

Tiếp cận thông tin trên mạng xã hội của sinh viên hiện nay

Phạm Võ Quỳnh Hạnh^(*), Phó Thanh Hương^(**)

Lưu Hồng Minh^(***)

Tóm tắt: Là sản phẩm của Internet, mạng xã hội (MXH) là một xã hội ảo với hai thành tố chính là các thành viên và liên kết giữa các thành viên đó, cho phép kết nối các thành viên không phân biệt không gian và thời gian qua những tính năng như kết bạn, chat, email, phim ảnh... nhằm đáp ứng nhu cầu của cộng đồng mạng. Tuy ra đời muộn nhưng MXH tác động đến nhiều lĩnh vực khác nhau và ảnh hưởng rất lớn đến sự giao tiếp của người dùng, đặc biệt là thanh niên - nhóm tuổi sử dụng MXH nhiều hơn cả. Bài viết khái quát thực trạng tiếp cận thông tin trên MXH của sinh viên hiện nay qua kết quả nghiên cứu thực tế của nhóm tác giả^(****).

Từ khóa: Tiếp cận thông tin, Mạng xã hội, Sinh viên

Abstract: As internet-based media, the social network service functions as a virtual community that is made up of two main components: a set of social actors and sets of dyadic ties among them. It allows users to communicate with each other through various services such as friend adding, chatting, emailing, picture and movie sharing on demand, regardless of space and time. Despite its late emergence, such service has shown a great impact on a wide range of different fields and the communication among users, particularly the young whose engagement has proved more crucial than any others. Based on fieldwork results, this paper provides a brief description of the situation of students' information access via social network service.

Keywords: Information Access, Social Network Service, Student

I. Thực trạng tiếp cận thông tin trên mạng xã hội của sinh viên

1. Thực trạng tham gia các trang mạng xã hội của sinh viên

Mạng xã hội đang dần trở thành “món ăn” hàng ngày không thể thay thế của nhiều sinh viên hiện nay.

Một nghiên cứu cho thấy, hơn 97% sinh viên đại học Mỹ có một hồ sơ cá nhân trên MXH. Dành nhiều thời gian trên các trang MXH dường như là một phần quan trọng trong những hoạt động hàng ngày của thanh thiếu niên (D. Boyd, 2007). Xem xét mức độ sử dụng MXH của sinh viên, kết quả điều tra của chúng tôi cho thấy, toàn bộ

^(*) ThS., Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: hanhhvbc@gmail.com

^(**) ThS., Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: pho.thanh.huong@gamil.com

^(***) TS., Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: minhpbctt@yahoo.com

^(****) Nghiên cứu của chúng tôi về thực trạng tiếp cận

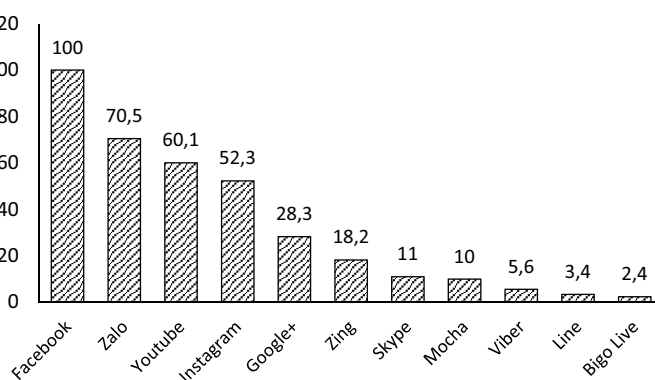
số sinh viên được khảo sát (100%) đều sử dụng MXH.

Nhiều sinh viên sử dụng nhiều trang MXH hơn là chỉ dùng 1 trang duy nhất. Cụ thể, chỉ có khoảng 9,2% sinh viên sử dụng duy nhất 1 MXH, còn lại trên 90% sinh viên đều sử dụng ít nhất từ 2 MXH trở lên. Đặc biệt, tỷ lệ sinh viên dùng từ 2 đến 5 MXH chiếm đa số, với 78,4%. Thậm chí, có người còn dùng trên 6 MXH, nhưng tỷ lệ không cao (với 12,4%).

