

Ứng dụng mạng xã hội trong việc định hướng dư luận sinh viên tại các trường đại học ở Việt Nam

Vũ Nhật Phương¹, Nguyễn Xuân Nhĩ¹, Trần Thanh Tùng¹, Trương Thị Lệ Hằng²

¹Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Nguyễn Tất Thành

²Viện Khoa học Xã hội Liên ngành, Đại học Nguyễn Tất Thành

vnphuong@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Mạng xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu đối với giới trẻ hiện nay. Tuy vậy, các nghiên cứu liên quan vẫn còn khan hiếm và thiếu tính nhất quán. Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích, đánh giá thực trạng về nhận thức, quan điểm, dư luận trong sinh viên khi sử dụng mạng xã hội. Nghiên cứu được khảo sát ngẫu nhiên trên 1.300 sinh viên tại 5 trường đại học trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh thông qua bảng câu hỏi trực tuyến và trực tiếp. Sử dụng phương pháp thống kê mô tả để trình bày, phân tích và đánh giá dữ liệu thu thập được. Kết quả nghiên cứu này cho thấy: mạng xã hội mang lại những mặt tích cực và tiêu cực. Việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội có nhiều tác động khác nhau đối với việc học tập và ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên thông qua việc tiếp nhận, trao đổi thông tin và tương tác với giảng viên. Nghiên cứu đưa ra một số giải pháp nhằm định hướng dư luận trong sinh viên theo hướng tích cực tại các trường đại học ở Việt Nam và đề xuất các giải pháp xử lý những thông tin tiêu cực hoặc khủng hoảng truyền thông trên mạng xã hội liên quan đến sinh viên của các trường đại học.

Nhận 13/02/2023

Được duyệt 20/03/2023

Công bố 30/03/2023

Từ khóa

truyền thông, mạng xã hội, định hướng dư luận, trường đại học, sinh viên

© 2022 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Đặt vấn đề

Mạng xã hội (MXH) trở thành một phương tiện đơn giản, ít tốn kém chi phí, nhưng lại có thể ảnh hưởng sâu rộng, có tính thân thuộc, gần gũi, phù hợp với tâm lý đại đa số người dân trong đó có học sinh sinh viên. Có nhiều định nghĩa khác nhau về truyền thông MXH, nhưng nhìn chung đó là một tập hợp các công nghệ kỹ thuật số dựa trên phần mềm - thường được trình bày dưới dạng ứng dụng và trang web nhằm tạo cho người dùng một môi trường để gửi và nhận thông tin trực tuyến [1].

Hiện nay có rất nhiều các trang MXH xuất hiện ở cả trong nước và quốc tế. Rất khó có thể thống kê được hết số lượng các trang MXH đang hoạt động trên mạng internet vì ngoài những nền tảng MXH có quy mô lớn, mỗi quốc gia vùng lãnh thổ, hoặc mỗi đơn vị doanh nghiệp lại đang

có xu hướng tự tạo ra những nền tảng MXH mới. Mỗi trang MXH có những tính năng và thể mạnh khác nhau, từ đó đáp ứng những nhu cầu khác nhau của người sử dụng. Một số MXH phổ biến nhất hiện nay ở Việt Nam bao gồm Facebook, TikTok, Zalo, Instagram, Telegram... Số lượng người dùng trong mỗi nền tảng MXH này có thể khác nhau do nhu cầu và mục đích sử dụng. Nhưng có thể khẳng định các MXH đã thay đổi cách giao tiếp, chia sẻ thông tin và tiếp cận thông tin một cách toàn diện và dễ dàng giữa mỗi cá nhân với phần còn lại của thế giới.

Từ thực tế sử dụng MXH, rất nhiều nghiên cứu cả trong và ngoài nước cho thấy vai trò không thể phủ nhận của MXH trong giai đoạn ngày nay. MXH đang xuất hiện trong mọi lĩnh vực, không phân biệt đối tượng sử dụng, thời gian hay khu vực địa lý. Thông qua MXH, mọi người



có thể kết nối được với bạn bè, gia đình, và đối tác trong công việc. Thậm chí, MXH đã đưa lại cơ hội cho những người khó khăn tìm được sự giúp đỡ của cộng đồng trong đó có cả những người xa lạ. Tuy nhiên bên cạnh những lợi ích thì MXH cũng đang đem lại rất nhiều tác động tiêu cực như làm giảm sự tương tác trực tiếp giữa mọi người, tăng ham muốn được mọi người chú ý, xao lãng mục tiêu cuộc sống, có thể dẫn đến nguy cơ trầm cảm cao hơn, các mối quan hệ tình cảm có nhiều khả năng bị đổ vỡ, mất hứng thú dẫn đến giết chết sự sáng tạo, bị bắt nạt trên MXH, so sánh bản thân làm giảm lòng tự trọng, mất ngủ, thiếu sự riêng tư cần thiết [2]...

Đối tượng sử dụng MXH ở nhiều nhóm tuổi khác nhau nhưng học sinh sinh viên được cho là nhóm dành nhiều thời gian nhất [3]. Thông qua MXH, học sinh sinh viên có điều kiện thuận lợi và được cải thiện các hoạt động giáo dục một cách tích cực như chia sẻ kiến thức, giao tiếp, tương tác, đặt câu hỏi và tìm câu trả lời [4]. Từ đó MXH làm tăng sự tham gia của người học vào các hoạt động giáo dục như thảo luận và đặt câu hỏi [5]. Ngoài ra, việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội có tác động tiêu cực đến sức khỏe tâm thần và có thể dẫn đến trầm cảm và lo lắng [6]. Do đó, do số lượng ngày càng tăng của các trang web như vậy và nhu cầu cao đối với phương tiện truyền thông xã hội của sinh viên đại học, điều quan trọng là phải kiểm tra các mục đích mà các trang web MXH được sử dụng [7].

