

Khác biệt giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý với nhóm khách hàng của trung tâm tư vấn Linh Tâm – Csaga

Nguyễn Thị Lan

Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn
Luận văn Thạc sĩ ngành: Xã hội học; Mã số: 60.31.30
Người hướng dẫn: TS. Nguyễn Thị Vân Hạnh
Năm bảo vệ: 2013

Abstracts: Đánh giá nhu cầu của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm thông qua thực trạng về các chủ đề có mong muốn tham vấn tại trung tâm Linh Tâm. Mô tả thực trạng tham vấn tâm lý thông qua các chỉ báo: chân dung xã hội của đối tượng thực hiện tham vấn; nội dung tham vấn; thời lượng tham vấn và loại hình tham vấn. Chỉ rõ sự khác biệt giới trong nội dung, hình thức và thời lượng tham vấn. Đưa ra những khuyến nghị nhằm nâng cao hơn nữa khả năng đáp ứng của trung tâm với nhu cầu tham vấn tâm lý của khách hàng thực hiện tại trung tâm.

Keywords: Xã hội học; Khác biệt giới tính; Tham vấn tâm lý

Content

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

MỞ ĐẦU	1
1.Lý do chọn đề tài	1
2.Ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn	3
3.Tổng quan vấn đề nghiên cứu	3
4. Mục đích nghiên cứu	7
5. Nhiệm vụ nghiên cứu	7
6. Đối tượng khách thể phạm vi nghiên cứu	8
7. Câu hỏi nghiên cứu	9
8. Giả thuyết nghiên cứu	9
9.Phương pháp thu thập và xử lý thông tin	

1.1.Phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp	10
1.2. Phương pháp phỏng vấn sâu cá nhân	11
10.Khung phân tích	12
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN	13
1.1.Khái niệm công cụ	13
1.1.1.Nhu cầu	13
1.1.2.Giới	15
1.1.3. Vai trò giới	15
1.1.4. Tư vấn	16
1.1.5. Sức khỏe sinh sản	16
1.1.6. Kỹ năng sống	17
1.2.Các cách tiếp cận lý thuyết	17
1.2.1.Lý thuyết nhu cầu của Maslow	18
1.2.2. Lý luận về tham vấn tâm lý	22
1.2.3. Lý thuyết giá trị	30
CHƯƠNG 2: NHU CẦU VÀ THỰC TRẠNG THAM VẤN TÂM LÝ CỦA NHÓM KHÁCH HÀNG TIẾP CẬN DỊCH VỤ THAM VẤN TÂM LÝ TẠI TRUNG TÂM TƯ VẤN LINH TÂM	35
2.1. Nhu cầu tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm	35
2.1.1. Các lĩnh vực mong muốn được tham vấn	36
2.1.2. Khác biệt giới trong nhu cầu tham vấn	40
2.2. Thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm	46
2.2.1. Nội dung xã hội	46
2.2.2.1. Giới tính	46
2.2.2.2. Độ tuổi	48
2.2.2.3. Vùng miền cư trú	54
2.2.2. Nội dung tham vấn	56
2.2.2.1. Các nội dung trong chủ đề sức khỏe sinh sản	56

2.2.2.2. Các nội dung trong chủ đề tình yêu – hôn nhân – gia đình	64
2.2.2.3. Chủ đề nuôi dạy con cái	69
2.2.2.4. Chủ đề kỹ năng sống	74
2.2.2.5. Các chủ đề khác	77
2.2.3. Thời lượng tham vấn	80
2.2.4. Loại hình tham vấn	86
KẾT LUẬN	92
KHUYẾN NGHỊ	95
DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

"Tham vấn tâm lý là một trào lưu xã hội và ở những nước công nghiệp có nhịp sống và làm việc căng thẳng dễ gây stress, nghề này luôn được chú trọng. Đặt trong bối cảnh phát triển xã hội Việt Nam hiện nay, tốc độ phát triển xã hội nhanh nhưng không bền vững, tồn đọng nhiều vấn đề xã hội thì áp lực cuộc sống nhất là ở các thành phố lớn đè nặng lên mỗi cá nhân rất nhiều thì tầm quan trọng của tham vấn tâm lý càng thấy rõ rệt và người dân đã bắt đầu quen với các hoạt động tham vấn tâm lý". (PGS.TS Trần Thị Minh Đức). Tham vấn tâm lý là một hoạt động xã hội mà ở đó thể hiện rõ nét nhất, thực tế nhất những vấn đề xã hội mà mỗi giới gặp phải. Tuy nhiên những nghiên cứu về giới, nhất là sự khác biệt giới trong hoạt động này còn ít được nhiều người quan tâm đến.

Tìm hiểu vấn đề giới thông qua hoạt động tham vấn tâm lý giúp đưa ra cái nhìn khái quát hơn về tư tưởng, quan điểm,... sự tác động của môi trường, hoàn cảnh xã hội tới mỗi giới, từ đó bổ sung, đóng góp những tri thức về giới cho các ngành nghiên cứu về giới nói chung và xã hội học giới nói riêng. Những chủ đề, lĩnh vực được mỗi giới đề cập đến thông qua hoạt động tham vấn tâm lý đều thể hiện rõ nét những tâm tư, tình cảm, những băn khoăn của mỗi giới về các vấn đề mà họ đang gặp phải. Tìm hiểu có hệ thống và khái quát những nhu cầu và thực trạng hoạt động tham vấn tâm lý giúp có cái nhìn sâu sắc, toàn diện hơn về đời sống tinh thần của bản thân

mỗi cá nhân, góp phần giúp các nhà hoạch định chính sách có được sự đúng đắn và hiệu quả đối với mỗi chính sách xã hội mà họ đưa ra.

Xuất phát từ những lý do trên, tôi lựa chọn đề tài “**Khác biệt giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý với nhóm khách hàng của trung tâm tư vấn Linh Tâm – Csaga**” để không chỉ phát hiện sự khác nhau trong nhu cầu và thực trạng của mỗi giới đối với các lĩnh vực mà họ cần tham vấn tâm lý mà đề tài còn nhằm tìm hiểu các quan điểm, tâm tư, tình cảm của mỗi giới đối với mỗi chủ đề, lĩnh vực mà họ cần tham vấn.

2. Ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn.

- Ý nghĩa khoa học: Nghiên cứu khác biệt giới thông qua hoạt động tham vấn tâm lý góp thêm một cách cái nhìn khái quát hơn về sự khác biệt giới trong nhu cầu tham vấn tâm lý có thể bổ sung thêm tri thức cho khoa học nghiên cứu về giới, tâm lý và một số ngành khoa học xã hội khác.

- Ý nghĩa thực tiễn: Nghiên cứu thực hiện nhằm tìm hiểu một số khía cạnh trong hoạt động tham vấn tâm lý của trung tâm tư vấn Linh Tâm: các lĩnh vực tham vấn, thời lượng, cách thức tham vấn của đối tượng tham vấn để thấy được sự khác biệt của mỗi giới trong nhu cầu và cách tiếp cận tham vấn tâm lý, thấy được mối liên hệ giữa giới tính, độ tuổi với những lĩnh vực tham vấn tâm lý mà nhóm khách hàng có nhu cầu tham vấn, từ đó giúp trung tâm tư vấn có cái nhìn khái quát về nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý trong nhóm khách hàng của họ để có những biện pháp trang bị nguồn lực chất lượng và các phương tiện thực hiện tham vấn nhằm nâng cao hơn nữa khả năng đáp ứng của trung tâm với khách hàng.

3. Tổng quan vấn đề nghiên cứu.

4. Mục đích nghiên cứu.

Nghiên cứu hướng tới tìm hiểu chân dung xã hội của đối tượng có nhu cầu tham vấn tâm lý, tình cảm và tìm hiểu sự khác biệt giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý, thông qua sự khác biệt trong nội dung tham vấn, thời lượng tham vấn, hình thức tham vấn của mỗi giới, mỗi độ tuổi. Từ đó giúp các nhà tham vấn tâm lý hiểu rõ hơn nhu cầu tham vấn tâm lý và hình thức tiếp cận tham vấn tâm lý ở mỗi giới thực hiện. Trên cơ sở đó đề tài đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao khả năng đáp ứng của trung tâm với nhu cầu của khách hàng.

