

**TRAO ĐỔI Ý KIẾN**

## **VỀ CÁC XU HƯỚNG BIẾN ĐỔI CỦA VĂN HÓA - LỐI SỐNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY<sup>(\*)</sup>**

**Hồ Sĩ Quý<sup>(\*\*)</sup>**

<sup>(\*\*)</sup> Giáo sư, tiến sĩ, Hội Triết học Việt Nam.

Email: hosiquy.thongtin@gmail.com

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, văn hóa - lối sống ở Việt Nam đã và đang trải qua những biến đổi sâu sắc, phản ánh trực tiếp những thay đổi mạnh mẽ trong đời sống kinh tế, xã hội và tâm thức cộng đồng. Từ sau công cuộc Đổi mới năm 1986, những giá trị truyền thống vốn đóng vai trò định hình bản sắc dân tộc không chỉ được bảo tồn mà còn được đặt trong một tiến trình thích nghi và tái cấu trúc. Trong quá trình đó, các hiện tượng như văn hóa duy tình, văn hóa giao tiếp - ứng xử, văn hóa gia đình, văn hóa tiêu dùng và tín ngưỡng tâm linh đều có những biểu hiện mới, thể hiện sự giao thoa giữa cái cũ và cái mới, giữa truyền thống và hiện đại, giữa nội sinh và ngoại sinh. Bài viết này tập trung phân tích các xu hướng biến đổi ấy không phải như một sự đứt gãy, mà như một quá trình vận động tất yếu, trong đó các yếu tố hằng số và biến số cùng song hành, làm nên diện mạo văn hóa Việt Nam trong thời kỳ phát triển và hội nhập hiện nay.

**Từ khóa:** văn hóa - lối sống, văn hóa ứng xử - giao tiếp, văn hóa gia đình, văn hóa tiêu dùng, văn hóa tâm linh - tín ngưỡng.

*Ngày nhận bài: 22/02/2025; ngày phản biện: 23/02/2025; ngày sửa chữa: 15/03/2025; ngày duyệt đăng: 10/06/2025.*

### **1. Mở đầu**

Trong đời sống văn hóa ở Việt Nam mấy chục năm qua, khi bản sắc và giá trị truyền thống được chú trọng bảo tồn và phát huy, thì đồng thời văn hóa - lối sống cũng lại biến đổi mạnh và sâu sắc ở tất cả các cấp độ. Thực tế này chẳng có gì mâu thuẫn, mà là một quá trình trong đó hằng số và biến số cùng tồn tại. Bài viết phân tích các xu hướng biến đổi trong “*văn hóa duy tình*”, văn hóa ứng xử - giao tiếp, văn hóa gia đình và giá trị gia đình, văn hóa tiêu dùng và văn hóa tâm linh - tín

ngưỡng ở Việt Nam hiện nay.

Mặc dù hiện thời, các hiện tượng như “thói háo danh” vẫn còn phổ biến; tỷ lệ ly hôn tương đối nhiều; truyền thống giản dị, tiết kiệm đang bị xu hướng lãng phí, xa xỉ lấn át; tự do tôn giáo và văn hóa tâm linh

<sup>(\*)</sup> Bài viết là sản phẩm của đề tài Mũ khoa học cấp Bộ “*Lý luận và thực tiễn xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới*” thuộc Chương trình trọng điểm cấp Bộ “*Xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới*”, do PGS.TS. Nguyễn Tài Đồng làm chủ nhiệm, Viện Triết học là cơ quan chủ trì.

vẫn đang bị lợi dụng... Tuy nhiên, so với trước đây, văn hóa - lối sống Việt Nam đã bớt dần “sự can thiệp” của “quan hệ tình nghĩa”; không máy móc, nệ cổ vào tập tục truyền thống; không khắt khe hay kỳ thị văn hóa ngoại sinh...; hiệu quả lao động, trình độ chuyên môn, đổi mới sáng tạo, sự đầm ấm của gia đình, năng lực thực tiễn và sự thành đạt cá nhân... luôn được coi là tiêu chuẩn hàng đầu trong đánh giá mức độ tích cực của các xu hướng biến đổi.

Không nằm ngoài sự chi phối của quy luật, văn hóa - lối sống ở Việt Nam đã và đang biến đổi khá sâu sắc, theo xu hướng cơ bản là tích cực. Sự biến đổi đó phản ánh quá trình phát triển sôi động của đất nước trong suốt gần 40 năm hội nhập và đổi mới.

## **2. Sự biến đổi của “văn hóa duy tình”**

“Duy tình”, đề cao tình người, xem trọng các quan hệ thân thiện (hơn cả lý lẽ) trong hoạt động xã hội là phương thức giao tiếp đã tồn tại phổ biến trong văn hóa Việt Nam. Mặc dù vẫn có người còn hoài nghi ít nhiều, nhưng thực tế này đã được đông đảo dư luận xã hội, nhiều học giả có tên tuổi và ngay cả Nghị quyết Trung ương 5 Khóa VIII về văn hóa cũng ghi nhận “trọng tình nghĩa” (Xem: Đảng Cộng sản Việt Nam 1998: 56).

Việc đề cao (thường là đến mức thái quá) các mối quan hệ cá nhân có nguồn gốc từ hệ giá trị duy tình trong văn hóa Việt Nam. Theo nghiên cứu của nhà nhân học Lương Văn Hy, ở Việt Nam, khi phải làm bất kỳ việc gì ít nhiều mang tính hệ trọng, trước hết người ta thường đặt câu hỏi, có thân quen ai không (trong khả năng giải quyết vấn đề) trước khi xem xét các điều kiện khác như chuyên môn,

kỹ thuật hay năng lực. Đã thành thông lệ, thậm chí là định kiến: nếu không biết “sử dụng” hay tính đến “quan hệ” thì mọi công việc sẽ trở nên khó khăn hơn, thậm chí đến mức có thể không thực hiện được, mặc dù các điều kiện khác không đến nỗi thiếu hụt (Xem: Luong, Hy V. 2018). Trong quan hệ làm việc bình thường với các đối tác, tình cảm cũng thường mặc nhiên được coi không phải là yếu tố bên ngoài công việc, mà là một phần không thể thiếu trong giao tiếp, đàm phán, ký kết, triển khai... các hoạt động, kể cả các hoạt động kinh tế - kỹ thuật. Mọi đồ án, kế hoạch sẽ rất khó hoàn thành nếu như các đối tác thiếu tin tưởng hoặc không có quan hệ tình cảm tốt đẹp (Xem: Read, Kathryn).

Quan hệ duy cảm, duy tình thường “tạo điều kiện” (một cách không chính danh) cho các quan hệ chuyên môn, nghề nghiệp và thường được xem là điều kiện hàng đầu để nhận được sự hỗ trợ, giúp đỡ khi cần thiết. Thực tế này khá phổ biến trong đời sống xã hội ở Việt Nam.

Tính “mang ơn” và “có đi có lại” (không được phép quên ơn người đã giúp mình) là điểm tiêu cực của quan hệ duy tình. Trong “văn hóa duy tình”, do đề cao tình cảm giữa người với người, nên nhiều vấn đề phức tạp thường được tìm cách giải quyết bằng phương thức trao đổi lợi ích cá nhân, thay vì dựa vào trình độ hay năng lực chuyên môn. Trong thực tế, lối ứng xử duy tình, trong không ít trường hợp, đã bù đắp, “vá lỗi” cho những thiếu hụt, thậm chí đôi khi vượt qua cả những khuôn thước của luật pháp. Và, đây là môi trường tạo điều kiện cho tham nhũng, làm trái nguyên tắc, vi phạm đạo đức nghề nghiệp hoặc phạm pháp... xuất hiện.

Thời kỳ trước đổi mới, với sự thống trị của hệ thống hành chính quan liêu khổng lồ, các doanh nghiệp và các cơ quan công quyền của Nhà nước là những thiết chế gần như có toàn quyền đối với người lao động. Mặc dù với khoản thu nhập không lớn nhưng ổn định cho đến lúc nghỉ hưu và đến tận những ngày cuối đời, nên trong chế độ bao cấp, đời sống viên chức, công chức được đảm bảo ổn định, an toàn trong tương quan với các thành viên khác của xã hội. Sáng kiến và năng lực cá nhân, trong tinh thần tự lực cánh sinh, do vậy ít có điều kiện để được khuyến khích. Cạnh tranh thời đó được coi là sản phẩm của chủ nghĩa tư bản, nên cũng bị kỳ thị và được thay bằng thi đua xã hội chủ nghĩa. Mọi quan hệ duy cảm, duy tình được duy trì trong bầu không khí tinh thần đề cao đoàn kết xã hội.

Thị trường Việt Nam dù đã tồn tại suốt mấy thập niên, nhưng vẫn khác với hầu hết các thị trường phát triển khác, một phần vì nó chưa đồng bộ, chưa đầy đủ, vẫn đang trong thời kỳ chuyển đổi; một phần vì vai trò điều tiết vĩ mô (vẫn rất đáng kể) của Nhà nước và các cơ quan công quyền. Nếu như các công ty đa quốc gia thường có những chuyên gia am hiểu thực tế ở các địa phương để giải quyết các mối quan hệ dễ bị tắc nghẽn, thì ở Việt Nam, tình trạng thiếu minh bạch và thiếu tin tưởng về mặt thể chế vẫn diễn ra trong nhiều hoạt động và giao tiếp (Xem: Read, Kathryn). Vấn đề là ở chỗ, thể chế nào cũng gồm “sân chơi”, “luật chơi” và “người chơi”, nên việc tìm hiểu “luật chơi” trong hoạt động nào cũng cần phải tính đến “luật găm bàn” (những điều luật không thành văn, ngầm định để giải quyết các điểm nghẽn và để

công việc được tiến triển, hoàn thành), đặc biệt trong các hợp đồng cấp phép, phân bổ nguồn lực, cung cấp tài chính... Đây là mặt tối của quan hệ duy cảm, duy tình<sup>1</sup>.