Ngoài ra, sinh viên là nhóm đối tượng nhạy cảm và dễ bị ảnh hưởng, chi phối bởi MXH nhất. Thực tế hiện nay cho thấy, bên cạnh những mặt tích cực, hầu hết sinh viên nói riêng và thanh niên Việt Nam nói chung đều đang có những khó khăn và hạn chế nhất định. Trong báo cáo tổng kết tại Đại hội nhiệm kỳ 2018-2023, bên cạnh rất nhiều thành tích đã đạt được, Trung ương Hội sinh viên Việt Nam đã thẳng thắn nhận định hiện có một bộ phận sinh viên có hệ tư tưởng thụ động, ngại cống hiến, thờ ơ với trách nhiệm xã hội. Nhiều sinh viên lao vào chủ nghĩa cá nhân, sống thực dụng, lệch lạc về tư tưởng và quan điểm sống, dễ bị ảnh hưởng của những trào lưu không phù hợp với giá trị đạo đức và văn hoá Việt Nam [8].

Chính sự thiếu kiến thức, thiếu kinh nghiệm và bản lĩnh, sinh viên rất dễ sa vào những hành động chỉ dựa theo cảm tính. Điều này lí giải trong một số trường hợp, hành động phát biểu của sinh viên đôi khi còn dựa vào cảm tính chủ quan, theo trào lưu xã hội, hoặc theo quan điểm của một người khác mà không có phân tích, lập luận dựa trên chính kiến của bản thân.

Mặc dù, có khá nhiều nghiên cứu về việc sử dụng MXH trong nước cũng như trên thế giới nhưng hầu hết chưa cụ thể hóa hướng dẫn cho các cơ sở giáo dục áp dụng một cách hiệu quả trong việc quản lí thông tin và định hướng dư luận xã hội nói chung và sinh viên nói riêng. Nghiên cứu này sẽ (1) cung cấp cơ sở lí luận về khung nghiên cứu của ứng dụng MXH; (2) xác định và đánh giá thực trạng nội dung và các phương tiện truyền thông MXH mà sinh viên ngày nay sử dụng thường xuyên nhất; từ đó (3) gợi ý một số giải pháp để cơ sở giáo dục đại học định hướng dư luận trong sinh viên nhằm khuyến khích các bạn sử dụng MXH để phát triển những giá trị tích cực với hình thức và nội dung sáng tạo, linh hoạt, phù hợp với giới trẻ, đồng thời ngăn chặn các hoạt động lợi dụng MXH để làm phương tiện đầu độc sinh viên xuyên tạc đường lối chủ trương của Đảng và Nhà nước. Chính vì vậy, ứng dụng truyền thông MXH trong công tác quản lí thông tin và định hướng dư luận trong sinh viên trở thành một vấn đề mang tính cấp thiết, cần được nghiên cứu sâu và ứng dụng rộng rãi.

2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện theo hướng tiếp cận quy nạp, với công cụ phỏng vấn sâu 10 giảng viên, 10 cán bộ Đoàn và 12 chuyên gia phụ trách công tác chăm sóc sinh viên và truyền thông của trường để xác định kênh MXH được nhà trường cho phép sử dụng tại 5 trường đại học, đồng thời đánh giá thực trạng công tác định hướng dư luận sinh viên. Kế đến, nhóm nghiên cứu gửi bảng hỏi đến sinh viên của 5 trường Đại học trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh: Trường Đại học Tôn Đức Thắng, Trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trường Đại học Kinh tế Tài chính và Trường Đại học Mở để thu thập ý kiến của sinh viên. Trên cơ sở nghiên cứu tài liệu, các công trình nghiên cứu về MXH Việt Nam và thế giới, các chính sách, quan điểm trong việc định hướng dư luận trong sinh viên, nhóm nghiên cứu thực hiện các bước phân tích, so sánh, đối chiếu để cho ra kết quả.

3 Kết quả nghiên cứu

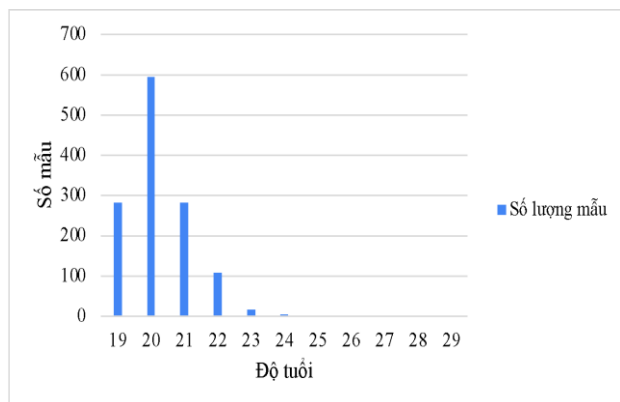
3.1 Thống kê mô tả

Nhóm tác giả đã tiến hành lập bảng câu hỏi liên quan đến việc sử dụng MXH của sinh viên và khảo sát ngẫu nhiên sinh viên tại 5 trường đại học trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian từ tháng 10/2022 đến

12/2022 thông qua hình thức trực tuyến và gửi phiếu điều tra trực tiếp, kết quả khảo sát thu thập được 1.300 phiếu hợp lệ. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả cho các dữ liệu thu thập được và kết quả cho thấy độ tuổi trung bình của người được khảo sát là 20,25 tuổi. Sinh viên lớn tuổi nhất là 29 tuổi (2 phiếu). Sinh viên nhỏ tuổi nhất là 19 tuổi. Nhóm sinh viên có độ tuổi 20 chiếm ưu thế trong nhóm sinh viên khảo sát (chiếm 45,77%) (Biểu đồ 1).

