

Hỷ: Nụ cười hồi sinh cộng đồng

ISSN: 2734-9195 14:30 01/08/2025

Trong hệ giá trị TỪ – BI – HỖ – XÃ, HỖ là bước trung gian khéo léo chuyển cảm xúc thiện lành sang chính sách, từ tâm thức đạo đức đến năng lực thể chế.

Tác giả: **ThS. Nguyễn Hoàng Hành**

Phó Vụ trưởng Vụ Tuyên truyền công tác dân tộc, tôn giáo – Bộ Dân tộc và Tôn giáo

Tóm tắt (Tiếng Việt): Bài viết luận giải giá trị của HỖ (mudita) – niềm vui trước hạnh phúc của người khác – như một năng lượng chiến lược mềm trong kiến tạo thể chế nhân bản, đặc biệt trong bối cảnh xã hội hậu khủng hoảng.

Trên cơ sở tiếp nối tư tưởng từ hai công trình trước về TỪ và BI, tác giả đề xuất chuyển hóa HỖ từ một đức hạnh cá nhân thành một chỉ số xã hội (SSJI – Social Sympathetic Joy Index), có thể đo lường và ứng dụng trong thiết kế chính sách công, giáo dục, truyền thông và quản trị mềm.

Thông qua các phân tích văn hóa – chính trị – xã hội, kết hợp với một số kinh nghiệm quốc tế (Bhutan, New Zealand, Scotland), bài viết gợi mở mô hình “*HỖ hóa thiết chế*” nhằm hồi sinh đạo lý, củng cố niềm tin và phục hồi nội lực quốc dân.

Đây là nỗ lực định hình một nền chính trị cảm thông, nơi chính quyền biết vui cùng dân, từ đó kiến tạo một tương lai nhân bản – phát triển bền vững và hạnh phúc thực chất.

Abstract (english): This article explores the value of Mudita—sympathetic joy for others’ happiness—as a form of soft strategic energy in building a compassionate governance model, particularly in post-crisis societies. Building upon previous works on Metta (loving-kindness) and Karuna (compassion), the author proposes transforming Mudita from a personal virtue into a measurable Social Sympathetic Joy Index (SSJI). This index can be institutionalized across public policy, education, communication, and soft governance frameworks. Drawing on socio-political-cultural analysis and selected international case

studies (e.g., Bhutan, New Zealand, Scotland), the paper presents a model for “joy-based institutions” that restore moral foundations, rebuild trust, and strengthen collective resilience. It advocates for a compassionate political paradigm in which governments learn to rejoice with the people, forging a future rooted in shared happiness and humanistic development.

Từ khóa (keywords): HỖ (Mudita), Chính trị cảm xúc (Emotional Politics), Chỉ số niềm vui cộng đồng (Social Sympathetic Joy Index – SSJI), Quản trị mềm (Soft Governance), Chính sách nhân bản (Humanistic Policy), Phật học ứng dụng (Applied Buddhist Studies), Phục hồi niềm tin xã hội (Social Trust Recovery), Quốc gia cảm thông (Compassionate Nation), Cảm xúc tích cực hệ thống (Systemic Positive Affect), Năng lượng chiến lược mềm (Soft Strategic Energy).

Lời dẫn: HỖ - nụ cười hồi sinh cộng đồng

Thế kỷ XXI không chỉ chứng kiến sự bùng nổ của công nghệ và thành tựu vật chất, mà còn là thời đại của những vết thương tâm lý và rạn nứt cộng đồng. Đại dịch, xung đột, biến đổi khí hậu, khủng hoảng kinh tế và suy giảm đạo lý như những lớp sóng dồn dập, khiến lòng người trở nên khô cạn, xã hội trở nên lạnh lùng và cơ chế công quyền ngày càng xa cách quần chúng. Trong bối cảnh ấy, không phải vũ khí hay máy móc, mà chính những giá trị đạo đức mềm – như TỪ, BI, HỖ – mới là nền tảng tái thiết sự sống tinh thần quốc gia.

Nếu TỪ là ánh sáng mở lòng vô điều kiện, nếu BI là dòng nước chữa lành nỗi đau, thì HỖ là ngọn gió mát lành thổi vào tâm can đang mệt mỏi – là khả năng vui cùng người khác mà không đổ kỵ, chúc mừng người yếu thế mà không hạ thấp mình. HỖ không chỉ là đức tính cá nhân, mà là một chỉ báo hệ thống – cho thấy xã hội có còn biết cảm nhận niềm vui của đồng loại, có còn khả năng cộng hưởng hạnh phúc hay không.

Bài viết này tiếp nối chuỗi công trình tư tưởng mang dấu ấn “*Minh Dục*” đã đặt nền với “*TỪ – Y học của linh hồn*” và “*BI – Năng lượng mềm kiến tạo thể chế nhân bản*”, để nâng lên một cấp độ mới: HỖ như một năng lượng chính trị mềm, có thể được định lượng, thiết kế và thể chế hóa thành chính sách khích lệ cộng đồng trong kỷ nguyên bất an. Đằng sau một nụ cười thiện lành là toàn bộ chiến lược phục hồi cảm xúc, nuôi dưỡng nội lực và củng cố niềm tin giữa con người – xã hội – nhà nước.

