

TRÀO LƯU THỰC HÀNH “PHÔNG BẠT” TRONG CÁC TƯƠNG TÁC TRÊN MẠNG XÃ HỘI CỦA MỘT BỘ PHẬN GIỚI TRẺ HIỆN NAY TỪ GÓC NHÌN VĂN HÓA

LƯƠNG THU TRANG
Viện Nghiên cứu Văn hóa

Nhận bài ngày 30/11/2025. Sửa chữa xong 08/01/2025. Duyệt đăng 12/01/2025.

Abstract

In recent years, ‘Phong Bat’ (a performative practice of image exaggeration for social display) has emerged as a noticeable trend in the online interactions of a segment of contemporary urban youth, particularly on social media platforms. The term refers to deliberate practices of self-presentation in which individuals construct and project amplified or embellished versions of themselves in order to attract attention, gain recognition, or enhance social capital within digital communities. This phenomenon raises critical questions about the relationship between performed identities and notions of authenticity in a context where digital environments increasingly shape everyday social life. Drawing on cultural theory and studies of digital self-representation, this article examines ‘Phong Bat’ as a cultural practice embedded in the logic of visibility, performativity, and mediated interaction. The analysis contributes to a deeper understanding of how urban youth negotiate identity, status, and self-worth in networked spaces where social interactions are increasingly structured by platforms, algorithms, and audience engagement.

Keywords: Cultural practice, digital self-presentation, online performance, Phong Bat, urban youth.

1. Đặt vấn đề

Khi nhìn lại những thành tựu học thuật của khoa học xã hội trong thế kỷ trước, có thể thấy giới trẻ là một nhóm đối tượng vô cùng đặc biệt. Ngay từ rất sớm, Mead (1928) và Malinowski (1929) đã chỉ ra rằng việc hiểu và định nghĩa giới trẻ cùng những tương tác xã hội của họ không hề đơn giản. Ban đầu, giới nghiên cứu ít quan tâm đến nhóm này như một phạm trù độc lập khi phân tích các vấn đề xã hội. “Giới trẻ” thường bị quy về trạng thái chưa trưởng thành về mặt sinh học hoặc mang “tâm sinh lý bất ổn định” (Jean Twenge, 2017). Họ cũng bị mô tả là những người dễ rơi vào khủng hoảng trước áp lực thi cử từ gia đình và xã hội (Lani Guinier, 2015). Tuy nhiên, các nghiên cứu xã hội học sau này đã đưa ra những góc nhìn mới, đề xuất rằng giới trẻ và văn hóa giới trẻ nên được xem như những nền văn hóa phụ, mang ý nghĩa biểu tượng riêng được chính họ tạo ra (Bhat, 2016). Quan điểm này dựa trên việc phân tích tác động của bối cảnh hiện đại phương Tây đối với lối sống và tư duy của giới trẻ trong quá trình kiến tạo bản sắc văn hóa của riêng mình. Theo đó, những cuộc cách mạng công nghiệp đã đẩy các xã hội thoát khỏi mô hình tiền hiện đại hoặc truyền thống để tiến vào hiện đại, với sự xuất hiện của hàng loạt phương tiện truyền thông mới và sự lên ngôi của trí tuệ nhân tạo. Chính sự thay đổi đó đòi hỏi một cách tiếp cận nghiêm túc hơn đối với giới trẻ, thay vì nhìn họ như một nhóm lạc lõng trước thời đại hay chỉ là những cá nhân phản kháng chính trị do bị bóc lột bởi tầng lớp tư bản (Gondola, 1999; Danah Boyd, 2014).

