

Tác động của tiktok đến kết quả học tập của sinh viên ngành Kinh tế, Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

Nguyễn Thủy Trang*, Nguyễn Thị Khánh Ly*

*ThS. Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội

Received: 27/9/2023; Accepted: 05/10/2023; Published: 12/10/2023

Abstract: TikTok is one of the fastest growing social media platforms in the world and has a significant influence on Gen Z in general and students in particular. In order to research the impact of TikTok on student's learning outcomes, a survey was conducted with 500 economics students at Hanoi University of Natural Resources and Environment. The results show that there are 4 factors of TikTok that affect students' learning outcomes. Since then, some solutions and recommendations have been proposed to take advantage of these four factors to improve student's learning outcomes.

Keyword: TikTok, learning outcomes, students

1. Mở đầu

Tháng 8/2020, Tiktok khởi xướng chương trình học trên TikTok nhằm khuyến khích người dùng chia sẻ các nội dung đa lĩnh vực liên quan đến giáo dục như sức khỏe, công nghệ hay môn học, hướng nghiệp. Việc Tiktok tập trung thêm các nội dung độc đáo đã nhận được sự ủng hộ tích cực từ thế hệ Z. Điều này cho thấy Tiktok không chỉ tác động đến các khía cạnh trong đời sống mà có thể còn có ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả học tập của thế hệ Z nói chung và SV nói riêng.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận về tác động của Tiktok đến kết quả học tập của SV

2.1.1. Một số khái niệm liên quan

Khái niệm Tiktok: Sự hình thành và phát triển của mạng xã hội Tiktok, còn có tên gọi là Douyin hoặc Vibrato (rung động), bắt nguồn và phát triển bởi công ty ByteDance (công ty công nghệ Internet của Trung Quốc có trụ sở tại Bắc Kinh) vào tháng 9/2016, do Trương Nhất Minh (Zhang Yiming) lập ra. Ban đầu Tiktok là ứng dụng Douyin với phiên bản dành riêng cho người dùng Trung Quốc; sau đó, phiên bản quốc tế với tên gọi Tiktok được ra đời. Ứng dụng này cho phép xem clip nhạc, quay video ngắn và chèn hiệu ứng đặc biệt, hầu hết video có thời lượng ngắn dưới 1 phút (Trần Văn Thắng, 2021).

Khái niệm kết quả học tập: Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2007 đã ban hành quy chế đào tạo Đại học và Cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ, và coi kết quả học tập của SV được đánh giá sau từng học kỳ qua các tiêu chí:

- Số tín chỉ của các học phần đăng ký vào đầu mỗi

học kỳ

- Điểm trung bình chung học kỳ

- Khối lượng kiến thức tích lũy được tính bằng tổng số tín chỉ của các học phần được đánh giá theo thang A, B, C, D từ đầu khóa học

- Điểm trung bình chung tích lũy, là điểm trung bình các học phần và được đánh giá bằng thang A, B, C, D tính từ đầu khóa học cho đến thời điểm được xem xét vào lúc kết thúc mỗi học kỳ.

Theo Quy định đào tạo tín chỉ tại trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội (ĐHTN&MTHN), Điều 18 quy định SV được xếp loại học lực theo điểm trung bình tích lũy như sau:

Từ 3,6 đến 4,0	Xuất sắc
Từ 3,2 đến cận 3,6	Giỏi
Từ 2,5 đến cận 3,2	Khá
Từ 2,0 đến cận 2,5	Trung bình
Từ 1,0 đến cận 2,0	Yếu
Dưới 1,0	Kém

Trong nghiên cứu sẽ sử dụng quan niệm kết quả học tập với cách hiểu là điểm trung bình tích lũy của SV và được xếp loại theo học lực.

