

## **Sự tương đồng và khác biệt trong lựa chọn giá trị gia đình (Qua cuộc khảo sát tại tỉnh Thái Bình)**

**Bùi Thị Hương Trâm**  
Viện Nghiên cứu Gia đình và Giới

**Tóm tắt:** Dựa vào kết quả Đề tài cấp Bộ “Hệ giá trị gia đình Việt Nam dưới góc nhìn xã hội học” do Viện Nghiên cứu Gia đình và Giới thực hiện năm 2014 tại tỉnh Thái Bình, bài viết đề cập tới sự lựa chọn giá trị gia đình thuộc lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất. Kết quả nghiên cứu cho thấy hệ giá trị gia đình trong lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất vẫn bảo lưu nhiều yếu tố truyền thống với đặc trưng cơ bản là đề cao tính đồng nhất hơn tính khác biệt. Giữa các nhóm xã hội khác nhau có cả sự tương đồng và khác biệt trong việc lựa chọn các giá trị nhưng vẫn chung xu thế là nghiêng về sự tương đồng.

**Từ khóa:** Giá trị; Gia đình; Giá trị gia đình; Biến đổi gia đình; Văn hóa gia đình; Văn hóa.

### **Giới thiệu**

Xã hội Việt Nam đang trải qua một cuộc chuyển đổi kép: chuyển đổi từ nền văn minh nông nghiệp cổ truyền sang nền văn minh công nghiệp và hiện đại; đồng thời chuyển đổi từ nền kinh tế tập trung bao cấp sang nền kinh tế thị trường. Công cuộc chuyển đổi đó cũng đang phải chịu sự tác động rất mạnh mẽ của xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đang

diễn ra trên quy mô toàn thế giới. Những nhân tố đó có ảnh hưởng không nhỏ đến sự lựa chọn giá trị của các gia đình.

Để có thể nhận diện được xu hướng lựa chọn giá trị của các gia đình hiện nay, năm 2014, Viện Nghiên cứu Gia đình và Giới đã tổ chức một cuộc khảo sát xã hội học tại tỉnh Thái Bình trong khuôn khổ Đề tài cấp Bộ “Hệ giá trị gia đình Việt Nam dưới góc nhìn xã hội học”. Cuộc khảo sát được tiến hành tại một phường trung tâm thành phố và một xã ở vùng nông thôn còn bảo lưu nhiều giá trị truyền thống. Mẫu khảo sát gồm 580 người đã được phỏng vấn trực tiếp bằng bảng hỏi định lượng. Ngoài ra, còn có các cuộc phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm kết hợp với quan sát trực tiếp của nhóm nghiên cứu tại địa bàn nhằm thu thập thông tin định tính bổ sung cho các số liệu điều tra định lượng. Cuộc điều tra này tìm hiểu sự lựa chọn giá trị gia đình ở ba lĩnh vực: 1- Đời sống kinh tế - vật chất và thể chất; 2- Quan hệ xã hội; 3- Đời sống tinh thần, tâm linh, tín ngưỡng. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi tập trung tìm hiểu sự lựa chọn giá trị gia đình ở khía cạnh kinh tế - vật chất và thể chất qua 10 yếu tố sau: (1) Nhà ở/chỗ ở riêng, (2) Trường học, (3) Khỏe mạnh, (4) Đủ tiện nghi sinh hoạt, (5) Có việc làm/thu nhập ổn định, (6) Sở hữu phương tiện đi lại, (7) Có tài sản để dành, (8) Ăn ngon mặc đẹp, (9) Có việc làm theo sở thích và (10) Môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm; và xem xét tính tương đồng và sự khác biệt giữa những nhóm xã hội trong việc lựa chọn các giá trị gia đình trong lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất hiện nay.