Sức hấp dẫn của MXH đối với đa số người sử dụng, đặc biệt với sinh viên, là bởi tính mới của dịch vụ. So với tuổi đời của các loại hình dịch vụ trực tuyến khác thì MXH còn khá trẻ. Xu hướng thích khám phá cái mới chính là động lực để người sử dụng Internet, nhất là giới trẻ, nồng nhiệt đón nhận các MXH. Bên cạnh đó, ưu điểm của MXH so với các phương tiện truyền thông trước đây là độ tương tác, tính trò chuyện và kết nối cao hơn hẳn. MXH cũng đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người dùng một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Tìm hiểu về các trang MXH được sinh viên tiếp cận, nghiên cứu của chúng tôi đã liệt kê 11 trang MXH đang được sử dụng ở Việt Nam, trong đó bao gồm 8 MXH nước ngoài (Facebook, Youtube, Instagram, Google+, Skype, Viber, Line và Bigo live) và 3 MXH Việt Nam (Zalo, Zing, Mocha) (Xem biểu 1).

Biểu 1: Tỷ lệ tiếp cận các trang MXH (%)



Khảo sát của chúng tôi cho thấy, Facebook là trang MXH được sinh viên dùng nhiều nhất với tỷ lệ tuyệt đối là 100%. Là một MXH mới góp mặt trên cộng đồng mạng được 14 năm (từ năm 2004), Facebook đã tăng tốc ngoạn mục để trở thành MXH có số lượng người dùng nhiều nhất thế giới. MXH này có tính tương tác cao, kho ứng dụng khổng lồ, các phiên bản biên phiên đa ngôn ngữ và sớm phát triển trên nền tảng di động. Tại Việt Nam, số lượng người dùng Facebook xếp thứ 7 thế giới với 64 triệu người dùng, chiếm 3% tổng số tài khoản Facebook toàn cầu (Theo: Kim Thoa, 2017). Bởi vậy, 100% sinh viên được khảo sát đều dùng Facebook là điều dễ hiểu.

Đứng thứ hai là Zalo. Đây là ứng dụng MXH của Việt Nam, do công ty VNG Corporation phát triển, ra đời vào năm 2012. Tỷ lệ sinh viên dùng Zalo là 70,5%.

Đứng thứ ba là Youtube. Youtube được thành lập vào năm 2005, sau đó được Google mua lại vào năm 2006. Đây là website cho phép chia sẻ các đoạn video cũng như tường thuật trực tiếp các sự kiện. Trong top 15 MXH phổ biến nhất thế giới hiện nay (tính đến năm 2017), Youtube đứng thứ hai với 1,5 tỷ người dùng (Priit Kalas, 2018). Trong khảo sát của chúng

thông tin trên MXH của sinh viên được vào tháng 9/2017 tại 5 trường đại học trên địa bàn Hà Nội (Đại học Kinh tế quốc dân, Đại học Bách khoa Hà Nội, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Đại học Văn hóa Hà Nội, Đại học Sư phạm Hà Nội). Tổng số mẫu nghiên cứu là 500 sinh viên tham gia trả lời bảng hỏi, kết quả thu về 499 bảng hỏi từ người trả lời, trong đó nam - 181, nữ - 317, khác - 1.

tôi, tỷ lệ sinh viên sử dụng MXH này là 60,1%.

Instagram là trang mạng có số sinh viên sử dụng đứng thứ tư. Đây là phần mềm chia sẻ ảnh miễn phí, cho phép người dùng chụp ảnh trên điện thoại của mình, sau đó chia sẻ trên nhiều MXH khác nhau. Được phát hành năm 2010, đến năm 2015 ứng dụng này đã có khoảng 30.000 người dùng (M. Duggan, N.B. Ellison, C. Lampe, A. Lenhart, M. Madden, 2015). Dù số lượng sinh viên dùng Instagram tại Việt Nam ít hơn khá nhiều so với các trang MXH khác như Facebook, Zalo, Youtube, tuy nhiên tỷ lệ 52,3% sinh viên được khảo sát có dùng trang mạng này cũng là con số khá cao. Điều này cũng tương đồng với một kết quả nghiên cứu trước đó tại trường Đại học Michigan (Hoa Kỳ) với tỷ lệ người dùng Instagram trong lứa tuổi 18-29 là 53% (M. Duggan, N.B. Ellison, C. Lampe, A. Lenhart, M. Madden, 2015: 17).