5. Nhiệm vụ nghiên cứu.

- Đánh giá nhu cầu của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm thông qua thực trạng về các chủ đề có mong muốn tham vấn tại trung tâm Linh Tâm.
- Mô tả thực trạng tham vấn tâm lý thông qua các chỉ báo: chân dung xã hội của đối tượng thực hiện tham vấn; nội dung tham vấn; thời lượng tham vấn và loại hình tham vấn.
- Chỉ rõ sự khác biệt giới trong nội dung, hình thức và thời lượng tham vấn
- Đưa ra những khuyến nghị nhằm nâng cao hơn nữa khả năng đáp ứng của trung tâm với nhu cầu tham vấn tâm lý của khách hàng thực hiện tại trung tâm.

6. Đối tượng, khách thể, phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Khác biệt giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý với nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm tư vấn Linh Tâm – Csaga.
- Khách thể nghiên cứu:
 - Nhân viên tham vấn
 - Nội dung nhật ký tham vấn

Do những quy định bảo mật về danh tính khách hàng tại trung tâm tư vấn mà việc tiếp cận trực tiếp các thân chủ/khách hàng của trung tâm rất hạn chế. Vì vậy trong phạm vi của đề tài chỉ nghiên cứu trên khách thể là nhân viên tham vấn tâm lý và nội dung nhật ký tham vấn – tài liệu/phần mềm lưu trữ thông tin về khách hàng và các ca tham vấn tâm lý của khách hàng tại trung tâm Linh Tâm.

- Phạm vi nghiên cứu:
 - + Nội dung nghiên cứu: Chân dung xã hội, nhu cầu tham vấn và thực trạng tham vấn của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm có thể được mô tả trên nhiều khía cạnh. Nhưng do hạn chế trong cách tiếp cận khách thể nghiên cứu và đảm bảo danh tính khách hàng của trung tâm nên đề tài chỉ đi sâu tìm hiểu và mô tả:

- Chân dung xã hội của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm qua các đặc trưng về giới tính, độ tuổi, vùng miền.
- Nhu cầu tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm qua thực trạng các chủ đề tham vấn và tìm ra sự khác biệt giới trong nhu cầu tham vấn của đối tượng.
- Thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm trên các chiều cạnh: nội dung tham vấn, thời lượng tham vấn; hình thức tiếp cận dịch vụ

tham vấn. Từ đó tìm ra sự khác biệt của mỗi giới trong thực trạng tham vấn của nhóm khách hàng tại trung tâm.

+ Địa bàn nghiên cứu: Trung tâm tư vấn Linh Tâm – CSAGA – Nhà A9 – Đường Cốm Vòng – Dịch Vọng – Cầu Giấy – Hà Nội

+ Thời gian: 3/2013 – 4/2013

- Mẫu nghiên cứu: 800 ca tham vấn qua điện thoại và 200 ca tham vấn trực tuyến được ghi từ ngày 1/3/2013 đến ngày 7/4/2013.

7. Câu hỏi nghiên cứu:

- Nhóm khách hàng đã tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm có nhu cầu tham vấn tâm lý như thế nào?
- Đối tượng thường tham vấn tâm lý với những nội dung gì? Thời lượng tham vấn và loại hình tham vấn mà họ thực hiện như thế nào?
- Có sự khác biệt về giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm hay không?

8. Giả thuyết nghiên cứu.

- Nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm có nhu cầu mong muốn được tham vấn tâm lý ở nhiều nội dung tham vấn khác nhau nhưng tập trung ở chủ đề sức khỏe sinh sản và tình yêu – hôn nhân – gia đình.
- Nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý của trung tâm đã thực hiện tham vấn ở nhiều chủ đề khác nhau với những hình thức và thời lượng khác nhau.
- Trong nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm thì nữ giới có xu hướng sử dụng tham vấn tâm lý qua điện thoại còn nam giới có xu hướng sử dụng tham vấn trực tuyến.

9. Phương pháp thu thập và xử lý thông tin.

9.1. Phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp.

Tài liệu được phân tích bao gồm nhật ký tham vấn, các tài liệu liên quan đến trung tâm tư vấn Linh Tâm – Csaga và các tài liệu chuyên ngành khoa học xã hội liên quan đến nghiên cứu.

Các tài liệu khác liên quan đến quá trình xây dựng trung tâm tư vấn Linh Tâm và các tài liệu chuyên ngành khoa học xã hội khác cũng được phân tích phục vụ cho nghiên cứu.

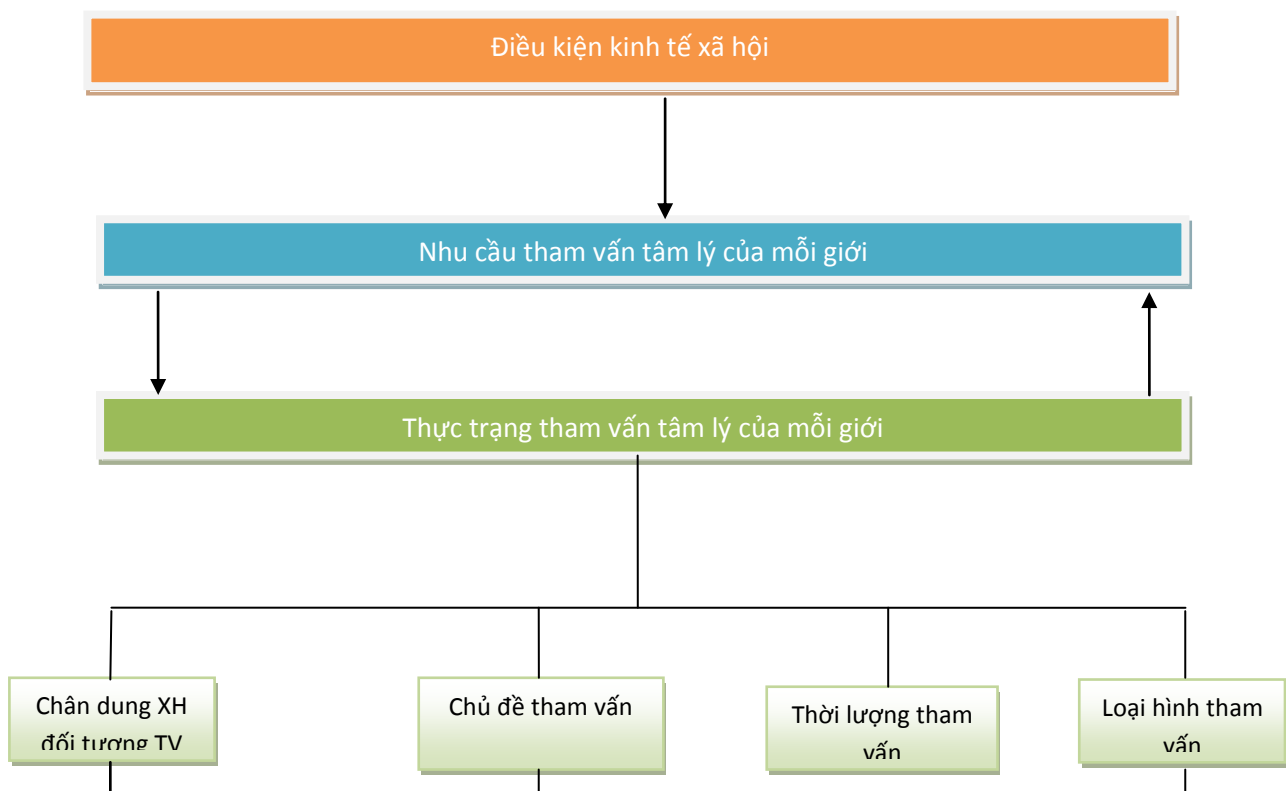
9.2. Phương pháp phỏng vấn sâu cá nhân.

Mục đích phỏng vấn sâu: Tìm kiếm thêm những thông tin định tính liên quan đến những khác biệt trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý với nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm mà nội dung trong nhật ký tham vấn của trung tâm chưa thể hiện được.

Đối tượng được phỏng vấn: Nhân viên tham vấn tại trung tâm
Nội dung phỏng vấn liên quan đến các vấn đề nhu cầu tham vấn tâm lý của mỗi giới, các chủ đề mà mỗi giới có nhu cầu tham vấn, thời lượng tham vấn và hình thức tham vấn của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm.