Ngày nay, “bàn tay vô hình” (Invisible Hand) của kinh tế thị trường cùng với những thành tựu của 40 năm Đổi mới ở Việt Nam đã thúc đẩy khá mạnh đối với hầu hết các hoạt động xã hội trên tinh thần đề cao hiệu suất lao động và tăng cường cạnh tranh tự do. Duy lý, duy thực (thực tế), duy lợi (chính đáng) và đề cao tính hiệu quả dần trở thành nếp ứng xử phổ biến hơn. Quan hệ duy tình, do vậy, cũng phải ít nhiều tự điều chỉnh để cân bằng với các yêu cầu chuyên môn, kỹ thuật, năng lực và các chuẩn mực của đời sống kinh tế và tiến bộ xã hội. Các dự án lớn ngày càng phải tuân thủ luật đấu thầu trong nước và quốc tế, đòi hỏi cạnh tranh phải lành mạnh (ở mức độ nhất định). Việc lợi dụng quan hệ duy tình trong hầu hết các lĩnh vực đều có xu hướng giảm bớt hoặc ít nhất, buộc phải che giấu bằng các thủ tục, quy trình pháp quy (lách luật). Các công ty, doanh nghiệp có lợi thế muốn mở rộng

1 “Thể chế”, Báo cáo “Việt Nam 2035” định nghĩa, “là những *“luật chơi”* chính thức và phi chính thức ràng buộc các tương tác trong xã hội, hỗ trợ tăng trưởng và phát triển kinh tế trong dài hạn” (Xem: WB-Bộ KH&ĐT 2016: 92). Douglass North trong sách “Institutional Competition”, 1994, định nghĩa “thể chế là những ràng buộc do con người tạo ra để định hướng và điều chỉnh các tương tác của mình”; là “*những luật chơi trong xã hội*” để điều chỉnh những tương tác trong hoạt động kinh tế và kinh doanh, bao gồm: 1). Những quy tắc chính thức (Hiến pháp, luật, và các quy định do nhà nước hoặc các tổ chức được nhà nước hậu thuẫn ban hành). 2). Những ràng buộc phi chính thức (chuẩn mực hành vi xã hội, quy tắc ứng xử). 3). Cơ chế thực thi (Xem: Douglass C. North 1994).

thị trường; các tổ chức, đoàn thể có vị thế xã hội muốn đề bạt nhân lực; các đề án, chương trình có tham vọng muốn được triển khai... đều không dám bù đắp các tiêu chuẩn cứng của nghề nghiệp bằng cách dựa vào sức mạnh của duy cảm và các quan hệ duy tình. Năng lực chuyên môn, tính khoa học (Scientocracy), tinh thần kỹ trị (Technocracy) ngày càng trở nên quan trọng, không chỉ trong tuyển chọn nhân sự, chuyên gia, nhà quản lý... mà còn cả trong đời sống sản xuất và kinh doanh ở Việt Nam.

Hiện nay, cạnh tranh vị trí việc làm không chỉ áp dụng cho khu vực tư nhân, mà còn cho cả các doanh nghiệp nhà nước và ngày càng nhiều cơ quan công quyền sử dụng. Một số doanh nghiệp, cơ quan nhà nước đã tổ chức thi tuyển nhân sự để tìm người giỏi quản lý trong các thiết chế theo các chức danh của hệ thống. Tuy chưa đạt được kết quả mỹ mãn như kỳ vọng, nhưng tâm lý dựa dẫm vào quan hệ duy tình đã buộc phải nhường chỗ hoặc được bổ sung bằng sự cố gắng nâng cao năng lực của những người muốn thành đạt trong công việc cũng như trong đời sống.

Hoàn thành công việc dựa trên tính chuyên nghiệp thay vì duy cảm, duy tình là xu hướng đang dần chiếm ưu thế ở Việt Nam, đặc biệt ở các lĩnh vực kinh tế - xã hội đang phát triển nhanh. Hiện nay, trong quan hệ dân sự, trong kinh doanh, người dân ít cần phải huy động mạng lưới các quan hệ tình cảm như trước để thực hiện các giao dịch công vụ hoặc pháp lý. Sự chuyển đổi số trong các giao dịch của Chính phủ và một số bộ ngành cũng góp phần giảm bớt đáng kể sự can thiệp của các quan hệ duy tình. Việc thiếu các quan hệ tình cảm không còn là trở ngại không

thể vượt qua như trước, đặc biệt là trong những năm gần đây, khi tinh thần của cải cách thể chế, tinh gọn bộ máy quản lý, giảm phiền hà trong các hoạt động công quyền đã được chính Đại hội XII của Đảng chỉ ra và yêu cầu: “giảm mạnh, bãi bỏ những thủ tục hành chính gây phiền hà cho người dân, doanh nghiệp” (Đảng Cộng sản Việt Nam 2016: 178).

Mặc dù những chuyển biến từ giao tiếp theo lối mòn duy tình sang đáp ứng logic của bản thân hoạt động là rất đáng kể, nhưng so với nhu cầu của một xã hội đang cải cách mạnh mẽ về thể chế để đi vào kỷ nguyên phát triển mới hiện nay, thì những chuyển biến đó thực ra vẫn chưa đủ.

Bởi lẽ, đến thời điểm hiện nay, lối ứng xử duy tình, các quan hệ tình cảm dường như vẫn không khó nhận ra trong các hoạt động kinh tế - xã hội và vẫn chi phối đủ mạnh đến tính chuyên nghiệp, tính hiệu quả trong nhiều hoạt động. Các tiêu chuẩn chuyên môn - kỹ thuật vẫn chưa chiếm ưu thế tuyệt đối trong một số quyết định của các cấp thẩm quyền. Tính cục bộ, địa phương chủ nghĩa, lợi ích nhóm... vẫn được quan hệ duy tình nuôi dưỡng. Văn hóa duy tình vẫn khá quan trọng và vẫn xoay chuyển được các quyết định khác trong đời sống và trong hoạt động kinh tế - xã hội. Sử dụng quan hệ duy tình thậm chí, đôi khi được thực hành không giấu giếm, đặc biệt là khi thông tin, cơ chế thực hiện các hoạt động kinh tế - xã hội không thật minh bạch hoặc không đủ công khai, các “luật chơi ngầm”, các thỏa thuận “đi đêm” vẫn cần thiết phải thăm dò, đoán định.

Có nhiên, theo quy luật, khi đời sống xã hội phát triển, con người sẽ nghiêng dần về phía các giá trị thể tục - duy lý (secular-

rational values) trong tương quan với các giá trị truyền thống, theo Inglehart<sup>2</sup>. Tính hợp lý của các giá trị thể tục trong đời sống hằng ngày cũng như trong sự phát triển kinh tế - xã hội, sẽ ngày càng được con người (cả nhân trong đời sống thường nhật cũng như những nhà quản lý trong thực thi trách nhiệm của mình) lựa chọn nhiều hơn. Sự đề cao các giá trị đạo đức - tinh thần truyền thống không vì thế mà mất đi ý nghĩa của nó; truyền thống nếu quan trọng và thiêng liêng, sẽ thay đổi hình thức và cách thức thể hiện, sẽ tự làm mới mình cho phù hợp hơn với các khuôn thước của xã hội hiện đại.

Sự biến đổi của văn hóa - lối sống duy tình cũng không nằm ngoài xu hướng đó.

### **3. Sự biến đổi của văn hóa giao tiếp - ứng xử**

Nói chung, văn hóa giao tiếp - ứng xử ở Việt Nam biến đổi nhiều kể từ khi đời sống kinh tế tăng trưởng nhanh trong những năm 90 của thế kỷ trước cùng với sự tiếp thu văn hóa - văn minh bên ngoài thời hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa.

Tôn trọng tuổi tác và thứ bậc xã hội là một đặc điểm của văn hóa truyền thống Việt Nam. Thậm chí, ngay trong xưng hô hàng ngày, đại từ nhân xưng cũng cần phải được xác định theo tuổi tác, điều không có ở các ngôn ngữ khác. Quan niệm ngầm định là mỗi người đều có một vị trí, vị thế xác định trong xã hội. Tuổi tác được tôn kính vì nó gắn liền với kinh nghiệm sống, sự từng trải và cả sự tích lũy vốn, tài sản theo năm tháng. Sự nhiệt tình, hăng hái của người chưa trưởng thành, cách thức thể hiện mình ở những người trẻ tuổi... thường được răn dạy từ nhỏ là phải biết “trông trước nhìn sau”, khiêm tốn, “kính trên nhường dưới” trong giao tiếp với những người

lớn tuổi, đặc biệt là với cấp trên.

Gần đây, tuy quan niệm này vẫn phổ biến và vẫn thống trị trong các cơ quan công quyền, nhưng thâm niên với giả định là có vốn sống dồi dào, có kinh nghiệm xã hội phong phú, đã ít nhiều bị thách thức. Đã xảy ra nghịch lý là, thái độ tôn kính đối với người lớn tuổi, người có quyền uy vừa được duy trì, đề cao, vừa bị hoài nghi, không còn dễ xem trọng như trước, đặc biệt là trong các hoạt động kinh doanh và ứng dụng công nghệ. Hiện thời, không ít thanh niên đã có vốn sống và kiến thức chuyên môn tin cậy trong công việc, tự lực có được tài sản lớn (bất động sản, ô tô); nhiều người ở độ tuổi còn rất trẻ đã thành lập công ty, doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh của riêng mình. Thái độ đánh giá cao đối với những nhóm này đã bắt đầu định hình trong dư luận xã hội.