Việt Nam có thể trở thành quốc gia tiên phong trong việc xây dựng một mô hình phát triển lấy cảm xúc tích cực của Nhân dân làm thước đo hạnh phúc và thành công, nơi chỉ số HỖ trở thành một hạ tầng mềm của quản trị, giáo dục, truyền thông và thiết kế chính sách. Không chỉ chống tiêu cực, mà còn lan tỏa niềm

vui. Không chỉ bảo vệ, mà còn chúc mừng. Không chỉ quản lý, mà còn cộng hưởng.

Trong thế giới thừa nỗi lo và thiếu niềm vui, *“HỖ - nụ cười hồi sinh cộng đồng”* chính là một bản tuyên ngôn mới – về khả năng phục sinh đạo lý, về con đường chính trị giàu cảm xúc, và về một tương lai nhân bản mà ở đó, chính quyền biết vui cùng dân.

Mở đầu

Một buổi trưa hè năm 2024, tại vùng quê nghèo Quảng Trị, hình ảnh một cụ bà hơn 80 tuổi, ngồi bên lề đường nhật tụng lon bĩa để dành chút tiền gửi quỹ học bổng cho học sinh nghèo đã lan truyền trên mạng. Nhưng điều khiến người ta xúc động hơn cả là câu nói của bà: *“Tôi vui lắm, vì mấy đứa nhỏ được học. Được học là đỡ khổ rồi.”* Niềm vui không đến từ việc cho – mà từ việc thấy người khác hạnh phúc.

Đó chính là HỖ – thứ niềm vui không bắt nguồn từ mình, nhưng lại làm cho mình bừng sáng.

Trong một thế giới ngày càng lạnh lẽo vì tiếng vỗ tay dành cho người khác dần thưa thớt, xã hội hiện đại đang đối mặt với sự suy kiệt niềm vui chân thật. Thành công của người khác trở thành cái cớ để ganh ghét, hạnh phúc của người khác vô tình bị biến thành nỗi bất an cho người chưa đủ đầy. *“Thành công của ai đó”* không còn là ngọn đèn soi chung đường đi phía trước, mà là cái bóng khiến người ta chạnh lòng. Ở đó, HỖ – niềm vui biết chúc phúc, biết đồng cảm tích cực – đã trở thành thứ đạo lý hiếm hoi, thậm chí bị bỏ quên trong cơ chế vận hành xã hội.

Chúng ta từng học cách cười trên mạng xã hội, nhưng không còn dạy nhau cách cười thật lòng vì người khác hạnh phúc.

Trong chuỗi bài **“TỪ - BI - HỖ - XÃ”**, chúng ta đã đi qua ánh sáng chữa lành của lòng TỪ, bàn tay cứu độ từ lòng BI. Giờ đây, HỖ sẽ là nụ cười trí tuệ của một tâm thức đã đủ sâu để không còn ganh đua, đủ rộng để vui với sự an lành của cộng đồng. HỖ không phải là món quà của cảm tính – mà là thành quả của một hành trình tu tập và chính trị hóa cảm xúc thiện lành.

Và nếu một quốc gia có thể nuôi dưỡng – thể chế hóa – lan tỏa niềm vui chân thật không vị kỷ, thì chính quốc gia đó đã nắm trong tay một chất liệu kiến thiết hòa bình thâm lặng nhưng bền vững.

Bài viết này, dựa trên nền tảng Phật học ứng dụng, xã hội học trị liệu và khoa học chính sách, sẽ mở rộng khái niệm HỖ thành một năng lượng kháng thể cảm xúc quốc gia, một chỉ số đạo lý có thể đo lường, và một chiến lược hồi sinh cộng đồng trong thời đại lạnh giá cảm xúc và cạnh tranh tuyệt đối.

1. HỖ (Muditā) – Niềm vui Vô ngã trong hệ thống Tứ vô lượng tâm

1.1 Muditā – Vui với người khác, mà không cần là người chiến thắng

Trong hệ tư tưởng Phật giáo, HỖ (Muditā) là một trong bốn Vô lượng tâm (TỪ – BI – HỖ – XÃ), được định nghĩa là tâm hoan hỷ chân thật phát khởi từ niềm vui của người khác, không ghen tỵ, không sở hữu, không ganh đua.

Khác với lạc thụ hưởng (sukha) hay phấn khích bản ngã, HỖ là niềm vui thanh tịnh, phát khởi khi thấy người khác an vui – thành công – hạnh phúc. Đó là niềm vui không xuất phát từ bản thân, nhưng làm sáng tâm hồn mình bằng cách không đặt cái tôi ở trung tâm nữa.

Tạng kinh Aṅguttara Nikāya dạy:

“Với tâm hoan hỷ, người ấy lan tỏa tình thương đến tất cả phương hướng, hoan hỷ với điều thiện, mừng với hạnh phúc của người khác như mừng cho chính mình.”

Khi người khác thành công, thay vì so sánh và chạnh lòng, người có Muditā cảm thấy một sự viên mãn tinh thần, như thể hạnh phúc của người là sự nối dài của hạnh phúc mình.

1.2 HỖ – Kháng thể của đổ kỵ, liều vắc-xin cho một xã hội so đo

Một trong những biểu hiện phổ biến nhất của bạo lực đạo đức trong xã hội hiện đại chính là đổ kỵ và mỉa mai người thành công. Từ mạng xã hội đến học đường, từ công sở đến công quyền, sự ganh ghét đã trở thành biểu hiện ngầm của một xã hội thiếu HỖ.

