

THỰC TRẠNG VÀ HÀNH VI ỨNG XỬ TRÊN KHÔNG GIAN MẠNG XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

THE REALITY AND BEHAVIORAL CONDUCT ON SOCIAL MEDIA OF UNIVERSITY STUDENTS IN HO CHI MINH CITY

NGUYỄN VĂN THẤU (*) và NGUYỄN THẾ HUY (**)

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>Ngày nhận bài: 12-5-2025 Ngày biên tập xong: 10-9-2025 Ngày duyệt đăng: 30-9-2025 Mã số: TCKH53-11-2025 ISSN: 2525 – 2429</p> <p>Từ khóa: mạng xã hội; hành vi ứng xử; sử dụng mạng xã hội. Key words: social networks; behavioral conduct; social media usage.</p>	<p>Mạng xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu sử dụng mạng xã hội của sinh viên ngày càng phổ biến, dẫn tới hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên có nhiều thay đổi. Bài viết cung cấp các thông tin về các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng mạng xã hội, đồng thời tác giả đề xuất các hàm ý quản trị để khuyến khích các nhà giáo dục hướng dẫn sinh viên sử dụng mạng xã hội văn minh hơn.</p> <p>ABSTRACT: Social networks are increasingly developing, and the demand for social media usage among students is becoming more common, leading to changes in their social media behavior. This article provides information on the factors influencing students' social media usage behavior and proposes managerial implications to encourage educators to guide students toward more civilized social media use.</p>

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mạng xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của nhiều người hiện nay, đặc biệt là đối với giới trẻ. Báo cáo của Datareportal vào quý I năm 2024 cho thấy số người sử dụng mạng xã hội gia tăng trong đó có 72,30 triệu người dùng mạng xã hội trong tháng 01-2024, tương đương 73,3% tổng dân số. Điều này cho thấy mạng xã hội đang trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của người dân Việt Nam [13]. Mạng xã hội có thể gây ảnh hưởng đến hành vi ứng xử và trình trạng tâm lý của sinh viên đại học. Hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đang trở thành một vấn đề nhạy cảm và đáng

quan tâm. Kết quả khảo sát của chương trình Nghiên cứu Internet và xã hội (VPIS) (2018) cho thấy, các trường hợp phát ngôn gây thù ghét của người sử dụng mạng xã hội tại Việt Nam là: Nói xấu, phi báng (61,7%); vu khống, bịa đặt thông tin (46,6%); kỳ thị dân tộc (37,01%); kỳ thị giới tính (29,03%); kỳ thị khuyết tật (21,76%); kỳ thị tôn giáo (15,09%) [14]. Lối sống ảo trên mạng xã hội khá phổ biến, đặc biệt trong giới trẻ. Họ có những suy nghĩ, ý tưởng dựa vào những gì xa vời mà mạng xã hội mang lại, muốn trở thành “Hotgirl Facebook”, hoặc thích đăng những hình ảnh gọi cảm thu hút sự chú ý để câu like, comment ảo. Tất cả hoạt động, cảm xúc, diễn biến tâm

