

Kế hoạch hóa gia đình - thực trạng và vấn đề truyền thông dân số ở vùng mỏ Quảng Ninh

TRƯƠNG XUÂN TRƯỜNG

Hai lĩnh vực chính của hoạt động dân số - kế hoạch hóa gia đình ở nước ta hiện nay là dịch vụ KHHGD, chăm sóc sức khỏe bà mẹ - trẻ em và công tác truyền thông dân số. Người ta đã chỉ ra rằng ngoài các yếu tố kinh tế xã hội, con đường dẫn đến biến đổi dân số theo chiều hướng tích cực về cơ bản, vẫn là tác động vào nhận thức của con người và nâng cao tầm hiểu biết của họ. Chính vì vậy, vấn đề cung cấp và truyền tải thông tin, phản hồi và xử lý thông tin về dân số - kế hoạch hóa gia đình phải được xem là vấn đề có ý nghĩa quan trọng. Hiệu quả của hoạt động này sẽ được đo lường bằng các hành vi ứng xử dân số. Nói cách khác, thực trạng tình hình kế hoạch hóa gia đình chủ yếu sẽ là tỷ lệ thuận với chiều hướng hoạt động của dịch vụ thông tin - giáo dục và tuyên truyền dân số. Và một khi theo chiều hướng tích cực thì thành quả của nó là chắc chắn, lâu dài và hoàn toàn đáng tin cậy. Dựa vào kết quả khảo sát tại vùng mỏ Quảng Ninh⁽⁺⁾, ở bài viết này chúng tôi sẽ giới hạn xem xét ở ba khía cạnh sau đây: 1 - Các kênh truyền thông và việc tiếp nhận thông tin kế hoạch hóa gia đình; 2 - Kiến thức và thái độ đối với kế hoạch hóa gia đình; 3 - Thực trạng tình hình thực hiện kế hoạch hóa gia đình.

I. Các kênh truyền thông và việc tiếp nhận thông tin kế hoạch hóa gia đình.

Nhìn một cách đại thể có hai loại kênh truyền thông cơ bản, đó là hệ thống các kênh truyền thông chính thức và không chính thức. Kênh truyền thông chính thức là bao hàm những thiết chế nhà nước vĩ mô thông qua các phương tiện thông tin đại chúng (Massmedia), các thiết chế nhà nước vi mô thông qua các cấp chính quyền, các tổ chức quần chúng, các tổ chức chức năng (như y tế, giáo dục...). Ở cơ sở: Còn kênh truyền thông không chính thức là những giao lưu xã hội nằm ngoài các thiết chế chính thức như các quan hệ gia đình, thân tộc, bạn bè, đồng nghiệp, tín ngưỡng, các dịch vụ tư nhân về sức khỏe, văn hóa.... Cả hai hệ thống kênh truyền thông ấy đều có những phương tiện vật chất khác nhau, phương thức hoạt động khác nhau, mục tiêu và phương hướng khác nhau, nhưng đều gặp nhau tại một điểm là tất cả đều xử lý và truyền tải thông tin đến đối tượng truyền thông. Trong xã hội hiện đại, vì thế, nó đóng một vai trò vô cùng quan trọng đối với nhận thức và hành vi của con người. Thái độ và hành vi ứng xử dân số cũng không nằm ngoài phạm vi của sự chi phối ấy. Kết quả khảo sát công nhân mỏ than Quảng Ninh không thu được đầy đủ các thông tin về hai hệ thống truyền thông đó (nhất là về các kênh truyền thông không chính thức) nhưng cũng đã có được những chỉ báo cho phép rút ra những đánh giá và nhận xét bước đầu

(+) Chương trình nghiên cứu khảo sát tại vùng mỏ Quảng Ninh do Hội Kế hoạch hóa gia đình Việt Nam chủ trì, được triển khai trong các năm từ 1992-1995.