Trong bối cảnh ấy, Muditā không còn là khái niệm đạo đức tôn giáo, mà là *“kháng thể đạo lý”* trước một đại dịch: đại dịch mất niềm tin, mất lòng vui mừng cho nhau.

Nếu không thể chúc mừng người khác một cách chân thành, thì một cộng đồng sẽ không thể cộng hưởng cảm xúc, không thể chữa lành tổn thương, và không thể đoàn kết để đi xa.

Như vậy, HỖ chính là nền móng cảm xúc để thiết lập cộng đồng có năng lượng tích cực – đồng thuận sâu sắc – và niềm tin lẫn nhau.

1.3 Đối chiếu liên tôn giáo - liên triết học: HỖ như một giá trị đạo lý toàn cầu

Bên cạnh sự tương đồng với Cơ Đốc giáo qua khái niệm Agape – tình yêu vô điều kiện của Thiên Chúa, HỖ trong Phật giáo có điểm đặc sắc ở chỗ không đặt nền trên một đấng cứu rỗi, mà trên chính năng lực tu tập nội tâm và khả năng cộng hưởng hạnh phúc của từng cá nhân. Agape nhấn mạnh sự hy sinh và tình yêu phổ quát, còn HỖ nhấn mạnh niềm vui chia sẻ và sự công nhận sự thành công của người khác như một phần của hạnh phúc chung.

Tâm lý học tích cực hiện đại, đặc biệt qua các nghiên cứu của Barbara Fredrickson và Martin Seligman, cũng cho thấy rằng khả năng nuôi dưỡng cảm xúc tích cực như biết vui cùng người khác làm gia tăng độ bền tinh thần và sức khỏe tâm lý. Sự tương tác giữa HỖ và 'positivity resonance' mà Fredrickson đề xuất cho thấy tiềm năng kết hợp giữa Phật học ứng dụng và khoa học hiện đại.

Cơ Đốc giáo: Trong thư của Thánh Phaolô, có lời dạy: *“Rejoice with those who rejoice, weep with those who weep”* (Romans 12:15) – Hãy vui với người đang vui, khóc với người đang khóc. Đây là biểu hiện sâu sắc của lòng cảm thông, rất gần với tinh thần HỖ.

Nho giáo: Khổng Tử từng nói: *“Quân tử hòa nhi bất đồng, tiểu nhân đồng nhi bất hòa”* – Quân tử biết hòa với người khác, vui vì sự tiến bộ của họ mà không bị lôi kéo bởi cảm xúc đố kỵ.

Tâm lý học hiện đại: Nghiên cứu về Sympathetic joy (Kristin Neff, Fredrickson...) chứng minh: người có khả năng hoan hỷ với người khác sẽ ít trầm cảm, có độ bền cảm xúc cao, và có kỹ năng quan hệ xã hội tốt hơn.

Từ đây có thể thấy: HỖ không phải là đặc sản riêng của Phật giáo, mà là một đạo lý xuyên tôn giáo, xuyên văn hóa, có thể trở thành một chuẩn mực toàn cầu về hành vi ứng xử nhân văn và cảm xúc lành mạnh.

1.4 HỖ - Từ thiên thất đến chính sách cộng đồng: niềm vui có thể được thiết kế

Khác với quan niệm cho rằng HỖ chỉ là trạng thái thiên định cá nhân, Phật giáo ứng dụng hiện đại khẳng định: niềm vui vô ngã này có thể được kiến tạo – nuôi dưỡng – và lan tỏa trong không gian xã hội.

HỖ có thể được tích hợp vào:

Giáo dục học đường: dạy trẻ biết chúc mừng người khác từ nhỏ;

Công sở công quyền: khuyến khích văn hóa khen ngợi – ghi nhận – tán dương lẫn nhau;

Truyền thông đại chúng: cổ vũ những câu chuyện nhân văn lan tỏa niềm vui, thay vì khai thác tiêu cực – đổ kỵ – giật gân.

Một cộng đồng càng nhiều người biết vui vì người khác, càng ít bạo lực đạo đức, càng mạnh khả năng gắn kết – đồng hành – chữa lành.



Hình ảnh chỉ mang tính chất minh họa (sưu tầm).

2. HỖ như năng lực kháng cự cảm xúc tiêu cực và chiến lược dưỡng sinh cộng đồng trong thời đại so sánh

2.1 “So sánh” - Vũ khí vô hình giết chết năng lượng cộng đồng

Xã hội hiện đại đã “kỹ nghệ hóa” sự so sánh. Những bảng xếp hạng, mạng xã hội, công cụ đo thành tích... được quảng bá như động lực phát triển, nhưng cũng vô tình biến thành công của người khác thành nỗi tổn thương tiềm ẩn của chính ta. Cái gọi là “tự cải thiện” trong nhiều trường hợp thực chất lại là “tự dần vật bằng người khác”.

Khi mọi chuẩn mực đều bị đưa lên bàn cân – từ học vấn, nhan sắc, thu nhập đến hạnh phúc gia đình – thì niềm vui không còn là hiện tượng cộng hưởng, mà trở thành nguyên nhân gây bất an, ganh tỵ, thậm chí... lạnh lùng phủ nhận.

Vì vậy, HỖ – niềm vui vì người khác an lạc – chính là phản đề của xã hội cạnh tranh đạo lý. Nó là dòng chảy ngược, là cuộc nổi dậy âm thầm của lòng nhân chống lại guồng máy đồng hóa con người vào chiếc máy đo thành tích vô hồn.

