

ẢNH HƯỞNG TÍCH CỰC TỪ BIỂU TƯỢNG NGƯỜI LÍNH TRONG CÁC BÀI HÁT VỚI QUAN NIỆM VỀ TÌNH YÊU, HÔN NHÂN CỦA SINH VIÊN NGÀNH GIÁO DỤC MẦM NON

Đặng Văn Phúc

Đại học Giáo dục, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt: Nghiên cứu này phân tích ảnh hưởng của biểu tượng người lính trong các bài hát đối với quan niệm về tình yêu và hôn nhân của sinh viên ngành Giáo dục mầm non. Dữ liệu được thu thập từ 150 sinh viên thông qua bảng hỏi gồm 16 biến quan sát theo thang đo Likert 5 mức và được xử lý bằng thống kê mô tả. Kết quả cho thấy sinh viên có mức độ tiếp xúc và quen thuộc khá cao với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội. Các bài hát này có liên hệ nhất định với nhận thức của sinh viên về các giá trị trong tình yêu như trung thực, trách nhiệm và sự cảm thông, đồng thời gợi nhắc đến những quan niệm tích cực về trách nhiệm gia đình và sự chia sẻ trong đời sống hôn nhân. Ngoài ra, mạng xã hội được ghi nhận là kênh quan trọng thúc đẩy việc tiếp cận các bài hát này. Kết quả nghiên cứu góp phần làm rõ vai trò của âm nhạc như một phương tiện giáo dục giá trị đối với sinh viên.

Từ khóa: Biểu tượng người lính, tình yêu người lính, sinh viên ngành giáo dục mầm non.

THE POSITIVE INFLUENCE OF THE SOLDIER IMAGE IN SONGS ON EARLY CHILDHOOD EDUCATION STUDENTS' PERCEPTIONS OF LOVE AND MARRIAGE

Abstract: This study examines the influence of the soldier image in songs on Early Childhood Education students' perceptions of love and marriage. Data were collected from 150 students through a questionnaire consisting of 16 observed variables measured on a five-point Likert scale and were analyzed using descriptive statistics. The findings indicate that students have a relatively high level of exposure to and familiarity with songs featuring the images of police officers and soldiers. These songs show a certain association with students' awareness of values in love such as honesty, responsibility, and empathy, while also evoking positive views on family responsibility and mutual sharing in married life. In addition, social media was identified as an important channel facilitating access to these songs. The study contributes to clarifying the role of music as a means of values education for students.

Keywords: soldier image; soldiers' love; early childhood education students

Nhận bài: 24/02/2026

Phản biện: 19/03/2026

Duyệt đăng: 23/03/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong tâm lý học và giáo dục học, các biểu tượng xã hội được xem là phương tiện quan trọng góp phần hình thành hệ giá trị, thái độ và định hướng hành vi của cá nhân thông qua quá trình tiếp nhận văn hóa và trải nghiệm cảm xúc (Bulgakov et al., 2025; Eroğlu, D(2025)). Ở Việt Nam, hình tượng người lính Quân đội nhân dân Việt Nam không chỉ mang ý nghĩa lịch sử – chính trị mà còn là một biểu tượng giáo dục giàu tính nhân văn, gắn với những phẩm chất như trách nhiệm, hy sinh, lòng thủy chung và lý tưởng sống tích cực. Nhân dịp kỷ niệm 80 năm thành lập Quân đội nhân dân Việt Nam (1944–2024), sự kiện có ý nghĩa sâu sắc trong công tác giáo dục truyền thống và bồi dưỡng giá trị sống cho thế hệ trẻ trong việc nghiên cứu các kênh tác động giáo dục của biểu tượng người lính càng trở nên cần thiết, trong đó âm nhạc giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Dưới góc độ tâm lý – giáo dục, âm nhạc được khẳng định là phương tiện có khả năng tác động mạnh mẽ đến cảm xúc, nhận thức và sự hình thành thái độ, góp phần định hướng các quan niệm cá nhân về các mối quan hệ

