

## HOẠT ĐỘNG VĂN HÓA GIẢI TRÍ CỦA CƯ DÂN TRONG QUÁ TRÌNH ĐÔ THỊ HÓA (Trường hợp phường Cát Lái, quận 2, TPHCM)

TRẦN ĐAN TÂM

*Hoạt động văn hóa giải trí trong thời gian rảnh rỗi là một phần trong hoạt động sống của con người, chịu tác động bởi các đặc điểm nhân khẩu - xã hội của cá nhân, nhóm, cũng như điều kiện kinh tế - xã hội - văn hóa nhất định. Kết quả khảo sát<sup>(1)</sup> cho thấy sau thời gian gần 20 năm đô thị hóa, hoạt động văn hóa giải trí của cư dân ven đô cũ đã gia tăng đáng kể về loại hình cũng như mức độ tham gia. Bên cạnh xu hướng phát triển theo kiểu dạng đô thị: nghiêng về chọn lựa cá nhân, liên kết nhóm theo sở thích và tham gia "không gian ảo" trên mạng internet, sử dụng tiện ích của phương tiện truyền thông đại chúng, nơi đây vẫn còn lưu giữ một số nét văn hóa mang tính cộng đồng truyền thống. Các yếu tố tác động mạnh tới chọn lựa và tần suất hoạt động văn hóa giải trí vẫn là các đặc điểm nhân khẩu - xã hội như tuổi, học vấn, thu nhập cá nhân, mức sống hộ. Vai trò của mạng lưới cơ quan văn hóa có ý nghĩa trong việc tổ chức các hoạt động văn hóa giải trí công cộng lành mạnh, tạo không gian hưởng thụ và tham gia cho người dân.*

Đô thị hóa là một quá trình đem lại nhiều sự thay đổi trong đời sống của cư dân. Thông thường, những biến đổi này được nhìn nhận trước hết ở khía cạnh vật chất, kinh tế. Các vấn đề xã hội của đô thị hóa cũng rất được chú ý. Tuy nhiên, hoạt động văn hóa giải trí dường như bị coi là thứ yếu, ít được quan tâm hơn, cả từ phía quản lý, quy hoạch, cả trong nhận thức xã hội của các tầng lớp dân cư và ngay cả lĩnh vực nghiên cứu. Trong khi đó, hoạt động văn hóa giải trí lại chính là một phần quan trọng trong

hoạt động sống của con người. Đó không chỉ là thú vui thuần túy, mà một khi chứa đựng được những nội dung trí tuệ nhất định, nó sẽ góp phần hoàn thiện nhân cách, thúc đẩy sự phát triển của cá nhân và xã hội. Hoạt động giải trí lành mạnh cũng là một trong các yếu tố góp phần tái tạo sức lao động, kích thích sự tiến bộ xã hội ở những lĩnh vực khác.

Một trong những đặc trưng lối sống của xã hội hiện đại là sự phong phú của hoạt động rảnh rỗi, trong đó có việc thỏa mãn các nhu cầu văn hóa giải trí của cá nhân. Trong bối cảnh đô thị hóa, người ta sẽ nhìn thấy sự chuyển biến từ mô hình lối sống nông

---

Trần Đan Tâm. Thạc sĩ. Trung tâm Xã hội học, Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

thôn - mà nhu cầu văn hóa (nhu cầu thông tin, nhu cầu tình cảm, nhu cầu tâm linh,...) chủ yếu được thỏa mãn bằng những phương thức hàng ngày, thông qua truyền miệng và phương thức tập trung theo kỳ dịp, biểu thị trong các lễ hội gia tộc hoặc cộng đồng - sang mô hình lối sống đô thị được đặc trưng bởi vai trò đã bị cắt rời, hoạt động của con người có tính chuyên biệt cao, kiểm soát xã hội lỏng lẻo nhưng không phá hủy sự liên kết của các nhóm phụ - nhóm tiểu văn hóa, đề cao sự chọn lựa của cá nhân.

Tại phường Cát Lái, chúng tôi đã tiếp cận 450 cá nhân, tương đương khoảng 3,8% dân số phường Cát Lái từ 15 - 80 tuổi<sup>(2)</sup> gồm: 321 phiếu hỏi trong 300 hộ gia đình chọn mẫu chung cho cụm đề tài, và 129 phiếu tiếp cận mẫu thuận tiện những người sinh sống tại phường Cát Lái nhưng nằm ngoài các hộ khảo sát, trong đó có một số nhà trọ (sinh viên, công nhân,...) và công ty may có lao động sinh sống tại đây. Các đặc điểm nhân khẩu - xã hội của mẫu trả lời bản hỏi văn hóa giải trí không khác biệt nhiều so với nhóm nhân khẩu cùng độ tuổi (15 - 80 tuổi) thuộc 300 hộ gia đình khảo sát về *Biến đổi xã hội của vùng ven đô TPHCM sau 20 năm đô thị hóa*<sup>(3)</sup>, dù tỷ lệ nam ít hơn (43,3% so với 47,8%), tỷ lệ người trẻ nhiều hơn (dưới 45 tuổi chiếm 68,5% so với 61,7%), tỷ lệ thuộc về các gia đình có mức sống cao nhiều hơn (22,7% thuộc nhóm hộ có bình quân thu nhập (BQTN) cao và 17,6% thuộc nhóm khá, so với 19,6% thuộc nhóm hộ có

BQTN thấp và 16,9% thuộc nhóm dưới trung bình).

# 1. SỬ DỤNG THỜI GIAN RỖI CHO HOẠT ĐỘNG VĂN HÓA, GIẢI TRÍ – THỰC TRẠNG VÀ BIẾN ĐỔI TRONG QUÁ TRÌNH ĐÔ THỊ HÓA

Để tìm hiểu việc sử dụng thời gian rỗi, chúng tôi đã đưa ra 27 loại hình hoạt động văn hóa giải trí và lấy thông tin về mức độ tham gia trong khoảng 12 tháng trước thời điểm khảo sát như sau: 0= Hầu như không có hoạt động; 1= Một vài lần trong năm; 2= Một vài lần trong tháng; 3= Một vài lần trong tuần; 4= Gần như mỗi ngày

Kết quả cho thấy *Xem tivi* là hoạt động được nhiều người chọn nhất với mức độ 86,7% xem hàng ngày và 10,9% xem mỗi tuần vài lần; hầu như không xem chỉ có 0,67%. Ba hoạt động có tỷ lệ tham gia nhiều - sau việc *Xem tivi* - đều là các hoạt động giao lưu trong các mối quan hệ cá nhân: *Thăm họ hàng người thân* (82,4%), *Gặp gỡ vui chơi với nhóm bạn* (75,8%), *Đi vòng vòng lối xóm* (71,6%). Tiếp theo là hoạt động *Đi chùa, cúng bái* được 64,3% ghi nhận. Năm hoạt động trên chúng tôi xếp vào nhóm ***lựa chọn nhiều*** xét trên khía cạnh có/không tham gia (tỷ lệ có tham gia trên 60%).

