

Thực trạng sử dụng mạng xã hội trực tuyến và một số gợi ý về chính sách

Trịnh Hòa Bình*, Lê Thế Linh, Phan Quốc Thắng

Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

Ngày nhận bài: 21.1.2015, ngày chuyển phản biện: 30.1.2015, ngày nhận phản biện: 18.3.2015, ngày chấp nhận đăng: 27.3.2015

Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ đã đưa đến cho loài người nhiều tiện ích mới trong liên kết, giao tiếp xã hội. Mạng xã hội (MXH) trực tuyến ra đời tạo nên một bước ngoặt lớn trong giao tiếp gián tiếp. Với sự hấp dẫn của mình, MXH đã trở thành một bộ phận không thể thiếu trong cuộc sống của người dân, đặc biệt là giới trẻ.

Bức tranh sử dụng MXH trực tuyến được thể hiện như thế nào thông qua hàng loạt câu hỏi như: MXH nào được ưa dùng, mức độ, thời gian truy cập, mục đích sử dụng, mạng lưới liên kết ra sao... Làm rõ những vấn đề này sẽ gợi mở một số quan điểm về chính sách, góp phần định hướng sự phát triển của một phương thức giao tiếp quan trọng thông qua phân tích thông tin¹ (từ một cuộc khảo sát thực nghiệm được tiến hành với 500 thanh niên độ tuổi 16 đến 35, chọn ngẫu nhiên trong số những người đang sử dụng MXH ở hai thành phố là Hà Nội và Nam Định).

Từ khóa: lối sống, mạng lưới xã hội, vốn xã hội.

Chỉ số phân loại 5.4

THE PICTURE OF USING ONLINE SOCIAL NETWORK AND SOME SUGGESTIVE POLICIES

Summary

The strong development of science and technology has brought mankind many new utilities in the social link and communication. The birth of online social network has created a major turning-point in indirect communication. With its attraction, social network has become an integral part in people lives, especially young people.

The picture of using online social network has been shown through a series of questions such as: which social network is preferred, how the level, time of access, use purpose, connecting network are... Clarifying these issues will suggest a number of views on policy and contribute to orienting the development of an important communication mode through data analysis (from an experimental survey conducted with 500 young people at the age from 16 to 35, randomly selected among those who are using social network in two cities: Hanoi and Nam Dinh).

Keywords: lifestyle, social capital, social network.

Classification number 5.4

Thực trạng sử dụng MXH trực tuyến

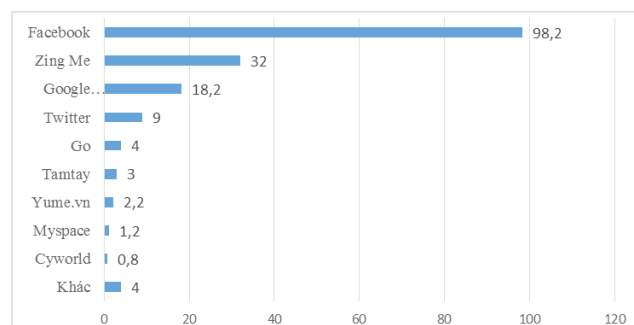
Các trang MXH trực tuyến thường được sử dụng

MXH đã có từ khá lâu, nhưng phải đến năm 2004 khi Facebook ra đời, cộng đồng mạng Việt Nam mới tham gia một cách phổ biến. Cho đến thời điểm hiện tại, MXH phát triển nở rộ và thu hút được lượng người tham gia đông đảo với nhiều mạng lưới khác nhau. Khảo sát cho thấy, có 61,8% số người trả lời cho biết đã tham gia ít nhất một MXH. Có 23,1% tham gia 2 MXH và 15,1% là thành viên của ít nhất 3 MXH. Trường hợp nhiều nhất tham gia đến 8 MXH trực tuyến. Trong số đó, Facebook là trang MXH trực tuyến có số lượng người tham gia sử dụng nhiều nhất

*Tác giả chính: Email: trinhhoabinhv@gmail.com.

¹Số liệu đề tài cấp bộ “Ảnh hưởng của MXH đối với vốn xã hội của giới trẻ hiện nay”. Chủ nhiệm TS Trịnh Hòa Bình. Viện Xã hội học chủ trì. Thời gian thực hiện 2013-2014.