2.1.2. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Thông qua tổng quan và từ các công trình nghiên cứu đi trước, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Tính hữu ích của Tiktok: Tính hữu ích được định nghĩa là "Mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống sẽ nâng cao hiệu suất công việc của mình" (Davis, 1989). Nếu SV nhận thức rằng việc sử dụng tiktok mang lại nhiều lợi ích thì sẽ tăng khả năng họ dành nhiều thời gian hơn vào việc sử dụng tiktok từ đó sẽ ảnh hưởng đến kết quả học tập. Vì vậy nhóm

tác giả đưa ra giả thuyết như sau:

H1. Tính hữu ích của Tiktok tác động thuận chiều đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế, trường ĐHTN&MTHN.

Tính dễ sử dụng của Tiktok: Tính dễ sử dụng là “Mức độ mà một cá nhân tin rằng việc sử dụng hệ thống cụ thể sẽ không tốn nhiều công sức” (Davis, 1989). TikTok là một trong những ứng dụng có thuật toán tiên tiến nhất hiện nay. Dựa trên một vài video bạn lướt xem, TikTok sẽ biết bạn muốn xem và quan tâm điều gì. Sau đó, những video đề xuất tiếp theo sẽ liên quan đến nội dung đó. Bên cạnh đó, Tiktok luôn tạo ra những điều kiện thuận lợi giữ chân người sử dụng cùng với những tiện lợi dễ dàng nhanh chóng cập nhật thông tin nóng hổi và những video viral qua một cú lướt ngón tay. Chính vì vậy, giả thuyết được đề xuất như sau:

H2. Tính dễ sử dụng của Tiktok tác động thuận chiều đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế, trường ĐHTN&MTHN.

Mục đích sử dụng Tiktok: Thông qua việc tìm hiểu về hoạt động sử dụng mạng xã hội của SV, có thể xác định được có hay không có mối liên hệ giữa mục đích sử dụng mạng xã hội và các hoạt động học tập của SV. Tức là để xác định xem, sau khi các SV đã thỏa mãn được nhu cầu thông tin, tức là nhu cầu được biết của bản thân thì họ có nâng cao hơn nhu cầu của bản thân về việc sẽ sử dụng mạng xã hội cho các mục đích hoàn thiện bản thân, hay nâng cao năng lực của bản thân như việc học tập hay tìm hiểu các kiến thức mới hay không (Nguyễn Thái Bá, 2019). Vì vậy, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H3. Mục đích sử dụng Tiktok tác động thuận chiều đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế, trường ĐHTN&MTHN.

Tần suất sử dụng Tiktok: Nghiên cứu của Trần Thị Minh Đức, Bùi Thị Hồng Thái (2014) Trịnh Hòa Bình, Lê Thế Linh, Phan Quốc Thắng (2015), Ngô Anh Huy (2022) cho thấy, tần suất sử dụng Tiktok có thể hình thành các thói quen, gây ảnh hưởng đến các hoạt động trong cuộc sống của SV, từ đó tác động đến kết quả học tập của SV. Trên cơ sở đó, giả thuyết được đưa ra như sau:

H4. Tần suất sử dụng Tiktok tác động thuận chiều đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế, trường ĐHTN&MTHN.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng nhằm kiểm định thang đo và mô hình nghiên cứu. Các thang đo được đánh giá thông qua các công cụ: Kiểm định hệ số tin cậy Cronbachs Alpha; phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy. Bảng khảo sát

được lập và phát ra cho 500 SV ngành Kinh tế trường ĐHTN&MTHN. Số lượng bảng khảo sát thu về và đủ điều kiện phân tích là 417 bảng. Phương pháp phân tích hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất để xem xét mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc.