xã hội, bao gồm tình yêu và hôn nhân (McDonald et al., 2022; Hanlon và cộng sự 2025). Các bài hát về người lính Việt Nam không chỉ khơi gợi lòng yêu nước mà còn chuyển tải những chuẩn mực giá trị tích cực về tình yêu gắn với lý tưởng sống, sự chờ đợi, niềm tin và trách nhiệm, cũng như quan niệm về hôn nhân dựa trên sự gắn bó và sẻ chia. Trong bối cảnh xã hội hiện đại, nhiều nghiên cứu tâm lý – xã hội cho thấy quan niệm về tình yêu và hôn nhân của sinh viên đang có xu hướng biến đổi theo hướng cá nhân hóa, thực dụng và thiếu tính bền vững, đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với giáo dục giá trị và giáo dục cảm xúc – xã hội trong nhà trường (Tabkhi et al., 2025). Đối với sinh viên ngành giáo dục mầm non, nhóm đối tượng vừa là người học vừa là lực lượng giáo dục tương lai, việc hình thành quan niệm lành mạnh về tình yêu và hôn nhân có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, bởi những quan niệm này không chỉ ảnh hưởng đến đời sống cá nhân mà còn tác động gián tiếp đến thái độ nghề nghiệp, hành vi sư phạm và quá trình giáo dục trẻ em sau. Cũng theo nghiên cứu

của Liu, X & Zhang, Y (2024) cũng chỉ ra rằng xã hội và các trường đại học nên chú trọng hơn đến những thay đổi trong thái độ của sinh viên đối với tình yêu, cung cấp sự can thiệp và hướng dẫn kịp thời và ngăn ngừa họ gặp phải các vấn đề về hành vi, thể chất, tâm lý. Tuy nhiên, cho đến nay, các nghiên cứu theo hướng tâm lý – giáo dục vẫn còn thiếu những phân tích chuyên sâu về ảnh hưởng tích cực của biểu tượng người lính trong âm nhạc đối với sự hình thành quan niệm về tình yêu, hôn nhân của sinh viên, đặc biệt là sinh viên ngành giáo dục mầm non. Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn của công tác giáo dục giá trị trong bối cảnh hiện nay, việc nghiên cứu ảnh hưởng tích cực từ biểu tượng người lính trong các bài hát đối với quan niệm về tình yêu, hôn nhân của sinh viên ngành giáo dục mầm non là cần thiết, góp phần bổ sung cơ sở khoa học cho việc sử dụng âm nhạc như một phương tiện giáo dục tâm lý – xã hội trong đào tạo giáo viên mầm non.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát bằng bảng hỏi

nhằm thu thập dữ liệu về nhận thức của sinh viên đối với ảnh hưởng của các bài hát về hình tượng người công an, bộ đội đối với quan niệm về tình yêu và hôn nhân. Công cụ nghiên cứu là bảng hỏi cấu trúc gồm 16 biến quan sát, được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ (từ 1 – hoàn toàn không đồng ý đến 5 – hoàn toàn đồng ý). Các biến quan sát được chia thành bốn nhóm tiêu chí, bao gồm: (A) mức độ tiếp xúc và yêu thích các bài hát; (B) ảnh hưởng của các bài hát đến quan niệm về tình yêu; (C) ảnh hưởng đến nhận thức về hôn nhân và gia đình; và (D) ảnh hưởng của môi trường xã hội đối với việc tiếp cận các bài hát nhân.

2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu được thu thập từ 150 sinh viên tham gia khảo sát. Sau khi thu thập, dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0. Thống kê mô tả được áp dụng để phân tích xu hướng đánh giá và mức độ đồng thuận của người tham gia khảo sát đối với các nội dung nghiên cứu. Cách tiếp cận này cho phép đánh giá một cách hệ thống mức độ ảnh hưởng của các bài hát về hình tượng người chiến sĩ đối với nhận thức của sinh viên về các giá trị trong tình yêu và hôn nhân.

Bảng 1. Phân bố mẫu nghiên cứu theo năm học

Năm học	Số lượng	Tỉ lệ
Năm 1	70	46,7%
Năm 2	47	31,3%
Năm 3	17	11,3%
Năm 4	16	10,7%

Kết quả cho thấy trong tổng số 150 người tham gia khảo sát, sinh viên năm thứ nhất chiếm tỷ lệ cao nhất với 46,7%, tiếp theo là sinh viên năm thứ hai với 31,3%. Trong khi đó, sinh viên năm thứ ba và năm thứ tư chiếm tỷ lệ thấp hơn, lần lượt là 11,3% và 10,7%. Phân bố mẫu như vậy cho thấy nghiên cứu chủ yếu phản ánh nhận thức của nhóm

sinh viên năm đầu và năm thứ hai, trong khi sinh viên các năm học cao hơn chiếm tỷ lệ nhỏ hơn. Điều này có thể liên quan đến mức độ tham gia khảo sát hoặc quy mô lớp học ở từng năm học.

