

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ GIÁ TRỊ (KỲ 1)*

VÕ KHÁNH VINH**

Tóm tắt: Bài viết nghiên cứu giá trị như một phạm trù lý luận nền tảng của triết học và khoa học xã hội, làm sáng tỏ khái niệm, bản chất và những đặc trưng cơ bản của giá trị trong mối quan hệ giữa con người và đời sống xã hội; trên cơ sở đó, phân tích các yếu tố cấu thành và các chức năng chủ yếu của giá trị, qua đó khẳng định vai trò định hướng, điều chỉnh và đánh giá của giá trị đối với nhận thức, hành vi và tổ chức xã hội; đồng thời, phân tích sự hình thành hệ giá trị, cấu trúc nội tại và phân cấp giá trị, nhấn mạnh ý nghĩa phương pháp luận của việc nhận thức đúng trật tự ưu tiên giữa các giá trị trong nghiên cứu khoa học xã hội, khoa học pháp lý và định hướng phát triển xã hội bền vững.

Từ khoá: Khái niệm; bản chất; đặc trưng; yếu tố cấu thành; chức năng; hệ giá trị; cấu trúc và phân cấp giá trị

Ngày nhận bài: 17/12/2025; Biên tập xong: 20/12/2025; Duyệt đăng: 23/12/2025

FUNDAMENTAL THEORETICAL ISSUES OF VALUE (PART 1)

Abstract: This article examines value as a fundamental theoretical category in philosophy and the social sciences. It focuses on clarifying the concept, nature, and basic characteristics of value within the relationship between human beings and social life. On that basis, the paper analyzes the constituent elements and principal functions of value, thereby affirming its orienting, regulatory, and evaluative roles in cognition, human behavior, and social organization. At the same time, the study elucidates the formation of value systems, their internal structure, and the hierarchy of values, emphasizing the methodological significance of properly recognizing value priorities in social science research, legal studies, and the orientation toward sustainable social development.

Keywords: Concept; nature; characteristic; constituent element; function; value system; value structure and hierarchy

Received: Dec 17, 2025; Editing completed: Dec 20, 2025; Accepted for publication: Dec 23, 2025

Đặt vấn đề

Trong đời sống xã hội, giá trị giữ vai trò nền tảng trong việc định hướng nhận thức, điều chỉnh hành vi và xác lập các mục tiêu phát triển của cá nhân, cộng đồng và quốc gia. Mọi lựa chọn xã hội, từ các chuẩn mực đạo đức, văn hóa đến các quyết sách chính trị, pháp luật, đều ít nhiều dựa trên những giá trị được thừa nhận và ưu tiên. Tuy nhiên, mặc dù được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực nghiên cứu, khái niệm “giá trị” vẫn chưa có sự thống nhất về nội hàm, cách tiếp cận và phương thức phân tích, dẫn đến những cách hiểu khác nhau, thậm chí mâu thuẫn trong lý luận và thực tiễn. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, đa dạng hóa hệ chuẩn mực và sự gia tăng các xung đột giá trị, yêu cầu làm sáng tỏ cơ sở lý luận của phạm trù giá trị trở nên đặc biệt cấp thiết. Sự va chạm giữa các giá trị truyền thống và hiện đại, giữa giá trị phổ quát và giá trị đặc thù, đặt ra nhiều vấn đề mới về cách

nhận thức, tổ chức và ưu tiên giá trị trong xã hội đương đại. Đối với khoa học xã hội và khoa học pháp lý, việc thiếu một khung lý luận toàn diện về giá trị, hệ giá trị và phân cấp giá trị không chỉ làm giảm khả năng giải thích hiện thực xã hội, mà còn ảnh hưởng đến chất lượng xây dựng chính sách, pháp luật và chiến lược phát triển. Vì vậy, bài viết hướng tới việc nghiên cứu một cách hệ thống và khái quát về giá trị: (i) Các quan niệm phổ biến khác nhau về giá trị; (ii) Khái niệm và bản chất của giá trị trong mối quan hệ giữa con người và thế giới xã hội; (iii) Các đặc trưng cơ bản và các yếu tố cấu thành giá trị; (iv) Các chức năng chủ yếu của giá trị trong đời sống xã hội; và (v) Sự hình thành hệ giá trị, cấu trúc nội tại và phân cấp giá trị. Trên cơ sở đó, bài viết kỳ vọng góp phần hoàn thiện nền tảng lý luận về giá trị, tạo tiền đề cho việc nghiên cứu sâu hơn về hệ giá trị, thang giá trị và sự vận dụng phạm trù này trong khoa học xã hội và pháp luật ở Việt Nam hiện nay.

* Đây là sản phẩm của đề tài cấp Quốc gia “Nghiên cứu các giá trị hiện đại, phổ quát toàn nhân loại nhằm phục vụ phát triển đất nước trong giai đoạn mới”, mã số: KX.03.02/21-30 thuộc Chương trình KX.03/21-30

** Email: Vokhanhvinh.vass@gmail.com
Giáo sư, Tiến sĩ, Trường Đại học Kiểm sát

1. Các quan niệm phổ biến khác nhau về giá trị

Việc lý giải khái niệm, bản chất và nền tảng của **giá trị** là chủ đề được quan tâm sâu sắc trong triết học, xã hội học, nhân học và lý luận đạo đức hiện đại. Tùy theo hệ hình tư tưởng và phương pháp luận, các học giả đã đưa ra nhiều cách tiếp cận khác nhau, tạo nên một trường thảo luận phong phú về tính khách quan, tính chủ thể, vai trò chuẩn mực và bối cảnh văn hóa của giá trị. Đến nay, có thể khái quát các quan niệm phổ biến khác nhau về giá trị như sau:

Quan niệm duy thực: Theo quan niệm duy thực, giá trị tồn tại như những phẩm chất khách quan của sự vật hoặc hành vi, độc lập với nhận thức hay cảm xúc của con người. Con người chỉ “khám phá” chứ không “tạo ra” giá trị. Cách tiếp cận này có gốc từ triết học cổ điển phương Tây (Plato, Aristotle) và được phát triển hiện đại bởi G. E. Moore¹.

