

# MỘT SỐ CHỈ BÁO VỀ ĐỊNH HƯỚNG GIÁ TRỊ CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆN NAY

---

Đặng Vũ Cảnh Linh

*Khoa Xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.*

Cho đến nay các nhà tâm lý học và xã hội học sử dụng khá nhiều thuật ngữ “định hướng giá trị” trong những công trình nghiên cứu của mình, để phân tích quá trình biến đổi tâm lý, hành vi của cá nhân, nhóm, cộng đồng thông qua các mối quan hệ và tương tác xã hội. Một học giả nổi tiếng người Nga, A.G. Zdraromuxlov, đã phân tích định hướng giá trị như quá trình hướng đích của mỗi chủ thể với những nỗ lực tìm kiếm mục tiêu, cách thức và phương tiện nhằm thu được lợi ích, cũng như đạt được hiệu quả công việc trong các hoạt động sống của con người.

Giá trị và định hướng giá trị là đặc biệt quan trọng với thế hệ thanh niên và sinh viên ngày nay. Nghiên cứu định hướng giá trị của sinh viên trong bối cảnh xã hội hiện nay là hết sức cần thiết nhằm hướng đến những giải pháp xây dựng môi trường phát huy giá trị tích cực trong sinh viên, đáp ứng những yêu cầu của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa và xây dựng con người Việt Nam trong các giai đoạn phát triển mới, loại bỏ những yếu tố tiêu cực, lạc hậu.

Với mục tiêu nghiên cứu làm rõ những vấn đề trong định hướng giá trị của sinh viên, vừa qua Học viện Báo chí và Tuyên truyền và Viện Nghiên cứu Truyền thống và Phát triển đã tổ chức trung tâm ý kiến của 1154 sinh viên thuộc 31 trường đại học tại ba địa bàn Hà Nội, Huế và thành phố Hồ Chí Minh. Về phương pháp nghiên cứu, chúng tôi sử dụng 4 hệ chỉ báo để đo lường định hướng giá trị của sinh viên, đó là: nhóm giá trị liên quan đến học vấn, tri thức; nhóm giá trị liên quan đến lao động, nghề nghiệp; nhóm giá trị liên quan đến quan hệ ứng xử; nhóm giá trị tổng hợp bao gồm những giá trị truyền thống và giá trị hiện đại. Hai tiêu chí cơ bản trong đo lường được đưa ra cho nhóm sinh viên lựa chọn, đó là những giá trị được họ coi trọng và những giá trị họ cảm thấy cần thiết trong cuộc sống học tập, lao động và sinh hoạt của mình. Bài viết này xin được trình bày một số phát hiện chính từ kết quả của cuộc nghiên cứu này.

Trước hết tìm hiểu định hướng giá trị của sinh viên trong vấn đề tri thức, theo kết quả điều tra ở bảng 1, tỷ lệ % sinh viên lựa chọn các giá trị mà họ coi trọng hiện nay khá đồng đều đối với 5 giá trị “tri thức giao tiếp ứng xử” (47.8%), “tri thức thực tiễn” (47.4%), “tri thức kinh nghiệm” (46.9%), “tri thức khoa học cơ bản” (46.6%) và “tri thức do thế hệ trước truyền lại” (46.2%). Trong khi đó hai chỉ báo còn lại có tỷ lệ sinh viên lựa chọn thấp hơn với 33.1% sinh viên coi trọng “tri thức trong lao động sản xuất” và 34.5% là “tri thức trong lĩnh vực khác”.

Nếu như sự chênh lệch trong giá trị hướng tới các loại tri thức được sinh viên hiện nay coi trọng là không nhiều, thì trái lại sự khác biệt lại thể hiện rõ trong mối quan hệ giữa tri thức và giá trị mà sinh viên cho là cần thiết với bản thân họ. Theo kết quả điều tra có 3 giá trị tri thức mà sinh viên cho là cần thiết có tỷ lệ đồng thuận cao hơn so với các giá trị khác, xếp theo thứ tự là “tri thức kinh nghiệm” (61.4%), “tri thức giao tiếp ứng xử” (60.7%) và “tri thức thực tiễn” (60.0%). Xếp ở thứ tự tiếp theo là “tri thức khoa học cơ bản” (48.7%). Sự hoán đổi vị trí trong bảng giá trị cần thiết so với bảng giá trị coi trọng là “tri thức trong lao động sản xuất” (46.4%) thay thế cho vị trí của “tri thức do thế hệ trước truyền lại” (38.0%).

