

NHU CẦU SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN

Phạm Thị Hồng Phú^{1,*},
Ngô Thị Phương Trà¹,
Nhữ Thị Anh²

¹Trường Đại học Quy Nhơn;

²Trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghệ Quy Nhơn

+Tác giả liên hệ • Email: phamthihongphu@qnu.edu.vn

Article history

Received: 12/4/2025

Accepted: 19/5/2025

Published: 20/8/2025

Keywords

Demand, need to use social network, students, Quy Nhon University

ABSTRACT

In the context of social networks increasingly influencing students' lives, orienting the need to use this platform to a positive direction is becoming an urgent requirement. The study focuses on surveying the need to use social networks among Quy Nhon University students, aiming to guide the exploitation of this platform to effectively serve learning and research. Data were collected through a questionnaire survey with 650 students and in-depth interviews with some typical subjects. The results show that students mainly use social networks for communication and entertainment; while learning needs are not effectively exploited. The findings from the study are the basis for proposing a number of solutions to raise awareness and direct students to use social networks positively, contributing to the development of learning skills and personal capacity in the digital age.

1. Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, mạng xã hội (MXH) đã trở thành một công cụ truyền thông phổ biến, có ảnh hưởng sâu rộng đến hầu hết các lĩnh vực của đời sống xã hội. Việc sử dụng MXH hiện nay không chỉ là xu hướng mà còn là một phần không thể tách rời trong đời sống hằng ngày của giới trẻ, đặc biệt là sinh viên (SV) Việt Nam. Việt Nam hiện xếp thứ 22 toàn cầu về số lượng người dùng MXH và đứng thứ 6 trong số 10 quốc gia châu Á có tỉ lệ sử dụng Internet cao. Dữ liệu từ Datareportal (2021) cho thấy, 77,4% người dân Việt Nam sử dụng Internet - cao hơn mức trung bình của khu vực Đông Nam Á (69%). Trong đó, có hơn 72 triệu tài khoản MXH, tương đương 73,7% số người dùng Internet. Nhóm tuổi từ 13-24, bao gồm phần lớn SV, chiếm tới 71% người dùng các nền tảng phổ biến như Facebook, TikTok và Instagram. Những con số này cho thấy, SV là một trong những nhóm sử dụng MXH thường xuyên và tích cực nhất hiện nay. Theo Hoàng Thị Minh (2024), MXH đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hằng ngày, mang đến cho SV nhiều cơ hội kết nối và tiếp cận thông tin.

Sự tác động của MXH đến lứa tuổi SV diễn ra theo hai chiều hướng: tích cực và tiêu cực. SV sử dụng MXH với nhiều mục đích như: tìm kiếm, trao đổi thông tin hữu ích trong học tập, kết nối bạn bè,... Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích, việc sử dụng MXH thiếu định hướng có thể ảnh hưởng tiêu cực đến tâm lý, sức khỏe và hiệu quả học tập. Một trong những thực trạng đáng quan tâm là nhu cầu sử dụng MXH của SV hiện nay chưa được chú trọng quan tâm và định hướng một cách cụ thể. Nếu thiếu mục tiêu học tập rõ ràng và ý thức sử dụng MXH, SV có thể rơi vào tình trạng sử dụng MXH một cách tràn lan, thiếu kiểm soát và không mang lại giá trị thực tiễn.

Hiện nay, đã có nhiều công trình trong và ngoài nước tập trung nghiên cứu về MXH nói chung và các vấn đề liên quan đến việc sử dụng MXH ở lứa tuổi SV nói riêng. Nghiên cứu của Vũ Thị Lê (2022) về thực trạng sử dụng MXH của SV Trường Đại học Y Dược Thái Bình năm học 2021-2022, Lê Phạm Tuấn Vinh (2023) nghiên cứu tác động của MXH đến tư tưởng chính trị của SV các trường đại học ở TP. Hà Nội hiện nay. Tuy nhiên, tại Trường Đại học Quy Nhơn đến nay vẫn chưa có nghiên cứu khoa học nào khảo sát cụ thể về nhu cầu sử dụng MXH của SV. Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm làm nhu cầu sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn trong bối cảnh hiện nay, từ đó đưa ra các khuyến nghị thiết thực góp phần nâng cao nhận thức và định hướng SV khai thác MXH như một công cụ hỗ trợ hiệu quả cho việc học tập và phát triển cá nhân.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Một số vấn đề lý luận

