

Hệ giá trị của người trưởng thành Việt Nam theo lý thuyết của Schwartz

Trương Thị Khánh Hà*

Tóm tắt: Bài báo trình bày kết quả khảo sát 1565 người trưởng thành trên địa bàn Hà Nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh bằng bảng khảo sát giá trị của Schwartz. Kết quả nghiên cứu khẳng định người dân Việt Nam, cũng giống như người dân các nước, coi trọng sự an toàn của đất nước và của bản thân, sự đúng mực, lòng nhân ái, sự bình đẳng và hoà bình. Một điểm nổi bật là người Việt Nam đề cao các giá trị truyền thống và ít coi trọng giá trị độc lập trong suy nghĩ và hành động hơn người dân các nước khác. Bài viết cũng đưa ra những so sánh để thấy sự giống nhau và khác nhau trong hệ giá trị giữa nam, nữ, và giữa một số nhóm nghề nghiệp khác nhau.

Từ khoá: Giá trị, hệ giá trị, lý thuyết giá trị của Schwartz, người trưởng thành Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Giá trị của cá nhân hay cộng đồng là quan điểm, niềm tin về cái đúng, cái đẹp, cái quan trọng, cần thiết và có ý nghĩa đối với cuộc sống của cá nhân hay cộng đồng đó. Giá trị có vai trò quan trọng, có khả năng thúc đẩy hành vi, hoạt động của con người. Mỗi người, mỗi cộng đồng thường hướng tới không chỉ một giá trị, mà cùng lúc hướng tới nhiều giá trị. Các giá trị khác nhau được sắp xếp theo hệ thống nhất định tạo thành hệ giá trị.

Hệ giá trị của mỗi cá nhân, nhóm, cộng đồng khá ổn định nhưng không bất biến, nó luôn chịu sự tác động của nền văn hóa, xã hội, lịch sử. Mỗi dân tộc trong những hoàn cảnh lịch sử và xã hội cụ thể đều có những giá trị chung nhất, mang tính phổ quát, có vai trò định hướng đối với tư duy và hành động của cả cộng đồng.

Chính vì vậy, việc tìm hiểu hệ giá trị của những người thuộc nhóm xã hội nhất định trong giai đoạn lịch sử nhất định, luôn là vấn đề quan

trọng, giúp xây dựng định hướng giá trị phù hợp hơn trong bối cảnh xã hội luôn biến đổi.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi muốn tìm hiểu hệ giá trị của những người trưởng thành ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu vừa là những dữ liệu để so sánh đối chiếu với các kết quả nghiên cứu trước đó, vừa là cơ sở khoa học cho việc định hướng giáo dục giá trị cho người dân trong bối cảnh hội nhập và phát triển hiện nay.

2. Cách tiếp cận nghiên cứu hệ giá trị

Trên thế giới có rất nhiều công trình nghiên cứu về hệ giá trị của người dân, trong số đó phải kể đến 3 tác giả nổi bật, đó là Milton Rokeach, Ronald Inglehart, và Shalom H. Schwartz.

Rokeach, 1954, đã phát triển Bảng khảo sát giá trị Rokeach (RVS – Rokeach Value Survey) để đánh giá hệ thống giá trị của cá nhân. Ông cho rằng con người có hai hệ thống giá trị là giá trị đích và giá trị công cụ. Giá trị đích là những giá trị mà chúng ta hướng tới trong cuộc sống, là những mục đích của sự tồn tại đang để đạt được đối với cá nhân và xã hội. Giá trị công cụ là giá trị cần có để đạt được giá trị đích. Đầu tiên Rokeach đưa ra 12 giá trị đích và 12 giá trị công cụ. Sau nhiều lần chuẩn hóa và chỉnh sửa,

* PGS TS; Khoa Tâm lý học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG Hà Nội,
Email: truongkhanhha@yahoo.co.uk
tkha@vnu.edu.vn

ông đã đưa ra Bảng khảo sát giá trị gồm 18 giá trị đích và 18 giá trị công cụ. Theo Rokeach, những giá trị này là tương đối phổ quát và có trong tất cả các nền văn hóa. Tuy nhiên mỗi cá nhân và mỗi nền văn hóa có sự lựa chọn những giá trị ưu tiên theo các thứ bậc khác nhau (Rokeach 1973).

Inglehart, 1977, đã đưa ra *Lý thuyết biến đổi giá trị giữa các thế hệ*. Theo ông, có sự chuyển dịch sự ưu tiên các giá trị của con người từ xã hội hiện đại sang xã hội hậu hiện đại. Mục đích xã hội cốt lõi của quá trình hiện đại hóa là tăng trưởng kinh tế (*materialism*). Nhưng khi nguy cơ thiếu đói không còn là một mối quan tâm trọng yếu thì các giá trị phổ biến đã dần dần thay đổi ở các xã hội hậu hiện đại (*post-materialism*). An ninh kinh tế tuy vẫn còn là

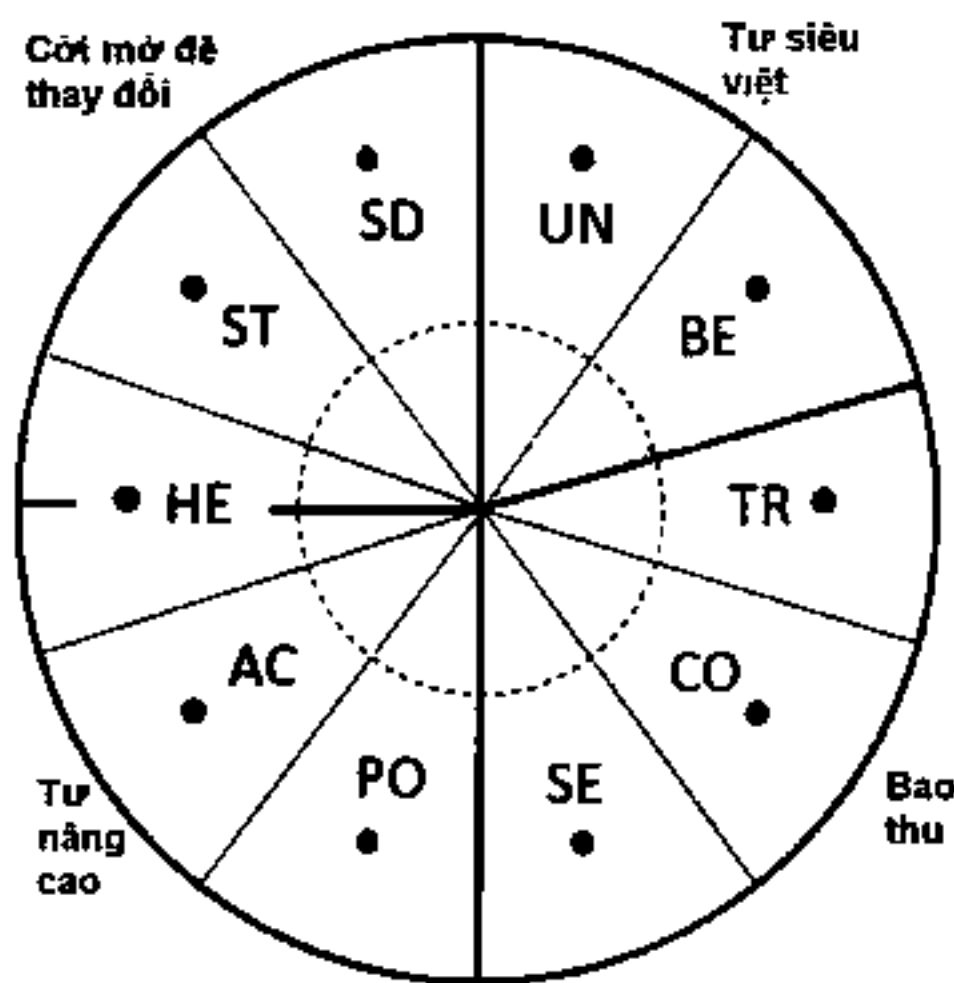
mong muốn của bất cứ ai nhưng nó không còn là điều được ưu tiên nhiều nhất, người ta chuyển sự ưu tiên sang các vấn đề liên quan đến an ninh con người (chất lượng sống, hạnh phúc cá nhân) (Inglehart 1977).

