

Tham gia đời sống văn hóa của tầng lớp trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Thị Thu Trang¹

¹ Trường Đại học Tôn Đức Thắng.
Email: thutrangxhvn@gmail.com

Nhận ngày 10 tháng 5 năm 2019. Chấp nhận đăng ngày 22 tháng 6 năm 2019.

Tóm tắt: Tầng lớp trung lưu có vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế, ổn định xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh. Cơ chế kinh tế thị trường đã tạo ra nhiều cơ hội để những người thuộc tầng lớp trung lưu đạt được những thành công về kinh tế và các vị thế xã hội. Với những thế mạnh về kinh tế, văn hóa, xã hội, tầng lớp trung lưu Thành phố tích cực tham gia vào các hoạt động chung của cộng đồng như đóng góp ý kiến, áp dụng các giải pháp để giữ gìn an ninh cho khu phố; đóng góp tiền của để giúp đỡ những người nghèo và những người có hoàn cảnh khó khăn. Mặc dù đời sống xã hội của tầng lớp trung lưu Thành phố Hồ Chí Minh tốt hơn một số nhóm xã hội khác, nhưng vẫn còn hạn chế so với tầng lớp trung lưu của các nước phát triển trên thế giới.

Từ khóa: Đời sống văn hóa, tầng lớp trung lưu, Thành phố Hồ Chí Minh.

Phân loại ngành: Văn hóa học

Abstract: The middle class plays an especially important role in the economic development and social stability of Ho Chi Minh City. The market economy mechanism has created many opportunities for middle-class people to achieve economic success and a higher social status. With economic, cultural and social strengths, the middle class of the city actively participates in community activities such as contributing with ideas, applying solutions to maintain the security for the residential area; and contributing with money to help the poor and the disadvantaged. Their cultural activities are also diverse, including those of spiritual activities, of entertainment, and those expressed in the mass media. Although the social activities of Ho Chi Minh City's middle class are better than those of some other social groups, they are still limited compared to the middle classes of developed countries in the world.

Keywords: Cultural activities, middle class, Ho Chi Minh City.

Subject classification: Cultural studies

1. Đặt vấn đề

Tầng lớp trung lưu là một khái niệm phức tạp, các nghiên cứu về trung lưu với cách tiếp cận khác nhau đã đưa ra nhiều khái niệm khác nhau. Ở đây, khái niệm tầng lớp trung lưu được tác giả định nghĩa là những người có điều kiện kinh tế khá giả, nghề nghiệp ổn định, có vị thế xã hội và đóng góp vào sự ổn định và phát triển của quốc gia. Tầng trung lưu gồm 3 nhóm: tầng lớp trung lưu trên; tầng lớp trung lưu giữa; và tầng lớp trung lưu dưới [2]. Tầng lớp trung lưu có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của nhiều nước trên thế giới [6]. Họ được coi là nguồn gốc của tinh thần doanh nghiệp và sự sáng tạo - những nhân tố thúc đẩy sự thịnh vượng của một quốc gia. Tầng lớp trung lưu cung cấp tất cả những đầu vào cần thiết cho sự phát triển của nền kinh tế, ý tưởng mới, tích lũy vốn tư bản và vốn nhân lực [9]. Kinh nghiệm trên thế giới cho thấy, tầng lớp trung lưu là một thành phần quan trọng quyết định đến tổng cầu nội địa, giảm bớt sự phụ thuộc vào bên ngoài. Thêm vào đó, tầng lớp trung lưu còn có vai trò như một tầng lớp ổn định trong xã hội bởi tạo ra sự trung hòa mức chênh lệch giữa nhóm những người giàu và nhóm những người nghèo trong xã hội [5].