Dưới góc độ tâm lý học, nhu cầu được hiểu là một cấu trúc nội tại định hướng hành vi và thúc đẩy con người hành động nhằm thỏa mãn những thiếu hụt nhất định - có thể là vật chất hoặc tinh thần. Theo nhà Tâm lý học người Nga,

Leonchiev (1989, tr 221), “*Nhu cầu là trạng thái tâm lý của cơ thể, khi con người cần một cái gì đó cụ thể để cơ thể nói riêng và con người nói chung sống và hoạt động. Nhu cầu luôn có đối tượng để thỏa mãn, có thể là vật chất hay tinh thần. Nhu cầu có vai trò định hướng đồng thời là động lực bên trong thúc đẩy con người hoạt động*”. Theo tác giả Nguyễn Khắc Viện (2007, tr 226), “*Nhu cầu là điều kiện cần thiết để đảm bảo tồn tại và phát triển, khi được thỏa mãn thì dễ chịu, thiếu hụt thì khó chịu căng thẳng, ám ức*”. Quan niệm của Leonchiev (1989), Nguyễn Khắc Viện (2007) đều thống nhất rằng: Nhu cầu là yếu tố tất yếu cho sự tồn tại và phát triển của con người. Đây cũng chính là khái niệm tác giả sử dụng để nghiên cứu.

Theo Boyd và Ellison (2007), MXH là các dịch vụ dựa trên web cho phép người dùng tạo hồ sơ công khai hoặc bán công khai, kết nối với những người dùng khác và xem cũng như tương tác với các kết nối đó. Tác giả Đỗ Phúc (2017) cũng quan niệm “MXH là một cấu trúc xã hội bao gồm các cá nhân hoặc tổ chức, được biểu diễn dưới dạng các nút (nodes), cùng với các mối quan hệ xã hội giữa họ, được biểu diễn dưới dạng các liên kết (edges) (tr 23). Tựu trung, MXH là dịch vụ trực tuyến kết nối người dùng thành một cộng đồng ảo nhằm chia sẻ, tương tác và trao đổi thông tin không giới hạn về không gian, thời gian. Theo Nghị định số 72/2013/NĐ-CP (Chính phủ, 2013), MXH bao gồm các dịch vụ như blog, diễn đàn, trò chuyện trực tuyến và các hình thức tương tự. Trong bài báo này, tác giả xác định: MXH là một hệ thống kết nối các cá nhân trong không gian số, nơi mỗi thành viên vừa là người truyền tải, vừa là người tiếp nhận thông tin, tạo nên một xã hội ảo có cấu trúc tương đồng nhưng cũng khác biệt với xã hội thực. Nhu cầu sử dụng MXH của SV là những mong muốn, đòi hỏi, thúc đẩy họ thực hiện các hành vi nhất định trên MXH nhằm phục vụ các mục tiêu học tập, giao tiếp, giải trí và khẳng định bản thân. Căn cứ các khái niệm trên, có thể thấy, việc nghiên cứu nhu cầu sử dụng MXH của SV cần tập trung vào hai phương diện: (1) nhận thức - thể hiện qua hiểu biết, thái độ, đánh giá của SV về MXH; (2) hành vi - biểu hiện qua tần suất, mục đích, cách thức sử dụng MXH. Đồng thời, cần phân tích cả ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của MXH đến đời sống học tập, tâm lý và xã hội của SV.