Schwartz, 1992, là người đã kế thừa lý thuyết giá trị của Rokeach và đưa ra lý thuyết về các giá trị cơ bản của con người (*Theory of basic human values*). Theo ông, giá trị là những nguyên tắc dẫn đường trong cuộc sống hoặc là những mục tiêu tổng thể quy định hành động của con người (Schwartz 1992). Ông đã nghiên cứu và xây dựng bảng khảo sát giá trị (*Profile Value Questionnaire - PVQ*) để khảo sát 10 giá trị thúc đẩy được công nhận rộng rãi ở mọi nền văn hóa (xem bảng 1).

Bảng 1. Các giá trị cơ bản theo lý thuyết của Shalom H. Schwartz

Các giá trị	Nội hàm (ví dụ)
<i>Quyền lực</i> Power (PO)	Vị thế xã hội, đẳng cấp, sự kiểm soát hay quyền hạn đối với con người và các nguồn lực (quyền lực xã hội, uy tín, và sự giàu có).
<i>Thành đạt</i> Achievement (AC)	Sự thành công của cá nhân thể hiện ở khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn của xã hội hiện đại (sự thành công, năng lực, tham vọng, và sự ảnh hưởng).
<i>Hưởng thụ</i> Hedonism (HE)	Cảm giác hài lòng của bản thân (sự vui thích, sự tận hưởng cuộc sống, và sự hưởng thụ)
<i>Kích thích</i> Stimulation (ST)	Hứng thú, mới lạ, và thách thức trong cuộc sống (táo bạo, một cuộc sống phong phú và sôi động)
<i>Tự định hướng</i> Self-direction (SD)	Độc lập trong suy nghĩ và hành động (sáng tạo, tự do, độc lập, tò mò, và tự lựa chọn mục tiêu).
<i>Giá trị toàn cầu</i> Universalism (UN)	Sự hiểu biết, kiên nhẫn, đánh giá, bảo vệ con người và thiên nhiên (suy nghĩ cởi mở, thông thái, công bằng, bình đẳng xã hội, hòa bình thế giới, hài hòa với thiên nhiên, bảo vệ môi trường).
<i>Lòng nhân ái</i> Benevolence (BE)	Quan tâm đến mọi người xung quanh (giúp đỡ, chung thủy, tình nghĩa, khoan dung, tha thứ)
<i>Truyền thống</i> Tradition (TD)	Tôn trọng, cam kết và chấp nhận truyền thống văn hóa hoặc những qui điều tôn giáo (kính trọng cha mẹ và người cao tuổi, tôn trọng truyền thống, nghi lễ tôn giáo, chấp nhận phần của mình trong cuộc sống).
<i>Đúng mực</i> Conformity (CO)	Kiểm chế các hành động thái quá và các xung động có thể gây khó chịu hoặc tổn hại đến người khác, kiểm chế các hành vi vi phạm các chuẩn mực xã hội (khiêm nhường, lịch sự, tuân thủ qui định, hoà đồng).
<i>An toàn</i> Security (SE)	Sự an toàn và ổn định của xã hội, của các mối quan hệ và của bản thân (sự an toàn của gia đình, an ninh quốc gia, trật tự xã hội, vệ sinh an toàn, và sức khỏe).

Mười giá trị này có quan hệ thâm nhập lẫn nhau, tạo thành một cấu trúc (xem hình 1), trong đó, mỗi giá trị tương quan thuận với giá trị liền kề, và tương quan nghịch với giá trị đối diện trong vòng tròn. Cơ sở lý luận cho nhận định về các mối quan hệ nêu trên nằm ở chỗ, người ta có thể dễ dàng theo đuổi các giá trị liền kề trong vòng tròn với cùng một hành động, trong khi không thể đồng thời theo đuổi các giá trị nằm đối diện trong vòng tròn (Schwartz 1992, 2006).



Hình 1. Các giá trị cơ bản trong lý thuyết của Schwartz được sắp xếp theo thứ tự trên hình tròn.

Chú thích: Quyền lực (PO), Thành đạt (AC), Hương thụ (HE), Kích thích (ST), Tự định hướng (SD), Giá trị toàn cầu (UN), Nhân ái (BE), Truyền thống (TD), Đúng mực (CO), An toàn (SE).

Schwartz đã đưa ra hai chiều cạnh đo lường, cho phép sắp xếp 10 giá trị thành 4 nhóm: Tự nâng cao (self-enhancement) đối diện với tự siêu việt (self-transcendence) và bảo thủ (conservatism) đối diện với cởi mở để thay đổi (openness to change). Tự nâng cao bao gồm các giá trị quyền lực, thành đạt, và hương thụ; Tự siêu việt bao gồm các giá trị nhân ái và giá trị toàn cầu; Bảo thủ bao gồm các giá trị truyền thống, đúng mực, và an toàn; Cởi mở để thay đổi bao gồm các giá trị kích thích và tự định hướng.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi lựa chọn bảng khảo sát của Schwartz, vì nó được sử dụng rộng rãi trên nhiều nước trên thế giới trong khoảng hai chục năm gần đây, và đã chứng tỏ được tính phổ quát của nó ở nhiều nền văn hoá.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Trong một hệ các giá trị, có những giá trị được mọi người ưu tiên lựa chọn nhiều hơn các giá trị khác, nhờ đó các giá trị được sắp xếp theo một trình tự ưu tiên nhất định, tạo thành thang giá trị. Thang giá trị không phải tự nhiên sinh ra, mà được hình thành và phát triển, biến đổi theo thời gian cùng với sự phát triển, biến đổi của xã hội loài người, của dân tộc, của cộng đồng, của từng cá nhân (Phạm Minh Hạc 2010).

Câu hỏi đặt ra khi chúng tôi tiến hành nghiên cứu này là hệ giá trị của những người trưởng thành ở Việt Nam hiện nay có thứ bậc như thế nào theo thang đo của Schwartz? Các nhóm xã hội khác nhau (công nhân, nông dân, giáo viên, người làm nghề kinh doanh, nam, nữ) có thang giá trị khác nhau hay không?

4. Giả thuyết nghiên cứu

Theo sự tổng hợp mang tính đúc kết của các nghiên cứu, người Việt Nam coi trọng những giá trị như: Lòng yêu nước, thương người; Ý thức cộng đồng; Trọng tình, trọng nghĩa; Coi trọng việc học; Hòa hòa trong ứng xử, Giản dị trong lối sống; Cần cù trong lao động; Bôn phân trách nhiệm (với gia đình, dòng họ, quê hương, đất nước) (Phạm Minh Hạc 2010). Vì vậy, theo chúng tôi những giá trị an toàn, truyền thống, đúng mực, nhân ái, giá trị toàn cầu theo thang đo giá trị của Schwartz sẽ được những người tham gia nghiên cứu coi là quan trọng nhất. Những giá trị như: Hương thụ; khám phá cái mới; quyền lực không phải là những giá trị được đề cao. Bên cạnh đó, các nhóm xã hội khác nhau có những thứ bậc ưu tiên giá trị khác nhau.

