

HỆ GIÁ TRỊ XÃ HỘI CỦA THẾ HỆ Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN HỮU HOÀNG (*)
TRẦN VĂN HUẤN (**)

Tóm tắt: “Thế hệ Z” là khái niệm còn mới mẻ trong nhận thức và nghiên cứu hiện nay, phản ánh những đặc điểm tâm sinh lý của một nhóm xã hội đặc thù. Từ cuộc khảo sát xã hội học trực tuyến với 82 phiếu kết hợp với việc thu thập nguồn dữ liệu thứ cấp, bài viết phân tích hệ giá trị xã hội của thế hệ Z ở Thành phố Hồ Chí Minh qua 03 chiều cạnh cơ bản: (i) Hệ giá trị cuộc sống, (ii) Hệ giá trị quan hệ xã hội và (iii) Hệ giá trị lý tưởng, tình cảm và niềm tin; trong đó, có chú ý so sánh, đối chiếu hệ giá trị xã hội này đối với thế hệ X (người cao tuổi). Kết quả cho thấy, cùng với sự biến đổi về không gian và điều kiện sống ngày càng hiện đại, của quá trình hội nhập quốc tế,... thang bậc cũng như những hệ giá trị xã hội vừa nêu của thế hệ Z đang có những biến đổi đa chiều, phức tạp. Điều này khiến giới nghiên cứu, các nhà quản lý, các nhà giáo dục của Việt Nam cần quan tâm và có chính sách hành động kịp thời, hiệu quả trong thời gian tới.

Từ khóa: Hệ giá trị xã hội; thế hệ X; thế hệ Z; Thành phố Hồ Chí Minh.

Abstract: “Generation Z” is a new concept in perception and research today, reflecting the physiological characteristics of a particular social group. From the online sociological survey with 82 votes combined with the collection of secondary data sources, this article analyzes the basic social value system of the generation Z in Ho Chi Minh City now, through 3 basic dimensions in which attention is paid to compare with this social value system for the generation X (the elderly). The research results show that along with the changes in living space and increasingly modern living conditions, of the process of international integration,... the value level as well as the social value system according to the viewpoints and assessments of the generation Z have been having multidimensional and complex changes. This makes researchers, managers, and educators in Vietnam need to pay attention, have a timely and effective action policy in the coming time.

Keywords: Social value system; the generation X; the generation Z; Ho Chi Minh City.

Ngày nhận bài: 15/01/2021; Ngày sửa bài: 02/02/2021; Ngày duyệt đăng bài: 24/4/2021.

1. Mở đầu

Hiện tại, các nhà khoa học xã hội vẫn chưa thống nhất về định nghĩa và xác định về độ tuổi của thế hệ X và thế hệ Z. Tuy vậy, qua phân tích các khái niệm khác nhau của các nhà khoa học, bài viết này định nghĩa thế hệ Z là công dân của một quốc gia được sinh ra giai đoạn từ năm 1995 đến năm 2005, nghĩa là đến nay họ khoảng từ 15 đến 25 tuổi, còn thế hệ X là những người sinh ra từ những năm 50 của thế kỷ XX, đến nay khoảng 60 tuổi.

Theo kết quả Tổng điều tra Dân số và Nhà ở năm 2019, Việt Nam có khoảng 96,4 triệu dân, trong đó, thế hệ Z chiếm khoảng 13% dân số, thế hệ X chiếm khoảng 10% dân số⁽¹⁾. Khoảng thời gian thế hệ Z được

(*) Học viện Chính trị khu vực II;
Email: huuhoang.hcma2@gmail.com

(**) Học viện Chính trị khu vực II.

(1) Ban Chỉ đạo điều tra dân số và nhà ở Trung ương (2019), *Kết quả Tổng điều tra Dân số và Nhà ở thời điểm 0 giờ ngày 01 tháng 4 năm 2019*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, tr.61.

sinh ra, trưởng thành và thế hệ X già đi chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ từ sự xuất hiện Internet trên thế giới và nay là Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Thế hệ Z cũng như thế hệ X ở Việt Nam trong 25 năm qua đã chứng kiến sự du nhập cũng như phát triển mạnh mẽ của Internet từ năm 1997, quá trình hội nhập quốc tế và công cuộc đổi mới toàn diện, mạnh mẽ của đất nước trên nhiều lĩnh vực. Bối cảnh đó đã và đang tác động, làm biến đổi, dịch chuyển đa chiều và có phần phức tạp về suy nghĩ, tình cảm, kỳ vọng, nhận thức cũng như động cơ thúc đẩy hành động của người dân Việt Nam nói chung và thế hệ Z, thế hệ X nói riêng.

Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm quan trọng bậc nhất của Việt Nam về kinh tế, văn hoá, giáo dục và khoa học công nghệ. Việc nghiên cứu thử nghiệm về hệ giá trị xã hội của thế hệ Z trong mối tương quan, so sánh với thế hệ X ở địa bàn này qua một cuộc điều tra quy mô hẹp hứa hẹn sẽ mang kết quả nghiên cứu với nhiều vấn đề nổi bật, cấp thiết và nhiều bàn luận.

Như vậy, việc đặt trọng tâm nghiên cứu về hệ giá trị xã hội và sự biến đổi của nó ở thế hệ Z có tầm quan trọng, ý nghĩa nhất định, giúp các nhà khoa học, nhà lãnh đạo, quản lý và nhà giáo dục,... Các kết quả nghiên cứu góp phần dự báo được những biến đổi về hệ giá trị xã hội của thế hệ Z, qua đó, có chính sách định hướng, dẫn dắt kịp thời về tư tưởng, nhận thức và hành vi ở nhóm xã hội này phù hợp và hiệu quả.

2. Phương pháp nghiên cứu cụ thể

Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng bên cạnh phương

pháp nghiên cứu định tính. Kỹ thuật thu thập thông tin: kỹ thuật thu thập dữ liệu sơ cấp (qua điều tra bằng bảng câu hỏi) và thứ cấp (qua nghiên cứu tài liệu, công trình đi trước có liên quan).

Đối với thế hệ Z: Căn cứ mục tiêu nghiên cứu của bài viết là thí điểm nghiên cứu, tìm hiểu hệ giá trị xã hội thế hệ Z ở quy mô hẹp, cỡ mẫu nhỏ trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh nhằm thử nghiệm, kiểm định các ý tưởng và giả thuyết nghiên cứu nên tác giả chọn mẫu phi xác suất (non-probability)⁽²⁾ kiểu có chủ đích (judgmental sampling)⁽³⁾. Từ đây, việc thu thập thông tin được thực hiện bằng kỹ thuật điều tra xã hội học với 82 người thuộc thế hệ Z trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh tham gia trả lời đầy đủ nội dung của bảng hỏi trực tuyến.

Bảng hỏi được thiết kế trên “Google Biểu mẫu” - ứng dụng của phần mềm Google Drive. Bảng hỏi có gồm 13 câu hỏi, chia thành 3 nhóm hệ giá trị: (1). Hệ giá trị cuộc sống, (2). Hệ giá trị quan hệ xã hội và (3). Hệ giá trị lí tưởng, niềm tin và tình cảm. Chúng tôi lựa chọn người thoả mãn điều kiện và tiến hành gửi đường dẫn (link) Phiếu khảo sát trực tuyến để người thuộc thế hệ Z đọc và trả lời qua điện thoại thông minh, máy tính, laptop, ipad,... có kết nối mạng Internet.

Dữ liệu được “Google Biểu mẫu” thống kê trực tuyến và có thể kết xuất dữ liệu

⁽²⁾ Anol Bhattacharjee, Phan Việt Phong, Cao Ngọc Anh (2012), *Nghiên cứu khoa học xã hội: Nguyên tắc, phương pháp và thực hành*, tái bản lần 2 (tài liệu dịch), Copyright 2012 by Anol Bhattacharjee, tr.106.

⁽³⁾ Nguyễn Xuân Nghĩa (2019), *Phương pháp và kỹ thuật trong nghiên cứu khoa học xã hội*, Nxb. Thông tin truyền thông, Hà Nội, tr.85.

HỆ GIÁ TRỊ XÃ HỘI CỦA THẾ HỆ Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

bằng định dạng Microsoft Excel hoặc các phần mềm phân tích dữ liệu khác để phục vụ các phân tích chuyên sâu hơn khi cần thiết.

Bảng 1: Đặc điểm xã hội của thế hệ Z được điều tra

Đặc điểm thế hệ Z (n=82)	Giới tính			Nơi sống		Năm sinh	
	Nam	Nữ	Khác	Đô thị	Nông thôn	1995 - < 2000	>= 2000
Kết quả thu thập (%)	42,8	57,0	1,2	53,5	46,5	34,2	65,8

(Nguồn: Điều tra của tác giả)

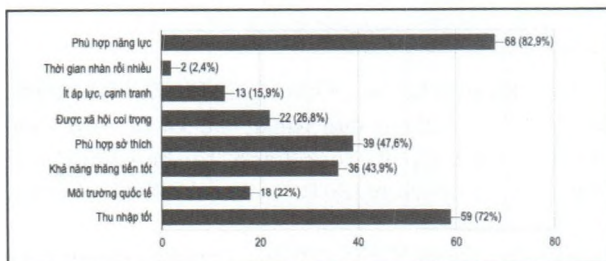
Đối với thế hệ X (người cao tuổi): Do phạm vi nghiên cứu hẹp, chủ yếu có tính thử nghiệm, thăm dò; đồng thời, bởi nhóm khách thể này là người cao tuổi, có những khó khăn nhất định trong tiếp cận, sử dụng Phiếu khảo sát trực tuyến nên bước đầu tác giả phân tích, đối sánh hệ giá trị xã hội của thế hệ X chỉ qua dữ liệu thứ cấp.