[1], tiếp đến là Zingme, Google Plus. Có 98,2% đã và đang sử dụng mạng Facebook, gần 1/3 (32,0%) sử dụng mạng Zingme và 18,2% sử dụng MXH Google plus. Các trang MXH trực tuyến khác như Myspace, Yume, Tamtay, Go... chưa được các bạn trẻ sử dụng nhiều (xem biểu 1). Số liệu này khá tương đồng với kết quả của một số nghiên cứu khác có liên quan đến MXH: theo Business Insider, thành viên của mạng Facebook trên toàn thế giới mỗi năm tăng thêm con số đáng kể (có tới 1,35 tỷ thành viên đăng ký mỗi tháng); ở nghiên cứu của Nguyễn Thị Phương Châm [2], hai trang Facebook và Zingme được các bạn trẻ có độ tuổi 16 đến 30 sử dụng thường xuyên nhất, 76,1% sử dụng Facebook và 44,9% sử dụng Zingme; theo khảo sát của Cimigo Netcitizens [3], vào thời điểm năm 2010, 67% người dùng Việt Nam sử dụng Facebook và 19% sử dụng Zingme, đây cũng là hai trang MXH được sử dụng nhiều nhất.



Biểu 1: các trang MXH được sử dụng (đơn vị: %)

Không gian sử dụng

Nơi sử dụng MXH thường xuyên nhất là ở nhà, chiếm phần lớn số người trả lời (85,8%). Ngày nay, khi điều kiện kinh tế của người dân ngày càng nâng cao hơn và giá thành để sở hữu các trang thiết bị như máy tính, điện thoại có xu hướng ngày càng thấp, thì việc có được một phương tiện truyền thông mới tích hợp internet không phải là vấn đề khó khăn. Do đó, việc sử dụng internet nói chung và MXH nói riêng chuyển từ không gian đại lý/cửa hàng internet sang không gian tại nhà riêng dường như là một tất yếu. Chỉ có 10,2% giới trẻ truy cập MXH tại đại lý/cửa hàng internet (thấp nhất trong các khu vực không gian được giới trẻ sử dụng). Với sự phát triển của công nghệ thông tin và các phương tiện truyền thông mới, kết hợp với ứng dụng internet, chỉ cần có một phương tiện như điện thoại thông minh, hay các phương tiện xách tay nhỏ khác như Ipad, laptop... cộng với kết nối internet, người ta đều có thể truy cập được MXH trực tuyến ở mọi nơi mọi lúc. Và thực tế đã chứng minh, có 43,2%

đã từng truy cập MXH ở bất cứ nơi đâu. Số lượng truy cập vào MXH ở trường học và tại cơ quan cũng chiếm tỷ lệ đáng kể, lần lượt là 19,0% và 33,2%.

Mức độ và thời lượng truy cập

Giới trẻ vào MXH khá thường xuyên. Trong những người được hỏi, có 76,4% truy cập MXH với mức độ hàng ngày, tỷ lệ truy cập một tuần vài ba lần là 21,2%. Số ít còn lại truy cập MXH trực tuyến với mức độ ít hơn 1-3 lần/tháng.

Với giới trẻ, không chỉ tần suất truy cập MXH khá thường xuyên mà thời gian truy cập trung bình mỗi ngày và thời lượng mỗi lần truy cập cũng khá nhiều. Trung bình trong các ngày thường, giới trẻ dành khoảng 129 phút để truy cập vào MXH, thời gian này ở ngày lễ là 148 phút; về thời lượng, mỗi lần truy cập khoảng 36 phút ngày thường và 40 phút vào ngày lễ. Như vậy, nếu không tính những người đề chế độ truy cập thường xuyên thì tính trung bình giới trẻ truy cập MXH 3-4 lần/ngày, không có sự khác biệt nhiều giữa ngày lễ và ngày thường.

Nếu tính thời gian, thì vào ngày thường, khoảng một nửa giới trẻ dành dưới 1 h để truy cập MXH. Tỷ lệ dành thời gian 2 h để truy cập MXH trong ngày thường là 22,4%, số lượng dành thời gian 4 h sử dụng MXH là 12,4%. Vào ngày lễ, thời giờ dành để truy cập vào MXH cũng lớn hơn đáng kể. Số người dành thời gian hơn 4 h là 19,3%, cao hơn hẳn so với ngày thường (bảng 1).

Bảng 1: trung bình tổng thời gian truy cập trong 1 ngày vào ngày lễ và ngày thường trong 12 tháng vừa qua (đơn vị: %)

	Ngày thường	Ngày lễ
0-60 phút	49,6	43,2
61-120 phút	22,4	15,7
121-180 phút	9,8	13,6
181-240 phút	5,8	8,2
240 phút trở lên	12,4	19,3
Tổng	100,0	100,0

Thời gian mỗi lần truy cập MXH dưới 15 phút ở ngày thường chiếm 40,5% trong giới trẻ, tỷ lệ này ở ngày lễ là 31,9%. Ở các khung thời gian khác từ 15 phút trở lên, số lượng truy cập vào ngày lễ lớn hơn so với vào ngày thường. Số liệu nghiên cứu cũng cho thấy, thời gian mỗi lần vào MXH chủ yếu dưới 1 h. Có 7,6% giới trẻ dành hơn 1 h để truy cập MXH mỗi lần vào ngày thường và 9,3% sử dụng MXH hơn 1 h trong ngày lễ.

