

TIẾNG NÓI CỦA GIỚI TRẺ TRONG PHÁT TRIỂN ĐỜI SỐNG VĂN HÓA: ƯU TIÊN VÀ KỶ VỌNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

LÊ THỊ NGỌC ĐIỆP

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nhận bài ngày 15/8/2026. Sửa chữa xong 16/9/2026. Duyệt đăng 23/9/2026.

Abstract

This study examines youth voices in the development of cultural life in Ho Chi Minh City across three dimensions: priorities in cultural participation and experiences, barriers to cultural access, and expectations of the cultural environment. It draws on survey data collected by the research team as part of a Vietnam National University-level research project involving 333 young people living, studying, and working in Ho Chi Minh City. The data were analyzed using descriptive statistics and Spearman's rank correlation. The findings indicate that young people have diverse cultural needs, flexibly combine in-person and online experiences, and value entertainment, opportunities to broaden their knowledge, and exposure to new values. However, costs, limited income, time constraints, and transportation difficulties remain substantial barriers. The study argues that young people's priorities, barriers, and expectations are important expressions of their voices, highlighting the need to shift from cultural development for young people to cultural development with young people.

Keywords: Cultural access, cultural life, digital transformation, Ho Chi Minh City, youth, youth voices.

1. Đặt vấn đề

Trong quá trình phát triển đô thị, đời sống văn hóa ngày càng được nhìn nhận không chỉ như một lĩnh vực đáp ứng nhu cầu tinh thần của người dân mà còn là một thành tố quan trọng của chất lượng sống, sức hấp dẫn và năng lực phát triển của thành phố. Đối với Thành phố Hồ Chí Minh – một đô thị lớn, năng động và có tốc độ biến đổi xã hội nhanh – sự phát triển của đời sống văn hóa diễn ra trong bối cảnh đô thị hóa, hội nhập quốc tế và chuyển đổi số. Không gian văn hóa của thành phố vì thế ngày càng đa dạng, từ các thiết chế và hoạt động văn hóa truyền thống đến những không gian sáng tạo, giải trí, trải nghiệm và các nền tảng văn hóa trên môi trường số. Sự phát triển của xã hội mạng và quá trình truyền thông hóa đời sống xã hội cũng đang làm thay đổi cách con người tiếp cận, tổ chức và trải nghiệm các hoạt động văn hóa (Castells, 2010; Couldry & Hepp, 2017). Sự đa dạng này không chỉ mở rộng các lựa chọn văn hóa mà còn đặt ra những yêu cầu mới đối với việc tổ chức và phát triển đời sống văn hóa phù hợp với nhu cầu của các nhóm công chúng khác nhau.

Trong số đó, giới trẻ là một nhóm xã hội có vị trí đặc biệt. Với khả năng thích ứng nhanh với những thay đổi của môi trường xã hội và công nghệ, người trẻ vừa là những người tham gia tích cực vào đời sống văn hóa, vừa là nhóm có khả năng tiếp nhận, lựa chọn và lan tỏa các xu hướng văn hóa mới. Nghiên cứu về văn hóa giới trẻ cho thấy người trẻ không chỉ tiếp nhận các sản phẩm văn hóa một cách thụ động mà còn chủ động lựa chọn, sử dụng và kiến tạo các thực hành văn hóa gắn với bản sắc, quan hệ xã hội và phong cách sống của mình (Bennett, 2000; Buckingham, 2008). Hoạt động văn hóa của giới trẻ hiện nay diễn ra trong nhiều không gian đan xen: từ tham quan, du lịch, trải nghiệm

(*) Đề tài B cấp ĐHQG: “Tác động của chuyển đổi số đến hành vi tiêu dùng văn hóa của giới trẻ ở Thành phố Hồ Chí Minh”. Mã số đề tài B2026-18b-06, Quyết định số 2509/QĐ-ĐHQG ngày 31/12/2025 về việc giao nhiệm vụ và phê duyệt kinh phí thực hiện đề tài KH&CN cấp ĐHQG-HCM.