HỖ không thể tự mọc giữa hoang mạc của đổ kỵ. HỖ phải được gieo trồng, bảo vệ, và dưỡng nuôi như một loài cây quý, đặc biệt trong một nền văn hóa chưa thực sự học cách “chúc mừng người khác mà không cảm thấy hụt hẫng cho chính mình”.

2.2 HỖ – Kháng thể mềm chống lại phân rã đạo lý và tê liệt cảm xúc xã hội

Giống như một cơ thể không có kháng thể sẽ dễ nhiễm bệnh, thì một cộng đồng không có khả năng vui thật lòng với người khác là cộng đồng dễ rơi vào phân mảnh đạo lý, cảm xúc tiêu cực và trạng thái phòng vệ đạo đức. HỖ, trong trường hợp này, chính là kháng thể cảm xúc học (emotional antibodies).

Nghiên cứu của Viện Edelman (2024) cho thấy: 67% người trưởng thành ở các xã hội công nghiệp phát triển cảm thấy “khó tin tưởng vào thành công của người khác”, và 54% trong số đó cho rằng “thành công người khác thường có yếu tố không minh bạch”. Khi niềm vui bị hoài nghi, và chúc mừng bị thay thế bởi phê phán, xã hội bước vào trạng thái rối loạn đạo lý thụ động – không có xung đột bề mặt, nhưng tích tụ bạo lực ngầm.

Trong Phật học, HỖ không phải là “hào hứng”, càng không phải “vui đùa”, mà là tâm bình thản đón nhận và hoan hỷ trước thiện sự – một thứ đạo đức an tịnh trong khổ đau, và đồng cảm trong hạnh phúc. HỖ không xâm lấn, không đòi phần, không cần sân khấu. Nó lặng lẽ cười, cười như ánh nắng biết reo mỗi khi

người khác nở hoa.

Và khi mỗi người dân đều có khả năng cười trước niềm vui của người khác, quốc gia ấy đã miễn dịch trước hận thù và đổ kỵ – hai loại vi rút tinh vi nhất gây vỡ cộng đồng.

2.3 HỖ như một chiến lược dưỡng sinh cộng đồng - Cấu phần của thể chế nhân bản

Dưỡng sinh cá nhân - Đào tạo khả năng hoan hỷ như một kỹ năng sống

Cũng như không ai sinh ra đã biết tha thứ, không ai tự nhiên biết vui thật lòng vì thành công của người khác. HỖ là một dạng "*cơ bắp cảm xúc*", phải được luyện tập. Tại các trường học Phật giáo, thiền HỖ (Muditā Bhāvanā) là pháp hành nhằm khơi mở lòng vui – chia – không dính mắc. Trong tâm lý học hiện đại, "*sympathetic joy*" được đưa vào trị liệu nhóm nhằm giải cứu người bệnh khỏi vòng xoáy mặc cảm và ghen tỵ.

Tại Việt Nam, chúng ta có thể đưa "*giáo dục HỖ*" vào kỹ năng sống học đường: học sinh học cách viết thư chúc mừng bạn được khen, tổ chức "*ngày chia sẻ niềm vui*", hay thực hành phản hồi tích cực như một kỹ năng cảm xúc nền tảng.

Dưỡng sinh tập thể - Tổ chức cộng đồng biết công nhận và chúc mừng

Các thiết chế công sở, đoàn thể, chính quyền địa phương có thể trở thành trường học của lòng hoan hỷ bằng cách thiết kế cơ chế ghi nhận thành tích, văn hóa khen ngợi đồng nghiệp, truyền thông nêu gương tích cực, thay vì chỉ chạy theo con số thi đua lạnh lùng.

Chính phủ New Zealand từng đưa hẳn một khoản "*budget for wellbeing*" – ngân sách cho sức khỏe cảm xúc – nhằm tài trợ các chiến dịch cổ vũ văn hóa cảm xúc tích cực trong cộng đồng. Bhutan thiết kế "*hội chúc mừng làng*" – mỗi khi có người đậu đại học hay lập nghiệp thành công.

Dưỡng sinh chính sách - Thể chế hóa HỖ như một trụ cột phát triển mềm

Chúng ta đã có Chỉ số Hạnh phúc Quốc gia (GNH), Chỉ số Từ Bi Xã Hội (SCI). Đã đến lúc cần đề xuất Chỉ số HỖ xã hội – Social Sympathetic Joy Index (SSJI) như một thước đo tinh thần quốc dân: mức độ cộng hưởng niềm vui, thái độ tích cực trước thành công người khác, và năng lực lan tỏa cảm xúc tích cực trong cộng đồng.

Nếu một địa phương có SSJI cao – tức là mức lan tỏa niềm vui tốt, ít ganh ghét – thì địa phương đó có thể được đánh giá là vùng "*đạo lý mạnh*". SSJI có thể trở thành chỉ báo tham chiếu trong chiến lược giáo dục, truyền thông, an sinh – giống như một "*nhật kế cảm xúc*" của quốc gia.