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Kết quả thống kê mô tả mẫu

Để kiểm định mô hình đã đề xuất, nhóm tác giả tiến hành khảo sát SV ngành Kinh tế trường ĐHTN&MTHN trong khoảng thời gian 2 tháng (3-4/2023), số lượng bảng câu hỏi nhóm tác giả phát ra là 500 phiếu, trong đó có 83 phiếu bị lỗi do SV không thuộc ngành Kinh tế còn lại số phiếu hợp lệ đã được khách hàng trả lời đầy đủ và đáp ứng các tiêu chí phục vụ cho nghiên cứu là 417. Một số đặc điểm của đối tượng được phỏng vấn thể hiện trong bảng sau:

Bảng 2.1: Thông tin nhân khẩu học của đối tượng điều tra

Thông tin mẫu		Tần suất (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	109	26,1
	Nữ	308	73,9
Năm học	Năm 1	36	8,6
	Năm 2	245	58,8
	Năm 3	134	32,1
	Năm 4	2	0,5
Ngành học	Kế toán	138	33,1
	Quản trị Kinh doanh	184	44,1
	Marketing	3	0,7
	Logistics và quản lý chuỗi cung ứng	31	7,4
	Kinh tế Tài nguyên thiên nhiên	3	0,7
	Quản trị du lịch và lữ hành	29	7,0
Xếp loại	Quản trị khách sạn	29	7,0
	Kém	1	0,2
	Yếu	1	0,2
	Trung bình	7	1,7
	Khá	282	67,6
	Giỏi	115	27,6
	Xuất sắc	11	2,6
Tổng cộng		417	100

2.3.2. Kiểm định thang đo

Với mẫu nghiên cứu là 417 SV, trong quá trình đánh giá độ tin cậy của thang đo chính thức, nhóm tác giả sẽ giữ lại các thang đo với hệ số Cronbach's alpha lớn hơn hoặc bằng 0,6; hệ số tương quan với biến tổng lớn hơn hoặc bằng 0,3.

Bảng 2.2. Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo chính thức

TT	Biến	Số thang đo	Cronbach's Alpha
1	Tính hữu ích của Tiktok (HI)	4	0.932
2	Tính dễ sử dụng của Tiktok (SD)	5	0.925
3	Mục đích sử dụng Tiktok (MD)	4	0.931
4	Tần suất sử dụng Tiktok (TS)	5	0.908

Qua phân tích, các thang đo trên đều có độ tin cậy đạt yêu cầu. Như vậy, việc sử dụng các thang đo này để tính các bước tiếp theo là hợp lý. Tất cả các thang đo đều đảm bảo yêu cầu đặt ra và không có thang đo nào bị loại.

2.3.3. Đánh giá giá trị thang đo

Kiểm định KMO và Bartlett được thực hiện trước khi phân tích nhân tố EFA, nhằm kiểm tra xem dữ liệu có đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố EFA hay không. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett cho các yếu tố tác động của Tiktok như sau:

Bảng 2.3. Kết quả kiểm định KMO and Bartlett

Yếu tố cần đánh giá	Kết quả	So sánh
Hệ số KMO	0,922	$0,5 < 0,864 < 1$
Sig	0,000	$0,000 < 0,05$
Tổng phương sai trích	79,329%	$79,329% > 50%$
Eigenvalue	1,291	$1,291 > 1$

Từ việc phân tích EFA, ta thu được kết quả như bảng 3, chúng ta có thể thấy rằng dữ liệu của bảng 2.3 hoàn toàn phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố. Giá trị KMO = 0,922 > 0,5 phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả kiểm định Bartlett's là 6548,554 với mức ý nghĩa sig = 0,000 < 0,05 (bác bỏ giả thuyết H0: các biến quan sát không có tương quan với nhau trong tổng thể) như vậy giả thuyết về mô hình nhân tố là không phù hợp và sẽ bị loại bỏ, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp, các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

2.3.4. Kết quả phân tích hồi quy

Để phân tích tác động của Tiktok đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế trường ĐHTN&MTHN, tác giả sử dụng mô hình phân tích hồi quy tuyến tính bội với 4 biến độc lập (4 yếu tố) ảnh hưởng đến biến phụ thuộc kết quả học tập của SV. Kết quả phân tích được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 2.4. Kết quả hồi quy mô hình