5. Địa bàn và khách thể

Việc khảo sát được tiến hành vào tháng 3 đến tháng 5 năm 2014 trên địa bàn thành phố và ngoại ô của Hà Nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh. Trước tiên chúng tôi liên hệ với các trường phổ thông THCS và THPT trên các địa bàn cần khảo sát. Sau khi nhận được sự đồng ý của Ban giám hiệu, giáo viên chủ nhiệm lớp và học sinh từ lớp 8 đến lớp 12, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát học sinh, sau đó gửi bảng khảo sát về cho cha mẹ học sinh và nhận lại bảng trả lời của cha mẹ thông qua các em. Việc

giữ bí mật thông tin cá nhân, giới thiệu về mục tiêu và nội dung nghiên cứu được nêu rõ cho từng khách thể trong thư gửi kèm.

Phiếu được phát cho 1740 người, thu về 1565 phiếu hợp lệ, trong đó có 767 nam (chiếm 49%), 798 nữ (chiếm 51%). Phân bố khách thể theo địa bàn: Hà Nội 505 người (chiếm 32,3%); Huế 528 người (chiếm 33,7%); Hồ Chí Minh 532 người (chiếm 34%). Có một số người không trả lời các câu hỏi về trình độ học vấn, nghề nghiệp, điều kiện kinh tế. Số còn lại được phân bố như sau:

Bảng 2: Mô tả khách thể (Tỷ lệ trên tổng số khách thể)

Các tiêu chí		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Trình độ học vấn	Tiểu học	95	6
	Trung học cơ sở	364	23,2
	Trung học phổ thông	543	34,6
	Trung cấp	46	3
	Đại học	295	18,8
	Sau đại học	33	2
Nghề nghiệp	Cán bộ công chức, văn thư, kỹ sư	222	14
	Giáo viên, giảng viên	133	8,5
	Bác sĩ, y tá, dược sĩ, điều dưỡng viên	49	3,1
	Bộ đội, công an, cảnh sát	52	3,3
	Kinh doanh, buôn bán nhỏ	292	18,6
	Các nghề dịch vụ: Cắt tóc, thợ may, lái xe, các công việc tự do	126	8
	Nội trợ, hưu trí	178	11,3
	Nông dân	180	11,5
	Công nhân	130	8,3
	Các nghề khác	165	10,5
Điều kiện kinh tế	Nghèo	53	3,4
	Dưới mức trung bình	44	2,8
	Trung bình	782	50
	Trên trung bình	366	23,4
	Khá	265	16,9
	Giàu	13	0,8

Có thể thấy, đây là những người ở tuổi trưởng thành, đã kết hôn và có con, có điều kiện sống chủ yếu ở mức trung bình và trên trung bình. Nhìn chung họ đều có nghề nghiệp hoặc các công việc khác nhau để làm. Phân bố khá

đều nhau theo giới tính và theo địa bàn Hà Nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh.

6. Công cụ nghiên cứu

Bảng khảo sát giá trị PVQ (*Profile Value Questionnaire*) gồm 40 items, mô tả ngắn gọn 40 chân dung, thông qua mục tiêu, khát vọng hay mong muốn của họ, ngầm ám chỉ tầm quan trọng của một trong 10 giá trị cơ bản đối với người đó. Ví dụ:

Item “Đối với anh ấy quan trọng là nghĩ ra những điều mới mẻ hoặc luôn sáng tạo. Anh ấy thích làm mọi việc theo cách độc đáo riêng của mình” mô tả một người mà đối với anh ta, giá trị “tự định hướng” là rất quan trọng.

Item “Đối với anh ấy quan trọng là trở nên giàu có. Anh ấy muốn có nhiều tiền và những đồ vật đắt giá” mô tả một người mà đối với anh ta, giá trị “quyền lực”, giàu có, là rất quan trọng

Item “Đối với anh ấy, sự an toàn của đất nước là rất quan trọng. Anh ấy cho rằng chính phủ cần luôn sẵn sàng để chống lại những mối đe dọa từ bên ngoài cũng như bên trong” mô tả một người mà đối với anh ta, giá trị “an toàn” của đất nước là rất quan trọng.

Item “Anh ấy cho rằng làm mọi việc theo cách truyền thống là tốt nhất. Đối với anh ấy, giữ gìn phong tục tập quán là điều quan trọng” mô tả một người mà đối với anh ta, giá trị “truyền thống” là rất quan trọng.

Nhà nghiên cứu đề nghị người trả lời đánh giá xem họ giống hay không giống với những chân dung được mô tả tới mức nào. Ứng với mỗi item có 6 phương án lựa chọn: 1 = Không giống tôi chút nào, 2 = Không giống tôi, 3 = Ít giống tôi, 4 = Khá giống tôi, 5 = Giống tôi, và 6 = Rất giống tôi. Người trả lời đánh dấu X vào ô mà anh ta cho là phù hợp nhất với mình. Khi người trả lời là nữ thì những đại từ “Anh ấy” trong bảng khảo sát được thay bằng “Cô ấy”.

Bảng khảo sát đã được chuyển ngữ và sử dụng trong nghiên cứu hệ giá trị ở sinh viên Việt Nam (Trương Thị Khánh Hà và cộng sự 2013).

Độ tin cậy bên trong theo hệ số *Cronbach alpha* của từng tiểu thang đo, và của toàn thang đo như sau:

Bảng 3: Độ tin cậy của từng tiểu thang đo, và của toàn thang đo

Các giá trị	Các items	Độ tin cậy
Quyền lực - Power	2, 17, 39	0.63
Thành đạt - Achievement	4, 13, 24, 32	0.71
Hưởng thụ - Hedonism	10, 26, 37	0.60
Kích thích - Stimulation	6, 15, 30	0.63
Tự định hướng - Self-direction	1, 11, 22, 34	0.62
Giá trị toàn cầu - Universalism	3, 8, 19, 23, 29, 40	0.77
Nhân ái - Benevolence	12, 18, 27, 33	0.66
Truyền thống - Tradition	9, 20, 25, 38	0.52
Đúng mực - Conformity	7, 16, 28, 36	0.56
An toàn - Security	5, 14, 21, 31, 35	0.70
TOÀN THANG ĐO		0.91

Đa số các tiểu thang đo có hệ số tin cậy *Cronbach alpha* không cao, nhưng đều ở mức chấp nhận được (từ 0.6 đến 0.7). Chỉ có hệ số tin cậy của tiểu thang đo giá trị “truyền thống” và giá trị “đúng mực” mới chỉ ở mức gần chấp nhận được. Rất có thể cách hiểu về giá trị “truyền thống” và giá trị “đúng mực” ở phương Tây và phương Đông có những điểm khác nhau, do đó các items thể hiện các giá trị này chưa thật sự phù hợp với văn hoá Việt Nam.

Độ tin cậy phân đôi ở mức tương đương khi tách đôi nhóm mẫu thành hai nhóm: Nông thôn và thành phố. Điều này chứng tỏ thang đo có tính ổn định tốt.

Bên cạnh đó, hệ số tin cậy *Cronbach alpha* của toàn thang đo ở mức cao (lớn hơn 0.90). Hệ

số tương quan Pearson giữa điểm của mỗi item với tổng số điểm của các items còn lại (corrected item-total correlation) của toàn bộ thang đo ở mức chấp nhận được, biến thiên từ 0.32 đến 0.55.