(*) ThS. Trường Đại học Văn Lang, thau.nv@vlu.edu.vn

(**) CN., huy.nguyenthent@gmail.com

trạng... đều được phơi bày trên Facebook, Tiktok cá nhân, bất chấp những rào cản về thuần phong mỹ tục. Nhiều người xa rời cuộc sống thực, phí phạm quá nhiều thời gian, tinh thần vào mạng xã hội online, thậm chí có trường hợp mắc bệnh ảo giác, cô đơn, trầm cảm, bất mãn. Hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đang trở thành một vấn đề nhạy cảm và đáng quan tâm, một số sinh viên cũng sử dụng Mạng xã hội để thể hiện sự bất mãn với trường học, giáo viên hoặc bạn bè bằng cách viết những bình luận tiêu cực, đe dọa hoặc xúc phạm người khác. Việc tung tin đồn, phỉ báng và xúc phạm người khác trên mạng xã hội đã trở thành một vấn đề nghiêm trọng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Hành vi ứng xử trên nền tảng mạng xã hội là một vấn đề đang thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Việc giáo dục và tư vấn cho sinh viên về cách sử dụng mạng xã hội một cách hợp lý và an toàn cũng rất cần thiết. Trong bối cảnh mạng xã hội ngày càng phát triển và trở thành phương tiện truyền thông phổ biến, việc nghiên cứu về hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học trở nên quan trọng. Do đó, chúng tôi chọn đề tài *“Thực trạng và hành vi ứng xử trên không gian mạng xã hội của sinh viên đại học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh”* để nghiên cứu. Bài viết này sẽ giúp cung cấp những thông tin quan trọng về hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học, giúp những tổ chức giáo dục, trường học, giảng viên và sinh viên tự nhận thức được vấn đề đang xảy ra, từ đó đưa ra những giải pháp giúp sinh viên sử dụng mạng xã hội văn minh.

2. NỘI DUNG

2.1. Tổng quan nghiên cứu trong và ngoài nước

Nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Ngọc và cộng sự về “Hành vi ứng xử của sinh viên trên mạng xã hội Facebook tại Trường Đại học Tây Đô”, chúng tôi đã sử dụng mô hình nhân tố để phân tích và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ứng xử của sinh viên trên mạng xã

hội Facebook. Nghiên cứu đã thu thập dữ liệu từ 350 sinh viên đại học thông qua bảng khảo sát, và sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính để phân tích, 4 nhân tố chính là: Ảnh hưởng từ bạn bè và cộng đồng mạng xã hội, ảnh hưởng từ các nhu cầu cá nhân của sinh viên, ảnh hưởng từ sự kiểm soát bản thân của sinh viên trên Mạng xã hội [4].

Nghiên cứu Trần Văn Khánh và cộng sự về tác động của các nhân tố giáo dục và sự nhận thức đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên. Thông qua việc thu thập dữ liệu từ 300 sinh viên đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, các nhân tố bao gồm: Kiến thức và kinh nghiệm của sinh viên, cách suy nghĩ và quan điểm của sinh viên, hành vi ứng xử trên mạng xã hội [3]. Đặng Thị Hà Thanh và cộng sự thực hiện nghiên cứu về “Hành vi ứng xử của sinh viên trên mạng xã hội, tình trạng và những nhân tố liên quan”, kết quả nghiên cứu cho thấy có tới 90,6% sinh viên tham gia vào các mạng xã hội và 87,5% trong số đó sử dụng Facebook. Từ các số liệu trên cho thấy, mạng xã hội góp phần không nhỏ vào đời sống sinh viên, sinh viên thể hiện hành vi ứng xử của mình để giao lưu, chia sẻ thông tin, kết bạn và tạo ra các cộng đồng trực tuyến, kết nối với doanh nghiệp, tạo ra mạng lưới xã hội rộng khắp, từ đó sẽ có nhiều cơ hội rộng mở hơn trong học tập lẫn công việc sau này. Mạng xã hội cung cấp một phương tiện để chia sẻ thông tin, giao lưu kết bạn và tạo ra các cộng đồng trực tuyến. Nghiên cứu “Sinh viên và việc sử dụng mạng xã hội” còn cho thấy sinh viên đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh có xu hướng sử dụng mạng xã hội để giải trí, tìm kiếm thông tin và kết nối với bạn bè [5]. Nghiên cứu của Hsiao và Yang tại Đài Loan, mô hình gồm biến độc lập: Sự sử dụng mạng xã hội, quan điểm về chủ đề liên quan đến hành vi của người dùng. Biến phụ thuộc: Hành vi ứng xử trên mạng xã hội tại Đài Loan cho thấy sự sử dụng mạng xã hội và quan điểm về chủ đề liên quan đến hành vi của người