Bên cạnh các nghiên cứu xã hội học, ngành nhân học cũng đóng góp thêm nhiều góc nhìn mới trong cách tiếp cận vấn đề về giới trẻ. Trong cuốn *Subculture in the Meaning of Style* (1979), nhà nghiên cứu người Anh Dick Hebdige nhấn mạnh rằng khi nghiên cứu giới trẻ, cần có cách tiếp cận đa chiều hơn,

Email: trangthuvvh@gmail.com

vì đây là một nhóm dân cư có những đặc trưng ứng xử và sở thích riêng biệt, phản ánh phong cách cá nhân. Dựa trên hướng tiếp cận này, nhiều nhà nghiên cứu sau đó như Michael Brake (1985), Stuart Hall & Tony Jefferson (1993) đã làm sáng tỏ những trào lưu phổ biến trong giới trẻ phương Tây như punk, pop, rock, techno... Mary Bucholtz cho rằng nghiên cứu giới trẻ cần tập trung vào thực hành văn hóa của họ, vì đó là cách họ định vị bản sắc riêng trước những biến động của chủ nghĩa tư bản toàn cầu, chủ nghĩa xuyên quốc gia và văn hóa địa phương. Quan điểm này cũng được Hodkinson (2004) cùng Ulusoy & Firat (2016) đề cập khi khẳng định rằng trong bối cảnh ngày càng nhiều phong trào đương đại và phong cách sống thay thế xuất hiện trong giới trẻ, các nghiên cứu về nhóm này cần đổi mới cách tiếp cận. Nhiều công trình gần đây cũng chỉ ra rằng sự tự quyết cá nhân và quá trình thương lượng bản sắc đang góp phần quan trọng vào việc định hình văn hóa giới trẻ. Điều này cũng được phản ánh trong ý kiến của một số bạn trẻ tham gia nghiên cứu, khi họ thừa nhận dù không hoàn toàn ủng hộ thực hành “phông bạt”, nhưng vẫn từng tham gia trào lưu này trên mạng xã hội. Vậy từ góc nhìn của chính người trong cuộc, điều gì khiến “phông bạt” trở thành một trào lưu hấp dẫn? Đây chính là vấn đề mà nghiên cứu này sẽ đi sâu tìm hiểu.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp phỏng vấn sâu nhằm tìm hiểu và lý giải vì sao “phông bạt” trở thành trào lưu được một bộ phận giới trẻ thực hành qua các tương tác trên mạng xã hội từ chính góc nhìn của những bạn trẻ đã từng một lần thực hành trào lưu này. Phương pháp này cho phép chúng tôi thu thập những trải nghiệm cá nhân, quan điểm và động cơ của người tham gia, từ đó hiểu rõ hơn về các giá trị và ý nghĩa mà họ gán cho hành động của mình.

Như đã trình bày ở phần trên, nhóm đối tượng được chúng tôi lựa chọn phỏng vấn là 15 người trẻ trong độ tuổi từ 20 đến 25 tuổi sống tại Hà Nội. Lựa chọn này dựa trên giả thuyết rằng nhóm tuổi này thuộc thế hệ là Z là những người chịu ảnh hưởng lớn từ các xu hướng sống hiện đại và có khả năng tiếp cận công nghệ, qua đó dễ dàng tham gia vào các hoạt động “phông bạt” trên mạng xã hội. Mỗi cuộc phỏng vấn sẽ được thực hiện theo hình thức bán cấu trúc, giúp người tham gia thoải mái bày tỏ ý kiến mà không bị hạn chế bởi các câu hỏi quá cứng nhắc. Qua đó, nghiên cứu sẽ góp phần lý giải những câu chuyện xoay xung quanh vấn đề thực hành “phông bạt” trên các tương tác mạng xã hội hiện nay.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Sự xuất hiện trào lưu phông bạt và sự đón nhận của giới trẻ

Theo một số nhà nghiên cứu, “phông bạt” là thuật ngữ mang hàm ý chỉ hành động tô vẽ, làm đẹp vẻ bề ngoài mà thiếu chiều sâu nội hàm. Khái niệm này thường mang sắc thái tiêu cực, ám chỉ việc xây dựng một hình ảnh hào nhoáng nhưng không phản ánh đúng giá trị thực của con người hay sự vật. Trong bối cảnh các phương tiện truyền thông phát triển mạnh mẽ, tạo ra “thời đại số” (digital era), một thế hệ trẻ “thế hệ số” (digital natives) đã trưởng thành cùng với công nghệ kỹ thuật số, máy tính và Internet. Chính điều này đã khiến thực hành “phông bạt” quay trở lại mạnh mẽ, đặc biệt khi mạng xã hội trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống của giới trẻ.