7. Kết quả nghiên cứu

7.1. Thang giá trị chung của người trưởng thành

Dựa trên điểm trung bình của từng giá trị, kết quả thu được theo thứ tự từ cao xuống thấp trên tổng thể tất cả các khách thể như sau:

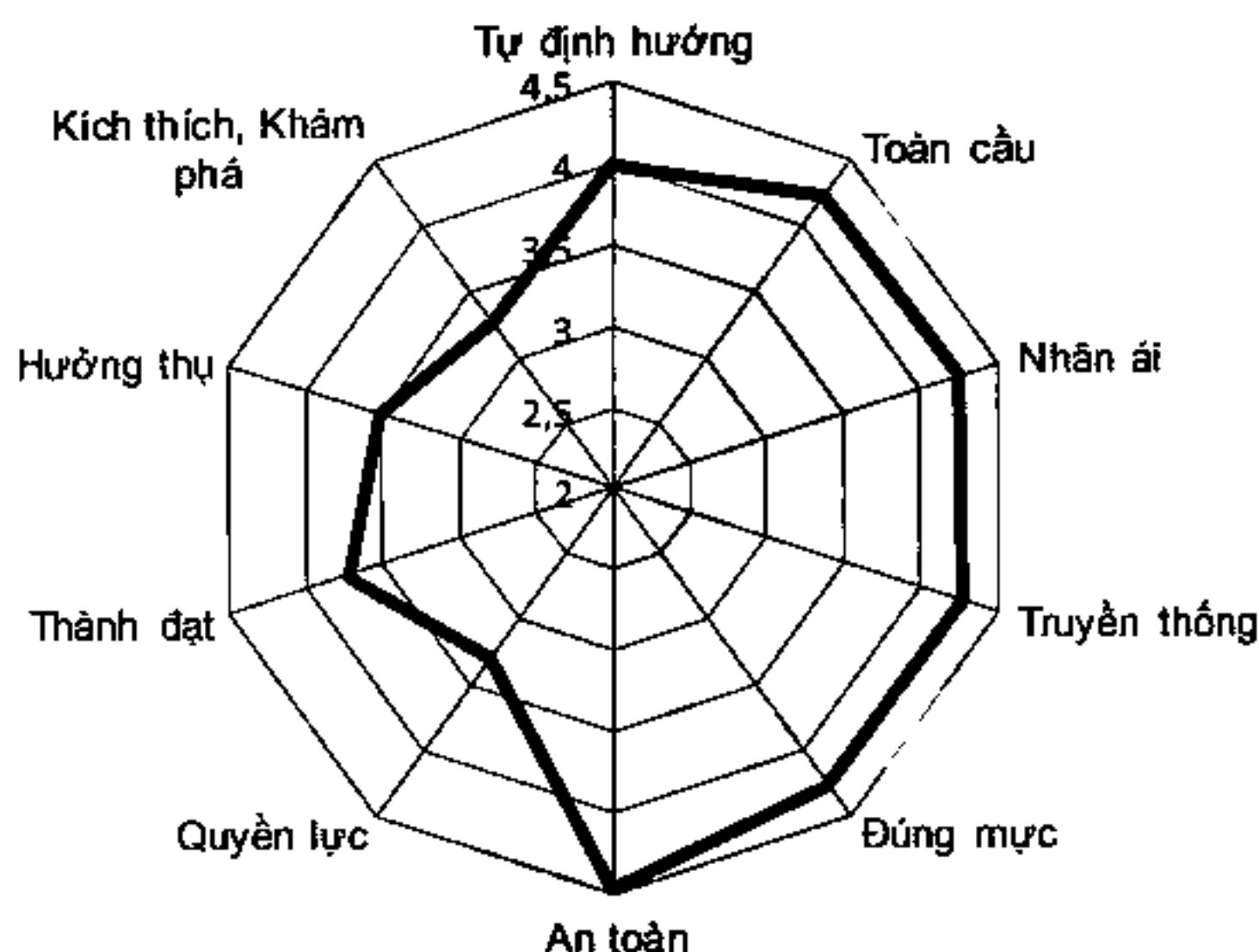
Bảng 4: Điểm trung bình từng giá trị

Các giá trị	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
1. An toàn	4,48	0,54
2 Truyền thống	4,27	0,56
3. Đúng mực	4,26	0,63
4. Nhân ái	4,25	0,53
5. Giá trị toàn cầu	4,21	0,49
6. Tự định hướng	3,98	0,49
7. Thành đạt	3,72	0,63
8. Hướng thụ	3,52	0,81
9 Quyền lực	3,29	0,81
10 Kích thích	3,26	0,79
Trung bình toàn thang đo	3,99	

Nếu biểu diễn trên hình tròn các giá trị của Schwartz, ta thấy các giá trị ở nửa bên phải hình

tròn có điểm trung bình cao hơn các giá trị nằm ở nửa bên trái hình tròn.

Hình 2. Điểm trung bình các giá trị trên hình tròn giá trị của Schwartz



Như vậy, năm giá trị được những người trưởng thành ở Việt Nam đề cao nhất (xem bảng 4) theo thứ tự là:

(1) **An toàn**: Bao gồm Sự an toàn của đất nước; Một xã hội ổn định, trật tự, Sự ngăn nắp, sạch sẽ; Sức khoẻ của cá nhân; Môi trường sống an toàn.

(2) **Truyền thống**: Có hiếu với cha mẹ; Kính trọng người cao tuổi; Thờ cúng tổ tiên; Giữ gìn phong tục tập quán; An phận.

(3) **Đúng mực**: Khiêm nhường; Ứng xử lịch sự; Tuân thủ qui định; Hoà đồng với mọi người xung quanh.

(4) **Nhân ái**: Quan tâm, giúp đỡ mọi người; Chung thủy, tình nghĩa; Khoan dung, tha thứ.

(5) **Giá trị toàn cầu**: Công bằng; Bình đẳng; Tôn trọng con người; Hoà bình thế giới; Bảo vệ thiên nhiên.

Kết quả này phù hợp với các kết quả của một số nghiên cứu trước đây, cho thấy ở các nền văn hoá cộng đồng, con người đề cao các giá trị *an toàn, nhân ái, truyền thống, đúng mực*, hơn so với các giá trị *tự định hướng, hưởng thụ*,

thành đạt, kích thích (Schwartz 2002). Kết quả này cũng khá phù hợp với nhận định mang tính đúc kết, dựa trên việc tổng hợp các nghiên cứu đi trước, của tác giả Phạm Minh Hạc, khi cho rằng, hệ giá trị của dân tộc Việt Nam gồm các giá trị nổi bật như: Lòng yêu nước, thương người; Ý thức cộng đồng; Trọng tình, trọng nghĩa; Coi trọng việc học; Hải hòa trong ứng xử; Giản dị trong lối sống; Cần cù trong lao động; Bền phận trách nhiệm (với gia đình, dòng họ, quê hương, đất nước) (Phạm Minh Hạc 2010). Phân tích đối chiếu đúc kết của tác giả Phạm Minh Hạc với kết quả nghiên cứu, có thể thấy rằng chúng khá phù hợp với nhau:

“Lòng yêu nước” thể hiện ở việc đề cao giá trị **An toàn**: Sự an toàn của đất nước, một xã hội ổn định, trật tự, hoà bình. Lòng yêu nước thể hiện rõ nét ở mỗi người dân khi có giặc ngoại xâm hay khi có sự đe dọa đến an ninh quốc gia. Lòng yêu nước cũng thể hiện ở sự bất bình của người dân trước những việc làm ảnh hưởng đến trật tự văn minh xã hội, ảnh hưởng đến môi trường sống an toàn của người dân.