Thành phố Hồ Chí Minh có vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế của cả nước. Mặc dù, diện tích đất đai của Thành phố chỉ chiếm 0,6% cả nước, dân số chiếm 10% nhưng sản phẩm kinh tế những năm gần đây luôn đóng góp ở mức 22% vào tổng sản phẩm nội địa quốc gia [11]. Để đạt được thành tựu kinh tế nổi bật ấy, tầng lớp trung lưu Thành phố đóng một vai trò rất lớn. Trong khi đó những năm gần đây, vấn đề trung lưu được nhiều nhà khoa học quan

tâm nghiên cứu tuy nhiên, những nhận diện về các đặc điểm hoạt động đời sống văn hóa, xã hội của tầng lớp trung lưu vẫn còn hạn chế. Bài viết này phân tích sự tham gia đời sống văn hóa của tầng lớp trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm: đời sống văn hóa tâm linh; đời sống văn hóa vui chơi, giải trí; và đời sống văn hóa qua các phương tiện thông tin đại chúng.

2. Tham gia đời sống văn hóa tâm linh

Đời sống tâm linh là một bộ phận quan trọng trong đời sống tinh thần của tầng lớp trung lưu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tỷ lệ các nhóm trung lưu có thờ cúng ông bà, tổ tiên ở mức cao, trong đó trung lưu lớp trên 91,3%; trung lưu lớp giữa 88,1%; và trung lưu lớp dưới 90,4% [2]. Nghiên cứu cũng cho biết, không có sự khác biệt lớn trong việc thờ cúng ông bà, tổ tiên giữa các nhóm trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả này cũng chứng minh rằng, mặc dù sống tại một đô thị lớn với cường độ làm việc cao nhưng các nhóm trung lưu vẫn không quên việc thờ cúng ông bà tổ tiên. Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy, việc thờ cúng ông bà, tổ tiên của tầng lớp trung lưu Thành phố Hồ Chí Minh gặp rất nhiều khó khăn. Thứ nhất, không gian sống chật hẹp đã không cho phép họ tổ chức ma chay hay cúng giỗ theo truyền thống mà tổ tiên vẫn thường làm. Một số nhóm trung lưu có điều kiện kinh tế tốt, họ sở hữu căn nhà với diện tích rộng lớn nên thuận lợi cho việc thực hiện cúng giỗ ông bà, tổ tiên. Vào những ngày này, họ thường mời gia đình, họ hàng, láng giềng và bạn bè đến để cùng nhau tham dự. Đây là dịp để mọi thành viên trong gia đình, họ hàng cùng tưởng nhớ về cội nguồn và tăng cường mối quan hệ với

hàng xóm láng giềng và bạn bè. Ngược lại, những gia đình có diện tích nhà nhỏ hẹp hoặc sống trong các căn hộ chung cư nhiều tầng thì việc tổ chức ma chay hay cúng giỗ gặp rất nhiều khó khăn. Vào những ngày lễ tết, giỗ chạp, họ thường làm mâm cơm để cúng và mời một vài người thân trong gia đình đến cùng nhau chung vui. Mặc dù họ rất muốn mời những người họ hàng, láng giềng, bạn bè đến để cùng nhau chia sẻ những khoảnh khắc thiêng liêng nhưng do điều kiện không cho phép nên họ thường không thực hiện được. Thứ hai, tầng lớp trung lưu đô thị thường làm việc tại các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp, nhà máy... nên quỹ thời gian rảnh rất hạn chế, ngay cả những ngày nghỉ cuối tuần họ cũng thường xuyên đi công tác vắng nhà. Do vậy, việc thực hiện các nghi thức cúng giỗ của các nhóm trung lưu cũng gặp nhiều khó khăn. Theo truyền thống, con cái thường hay cúng giỗ ông bà, tổ tiên vào đúng ngày mất nhưng với môi trường đô thị bận rộn, nhiều gia đình trung lưu thường chọn ngày cuối tuần (sớm hoặc muộn hơn ngày mất từ một đến vài ngày) để thuận tiện cho công việc của gia đình. Một số gia đình khác chọn cúng giỗ vào buổi tối sau khi đi làm về nhưng họ cảm thấy rất mệt khi cùng lúc phải thực hiện nhiều vai trò.