Ban đầu, các thực hành “phông bạt” chỉ xoay quanh việc tạo một phòng nền đẹp để trang trí hồ sơ chơi game hoặc dàn dựng video du lịch sao cho hình ảnh đạt độ hoàn hảo cao nhất khi đăng tải. Vì thế, nhiều bạn trẻ hưởng ứng xu hướng này với tâm thế vui vẻ, giống như Thanh (21 tuổi) chia sẻ: “Mình chỉ muốn hồ sơ chơi game của mình trông đẹp hơn một chút, có điểm nhấn để khác biệt so với bạn bè. Vì vậy, mình đã tạo một phòng nền đẹp và chỉnh sửa avatar cho lung linh hơn, chỉ đơn giản vậy thôi” (Phòng vấn Thanh, 21 tuổi). Quan điểm này cũng nhận được sự đồng thuận từ 14 bạn trẻ khác, khi họ cho rằng việc tạo dựng một hình ảnh đẹp trên mạng xã hội hay hồ sơ trò chơi không khác gì cách mỗi người chọn trang phục hoặc phong cách ngoài đời thực – đó chỉ là một cách thể hiện cá tính và khẳng định dấu ấn cá nhân theo hướng vô hại.

Tuy nhiên, theo thời gian, thực hành này đã phát triển sang nhiều hình thức khác, đặc biệt là việc khoe khoang vật chất xa xỉ. Một số bạn trẻ chịu ảnh hưởng từ người nổi tiếng thường xuyên chia sẻ hình ảnh các món đồ hàng hiệu, bữa ăn đắt đỏ hay quà tặng sang trọng từ người yêu trên mạng xã hội. Một số khác lại tham gia vào “hội những người theo đuổi”, chạy theo lối sống hào nhoáng để thu hút sự chú ý.

Đỉnh điểm của những tranh luận xung quanh thực hành “phông bạt” là khi một số nhân vật nổi tiếng trên TikTok, Facebook – bao gồm cả một số KOL (Key Opinion Leaders – người có sức ảnh hưởng) – bị phát hiện “khoe khoang” việc quyên góp từ thiện với số tiền lớn, nhưng thực tế khi cộng đồng mạng kiểm tra sao kê từ Mặt Trận Tổ Quốc Việt Nam, con số thực chỉ dừng lại ở vài trăm nghìn hoặc một vài triệu đồng.

Bình luận về hiện tượng này, 15 bạn trẻ tham gia nghiên cứu cho rằng hành động “khoe khoang” từ thiện ảo này chỉ xuất phát từ một số cá nhân cố tình tạo dựng hình ảnh để thu hút tương tác trên mạng xã hội, chứ không phản ánh bản chất chung của thực hành “phông bạt”: “Mình nghĩ những hành động này chỉ là cách một số người muốn nổi bật, muốn thu hút sự chú ý chứ không đại diện cho ý nghĩa thực sự của trào lưu này” (Phong vấn Minh, 23 tuổi). Tapscott (2019) trong nghiên cứu về phương thức giải trí của thế hệ Z nhận định rằng đây là thế hệ đầu tiên trưởng thành trong một môi trường nơi công nghệ hiện đại thâm nhập sâu vào mọi khía cạnh của cuộc sống. Sinh ra và lớn lên giữa những tiến bộ kỹ thuật, cùng sự phổ biến của màn hình và mạng xã hội, thế hệ này đã trở thành công dân số (digital citizens). Điều này khiến cách họ tiếp cận và nhìn nhận các vấn đề xã hội khác biệt đáng kể so với các thế hệ trước. Tuy nhiên, không thể chỉ dựa vào đó để vội vàng dán nhãn rằng đây là một thế hệ có phong cách sống “dị biệt” so với chuẩn mực truyền thống.