2.4 Quốc gia biết vui cùng dân - Đỉnh cao của thể chế cảm thông

Một quốc gia hùng mạnh không phải chỉ ở tăng trưởng GDP, mà ở khả năng cảm xúc hóa quản trị, biết chia sẻ nỗi đau và đồng hành trong hạnh phúc. Một thể chế từ bi không chỉ đến với dân khi họ khổ, mà còn biết mỉm cười, vỗ tay, tự hào khi dân ấm no – tiến bộ – làm được điều tốt.

Khi người dân cảm thấy Nhà nước không hoài nghi hạnh phúc của mình, họ sẽ tin Nhà nước ấy là bạn đồng hành, không phải giám khảo.

HỖ, nếu được tích hợp vào quản trị, sẽ:

Làm mềm hóa chính sách, nhân bản hóa thủ tục, tái thiết niềm tin.

Gọi mở kiểu lãnh đạo "*đồng hành niềm vui*", thay vì "*kiểm soát thành tích*".

Truyền đi thông điệp: Nhà nước không chỉ "*lo dân*", mà còn "*vui với dân*".

2.5 Chính trị HỖ - Không chỉ phòng ngừa xung đột, mà còn nuôi dưỡng hòa bình cảm xúc

Đa số các thiết kế chính sách hiện nay tập trung vào khắc phục thiệt hại, giảm xung đột, giải quyết bất bình đẳng. Nhưng như thế là chưa đủ. Một xã hội không thể chỉ sống trong tâm thế "*giảm khổ*" – mà phải biết chia sẻ niềm vui, biết lan tỏa cảm xúc tốt, tạo nên "*lớp bảo vệ đạo lý mềm*" trước khủng hoảng.

Chính trị của HỖ là chính trị của hy vọng – nơi lãnh đạo không phải chỉ là người ra mệnh lệnh, mà là người truyền cảm hứng chúc mừng, mở không gian "*cùng lớn lên*" thay vì "*cạnh tranh hạ bệ*".

Tóm lại, HỖ là năng lượng giúp một dân tộc vượt qua mặc cảm và ganh đua, vươn tới sự công nhận lẫn nhau – nền tảng mềm vững bền nhất của một thể chế chính trị nhân bản. Quốc gia biết chúc mừng Nhân dân chính là quốc gia có thể dẫn dắt dân tộc bằng trái tim, không chỉ bằng công cụ.

3. Chuyển hóa HỖ thành nền tảng thể chế - từ cảm xúc thiện lành đến chính sách nuôi dưỡng tinh thần quốc dân

3.1 HỖ không chỉ là phẩm chất cá nhân - mà là năng lượng thể chế có thể thiết kế và đo lường

Từ lâu, các hệ thống chính trị - công quyền - giáo dục thường chỉ quan tâm đến chỉ số tổn thương (suy giảm niềm tin, bất công, bạo lực) mà bỏ qua chỉ số nuôi dưỡng đạo lý tích cực. Chúng ta biết một cộng đồng đang bất mãn, nhưng lại không biết cộng đồng đó còn khả năng chia sẻ niềm vui cho nhau hay không. Đây chính là khoảng trống mà Chỉ số HỖ xã hội - Social Sympathetic Joy Index (SSJI) có thể lấp đầy.

Nếu TỪ biểu hiện qua sự bao dung, BI qua sự cứu giúp, thì HỖ biểu hiện qua mức độ chúc mừng - lan tỏa - công nhận thành tựu người khác. Và đây là thứ có thể khảo sát, đo đếm, trích xuất từ dữ liệu hành vi và cảm xúc cộng đồng.

SSJI chính là “*chỉ số đạo lý vui chung*” - phản ánh sức mạnh liên kết tích cực, đồng cảm thành công, khích lệ cộng đồng vượt khó, không ganh ghét - và vì thế, là chỉ báo mềm quan trọng của sự ổn định xã hội dài hạn.

3.2 Đề xuất cấu trúc Chỉ số HỖ xã hội (SSJI - Social Sympathetic Joy Index)

Mục tiêu và chức năng

Đo lường mức độ hoan hỷ tích cực trong cộng đồng;

Phát hiện sớm “*vùng trũng cảm xúc thiện lành*” - nơi đổ kỵ và thờ ơ đang dần thay thế sự công nhận;

Hỗ trợ hoạch định chính sách về giáo dục đạo đức, truyền thông xã hội, văn hóa công sở và quản trị mềm.

Cấu trúc 3 hợp phần SSJI

Mã chỉ số	Hợp phần	Nội dung đo lường	Nguồn dữ liệu
SSJI.1	Cảm xúc công nhận	Mức độ hoan hỷ với thành tựu người khác, qua khảo sát, phản hồi xã hội	Khảo sát xã hội học, đo cảm xúc tích cực trên mạng
SSJI.2	Hành vi chia vui	Tần suất, hình thức và độ lan tỏa các hành vi chúc mừng trong đời sống và truyền thông	Dữ liệu hành vi số, nền tảng truyền thông
SSJI.3	Mức tin cậy cộng đồng	Niềm tin rằng thành công của người khác là chính đáng, có thể lan tỏa	Niềm tin xã hội, cảm nhận về công bằng và minh bạch

Phương pháp đo lường SSJI

Khảo sát định kỳ: Các câu hỏi Likert 5–7 cấp đo cảm xúc chúc mừng, mức độ ngưỡng mộ tích cực, niềm tin vào thành công cộng đồng.

Phân tích dữ liệu lớn: Trích xuất các từ khóa tích cực (chúc mừng, ngưỡng mộ, cổ vũ...) trên nền tảng mạng xã hội, báo chí, diễn đàn.