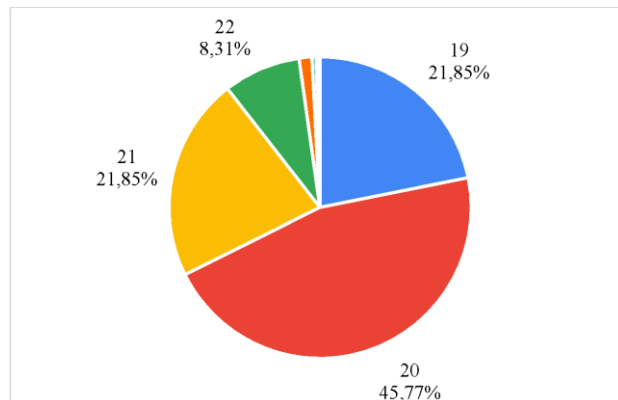
Bảng 1 Thống kê mô tả mẫu sinh viên được khảo sát theo độ tuổi

Chỉ tiêu	Số lượng
Tổng số mẫu	1300
Lớn tuổi nhất	29
Nhỏ tuổi nhất	18
Tuổi bình quân	20,25
Điểm trung vị	20



Biểu đồ 1 Độ tuổi sinh viên tham gia khảo sát

Nguồn: Kết quả khảo sát



Biểu đồ 2 Thống kê tỷ trọng các nhóm sinh viên theo độ tuổi được khảo sát

Nguồn: Kết quả khảo sát

Xét về cơ cấu năm học, nhóm sinh viên chiếm ưu thế là nhóm đang học năm thứ hai tại các trường đại học (625 sinh viên, chiếm 48,08%). Nhóm sinh viên đang học năm thứ nhất và năm thứ ba được khảo sát tương đồng nhau ở mức 23,46% (305 sinh viên) và 22,38% (291 sinh viên) (Bảng 2). Kết quả khảo sát này hoàn toàn phù hợp với nội dung và mục tiêu nghiên cứu vì đây là nhóm sinh viên đang có thời gian theo học toàn thời gian tại các trường đại học (sinh viên năm cuối phải đi thực tập tại các doanh nghiệp). Các quan điểm, dư luận trong nhóm sinh viên năm thứ hai thường sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến nhóm sinh viên năm nhất mới vào trường và trở thành định kiến của mỗi cá nhân trong thời gian học tập tiếp theo sau này.

Bảng 2 Thống kê năm học của sinh viên được khảo sát

Năm	nhất	hai	ba	tư	Tổng
Số lượng	305	625	291	79	1300
Tỷ trọng (%)	23,46	48,08	22,38	6,08	100

3.2 Thống kê phương tiện MXH được sinh viên lựa chọn sử dụng nhiều nhất

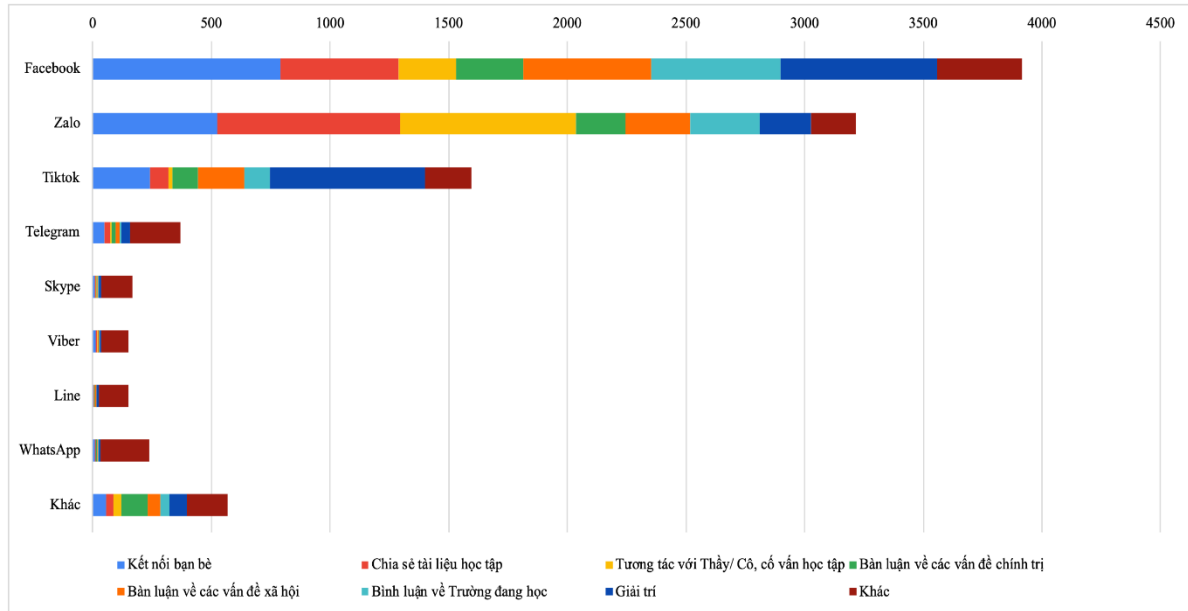
Kết quả khảo sát cho thấy, các MXH đang được sinh viên sử dụng chủ yếu bao gồm Facebook, Zalo, Tiktok, Telegram, Skype, Viber, Line, WhatsApp và một số MXH khác như Instagram, Twitter,... Tuy nhiên 3 MXH được sinh viên lựa chọn nhiều nhất là Facebook, Zalo và Tiktok (Bảng 3)