**Bảng 1: Tương quan giữa giới tính và nhóm giá trị tri thức được lựa chọn (%)**

Các giá trị lựa chọn	Giá trị được coi trọng				Giá trị coi là cần thiết			
	Nam	Nữ	Chung	TT	Nam	Nữ	Chung	TT
Tri thức giao tiếp, ứng xử	44.6	50.3	47.8	1	61.0	60.4	60.7	2
Tri thức thực tiễn	46.3	48.3	47.4	2	63.3	57.5	60.0	3
Tri thức kinh nghiệm	49.8	44.8	46.9	3	59.8	62.6	61.4	1
Tri thức khoa học cơ bản	49.0	44.8	46.6	4	48.5	48.7	48.7	5
Tri thức được truyền lại	44.6	47.5	46.2	5	36.7	39.0	38.0	7
Tri thức lao động, sản xuất	33.0	33.2	33.1	6	51.3	42.8	46.4	6
Tri thức lĩnh vực khác	34.6	34.4	34.5	7	47.5	50.9	49.5	4

Đối với định hướng giá trị của sinh viên trong vấn đề lao động, kết quả điều tra (bảng 2) cho thấy có 4 giá trị được sinh viên coi trọng với tỷ lệ đồng thuận trên 50% sinh viên trong mẫu điều tra bao gồm “đạo đức nghề nghiệp” (53.8%), “quý trọng thành quả trong lao động” (51.6%), “ý thức sáng tạo trong lao động” (51.5%) và “tôn trọng người lao động” (50.3%).

Ở cấp độ có tỷ lệ sinh viên đồng thuận từ 40% trở lên bao gồm các giá trị được coi trọng như “yêu thích công việc của mình” (46.7%), “độc lập tự chủ trong lao động” (43.7%), “đoàn kết, giúp đỡ đồng nghiệp” (42.7%) và “chăm chỉ, cần cù” (41.2%). Ngoài ra, có 39.6% sinh viên coi trọng “sự linh hoạt trong công việc” và 36.4% coi trọng việc “chọn nghề có thu nhập cao”. Điều đáng mừng là chỉ có một số ít sinh viên (15.9%) coi trọng việc tìm “công việc nhàn hạ, dễ làm”.

**Bảng 2: Tương quan giới tính với nhóm giá trị lao động được lựa chọn (%)**

Các giá trị lựa chọn	Giá trị được coi trọng				Giá trị coi là cần thiết			
	Nam	Nữ	Chung	TT	Nam	Nữ	Chung	TT
Đạo đức nghề nghiệp	50.0	56.7	53.8	<b>1</b>	45.9	46.7	46.5	<b>3</b>
Quý trọng thành quả lao động	53.1	50.7	51.6	<b>2</b>	37.8	38.8	38.3	<b>10</b>
Ý thức sáng tạo trong lao động	48.1	54.3	51.5	<b>3</b>	46.9	45.9	46.4	<b>4</b>
Tôn trọng người lao động	49.8	50.7	50.3	<b>4</b>	41.3	40.9	41.1	<b>9</b>
Yêu công việc của mình	45.0	48.2	46.7	<b>5</b>	49.8	52.3	51.1	<b>2</b>
Độc lập, tự chủ trong lao động	43.0	44.6	43.7	<b>6</b>	41.9	45.2	43.9	<b>7</b>
Đoàn kết, giúp đỡ đồng nghiệp	43.6	41.7	42.7	<b>7</b>	44.2	46.9	46.0	<b>5</b>
Chăm chỉ, cần cù	42.6	40.5	41.2	<b>8</b>	40.5	43.9	42.4	<b>8</b>
Linh hoạt trong công việc	36.6	42.0	39.6	<b>9</b>	57.7	56.8	57.5	<b>1</b>
Chọn nghề có thu nhập cao	41.3	32.8	36.4	<b>10</b>	42.7	47.1	45.4	<b>6</b>
Chọn việc nhàn hạ, dễ làm	16.5	15.4	15.9	<b>11</b>	21.6	26.2	24.4	<b>11</b>