Email: ltnadiep8@gmail.com

nghệ thuật, học tập và tham gia các hoạt động cộng đồng đến xem, nghe, đọc, sáng tạo và chia sẻ nội dung trên các nền tảng số. Những biến đổi này cho thấy giới trẻ ngày càng trở thành những chủ thể chủ động trong việc lựa chọn, trải nghiệm và góp phần tạo lập các thực hành văn hóa của chính mình (Nguyễn, 2019; Nguyễn, 2025).

Tuy nhiên, sự phong phú của đời sống văn hóa không đồng nghĩa với việc mọi nhu cầu văn hóa của giới trẻ đều được đáp ứng hoặc mọi người trẻ đều có khả năng tham gia một cách bình đẳng. Trong điều kiện của một đô thị lớn, việc tiếp cận và tham gia các hoạt động văn hóa còn chịu ảnh hưởng bởi khả năng chi trả, thời gian, khoảng cách, điều kiện di chuyển, khả năng tiếp cận thông tin cũng như mức độ phù hợp của hoạt động với nhu cầu và sở thích của người tham gia. Khả năng tham gia vào các thực hành văn hóa, theo đó, luôn gắn với những nguồn lực và điều kiện xã hội cụ thể mà mỗi cá nhân có thể huy động (Bourdieu, 1984). Đồng thời, sự phát triển nhanh của công nghệ số cũng đặt ra những kỳ vọng mới về chất lượng nội dung, phương thức cung cấp thông tin, khả năng tích hợp các dịch vụ văn hóa, mức độ thuận tiện trong trải nghiệm cũng như yêu cầu về an toàn và bảo vệ quyền riêng tư trên môi trường số (Couldry & Hepp, 2017; Lupton, 2015). Vì vậy, để hiểu đầy đủ hơn về đời sống văn hóa của giới trẻ, không chỉ cần xem xét họ đang tham gia những hoạt động gì mà còn cần nhận diện những điều họ coi trọng, những trở ngại họ đang gặp phải và những thay đổi mà họ mong muốn đối với môi trường văn hóa nơi mình sinh sống.

Từ góc độ này, việc nghiên cứu đời sống văn hóa của giới trẻ cần được mở rộng từ cách tiếp cận xem người trẻ chủ yếu như đối tượng thụ hưởng sang việc nhìn nhận họ như những chủ thể có tiếng nói trong quá trình phát triển văn hóa. “Tiếng nói” của giới trẻ không nhất thiết chỉ được thể hiện thông qua những ý kiến trực tiếp về chính sách hay các diễn đàn tham vấn chính thức. Những lựa chọn trong tham gia văn hóa, các giá trị được ưu tiên, những khó khăn được cảm nhận và những kỳ vọng đối với tương lai của đời sống văn hóa cũng là những dạng phản hồi xã hội quan trọng. Theo nghĩa đó, việc phân tích các ưu tiên, rào cản và kỳ vọng của giới trẻ có thể cung cấp những thông tin thực nghiệm cần thiết để hiểu họ mong muốn gì từ đời sống văn hóa đô thị, đồng thời nhận diện những khoảng cách giữa nhu cầu của người trẻ và các điều kiện thực tế để đáp ứng những nhu cầu đó.

Các nghiên cứu về giới trẻ trong những năm gần đây đã quan tâm nhiều đến hành vi tiêu dùng, truyền thông và mạng xã hội, văn hóa số, thị hiếu và sự thay đổi trong lối sống. Những hướng nghiên cứu này góp phần làm rõ sự biến đổi trong các thực hành văn hóa của người trẻ trong bối cảnh xã hội đương đại. Tuy nhiên, một hướng tiếp cận khác cũng cần được chú ý là đặt người trẻ trong mối quan hệ trực tiếp với quá trình phát triển đời sống văn hóa của đô thị. Thay vì chỉ đặt câu hỏi giới trẻ đang tiêu dùng văn hóa như thế nào, cần tiếp tục đặt câu hỏi giới trẻ muốn một đời sống văn hóa như thế nào, những điều gì đang hạn chế khả năng tham gia của họ và những ưu tiên nào cần được xem xét khi tổ chức và phát triển các hoạt động, không gian văn hóa. Cách tiếp cận này không chỉ góp phần nhận diện nhu cầu của một nhóm công chúng quan trọng mà còn gợi mở khả năng phát triển đời sống văn hóa theo hướng lấy người tham gia làm trung tâm hơn.