### **1. Sự ưu tiên lựa chọn các giá trị gia đình trong lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất**

Kinh tế - vật chất và thể chất là cơ sở nền tảng của đời sống xã hội nói chung và gia đình nói riêng. Để tồn tại và phát triển, con người cần có cơm ăn, áo mặc, nhà ở, phương tiện đi lại, và việc làm tạo ra của cải vật chất nuôi sống họ, và con người cũng cần có sức khỏe và được sống trong môi trường tự nhiên trong lành. Chính vì thế, không phải ngẫu nhiên mà từ xa xưa, cha ông ta đã rất trân trọng và đề cao các giá trị kinh tế - vật chất và thể chất trong cuộc sống của mỗi gia đình. Không ít những câu ca dao, thành ngữ, tục ngữ trong kho tàng văn hóa dân gian đã phản ánh sự trân trọng và khát vọng này: Cây đồng đang buổi ban trưa/Mô hôi thánh thót như mưa ruộng cày/Ai ơi bưng bát cơm đầy/Dẻo thơm một hạt đắng cay muôn phần. Trong hoàn cảnh thiếu thốn về vật chất, các gia đình chỉ ước mong được “ăn no mặc ấm”; “có của ăn của để”; được “sống mỗi người mỗi nhà/Chết mỗi người mỗi mồ”; mong sao cho “mưa thuận gió hòa” để mùa màng tốt tươi, mọi người được khỏe mạnh; cha mẹ, ông bà sống đến đầu bạc răng long (Vũ Ngọc Phan, 1998).

Trong xã hội hiện đại, khi điều kiện sống đã có nhiều thay đổi, các gia

đình không chỉ ước mong được “ăn no mặc ấm” mà còn muốn được “ăn ngon mặc đẹp”. Bữa ăn hay trang phục không dừng ở việc sinh tồn mà còn chứa đựng cả những chức năng mang tính khoa học và thẩm mỹ. Các gia đình không chỉ cần có nhà ở, chỗ ở riêng mà trong nhà cần phải có đầy đủ tiện nghi sinh hoạt. Các thành viên gia đình không những cần có việc làm và thu nhập ổn định mà còn mong muốn được làm những công việc theo sở thích của mình. Mọi người cũng mong muốn được sống trong môi trường tự nhiên mà đất, nước, không khí không bị ô nhiễm v.v. Như vậy, công cuộc chuyển đổi từ xã hội nông nghiệp truyền thống sang nền văn minh công nghiệp và hiện đại, từ cơ chế tập trung quan liêu bao cấp sang cơ chế thị trường đang kéo theo đó sự chuyển đổi về hệ giá trị. Nói một cách cụ thể thì đó là sự chuyển đổi từ hệ giá trị mang tính sinh tồn và thực dụng chuyển sang hệ giá trị phản ánh chất lượng cuộc sống. Vậy, trong lĩnh vực đời sống kinh tế - vật chất và thể chất, gia đình Việt Nam đang ưu tiên lựa chọn những giá trị nào?

Để tìm hiểu vấn đề này, nghiên cứu đưa ra 10 yếu tố tương ứng với 10 giá trị và người trả lời được yêu cầu chọn 6 yếu tố mà họ cho là quan trọng. Kết quả cho thấy giá trị “khỏe mạnh” được ưu tiên lựa chọn với tỷ lệ cao gần như tuyệt đối: 99,3%. Tiếp đến là các giá trị: “có việc làm/thu nhập ổn định”, “có nhà ở/chỗ ở riêng”, “đủ tiện nghi sinh hoạt”, “môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm”. Nhóm giá trị có mức độ ưu tiên lựa chọn thấp hơn gồm: “sở hữu phương tiện đi lại”; “trường thọ”; “có tài sản để dành”; “ăn ngon mặc đẹp” và cuối cùng là “có việc làm theo sở thích” (Bảng 1).

Nhìn vào số liệu Bảng 1 có thể dễ dàng nhận thấy, ngoại trừ giá trị “khỏe mạnh” mang tính thường hằng cho mọi thời đại với tỷ lệ lựa chọn gần tuyệt đối, phần lớn người trả lời ưu tiên cho các giá trị nhằm đảm bảo