3. Một vài kết quả nghiên cứu và bàn luận chủ yếu

3.1. Hệ giá trị về cuộc sống

Thứ nhất, tiêu chí lựa chọn một công việc (việc làm) cũng như lí do giải thích cho sự lựa chọn công việc của thế hệ Z qua khảo sát có khuynh hướng hướng đến thực tế, thiết thực hơn, đồng thời, có sự dịch chuyển để tiệm cận với các giá trị xã hội mới, bối cảnh và điều kiện sống mới hiện nay.

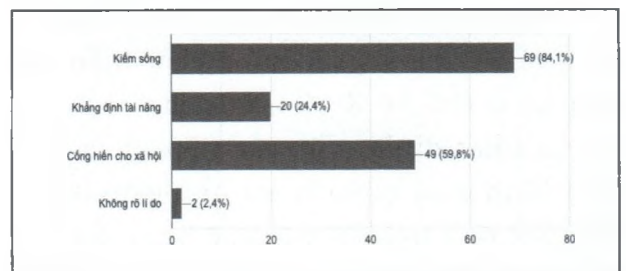
Biểu đồ 1: Tiêu chí lựa chọn công việc của thế hệ Z



Nguồn: Điều tra của tác giả

Kết quả khảo sát cho thấy, các tiêu chí (giá trị) chủ yếu thế hệ Z chọn công việc cho bản thân là: “phù hợp năng lực” (82,9%), “thu nhập tốt” (72,0%), “phù hợp sở thích” (47,6%), “khả năng thăng tiến tốt” (43,9%). Tiêu chí “môi trường quốc tế” tuy chỉ chiếm 22% nhưng đang cho thấy thế hệ Z dần mạnh dạn, dám dấn thân, khẳng định năng lực làm việc với tính hiện đại, chuyên nghiệp, sáng tạo cao hơn thay vì chỉ xem “thu nhập” như trước đây.

Biểu đồ 2: Tiêu chí lựa chọn công việc của thế hệ Z



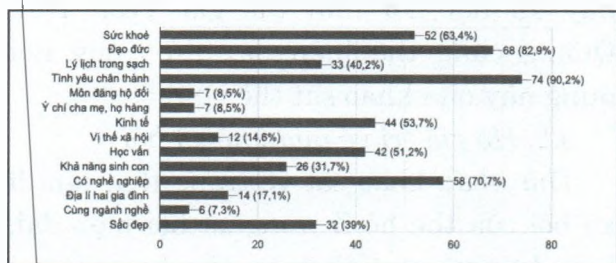
Nguồn: Điều tra của tác giả

Tiếp tục khảo sát về lí do giải thích cho việc đưa ra các tiêu chí lựa chọn công việc của bản thân, có 84,1% thế hệ Z trả lời “kiểm sống”. Nhưng ngoài ra, lí do “cống hiến cho xã hội” (59,8%) đang cho

thấy nhận thức khá chín chắn, đúng đắn và rõ ràng của thế hệ Z trong lựa chọn nghề nghiệp. Họ không quá cực đoan, đơn chiều mà hài hoà giữa giá trị cá nhân với giá trị xã hội, trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm xã hội. Điều này cũng là cách giới trẻ hướng đến và thể hiện nhu cầu vừa rất con người (nhu cầu kiếm sống sinh tồn) nhưng cũng thể hiện nhu cầu xã hội bậc cao (thể hiện và cống hiến cho cộng đồng) theo tháp nhu cầu của Maslow hay lí thuyết về sự lựa chọn hợp lí của các nhà xã hội học, kinh tế học trên thế giới mà George Homans là đại diện.

Thứ hai, giá trị xã hội của thế hệ Z về việc chọn vợ/ chồng (trong hôn nhân) đang cho thấy sự dịch chuyển gắn với giá trị mới, thiết thực và hợp lí nhưng những giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc Việt Nam vẫn được bảo lưu, gìn giữ và trân trọng.