Bảng 3 MXH được sinh viên ưu tiên lựa chọn sử dụng nhiều nhất

Mạng	Facebook	Zalo	Tiktok	Telegram	Skype	Viber	Line	WhatsApp	Khác
Số lượng	762	260	475	171	173	186	189	185	201
Tỷ trọng (%)	58,62	20,00	36,54	13,15	13,31	14,31	14,5	14,23	15,46

Theo kết quả khảo sát, Facebook được sinh viên sử dụng nhiều nhất để kết nối bạn bè (60,77 %). Zalo được sử dụng nhiều nhất để chia sẻ tài liệu học tập (59,31 %) và tương tác với thầy cô (57,23 %). Tiktok chủ yếu sử dụng để kết nối bạn bè (50,77 %) và giải trí (50,23 %). Trong các vấn đề sinh viên thường bàn luận trên MXH, nội dung về chính trị không được sinh viên quan tâm

nhiều trên cả 3 MXH trên (nhiều nhất ở trên Facebook với 21,77 %). Các vấn đề sinh viên quan tâm chủ yếu liên quan đến vấn đề văn hóa, xã hội (nhiều nhất ở trên Facebook với 41,31 %) và trường lớp đang theo học (41,92 % trên Facebook) (Biểu đồ 3).



Biểu đồ 3 Các nội dung trao đổi của sinh viên trên các MXH (Nguồn: nhóm tác giả)

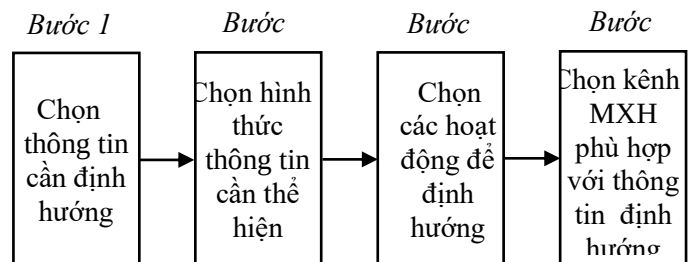
Đánh giá về tác động đến tâm lý sinh viên, hầu hết sinh viên đều ghi nhận, MXH đang đem lại cả những thông tin tích cực (89,69 %) và cả tiêu cực (83,85 %). Mặc dù sinh viên không dễ bị thay đổi quan điểm, nhưng vẫn có khá nhiều sinh viên bị ảnh hưởng tâm lý từ các thông tin đó (78,77 %). Vì vậy đa số sinh viên đều cho rằng cần phải sử dụng các công cụ để kiểm soát tin xấu (76,46 %) và có các giải pháp để định hướng dư luận trong sinh viên trên các MXH (65,23 %).

Tóm lại, nghiên cứu này đưa ra một số đóng góp giúp mở rộng hiểu biết của về tính phức hợp các mối quan hệ của MXH với phương pháp học tập của sinh viên và kết quả học tập, đồng thời tìm ra lí do sinh viên thường phân tâm trong học tập, có những biểu hiện tiêu cực, thêu dệt, tung tin giả. Quan trọng hơn, bài báo gợi ý một số công cụ quản lý thông tin và định hướng dư luận thông qua việc khen thưởng, tích cực biểu dương các cá nhân có nhiều hành động đẹp, hành động dũng cảm, có giá trị nhân văn trong cộng đồng xã hội. Đồng thời công cụ này giúp nhà trường tham khảo, áp dụng nhằm

ngăn chặn các hoạt động lợi dụng MXH để làm phương tiện để thổi phồng sai sót, hạn chế nhà trường đang gặp phải.

3 Giải pháp thực hiện

3.1 Quy trình định hướng dư luận trong sinh viên thông qua MXH



Hình 1 Quy trình định hướng dư luận trong sinh viên thông qua MXH

Việc định hướng dư luận trong sinh viên không chỉ thực hiện khi gặp những sự cố trên truyền thông hay những thông tin tiêu cực từ phía sinh viên xuất hiện trên MXH.

Để tạo được một nhận thức đúng đắn và tâm lý ủng hộ từ sinh viên thì nhà trường cần có hoạt động định hướng dư luận trên MXH một cách thường xuyên. Từ kết quả khảo sát, nhóm tác giả đề xuất sử dụng 03 kênh MXH phổ biến nhất để định hướng dư luận trong sinh viên là: Facebook, Zalo và Tiktok. Tùy theo từng nội dung thông tin và mục đích định hướng, nhà trường cần có các giải pháp thực hiện khác nhau. Ví dụ như:

- *Thông tin cần định hướng*: hướng dẫn sinh viên cách điểm danh online

- *Hình thức thông tin cần thể hiện*: bài viết, hình ảnh, video, tài liệu đọc, đường link tham gia, nhật ký (story), bình chọn, tương tác với bài viết...

- *Hoạt động để định hướng*: đăng tải thông tin lên MXH (bài viết, định hướng cộng đồng (seeding), báo cáo bài viết phản cảm, sử dụng chuyên gia (KOL, KOC), mua bài PR tại các địa chỉ uy tín, tạo cuộc thi (minigame), quảng cáo, gửi tin nhắn hàng loạt (broadcast) đến người theo dõi, tạo nhóm thảo luận (chat) giữa các thành viên...