Quan niệm duy chủ thể: Trái với duy thực, quan niệm duy chủ thể cho rằng giá trị phụ thuộc vào cảm xúc, sở thích, nhu cầu và đánh giá của chủ thể. Điều gì “có giá trị” là do con người gán nghĩa cho nó. Đây là truyền thống của David Hume và các nhà phân tích thế kỷ XX như A. J. Ayer, C. L. Stevenson².

Quan niệm tương đối văn hóa: Theo chủ nghĩa tương đối, giá trị không có tính phổ quát, mà phụ thuộc vào bối cảnh văn hóa - xã hội, truyền thống và lịch sử của từng cộng đồng. Điều được coi là đúng, tốt hay đáng mong muốn ở nền văn hóa này có thể không giữ nguyên ý nghĩa ở nền văn hóa khác. Quan niệm này được ủng hộ bởi các nhà nhân học như Ruth Benedict, Melville Herskovits và Clifford Geertz³.

Quan niệm phổ quát: Ngược lại, quan niệm phổ quát khẳng định rằng có những giá trị chung của nhân loại, dựa trên phẩm giá và bản tính con người. Tự do, nhân phẩm, công lý... được xem là những giá trị vượt lên khác biệt văn hóa. Kant là người đặt nền móng cho cách tiếp cận này, sau đó được phát triển trong

lý thuyết năng lực của Martha Nussbaum và kinh tế học đạo đức của Amartya Sen⁵.

Quan niệm công cụ: Tiếp cận thực dụng nhấn mạnh rằng giá trị được xác định chủ yếu bởi tính hữu dụng và khả năng giải quyết vấn đề. Một sự vật/hành động có giá trị khi nó phục vụ mục tiêu và đem lại lợi ích thực tiễn cho đời sống con người. John Dewey là đại diện tiêu biểu của trường phái này⁶.

Quan niệm quy phạm - chuẩn mực: Quan niệm quy phạm xem giá trị như chuẩn mực định hướng hành vi, giúp xã hội phân biệt tốt - xấu, đúng - sai, nên làm - không nên làm. Émile Durkheim đặt nền móng khi coi giá trị là yếu tố duy trì sự gắn kết xã hội; các nhà đạo đức học hiện đại như W. K. Frankena và Joseph Raz tiếp tục củng cố cách hiểu này⁷.

Quan niệm cấu trúc - chức năng: Trong xã hội học, giá trị được xem là trục tích hợp xã hội, tạo sự ổn định và phối hợp hành động trong hệ thống. Talcott Parsons, R. K. Merton và Clyde Kluckhohn coi giá trị là nhân tố trung tâm định hình vai trò, thiết chế và hành vi xã hội⁸.

Quan niệm kiến tạo xã hội: Theo tiếp cận kiến tạo xã hội, giá trị không tồn tại sẵn mà được hình thành thông qua tương tác xã hội, diễn ngôn và quan hệ quyền lực. Điều gì được xem là “giá trị” phụ thuộc vào quá trình định chế hóa và cấu trúc quyền lực trong xã hội. Công trình của Berger & Luckmann, Michel Foucault và Kenneth Gergen là tiêu biểu⁹.

2. Khái niệm, bản chất, thuộc tính, đặc trưng, chức năng của giá trị

2.1. Khái niệm về giá trị

Trên cơ sở nghiên cứu các quan niệm nói trên về giá trị, nhu cầu hiện thực về nhận

¹ Plato, *Republic*, Hackett Publishing, 1997; Aristotle, *Nicomachean Ethics*, Oxford University Press, 2009; Moore, G. E., *Principia Ethica*, Cambridge University Press, 1903.

² Hume, D., *A Treatise of Human Nature*, Oxford University Press, 1739/2000; Ayer, A. J., *Language, Truth and Logic*, Gollancz, 1936; Stevenson, C. L., *Ethics and Language*, Yale University Press, 1944.

³ Benedict, R., *Patterns of Culture*, Houghton Mifflin, 1934; Herskovits, M., *Man and His Works*, Knopf, 1947; Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, 1973.

⁵ Kant, I., *Groundwork of the Metaphysics of Morals*, Cambridge University Press, 1785/1996; Nussbaum, M., *Capabilities and Human Rights*, Fordham Law Review, 1997; Sen, A., *Development as Freedom*, Oxford University Press, 1999.

⁶ Dewey, J., *Democracy and Education*, Macmillan, 1916; Dewey, J., *Theory of Valuation*, University of Chicago Press, 1939; Putnam, H., *The Collapse of the Fact/Value Dichotomy*, Harvard University Press, 2002.

⁷ Durkheim, É., *The Elementary Forms of Religious Life*, Free Press, 1912/1995; Frankena, W. K., *Ethics*, Prentice Hall, 1973; Raz, J., *Value, Respect, and Attachment*, Cambridge University Press, 2001.