Thời gian sử dụng MXH gần đây nhất là biểu hiện rõ nét về mức độ truy cập MXH của giới trẻ hiện nay. Trung bình thời gian sử dụng lần gần đây nhất của giới trẻ là 59 phút, phổ biến là mức sử dụng 30 phút. Trong đó, 29,2% có thời gian sử dụng dưới 15 phút, 31,1% sử dụng trong khoảng thời gian từ 16-30 phút, 16,6% sử dụng với thời gian từ 1 h trở lên. So với thời gian trung bình mỗi lần sử dụng trong một năm trở lại đây, thời gian sử dụng của lần truy cập gần đây nhất của người trả lời cao hơn. Điều này cho thấy, đến thời điểm hiện tại thời gian truy cập vào MXH của giới trẻ là khá cao và đang có xu hướng tăng lên.

Mục đích sử dụng MXH trực tuyến

Mục đích của việc truy cập các trang MXH rất đa dạng, đa chiều, từ việc vào MXH để gặp gỡ, trao đổi thông tin với bạn bè đến chia sẻ thông tin với người thân, bình luận các vấn đề về xã hội, thậm chí là để quản lý, theo dõi thành viên trong mạng lưới. Người ta vào MXH với những mục đích khác nhau nhưng chủ yếu vẫn là cập nhật thông tin về đời sống của bạn bè (70,6%) và chia sẻ thông tin của bản thân với mọi người (36,2%)... (bảng 2).

Bảng 2: mục đích truy cập MXH (đơn vị: %)

Mục đích truy cập	Tỷ lệ (%)
Cập nhật thông tin về đời sống của bạn bè	70,6
Chia sẻ thông tin bản thân với mọi người	36,2
Tìm kiếm, cập nhật thông tin xã hội	34,4
Chát/trò chuyện online	30,0
Kết bạn	26,0
Nghe nhạc, xem phim	16,6
Chơi game	16,0
Lấy thông tin, tư liệu phục vụ cho học tập, công việc	13,8
Trao đổi công việc	13,0
Chia sẻ/bày tỏ quan điểm cá nhân	12,2
Quảng cáo sản phẩm, kinh doanh	7,4
Tìm kiếm cơ hội việc làm	1,4
Làm từ thiện	1,2
Quản lý hành chính	1,0
Thấy người khác tham gia mình cũng tham gia	0,4
Khác	4,2

Trong mấy năm trở về trước, Yahoo, Skype là phần mềm chat online được ưa chuộng và sử dụng thường xuyên nhất của cộng đồng mạng nói chung và giới trẻ nói riêng. Tuy nhiên, hiện nay giới trẻ có xu hướng sử dụng chat online được tích hợp trên MXH nhờ tính ưu việt của nó (hỗ trợ của nhiều ứng dụng). Sử dụng

MXH như Facebook, người dùng cùng một lúc có thể tham gia được nhiều hoạt động như xem tin tức, đăng tin, chơi game, gửi file, chat online với bạn bè. Do đó, không quá bất ngờ khi trong nghiên cứu có đến 30% giới trẻ sử dụng MXH với mục đích là để chát/trò chuyện online.

Một mục đích quan trọng khác là tìm kiếm thông tin xã hội được truyền tải thông qua MXH (với 34,4%). Điều này phản ánh “chức năng” mở rộng của các trang MXH. Thông thường, trên internet, thông tin kinh tế - xã hội được cộng đồng thu nhận chủ yếu ở các trang báo mạng điện tử đặc thù, chẳng hạn như: vnexpress.net, 24h.com, doisongphapluat.com, dantri.com.vn, vneconomy.vn... Từ khi ra đời, nhờ sự ưu trội về liên kết, mạng lưới, và sự cập nhật thông tin, MXH như một kênh thông tin mà giới trẻ có xu thế sử dụng để đưa lên hoặc tiếp nhận các thông tin về xã hội. Không khó bắt gặp những vấn đề được trích dẫn lại từ các trang mạng tin tức ở các trang MXH.