Các tác giả Phạm Minh Hạc và Lê Đức Phúc (2004) đã trình bày quan điểm về nhu cầu của Maslow và cho thấy sự thống nhất giữa nhận thức và tính tích cực trong hành động trong quá trình phát triển nhân cách. Theo Phan Trọng Ngọ và Nguyễn Đức Hường (2003), Phan Trọng Ngọ và cộng sự (2000), Leonchiev đã phát triển lý thuyết hoạt động và cho rằng nhu cầu là điều kiện bên trong, là tiền đề bắt buộc của hoạt động và nhu cầu với tư cách là cái hướng dẫn và điều chỉnh hoạt động cụ thể của chủ thể trong môi trường đối tượng. Cả Maslow và Leonchiev đều nhấn mạnh vai trò của nhu cầu trong việc thúc đẩy hành động của con người, đều cho thấy sự thống nhất giữa nhận thức về nhu cầu và tính tích cực trong hành động để thỏa mãn nhu cầu đó.

Nghiên cứu này tiếp cận nhu cầu sử dụng MXH của SV qua hai phương diện: nhận thức và tính tích cực trong hành động (hành vi). Trên cơ sở phân tích đặc trưng nhu cầu sử dụng MXH của SV và kết quả điều tra sơ bộ, hệ thống nhu cầu được xác định gồm ba nhóm chính: - Nhu cầu thể hiện và khẳng định bản thân của SV khi sử dụng MXH (N1). Thể hiện xu hướng SV sử dụng MXH như một phương tiện để tự xác lập giá trị cá nhân, thể hiện bản thân một cách chủ động, tự giác và kiên định với các mục tiêu cá nhân. N1- Nhu cầu tự khẳng định bản thân gồm 5 items về mặt nhận thức và 5 items về hành vi; - Nhu cầu học tập của SV khi sử dụng MXH (N2): Phản ánh động cơ tiếp cận tri thức, nâng cao kỹ năng, tìm kiếm thông tin nghề nghiệp và cơ hội phát triển bản thân thông qua MXH. Nhu cầu này cũng góp phần thúc đẩy chủ thể tích cực học tập và rèn luyện, phấn đấu không mệt mỏi để đạt được mong muốn của bản thân khi ra trường. Đây là nhu cầu có ý nghĩa thiết thực, gắn liền với mục tiêu nghề nghiệp và yêu cầu của thị trường lao động. Nhu cầu học tập (N2) gồm 5 items về mặt nhận thức và 5 items về hành vi; - Nhu cầu giao lưu, giải trí của SV khi sử dụng MXH (N3): Đặc trưng bởi mong muốn kết nối, tương tác xã hội và thư giãn trên không gian số - nơi SV có thể duy trì và mở rộng các mối quan hệ xã hội, đồng thời tham gia vào các hoạt động giải trí đa dạng. Điều này khiến vòng tròn bạn bè cứ tăng dần lên và tạo nên sự đa dạng, phong phú của thế giới ảo. Nhu cầu giao lưu, giải trí (N3) gồm 5 items về mặt nhận thức và 5 items về hành vi. Sự phân chia ở trên chỉ mang tính chất tương đối, trên thực tế các dạng nhu cầu này có mối quan hệ tương tác và không tồn tại độc lập tuyệt đối trong thực tiễn sử dụng MXH của SV.

2.2. Thực trạng nhu cầu sử dụng mạng xã hội của sinh viên Trường Đại học Quy Nhơn

2.2.1. Khái quát chung về khảo sát

Đặc điểm mẫu nghiên cứu: Tổng số khách thể nghiên cứu định lượng là 650 SV năm nhất của ba khoa: 188 SV Khoa Kỹ thuật và Công nghệ, chiếm tỉ lệ 29%, 236 SV Khoa Khoa học xã hội và Nhân văn (KHXXH&NV), chiếm tỉ lệ 36.2% và 226 SV Khoa Sư phạm, chiếm tỉ lệ 34,8%. Xét theo giới tính nam là 273 SV, chiếm tỉ lệ 42,0%, giới tính nữ là 377 SV, chiếm tỉ lệ 58,0%. Khảo sát được tiến hành vào tháng 01/2025.