Tình trạng kinh tế ngày càng tốt hơn của các thành viên trẻ trong gia đình đặt ra xu hướng điều chỉnh đối với quyền gia trưởng của người cha trong gia đình. Phụ nữ dần có xu hướng hoạt động theo năng lực của họ là chính (cả trong gia đình và ngoài xã hội), chứ không còn lệ thuộc nhiều vào các khuôn thước “tam tòng, tứ

---

2 · Ronald F.Inglehart (1934 - 2021), giáo sư Đại học Michigan, Giám đốc mạng lưới WVS (World Values Survey), người đề xướng lý thuyết hiện đại hóa và biến đổi giá trị. Quan điểm cốt lõi của Ronald F.Inglehart là: ở mọi xã hội đang trong quá trình hiện đại hóa, các giá trị và niềm tin của con người sẽ không tránh khỏi phải thay đổi và điều đó tác động trở lại đối với toàn bộ đời sống xã hội. Sự chuyển hóa, tiến hóa của các xã hội, không có ngoại lệ, đều đi theo chiều ngày càng ưu tiên các giá trị duy lý - thể tục (secular-rational values) trong tương quan với các giá trị truyền thống (traditional values); và ngày càng ưu tiên các giá trị tự thể hiện (self-expression values) trong tương quan với các giá trị sinh tồn (survival values) (xem: WVS 2024).

đức” như trước đây. Hiện nay, nhiều gia đình không nhất thiết đòi hỏi con cháu, con gái phải “công, dung, ngôn, hạnh” như trước. Không ít phụ nữ trẻ cũng đã công khai đặt ra những tiêu chuẩn của mình khi tìm kiếm đối tác cho hôn nhân.

Trong xã hội Việt Nam truyền thống, các nghi lễ có vai trò quan trọng. Việc thành thực các nghi lễ được coi là dấu hiệu của một người có nền nếp văn hóa, có sự tu dưỡng đạo đức cá nhân. Trước đây, trật tự xã hội vận hành theo văn hóa Nho giáo truyền thống (mặc dù không cứng nhắc và cũng không thật nặng nề), nhưng các thành viên gia đình và xã hội vẫn có ý thức tuân theo những phép tắc, nghi thức, nghi lễ và quy tắc... đã được răn dạy. Các sự kiện lớn trong đời sống như đám cưới, đám tang, lễ thờ cúng tổ tiên, lễ hợp mặt cộng đồng hoặc gia đình... đều có những khuôn thước tuy không thành văn nhưng khá ổn định. Ngày nay, những nghi lễ này đã được bổ sung hoặc thay đổi, nhiều khuôn thước cũ đã đổi mới cả về nội dung và hình thức.

Nhiều sinh hoạt văn hóa mới đã xuất hiện và cũng đã thành nền nếp, bổ sung cho hệ thống những nghi thức văn hóa truyền thống. Chẳng hạn, việc tổ chức các lễ hội ngoại sinh như Noel, Tết dương lịch, Ngày của Cha, Ngày của Mẹ, Ngày Quốc tế phụ nữ 8/3, Ngày Quốc tế Hiến chương các nhà giáo 20/11, Ngày Valentine, Lễ hội Halloween... đã rất phổ biến. Việc sử dụng danh thiếp; hiện đại hóa nghi thức các đám cưới, đám tang, lễ hội cộng đồng... đã được chấp nhận cả ở thành thị và nông thôn. Việc tổ chức sinh nhật, hợp mặt gia đình, hợp mặt đồng hương, đồng tuế, đồng môn, cự chiến binh, các kỳ nghỉ gia đình, các chuyến du lịch trong và ngoài nước... đã trở thành những tập tục

mới trong xã hội Việt Nam.

Đặc thù của kiểu sinh hoạt văn hóa mới này ở Việt Nam thể hiện ở chỗ, trong khi vẫn giữ gìn và đề cao các giá trị truyền thống với kỳ vọng để tạo dựng một nền nếp, lối sống chuẩn mực có bản sắc cho mỗi cá nhân và cộng đồng, thì đồng thời nó cũng không quay lưng lại, thậm chí tương đối khát khao hướng đến các hiện tượng văn minh - văn hóa ngoại sinh. Việc tự đổi mới mình, trên thực tế có ý nghĩa như là chìa khóa để giao lưu, hội nhập sâu hơn vào khu vực và thế giới.

Trong giao tiếp ở Việt Nam, việc đề cao tính tôn ty, trật tự cộng đồng, tuân thủ lễ nghi, coi trọng sự kín đáo, khiêm nhường... trong khi vẫn không hề bị xem nhẹ và được tiếp tục ở hầu hết các cộng đồng; đồng thời, việc thích nghi với những hiện tượng văn hóa mới du nhập từ bên ngoài cũng được tiếp thu cởi mở hơn nhiều so với trước kia. Nếu như vào thời kỳ đầu của giai đoạn đổi mới, thái độ chung đối với văn hóa từ bên ngoài, thường rất dè dặt vì e ngại những tác động tiêu cực, “ngoại lai”, thì hiện nay một thái độ khát khe hoặc quá cảnh giác đã mềm dẻo hơn nhiều (mặc dù vẫn còn không ít những ý kiến phê phán Việt Nam là một xã hội chưa đủ cởi mở). Trên thực tế, hệ thống truyền thông, đặc biệt là các mạng xã hội, thường liên tục giới thiệu với Việt Nam những hiện tượng, cách thức văn hóa giao tiếp mới, khác với tập tục truyền thống. Không ít hiện tượng, phong cách, lối sống, kiểu giao tiếp... Âu, Mỹ, Hàn, Nhật... đã được giới trẻ Việt Nam tiếp thu và được dư luận chấp nhận.

Nói đến văn hóa giao tiếp ở Việt Nam cần thiết phải nói đến hiện tượng háo danh. Háo danh là thái độ quan tâm thái quá đến danh tiếng trong quan hệ, có ở

mọi xã hội, nhưng không ít tác giả đã coi đây là tật xấu phổ biến trong văn hóa Việt Nam (Xem: Đào Duy Anh 2000; Nguyễn Văn Huyền 1996; Trần Đình Hượu 1994; Di Li 2023; Vương Trí Nhàn 2018; Trần Ngọc Thêm 2016; Trần Quốc Vượng 2000). Giải thích hiện tượng này, một số tác giả cho rằng, quan niệm của các xã hội Khổng giáo về chính danh - “Danh bất chính - ngôn bất thuận” (名不正, 則言不顺) - đã quy định trách nhiệm của mỗi người trong suốt cuộc đời luôn phải quan tâm đến “danh”, chạy theo “danh” để có cảm giác được “chính danh” (正名). Gánh nặng tinh thần đó đã tạo điều kiện cho thói háo danh trở nên phổ biến. Nếu một xã hội mà trật tự pháp lý không thật nghiêm minh, nhiều hệ lụy, tiêu cực sẽ xuất hiện khi “danh” không tương dung với “thực” (实) (Xem: Đào Duy Anh 2000: 25).

Trên thực tế, háo danh đã hiện ra gần như “một liều thuốc gây ảo giác” làm thui chột và huỷ hoại đức tính khiêm tốn, giản dị cùng với những giá trị lành mạnh và lẽ phải thông thường trong đời sống. Những người có chính danh nhưng lại thiếu kỹ năng thể hiện khả năng thực của mình, thường sẽ bị thiệt thòi.

Ở Việt Nam hiện nay, sự khoe khoang danh vọng, chức tước, địa vị, sự giàu có... chứ không phải tài năng, sự cống hiến hay sự khiêm tốn đã trở thành phổ biến, gần như là một thói xấu được chấp nhận, kể cả trong giao tiếp, xưng hô, giới thiệu, đánh giá, khen chê... thường nhật. Đức tính khiêm nhường, giản dị, chân thành truyền thống... đang bị thách thức trong tương quan với thái độ, quan niệm thích thể hiện quan điểm, cá tính hay sự độc đáo cá nhân (kể cả thành thật hay phô trương). Điều này biến giao tiếp xã hội thành một môi trường không dễ phân biệt chân thực hay

giả dối. Trong khi cũng cần khuyến khích sự mạnh mẽ, tự tin, dám chịu trách nhiệm của các cá nhân trước phát ngôn và hành động của mình, thì tác động ngược của sự khuyến khích này cũng đồng thời góp phần gây ra tình trạng lệch giá trị, ảo giá trị, loạn giá trị. Những người biết kiềm chế, khiêm cung, giản dị, không khoe khoang... đã giảm đi ở một mức độ nào đó, đặc biệt là ở các đô thị lớn.

Vấn đề là ở chỗ, “háo danh” chỉ là phản giá trị của “chính danh”. Thực hiện háo danh không phải là phương thức lành mạnh để thể hiện bản thân, thể hiện giá trị con người hay giá trị cộng đồng.

Bởi lẽ, xã hội càng phát triển, nhu cầu thể hiện bản thân của mỗi người và mỗi cộng đồng sẽ càng mạnh mẽ, và điều này phù hợp với quy luật biến đổi giá trị. Nghiêng về các giá trị thể hiện bản thân và khẳng định, bảo vệ quan điểm riêng của mỗi người là hiện tượng toàn cầu và ngày càng phổ biến chứ không chỉ riêng có ở nước nào hay khu vực nào. Theo Inglehart, xã hội tiên bộ là xã hội mà ở đó, con người ngày càng nghiêng về phía lựa chọn và thực hành các “giá trị tự thể hiện” (self-expression values) chứ không phải các “giá trị sinh tồn” (survival values) như trong truyền thống (Xem: Inglehart, Ronald & Christian Welzel 2005: 26). Sự phát triển tương đối nhanh của Việt Nam những thập niên gần đây, đặc biệt sự cạnh tranh xã hội ngày càng gay gắt trong lĩnh vực lao động - việc làm đã thúc đẩy thái độ tôn trọng đối với tính chuyên nghiệp, cá tính sáng tạo và năng lực cá nhân ở hầu hết các tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng - đã chứng minh điều ấy.