Dữ liệu hành vi số hóa: Số lượt chúc mừng, bài viết lan tỏa mô hình tốt, lượng tham gia vào lễ vinh danh tập thể.

3.3 Gợi ý chính sách tích hợp HỖ vào thiết kế thể chế mềm

Giáo dục học đường

Tổ chức “*Ngày chia sẻ niềm vui*” tại trường học: mỗi học sinh viết thư chúc mừng bạn được khen.

Đưa kỹ năng cảm xúc tích cực – như biết cổ vũ, hoan hỷ, hợp tác – vào chương trình đạo đức.

Văn hóa công sở - hành chính công

Xây dựng bộ chỉ số HỖ nội bộ: đo thái độ công nhận, ghi nhận thành tích, tinh thần “*vui chung – cùng lớn lên*”.

Khen thưởng tập thể “*biết lan tỏa niềm vui*”, không chỉ hiệu quả công việc.

Truyền thông nội bộ tôn vinh gương mặt tử tế, khiêm nhường, biết hoan hỷ với đồng nghiệp.

Truyền thông đại chúng

Khởi xướng chiến dịch: “*Vui cùng dân – Chúc mừng điều tốt*”.

Ưu tiên tin tức tích cực, vinh danh nhân vật truyền cảm hứng vì biết tỏa sáng mà không làm lu mờ người khác.

Sản xuất chương trình tương tác: “*Niềm vui của tôi là thấy bạn thành công*”.

Quy hoạch không gian cộng đồng

Thiết kế khu vực vinh danh công dân tại trung tâm hành chính – nơi biểu dương thành tựu chung của người dân địa phương.

Không gian “*Cây niềm vui*” – nơi người dân có thể ghi lại lời chúc, lời công nhận lẫn nhau (dạng vật lý hoặc kỹ thuật số).

Kinh nghiệm quốc tế: Hỷ không còn là lý tưởng – đã là chiến lược quốc gia

Bhutan: Chỉ số Hạnh phúc Quốc gia (GNH) có hạng mục “*chúc mừng lẫn nhau*” và năng lực lan tỏa cảm xúc tích cực như một yếu tố cốt lõi.

New Zealand: Đưa ngân sách “*wellbeing*” (phúc lợi cảm xúc) vào trọng tâm lập pháp. Khảo sát sự lan tỏa của cảm xúc tích cực trên cộng đồng để định hướng truyền thông công quyền.

Scotland: Thành lập Bộ Cô Đơn – tích hợp các chỉ số kết nối cộng đồng, trong đó có chỉ số đồng cảm và hoan hỷ – như một chiến lược xóa bỏ “*cảm xúc lạnh lẽo chính trị*”.

OECD: Khuyến nghị các quốc gia không chỉ đo “*trust*” (niềm tin) mà cần đo “*social affirmation*” (khả năng cộng đồng công nhận lẫn nhau) – nền tảng tâm lý của sự gắn kết bền vững.

Mô hình “*Hỷ hóa thiết chế quản trị mềm*” – từ cảm xúc cá nhân đến kiến trúc thể chế

5 nguyên tắc gợi mở:

Nguyên tắc	Mô tả	Ứng dụng
Hỷ – Nhân bản hóa chính sách	Chính sách không chỉ để “giải quyết vấn đề” mà còn khơi dậy cảm xúc tích cực	Truyền thông chính sách, thông điệp công vụ
Hỷ – Làm ấm thiết chế	Cán bộ không chỉ “thực thi” mà còn “đồng cảm – chia sẻ – khích lệ”	Đào tạo cảm xúc công vụ
Hỷ – Kiến tạo cộng đồng biết công nhận	Cộng đồng được tổ chức để biết chúc mừng nhau	Thiết kế sự kiện, cơ chế vinh danh tập thể
Hỷ – Tăng sức miễn dịch đạo lý	Nơi có Hỷ lan tỏa là nơi khó có hận thù nảy sinh	Ưu tiên các vùng trũng SSJI trong phân bổ phúc lợi
Hỷ – Xây dựng niềm tin mềm	Khi người dân cảm thấy Nhà nước biết vui cùng mình – niềm tin sẽ bền hơn bất cứ khẩu hiệu nào	Chính trị cảm thông – quản trị bằng trái tim

Tổng kết phần 3

HỖ không phải là nụ cười vô tư cá nhân. Đó là một thiết kế đạo lý, một cơ chế hồi phục cộng đồng, và một nền tảng thể chế mềm giàu cảm xúc chính trị. Khi một quốc gia biết đo, biết nuôi dưỡng, biết lan tỏa niềm vui vì sự tốt đẹp của người khác, thì quốc gia ấy không chỉ tăng trưởng – mà trưởng thành về đạo lý.

4. HỖ như chất xúc tác phục hồi đạo lý hậu khủng hoảng - một mô hình phát triển từ nội lực tinh thần dân tộc

4.1 Vết nứt đạo lý và sự thiếu hụt giá trị mềm trong xã hội hiện đại

Trong những năm gần đây, chúng ta chứng kiến một hiện tượng nghịch lý và đáng suy ngẫm: xã hội ngày càng đầy đủ về vật chất, nhưng con người lại trở nên mỗi một hơn về tinh thần. Những biểu hiện như đổ kỵ, vô cảm, chia rẽ âm thầm len lỏi vào từng gia đình, từng công sở, từng cộng đồng. Những “vết nứt đạo lý” này không xuất phát từ khoảng trống thể chế hay luật lệ, mà chủ yếu bắt nguồn từ sự thiếu hụt trầm trọng các giá trị mềm – đặc biệt là năng lực hoan hỷ với hạnh phúc và thành công của tha nhân.