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Thực trạng tiếp xúc với các bài hát về công an, bộ đội của sinh viên ngành giáo dục mầm non

Bảng 2. Mức độ tiếp xúc và yêu thích các bài hát về hình tượng công an, bộ đội

Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
1. Tôi thường xuyên nghe các bài hát về hình tượng công an, bộ đội.	3,607	1,067
2. Tôi đặc biệt yêu thích các bài hát ca ngợi người công an, bộ đội.	3,867	1,028
3. Các bài hát như “Viết tiếp câu chuyện hoà bình”, “Tự hào màu áo lính”, “Tâm tình người lính” rất quen thuộc với tôi.	4,173	1,035
4. Tôi thường nghe các bài hát này khi có tâm trạng vui vẻ hoặc tự hào.	4,053	1,022

Kết quả thống kê cho thấy các phát biểu trong bảng phản ánh mức độ tiếp xúc và sự quen thuộc của người tham gia khảo sát đối với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội với điểm trung bình dao động từ 3,607 đến 4,173. Trong đó, phát biểu về mức độ quen thuộc với các bài hát cụ thể đạt giá trị trung bình cao nhất ($M = 4,173$; $SD = 1,035$), cho thấy phần lớn người tham gia khảo sát cho biết họ đã biết hoặc từng nghe các bài hát này. Phát biểu về việc nghe các bài hát khi có tâm trạng vui vẻ hoặc tự hào cũng có điểm trung bình tương đối cao ($M = 4,053$; $SD = 1,022$), phản ánh sự gắn kết giữa các bài hát với những trạng thái cảm xúc tích cực của người nghe. Mức độ yêu thích các bài hát ca ngợi người công an, bộ đội đạt $M = 3,867$ ($SD = 1,028$), trong khi phát biểu về tần suất thường xuyên nghe các bài hát này có giá trị trung bình thấp hơn ($M = 3,607$; $SD = 1,067$). Sự khác biệt này cho thấy mặc dù nhiều người tham gia khảo sát quen thuộc với các bài hát và có xu hướng đánh giá tích cực đối với nội dung này, nhưng mức độ nghe thường xuyên có thể khác nhau giữa các cá nhân.

2.3.2. Ảnh hưởng của các bài hát đến quan niệm tình yêu

Các kết quả phản ánh nhận thức của người tham gia khảo sát về mối liên hệ giữa nội dung các bài hát và các giá trị trong tình yêu, với điểm trung bình dao động từ 3,068 đến 4,027. Phát biểu về vai trò của phẩm chất trung thực và trách nhiệm ở bạn đời đạt giá trị trung bình cao nhất ($M = 4,027$; $SD = 0,990$), cho thấy nhiều người tham gia khảo sát cho biết họ nhận thấy các phẩm chất này được nhấn mạnh trong các bài hát. Bên cạnh đó, nhận định rằng tình yêu cần có sự cảm thông và chia sẻ khó khăn cũng nhận được mức đánh giá tương đối cao ($M = 3,953$; $SD = 1,077$). Mức độ đồng thuận đối với phát biểu về việc đề cao lòng chung thủy trong tình yêu đạt $M = 3,687$ ($SD = 1,094$). Trong khi đó, phát biểu về kỳ vọng sự hy sinh của bạn đời có điểm trung bình thấp nhất ($M = 3,068$; $SD = 1,166$) và đồng thời có độ lệch chuẩn lớn nhất trong bảng, phản ánh sự khác biệt rõ hơn giữa các cá nhân trong đánh giá đối với nội dung này.