- *Chọn kênh MXH phù hợp*: Zalo (MXH sinh viên thường chọn liên quan đến vấn đề học tập, kết nối thầy cô), Facebook (MXH sinh viên tương tác và bình luận nhiều), Tiktok (vì sinh viên dễ chia sẻ với bạn bè).

3.2 Sử dụng công cụ lắng nghe để quản lý những thông tin trên MXH

Để có được nguồn thông tin đa dạng thì cần phải sử dụng một công cụ mạnh hơn nữa là lắng nghe MXH (social listening), công cụ này thu thập được nhiều thông tin từ nhiều nguồn trên MXH hơn Google Alert (một công cụ thu thập thông tin phổ biến, miễn phí và đơn giản từ Google) và công cụ lắng nghe MXH sẽ thu thập được những thông tin nằm trong những Hội nhóm được cài đặt ở chế độ riêng tư trên các trang MXH, đặc biệt là Facebook, nhược điểm là muốn sử dụng các công cụ này thì các trường đại học phải trả phí cho nhà cung cấp.

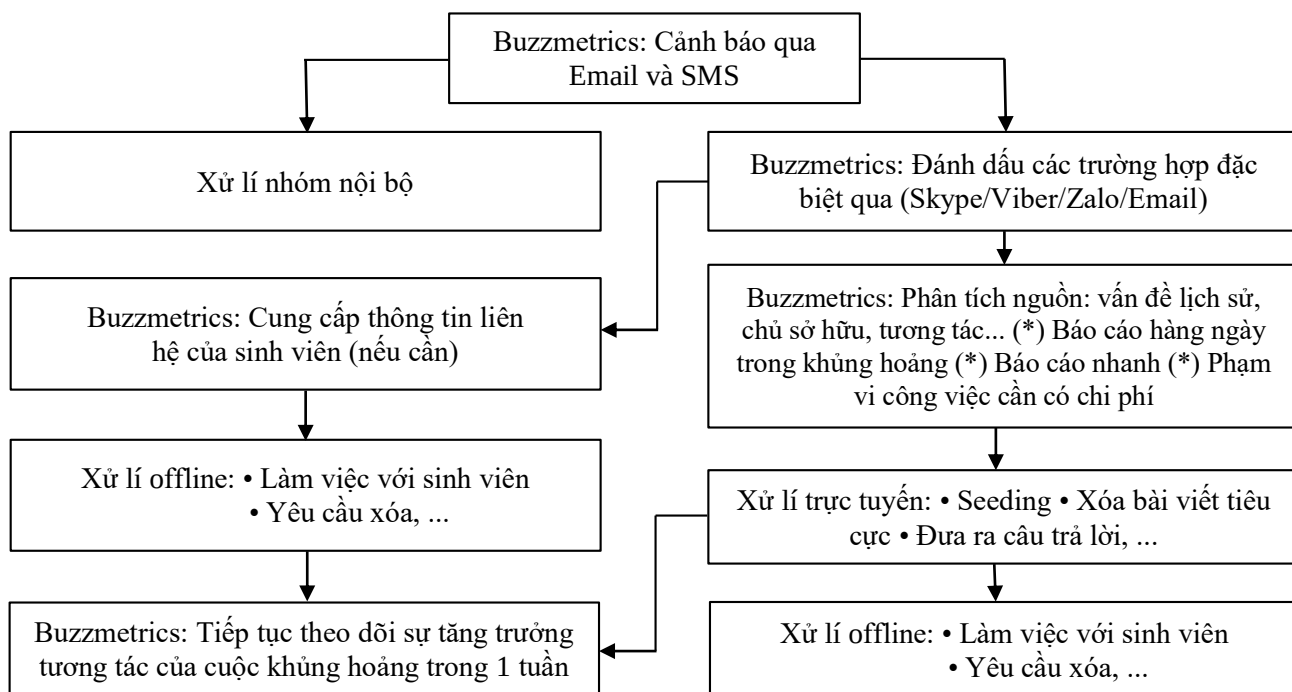
Theo dõi hay lắng nghe các kênh truyền thông xã hội được gọi là giám sát truyền thông xã hội [9]. Phần mềm giám sát phương tiện truyền thông xã hội giúp các nhà quản lý trường đại học tìm hiểu về sở thích và phản hồi của sinh viên trên MXH. Các trường học nếu sử dụng các công cụ lắng nghe, theo dõi, phân tích phương tiện truyền thông xã hội có thể tìm hiểu xem sinh viên đang thảo luận điều gì về họ.

Giám sát phương tiện truyền thông xã hội bao gồm đo lường ý kiến và tình cảm của các nhóm và những người có ảnh hưởng [7]. Nó cũng có thể bao gồm dữ liệu lịch sử và thông tin khác. Bằng cách có thông tin này, nhà trường có thể giao tiếp và thu hút và định hướng dư luận trong sinh viên. Mục tiêu là giảm chi phí và thời gian cần thiết để trích xuất thông tin hữu ích từ các MXH và đánh giá danh tiếng cũng như cảnh giác với các sự kiện quan trọng hoặc có tính chất tiêu cực. Một số công cụ theo dõi hay lắng nghe MXH phổ biến nhất hiện có trên thị trường như: Hootsuite, Zoho, Buffer, Sysomos, Mention, Sprinklr, Crowdbooster, Simple Measured, Buzzmetrics...