Một số trang MXH có tỷ lệ dùng thấp nhất (dưới 6%) là Viber, Line, Bigo Live.

Tìm hiểu sâu hơn về tiếp cận của sinh viên đối với MXH, chúng tôi đã phân tích số lượng bạn bè và các group, fanpage sinh viên tiếp cận trên 5 trang mạng có số lượng sinh viên sử dụng nhiều nhất: Facebook, Zalo, Youtube, Instagram và Google+. Kết quả tính trung bình cho thấy, Facebook là trang MXH có mức độ kết nối người dùng cao nhất, với số lượng bạn bè nhiều nhất (938 người) và số nhóm mà người sử dụng tham gia nhiều nhất (44,9 group) cũng như số fanpage theo dõi nhiều nhất (74,9 fanpage). Số bạn bè trung bình trên trang Facebook cao hơn gấp 9 lần so với Zalo và Youtube, gấp 5 lần Instagram. Google+ là trang MXH có số lượng bạn bè được kết nối là ít nhất (trung bình là 9 người), hầu như sinh

viên không sử dụng trang này để theo dõi fanpage hoặc tham gia các group.

2. Địa điểm tiếp cận thông tin trên mạng xã hội và mức chi phí

Khảo sát các địa điểm sinh viên thường tiếp cận thông tin trên MXH, kết quả cho thấy, nơi ở (hay ở nhà) là địa điểm sinh viên truy cập MXH nhiều nhất với 92,6%. Trong khi đó, họ ít dùng MXH ở trường học (chiếm 18,2%) do phải tập trung thời gian cho việc học tập.

Chỉ có 4,8% sinh viên cho biết họ sử dụng MXH ở cửa hàng Internet và 5,2% sử dụng tại các quán cà phê. Một nghiên cứu trước đây đã chỉ rõ: sự phát triển của thị trường di động và hạ tầng Internet những năm qua ở Việt Nam đã tạo thuận lợi đáng kể cho người dân nói chung và cho sinh viên nói riêng trong việc tiếp cận với các dịch vụ trực tuyến ở mọi nơi (Trần Hữu Luyện, Trần Thị Minh Đức, Bùi Thị Hồng Thái, 2015: 215).

Xét ở địa điểm dùng MXH, so sánh giữa tỷ lệ sinh viên nam và nữ, có thể thấy giới tính cũng ảnh hưởng đến địa điểm dùng MXH của sinh viên. Cụ thể ở quán Internet, nam chiếm tỷ lệ cao hơn gấp 3,5 lần so với nữ (8,8% so với 2,5%). Trong khi đó, sử dụng MXH ở nhà lại cho kết quả ngược lại, với tỷ lệ nữ cao hơn so với nam (94,6% so với 89,5%). Ở trường học, tỷ lệ sử dụng của nam và nữ không chênh lệch nhiều, với 18,8% nam và 17,7% nữ. Số liệu cũng cho thấy, đối với nhóm sinh viên sử dụng MXH tại các quán cà phê, không có sự khác biệt giữa nam và nữ (đều chiếm khoảng 5%). Lý giải về điều này, một nghiên cứu khác cho biết: Sự khác biệt trong văn hóa ứng xử giữa nam và nữ có thể là nguyên nhân cho những khác biệt trong việc sử dụng MXH xét về địa điểm truy cập. Hình ảnh nữ sinh viên ngồi 'giải trí' trong quán Internet hàng

giờ, hàng buổi hay hàng ngày như một số nam sinh viên là hiếm thấy (trừ trường hợp họ làm việc), thường ít truy cập mạng ở quán Internet, họ đăng nhập nhiều hơn ở những không gian riêng tư như ở nhà (Trần Hữu Luyến, Trần Thị Minh Đức, Bùi Thị Hồng Thái, 2015: 120).