Trong bối cảnh Thành phố Hồ Chí Minh, một số nghiên cứu và khảo cứu gần đây cũng bắt đầu nhấn mạnh vai trò chủ động của thanh niên trong đời sống văn hóa đô thị. Các hoạt động tình nguyện cho thấy thanh niên không chỉ tham gia mà còn trực tiếp đóng góp nguồn lực, trải nghiệm và sáng kiến cho cộng đồng (Mỹ Lâm, 2023). Nghiên cứu về thanh niên với việc xây dựng Không gian văn hóa Hồ Chí Minh tiếp tục cho thấy vai trò của thanh niên trong việc tham gia, cống hiến và lan tỏa các giá trị văn hóa tại thành phố (Nguyễn Thị Ngọc Mai, 2024). Ở góc độ rộng hơn, những thảo luận gần đây về “hành trang văn hóa” của thanh niên TP. HCM cũng đặt vấn đề về việc trang bị cho người trẻ những giá trị, tri thức và năng lực văn hóa phù hợp với một đô thị năng động và quá trình hội nhập, chuyển đổi nhanh (Phạm Thị Thanh Huyền, 2025). Những gợi mở này cho thấy cần tiếp tục xem xét tiếng nói của giới trẻ từ chính những lựa chọn, trải nghiệm, rào cản và kỳ vọng của họ đối với đời sống văn hóa đô thị.

Xuất phát từ những vấn đề trên, bài viết tập trung phân tích tiếng nói của giới trẻ trong phát triển

đời sống văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh thông qua ba phương diện: những ưu tiên trong tham gia và trải nghiệm văn hóa; những rào cản đối với khả năng tiếp cận và tham gia; và những kỳ vọng đối với sự phát triển của đời sống văn hóa trong bối cảnh đô thị hóa và chuyển đổi số. Trên cơ sở kết quả khảo sát 333 người trẻ, nghiên cứu hướng đến việc nhận diện những đặc điểm nổi bật trong nhu cầu và mong muốn của giới trẻ, đồng thời thảo luận ý nghĩa của việc lắng nghe và đưa những phản hồi của họ vào quá trình phát triển đời sống văn hóa đô thị.

Thông qua đó, bài viết góp phần gợi mở một cách tiếp cận trong đó giới trẻ không chỉ được xem là nhóm công chúng tiếp nhận các chính sách và hoạt động văn hóa, mà còn là những chủ thể đang trực tiếp trải nghiệm, đánh giá và phản hồi về đời sống văn hóa của thành phố. Việc lắng nghe tiếng nói của giới trẻ, vì vậy, không đơn thuần là tham khảo ý kiến của một nhóm dân cư, mà có thể trở thành một cơ sở quan trọng để nhận diện những nhu cầu đang thay đổi và hướng tới một đời sống văn hóa có khả năng tiếp cận, phù hợp và đáp ứng tốt hơn với các nhóm công chúng trong một đô thị năng động như Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Khung phân tích và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khung phân tích

Nghiên cứu tiếp cận “tiếng nói của giới trẻ” không chỉ qua những ý kiến được bày tỏ trực tiếp, mà còn thông qua các lựa chọn, đánh giá và kỳ vọng của họ đối với đời sống văn hóa. Trên cơ sở đó, khung phân tích đời sống văn hóa của giới trẻ được xây dựng theo bốn phương diện: ưu tiên phản ánh, rào cản hạn chế, kỳ vọng phát triển.