Số lượng phỏng vấn: Do số lượng nhân viên tham vấn của trung tâm không nhiều nên đề tài chỉ thực hiện 3 phỏng vấn sâu đối với 3 nhân viên tham vấn phụ trách tham vấn các lĩnh vực: sức khỏe sinh sản – giới tính và tâm lý – tình cảm.

10. Khung phân tích.



6.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

1.1. Khái niệm công cụ.

1.1.1. Nhu cầu.

1.1.2. Giới.

1.1.3 Vai trò giới.

1.1.4. Tư vấn.

1.1.5. Sức khỏe sinh sản.

1.1.6. Kỹ năng sống.

1.2. Các cách tiếp cận lý thuyết.

Các lý thuyết mà đề tài tiếp cận là: Lý thuyết nhu cầu của Maslow, lý luận về tham vấn tâm lý và lý thuyết về giá trị.

1.2.1 Lý thuyết nhu cầu của Maslow.

Hệ thống cấp bậc nhu cầu của Maslow thường được thể hiện dưới dạng một hình kim tự tháp, các nhu cầu ở bậc thấp thì càng xếp phía dưới.

Năm 1943, ông đã phát triển một trong các lý thuyết mà tầm ảnh hưởng của nó được thừa nhận rộng rãi và được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm cả lĩnh vực giáo dục. Đó là lý thuyết về Thang bậc nhu cầu (*Hierarchy of Needs*) của con người. Trong lý thuyết này, ông sắp xếp các nhu cầu của con người theo một hệ thống trật tự cấp bậc, trong đó, các nhu cầu ở mức độ cao hơn muốn xuất hiện thì các nhu cầu ở mức độ thấp hơn phải được thỏa mãn trước.[12]

Sự hiểu biết về thứ bậc nhu cầu của Maslow giúp nhà tham vấn xác định được những nhu cầu nào trong hệ thống thứ bậc nhu cầu còn chưa được thỏa mãn tại thời điểm hiện tại, đặc biệt là các nhu cầu tâm lý của thân chủ, nhận ra khi nào thì những nhu cầu cụ thể của thân chủ chưa được thỏa mãn và cần đáp ứng. Qua lý thuyết nhu cầu của Maslow, nhà tham vấn đã hiểu được con người có nhiều nhu cầu khác nhau bao gồm cả nhu cầu vật chất và nhu cầu tinh thần. Ai cũng cần được yêu thương, được thừa nhận, được tôn trọng, cảm giác an toàn, được phát huy bản ngã,.. Do đó trong việc trợ giúp cho thân chủ nhà tham vấn không chỉ trợ giúp thân chủ thỏa mãn nhu cầu sinh lý cơ bản mà cao hơn nữa phải tập trung trợ giúp cho thân chủ nhằm giúp thân chủ thỏa mãn các nhu cầu tinh thần để sống lành mạnh hơn. Nhà tham vấn sử dụng thuyết nhu cầu để giúp đỡ thân chủ thỏa mãn các nhu cầu của họ. Điều này có nghĩa là nhà tham vấn làm việc với thân chủ để giúp họ xác định các hành động có thể thực hiện được để thay đổi tình huống và tập trung vào các vấn đề tình cảm có thể đang cản trở thân chủ trong việc thỏa mãn nhu cầu của chính họ. Trong một số trường hợp, thân chủ không có khả năng thỏa mãn các nhu cầu cơ bản, việc kết nối họ với các nguồn lực là hoàn toàn hợp lý nhưng đây là công việc của nghề công tác xã hội.

Còn nhà tham vấn tăng cường năng lực cho thân chủ bằng cách lắng nghe thân chủ, chú ý đến các nhu cầu tinh thần của thân chủ và giúp thân chủ hiểu được các tiềm năng của mình, sử dụng các tiềm năng đó để vượt lên nấc thang nhu cầu cao hơn.

1.2.2. Lý luận về tham vấn tâm lý.

Theo tác giả Bùi Thị Xuân Mai, “Tham vấn là một hoạt động mà nhà chuyên môn, bằng kiến thức hiểu biết và kỹ năng nghề nghiệp của mình, thấu hiểu những cảm xúc, suy nghĩ, hành vi của đối tượng (cá nhân, gia đình, nhóm), giúp họ khai thác nguồn lực, tiềm năng cho quá trình giải quyết vấn đề của mình”.

PGS.TS. Trần Thị Minh Đức định nghĩa tham vấn là một quá trình tương tác giữa nhà tham vấn – người có chuyên môn và kỹ năng tham vấn – với thân chủ (còn được gọi là khách hàng) – người đang có vấn đề khó khăn về tâm lý cần được giúp đỡ. Thông qua sự trao đổi, chia sẻ thân mật, tâm tình (dựa trên những nguyên tắc đạo đức và mối quan hệ mang tính nghề nghiệp), thân chủ hiểu và chấp nhận thực tế của mình, tự tìm lấy tiềm năng bản thân để giải quyết vấn đề của chính mình.

Từ những định nghĩa khác nhau về tham vấn tâm lý đã trình bày ở trên, chúng tôi rút ra định nghĩa chung làm khái niệm công cụ để tiến hành nghiên cứu như sau: tham vấn tâm lý là một quá trình phát triển, trong đó người tham vấn cung cấp cho khách hàng sự hướng dẫn, động viên, khuyến khích, sự thách thức và nguồn cảm hứng để họ giải quyết vấn đề của cá nhân, nhằm đạt được mục đích đề ra và tự nhận ra bản thân họ. Hay nói cách khác, tham vấn tâm lý là quá trình tạo khả năng cho một người để họ có thể phân tích được vấn đề và có được quyết định ảnh hưởng đến cuộc sống của họ.

Tham vấn tâm lý là một khái niệm tuy không còn là vấn đề mới mẻ tại Việt Nam song hiện nay vẫn còn nhiều sự nhầm lẫn trong việc sử dụng khái niệm “tham vấn” và “tư vấn” của đông đảo các tầng lớp. Do quen với thuật ngữ “tư vấn” được hiểu gần như với khái niệm “tham vấn” mà nhiều người/trung tâm vẫn đặt tên là “tư vấn tâm lý – tình cảm” và vẫn sử dụng “tư vấn” là cách gọi cho hình thức tham vấn tâm lý của họ. Bản chất của các trung tâm tư vấn tâm lý – tình cảm hiện nay là sử dụng các phương pháp: lắng nghe, chia sẻ, thấu hiểu hoàn cảnh/tình huống của đối tượng có nhu cầu tham vấn dựa trên những kiến thức chuyên môn về các vấn đề tâm lý để giúp thân chủ hiểu rõ tình trạng, hoàn cảnh của họ và

đưa ra những hướng giải quyết phù hợp để thân chủ lựa chọn. Đây là hình thức tham vấn tâm lý chứ không chỉ đơn thuần là tư vấn tâm lý song do quen với cách gọi trên mà nhiều trung tâm thực chất làm công việc tham vấn tâm lý những vẫn sử dụng “tư vấn” là tên gọi cho công việc/trung tâm của họ.

1.2.3. Lý thuyết “Giá trị”.

Có nhiều cách tiếp cận khái niệm giá trị trong xã hội học: cách tiếp cận lựa chọn duy lý, lựa chọn hợp lý,...

Một cách chung nhất, theo góc độ xã hội học, thuật ngữ giá trị có thể quy vào những mối quan tâm, thích thú, những ưa thích, những bồn phận, ước muốn, nhu cầu, những ác cảm, lôi cuốn và nhiều hình thái khác nữa của định hướng lựa chọn. Nó có chức năng hướng dẫn và lựa chọn cho hành vi của cá nhân.

Mỗi xã hội đều có những giá trị riêng về văn hóa, lối sống mà trong đó các cá nhân luôn hướng mình hành động theo những giá trị đó. Việc giải tỏa các vướng mắc trong tinh thần của mỗi cá nhân thông qua một chủ thể khác một mặt vừa là tâm lý chung của con người – khi gặp khó khăn luôn tìm đến đồng loại để được trợ giúp, mặt khác nó cũng chính là việc thực hiện theo giá trị xã hội của cá nhân - tìm đến những nơi tin tưởng để sẻ chia. Trong đề tài này, việc cá nhân tìm đến trung tâm để được tham vấn tâm lý nhằm tháo gỡ những vướng mắc của mình được xem như là một giá trị về tinh thần của cá nhân, tìm đến cộng đồng để giải quyết những vướng mắc trong cuộc sống.