Mikulecky (2020) cũng nhấn mạnh rằng, mặc dù có quan điểm cho rằng cách thế hệ trẻ hiện nay tương tác với công nghệ và mạng xã hội thể hiện sự nóng vội, nông cạn, đồng thời tạo ra nhiều trào lưu gây tranh cãi, nhưng khi nhìn nhận vấn đề từ góc độ đa chiều, có thể thấy rằng hiện tượng này không đơn thuần chỉ do “sự nghiện công nghệ”. Thực tế, nó phản ánh tác động từ các yếu tố xã hội rộng lớn hơn, bao gồm áp lực đồng trang lứa, văn hóa tiêu thụ, và sự ảnh hưởng của mạng xã hội trong việc định hình các chuẩn mực, xu hướng. Nhìn theo cách này, các thực hành giải trí và tương tác của giới trẻ không nên bị quy kết một cách đơn giản, mà cần được hiểu như những biểu hiện của bối cảnh văn hóa – xã hội đương thời. Đối chiếu những quan điểm này với kết quả nghiên cứu, có thể thấy rằng dù là những người thực hành “phông bạt” trên môi trường mạng, nhóm bạn trẻ trong nghiên cứu không đồng tình với những hành vi gây ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng, như trường hợp một số nhân vật nổi tiếng vừa qua. Tuy nhiên, họ cũng thừa nhận rằng với một bộ phận giới trẻ, bao gồm cả họ, trào lưu “phông bạt” thực sự có sức hút. Vậy điều gì khiến trào lưu này hấp dẫn đến vậy? Phần tiếp theo của nghiên cứu sẽ làm rõ vấn đề này.

3.2. Vì sao người trẻ thích “phông bạt”?

Tiếp tục câu chuyện của mình, Thanh chia sẻ rằng một trong những lý do quan trọng khiến giới trẻ hứng thú với thực hành “phông bạt” là nhu cầu khẳng định bản sắc cá nhân trên không gian mạng. Thuật ngữ “bản sắc” lần đầu tiên được giới học thuật nhắc đến vào những năm 1950 qua nghiên cứu của nhà tâm lý học Erik Erikson (1902-1994) về “bản sắc bản ngã” (ego identity) ở trẻ em và thanh thiếu niên. Erikson phân tích các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến quá trình hình thành nhân cách trước tác động của môi trường sống. Theo ông, bản sắc là sự tự nhận thức rõ ràng về chính mình, tương tự như cách mà người khác nhìn nhận cá nhân đó. Vì thế, bản sắc không chỉ là trạng thái tâm lý ổn định mà còn là sự xác định bản thân dựa trên tương quan với xã hội.

Trong từ điển Oxford, “bản sắc” được định nghĩa là sự “giống nhau” xuyên suốt mọi thời điểm, bối cảnh và điều kiện thực tế của một cá nhân hay thực thể, giúp phân biệt họ với người khác thông qua đặc điểm hoặc tính cách riêng. Trong khi đó, từ điển Merriam-Webster lại tiếp cận khái niệm này từ hai góc độ: một là sự đồng nhất giữa các yếu tố cấu thành thực thể, hai là những đặc tính nổi bật giúp phân biệt cá nhân. Cả hai cách hiểu đều chỉ ra rằng bản sắc có tính phân biệt, giúp xác định cái tôi riêng biệt. Theo Twenge (2017), trong xã hội hiện đại, đặc biệt với thế hệ Z, nhu cầu thể hiện bản sắc cá nhân trên không gian mạng là vô cùng lớn. Khi ai cũng có thể trở thành người đưa tin và nội dung có thể lan truyền nhanh chóng, những cá nhân có góc nhìn sắc sảo, hài hước hay độc đáo dễ dàng thu hút sự chú ý. Hơn thế, cơ chế của mạng xã hội hiện nay cho phép bất kỳ ai cũng có thể trở thành “người của công chúng” nếu tạo ra những nội dung đủ thú vị (hoặc đủ giật gân). Vì vậy, với nhiều bạn trẻ trong nghiên cứu này, “phông bạt” không đơn thuần là một hành vi bộc phát mà còn là một cách khẳng định bản sắc trong môi trường số.