**Bảng 1. Sự lựa chọn giá trị gia đình  
xếp theo thứ tự ưu tiên của người trả lời (%)**

Thứ tự	Các giá trị	Tỷ lệ lựa chọn (%)	N
1	Khỏe mạnh	99,3	580
2	Có việc làm/thu nhập ổn định	89,5	580
3	Có nhà ở/chỗ ở riêng	87,8	580
4	Đủ tiện nghi sinh hoạt	80,3	580
5	Môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm	79,1	580
6	Sở hữu phương tiện đi lại	39,1	580
7	Trường thọ	39,0	580
8	Có tài sản để dành	31,9	580
9	Ăn ngon mặc đẹp	29,1	580
10	Có việc làm theo sở thích	22,8	580

nhu cầu vật chất và điều kiện sống cơ bản cho gia đình như về thu nhập, nhà ở, tiện nghi sinh hoạt, phương tiện đi lại, môi trường tự nhiên. Như chúng ta đã biết, Việt Nam đang tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hóa; về mặt kinh tế Việt Nam cũng chỉ mới “thoát nghèo” chưa lâu để gia nhập nhóm nước có thu nhập trung bình trên thế giới (World Bank, 2012). Việc ưu tiên lựa chọn các giá trị vật chất cơ bản là điều hoàn toàn có thể giải thích được. Theo lý thuyết hiện đại hóa, đặc trưng của các xã hội tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hóa là nhấn mạnh hiệu quả kinh tế. Điều này lại càng phù hợp với địa bàn nghiên cứu là tỉnh Thái Bình - một tỉnh nông nghiệp tiêu biểu của đồng bằng châu thổ sông Hồng, nơi mà mức sống của người dân mới ở mức trung bình so với cả nước.

Số liệu Bảng 1 cũng cho thấy bên cạnh việc ưu tiên cho các giá trị mang tính sống còn, một bộ phận người dân đã chuyển sang lựa chọn các giá trị có liên quan đến chất lượng cuộc sống (ăn ngon mặc đẹp, có việc làm theo sở thích). Điều này cho thấy xã hội đang diễn ra quá trình phân tầng xã hội và phân hóa giàu nghèo. Quá trình đó làm nảy sinh những nhu cầu mới mà theo luận điểm phân cấp nhu cầu của nhà tâm lý học Maslow thì khi con người vượt lên trên giới hạn của các nhu cầu sống cơ bản, sẽ xuất hiện các nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống, tri thức hay thẩm mỹ (Ronald Inglehart, 2008:76). Tuy nhiên, sự phân tầng xã hội chỉ có thể đạt đến sự ổn định khi mỗi giai tầng hay mỗi nhóm xã hội hình thành một tiểu văn hóa của riêng mình. Nền văn hóa nào cũng mang tính phức thể và bao gồm trong nó nhiều tiểu văn hóa. Người ta có thể nhận biết được những tiểu văn hóa qua các dấu hiệu có thể quan sát được như giới tính, lứa tuổi, học vấn, khu vực, mức sống... Các tiểu văn hóa phân biệt với nhau bởi nhu cầu lợi ích và những định hướng giá trị riêng biệt nhưng luôn gắn kết với nhau ở sự đồng cảm chung về giá trị quan trọng nhất - giá trị trung tâm và mang tính phổ biến của toàn xã hội (Tony Bilton, 1993). Nói cách khác, các tiểu văn hóa vừa mang những sắc thái riêng vừa chia sẻ với nhau một truyền thống văn hóa chung của cả quốc gia - dân tộc.

Trong xã hội Việt Nam truyền thống, giữa các nhóm xã hội có rất ít sự khác biệt là do các gia đình khá giống nhau trong cấu trúc tổng thể (đặc điểm của cấu trúc gia đình Việt Nam truyền thống là “nhất thể hóa về cấu trúc”); đại bộ phận các hộ gia đình là sống ở nông thôn, đều làm ruộng và đều nghèo khổ. Chỉ có một tỷ lệ nhỏ dân cư có mức sống cao hơn (gia đình địa chủ, phú nông, quan lại...) nhưng có thể chưa đủ để hình thành một văn hóa riêng; hơn nữa họ đều sống ở nông thôn, tuân thủ văn hóa làng xã (Lê Ngọc Văn, 2012). Sau Đổi mới, trong bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và nền kinh tế thị trường bước đầu xuất hiện các giai tầng xã hội mới, hình thành đô thị mới và có sự phân biệt nông thôn - đô thị, cũng như hình thành lối sống khác với nông thôn. Sự đa dạng nghề nghiệp bắt đầu