CHƯƠNG 2. NHU CẦU VÀ THỰC TRẠNG THAM VẤN TÂM LÝ CỦA NHÓM KHÁCH HÀNG TIẾP CẬN DỊCH VỤ THAM VẤN TÂM LÝ TẠI TRUNG TÂM TƯ VẤN LINH TÂM

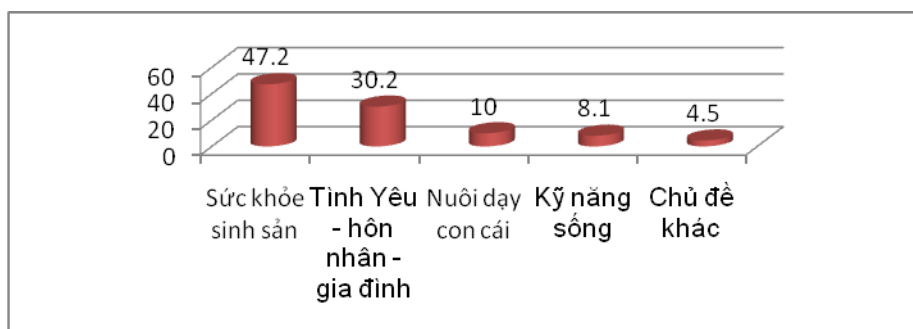
2.1. Nhu cầu tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm tư vấn Linh Tâm.

Nhu cầu tham vấn tâm lý của mỗi giới được thể hiện trên nhiều nội dung, khía cạnh trong hoạt động tham vấn tâm lý. Tuy nhiên xuất phát từ phạm vi nghiên cứu của đề tài mà báo cáo chỉ phân tích nhu cầu tham vấn tâm lý của đối tượng khách thể là **nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm** dựa trên những thực trạng tham vấn về nội dung (chủ đề tham vấn) mà đối tượng thực hiện tham vấn tại trung tâm Linh Tâm.

2.1.1. Các lĩnh vực mong muốn được tham vấn.

Qua khảo sát các ca tham vấn tâm lý qua điện thoại và các ca tham vấn tâm lý trực tuyến cho thấy nhu cầu mong muốn được tham vấn của nhóm khách hàng tại trung tâm rất đa dạng. Các chủ đề tham vấn tâm lý chủ yếu mà nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn của trung tâm là các chủ đề: sức khỏe sinh sản; Tình yêu – hôn nhân – gia đình; nuôi dạy con cái; kỹ năng sống và các chủ đề khác

Biểu đồ 2.1: Các chủ đề tham vấn của nhóm khách hàng tại trung tâm tư vấn Linh Tâm



Nguồn: Trung tâm tư vấn Linh Tâm, Nhật ký tham vấn 3.2013-4.2013.

Qua thực trạng về các chủ đề tham vấn tâm lý của trung tâm có thể thấy nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm có nhu cầu tham vấn tâm lý ở nhiều lĩnh vực, vấn đề xã hội khác nhau nhưng tập trung chủ yếu ở các chủ đề sức khỏe sinh sản và tình yêu – hôn nhân – gia đình. Ở các chủ đề khác: Nuôi dạy con cái hay kỹ năng sống ... là những chủ đề mà nhóm khách hàng đã tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm ít có nhu cầu tham vấn hơn

2.1.2. Khác biệt giới trong nhu cầu tham vấn.

Qua phân tích số liệu cũng cho thấy có sự không cân bằng về giới tính trong nhóm khách hàng thực hiện tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm và ở mỗi giới lại có sự khác nhau trong nhu cầu tham vấn về các nội dung mà họ mong muốn được tham vấn. Trong tổng số các ca tham vấn được khảo sát có 58,3% các ca tham vấn tâm lý của nữ giới và 47,1% các ca tham vấn là của nam giới.

Bảng 2.1: Mối liên quan giữa giới tính và chủ đề tham vấn của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm.

Giới tính Chủ đề tham vấn	Nam		Nữ	
	Tần số	Tần suất	Tần số	Tần suất
Sức khỏe sinh sản	253	60,7	219	37,6
Tình yêu-hôn nhân-gia đình	102	24,5	200	34,4
Nuôi dạy con cái	17	4,1	83	14,2
Kỹ năng sống	31	7,4	50	8,6
Chủ đề khác	14	3,4	31	5,3
Tổng	417	100	583	100

Qua thực trạng về các chủ đề được nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm đã phân tích như trên đã phản ánh nhu cầu mong muốn được tham vấn tâm lý của họ. Nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm có nhu cầu mong muốn được tham vấn ở các chủ đề: Sức khỏe sinh sản, Tình yêu – hôn nhân – gia đình; Nuôi dạy con cái; Kỹ năng sống và một số chủ đề khác nhưng tập trung chủ yếu là các chủ đề cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, chủ đề tình yêu – hôn nhân thể hiện nhu cầu muốn được tham vấn tại trung tâm Linh Tâm của nhóm khách hàng là nhiều nhất trong chủ đề sức khỏe sinh sản và tình yêu – hôn nhân - gia đình. Các nhóm chủ đề kỹ năng sống, nuôi dạy con cái và một số chủ đề khác là các các chủ đề mà nhóm khách hàng ít có nhu cầu tham vấn tâm lý hơn. Trong đó có sự khác biệt giữa nam và nữ trong nhu cầu mong muốn được tham vấn tâm lý của họ tại trung tâm. Về cơ bản, nữ giới có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới và có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới ở hầu hết các chủ đề tham vấn. Ngược lại nam khách hàng có nhu cầu tham vấn về sức khỏe sinh sản nhiều hơn nữ khách hàng. Sở dĩ có những sự khác biệt giới trong nhu cầu tham vấn tâm lý về các chủ đề này của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tại trung tâm là do sự khác biệt về giới tính và sự khác biệt về vai trò giới, vị thế giới mà xã hội quy định cho họ

2.2. Thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm tư vấn Linh Tâm.

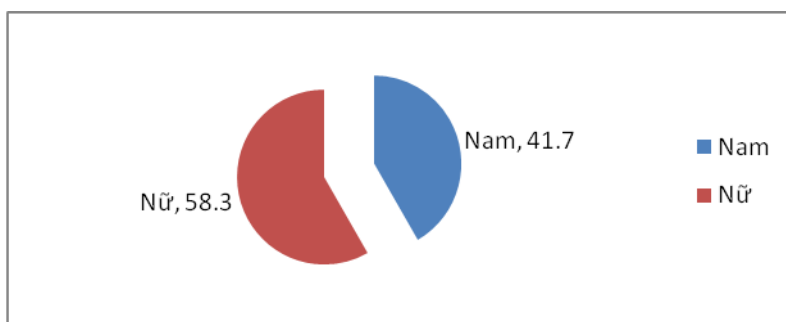
Thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm có thể thể hiện ở nhiều khía cạnh, nhiều nội dung khác nhau, tuy nhiên do hạn chế trong việc tiếp cận thông tin từ thân chủ/đối tượng tham vấn mà phạm vi đề tài chỉ tìm hiểu thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn thông qua các lĩnh vực tham vấn, thời lượng tham vấn và loại hình tham vấn mà khách hàng đã thực hiện khi tiếp cận dịch vụ tham vấn của trung tâm Linh Tâm. Do đó trong mục này, báo cáo tập trung làm rõ thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng thông qua những chỉ báo: chân dung xã hội của đối tượng tham vấn; nội dung tham vấn; thời lượng tham vấn và loại hình tham vấn.