Nhận định này cũng được củng cố qua khảo sát với một số bạn trẻ khác. Họ đồng tình rằng: “Bảo

Gen Z làm bạn với mạng xã hội hơn là đời thực cũng không sai. Các tính năng của mạng hiện nay rất phong phú, hỗ trợ không chỉ giải trí mà còn giúp ích cho công việc. Thậm chí, nhiều người còn tạo dựng hình ảnh lung linh trên mạng để thu hút nhà tuyển dụng, tạo lợi thế cạnh tranh cho hồ sơ cá nhân trong thời đại công nghệ số” (Phông vấn Minh, 23 tuổi).

Một nguyên nhân khác khiến giới trẻ thích “phông bạt” là vì họ xem đây như một hình thức giải trí đơn thuần. Thanh chia sẻ: “Em từng tạo hình ảnh mình là một tổng tài đẹp trai, giàu có nhưng mục đích chỉ để trêu bạn bè cho vui chứ không phải vì lý do gì khác” (Phông vấn Minh, 23 tuổi). Tương tự, Lan (20 tuổi) bày tỏ: “Đôi khi em chỉ muốn tạo ra một thứ gì đó đẹp mắt để khoe với bạn bè. Em không nghĩ quá nhiều về nó, chỉ đơn giản là vui thôi. Tất nhiên, cái vui đó không được gây tổn thương đến danh dự hay nhân phẩm của ai” (Phông vấn Lan, 20 tuổi). Điều này cho thấy, với nhiều người trẻ, “phông bạt” không phải là một hành vi nghiêm trọng hay phức tạp mà chỉ là một cách để thư giãn. Jenkins (2006) và Buckingham (2008) cho rằng sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số đã thay đổi cách giới trẻ tiếp cận giải trí, mở ra một thế giới kỹ thuật số phong phú và thuận lợi cho việc du nhập các trào lưu mới. Điều này cũng làm thay đổi mô hình giải trí gia đình truyền thống, nơi mọi người quây quần bên chiếc vô tuyến. Sự khác biệt thế hệ này tạo ra một khoảng cách giữa cha mẹ và con cái, giữa người già và người trẻ, trong khi giới trẻ với sự nhạy bén và khao khát khám phá luôn tìm đến những xu hướng giải trí tiên phong. Những trào lưu này từng khởi đầu với trò chơi điện tử và hiện nay mở rộng sang việc “hóng drama” hoa hậu, người nổi tiếng hay các chủ đề đang gây tranh cãi trên mạng xã hội. Với thế hệ trước, đây có thể bị xem là một hình thức giải trí không lành mạnh, nhưng với người trẻ, miễn không gây hại đến ai, “giải trí” đơn thuần chỉ là “giải trí”.

Bên cạnh đó, nhiều bạn trẻ cho rằng việc tham gia “phông bạt” cũng giúp họ xả stress. Theo khảo sát, 10/15 bạn trẻ đi làm cho biết họ phải đối mặt với vô số áp lực nơi công sở, từ việc bị lôi kéo vào phe phái cho đến cạnh tranh dự án giữa các nhóm. Trong khi đó, 5 bạn còn lại đang đi học cũng thừa nhận áp lực học hành khiến họ căng thẳng, và tham gia các trào lưu mạng xã hội giúp họ giải tỏa phần nào áp lực từ đời sống thực.

