

THIẾT KẾ VÀ THỰC NGHIỆM CÁC BIỆN PHÁP CHUYỂN HÓA HIỆN TƯỢNG “ĐU CONCERT” THÀNH HÀNH VI YÊU NƯỚC CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG TỈNH SƠN LA: TIẾP CẬN TỪ NĂNG LỰC CÔNG DÂN SỐ VÀ CHỈ SỐ ĐẠO ĐỨC (MQ)

Đoàn Anh Chung
Tiến sĩ, Giảng viên, Khoa Tiểu học Mầm non, Trường Đại học Tây Bắc
Nguyễn Cao Dư
Giáo viên, Trường Trung học phổ thông, Chuyên Sơn La
Lò Minh Tùng
Lớp 12 Sử, Trường THPT Chuyên Sơn La
Trương Lê Hải Minh
Lớp 10 Anh 2, Trường THPT Chuyên Sơn La

Tóm tắt: Trong kỷ nguyên số, việc tham dự các hoạt động, sự kiện âm nhạc, văn hóa - chính trị quy mô lớn - hiện tượng “Đu concert” trở thành không gian quan trọng để học sinh (HS) trung học phổ thông (THPT) bộc lộ bản sắc và lòng tự hào dân tộc. Nghiên cứu thiết kế và thực nghiệm các biện pháp chuyển hóa hiện tượng “Đu concert” thành hành vi yêu nước cho HS THPT tỉnh Sơn La dựa trên năng lực công dân số và chỉ số MQ. Khảo sát 2.964 HS cho thấy chỉ số MQ trung bình đạt 3,31, phản ánh nguy cơ bị chi phối bởi hiệu ứng đám đông. Hệ thống biện pháp đề xuất gồm: mô hình “Concert học đường”, quy trình tâm lý KFA và hệ sinh thái số “MQ online”. Thực nghiệm trên 798 HS tại Trường THPT Chuyên Sơn La cho thấy chỉ số MQ của nhóm thực nghiệm tăng trưởng vượt bậc từ 3,31 lên 4,25 ($p < 0,001$). Kết quả khẳng định vai trò của MQ như một “bộ lọc giá trị”, giúp chuyển hóa các trào lưu văn hóa thành hành vi công dân bền vững trong bối cảnh chuyển đổi số.

Từ khóa: hành vi yêu nước, hiện tượng “Đu concert”, chỉ số MQ, năng lực công dân số, HS THPT tỉnh Sơn La

DESIGNING AND PILOTING A SYSTEM OF INTERVENTIONS TO TRANSFORM THE “CONCERT-CHASING” PHENOMENON INTO PATRIOTIC BEHAVIORS AMONG UPPER SECONDARY STUDENTS IN SON LA PROVINCE: A DIGITAL CITIZENSHIP COMPETENCY AND MORAL QUOTIENT (MQ)

Abstract: In the digital era, large-scale popular cultural events - such as the “concert-chasing” phenomenon - have become significant spaces for upper secondary students to express their identity and national pride. This study aims to design and pilot a system of interventions to transform this phenomenon into patriotic behaviors among students in Son La Province, using a framework of digital citizenship competencies and the Moral Quotient (MQ) index. A survey of 2,964 students indicates an average MQ score of 3.31, reflecting a vulnerability to impulsive crowd effects. The proposed intervention system includes: the “School Concert” model, the KFA psychological procedure, and the “MQ online” digital ecosystem. Experimental results from 798 students at Son La Specialized Upper Secondary School show a substantial increase in the experimental group’s MQ score from 3.31 to 4.25 ($p < 0.001$). The study confirms the role of MQ as a “value filter,” enabling the transformation of cultural trends into sustainable civic behaviors within the context of digital transformation.

Keywords: patriotic behavior; “concert-chasing” phenomenon; Moral Quotient (MQ) index; digital citizenship competencies; upper secondary students in Son La Province.

Nhận bài: 30.12.2025

Phản biện: 21.01.2026

Duyệt đăng: 26.01.2026

I. MỞ ĐẦU

Bước sang thế kỷ XXI, sự bùng nổ của công nghệ thông tin và truyền thông xã hội đã tái định nghĩa cách thức cá nhân tương tác với các giá trị quốc gia và bản sắc dân tộc. Lòng yêu nước, vốn thường được biểu đạt qua các phạm trù “sử thi” gắn liền với ký ức chiến tranh và sự hy sinh, đang dần chuyển dịch từ chủ nghĩa “yêu nước ban sơ” sang yêu nước kiến tạo (Schatz et al., 1999).