Từ góc độ hộ gia đình có các phương tiện văn hóa vật chất để có thể tiếp nhận thông tin qua các phương tiện truyền thông đại chúng, kết quả khảo sát cho thấy: có 43,4% gia đình có ti vi, 8,0% có radio, 27,0% có radio casset, 2,5% có loa truyền thanh và 5,3% có video. Các chỉ số đó phản ánh mặt bằng đời sống sinh hoạt của công nhân mỏ, trong đó có khả năng và điều kiện tương ứng của sự tiêu dùng văn hóa. Về phương tiện vật chất được nêu ra cao nhất thuộc về ti vi khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của vô tuyến truyền hình trong đời sống tinh thần của nhân dân ta. Tuy nhiên các phương tiện văn hóa vật chất đó chỉ mới là cơ sở, là điều kiện đầu tiên của việc hưởng thụ văn hóa, thu nhập thông tin chứ nó chưa nói được gì về vấn đề này. Thực chất của vấn đề là nhu cầu, là trình độ và khả năng tiếp nhận thông tin. Khảo sát ở nhiều vùng nông thôn hiện nay cho biết rất nhiều người, gia đình không có ti vi vẫn tiếp nhận thông tin trên vô tuyến truyền hình một cách khá thường xuyên bằng cách đi xem nhờ hàng xóm. Ngược lại cũng không ít nhà sắm ti vi, video như một đồ vật trang trí cao cấp, hoặc giả như một thứ vốn cố định.

Ngoài các phương tiện thông tin đại chúng, trong hệ thống kênh truyền thông chính thức như đã nói còn có chính quyền, đoàn thể quần chúng và chức năng. Tuy không có số liệu đầy đủ về điều này qua khảo sát vùng mỏ thì cũng đã khá chắc chắn khi nói rằng nó có vị trí và vai trò quan trọng trong vấn đề giáo dục và truyền thông dân số - kế hoạch hóa gia đình. Tuy rằng mức độ quán triệt khác nhau, hoạt động cũng có mức độ khác nhau, nhưng các cấp lãnh đạo hiện nay ở nước ta, như chính quyền, các đoàn thể, nhất là các cơ quan chức năng như y tế, giáo dục đều được phổ biến và phân công xem hoạt động dân số kế hoạch hóa gia đình như một nhiệm vụ của mình. Ở vùng mỏ Quảng Ninh hiện có 4 bệnh viện cỡ trung bình là bệnh viện Mạo Khê, bệnh viện Vàng Danh, bệnh viện Cẩm Phả, bệnh viện Hòn Gai. Có 22 trạm xá mỏ, trong đó công ty Hòn Gai có 7, công ty than Uông Bí có 4, công ty than Cẩm Phả có 8, công ty cơ khí mỏ có 2, công ty xây lắp sản xuất than có 1. Ngoài ra có 3 cơ sở chuyên trách công tác kế hoạch hóa gia đình thuộc mỏ Cẩm Phả, công ty xây lắp và mỏ than Hòn Gai. Về cơ sở phát thanh truyền hình khu vực thì tại Quảng Ninh hiện có 25 cơ sở phát thanh riêng của mỏ (trong đó có Hòn Gai: 7; Uông Bí: 4; Cẩm Phả: 9; Cơ khí mỏ: 3; Xây lắp than: 2). Tại 5 công ty có 5 cơ sở thu phát sóng truyền hình của Trung ương và Tỉnh. Toàn vùng mỏ có cơ sở phát được truyền hình. Ngoài ra ở mỗi công ty có 1 đội văn nghệ nghiệp dư khá mạnh. Như vậy về mặt cơ sở, vùng mỏ Quảng Ninh có một tiềm lực khá lớn về truyền thông và vì thế nhất định có một vai trò không nhỏ trong công tác dân số - kế hoạch hóa gia đình hôm nay và sắp tới.

Về hệ thống các kênh truyền thông không chính thức thì dù tư liệu khảo sát là ít ỏi cũng đã cho thấy sự can thiệp của nó thông qua các chỉ báo về quan hệ gia đình, nhất là quan hệ vợ - chồng, vai trò của dịch vụ y tế sức khỏe tư nhân... Thực tế khảo sát nghiên cứu ở các địa bàn khác nhau cho thấy nếu các kênh truyền thông chính thức có vai trò rất lớn trong việc cung cấp thông tin thì chính các kênh truyền thông không chính thức lại có vai trò không nhỏ trong việc xử lý thông tin.