Biểu đồ 3: Tiêu chí chọn vợ/ hoặc chồng của thế hệ Z



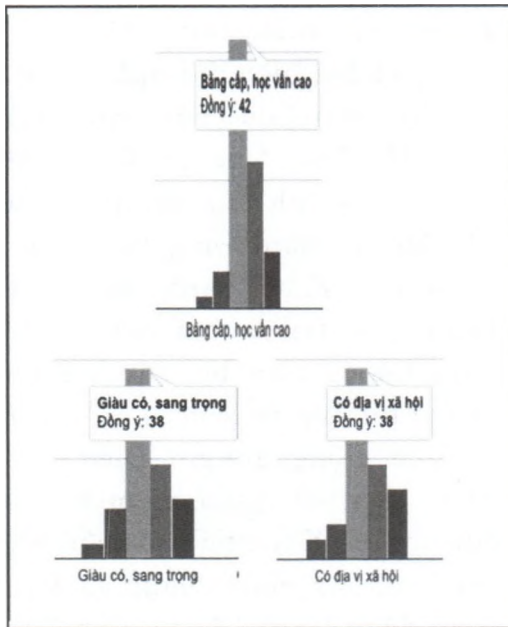
Nguồn: Điều tra của tác giả

Một số giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam lâu nay như “môn đăng hộ đối” (8,5%), “ý chí cha mẹ, họ hàng” (8,5%), “sắc đẹp” (39,0%), “khả năng sinh con” (31,7%),... có tỉ lệ thấp, dần ít được chú trọng, trong khi các giá trị truyền thống khác như “đạo đức” (82,9%), “tình yêu chân thành” (90,2%) vẫn được thế hệ

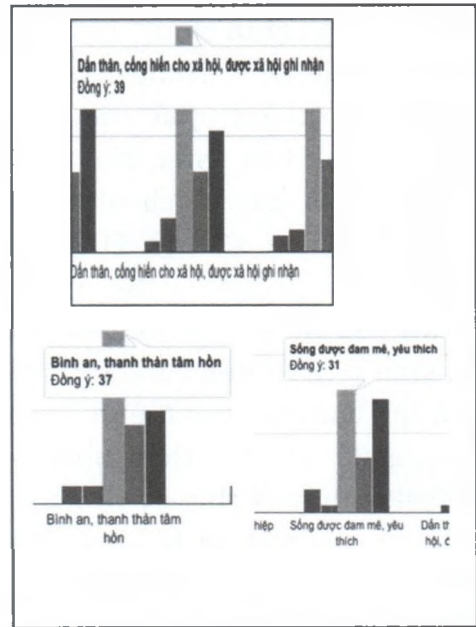
Z gìn giữ, tuân thủ... Các giá trị mới trong xã hội hiện đại ngày càng chi phối việc lựa chọn hôn nhân như “kinh tế đảm bảo” (53,7%), “sức khoẻ tốt” (63,4%),... Điều phản ánh mức độ ngày càng tự do và thực tế hơn trong lựa chọn bạn đời của thế hệ Z, bên cạnh tiếp nhận và hình thành giá trị xã hội mới về hôn nhân theo hướng tiến bộ, các giá trị truyền thống tốt đẹp về hôn nhân vẫn được thế hệ Z coi trọng, gìn giữ. Điều này có phần khác hẳn với quan niệm truyền thống của thế hệ X (người cao tuổi) khi họ cho rằng, những chuẩn mực và khuôn mẫu cộng đồng (trong đó có hệ giá trị xã hội về hôn nhân) được áp dụng kết hợp với truyền thống tộc họ tạo nên một thứ “áp lực văn hoá”, đảm bảo các thành viên phải sống tôn ti, trật tự và hành xử theo đúng phận vị của mình⁽⁴⁾.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu cho thấy, nhận thức của thế hệ Z về sự “thành đạt” bản thân đang phản ánh sự dung hợp, kế thừa và tiếp nhận giữa giá trị phổ quát xưa nay như “bằng cấp, học vấn cao”, “giàu có, sang trọng”, “có địa vị xã hội”, hay “sức khoẻ và tuổi thọ”,... với các giá trị như “dấn thân, cống hiến cho xã hội, được xã hội ghi nhận”, “sống được với đam mê, yêu thích”,... thậm chí là sự thừa nhận giá trị xã hội ngoài đặc tính bình thường nhất gắn với bối cảnh sống đầy biến động, hiện đại và sôi nổi của thế hệ Z là “bình an, thanh thản tâm hồn” trong khi đang ở giai đoạn tươi trẻ, hăng say và năng động nhất của đời người.

⁽⁴⁾ Nguyễn Phương Lan (2000), *Tiếp cận văn hoá người cao tuổi*, Nxb Văn hoá thông tin, Hà Nội, tr.46-47.



