THỰC TRẠNG NHU CẦU CÓ THẦN TƯỢNG CỦA HỌC SINH TRUNG HỌC CƠ SỞ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Đỗ Hạnh Nga[*]

Người nổi tiếng (tiếng Anh là: celebrity) là người được thừa nhận và người được nhiều người biết đến trong xã hội hay nền văn hóa. Thần tượng (tiếng Anh là Idol) là người được sùng bái, ngưỡng mộ [3], [9]. Từ diễn giải này cho thấy, khái niệm "thần tượng" là kết quả của khái niệm "người nổi tiếng". Khi một người được nổi tiếng và được nhiều người trong xã hội biết đến thì họ sẽ trở thành thần tượng trong xã hội [6][7].Tuy nhiên, trong thế giới hiện đại ngày nay, hai khái niệm này có đặc điểm chung là đều liên quan đến hoạt động của các phương tiện truyền thông đại chúng. Một khi đã có người nổi tiếng thì cũng có người hâm mộ. Người hâm mộ là những người bị người nổi tiếng và thần tượng làm cho hấp dẫn từ nghề nghiệp của họ (ca sĩ, diễn viên, vận động viên thể thao...) hay do ngoại hình ăn ảnh, vẻ đẹp hay thậm chí là do scandal. Người hâm mộ muốn biết tất cả về tính cách, ngoại hình... của người nổi tiếng và thần tượng. Người hâm mộ là những người thuộc đủ loại thành phần và lứa tuổi khác nhau. Và tùy theo đặc điểm của từng lứa tuổi mà nhu cầu hiểu biết về người nổi tiếng và thần tượng cũng khác nhau.

Lứa tuổi học sinh trung học cơ sở (HS THCS) là giai đoạn có nhiều thay đổi về vị trí và địa vị xã hội, thay đổi về sinh lý, nhận thức, cấu trúc nhân cách và đặc biệt là hình thành cảm giác về sự trưởng thành khiến cho nhu cầu có thần tượng phát triển mạnh. Nhu cầu có thần tượng của HS THCS là những đòi hỏi tất yếu, khách quan để có thể thỏa mãn về mặt tâm lý và để hình thành và phát triển nhân cách [4]. Rút ra từ một nghiên cứu về thần tượng của HS THCS ở Tp. Hồ Chí Minh, hoàn thành vào năm 2010, bài viết này tập trung xem xét (i) Đặc điểm thần tượng của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh; (ii) Ảnh hưởng của thần tượng đến HS THCS Tp. Hồ Chí Minh, từ đó đưa ra những kết luận và kiến nghị cho kết quả nghiên cứu.

---

* TS. Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn, Đại học quốc gia Tp. Hồ Chí Minh.

1. Phương pháp nghiên cứu

1.1. Phương pháp

Nghiên cứu được thực hiện qua khảo sát với bảng hỏi gồm 17 câu hỏi xoay quanh các chủ đề về thần tượng, nhu cầu có thần tượng, loại thần tượng ưa thích, những biểu hiện hành vi của HS THCS khi có thần tượng, ảnh hưởng của thần tượng tới quan niệm sống của học sinh [8]. Bảng hỏi được thiết kế theo thang 5 điểm từ "không bao giờ" hoặc "hoàn toàn không đúng"; "hiếm khi" hoặc "không đúng"; "thỉnh thoảng" hoặc "lưỡng lự"; "thường xuyên xảy ra" hoặc "đúng"; và "rất thường xuyên xảy ra" hoặc "rất đúng". Tương ứng với thang điểm là mức đánh giá phù hợp với 5 lựa chọn. Điểm trung bình (ĐTB) ý kiến nằm trong khoảng 1,0 - 1,5 thì ý kiến ở "mức độ thấp"; ĐTB ý kiến nằm trong khoảng 1,6 - 2,5 thì ý kiến ở "mức độ trung bình"; ĐTB nằm trong khoảng 2,6 - 3,5 thì ý kiến ở "mức độ khá"; ĐTB nằm trong khoảng 3,6 - 4,5 thì ý kiến ở "mức độ tốt"; và ĐTB ở trên 4,5 thì ý kiến ở "mức độ rất tốt". Ngoài ra, đề tài nghiên cứu còn sử dụng phương pháp phỏng vấn HS là phương pháp bổ trợ trong nghiên cứu.

1.2. Chọn mẫu

Mẫu nghiên cứu là học sinh lớp 8 và lớp 9 từ 6 trường THCS, được lựa chọn theo phương pháp phân tầng và ngẫu nhiên, thuộc 6 quận nội thành và ngoại thành Tp. Hồ Chí Minh. Trong đó có 4 trường công lập với 68,4% học sinh và 2 trường ngoài công lập với 31,6% HS. Ở mỗi trường lại chọn ra các em, theo phương pháp ngẫu nhiên. Số lượng học sinh tham gia khảo sát gồm 488 em với 239 (chiếm 49%) em lớp 8 và 249 (chiếm 51%) em lớp 9. Xét về giới tính, có 54,3% học sinh nam và 45,7% học sinh nữ. Xét theo tỷ lệ phần trăm học sinh tham gia nghiên cứu theo quận, có 16,8% học sinh từ quận 1; 16% học sinh từ quận 4; 16,4% học sinh từ quận 5; 15,2% học sinh từ quận Bình Thạnh; 14,8% học sinh từ quận Tân Bình và 20,9% học sinh từ quận Thủ Đức.