dùng có tác động đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội. Mô hình này giúp nhà nghiên cứu có thể xác định tác động của các biến độc lập đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội và hiểu thêm về quan hệ giữa các biến trong nghiên cứu của mình [11]. Nghiên cứu của Lee và cộng sự tại Hàn Quốc. Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp khảo sát để thu thập dữ liệu từ 350 sinh viên đại học và sử dụng phương pháp phân tích đa biến để phân tích mô hình tác động của các nhân tố đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên, đưa ra mô hình bao gồm các nhân tố như sự nhận thức về an toàn thông tin trên mạng xã hội, kiến thức về quyền riêng tư, quan điểm về an toàn thông tin, trải nghiệm và tình trạng sử dụng mạng xã hội, độ tuổi, giới tính và trình độ học vấn, ảnh hưởng đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học [8].

Nghiên cứu của Lin và cộng sự về tác động của giới tính, trình độ học vấn, sự đồng tình của bạn bè/người khác và sự tin tưởng vào nguồn thông tin trên mạng xã hội đến hành vi ứng xử của người dùng trên mạng xã hội, kết quả gồm các biến độc lập là. Biến phụ thuộc là hành vi ứng xử của người dùng trên mạng xã hội [9]. Nghiên cứu của Al-Menayes tại Saudi Arabia tập trung vào việc nghiên cứu sự đồng tình của bạn bè và tác động của nó đến hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên đại học. Bao gồm các nhân tố: Sự đồng tình của bạn bè trên mạng xã hội, sự tiếp nhận xã hội của hành vi trên mạng [6].

Mô hình nghiên cứu của Zhang và cộng sự về các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi ứng xử của người dùng trên mạng xã hội tại Trung Quốc bao gồm 4 nhân tố chính: Sự đồng tình của bạn bè với hành vi cụ thể trên mạng xã hội, sự ảnh hưởng của quảng cáo trên mạng xã hội đến hành vi ứng xử của người dùng, sự tin tưởng vào thông tin trên mạng xã hội đến hành vi ứng xử của người dùng trên mạng xã hội, sự kiểm soát nhân thân của người dùng trên mạng xã hội [12]. Nghiên cứu Liu và cộng sự về sự

ảnh hưởng của nhu cầu cá nhân đến hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên đại học ở Trung Quốc. Chúng tôi đã cho thấy nhu cầu cá nhân như muốn tìm kiếm thông tin hoặc muốn kết nối với những người có chung sở thích có ảnh hưởng đến tần suất sử dụng mạng xã hội và cách sinh viên đăng tải và tương tác trên mạng xã hội. Về tác động của thông tin sai lệch trên Facebook đến hành vi ứng xử của người dùng. Mô hình gồm có 4 nhân tố như sau: Chất lượng thông tin trên Facebook (Facebook information quality): Bao gồm các nhân tố như độ chính xác, độ tin cậy, tính thú vị, tính mới mẻ của thông tin được chia sẻ trên Facebook. Thực đơn thông tin (Information menu): Bao gồm các nhân tố như độ phong phú, đa dạng, chất lượng của thông tin được chia sẻ trên Facebook. Tác động xã hội (Social influence): Bao gồm các nhân tố như áp lực của nhóm bạn bè, cộng sự, gia đình trong việc chia sẻ thông tin trên Facebook. Hành vi ứng xử trên Facebook (Facebook use behavior): Bao gồm các hành vi ứng xử của người dùng trên Facebook, ví dụ như tìm kiếm thông tin, chia sẻ, tương tác với người dùng khác [10].

2.2. Cơ sở khoa học

2.2.1. Lý thuyết hành vi

Theo nhà tâm lý Bouton, M. E. hành vi là một phản ứng của cá nhân đối với môi trường xung quanh. Điều này bao gồm cả các hành động, hành vi và cả suy nghĩ của cá nhân, cho rằng hành vi là bất kỳ hoạt động nào mà có thể quan sát được từ một cá nhân hoặc một nhóm, xác nhận hành vi là sự tương tác giữa các nhân tố bên trong và bên ngoài của cá nhân, bao gồm cả những quan điểm, giá trị, tâm trạng, khả năng và môi trường xung quanh. "*Hành vi là những biểu hiện ngoại vi cụ thể của con người hoặc động vật, bao gồm các hoạt động cụ thể, phản ứng, phản xạ, tương tác và thái độ. Hành vi có thể được quan sát, đo lường và phân tích để hiểu và dự đoán các mẫu hoạt động và sự thay đổi trong hành vi của cá nhân hoặc nhóm*"