2.1.1. Chân dung xã hội.

2.1.1.1. Giới tính.

Qua phân tích số liệu cho thấy nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm có cơ cấu giới tính và cơ cấu độ tuổi không đồng đều nhau. Trong tổng số các ca tham vấn được khảo sát thì có 58,3 ca tham vấn của nữ giới, trong khi đó các ca tham vấn của nam giới là 41,7%. Có sự khác nhau trong cơ cấu giới tính của nhóm khách hàng trong việc tham vấn tâm lý tại trung tâm là do sự khác nhau trong nhu cầu tham vấn của mỗi giới. Do sự khác nhau trong đặc trưng giới tính và các vai trò giới mà xã hội quy định đối với mỗi giới mà nhu cầu tham vấn tâm lý của nam giới và nữ giới khác nhau, theo đó việc thực hiện tham vấn tâm lý của mỗi giới cũng khác nhau.

Biểu đồ 2.2: Cơ cấu giới tính trong nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm .

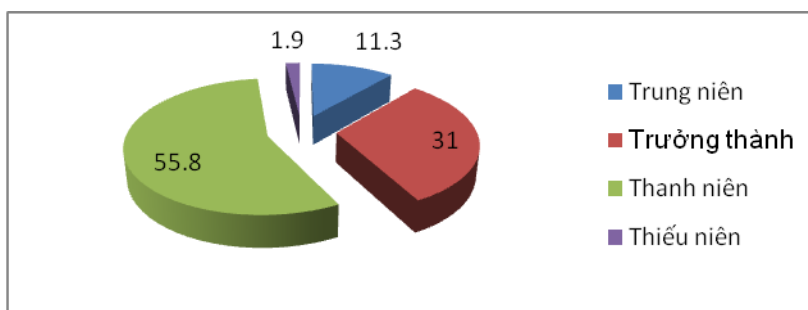


Qua khảo sát các số liệu cho thấy, trong việc thực hiện tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tại trung tâm tư vấn Linh Tâm đã có sự khác biệt trong việc thực hiện tham vấn tâm lý của mỗi giới. Nữ giới thực hiện tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới. Có sự khác nhau này là do nữ giới có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới.

2.1.1.2. Độ tuổi.

Qua phân tích số liệu cũng cho thấy có sự không đồng đều trong độ tuổi của đối tượng cần tham vấn. Đa phần thanh niên trong độ tuổi từ 15- 25 có nhu cầu tham vấn nhiều hơn các độ tuổi khác, chiếm 55,8% trong tổng số các ca tham vấn. Độ tuổi thực hiện tham vấn tâm lý qua trung tâm tư vấn Linh Tâm đứng thứ 2 là những người trong độ tuổi trưởng thành (26t – 40t), chiếm 31% trong tổng số các ca tham vấn tâm lý. Qua phân tích số liệu cho thấy, sự có mặt của những người trong độ tuổi trung niên chiếm 11,3% trong tổng số các ca tham vấn tâm lý. Khảo sát số liệu về các ca tham vấn tâm lý tại trung tâm tư vấn Linh Tâm thì chỉ có 1,9% số người trong độ tuổi thiếu niên (11t – 14t) tham gia tham vấn tâm lý.

Biểu đồ 2.3: Cơ cấu độ tuổi của nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm.



Nguồn: Trung tâm tư vấn Linh Tâm, Nhật ký tham vấn 3.2013-4.2013

Qua phân tích số liệu cũng cho thấy có sự khác nhau giữa nam giới và nữ giới ở các độ tuổi của đối tượng tham gia tham vấn tâm lý. Trong 417 nam giới thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm thì có 54,9% nam giới ở độ tuổi thanh niên, 29,7% nam giới trong độ

tuổi trưởng thành và 11,8% trong độ tuổi trung niên. Chỉ có 3,6% thiếu niên là nam giới thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm. Trong tổng số nữ giới thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm thì có 56,4% nữ giới trong độ tuổi thanh niên, 29,7% nữ giới trong độ tuổi trưởng thành và 11% nữ giới trong độ tuổi trung niên. Các em nữ trong độ tuổi thiếu niên tham gia tham vấn tâm lý rất ít, chỉ chiếm 0,7% trong tổng số nữ giới tham gia tham vấn tâm lý tại trung tâm.

Bảng 2.2 *Mối liên quan giữa giới tính và độ tuổi của nhóm khách hàng thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm*

Đơn vị: %

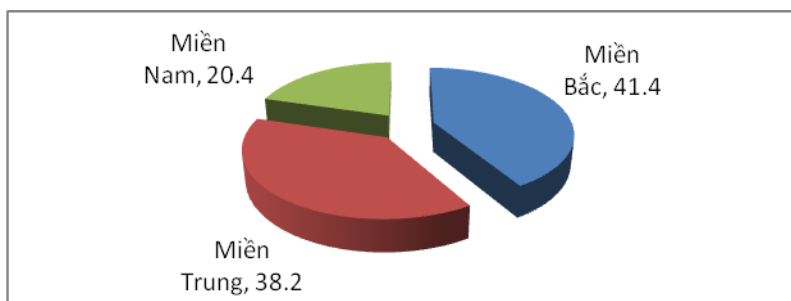
Độ tuổi Giới tính	Thiếu niên	Thanh niên	Trưởng thành	Trung niên	Tổng
Nam	3,6	54,9	29,7	11,8	100
Nữ	0,7	56,4	31,9	11	100

Như vậy đã có sự khác nhau về nam giới với nữ giới đối với các độ tuổi của nhóm khách hàng tham gia tham vấn. Nữ giới trong độ tuổi thanh niên có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới cùng độ tuổi. Có sự cân bằng trong nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý của nam giới và nữ giới trong độ tuổi trưởng thành. Trong các độ tuổi thiếu niên và trung niên thì nhu cầu và việc thực hiện tham vấn tâm lý của nam giới nhiều hơn nữ giới. . Do đặc trưng tâm lý và hoàn cảnh xã hội tác động tới mỗi độ tuổi, lứa tuổi khác nhau mà ở mỗi lứa tuổi có sự khác nhau về nhu cầu và tần suất thực hiện tham vấn tâm lý, trong đó độ tuổi thanh niên có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý nhiều nhất, tiếp đến là độ tuổi trưởng thành và sau cùng là lứa tuổi thiếu niên. Sự đa dạng trong độ tuổi, giới tính của đối tượng có nhu cầu tham vấn và tham gia tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm tạo nên sự đa dạng trong nội dung, hình thức tham vấn trong hoạt động tham vấn tâm lý.

2.1.1.3. Vùng miền cư trú.

Linh Tâm là trung tâm tư vấn về tình yêu, giới tính, sức khỏe sinh sản... được nhiều người ở khắp đất nước biết đến. Do đó đối tượng tham vấn của Linh Tâm qua tham vấn cũng đa dạng và có nơi cư trú trên khắp mọi miền tổ quốc. Mọi người trên khắp địa bàn của tổ quốc, từ rừng núi, vùng sâu vùng xa đến hải đảo đều có thể gọi điện đến tổng đài để tham vấn. Qua phân tích số liệu của gần 500 số điện thoại cố định gọi điện tổng đài Linh Tâm cho thấy đối tượng tham vấn của trung tâm có mặt trên khắp ba miền Bắc, Trung, Nam của đất nước. Trong đó, các số điện thoại bàn gọi đến tổng đài có mã vùng của các tỉnh miền Bắc chiếm số lượng nhiều nhất trong tổng số các cuộc điện thoại gọi đến tham vấn, (41,4 %); các số điện thoại gọi đến tổng đài có mã vùng của các tỉnh miền Trung và miền Nam lần lượt chiếm 38,2 % và 20,4 % trong tổng số các ca tham vấn.