2.3.3. Ảnh hưởng của các bài hát tới quan niệm hôn nhân

Các giá trị thống kê cho thấy mức độ đánh giá của người tham gia khảo sát đối với các phát biểu liên quan đến hôn nhân và gia đình khá đồng đều, với điểm trung bình dao động từ 3,907 đến 4,060. Phát biểu về kỳ vọng bạn đời sẵn sàng chia sẻ trách nhiệm chăm sóc và giáo dục con cái có điểm

trung bình cao nhất ($M = 4,060$; $SD = 1,038$). Phát biểu đánh giá vai trò giáo dục của các bài hát trong việc hình thành nhận thức tích cực về hôn nhân đạt $M = 4,053$ ($SD = 0,982$) và có độ lệch chuẩn thấp nhất, cho thấy các câu trả lời tập trung hơn quanh giá trị trung bình. Ngoài ra, phát biểu về mong muốn bạn đời có trách nhiệm cao với gia đình đạt $M = 4,020$ ($SD = 1,013$). Trong khi đó, nội dung liên quan đến việc chấp nhận những khó khăn khi kết hôn với người công tác trong lực lượng vũ trang có điểm trung bình thấp hơn ($M = 3,907$; $SD = 1,058$), mặc dù vẫn cao hơn mức trung bình của thang đo.

2.3.4. Các yếu tố trung gian

Kết quả thống kê cho thấy các yếu tố môi trường xã hội có liên quan đến việc tiếp cận và nhận thức về các bài hát với điểm trung bình dao động từ 3,702 đến 4,100. Trong đó, phát biểu về vai trò của mạng xã hội trong việc thúc đẩy tiếp xúc với các bài hát có điểm trung bình cao nhất ($M = 4,100$; $SD = 0,975$), đồng thời có độ lệch chuẩn thấp nhất trong bảng, phản ánh mức độ đồng thuận tương đối rõ đối với nội dung này. Phát biểu đánh giá vai trò giáo dục của các bài hát trong việc xây dựng nhận thức tích cực về hôn nhân đạt $M = 3,947$ ($SD = 1,028$). Bên cạnh đó, nhận định rằng các bài hát có ảnh hưởng mạnh hơn phim ảnh và sách báo trong việc hình thành quan niệm về tình yêu và hôn nhân có điểm trung bình 3,913 ($SD = 1,016$). Trong khi đó, phát biểu về sự chia sẻ hoặc ủng hộ từ gia đình và bạn bè đối với việc nghe các bài hát này có điểm trung bình thấp nhất ($M = 3,702$; $SD = 1,011$), cho thấy mức độ đồng thuận đối với nội dung này thấp hơn so với các biến còn lại trong bảng.

2.4. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy người tham gia khảo sát có mức độ tiếp xúc và nhận biết khá cao đối với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội. Nhiều người cho biết họ quen thuộc với một số ca khúc tiêu biểu và có xu hướng nghe các bài hát này trong những trạng thái cảm xúc tích cực. Tuy nhiên, tần suất nghe thường xuyên có sự khác biệt giữa các cá nhân, cho thấy việc nhận biết các bài hát không nhất thiết đồng nghĩa với việc tiếp cận chúng thường xuyên trong đời sống nghe nhạc.

Liên quan đến nhận thức về các giá trị trong tình yêu, kết quả nghiên cứu cho thấy người tham gia khảo sát có xu hướng đồng thuận với những nội dung nhấn mạnh các phẩm chất như trung thực, trách nhiệm và sự cảm thông trong mối quan hệ tình cảm. Tuy nhiên, mức độ đồng thuận đối

với nội dung liên quan đến kỳ vọng sự hy sinh của bạn đời thấp hơn và có sự khác biệt rõ hơn giữa các cá nhân, cho thấy cách tiếp nhận các giá trị này không hoàn toàn giống nhau.

Đối với nhận thức về hôn nhân và gia đình, các phát biểu trong nhóm nội dung này nhận được mức độ đồng thuận khá cao và tương đối đồng đều. Người tham gia khảo sát cho rằng các bài hát về hình tượng công an, bộ đội gợi nhắc đến những giá trị như trách nhiệm gia đình, sự chia sẻ trong chăm sóc và giáo dục con cái, cũng như vai trò của các yếu tố đạo đức trong đời sống hôn nhân. Tuy vậy, nội dung liên quan đến việc chấp nhận những khó khăn đặc thù khi kết hôn với người công tác trong lực lượng vũ trang có mức độ đồng thuận thấp hơn so với các nội dung khác.