Bảng 2. Lựa chọn giá trị chia theo đặc điểm người trả lời (%)

	Nhà ở/chỗ ở riêng	Trường thọ	Khỏe mạnh	Đủ tiền nghỉ sinh hoạt	Có việc làm/luật nhập ổn định	Sở hữu phương tiện đi lại	Có tài sản để dành	Ăn ngon mặc đẹp	Có việc làm theo sở thích	Môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm
<b>Giới tính</b>				**				**		
Nam	88,8	42,7	99,6	76,3	87,5	39,2	30,6	28	29,7	77,6
Nữ	87,1	36,5	99,1	83	90,8	39,1	32,8	29,9	18,1	80,2
<b>Học vấn</b>		*						**	**	*
Tiểu học trở xuống	86,8	50	100	89,5	78,9	44,7	23,7	39,5	5,3	81,6
THCS	89,1	37	99,2	79,6	91,3	38,9	30,2	34	23,8	74,3
THPT	87,7	44,5	99,4	80,6	88,4	37,4	30,3	23,2	21,3	85,2
Trung cấp trở lên	85,2	32,8	99,2	78,7	90,2	40,2	40,2	23	27,9	81,1
<b>Khu vực</b>		*		*		*		***		**
Đô thị	87,2	43,1	98,9	77,2	88,3	42,7	33,5	20,3	23,8	83,3
Nông thôn	88,3	35,1	99,7	83,3	90,6	35,8	30,4	37,5	21,7	75,3
<b>Lứa tuổi</b>	**	***			***		**	*	***	**
Dưới 36	81,8	25	99,4	79	96	42,6	39,2	22,7	33,5	79,5
36-54	90,4	40,6	98,5	79,7	94,9	35	29,4	32,5	21,3	73,1
Trên 54	90,3	49,3	100	82,1	78,7	40,1	28	31,4	15	84,5
<b>Mức sống</b>						*		**		
Nghèo	89,4	38	100	80,3	88,7	32,4	29,6	40,8	23,9	75,4
Trung bình	87,1	41,2	99,6	79,6	90	38,8	36,2	23,8	20,8	79,2
Khá	87	35,9	99	82,3	89,6	44,3	28,1	27,6	24	81,8
<b>N</b>	509	226	576	466	519	227	185	169	132	469

Mức ý nghĩa thống kê: \*  $P < 0,1$  \*\*  $P < 0,05$  \*\*\*  $P < 0,001$

Số liệu không bôi đậm thể hiện sự tương đồng; Số liệu bôi đậm thể hiện sự khác biệt

tạo nên sự đa dạng của gia đình và kéo theo đó là sự đa dạng về giá trị và các khuôn mẫu ứng xử. Phần tiếp theo sẽ xem xét kỹ hơn về tính tương đồng và sự khác biệt giữa những nhóm xã hội trong việc lựa chọn các giá trị.

## **2. Sự tương đồng và khác biệt giữa các nhóm xã hội trong việc lựa chọn giá trị**

### **2.1. Sự tương đồng trong lựa chọn giá trị giữa các nhóm xã hội**

Số liệu Bảng 2 cho thấy, giữa các nhóm xã hội có sự khá tương đồng trong việc lựa chọn giá trị gia đình thuộc lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất, hay nói cách khác là sự lựa chọn giá trị không phụ thuộc nhiều vào giới tính, học vấn, khu vực hay mức sống của người trả lời. Cụ thể, xét theo giới tính, có 8/10 yếu tố thể hiện sự tương đồng. Tỷ lệ lựa chọn của nam và nữ là tương đương, trong đó bốn yếu tố có tỷ lệ lựa chọn cao là “khỏe mạnh”, “nhà ở/chỗ ở riêng”, “có việc làm/thu nhập ổn định”, “môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm” và bốn yếu tố có lựa chọn thấp là “trường thọ”, “sở hữu phương tiện đi lại”, “có tài sản để dành”, “ăn ngon mặc đẹp”.