Các hoạt động còn lại chia thành 2 nhóm: ***lựa chọn trung bình*** (tỷ lệ có tham gia trên 35% đến 60%) và ***lựa chọn ít*** (tỷ lệ không tham gia ít hơn 35%).

Nhóm lựa chọn trung bình khá đa dạng các loại hình từ hoạt động mang nhiều tính cá nhân, trong gia đình

(*Đọc báo, Đọc sách, Lên mạng internet, Xem băng đĩa, Vui chơi trong gia đình*), đến các hoạt động theo nhóm ra ngoài gia đình (*Đi chơi, du lịch, Đi công viên, Tham quan hội chợ, Nhậu, Uống cafe ngoài quán*).

Nhóm lựa chọn ít ngoài 3 loại hình *Chơi bài, chơi cờ, Chơi bida, điện tử* và *Nghe radio* thì 8 hoạt động khác (*Đi hát karaoke, khiêu vũ, Đi xem ca nhạc, phim, kịch, cải lương, biểu diễn nghệ thuật, Đến các cơ sở thể dục thể thao (bơi, tập võ, hoạt động khác), Thăm viện bảo tàng, phòng tranh, trưng bày nghệ thuật, Tham gia các câu lạc bộ, nhà văn hóa, Học nâng cao kiến thức, kỹ năng sống (ngoại ngữ, cắm hoa, nấu ăn, trang điểm,...), Tham gia các hoạt động văn hóa - xã hội ở phường, Tham gia các hoạt động xã hội*) đều là những việc gắn với các cơ sở văn hóa giải trí có tổ chức, với các nhóm xã hội, tách biệt không gian gia đình và đòi hỏi thời gian không ít, nên người tham gia phải cân nhắc hơn khi cân đối quỹ thời gian rỗi.

Phân tích từ góc độ có/không tham gia chưa cho thấy sự khác biệt nhiều chiều của hoạt động văn hóa giải trí trong thời gian rỗi. Do đó, chúng tôi xem xét mức độ tần số tham gia để thấy những hoạt động mang đặc trưng hàng ngày, hàng tuần hoặc hoạt động theo tháng, theo năm (xem Phụ lục Bảng 1).

Các hoạt động thường xuyên (với tỷ lệ người tham gia hầu như mỗi ngày trên 30% và tỷ lệ tích lũy từ vài lần hàng tuần trên 50%) không nhiều. Kết quả khảo sát ghi nhận ngoài *Xem tivi* chỉ

có *Lên mạng internet* và *Đi vòng vòng lối xóm* thuộc nhóm này. Các hoạt động này cho thấy thời gian rỗi hàng ngày, hàng tuần đang được người dân sử dụng chủ yếu cho các hoạt động từ trong nhà ra ngoài ngõ. Theo đó, tivi và mạng internet có ý nghĩa “nối dài giấc quan”, cung cấp thông tin và tri thức cho con người và giao lưu quanh khu vực ở là giao tiếp nối kết cộng đồng.

Riêng mạng internet có sự phân hóa về hai cực khi có đến 40,4% sử dụng hàng ngày nhưng cũng có 43,1% hầu như không sử dụng. Nhìn ở góc độ phương tiện, ta thấy tốc độ phát triển nhanh chóng của máy vi tính và internet tại Cát Lái khi mà, tính riêng trong số những gia đình trả lời bản hỏi (cụm đề tài *Biến đổi xã hội của vùng ven đô TPHCM sau 20 năm đô thị hóa*) cả 2 thời điểm 2004 và 2014, tỷ lệ có máy vi tính đã tăng từ 14,6% lên 50,5%, với 40,8% có nối mạng internet - một tiện nghi mà năm 2004 người nghiên cứu cũng chưa nghĩ đến để tìm hiểu. Tiện ích này đang tạo thành dấu ấn quan trọng trong đời sống văn hóa giải trí của cư dân và ở phần sau chúng tôi sẽ phân tích các yếu tố tác động đến việc sử dụng phương tiện này của cư dân Cát Lái.

*Gặp gỡ nhóm bạn* được ghi nhận là hoạt động theo tuần và theo tháng trong khi *Thăm họ hàng người thân* và *Đi chùa, cúng bái* là hoạt động theo tháng và theo năm. Nhóm bạn thường được nêu lên như một đặc trưng lối sống đô thị, bên cạnh các mối dây liên hệ thân tộc thường được coi như đặc

điểm lối sống nông thôn, thì có vẻ như ở Cát Lái hiện nay quan hệ giao tiếp cộng đồng đang dần mang sắc thái thị dân.

*Đi chơi xa, tham quan, du lịch và Tham quan hội chợ, chợ phiên* là những hoạt động đặc trưng theo năm có tỷ lệ tập trung cho mức tần suất hàng năm không thấp (với 50,4% và 30,9%). Nếu như đi chơi xa cần thời gian và chi phí cho mục đích thư giãn rõ ràng, thì hội chợ/chợ phiên lại là loại hình tích hợp giải trí - kinh tế. Ở những vùng như quận 2, các chợ phiên, hội chợ vẫn là những hoạt động đang được tổ chức hàng năm (chợ xuân, chợ Tết) hoặc một số dịp khác trong năm ở những địa bàn tập trung dân cư, đôi chỗ còn là chợ đêm hàng tuần.