Khách thể nghiên cứu định tính bao gồm 20 giảng viên đang dạy hệ Đại học chính quy thuộc 3 khoa: Khoa kỹ thuật và Công nghệ; Khoa KHXH&NV; Khoa Sư phạm. Phương pháp chính được sử dụng trong nghiên cứu này là điều tra bằng bảng hỏi và phỏng vấn sâu. Bảng hỏi đã được kiểm định đảm bảo độ tin cậy (Cronbach's Alpha) của các thang đo nhận thức và hành vi dao động từ 0,75 đến 0,85. Các phỏng vấn sâu được tiến hành với từng SV dựa trên bảng phỏng vấn sâu bán cấu trúc được thiết kế từ trước. Kết quả số liệu điều tra thực tiễn được xử lý qua phần mềm SPSS 22: Phân tích thống kê mô tả: tần số, trung bình cộng, độ lệch chuẩn. Phân tích sử dụng thống kê suy luận: so sánh giá trị trung bình hai biến, phân tích mối tương quan, phân tích yếu tố, hồi quy tuyến tính...

Đề đo khía cạnh nhận thức và hành vi của SV về nhu cầu sử dụng MXH, thang đo được thiết lập: 1 điểm = hoàn toàn không thúc đẩy/hoàn toàn không thực hiện; 2 điểm = ít thúc đẩy/ít khi thực hiện; 3 điểm = phần lớn là thúc đẩy/phần lớn là thực hiện; 4 điểm = thúc đẩy mạnh mẽ/thường xuyên thực hiện. Theo đó, thang đánh giá nhu cầu sử dụng MXH của SV với khoảng điểm trung bình (ĐTB) quy ước: Mức 1: $1.00 \leq \text{ĐTB} < 1.75$: Hoàn toàn không thúc đẩy; Mức 2: $1.75 \leq \text{ĐTB} < 2.50$: Thúc đẩy ở mức yếu; Mức 3: $2.50 \leq \text{ĐTB} < 3.25$: Thúc đẩy ở mức trung bình; Mức 4: $3.25 \leq \text{ĐTB} < 4.00$: Thúc đẩy ở mức mạnh mẽ.

2.2.2. Kết quả khảo sát

2.2.2.1. Khái quát chung về nhu cầu sử dụng mạng xã hội của sinh viên

Kết quả khảo sát 650 SV Trường Đại học Quy Nhơn cho thấy bức tranh tổng quát về nhu cầu sử dụng MXH của SV thể hiện ở bảng 1.

Bảng 1. Khái quát chung về nhu cầu sử dụng MXH của SV

Dạng nhu cầu	Các mức độ thúc đẩy										
	Không thúc đẩy		Yếu		Trung bình		Mạnh mẽ		ĐTB	SD	Mức độ
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%			
N1 - Tự khẳng định bản thân	0	0	38	5,8	268	41,3	344	52,9	2,83	0,65	3
N2 - Học tập	0	0	52	8,0	287	44,0	316	48,0	2,78	0,60	3
N3 - Giao lưu, giải trí	0	0	28	4,3	245	37,7	377	58,0	3,34	0,66	4
ĐTB chung	0	0	39	6,0	267	41,0	345	53,0	2,98	0,64	3

(Ghi chú: N1- Nhu cầu tự khẳng định bản thân; N2 - Nhu cầu học tập; N3 - Nhu cầu giao lưu, giải trí)

Dựa trên dữ liệu từ bảng 1, ĐTB chung của các dạng nhu cầu sử dụng MXH là 2,98 - nằm giữa mức “trung bình” và “mạnh mẽ”, cho thấy, hoạt động sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn chịu sự thúc đẩy tương đối cao từ các nhu cầu cá nhân, chủ yếu ở mức trung bình trở lên, không có nhu cầu nào ở mức thấp hay không thúc đẩy.