⁸ Parsons, Talcott, *The Social System*, Free Press, 1951; Merton, R. K. (1968), *Social Theory and Social Structure*, Free Press; Kluckhohn, C., “Values and Value-Orientations in the Theory of Action: An exploration in definition and classification”, *Toward a general theory of action*, T. Parsons & E. A. Shils (Eds.), Harvard University Press, 1951, p. 388-433.

⁹ Berger, P. & Luckmann, T., *The Social Construction of Reality*, Anchor Books, 1966; Foucault, M., *Discipline and Punish*, Pantheon, 1977; Gergen, K., *Realities and Relationships*, Harvard University Press, 1994.

thức, vận dụng và phát huy giá trị đối với sự phát triển, tác giả cho rằng cần phải tiếp cận liên ngành, tích hợp về giá trị. Việc tiếp cận giá trị này là cần thiết vì giá trị không chỉ là vấn đề của riêng triết học, mà là hiện tượng giao thoa giữa văn hóa, xã hội, pháp luật, chính trị, kinh tế và tâm lý học. Mỗi ngành cung cấp một góc nhìn khác nhau: Bản thể, chuẩn mực, chức năng, diễn ngôn, trải nghiệm - giúp giải thích đầy đủ hơn cách giá trị hình thành, vận hành và biến đổi trong đời sống xã hội. Chỉ bằng cách kết nối các cách tiếp cận này, chúng ta mới có thể xây dựng được một hệ giá trị vừa có nền tảng lý luận vững chắc, vừa phù hợp với thực tiễn phát triển và các yêu cầu mới của xã hội đương đại.

Giá trị là một khái niệm động, phức tạp, đa phương diện, không ngừng được tái định hình bởi sự tương tác giữa con người và thế giới xung quanh. Do vậy, việc định nghĩa giá trị cần phải bao hàm cả khía cạnh trừu tượng lẫn ứng dụng trong đời sống xã hội. Dưới dạng khái quát nhất, *giá trị là một phạm trù triết học - xã hội học, được hiểu là tâm quan trọng, ý nghĩa tích cực, tính hữu ích, hoặc mức độ mong muốn của một sự vật, hiện tượng, hành vi hay quan niệm đối với (mang lại cho) một chủ thể (cá nhân, cộng đồng, quốc gia, nhân loại) trong một bối cảnh lịch sử - xã hội nhất định*. Nó không chỉ đơn thuần là một đặc tính nội tại của vạn vật mà còn là một quá trình nhận thức, thừa nhận, đánh giá được hình thành trong mối quan hệ giữa chủ thể và khách thể. Nói cách khác, *giá trị* là cái được thừa nhận, được coi trọng và được chọn lựa như một *chuẩn mực định hướng tư duy, hành động và sự phát triển của con người*.

2.2. Bản chất của giá trị

Về bản chất, giá trị không phải là một thực thể vật lý hữu hình, mà là một phạm trù triết học và xã hội học phức tạp. Nó thường thể hiện mối quan hệ giữa nhu cầu, lợi ích, mong muốn của con người với các đối tượng có khả năng đáp ứng những điều đó. Bản chất của giá trị có thể được hiểu qua bốn phương diện cơ bản:

1) *Giá trị là phạm trù có tính quan hệ*. Giá trị không tồn tại tự thân trong sự vật, mà chỉ xuất hiện trong quan hệ giữa sự vật với con người. Một sự vật chỉ mang giá trị khi nó đáp ứng nhu cầu, lợi ích, lý tưởng hoặc mục tiêu của con người. Ví dụ: Vàng chỉ có giá trị vì con người quy ước và gán cho nó ý nghĩa kinh tế - xã hội. Qua đó, có thể thấy bản chất là mối quan hệ giữa chủ thể và khách thể, giữa con người và thế giới hiện thực.

2) *Giá trị mang tính thống nhất giữa khách quan và chủ quan*. Khách quan, vì cơ sở của giá trị nằm trong hiện thực, trong những điều kiện tự nhiên, xã hội và vật chất mà con người sống. Chủ quan, vì giá trị chỉ được xác lập khi con người nhận thức, đánh giá và gán ý nghĩa cho sự vật. Do đó, giá trị vừa là sản phẩm của hiện thực khách quan, vừa là sản phẩm của ý thức con người. Như vậy, giá trị là một hình thái ý thức xã hội đặc thù, phản ánh hiện thực khách quan qua lăng kính nhân sinh.

3) *Giá trị có tính xã hội - lịch sử*. Con người sống trong xã hội, nên việc đánh giá "cái gì là giá trị" phụ thuộc vào bối cảnh văn hoá, truyền thống, thời đại. Mỗi hình thái kinh tế - xã hội sẽ tạo ra hệ giá trị tương ứng. Ví dụ: Xã hội nông nghiệp đề cao lao động, cộng đồng, hiếu kính; xã hội công nghiệp đề cao hiệu quả, sáng tạo, trách nhiệm; kỷ nguyên số đề cao tri thức, đổi mới, bền vững, nhân quyền số. Do đó, bản chất của giá trị luôn vận động, phát triển cùng sự biến đổi lịch sử và văn hoá nhân loại.