Nhìn chung lại, với việc đưa ra đa dạng các loại hình hoạt động trong thời gian rỗi, kết quả khảo sát cho thấy người dân Cát Lái dù có khá nhiều lựa chọn nhưng vẫn tập trung vào một số loại hình nghiêng nhiều về hoạt động cá nhân và giao tiếp. Nếu như trước đây ít năm, hoạt động văn hóa giải trí chủ yếu là trong gia đình thì nay việc đi chơi xa, du lịch không còn là quá hiếm. Bên cạnh đó, một số nét sinh hoạt giải trí kiểu dạng nông thôn vẫn còn được ghi nhận với mức độ cao như *Đi vòng vòng lối xóm, Đi hội chợ, Đi chùa, cúng bái* (tỷ lệ có đi chùa cúng bái cao hơn tỷ lệ người theo tôn giáo trong mẫu khảo sát).

Xét theo thời gian, dù các hệ thống số liệu không tương thích hoàn toàn, vẫn có thể thấy rõ ràng là mức độ tham gia các hoạt động văn hóa giải trí ở

vùng ven đô trong quá trình đô thị hóa đã gia tăng đáng kể (xem Phụ lục Bảng 2). Có một vài điểm nổi lên khi nhìn vào con số của năm 2014 và 1993<sup>(4)</sup> như:

- Việc xem tivi gia tăng cùng với sự có mặt của phương tiện này trong gia đình đã được phủ gần kín các hộ gia đình.

- Đọc sách báo gia tăng trong khi nghe radio giảm đi rõ rệt. Đây cũng là xu hướng chung trong sự phát triển của các phương tiện truyền thông đại chúng.

- Xem băng đĩa như là một hiện tượng nổi lên ở giai đoạn đầu đô thị hóa nay đang có xu hướng giảm bớt.

- Các hoạt động đi xem phim, biểu diễn nghệ thuật gia tăng đáng kể. Bên cạnh đó, *Đi chơi xa, tham quan du lịch* trong khảo sát năm 2014 tại Cát Lái có đến gần 60% người trả lời có tham gia trong 12 tháng; trong khi năm 1993 không phải là hoạt động đáng để ghi nhận. Khảo sát năm 1996 tại An Phú<sup>(5)</sup> (cũng trên địa bàn sau này là quận 2) cũng cho thấy tỷ lệ đi tham quan du lịch chỉ vài phần trăm. Nếu xem xét thêm các điểm đến của hoạt động này thì người dân ven đô từ chỗ những năm 1990 thi thoảng đi vào vài nơi trong nội thành TPHCM, xa hơn chỉ đến Vũng Tàu, Đà Lạt (nhiều năm mới đi một lần), thì nay, thống kê trong 12 tháng, đã mở rộng không gian đến nhiều điểm hơn, nhiều tỉnh thành khác và thậm chí đi ra nước ngoài.

- Dữ liệu quận 2 năm 1998<sup>(6)</sup> với mẫu chọn tập trung vào những nhóm cư dân có khả năng tiếp nhận văn hóa

giải trí nhanh nhạy (học sinh cấp 3, các nhóm giáo viên, công nhân viên) nên tỷ lệ nhiều hoạt động cao mà hiện trạng cư dân Cát Lái sau 16 năm vẫn không thể bằng. Rõ ràng có những nhóm xã hội đang đi đầu gia tăng các hoạt động văn hóa giải trí trong cộng đồng ven đô đi lên đô thị.

## 2. TƯƠNG QUAN GIỮA ĐẶC ĐIỂM NHÂN KHẨU - XÃ HỘI VỚI MỨC ĐỘ HOẠT ĐỘNG VĂN HÓA, GIẢI TRÍ

Chúng tôi đã thiết lập ma trận tương quan Pearson giữa các loại hình giải trí với các đặc điểm nhân khẩu - xã hội của người trả lời gồm: Giới tính, Nhóm tuổi, Tôn giáo, Nhóm việc làm, Nhóm học vấn, Nhóm thu nhập cá nhân và Nhóm mức sống (bình quân thu nhập). Nhìn vào những chỉ số tương quan có ý nghĩa thống kê cao (sig. < 0,01 hoặc sig. < 0,05) ta thấy tuổi, học vấn, thu nhập cá nhân và mức sống của hộ là những yếu tố có tác động nhiều nhất đến các hoạt động văn hóa giải trí của cư dân phường Cát Lái.

Các phân tích cụ thể tạm chia thành ba cụm loại hình như sau:

1). Cụm thứ nhất (**Hoạt động cá nhân và giao tiếp**) là những yếu tố mang tính địa phương riêng biệt - kiểu văn hóa của quần chúng, xuất phát từ sinh hoạt đời thường của cư dân. Đó là những hoạt động văn hóa giải trí mang tính tự phát của các nhóm xã hội rộng rãi và những giao tiếp trực diện, liên cá nhân. Trong khảo sát tại Cát Lái, nhìn vào Mô hình các yếu tố và mức độ ảnh hưởng (xem Phụ lục Bảng 3) có thể thấy như sau:

a. Có những hoạt động được xác nhận chịu ảnh hưởng bởi **Giới tính** theo xu hướng các việc *Nhậu, Đi uống cafe, Gặp gỡ vui chơi với bạn bè, Chơi bida, điện tử, Chơi bài chơi cờ* là những hoạt động đặc trưng cho Nam giới. Với nữ, chỉ có loại hình tham gia nổi trội là *Đi chùa, cúng bái*.

b. Các hoạt động hướng ngoại đang theo xu hướng **càng trẻ** càng tham gia nhiều hơn, càng học vấn cao càng tham gia nhiều hơn và thu nhập cá nhân hoặc mức sống gia đình càng cao thì càng tham gia nhiều.

c. **Việc làm** có liên hệ với *Đi uống cafe, Nhậu, Đi hát karaoke/khiêu vũ* có ý nghĩa thống kê cao nhưng mức tương quan không mạnh theo xu hướng càng có việc làm ổn định càng ít tham gia các hoạt động này.

d. **Học vấn** có liên hệ ảnh hưởng đồng chiều với xu hướng học vấn cao càng tham gia nhiều các hoạt động *Vui chơi trong gia đình, Gặp gỡ, vui chơi với bạn bè, Đi uống cafe, Đi chơi công viên*. Học vấn là yếu tố quan trọng tác động đến việc hình thành và duy trì những hoạt động văn hóa giải trí lành mạnh. Điều này hầu như luôn được ghi nhận ở các cuộc khảo sát văn hóa giải trí và không ngoại lệ tại Cát Lái.

e. **Thu nhập cá nhân và mức sống hộ** cũng là yếu tố quan trọng tác động tới điều kiện tham gia những hoạt động hướng ngoại, cần chi phí.