Một lý do quan trọng khác khiến giới trẻ thích “phông bạt” là vì nó giúp họ kết nối và tìm kiếm những người bạn có chung sở thích. Linh (22 tuổi) chia sẻ: “Khi tạo phông bạt cho hồ sơ chơi game của mình, em không chỉ muốn nó đẹp mà còn hy vọng tìm được những người có cùng sở thích” (Phông vấn Linh, 22 tuổi). Khải (20 tuổi) cũng đồng tình: “Phông bạt giống như một tấm danh thiếp. Nếu bạn có một phông bạt thú vị, mọi người sẽ bị thu hút và muốn kết nối với bạn. Dĩ nhiên, ai tốt ai xấu sau này sẽ lộ ra, nhưng nếu muốn kết bạn nhanh thì phông bạt có thể giúp mình” (Phông vấn Khải, 20 tuổi). Như vậy, “phông bạt” không chỉ là phương thức giải trí hay khẳng định bản sắc mà còn là công cụ giúp người trẻ mở rộng mạng lưới quan hệ. Trong môi trường trực tuyến, nơi các tương tác chủ yếu bắt đầu từ ấn tượng ban đầu, một “phông bạt” ấn tượng có thể giúp người trẻ tạo dựng hình ảnh cá nhân và gia tăng cơ hội kết nối.

Việc dành nhiều thời gian trên mạng xã hội không chỉ để giải trí mà còn để tìm kiếm sự thoải mái và xây dựng vốn xã hội. Przybylski và Weinstein (2019) nhận định rằng tần suất làm việc, giải trí, tương tác trên không gian mạng của giới trẻ là vô cùng lớn. Theo Anderson và cộng sự, thế hệ Z là những người lớn lên cùng công nghệ, dành nhiều thời gian tiếp cận thông tin, giải trí và thậm chí là tin giả. Điều này khiến họ có xu hướng kết nối với những người cùng sở thích trên không gian ảo thông qua các thực hành như “phông bạt”. Turkle (2012) cũng cho rằng mạng xã hội tạo ra một dạng “cơ nghiện” với người trẻ. Việc liên tục lướt tin, đọc bài đăng của bạn bè hay theo dõi một sự kiện nóng có thể giúp họ bước vào một thế giới khác, nơi những ràng buộc của đời thực không còn là giới hạn. Đây là lý do giải thích vì sao người trẻ mong muốn xây dựng những mối quan hệ ảo trên không gian số và tận dụng “phông bạt” như một cách để thực hiện điều đó. Tuy nhiên, dù công nhận sự hấp dẫn của “phông bạt”, nhiều bạn trẻ trong nghiên cứu này cũng cho rằng việc lạm dụng nó trong các tương tác trên mạng xã hội có thể dẫn đến hệ quả không mong muốn. Việc kiến tạo một hình ảnh quá xa thực tế có thể khiến họ bị cuốn vào thế giới ảo, bỏ quên đời sống thực và thậm chí gây tổn thương đến cộng đồng. Do đó, họ nhìn nhận “phông bạt” chỉ là một trào lưu nhất thời, giúp đạt được một số mục đích cá nhân nhưng không phải là cách lâu dài để khẳng định bản sắc thực sự của bản thân.

3.3. Một số giải pháp định hướng các thực hành văn hóa trên không gian mạng của giới trẻ

3.3.1. Cần tăng cường các hoạt động tuyên truyền giáo dục về năng lực truyền thông số, trong đó nhấn mạnh khả năng phân tích, giải mã và đánh giá các hình ảnh, thông điệp mang tính trình diễn trên mạng xã hội. Thông qua việc trang bị cho giới trẻ đồ thị những công cụ nhận thức cần thiết, các chiến dịch tuyên truyền có thể góp phần làm rõ tính chất kiến tạo, chọn lọc và trung gian hóa của hình ảnh trực tuyến, từ đó hạn chế xu hướng đồng nhất hình ảnh được trình diễn với đời sống thực hay giá trị “chân thực” của cá nhân.

3.3.2. Các hoạt động tuyên truyền cần hướng tới việc đa dạng hóa diễn ngôn về thành công, giá trị và bản sắc cá nhân trong không gian mạng. Thay vì tái sản xuất những khuôn mẫu hình ảnh mang tính phô trương, các nội dung truyền thông nên khuyến khích sự hiện diện của những câu chuyện đời thường, những trải nghiệm không hoàn hảo, cũng như các hình thức tự sự phản tư về cái tôi. Cách tiếp cận này góp phần mở rộng biên độ biểu đạt bản thân, làm giảm áp lực phải “trình diễn” theo các chuẩn mực hình ảnh đang chi phối mạnh mẽ mạng xã hội.