4) *Giá trị là sự thống nhất giữa cái hiện thực và cái lý tưởng*. Mỗi giá trị đều chứa đựng một yếu tố hiện thực (những gì đang tồn tại) và một yếu tố lý tưởng (những gì con người hướng tới). Chính sự thống nhất này làm cho giá trị vừa thực tế vừa định hướng, vừa là cái "đang có" vừa là cái "nên có". Ví dụ: Giá trị công lý không chỉ là quy định của pháp luật, mà còn là lý tưởng mà pháp luật hướng đến. Từ đó cho thấy, bản chất của giá trị là tính định hướng nhân văn, gắn liền với lý tưởng hoàn thiện con người và xã hội.

Phân tích trên cho thấy *bản chất của giá trị là sự thống nhất biện chứng giữa khách quan và chủ quan, giữa hiện thực và lý tưởng, giữa lợi ích và ý nghĩa nhân văn, được hình thành, biến đổi trong quá trình con người cải biến thế giới và tự hoàn thiện chính mình*.

2.3. Các thuộc tính của giá trị

Giá trị là phạm trù triết học biểu hiện ý nghĩa tích cực của các sự vật, hiện tượng, hành vi đối với con người, xã hội và sự phát triển. Mỗi giá trị đều mang những thuộc tính cốt lõi, là những dấu hiệu bản chất, phổ biến và bền vững, giúp ta nhận diện, phân biệt và đánh giá giá trị trong đời sống. Các thuộc tính này không chỉ làm rõ cách giá trị tồn tại và biểu hiện mà còn giải thích cách chúng ảnh hưởng đến cuộc sống cá nhân và xã hội.

1) *Tính khách quan*: Giá trị không chỉ tồn tại trong ý thức mà bắt nguồn từ hiện thực khách quan, từ nhu cầu, lợi ích, điều kiện sống của con người và xã hội. Dù con người nhận thức

khác nhau, nội dung giá trị (như chân lý, công bằng, tự do, nhân ái) vẫn có nền tảng khách quan. Ví dụ: Công bằng là giá trị có cơ sở khách quan trong đời sống cộng đồng, chứ không chỉ là ý niệm chủ quan.

2) *Tính chủ quan*: Giá trị chỉ tồn tại thông qua sự đánh giá của con người, tức là thông qua ý thức, cảm xúc, niềm tin và hành động. Không có con người, “giá trị” chỉ là tiềm năng, chưa thành thực tại tinh thần. Tính chủ quan biểu hiện ở chỗ mỗi cá nhân, mỗi nền văn hoá có thể đánh giá giá trị theo quan điểm riêng.

Kết hợp tính khách quan và tính chủ quan, giá trị là thống nhất biện chứng giữa cái khách quan và cái chủ quan, giữa cái tồn tại và cái được con người đánh giá là “có ý nghĩa”.

3) *Tính xã hội - lịch sử*: Giá trị được hình thành, biến đổi và phát triển trong tiến trình lịch sử xã hội. Mỗi thời đại, mỗi hình thái kinh tế - xã hội xác lập hệ giá trị đặc trưng, phản ánh trình độ phát triển của con người. Ví dụ: Giá trị “tự do” trong xã hội nông nghiệp khác với trong xã hội công nghiệp hay kỹ nguyên số.

4) *Tính định hướng, tính chuẩn mực*: Giá trị định hướng hành vi và thái độ con người, là cơ sở hình thành chuẩn mực đạo đức, pháp luật, văn hóa. Nó trả lời câu hỏi: Con người nên sống, nên hành động như thế nào để tốt đẹp hơn? Ví dụ: Giá trị “trách nhiệm”, “công lý”, “tôn trọng con người” là định hướng cho hành vi xã hội và pháp luật.

5) *Tính phân bậc và hệ thống*: Các giá trị không tồn tại riêng lẻ mà hình thành thành hệ thống có thứ bậc, từ thấp đến cao, từ cá nhân đến xã hội, từ vật chất đến tinh thần. Thuộc tính này cho phép xây dựng thang giá trị và xác định giá trị trung tâm, giá trị nền tảng. Ví dụ: Trong hệ giá trị nhân văn, “con người” là giá trị tối thượng.

6) *Tính động và phát triển*: Giá trị không bất biến mà luôn vận động, được tái định nghĩa và tái cấu trúc cùng với sự biến đổi của xã hội, khoa học, văn hoá. Mỗi giai đoạn lịch sử, xã hội tái diễn giá trị theo cách khác. Ví dụ: “Phát triển bền vững” là giá trị mới được hình thành trong bối cảnh hiện đại.

Những thuộc tính này giúp chúng ta có cái nhìn toàn diện hơn về bản chất phức tạp của giá trị, từ đó tạo nền tảng vững chắc cho việc nghiên cứu sâu hơn về vai trò của chúng trong mọi lĩnh vực của đời sống.

2.4. Đặc trưng của giá trị

Khác với thuộc tính, đặc trưng của giá trị thể hiện những dấu hiệu nhận biết và biểu

hiện cơ bản cho phép ta phân biệt giá trị với các hiện tượng khác của đời sống tinh thần. Các đặc trưng này phản ánh bản chất, chức năng và phương thức tồn tại của giá trị trong đời sống xã hội.

1) *Tính ý nghĩa*: Mọi giá trị theo nghĩa tích cực đều mang ý nghĩa tích cực đối với con người, tức là chúng trả lời câu hỏi “vì sao điều đó là tốt”. Một sự vật, hiện tượng chỉ trở thành giá trị khi nó có ý nghĩa đối với sự tồn tại, phát triển hoặc hoàn thiện của con người. Ví dụ: Tự do, công bằng, chân lý là giá trị vì chúng mang ý nghĩa hướng thiện và tiến bộ. Tính ý nghĩa làm cho giá trị trở thành phạm trù nhân sinh, gắn liền với sự hoàn thiện và hạnh phúc của con người.