Hiện tượng “Đu concert” - thuật ngữ chỉ sự tham gia nhiệt thành vào các sự kiện âm nhạc và đại lễ quy mô lớn - đã trở thành một biểu hiện

điển hình của “văn hóa tham dự” (Jenkins et al, 2009). Tại Việt Nam, các sự kiện như Đại lễ kỷ niệm 50 năm Giải phóng miền Nam (A50) hay 80 năm Quốc khánh (A80) không chỉ là nghi lễ chính trị mà đã được tổ chức dưới hình thức các chương trình nghệ thuật tâm cỡ, thu hút hàng triệu lượt tương tác trên không gian mạng. Thực tiễn này tạo ra một “không gian thứ ba” cho giáo dục: nơi các cảm xúc đám đông có thể được dẫn dắt để trở thành hành vi công dân trách nhiệm, hoặc ngược lại, có thể dẫn đến những lệch chuẩn hành vi nếu

thiếu sự định hướng của trí tuệ đạo đức (MQ) và năng lực số.

Tại tỉnh Sơn La - khu vực miền núi với nhiều dân tộc thiểu số, việc định hướng các trào lưu này càng trở nên cấp thiết. Nghiên cứu thực trạng trước đó trên 2.964 HS tại 27 trường THPT trên địa bàn tỉnh đã chỉ ra rằng, mặc dù HS có mức độ quan tâm cao đến các sự kiện quốc gia, nhưng chỉ số hành vi đạo đức (MQ) trung bình chỉ đạt 3,31/5,0. Đáng chú ý, có đến 45,92% HS thuộc nhóm MQ thấp và trung bình, là những đối tượng dễ bị chi phối bởi hiệu ứng đám đông và thiếu khả năng tự điều chỉnh hành vi công dân trên không gian mạng. Chỉ số hành vi đạo đức (MQ) với các thành tố như trách nhiệm, thấu cảm và tự kiểm soát, được xem là “bộ lọc” quan trọng để chuyển hóa năng lượng từ các trào lưu thành hành vi yêu nước thực chất (Borba, 2001; Lennick & Kiel, 2005).

Mặc dù các nghiên cứu hiện nay đã nhận diện được vai trò của những giá trị văn hóa mang tính đại chúng trong giáo dục, nhưng phần lớn vẫn dừng lại ở việc mô tả thực trạng hoặc đề xuất các giải pháp mang tính lý luận chung. Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, giáo dục lòng yêu nước cần một cách tiếp cận hệ thống, tích hợp giữa năng lực công dân số và các chỉ số tâm lý học thực chứng (Nguyễn & Trần, 2025). Vì vậy, hướng nghiên cứu này tập trung vào việc thiết kế và thực nghiệm các biện pháp dựa trên ba nhân tố chính: mô hình “Concert học đường”, quy trình tâm lý KFA (Knowing-Feeling-Action) và hệ sinh thái số hỗ trợ lan tỏa hành vi.

II. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Tổng quan vấn đề nghiên cứu

Hiện nay, hiện tượng “Đu concert” đã vượt xa ranh giới giải trí cá nhân, trở thành một phương thức biểu đạt văn hóa mạnh mẽ của giới trẻ trong không gian “Văn hóa tham gia” theo Henry Jenkins. Đối với HS THPT tại Sơn La - một địa bàn miền núi, biên giới, đa dạng bản sắc dân tộc, việc định hướng hành vi hâm mộ của cá nhân là một quá trình kết hợp giữa nhận thức và môi trường giáo dục đặc thù. Để đảm bảo không lệch chuẩn, nghiên cứu thiết lập một “bộ lọc” dựa trên Chỉ số Đạo đức (MQ) của Lennick, D., & Kiel, F. (2005), Borba, M. (2001) và mô hình nhân cách đạo đức của James Rest, J. R. (1986).