Trong cuộc sống đô thị, sự bận rộn về công việc, các mối quan hệ xã hội, gia đình... tầng lớp trung lưu không còn nhiều thời gian để thực hiện các nghi lễ ở các cơ sở tôn giáo. Họ thường đi đến chùa, nhà thờ khoảng vài lần trong một năm, trong đó, trung lưu lớp trên 30,4%; trung lưu lớp giữa 31,6%; và trung lưu lớp dưới 29,4%. Các cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện với một số người dân Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy, phần lớn các nhóm trung lưu đều rất bận rộn với công việc ở cơ quan và chăm

sóc gia đình nên không còn nhiều thời gian để thực hành các nghi thức tôn giáo tại chùa, nhà thờ, đền thờ. So với nhiều năm trước đây, quỹ thời gian rảnh của họ ngày càng ít ngay cả việc dành thời gian cho gia đình cũng trở nên khó khăn hơn. Phần lớn họ sẽ đến chùa, nhà thờ, đền thờ... vào các ngày lễ lớn đặc biệt là những ngày đầu năm mới. Một chị là nhân viên văn phòng cho biết: "Chị theo đạo công giáo, hồi chị còn nhỏ chị hay đi đến nhà thờ vào dịp cuối tuần với mẹ nhưng từ ngày lấy chồng, rồi sinh con hầu như không có thời gian rảnh. Cuối tuần đôi khi phải đi công tác hoặc nếu ở nhà cũng tranh thủ dọn dẹp nhà cửa, đưa con đi học hoặc đi chơi. Bọn trẻ con thì lại thích đi siêu thị, xem phim chứ không muốn đến nhà thờ, thành thử lâu lâu chị mới đến đó" (PVS, nữ, 38 tuổi, nhân viên văn phòng, quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh).

Kết quả nghiên cứu định lượng cũng cho biết, không có sự khác biệt lớn giữa các nhóm trung lưu trong việc đi đến chùa, nhà thờ. Điều này cho thấy, các nhóm trung lưu Thành phố Hồ Chí Minh dành nhiều thời gian cho công việc những hoạt động về đời sống tâm linh còn khá hạn chế.

3. Tham gia đời sống văn hóa qua các phương tiện thông tin đại chúng

Xem ti vi là một hoạt động giải trí được các nhóm trung lưu lựa chọn nhiều nhất. Kết quả nghiên cứu định lượng [2] cho thấy, gần 90% những người thuộc nhóm khá giả xem ti vi mỗi ngày. Dữ liệu còn cho thấy, có sự khác biệt trong việc xem ti vi của ba nhóm trung lưu. Nhóm trung lưu lớp trên có tần số xem ti vi cao nhất với 91,3% xem ti vi mỗi ngày và hầu như không thành viên

nào trong nhóm này không xem ti vi. Điều đáng ngạc nhiên là nhóm trung lưu dưới có tần suất xem ti vi cao hơn nhóm trung lưu giữa mặc dù tỷ lệ chênh lệch không cao, khoảng 5,2 điểm phần trăm. Nội dung và thời lượng xem ti vi có sự khác biệt giữa các nhóm. Nhóm trung lưu lớp trên và lớp giữa thường xem các chương trình thời sự, tin tức, thể thao, bản tin tài chính với thời lượng khoảng 1-2 giờ/ngày. Trong khi đó, nhóm trung lưu dưới chủ yếu xem phim, ca nhạc, thể thao, hài kịch và các chương trình giải trí khác với thời gian khoảng 3-5 giờ/ngày. Độ tuổi, trình độ học vấn, nghề nghiệp trong việc lựa chọn các chương trình truyền hình cũng có sự khác nhau. Những nhóm trung lưu trẻ tuổi ít xem ti vi hơn là nhóm trung lưu lớn tuổi, nếu xem họ chủ yếu thường thức các chương trình giải trí như *Giọng ai giọng ai*, *Tim người bí ẩn*, *Thách thức danh hài*, nghe nhạc trẻ và các thể loại phim tình cảm xã hội và hành động. Ngược lại, nhóm trung lưu lớn tuổi thường dành nhiều thời gian để xem thời sự, tin tức, các phim truyện Việt Nam, phim dài tập nước ngoài, nghe nhạc trữ tình... Ngoài ra, các nhóm trung lưu trước đây làm chính trị có xu hướng xem các chương trình thời sự, họp Quốc hội, các bản tin về an ninh quốc gia, kinh tế, thực phẩm... các nhóm làm kinh doanh quan tâm đến các bản tin tài chính, thị trường chứng khoán, thời sự...