Các phương diện này có mối liên hệ với nhau: ưu tiên cho thấy nhu cầu; rào cản phản ánh khoảng cách giữa nhu cầu và khả năng tham gia; còn kỳ vọng cho thấy những thay đổi mà người trẻ mong muốn; từ đó quyết định lựa chọn sự tham gia phù hợp. Trên cơ sở đó, nghiên cứu xem các ưu tiên, rào cản và kỳ vọng như những biểu hiện của tiếng nói giới trẻ trong phát triển đời sống văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng, với dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát 333 người trẻ đang sinh sống, học tập và làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh. Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện, dựa trên khả năng tiếp cận và sự tự nguyện của người tham gia, trong đó đối tượng khảo sát được chủ động tiếp cận và phân bố theo một số đặc điểm nhân khẩu - xã hội như độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp và khu vực cư trú, nhằm bảo đảm sự đa dạng tương đối của mẫu nghiên cứu.

Nội dung khảo sát tập trung vào các ưu tiên trong tham gia và trải nghiệm văn hóa, những rào cản đối với khả năng tiếp cận, cũng như các kỳ vọng của người trẻ đối với sự phát triển đời sống văn hóa. Dữ liệu được xử lý bằng thống kê mô tả, bao gồm tần suất, tỷ lệ phần trăm và điểm trung bình; đồng

thời sử dụng phân tích tương quan Spearman đối với một số nhóm biến nhằm nhận diện các mối liên hệ trong nhận thức và hành vi của người trả lời.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Nhu cầu văn hóa đa dạng và sự kết hợp giữa trực tiếp - trực tuyến theo ưu tiên của giới trẻ

Kết quả khảo sát cho thấy đời sống văn hóa của người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh diễn ra trong sự kết hợp ngày càng rõ giữa các hình thức trực tiếp và trực tuyến. Trong các hoạt động được khảo sát, việc sử dụng các nền tảng trực tuyến để xem phim hoặc nghe nhạc có mức độ thường xuyên cao ($Mean = 4,38$). Tuy nhiên, trải nghiệm trực tiếp vẫn được người trả lời đánh giá cao về phương diện cảm xúc ($Mean = 4,20$).

Đồng thời, người trẻ đánh giá việc tham gia các hoạt động trực tuyến giúp tiết kiệm thời gian và chi phí ($Mean = 4,01$) và có xu hướng chuyển sang hình thức trực tuyến khi hoạt động trực tiếp quá đông hoặc có chi phí cao ($Mean = 3,80$). Kết quả này cho thấy hai hình thức tham gia không loại trừ nhau mà được lựa chọn tùy theo mục đích và điều kiện của người tham gia.

Bảng 1: Một số ưu tiên nổi bật của giới trẻ trong tham gia đời sống văn hóa

Nội dung	Mean
Sử dụng nền tảng trực tuyến để xem phim/nghe nhạc thường xuyên	4,38
Mở rộng kiến thức và hiểu biết về văn hóa – nghệ thuật	4,31
Giải trí và thư giãn	4,30
Trải nghiệm offline mang lại nhiều cảm xúc hơn online	4,20
Trải nghiệm những giá trị văn hóa mới	4,04
Online giúp tiết kiệm thời gian/chi phí nên được ưu tiên	4,01
Sẵn sàng trả tiền cho nội dung số nếu chất lượng tốt	3,99
Tiếp cận các giá trị văn hóa truyền thống và văn hóa các vùng miền dễ dàng hơn	3,96
Cải thiện tư duy, kỹ năng hoặc học được những bài học hữu ích	3,95

Nguồn: Kết quả khảo sát 333 người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Về động cơ tham gia, mở rộng kiến thức và hiểu biết về văn hóa – nghệ thuật ($Mean = 4,31$) và giải trí, thư giãn ($Mean = 4,30$) là hai nội dung được đánh giá cao nhất. Các động cơ liên quan đến trải nghiệm những giá trị văn hóa mới, tiếp cận văn hóa truyền thống và cải thiện tư duy, kỹ năng cũng đạt mức điểm khá cao.