Xem xét một số loại hình cụ thể ta thấy:

- *Thăm họ hàng, người thân* chỉ chịu ảnh hưởng của tuổi theo hướng càng

lớn tuổi càng ít thực hiện và ít nhiều bị chi phối bởi mức sống hộ.

- *Đi chùa, cúng bái* là hoạt động của nữ và người có tôn giáo

- *Gặp gỡ vui chơi với bạn bè* là hoạt động của nam giới, người trẻ và có học vấn cao.

- *Đi vòng vòng lối xóm* chỉ có liên hệ duy nhất với thu nhập cá nhân theo hướng càng có thu nhập cao càng ít đi quanh xóm. Trong khi đó, những người càng có thu nhập cao càng hay đi nhậu, đi uống cafe và hát karaoke/khiêu vũ - những hoạt động nhóm theo sở thích, không phụ thuộc vào địa bàn cư trú.

- *Đi uống cafe ngoài quán* và *Nhậu* là hoạt động của nam, có học vấn cao (việc uống cafe có tương quan mạnh hơn), có thu nhập cá nhân và mức sống cao. Tuy nhiên, cũng có thể thấy càng lớn tuổi càng ít đi uống cafe, trong khi đó, phải chăng việc làm ổn định lại cần những hoạt động này như một hình thức giao tiếp gia tăng mạng lưới xã hội.

- *Tham quan du lịch* là hoạt động tốn nhiều chi phí và dường như không phải chịu ảnh hưởng của thu nhập cá nhân mà được tính toán trên ngân sách gia đình. Theo đó, càng có mức sống gia đình cao, càng tham gia nhiều. Điều này làm tăng tỷ lệ chi phí cho giải trí ở các nhóm thu nhập cao.

2). Cụm thứ hai (***Tham gia các hoạt động có tổ chức***) bao gồm các mạng lưới cơ quan văn hóa được tạo ra để đảm bảo nhu cầu văn hóa của xã hội như thư viện, nhà văn hóa, rạp chiếu

phim, nhà hát, viện bảo tàng, câu lạc bộ,... Đó chính là cơ sở vật chất kỹ thuật của nền văn hóa của một xã hội. Chúng tạo ra khả năng khơi luồng cho sự tham gia của mọi thành viên trong cộng đồng vào các hoạt động giải trí lành mạnh, bổ ích.

Thời điểm mới thành lập (1997) quận 2 gần như “trắng” các thiết chế văn hóa thể thao. Trải qua quãng thời gian dài, các cơ sở văn hóa thể thao tại quận 2 vẫn chưa tăng thêm được bao nhiêu, các dự án xây dựng vẫn chỉ là “đất văn hóa”, “đất thể thao” chứ chưa có kinh phí thực hiện. Đây là nỗi ưu tư lớn của tất cả các cán bộ ngành văn hóa tại quận 2 mà chúng tôi có dịp tiếp xúc trong thời điểm khảo sát 2014. Chủ trương “xã hội hóa” nhằm thu hút đầu tư nhưng vẫn đang vướng mắc ở thời hạn giao đất không đủ hiệu quả kinh doanh - một vấn đề tất yếu là mối tương quan giữa phục vụ và lợi nhuận cho sản phẩm - dịch vụ đặc biệt này. Một số cơ sở văn hóa giải trí (rạp chiếu phim, hồ bơi, sân tennis, cầu lông, sân bóng mini,...) được đầu tư ở những dự án căn hộ hoặc do tư nhân tự bỏ vốn kinh doanh những năm gần đây cũng bổ sung cho điều kiện sinh hoạt vui chơi giải trí của người dân, nhưng hầu hết tập trung ở khu vực Thảo Điền, An Phú, Bình An, thuộc về cụm dân cư cao cấp - khả năng tham gia của người dân bình thường (trong đó có cư dân Cát Lái) cũng bị hạn chế không ít.

Dù cơ sở vật chất kém, lại thêm vốn tài chính và vốn con người không nhiều, nhưng thành tích của Phòng

Văn hóa Thông tin, của Trung tâm Văn hóa, Trung tâm Thể thao quận 2 vẫn giữ được vị trí khá cao trong toàn cảnh hoạt động văn hóa thông tin toàn thành phố. Những gì gây dựng từ buổi ban đầu vẫn còn duy trì và có ý nghĩa góp phần thỏa mãn nhu cầu của cư dân tại đây. Đó là Hội Hoa xuân - Chợ xuân, các câu lạc bộ Đờn ca tài tử (và có một nhóm Ca trù), Đêm thơ,... có những thăng trầm, nhưng vẫn là nét đẹp văn hóa giải trí của người dân quận 2, trong đó có cư dân Cát Lái.

Tuy nhiên, hoạt động văn hóa giải trí tại quận 2 vẫn còn phần nào giữ bao cấp. Vẫn còn những đội văn nghệ lưu động. Hoạt động Hội chợ, chợ phiên (chợ đêm) không mấy thành công nếu tổ chức ở khu dân cư cao cấp (Bình An) nhưng vẫn là một hoạt động người dân quận 2 nói chung và dân Cát Lái nói riêng chờ đợi. Một em bé trong một gia đình được khảo sát tại Cát Lái, khi cùng chúng tôi xem tờ rơi quảng cáo, đã có lời mời hẹn người nghiên cứu cùng đến chơi tại Phiên chợ Thanh niên do Quận đoàn - Ủy ban Hội Liên hiệp Thanh niên quận 2 tổ chức từ 24-29/6/2014 tại khu dân cư Bình An. Các hội chợ này thường mang tính kết hợp kinh tế và giải trí, đều có các sân khấu ca nhạc và là sân chơi cho nhiều người lao động bình dân với cả 3 nhu cầu: giải trí - giao lưu - mua sắm và có cả sàn giao dịch việc làm.

Ở những vùng xa như Cát Lái, một Trung tâm Văn hóa Thể thao Cát Lái cũng được đầu tư xây dựng, để phục vụ cho nhu cầu cư dân, nhưng hoạt

động cũng không thật sôi động vì nhiều lý do trong đó có lý do thiếu nhân sự chuyên trách và kinh phí.

Với rất nhiều cố gắng và đạt không ít thành tích, các hoạt động văn hóa có tổ chức dường như chưa đến được với người dân nếu xét trên tỷ lệ tham gia.