Tương tự, xét theo học vấn, có 5/8 yếu tố thể hiện sự tương đồng. Xét theo khu vực, có 6/10 yếu tố. Xét theo mức sống, có 8/10 yếu tố. Riêng lứa tuổi có sự tương đồng ít nhất, chỉ có 3/10 yếu tố. Sự khác biệt ở riêng nhóm lứa tuổi này sẽ được làm rõ ở phần sau. Trong 10 giá trị mà nghiên cứu đưa ra, chỉ có duy nhất giá trị “khỏe mạnh” là có sự tương đồng tuyệt đối ở tất cả các nhóm xã hội. Điều này cho thấy “khỏe mạnh” là một giá trị cơ bản, mang tính phổ quát.

### **2.2. Sự khác biệt trong lựa chọn giá trị giữa các nhóm xã hội**

Số liệu Bảng 2 với những tỷ lệ in đậm cho thấy sự khác biệt trong lựa chọn giá trị giữa các nhóm xã hội. Xét theo giới tính, có hai yếu tố thể hiện sự khác biệt là “đủ tiện nghi sinh hoạt” và “có việc làm theo sở thích” ( $p < 0,05$ ). Tuy nhiên, sự khác biệt giữa nam và nữ là không nhiều, cụ thể: ở giá trị “đủ tiện nghi sinh hoạt”, tỷ lệ lựa chọn ở nữ cao hơn một chút so với nam: 83% so với 76,3%. Và ở giá trị “có việc làm theo sở thích”, tỷ lệ lựa chọn ở nam lại cao hơn nhưng cũng không quá chênh lệch: 29,7% so với 18,1%.

Ở nhóm học vấn, sự khác biệt thể hiện ở bốn giá trị: “trường thọ”, “ăn ngon mặc đẹp”, “có việc làm theo sở thích” và “môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm”. Trong khi sự lựa chọn giá trị “có việc làm theo sở thích” tăng dần theo trình độ học vấn thì ở yếu tố “ăn ngon mặc đẹp” sự lựa chọn lại theo chiều giảm dần. Tỷ lệ chọn “có việc làm theo sở thích” ở nhóm tiểu học trở xuống là 5,3%, tăng lên 23,8% ở nhóm trung học cơ sở; 21,3% ở nhóm trung học phổ thông và tăng gấp 5 lần ở nhóm trung

cấp trở lên: 27,9%. Với giá trị “trường thọ”, có sự cách biệt tương đối xa giữa nhóm học vấn thấp nhất và nhóm học vấn cao nhất. Tỷ lệ lựa chọn ở nhóm tiểu học trở xuống là 50%, cao gấp 1,5 lần so với nhóm trung cấp trở lên: 32,8%. Với riêng giá trị “Môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm”, sự khác biệt giữa các nhóm học vấn là không rõ ràng.

Xét theo khu vực sống, người dân ở nông thôn nghiêng nhiều hơn trong việc lựa chọn giá trị “đủ tiện nghi sinh hoạt” và người dân ở đô thị nghiêng nhiều hơn về giá trị “trường thọ”, “sở hữu phương tiện đi lại”, “môi trường tự nhiên ôn hòa không ô nhiễm” nhưng sự cách biệt là không lớn. Sự chênh lệch nhiều chỉ thể hiện ở giá trị “ăn ngon, mặc đẹp”. Tỷ lệ lựa chọn tiêu chuẩn này ở nông thôn cao hơn hẳn ở thành thị: 37,5% so với 20,3%. Điều này có thể xuất phát từ chênh lệch mức sống giữa nông thôn và đô thị. Địa bàn đô thị mà đề tài thực hiện nghiên cứu là một phường trung tâm của thành phố Thái Bình - nơi có mức sống tương đối cao so với địa bàn nông thôn, một xã thuần nông, khá khép kín. Có thể với người dân đô thị, nhu cầu “ăn ngon mặc đẹp” đã phần nào được đáp ứng nên họ chuyển sự quan tâm tới những giá trị khác, trong khi người dân nông thôn với mức sống thấp hơn nên họ chỉ hướng tới những điều chưa được thỏa mãn.