2. Kết quả nghiên cứu

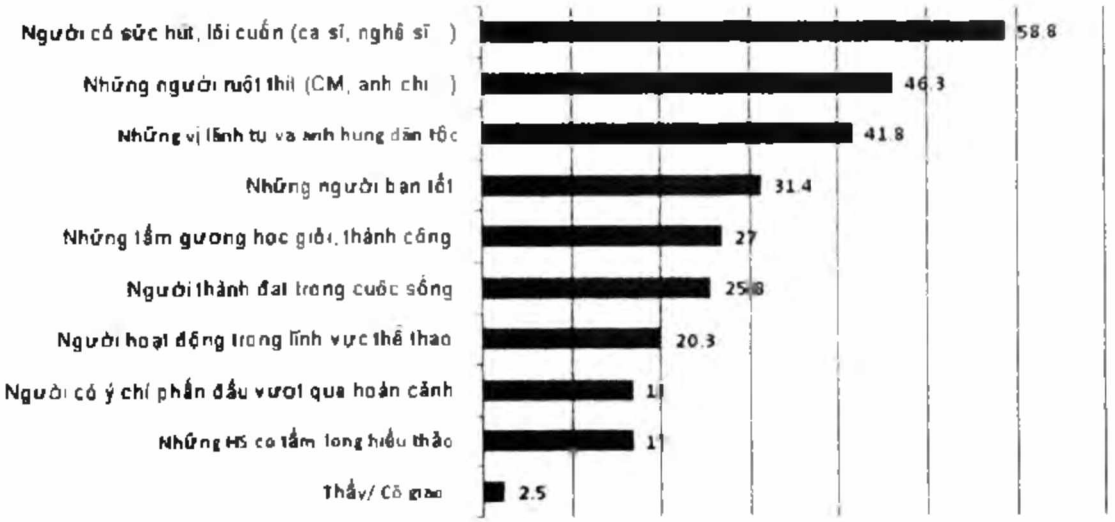
2.1. Đặc điểm thần tượng của học sinh trung học cơ sở (HS THCS) Tp. Hồ Chí Minh

Đa số học sinh (chiếm 90,1%) thừa nhận rằng mình có thần tượng và chỉ có một tỷ lệ rất nhỏ (9,9%) cho rằng mình không có thần tượng.

Về mức độ cần thiết của thần tượng, có một tỷ lệ rất cao học sinh (chiếm 61,1%) cho rằng rất cần thiết và cần thiết phải có thần tượng, trong khi chỉ có 27,5% còn lưỡng lự và chỉ có 11,4 % cho rằng không cần thiết. So sánh ý kiến của học sinh lớp 8 và học sinh lớp 9 cho thấy, với xác suất P = .000 có sự khác biệt ý

kiến giữa học sinh lớp 8 (ĐTB = 3,73) với học sinh lớp 9 (ĐTB = 3,37) về sự cần thiết của thần tượng. Kết quả này cho thấy học sinh lớp 8 đánh giá mức độ cần thiết phải có thần tượng cao hơn học sinh lớp 9.

Biểu đồ 1: **Loại thần tượng được HS THCS lựa chọn (%)**



Để tìm hiểu những thể loại thần tượng nào được học sinh lựa chọn và yêu thích nhất, bảng hỏi đã liệt kê 10 loại thần tượng khác nhau được học sinh biết đến qua những phương tiện truyền thông đại chúng, qua sách vở được học ở nhà trường hoặc được gia đình dạy dỗ, từ những vị lãnh tụ và anh hùng xả thân vì đất nước đến những người ruột thịt, gần gũi với học sinh như cha mẹ, anh chị em, thầy cô giáo và bạn bè của HS. Bên cạnh đó, bảng hỏi còn liệt kê cả những loại thần tượng chỉ được học sinh biết đến từ các phương tiện truyền thông như tấm gương học giỏi, người thành đạt trong xã hội, ca sĩ, nghệ sĩ, cầu thủ bóng đá...

Bằng cách tính tỷ lệ phần trăm số lượng người lựa chọn và sắp xếp kết quả lựa chọn theo thứ tự từ cao đến thấp của học sinh trong số 10 loại thần tượng được khảo sát (xem Biểu đồ 1) cho thấy, loại thần tượng: *Người có sức hút, lôi cuốn ở ngoại hình, giọng hát, giao tiếp (ca sĩ, nghệ sĩ, nhạc sĩ...)* được lựa chọn nhiều hơn cả (58,8%) và chiếm tỷ lệ vượt trội so với các loại thần tượng còn lại. Học sinh cũng đề cao thần tượng là những người ruột thịt, đặc biệt là cha mẹ của các em: *Những người ruột thịt (Cha mẹ, anh chị...)* chiếm 46,3% ý kiến. Loại thần tượng: *Những vị lãnh tụ có nhân cách lớn và những anh hùng xả thân vì đất nước* thường được đề cao trong giáo dục ở nhà trường nhưng đối với HS THCS chỉ chiếm 41,8% ý kiến, thấp hơn loại thần tượng là nghệ sĩ đến 17%. Thần tượng là những người gần gũi như bạn bè và bạn học giỏi cũng đạt được một tỷ lệ trung bình học sinh lựa chọn *Những người bạn tốt để chia sẻ vui buồn, học hành* (31,4%) và *Những tấm gương*

học giỏi thành công trong học tập (27,0%). Và lần lượt ở các thứ hạng 4 và 5 trong bảng xếp hạng loại thần tượng của HS THCS.

Loại thần tượng: *những người thành đạt trong cuộc sống (doanh nhân,...)* (25,8%), *người hoạt động trong lĩnh vực thể thao (cầu thủ bóng đá, bơi, thể hình...)* (20,3%), *người có ý chí phấn đấu vượt qua hoàn cảnh khó khăn (HS nghèo,...)* (17%), *những học sinh có tấm lòng hiếu thảo với cha mẹ* (17%) và *thầy/cô giáo* (2,5%) là những loại thần tượng lần lượt đứng ở các thứ hạng 6, 7, 8, 5 và 10 trong bảng xếp hạng các lựa chọn thần tượng của HS THCS. Có thể giải thích lý do những loại thần tượng này có thứ hạng thấp trong bảng xếp hạng ý kiến HS THCS về thần tượng các em lựa chọn bằng phân tích kết quả nghiên cứu tiếp theo dưới đây.