Trong xã hội Việt Nam truyền thống, việc ai đó thể hiện năng lực của mình một cách công khai hay quá tự tin thường bị

coi là thiếu khiêm tốn và với không ít trường hợp, thường bị chê là không khôn ngoan. “Một khiêm tốn bằng bốn tự cao” là lời khuyên và sự đánh giá đã được định hình trong tục ngữ. Ngày nay, khiêm tốn và sự “giữ mình kín tiếng” đôi khi không còn được chọn là phương châm ứng xử hay được đánh giá cao như trước. Cá nhân có xu hướng tiết lộ nhiều hơn về bản thân mình, đặc biệt trên Facebook và các mạng xã hội. Có đến 41% người Việt Nam dành hơn 3 giờ mỗi ngày sử dụng mạng xã hội, trong đó không ít người chỉ để thể hiện hình ảnh cá nhân (Xem: Q&Me 2025). Nhiều người, nhất là lớp trẻ, có xu hướng coi trọng hơn văn hóa ứng xử hiện đại với các kỹ năng giao tiếp, phong cách ăn mặc, ngôn ngữ tự thể hiện, kể cả cách trình bày một CV hấp dẫn hay thiết kế chữ ký cá nhân... Trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, các nhà quản lý Việt Nam ngày nay quyết đoán hơn, tự tin hơn, cởi mở hơn và cũng thẳng thắn hơn trong quan hệ với các đối tác.

Cùng với sự xuất hiện ngày càng nhiều doanh nghiệp tư nhân, các liên doanh và doanh nghiệp có vốn sở hữu nước ngoài bên cạnh các doanh nghiệp nhà nước, một tác phong làm việc, buôn bán và giao tiếp mới, năng động, dựa trên năng lực và hiệu suất cá nhân đã được kích thích. Với người lao động bình thường, nhiều doanh nghiệp đã có chế độ trả thù lao, tiền lương xứng đáng và động viên, tôn vinh kịp thời cho những người lao động hết mình. Với người có trách nhiệm, thì chính cơ chế nhà nước trong khi đề cao lãnh đạo tập thể cũng có chính sách quy trách nhiệm rõ ràng cho những cá nhân cụ thể; tránh tình trạng trách nhiệm chung chung, “cha chung không ai khóc”. Xu hướng đề cao trách nhiệm cá nhân đang chiếm ưu thế

và tỏ ra là có hiệu quả trong nhiều lĩnh vực xã hội. Xu hướng này cũng ít nhiều điều chỉnh thói xấu háo danh và động viên tính tích cực, sáng tạo của các cá nhân. Sự khiêm tốn hình thức và máy móc trong giao tiếp cũng đã dần được coi là không cần thiết.

Tất nhiên, sự khiêm tốn, biết kiềm chế thể hiện cá nhân và có thái độ khiêm nhường trong đời sống, vẫn được truyền thông khuyến cáo là lối sống đẹp cần tuân thủ. Hầu hết người nước ngoài đến Việt Nam vẫn nhận thấy, người Việt Nam phần lớn là chăm chỉ, thân thiện và giản dị. Tuy vậy, ngày nay, ở những nơi công cộng, người ta đã có thể thấy nhiều bạn trẻ không ngần ngại thể hiện tình cảm riêng tư, đôi khi có những cặp ôm hôn nhau nơi công cộng chẳng khác gì phương Tây. Sống thử trước kết hôn không còn là điều cấm kỵ nữa và cũng có gia đình đồng ý cho con cái thực hiện phép thử này. Mặc dù pháp luật Việt Nam chưa công nhận hôn nhân đồng giới, nhưng theo quy định của *Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014*, hiện tượng LGBT không còn bị cấm như trước (Xem: Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014, Điều 8). Đã có nhiều cuộc hôn lễ giữa những người đồng giới được tổ chức và dư luận xã hội cũng như truyền thông đã tỏ thái độ cảm thông.

Trước đây, phụ nữ Việt Nam không mặc váy ngắn hoặc những trang phục không kín đáo, nhưng giờ thì đã khác. Trang phục của người Việt, nhất là những người trẻ tuổi được nhìn nhận với quan niệm rất “thoáng” không khác gì các nước được đánh giá là “táo bạo” trong khu vực và trên thế giới. Trong các ngành giải trí, gần như mọi kiểu trang phục bên ngoài đều có thể được sử dụng. Từ năm

2020, Chính phủ đã ban hành Nghị định 144/2020/NĐ-CP bãi bỏ hẳn việc cấp phép biểu diễn các tác phẩm âm nhạc sáng tác trước năm 1975 hoặc của người Việt Nam định cư ở nước ngoài, tạo ra một môi trường rộng mở cho hoạt động biểu diễn nghệ thuật (Xem: Nghị định 144/2020/NĐ-CP). Trên các phương tiện truyền thông online, việc thảo luận công khai về tình yêu, tình dục, khuynh hướng quản lý tài chính trong gia đình, quan niệm mới về đời sống vợ chồng... ngày càng được coi là bình thường.

Sự quan tâm thái quá trước đây đối với công việc và cuộc sống riêng tư cá nhân ngày nay bắt đầu được coi là một thói xấu. Trên mạng xã hội, những ý tưởng trái ngược và quan điểm không chính thống cũng có thể được nêu ra và thảo luận một cách tương đối cởi mở; nhiều thảo luận bàn đến những vấn đề khá nhạy cảm. Mức độ di động trong chọn việc làm, chọn nghề và nơi cư trú đã thay đổi đáng kể do hệ thống quản lý sổ hộ khẩu, sổ tạm trú đã cơ bản được bãi bỏ. Việc giữ thể diện vẫn quan trọng nhưng không còn là ưu tiên tuyệt đối nữa. Nhiều sinh viên tốt nghiệp đại học sẵn sàng làm những việc có vị thế xã hội thấp. Shipper và những nghề mới đã xuất hiện và lôi cuốn lớp trẻ, làm thay đổi nhiều quan niệm cứng nhắc về chọn nghề. Trí tuệ nhân tạo (AI) trở thành công cụ thời thượng, được sử dụng phổ biến trong công việc và trong giải trí. Đã có ý kiến muốn đưa AI vào giảng dạy trong nhà trường. Thái độ không ngần ngại thể hiện bản thân đã dần trở thành bình thường và được nhìn nhận theo mặt tích cực của nó.

#### **4. Sự biến đổi của giá trị gia đình và văn hóa gia đình**

Gia đình là đơn vị cơ bản, là “tế bào” của xã hội Việt Nam. Truyền thống “tề gia” đến nay vẫn là nghĩa vụ và trách nhiệm thiêng liêng đối với mỗi thành viên gia đình, đương nhiên, trước hết là của người chủ hoặc những người đàn ông trong gia đình (theo quan niệm của văn hóa Nho giáo). Với các tập quán, lễ thói của văn hóa truyền thống, quan niệm cá nhân chủ nghĩa, cùng với tâm lý ích kỷ, gia trưởng hoặc thiếu trách nhiệm gia đình, vẫn được coi là một sự xúc phạm đến cộng đồng. Quan niệm này ngày nay, về cơ bản, vẫn được bảo tồn trong tập quán và tiềm thức xã hội, nhưng không còn quá cứng nhắc như trước. *Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014* cũng ghi rõ, ngay cả trong trường hợp pháp luật không quy định và các bên không có thỏa thuận, thì tập quán thể hiện bản sắc dân tộc về gia đình, vẫn được áp dụng (Xem: Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014).

Cũng giống như những nước đang phát triển mạnh khác, trong xã hội hiện đại, giá trị gia đình ở Việt Nam đang bị thách thức ở nhiều khía cạnh và từ nhiều phía. Cấu trúc và chức năng kết nối các mối quan hệ, nhất là kiểu gia đình nhiều thế hệ, đang bị suy yếu do sự gia tăng các hoạt động đa dạng của các thành viên gia đình trong một nền kinh tế - xã hội chuyển đổi mạnh. Ở Việt Nam ngày nay, tương đối phổ biến là hiện tượng con cái có thu nhập cao hơn nhiều so với cha mẹ. Đã trở thành thông lệ, mỗi khi cả gia đình lớn đi ăn tiệc tại các nhà hàng, một thành viên thế hệ sau (con hoặc cháu) của chủ gia đình là người chi trả. Cách thức giao tiếp mới này phản ánh hệ thống phân cấp quyền lực mới trong gia đình. Quan hệ mẹ chồng và con dâu, con rể và bố mẹ vợ đầy khó khăn hoặc rắc rối trong

truyền thống, ngày nay đã bớt hẳn. Tình cảm gia đình có thể không mặn nồng như đòi hỏi của các bậc cao niên, nhưng thân thiện hơn và dễ chịu hơn giữa mẹ chồng và con dâu, giữa con rể và bố mẹ vợ và giữa các thế hệ. Điều này đã được nhiều nghiên cứu thực tế ghi nhận. Ngày nay, bữa tối ở nhiều gia đình thường không tập hợp được đầy đủ tất cả các thành viên, mà phải chia ra thành nhiều lần, đã tương đối phổ biến. Giờ giấc làm việc, lịch học tập của các thành viên gia đình thường không trùng khớp với nhau. Và, hiện tượng này được xã hội coi là bình thường, thậm chí được đánh giá là dấu hiệu phản ánh sự thành đạt của các thế hệ con cháu.