Kết quả tương quan cũng cho thấy xu hướng kết hợp giữa hai hình thức tham gia. Việc ưu tiên trực tuyến vì sự tiện lợi có mối liên hệ với xu hướng tìm hiểu hoặc xem trước thông tin trên môi trường trực tuyến trước khi quyết định tham gia trực tiếp ($\rho = 0,426$) và với xu hướng chuyển sang trực tuyến khi trải nghiệm trực tiếp trở nên bất tiện ($\rho = 0,490$).

Như vậy, từ dữ liệu khảo sát có thể nhận thấy người trẻ đang tổ chức hoạt động văn hóa theo hướng linh hoạt hơn, trong đó môi trường trực tuyến vừa là không gian tham gia văn hóa, vừa hỗ trợ quá trình tìm kiếm thông tin và lựa chọn các hoạt động trực tiếp.

3.2. Điều kiện kinh tế rào cản quan trọng trong tham gia

Kết quả khảo sát cho thấy những rào cản có mức độ cao nhất đối với việc tham gia đời sống văn hóa đều liên quan đến điều kiện kinh tế.

Bảng 2: Một số rào cản và kỳ vọng nổi bật của giới trẻ

Nội dung rào cản	Mean
Chi phí vé/dịch vụ quá cao	4,09
Thu nhập hạn chế khả năng tham gia	4,09
Khoảng cách và khó khăn di chuyển	3,95
Thiếu thời gian rảnh	3,89

Nguồn: Kết quả khảo sát 333 người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Qua bảng khảo sát, Chi phí vé hoặc dịch vụ quá cao và hạn chế về thu nhập cùng có điểm trung bình 4,09. Tiếp theo là khoảng cách và khó khăn trong di chuyển ($Mean = 3,95$) và thiếu thời gian rảnh ($Mean = 3,89$). Như vậy, vấn đề nổi bật không phải là người trẻ thiếu quan tâm đến văn hóa, mà là việc tham gia văn hóa còn chịu ảnh hưởng đáng kể bởi các điều kiện kinh tế và đặc điểm của đời sống đô thị. Trong một thành phố lớn như Thành phố Hồ Chí Minh, thời gian di chuyển, khoảng cách giữa nơi ở và các không gian văn hóa, cùng với áp lực học tập và công việc có thể làm tăng “chi phí tham gia” ngay cả khi người trẻ có nhu cầu.

Bên cạnh đó, các yếu tố liên quan đến thông tin và mức độ phù hợp của hoạt động cũng được người trả lời ghi nhận. Thiếu thông tin về sự kiện và địa điểm văn hóa có điểm trung bình 3,74, trong khi đánh giá rằng một số hoạt động chưa thực sự phù hợp với sở thích hoặc chưa đủ hấp dẫn đạt $Mean = 3,76$. Điều này cho thấy việc mở rộng nguồn cung hoạt động văn hóa chưa tự động dẫn đến sự tham gia. Khả năng tiếp cận thông tin và mức độ phù hợp với nhu cầu của người trẻ là những điều kiện quan trọng để biến nguồn cung văn hóa thành trải nghiệm thực tế.

Một điểm đáng chú ý là người trẻ vẫn có đánh giá khá tích cực về môi trường văn hóa của Thành phố Hồ Chí Minh. Họ cho rằng thành phố có nhiều lựa chọn hoạt động văn hóa phù hợp ($Mean = 4,26$), thông tin về sự kiện và địa điểm tương đối dễ tìm ($Mean = 4,08$) và các không gian văn hóa khá thân thiện, dễ tiếp cận ($Mean = 4,05$).

Qua phân tích, kết quả nghiên cứu gợi ra một luận điểm quan trọng: Thành phố Hồ Chí Minh không thiếu các hoạt động văn hóa; vấn đề nằm ở chỗ khả năng tiếp cận những hoạt động đó chưa đồng đều đối với các nhóm người trẻ khác nhau. Nói cách khác, khoảng cách cần được quan tâm không chỉ là khoảng cách về không gian địa lý, mà còn là khoảng cách về khả năng chi trả và điều kiện tham gia.