Phân tích tương quan giữa các biến số cho thấy những giá trị lao động được sinh viên coi trọng có một số khác biệt theo phân bố giới tính và khu vực. Nhóm sinh viên nữ có tỷ lệ tin tưởng tích cực hơn so với nhóm sinh viên nam trong một số giá trị như “đạo đức nghề nghiệp”, “ý thức sáng tạo trong lao động”, “linh hoạt trong công việc” và “yêu công việc của mình”. Trong khi nhóm sinh viên nam lại có khuynh hướng coi trọng giá trị kiếm tiền, làm giàu hơn so với nhóm sinh viên nữ trong chỉ báo “chọn nghề có thu nhập cao” (41.3% so với 32.8%).

Đối với những giá trị, lao động được sinh viên coi là cần thiết trong cuộc sống bản thân, kết quả bảng 2 cũng phản ánh khá nhiều sự khác biệt so với chính sự lựa chọn của họ trong bảng giá trị được coi trọng. Hai yếu tố có tỷ lệ sinh viên lựa chọn nhiều nhất, đó là linh hoạt trong công việc, chiếm 57.5% và “yêu thích công việc của mình” (51.1%).

Ngoài ra, các giá trị tích cực khác được sinh viên cho là cần thiết có tỷ lệ lựa chọn tương đối đồng đều xếp theo thứ tự lần lượt là “đạo đức nghề nghiệp” (46.5%), “ý thức sáng tạo trong lao động” (46.4%), “đoàn kết, giúp đỡ đồng nghiệp” (46.0%), “chọn nghề có thu nhập cao” (45.4%), “độc lập tự chủ trong lao động” (43.9%), và “chăm chỉ, cần cù” (42.4%), “tôn trọng người lao động” (41.1%) và “quý trọng thành quả trong lao động” (38.3%). Yếu tố coi trọng “công việc nhàn hạ, dễ làm” vẫn xếp ở vị trí cuối cùng với 24,4% sinh viên lựa chọn.

Cùng với những giá trị về tri thức và giá trị về lao động, tìm hiểu niềm tin của sinh viên đối với các giá trị về quan hệ ứng xử trong cuộc sống, thấy rằng, giá trị được sinh viên coi trọng nhất là “kính trọng người lớn tuổi”, với tỷ lệ sinh viên đồng thuận khá cao (76.8%). Tiếp theo là hai giá trị “hoà thuận, nhường nhịn anh chị em” (54.9%) và “lịch sự trong quan hệ giao tiếp” (51.2%). Các giá trị còn lại đều có tỷ lệ sinh viên

lựa chọn trong khoảng từ 40% - 50% xếp theo thứ tự là “quan hệ tốt với bạn bè” (49.1%), “biết cảm thông và chia sẻ” (46.7%), “tôn trọng đồng nghiệp” (44.2%) và “năng động trong các mối quan hệ” (41.8%).