Số tiền chi trả hàng tháng cho việc sử dụng MXH của sinh viên là dưới 200.000 đồng. Đây là một khoản chi hợp lý đối với sinh viên - là nhóm đối tượng chưa tạo ra của cải vật chất và đa số nhận hỗ trợ của gia đình để chi trả cho các chi phí ăn ở, sinh hoạt, học tập.

3. Phương tiện tiếp cận thông tin trên mạng xã hội

Kết quả khảo sát cho thấy, đa số sinh viên tiếp cận các trang MXH thông qua điện thoại di động. Cụ thể, có trên 80% sinh viên sử dụng Facebook, Zalo và Instagram thông qua điện thoại; trên 53% sử dụng điện thoại để tiếp cận Youtube và Google+.

Bên cạnh điện thoại, máy tính xách tay cũng là phương tiện có tỷ lệ khá cao sinh viên sử dụng để truy cập MXH, đặc biệt là truy cập vào Youtube và Google+. Cụ thể, có 47,7% sinh viên sử dụng máy tính xách tay để truy cập Youtube và 42,6% là Google+. Đối với Facebook, tỷ lệ sử dụng máy tính xách tay để truy cập chiếm 29,5%. Tỷ lệ này ở Zalo và Instagram chỉ chiếm khoảng 10%.

Máy tính bảng và máy tính để bàn là hai phương tiện không phổ biến trong tiếp cận MXH của sinh viên (với tỷ lệ lần lượt là dưới 10% và dưới 5%).

Dịch vụ sử dụng để truy cập MXH của sinh viên đa số là kết nối mạng cục bộ không dây (wifi), với tỷ lệ 91,4%. Điều này cũng phù hợp với kết quả khảo sát đa số sinh viên tiếp cận MXH tại nơi ở và

thông qua điện thoại di động hoặc máy tính xách tay.

Bên cạnh đó, cũng có một số lượng không nhỏ sinh viên sử dụng 3G/4G để tiếp cận MXH, với 61,1%. Mạng 3G và 4G có ưu điểm là sử dụng được mọi nơi có sóng điện thoại, do vậy nó phù hợp cho việc di chuyển. Hơn nữa, hiện nay đa số các mạng điện thoại đều cung cấp gói sử dụng 3G không giới hạn cho sinh viên với mức giá khá hợp lý, từ 50.000đ-70.000đ/ tháng. Đây cũng là một trong các lý do khiến một tỷ lệ không nhỏ sinh viên sử dụng mạng 3G/4G để tiếp cận MXH.

4. Mức độ tiếp cận và tần suất sử dụng thông tin trên mạng xã hội của sinh viên

Khảo sát cho thấy, sinh viên sử dụng MXH gần như tại mọi thời điểm trong ngày, với tỷ lệ đều chiếm khoảng 90% trở lên (sáng, trưa, chiều, tối). Trong đó, tỷ lệ sinh viên sử dụng MXH cao nhất là vào buổi tối (96%) và ít sử dụng nhất vào buổi chiều (88%). Điều này có thể lý giải rằng, buổi tối là thời gian rảnh rỗi nhất của sinh viên khi không phải đi học (sáng hoặc chiều) và đa số sinh viên đều tiếp cận thông tin trên MXH tại nơi ở. Có thể thấy, sinh viên khá thoải mái về thời gian trong việc tiếp cận thông tin trên MXH, việc tiếp cận thông tin trên MXH mọi thời điểm trong ngày cũng có thể khiến sinh viên khó có sự kiểm soát thời gian sử dụng MXH của mình.

Bên cạnh việc sử dụng thông tin trên MXH ở mọi thời điểm, khảo sát cũng cho thấy lượng thời gian trong ngày mà sinh viên sử dụng MXH là rất cao. Trung bình một ngày họ sử dụng từ 6 giờ vào ngày thường và 6,5 giờ vào ngày chủ nhật để truy cập MXH. Đây là kết quả đáng báo động về một trong những nguy cơ nghiện MXH trong sinh viên.