Để tìm hiểu rõ lý do lựa chọn thần tượng, học sinh đã được yêu cầu trả lời câu hỏi mở: *"Lý do lựa chọn thần tượng của em"*. Kết quả thu được cho thấy có sự tương quan với kết quả thống kê ở trên. Phần lớn học sinh chọn ca sĩ và diễn viên với lý do: "đẹp trai", "hát hay", "đẹp và dễ thương, thơ ngây, hồn nhiên", "hát hay, nhảy đẹp, bốc", "đẹp, thu hút, diễn xuất hài hước", "hát hay và lôi cuốn khán giả"... Những nhận xét này cho thấy sự hấp dẫn của ca sĩ, diễn viên mà học sinh chọn đều xuất phát từ ngoại hình, khả năng diễn xuất hay có thể nói đó là sự hấp dẫn đến từ những yếu tố nghe nhìn. Những ca sĩ và diễn viên nổi tiếng được lựa chọn khá đa dạng, và đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Đó là những ca sĩ nổi tiếng ở Mỹ, Anh như: Britney Spears, Selena Gomes, Miley Cyrus hay ca sĩ, diễn viên Hồng Kông - Trung Quốc như: Thành Long, Châu Kiệt Luân; ca sĩ Hàn Quốc như Bi (Rain), Suzu... Bên cạnh đó, các ca sĩ, diễn viên Việt Nam cũng được các em nhắc đến như: Minh Hằng, Tăng Thanh Hà, Mỹ Tâm, Hồ Quỳnh Hương, Đan Trường,... Điều này cho thấy HS THCS biết rất nhiều ca sĩ, diễn viên nổi tiếng từ nhiều nước khác nhau và những ca sĩ, diễn viên Việt Nam cũng là thần tượng của nhiều em HS.

Với lựa chọn loại thần tượng là cha mẹ và người thân, lý do của học sinh phần lớn xuất phát từ những trải nghiệm của các em từ thực tế cuộc sống. Nhiều em cho rằng mặc dù các em có thần tượng là những người nổi tiếng trong xã hội nhưng cha mẹ mới là thần tượng duy nhất của các em và không ai có thể thay thế vị trí thần tượng trong lòng các em. HS THCS nhìn nhận mẹ là thần tượng: "vì mẹ đã nuôi dạy em nên người, mẫu người hoàn hảo trong em", "mẹ luôn động viên em", "mẹ là người trụ cột trong gia đình em", "mẹ nuôi nấng em nên người và dành những điều tốt đẹp cho em", "mẹ đảm đang nhất, hiền lành", "mẹ cực khổ nuôi em khôn lớn", "mẹ hết lòng vì gia đình", "mẹ là người phụ nữ đảm đang". Thần tượng là cha được các em mô tả: "Luôn dạy em những điều tốt", "tấm gương cho em noi theo", "Cha giỏi đủ nghề: in, buôn bán, giao tiếp", "Vì ba là tấm gương sáng cho em học tập", "người sinh thành, nuôi dưỡng dìu dắt em". Kết quả này cho thấy vai trò và giá trị

của gia đình, cha mẹ, người thân luôn hiện diện trong nhận thức của các em mà không thần tượng nào có thể thay đổi vị trí này được.

Thần tượng là lãnh tụ và anh hùng xả thân vì đất nước được tổng số ý kiến lựa chọn đứng vào hàng thứ 3 trong bảng xếp hạng. Tuy nhiên da số học sinh chọn Bác Hồ là thần tượng của mình với những lý do: "Có nhân cách và phẩm chất đáng quý", "Vĩ đại, anh hùng, tấm lòng cao cả", "Bác có những đức tính khiến em phải học hỏi", "là người đã ra đi tìm đường cứu nước", "Người đã giành lại tự do cho đất nước Việt Nam". Chỉ có một số rất ít học sinh nêu tên Vua Quang Trung, anh hùng Võ Thị Sáu là thần tượng của mình.

Thần tượng là bạn bè được học sinh tìm thấy nhiều phẩm chất đạo đức khác nhau. Có em chọn bạn là thần tượng vì bạn là nơi chia sẻ niềm vui nỗi buồn và giúp đỡ nhau: "Bạn luôn chia sẻ với em những vui buồn trong việc học". "Bạn luôn vui vẻ giúp đỡ em". Có em đánh giá cao bạn của mình vì khả năng của bạn và bản thân mình còn thiếu những khả năng đó: "bạn học rất giỏi, lễ phép", "em học hỏi được những điều mà em chưa biết", "bạn là học sinh giỏi, có năng khiếu đàn hát", "bạn nói chuyện hay". Tuy nhiên tỷ lệ phần trăm ý kiến lựa chọn bạn bè là thần tượng không cao và chỉ đứng thứ hạng 4 và 5 trong bảng xếp hạng.

Chỉ có cầu thủ bóng đá trong loại thần tượng về người làm việc trong lĩnh vực thể dục thể thao được học sinh quan tâm. Tuy nhiên, cầu thủ bóng đá cũng chỉ là những cầu thủ ngoại quốc như: D. Beckam, W. Rooney, L. Messi, C. Ronaldo với những lý do: "đá bóng hay", "tiền đạo giỏi". Cầu thủ bóng đá Việt Nam duy nhất được nêu tên là Lê Huỳnh Đức. Kết quả này cho thấy mặc dù Việt Nam có nhiều vận động viên nổi tiếng, đã từng được giải cao ở các kỳ thi thể thao quốc tế và khu vực như Asiad, SEAGAME... nhưng các em HS THCS thường không để ý đến.