Khi MQ được củng cố, năng lượng hâm mộ sẽ chuyển hóa thành ý thức giữ gìn hình ảnh quốc gia tại các sự kiện đông người - một biểu hiện của lòng yêu nước gắn liền với trách nhiệm của người

trẻ nơi vùng biên cương của Tổ quốc. Động cơ này được giải thích qua Lý thuyết Định danh xã hội Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979) khi HS tìm thấy sự tự tôn trong cộng đồng fandom.

Tại Việt Nam, nghiên cứu của TS. Đặng Vũ Cảnh Linh Đặng Vũ Cảnh Linh (2012) khẳng định việc hâm mộ thần tượng là nhu cầu tự nhiên, nhưng cần có “cơ chế tự đề kháng” để tránh lệch chuẩn. Việc lồng ghép mô hình của Rest và Borba giúp giải quyết “khoảng trống” này: lấy bối cảnh HS THPT tỉnh Sơn La làm thực tiễn, lấy khung MQ làm biện pháp để điều chỉnh hành vi “Đu concert” trở thành động lực bồi đắp lòng yêu nước hiện đại.

2.2. Các khái niệm công cụ

2.2.1. Hiện tượng “Đu concert”

Dưới góc độ ngữ nghĩa, “Concert” (phiên âm /'kɒn.sət/) là thuật ngữ tiếng Anh chỉ các buổi hòa nhạc hoặc sự kiện trình diễn âm nhạc trực tiếp. Trong bối cảnh văn hóa giới trẻ Việt Nam, thuật ngữ “Đu concert” là một từ lóng (slang) phổ biến trong cộng đồng người hâm mộ (fandom) tại Việt Nam, phản ánh sự chuyển dịch từ hành vi “thưởng thức” thụ động sang hành vi “tham gia” chủ động và cam kết cao (Jenkins, 1992; Duffett, 2013) vào các sự kiện văn hóa - chính trị quy mô lớn.

Dựa trên lý thuyết về văn hóa tham dự, chúng tôi phân loại “Đu concert” theo hai cấp độ hành vi: theo nghĩa hẹp: là quá trình cá nhân đầu tư nguồn lực (tài chính, thời gian, công sức) để hiện diện trực tiếp tại sự kiện như sân vé, di chuyển, tham gia cổ vũ và tương tác tại không gian biểu diễn; theo nghĩa mở rộng: Bao gồm các hoạt động trên không gian số và cộng đồng như: thảo luận trên mạng xã hội, xem livestream, tổ chức các buổi offline mua vật phẩm lưu niệm và sáng tạo nội dung số (video, bài viết) trên các nền tảng như TikTok, YouTube, Facebook, v.v.

2.2.2. Năng lực công dân số

Năng lực công dân số được xác định là hệ thống các kiến thức, năng lực và phẩm chất giúp cá nhân vận hành an toàn, trách nhiệm và hiệu quả trên không gian mạng. Theo khung lý thuyết của Ribble (2015), năng lực này không chỉ bao gồm việc sử dụng công nghệ mà còn nhấn mạnh vào trách nhiệm số (Digital Responsibility) và tham gia số (Digital Participation) (Ribble, 2015). Trong nghiên cứu này, năng lực công dân số là “công cụ thực thi”, cho phép HS chuyển hóa các cảm xúc từ concert thành các hành động lan tỏa hình ảnh quốc gia, ứng xử văn minh và bảo vệ các

giá trị truyền thống trên nền tảng số.

2.2.3. Chỉ số hành vi đạo đức (Moral Quotient - MQ)

Chỉ số thông minh đạo đức (MQ) được định nghĩa là năng lực áp dụng các nguyên tắc đạo đức vào hành vi thực tế, giúp cá nhân phân biệt đúng - sai và tự điều chỉnh hành động theo chuẩn mực chung. Dựa trên khung lý thuyết của Borba (2001), MQ trong nghiên cứu này được cụ thể hóa qua 7 yếu tố: thấu cảm, lương tâm, tự kiểm soát, tôn trọng, nhân ái, khoan dung và công bằng. MQ đóng vai trò là biến số điều tiết (Moderator variable), là bộ lọc giá trị giúp HS Sơn La kiểm soát các hiệu ứng đám đông từ hiện tượng “Đu concert” và chuyển hướng chúng thành hành vi yêu nước có ý thức và bền vững.