Xét riêng từng nhu cầu cụ thể, có thể thấy: Nhu cầu giao lưu, giải trí (N3) là yếu tố thúc đẩy mạnh mẽ nhất đối với SV trong quá trình sử dụng MXH, với ĐTB là 3,34 - vượt ngưỡng trung bình và tiến gần đến mức tối đa. Có đến 58,0% SV (377/650) cho biết đây là nhu cầu có tính thúc đẩy mạnh mẽ đối với họ, 37,7% ở mức trung bình và chỉ 4,3% ở mức yếu. Không có SV nào chọn mức “không thúc đẩy”. Kết quả này phản ánh rõ đặc điểm tâm lý, cảm xúc và tính xã hội của lứa tuổi SV - nhu cầu kết nối, mở rộng quan hệ, giải trí và thể hiện bản thân qua các nền tảng trực tuyến là rất cao. Nhu cầu tự khẳng định bản thân (N1) đứng thứ hai, với ĐTB là 2,83. Dù thấp hơn N3, nhưng con số này vẫn thể hiện mức độ thúc đẩy khá rõ nét. Có đến 52,9% SV đánh giá rằng MXH là công cụ giúp họ khẳng định bản thân ở mức “mạnh mẽ”, và 41,3% ở mức trung bình. Dù nhu cầu này có thể mang tính cá nhân nhiều hơn, song MXH - với đặc điểm cho phép người dùng đăng tải hình ảnh, trạng thái, quan điểm cá nhân - đã trở thành một “kênh biểu đạt” để SV thể hiện bản thân và nhận lại phản hồi xã hội (qua lượt thích, chia sẻ, bình luận). Nhu cầu học tập (N2) tuy vẫn có vai trò thúc đẩy tương đối, nhưng xếp ở vị trí thấp nhất, với ĐTB là 2,78. Chỉ có 48,0% SV cho rằng đây là nhu cầu thúc đẩy mạnh mẽ khi dùng MXH, trong khi 44,0% ở mức trung bình và 8,0% ở mức yếu. Như vậy, dù MXH có tiềm năng hỗ trợ việc học, nhưng kết quả cho thấy SV vẫn chưa khai thác triệt để yếu tố này. Đây là vấn đề cần được quan tâm, vì sự mất cân đối giữa mục đích giải trí và học tập có thể dẫn đến lệch hướng sử dụng MXH, ảnh hưởng đến hiệu quả học tập và phát triển bản thân.

Một câu hỏi được đặt ra là, các dạng nhu cầu thúc đẩy hoạt động sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn có mối tương quan với nhau như thế nào? Để trả lời câu hỏi trên chúng tôi đã sử dụng phép kiểm định tương quan Pearson, kết quả thu được như sơ đồ 1.

Các số liệu ở sơ đồ 1 cho phép rút ra một số nhận xét sau: (1) Các dạng nhu cầu sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn không tồn tại một cách độc lập mà tác động qua lại lẫn nhau theo mỗi quan hệ thuận, nghĩa là nếu một nhu cầu nào đó tăng (hoặc giảm) thì các loại nhu cầu sử dụng MXH khác cũng có xu hướng tăng (hoặc giảm) theo (vì $r > 0$); (2) Các dạng nhu cầu không tác động riêng lẻ đến hoạt động sử dụng MXH của SV, mà chúng