Với loại thần tượng là thầy/ cô giáo, nếu ở tuổi học sinh tiểu học thì thầy/cô giáo chắc chắn phải là lựa chọn đầu tiên vì đối với học sinh tiểu học, giáo viên ở trường là người duy nhất có uy tín đối với các em [1], [2], [4]. Tuy nhiên ở tuổi HS THCS, nhất là với học sinh lớp 8 và lớp 9 thì không phải tất cả các thầy/cô giáo dạy các em đều được coi là thần tượng. Mặc dù là những người dạy dỗ các em hàng ngày nhưng ở trường THCS các em được học với nhiều thầy/cô nên mức độ thân thiện của các em với thầy cô giảm hẳn so với học sinh tiểu học. Chính vì vậy tỷ lệ 2,5% HS THCS chọn thần tượng là thầy cô là con số nói lên tỷ lệ những em học sinh thực sự coi thầy cô là thần tượng và những thầy cô được chọn là những người đã có ảnh hưởng sâu sắc đến nhận thức của các em. Chẳng hạn, các em học sinh đã giải thích lý do chọn thầy giáo Nguyễn Ngọc Ký là thần tượng vì: "Thầy biết vươn lên trong học tập; tuy cụt hai tay" (Học sinh Q.4). "Thầy là tấm gương phi thường để em noi theo trong vượt khó và học tập" (Học

sinh Q.4), "Người biết vươn lên thành công trong cuộc sống" (Học sinh Q.4), "Biết vượt qua số phận và dạy giỏi".

Đối với loại thần tượng là những người thành đạt trong cuộc sống, những người có ý chí phấn đấu vượt qua hoàn cảnh khó khăn chưa phải là thần tượng hàng đầu được học sinh chọn có thể là vì những thần tượng loại này còn chưa được học sinh quan tâm đến, chưa gắn với thực tế cuộc sống của các em. Hoặc muốn biết được những thần tượng này thì các em phải có ý thức tìm đọc, nghe, xem... từ các phương tiện truyền thông đại chúng. Nói một cách khác là những thông tin loại này chưa hấp dẫn HS THCS.

Như vậy, năm thứ hạng đầu trong lựa chọn thần tượng của HS THCS là những người nổi tiếng (ca sĩ, diễn viên), những người ruột thịt (cha mẹ, anh chị...), những lãnh tụ và anh hùng xả thân vì đất nước, bạn bè, những tấm gương học giỏi. Và năm thứ hạng sau là người thành đạt, người hoạt động trong lĩnh vực thể thao, người có ý chí phấn đấu vượt qua khó khăn, người có tấm lòng hiếu thảo và thầy/ cô giáo.

2. Ảnh hưởng của thần tượng đến HS THCS Tp. Hồ Chí Minh

2.1. Sự quan tâm của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh với thần tượng

Mười bốn hành vi của HS THCS (xem Bảng 2) đề cập đến việc HS THCS sẽ thể hiện sự quan tâm của mình đến thần tượng bằng những hành vi cụ thể gì? Điểm trung bình tổng thể của những hành vi được HS THCS thể hiện là 2,09/thang 5 điểm cho thấy hành vi của HS THCS chỉ ở mức trung bình. Nghĩa là đa số HS THCS không quan tâm thái quá đến thần tượng của mình. Trong số những hành vi này, "*tìm hiểu những thông tin về cá nhân thần tượng*" được lựa chọn nhiều nhất (ĐTB = 2,70, thứ hạng 1) với 30,1% thường xuyên tìm hiểu và 41,7% thỉnh thoảng có tìm hiểu và chỉ có 28,1% học sinh không bao giờ tìm hiểu thông tin về thần tượng. *"Mua sách báo về thần tượng"* đứng thứ 2 (ĐTB = 2,55) trong việc thể hiện mối quan tâm của học sinh về thần tượng với 24,7% học sinh thường xuyên quan tâm và tương tự có đến 32,2% em không quan tâm. *"Tranh luận để bảo vệ thần tượng khi có người khác xúc phạm"* đứng thứ 3 (ĐTB = 2,45) với 24,8% thường xuyên tranh luận và có 38,3% học sinh không bao giờ quan tâm. *"Mua sản phẩm của thần tượng"* đứng thứ 4 (ĐTB = 2,42) với tỷ lệ 24,6% em thường xuyên thực hiện và 35,7% không bao giờ thực hiện. *"Theo dõi hoạt động của thần tượng"* đứng thứ 5 (ĐTB = 2,38) với 22,4% học sinh thường xuyên quan tâm và 37,6% học sinh không quan tâm. "*Sưu tầm tranh ảnh về thần tượng*" đứng thứ 6 (ĐTB = 2,21) với 17,3% học sinh thường xuyên quan tâm và 43,4% học sinh không quan tâm.

Bảng 1: **Sự quan tâm của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh với thần tượng (1 ≤ ĐTB ≤ 5)**

Em thường quan tâm đến thần tượng bằng cách	1	2	3	4	5	ĐTB	Thứ hạng
1. Sưu tầm tranh ảnh về thần tượng	43.8	17.3	21.7	8.3	9.0	2.21	6
2. Tham gia các fan club	53.6	17.3	15.0	6.9	7.3	1.97	8
3. Mua sản phẩm của thần tượng	35.7	20.3	20.0	14.0	10.0	2.42	4
4. Tìm hiểu những thông tin về cá nhân thần tượng (ngày sinh...)	28.1	17.0	24.7	16.6	13.5	2.70	1
5. Mua sách, báo viết về thần tượng	32.2	16.0	27.0	14.3	10.4	2.55	2
6. Theo dõi hoạt động của thần tượng	37.6	17.5	22.5	14.3	8.1	2.38	5
7. Luôn có mặt trong các buổi diễn của thần tượng	62.2	15.0	10.0	5.8	7.1	1.81	11
8. Liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại	65.7	11.2	8.7	5.8	8.5	1.8	12
9. Tham gia vào forum của thần tượng	57.6	15.6	10.6	8.7	7.5	1.93	10
10. Thuyết phục bạn khác cùng tham gia vào nhóm bạn	56.8	13.7	12.1	9.1	8.3	1.99	7
11. Tranh luận để bảo vệ thần tượng khi có người khác xúc phạm	38.3	15.8	20.8	14.8	10.4	2.43	3
12. Dành hết thời gian hàng ngày chỉ để quan tâm đến thần tượng	66.9	11.7	9.0	4.4	8.1	1.75	13
13. Tốn tiền bạc cho những hoạt động liên quan đến thần tượng	68.8	10.0	8.1	5.8	7.3	1.73	14
14. Buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn	54.5	17.5	13.3	7.1	7.7	1.96	9
15. Chỉ quan tâm đến thần tượng, xao nhãng trong mối quan hệ với người thân (cha mẹ, anh em...)	68.4	13.3	5.0	4.4	8.9	1.72	15

Ghi chú: 1 - Không bao giờ; 2 - Hiếm khi; 3 - Thỉnh thoảng; 4 - Thường xuyên; 5 - Rất thường xuyên.