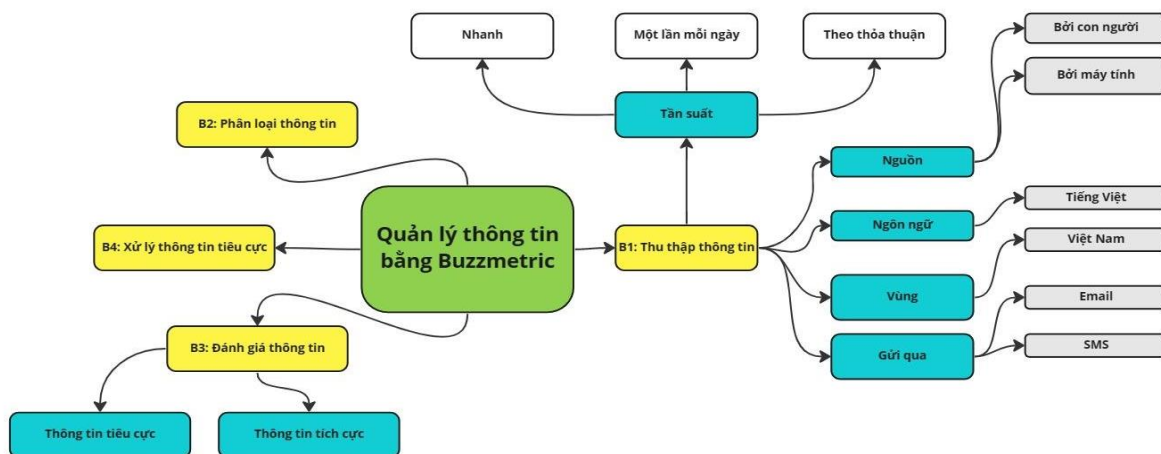
3.3 Sử dụng công cụ Buzzmetrics để quản lý thông tin từ sinh viên trên MXH

Nhóm tác giả đề xuất sử dụng công cụ lắng nghe MXH Buzzmetrics để quản lý thông tin từ sinh viên trên MXH ở các trường đại học tại Việt Nam. Sau khi xác định được các thông tin tiêu cực từ sinh viên trên MXH thì hệ thống Buzzmetrics tiến hành xử lý các thông tin này theo quy trình bên dưới (Hình 2).

Các công cụ lắng nghe MXH trên thị trường hiện nay đều có ưu và nhược điểm riêng, tuy nhiên để quản lý thông tin từ sinh viên trên MXH ở Việt Nam thì công cụ Buzzmetrics tỏ ra mạnh mẽ hơn do đây là công cụ được phát triển bởi người Việt, ngôn ngữ hỗ trợ là Tiếng Việt và hiểu bối cảnh ở Việt Nam (Hình 3)



Hình 2 Quy trình xử lý thông tin tiêu cực của hệ thống Buzzmetrics (Nguồn: Buzzmetrics)



Hình 3 Quy trình quản lý thông tin trên MXH của Buzzmetrics
Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

3.4 Lựa chọn các hoạt động và công cụ để định hướng dư luận trong sinh viên

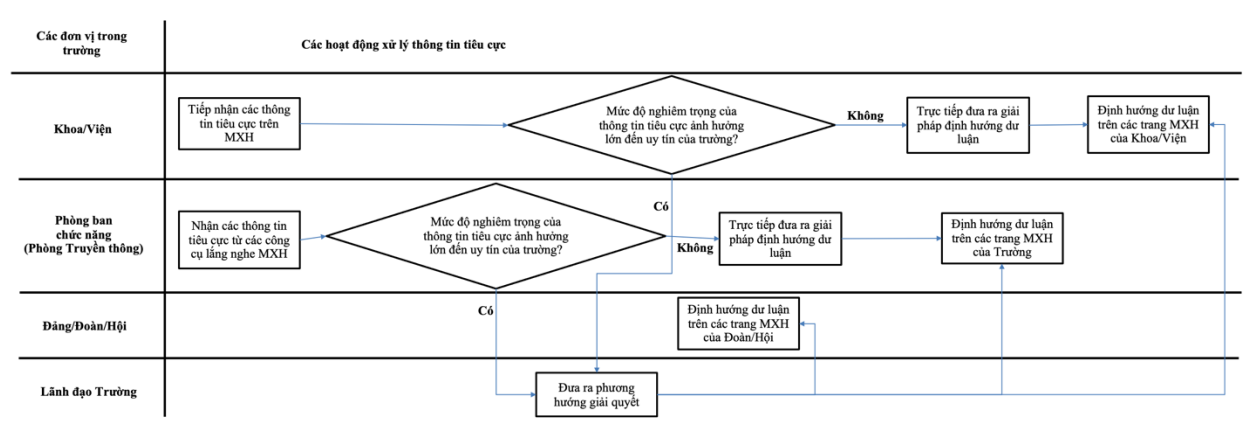
Việc định hướng dư luận trong sinh viên không chỉ thực hiện khi gặp những sự cố trên truyền thông hay những thông tin tiêu cực từ phía sinh viên xuất hiện trên MXH. Để tạo được một nhận thức đúng đắn và tâm lý ủng hộ từ sinh viên thì nhà trường cần có hoạt động định hướng dư luận trên MXH một cách thường xuyên. Để thực hiện được điều này nhà trường cần có một quy trình định hướng dư luận, hiểu được nhu cầu đó, nhóm tác

giả đề xuất một quy trình định hướng dư luận trong sinh viên, được miêu tả chi tiết ở Hình 1. Từ kết quả khảo sát, nhóm tác giả đề xuất sử dụng 03 kênh MXH phổ biến để định hướng dư luận trong sinh viên là: Facebook, Zalo và Tiktok, cùng các hoạt động được lựa chọn để định hướng (tạo sự kiện (event), đăng tải các bài viết (chữ viết, hình ảnh, video), Phát sóng trực tiếp (Livestream), định hướng cộng đồng (Seeding), báo cáo (Report) bài viết, các nhận xét, v.v... sử dụng chuyên gia (KOL/KOC), mua bài PR (trên các trang

fanpage, báo điện tử, v.v... uy tín), trò chơi, cuộc thi (Minigame) trên Fanpage Facebook. Ngoài ra, gửi tin nhắn hàng loạt (Broadcast) đến những người theo dõi, đăng tải các bài viết (chữ viết, hình ảnh, video) thông qua zalo. Thêm vào đó, tặng quà/vật phẩm ảo, quảng cáo, trò chơi, cuộc thi (Minigame), sử dụng chuyên gia (KOL/KOC) trên nền tảng Tiktok.