3.3. Kỳ vọng của giới trẻ về chất lượng, khả năng tiếp cận và trải nghiệm số an toàn

Các kết quả khảo sát cho thấy kỳ vọng của người trẻ không chỉ tập trung vào việc gia tăng số lượng hoạt động văn hóa mà còn hướng đến việc nâng cao chất lượng và sự thuận tiện trong trải nghiệm.

Bảng 3: Kỳ vọng đối với môi trường văn hóa

Nội dung kỳ vọng	Mean
TP. HCM có nhiều lựa chọn hoạt động văn hóa phù hợp với người trẻ	4,26
Dễ tìm thông tin về sự kiện, địa điểm văn hóa	4,08
Không gian văn hóa thân thiện và dễ tiếp cận	4,05

Nguồn: Kết quả khảo sát 333 người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh

Bảng 3 cho thấy người trẻ đánh giá khá tích cực về môi trường văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh. Kỳ vọng cao nhất là thành phố có nhiều lựa chọn hoạt động văn hóa phù hợp với người trẻ ($Mean = 4,26$), tiếp đến là khả năng dễ tìm thông tin và các không gian văn hóa thân thiện, dễ tiếp cận. Điều này cho thấy bên cạnh nhu cầu đa dạng hóa hoạt động, khả năng tiếp cận thông tin và tính thân thiện của không gian văn hóa cũng là những yếu tố quan trọng đối với người trẻ.

Bảng 4: Các giải pháp được quan tâm đối với môi trường văn hóa

Nội dung các giải pháp	Mean
Nội dung số có chất lượng	3,94
Quảng bá hoạt động văn hóa trên mạng xã hội/nền tảng số	3,86
Đa dạng các gói giá ưu đãi	3,78
Bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư	3,75
Ứng dụng tích hợp thông tin và dịch vụ	3,75
Xác thực vé, chống lừa đảo	3,70
Công nghệ VR/AR hỗ trợ trải nghiệm	3,65

Nguồn: Kết quả khảo sát 333 người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh

Trong nhóm giải pháp được người trả lời quan tâm, nội dung số có chất lượng có mức điểm cao nhất ($Mean = 3,94$), tiếp theo là quảng bá các hoạt động văn hóa trên mạng xã hội và nền tảng số ($Mean = 3,86$) và đa dạng các gói giá ưu đãi ($Mean = 3,78$).

Phân tích tương quan cho thấy xác thực về chống lừa đảo và bảo vệ dữ liệu, quyền riêng tư có mối liên hệ mạnh ($\rho = 0,750$). Bên cạnh đó, nhu cầu về ứng dụng tích hợp thông tin và dịch vụ có tương quan với yêu cầu về nội dung số chất lượng ($\rho = 0,685$) và quảng bá hoạt động văn hóa trên nền tảng số ($\rho = 0,669$).

Những kết quả này cho thấy các kỳ vọng liên quan đến môi trường số của người trẻ tập trung vào những yếu tố gần trực tiếp với quá trình tiếp cận và trải nghiệm, bao gồm chất lượng nội dung, khả năng tìm kiếm thông tin, sự thuận tiện trong sử dụng và mức độ an toàn.

4. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy những ưu tiên, rào cản và kỳ vọng của giới trẻ không chỉ phản ánh đặc điểm tham gia đời sống văn hóa của một nhóm công chúng, mà còn gợi mở những vấn đề rộng hơn đối với quá trình phát triển đời sống văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh.

4.1. “Tiếng nói” của giới trẻ được thể hiện qua cấu trúc ưu tiên, rào cản và kỳ vọng

Một đóng góp của nghiên cứu là tiếp cận “tiếng nói” của giới trẻ không chỉ qua những ý kiến trực tiếp hay các hình thức tham vấn chính thức. Những gì người trẻ lựa chọn, coi trọng, không thể tiếp cận và mong muốn thay đổi cũng là những phản hồi quan trọng về đời sống văn hóa mà họ đang trực tiếp trải nghiệm.