2) *Tính hai mặt (tương đối và tuyệt đối)*: Giá trị vừa có mặt tuyệt đối - hướng tới cái tốt đẹp, chân lý, lý tưởng phổ quát; vừa có mặt tương đối - thể hiện trong điều kiện lịch sử, văn hoá, cá nhân cụ thể. Ví dụ: Công bằng là giá trị tuyệt đối, nhưng tiêu chuẩn “công bằng” lại tương đối giữa các thời kỳ và xã hội. Mỗi giá trị vừa mang tính ổn định phổ quát, vừa có tính biến đổi lịch sử, tùy thuộc vào bối cảnh và nhận thức xã hội.

3) *Tính định hướng, chuẩn mực*: Giá trị định hướng hành vi, thái độ và lựa chọn của con người. Nó là chuẩn mực tinh thần giúp con người phân biệt đúng - sai, thiện - ác, tốt - xấu, công bằng - bất công. Ví dụ: Giá trị “trách nhiệm” định hướng cách hành xử trong quan hệ xã hội, lao động, và pháp lý. Tính định hướng khiến giá trị trở thành nền tảng hình thành chuẩn mực đạo đức, pháp luật và lý tưởng sống.

4) *Tính hệ thống*: Các giá trị không tồn tại riêng lẻ mà liên kết thành hệ thống có trật tự, phân cấp (thang giá trị). Có giá trị cơ bản, nền tảng (như chân - thiện - mỹ), và có giá trị cụ thể (như lao động, sáng tạo, nhân ái, công bằng). Ví dụ: Trong hệ giá trị Việt Nam, “yêu nước” và “nhân ái” là giá trị cốt lõi, chi phối nhiều giá trị cụ thể khác. Tính hệ thống cho phép xã hội xây dựng thang giá trị, từ đó định hình định hướng phát triển bền vững.

5) *Tính xã hội - lịch sử*: Giá trị phát sinh, tồn tại và phát triển trong các điều kiện xã hội - lịch sử nhất định. Mỗi thời đại, giai cấp, cộng đồng có thể đề cao những giá trị khác nhau. Ví dụ: Xã hội công nghiệp đề cao “hiệu quả”, “kỷ luật”, còn xã hội tri thức - số hóa đề cao “sáng tạo”, “tự do cá nhân”. Tính xã hội - lịch sử khẳng định rằng giá trị không bất biến, mà phản ánh trình độ phát triển của nhân loại.

6) *Tính nhân văn*: Mọi giá trị đích thực đều hướng đến con người, vì con người là chủ thể sáng tạo và thụ hưởng giá trị. Đây là đặc trưng trung tâm, làm nên bản chất nhân đạo của thế giới giá trị. Ví dụ: Pháp luật chỉ có giá trị khi phục vụ con người, bảo vệ nhân phẩm và quyền con người. Tính nhân văn làm cho giá trị trở thành thước đo trình độ phát triển văn hoá - đạo đức của xã hội.

7) *Tính đa dạng*: Giá trị biểu hiện ở nhiều cấp độ và lĩnh vực khác nhau (đạo đức, thẩm mỹ, khoa học, kinh tế, tôn giáo,...), phản ánh sự phong phú của đời sống con người. Đồng thời, mỗi cá nhân, mỗi nhóm xã hội cũng có những hệ giá trị riêng, tạo nên sự đa dạng văn hóa.

2.5. Các yếu tố cấu thành giá trị

1) *Nhu cầu và lợi ích*: Các giá trị thường phát sinh từ việc đáp ứng những nhu cầu cơ bản (sinh học, an toàn) và nhu cầu cao hơn (xã hội, tự thể hiện) của con người, cũng như lợi ích của cá nhân hoặc tập thể.

2) *Niềm tin và thái độ*: Những gì một cá nhân hoặc xã hội tin tưởng là đúng, tốt, hoặc quan trọng sẽ định hình nên các giá trị của họ. Thái độ tích cực hoặc tiêu cực đối với một đối tượng cũng là một thành phần quan trọng của giá trị.

3) *Kinh nghiệm và trải nghiệm*: Kinh nghiệm sống, trải nghiệm cá nhân và tập thể góp phần vào việc hình thành và củng cố các giá trị.

4) *Bối cảnh văn hóa và xã hội*: Các giá trị luôn được "nhúng" trong một bối cảnh văn hóa và xã hội cụ thể, chịu ảnh hưởng sâu sắc từ truyền thống, giáo dục, tôn giáo và các chuẩn mực cộng đồng.

2.6. Chức năng của giá trị

Dưới dạng khái quát, giá trị thực hiện chức năng là *kim chỉ nam cho đời sống cá nhân và xã hội*. Giá trị không chỉ là những khái niệm trừu tượng mà còn đóng vai trò thiết yếu trong việc định hình và điều tiết mọi mặt của đời sống con người, từ suy nghĩ, cảm xúc đến hành động. Việc hiểu rõ các chức năng của giá trị là quan trọng để nhận diện tầm ảnh hưởng sâu rộng của chúng đối với cả cá nhân và cấu trúc xã hội.