Các nghiên cứu về chất lượng sống đã chỉ ra rằng: có mối liên hệ giữa điều kiện kinh tế và cảm nhận về cuộc sống của con người. Khi mức sống tăng, những nhu cầu và mong muốn của con người cũng tăng, bởi con người thường có tư tưởng hưởng thụ (Carol Graham, 2005). Vậy những giá trị trong lĩnh vực kinh tế-vật chất và thể chất của gia đình có bị ảnh hưởng bởi yếu tố mức sống? Kết quả nghiên cứu ở đề tài này cho thấy không có mối quan hệ rõ ràng giữa sự ưu tiên lựa chọn giá trị và mức sống. Chỉ có 2/10 số giá trị được chọn thể hiện mối liên hệ với mức sống là “sở hữu phương tiện đi lại” và “ăn ngon mặc đẹp”. Mức sống càng cao người ta càng ưu tiên hơn cho sự sở hữu và càng bớt đi sự lựa chọn về mặt thẩm mỹ. Tỷ lệ lựa chọn “sở hữu phương tiện đi lại” ở nhóm nghèo là 32,4%; nhóm trung bình là 38,8%; nhóm khá giả là 44,3%. Tỷ lệ lựa chọn “ăn ngon mặc đẹp” tương ứng là 40,8%; 23,8% và 27,6%.

Nhóm tuổi là yếu tố có mối quan hệ chặt chẽ nhất với sự lựa chọn giá trị: 7/10 yếu tố thể hiện mối quan hệ này. Các nhóm tuổi khác nhau, có sự lựa chọn khác nhau ở giá trị “trường thọ”. Người càng nhiều tuổi càng chú ý hơn tới tiêu chuẩn trường thọ: trong khi một nửa số người ở độ tuổi 54 trở lên lựa chọn yếu tố này thì ở nhóm dưới 36 tuổi chỉ có 25%. Tuổi càng cao, tỷ lệ lựa chọn hai yếu tố “có việc làm/thu nhập ổn định” và “có tài sản để dành” càng giảm. Có thể đây là giai đoạn mà con người đã đạt đến ngưỡng ổn định, có thể tự lập và có sự nghiệp nên yếu tố việc làm hay tài sản không còn là điều họ băn khoăn nữa.



Trong khi nhóm tuổi cao ưu tiên lựa chọn “môi trường tự nhiên ôn hòa/không ô nhiễm”, thì nhóm tuổi trẻ hơn lại nghiêng về yếu tố “ăn ngon mặc đẹp” và “có việc làm theo sở thích”. Đặc biệt, ở tiêu chuẩn “có việc làm theo sở thích”, nhóm dưới 36 tuổi lựa chọn cao gấp đôi nhóm trên 54 tuổi: 33,5% so với 15%. Nhìn chung, ở những nhóm tuổi khác nhau sẽ có sự lựa chọn giá trị khác nhau. Trong khi nhóm cao tuổi chú trọng hơn tới các giá trị truyền thống thì nhóm trẻ lại chú trọng hơn các giá trị hiện đại như hướng tới sự thành đạt, sự thỏa mãn và hạnh phúc cá nhân. Điều này cũng rất phù hợp với quy luật văn hóa bởi sự biến đổi văn hóa sẽ diễn ra nhiều hơn trong những nhóm trẻ, từ đó dẫn tới những khác biệt giữa các thế hệ. Sự biến đổi sẽ xảy ra rộng khắp khi một thế hệ mới trẻ hơn thay thế thế hệ già hơn trong cư dân trưởng thành của một xã hội (Ronald Inglehart, 2008:78).

### Bình luận

Biến đổi giá trị xã hội, trong đó có hệ giá trị gia đình là một xu hướng tất yếu trong tiến trình phát triển đi lên của nhân loại. Tuy nhiên, sự biến đổi này đã gây ra nhiều tranh cãi ở các nước phương Tây từ đầu thế kỷ XX đến nay. Người ta không muốn duy trì những giá trị của gia đình truyền thống nhưng việc thay thế các giá trị gia đình truyền thống đã mang lại nhiều hậu quả không mong muốn. Đó là sự không bền vững của gia đình, là sự gia tăng xung đột, là sự xuất hiện ngày càng nhiều các hình thức gia đình không đầy đủ và kéo theo đó là những hệ lụy đối với người già và trẻ em (Lê Ngọc Văn, 2012). Trong khi đó, ở châu Á, tại thời điểm hiện tại, con người thường thiên về các giá trị truyền thống, nhưng vẫn mở cửa đối với những giá trị gắn với công nghiệp hóa và hiện đại hóa. Kết quả nghiên cứu này phần nào minh chứng cho luận điểm trên khi chỉ ra rằng: trong lĩnh vực kinh tế - vật chất và thể chất của gia đình, đang có sự đan xen giữa giá trị cổ truyền và giá trị hiện đại, trong đó có sự gắn liền, kết nối cả ba thời đại: nông nghiệp, công nghiệp và hậu công nghiệp.