Mạng lưới liên kết trên MXH

Mạng lưới quan hệ xã hội trước hết thể hiện số lượng thành viên bạn bè² có trên MXH. Một người có thể tham gia ở nhiều trang MXH khác nhau, nếu tính số lượng bạn bè trên tất cả các trang MXH mà cá nhân tham gia thì trung bình mỗi bạn trẻ có 419 bạn bè trên các trang MXH ảo, trong đó MXH facebook.com được nhiều người tham gia nhất. Tính trung bình trong số bạn trẻ tham gia MXH Facebook thì 1 người có 361 bạn bè. Với các trang MXH lấy tên miền.vn thì mạng Zingme có số lượng bạn bè cao nhất và đứng thứ hai trong số các trang mạng có nhiều người dùng nhất tại Việt Nam. Trong số bạn bè, số lượng bạn bè kết mới hoàn toàn - những người trước đây chưa từng quen biết là 152 (36,3%). Số bạn bè cũ tìm lại được là 42 người (10%).

Trong các hình thức kết nối mạng lưới bạn bè trên MXH, bên cạnh liên kết giữa cá nhân với cá nhân, một trong những hình thức giới trẻ nói riêng và cộng đồng MXH nói chung thường sử dụng đó là tham gia vào các nhóm hội. Có ít nhất 73,5% giới trẻ đang tham gia ít nhất một nhóm hội. Phần lớn giới trẻ tham gia từ 1 đến 5 nhóm hội (chiếm 52,3%). Cho dù chiếm số lượng không lớn, nhưng vẫn có một số bạn trẻ tham gia hơn 20 nhóm hội.

²Bạn bè là tên gọi chung cho tất cả các kết nối/mối quan hệ có trên MXH.

Thành phần của các hội/nhóm rất đa dạng với những tính chất, quy mô, mục đích khác nhau. Thông tin từ khảo sát cho thấy, phân bố nhóm/hội mà giới trẻ tham gia như sau: nhóm mà các bạn trẻ tham gia nhiều nhất là nhóm bạn bè cùng lớp/cùng trường (88,3%), nhóm này tồn tại hầu hết ở các trang MXH của mọi người, nhóm trường lớp có thể là những người bạn học hiện tại, bạn học cũ, bạn cùng trường; tiếp đến là các nhóm bạn bè cùng sở thích du lịch, giải trí (57,7%); nhóm bạn bè đồng hương là 35,6%; nhóm buôn bán, kinh doanh (29,0%); nhóm tình nguyện (18,3%); nhóm chính quyền (8,5%); nhóm/tổ chức dân sự thấp nhất với 4,9%.

Tác động của MXH trực tuyến đến đời sống giới trẻ

Tác động đến đời sống kinh tế

Khi xã hội phát triển, hình thức kinh doanh đã được đa dạng hóa, bên cạnh những hình thức buôn bán trực tiếp ở những không gian cộng đồng như chợ, trung tâm mua bán, hay phát triển hơn là siêu thị... thì một hình thức buôn bán mới xuất hiện, đó là buôn bán gián tiếp thông qua môi trường internet. Hình thức này không phải mới xuất hiện, tuy nhiên nhờ có MXH, buôn bán trên internet trở nên sôi nổi hơn. Quảng cáo sản phẩm, trao đổi kinh tế trên MXH được giới trẻ sử dụng nhờ sự tiện lợi, tiết kiệm chi phí mở mặt bằng cũng như đầu tư quan hệ, chi phí đi lại, thông tin truyền tải nhanh chóng, có sự lan tỏa. Việc tạo dựng hoặc tham gia các nhóm hội trên MXH đã giúp cộng đồng chọn lọc và xây dựng được mạng lưới buôn bán kinh doanh phù hợp với ngành nghề của mình. MXH đã tạo thêm một thói quen, một môi trường để buôn bán kinh doanh. Có 38,2% giới trẻ khẳng định, bản thân thường mua bán trên MXH và 29% giới trẻ tham gia các nhóm hội liên quan đến buôn bán, kinh doanh.

Sự tác động của MXH thể hiện rõ hơn khi thời gian sử dụng MXH có tác động đáng kể đối với việc tham gia các nhóm buôn bán, kinh doanh. Tỷ lệ giới trẻ tham gia nhóm buôn bán, kinh doanh cao dần theo số năm tham gia MXH. Giới trẻ càng thường xuyên truy cập MXH thì tỷ lệ là thành viên của một nhóm buôn bán, kinh doanh càng cao. Tỷ lệ tham gia nhóm buôn bán, kinh doanh ở giới trẻ truy cập MXH với mức độ hàng ngày cao gấp 2 lần so với nhóm chỉ truy cập MXH với mức độ 1-2 lần/tuần. Thời gian truy cập MXH cũng tác động khá rõ nét với việc tham gia các nhóm buôn bán, kinh doanh của giới trẻ.