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mạng xã hội đóng vai trò đáng kể trong việc thúc đẩy sự tiếp cận với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội. Trong khi đó, sự chia sẻ hoặc khuyến khích từ gia đình và bạn bè được ghi nhận ở mức thấp hơn. Điều này phản ánh sự khác biệt giữa các kênh truyền thông cá nhân và các nền tảng truyền thông số trong việc lan tỏa các sản phẩm âm nhạc và nội dung văn hóa. Nhìn chung, các kết quả cho thấy các bài hát về hình tượng người chiến sĩ có liên hệ nhất định với nhận thức của người nghe về một số giá trị trong tình yêu và hôn nhân, mặc dù mức độ tiếp nhận và diễn giải các nội dung này có sự khác biệt giữa các cá nhân.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xem xét

mức độ tiếp cận của người tham gia khảo sát đối với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội và phân tích mối liên hệ giữa nội dung của các bài hát này với một số nhận thức liên quan đến tình yêu và hôn nhân. Kết quả phân tích thống kê mô tả cho thấy người tham gia khảo sát nhìn chung có mức độ quen thuộc tương đối cao với các bài hát thuộc chủ đề này, mặc dù tần suất nghe thường xuyên có sự khác biệt giữa các cá nhân. Bên cạnh đó, các kết quả cũng cho thấy người tham gia khảo sát có xu hướng đồng thuận với những nội dung nhấn mạnh các giá trị như trung thực, trách nhiệm và sự cảm thông trong các mối quan hệ tình cảm, đồng thời ghi nhận vai trò của các giá trị liên quan đến trách nhiệm gia đình và sự chia sẻ trong đời sống hôn nhân. Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng các yếu tố môi trường xã hội, đặc biệt là mạng xã hội, có vai trò đáng kể trong việc thúc đẩy sự tiếp cận với các bài hát về hình tượng công an, bộ đội. Tuy nhiên, mức độ đồng thuận giữa các nội dung không hoàn toàn giống nhau, phản ánh sự khác biệt trong cách người tham gia khảo sát tiếp nhận và diễn giải các thông điệp văn hóa được truyền tải qua âm nhạc. Những kết quả này cho thấy các bài hát về hình tượng người chiến sĩ không chỉ là sản phẩm nghệ thuật mà còn có liên hệ nhất định với nhận thức của người nghe về một số giá trị trong tình yêu và hôn nhân, đồng thời góp phần cung cấp thêm cơ sở thực tiễn cho việc xem xét vai trò của âm nhạc trong đời sống văn hóa và nhận thức xã hội của người trẻ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- McDonald, B., Böckler, A., & Kanske, P. (2022). Nhạc nền cho thế giới xã hội: Âm nhạc giàu cảm xúc tăng cường sự đồng cảm, lòng trắc ẩn và các quyết định hướng đến lợi ích xã hội nhưng không phải lý thuyết về tâm trí. *Cảm xúc*. <https://doi.org/10.1037/emo0001036>.
- Hanlon, J., & Taruffi, L. (2025). Sức mạnh của tình yêu (bài hát): Liệu việc nghe nhạc tình yêu nhạc pop có thể ảnh hưởng đến sự cam kết, sự thân mật, sự hài lòng và tình yêu nồng cháy của người lớn trong các mối quan hệ lãng mạn không?. *Musicae Scientiae*, 29, 576 - 594. <https://doi.org/10.1177/10298649241302401>.
- Tabkhi, F., Manshadi, M., & Rezapour-Mirsaleh, Y. (2025). Nghiên cứu hiện tượng học về thái độ tiêu cực đối với hôn nhân ở nữ sinh viên. *BMC Psychology*, 13. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02520-7>.
- Bulgakov, A., Noss, I., & Bulgakova, E. (2025). Mối quan hệ giữa các biểu tượng/dấu hiệu và giá trị-ý nghĩa trong các chủ thể nhóm của hoạt động đời sống như một yếu tố của tâm lý xã hội. *Bản tin của Đại học Sư phạm Nhà nước. Loạt bài: Tâm lý học*. <https://doi.org/10.18384/2949-5105-2025-2-123-135>.
- Eroğlu, D. (2025). Ảnh hưởng của các biểu tượng đến giao tiếp trong xã hội thông qua chủ nghĩa tương tác biểu tượng và trường hợp bài hát của Cem Karaca. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.1585316>.