Biểu đồ 2.4: Cơ cấu vùng miền cư trú của đối tượng tham vấn



Như vậy, trong hoạt động tham tâm lý vấn đã có sự khác nhau trong các đặc trưng của thành phần tham gia tham vấn. Nữ giới có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới, những người trong độ tuổi thanh niên tham gia tham vấn nhiều hơn nhiều lần so với những người trong độ tuổi khác. Đối tượng có nhu cầu tham vấn ở những vùng miền khác nhau, trong đó miền Bắc chiếm số lượng người có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều nhất. Có sự khác nhau trong giới tính của mỗi độ tuổi tham gia tham vấn nhưng nhìn chung, nữ giới vẫn có số lượng chiếm ưu thế hơn nam giới. Nữ giới có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn vì họ bị định kiến giới gán cho quá nhiều trách nhiệm, vai trò, thiên chức họ phải đảm trách, phải thực hiện đối với gia đình và xã hội. Những vai trò, trách nhiệm họ phải làm tròn cùng áp lực từ gia đình, cộng đồng và ngay cả chính trong bản thân họ khiến phụ nữ là đối tượng dễ bị tổn thương tâm lý nhất. Về cơ cấu độ tuổi thì những người trong độ tuổi

thanh niên cũng có nhiều vấn đề nảy sinh hơn những người trong độ tuổi khác nên có nhu cầu tham gia tham vấn tâm lý nhiều hơn. Điều này cho thấy sự khác biệt rõ ràng trong những khó khăn về tâm lý, tinh thần mà mỗi giới, mỗi lứa tuổi thường hay gặp phải. Đồng nghĩa với nó là nhu cầu cần và thực hiện việc giải tỏa tình thần, tháo gỡ những khúc mắc trong tâm lý của mỗi giới, mỗi độ tuổi cũng có sự khác nhau rõ rệt.

2.2.2. Nội dung tham vấn

2.2.2.1. Các nội dung trong chủ đề sức khỏe sinh sản.

Chủ đề sức khỏe sinh sản được tập trung phân tích trong báo cáo bao gồm các nội dung : cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, CSSKSS bà mẹ trước và sau sinh, CSSKSS vị thành niên và kiến thức sinh sản.

Bảng 2.3: Mối liên hệ giữa giới tính và các nội dung tham vấn trong chủ đề sức khỏe sinh sản

Đơn vị: Tần số: Ca tham vấn. Tần suất: %

Giới tính Chủ đề tham vấn	Nam		Nữ	
	Tần số	Tần suất	Tần số	Tần suất
Cách thức QHTD và TDAT	145	57,3	82	37,4
CSSK bà mẹ trước và sau sinh	15	5,9	46	21
CSSKSS VTN	56	22,2	32	14,6

Kiến thức sinh sản	37	14,6	59	27
Tổng	253	100	219	100

Nguồn: Trung tâm tư vấn Linh Tâm, Nhật ký tham vấn 3.2013-4.2013.

Như vậy trong chủ đề sức khỏe sinh sản – chủ đề chiếm số lượng các ca tham vấn nhiều nhất (427 ca tham vấn) trong tổng số các ca tham vấn – đã có sự khác biệt rõ nét về đặc trưng giới tính của thành phần tham gia tham vấn. Việc thực hiện tham vấn về các nội dung liên quan đến các nội dung cách thức quan hệ tình dục - tình dục an toàn và CSSKSS vị thành niên thì sự có mặt của nam giới nhiều hơn nữ giới. Ngược lại nữ giới thực hiện tham vấn về các nội dung liên quan đến CSSK bà mẹ trước và sau sinh, kiến thức sinh sản nhiều hơn nam giới. Rõ ràng, ngay trong cùng một lĩnh vực tham vấn thì việc thực hiện tham vấn của nhóm khách hàng tiếp cận dịch vụ tham vấn tâm lý tại trung tâm đã có sự khác nhau giữa nam giới và nữ giới đối với các nội dung mà họ đã thực hiện tham vấn.

2.2.2.2. Các nội dung trong chủ đề Tình yêu – hôn nhân – gia đình.

Chủ đề trong lĩnh vực tình yêu – hôn nhân – gia đình được phân tích trong báo cáo bao gồm 2 nội dung nhỏ: tình yêu - hôn nhân và mối quan hệ trong gia đình.

Bảng 2.4 : Mối liên quan giữa giới tính và các nội dung trong chủ đề tình yêu – hôn nhân – gia đình.

Đơn vị: Tần suất: Ca tham vấn; Tần số: %

Giới tính \ Chủ đề	Nam		Nữ	
	Tần số	Tần suất	Tần số	Tần suất
Tình yêu – hôn nhân	62	60,7	140	70
Mối quan hệ trong gia đình	40	39,3	60	30
Tổng	102	100	200	100

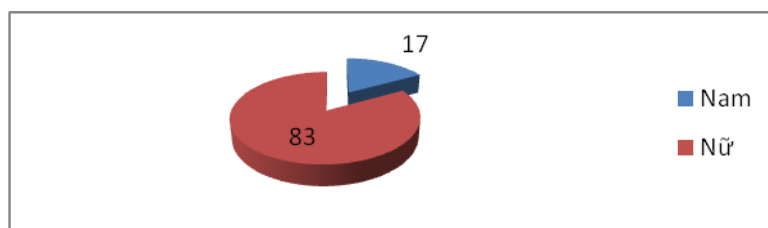
Tình yêu – hôn nhân – gia đình là chủ đề chiếm số lượng các ca tham vấn đứng thứ 2, sau chủ đề sức khỏe sinh sản trong tổng số các ca tham vấn được khảo sát. Đến chủ đề này, cơ cấu giới tính của thành phần tham gia tham vấn đã có sự thay đổi so với chủ đề trước đó. Nữ giới thực hiện tham vấn tâm lý về tình yêu – hôn nhân nhiều hơn nam giới. Ở

mỗi giai đoạn của phát triển của tình cảm đôi lứa, từ tình yêu đến hôn nhân rồi thành vợ, thành chồng của nhau, mỗi giới đều có những tác động nhất định từ ngoại cảnh và không tránh khỏi những phiến toái tinh thần tuy nhiên phụ nữ vẫn là đối tượng chịu tác động từ ngoại cảnh mạnh và chịu sự tổn thương tâm lý nhiều hơn cả. Do đó mà phụ nữ luôn là đối tượng có nhu cầu tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới trong các mối quan hệ về tình yêu, tình cảm gia đình. Sở dĩ có sự khác biệt này giữa hai giới một phần là do khác biệt về đặc trưng giới tính, phần nữa là do khác biệt về vai trò, trách nhiệm mà xã hội gán cho mỗi giới trong quá trình phát triển, hoàn thiện bản thân và phấn đấu cho định hướng giá trị cuộc sống của mình.

2.2.2.3. *Chủ đề nuôi dạy con cái.*

Qua phân tích số liệu thu thập được cho thấy có sự chênh lệch về giới tính của đối tượng tham gia tham vấn trong chủ đề nuôi dạy con cái. Trong tổng số các ca tham vấn tâm lý mà nữ giới thực hiện, chiếm 83% trong tổng số các ca tham vấn tâm lý của nữ giới. Trong khi đó, cũng trong chủ đề này chỉ có 17% ca tham vấn của nam giới trong tổng số các ca tham vấn tâm lý của nam giới. Điều này cho thấy trong chủ đề nuôi dạy con cái đã có sự khác nhau về việc thực hiện tham vấn tâm lý của mỗi giới, nữ giới thực hiện tham vấn tâm lý nhiều hơn nam giới.

Biểu đồ 2.7 : Cơ cấu giới tính trong chủ đề nuôi dạy con cái



Nguồn: Trung tâm tư vấn Linh Tâm, Nhật ký tham vấn 3.2013-4.2013.

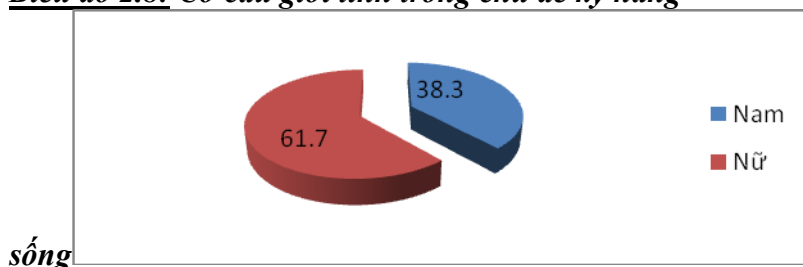
Qua khảo sát số liệu 100 ca tham vấn tâm lý về chủ đề nuôi dạy con cái và những phân tích trên cho thấy có sự chênh lệch khá lớn trong cơ cấu giới tính của đối tượng tham gia tham vấn tâm lý. Nữ giới có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý về nuôi dạy con cái nhiều hơn nam giới. Có sự khác biệt này trong mỗi giới về nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý về vấn đề nuôi dạy con cái là do sự khác biệt trong các đặc trưng tâm lý giới tính và vai trò, trách nhiệm từ gia đình và xã hội đặt cho mỗi giới. Thiên chức sinh thành và nuôi dưỡng, chăm sóc, bồi đắp tâm hồn cho con cái chính là người phụ nữ, người vợ, người mẹ trong gia đình. Đây là một trong những yếu tố hình

thành nên sự khác biệt trong nhận thức, suy nghĩ, nhu cầu và hành vi thực hiện tham vấn tâm lý của mỗi giới với chủ đề nuôi dạy con cái.