Mỗi lần truy cập vào MXH, sinh viên thường sử dụng một lượng thời gian không ít, trung bình trên 1 giờ/lần. Việc sinh viên mất nhiều thời gian tiếp cận thông tin trên MXH có thể ảnh hưởng xấu đến cuộc sống của họ. Nghiên cứu của D.J. Kuss và M.D. Griffiths đánh giá mối quan hệ giữa việc sử dụng Facebook và thành tích học tập đã chỉ ra rằng, người dùng Facebook có thứ hạng thấp hơn và dành ít thời gian học hơn những sinh viên không sử dụng MXH. Trong số đó, 26% cho biết việc sử dụng MXH ảnh hưởng đến cuộc sống của họ, 74% cho rằng họ bị những ảnh hưởng tiêu cực, trong đó có sự trì hoãn, mất tập trung và quản lý thời gian kém (D.J. Kuss, M.D. Griffiths, 2011).

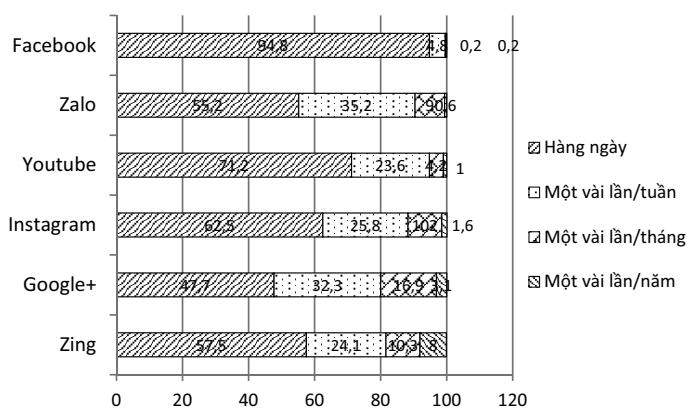
Như vậy, MXH đang có sức hút lớn với sinh viên. Đây là những con số đáng suy nghĩ, bởi họ cần dành thời gian cho việc tích lũy kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp trong tương lai, nhưng thay vì thế, họ đã mất trên 6 giờ mỗi ngày để truy cập và sử dụng MXH. Không thể phủ nhận một thực tế, bên cạnh tác dụng giải trí, tán gẫu, MXH có rất nhiều lợi ích như giúp sinh viên khai thác nguồn kiến thức để phục vụ học tập, rèn luyện. Tuy nhiên, hiệu quả của việc học hỏi trong một môi trường đa chiều như MXH là điều còn phải bàn.

Tìm hiểu tần suất truy cập các trang MXH của sinh viên, nghiên cứu đã phân tích hành vi truy cập 6 trang MXH có số lượng sinh viên sử dụng nhiều nhất là: Facebook, Zalo, Youtube, Instagram, Google+ và Zing. Kết quả nghiên cứu cho thấy, một tỷ lệ rất lớn (97,2%) sinh viên truy cập 1 trong 5 trang MXH này hàng ngày. Con số này hoàn toàn đồng nhất với tỷ lệ 97,2% sinh

viên truy cập MXH hàng ngày (phân tích trên 11 trang MXH).

Facebook là trang mạng có tần suất sử dụng hàng ngày cao nhất, với tỷ lệ chiếm gần 95%. Tiếp theo là Youtube với tỷ lệ 71,2% và Instagram với tỷ lệ 62,5%. Trong khi đó, Google+ là MXH có tỷ lệ truy cập hàng ngày thấp nhất, nhưng cũng chiếm đến 47,7% (Biểu 2).

Biểu 2: Tần suất sử dụng các trang mạng MXH chính (%)



Về khía cạnh này, kết quả khảo sát của chúng tôi cũng tương đồng với một nghiên cứu năm 2016 rằng, Facebook là trang MXH phổ biến nhất, với tỷ lệ người dùng tiếp cận thường xuyên cao hơn so với các trang MXH khác, cụ thể là 76% người sử dụng truy cập Facebook hàng ngày, tỷ lệ này cao hơn so với tỷ lệ 70% của năm 2015 (G. Shannon, P. Andrew, D. Maeva, 2016).