Nhìn chung, xem ti vi gần như là sự lựa chọn giải trí tối ưu của phần lớn các nhóm trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh. Tần suất xem ti vi của các nhóm trung lưu cao nhưng thời gian cho mỗi lần xem thường rất ngắn. Do thời gian rảnh của họ không nhiều nên các nhóm trung lưu chỉ xem một vài giờ thậm chí vài chục phút mỗi ngày. Bên cạnh xem ti vi, đọc báo cũng là một lựa

chọn giải trí trong lúc rảnh rỗi của tầng lớp trung lưu. Các nhóm trung lưu dành thời gian khá hạn chế cho hoạt động này, số người đọc báo mỗi ngày chiếm tỷ lệ thấp, trong đó trung lưu lớp trên 43,5%, trung lưu lớp giữa 31,6% và trung lưu lớp dưới là 21,1%. Số người hầu như không đọc báo chiếm tỷ lệ khá lớn, trong đó trung lưu lớp trên 30,4%, trung lưu giữa 36,8% và trung lưu dưới 52,8%. Kết quả điều tra cho thấy có sự khác biệt rõ nét trong việc đọc báo của ba nhóm trung lưu. Tỷ lệ đọc báo hàng ngày của nhóm trung lưu lớp trên cao gấp hơn hai lần so với nhóm trung lưu lớp dưới và hơn 17 điểm phần trăm đối với nhóm trung lưu lớp giữa [2]. Không chỉ khác nhau về tần số đọc báo mà ngay cả thể loại báo đọc cũng khác nhau. Kết quả phỏng vấn sâu cho biết, những người thuộc nhóm trung lưu lớp trên và giữa thường chọn đọc các tờ báo *Tuổi trẻ*, *Thanh niên*, *Sài Gòn giải phóng*, *Thời báo kinh tế Sài Gòn*, *Người lao động*... trong khi đó những người thuộc trung lưu lớp dưới thường chọn đọc các tờ báo như *Phụ nữ*, *An ninh thế giới*, *Pháp luật và Đời sống*, *Công an Thành phố Hồ Chí Minh*, *Người lao động*... Không chỉ khác nhau trong việc chọn tờ báo đọc mà nội dung đọc trong các tờ báo cũng có sự khác nhau. Nhóm trung lưu lớp trên và giữa tập trung đọc các mục kinh tế, chính trị và xã hội trong khi trung lưu lớp dưới đọc vào các mục tin tức có tính giải trí, tìm kiếm việc làm và các tin tức về tội phạm... Một giảng viên đại học cho biết: "Tôi không có nhiều thời gian để đọc hết các tờ báo, tôi thường chọn một số tờ báo được xem có uy tín như *Tuổi trẻ*, *Thanh niên*, *Thời báo kinh tế Sài Gòn*. Thường tôi đọc lướt qua mục lục và tập trung vào các mục như kinh tế, chính trị, chính sách để xem tình hình kinh

tế - xã hội có gì mới không” (PVS, nam, 45 tuổi, giảng viên đại học, quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh).

Một chị nhân viên văn phòng cho rằng: “Bây giờ tôi không hay đọc báo giấy nhưng thỉnh thoảng có đọc các tờ báo như *Phụ nữ*, *Pháp luật và Đời sống*, *Lao động*... Nhiều khi đi đâu đó ngồi chờ lâu mua tờ báo đọc cho mau hết thời gian, mà chủ yếu đọc quảng cáo, rao vặt, tin tức về an ninh để biết tình hình mà mình phòng tránh thôi. Rồi khi nào thay đổi chỗ làm thì chỉ đọc mục tuyển dụng để xem chỗ nào cần thì mình xin đi làm” (PVS, nữ, 32 tuổi, nhân viên bán hàng, quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh).