Theo Báo cáo kết quả điều tra dân số và nhà ở giữa kỳ năm 2024, tình trạng ly hôn năm 2024 chiếm 9,3% dân số với hơn 2,2 triệu cặp; độc thân tới gần 40% dân số<sup>3</sup>. Nghĩa là, đã có một bộ phận những người trẻ tuổi không muốn lập gia đình, không muốn sinh con, hoặc thậm chí vẫn muốn sinh con nhưng lại thích làm mẹ đơn thân, đặc biệt tại các thành phố lớn. Có nhiên, có lý do thuộc điều kiện cá nhân - hoàn cảnh xã hội đã khiến những cá nhân này lựa chọn lối sống phù hợp với họ. Nhưng, dù lý do nào thì dư luận xã hội vẫn không nhất thiết phải đóng vai trò là nhân tố quan trọng nhất trong việc điều chỉnh hành vi cá nhân như trước đây. Vấn đề là ở chỗ, sự phê phán truyền thống đối với những hiện tượng này, ngày nay đã được thay thế bằng sự thông cảm, thậm chí được đánh giá tích cực. Ở Việt Nam ngày nay, một người đàn ông hoặc một người phụ nữ có thể bị 2, 3 lần đổ vỡ hôn nhân nhưng cũng không còn bị dư luận kỳ thị như trước.

Sự thay đổi này là rất đáng kể vì nếu so sánh với một thực tế rằng, trong các xã hội Nho giáo, việc không sinh con hoặc không sinh con theo truyền thống (phải có con trai) được coi là “bất hiếu” trong văn hóa gia đình, thì ngày nay, hiện tượng này cũng không còn là chủ đề để phải bàn tán nữa. Việc lựa chọn không sinh con hoặc sinh con theo ý muốn (chọn giới tính hoặc chọn thời điểm sinh con) ở cả thành phố và nông thôn đều đã là chuyện gần như bình thường. Tình trạng ngại sinh con khi điều kiện kinh tế khá hơn đã làm tốc độ già hóa dân số Việt Nam nhanh gấp 4 lần các nước đã trải qua giai đoạn “dân số vàng” (dự báo nhanh nhất là đến năm 2036) (Xem: TCTK 2024: 10).

Hiện tượng phụ nữ chú ý nhiều đến việc làm đẹp và thời trang, trẻ em và đàn ông ăn diện và thích mua sắm, các bậc cao niên lựa chọn chế độ dinh dưỡng và chăm sóc sức khỏe tương đối cầu kỳ, cả xã hội chú ý hơn đến thể dục, thể thao... đã bắt đầu được nhiều người tôn trọng và đánh giá tích cực. Ngày nay, ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và ở nhiều đô thị khác, ngày càng khó tìm thấy một người không nhuộm tóc; người lớn tuổi nhuộm tóc đen, trẻ tuổi nhuộm nâu, hạt dẻ và thậm chí cả những màu sắc sỡ khác. Các cuộc thi sắc đẹp ngày nay được tổ chức gần như thường xuyên, đã có lúc dư luận

---

3 Năm 2024, dân số từ 15 tuổi trở lên đã kết hôn chiếm 74,9%. Tình trạng góa và ly hôn chiếm 9,3% tăng 1,3 triệu so với 2019. Cả nước có 2.225.900 người ly hôn, trong đó 963.300 nam và 1.262.600 nữ. Độc thân ở thành thị chiếm tỷ lệ 37,8% và ở nông thôn chiếm tỷ lệ 32,7%. Tình trạng “góa” ở nông thôn chiếm 7,2%, ở thành thị chiếm 5,9%. Trung bình tuổi kết hôn lần đầu ở nữ là 27,3 và ở nam là 29,4 (TCTK 2024: 29-33).

xã hội lên tiếng chỉ trích vì các cuộc thi hoa hậu được tổ chức quá nhiều.

Nghĩa là, ngày nay, việc công khai quan tâm và đặt vào vị trí ưu tiên những lợi ích và nhu cầu cá nhân không mấy khi bị phê phán như trước, trừ những quan điểm quá cực đoan. Mặc dù thế hệ lớn tuổi vẫn là chỗ dựa phổ biến đối với những gia đình trẻ (“một mẹ già bằng ba lần giàu”), nhưng các bậc cha mẹ lớn tuổi đã được các phương tiện truyền thông khuyến cáo là không cần thiết phải hy sinh hoặc hết lòng lo lắng, quan tâm cho con cháu như trước kia nữa. Những người già sống đến những năm cuối đời ở các trung tâm dưỡng lão bắt đầu trở nên phổ biến.

Như vậy, gia đình với vị trí đặc biệt của nó trong đời sống xã hội vẫn được bảo tồn, không thay đổi gì về vị thế, tầm vóc và ý nghĩa. Khẳng định sự bền vững của giá trị gia đình có cơ sở thực tế hoàn toàn xác đáng. Nhưng, sự biến đổi của các sắc thái văn hóa - lối sống, làm cho giá trị gia đình trở nên văn minh hơn, phong phú hơn, cập nhật hơn, phù hợp hơn với nhịp sống của xã hội hiện đại, cũng rất đáng kể. Đó chính là cách thức giữ gìn, phát huy và đổi mới các giá trị gia đình.

### **5. Sự biến đổi của văn hóa tiêu dùng**

Tiết kiệm - giản dị là một giá trị luôn được nhắc nhở, răn dạy đối với người Việt Nam trong xã hội truyền thống. Một trong những nguyên nhân có lẽ bởi, bên cạnh xu hướng tiết kiệm, giản dị, ở Việt Nam xưa nay lúc nào cũng có những người sống theo lối phô trương, hoang phí. Ngày nay, khi thực trạng kinh tế đất nước đã phát triển hơn, đời sống của nhiều tầng lớp cư dân được cải thiện tốt hơn, thì lối sống giản dị, tiết kiệm dường

như cũng bị xu hướng lãng phí, xa xỉ lấn át. Hiện thời, lãng phí không chỉ phổ biến trong tiêu dùng, sinh hoạt, mà còn cả trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ..., dưới nhiều dạng thức khác nhau. Đến mức, việc giải quyết tình trạng này ở phạm vi toàn xã hội đã được coi là một trong những nhiệm vụ lớn của chiến lược phát triển đột phá. Tổng Bí thư Tô Lâm đánh giá, lãng phí “đã và đang gây ra nhiều hệ lụy nghiêm trọng cho phát triển... Hơn thế, lãng phí còn gây suy giảm lòng tin của người dân với Đảng, Nhà nước, tạo rào cản vô hình trong phát triển kinh tế - xã hội, bỏ lỡ thời cơ phát triển của đất nước” (Tô Lâm 2024a).

Vấn đề là ở chỗ, mức sống ngày càng tăng và sự bùng nổ đa dạng các sản phẩm tiêu dùng, dân dụng đã dẫn đến tình trạng có nhiều người chạy theo xu hướng tiêu dùng có hưởng thụ, giải trí, vượt ra ngoài nhu cầu công năng thông thường của hàng hóa... Và, ở phạm vi này, tình trạng tiêu dùng lãng phí thật khó đo đếm. Trên các phương tiện thông tin đại chúng, truyền thông thường khuyến khích cả hai mục đích có vẻ đối nghịch nhau - *một mặt*, hô hào tiêu dùng tiết kiệm, giản dị; *mặt khác*, lại quảng bá cho cách tiêu dùng có đẳng cấp, nghĩa là biết hưởng thụ, giải trí. Các nhà bán lẻ nước ngoài nổi tiếng kinh doanh ở Việt Nam thường liên tục có các chiến dịch kích cầu tiêu dùng cùng với sự xuất hiện ngày càng nhiều các siêu thị mới, hiện đại. Mua sắm đã trở thành một loại sở thích và các siêu thị, trung tâm mua sắm là nơi tụ tập yêu thích, ngày càng khuyến khích lối tiêu dùng phô trương.

Ở Việt Nam, ngay trong truyền thống, văn hóa tiêu dùng không chỉ nhằm đáp ứng các nhu cầu cơ bản của đời sống,

mà còn là chỉ báo xã hội về nhận dạng, địa vị, hay sự công nhận đối với cá nhân. Kiểu tâm lý này dẫn đến sự tiêu dùng phô trương ngày càng tăng, nhất là đối với những người có địa vị hoặc giàu có. Hình ảnh cá nhân ngày càng được chú ý đánh giá qua những gì họ sở hữu hoặc phô trương. Các thương hiệu xa xỉ đóng vai trò như các quy tắc xã hội, chỉ số thành công. Xu hướng tiêu dùng hàng xa xỉ về mặt nào đó gắn liền với tâm lý háo danh của một bộ phận người Việt. Đã có một bộ phận không nhỏ người Việt sẵn sàng mua những món đồ xa xỉ, không cần tính đến giá trị sử dụng, thậm chí vượt xa tầm với của họ. Mặc dù thu nhập bình quân toàn xã hội chưa cao, nhưng thị trường hàng xa xỉ ở Việt Nam cũng đã liên tục mở rộng và tăng trưởng trong những năm qua nhờ có “phân khúc” người tiêu dùng đủ lớn. Theo khảo sát của Knight Frank, Công ty tư vấn bất động sản và thương mại toàn cầu, có trụ sở tại Anh, thì ở Việt Nam, số lượng người sở hữu tài sản ròng trên 10 triệu USD năm 2025 đã lên đến 5.459 người, chiếm 0,2% dân số toàn cầu có tài sản ròng trên 10 triệu USD. *Mặt khác*, Việt Nam hiện có dân số trẻ, độ tuổi trung bình 32, nên tiềm năng tiêu dùng sản phẩm xa xỉ khá cao (Knight Frank 2025: 83). Ngoài ra, theo đánh giá của Viện Economic Affairs (Anh), ở Việt Nam, số người kỳ thị với người giàu lại rất thấp, thấp hơn hầu hết 7 nước châu Âu và 4 nước châu Á (được khảo sát) chỉ 19% dân cư, nhiều hơn chút ít so với 14% của Nhật Bản (Xem: Zitelmann, Rainer 2022).