Ta thấy, 6 lựa chọn đứng thứ hạng đầu có ĐTB ý kiến nằm trong khoảng 2,21 < ĐTB < 2,70 cho thấy hành vi mà HS THCS thể hiện ở đây chỉ ở mức độ trung bình khá. Nghĩa là tỷ lệ phần trăm HS THCS thường xuyên thể hiện những hành vi này (tìm hiểu thông tin về thần tượng, mua sách báo, tranh luận về thần tượng, mua sản phẩm của thần tượng, theo dõi hoạt động của thần tượng và sưu tầm tranh ảnh về thần tượng) thấp hơn rất nhiều so với việc không thường xuyên thể hiện những hành vi này. Đây cũng là những hành vi mà học sinh ít tham gia trực tiếp vào các hoạt động với thần tượng mà chỉ đơn thuần có tính chất là sở thích và có mối quan tâm đặc biệt.

Những hành vi khác như: "Thuyết phục bạn khác cùng tham gia vào nhóm bạn" (ĐTB = 1,99); "tham gia các fan club" (ĐTB = 1,97); "buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn" (ĐTB = 1,96); "tham gia vào forum của thần tượng" (ĐTB = 1,93); "luôn có mặt trong các buổi diễn của thần tượng" (ĐTB = 1,81); "liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại" (ĐTB = 1,8); "dành hết thời gian hàng ngày chỉ để quan tâm đến thần tượng" (ĐTB = 1,75); "tốn tiền bạc cho những hoạt động liên quan đến thần tượng" (ĐTB = 1,73) và "chỉ quan tâm đến thần tượng, xao nhãng trong mối quan hệ với người thân" (ĐTB = 1,72) là những lựa chọn có ĐTB ý kiến nằm trong khoảng 1,72 < ĐTB < 1,99 với tỷ lệ ý kiến thường xuyên quan tâm nằm trong khoảng 13,3% < thường xuyên quan tâm <17,4% và 56,8% < không bao giờ < 68,4% . Kết quả này cho thấy có trên 50% học sinh trong nghiên cứu không quan tâm quá mức đến thần tượng và chỉ có trên 10% học sinh có sự quan tâm quá mức đến thần tượng.

Vậy, phần lớn học sinh thường thể hiện mối quan tâm với thần tượng của mình qua các hành vi giao tiếp gián tiếp như: tìm hiểu thông tin về thần tượng, mua sách báo viết về thần tượng, tranh luận để bảo vệ thần tượng khi có người khác xúc phạm, mua sản phẩm của thần tượng, và theo dõi các hoạt động của thần tượng. Tỷ lệ học sinh có biểu hiện quan tâm quá mức đến thần tượng không cao (trên 10%). Sự quan tâm quá mức đến thần tượng của học sinh thường được biểu lộ qua các hành vi giao tiếp trực tiếp với thần tượng như: tham gia vào các forum của thần tượng (16,2%), buồn rầu chán nản khi thần tượng gặp khó khăn (14,8%), liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại (14,3%), tham gia các câu lạc bộ của thần tượng (14,2 %), luôn có mặt trong các buổi biểu diễn của thần tượng (12,8%), và dành hết thời gian hàng ngày chỉ để quan tâm đến thần tượng (12,5%).

So sánh giữa sự quan tâm của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh với thần tượng giữa các biến với nhau

Từ Bảng 2 cho thấy học sinh nữ có khuynh hướng thích mua các sản phẩm của thần tượng (ĐTB = 1,56) hơn học sinh nam (ĐTB = 1,31, với P = ,05); học sinh nữ

(ĐTB = 2,85) cũng thích mua sách báo viết về thần tượng nhiều hơn học sinh nam (ĐTB = 2,31 với P = ,000).

Bảng 2: **So sánh sự quan tâm của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh với thần tượng giữa các biến với nhau (1 ≤ ĐTB ≤ 5)**

Hành vi và thái độ của thiếu niên với thần tượng		ĐTB	SD/F	P
1. Mua các sản phẩm của thần tượng	Nam	2,31	1,35	,05
	Nữ	2,56	1,36	
2. Mua sách báo viết về thần tượng	Nam	2,31	1,29	,000
	Nữ	2,85	1,36	
3. Sưu tầm tranh ảnh về thần tượng	Lớp 8	2,39	1,31	,004
	Lớp 9	2,04	1,33	
4. Tìm hiểu những thông tin về cá nhân thần tượng (lý lịch, ngày sinh, số điện thoại,...)	Lớp 8	2,88	1,38	,005
	Lớp 9	2,53	1,39	
5. Mua sách báo viết về thần tượng	Lớp 8	2,72	1,29	,005
	Lớp 9	2,38	1,36	
6. Theo dõi những hoạt động của thần tượng	Lớp 8	2,54	1,35	,011
	Lớp 9	2,23	1,30	
7. Buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn	Lớp 8	2,11	1,29	,015
	Lớp 9	1,82	1,29	
8. Tìm hiểu những thông tin về cá nhân thần tượng (lý lịch, ngày sinh, số điện thoại,...)	Trường công lập	2,61	1,36	,027
	Ngoài công lập	2,91	1,43	
9. Liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại	Trường công lập	1,69	1,24	,007
	Ngoài công lập	2,04	1,42	
10. Tham gia vào diễn đàn (forum) của thần tượng	Trường công lập	1,84	1,24	,037
	Ngoài công lập	2,11	1,42	
11. Buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn	Trường công lập	1,87	1,24	,018
	Ngoài công lập	2,16	1,37	