Hiện nay các nhóm trung lưu ưa chuộng đọc báo mạng nhiều hơn báo giấy. Họ cho rằng, báo mạng đỡ tốn kém lại vừa tiện lợi cho công việc và cuộc sống, họ có thể đọc tất cả những tờ báo yêu thích ở mọi thời gian và địa điểm phù hợp với lịch trình làm việc, nghỉ ngơi của cá nhân. Tuy nhiên, vấn đề này đã ảnh hưởng đến văn hóa đọc của các nhóm trung lưu nói riêng và của cả xã hội nói chung.

Nghiên cứu tỷ lệ sử dụng internet của các nhóm trung lưu, kết quả khảo sát cho thấy, so với đọc báo giấy, tần số sử dụng internet mỗi ngày của các nhóm trung lưu cao hơn: nhóm trung lưu trên 58,7%, trung lưu giữa 50,3%, trung lưu dưới 31,2%. Kết quả này cũng khá phù hợp với điều kiện thực tế của tầng lớp trung lưu. Dựa vào đặc điểm mẫu nghiên cứu, phần lớn tầng lớp trung lưu là những người có nghề nghiệp cần phải sử dụng đến internet và do đó, vai trò của nó đối với công việc là rất quan trọng. Điều này giúp giải thích sự khác biệt trong tỷ lệ sử dụng internet giữa các nhóm trung lưu. Nhóm trung lưu trên và giữa có tỷ lệ sử dụng internet cao hơn gần 20 điểm

phần trăm so với nhóm trung lưu dưới. Mục đích sử dụng internet giữa các nhóm cũng rất khác nhau. Nhóm trung lưu lớp trên và giữa thường sử dụng internet để làm việc, tìm kiếm thông tin để nâng cao chuyên môn, giải trí... Các nhóm trung lưu lớp dưới cũng sử dụng internet để phục vụ cho công việc nhưng tập trung nhiều vào mục đích giải trí. Trong nền kinh tế thị trường sôi động như Thành phố Hồ Chí Minh, internet được xem như một phương tiện đa chức năng tạo ra nhiều cơ hội cho các nhóm trung lưu kinh doanh, tăng cường các mạng lưới xã hội cho bản thân và gia đình. Kết quả phỏng vấn sâu cho biết, rất nhiều cán bộ, viên chức làm việc tại các cơ quan nhà nước, đơn vị hành chính sự nghiệp đã làm thêm nghề phụ bằng cách kinh doanh qua mạng xã hội. Lĩnh vực hoạt động kinh doanh của họ rất đa dạng với quy mô lớn, nhỏ khác nhau, như môi giới bất động sản, quần áo, trái cây, mỹ phẩm... Sự năng động, nhạy bén của các nhóm trung lưu đã giúp họ tăng thêm thu nhập, cuộc sống ngày càng khá giả hơn. Tuy nhiên, việc công chức, viên chức sử dụng thời gian trong giờ làm việc để tham gia các hoạt động kinh doanh, buôn bán, tạo mối quan hệ đã làm ảnh hưởng rất nhiều đến hiệu quả công việc đã được cơ quan phân công. Một số trường hợp bị cơ quan điều chuyển vị trí làm việc thậm chí xin nghỉ không hưởng lương hoặc nghỉ việc.

4. Tham gia đời sống văn hóa vui chơi, giải trí

Đi xem phim, nghe nhạc, biểu diễn nghệ thuật, đi bảo tàng được xem là một hoạt động vui chơi, giải trí của nhiều tầng lớp