4.2 HỖ như chất xúc tác trị liệu hậu khủng hoảng

Trong bối cảnh hậu khủng hoảng – sau đại dịch, thiên tai, hay những rạn vỡ niềm tin văn hóa – HỖ có thể đóng vai trò như một chất xúc tác đạo lý thầm lặng mà hiệu quả. HỖ không gây tiếng vang như một chính sách cưỡng chế, nhưng lại kết dính xã hội từ bên trong, tựa như một “chất keo mềm” gắn kết con người bằng cảm xúc tích cực.

Sự phục hồi sau chấn thương tập thể không chỉ đến từ ngân sách hay y tế, mà cần được nuôi dưỡng bằng “cái ôm cảm xúc”, nụ cười hoan hỷ và sự chúc mừng không vụ lợi. Khi người yếu thế cảm nhận được rằng họ được công nhận, được chung vui, thì đó là bước đầu tiên trong hành trình tái thiết niềm tin – cả ở cấp độ xã hội lẫn chính trị.

4.3 Truyền thống “vui cái vui của thiên hạ” và gợi mở chính sách cộng hưởng HỖ

Từ ngàn đời, văn hóa Việt Nam đã đề cao tinh thần “*vui cái vui của thiên hạ*” – một hình thái HỖ mang tính cộng đồng đặc sắc. Lễ hội làng không đơn thuần là hoạt động giải trí, mà là nghi thức cộng hưởng niềm vui, kết nối tâm hồn con người trong không gian cộng sinh đạo lý.

Trong bối cảnh hiện nay, tinh thần ấy cần được phục hưng như một chính sách đạo đức cộng đồng: tổ chức các ngày hội ghi nhận tiến bộ đời thường, vinh danh những bước đi nhỏ nhưng có ý nghĩa của người bình thường, chúc mừng những cá nhân từng chịu thiệt thòi đã vươn lên. Khi niềm vui cá nhân được công nhận như một giá trị tập thể, đó chính là khi HỖ bước vào đời sống chính sách.

4.4 Mô hình thể chế mềm và vai trò của HỖ trong chính trị cảm xúc

Nếu được tích hợp vào thiết kế chính sách công, HỖ hoàn toàn có thể trở thành mô hình phát triển tinh thần dựa trên nội lực văn hóa – đạo lý dân tộc. Khi đó:

- Hệ thống chính trị sẽ trở nên “*có cảm xúc*” thay vì vô cảm;
- Thiết chế công quyền sẽ trở nên “*có người*” thay vì thuần túy hành chính;
- Cộng đồng sẽ trở nên “*có hồn*” thay vì rời rạc vô hình.

HỖ – với tư cách là năng lượng mềm của đạo lý – chính là đáp án mang bản sắc Việt Nam cho bài toán phục hồi xã hội hậu khủng hoảng. Đó là con đường mà Việt Nam có thể đi tiên phong trong xây dựng thể chế đồng cảm, xã hội trị liệu và quốc gia nhân bản trong thế kỷ XXI.

5. Kết luận tư tưởng - chính trị: HỖ như năng lượng chiến lược mềm trong kiến tạo quốc gia nhân bản

HỖ – nụ cười nội tâm vì người khác được hạnh phúc – thoát nhìn có vẻ nhỏ bé, nhưng kỳ thực là một nguồn năng lượng chiến lược mềm, có thể tạo chuyển biến sâu xa trong tâm thế cộng đồng, cấu trúc thể chế và niềm tin quốc gia.

Trong thế kỷ XXI đầy biến động và khủng hoảng, khi nhân loại đối diện với tình trạng phân mảnh xã hội, lạnh lùng cảm xúc và suy kiệt tinh thần, thì việc khôi phục các giá trị đạo lý tích cực – đặc biệt là TỪ, BI, HỖ – không còn là lựa chọn thuần đạo đức, mà là một lộ trình chính trị nhân bản hóa thể chế.

Nếu TỪ là chất nền nuôi dưỡng lòng thiện chí trong giao tiếp xã hội, nếu BI là động lực hành động vì người yếu thế, thì HỖ chính là phản ứng cảm xúc có tính

chính trị cao nhất, thể hiện sự công nhận, lan tỏa và hồi sinh niềm tin giữa người với người, dân với Đảng, xã hội với chính quyền.

Một quốc gia biết vui cùng dân, biết mừng với từng bước tiến của người yếu thế, là một quốc gia đã có khả năng kiến tạo thể chế cảm thông, nơi công quyền không chỉ quản trị mà còn an ủi; không chỉ ban hành quy định mà còn lan tỏa sự tin tưởng. Trên hành trình hiện đại hóa, phát triển bền vững không thể chỉ đo bằng GDP, hạ tầng hay công nghệ, mà còn bằng chỉ số cảm xúc cộng đồng, bằng năng lực của thể chế trong việc khơi dậy và duy trì các xúc cảm tích cực mang tính hệ thống, trong đó HỖ đóng vai trò như nhịp đập sống động của cộng sinh xã hội.