[7]. Từ các khái niệm trên, chúng tôi nhận thấy: “Hành vi” là một khái niệm rất quan trọng trong nghiên cứu về tâm lý học và hành vi con người. Nó được định nghĩa khác nhau bởi các nhà tâm lý học khác nhau nhưng đều có chung ý nghĩa là các hoạt động, hành động hoặc suy nghĩ của một cá nhân. Hành vi của một người có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố khác nhau, bao gồm cả những nhân tố bên trong (như tâm trạng, giá trị và khả năng) và bên ngoài (như môi trường xung quanh).

2.2.2. Khái niệm hành vi ứng xử trên mạng xã hội

Theo Nguyễn Thị Hậu đưa ra khái niệm về mạng xã hội: Mạng xã hội là dịch vụ kết nối các thành viên cùng sở thích trên Internet lại với nhau với nhiều mục đích khác nhau không phân biệt không gian và thời gian. Tác giả giải thích thêm, mạng xã hội được hình thành khi một nhóm người khởi xướng gửi đi thông điệp mời những người chưa quen gia nhập và thành bạn bè trong trang web của mình. Các thành viên mới sẽ lặp lại quá trình trên và tạo nên một mạng liên kết rộng lớn không phân biệt không gian địa lý của các thành viên [1]. Nguyễn Thị Kim Hoa đã có nhận định, mạng xã hội là một sự liên kết giữa các cá nhân với cá nhân và giữa cá nhân với cộng đồng được biểu hiện dưới nhiều hình thức để thực hiện chức năng xã hội [2]. Như vậy “hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học” bao gồm các hoạt động như đăng tải nội dung, bình luận, chia sẻ và tương tác với người dùng khác trên mạng xã hội. Hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học phản ánh những giá trị, quan điểm, suy nghĩ và hành động của họ trong môi trường kỹ thuật số và có thể có tác động đến các mối quan hệ xã hội, khả năng tập trung và hiệu suất học tập của sinh viên... Từ những nghiên cứu và trích dẫn trên, có thể thấy rằng hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học đang trở thành một vấn đề đáng quan tâm. Nó ảnh hưởng đến nhiều khía cạnh của cuộc sống, từ

học tập, tương tác xã hội đến tình trạng sức khỏe tâm lý. Việc nghiên cứu và hiểu rõ hơn về hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học sẽ giúp chúng ta phát triển các giải pháp và chính sách hợp lý để tăng cường sự chuyên tâm trong học tập, tạo ra một môi trường trực tuyến lành mạnh và hỗ trợ tốt cho sức khỏe tâm lý của sinh viên.

2.3. Kết quả nghiên cứu

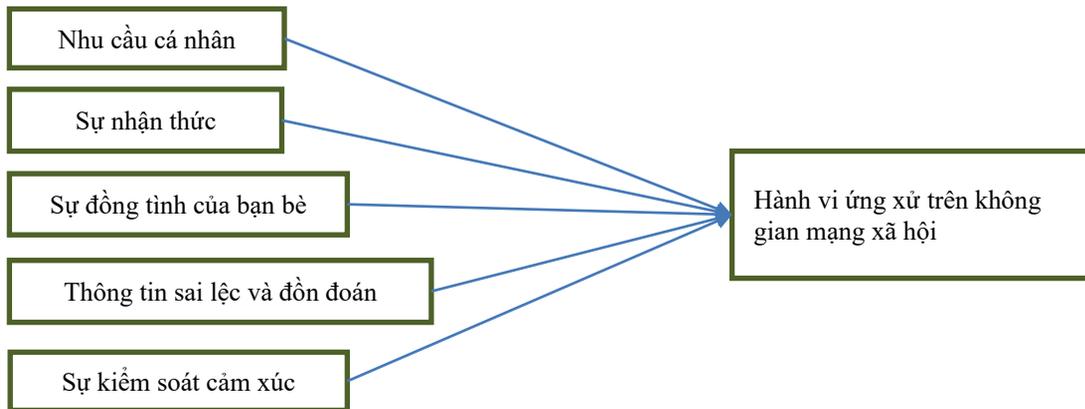
2.3.1. Hiện trạng và tần suất sử dụng mạng xã hội