3.3.3. Cần phát huy vai trò của các chủ thể trung gian như nhà trường, tổ chức thanh niên, các nhóm sáng tạo nội dung và cơ quan báo chí trong việc xây dựng những diễn đàn đối thoại về thực hành show-off trong đời sống số. Thông qua các tọa đàm, chiến dịch truyền thông hoặc sản phẩm nội dung mang tính đối thoại, giới trẻ có cơ hội trao đổi, chia sẻ và phản tư về những trải nghiệm của chính mình, qua đó hình thành ý thức tự điều chỉnh thay vì bị áp đặt bởi các chuẩn mực đạo đức bên ngoài.

3.3.4. Công tác tuyên truyền cần được đặt trong mối liên hệ với các chính sách quản lý và thiết kế nền tảng số, nơi các cơ chế thuật toán và tương tác góp phần thúc đẩy hoặc hạn chế các thực hành trình diễn mang tính phô trương. Việc lồng ghép các thông điệp tuyên truyền về sử dụng mạng xã hội có trách nhiệm, tôn trọng sự đa dạng biểu đạt và giảm thiểu áp lực so sánh xã hội sẽ góp phần tạo dựng một môi trường số lành mạnh hơn cho quá trình kiến tạo bản sắc của giới trẻ đô thị.

4. Kết luận

Thông qua việc khảo sát một số thực hành “phông bạt” trên mạng xã hội của giới trẻ, nghiên cứu làm rõ những động cơ xã hội và văn hóa đứng sau sự ưa chuộng trào lưu này trong một bộ phận người trẻ. Từ điểm nhìn của các chủ thể tham gia, “phông bạt” không đơn thuần là hành vi khoa trương hay sự chạy theo xu hướng nhất thời, mà còn được xem như một phương thức tích cực để khẳng định và thương lượng bản sắc cá nhân trong không gian mạng. Trong bối cảnh mạng xã hội mở ra khả năng trình hiện có chọn lọc những khía cạnh bản thân mà cá nhân mong muốn được người khác nhìn nhận, “phông bạt” trở thành một công cụ giúp người trẻ kiến tạo hình ảnh cá nhân theo những chiến lược riêng, đồng thời tạo điều kiện kết nối với cộng đồng mạng qua đó mở ra những mối quan hệ xã hội mới cho người trẻ. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng, dù bày tỏ sự hứng thú với trào lưu “phông bạt”, các chủ thể tham gia không tiếp nhận và thực hành hiện tượng này một cách vô điều kiện. Ngược lại, họ thể hiện mức độ tự ý thức nhất định trong việc lựa chọn bối cảnh và giới hạn thực hành, qua đó cho thấy năng lực chọn lọc và điều chỉnh các thực hành văn hóa của người trẻ trong đời sống số. Điều này gợi ý rằng các thực hành văn hóa của giới trẻ không phải là những quá trình thiếu kiểm soát, mà tồn tại dư địa cho sự định hướng và điều chỉnh theo những giá trị xã hội tích cực, nếu các can thiệp truyền thông giáo dục được thiết kế phù hợp với điểm nhìn và trải nghiệm của chính người trẻ.

Tài liệu tham khảo

- [1] Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens' social media habits and experiences*. Pew Research Center.
- [2] Buckingham, D. (2008). *Youth, identity, and digital media*. MIT Press.
- [3] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press
- [4] Mikulecky, P. (2020). *Digital natives vs digital immigrants: A multidimensional view on interaction with social technologies in organizations*. Journal of Enterprise Information Management, 33(1), 179-196
- [5] Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2019). *Digital screen time limits and young children's psychological well-being: Evidence from a population-based study*. Child Development, 90(1), e56-e66.
- [6] Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York, NY: McGraw-Hill.
- [7] Turkle, S. (2012). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.