Hộp 1: Quan niệm thành đạt xưa nay theo thế hệ Z
(Đơn vị tính: lượt ý kiến)



Hộp 2: Giá trị mới về thành đạt theo thế hệ Z
(Đơn vị tính: lượt ý kiến)

Hiện trạng này soi rọi vào các lý thuyết nghiên cứu xã hội, nhất là lý thuyết hiện đại hoá là khá thống nhất. Theo tác giả Trần Hữu Quang (2005), sự đổi mới cách tiếp cận về lý thuyết hiện đại hoá đến nay được cụ thể hóa như sau: 1) Hiện đại hóa về kinh tế: gia tăng mức độ phân công lao động, sử dụng các kỹ thuật quản trị, các công nghệ mới, ...; 2) Hiện đại hóa về chính trị: phát triển các định chế chủ yếu như chính đảng, nghị viện, quyền bầu cử, tạo điều kiện cho người dân tham gia vào các quá trình ra quyết định; 3) Hiện đại hóa về văn hóa: quá trình thể tục hóa cái thiêng và hình thành tư tưởng quốc gia, dân tộc và 4) Hiện đại hóa về xã hội: gia tăng số người biết chữ, đô thị hoá, giảm thiểu các loại quyền lực cổ truyền, xuất hiện xu hướng tự do cá nhân.

Xã hội Việt Nam hiện nay đang trong tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Bốn khía cạnh quan trọng của lý thuyết

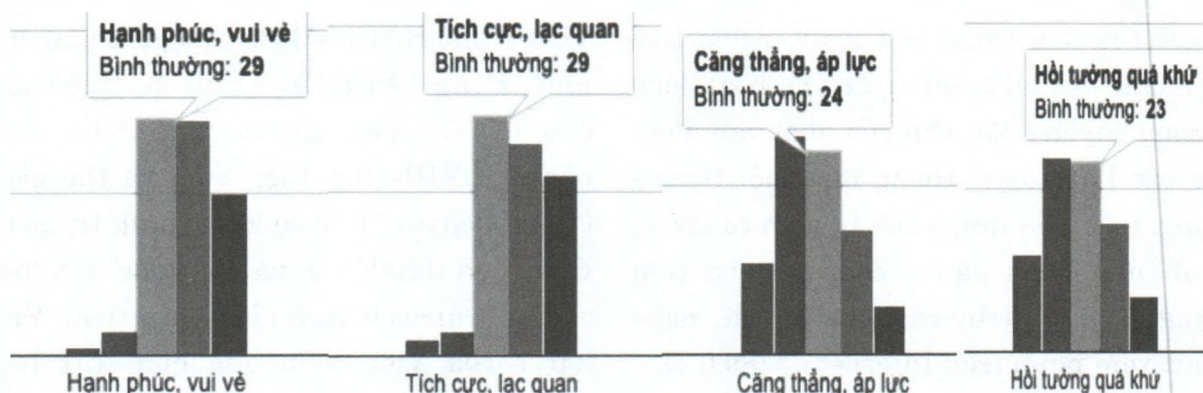
hiện đại hoá mà Trần Hữu Quang đã nêu cũng đang diễn ra trên đất nước ta nói chung, cũng như ở Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng. Và việc dịch chuyển, giao thời về giữa tính hiện đại trong văn hoá hay xã hội nói như tác giả Trần Hữu Quang cũng thể hiện đầy đủ trong nội dung này qua khảo sát thế hệ Z.

3.2. Hệ giá trị về quan hệ xã hội

Thứ nhất, khảo sát về trạng thái tâm lý xã hội của thế hệ Z trong xã hội hiện đại, hội nhập và có tính toàn cầu hoá cao tại Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy đang có sự đan xen giữa tâm lý tích cực (hạnh phúc, vui vẻ, lạc quan,...) cùng trạng thái bi quan, tiêu cực (chán nản, đau khổ, tuyệt vọng, cô đơn, hay hoài niệm, căng thẳng, áp lực⁽⁵⁾...) - vốn thường thấy ở thế hệ X.

⁽⁵⁾ Hoàng Mộc Lan (2008), *Những vấn đề tâm lý - xã hội của người cao tuổi Việt Nam*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội tr.45-46.

Biểu đồ 4: Trạng thái tâm lý chủ đạo của thế hệ Z (Đơn vị: lượt ý kiến)



Điều này vừa phản ánh đúng đặc tính tâm sinh lí và cả bối cảnh sống của thế hệ Z, song đồng thời cho thấy những khó khăn, căng thẳng, xung đột và phức tạp trong đời sống tinh thần mà thế hệ Z đang phải đương đầu ở xã hội hiện đại. Tuy nhiên, trạng thái *tâm lí tích cực* vẫn là chủ yếu, có số lượt ý kiến thế hệ Z lựa chọn cao hơn hẳn. Ngược lại, trạng thái tâm lí chủ đạo của thế hệ X (người cao

tuổi) khác hẳn thế hệ Z, đó chính là sự bi quan, chán nản, tự ti, mặc cảm với gia đình, tự dằn vặt,...⁽⁶⁾

Thứ hai, khảo sát các hoạt động thường nhật trong ngày cho thấy, thế hệ Z ngày càng ít dành thời gian cho các mối quan hệ gia đình, thân tộc (cha mẹ, anh chị em ruột, bạn bè thân thiết,...) như: “ăn cơm cùng gia đình” (45,1%), “quan tâm chăm sóc, động viên người thân” (47,6%),...