2.6.1. Định hướng hành vi và mục đích sống

Một trong những chức năng cơ bản nhất của giá trị là cung cấp *phương hướng và động lực* cho hành động của con người. Các giá trị mà một cá nhân hoặc một nhóm coi trọng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các lựa chọn, quyết định và mục tiêu mà họ theo đuổi. Cụ thể:

Giá trị chỉ dẫn lựa chọn. Giá trị giúp con người phân loại và ưu tiên những gì là quan trọng nhất. Khi đối mặt với nhiều lựa chọn, cá

nhân thường dựa vào hệ giá trị của mình để quyết định đâu là điều nên làm, đâu là điều đáng theo đuổi. Ví dụ, một người đề cao giá trị trung thực sẽ chọn nói sự thật ngay cả khi điều đó khó khăn, trong khi một người coi trọng sự nghiệp có thể ưu tiên làm việc chăm chỉ để đạt được mục tiêu thăng tiến⁹.

Giá trị tạo động lực và mục tiêu. Giá trị là nguồn gốc của động lực, thôi thúc con người hành động để hiện thực hóa những điều họ coi là có ý nghĩa. Chẳng hạn, giá trị về lòng bác ái thúc đẩy các hoạt động từ thiện, hay giá trị về tri thức khuyến khích việc học tập không ngừng. Chúng cung cấp một ý nghĩa sâu sắc hơn cho các hành động, biến chúng từ những hoạt động đơn thuần thành những bước đi có ý thức hướng tới một mục đích lớn hơn.

Giá trị hình thành nhân cách. Hệ giá trị mà một cá nhân tiếp thu và nội hóa trong quá trình xã hội hóa sẽ góp phần quan trọng vào việc hình thành nhân cách và bản sắc của họ. Những giá trị này trở thành một phần không thể tách rời của con người, ảnh hưởng đến cách họ nhìn nhận bản thân và thế giới.

2.6.2. Làm chuẩn mực đánh giá và phán xét

Giá trị đóng vai trò là *tiêu chí để đánh giá* các đối tượng, sự kiện, hành vi, và thậm chí cả con người. Chúng cung cấp một bộ khung để phân biệt giữa cái tốt và cái xấu, cái đúng và cái sai, cái đẹp và cái xấu, cái có ích và cái vô ích. Cụ thể:

Giá trị thiết lập chuẩn mực đạo đức. Trong lĩnh vực đạo đức, các giá trị như công bằng, nhân ái, trung thực, trách nhiệm xã hội trở thành những chuẩn mực để đánh giá hành vi cá nhân và các quy tắc ứng xử trong cộng đồng. Một hành động được coi là "đạo đức" khi nó phù hợp với những giá trị này.

Giá trị là cơ sở cho phán đoán thẩm mỹ. Trong mỹ học, các giá trị về cái đẹp, sự hài hòa, độc đáo là nền tảng để đánh giá các tác phẩm nghệ thuật, cảnh quan thiên nhiên hay bất kỳ đối tượng nào liên quan đến cảm xúc thẩm mỹ.

Giá trị được sử dụng để đánh giá hiệu quả và hữu ích. Trong kinh tế và các hoạt động thực tiễn, giá trị được sử dụng để đánh giá hiệu quả, tính hữu ích và lợi ích mà một sản phẩm, dịch vụ hoặc một chính sách mang lại. Ví dụ, một chính sách kinh tế được đánh giá là "tốt" khi nó mang lại lợi ích kinh tế và xã hội cao, phù hợp với các giá trị phát triển bền vững.

Giá trị góp phần vào việc hình thành ý kiến công chúng. Các giá trị được chia sẻ trong một xã hội là cơ sở để hình thành ý kiến công

⁹ Rokeach, Milton, *The Nature of Human Values*, Free Press, 1973, p. 12-15.

chúng về các vấn đề thời sự, chính sách của Nhà nước, hay các sự kiện xã hội.

2.6.3. Gắn kết xã hội và duy trì trật tự

Giá trị không chỉ quan trọng đối với cá nhân mà còn là yếu tố then chốt để *duy trì sự gắn kết, ổn định và trật tự xã hội*. Khi một nhóm người hoặc một cộng đồng chia sẻ những giá trị chung, điều đó tạo ra một nền tảng vững chắc cho sự hợp tác và hiểu biết lẫn nhau. Cụ thể:

Giá trị tạo sự đồng thuận và hợp tác. Các giá trị chung cung cấp một “ngôn ngữ” chung, một hệ thống niềm tin và ý nghĩa được chia sẻ, giúp các thành viên trong xã hội hiểu và hợp tác với nhau hiệu quả hơn. Điều này là cơ sở cho sự tồn tại của các thể chế xã hội, từ gia đình, trường học đến các tổ chức nhà nước.

Giá trị duy trì trật tự xã hội. Các giá trị được xã hội hóa trở thành nền tảng của các chuẩn mực, quy tắc và pháp luật. Khi các thành viên trong xã hội nội hóa và tuân thủ các giá trị này, nó góp phần duy trì trật tự, giảm thiểu xung đột và bảo đảm sự ổn định của hệ thống xã hội¹¹.

Giá trị củng cố bản sắc văn hóa. Hệ giá trị là một phần cốt lõi của bản sắc văn hóa của một dân tộc hoặc một cộng đồng. Việc truyền tải và duy trì các giá trị từ thế hệ này sang thế hệ khác giúp củng cố bản sắc, tạo ra sự liên tục lịch sử và gắn kết các thành viên trong văn hóa đó.

Giá trị góp phần giải quyết xung đột. Trong trường hợp xảy ra xung đột, việc tham chiếu đến các giá trị chung có thể là một cách để tìm kiếm điểm tương đồng và xây dựng cơ sở cho việc giải quyết mâu thuẫn.