Vào tháng 7/2024, lượng tiền gửi của người dân vào hệ thống ngân hàng đạt gần 6,84 triệu tỷ đồng. Gửi tiết kiệm vẫn là kênh đầu tư được ưu tiên, mặc dù lãi

suất huy động năm 2023 đã chạm đáy, chỉ từ 1,7 - 5,2%. Con số này phản ánh sự dịch chuyển của dòng vốn từ các kênh đầu tư được cho là rủi ro trong giai đoạn nền kinh tế còn nhiều biến động, như chứng khoán và bất động sản sang ngân hàng, chờ cơ hội đầu tư tốt hơn. Tuy nhiên, nó cũng gián tiếp phản ánh sự đối lập giữa tiết kiệm và hoang phí trong lối sống của người dân (Xem: Bảo Ngọc 2024).

Từ sau đại dịch Covid-19, công nghệ số đã tạo điều kiện và đặt người tiêu dùng vào vị trí quan trọng hơn trong văn hóa tiêu dùng và trong sự phát triển kinh tế - xã hội. Thái độ của người tiêu dùng thông qua truyền thông không chỉ ảnh hưởng, làm thay đổi nhu cầu và thói quen mua sắm của số đông, mà còn tác động trực tiếp đến uy tín, vị thế của doanh nghiệp. Mạng xã hội tạo ra sức mạnh và quyền uy đáng kể cho người tiêu dùng khi họ đạt tới một số đông nhất định trong đánh giá, chia sẻ quan điểm, bày tỏ ý kiến về chất lượng hàng tiêu dùng và trình độ của người cung ứng, của nhà sản xuất.

Thực trạng biến đổi của văn hóa tiêu dùng ở Việt Nam nhìn chung là tích cực, trừ xu hướng nghiêng dần về phía xem nhẹ sự tiết kiệm - giản dị. Đây cũng được coi là một trong những nguyên nhân làm cho một số quốc gia mặc dù có tốc độ tăng trưởng tương đối cao trong một thời gian dài, nhưng vẫn không vượt qua được bẫy thu nhập trung bình (không còn nghèo để phải “thắt lưng buộc bụng”, nhưng lại chưa đủ giàu để loại bỏ những thứ bất hợp lý, thay đổi công nghệ, tối ưu hóa đời sống xã hội (Xem: Khalidi, Ramla 2023).

**6. Sự biến đổi của văn hóa tâm linh, tín ngưỡng**

Nói đến sự biến đổi của văn hóa tâm linh, tín ngưỡng ở Việt Nam, trước hết nên nói đến Nho giáo, mặc dù về thực chất Nho giáo rất khó được gọi là một tôn giáo.

Bởi lẽ, Nho giáo được coi là một đặc điểm lớn của văn hóa truyền thống ở Việt Nam. Sự tranh cãi về tính tích cực hay tiêu cực của Nho giáo đối với xã hội Việt Nam đã diễn ra sôi nổi từ rất sớm. Nhưng, suốt nhiều thập niên cuối thế kỷ XX, Nho giáo gần như rất mờ nhạt trong đời sống tinh thần ở Việt Nam. Phải đến giữa những năm 90, khi văn hóa Nho giáo được nhìn nhận là một nhân tố tích cực ở các nước công nghiệp mới (NICs) tại khu vực châu Á, khẩu hiệu “tiên học lễ, hậu học văn” mới được treo ở các nhà trường phổ thông. Từ đó, Văn Miếu - Quốc Tử Giám (Hà Nội) trở thành điểm đến của những sinh hoạt văn hóa có liên quan đến tri thức, văn nghệ truyền thống, học thuật, thi cử, nhất là với các đối tượng là học sinh phổ thông trung học trước kỳ thi vào đại học. Giới trí thức cũng chú ý nghiên cứu Nho giáo nhiều hơn để đánh giá về ảnh hưởng và triển vọng của nó. Viện Khổng Tử cũng được thành lập và hoạt động ở Việt Nam từ năm 2019.

Nhưng, nhìn nhận chung về ảnh hưởng hiện nay của Nho giáo và văn hóa Nho giáo đối với xã hội Việt Nam, chúng tôi tán thành cách đánh giá của Ronald F.Inglehart (1934 - 2021), giám đốc Chương trình WVS (World Values Survey), một mạng lưới toàn cầu đã thực hiện các cuộc khảo sát tại hơn 100 quốc gia từ hàng chục năm nay, trong đó có Việt Nam. Với các kết quả khảo sát thực tế sống động, Inglehart cùng với Welzel đã xác định thành công “Bản đồ văn hóa

thế giới” và nhờ đó đã diễn tả được thực trạng biến đổi của giá trị văn hóa ở các quốc gia được khảo sát. Theo mô tả của bản đồ Inglehart - Welzel, tín đồ Nho giáo ở Việt Nam hiện nay thực ra không còn; một số nhà nghiên cứu có hiểu biết sâu về Nho giáo cũng không ai tin theo Nho giáo như các nhà nho thời trước. Các hiện tượng văn hóa Nho giáo ở Việt Nam trên thực tế chỉ nặng về hình thức, chứ không hẳn là tôn sùng Khổng Tử và đạo Nho. Hàm lượng văn hóa Nho giáo ở Việt Nam cũng vào loại thấp so với các quốc gia/vùng lãnh thổ khác như Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan, Nhật Bản. Ở Việt Nam, hiện tượng cuồng tín Nho giáo như “Vu Đan” ở Trung Quốc, không có<sup>4</sup>.

Bên cạnh văn hóa Nho giáo là thế giới tâm linh, tín ngưỡng phong phú và cũng tương đối phức tạp của người Việt với 16 tôn giáo (gồm Công giáo, Phật giáo, Hòa Hảo, Tin Lành, Cao Đài và 11 tôn giáo có tỷ lệ tín đồ ít hơn khác) được Nhà nước công nhận và cấp đăng ký hoạt động. Cả nước có 43 tổ chức tôn giáo với hơn 54.000 chức sắc, 135.500 chức việc;

4 Trong Bản đồ văn hóa thế giới 2023 của Inglehart và Welzel, Việt Nam theo những dữ liệu đo được trong thực tế, thuộc vùng văn hóa Tây Á và Nam Á chứ không phải văn hóa Khổng giáo. Đây là điều rất thú vị và đáng suy ngẫm. Thậm chí, Việt Nam rất gần văn hóa Mỹ Latinh và Công giáo châu Âu khu vực Bồ Đào Nha và Ba Lan, hơn là văn hóa Khổng giáo. Trong bản đồ này, Trung Quốc thuộc văn hóa Khổng giáo, nhưng không nằm ở trung tâm của văn hóa Khổng giáo; trung tâm của văn hóa Khổng giáo tại bản đồ này lại là Hồng Kông. Nhật Bản nằm ở vị trí gần biên của văn hóa Khổng giáo, nhưng mức độ ưu tiên các giá trị thế tục lại cao hơn so với tất cả các nước/vùng lãnh thổ theo văn hóa Khổng giáo. Trung Quốc tiến bộ hơn Việt Nam về giá trị thế tục, nhưng lại lạc hậu hơn Việt Nam về văn hóa tự thể hiện, tức là nghiêng về phía giá trị sinh tồn hơn Việt Nam (Xem: WVS 2024).

trên 29.600 cơ sở thờ tự và khoảng trên 54.000 cơ sở tín ngưỡng (Xem: Tô Lâm 2024b).

Ở Việt Nam hiện nay, xu hướng mê tín dị đoan đang có chiều hướng gia tăng; mặc dù lượng tín đồ thực sự của tôn giáo không thật lớn (tính đến tháng 5/2024, chỉ có 27 triệu tín đồ theo một trong các tôn giáo nói trên). Không có tâm lý cuồng tín tôn giáo (Xem: Trần Đình Hượu 1994: 150), nhưng người Việt lại rất dễ tin vào sức mạnh siêu nhiên và cũng khá dễ dãi đi theo xu hướng tín ngưỡng của số đông. Đây là thực tế được nhiều nhà nghiên cứu coi là nét tâm linh nổi trội của người Việt, kể cả những người có học thức và địa vị xã hội... Cả nước chỉ có 27% dân số theo tôn giáo nhưng lại có đến 95% dân số (gần như tất cả) có niềm tin tín ngưỡng, tôn giáo<sup>5</sup>. Những năm gần đây, số người tin và thực hành các nghi lễ tín ngưỡng dường như ngày càng tăng thêm, không ít hiện tượng đó gắn liền với mê tín dị đoan.

Trong thời kỳ bao cấp trước Đổi mới 1986, hiện tượng tâm linh này không phổ biến như hiện nay. Tại Việt Nam, một lượng đáng kể người dân tự xem mình là người không theo tôn giáo nào (điều phổ biến này được ghi rõ trong lý lịch), nhưng đa số đều có thực hành văn hóa tôn giáo vào một vài dịp trong năm, và thực hành các nghi lễ tín ngưỡng theo cộng đồng, đặc biệt là tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên, thành hoàng làng, tín ngưỡng sinh tử (các nghi lễ theo vòng đời con người), thờ tổ nghề...