Bây loại hoạt động thuộc Cụm 2 đều nằm trong nhóm lựa chọn ít dù là **hưởng thụ** (*Đi xem ca nhạc, phim, kịch, cải lương, biểu diễn nghệ thuật, Thăm viện bảo tàng, phòng tranh, trưng bày nghệ thuật*) hay **tham gia** (*Đến các cơ sở thể dục thể thao, Tham gia các câu lạc bộ, nhà văn hóa, Tham gia các hoạt động xã hội, Tham gia các hoạt động văn hóa - xã hội ở phường, Học nâng cao kiến thức, kỹ năng sống*), với tỷ lệ hoạt động nằm ở mức “hoạt động theo năm” và không quá 13%. Tuy nhiên, một số cơ sở và hoạt động văn hóa địa phương đã được người dân Cát Lái nêu lên như điểm đến của mình là: Nhà Văn hóa Thiếu nhi quận 2, Trung tâm Văn hóa quận 2, Trung tâm Văn hóa Thể thao Cát Lái, hội chợ trên địa bàn quận 2. Các yếu tố ảnh hưởng nhiều đến các hoạt động trong Cụm 2 này tập trung vào tuổi và học vấn với xu hướng càng trẻ, càng học vấn cao thì càng tham gia nhiều.

3). Cụm thứ ba là **Hưởng dụng hệ thống thông tin đại chúng** thông qua các phương tiện truyền thông như báo chí, đài phát thanh, đài truyền hình... và các phương tiện văn hóa giải trí khác tại gia đình như băng nhạc, đĩa

nhạc, băng video,... cũng là xu hướng của cá nhân ngày nay.

Không khác toàn quận, phương tiện giải trí trong gia đình Cát Lái những năm đầu đô thị hóa là sự tích cực bổ sung phương tiện thông tin như là việc thể hiện “đẳng cấp”: nhờ tiền bán đất, đền bù giải tỏa để mua sắm vật dụng. Nếu như chỉ mấy năm trước đô thị hóa, vùng quận 2 nói chung, Cát Lái nói riêng, còn là nơi thực hiện chủ trương tặng radio cho hộ dân để tăng cường điều kiện thông tin, giải trí, thì có những giai đoạn tỷ lệ các phương tiện nghe nhìn ở những vùng này tăng vọt nhanh chóng, cao xấp xỉ nội thành. Sau đó, có một sự chọn lọc phương tiện mà xu hướng là radio, catset không được ưa chuộng lâu bền như tivi; máy nghe nhạc CD, đầu VCD bị thay thế bằng các phương tiện hiện đại hơn do kỹ thuật không còn cập nhật.

Mô hình tác động của các yếu tố nhân khẩu - xã hội (Phụ lục Bảng 3) cho thấy, ngoài tivi - hầu như ai cũng xem và radio - quá ít người nghe, thì tuổi, học vấn, việc làm, thu nhập cá nhân và mức sống hộ gia đình đang có ảnh hưởng rõ rệt đến việc chọn lựa các loại hình hoạt động khác trong Cụm 3 này theo xu hướng tuổi càng trẻ, càng có việc làm ổn định, học vấn càng cao, càng có thu nhập cao lại càng hưởng dụng nhiều hơn.

Internet là một phương tiện truyền thông mới mẻ. Tiềm ích của nó không chỉ là cơ sở kỹ thuật cho báo mạng mà tích hợp nhiều khả năng thông tin (đọc, nghe, nhìn) và giao tiếp. Sự ra

đời của internet đang làm thay đổi mô hình ứng xử cũng như làm thay đổi không gian giao tiếp của cá nhân. Như trên đã nói, khảo sát tại Cát Lái cho thấy sự phân hóa trong mức độ tiếp cận loại hình truyền thông này và đây cũng là hoạt động đặc trưng của thanh niên, học vấn đại học trở lên và xu hướng nam giới nhiều hơn nữ giới. Nhìn vào đó có thể thấy internet sẽ là phương tiện của tương lai (72% thanh niên dưới 30 tuổi trong mẫu khảo sát đang sử dụng internet hàng ngày) dù hiện nay người già (93% nhóm 60 tuổi trở lên), học vấn thấp (88% nhóm học vấn cấp 1 trở xuống) hầu như không sử dụng, phần nhiều do khả năng hạn chế.

### 3. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TỪ KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG VĂN HÓA GIẢI TRÍ TRONG THỜI GIAN RỖI CỦA NGƯỜI DÂN PHƯỜNG CÁT LÁI

Đời sống văn hóa ở các vùng mới đô thị hóa như phường Cát Lái quận 2 thay đổi với tốc độ nhanh hơn hẳn thời gian trước khi tiến trình mở rộng không gian đô thị bùng nổ và cũng không giống tại các vùng hiện vẫn còn là ngoại thành. Nhìn vào mức độ chọn lựa các loại hình văn hóa giải trí trong thời gian rỗi của cư dân Cát Lái có thể thấy các điểm nổi lên như sau:

- Việc xuất hiện các kiểu dạng văn hóa giải trí phong phú hơn, tần suất tham gia dày đặc hơn là một hiện thực tại các vùng mới đô thị hóa. Tuy nhiên, đây không đơn thuần là sự phát triển văn hóa giải trí mà chính là quá trình chuyển đổi lối sống theo hướng gia nhập cộng đồng thị dân.



- Cụm các loại hình hoạt động thuộc về hưởng dụng truyền thông đại chúng có sự thay đổi nhiều nhất. Sự gia tăng các phương tiện văn hóa tại gia đình khiến cho người dân các quận mới đô thị hóa có cơ may gần ngang bằng với dân nội ô trong việc tiếp cận các chương trình thông tin đại chúng. Không gian văn hóa của người dân, nhờ đó, được mở rộng chưa từng thấy. Mức độ hưởng dụng và thị hiếu, nhất là ở lớp thanh niên đã khá gần với dân nội thành cũ. Cư dân ở đây có xu hướng chọn phương tiện thông tin để hấp thu và hấp dẫn nhờ các tiết mục văn nghệ giải trí. Đặc điểm tần số hoạt động trong thời gian rỗi của cư dân Cát Lái vẫn gần nhiều nhất với tivi.

- Hoạt động văn hóa giải trí của người dân Cát Lái trong mẫu khảo sát chủ yếu vẫn mang tính cá nhân và giao tiếp nhóm. Những hoạt động có phần “xa xỉ” ở thời gian trước cũng ngày càng có xu hướng tăng thêm như *Đi chơi xa, tham quan, du lịch*.