Vì thế vấn đề chỉ được làm sáng tỏ khi xem xét tìm hiểu các chỉ báo đã được lượng hóa qua các kết quả khảo sát về khả năng và mức độ tiếp nhận thông tin của công nhân vùng than Quảng Ninh.

Với những ý kiến có trả lời, kết quả khảo sát cho thấy:

- Sự theo dõi các phương tiện thông tin đại chúng: 1- Đọc báo: thường xuyên: 34,4%, thỉnh thoảng: 62,5%, 3 - xem vô tuyến thường xuyên: 54,6%, và thỉnh thoảng: 45,2%.

- Theo dõi về thông tin kế hoạch hóa gia đình qua các phương tiện thông tin đại chúng:

Trên báo có theo dõi thông tin về kế hoạch hoá gia đình: 79,9%, trên đài: 85,3%, trên vô tuyến: 86,0%.

- Số công nhân trong một năm đã từng nghe nói chuyện kế hoạch hóa gia đình là 32,3%.

Nhìn về mặt chỉ số là đáng lạc quan. Hầu hết thợ mỏ có nhu cầu đọc báo nghe đài, xem vô tuyến và đại đa số trong đó đã tiếp nhận các thông tin về kế hoạch hóa gia đình. Cũng có tới 32,3% số công nhân được nghe nói chuyện về vấn đề này. Trong thời đại ngày nay vấn đề thông tin đang trở thành lĩnh vực hàng đầu.

Tựu trung lại là thực tế ở vùng mỏ có một tiềm năng lớn về dịch vụ truyền thông dân số - kế hoạch hoá gia đình. Tiềm năng đó sẽ được biến thành hiện thực là hiệu quả trong hoạt động trên cơ sở một mặt bằng nhu cầu, khả năng và trình độ văn hóa và tiêu dùng văn hóa khá cao của công nhân vùng mỏ. Đây là chỉ báo quan trọng trong hoạt động dân số thời kỳ tới.

II. Kiến thức và thái độ với kế hoạch hóa gia đình

Như đã biết, một mục tiêu của chương trình kế hoạch hóa gia đình ở nước ta là mỗi gia đình có từ 1 - 2 con. Đó là con số phù hợp với mức sinh thay thế, là thuận tiện cho chiến lược phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Tuy nhiên số con mà mỗi cặp vợ chồng sinh sản lại dựa vào rất nhiều yếu tố chi phối. Nhu cầu về con, ngoài là sản phẩm của các cặp có quan hệ giới tính trong những điều kiện kinh tế - xã hội - văn hóa hiện tại và còn là sản phẩm của một quá trình nhận thức, thói quen của lịch sử. Vì vậy về quy mô gia đình việc tìm hiểu chuẩn mực số con mong muốn, phải được xem như một khía cạnh nghiên cứu quan trọng. Khảo sát về số con mong muốn của công nhân mỏ có bảng biểu sau:

Bảng 1: Số con mong muốn

Trị số	Tần số	Tỷ lệ % trên T.S	Tỷ lệ % trên số trả lời	Tỷ lệ dồn
0	2	1	2	2
1	273	19.9	20.6	20.7
2	1000	72.9	75.4	96.1
3	44	3.2	3.3	99.4
4	7	.5	.5	99.9
.	1	.1	.1	100.0
.	45	3.3		
	1372	100.0	100.0	

Số trả lời: 1.372 Không ghi: 45.