Lợi ích trực tiếp về kinh tế thể hiện rõ nhất là nhận được sự giúp đỡ vật chất khi tương tác trên MXH. Trực tiếp là vật chất, tiền và gián tiếp thông qua giới thiệu việc làm, giúp đỡ phương tiện để làm việc và kết nối mạng lưới làm ăn. Mặc dù tỷ lệ nhận được sự giúp đỡ về vật chất không lớn, nhưng đã xuất hiện trong các tương tác cho thấy những lợi ích mà giới trẻ nhận được khi tham gia MXH. Cụ thể, các lợi ích giới trẻ nhận được bao gồm: giới thiệu việc làm (20,9%); kết nối mạng lưới làm ăn (10,3%); giúp đỡ phương tiện để làm việc (4,7%); giúp đỡ về vật chất (2,4%); cho tặng tiền (1,8%).

Bên cạnh những tích cực, MXH cũng mang đến những tiêu cực liên quan đến đời sống kinh tế, đặc biệt là những ảnh hưởng về thời gian, công việc. Việc phân bổ không hợp lý và dành thời gian sử dụng MXH quá nhiều đã ngốn không ít thời gian, tiền bạc của người sử dụng, từ đó vô tình kéo giảm năng suất, chất lượng, hiệu quả công việc, gây ảnh hưởng đến tình hình kinh tế của đất nước nói chung, thu nhập và tài chính của mỗi tổ chức, cá nhân nói riêng. Số liệu trong khảo sát cho thấy, thời gian truy cập mỗi ngày và thời lượng mỗi lần truy cập MXH của giới trẻ cũng tương đối nhiều và điều đó đã ảnh hưởng không nhỏ đến tiến độ công việc, gián tiếp ảnh hưởng đến kinh tế của bản thân. Số liệu khảo sát cho thấy có 22,7% giới trẻ nhận định bản thân đã từng bị chậm tiến độ công việc do sử dụng MXH. Có 0,7% giới trẻ đã từng bị mất việc làm do sử dụng MXH, 2,3% bất đồng với lãnh đạo quản lý.

Điều đáng nói là không chỉ tiêu tốn thời gian một cách gián tiếp khi tham gia vào MXH, mà có những bạn trẻ sử dụng MXH như một hình thức "giết thời gian" một cách chủ động, trong khi đó với lứa tuổi cần phải giao lưu học hỏi, tích trữ kiến thức cho tương lai thì thời gian vô cùng quý báu.

Ngoài ra, việc sử dụng MXH trực tuyến còn ảnh hưởng đến giới trẻ thông qua những tác động gián tiếp và trực tiếp khác. Hiện tượng lừa đảo hàng hóa trên MXH diễn ra khá phổ biến. Có 18,9% đã từng bị lừa với những hình thức khác nhau khi mua bán trên MXH. Một hiện tượng khác nữa đó là, việc hack nick, giả làm chủ nhân của trang mạng để lừa đảo mạng lưới bạn bè trên MXH.

Tác động đến đời sống tinh thần

MXH không chỉ là nơi để giao lưu, tìm hiểu thông tin cá nhân, mà còn là không gian để giới trẻ bộc lộ cảm xúc, ý nghĩ và thái độ mà giao tiếp bình thường

đã không thể hiện. Ở góc độ cá nhân, MXH là phương tiện để thay thế các phương tiện khác trong giao tiếp và nó gần giống với hoạt động nhắn tin trên điện thoại di động, viết chữ trên giấy, đều là những hoạt động giao tiếp gián tiếp thông qua một phương tiện thông tin nhất định. Tuy nhiên, ở MXH với những ưu trội mạnh mẽ về liên kết nhóm, các bạn trẻ không chỉ truyền đạt được cảm xúc, ý nghĩ với riêng cá nhân mà cho cả cộng đồng. Ở đó sẽ có nhiều người cùng cảm thông và chia sẻ. Những chia sẻ đó hầu hết mang tính tích cực. Bởi MXH là mạng lưới chằng chịt nhiều mối quan hệ, do đó trong các bình luận/nhận xét (comment) các đối tượng giao tiếp sẽ cố gắng hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực nhằm đến bản thân, bằng cách trong giao tiếp trên mạng, đặc biệt trước những tâm sự, chia sẻ họ thường hướng đến sự động viên, an ủi một cách tích cực. Với bối cảnh đó, nhiều bạn trẻ thường bộc lộ cảm xúc trên MXH. MXH được xem là một phương thức để bộc lộ cảm xúc, ý nghĩ. 56% giới trẻ trong cuộc khảo sát đồng ý với quan điểm *nhờ có MXH mà tôi có thể bộc lộ cảm xúc, ý nghĩ mà giao tiếp bình thường không dám thể hiện*; đặc biệt là có 12,4% rất đồng ý với quan điểm này.