- Bên cạnh những giao tiếp theo quan hệ thân tộc, cộng đồng cư trú, các quan hệ theo nhóm bạn cũng có vị trí quan trọng. Không gian giao tiếp, không gian văn hóa giải trí có xu hướng mở rộng, một phần nhờ mạng internet là nét hiện đại trong đời sống của cư dân.

- Dù đa dạng, có cái mới nhưng vẫn bảo tồn những nét văn hóa giải trí truyền thống - đó là câu chuyện của những nhóm tiểu văn hóa như Câu lạc bộ Đờn ca tài tử vẫn duy trì trong đời sống văn hóa tự thân của cư dân.

- Việc ít tham gia các hoạt động tại các cơ sở/thiết chế văn hóa chính thức không chỉ nói lên mức độ hưởng thụ mà còn là sự tham gia tạo thành các sản phẩm văn hóa giải trí - một mục tiêu của các thiết chế này. Khi mô hình văn hóa nông thôn gần như bị xóa sổ sau gần 20 năm thì các thiết chế văn hóa địa phương, dù đạt nhiều thành tích vẫn không phải là nơi thu hút dân cư. Tuy nhiên, đây không hẳn là bước lùi vì bản chất hoạt động giải trí theo kiểu đô thị hiện đại là chọn lựa hợp lý của cá nhân trên nền cơ sở hạ tầng chung của xã hội. Chính vì thế, đầu tư nâng cao đời sống văn hóa, đáp ứng nhu cầu người dân không thể cứ quanh quẩn trong cộng đồng chật hẹp cấp phường, cấp quận mà phải là đầu tư để người dân có điều kiện chọn lựa nhiều hơn nữa, đa dạng hơn nữa.

- Khảo sát Cát Lái năm 2014, cũng như nhiều các nghiên cứu khảo sát về văn hóa giải trí, đều cho thấy tác động của trình độ học vấn và độ tuổi đến xu hướng chọn lựa loại hình và tần số hoạt động là khá rõ nét. Tuổi trẻ, dù ở thời đại nào cũng là những người dễ tiếp thu cái mới, dễ du nhập những nhu cầu mới và tích cực tìm cách để thỏa mãn các nhu cầu đó. Tuy nhiên, thanh thiếu niên, nhất là số có trình độ học vấn thấp, là nhóm dễ có sự nóng vội trong khi chọn lựa và cần có sự hướng dẫn, điều chỉnh về nhu cầu văn hóa nhiều nhất. Những người có học vấn càng cao sẽ càng bản lĩnh hơn trong các hoạt động giải trí điều kiện chuyển đổi văn hóa từ nông thôn sang

đô thị. Đây cũng là nhóm có sự tiếp thu tính hiện đại khá mạnh nhưng cũng bảo tồn được các giá trị văn hóa truyền thống nhiều hơn cả. Xu hướng “nước chảy chỗ trũng” cũng được ghi nhận với hiện tượng có những nhóm tham gia nhiều hoạt động (tuổi trẻ, học vấn cao, mức sống cao), và có những nhóm hầu như rất ít tham gia.

Nhìn chung lại, từ trường hợp khảo sát tại phường Cát Lái, quận 2 TPHCM, có thể thấy hoạt động văn

hóa giải trí của cư dân ven đô trong quá trình đô thị hóa đang dần hòa vào bức tranh đô thị chung. Vẫn còn nhiều khó khăn để bảo đảm nhu cầu ngày càng tăng của cư dân, cũng như định hướng cho các hoạt động văn hóa giải trí lành mạnh ngày càng văn minh và có thể lưu giữ những nét văn hóa truyền thống đặc thù, đạt mục tiêu phát triển văn hóa giải trí trong thời gian rồi là một trong những đích đến của phát triển xã hội. □

## PHỤ LỤC

Bảng 1. Mức độ tham gia các hoạt động văn hóa giải trí trong 12 tháng qua (%)

| LOẠI HOẠT ĐỘNG                 | Một vài lần/năm (%) | Một vài lần/tháng (%) | Một vài lần/tuần (%) | Gần như mỗi ngày (%) |
|--------------------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|
| Xem ti vi                      | 0,7                 | 1,1                   | <b>10,9</b>          | <b>86,7</b>          |
| Lên mạng internet              | 0,7                 | 5,6                   | <b>10,2</b>          | <b>40,4</b>          |
| Đi vòng vòng lối xóm           | 2,9                 | 11,1                  | <b>24,4</b>          | <b>33,1</b>          |
| Gặp gỡ vui chơi với bạn bè     | 11,8                | <b>22,0</b>           | <b>24,0</b>          | 18,0                 |
| Thăm họ hàng, người thân       | <b>30,0</b>         | <b>28,7</b>           | 18,0                 | 5,8                  |
| Đi chùa, cúng bái              | <b>34,4</b>         | <b>21,3</b>           | 7,6                  | 1,3                  |
| Đi chơi xa, tham quan, du lịch | <b>50,4</b>         | 2,7                   | 0,7                  | 0,0                  |
| Tham quan hội chợ, phiên chợ   | <b>30,9</b>         | 14,7                  | 1,1                  | 0,7                  |

Bảng 2. So sánh tỷ lệ tham gia các loại hình văn hóa giải trí qua các thời kỳ - tính trên mẫu cư dân (%)

| Các loại hình sinh hoạt giải trí                            | Cát Lái 2014 | Thủ Đức 1993 | Bình Trưng 1993 | Quận 2 1998 |
|-------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-----------------|-------------|
| Thăm họ hàng, người thân                                    | 82,4         |              |                 | 95,1        |
| Gặp gỡ vui chơi với bạn bè (nhóm bạn)                       | 75,8         |              |                 | 90,7        |
| Đi chùa, cúng bái                                           | 67,3         |              |                 | 55,3        |
| Đi chơi xa, tham quan, du lịch                              | 57,3         |              |                 | 71,5        |
| Hoạt động mang tính chất vui chơi gia đình                  | 52,7         |              |                 | 95,5        |
| Nhậu (rượu, bia,...)                                        | 36,7         |              |                 | 33,3        |
| Đi hát karaoke, khiêu vũ                                    | 28,0         |              |                 | 11,0        |
| Chơi bài, chơi cờ                                           | 15,6         |              |                 | 19,1        |
| Chơi bida, điện tử                                          | 13,6         |              |                 | 25,3        |
| Đi xem ca nhạc, phim, kịch, cải lương, biểu diễn nghệ thuật | 26,9         | 6,2          | 3,2             | 52,5        |