Bảng 2: Hoạt động chủ yếu trong ngày của thế hệ Z

Hoạt động	%
1. Thể dục, thể thao	40,2
2. Làm việc tại cơ quan, đơn vị	52,4
3. Đi tiếp khách, đối tác	9,8
4. Đi nhậu	8,5
5. Ăn cơm cùng gia đình	45,1
6. Dạy dỗ con cái	4,9
7. Quan tâm chăm sóc, động viên người thân	47,6
8. Học tập nâng cao thêm chuyên môn, kỹ năng	68,3
9. Đọc sách và viết nhật kí	28
10. Chơi game, chat (nói chuyện) với bạn bè trên mạng xã hội	69,5
11. Truy cập, đọc tin tức, xem phim, nghe nhạc trên mạng xã hội	89,0

Nguồn: Điều tra của tác giả

⁽⁶⁾ Hoàng Mộc Lan (2008), *Những vấn đề tâm lí - xã hội của người cao tuổi Việt Nam*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội tr.49.

Tuy thế hệ Z được khảo sát lại chú ý đến việc học hành, nâng cao chuyên môn (68,3%) nhưng trong một ngày, ngoài thời gian làm việc tại cơ quan, đơn vị, hoạt động thường xuyên nhất, chủ yếu nhất vẫn dành cho các hoạt động thông qua môi trường mạng, trên nền tảng thiết bị điện tử thông minh như “chơi game, chat bạn bè trên mạng (69,5%), “truy cập, đọc tin tức, nghe nhạc, xem phim trên Internet,...” (89,0%),... Khuynh hướng này phản ánh đúng bản chất thế hệ Z là thế hệ của công nghệ số; đặc biệt, điều này dường như đang phản ánh sự thu hẹp không gian sống trên thực tế/ thế giới thực và mở rộng không gian sống ảo/ thế giới ảo, chuyển từ cố kết xã hội sang đơn độc trong không gian ảo. Đáng chú ý, trong khi thế hệ Z đã và đang có nhiều điều kiện để cố kết hơn với gia đình và thân tộc, trở về nhiều hơn với cuộc sống “thực”, mở rộng quan hệ cộng đồng, xã hội,... thì họ lại chọn cuộc sống có phần cô đơn, trong thế giới “ảo”. Trái lại, thế hệ X kỳ vọng rằng, họ không sa vào hiện tượng “thoát li xã hội” của tuổi già, bởi họ ý thức được rằng chính nó là nguyên nhân gây ra sự trống vắng, cảm xúc cô đơn, thù địch trong họ. Họ ý thức mối quan hệ gia đình là mối quan hệ tin cậy, ổn định và rất bền vững⁽⁷⁾. Tuy nhiên, sự thất yếu về sinh học (sinh lí) của tuổi tác khiến thế hệ X không thể đạt được giá trị như thế hệ Z đang nắm giữ, có lợi thế.

Thứ ba, thế hệ Z không hẳn là thế hệ quá “hời hợt với thời cuộc” bởi qua khảo sát cho thấy có mức độ quan tâm đến các sự kiện chính trị và xã hội xung quanh cuộc sống, ở phạm vi địa phương của họ và

cả vấn đề quốc tế có tỉ lệ lựa chọn khá cao. Các vấn đề trong nước, cũng như của Thành phố Hồ Chí Minh thời gian gần đây như “Đồng bào miền Trung bị thiên tai, bão lũ” (71 lượt chọn), “tình hình dịch bệnh COVID-19 ở Việt Nam và thế giới” (70 lượt chọn), “Các sự kiện chính trị quan trọng của thành phố và đất nước” (48 lượt chọn), “Cải cách sách giáo khoa tiếng Việt lớp 1 của Việt Nam vừa qua” (31 lượt chọn),... có mức độ “khá quan tâm” và “rất quan tâm” cao hơn cả. Trong khi đó, các vấn đề khác như “top điện thoại mới nhất” (17 lượt chọn), “top GameMoblie mới ra mắt năm 2020” (11 lượt chọn), “phát ngôn gây “shock” của hotboy, hotgirl, idol, ca sĩ, diễn viên,...” (07 lượt chọn) có mức độ “khá quan tâm” và “rất quan tâm” thấp.