Một xã hội có chỉ số HỖ cao sẽ ít đổ kỵ, ít ganh ghét, và giàu năng lượng phục hồi. Một Nhà nước biết thiết kế chính sách chúc mừng dân, lan tỏa niềm vui thành công trong cộng đồng, là một Nhà nước biết lắng nghe đời sống xúc cảm của Nhân dân – vốn là chất liệu chính của niềm tin chính trị.

Chúng ta không nói về HỖ như một đạo lý chung chung, mà đã tiến tới cụ thể hóa bằng chỉ số SSJI (Social Sympathetic Joy Index) – đo lường khả năng cộng hưởng niềm vui trong xã hội; đề xuất mô hình HỖ hóa thiết chế quản trị mềm, từ giáo dục học đường đến truyền thông, hành chính công và cộng đồng; gợi mở kinh nghiệm quốc tế tiên tiến từ Bhutan, New Zealand, Scotland đến khuyến nghị OECD. Đây không chỉ là những giải pháp khả thi, mà còn là tiền đề để Việt Nam trở thành quốc gia tiên phong trong xây dựng thể chế cảm xúc nhân bản.

Trong hệ giá trị TỪ – BI – HỖ – XÃ, HỖ là bước trung gian khéo léo chuyển cảm xúc thiện lành sang chính sách, từ tâm thức đạo đức đến năng lực thể chế. Nếu TỪ mở lòng, BI hành động, thì HỖ chính là biểu tượng của sự lan tỏa cảm xúc thiện lành trong cấu trúc quyền lực mềm. Một thể chế không thể chỉ cai trị bằng luật, mà phải được Nhân dân thấm nhận bằng cảm xúc – bằng những lần được chúc mừng, được công nhận, được thấy niềm vui của mình là điều có ý nghĩa với xã hội.

Khép lại bài viết này, hãy cùng hình dung về một Việt Nam hậu hiện đại – nơi công dân không chỉ được bảo vệ, mà còn được khích lệ; không chỉ tránh được đau khổ, mà còn được chúc mừng bằng thể chế tử tế. Khi bạn thành công, đất nước không lạnh lùng đứng nhìn – mà mỉm cười vui cùng bạn.

Từ đó, việc hiện thực hóa HỖ trong đời sống xã hội cần có các công cụ đo lường và ứng dụng cụ thể:

Phụ lục: Mô hình lan tỏa HỖ cộng đồng

Mô hình HỖ cộng đồng được thiết kế gồm 4 tầng lan tỏa cảm xúc tích cực:

Cá nhân nội tâm (Tâm hỷ – sự vui mừng trước hạnh phúc của người khác).

Quan hệ gần (Gia đình, bạn bè – chia sẻ niềm vui).

Cộng đồng mở rộng (Tổ chức xã hội, đoàn thể – lan truyền hành vi tích cực).

Xã hội vĩ mô (truyền thông, chính sách – kiến tạo môi trường cảm xúc tích cực).

Cơ chế lan tỏa gồm ba chiều: Nhận biết – Đồng cảm – Lan truyền.

Mỗi tầng có thể đo lường thông qua chỉ số HỖ (Joy Index) hoặc khảo sát định kỳ mức độ cảm xúc tích cực cá nhân và cộng đồng.

Tác giả: **ThS. Nguyễn Hoàng Hành**

Phó Vụ trưởng Vụ Tuyên truyền công tác dân tộc, tôn giáo – Bộ Dân tộc và Tôn giáo

Chú thích:

1. Dhp 197 – 'Vui thay chúng ta sống, không hận giữa hận thù. Giữa những người hận thù, ta sống không hận thù.' (Kinh Pháp cú – HT. Thích Minh Châu dịch, 1992).

2. AN 4.125 – Tăng Chi Bộ Kinh, chương Bốn pháp, phẩm Cân đối, kinh Hoan hỷ. (HT. Thích Minh Châu dịch, 1992).

3. Edelman Trust Barometer 2024. Nguồn: <https://www.edelman.com/trust-barometer>

Tài liệu tham khảo:

1. (2010). Compassion in Early Buddhism. Journal of Buddhist Ethics, 17, 1–28.

2. Fredrickson, B. L. (2009). Positivity: Groundbreaking research reveals how to embrace the hidden strength of positive emotions. Crown Publishing Group.

3. Neff, K. D., & Germer, C. K. (2013). A pilot study and randomized controlled trial of the mindful self-compassion program. Journal of Clinical Psychology, 69(1), 28–44.

4. <https://doi.org/10.1002/jclp.21923>

5. (2023). How's Life? Measuring Well-being. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/statistics/how-s-life.htm>

6. Royal Government of Bhutan. (2016). Gross National Happiness Survey Report. Centre for Bhutan Studies.
7. Sander, D. & Scherer, K. R. (Eds.). (2009). Oxford Companion to Emotion and the Affective Sciences. Oxford University Press.
8. Thích Minh Châu. (1992). Kinh Tăng Chi Bộ (Aṅguttara Nikāya), tập 1-4. Thành hội Phật giáo TP.HCM xuất bản.
9. Tôn Thất Quỳnh. (2020). Phật học và quản trị cảm xúc xã hội. Tạp chí Nghiên cứu Phật học, số 6, tr. 34-45.
10. World Happiness Report. (2024). Sustainable Happiness and Policy. Sustainable Development Solutions Network.