trung lưu ở các nước phát triển. Ở Thành phố Hồ Chí Minh, tỷ lệ các nhóm trung lưu hầu như không bao giờ đi xem phim, biểu diễn nghệ thuật, bảo tàng cũng như các buổi hòa nhạc chiếm tỷ lệ khá cao, trong đó trung lưu trên 58,7%; trung lưu giữa 68,9%; và trung lưu dưới 76,1%. Tỷ lệ tham gia vào các hoạt động này với tần suất vài lần mỗi tháng chiếm tỷ lệ khá thấp, trong đó trung lưu trên 8,7%; trung lưu giữa 6,2%; và trung lưu dưới 5,0% [2]. Kết quả khảo sát định lượng cho thấy, các nhóm trung lưu đi xem phim, biểu diễn nghệ thuật nhiều nhất là vài lần mỗi năm. Kết quả này cũng khá tương đồng với kết quả điều tra được tác giả tiến hành nghiên cứu vào năm 2018. Phỏng vấn sâu 36 thành viên thuộc các nhóm trung lưu, trong đó chỉ có 6 người cho rằng họ thỉnh thoảng đưa con đi xem phim ở các rạp chiếu phim vào cuối tuần và hầu như không đi đến bảo tàng như là một cách lựa chọn để giải trí. Sở dĩ các nhóm trung lưu ít tham gia các hoạt động văn hóa nói trên là vì nhiều lý do khác nhau. Thứ nhất, mức thu nhập của các nhóm trung lưu giữa và dưới khá thấp, họ ưu tiên đầu tư vào việc học hành cho con cái và bản thân hơn là các hoạt động văn hóa có tính xa xỉ. Thứ hai, nhóm trung lưu lớn tuổi rất tiết kiệm trong các hoạt động chi tiêu và không có thói quen đến rạp xem phim như những người trẻ tuổi. Thứ ba, vốn văn hóa của một số nhóm trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh còn hạn chế, một số xuất thân từ những gia đình khó khăn ở nông thôn nhưng nhờ vào sự nỗ lực mới đạt được các vị thế xã hội hiện tại... nên việc thưởng thức nghệ thuật như đi xem triển lãm, nghe hòa nhạc, biểu diễn nghệ thuật không phải là sự lựa chọn trong giải trí của các nhóm trung lưu này.

Uống cà phê ở quán là một trong những sở thích của các nhóm trung lưu trong những lúc có thời gian nhàn rỗi. Không giống như xem ti vi, sử dụng internet hay đọc báo, tần suất đến quán cà phê không cao nhưng khá đều. Tỷ lệ phần trăm uống cà phê mỗi ngày, mỗi tuần, mỗi tháng, mỗi năm khá tương đồng nhau. Kết quả nghiên cứu định lượng cho thấy, không có sự khác biệt lớn tỷ lệ phần trăm về việc uống cà phê ở quán của các nhóm trung lưu. Tuy nhiên, kết quả phỏng vấn sâu cho thấy có sự khác biệt về địa điểm thưởng thức cà phê. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, các nhóm trung lưu lớp trên và giữa lựa chọn uống cà phê tại các nhà hàng, quán cà phê đẹp, có thương hiệu, sang trọng và đi kèm với các dịch vụ khác. Trong khi đó, trung lưu lớp dưới uống cà phê tại một số quán cà phê nhỏ, thậm chí các quán ở vỉa hè.

Kinh tế ngày càng phát triển, đời sống văn hóa của người dân trở nên phong phú hơn, ngoài những hoạt động xem ti vi, sử dụng internet, đọc báo, uống cà phê các nhóm trung lưu còn có nhu cầu đi du lịch. Khác với các hoạt động khác, việc đi du lịch của các nhóm trung lưu không thường xuyên. Kết quả nghiên cứu định lượng cho thấy, tỷ lệ các nhóm trung lưu có đi du lịch vài lần trong năm và hàng năm chiếm tỷ lệ cao nhất. Nghiên cứu cũng cho thấy có sự khác biệt trong việc đi du lịch giữa các nhóm trung lưu. Nhóm trung lưu trên đi du lịch mỗi năm cao hơn hai nhóm trung lưu còn lại. Tỷ lệ đi du lịch của nhóm trung lưu trên cao gần 20 điểm phần trăm so với lớp trung lưu dưới. Kết quả phù hợp với thực tế cuộc sống của các nhóm trung lưu. Nhóm trung lưu trên và giữa do tính chất nghề nghiệp và điều kiện kinh tế khá giả hơn nên họ sẵn sàng chi tiêu cho việc đi du lịch của gia đình mình.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có sự khác biệt lớn về nhóm tuổi đối với quyết định đi du lịch của những người thuộc nhóm trung lưu. Giới trẻ lựa chọn đi du lịch cao hơn là những người lớn tuổi đặc biệt là những người đã nghỉ hưu. Phỏng vấn sâu cho thấy, nhiều gia đình khá giả, thu nhập hàng tháng rất cao nhưng họ rất ngại chi một khoản tiền lớn để đi du lịch. Ngược lại, giới trẻ đặc biệt là những người còn độc thân dù thu nhập trung bình nhưng lại rất hứng thú với những chuyến du lịch. Kết quả trên cho thấy, những người lớn tuổi đã trải qua những ngày tháng rất khó khăn, tài sản có được là do một quá trình dài tích lũy, không dám chi tiêu, lao động rất vất vả và nên họ rất ngại khi chi tiêu một khoản tiền lớn cho du lịch. Một bác 58 tuổi, cán bộ nhà nước về hưu cho biết: "Bác về hưu được mấy năm, giờ ở nhà nấu cơm, trông coi nhà cửa... Lâu lâu cơ quan mấy nhỏ cho đi du lịch ở đâu thì mình đi theo chữ tự mình đi thì nhiều tiền lắm. Ở nhà lên internet xem chỗ này chỗ kia cũng được mà, trên đó không thiếu thứ gì đó cháu..." (PVS Bác gái, 58 tuổi, về hưu, quận 9, Thành phố Hồ Chí Minh).