“Bốn phận trách nhiệm” thể hiện ở việc đề cao giá trị *Truyền thống*: Có hiếu với cha mẹ; kính trọng người cao tuổi; thờ cúng tổ tiên; giữ gìn phong tục tập quán; an phận.

“Trọng tình, trọng nghĩa, thương người như thể thương thân” thể hiện ở việc đề cao giá trị *Nhân ái*: Quan tâm, giúp đỡ mọi người; chung thủy, tình nghĩa; khoan dung, tha thứ.

“Ý thức cộng đồng; hài hòa trong ứng xử; giản dị trong lối sống” thể hiện ở việc đề cao giá trị *Đúng mực*: Khiêm nhường; ứng xử lịch sự; tuân thủ qui định; hoà đồng với mọi người xung quanh.

Chúng tôi cho rằng nên thêm một giá trị nữa vào đúc kết của tác giả Phạm Minh Hạc về hệ giá trị của người Việt Nam, đó là “Yêu chuộng hoà bình, công lý” thể hiện ở việc đề cao *Giá trị toàn cầu*: Công bằng; bình đẳng; tôn trọng con người; hoà bình thế giới; bảo vệ thiên nhiên.

Kết quả khảo sát của Schwartz và Bardi (2001) trên các mẫu từ 60 quốc gia khác nhau của châu Á, châu Phi, Mỹ Latin, Trung Đông, Đông Âu và Tây Âu cho thấy sự tương đồng đáng kể trong hệ thống thứ bậc giá trị trung bình của các mẫu khác nhau và các nước. Cụ thể, *Nhân ái* thường được coi là giá trị quan trọng nhất, *Tự định hướng* thường được xếp thứ 2, *Giá trị toàn cầu* - thứ 3, *An toàn* - thứ 4, *Đúng mực* - thứ 5. Năm giá trị kém quan trọng hơn, theo thứ tự, là: *Thành đạt* - thứ 6, *Hướng thụ* - thứ 7, *Kích thích* - thứ 8, *Truyền thống* - thứ 9, *Quyền lực* - thứ 10 (Schwartz và cộng sự 2001).

Như vậy thì các khách thể từ 60 quốc gia khác nhau cũng đề cao những giá trị *nhân ái*, *an toàn*, *đúng mực*, *giá trị toàn cầu*. Điều này chứng tỏ nhiều giá trị nổi bật của người Việt Nam như yêu nước, yêu chuộng hoà bình, công lý, nhân ái, đúng mực cũng là những giá trị chung của toàn nhân loại. Một điểm đáng chú ý là nhóm khách thể Việt Nam đề cao giá trị *truyền thống* hơn, và ít coi trọng giá trị *tự định hướng* hơn so với mẫu từ 60 quốc gia khác nhau trên thế giới. Đúng như nhận định của Schwartz, các cá nhân không thể cùng đề cao hai giá trị đối nhau trên vòng tròn giá trị. Khi con người đề

cao giá trị *truyền thống*, thì giá trị *tự định hướng* sẽ không được ưu tiên xếp hạng ở những thứ bậc cao.

Tuy nhiên, cũng cần lưu ý rằng khách thể nghiên cứu ở đây là những người trưởng thành trung bình 45 – 46 tuổi. Nếu khảo sát trên tầng lớp thanh niên trẻ tuổi, kết quả có thể sẽ khác.

Trong bảng khảo sát của Schwartz, không có giá trị “Coi trọng việc học”, và “Cần cù trong lao động”. Điều này khiến chúng tôi suy nghĩ rằng tại sao hai giá trị quan trọng trong hệ giá trị của người Việt Nam không có trong thang đo hệ giá trị - được coi là phổ quát - của Schwartz. Chúng tôi thấy hai giá trị “Coi trọng việc học”, và “Cần cù trong lao động” có liên hệ khá mật thiết với hai giá trị *thành đạt* và *tự định hướng* trong thang đo của Schwartz. Ngẫm nghĩ lại cách học, cách lao động, cũng như mục đích của việc học và lao động, chúng tôi tự hỏi: chúng ta học và lao động theo sự *tự định hướng* (độc lập trong suy nghĩ và hành động: Sáng tạo, tự do, độc lập, khám phá, và tự lựa chọn mục tiêu) hay chỉ học và làm mọi việc theo phong trào; Chăm học và chăm lao động để thành đạt (đáp ứng các tiêu chuẩn của xã hội hiện đại) hay chăm chỉ mà không biết rõ mình muốn gì, và phải đạt được những gì.

Trong nghiên cứu “Nỗ lực sống làm giàu thoát nghèo của người nông dân”, tác giả Phan Thị Mai Hương nhận định rằng, người nông dân có nhiều nỗ lực trong cuộc sống của mình, tuy nhiên nỗ lực của họ mới chỉ dừng lại ở sự chăm chỉ, cần mẫn mà còn thiếu vắng sự tính toán (Phan Thị Mai Hương 2014).

Chúng tôi cũng nhận thấy rằng, học sinh của chúng ta chăm chỉ, cần cù, nhưng thiếu động cơ, mục đích, thiếu tính tự chủ, độc lập và sáng tạo. Những lớp luyện thi đầy áp người học theo phong trào là minh chứng cho sự chăm chỉ nhưng thiếu bản lĩnh. Ở các lớp này, thầy cô cho những mẫu bài tập, học sinh cố ghi nhớ được càng nhiều càng tốt. Các bài thi ở các trường phổ thông và đại học phần lớn cũng là những bài đánh giá khả năng chăm chỉ ôn luyện và ghi nhớ.

Nên chăng chúng ta cũng cần mạnh dạn giảm bớt tầm quan trọng của một số giá trị cũ không còn phù hợp, ví dụ như sự vâng lời, sự khuôn phép, sự an phận, để định hướng giáo dục cho thế hệ trẻ những giá trị cần thiết hơn trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, như độc lập trong suy nghĩ, độc lập trong hành động, tự chủ, sáng tạo, tự lựa chọn mục tiêu. Chúng ta biết rằng thay đổi bất kỳ một điều gì cũng khó, đòi hỏi sự nỗ lực và sự đồng bộ. Giáo dục những giá trị tự lập, tự chủ, năng động, sáng tạo cho thế hệ trẻ phải bắt đầu từ trong gia đình, tiếp đến là nhà trường, các tổ chức lao động và toàn xã hội. Cách giáo dục con cái, cách dạy, cách học, cách kiểm tra, đánh giá, cách quản lý người lao động cần phải đổi mới, theo hướng tôn trọng, đề cao tính sáng tạo, độc lập, tự chủ, tự định hướng. Sự thay đổi này có thể phải trả giá bằng việc thế hệ trẻ có thể không nghe lời hay tuân theo mệnh lệnh của người lớn tuổi như những

giai đoạn lịch sử trước đây. Tuy nhiên sự thay đổi này là xu hướng tất yếu mà những thế hệ đi trước cần chấp nhận và ủng hộ để thúc đẩy sự phát triển xã hội trong bối cảnh toàn cầu hoá.

7.2 So sánh thang giá trị giữa các nhóm

Mặc dù định hướng giá trị của toàn nhóm khách thể có xu hướng chung, mỗi nhóm xã hội cũng có những khác biệt ở mức độ nhất định. Dưới đây là so sánh sự tương đồng và khác biệt trong thang giá trị của các nhóm.