3.5 Công tác tổ chức thực hiện để định hướng dư luận trong sinh viên

Nhà trường cần ban hành quy chế truyền thông và phân công nhiệm vụ cho các phòng, ban với chức năng. Cụ thể:



Hình 4 Quy trình xử lý các thông tin tiêu cực từ MXH

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

3.5.1 Về phía Khoa/Viện

Cổ vấn học tập: nhắc nhở, định hướng sinh viên không hưởng ứng, nghe theo và tin theo các thông tin không chính thống trên các trang MXH thiếu tích cực. Thường xuyên truyền tải các thông tin, văn bản, chính sách của Nhà trường cũng như đường lối, chủ trương quan điểm của Đảng và Nhà nước đến sinh viên nhanh chóng và kịp thời. Việc cung cấp các thông tin chính thống từ giảng viên, và các kênh MXH chính thức của Khoa, đơn vị đào tạo, sẽ tạo được niềm tin và duy trì kết nối với sinh viên.

Phụ trách cổ vấn học tập: tham gia các nhóm, các trang (fanpage) trên Facebook có liên quan đến sinh viên trường nhằm kịp thời nắm bắt những thông tin chia sẻ từ sinh viên trên MXH. Tham gia các MXH khác nếu đủ nguồn lực.

Giáo vụ: trực tiếp nhận thông báo email từ Google Alert, phân loại, đánh giá thông tin và gửi thông tin tiêu cực đến lãnh đạo Khoa/Viện để có hướng giải quyết kịp thời.

Trưởng Khoa/Viện: Nhận báo cáo từ phụ trách cổ vấn học tập và giáo vụ để đưa ra những phương án giải quyết kịp thời cho những trường hợp thông tin tiêu cực từ phía sinh viên chia sẻ trên MXH.

3.5.2 Về phía Phòng ban chức năng

Phòng Truyền thông và Marketing: nhận tư vấn từ chuyên viên truyền thông MXH và đối tác cung cấp dịch vụ lắng nghe MXH để có những biện pháp kịp thời và giao nhiệm vụ cho Chuyên viên Marketing nội dung (Content Marketing) để tạo những thông tin, hình thức và chọn kênh đăng tải phù hợp trên MXH. Chuyên viên Content Marketing tạo những thông tin tích cực kể cả hình thức trình bày, chọn kênh đăng tải phù hợp theo sự phân công để xử lý những thông tin tiêu cực và định hướng dư luận trên các trạng MXH của Trường.

Phòng Quản trị thông tin: làm việc với đối tác cung cấp dịch vụ lắng nghe MXH để ghi nhận những thông tin sinh viên thảo luận trên MXH, kết hợp với đối tác cung cấp dịch vụ để tư vấn các giải pháp quản lý thông tin cũng như định hướng dư luận trong sinh viên cho phòng Truyền thông.

Phòng công tác sinh viên: cần tìm hiểu nguyện vọng của sinh viên qua nhiều kênh và giải đáp thắc mắc cho sinh viên. Các chuyên viên phối hợp các Phòng/Ban liên quan sử dụng MXH để tuyên truyền, định hướng tư tưởng, giáo dục đạo đức. Ngoài ra, việc áp dụng công cụ lắng nghe là cần thiết, có thể nhận định tình hình dư luận trong sinh viên, từ đó đề ra các chính sách nhằm

tăng cường tính hiệu quả trong quản lý thông tin, định hướng dư luận của sinh viên.

3.5.3 Đoàn thanh niên, Hội sinh viên: cần lập các kênh MXH chính thức cho từng đơn vị. Một mặt tuyên truyền, phổ biến các hoạt động, phong trào tại đơn vị; một mặt lan tỏa, chia sẻ các thông tin, thông điệp có ý nghĩa và tích cực. Tích cực thực hiện chương trình “mỗi ngày một tin tốt, mỗi tuần một câu chuyện đẹp” do Trung ương Đoàn Thanh niên phát động. Với tần suất và số lượng các thông điệp tích cực lớn, sẽ tác động đến tâm lý và dư luận của sinh viên, giúp sinh viên có thêm niềm tin và thái độ tích cực trước các vấn đề của xã hội. Ngoài ra, việc duy trì các kênh MXH của các tổ chức Đoàn Thanh niên và Hội Sinh viên sẽ còn là nơi để sinh viên đặt niềm tin, trao đổi, chia sẻ và phản hồi trước các dư luận. Được trao đổi với những sinh viên khi có những tâm lý hoài nghi và dao động là cơ hội để kịp thời điều chỉnh, định hướng, ngăn chặn các quan điểm thiếu tích cực tồn tại trong đoàn viên thanh niên.