Hai thập niên gần đây, các cơ sở thờ tự của nhiều tôn giáo được sửa chữa, nâng cấp hoặc xây mới; nhiều chùa Phật giáo lớn và rất lớn được xây dựng. Các tín đồ cùng các lễ hội tôn giáo được

tự do hoạt động trong khuôn khổ pháp luật... đã thu hút nhiều người tham gia, đặc biệt các lễ hội Phật giáo. Từ phía xã hội, kinh tế phát triển, đời sống xã hội năng động, cơ hội thăng tiến, làm giàu, thành đạt... đến với nhiều người một cách may rủi, đã khiến đời sống tôn giáo, tín ngưỡng bùng phát sôi động mà không ít nhà nghiên cứu và báo chí coi là đã đến mức cực đoan. Sự hồi sinh của các lễ hội Phật giáo, Đạo giáo, Đạo Mẫu, Đức Thánh Trần... mang theo hy vọng rằng việc thực hành thờ cúng đúng cách sẽ đem lại sức khỏe, sự giàu có, may mắn và cả thành công trên con đường hoạn lộ, quan lộc.

Vào những ngày lễ hội, tết Nguyên đán, tại một số ngôi chùa, đám đông lớn tới hàng vạn người cần phải có lực lượng cảnh sát giữ trật tự đám đông. Đã có lúc, một bộ phận quan chức chính quyền cũng thường xuyên sử dụng các địa điểm thờ tự này để tỏ thái độ đối với tâm linh và gián tiếp thể hiện vai trò, vị trí thế tục của mình. Nhiều nhà tu hành cũng bắt tay với chính quyền và với những quan chức có vị thế để thuận lợi cho hoạt động

5 Việt Nam hiện có hơn 8.000 lễ hội, trong đó có 544 lễ hội tôn giáo và 7.039 lễ hội dân gian. Việt Nam có đa dạng các loại hình tín ngưỡng từ truyền thống và du nhập từ nước ngoài. Đối tượng thờ cúng đa dạng, có cả nhân thần, nhiên thần và bái vật giáo. Tín ngưỡng truyền thống của người Việt gồm 4 loại chính: 1) Loại thờ cúng Tổ tiên, bao gồm tín ngưỡng thờ vật tổ, thờ Vua Hùng, Thành hoàng làng (thần làng), thờ gia tiên (Tổ tiên); 2) Loại tín ngưỡng liên quan đến vòng đời con người với các nghi lễ từ khi sinh ra, trưởng thành và khi chết đi; 3) Loại tín ngưỡng nghề nghiệp: nghề nông, tín ngưỡng phồn thực, tổ nghề (thờ thánh sư), thần tài, ngư thần (nghề biển)...; 4) Loại tín ngưỡng thờ thần, thánh: Thổ công, Thổ địa, Tản Viên Sơn Thần, Thủy Thần, Thánh Gióng, Thánh Trần, Thánh Mẫu... (Xem: Lê Thị Liên 2024).

tu hành. Quá trình hiện đại hóa cơ sở tâm linh và dịch vụ tôn giáo ở một số ngôi chùa dường như đã đi quá xa, đến mức chúng trở thành địa điểm của hoạt động thương mại lợi dụng lòng tin. Một vài hiện tượng phản văn hóa với đức tin, tín ngưỡng, thậm chí sùng bái mê muội đã xuất hiện - không ít người ngây thơ đã bị một vài tín đồ (kể cả người có danh tiếng) lợi dụng đức tin để lừa gạt... Dư luận xã hội đã phê phán gay gắt. Báo chí, kể cả báo “Nhân dân”, Website của “Ban Tôn giáo Chính phủ” và diễn đàn Quốc hội cũng đã lên tiếng về một số hiện tượng này (Xem: Trung tâm TT&TT Ban TGCP 2024).

Trước những năm 80 thế kỷ XX, đời sống tâm linh, tín ngưỡng ở Việt Nam khác hẳn tình hình nói trên. Thời đó, tinh thần duy vật biện chứng với cái nhìn tôn giáo là “thuốc phiện của nhân dân” phổ biến trong toàn xã hội. Không ít cơ sở thờ tự đã bị hủy hoại; đình, chùa, đền, miếu và các nghi lễ tâm linh truyền thống bị xem nhẹ, thậm chí bị kỳ thị. Ngay cả tục lệ thờ cúng tổ tiên cũng không mấy được coi trọng. Một số gia đình Việt Nam thời đó còn không có bàn thờ gia tộc, không quan tâm đến chăm sóc mồ mả tổ tiên... Tuy nhiên, sau khi đổi mới - mở cửa, văn hóa phương Tây dù đã bắt rễ khá sâu trong xã hội Việt Nam cũng không xóa bỏ được các tín ngưỡng truyền thống. Các hình thức, hiện tượng tín ngưỡng - tôn giáo mới cũng đã xuất hiện, cung cấp một số nhu cầu tâm linh bị bỏ ngỏ hoặc bị kỳ thị. Những người cảm thấy bị bỏ rơi trong sự phát triển của xã hội hiện tại dễ có xu hướng tham gia các nhóm như vậy. Một số thế lực không thân thiện với Việt Nam đã lợi dụng tình trạng này để lôi kéo dân cư các khu vực đặc thù

làm nảy sinh các vấn đề chính trị - xã hội phức tạp.

Một số hiện tượng tôn giáo mới hoạt động theo lối tuyên truyền mê tín dị đoan, chữa bệnh tâm linh, gây phương hại đến đời sống tinh thần và sức khỏe cho những cộng đồng tin theo. Các nhóm Vàng Chử, Dương Văn Minh, Amí Sara, Hà Mòn... tuyên truyền những tín điều dị đoan, chẳng hạn như ngày tận thế... làm rối loạn trật tự xã hội. Các giáo phái như Tâm linh Hồ Chí Minh, Long hoa Di Lặc, Pơ khắp Brâu, Hà Mòn... xúi giục tín đồ và người dân từ chối y học khoa học để chữa trị bệnh tật bằng pháp thuật và cầu nguyện. Thanh Hải Vô thượng sư lại kích thích lối sống cách xa họ hàng, cộng đồng, truyền thống nhằm gây bất hòa, kích động tâm lý ly khai, dân tộc cực đoan... Cách đây ít năm, những hiện tượng chính trị - xã hội phức tạp ở các vùng Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ đã xuất hiện với sự gây rối của các thế lực thù địch lợi dụng các hiện tượng tâm linh tín ngưỡng, tôn giáo, dân tộc biến một số địa phương trở thành các điểm nóng chính trị - xã hội.

Hiện tượng tin vào số phận tiền định thông qua các phép thuật tử vi, bói toán, phong thủy, mệnh (cung hoàng đạo)... ở Việt Nam hiện nay được coi là rất bình thường. Phong thủy với triết lý chủ đạo là hòa hợp với tự nhiên và vũ trụ, là một hệ thống tín ngưỡng truyền thống, hiện đang đóng vai trò không thể thiếu trong nhiều trường hợp. Khi thiết kế kiến trúc nhà ở và nơi làm việc, hay khi chọn vị trí đặt lăng mộ tổ tiên và nơi thờ tự... thường không ai dám bỏ qua việc xem xét về phong thủy. Ngay tại một số cơ quan công quyền của Nhà nước, vị trí cổng ra vào, lối đi, nội thất các phòng

làm việc, chỗ ngồi của lãnh đạo... cũng đã được xem xét về mặt phong thủy. Đối với mỗi cá nhân, việc chú ý đến mệnh, tuổi, tướng mạo... ngày nay cũng thường được nhiều người chú ý khi thiết lập các quan hệ xã hội, đặc biệt những quan hệ có liên quan đến hoạt động kinh tế, buôn bán, thương mại hay sự thăng tiến của cá nhân. Gần như tất cả giới trẻ đều đã từng theo dõi dự báo số phận của quan niệm về cung hoàng đạo. Hầu hết những cặp trai gái chuẩn bị kết hôn, những đứa trẻ mới chào đời, những ngôi nhà chuẩn bị xây dựng, những doanh nghiệp sắp khai trương... đều được tính toán cân nhắc về phong thủy, mệnh, ngày đẹp, số đẹp... Ngay cả biển số ô tô cũng đã từng được Quốc hội thảo luận năm 2022 về việc có bán đấu giá số đẹp hay không (Xem: Thu Phương 2022).

Với những hiện tượng có liên quan đến may rủi ngẫu nhiên này, sự quan tâm của mỗi người để lựa chọn phương thức phản ứng hoặc tự vệ, ngày nay được số đông và dư luận xã hội cho là chính đáng, nghĩa là không có gì đáng phải chê trách như quan niệm nặng nề trước kia. Hơn thế nữa, không ít người còn cho rằng, đó cũng là những biểu hiện phong phú của đời sống văn hóa, lối sống thường nhật trong xã hội hiện đại mà gần như các xã hội từ Đông sang Tây đều ít nhiều coi là bình thường.

### **7. Kết luận**

Trong khi bản sắc và giá trị truyền thống được chú trọng bảo tồn và phát huy, thì sự biến đổi của văn hóa - lối sống ở Việt Nam cũng diễn ra mạnh mẽ và sâu sắc ở tất cả các cấp độ và trên tất cả các lĩnh vực thuộc đời sống văn hóa.

Sau gần 40 năm đổi mới, văn hóa duy tình ở Việt Nam đã bớt dần sự chi phối

quá mức của “quan hệ tình nghĩa”. Việc lấy hiệu quả thực tiễn, trình độ chuyên môn, năng lực sáng tạo, trách nhiệm cá nhân... làm tiêu chuẩn đánh giá đã trở nên phổ biến hơn. Các quan hệ xã hội đã “duy lý hơn”. Sự vi phạm các tiêu chuẩn pháp lý, đạo đức đều khó tránh khỏi bị trừng phạt.