5. Kết luận

Nhìn chung, các nhóm trung lưu ở Thành phố Hồ Chí Minh vẫn giữ gìn tốt đẹp truyền thống hiếu kính với tổ tiên, những người đã sinh thành và nuôi dưỡng họ. Do những khó khăn về không gian và thời gian nên phần lớn những hoạt động thờ cúng tổ tiên của các nhóm trung lưu khá đơn giản. Bên cạnh đời sống tâm linh, tham gia đời sống văn hóa vui chơi, giải trí và đời sống văn hóa qua các phương tiện truyền thông đại chúng của các nhóm trung lưu cũng khá đa dạng

và phong phú. Trong nhiều hình thức giải trí, xem tivi, sử dụng internet và đọc báo là những hoạt động được các nhóm trung lưu lựa chọn nhiều nhất. Đi du lịch, xem phim, triển lãm nghệ thuật đặc biệt là tham quan bảo tàng vẫn còn rất hạn chế. Điều này cho thấy, mức độ thụ hưởng văn hóa của các nhóm trung lưu Thành phố Hồ Chí Minh vẫn còn ở mức thấp so với tầng lớp trung lưu của nhiều nước phát triển trên thế giới.

Tài liệu tham khảo

- [1] C.Mác và Ph.Ăngghen (1998), *Tuyên ngôn của Đảng Công sản*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [2] Bùi Thế Cường (2015), *Bộ số liệu khảo sát định lượng Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam*, Đề tài KX.02.20/11-15, Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.
- [3] Trần Thị Minh Ngọc (2016), *Tầng lớp trung lưu trong phát triển xã hội và quản lý phát triển xã hội ở Việt Nam*, Đề tài cấp Nhà nước KX02.16/11-15.
- [4] Hoàng Phê (2014), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [5] Lê Kim Sa (2015), *Tầng lớp trung lưu ở Việt Nam: Quan điểm tiếp cận, thực tiễn phát triển và các kiến nghị về chính sách*, Báo cáo tổng hợp đề tài cấp Bộ, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
- [6] ADB (2010), *Special Chapter: The Rise of Asia's Middle Class*, Key Indicators for Asia - Pacific, September.
- [7] C. Wright Mills (1951), *White Color*, Oxford Lon Don.
- [8] Ekkehard Ernst (2015), *The Shrinking Middle Finance & Development*, IMF.
- [9] Kharas Homi, G. Gertz (2010), *The New Global Middle Class: A Crossover from East to West*, in *China's Emerging Middle Class: Beyond Economic Transformation*, Wolfesohn Center for Development at Brookings.
- [10] Victor T. King (2008), *The middle class class in southeast asia: diversities identities, comparisons and the Vietnamese case*, IJAPS, Vol. 4, No.2.
- [11] <http://dangcongsan.vn/thoi-su/tp-ho-chi-minh-giu-vung-vi-tri-dau-tau-kinh-te-cua-ca-quo-489955.html>