Nguồn: VINAFFPA

Con số 96,0% số ý kiến trả lời mong muốn có từ 1-2 con là một chỉ báo đáng phấn khởi, đặc biệt chỉ số không nhỏ là 20,6% mong muốn chỉ có một con. Đây là một điều còn

hiếm hoi trong nhận thức của người phụ nữ Việt Nam ở nhiều vùng khác. Thực tế khảo sát ở nhiều địa phương thời gian qua cho thấy một tâm lý thông dụng là có nhiều bà mẹ nêu số con mong muốn cao hơn là số con đang hiện có. Ví dụ với phụ nữ hiện có 2 con thì chỉ có 0,32% nói họ thích có 1 con trong khi có tới 25,01% muốn có từ 3 con trở lên⁽⁺⁾. Trong khi đó số liệu khảo sát về số phụ nữ vùng mở có 1-2 con là 67,7% như vậy là với chỉ số 96,0% cho thấy nhiều phụ nữ đã có số con hơn hai cháu cũng mong muốn chỉ có 1-2 con. Điều này rất quan trọng vì thuộc về nhận thức. Sự thay đổi quan niệm về con cái là có nguồn gốc từ việc nâng cao vai trò và địa vị người phụ nữ. Sự thay đổi quan trọng này cũng được thể hiện rất rõ trong khảo sát về sự ưa thích đối với con trai. Quan niệm về số con trai và con gái mong muốn của người thợ mỏ như sau:

Bảng 2: Số con trai mong muốn

Nguồn: VINAFFPA

Trị số	Tần số	Tỷ lệ % trên T.S	Tỷ lệ % trên số trả lời	Tỷ lệ dồn
0	11	8	1.0	1.0
1	1011	73.7	88.4	98.3
2	188	8.6	10.3	99.7
3	3	.2	.3	99.9
4	1	.1	.1	100.0
	228	16.6	Không ghi	
	1372	100.0	100.0	

Số không trả lời: 1144

Không ghi: 228

Bảng 3: Số con gái mong muốn

Nguồn: VINAFFPA

Trị số	Tần số	Tỷ lệ % trên T.S	Tỷ lệ % trên số trả lời	Tỷ lệ dồn
0	19	14	1.8	18
1	952	69.4	92.5	94.4
2	56	4.1	5.4	99.8
3	2	.1	.2	100.0
	343	25.0		
	1372	100.0	100.0	

Số trả lời: 1029

Không ghi: 343

(+) Khảo sát xã hội học tại Hồng Minh - Phú Xuyên - Hà Tây, tháng 1 - 1992.

Như vậy hầu hết các ý kiến trả lời đều mong muốn có 1 con trai, 1 con gái. Điều lạ lùng là chỉ số mong muốn có 1 con gái còn cao hơn con trai (92,5% so với 88,4%): Thật ra chỉ số này là chưa chắc chắn là vì những khảo sát tiếp theo đã kiểm chứng rằng dù sao trong thâm tâm các đối tượng trả lời vẫn thích con trai hơn, dù là chút ít. Cụ thể với câu hỏi "có 1 con trai 1 con gái có đẻ nữa không?" thì trong số 4,9% còn muốn tiếp tục đẻ có 79,2% số đó thích đẻ con trai hơn. Tiếp tục điều này thì với câu "có 2 con trai có đẻ nữa không" thì chỉ có 7,0% còn muốn đẻ tiếp, còn với câu "có 2 con gái có muốn đẻ tiếp nữa không?" thì có tới 16,9% số ý kiến trả lời là muốn tiếp tục đẻ nữa. Ở góc độ giới tính của con cái trong mong muốn của đối tượng khảo sát thì việc ưa thích con trai vẫn là tồn tại thực tế, dù rằng mô hình "đông con nhiều cháu" không còn thích hợp ở môi trường này nữa. Việc muốn có ít con nhưng vẫn thấy cần thiết có con trai đã là một bước chuyển quan trọng trong nhận thức. Chúng tôi cho rằng dựa trên thực tế đó có thể nói quan niệm về nhân lực lao động, về nuôi dưỡng nhờ cậy tuổi già đã bị mờ nhạt đi nhiều mà yếu tố còn lại khá rõ chính là quan niệm nối dõi tông đường. Với người Việt Nam dù ở môi trường nào khi không có con trai bị xem như là tuyệt tự, tuyệt giống vẫn còn là một ám ảnh đáng kể.