Học sinh lớp 8 thích sưu tầm tranh ảnh về thần tượng ($ĐTB_{lớp\ 8}$ = 2,39), thích tìm hiểu thông tin về thần tượng ($ĐTB_{lớp\ 8}$ = 2,88), thích mua sách báo viết về thần tượng ($ĐTB_{lớp\ 8}$ = 2,72), thích theo dõi những hoạt động của thần tượng ($ĐTB_{lớp\ 8}$ = 2,54 và có biểu hiện buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn ($ĐTB_{lớp\ 8}$ = 2,11 nhiều hơn học sinh lớp 9 với ĐTB ý kiến theo thứ tự lần lượt là $ĐTB_{lớp\ 9}$ = 2,04 với P = ,004, $ĐTB_{lớp\ 9}$ = 2,53 với P = ,005, $ĐTB_{lớp\ 9}$ = 2,38 với P = ,005, $ĐTB_{lớp\ 9}$ = 2,23 với P = ,011 và $ĐTB_{lớp\ 9}$ = 1,82 với P = ,015. Điều này cho thấy học sinh lớp 8 có hành vi và thái độ tích cực với thần tượng hơn học sinh lớp 9. Có lẽ do lớp 9 là lớp cuối cấp nên học sinh cần phải tập trung thời gian vào việc học tập nhiều hơn học sinh lớp 8 và có lẽ do học sinh lớp 8 ở vào giai đoạn tuổi có sự cảm nhận đầy đủ những ấn tượng mà thần tượng mang lại nên các em có những hành vi thích sưu tầm, tìm hiểu, theo dõi những hoạt động của thần tượng và có biểu hiện cảm xúc cao với thần tượng của mình.

Có sự khác biệt ý kiến giữa học sinh trường công lập với học sinh trường ngoài công lập với xác suất P < ,05 ở các hành vi tìm hiểu những thông tin về cá nhân thần tượng (lý lịch, ngày sinh, số điện thoại,...) (P = ,027), liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại (P = ,007), tham gia vào diễn đàn (forum) của thần tượng (P = ,037) và buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn (P = ,018). Học sinh trường ngoài công lập có ĐTB ý kiến cao hơn hẳn học sinh trường công lập theo các hành vi tìm hiểu thông tin về thần tượng ($ĐTB_{NCL}$= 2,91>$ĐTB_{CL}$= 2,61); liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại ($ĐTB_{NCL}$= 2,04 > $ĐTB_{CL}$= 1,69; tham gia vào diễn đàn (forum) của thần tượng ($ĐTB_{NCL}$ = 2,11 > $ĐTB_{CL}$= 1,84 và buồn rầu, chán nản khi thần tượng gặp khó khăn ($ĐTB_{NCL}$ = 2,16 > $ĐTB_{CL}$ = 1,87). Những hành vi được học sinh biểu hiện với thần tượng như tìm hiểu thông tin, liên lạc với thần tượng, tham gia diễn đàn cho thấy học sinh trường ngoài công lập có những hành vi cụ thể hơn và tiếp cận thần tượng nhiều hơn học sinh trường công lập.

Vậy, học sinh nữ thích mua sản phẩm của thần tượng và mua sách báo về thần tượng nhiều hơn học sinh nam. Học sinh lớp 8 có hành vi và thái độ tích cực với thần tượng nhiều hơn học sinh lớp 9 (sưu tầm tranh ảnh, mua sách báo, tìm hiểu thông tin về thần tượng, và buồn rầu khi thần tượng gặp khó khăn). Tương tự như vậy, học sinh trường ngoài công lập thể hiện sự tích cực với thần tượng nhiều hơn học sinh trường công lập.

2.2. Mong muốn của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh về việc hình thành quan niệm sống và tính cách phù hợp thần tượng

Tâm mong muốn của HS THCS về việc hình thành quan niệm sống và rèn luyện tính cách phù hợp với thần tượng (xem Bảng 3) có điểm trung bình tổng là

2.61/thang 5 điểm. Có thể đánh giá đây là mức trung bình khá ý kiến của HS THCS về mong muốn có quan niệm sống và tính cách giống thần tượng. Điều này cho thấy thần tượng có tầm ảnh hưởng nhất định lên quá trình hình thành nhân cách của HS THCS.

***Bảng 3:* Ảnh hưởng của thần tượng đến quan niệm sống, tính cách HS THCS Tp. Hồ Chí Minh (1 ≤ ĐTB ≤ 5)**

Thần tượng đã ảnh hưởng đến quan niệm sống, tính cách... của em	**Tỷ lệ %**					**Điểm trung bình**	**Thứ hạng**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**		
1. Muốn chọn nghề giống như thần tượng	34	17.4	19.7	16.4	10.7	2.5	5
2. Rèn luyện bản thân theo những phẩm chất về tính cách của thần tượng (kiên trì, sáng tạo, hài hước...)	21.1	15.0	20.7	24.6	17.8	3.01	2
3. Cố gắng học tập để thành đạt như thần tượng	14.8	12.1	19.7	26.2	26.2	3.4	1
4. Bắt chước phong cách giao tiếp của thần tượng	34.0	24.0	17.2	11.9	11.3	2.4	6
5. Bắt chước cách ăn mặc của thần tượng	42.2	22.5	17.4	8.0	8.2	2.2	7.5
6. Bắt chước thời trang tóc của thần tượng	42.8	23.4	15.6	7.8	9.0	2.2	7.5
7. Rèn luyện năng lực của bản thân cho giống như thần tượng (hát hay, múa đẹp...)	29.3	20.9	17.4	17.6	13.1	2.6	3.5
8. Thực hiện những hoạt động giống như thần tượng (làm từ thiện, công tác xã hội,...)	32.2	18.9	21.3	13.7	12.7	2.6	3.5
Điểm trung bình tổng	**2.61**						

Ghi chú: 1- Hoàn toàn không đúng, 2- Không đúng, 3- Lưỡng lự, 4- Đúng, 5- Rất đúng.