cùng tác động đồng thời với nhau tạo nên một hệ thống thứ bậc các nhu cầu với sự thúc đẩy mạnh yếu khác nhau; (3) Hệ số tương quan giữa các dạng nhu cầu xấp xỉ gần nhau, có chênh lệch nhưng không đáng kể. Giá trị của các mối tương quan cho thấy, nhu cầu N1 - “Tự khẳng định bản thân” và nhu cầu N2 - “Học tập” là cặp nhu cầu có mối tương quan với nhau rất mạnh ($r = 0.90$; $p < 0,01$). Điều này cũng phù hợp vì trên thực tế, những SV có sự thúc đẩy mạnh mẽ bởi nhu cầu “Tự khẳng định bản thân” cũng thường là những người gắn bó, tâm huyết với học tập. Sau đó đến cặp nhu cầu N2 - “Học tập” và nhu cầu N3 - “Giao lưu, giải trí” ($r = 0.89$; $p < 0,01$). Sau cùng là đến cặp nhu cầu N3 - “Giao lưu, giải trí” và N1 - “Tự khẳng định bản thân” ($r = 0.87$; $p < 0,01$). Giữa các dạng nhu cầu: “Học tập”, “Tự khẳng định bản thân” và “Giao lưu, giải trí” đều có mối tương quan chặt chẽ với nhau.

Như vậy, có thể kết luận rằng, các dạng nhu cầu sử dụng MXH của SV luôn luôn gắn bó chặt chẽ và cùng nhau định hướng, thúc đẩy hoạt động sử dụng MXH của họ. Hoạt động sử dụng MXH không bao giờ chỉ hướng đến một nhu cầu cụ thể mà thường hướng đến nhiều nhu cầu. Tuy nhiên, trong quá trình sử dụng, trong mỗi thời điểm, ở mỗi SV luôn có sự sắp xếp, ưu tiên nhu cầu nào là nhu cầu nổi trội còn các nhu cầu còn lại mang tính thứ yếu.

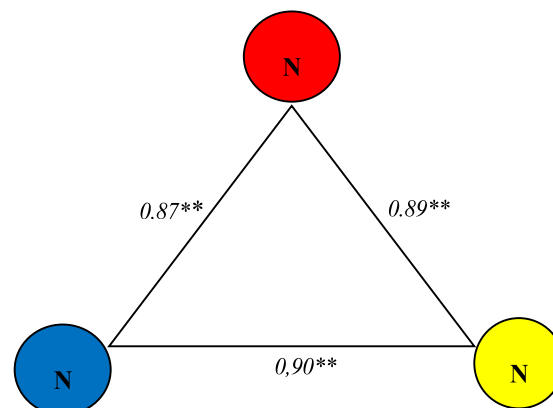
2.2.2.2. So sánh nhu cầu sử dụng mạng xã hội của sinh viên theo các nhóm khách thể

Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong ba dạng nhu cầu được khảo sát, nhu cầu giao lưu, giải trí là yếu tố thúc đẩy mạnh mẽ nhất đối với hoạt động sử dụng MXH của SV, tiếp theo là nhu cầu tự khẳng định bản thân, và cuối cùng là nhu cầu học tập. Từ đây đặt ra một vấn đề nghiên cứu tiếp theo có ý nghĩa thực tiễn: Liệu mức độ thúc đẩy các nhu cầu sử dụng MXH có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm SV theo các đặc điểm như: giới tính, ngành đào tạo, kết quả học tập, hay thời gian sử dụng MXH hằng ngày? Kết quả phân tích sự khác biệt giữa các nhóm đối tượng này sẽ được trình bày trong bảng dữ liệu sau.

Bảng 2. Nhu cầu sử dụng MXH của SV theo các tiêu chí

Tiêu chí so sánh		Các loại nhu cầu					
		N1 Tự khẳng định bản thân		N2 Học tập		N3 Giao lưu, giải trí	
		ĐTB	p	ĐTB	p	ĐTB	p
1. Giới tính	Nam	2,75	0,65	2,76	0,60	3,26	0,66
	Nữ	2,91		2,80		3,42	
2. Khoa/Ngành học	Kỹ thuật - Công nghệ	2,76	0,7	2,73	0,6	2,92	0,03
	Khoa Khoa học xã hội và Nhân văn	2,77		2,78		3,35	
	Sư phạm	2,82		2,77		3,20	
3. Kết quả học tập	Trung bình	2,86	0,04	2,85	0,02	2,94	0,01
	Khá	2,67		3,20		2,67	
	Giỏi và xuất sắc	3,27		3,50		3,30	
4. Thời gian sử dụng MXH/ngày	Dưới 1 giờ	2,48	0,6	2,39	0,5	2,60	0,04
	Từ 1-2 giờ	2,79		2,88		2,89	
	Từ 2-3 giờ	2,75		2,83		3,14	
	Hơn 3 giờ	2,78		2,92		3,52	