Trong tổng số 201 người được khảo sát, có sự đa dạng về nguồn gốc đại học. Trường Đại học Văn Lang có tỷ lệ 22,9%, Trường Đại học Công nghệ (HUTECH) có số lượng sinh viên tham gia khảo sát nhiều nhất, Trường Đại học FPT chiếm tỷ lệ 17,9% chiếm 20,9%, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh (HUFLIT) có tỷ lệ tham gia là 18,9% và cuối cùng là Trường Đại học Nguyễn Tất Thành với tỷ lệ 19,4%. Số lượng đáp viên tham gia khảo sát được chia đều và đa dạng tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh. Điều này đảm bảo tính đại diện và khả năng tổng quát hóa kết quả khảo sát cho cộng đồng sinh viên đại học trong khu vực này. Việc có một số lượng đáp viên đồng đều từ các trường đại học khác nhau cung cấp cho phân tích hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học sự đa dạng và độ tin cậy. Điều này giúp tăng tính tham khảo và khả năng áp dụng kết quả vào các nhóm sinh viên đại học khác nhau. Một số lượng đáp viên đồng đều từ các trường đại học khác nhau trong khu vực Thành phố Hồ Chí Minh cung cấp một tầm nhìn rộng hơn về hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đại học. Kết quả khảo sát có tính đại diện và có thể áp dụng cho cộng đồng sinh viên đại học tại các trường trong khu vực này.

Về thống kê số lượng sinh viên sử dụng các mạng xã hội, chúng tôi thu về kết quả như sau: Facebook là mạng xã hội có số lượng người dùng nhiều nhất trong khảo sát, với 76

người, chiếm tỷ lệ 37,8% trong tổng số 201 người tham gia khảo sát. Tiktok là mạng xã hội được đánh giá có tiềm năng sánh ngang với Facebook và đang phát triển nhanh chóng. Trong khảo sát, chiếm 29,4%. YouTube có số lượng người dùng ít hơn, chỉ chiếm 4,5% tổng

số người tham gia khảo sát. Instagram cũng có số lượng người dùng đáng kể, chiếm 23,4% tổng số người tham gia khảo sát. Twitter chỉ có 6 người, chiếm 3% tổng số người tham gia, trong khi mạng xã hội khác có 4 người, chiếm 2% tổng số người tham gia.



Sơ đồ 1. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Kết quả khảo sát cho thấy Facebook vẫn là mạng xã hội phổ biến nhất và có số người dùng nhiều nhất. Tuy nhiên, Tiktok đang phát triển mạnh mẽ và có tiềm năng cạnh tranh với Facebook. Instagram và YouTube cũng có số lượng người dùng đáng kể. Twitter và mạng xã hội khác có số lượng người dùng ít nhất tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

Về tần suất sử dụng mạng xã hội, chúng tôi thu về kết quả như sau: phần lớn người tham gia khảo sát (69,7%) dành hơn 3 giờ mỗi ngày để sử dụng mạng xã hội. Điều này cho thấy mạng xã hội đã trở thành một phần quan trọng trong cuộc sống hằng ngày của họ và được sử dụng không chỉ để giải trí mà còn để học tập, làm việc và kinh doanh trực tuyến. Một phần nhỏ (8,0%) sử dụng mạng xã hội dưới 1 giờ. Tần suất sử dụng từ 2 đến 3 giờ và từ 1 đến 2 giờ lần lượt chiếm 17,4% và 5,0%. Như vậy, việc sử dụng mạng xã hội không chỉ là một hoạt động cụ thể mà còn là một phần không thể thiếu trong cuộc sống hằng ngày của sinh viên đại học. Họ có thể sử dụng mạng xã hội để duy trì quan hệ xã hội, nắm bắt thông tin