Tóm lại, các chức năng của giá trị là đa diện và sâu sắc, chúng không chỉ định hình cuộc sống nội tâm của cá nhân mà còn là nền tảng cho sự tồn tại và phát triển của mọi xã hội. Từ việc định hướng hành vi hàng ngày đến việc duy trì sự hòa hợp xã hội, giá trị là kim chỉ nam không thể thiếu trong hành trình của con người.

3. Hệ giá trị, cấu trúc hệ giá trị

3.1. Hệ giá trị

Hệ giá trị không chỉ là tổng hợp đơn thuần các giá trị riêng lẻ mà là một mạng lưới phức tạp, có tổ chức, định hình thế giới quan, thái độ và hành vi của cá nhân cũng như cộng đồng. *Hệ giá trị là một cấu trúc các giá trị được xã hội thừa nhận và sắp xếp theo một trật tự ưu tiên nhất định, tạo thành nền tảng định hướng cho nhận thức, chuẩn mực cho đánh giá và khuôn mẫu cho hành vi, qua đó chi phối mục tiêu, động lực và cách thức phát triển của cá nhân, cộng đồng và quốc gia.* Nó không chỉ bao gồm những gì được coi là tốt hay đáng khao khát, mà còn chỉ ra mức độ

quan trọng tương đối giữa các giá trị đó với nhau. Hệ giá trị có các đặc điểm sau:

Tính tổ chức: Các giá trị trong một hệ thống không tồn tại độc lập mà có mối liên hệ, tương tác và ảnh hưởng lẫn nhau. Sự thay đổi ở một giá trị có thể tác động đến các giá trị khác trong hệ thống.

Tính ổn định tương đối: Mặc dù hệ giá trị có thể thay đổi theo thời gian và kinh nghiệm, nhưng nó có xu hướng tương đối ổn định, đặc biệt là các giá trị cốt lõi. Sự ổn định này giúp duy trì tính nhất quán trong hành vi và niềm tin của chủ thể.

Tính thứ bậc ưu tiên: Một đặc điểm cốt lõi của hệ giá trị là các giá trị được sắp xếp theo một thứ bậc ưu tiên. Không phải tất cả các giá trị đều có tầm quan trọng như nhau; một số giá trị được coi là quan trọng hơn, chi phối các giá trị khác khi có xung đột hoặc cần đưa ra quyết định¹². Ví dụ, đối với một người, giá trị *gia đình* có thể được ưu tiên hơn giá trị *sự nghiệp*, dẫn đến các lựa chọn khác biệt.

Hệ giá trị là một phần không thể thiếu của bản sắc cá nhân và bản sắc văn hóa. Nó đóng vai trò như một *bộ lọc*, qua đó con người nhìn nhận, diễn giải thế giới và đưa ra phản ứng.

3.2. Cấu trúc của hệ giá trị

Cấu trúc của hệ giá trị được hình thành từ tập hợp các giá trị được sắp xếp theo trật tự ưu tiên và liên kết chức năng, tạo nên một chỉnh thể định hướng tư duy, điều chỉnh hành vi và bảo đảm tính ổn định, phát triển của đời sống xã hội.

3.2.1. Giá trị cốt lõi

Giá trị cốt lõi là một khái niệm trung tâm trong lĩnh vực triết học, tâm lý học và xã hội học, đóng vai trò nền tảng định hình bản sắc cá nhân, tổ chức và xã hội. Chúng được xem là những *nguyên tắc, niềm tin sâu sắc và bền vững*, có khả năng hướng dẫn hành vi, quyết định, và cách thức con người tương tác với thế giới xung quanh. Nghiên cứu chuyên sâu về giá trị cốt lõi đòi hỏi sự phân tích về bản chất, vai trò, đặc điểm và quá trình hình thành của chúng. Giá trị cốt lõi là những niềm tin bền vững rằng một phương thức ứng xử cụ thể hoặc một trạng thái tồn tại cuối cùng là đáng mong muốn hơn một phương thức ứng xử hoặc trạng thái tồn tại đối lập hoặc nghịch đảo¹³. Chúng thường được coi là “*kim chỉ nam*” nội tại, giúp con người xác định điều gì là quan trọng nhất trong cuộc sống và theo

¹² Rokeach, Milton, Tlđđ, p. 3-6.

¹³ Schwartz, S. H., “Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries”, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25, 1992, p. 1-65.

¹¹ Parsons, Talcott, Tlđđ, p. 32-35.

đuổi những mục tiêu có ý nghĩa. Không giống như các giá trị công cụ thường tập trung vào các phương tiện hay hành vi để đạt được mục tiêu, giá trị cốt lõi lại hướng đến các *mục đích cuối cùng, những trạng thái mong muốn của cuộc sống* như hạnh phúc, bình yên, tự do hay thành tựu¹⁴. Trong bối cảnh tổ chức, giá trị cốt lõi là những nguyên tắc hướng dẫn nền tảng định hình văn hóa, hành vi và các quyết định chiến lược¹⁵. Chúng phản ánh *linh hồn và bản sắc độc đáo* của một tổ chức, giúp phân biệt nó với những tổ chức khác và là cơ sở để xây dựng lòng tin, sự gắn kết và định hướng phát triển bền vững.