2.3. Mối quan hệ biện chứng giữa hiện tượng “Đu concert”, năng lực số và chỉ số hành vi đạo đức MQ

Hiện tượng “Đu concert” là không gian bối cảnh khơi gợi cảm xúc yêu nước. Trong kỷ nguyên số, các sự kiện như A50 hay A80 không chỉ là những buổi lễ kỷ niệm khô khan mà đã được “biểu tượng hóa” thành các concert quốc gia, tạo ra một môi trường “văn hóa tham dự” đầy năng lượng. Theo lý thuyết về chủ nghĩa dân tộc thường nhật, chính những biểu tượng âm nhạc và hình ảnh dân tộc được lồng ghép trong concert đã kích hoạt niềm tự hào tự thân ở HS. Tuy nhiên, cảm xúc này thường mang tính bột phát và dễ bị dẫn dắt bởi tâm lý đám đông nếu thiếu đi các cơ chế điều tiết. Đây chính là điểm khởi đầu của chu trình KFA (Knowing - Feeling - Action), nơi “Feeling” (cảm xúc) cần được dẫn dắt để chuyển sang “Action” (hành động).

Năng lực công dân số là phương thức biểu đạt của hành vi yêu nước hiện đại. Đối với thế hệ HS THPT tại Sơn La, hành vi yêu nước không còn giới hạn ở các không gian truyền thống mà được mở rộng sang không gian số. Năng lực công dân số, đặc biệt là các thành tố về trách nhiệm và tham gia số, đóng vai trò là “công cụ thực thi”. Khi HS sở hữu năng lực công dân số tốt, HS không chỉ “đu” theo trào lưu một cách thụ động mà biết cách sử dụng các nền tảng mạng xã hội để lan tỏa hình ảnh đẹp về đất nước.

Chỉ số MQ là bộ điều tiết bảo đảm tính bền vững của hành vi. Nếu năng lực công dân số là phương thức hành động thì MQ chính là “la bàn đạo đức” định hướng cho hành động đó. Kết quả khảo sát thực trạng cho thấy MQ có tương quan rất mạnh với hành vi yêu nước thực chất. MQ đóng vai trò là “bộ lọc giá trị”, giúp năng lượng

đam mê của tuổi trẻ không bị lệch lạc sang các biểu hiện cực đoan hay ngoại lai, mà tập trung vào các chuẩn mực công dân văn minh.

2.4. Khái quát thực trạng hiện tượng “Đu concert” của học sinh trung học phổ thông tỉnh Sơn La

Dữ liệu thực chứng từ khảo sát cắt ngang trên mẫu nghiên cứu $N = 2.964$ HS tại 27 trường THPT trên địa bàn tỉnh Sơn La đã phác họa một bức tranh đa chiều về sự tương tác giữa hiện tượng văn hóa tham dự và lòng yêu nước trong kỷ nguyên số. Với bộ công cụ đạt độ tin cậy rất tốt ($\alpha = 0,960$) kết quả ghi nhận những chỉ số quan trọng về mặt tâm lý - giáo dục học.

Kết quả cho thấy, mặc dù điểm trung bình hành vi yêu nước đạt mức khá (3,31), nhưng sự phân hóa rất rõ rệt. Đặc biệt, có đến 45,92% HS thuộc nhóm MQ trung bình và thấp. Dưới lăng kính tâm lý học giáo dục, đây là những đối tượng có nguy cơ cao bị cuốn theo các hiệu ứng đám đông tiêu cực hoặc “yêu nước mù quáng” nếu thiếu các cơ chế điều tiết nội tại.

Để làm rõ cơ chế chuyển hóa hành vi, nghiên cứu tiến hành phân tích mối liên hệ giữa các cấu phần lý thuyết. Kết quả ma trận tương quan Pearson (r) dưới đây khẳng định vai trò then chốt của chỉ số MQ và các tác nhân định hướng.

Dữ liệu cho thấy mối tương quan thuận mức mạnh giữa tất cả các nhân tố. Đáng chú ý nhất là hệ số $r = 0,853$ giữa MQ và các yếu tố tác động (nhà trường, gia đình, truyền thông), khẳng định việc thay đổi môi trường giáo dục và phương thức định hướng sẽ tác động trực tiếp đến sự trưởng thành đạo đức của học sinh. Tương quan mạnh giữa biểu hiện hành vi và MQ ($r = 0,806$) cũng gợi ý rằng các giải pháp thực nghiệm cần tập trung vào việc rèn luyện các hành vi văn minh, trách nhiệm ngay trong quá trình tham dự sự kiện để bồi đắp lòng yêu nước thực chất.