2.2.2.4. Chủ đề kỹ năng sống.

Qua xử lý số liệu cho thấy trong tổng số các ca tham vấn tâm lý của nữ giới thì có 50 (61,7%) ca tham vấn tâm lý của nữ giới về chủ đề kỹ năng sống, trong đó chỉ có 31 (38,3%) ca tham vấn của nam về chủ đề này trong tổng số các ca tham vấn tâm lý của nam tại trung tâm.

Biểu đồ 2.8: Cơ cấu giới tính trong chủ đề kỹ năng sống



Qua phân tích số liệu trong chủ đề kỹ năng sống của hoạt động tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm cho thấy có sự không giống nhau trong giới tính của đối tượng tham gia tham vấn tâm lý. Nữ giới có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý về các kỹ năng tâm lý xã hội. Có sự khác nhau trong cơ cấu giới tính của thành phần tham gia tham vấn tâm lý trong chủ đề này một phần là sự khác nhau về đặc trưng giới tính và vai trò, trách nhiệm của mỗi giới đối với bản thân, gia đình và xã hội.

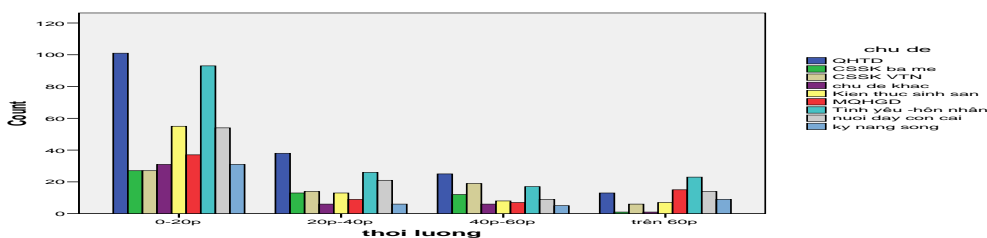
Qua những phân tích số liệu về các chủ đề tham vấn mà mỗi giới thực hiện cũng đã khái quát được phần nào thực trạng tham vấn tâm lý của mỗi giới trong nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm Linh Tâm. Thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng thể hiện trong chính những tham vấn tâm lý mà họ đã thực hiện tại trung tâm. Nhóm khách hàng tại trung tâm Linh Tâm thực hiện tham vấn tâm lý trên các lĩnh vực: Cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, CSSK bà mẹ trước và sau sinh, CSSKSS vị thành niên, kiến thức sinh sản, tình yêu, mối quan hệ trong gia đình, nuôi dạy con cái, kỹ năng sống và một số chủ đề khác: y tế, chuyện công sở, kết bạn... trong đó chủ đề cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, mối quan hệ trong gia đình là chủ đề được khách hàng tham vấn nhiều nhất. Trong các nội dung tham vấn tâm lý mà nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn thì nữ giới thực hiện tham vấn tâm lý

nhiều hơn nam giới ở hầu hết các chủ đề tham vấn : tình yêu, mối quan hệ trong gia đình, nuôi dạy con cái, kỹ năng sống, trong khi đó nam giới lại thực hiện tham vấn tâm lý về các lĩnh vực: cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, CSSKSS vị thành niên nhiều hơn nữ giới. Có sự khác nhau trong việc thực hiện tham vấn tâm lý của mỗi giới ở các chủ đề tham vấn là do sự khác nhau về đặc trưng giới tính, độ tuổi của thành phần tham gia tham vấn tâm lý, một phần khác nữa là do những khác biệt trong vai trò mà xã hội định hình lên mỗi giới

2.2.3. Thời lượng tham vấn

Thời lượng tham vấn của mỗi ca tham vấn ngoài ra còn chịu ảnh hưởng của nội dung mà cuộc tham vấn đó hướng đến. Thường các vấn đề nhạy cảm, khó nói về tâm lý, tình cảm có thời lượng tham vấn dài nhiều hơn là các ca tham vấn về các vấn đề khác: hỏi về kiến thức một số lĩnh vực hay tư vấn về cách thức phòng tránh một số căn bệnh Do các vấn đề về tâm lý, tình cảm khá đa dạng và phức tạp. Đối tượng tham vấn cũng cần phải có thời gian để diễn đạt hoàn cảnh, vấn đề của mình cho nhà tham vấn hiểu. Nhà tham vấn cũng cần có thời gian để hiểu được vấn đề và đưa ra các cách thức giải quyết cho vấn đề mà khách hàng của mình đang gặp phải.

Biểu đồ 2.10 : Mối liên hệ giữa thời lượng tham vấn và nội dung tham vấn



Qua chiều cạnh thời lượng tham vấn của các ca tham vấn, thực trạng tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng tại trung tâm Linh Tâm đã được mô tả. Nhóm khách hàng tại trung tâm Linh Tâm có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý ở nhiều mốc thời lượng khác nhau, trong đó mốc thời lượng 0p-20p có số lượng khách hàng thực hiện tham vấn nhiều nhất. Mốc thời lượng trên 60p có số lượng khách hàng thực hiện tham vấn ít nhất. Trong các chủ đề tham vấn mà khách hàng đã thực hiện tham vấn tại trung tâm thì chủ đề cách thức quan hệ tình dục – tình dục an toàn và chủ đề tình yêu – hôn nhân là hai chủ đề chiếm nhiều thời gian tham vấn nhất trong tất cả các mốc thời lượng tham vấn. Có sự khác nhau giữa thời lượng tham vấn của nữ giới và nam giới trong các mốc

thời lượng tham vấn. Thời lượng tham vấn của nữ giới nhiều hơn thời lượng tham vấn của nam giới trong tất cả các mốc thời lượng tham vấn.

2.2.4. Loại hình tham vấn.

Qua phân tích số liệu trên cho thấy, trong tổng số các ca tham vấn trực tuyến thì có 69 % số người sử dụng hình thức tham vấn trực tuyến là nam giới, nữ giới dùng tham vấn trực tuyến để tham vấn chỉ chiếm 31%. Trong các ca tham vấn điện thoại thì có 65,1% số người sử dụng hình thức tham vấn qua điện thoại là nữ giới và 34,9% số người tham vấn là nam giới. Điều này cho thấy đã có sự chọn lựa các loại hình tham vấn giữa hai giới trong việc thực hiện tham vấn tâm lý của mình.

Bảng 2.6: Mối liên hệ giữa giới tính và loại hình tham vấn mà nhóm khách hàng của trung tâm tư vấn thực hiện.

Giới tính \ Loại hình Tham vấn	Tham vấn điện thoại	Tham vấn trực tuyến
Nữ	65,1	31
Nam	34,9	69

Nguồn: Trung tâm tư vấn Linh Tâm, Nhật ký tham vấn 3.2013-4.2013.

Qua đó cho thấy thực trạng sử dụng các cách thức để thực hiện tham vấn tâm lý của nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm. Nhóm khách hàng tại trung tâm Linh Tâm sử dụng cách thức thực hiện tham vấn thông qua hai loại hình tham vấn là tham vấn điện thoại và tham vấn trực tuyến, trong đó tham vấn điện thoại là hình thức tham vấn được sử dụng phổ biến nhất. Có sự khác biệt giới trong việc lựa chọn và sử dụng hình thức tham vấn để thực hiện tham vấn tâm lý trong nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tại trung tâm. Nam giới có xu hướng lựa chọn và sử dụng hình thức tham vấn trực tuyến để tham vấn tâm lý nhiều hơn nữ giới. Ngược lại hình thức tham vấn điện thoại lại được nữ giới ưu tiên trong việc lựa chọn và sử dụng để thực hiện tham vấn hơn nam giới.