So sánh giữa công nhân và nông dân

Trong mẫu khảo sát của chúng tôi có: 130 công nhân (77 nam, 53 nữ; $M_{tuổi} = 45$, $SD_{tuổi} = 5.1$); và 180 nông dân (99 nam, 81 nữ; $M_{tuổi} = 46.5$, $SD_{tuổi} = 6.1$). So sánh điểm trung bình và thứ tự ưu tiên các giá trị hai nhóm, chúng tôi thu được kết quả như sau:

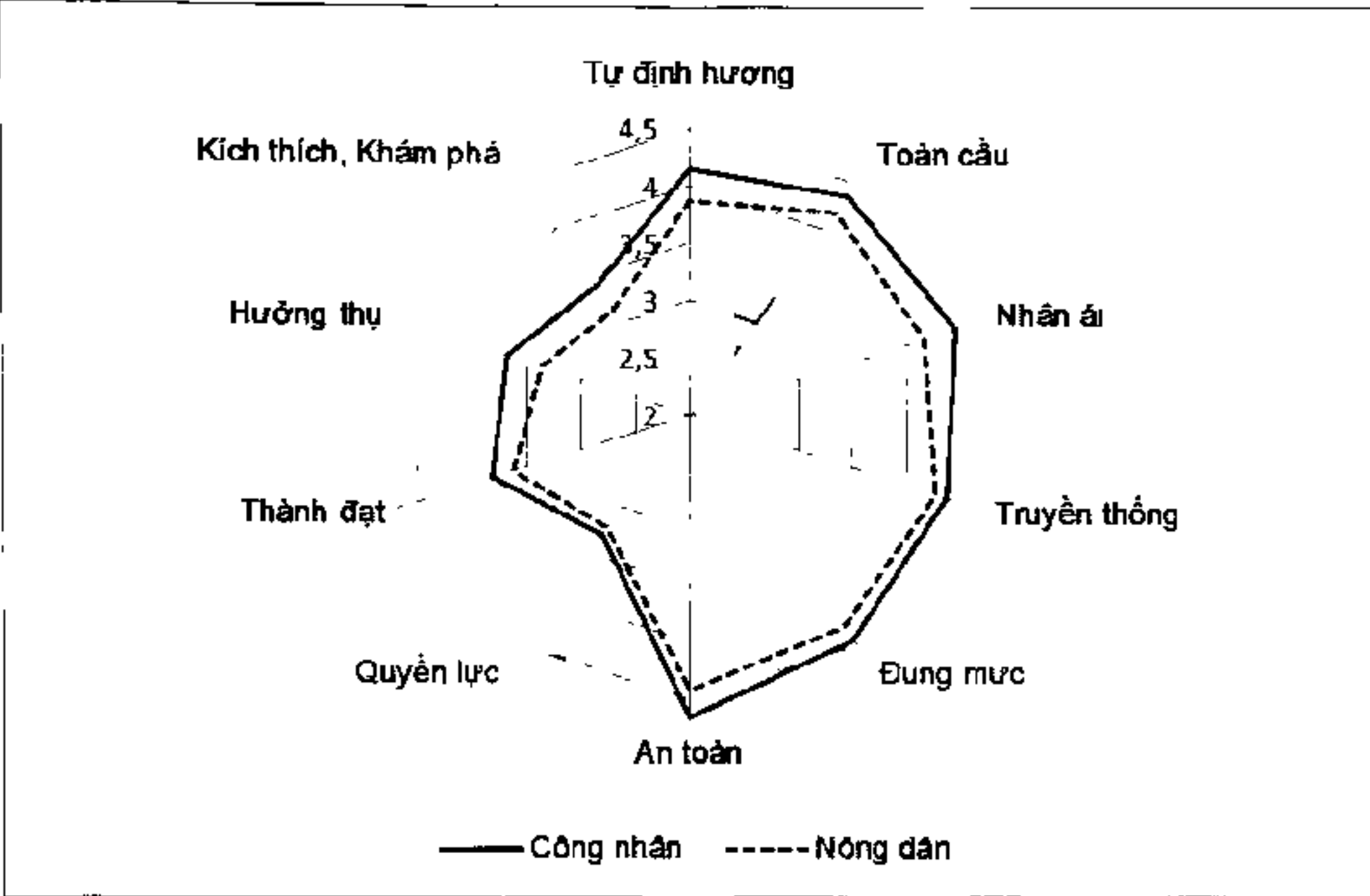
Bảng 5. So sánh giữa công nhân và nông dân

Công nhân		Các giá trị	Nông dân		
Điểm trung bình	Thứ tự ưu tiên		Thứ tự ưu tiên	Điểm trung bình	Chênh lệch
4,65	1	An toàn	1	4,41	0,24*
4,45	2	Nhân ái	5	4,16	0,29*
4,44	3	Đúng mực	2	4,30	0,14
4,37	4	Giá trị toàn cầu	4	4,19	0,18*
4,36	5	Truyền thống	3	4,26	0,10
4,15	6	Tự định hướng	6	3,87	0,28*
3,81	7	Thành đạt	8	3,62	0,19*
3,67	8	Hưởng thụ	7	3,65	0,02
3,39	9	Kích thích, khám phá	10	3,13	0,26*
3,30	10	Quyền lực	9	3,22	0,08

* Khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê

Nếu biểu diễn trên hình tròn các giá trị của Schwartz, chúng tôi thu được biểu đồ sau (hình 3):

Hình 3: Điểm trung bình các giá trị các nhóm công nhân và nông dân trên hình tròn giá trị của Schwartz



Như vậy, nhóm công nhân đề cao các giá trị tự định hướng, kích thích, khám phá, an toàn, nhân ái, thành đạt, giá trị toàn cầu cao hơn nhóm nông dân (xem bảng 5). Sự định hướng mạnh mẽ tới các giá trị chung của nhân loại khẳng định sức sống và tính tiên phong của giai cấp công nhân cao hơn hẳn so với giai cấp nông dân.

So sánh giữa giáo viên, giảng viên và người làm nghề kinh doanh, buôn bán

Trong mẫu khảo sát của chúng tôi có: 133 giáo viên và giảng viên (29 nam, 104 nữ; $M_{tuổi} = 45$, $SD_{tuổi} = 4.7$); và 294 người kinh doanh, buôn bán (105 nam, 190 nữ; $M_{tuổi} = 44.4$, $SD_{tuổi} = 5.6$). Dưới đây là so sánh điểm trung bình và thứ tự ưu tiên các giá trị giữa hai nhóm:

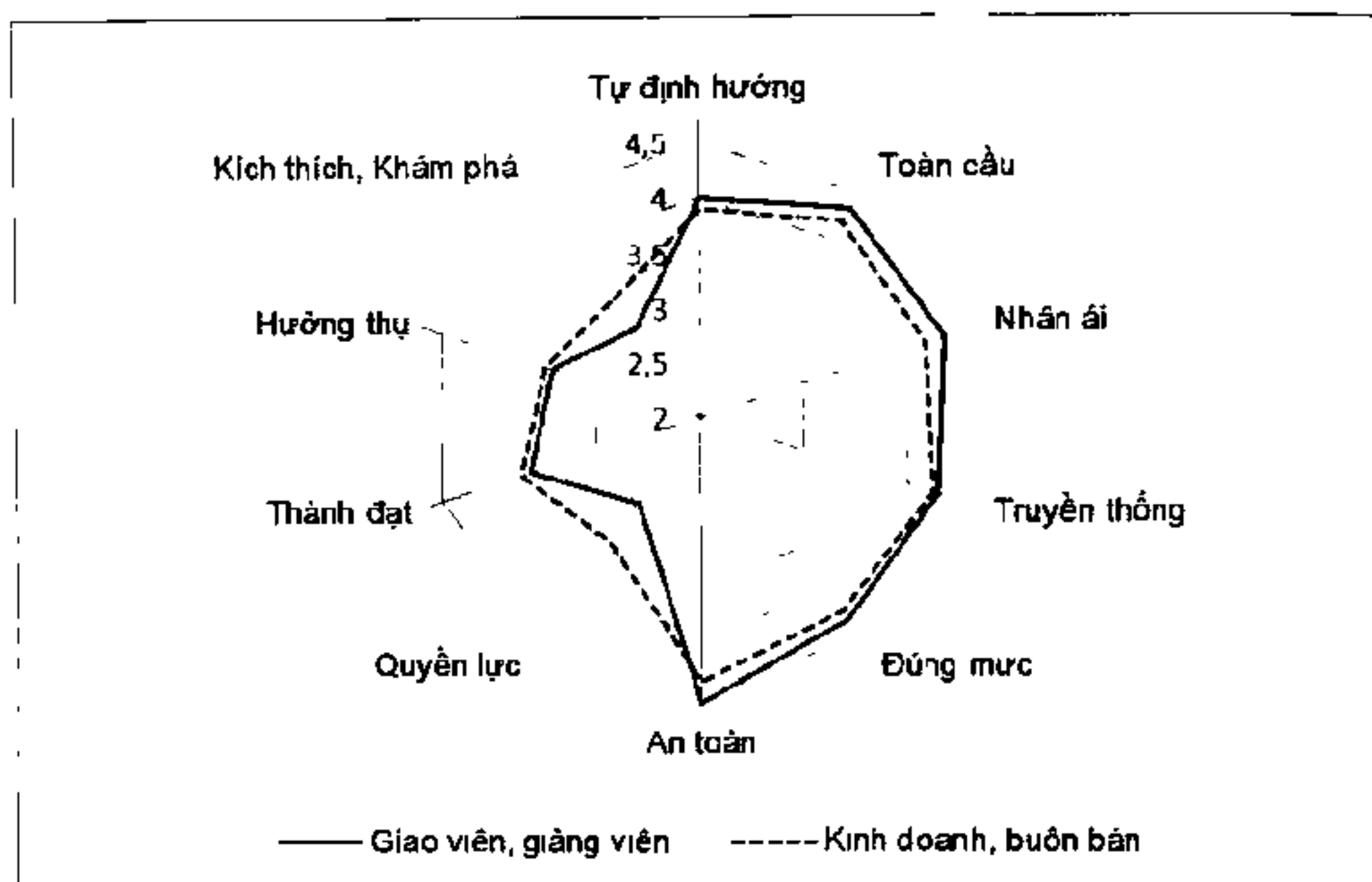
Bảng 6. So sánh giữa giáo viên, giảng viên và người làm nghề kinh doanh, buôn bán

Giáo viên, giảng viên		Các giá trị	Kinh doanh		
Điểm trung bình	Thứ tự ưu tiên		Thứ tự ưu tiên	Điểm trung bình	Chênh lệch
4,62	1	An toàn	1	4,43	0,19*
4,35	2	Nhân ái	5	4,17	0,18*
4,35	2	Giá trị toàn cầu	3	4,20	0,15
4,29	4	Đung mực	3	4,20	0,09
4,28	5	Truyền thống	2	4,24	0,04
4,03	6	Tự định hướng	6	3,94	0,09
3,64	7	Thành đạt	7	3,74	- 0,10
3,42	8	Hưởng thụ	8	3,50	- 0,08
3,03	9	Kích thích, khám phá	10	3,34	- 0,21*
2,97	10	Quyền lực	9	3,42	- 0,45*

* Khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê

Biểu diễn trên hình tròn các giá trị của Schwartz, chúng ta có biểu đồ sau (hình 4):

Hình 4. Điểm trung bình các giá trị các nhóm giáo viên, giảng viên và kinh doanh, buôn bán trên hình tròn giá trị của Schwartz



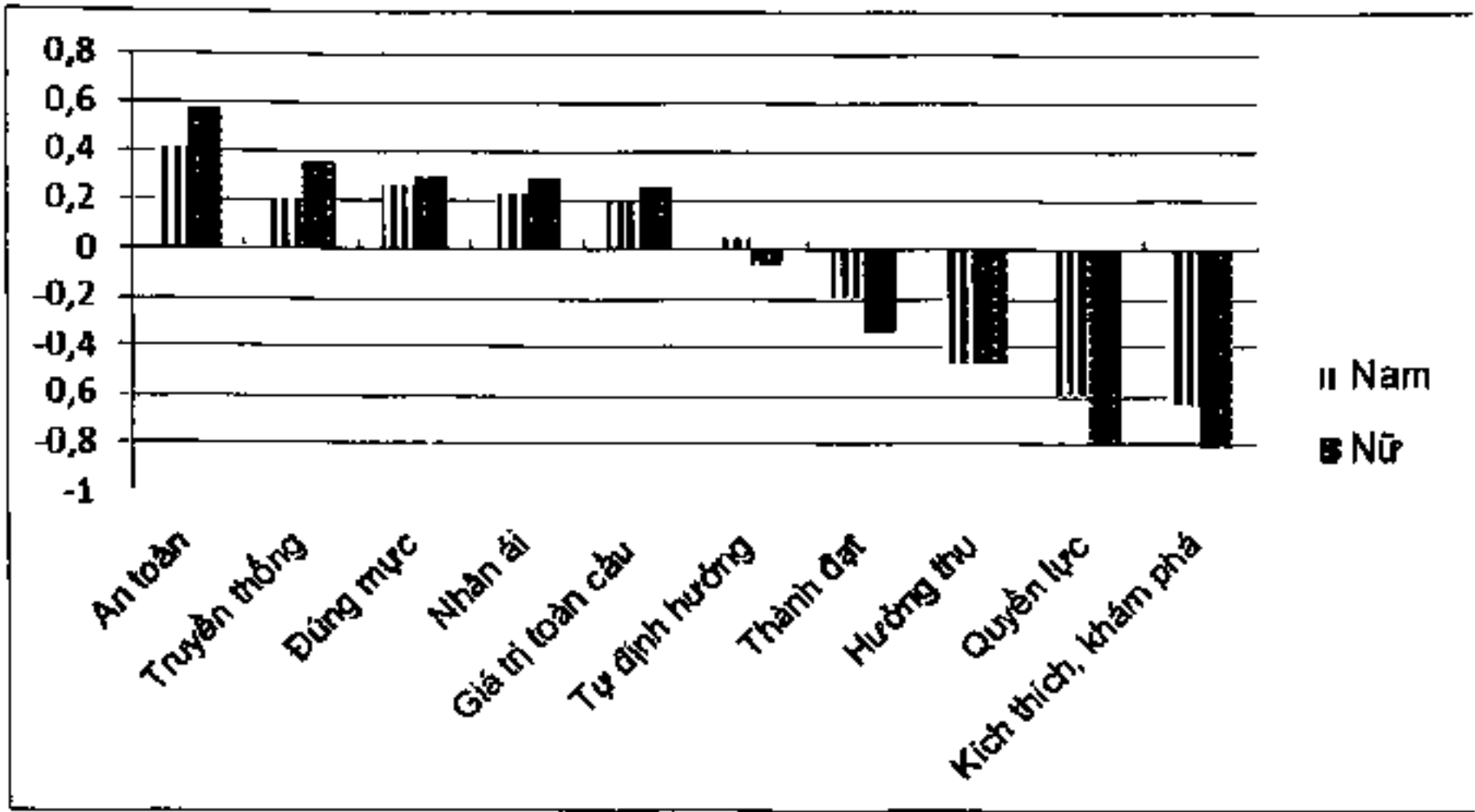
Nhóm giáo viên, giảng viên đề cao giá trị *an toàn* và *nhân ái* hơn nhóm những người làm nghề kinh doanh, buôn bán. Bên cạnh đó nhóm những người làm nghề kinh doanh, buôn bán lại đề cao giá trị *quyền lực*, *kích thích*, *khám phá* hơn nhóm giáo viên, giảng viên (xem bảng 6). Điều này cũng phù hợp với đặc điểm nghề

nghề, suy nghĩ, lối sống của hai nhóm nghề có khá nhiều điểm khác nhau này.