Giữa các nhóm xã hội khác nhau có cả sự tương đồng và khác biệt nhưng xu thế chung vẫn nghiêng về sự tương đồng. Tính tương đồng thể hiện ở hai khía cạnh: (1) Phần lớn giá trị trong 10 giá trị nghiên cứu đưa ra, tỷ lệ lựa chọn ở các nhóm xã hội là tương đương và (2) ở những giá trị có sự khác biệt, mặc dù các nhóm xã hội có lựa chọn khác nhau nhưng nếu đặt trong thang giá trị chung thì những giá trị này đều có tỷ lệ lựa chọn cao hoặc thấp. Những giá trị nhằm đảm bảo nhu cầu vật chất và điều kiện sống cơ bản cho gia đình (ví dụ: thu nhập, nhà ở, tiện nghi sinh hoạt) vẫn có sự lựa chọn cao, trong khi những giá trị về thẩm mỹ, thỏa mãn nhu cầu cá nhân (ví dụ: ăn ngon mặc đẹp, có việc làm theo sở thích) lại có sự lựa chọn thấp. Điều này cho thấy, hệ giá trị gia đình Việt Nam trong lĩnh vực



kinh tế - vật chất và thể chất hiện vẫn bảo lưu nhiều yếu tố truyền thống với đặc trưng cơ bản là đề cao tính đồng nhất hơn tính khác biệt.

Sự khác biệt chỉ thể hiện rõ ràng nhất ở nhóm xã hội phân theo lứa tuổi. Nhóm tuổi trẻ có xu hướng vươn tới những yếu tố hiện đại trong khi nhóm người cao niên lại thích quay về những gì mang tính truyền thống. Ở đây cũng cần phải nhấn mạnh là những gì thuộc về truyền thống nhưng đã đi vào đời sống hiện đại thì đương nhiên nó cũng là giá trị hiện đại, bên cạnh các giá trị mới xuất hiện, hoặc từ bên ngoài tới. Nhưng nhận thức được giữa các thể hệ khác nhau có ưu tiên lựa chọn giá trị khác nhau sẽ là điều cốt lõi cho mọi chiến lược hiện thực về biến đổi xã hội nói chung và biến đổi gia đình nói riêng.

Không phải mọi cái mới đều mang tính tích cực, cũng như không phải tất cả những gì thuộc về truyền thống đều là xưa cũ và lạc hậu. Vấn đề đặt ra là cần phải có sự sàng lọc, gìn giữ được những giá trị tốt đẹp của truyền thống và phát huy những mặt tích cực của thời kỳ hiện đại, tạo ra một khuôn mẫu gia đình tiến bộ, phát triển. Xu hướng này được thể hiện rất rõ trong đời sống gia đình ở Thái Bình - nơi mà cuộc nghiên cứu về hệ giá trị gia đình Việt Nam vừa tiến hành khảo sát.■

#### Tài liệu trích dẫn

- Carol Graham. 2005. *The Economics of Happiness: Insights on globalisation from a novel approach*. World Economics, Vol.6, pp.41-55.
- Lê Ngọc Văn. 2012. *Gia đình và biến đổi gia đình ở Việt Nam*. Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- Ronald Inglehart. 2008. *Hiện đại hóa và Hậu hiện đại hóa*. Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- Tony Bilton, Kenvin Bonnett và đồng nghiệp. 1993. *Nhập môn xã hội học*. Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- Vũ Ngọc Phan. 1998. *Tục ngữ ca dao Việt Nam*. Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- World Bank. 2012. *Đánh giá nghèo Việt Nam 2012*, Báo cáo tóm tắt tổng quan.