Hành vi tái sinh sản của con người một mặt là sản phẩm lịch sử vì vậy quan niệm về quy mô gia đình, chuẩn mực về con cái thì dù có biến đổi đến mấy trong hoàn cảnh nước ta hiện nay vẫn không tránh khỏi bóng dáng của quá khứ. Điều này cũng thể hiện khá rõ trong lĩnh vực nhận thức và sự hiểu biết về phong trào kế hoạch hóa gia đình, dù môi trường nơi đó là khá thuận lợi và tiến bộ như vùng mỏ Quảng Ninh. Nói như vậy không phải là biện hộ cho công tác kế hoạch hóa gia đình ở khu vực đó, điều này chúng ta sẽ bàn đến ở phần sau mà vấn đề là để thấy toàn diện hơn khía cạnh đang khảo cứu. Kết quả khảo sát về vấn đề này cho thấy chỉ có 23,1% công nhân là hiểu rõ được mục đích ý nghĩa của cuộc. Vận động sinh đẻ có kế hoạch, và cũng chỉ có 15,3% người thợ mỏ nắm được tinh thần ba mục tiêu của cuộc vận động. Thực ra có tới 86,6% số công nhân đã từng nghe nói đến vấn đề kế hoạch hóa gia đình, nói đến một số biện pháp tránh thai được áp dụng ở Việt Nam hiện nay nhưng đó là những hiểu biết rất chung chung, ít có giá trị thực tế khi áp dụng. Kết quả khảo sát về số công nhân đã được thông tin, xử lý thông tin (giải thích kỹ) hiểu biết về các biện pháp tránh thai là:

- Hiểu biết về vòng tránh thai là: 47,6%
- Hiểu biết về thuốc tránh thai là: 9,3%
- Hiểu biết về bao cao su: 30,3%
- Hiểu biết về xuất tinh ngoài: 24,8%
- Hiểu biết về tính vòng kinh: 26,3%
- Hiểu biết về triệt sản: 12,8%
- Hiểu biết về hút thai: 17,5%
- Hiểu biết về nạo thai: 17,2%

Một điều rất đáng ngạc nhiên là quan niệm về qui mô gia đình, về số con mong muốn là rất đúng đắn, tiến bộ vậy mà kiến thức thật sự khoa học về kế hoạch hóa gia đình lại không nắm được. Sẽ có một loạt lý do được đưa ra để lý giải về điều này. Nhưng vấn đề chúng tôi muốn lưu ý ở đây là dù nhận thức có tiến bộ bao nhiêu mà không có những hiểu biết cần thiết về các biện pháp tránh thai thì khi áp dụng sẽ gặp khó khăn đến đâu, ngoài vấn đề hiệu quả còn là sức khỏe của người phụ nữ? Mà không lạ lùng sao được khi có những biện pháp tránh thai đã trở thành đại trà, thông dụng ở Việt Nam từ hàng chục năm qua (mà tính riêng về phương pháp đó thì Việt Nam đã được xếp vào những nước hàng đầu trên

III. Thực trạng tình hình thực hiện các biện pháp kế hoạch hóa gia đình

Về tình hình thực hiện các biện pháp tránh thai của công nhân vùng mỏ có các chỉ số khảo sát.

Số cặp vợ chồng công nhân đã từng áp dụng các biện pháp tránh thai vì:

- Vòng tránh thai:	56,9%
- Thuốc tránh thai:	8,5%
- Bao cao su:	17,4%
- Xuất tinh ra ngoài:	30,0%
- Tính vòng kinh:	30,9%
- Triệt sản nữ:	1,0%
- Triệt sản nam:	0,2%

Số cặp vợ chồng công nhân đang dùng các biện pháp tránh thai là:

- Vòng tránh thai:	45,8%
- Thuốc tránh thai:	1,1%
- Bao cao su:	19,9%
- Xuất tinh ra ngoài:	23,3%
- Tính vòng kinh:	22,2%
- Triệt sản nữ:	1,1%
- Triệt sản nam:	0,2%