mới, tham gia các nhóm và cộng đồng, hoặc giải trí. Tuy nhiên, để có cái nhìn toàn diện hơn, cần xem xét các yếu tố khác như mục đích sử dụng mạng xã hội, loại nền tảng mạng xã hội được sử dụng (ví dụ: Facebook, Instagram, Twitter) và cả ngữ cảnh và mục tiêu nghiên cứu của bạn. Điều này giúp hiểu rõ hơn về tần suất sử dụng mạng xã hội và cung cấp nhận xét chi tiết hơn về hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên đại học.

2.3.2. Kiểm định độ tin cậy các thang đo

Nghiên cứu thực hiện kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha đối với từng biến độc lập để kiểm tra và loại bỏ biến xấu.

Kết quả Bảng 1 cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha đều $> 0,6$ và hệ số tương quan biến tổng của các biến đều $> 0,3$. Các biến quan sát đều đáng tin cậy, thể hiện được đặc điểm của nhân tố mẹ.

Như vậy, kết quả phân tích cho thấy tất cả các biến: Nhu cầu cá nhân, sự nhận thức, sự đồng tình của bạn bè, thông tin sai lệch và đồn đoán, sự kiểm soát cảm xúc và hành vi ứng xử trong thang đo đều có tính đáng tin cậy và có thể được chấp nhận cho

việc phân tích và nghiên cứu. Điều này cho phép tác giả tiếp tục sử dụng các biến này trong mô hình

chính thức và đưa ra kết luận về mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

Bảng 1. Kết quả phân tích thống kê mô tả và Cronbach's Alpha

	Biến quan sát	Tỷ lệ có nghĩa nếu xóa biến	Phương sai tỷ lệ nếu xóa biến	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu xóa biến
Nhu cầu cá nhân	P 1	13,64	13,622	0,676	0,879
	P 2	13,71	12,958	0,754	0,861
	P 3	13,58	12,645	0,731	0,867
	P 4	13,75	12,870	0,779	0,856
	P 5	13,65	13,148	0,724	0,868
$\alpha=0,890$					
Sự nhận thức	AW1	9,78	7,515	0,740	0,798
	AW2	9,80	7,680	0,700	0,815
	AW3	9,84	7,478	0,710	0,811
	AW4	9,75	7,898	0,644	0,838
	$\alpha=0,855$				
Sự đồng tình của bạn bè	SCT1	6,75	3,168	0,693	0,710
	SCT2	6,87	3,747	0,648	0,760
	SCT3	6,74	3,323	0,652	0,753
	$\alpha=0,812$				
Thông tin sai lệch và đồn đoán	IDV1	9,94	8,156	0,812	0,810
	IDV2	9,97	9,204	0,734	0,842
	IDV3	9,93	9,259	0,696	0,857
	IDV4	10,23	9,597	0,700	0,855
	$\alpha=0,876$				
Sự kiểm soát cảm xúc	ECR1	9,97	8,464	0,764	0,849
	ECR2	9,90	8,940	0,758	0,850
	ECR3	9,82	8,901	0,780	0,842
	ECR4	9,92	9,618	0,705	0,870
	$\alpha=0,886$				
Hành vi ứng xử	UB1	10,37	7,915	0,604	0,758
	UB2	10,28	8,014	0,588	0,765
	UB3	10,32	7,498	0,632	0,744
	UB4	10,32	7,730	0,638	0,741
	$\alpha=0,802$				

Nguồn: Nhóm tác giả xử lý số liệu khảo sát

Qua kết quả bảng 2: Biến P2 có hệ số tải trọng cao nhất trên nhân tố 1 (0,867); Biến ECR3 có hệ số tải trọng cao nhất trên nhân tố 2 (0,858); Biến IDV1 có hệ số tải trọng cao nhất trên nhân tố 3 (0,899); Biến AW2 có hệ số tải trọng cao nhất trên nhân tố 4 (0,831); Biến SCT1 có hệ số tải trọng cao nhất trên nhân tố 5 (0,863).