Kết quả nghiên cứu có thể chia làm 2 nhóm ý kiến. Một nhóm ý kiến (gồm có 7 mong muốn) có ĐTB ý kiến cao (ĐTB > 3.0) và nhóm thứ hai (gồm có 6 mong muốn) có 2.2 < ĐTB < 3.0.

HS THCS đánh giá cao ảnh hưởng của thần tượng đến nỗ lực học tập của mình: "Cố gắng học tập để thành đạt như thần tượng" (ĐTB = 3.4, thứ hạng 1) với tên một nửa (52.4 %) ý kiến đồng ý, chỉ có 26.9 % ý kiến không đồng ý; học sinh muốn "rèn luyện bản thân theo những phẩm chất về tính cách của thần tượng" (ĐTB = 3.01, thứ hạng 2) với 42.4 % ý kiến đồng ý và chỉ có 36.1% ý kiến không đồng ý.

Những ảnh hưởng khác của thần tượng đến học sinh có mức độ lựa chọn khá cao với ĐTB ý kiến nằm trong khoảng 2.2 < ĐTB < 2.6 và tỷ lệ % ý kiến đồng ý nằm trong khoảng 15.3% < đồng ý < 15.7% và ý kiến không đồng ý nằm trong khoảng 32.2% < không đồng ý < 42.8% là: "Rèn luyện năng lực của bản thân cho giống như thần tượng" (ĐTB = 2.6, thứ hạng 3.5); "thực hiện những hoạt động giống như thần tượng" (ĐTB = 2.6, thứ hạng 3.5); "muốn chọn nghề giống như thần tượng" (ĐTB = 2.5, thứ hạng 5); "bắt chước phong cách giao tiếp của thần tượng" (ĐTB = 2.4, thứ hạng 6); "bắt chước cách ăn mặc của thần tượng và bắt chước thời trang tóc của thần tượng" (ĐTB = 2.2, thứ hạng 7.5).

Vậy, phần lớn học sinh cho rằng thần tượng là tấm gương cho các em đặt mục đích học tập tốt, để cố gắng thành đạt như thần tượng (52.4 %) và các em muốn nhìn vào thần tượng để rèn luyện bản thân theo những phẩm chất và tính cách của thần tượng (42.4%). Chỉ có một tỷ lệ không cao học sinh bị ảnh hưởng bởi những đặc điểm bên ngoài của thần tượng: bắt chước cách ăn mặc của thần tượng (16.2%), bắt chước thời trang tóc của thần tượng (16.%). Có sự tương quan thứ hạng cao tong ý kiến đánh giá của cha mẹ và của con về ảnh hưởng của thần tượng đến quan niệm sống và tính cách của con.

Kết quả cũng cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa khi so sánh ảnh hưởng của thần tượng giữa học sinh lớp 8 và lớp 9. Học sinh lớp 8 chịu ảnh hưởng từ thần tượng nhiều hơn học sinh lớp 9 ở các biểu hiện "Muốn chọn nghề giống như thần tượng" ($ĐTB_{lớp\ 8} = 2.64 > ĐTB_{lớp\ 9} = 2.40$ với P = .05) và "Rèn luyện năng lực của bản thân cho giống như thần tượng (hát hay, múa đẹp...)" ($ĐTB_{lớp\ 8} = 2.78 > ĐTB_{lớp\ 9} = 2.50$ với P = .035). Có thể thấy rằng trong 8 ảnh hưởng từ thần tượng được liệt kê trong bảng hỏi thì sự khác biệt của học sinh lớp 8 và lớp 9 chỉ biểu hiện ở ảnh hưởng chọn nghề và rèn luyện năng lực giống như thần tượng. Điều này cho thấy sự hấp dẫn về nghề nghiệp cũng như năng lực nổi bật của thần tượng đã làm cho học sinh lớp 8 chú ý nhiều hơn và muốn bắt chước nhiều hơn là dựa trên năng lực thực sự của các em. Học sinh lớp 9 thể hiện sự thận trọng trong việc quyết định nghề nghiệp và tự xác định khả năng thực sự của mình chính xác hơn học sinh lớp 8.

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho phép rút ra những kết luận sau:

Về đặc điểm thần tượng của HS THCS Tp. Hồ Chí Minh, đa số HS THCS có thần tượng và nhận thức được sự cần thiết phải có thần tượng trong cuộc sống. Có ba loại thần tượng được học sinh chọn nhiều nhất theo thứ tự là: các ngôi sao trong lĩnh vực giải trí (ca sĩ, diễn viên); cha mẹ của các em; và các vị lãnh tụ và anh hùng của đất nước. Có 3 đặc điểm chính của thần tượng ở HS THCS, đó là: (1) HS THCS lựa chọn những thần tượng từ nhiều nguồn khác nhau: từ gia đình, nhà trường và xã hội thông qua tác động của các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, đài, internet,...); (2) Thần tượng nổi bật nhất của HS THCS là những người nổi tiếng trong lĩnh vực nghệ thuật, những ca sĩ, diễn viên có những điểm hấp dẫn về ngoại hình, có những năng khiếu về ca hát, nhảy múa, đóng vai... và (3) Mặc dù có thần tượng là những ngôi sao, những người nổi tiếng trong xã hội nhưng HS THCS vẫn coi cha mẹ là thần tượng không thể thay thế của mình. HS THCS biết nhìn nhận và gìn giữ những giá trị đích thực trong cuộc sống mà vị trí và vai trò của cha mẹ đối với các em là không thể thay đổi.