Trong văn hóa ứng xử - giao tiếp, những tập tục, lễ thói truyền thống vẫn được tôn trọng nhưng không còn máy móc như trước. Thái độ gia trưởng của người lớn tuổi, dư luận xã hội về “tam tòng tứ đức” của phụ nữ, các hình thức của nghi lễ truyền thống, thái độ đối với văn hóa ngoại sinh... tất cả đều đã thay đổi theo chiều hướng tích cực. Hiện nay, các lễ hội ngoại sinh, các quan niệm mới về hôn nhân, các hình thức mới thể hiện năng lực và sự thành đạt cá nhân, đặc biệt là ở giới trẻ và ở phụ nữ... được đón nhận khá cởi mở. Thói háo danh tuy vẫn còn nặng, nhưng đang có xu hướng bớt dần.

Về văn hóa gia đình, hiện nay, gia đình vẫn là “tế bào” lành mạnh nhất của xã hội (so với các thiết chế xã hội khác). “Tề gia” vẫn là trách nhiệm thiêng liêng của mỗi thành viên. Tập quán bảo vệ gia đình được Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014 thừa nhận. Không gian văn hóa gia đình ngày càng tiến bộ. Các lễ thói Nho giáo nay đã bớt hà khắc. Các hình thức gia đình mới cùng với sự lựa chọn cá nhân cho hôn nhân được tôn trọng hoặc cảm thông. Trách nhiệm giữa các thế hệ trong gia đình được đảm bảo theo những cách thức phù hợp. Đầu tư cho giáo dục ở các gia đình nói chung đều lớn. Ly hôn tương đối nhiều, nhưng thực trạng đó cũng giải tỏa được không ít bất hạnh.

Về văn hóa tiêu dùng, ở Việt Nam hiện nay, số người sở hữu tài sản ròng trên 10 triệu USD đã lên tới 5.459 người; dân số trẻ bình quân 32 tuổi, nên nhu cầu tiêu dùng có đẳng cấp, gắn với hưởng thụ, giải trí đã xuất hiện. Thực trạng này phản ánh sự tăng trưởng của chất lượng sống nhưng cũng đặt ra những vấn đề về lối sống lãng phí, tiêu cực. Truyền thống giản dị, tiết kiệm đang bị xu hướng lãng phí, xa xỉ lấn át. Giải quyết tình trạng này trong công cuộc chống lãng phí nói chung đang là một nhiệm vụ của chiến lược phát triển đột phá của Việt Nam.

Nhờ sự mở rộng các chính sách tự do tôn giáo, văn hóa tâm linh - tín ngưỡng và sinh hoạt tôn giáo ở Việt Nam ngày nay gần như “bùng nổ”, khác hẳn những thập niên trước. Người Việt được đánh giá là có tinh thần tín ngưỡng khá cao, đến mức mê tín. Mặc dù lượng tín đồ tôn giáo thực tế không thật lớn (cả nước chỉ có 27% dân số theo tôn giáo), nhưng số người có tín ngưỡng, tin và thực hành các nghi lễ tín ngưỡng lại rất đông (95%); không ít hiện tượng tiêu cực đã xuất hiện, bị dư luận xã hội phê phán.

Với sự phát triển sôi động của đất nước, cơ hội cho mỗi người thăng tiến, thành đạt, giàu có... đều có thể liên quan đến sự may rủi, ngẫu nhiên. Thực hành văn hóa tâm linh - tín ngưỡng, khác với quan niệm nặng nề trước kia, ngày nay được số đông cho là chính đáng và cũng không cần phải chê trách. Tuy nhiên, một khi tự do tín ngưỡng bị lợi dụng, đến mức dư luận xã hội, báo chí, thậm chí cả diễn đàn Quốc hội cũng phải lên tiếng, thì vấn đề cần thiết phải được xem xét từ phía quản lý vĩ mô của Nhà nước.

Không nằm ngoài sự chi phối của quy luật, văn hóa - lối sống ở Việt Nam đã và

đang biến đổi khá sâu sắc, theo xu hướng cơ bản là tích cực. Sự biến đổi đó phản ánh quá trình phát triển sôi động của đất nước trong suốt gần 40 năm đổi mới và hội nhập.

#### **Tài liệu trích dẫn:**

1. Đào Duy Anh. 2000. *Việt Nam văn hóa sử cương*. Hà Nội: Nxb. Hội Nhà văn.
2. Douglass C. North. 1994. *Institutional Competition*. Economic History 9411001, EconWPA.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam. 1998. *Văn kiện Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương lần thứ 5 khóa VIII*. Hà Nội: Nxb. Chính trị quốc gia.
4. Đảng Cộng sản Việt Nam. 2016. *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*. Hà Nội: Văn phòng Trung ương Đảng.
5. Nguyễn Văn Huyền. 1996. *Văn minh Việt Nam*. Hà Nội: Nxb. Khoa học xã hội.
6. Trần Đình Hượu. 1994. *Về vấn đề tìm đặc sắc văn hóa dân tộc*, in trong sách “Đến hiện đại từ truyền thống”. KX.07 xuất bản.
7. Inglehart, Ronald & Christian Welzel. 2005. *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. New York. Pub: Cambridge Uni. Press.
8. Khalidi, Ramla. 2023. *Vietnam, technology and the middle-income trap*. (<https://www.undp.org/vietnam/blog/viet-nam-technology-and-middle-income-trap>).
9. KnightFrank. *The wealth report 2025*. (<https://www.elliman.com/resources/siteresources/commonresources/pdf/dekfr%20wealth%20report%202025.pdf>).
10. Tô Lâm. 2024a. *Chống lãng phí*. (<https://quochoi.vn/pages/tim-kiem>).

aspx?ItemID=90047).

11. Tô Lâm. 2024b. *Các tổ chức tôn giáo đồng lòng vì sự phát triển chung của đất nước*. (<https://moha.gov.vn/so-lieu-thong-ke-nganh-noi-vu/linh-vuc-tin-nguong-ton-giao/chu-tich-nuoc-to-lam-cac-to-chuc-ton-giao-luon-don-d900-t56124.html>).

12. Luong, Hy V. 2018. *Social capital configuration variation and the contemporary transformation of rural Vietnam*. Pacific Affairs, Vol. 91, No. 2, June 2018, pp. 283-307(25). DOI: <https://doi.org/10.5509/2018912283>.

13. Di Li. 2023. *Tất xấu người Việt*. Hà Nội: Nxb. Hội Nhà văn.

14. Lê Thị Liên. 2024. *Tín ngưỡng, tôn giáo và thực thi chính sách, pháp luật về tín ngưỡng, tôn giáo ở Việt Nam*. <https://btgcp.gov.vn/cong-tac-ton-giao/tin-nguong-ton-giao-va-thuc-thi-chinh-sach-phap-luat-ve-tin-nguong-ton-giao-o-viet-nam-postrYaAbwoqEW.htm>l.

15. *Luật Hôn nhân và gia đình năm 2014*. ([https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Quy-en-dan-su/Luat-Hon-nhan-va-gia-dinh-2014-238640.aspx?anchor=diu\\_8](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Quy-en-dan-su/Luat-Hon-nhan-va-gia-dinh-2014-238640.aspx?anchor=diu_8)).

16. Nghị định số 144/2020/NĐ-CP ngày 14/12/2020 *Quy định về hoạt động nghệ thuật biểu diễn...* (<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Nghi-dinh-144-2020-ND-CP-quy-dinh-hoat-dong-nghe-thuat-bieu-dien-459381.aspx>).

17. Bảo Ngọc. 2024. *Người dân gửi gần 7 triệu tỷ đồng vào ngân hàng*. (<https://tapchitaichinh.vn/nguoi-dan-gui-gan-7-trieu-ty-dong-vao-ngan-hang.html>).

18. Vương Trí Nhàn. 2018. *Người xưa cảnh tỉnh*. Tp. Hồ Chí Minh: Nxb. Tổng hợp.

19. Thu Phương. 2022. *Thí điểm cấp*

*quyền lựa chọn sử dụng biển số ô tô qua đấu giá*. (<https://quochoi.vn/pages/tim-kiem.aspx?ItemID=69279>).

20. Q&Me. 2025. *Digital life among Vietnamese*. (<https://qandme.net/en/report/digital-life-among-vietnamese.html>).

21. Read, Kathryn. *Business Etiquette in Vietnam: some do and don'ts in Vietnam Business*. (<https://kathrynread.com/business-etiquette-in-vietnam-some-do-and-donts-in-vietnam-business/>).

22. TCTK. 2024. *Kết quả điều tra dân số và nhà ở giữa kỳ 01/4/2024*. Hà Nội: Nxb. Thống kê.

23. Trần Ngọc Thêm. 2016. *Hệ giá trị Việt Nam từ truyền thống đến hiện đại và con đường tới tương lai*. Tp. Hồ Chí Minh: Nxb. Văn hóa - Văn nghệ.

24. Trung tâm TT&TT Ban TGCP (Nhân dân 10/01/2024). *Một số hoạt động tôn giáo không theo quy định pháp luật về tín ngưỡng, tôn giáo tại chùa Ba Vàng*. (<https://nhandan.vn/mot-so-hoat-dong-ton-giao-khong-theo-quy-dinh-cua-phap-luat-ve-tin-nguong-ton-giao-tai-chua-ba-vang-post791488.html>).

25. Trần Quốc Vượng. 2000. *Văn hóa Việt Nam: tìm tòi và suy ngẫm*. Hà Nội: Nxb. Văn hóa Dân tộc.

26. WVS. 2024. *The Inglehart - Welzel Cultural Map 2023*. (<https://www.worldvaluessurvey.org/images/Map2023NEW.png>).

27. WB-Bộ KH&ĐT. 2016. *Việt Nam 2035: Hướng tới thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*. WB-Bộ KH&ĐT xb. Hà Nội.

28. Zitelmann, Rainer. 2022. *Attitudes towards the rich in China, Japan, South Korea, and Vietnam*. Economic Affairs. No. 42. (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ecaf.12524>).