Bảng 2 cho phép chúng ta xem xét sự liên quan giữa các biến và nhân tố, và đánh giá mức độ mà mỗi biến đóng góp vào mỗi nhân tố. Các hệ số tải trọng cao hơn thường cho thấy mức độ tương quan cao hơn giữa biến và nhân tố tương ứng.

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố					Tên nhân tố
	1	2	3	4	5	
P 2	,867					Nhu cầu cá nhân
P 3	,812					
P 4	,804					
P 5	,784					
P 1	,767					
ECR3		,858				Sự nhận thức
ECR1		,842				
ECR4		,833				
ECR2		,832				
IDV1			,899			Sự đồng tình của bạn bè
IDV2			,854			
IDV4			,831			
IDV3			,822			
AW2				,831		Thông tin sai lệch và đồn đoán
AW1				,824		
AW3				,804		
AW4				,745		
SCT1					,863	Sự kiểm soát cảm xúc
SCT3					,826	
SCT2					,824	

Nguồn: Nhóm tác giả xử lý số liệu khảo sát

3. KẾT LUẬN

Giáo dục nhận thức và hành vi ứng xử trên không gian mạng xã hội của sinh viên hiện nay là cần thiết, những nhà quản lý giáo dục, truyền thông cần tuyên truyền, nâng cao nhận thức, cập nhật và kiểm duyệt thông tin một cách gắt gao để việc ứng xử trên không gian mạng của sinh viên có ý thức và trách nhiệm.

Sinh viên cần hiểu rõ giới hạn khi chia sẻ thông tin cá nhân và phải biết cách lựa chọn và đánh giá thông tin để đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy. Đồng thời, nhà trường và tổ chức giáo dục có vai trò quan trọng trong việc hướng dẫn và giáo dục sinh viên về quản trị sự nhận thức trên mạng xã hội, có biện pháp chế tài phù hợp đối với những thông tin cập nhật chưa đúng hoặc có hành vi nói xấu bôi nhọ danh dự đến người khác. Sinh viên nên được khuyến khích xây dựng một mạng lưới xã hội đa dạng, trong đó có những người bạn có tư tưởng khác nhau nhưng vẫn tôn

trọng và hỗ trợ lẫn nhau. Điều này sẽ giúp sinh viên có cơ hội tiếp thu nhiều ý kiến khác nhau, phát triển khả năng tư duy đa chiều và đồng thời không bị lệ thuộc quá mức vào sự đồng tình của bạn bè. Sinh viên cần được hướng dẫn về việc xác thực thông tin, phân biệt đúng sai và tôn trọng quyền riêng tư của người khác trên mạng xã hội. Các chương trình giáo dục của nhà trường cần nhấn mạnh về tác động của hành vi trên mạng xã hội đến đời sống cá nhân và xây dựng nhận thức về trách nhiệm cá nhân và tầm quan trọng của việc góp phần vào một mạng xã hội tích cực và an toàn.

Quản trị “Thông tin sai lệch và đồn đoán” trong hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên đòi hỏi sự tập trung của nhà trường và tổ chức giáo dục trong việc xây dựng môi trường học tập an toàn và tích cực trên mạng xã hội. Nhà trường cần thiết kế các buổi đào tạo, các chương trình workshop nhận diện tin tức giả mạo, mời