II. Thực trạng sử dụng thông tin trên mạng xã hội

1. Các chủ đề chính được quan tâm trên mạng xã hội

Mạng xã hội đang trở thành nguồn tiếp cận tin tức của nhiều người thay vì các trang báo. Đối với sinh viên, một số chủ đề trên MXH thu hút được sự quan tâm của họ. Nhằm tìm hiểu các chủ đề được sinh viên quan tâm trên MXH, bảng hỏi đã yêu cầu sinh viên lựa chọn không quá 3 chủ đề

chính được yêu thích trong số 6 chủ đề: (i) thông tin thời sự trong nước và nước ngoài; (ii) thông tin an ninh, chính trị; (iii) thông tin khoa học, đời sống; (iv) giải trí (phim, ca nhạc); (v) giới tính; (vi) thời trang, mỹ phẩm. Kết quả nghiên cứu cho thấy, giải trí là chủ đề thu hút sự quan tâm nhiều nhất của sinh viên, với 77,7%. Sau đó là các chủ đề về khoa học, đời sống; thông tin thời sự; thời trang, mỹ phẩm (tỷ lệ lần lượt là 48,7%, 44,5% và 41,3%).

Khảo sát cũng chỉ ra rằng, Facebook là MXH thông dụng và được sinh viên sử dụng nhiều nhất để tiếp cận các nhóm thông tin (đều chiếm từ 68% - 82%, trong đó, tiếp cận thông tin về các vấn đề của người dân tộc là thấp nhất với 68,1% và tin địa phương là cao nhất với 81,4%).

2. Mục đích tiếp cận thông tin trên mạng xã hội của sinh viên

Mạng xã hội có thể sử dụng với nhiều mục đích khác nhau, bên cạnh mục đích giải trí, kết nối... thì MXH còn có thể gắn liền với việc giao tiếp, tìm kiếm thông tin và học tập. Khảo sát cho thấy, bên cạnh mục đích giải trí (96,6%) thì cũng có một tỷ lệ không nhỏ (trên 95%) sinh viên sử dụng MXH cho mục đích học tập. Học tập là một trong những nhiệm vụ chính và quan trọng của sinh viên, do vậy việc sử dụng MXH phục vụ vấn đề học tập như tạo các nhóm chia sẻ tài liệu, thảo luận học thuật... cũng là một yếu tố tích cực trong việc tiếp cận MXH của sinh viên.

Phân tích kỹ hơn về mức độ sử dụng các loại MXH cho từng mục đích, kết quả nghiên cứu cho thấy không có sự khác biệt về mức độ sử dụng các trang MXH khác nhau cho từng mục đích (chúng tôi liệt kê 8 mục đích: Giải trí; Kết nối bạn bè; Học tập; Tìm kiếm thông tin; Bày tỏ cảm xúc, ý kiến; Chia sẻ thông tin; Tìm kiếm việc làm;

Buôn bán kinh doanh). Cụ thể, với các mục đích được nêu trong nghiên cứu, Facebook là trang MXH được sử dụng nhiều nhất trong việc tìm kiếm thông tin theo các mục đích đó, với tỷ lệ thấp nhất là 77,5% cho mục đích giải trí và cao nhất là 90,8% cho mục đích bày tỏ cảm xúc, ý kiến. Trang MXH được sử dụng nhiều thứ hai cho tất cả các mục đích là Zalo, với tỷ lệ tiếp cận từ 42-64%.

Đối với mục đích chia sẻ thông tin và bày tỏ cảm xúc, ý kiến thì Youtube có tỷ lệ sử dụng là 31,5% và 34,8%. Đối với mục đích học tập, giải trí, kết nối bạn bè, tìm kiếm việc làm, buôn bán kinh doanh và tìm kiếm thông tin thì Instagram có tỷ lệ người sử dụng từ 30,2% đến 37%.