Về nội dung này, nhìn từ thế hệ X cho thấy, họ vẫn có sự quan tâm nhất định đến đời sống xã hội đang diễn ra, thậm chí sự quan tâm ấy trở thành nhu cầu lớn lao, thường trực⁽⁸⁾. Tuy vậy, thế hệ này bắt đầu hướng vào nội tâm với các nhu cầu cá nhân nhiều hơn, đồng thời “sự suy giảm của sự hứng thú đối với thế giới xung quanh” cũng xuất hiện nhiều và thường trực hơn trong họ⁽⁹⁾.

3.3. Hệ giá trị về lý tưởng, tình cảm và niềm tin

Thứ nhất, đối với thế hệ Z, “tình yêu tổ

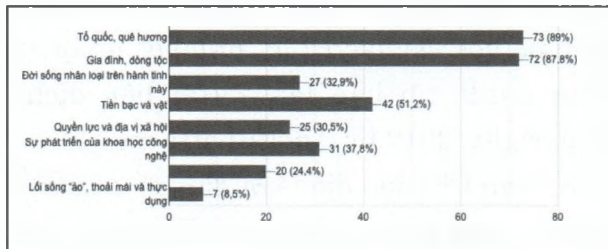
⁽⁷⁾ Hoàng Mộc Lan (2008), *Những vấn đề tâm lí - xã hội của người cao tuổi Việt Nam*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, tr.50-51,77.

⁽⁸⁾ Nguyễn Phương Lan (2000), *Tiếp cận văn hoá người cao tuổi*, Nxb. Văn hoá thông tin, Hà Nội, tr.42-43.

⁽⁹⁾ Hoàng Mộc Lan (2008), *Những vấn đề tâm lí - xã hội của người cao tuổi Việt Nam*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, tr.55, 78-79.

quốc, quê hương” (89,0%) vẫn là điều thiêng liêng và cao quý nhất trong suy nghĩ và tình cảm của họ, kể đến là “gia đình” (87,8%).

Biểu đồ 5: Điều “thiên liêng” và “quan trọng” của thế hệ Z



Nguồn: Điều tra của tác giả

Có sự mâu thuẫn đáng quan tâm giữa suy nghĩ và hành động thực tế khi nhiều dữ liệu cho thấy thế hệ Z ít quan tâm và ít dành thời gian tham gia các hoạt động của gia đình (Mục 3.2 đã phân tích) nhưng trong tình cảm và nhận thức của họ, gia đình vẫn là “nơi bình yên”, “là chốn đi về” của họ (có vẻ như giữa cái thế hệ Z nghĩ và cái mà thế hệ Z xử sự trong trường hợp này có vẻ khá mâu thuẫn). Bên cạnh đó, “tiền bạc, vật chất” vẫn là 1 trong 4 vấn đề quan trọng hàng đầu của thế hệ Z nhưng các giá trị nhân văn, nhân đạo như quan tâm đến “đời sống nhân loại trên hành tinh” (32,9%) - kết quả này khá thống nhất phản ánh sự quan tâm với các sự kiện chính trị - xã hội thế giới đã bàn luận ở trên.

Thứ hai, những giá trị, kì vọng mà thế hệ Z trả lời cho thấy có sự hỗn dung giữa giá trị tân thời như “sáng tạo và đổi mới” (56,1%); “tự chủ và độc lập công việc và cuộc sống” (82,9%),... với các giá trị truyền thống phổ quát như “tự do” (79,3%, “bình

đẳng” (73,2%), “dân chủ” (56,1%), “chăm chỉ” (48,8%),...

Kết quả này phản ánh sự tiếp thu và lĩnh hội nhanh quá trình xã hội hoá tri thức và giá trị phổ quát của nhân loại của thế hệ Z nhưng cũng phản ánh giá trị mới về mặt lí tưởng, khát vọng mới, táo bạo, chủ động, tích cực,... như đúng bản chất của thế hệ Z và thời đại thế hệ này được sinh ra, trưởng thành.

Thứ ba, qua khảo sát cho thấy, thế hệ Z có nhận thức, phán xét và cảm nhận riêng, sâu sắc, có chính kiến, tư duy phản biện, trăn trở không chỉ về nhiều vấn đề mới, hệ trọng của quốc gia mà còn của toàn cầu, nhân loại. Khảo sát cho thấy, thế hệ Z có nhiều đánh giá thể hiện sự sâu sắc, có tư duy, trăn trở thời cuộc khi ý kiến “khá đồng tình”, “rất đồng tình” cao hơn hẳn so với “rất không đồng tình” và “không đồng tình” ở một số vấn đề sau “Xã hội siêu thông minh (xã hội 5.0) và sự phát triển của khoa học công nghệ khiến con người sẽ bị thay thế bởi trí tuệ nhân tạo (AI)” (28/16 lượt chọn), “Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) làm cho con người còn lười biếng và chỉ biết thụ hưởng” (29/20 lượt chọn), “Xây dựng “xã hội siêu thông minh” thành phố thông minh cần có công dân thông minh” (37/8 lượt chọn), “Trong xã hội hiện đại, tính nhân ái trong cách ứng xử với nhau ngày càng giảm đi” (40/10 lượt chọn), hay “Con người đang huỷ diệt Trái Đất và chính sự sống của con người chứ không một lực lượng nào khác” (51/4 lượt chọn),... Kết quả này một lần nữa khẳng định, thế hệ Z không hẳn là thế