Tham gia các nhóm bạn bè cùng sở thích du lịch, giải trí là một trong những hoạt động dễ thư giãn cơ thể, thư thái về tâm hồn, tinh thần. 57,7% giới trẻ trong nghiên cứu có tham gia ít nhất một nhóm hội liên quan về sở thích du lịch, giải trí. Thời gian sử dụng, tần suất truy cập, tổng thời gian truy cập và thời gian mỗi lần truy cập có ảnh hưởng đến việc tham gia các nhóm, hội có cùng sở thích du lịch, giải trí. Hơn 60% tham gia các nhóm, hội có cùng sở thích du lịch, giải trí truy cập vào MXH với tần suất hàng ngày. Tổng trung bình thời gian sử dụng vào ngày thường cũng có những tương tác đáng kể với việc tham gia nhóm hội trên. Thời gian sử dụng MXH tỷ lệ thuận với tỷ lệ số lượng người tham gia (giới trẻ sử dụng trung bình dưới 1 h/ngày có 50% là tham gia ít nhất một nhóm hội có cùng sở thích du lịch, trong khi đó ở nhóm sử dụng MXH trên 6 h là 73,5%). Và tương tự như vậy, thời gian trung bình mỗi lần truy cập MXH cũng có ảnh hưởng thuận chiều đến việc tham gia các nhóm hội có liên quan đến sở thích du lịch (50,7% giới trẻ truy cập dưới 15 phút/lần có tham gia ít nhất một nhóm/hội có cùng sở thích du lịch, thể thao, trong khi đó ở nhóm trên 1 h là 71%).

Ảnh hưởng của MXH đến đời sống tinh thần của giới trẻ còn có nhiều khía cạnh khác nhau, trong đó những cảm xúc buồn vui, phấn khích thông qua những

hoạt động trên MXH như like, comment, đưa status, ném đá hội đồng... là biểu hiện rõ nét nhất, trực tiếp nhất. Số liệu khảo sát cụ thể: 32,4% có cảm giác bình thường, 9,3% phấn khích, 41,5% vui vẻ, 1,2% cảm thấy buồn chán và số còn lại tùy trường hợp mà có cảm giác tương ứng khi đưa một status lên MXH nhận được nhiều like.

Thông tin thu được cũng cho thấy có 65,5% giới trẻ đã từng cảm thấy bức xúc khi nhận được comment của bạn bè. Trong đó, có 2,5% thường xuyên cảm thấy bức xúc, 34,3% thỉnh thoảng và 28,7% hiếm khi. Như vậy, việc cảm thấy bức xúc khi nhận được comment xảy ra khá thường xuyên trong tương tác của giới trẻ. Đây cũng là những tác động tiêu cực mà do tương tác với mạng lưới trên MXH đưa đến cho giới trẻ.

“Nghiện” Facebook có thể nói là một từ hiện nay được nhiều người trẻ nhắc đến để thể hiện người sử dụng “không thể thiếu” được Facebook. Mới đầu, nhiều bạn biết đến MXH Facebook chỉ do bạn bè mời nên tham gia cho có phong trào, sau dần lại thành thói quen. Mỗi lần vào mạng mà không vào Facebook tán gẫu lại cảm thấy bứt rứt không yên. Thậm chí, có những bạn mắc “hội chứng Facebook”, không có việc gì làm cũng vào Facebook, đôi khi chỉ là cập nhật những điều không đâu. Nhiều bạn không bao giờ chia sẻ gì về mình trên Facebook, nhưng lại dành rất nhiều thời gian để lướt đọc Facebook người khác, xem ảnh hoặc comment. Dần dần, việc nghiện mạng cộng đồng không còn là điều hiếm thấy trong giới trẻ, đặc biệt là học sinh, sinh viên. Và khi thiếu MXH thì họ cảm thấy buồn chán. 30,6% giới trẻ đồng ý với quan điểm “Tôi cảm thấy buồn, chán nản nếu trong ngày tôi không vào các trang MXH”.