các chuyên gia có uy tín để đào tạo và hướng dẫn cho sinh viên, bên cạnh đó có thể tích hợp một số nội dung hành vi ứng xử trên mạng vào các học phần trong chương trình đào tạo để giúp nhận biết tin tức giả mạo, tin đồn trên mạng. Điều này sẽ giúp sinh viên trở thành những người sử dụng mạng xã hội thông minh, tự tin và có khả năng đánh giá và đối mặt với thông tin sai lệch một cách hiệu quả. Sinh viên cần được hướng dẫn và trang bị kỹ năng để nhận hiểu biết và kiểm soát cảm xúc của mình trên mạng, tránh ảnh hưởng bởi những tiêu cực, những phán xét từ người

khác, bản thân cần hiểu và nắm rõ cơ chế hoạt động mạng xã hội, bản thân cần trau dồi và liên tục học hỏi, sử dụng mạng xã hội văn minh an toàn, sinh viên có thể học hỏi hoặc xin ý kiến từ thầy cô. Tổ chức giáo dục cần xây dựng một môi trường an toàn và tích cực trên mạng xã hội, đồng thời cung cấp các hoạt động và chương trình giảng dạy nhằm khuyến khích sinh viên phát triển khả năng tự tin và quản lý cảm xúc trên mạng xã hội một cách lành mạnh. Từ đó, sinh viên có thể tận dụng tối đa lợi ích của mạng xã hội và xây dựng hành vi ứng xử có văn hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Thị Hậu (2013), *Mạng xã hội với giới trẻ Thành phố Hồ Chí Minh*, Viện nghiên cứu phát triển Thành phố Hồ Chí Minh, Nxb Văn Hóa.
- [2] Nguyễn Thị Kim Hoa, Nguyễn Lan Nguyên (2016), *Tác động của mạng xã hội Facebook đối với sinh viên hiện nay*, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*.
- [3] Trần Văn Khánh, Nguyễn Thị Kim Ngọc và Nguyễn Thị Thanh Huyền (2020), *Tác động của các nhân tố giáo dục và sự nhận thức đến hành vi ứng xử trên mạng xã hội của sinh viên: Nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh*, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh*.
- [4] Nguyễn Thị Kim Ngọc, Lê Thị Thanh Vân và Trần Thị Thanh Thảo (2019), *Hành vi ứng xử của sinh viên trên mạng xã hội Facebook tại Trường Đại học Tây Đô: Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng*, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*.
- [5] Đặng Thị Hà Thanh và cộng sự (2018), *Hành vi ứng xử của sinh viên trên mạng xã hội, tình trạng và những nhân tố liên quan*, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*.
- [6] Al-Menayes. (2017), *Social networking sites usage and its influence on the academic performance of university students*, *Computers in Human Behavior*.
- [7] Bouton, M. E. (2016), *Learning and Behavior: A Contemporary Synthesis (2nd ed.)*, Sinauer Associates.
- [8] Lee, J., Lee, J., & Jang, S. (2019), *Factors influencing social media users' behavior and intention to use based on privacy and security issues*, *Sustainability*.
- [9] Lin, K. Y., Lu, H. P., & Wang, Y. T. (2011), *The influence of experience on behavior regarding information security among social networking site users*, *Computers in Human Behavior*.
- [10] Liu, C., Lin, S., & Tsai, M. (2018), *The effects of fake news and social bots in social media on consumers' behavioral intention*, *Journal of Business Research*.
- [11] Yang, C. C. & Hsiao, K. L., (2018), *An empirical study of social media usage and online behavior among college students in Taiwan*, *Telematics and Informatics*.
- [12] Zhang, J., Zhang, J., & Zhang, J. (2019), *Understanding factors influencing social media users' behavior: A study of WeChat users in China*, *Telematics and Informatics*.
- [13] Digital (2024), *Vietnam — DataReportal – Global Digital Insights*, <https://retracks.com.vn/bao-cao-digital-marketing-viet-nam-2024/>, ngày truy cập: 25-11-2024.
- [14] Lưu Đình Long (2021), *Từ vụ mắng chửi bác bảo vệ, nghĩ về văn hóa ăn nói*, <https://tuoitre.vn/tu-vu-mang-chui-bac-bao-ve-nghi-ve-van-hoa-an-noi-20190522110616334.htm>, ngày truy cập: 22-10-2024.