So sánh giữa nam và nữ

Lấy điểm trung bình của từng giá trị trừ đi điểm trung bình chung của toàn thang đo, sau đó dùng phép kiểm định T-Test, chúng tôi thu được kết quả như sau:

Hình 5. So sánh mức độ hướng tới 10 giá trị cơ bản giữa nam và nữ



Nhìn chung, cả nam và nữ đều có xu hướng chung là ưu tiên các giá trị an toàn, truyền thống, đúng mực, nhân ái, giá trị toàn cầu cao hơn các giá trị thành đạt, hưởng thụ, quyền lực, kích thích-khám phá. Không có sự khác biệt có ý nghĩa về mức độ định hướng của nam và nữ tới hai giá trị đúng mực và hưởng thụ.

Ở các giá trị còn lại, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê, cụ thể là: Nữ hướng tới giá trị an toàn, truyền thống, nhân ái, giá trị toàn cầu cao hơn nam ($p < 0.05$ đối với giá trị toàn cầu và nhân ái; $p < 0.001$ đối với các giá trị an toàn, truyền thống); trong khi nam hướng tới các giá trị tự định hướng, thành đạt, quyền lực, hưởng thụ cao hơn nữ ($p < 0.001$ đối với tất cả các giá trị).

Trước đây, do ảnh hưởng của các tư tưởng phong kiến trọng nam khinh nữ, người đàn ông trong gia đình hướng tới giá trị hưởng thụ nhiều hơn nữ, và người phụ nữ thường phải hướng tới hành vi đúng mực nhiều hơn nam. Nhưng trong kết quả nghiên cứu này, không có sự khác biệt về mức độ định hướng của nam và nữ tới hai giá trị đúng mực, và hưởng thụ cho thấy, hiện nay nam nữ đã có xu hướng bình đẳng hơn (xem hình 5).

Việc nhóm nữ hướng tới giá trị an toàn, truyền thống, nhân ái, giá trị toàn cầu cao hơn

nam, và nhóm nam hướng tới các giá trị tự định hướng, thành đạt, quyền lực, khám phá cao hơn nữ (xem hình 5) phản ánh đặc điểm tâm sinh lý cũng như đặc điểm vai trò giới của nam và nữ trong xã hội. Người phụ nữ là phái yếu, nên họ coi trọng giữ gìn sức khỏe, sự an toàn cho bản thân, cho gia đình, và cho đất nước nhiều hơn. Mặc dù cả hai giới đều hướng tới giá trị an toàn ở mức cao, nhưng nữ vẫn hướng tới giá trị này cao hơn nam. Người phụ nữ cũng thường đề cao tấm lòng nhân ái, giữ gìn các giá trị truyền thống hơn nam giới. Trong khi đó, người đàn ông được kỳ vọng là phái mạnh, là chỗ dựa về vật chất và tinh thần cho các thành viên trong gia đình, thường hướng tới các giá trị thành đạt, quyền lực, tự quyết định, mạo hiểm, khám phá mạnh mẽ hơn.

Kết luận

Đúng như giả thuyết, năm giá trị được những người trưởng thành ở Việt Nam đề cao nhất là (1) *An toàn*: Bao gồm Sự an toàn của đất nước; Một xã hội ổn định, trật tự; Sự ngăn nắp, sạch sẽ; Sức khỏe của cá nhân; Môi trường sống an toàn; (2) *Truyền thống*. Có hiếu với cha mẹ; Kính trọng người cao tuổi, Thờ cúng tổ tiên;

Giữ gìn phong tục tập quán; An phận; (3) **Đúng mực** Khiêm nhường; Ứng xử lịch sự; Tuân thủ qui định; Hoà đồng với mọi người xung quanh; (4) **Nhân ái**: Quan tâm, giúp đỡ mọi người; Chung thủy, tình nghĩa; Khoan dung, tha thứ; (5) **Giá trị toàn cầu** Công bằng; Bình đẳng; Tôn trọng con người; Hoà bình thế giới; Bảo vệ thiên nhiên.

Những người trưởng thành từ 60 quốc gia khác nhau trên thế giới cũng đề cao bốn trong số năm giá trị nêu trên. Điểm khác biệt là nhóm người trưởng thành Việt Nam trong nghiên cứu này đề cao giá trị *truyền thống* và ít coi trọng giá trị *tự định hướng* hơn những người trưởng thành từ các nước khác.

Mặc dù định hướng giá trị của toàn nhóm khách thể có xu hướng chung, mỗi nhóm xã hội cũng có những khác biệt ở mức độ nhất định

Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng gia đình, nhà trường, xã hội cần tăng cường giáo dục giá trị tự định hướng (tự chủ trong suy nghĩ và hành động) cho người dân nói chung, cho thế hệ trẻ nói riêng, để xây dựng con người mới, đáp ứng yêu cầu mới của xã hội hiện đại.

Điểm hạn chế của nghiên cứu

Khách thể nghiên cứu ở đây là những người trưởng thành từ 36 đến 65 tuổi, có gia đình, việc làm, mức sống trung bình khá, sống ở các vùng đồng bằng của Hà nội, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh. Vì vậy kết quả nghiên cứu chỉ đúng đối với nhóm xã hội cụ thể này. Nếu khảo sát trên tầng lớp thanh niên trẻ tuổi, hoặc các nhóm xã

hội khác, hoặc trên các địa bàn khác, kết quả có thể sẽ thay đổi.

Tài liệu trích dẫn

- Inglehart, R. 1977. *The Silent Revolution Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Nguyễn Quang Uẩn, Nguyễn Thạc, Mạc Văn Trang. (1995). *Giá trị, định hướng giá trị nhân cách và giáo dục giá trị*. Đề tài KX-07-04, Hà Nội.
- Phạm Minh Hạc. 2010. *Giá trị học: Cơ sở lý luận góp phần đúc kết xây dựng giá trị chung của người Việt Nam*. Hà Nội Nhà xuất bản Giáo dục.
- Phan Thị Mai Hương. 2014. "Quan hệ giữa cảm nhận hạnh phúc chủ quan và nỗ lực sống của người nông dân". *Tạp chí Tâm lý học* 11: 1-13.
- Rokeach, M. 1973. *The nature of human values* New York, NY: Free Press.
- Schwartz, S. H. 1992. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp 1-65) New York, NY: Academic Press
- Schwartz, S. H. 2006. A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5, 137-182 doi:10.1163/156913306778667357
- Shalom H. Schwartz and Anat Bardi, Value Hierarchies Across Cultures: Taking a Similarities Perspective, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2001, 32: 268 DOI: 10.1177/0022022101032003002.
- Trương Thị Khánh Hà, Joanna Rozyska. 2013. "Ứng dụng lý thuyết của Schwartz để tìm hiểu các giá trị cơ bản của sinh viên Việt Nam và Ba Lan". *Tạp chí Tâm lý học* 11.