Tác động tới nhu cầu thông tin

Trên MXH, con người không chỉ liên kết với các mạng lưới bạn bè mà còn có thể liên kết với các hội, nhóm hay các cá nhân, tổ chức thông qua các trang fanpages, các liên kết cũng có thể là cá nhân với cá nhân, cá nhân với nhóm, nhóm với nhóm. MXH đã tạo nên sự siêu liên kết cá nhân. Chính vì vậy, mỗi cá nhân có thể tiếp cận được khối lượng thông tin khổng lồ, đa dạng và không theo chủ đích của bất cứ ai. Các thông tin đó có thể là về đời sống, công việc của bạn bè, thông tin sản phẩm kinh doanh, thông tin về những hoạt động nhân đạo, tình nguyện, cũng có thể là tin tức thời sự, xã hội... Mạng lưới bạn bè càng nhiều, mức độ tham gia các hội nhóm càng lớn thì những thông

tin có thể tiếp nhận càng nhiều. Kết quả khảo sát cho thấy các thông tin được trao đổi trên MXH rất đa dạng. Trong đó thông tin được trao đổi thường xuyên nhất liên quan đến giải trí (59,6%). Tiếp đến là thông tin phục vụ công việc (52,6%), thông tin học tập (31,3%). Thông tin về các loại dịch vụ, hàng hóa (23,1%), chăm sóc sức khỏe (19,7%) cũng được trao đổi trên MXH. Một trong những thông tin được cộng đồng bắt đầu quan tâm đó là liên quan đến chính trị (15,9%) và những người nổi tiếng (14,3%).

Chính nhờ những thông tin đa dạng và được trao đổi liên tục, nên giúp ích nhiều cho giới trẻ trong các hoạt động của cuộc sống. Chẳng hạn, trường hợp của một sinh viên đi làm thêm. Trước kia, khi không có MXH trực tuyến nhiều khi sinh viên đó phải đạp xe hàng chục km đến dạy thêm nhưng lại phải quay về vì học trò có việc bận. Khi có MXH, sinh viên đó không phải trải qua những tình huống như vậy. Có những người khác lại được hưởng lợi từ MXH dưới những góc độ khác, như có thể biết được khi nào lớp được nghỉ hay điểm thi của mình sớm hơn, liên hệ được với gia đình thường xuyên hơn... Đối với MXH trực tuyến, dù không có được lợi thế là lúc nào cũng có thể cập nhật được thông tin do phụ thuộc vào phương tiện đi kèm, đường truyền... nhưng mặt mạnh là rẻ và cập nhật được các thông tin một cách nhanh chóng.

Thông tin tiếp nhận thông qua những tương tác trên MXH của giới trẻ rất đa dạng, phong phú. Tuy nhiên, liệu các thông tin trên MXH có vai trò quan trọng định hướng cuộc sống của giới trẻ hay không? Giới trẻ sử dụng bao nhiêu phần trăm thông tin đó phục vụ cho cuộc sống? Chỉ có 16,2% giới trẻ xem MXH là nguồn thông tin chính để quyết định mọi suy nghĩ và định hướng của bản thân. Có đến 18,2% rất không đồng ý với quan điểm “MXH là nguồn thông tin chính để quyết định mọi suy nghĩ và định hướng của bản thân”. Phải chăng do sự đa dạng và với khối lượng thông tin khổng lồ nên nhiều người sử dụng không đặt niềm tin vào đó. Đây cũng là nhận định của giới trẻ, khi 61,2% khẳng định rằng thông tin trên MXH quá nhiều, khó định hướng.

Một thực tế nữa cần phải thừa nhận, khi thông tin được chia sẻ càng nhanh thì khả năng nó được kiểm soát lại càng hạn chế. Trong khi nhiều thông tin trên MXH được đưa lên nhưng không có nguồn trích dẫn, ví dụ như chia sẻ thông tin về kinh nghiệm sống, kinh nghiệm chữa bệnh, tình trạng bệnh tật của một nhân vật xã hội này hay xung đột, đối chọi quyền lợi của

nhóm khác... tràn lan trên MXH, nhưng bên dưới không có bất cứ một nguồn trích dẫn nào hoặc địa chỉ mông lung, vô thường vô phạt. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến độ tin cậy thông tin, gây nguy hiểm hoặc ảnh hưởng xấu cho người sử dụng. Rõ ràng rằng do không phải kiểm định nên thông tin trên MXH luôn nóng hổi, thậm chí các thông tin chính thống chưa có thì MXH đã xuất hiện và được lưu truyền nhanh chóng trong mạng lưới. Và có những thông tin sai với sự thật gây xôn xao dư luận, gây ảnh hưởng xấu đến đời sống tinh thần giới trẻ, đặc biệt là những thông tin liên quan đến y tế, sức khỏe, đời sống kinh tế - chính trị - xã hội...