Bảng 2 cho thấy, so sánh theo giới tính: Kết quả kiểm định Independent-samples T-test cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa SV nam và nữ trong các nhu cầu sử dụng MXH ($p > 0,05$). Ở hai nhu cầu “học tập” và “tự khẳng định bản thân”, mức độ thúc đẩy tương đối đồng đều giữa hai giới. Riêng nhu cầu “giao lưu, giải trí” có sự khác biệt nhẹ, với nhóm nữ cao hơn (trung bình: nữ = 3,42; nam = 3,26; $p = 0,4$). So sánh theo khoa/ngành học: Phép kiểm định One-Way ANOVA cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ở nhu cầu “giao lưu, giải trí” giữa các nhóm SV theo ngành học ($p \leq 0,05$). SV Khoa KHXH&NV có mức thúc đẩy cao nhất (ĐTB = 3,35), tiếp theo là nhóm Sư phạm (ĐTB = 3,20) và thấp nhất là nhóm Kỹ thuật - Công nghệ (ĐTB = 2,92). Điều này có thể lí



Sơ đồ 1. Tương quan giữa các dạng nhu cầu sử dụng MXH của SV (nguồn: tác giả)

Ghi chú: r^{**} ($p < 0,05$), r : hệ số tương quan Pearson; N1- Nhu cầu tự khẳng định bản thân; N2 - Nhu cầu học tập; N3 - Nhu cầu giao lưu, giải trí

giải bởi đặc thù ngành học đòi hỏi SV thường xuyên sử dụng thiết bị kết nối mạng và MXH để phục vụ học tập và tương tác, “Do đặc thù ngành học cần sử dụng máy tính, điện thoại kết nối mạng và MXH nhiều hơn so với những ngành học khác nên nhu cầu giao lưu, giải trí trên MXH cũng vì đó mà cao hơn” (SV Nguyễn Thị D., lớp Đông phương học, Khoa KHXH&NV). Trong khi đó, nhu cầu “học tập” và “tự khẳng định bản thân” không có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm ngành.

So sánh theo tiêu chí kết quả học tập: Kết quả cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong cả ba loại nhu cầu giữa các nhóm SV theo kết quả học tập ($p \leq 0,05$). Nhóm SV có học lực giỏi và xuất sắc có mức độ thúc đẩy cao hơn ở cả ba nhu cầu: học tập (ĐTB = 3,50), giao lưu - giải trí (ĐTB = 3,25), và tự khẳng định bản thân (ĐTB = 3,27). Phỏng vấn chuyên sâu cho thấy SV nhóm này có xu hướng chủ động khai thác MXH như một nguồn thông tin học tập, phát triển bản thân và mở rộng kết nối xã hội, “MXH là một nguồn tri thức khổng lồ nếu mình biết tận dụng vào mục đích học tập, giao tiếp và làm giàu vốn hiểu biết cho bản thân. May mắn là em đã biết tận dụng điều đó để hoàn thiện bản thân hơn” (Nguyễn Văn T, học lực giỏi, lớp Kỹ thuật ô tô, Khoa Kỹ thuật và Công nghệ). Điều này cho thấy mối liên hệ giữa mức độ thúc đẩy của hệ nhu cầu và kết quả học tập tích cực.