III. Kết luận

Mạng xã hội không còn xa lạ với cộng đồng. Xuất hiện với những tính năng đa dạng, nguồn thông tin phong phú, MXH đã cho phép người dùng tiếp nhận, chia sẻ thông tin một cách có hiệu quả, vượt qua trở ngại về không gian và thời gian, vượt qua khoảng cách giữa các thế hệ. Từ kết quả khảo sát thực tế, chúng tôi nhận thấy một số điểm sau:

- Toàn bộ số sinh viên được khảo sát (100%) có sử dụng MXH. Kết quả này khẳng định việc sử dụng MXH hiện nay của sinh viên là phổ biến. Hầu hết sinh viên sử dụng từ 2 MXH trở lên. Trong 11 trang MXH được nêu ra trong nghiên cứu thì mức độ yêu thích các trang MXH được xếp theo thứ tự như sau: Facebook, Zalo, Youtube, Instagram, Google+. Các trang mạng khác có số lượng sinh viên sử dụng ít hơn.

- Sinh viên chủ yếu dùng MXH tại nơi ở, với phương tiện chính là điện thoại di động thông minh. Máy tính xách tay cũng là phương tiện có tỷ lệ sử dụng khá cao để truy cập MXH, đặc biệt là truy cập vào

Youtube và Google+. Dịch vụ chủ yếu để khai thác thông tin trên MXH là wifi. Bên cạnh đó, cũng có một số lượng không nhỏ sinh viên sử dụng 3G/4G.

- Sinh viên sử dụng MXH gần như tại mọi thời điểm trong ngày, tỷ lệ cao nhất là vào buổi tối. Trung bình một ngày họ sử dụng 6 giờ vào ngày thường và 6,5 giờ vào ngày chủ nhật để truy cập và khai thác thông tin trên MXH.

- Facebook là trang mạng có tần suất sử dụng hàng ngày cao nhất, tiếp theo là Youtube, Instagram. Google+ là MXH có tỷ lệ truy cập hàng ngày thấp nhất.

- Giải trí là chủ đề thu hút sự quan tâm nhiều nhất của sinh viên. Sau đó là các chủ đề về khoa học, đời sống; thông tin thời sự; thời trang mỹ phẩm. Mục đích khai thác thông tin trên MXH được xếp theo thứ tự từ cao đến thấp lần lượt như sau: giải trí; kết nối bạn bè; học tập; tìm kiếm thông tin; bày tỏ cảm xúc, ý kiến; chia sẻ thông tin; tìm kiếm việc làm; buôn bán kinh doanh.

- Có một tỷ lệ lớn sử dụng MXH để tiếp cận thông tin thay vì sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng. Đối với các thông tin về văn hóa, thể thao, xã hội, tỷ lệ tiếp cận bằng MXH gần xấp xỉ với các phương tiện truyền thông đại chúng. Tuy nhiên, họ vẫn có tâm lý e ngại, chưa tin tưởng đối với các thông tin được chia sẻ trên MXH hơn là với các phương tiện truyền thông đại chúng khác.

Kết quả nghiên cứu đã phác họa một bức tranh khá rõ nét về thực trạng tiếp cận thông tin trên MXH của sinh viên hiện

nay. Trên cơ sở đó, các nghiên cứu kế thừa có thể đưa ra những khuyến nghị đối với sinh viên, nhà trường, doanh nghiệp, nhà làm công tác truyền thông để việc sử dụng thông tin trên MXH mạng lại hiệu quả tối ưu cho nhóm đối tượng người dùng này □

Tài liệu tham khảo

1. D. Boyd (2007), *Social Network site: Public, Private, or What?*, <https://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>
2. M. Duggan, N.B. Ellison, C. Lampe, A. Lenhart, M. Madden (2015), *Social Media Update 2014: While Facebook remains the most popular site, other platforms see higher rates of growth*, Pew Research Center.
3. Priit Kalas (2018), *Top 15 most popular social networking sites and apps*, <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>
4. D.J. Kuss, M.D. Griffiths (2011), "Excessive online social networking: Can adolescents become addicted to Facebook?", *Education and Health*, Vol.29 No.4.
5. Trần Hữu Luyến, Trần Thị Minh Đức, Bùi Thị Hồng Thái (2015), *Mạng xã hội với sinh viên (Sách chuyên khảo)*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
6. G. Shannon, P. Andrew, D. Maeva (2016), *Social media update 2016: Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds steady*, Pew Research Center.