Biến độc lập	B	Beta	Sig.	VIF
Hằng số	.361			
MD	.205	.182	.000	1.685
TS	.044	.142	.008	1.438
HI	.289	.245	.000	2.172
SD	.310	.226	.000	1.829

Phương trình hồi quy có dạng như sau:

$$KQ = 0,289HI + 0,310SD + 0,205MD + 0,044TS + 0,361$$

Theo kết quả phân tích cho thấy, cả 04 biến đưa vào phân tích đều có hệ số hồi quy với Sig. nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%. Do vậy, tất cả 04 biến đều có mối quan hệ tương quan thuận chiều với biến phụ thuộc. Do đó, nghiên cứu chấp nhận 4 giả thuyết (H1, H2,

H3, H4) đã đặt ra.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy Tính hữu ích của Tiktok có tác động lớn nhất đến kết quả học tập của SV ngành Kinh tế trường ĐHTN&MTHN (hệ số beta 0,245). Yếu tố có sức ảnh hưởng lớn thứ hai là Tính dễ sử dụng của Tiktok (hệ số beta 0,226). Yếu tố có sức ảnh hưởng thứ ba là Mục đích sử dụng Tiktok (hệ số beta 0,182). Yếu tố cuối cùng là Tần suất sử dụng Tiktok (hệ số beta 0,142).

3. Kết luận

Tiktok là một trong những mạng xã hội vô cùng phổ biến hiện nay, trở thành một phương tiện để giới trẻ nói chung và SV nói riêng có thể chia sẻ thông tin, trao đổi học hỏi kiến thức rộng lớn hơn, kết nối giao lưu các mối quan hệ mới. Do vậy, Tiktok hoàn toàn có thể hỗ trợ tốt cho hoạt động học tập cũng như hỗ trợ đắc lực cho SV trong việc đạt kết quả tốt trong học tập. Tuy nhiên, việc này đòi hỏi phải có phương pháp và mục đích sử dụng một cách đúng đắn và hiệu quả. Một số kiến nghị được đề xuất để phát huy những yếu tố tích cực cũng như giảm thiểu tối đa những yếu tố tiêu cực từ nền tảng mạng xã hội Tiktok này bao gồm:

Về phía nhà trường: Tổ chức các buổi tọa đàm, giao lưu về cách tận dụng Tiktok cho mục đích học tập của SV; Lồng ghép các nội dung học tập trên Tiktok hoặc các hoạt động học tập liên quan đến Tiktok vào chương trình giảng dạy; Tận dụng Tiktok để livestream giảng dạy, chia sẻ kinh nghiệm nhằm hỗ trợ cho hoạt động học tập chính khóa của SV.

Về phía SV: Cần xác định rõ mục tiêu và mục đích khi sử dụng Tiktok để việc sử dụng Tiktok không tác động tiêu cực tới sức khỏe thể chất và sức khỏe tinh thần. Đặc biệt là không để việc sử dụng Tiktok với mục đích khác ảnh hưởng tới hoạt động học tập. SV cần xác định rõ những nội dung mà mình theo dõi, cũng như xem, học tập hằng ngày bởi có rất nhiều kênh giáo dục chính thống, hữu ích nhưng tồn tại với đó là những kênh thông tin không được kiểm duyệt, theo dõi các kênh này sẽ gây ảnh hưởng tới nhận thức cũng như việc tiếp nhận kiến thức của SV.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thái Bá (2019), *Việc sử dụng mạng xã hội và kết quả học tập của SV*, Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Trịnh Hòa Bình, Lê Thế Linh, Phan Quốc Thắng (2015), *Thực trạng sử dụng mạng xã hội trực tuyến và một số gợi ý về chính sách*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 2(12), 41 – 48.
3. Davis, F. D. (1989), *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, MIS Quarterly, 13(3), 318-330.