Theo cách tiếp cận này, kết quả nghiên cứu cho thấy giới trẻ không phải là những người tiếp nhận thụ động các sản phẩm văn hóa. Họ chủ động lựa chọn giữa các hình thức trải nghiệm, đồng thời ưu tiên cả giải trí, học hỏi và khám phá những giá trị mới. Điều này phù hợp với cách nhìn nhận giới trẻ như những chủ thể tham gia tích cực vào quá trình lựa chọn và kiến tạo các thực hành văn hóa của mình (Bennett, 2000; Buckingham, 2008).

Đáng chú ý, tiếng nói của giới trẻ trong nghiên cứu này được thể hiện rõ nhất qua khoảng cách giữa ưu tiên và khả năng tham gia. Người trẻ có nhu cầu văn hóa đa dạng, nhưng những nhu cầu đó không phải lúc nào cũng có thể được hiện thực hóa do những rào cản về chi phí, thu nhập, thời gian và điều kiện di chuyển. Vì vậy, nghiên cứu nhu cầu văn hóa không nên chỉ dừng ở câu hỏi người trẻ thích gì, mà cần quan tâm đến những điều kiện nào cho phép hoặc hạn chế việc biến nhu cầu thành sự tham gia thực tế.

4.2. Từ mở rộng nguồn cung đến nâng cao khả năng tiếp cận văn hóa

Một kết quả đáng chú ý là người trẻ đánh giá khá tích cực về sự đa dạng của các hoạt động và không gian văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhưng chi phí và hạn chế về thu nhập vẫn là những rào cản lớn nhất. Điều này cho thấy vấn đề phát triển đời sống văn hóa không chỉ nằm ở việc có thêm bao nhiêu hoạt động hay không gian văn hóa, mà còn ở ai có khả năng tiếp cận và tham gia những hoạt động đó.

Từ góc độ này, khả năng tiếp cận văn hóa cần được xem như một vấn đề gắn với nguồn lực và điều kiện sống của cá nhân. Chi phí tham gia không chỉ bao gồm giá vé hay dịch vụ mà còn bao gồm thời gian, khoảng cách và điều kiện di chuyển. Các nguồn lực khác nhau có thể tạo ra những khả năng khác nhau trong việc tiếp cận và tham gia các thực hành văn hóa (Bourdieu, 1984).

Vì vậy, phát triển đời sống văn hóa cần chuyển một phần trọng tâm từ mở rộng nguồn cung sang giảm các rào cản tiếp cận. Đối với người trẻ, các hình thức giá linh hoạt, chương trình ưu đãi, thông tin tập trung và những phương thức tổ chức phù hợp hơn với nhịp sống đô thị có thể có ý nghĩa thiết thực hơn việc đơn thuần gia tăng số lượng hoạt động.

4.3. Chuyển đổi số phải hướng đến trải nghiệm văn hóa thuận tiện và đáng tin cậy

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy công nghệ số không làm mất đi giá trị của trải nghiệm trực tiếp. Người trẻ sử dụng môi trường trực tuyến để tìm kiếm thông tin, tiếp cận nội dung và hỗ trợ quá trình lựa chọn, trong khi trải nghiệm trực tiếp vẫn được đánh giá cao về cảm xúc. Hai không gian này vì vậy có xu hướng bổ sung hơn là thay thế nhau, phù hợp với những biến đổi trong cách các hoạt động xã hội và truyền thông được kết nối trong môi trường số (Castells, 2010; Couldry & Hepp, 2017).

Đáng chú ý, những kỳ vọng cao nhất của người trẻ không hướng trước hết đến các công nghệ mới mang tính trình diễn, mà tập trung vào chất lượng nội dung, khả năng tiếp cận thông tin, sự thuận tiện và an toàn. Điều này gợi ý rằng chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa không nên được đánh giá bằng mức độ ứng dụng công nghệ, mà bằng khả năng công nghệ giúp giảm rào cản và nâng cao trải nghiệm của người tham gia.