| Các loại hình sinh hoạt giải trí                             | Cát Lái<br>2014 | Thủ Đức<br>1993 | Bình Trưng<br>1993 | Quận 2<br>1998 |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|----------------|
| Tham gia các câu lạc bộ, nhà văn hóa                         | 19,6            |                 |                    | 32,9           |
| Tham gia các hoạt động xã hội                                | 19,3            |                 |                    | 63,8           |
| Đến các cơ sở thể dục thể thao (bơi, tập võ, hoạt động khác) | 18,2            |                 |                    | 62,2           |
| Thăm viện bảo tàng, phòng tranh, trưng bày nghệ thuật        | 18,3            |                 |                    | 43,9           |
| Xem ti vi                                                    | 99,3            | 80,4            | 84,3               | 98,4           |
| Đọc báo in                                                   | 51,8            |                 |                    | 91,1           |
| Đọc sách                                                     | 35,3            | 28,7            | 26,9               |                |
| Nghe radio                                                   | 24,2            | 66,9            | 65,9               |                |
| Xem băng đĩa                                                 | 42,0            | 29,7            | 18,8               | 85,8           |

Ghi chú: \* Thủ Đức 1993 và Bình Trưng 1993: Xem chú thích 4.

\* Quận 2 1998: Xem chú thích 6.

Bảng 3. Mô hình tác động của các yếu tố nhân khẩu - xã hội đến việc tham gia các loại hình văn hóa giải trí

| Các loại hình sinh hoạt giải trí                             | Giới tính | Nhóm tuổi | Tôn giáo | Nhóm việc làm | Nhóm học vấn | Nhóm TN cá nhân | Nhóm BQTN hộ |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|---------------|--------------|-----------------|--------------|
| <b>HOẠT ĐỘNG CÁ NHÂN, GIAO TIẾP</b>                          |           |           |          |               |              |                 |              |
| Thăm họ hàng, người thân                                     |           | --        |          |               |              |                 | +            |
| Đi chùa, cúng bái                                            | Nữ        |           | ++       |               | +            |                 |              |
| Gặp gỡ vui chơi với bạn bè (nhóm bạn)                        | Nam       | --        |          |               | ++           |                 | +            |
| Đi vòng vòng lối xóm                                         |           |           |          |               |              | --              |              |
| Uống cafe ngoài quán                                         | Nam       | --        | --       | --            | ++           | ++              | ++           |
| Nhậu (rượu, bia,...)                                         | Nam       | -         | -        | --            | +            | ++              | ++           |
| Hoạt động mang tính chất vui chơi gia đình                   |           | --        |          |               | ++           |                 | ++           |
| Đi chơi công viên                                            |           | --        |          | -             | ++           |                 | +            |
| Tham quan hội chợ, phiên chợ                                 | Nữ        | --        |          |               | ++           |                 |              |
| Đi chơi xa, tham quan, du lịch                               |           | --        |          |               | ++           |                 | ++           |
| Đi hát karaoke, khiêu vũ                                     | Nam       | --        | --       | --            | ++           | ++              | ++           |
| Chơi bài, chơi cờ                                            | Nam       | -         |          |               |              | ++              | +            |
| Chơi bida, điện tử                                           | Nam       | --        |          |               |              |                 | ++           |
| <b>HOẠT ĐỘNG CÓ TỔ CHỨC</b>                                  |           |           |          |               |              |                 |              |
| Đi xem ca nhạc, phim, kịch, cải lương, biểu diễn nghệ thuật  |           | --        |          |               | ++           |                 |              |
| Đến các cơ sở thể dục thể thao (bơi, tập võ, hoạt động khác) | Nam       | --        |          |               | ++           |                 |              |
| Thăm viện bảo tàng, phòng tranh, trưng bày nghệ thuật        |           | --        |          |               | ++           |                 |              |

| Các loại hình sinh hoạt giải trí                 | Giới tính | Nhóm tuổi | Tôn giáo | Nhóm việc làm | Nhóm học vấn | Nhóm TN cá nhân | Nhóm BQTN hộ |
|--------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|---------------|--------------|-----------------|--------------|
| <b>HOẠT ĐỘNG CÓ TỔ CHỨC</b>                      |           |           |          |               |              |                 |              |
| Học tập nâng cao kiến thức, kỹ năng sống         |           | --        |          | -             | ++           |                 |              |
| Tham gia các câu lạc bộ, nhà văn hóa             |           | --        |          |               | ++           |                 |              |
| Tham gia các hoạt động xã hội                    |           |           |          |               | ++           |                 |              |
| Tham gia các hoạt động văn hóa - xã hội ở phường |           |           |          |               | -            |                 |              |
| <b>HƯỞNG DỤNG TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG</b>         |           |           |          |               |              |                 |              |
| Xem ti vi                                        |           |           |          |               |              |                 |              |
| Nghe radio                                       |           |           |          |               |              |                 |              |
| Đọc báo in                                       | Nam       |           | -        | --            | ++           | ++              | +            |
| Đọc sách                                         |           | --        | -        | --            | ++           | ++              | ++           |
| Xem băng đĩa                                     |           | --        | -        | --            |              |                 |              |
| Lên mạng internet                                | Nam       | --        | -        | --            | ++           | ++              | ++           |

Ghi chú:

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| --                                | Là tác động trái chiều có ý nghĩa thống kê sig. <0,01                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ++                                | Là tác động cùng chiều có ý nghĩa thống kê sig. <0,01                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| -                                 | Là tác động trái chiều có ý nghĩa thống kê sig. <0,05                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| +                                 | Là tác động cùng chiều có ý nghĩa thống kê sig. <0,05                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <i>Giới tính</i>                  | Có giá trị 1= Nam (43,3%); 2= Nữ (56,7%)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <i>Nhóm tuổi</i>                  | Có giá trị tăng dần theo trị số tăng dần: 1= Thanh niên (dưới 30 tuổi) (34,9%); 2= Trung niên (30-44 tuổi) (33,6%); 3= Lớn tuổi (45-59 tuổi) (25,1%); 4= Già (60 tuổi trở lên) (6,4%)                                                                                                                                                                                                            |
| <i>Tôn giáo</i>                   | Có giá trị 0= Không tôn giáo/thờ ông bà (48,2%); 1= Có tôn giáo (51,8%)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <i>Nhóm việc làm</i>              | Có giá trị theo xu hướng trị số càng nhỏ thì càng có việc làm ổn định, vị trí nghề nghiệp cao: 1= Lãnh đạo, quân đội, công an, người có chuyên môn kỹ thuật (18,7%); 2= Nhân viên khối dịch vụ, bán hàng, bảo vệ (17,6%); 3= Tự do và công nhân có kỹ thuật (19,1%); 4= Lao động giản đơn và nông nghiệp (16,9%); 5= Học sinh, sinh viên (9,8%); 6= Không có việc làm, nội trợ, già, hưu (18,0%) |
| <i>Nhóm học vấn</i>               | Có giá trị tăng dần theo trị số tăng dần: 1= Tiểu học trở xuống (18,4%); 2= Phổ thông cơ sở (30,0%); 3= Phổ thông trung học và trung cấp (32,2%); Cao đẳng, đại học trở lên (19,3%)                                                                                                                                                                                                              |
| <i>Nhóm thu nhập cá nhân</i>      | Có giá trị tăng dần theo trị số tăng dần: 1= Không có thu nhập hoặc rất ít (dưới 200 ngàn đ/tháng) (29,8%); 2= Từ 800 ngàn - 3 triệu đ/tháng (23,6%); 3= Trên 3 triệu - 6 triệu đ/tháng (32,2%); 4= Trên 6 triệu - 9 triệu đ/tháng (7,1%); 5= Trên 9 triệu đ/tháng (4,9%)                                                                                                                        |
| <i>Nhóm bình quân thu nhập hộ</i> | Có giá trị tăng dần theo trị số tăng dần: 1= Thấp (1.245 ngàn đ/người/tháng) (19,6%); 2= Dưới trung bình (1.871 ngàn đ/người/tháng) (16,9%); 3= Trung bình (2.384 ngàn đ/người/tháng) (20,7%); 4= Khá (3.193 ngàn đ/người/tháng) (17,6%); 5= Cao (6.375 ngàn đ/người/tháng) (22,7%)                                                                                                              |

## CHÚ THÍCH

- <sup>(1)</sup> Đề tài *Hoạt động giải trí trong thời gian rảnh rỗi của cư dân tại cộng đồng ven đô sau 20 năm đô thị hóa tại TPHCM* nằm trong cụm đề tài *Biến đổi xã hội của vùng ven đô TPHCM sau 20 năm đô thị hóa*, chọn khảo sát trường hợp tại phường Cát Lái (Quận 2 - TPHCM) do Trần Đan Tâm thực hiện năm 2014. Số liệu trong bài, nếu không có ghi chú riêng, đều thuộc đề tài này.
- <sup>(2)</sup> Tính từ số liệu do Phòng Thống kê quận 2 cung cấp: dân số phường Cát Lái tính đến 31/12/2013 là 16.184 người - tỷ lệ từ 15 - 80 tuổi khoảng 73% (tính theo tỷ lệ dân số chung toàn quận 2).
- <sup>(3)</sup> Xem thêm về cuộc khảo sát này trong bài *Biến đổi xã hội trong tiến trình đô thị hóa tại quận 2, TPHCM - nhìn từ các số liệu thống kê* của Trần Đan Tâm và Nguyễn Thị Cúc Trâm cùng trong số tạp chí này.
- <sup>(4)</sup> Số liệu thuộc đề tài *Tìm hiểu đời sống văn hóa của cư dân TPHCM* - Sở văn hóa thông tin TPHCM chủ trì, nhóm nghiên cứu thuộc Viện Khoa học xã hội tại TPHCM thực hiện năm 1993 – trong đó có phần khảo sát tại huyện Thủ Đức với một trong 3 điểm khảo sát là xã Bình Trưng (nay là phần thuộc phường Bình Trưng Đông, quận 2) – tiếp giáp phường Cát Lái. Chọn mẫu cư dân từ 16 tuổi.
- <sup>(5)</sup> Nguyễn Vi Nhuận và cộng sự, 1996. Số liệu điều tra đề tài *Làng xã ven đô dưới áp lực đô thị hóa* (do Trung tâm Nghiên cứu Xã hội học và Phát triển, Viện Khoa học xã hội tại TPHCM thực hiện).
- <sup>(6)</sup> Số liệu nghiên cứu năm 1998 của Trần Đan Tâm, thực hiện luận văn cao học *Nhu cầu văn hóa của cư dân vùng mới đô thị hóa tại TPHCM (trường hợp quận 2)* (Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội). Mẫu khảo sát là cá nhân, chọn thuận tiện có chủ đích phân tầng theo nghề nghiệp gồm 264 trường hợp tham gia trả lời rải ra trên nhiều phường thuộc quận 2. Chọn mẫu cư dân từ 16 tuổi, thuận tiện có chủ đích phân tầng theo nghề nghiệp

## TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Nguyễn Vi Nhuận và cộng sự. 1996. Số liệu điều tra đề tài *Làng xã ven đô dưới áp lực đô thị hóa* (Đề tài do Trung tâm Nghiên cứu Xã hội học và Phát triển, Viện Khoa học xã hội tại TPHCM thực hiện).
2. Nhóm nghiên cứu xã hội học, Viện Khoa học xã hội tại TPHCM, 1993. *Số liệu điều tra về đời sống văn hóa của cư dân huyện Thủ Đức*, tập II. Sở Văn hóa Thông tin TPHCM.
3. Trần Đan Tâm. 2007. *Đời sống văn hóa cư dân vùng mới đô thị hóa (Trường hợp quận 2 - TPHCM)*, in trong sách *Những nghiên cứu Xã hội học trong thời kỳ chuyển đổi*. Hà Nội: Nxb. Khoa học Xã hội.
4. Trung tâm Xã hội học và phát triển, Viện Khoa học xã hội tại TPHCM, 2004. Báo cáo tổng hợp và số liệu khảo sát *Điều tra khảo sát thực trạng kinh tế - xã hội của cộng đồng cư dân thuộc dự án Cải thiện điều kiện sống các hộ thu nhập thấp tại phường Cát Lái quận 2 TPHCM*.