Ngoài ra, thực trạng còn ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về chỉ số MQ theo giới tính ($p = 0,00 < 0,05$) và khối lớp (khác biệt rõ nhất giữa khối 10 và khối 12), trong khi không có sự khác biệt giữa các dân tộc ($p = 0,683 > 0,05$). Điều này cho thấy lòng yêu nước của HS THPT Sơn La là một giá trị chung mang tính dân tộc cao, nhưng phương thức biểu đạt và năng lực tự điều chỉnh lại chịu ảnh hưởng bởi sự trưởng thành về tâm sinh lý và giáo dục giới tính.

2.5. Một số biện pháp nâng cao hành vi yêu nước cho học sinh THPT tỉnh Sơn La

2.5.1. Biện pháp 1: Xây dựng mô hình “Concert học đường”

Biện pháp này dựa trên lý thuyết về học tập qua trải nghiệm và vận dụng lý thuyết về “sự thăng hoa tập thể” của Durkheim (1995), nhằm tạo ra sự kết nối cảm xúc mạnh mẽ trong môi trường học đường tương tự như không khí tại các concert. Thay vì tiếp cận lòng yêu nước qua các bài giảng lý thuyết khô khan, mô hình này tận dụng các “điểm chạm” cảm xúc từ các sự kiện quốc gia trọng đại như A50 (50 năm Giải phóng miền Nam) và A80 (80 năm Quốc khánh) để kiến tạo một không gian văn hóa dân tộc đầy sức sống. Dưới góc độ tâm lý học đám đông, việc tổ chức concert tại trường học giúp kiểm soát và định hướng năng lượng của giới trẻ vào các hoạt động có ý nghĩa văn hóa - chính trị, ngăn chặn nguy cơ lệch chuẩn từ các trào lưu ngoại lai.

Trong nghiên cứu này, mô hình “Concert học đường” không được tổ chức như một chương trình văn nghệ thông thường mà được thiết kế thành một “lớp học mở” tích hợp đa môn học (Lịch sử, Ngữ văn, Giáo dục địa phương, Hoạt động Trải nghiệm hướng nghiệp). Quy trình thực nghiệm được triển khai lồng ghép vào chuỗi hoạt động kỷ niệm 30 năm thành lập Trường THPT Chuyên Sơn La theo mô hình hệ thống 3 bước:

Bước 1: “Địa phương hóa” chất liệu sáng tạo (Input): HS được định hướng khai thác các chất liệu văn hóa dân tộc đặc trưng của tỉnh Sơn La (như các làn điệu dân ca Thái, Mông, Dao...) và các sự kiện lịch sử hào hùng (di tích Nhà tù Sơn La, các mốc kỷ niệm A50, A80, A130). Thay vì mô phỏng thụ động các concert quốc tế, các em tiến hành phối khí, sáng tác lại các ca khúc cách mạng hoặc sử dụng nhạc cụ dân tộc trên nền tảng âm nhạc hiện đại (Rap, EDM, Rock) phù hợp với thị hiếu Gen Z.

Bước 2: Tổ chức không gian văn hóa học đường chuyên nghiệp (Process): Sự kiện kỷ niệm 30 năm thành lập trường được tổ chức như một “concert thu nhỏ” với sự tham gia chủ động của HS trong mọi khâu: từ sản xuất, biên tập nội dung đến truyền thông sự kiện. Trong quá trình này, HS không chỉ là người biểu diễn mà còn rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm và ý thức trách nhiệm cộng đồng.

Bước 3: Lan tỏa và gắn kết giá trị cộng đồng (Output): Sản phẩm của concert không chỉ dừng

lại ở các tiết mục sân khấu mà còn là các nội dung số (video ghi hình, bài viết truyền cảm hứng) được chia sẻ rộng rãi trên mạng xã hội, thực hành năng lực công dân số trách nhiệm. Đặc biệt, các sản phẩm tự thiết kế (vé, vật phẩm lưu niệm, logo móc khóa do nhóm dự án tự thiết kế...) được thương mại hóa để gây quỹ cho các dự án thiện nguyện hỗ trợ HS có hoàn cảnh khó khăn của trường và của tỉnh Sơn La.