Từ đó, nghiên cứu gợi mở sự chuyển dịch từ cách tiếp cận phát triển văn hóa cho giới trẻ sang phát triển văn hóa cùng giới trẻ. Điều quan trọng không chỉ là tạo thêm hoạt động dành cho người trẻ, mà là đưa nhu cầu, trải nghiệm và phản hồi của họ trở thành một nguồn thông tin trong quá trình tổ chức và phát triển đời sống văn hóa đô thị.

5. Kết luận

Nghiên cứu từ khảo sát 333 người trẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy đời sống văn hóa của giới trẻ đang được tổ chức theo hướng ngày càng đa dạng và linh hoạt, với sự kết hợp giữa trải nghiệm trực tiếp và trực tuyến. Bên cạnh nhu cầu giải trí, người trẻ cũng coi trọng việc mở rộng hiểu biết, trải nghiệm những giá trị mới và phát triển bản thân. Tuy nhiên, khả năng chuyển những nhu cầu này thành sự tham gia thực tế vẫn bị hạn chế bởi các rào cản về chi phí, thu nhập, thời gian và điều kiện di chuyển. Kết quả nghiên cứu cho thấy vấn đề đặt ra đối với phát triển đời sống văn hóa không chỉ là mở rộng nguồn cung hoạt động, mà còn là nâng cao khả năng tiếp cận của các nhóm công chúng. Đồng thời, kỳ vọng của người trẻ đối với chuyển đổi số cũng tập trung trước hết vào chất lượng nội dung, sự thuận tiện trong tiếp cận thông tin và dịch vụ, cùng với yêu cầu về an toàn và độ tin cậy của môi trường số. Từ đó, ưu tiên, rào cản và kỳ vọng có thể được xem là những biểu hiện quan trọng của “tiếng nói” giới trẻ trong đời sống văn hóa. Việc nhận diện và lắng nghe những phản hồi này góp phần chuyển từ cách tiếp cận phát triển văn hóa cho giới trẻ sang phát triển văn hóa cùng giới trẻ, trong đó trải nghiệm và nhu cầu của người tham gia trở thành một căn cứ quan trọng để tổ chức và phát triển đời sống văn hóa đô thị.

Tài liệu tham khảo

- Bennett, A. (2000). *Popular music and youth culture: Music, identity and place*. Palgrave Macmillan.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Harvard University Press.
- Buckingham, D. (Ed.). (2008). *Youth, identity, and digital media*. MIT Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society (2nd ed., with a new preface)*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Mỹ Lâm (2023). *Phát huy sức trẻ, tinh thần tình nguyện của thanh niên TP.Hồ Chí Minh*. Cổng Thông tin điện tử Thành ủy TP. Hồ Chí Minh. <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/bai-1-phat-huy-suc-tre-tinh-than-tinh-nguyen-cua-thanh-nien-tphcm-1491911964>.
- Nguyễn, T. L. H (2019). Mạng xã hội với sự thay đổi trong cách thức thu nhận và chia sẻ thông tin của giới trẻ hiện nay. *Tạp chí Giáo dục Nghệ thuật*, 30.
- Nguyễn Thị Ngọc Mai (2024). Thanh niên Thành phố Hồ Chí Minh cống hiến và xây dựng nét đẹp không gian văn hóa Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 22(8).
- Nguyễn, T. M. N (2025). Hành vi tiêu dùng online của người Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, 11.
- Phạm Thị Thanh Huyền (2025). *Xây dựng hành trang văn hóa cho thanh niên TP.HCM trong kỷ nguyên vươn mình*. Báo Tuổi trẻ. <https://tuoitre.vn/khoahocphothong/xay-dung-hanh-trang-van-hoa-cho-thanh-nien-tp-hcm-trong-ky-nguyen-vuon-minh-104259477.htm>.