hệ “hời hợt” với thời cuộc, dù trong suy nghĩ và hành vi đang có nhiều giá trị chi phối, cũ - mới đan xen, thúc đẩy.

4. Kết luận

Thế hệ Z sinh ra và lớn lên trong thời đại với nhiều biến đổi không ngừng trên các lĩnh vực của đời sống xã hội, nhất là khoa học và công nghệ. Kết quả điều tra cho thấy, hệ giá trị của thế hệ Z ở thành phố Hồ Chí Minh trên 3 phương diện là (1). Hệ giá trị cuộc sống, (2). Hệ giá trị quan hệ xã hội và (3). Hệ giá trị lí tưởng, niềm tin và tình cảm đã và đang có nhiều biến đổi phức hợp, đa chiều. Một mặt, thế hệ Z đang cố gắng gìn giữ, kế thừa và cải biến các giá trị trong hệ giá trị xã hội cổ truyền phổ quát, tích cực của dân tộc nhưng đồng thời cũng mạnh dạn tiếp nhận các giá trị xã hội mới, có tính phổ quát của thế giới, phù hợp với đặc điểm của thế hệ Z, xu hướng phát triển chung của đất nước và nhân loại.

Phần đa thế hệ Z đang trong độ tuổi thanh niên theo Luật Thanh niên năm 2020 và thế hệ X được xếp vào nhóm người cao tuổi theo Luật Cao tuổi Việt Nam năm 2010. Đây là 2 nhóm xã hội đặc thù, quan trọng trong cơ cấu dân số, cấu trúc xã hội Việt Nam. Việc nghiên cứu hệ giá trị xã hội của 2 nhóm đối tượng này một cách sâu sắc và thực chứng hơn sẽ góp phần cung cấp luận cứ cần thiết trong hoạch định và thực thi hệ thống chính sách nhằm giải quyết các vấn đề khởi phát từ biến đổi hệ giá trị xã hội của 2 nhóm đối tượng đặc thù này, đồng thời, thúc đẩy xã hội phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alecxandrova, M.D. (1980), *Những vấn đề xã hội và tâm lí của lão khoa*, Nxb. Khoa học Matxcova, Matxcova.
2. Anol Bhattacharjee, Phan Viết Phong, Cao Ngọc Anh (2012), *Nghiên cứu khoa học xã hội: Nguyên tắc, phương pháp và thực hành*, tái bản lần 2 (tài liệu dịch), Copyright 2012 by Anol Bhattacharjee.
3. Ban Chỉ đạo điều tra dân số và nhà ở Trung ương (2019), *Kết quả Tổng điều tra Dân số và Nhà ở thời điểm 0 giờ ngày 01 tháng 4 năm 2019*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
4. Nguyễn Hữu Hoàng, Bùi Nghĩa (2020), *Chính sách đối với người cao tuổi ở Việt Nam hiện nay: Thành tựu và định hướng cho một xã hội “già hoá chủ động”*, Nxb. Đại học quốc gia, TP. Hồ Chí Minh.
5. John J. Macionis (1987), *Xã hội học* (sách dịch), Nxb. Thống kê, Hà Nội.
6. Nguyễn Phương Lan (2000), *Tiếp cận văn hoá người cao tuổi*, Nxb. Văn hoá thông tin, Hà Nội.
7. Hoàng Mộc Lan (2008), *Những vấn đề tâm lí - xã hội của người cao tuổi Việt Nam*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội.
8. Nguyễn Xuân Nghĩa (2019), *Phương pháp và kỹ thuật trong nghiên cứu khoa học xã hội*, Nxb. Thông tin truyền thông, Hà Nội.
9. Simone De Beauvoir (1998), *Tuổi già* (sách dịch) (tập 1,2), Nxb. Phụ nữ, Hà Nội.
10. Lương Đức Thiệp (2018), *Xã hội Việt Nam*, Nxb. Hội Nhà văn, Hà Nội.
11. Lương Đức Thiệp (2017), *Xã hội Việt Nam - khảo luận lịch sử và xã hội từ sơ sử đến cận đại*, Nxb. Tri thức, Hà Nội.