**Bảng 3:** Tương quan giữa giới tính với nhóm giá trị ứng xử được lựa chọn (%)

Các giá trị lựa chọn	Giá trị được coi trọng				Giá trị coi là cần thiết			
	Nam	Nữ	Chung	TT	Nam	Nữ	Chung	TT
Kính trọng người lớn tuổi	76.5	77.1	76.8	1	41.3	40.6	40.8	8
Hoà thuận với anh chị em	52.6	56.6	54.9	2	54.1	53.6	53.6	6
Lịch sự trong giao tiếp	50.5	52.4	51.2	3	52.6	55.2	54.4	5
Quan hệ tốt với bạn bè	47.6	49.4	49.1	4	61.2	59.7	60.1	2
Cảm thông và chia sẻ	44.7	51.7	48.6	5	53.9	55.4	54.7	4
Độc lập, khẳng định cá nhân	43.5	49.4	46.7	6	53.4	57.5	55.7	3
Tôn trọng đồng nghiệp	46.6	42.0	44.2	7	52.2	53.6	52.7	7
Năng động trong quan hệ	42.2	41.5	41.8	8	57.0	63.5	60.5	1

Đối với các giá trị sinh viên cho là cần thiết trong quan hệ ứng xử, hầu hết tỷ lệ % lựa chọn của sinh viên đều tăng lên so với những giá trị này khi xếp ở tiêu chí được coi trọng. Điều này phản ánh sự tin tưởng tích cực của sinh viên trong giá trị ứng xử với cuộc sống là một trong những yếu tố cơ bản giúp họ thành công và khẳng định được vị trí, vai trò của bản thân. Hai giá trị được sinh viên lựa chọn nhiều nhất là “năng động trong quan hệ” chiếm tỷ lệ 60.5% và “quan hệ tốt với bạn bè” chiếm tỷ lệ 60.1%. Tiếp theo là các giá trị “độc lập, khẳng định cá nhân” (55.7%), “cảm thông và chia sẻ” (54.7%), “lịch sự trong quan hệ giao tiếp” (54.4%), “hoà thuận với anh chị em” (53.6%), “tôn trọng đồng nghiệp” (52.7%). Yếu tố đứng cuối cùng là “kính trọng người lớn tuổi”, chiếm tỷ lệ (40.8%).

So sánh giữa các giá trị sinh viên coi trọng và giá trị cần thiết, số liệu điều tra lại phản ánh sự khác biệt khá lớn trong định hướng giá trị ứng xử của sinh viên. Điển hình nhất là sự hoán chuyển của hai vị trí giá trị “kính trọng người lớn tuổi” và “năng động trong quan hệ” từ vị trí thứ 1 xuống vị trí thứ 9 và từ vị trí thứ 9 lên vị trí thứ nhất. Điều này phản ánh thực tế niềm tin trong định hướng giá trị của nhiều sinh viên hiện nay biểu hiện khá mâu thuẫn và phức tạp. Những giá trị được họ tôn trọng nhiều khi không có điều kiện phát huy và vận dụng được trong cuộc sống. Giá trị ở đây biểu hiện khuynh hướng thiên về tình cảm. Trong khi ngược lại có một số giá trị vận dụng được trong cuộc sống lại có sự biểu hiện thiên về lý trí.

Theo kết quả điều tra (bảng 4), hầu hết các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc đều được sinh viên hiện nay tin tưởng và coi trọng. Đứng đầu là giá trị “lòng yêu nước” với tỷ lệ sinh viên lựa chọn khá cao (72.8%). Tiếp đến là hai giá trị “lòng hiếu thảo” (62.6%) và “tinh thần tôn sư trọng đạo” (60.0%). Các giá trị có tỷ lệ sinh viên lựa chọn từ 50% trở lên xếp theo thứ tự lần lượt là: “tinh thần đoàn kết, tập thể” (57.6%), “ý thức trách nhiệm, đức hi sinh” (53.5%), “tinh thần uống nước nhớ nguồn” (53.0%), “lòng nhân ái, bao dung” (50.5%) và “lý tưởng cách mạng” (50.1%).