Nhìn về đại thể các cặp vợ chồng đã và đang áp dụng các biện pháp tránh thai qua các chỉ số cũng tương tự như bảng biểu phản ánh trình độ hiểu biết về các phương pháp kế hoạch hóa gia đình của họ. Có điều đáng nói là trong quá khứ có phương pháp họ dùng mà chẳng hiểu dùng như thế nào. Cụ thể là phương pháp xuất tinh ra ngoài họ đã dùng chỉ số là 30,0% trong khi đó có 24,8% thật sự hiểu biết về phương pháp này. Điều này cho phép sự nghi ngờ về tính hiệu quả của việc áp dụng biện pháp tránh thai đó. Vấn đề quan trọng hơn là chúng tôi muốn lưu ý đến hai khía cạnh thông qua các chỉ số được nêu là:

Thứ nhất: việc so sánh các chỉ số giữa hai hệ bảng *đã từng* áp dụng và *đang* áp dụng cho thấy ở hệ bảng hiện tại các phương pháp được dùng đều có các chỉ số tụt xuống. Cụ thể là: dùng vòng tụt xuống 11,1%, dùng thuốc: 1,4%, bao cao su: 7,4%, xuất tinh ngoài: 6,7%, tính vòng kinh: 8,7%. Điều này cho phép đánh dấu hỏi về năng lực và tính hiệu quả không chỉ công tác tuyên truyền, giáo dục mà ngay cả dịch vụ kế hoạch hóa gia đình ở khu vực đó.

Thứ hai: là nếu so sánh các chỉ số về các phương pháp tránh thai mà các cặp vợ chồng công nhân *hiện đang sử dụng* với biểu 10 về *dự định dùng* các biện pháp tránh thai cũng cho thấy những chỉ báo rất đáng quan tâm của chỉ số về phương pháp đặt vòng từ 45,8% lên 63,0%, trở về với quan niệm và thực tế cách đây hàng chục năm trước? Ngoài ra ở một số phương pháp khác lại có chỉ số dự định sẽ dùng tụt xuống một cách đáng ngạc nhiên là dùng bao cao su từ 10,0% xuống 7,5%, xuất tinh ngoài từ 23,3% xuống 9,3%, tính vòng kinh từ 22,2% xuống 3,7%... Thực tế trên làm nảy sinh một câu hỏi không thực tế là phải chăng đang có sự tụt xuống của nhận thức về các phương pháp kế hoạch hóa gia đình trong công nhân mỏ? Và điều hoàn toàn cần thiết khi phải tiếp tục nghiên cứu về thực tế đó. Và dù sao cũng đã thấy rõ là con đường hoạt động kế hoạch hóa gia đình ở khu vực này cũng chẳng phải là hoàn toàn bằng phẳng.

Trở lại vấn đề vai trò và trách nhiệm của công tác giáo dục, tuyên truyền về dân số và dịch vụ kế hoạch hóa gia đình ở vùng mỏ, kết quả khảo sát còn đưa ra một chỉ số khác, có thể phần nào đó xem như là những nguyên nhân của các hạn chế. Ví dụ như còn tới 12,1% ý kiến trả lời không biết nơi cấp vòng tránh thai, 49,6% không biết nơi cấp thuốc tránh thai. 26,2% không biết nơi cấp bao cao su. Còn có tới 6,6% ý kiến cho rằng dùng các biện pháp tránh thai như hiện nay là kém hiệu quả, 11,6% sợ ảnh hưởng sức khỏe, 2,7% sợ tai biến. Ở một khía cạnh khác về dịch vụ kế hoạch hóa gia đình ở cơ sở thì vẫn còn 2,0% ý kiến phản nản là đợi lâu, 1,3% lo lắng vì không được cán bộ chuyên môn giải thích.

Như vậy, về vấn đề nhận thức và thực trạng dịch vụ kế hoạch hóa gia đình cũng như truyền thông dân số tại vùng mỏ còn tồn tại nhiều mâu thuẫn và các khoảng trống. Kết quả khảo sát về tất cả các vấn đề cũng cho phép kết luận rằng chưa phải cứ có một đời sống kinh tế khá ổn định, một mặt bằng trình độ học vấn và tiêu dùng văn hóa tương đối khá là có thể có ngay sự thay đổi toàn diện về các hành vi dân số theo chiều hướng mong muốn.