So sánh theo thời gian sử dụng của MXH: Phép kiểm định One-Way ANOVA cũng chỉ ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong nhu cầu “giao lưu, giải trí” giữa các nhóm SV theo thời gian sử dụng MXH ($p \leq 0,05$). Nhóm sử dụng trên 3 giờ/ngày có mức thúc đẩy cao nhất (ĐTB = 3,52), trong khi nhóm dưới 1 giờ/ngày có mức thấp nhất (ĐTB = 2,60). Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với hai nhu cầu còn lại là “học tập” và “tự khẳng định bản thân” ($p > 0,05$). Phát hiện này cho thấy thời gian sử dụng MXH có ảnh hưởng chủ yếu đến nhu cầu giao tiếp và giải trí, thay vì các mục tiêu học tập hay phát triển cá nhân.

3. Kết luận

Hoạt động sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn được thúc đẩy bởi nhiều loại nhu cầu khác nhau. Trong đó, nổi trội nhất là nhu cầu “Giao lưu, giải trí”, sau đó đến nhu cầu “Tự khẳng định bản thân” và thấp nhất thuộc về nhu cầu “Học tập”. Cả 3 dạng nhu cầu đều thúc đẩy hoạt động sử dụng MXH của SV Trường Đại học Quy Nhơn và đều có mối tương quan thuận, có mối liên hệ rất chặt chẽ với nhau. Nhu cầu “Học tập” có mối tương quan chặt chẽ với hai dạng nhu cầu còn lại. Riêng nhu cầu “Tự khẳng định bản thân” có mối tương quan yếu hơn với nhu cầu “Giao lưu, giải trí”. Kết quả so sánh các dạng nhu cầu với nhau theo các tiêu chí ngành học, kết quả học tập và thời gian sử dụng MXH ở các nhóm SV cho thấy có sự khác biệt nhiều nhất là ở nhu cầu “Giao lưu, giải trí”. Các nhu cầu “Học tập” và nhu cầu “Tự khẳng định bản thân” ít có sự khác biệt hơn ở các nhóm SV. Những phát hiện của nghiên cứu là cơ sở khoa học quan trọng góp phần xây dựng những biện pháp phù hợp cũng như hướng dẫn SV nâng cao ý thức sử dụng MXH cho SV, giúp họ tận dụng MXH như một công cụ hỗ trợ hiệu quả cho học tập, nghiên cứu và phát triển bản thân trong môi trường đại học.

Tài liệu tham khảo

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Chính phủ (2013). *Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*.
- Datareportal (2021). *Digital 2021: Vietnam*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-vietnam>
- Đỗ Phúc (2017). *Giáo trình Phân tích mạng xã hội và ứng dụng*. NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Hoàng Thị Minh (2024). Thực trạng sử dụng mạng xã hội của sinh viên Trường Cao đẳng Sư phạm Bà Rịa - Vũng Tàu và đề xuất giải pháp. *Tạp chí Giáo dục*, 24(số đặc biệt 3), 286-292.
- Lê Phạm Tuấn Vinh (2023). *Tác động của mạng xã hội đến tư tưởng chính trị của sinh viên các trường đại học ở thành phố Hà Nội hiện nay*. Luận án tiến sĩ Chính trị học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền - Học viện Chính trị Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Leonchiev, A. N. (1989). *Hoạt động - ý thức - nhân cách*. NXB Giáo dục.
- Nguyễn Khắc Viện (2007). *Từ điển tâm lý học*. NXB Văn hóa - Thông tin.
- Phạm Minh Hạc, Lê Đức Phúc (2004). *Một số vấn đề nghiên cứu về nhân cách*. NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật.
- Phan Trọng Ngọ (chủ biên), Nguyễn Đức Hương (2003). *Các lý thuyết phát triển tâm lý người*. NXB Đại học Sư phạm.
- Phan Trọng Ngọ, Dương Diệu Hoa, Nguyễn Thị Mùi (2000). *Tâm lý học hoạt động và khả năng ứng dụng vào trong lĩnh vực dạy học*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Vũ Thị Lê (2022). Thực trạng sử dụng mạng xã hội của sinh viên Trường Đại học Y Dược Thái Bình năm học 2021-2022. *Tạp chí Y dược Thái Bình*, 2, 92-97.