KẾT LUẬN

Qua khảo sát và phân tích số liệu của các ca tham vấn tâm lý tại trung tâm tư vấn Linh Tâm đã cho thấy có sự khác biệt về giới trong nhu cầu và thực trạng tham vấn tâm lý với nhóm khách

hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm. Sự khác biệt này thể hiện thông qua nội dung, cách thức thực hiện tham vấn của mỗi giới. Ở mỗi giới có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý về các vấn đề xã hội khác nhau. Nam giới có nhu cầu và thực hiện tham vấn về cách thức quan hệ tình dục và tình dục an toàn, CSSKSS vị thành niên nhiều hơn nữ, trong khi đó nữ giới có lại có nhu cầu và thực hiện tham vấn tâm lý về tình yêu, cách thức nuôi dạy, chăm sóc con cái hay các vấn đề liên quan đến kỹ năng sống... nhiều hơn. Trong nhóm khách hàng đã thực hiện tham vấn tâm lý tại trung tâm, sự có mặt của nữ giới trong các nội dung tham vấn nhiều hơn nam giới. Mỗi giới cũng có những lựa chọn khác nhau về phương tiện thực hiện tham vấn. Nữ giới có xu hướng sử dụng điện thoại là phương tiện truyền tin và thực hiện tham vấn qua điện thoại nhiều hơn nam giới. Ngược lại nam giới lại có xu hướng sử dụng tham vấn trực tuyến nhiều hơn nữ giới trong việc giải tỏa những vướng mắc trong tâm lý, tinh thần của mình

KHUYẾN NGHỊ

1. Đối với trung tâm tư vấn Linh Tâm.

Đưa ra những biện pháp thực hiện đào tạo và nâng cao nguồn nhân lực chất lượng - nâng cao trình độ, kỹ thuật tham vấn của các chuyên viên tham vấn tâm lý về phương pháp và kiến thức chuyên môn nhất là các kiến thức liên quan tới các vấn đề tình yêu – tình dục – giới tính để đáp ứng tốt hơn nhu cầu tham vấn tâm lý của khách hàng.

Phát huy hơn nữa các hoạt động tham vấn cộng đồng có sự lồng ghép phổ biến, nâng cao các kiến thức về tâm lý – giới tính – sinh sản cho khách hàng.

2. Đối với cá nhân/gia đình trong nhóm khách hàng của trung tâm.

Tích cực tham gia các khóa học nhằm nâng cao kiến thức về tâm lý – tình dục – giới tính và phổ biến các kiến thức đó tới các thành viên trong gia đình và cộng đồng xung quanh.

Tăng cường trao đổi, chia sẻ thông tin, các vấn đề trong tâm lý, tình cảm thông qua các kênh giao tiếp với các cá nhân/thành viên khác trong gia đình nhằm giảm thiểu những áp lực, vấn nạn trong tâm lý, tinh thần.

References:

1. Lê Thị Bùng (Chủ biên), Nguyễn Thị Huệ, Nguyễn Đức Sơn (2007), *Những thuộc tính tâm lí điển hình của nhân cách*, NXB Đại học Sư phạm.
2. Csaga – Trung tâm tư vấn Linh Tâm (2013), *Nhật ký tham vấn*
3. Kim Văn Chiến (2002), *Xã hội hóa về giới trong sách giáo khoa Tiếng Việt lớp 2*.
4. Trần Thị Minh Đức (2010), *Định kiến và áp lực xã hội đối với nữ tri thức*, Trung tâm nghiên cứu về phụ nữ, ĐHQG, Hà Nội.
5. Trần Thị Minh Đức (2012), *Giáo trình tham vấn tâm lý*, NXB Giáo dục, Hà Nội
6. *Giáo trình Triết học Mác – Lênin* (2006), NXB Chính trị quốc gia Hà Nội
7. Nguyễn Thị Thái Hà (2012), *Khác biệt giới trong hành vi đọc sách của học sinh trung học phổ thông miền núi (Nghiên cứu trường hợp tại trường THPT Chuyên Bắc Kạn, trường THPT Bắc Kạn, trường THPT Dân lập Hùng Vương, trường Phổ thông Dân tộc Nội trú tỉnh Bắc Kạn)*, Luận văn Thạc sĩ Xã hội học, ĐHKHXH&NV, ĐH Quốc gia Hà Nội.
8. Trần Thị Hồng (2003), *Sự khác biệt giới trong hành vi tình dục trước hôn nhân của vị thành niên và thanh niên*.
9. Lê Ngọc Hùng (2002), *Lịch sử Lý thuyết Xã hội học*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội
10. Đặng Cảnh Khanh – Lê Thị Quý (2007), *Gia đình học*, NXB Lý luận chính trị.
11. Herman Korte (1997) - Nguyễn Liên Hương (dịch), *Nhập môn Lịch sử Xã hội học*, NXB Thế giới.
12. Phạm Minh Hạc- Phạm Hoàng Gia- Lê Khanh- Trần Trọng Thủy. (1989), *Tâm lý học (I-II)*, NXB Giáo dục.
13. Lê Ngọc Lan (2005), *Vai trò giới trong nhận thức về sức khỏe sinh sản*.
14. Đặng Bá Lâm – Weiss Bahr (Chủ biên) (2007), *Giáo dục, tâm lý và sức khỏe tâm thần trẻ em Việt Nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn liên ngành*, Nxb Đại học Quốc Gia Hà Nội.
15. Thanh Lê (2003), *Từ điển Xã hội học*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội
16. Bùi Thị Xuân Mai(2005), *Tham vấn – một dịch vụ xã hội cần được phát triển ở Việt Nam*, Tạp chí Tâm lý học (số 2/2005)
17. Bùi Thị Xuân Mai (2008), *Giáo trình tham vấn*, NXB Lao động – Xã hội
18. Vương Lan Mai (2005), *Sự khác biệt về giới trong sẵn sàng chi trả cho mô hình BHYT dựa vào cộng đồng ở một vùng nông thôn Việt Nam*, Viện Chiến lược và Chính sách y tế.

19. Chu Thị Hương Nga (2010), *Nhu cầu tham vấn tâm lý của sinh viên một số trường Đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội*, Luận văn Thạc sĩ Tâm lý học, ĐHKHXG&NV, Hà Nội.
20. Nguyễn Thị Thanh Nga (2009), *Sự khác biệt giới trong tiêu dùng*, Luận văn Xã hội học, Đại học Đà Lạt.
21. Phan Trọng Ngọ (chủ biên) (2003), *Các lý thuyết phát triển tâm lí người*, Nxb Đại học Sư phạm.
22. Hoàng Phê (2007), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Đà Nẵng.
23. Lê Thị Quý (2009), *Giáo trình Xã hội học Giới*, NXB Giáo dục Việt Nam
24. Phạm Văn Quyết – Nguyễn Quý Thanh (2007), *Phương pháp nghiên cứu Xã hội học*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
25. Vũ Kim Thanh (2001), “*Tư vấn tâm lý – một nhu cầu xã hội cần được đáp ứng*”, *Tạp chí Tâm lý học*, số 2, 4/ 2001
26. Hoàng Bá Thịnh (1999), *Một số nghiên cứu về sức khỏe sinh sản ở Việt Nam sau Cairo*, NXB Chính trị Quốc Gia, Hà Nội.
27. Hoàng Bá Thịnh (2007), *Giáo trình Xã hội học sức khỏe*.
28. Hoàng Bá Thịnh (2007), *Giáo trình Xã hội học về giới*.
29. Nguyễn Thị Anh Thư (2009), *Những tổn thương tâm lý đặc trưng ở phụ nữ*, Đề tài nghiên cứu khoa học Tâm Lý học, NXB Đại học Quốc Gia Hà Nội.
30. Ủy ban Quốc gia vì sự tiến bộ của Phụ nữ - Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc (2001), *Tài liệu tập huấn giới và phát triển*, Hà Nội
31. Nguyễn Quang Uẩn (chủ biên) (2006), *Giáo trình tâm lí học đại cương*, Nxb Đại học Sư phạm.
32. Kiến Văn – Lý Chủ Hưng, *Tư vấn tâm lý học đường* (2007), Nxb Phụ nữ.
33. Nguyễn Khắc Viện (chủ biên) (2007), *Từ điển tâm lí học*, Nxb Thế Giới.
34. <http://www.linktam.vn/> cập nhật ngày 02/02/2013.