Về ảnh hưởng của thần tượng với HS THCS Tp. Hồ Chí Minh, phần lớn học sinh thể hiện mối quan tâm với thần tượng của mình qua các hành vi giao tiếp gián tiếp (như: tìm hiểu thông tin về thần tượng, mua sách báo viết về thần tượng, theo dõi các hoạt động của thần tượng). Chỉ có một tỷ lệ nhỏ học sinh có biểu hiện quan tâm quá mức đến thần tượng (tham gia vào các forum của thần tượng, liên lạc với thần tượng qua thư, email, điện thoại...) và muốn bắt chước những đặc điểm bề ngoài của thần tượng. Phần lớn học sinh cho rằng thần tượng là tấm gương cho các em đặt mục đích học tập tốt, để cố gắng thành đạt như thần tượng và các em muốn nhìn vào thần tượng để rèn luyện bản thân theo những phẩm chất và tính cách của thần tượng. Học sinh nữ thích mua sản phẩm của thần tượng và mua sách báo về thần tượng nhiều hơn học sinh nam. Học sinh lớp 8 có thể hiện sự quan tâm thần tượng và chịu nhiều ảnh hưởng từ thần tượng nhiều hơn học sinh lớp 9. Và, học sinh trường ngoài công lập thể hiện sự quan tâm thần tượng nhiều hơn học sinh trường công lập.

Kiến nghị

Gia đình và nhà trường cần nhận thức được tầm quan trọng của việc có thần tượng đối với HS THCS. Cả gia đình và nhà trường nên coi việc giúp HS THCS hình thành nhu cầu có thần tượng là một trong những nhiệm vụ quan trọng của việc giáo dục nhân cách và đạo đức cho HS. Và không nên ngăn cấm học sinh có thần tượng. Vấn đề cần quan tâm ở đây là HS THCS cần có sự hướng dẫn, tư vấn và

giúp đỡ kịp thời trong việc lựa chọn thần tượng tốt, phù hợp tính cách của các em. Nếu HS THCS lựa chọn được thần tượng tốt thì sẽ giúp các em có định hướng đúng đắn trong việc hình thành tính cách, xu hướng hoạt động của bản thân và trở thành người công dân tốt của xã hội. Việc giáo dục HS THCS cách lựa chọn thần tượng đúng đắn không nên có tính chất giáo điều, dựa theo ý muốn chủ quan của nhà giáo dục hoặc cha mẹ, mà cần tạo điều kiện cho các em độc lập lựa chọn thần tượng cho mình dựa trên những quan điểm sống, tính cách và nhu cầu tâm lý của các em. Thần tượng của HS THCS đôi khi sẽ rất khác đối với quan điểm giáo dục của nhà giáo dục, của nhà trường và cả của cha mẹ nhưng điều quan trọng là dạy cho học sinh biết nhận xét, đánh giá những đặc điểm nhân cách của thần tượng để có thể rút kinh nghiệm cho việc trau dồi và hình thành tính cách cho bản thân các em.

Nhà trường là nơi có điều kiện rất tốt định hướng nhu cầu lựa chọn thần tượng của học sinh thông qua hình thức tổ chức các hoạt động chính khóa và ngoại khóa. Những buổi sinh hoạt tập thể vui tươi bổ ích sẽ thu hút được sự tham gia của thiếu niên cũng như cha mẹ các em.

Các phương tiện thông tin đại chúng là những công cụ đắc lực chuyển tải những thông điệp khiến cho HS THCS lựa chọn thần tượng của mình, vì vậy việc tạo điều kiện cho HS THCS tiếp xúc những phương tiện truyền thông này là điều cần thiết. Tuy nhiên mặt trái tác dụng của những phương tiện này, nhất là Internet cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến việc lựa chọn thần tượng của HS THCS. Vì vậy, việc kiểm soát sử dụng Internet và xem phim truyền hình ở HS THCS cũng là một trong những biện pháp mà nhà trường và gia đình cần phải áp dụng.

Nhà trường cũng cần thiết thành lập một phòng tư vấn tâm lý cho HS THCS, cho cha mẹ và thầy cô giáo của các em. Phòng tư vấn tâm lý này sẽ giúp học sinh, cha mẹ nhận diện, xác định và giải quyết những xung đột tâm lý xảy ra giữa học sinh với học sinh, học sinh với cha mẹ của mình, học sinh và thầy/cô giáo và nhờ đó góp phần nâng cao chất lượng sống cho học sinh, tạo được môi trường sư phạm an toàn, lành mạnh.

Tài liệu tham khảo

1. Côn, I. X., 1987, *Tâm lý học thanh niên*, Nxb. Trẻ, Tp. Hồ Chí Minh, trang 101 - 202.
2. Cruchetxki, V. A., 1978, *Những cơ sở tâm lý học sư phạm*, Nxb. Giáo dục, Tp. Hồ Chí Minh, trang 96 - 221.
3. Greene, R. B., 2000, *Duty: A Father, His Son, And The Man Who Won The War* William Morrow.

4. Maltby, J., Houran, M.A., & McCutcheon, L.E., 2003, A Clinical Interpretation of Atitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191, 25-29.

5. Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillethần tượng, R., Houran, J., & Ashe, D. (2004). Celebrity Worship using an adaptational-continuum model of personality and coping. *British Journal of Psychology*. 95, 411-428.

6. Petrovski A. V., 1982, Tâm lý học lứa tuổi và tâm lý học sư phạm, Nxb. Giáo dục, tập 2, trang 107 - 186.

7. Phạm Minh Hạc (chủ biên), Phạm Hoàng Gia, Lê Khanh, Trần Trọng Thủy, 1988, *Tâm lý học*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội, tập 1, 2, trang 58 - 80.

8. Vũ Dũng, 2000, *Từ điển tâm lý học*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.

9. http://vi.wikipedia.org.