2.5.2. Biện pháp 2: Vận dụng mô hình KFA (Knowing - Feeling - Action) trong điều phối hành vi yêu nước

Biện pháp xây dựng mô hình K-F-A được thiết lập dựa trên nền tảng lý thuyết Tâm lý học phát triển và Giáo dục giá trị, trọng tâm là mô hình Giáo dục tính cách toàn diện của Thomas Lickona (1991) và thuyết Trí tuệ đạo đức của Michele Borba (2001). Theo đó, một phẩm chất nhân cách bền vững chỉ được hình thành khi có sự thống nhất biện chứng giữa ba thành tố: Nhận thức đạo đức (Moral Knowing - Hiểu), Cảm xúc đạo đức (Moral Feeling - Cảm) và Hành động đạo đức (Moral Action - Làm). Sự tác động đồng bộ này đảm bảo hành vi yêu nước của HS không chỉ dừng lại ở tư duy trừu tượng hay những rung cảm cảm tính nhất thời trước hiệu ứng đám đông, mà phải được chuyển hóa thành thói quen ứng xử văn minh và trách nhiệm xã hội cụ thể.

Quy trình được thực hiện theo chu trình khép kín nhằm đảm bảo cảm xúc của HS không bị “đứt gãy” sau khi sự kiện kết thúc:

Giai đoạn Knowing (Trí thức hóa cảm hứng): Cung cấp nền tảng tri thức lịch sử và ý nghĩa của các đại lễ quốc gia (như A50, A80) thông qua các hình thức truyền thông hiện đại trên không gian số. Việc hiểu sâu về “biểu tượng quốc gia” trong concert giúp HS chuyển từ sự tò mò sang niềm tự hào có căn cứ.

Giai đoạn Feeling (Thăng hoa cảm xúc đạo đức): Sử dụng hiệu ứng âm nhạc và không gian “Concert học đường” để khơi dậy sự thấu cảm lịch sử và lòng tự trọng dân tộc. Ở giai đoạn này, MQ vận hành như một bộ lọc, giúp HS phân biệt giữa sự cuồng nhiệt văn minh và các biểu hiện quá khích lệch chuẩn.

Giai đoạn Action (Thực chứng hành vi yêu nước): Dẫn dắt HS thực hiện các hành động cụ thể ngay tại sự kiện và trên không gian mạng. Hành động bao gồm: ứng xử văn hóa số (không công kích; lan tỏa hình ảnh tích cực) và các hoạt động cộng đồng thiết thực (thiện nguyện, bảo vệ môi trường).

Vận dụng mô hình K-F-A đóng vai trò là trục điều phối tâm lý then chốt, giúp chuyển hóa những cảm xúc bộc phát từ hiện tượng “Đu concert” thành hành vi yêu nước bền vững thông qua bộ lọc chỉ số MQ.

2.5.3. Biện pháp 3: Xây dựng “hệ sinh thái số” hỗ trợ lan tỏa hành vi yêu nước trên không gian mạng

Trong bối cảnh HS THPT dành phần lớn thời gian tương tác trên không gian mạng, việc xây dựng một môi trường số chính thống là yêu cầu cấp thiết để định hướng hành vi. Biện pháp này dựa trên khung năng lực công dân số (Ribble, 2015) và lý thuyết về trí tuệ đạo đức (Borba, 2001) nhằm tạo ra một “điểm tựa số” giúp HS tự đánh giá và điều chỉnh hành vi yêu nước. Mục tiêu cốt lõi là chuyển hóa năng lượng từ các trào lưu “Đu concert” quốc gia thành những hành động số văn minh, có trách nhiệm thông qua bộ lọc chỉ số MQ.

Hệ sinh thái được thiết lập trên nền tảng tích hợp các công nghệ quản trị dữ liệu hiện đại nhằm tối ưu hóa tính tương tác và trực quan:

(1) Thiết lập trang Google Sites: Xây dựng website thân thiện, dễ truy cập (<https://sites.google.com/view/chisohanhvidaoduc?usp=sharing>);

(2) Google Sheet: Tạo dashboard dữ liệu trực quan, dễ phân tích.