Giá trị cốt lõi đóng vai trò đa diện và quan trọng ở cả cấp độ cá nhân và tổ chức. Cụ thể:

Định hướng hành vi và ra quyết định: Đối với cá nhân, giá trị cốt lõi cung cấp một khuôn khổ để đánh giá các lựa chọn và hành động, giúp con người đưa ra quyết định phù hợp với niềm tin sâu sắc của mình, đặc biệt trong những tình huống khó khăn hay mơ hồ¹⁶. Trong một tổ chức, chúng giúp nhân viên hiểu rõ những gì được mong đợi, cách thức hành xử và ưu tiên công việc¹⁷.

Xây dựng bản sắc và ý nghĩa: Giá trị cốt lõi là nền tảng của bản sắc cá nhân và thương hiệu của tổ chức. Chúng giúp con người và tổ chức định vị mình trong thế giới, mang lại ý nghĩa cho công việc và cuộc sống¹⁸.

Tạo động lực và cam kết: Khi hành động phù hợp với giá trị cốt lõi, cá nhân và nhân viên thường cảm thấy có động lực, hài lòng và cam kết hơn. Điều này dẫn đến sự gia tăng hiệu suất và sự gắn bó lâu dài¹⁹.

Gắn kết xã hội và tổ chức: Các giá trị được chia sẻ tạo ra một nền tảng chung, thúc đẩy sự hợp tác, tin tưởng và gắn kết giữa các thành viên trong nhóm, cộng đồng hoặc tổ chức.

Các giá trị cốt lõi thường mang các *đặc điểm* nổi bật sau:

Tính bền vững và ổn định: Mặc dù không hoàn toàn bất biến, giá trị cốt lõi có xu hướng ổn định và ít thay đổi theo thời gian so với các quan điểm hay sở thích nhất thời. Chúng là những yếu tố kiên định định hình nhận thức và hành vi.

Tính ảnh hưởng sâu rộng: Giá trị cốt lõi không chỉ tác động đến hành vi cụ thể mà còn

ảnh hưởng đến tư duy, cảm xúc, thái độ và mục tiêu sống tổng thể của cá nhân hoặc triết lý hoạt động của tổ chức.

Tính ý nghĩa và quan trọng: Chúng được xem là vô cùng quan trọng và có ý nghĩa sâu sắc đối với chủ thể. Việc vi phạm giá trị cốt lõi thường gây ra cảm giác khó chịu, hối tiếc hoặc mâu thuẫn nội tâm.

Tính hướng dẫn và chuẩn mực: Giá trị cốt lõi hoạt động như những chuẩn mực bên trong, cung cấp một thước đo để đánh giá sự đúng sai, tốt xấu trong các tình huống khác nhau²⁰.

Giá trị cốt lõi không phải là bẩm sinh mà được *hình thành và phát triển* qua quá trình tương tác phức tạp giữa cá nhân với môi trường sống.

Kinh nghiệm cá nhân: Những trải nghiệm quan trọng trong cuộc đời, cả tích cực lẫn tiêu cực, đóng vai trò then chốt trong việc định hình các giá trị cốt lõi²¹.

Gia đình và giáo dục: Gia đình là môi trường đầu tiên và quan trọng nhất truyền tải các giá trị. Cách thức giáo dục, các nguyên tắc sống được truyền dạy từ cha mẹ có ảnh hưởng sâu sắc đến hệ giá trị của trẻ em²².

Văn hóa và xã hội: Các giá trị văn hóa, chuẩn mực xã hội, tôn giáo và hệ thống chính trị mà một người thuộc về sẽ thấm nhuần và định hình các giá trị cốt lõi của họ²³.

Môi trường tổ chức: Đối với các giá trị cốt lõi của tổ chức, chúng thường được hình thành từ tầm nhìn của những người sáng lập, được củng cố qua các câu chuyện thành công, thất bại và được truyền đạt qua các chính sách, quy trình và hành vi lãnh đạo²⁴.

Như vậy, giá trị cốt lõi là những viên gạch nền tảng của hệ giá trị, cung cấp sự định hướng, ý nghĩa và động lực cho cá nhân và tổ chức. Hiểu rõ bản chất, vai trò, đặc điểm và quá trình hình thành của chúng không chỉ giúp chúng ta xây dựng một cuộc sống tổ chức vững mạnh, có văn hóa và đạt được thành công bền vững. Nghiên cứu sâu hơn về cách thức giá trị cốt lõi được nhận diện, truyền đạt và duy trì trong các bối cảnh đa dạng sẽ tiếp tục làm giàu thêm tri thức về khái niệm quan trọng này.

(Còn tiếp)

¹⁴ Rokeach, Milton, Tlđđ.

¹⁵ Collins, J. C., & Porras, J. I., *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*, HarperBusiness, 1994.

¹⁶ Hitlin, S., & Piliavin, J. A., "Values: Reviving a dormant concept", *Annual Review of Sociology*, Vol. 33/2007.

¹⁷ Collins, J. C., & Porras, J. I., Tlđđ.

¹⁸ Collins, J. C., & Porras, J. I., Tlđđ, p. 57.

¹⁹ Hitlin, S., & Piliavin, J. A., Tlđđ, p. 95.

²⁰ Rokeach, Milton, Tlđđ, p. 5.

²¹ Frankl, V. E., *Man's Search for Meaning*, Washington Square Press, 1984.

²² Hofstede, G., *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed.), Sage Publications, 2001.

²³ Parsons, Talcott, Tlđđ.

²⁴ Parks, S. D., *The Critical Years: The Young Adult Search for a Faith to Live By*, Harper & Row, 1986.