Tuy mỗi phòng ban đã được nêu rõ vai trò và nhiệm vụ ở trên, nhưng vai trò của các tổ chức Đảng, Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên trong các trường đại học là có phần quan trọng nhất trong việc định hướng dư luận vì sự gắn liền của các tổ chức này trong các hoạt động có sự tham gia của sinh viên và sự có mặt của các thành viên của các tổ chức này trong các hội nhóm của sinh viên trên MXH. Đặc biệt, khi khủng hoảng truyền thông xảy ra, các tổ chức Đảng, Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên là người đứng ra xử lý chính và trực tiếp viết các nội dung để định hướng dư luận và đăng tải thông tin trực tiếp và nhanh chóng lên các kênh truyền thông MXH để giúp giảm thiểu tối đa nhất những ảnh hưởng xấu của những khủng hoảng truyền thông này đến uy tín của các trường đại học, gây hoang mang cho

sinh viên và ảnh hưởng đến công tác học tập và sinh hoạt của các bạn.

Hạn chế nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo
Nghiên cứu này có một số hạn chế, một số trong đó có thể cung cấp hướng đi cho nghiên cứu trong tương lai. Nghiên cứu này tập trung tìm hiểu mối quan hệ giữa sử dụng MXH trong công tác quản lý thông tin và định hướng dư luận trong sinh viên. Kết quả nghiên cứu hiện tại dựa trên và giới hạn lực lượng sinh viên đại học của 6 trường đại học tại TP. HCM. Sẽ rất đáng để mở rộng đề án nghiên cứu này cho sinh viên đại học trên cả nước và ở các nước khác. Nghiên cứu hiện tại áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính và dựa trên ý kiến của một số sinh viên đại diện cho 6 trường đại học. Nghiên cứu trong tương lai có thể dựa trên dữ liệu kết hợp định tính và định lượng để phát triển phong phú hơn và thấy rõ mối quan hệ và mức độ tác động của việc sử dụng MXH đến kết quả học tập của sinh viên.

4 Kết luận và kiến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các trường đại học, các bậc phụ huynh cần nâng cao nhận thức về tác động tiêu cực của MXH bằng cách ứng dụng các công cụ truyền thông MXH nhằm xử lý thông tin kịp thời và tác động tích cực của MXH để định hướng cho sinh viên có lối suy nghĩ và hành vi đúng đắn. Đề tài chỉ ra các thực trạng sử dụng các MXH trong sinh viên hiện nay, sức ảnh hưởng của MXH đến quan điểm, nhân cách của sinh viên. Thông qua khảo sát để thống kê các hình thức truyền thông MXH có ảnh hưởng đến sinh viên theo các mức độ, nhóm tác giả sẽ có những khuyến nghị về các giải pháp nhằm nâng cao tính hiệu quả trong việc quản lý thông tin và định hướng dư luận

Tài liệu tham khảo

- [1] Boyd, D.M. and Ellison, N.N. (2007), “Social network sites: definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 13 No. 1, pp. 210-30
- [2] Amanda Rife (2022), 10 Negative Effects of Social Media That Can Harm Your Life, Lifehack, website: <https://www.lifehack.org/articles/technology/you-should-aware-these-10-effects-social-media-you.html>, [truy cập ngày 23/11/2022].
- [3] Azizi, S.M., Soroush, A., Khatony, A., 2019. *The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: a cross-sectional study*. *BMC Psychol.* 7 (1), 1–8.
- [4] Manu, B. D., Ying, F., Oduro, D., & Boateng, S. A. (2021). Student engagement and social media in tertiary education: The perception and experience from the Ghanaian public university. *Social Sciences & Humanities Open*, 3(1), 100100.
- [5] Almankory, Abdullah, Zaid (2019). *To what extent do university students in Saudi Arabia find a social media tool (Twitter) useful in their respective learning environments?* Doctoral thesis. Durham University.
- [6] Carrigan, M., & Jordan, K. (2022). Platforms and Institutions in the Post-Pandemic University: a Case Study of Social Media and the Impact Agenda. *Postdigital Science and Education*, 4(2), 354-372.
- [7] Manjur Kolhar, Raisa Nazir Ahmed Kazi, Abdalla Alameen (2021), Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, Volume 28, Issue 4, April 2021, Pages 2216-2222. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- [8] Trung ương Hội Sinh viên Việt Nam (2018), Kết quả khảo sát tổng quan tình hình sinh viên 2013-2018, dự báo tình hình sinh viên 2018 -2023.
- [9] Seyed Mohammadbagher Jafari, Neda Aramipour, Saeed Ramezani (2018), Social Media Monitoring Tools: A Comparison Based

Application of social networks in shaping student opinion at universities in Vietnam

Nguyen Xuan Nhi¹, Vu Nhat Phuong¹, Tran Thanh Tung¹, Truong Thi Le Hang²

¹Faculty of Business Administration, Nguyen Tat Thanh University

²Interdisciplinary Institute of Social Sciences, Nguyen Tat Thanh University

vnphuong@ntt.edu.vn

Abstract

Social media has become an indispensable part of today's youth. However, relevant studies were still scarce and inconsistent. This study aims to analyze and evaluate the status of awareness, opinion and public opinion among students when using social networks. The study was randomly surveyed on 1,300 students at 5 universities in Ho Chi Minh City through online and face-to-face questionnaires. Descriptive statistics were used to present, analyze and evaluate the collected data. The results of this study show that social networks have both positive and negative sides. The use of social media has various impacts on learning and affects student learning outcomes through the reception, exchange of information, and interaction with faculty. The study proposes some solutions to orient the public opinion among students in a positive direction at universities in Vietnam and to handle negative information or communication crises on social networks related to students of the university.

Keywords: media, social networks, public opinion, universities, students