**Bảng 4: Tương quan giữa giới tính và nhóm giá trị tổng hợp được lựa chọn (%)**

Các giá trị lựa chọn	Giá trị được coi trọng				Giá trị coi là cần thiết			
	Nam	Nữ	Chung	TT	Nam	Nữ	Chung	TT
Yêu nước	75.4	71.0	72.8	<b>1</b>	33.0	28.5	30.3	<b>24</b>
Lòng hiếu thảo	62.1	63.1	62.6	<b>2</b>	47.5	48.9	48.3	<b>11</b>
Tinh thần tôn sư trọng đạo	62.1	63.1	60.0	<b>3</b>	37.8	41.0	39.7	<b>18</b>
Tinh thần đoàn kết, tập thể	61.1	54.9	57.6	<b>4</b>	41.8	41.5	41.2	<b>16</b>
Ý thức trách nhiệm, đức hy sinh	53.8	53.3	53.5	<b>5</b>	37.2	37.1	36.8	<b>21</b>
Uống nước nhớ nguồn	54.9	51.9	53.0	<b>6</b>	37.6	34.2	35.6	<b>22</b>
Lòng nhân ái, bao dung	49.1	51.9	50.5	<b>7</b>	45.2	45.0	45.0	<b>12</b>
Lý tưởng cách mạng	51.8	49.1	50.1	<b>8</b>	35.1	34.7	34.8	<b>23</b>
Tôn trọng giá trị quốc tế	48.0	50.0	49.4	<b>9</b>	39.3	40.6	39.7	<b>19</b>
Tôn trọng, bảo vệ của công	48.2	47.9	48.0	<b>10</b>	41.0	38.9	39.5	<b>20</b>
Sống có lý tưởng, mục đích	45.5	49.7	47.8	<b>11</b>	52.3	53.1	52.8	<b>7</b>
Lòng tự trọng	49.1	46.7	47.3	<b>12</b>	49.4	48.9	49.4	<b>9</b>
Kiên trì, phấn đấu vươn lên	47.6	45.9	46.4	<b>13</b>	54.2	56.6	55.5	<b>3</b>
Tinh thần học, ham hiểu biết	46.8	46.2	46.4	<b>14</b>	53.6	57.9	55.9	<b>2</b>
Sẵn sàng đấu tranh với cái xấu	46.2	45.3	45.5	<b>15</b>	43.7	44.4	44.1	<b>14</b>
Lòng dũng cảm	44.9	43.7	44.1	<b>16</b>	44.7	41.6	43.0	<b>15</b>
Biết yêu cái đẹp	44.1	43.0	43.4	<b>17</b>	43.1	45.0	44.2	<b>13</b>
Tôn trọng người khác	42.4	40.8	41.4	<b>18</b>	54.0	53.2	53.6	<b>6</b>
Độc lập, tự chủ trong cuộc sống	41.8	41.5	41.3	<b>19</b>	54.2	55.3	55.0	<b>5</b>
Lạc quan, yêu cuộc sống	42.9	39.9	40.7	<b>20</b>	50.4	60.2	56.4	<b>1</b>
Lối sống giản dị, tiết kiệm	40.0	39.1	39.1	<b>21</b>	52.5	52.4	52.5	<b>8</b>
Phát huy năng lực cá nhân	40.2	37.5	38.7	<b>22</b>	52.1	57.9	55.3	<b>4</b>
Có ý thức làm giàu	38.9	35.8	37.0	<b>23</b>	46.8	51.0	49.2	<b>10</b>
Cạnh tranh để thành công	38.5	33.7	35.8	<b>24</b>	39.3	42.4	41.0	<b>17</b>

Ngoài ra, với 16 giá trị còn lại đều có tỷ lệ sinh viên lựa chọn khá cao (trên 35%). Điều này cho thấy niềm tin của sinh viên biểu hiện trong hầu hết các giá trị là tích cực, đặc biệt là sự lựa chọn giá trị khá đồng đều trong các nhóm sinh viên phân theo nam nữ và khu vực. Tuy nhiên, số liệu điều tra cho thấy trong bảng giá trị coi trọng phản ánh những giá trị mới liên quan đến kinh tế thị trường chưa được nhiều sinh viên thực sự coi trọng trong đời sống tình cảm của họ, như giá trị “phát huy mọi năng lực cá nhân” (xếp thứ 22), “có ý thức làm giàu” (xếp thứ 23) và “sẵn sàng cạnh tranh để thành công” (xếp thứ 24).