(3) Google Forms: Xây dựng hệ thống khảo sát MQ trước và sau thực nghiệm.

(4) Hệ thống trắc nghiệm MQ tự động (theo mô hình KFA): Cho phép HS tự đánh giá năng lực đạo đức và

mức độ nhận thức chính trị của bản thân. Hệ thống sẽ trả về kết quả kèm theo các khuyến nghị điều chỉnh hành vi cá nhân hóa.

2.6. Thực nghiệm và kết quả

2.6.1. Phương pháp nghiên cứu

Nhằm mục tiêu chứng minh các biện pháp đề xuất thực sự có tác dụng làm gia tăng hành vi yêu nước của HS THPT, đo lường xem các biện pháp đề xuất có khả thi và có thể nhân rộng. Số HS tham gia thực nghiệm là 798 HS tại Trường THPT Chuyên tỉnh Sơn La, thuộc 3 khối lớp 10 (301), lớp 11 (269) và lớp 12 (228). HS được chia ngẫu nhiên thành 2 nhóm: Nhóm thực nghiệm (NTN) 399 HS và Nhóm đối chứng (NĐC) với 399 HS; thực nghiệm trong thời gian 1 tháng từ giữa tháng 12/2025 đến giữa tháng 01/2026. Sử dụng Google Form với 20 câu hỏi chia làm 4 nhóm: Nhận thức: C1-C5; Cảm xúc: C6-C10; Hành động: C11-C15 và Hiệu quả của mô hình và tác động từ C16-C20. Các câu hỏi trong bảng hỏi được mã hóa tương ứng với giả thuyết: H1 gồm các câu hỏi C1-C5; H2 gồm các câu hỏi C6-C10; H3 gồm các câu hỏi C11-C15; H4 gồm các câu hỏi còn lại.

2.6.2. Kết quả thực nghiệm

Sau 30 ngày triển khai thực nghiệm, nhóm nghiên cứu đã thu thập và phân tích dữ liệu từ nhóm thực nghiệm. Kết quả cho thấy sự cải thiện đáng kể trong việc gia tăng hành vi yêu nước của HS thông qua các mức độ nhận thức, cảm xúc và hành động.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.023	.041		.550	.582
	H1_Mean	.190	.034	.184	5.654	.000
	H2_Mean	.184	.034	.186	5.413	.000
	H3_Mean	.616	.033	.610	18.557	.000

a. Dependent Variable: H4_Mean

Hình 1. Phân tích hồi quy để đánh giá mức độ tác động của 3 giải pháp đến hiệu quả tổng thể.

Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát cho thấy cả bốn giả thuyết nghiên cứu H1, H2, H3 và H4 đều được ủng hộ với mức ý nghĩa thống kê cao của thang đo ($p < 0,001$), phản ánh tác động tích cực của các biện pháp giáo dục đối với sự chuyển biến về nhận thức, cảm xúc và hành vi của HS. Tổng

hợp các kết quả trên cho thấy hệ thống biện pháp được đề xuất không chỉ phát huy hiệu quả riêng lẻ ở từng khía cạnh mà còn hình thành một mô hình giáo dục lòng yêu nước mang tính tích hợp, hấp dẫn, khả thi và có tiềm năng nhân rộng trong môi trường THPT.

Bảng 1. So sánh chỉ số hành vi yêu nước giữa NTN và NĐC

Thành tố đo lường	Nhóm	N	Mean (Điểm TB)	SD (Độ lệch chuẩn)	Giá trị t	Giá trị p
Chỉ số tổng hợp	Thực nghiệm	399	4.25	0.45	12.34	< 0.001
	Đối chứng	399	3.32	0.82		

Sự khác biệt giữa NTN là 4.25 và NĐC 3.32 là rất lớn. Chỉ số mức độ ảnh hưởng (Effect Size - Cohen's d) cho biết mức độ tác động mạnh hay yếu. Với dữ liệu thu được sau tác động, chỉ số Cohen's d như sau:

Với $d \approx 1,41$, mô hình K-F-A của dự án có tác động rất tích cực, làm thay đổi hành vi của học sinh lên tới hơn 1 độ lệch chuẩn so với nhóm không được tác động. Sự tăng trưởng riêng biệt của từng thành tố trong NTN cũng thể hiện rõ rệt:

Bảng 2. Sự tăng trưởng các thành tố K-F-A trước và sau thực nghiệm (NTN)

Thành tố (K-F-A)	Trước thực nghiệm (Mean)	Sau thực nghiệm (Mean)	% Tăng trưởng
K - Nhận thức (Knowing)	3.25	4.38	+34.8%
F - Cảm xúc (Feeling)	3.42	4.21	+23.1%
A - Hành động (Action)	3.10	4.16	+34.2%

Yếu tố Nhận thức (K) tăng mạnh nhất (+34.8%) nhờ vào các “màng lọc MQ” và chia sẻ các quy tắc ứng xử. Hành động (A) có sự bứt phá (+34.2%) chứng tỏ các giải pháp như “Fandom yêu nước văn minh” và chiến dịch “Check-in có chiều sâu” đã chuyển hóa được từ lý thuyết sang thực hành. Cảm xúc (F) tăng ổn định, cho thấy các diễn đàn Nhà trường tổ chức đã khơi gợi được rung động thực sự trong HS.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này tập trung thiết kế và thực nghiệm các biện pháp chuyển hóa hiện tượng “đu concert” từ một trào lưu văn hóa tham dự thành hành vi yêu nước kiến tạo cho học sinh THPT tỉnh Sơn La, dựa trên khung năng lực công dân số và chỉ số thông minh đạo đức (MQ). Kết quả khảo sát thực trạng trên 2.964 HS cho thấy điểm MQ trung bình đạt mức khá

(3,31), tuy nhiên vẫn còn 45,92% học sinh thuộc nhóm trung bình và thấp, dễ bị chi phối bởi hiệu ứng đám đông. Để giải quyết vấn đề này, các biện pháp đã được triển khai bao gồm: mô hình “Concert học đường” lồng ghép di sản địa phương; quy trình tâm lý K-F-A (Knowing - Feeling - Action) và xây dựng hệ sinh thái số “MQ - Tuổi trẻ Sơn La” để quản trị hành vi trực tuyến. Trong cấu trúc này, MQ đóng vai trò là “bộ lọc giá trị” cốt lõi, giúp HS sàng lọc các kích động nhất thời để hình thành những hành động yêu nước văn minh và trách nhiệm. Kết quả thực nghiệm tại trường THPT Chuyên Sơn La khẳng định tính hiệu quả của hệ thống khi chỉ số MQ của nhóm thực nghiệm tăng trưởng vượt bậc, cung cấp mô hình giáo dục giá trị hiện đại và bền vững trong kỷ nguyên số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446221648>

Bình An (2024). *Giới trẻ Việt Nam và lòng yêu nước: Những biểu hiện từ quá khứ đến hiện tại*. Tạp chí Văn hóa và Phát triển.

Borba, M. (2001). *Building moral intelligence: The seven essential virtues that teach kids to do the right thing*. Jossey-Bass.

Cohen (Cohen, J. (1988). *Phân tích lực lượng thống kê cho các khoa học hành vi (ấn bản thứ 2)*

Đặng Vũ Cảnh Linh (Chủ biên) (2012). *Giá trị sống của thanh niên Việt Nam hiện nay*. Nxb Chính trị quốc gia.

Huyền Trang, Trúc Hà (2025). *Concert quốc gia – khi người trẻ yêu nước theo ‘tân số’ của mình*. <https://kenh14.vn/concert-quoc-gia-khi-nguoi-tre-yeu-nuoc-theo-tan-so-cua-minh-215250502203326659.chn>

Le Bon, G. (1895). *Tâm lý học đám đông*. NXB Tri thức.

Lennick, D., & Kiel, F. (2005). *Moral intelligence: Enhancing business performance and leadership success*. Wharton School Publishing.

Phát triển công nghiệp văn hóa nhìn từ cơn sốt concert quốc gia: viết lại định nghĩa “đu” concert. <https://tienphong.vn/viet-lai-dinh-nghia-du-concert-post1772958>.

Rest, J. R. (1986). *Moral Development: Advances in Research and Theory*. Praeger.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.