Một thực tế nữa là MXH cung cấp không gian riêng để mọi người thể hiện mình nhưng lại không đảm bảo về tính bảo mật. Bên cạnh đó, thông tin trên MXH làm cho giới trẻ sao nhãng việc học hành, hoặc bị ảnh hưởng bởi những thông tin thiếu chính xác, nhiễu loạn, tràn lan...

Ngoài những tác động về đời sống kinh tế, tinh thần, thông tin, tham gia MXH cũng ảnh hưởng đến giới trẻ trong việc tham gia các hoạt động khác. Với việc tham gia MXH, nhiều cá nhân đã phần dành thời gian cho thế giới ảo mà giảm bớt những hoạt động cho thế giới thực. Các hoạt động liên quan đến vận động bị ảnh hưởng bởi quỹ thời gian bị thu hẹp. Đồng thời tham gia MXH ảnh hưởng đến ngôn ngữ trong giao tiếp của giới trẻ. Đó là những ảnh hưởng của MXH trực tuyến đến đời sống giới trẻ mà khó có thể thấy được ở những hình thức giao tiếp khác.

Bàn luận và một số gợi ý về chính sách

Từ những dữ liệu thực tế cho thấy, có một sức hút mạnh mẽ từ MXH để tạo nên một đời sống tinh thần và xã hội nhộn nhịp và sôi động. Các hoạt động ở môi trường này diễn ra hàng ngày, với một nhịp độ liên tục như một dòng chảy lớn. Với những tiện ích của nó và tốc độ tham gia mạnh mẽ vào MXH của cư dân mạng, có thể thấy rằng, sự phát triển của MXH chưa hề có xu hướng dừng lại hay giảm đi mà là phát triển không ngừng nghỉ và thu hút ngày càng lớn, rộng hơn cộng đồng cư dân tham gia. Có điều này chính là do tính cởi mở của công nghệ, tính hai mặt của thông tin trên MXH và nhu cầu sử dụng dịch vụ và nội dung thông tin trên MXH. Trong bối cảnh đó, các giải pháp quản lý nhất thiết phải xem việc phát triển MXH là tất yếu, là đương nhiên của sự phát triển kinh tế - xã hội. Việc quản lý MXH nếu dừng ở hình thức cấm đoán khi mà MXH nảy sinh những tác động tiêu cực, những giá trị

âm tính đối với phát triển xã hội là đi trái với quy luật, thiếu hiệu quả và không thực hiện được việc quản lý MXH một cách khoa học. Chính bởi thế, cần phải có hướng quản lý phù hợp, kích thích tính tích cực của việc sử dụng MXH, xây dựng một thế giới mạng lành mạnh. Để thực sự có hiệu quả đối với xã hội, trước hết tinh thần xuyên suốt trong quản lý là chú ý tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức và cá nhân sử dụng internet và MXH như một công cụ hữu ích cho công việc và sinh hoạt, cho sự phát triển của xã hội công dân - nền tảng của một xã hội thực sự dân chủ. Điều đó đòi hỏi chính sách quản lý phải kết hợp đồng bộ nhiều nhóm giải pháp, bao gồm cả giải pháp hành chính, giải pháp kỹ thuật và giải pháp tuyên truyền vận động xã hội, trong đó tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức của người sử dụng MXH là giải pháp thường xuyên, liên tục, lâu dài và đóng vai trò chủ đạo.

Bản về giải pháp quản lý hành chính, về *đối tượng quản lý*, trong các văn bản nhà nước hiện nay đã có một số quy định quản lý về MXH, nhưng chưa được cụ thể hóa, làm khó cho các cơ quan chức năng xử lý. Văn bản gần đây nhất (Thông tư 09/2014/BTTTT ngày 19.8.2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông quy định chi tiết về hoạt động quản lý, cung cấp, sử dụng thông tin trên trang thông tin điện tử và MXH) đã lần đầu tiên trực tiếp đưa MXH là đối tượng quản lý nhưng mới dừng lại ở đó mà chưa tách riêng MXH thành chủ thể duy nhất trong văn bản. MXH hiện nay phát triển như là một tất yếu, do vậy muốn quản lý tốt nên nghiên cứu, xây dựng những văn bản quản lý riêng và hướng tới xây dựng một đạo luật quản lý về MXH. Các quy định trong các văn bản này cần cụ thể để phân định rõ ràng, chính xác các hành vi vi phạm pháp luật, hành vi nào được làm, hành vi nào bị nghiêm cấm, mức độ nào thì xử lý hành chính, mức độ nào truy cứu trách nhiệm hình sự, mức phạt tiền cũng phải phù hợp với từng đối tượng. Văn bản pháp luật cũng cần hướng đến phân nhóm đối tượng, đặc biệt là giới trẻ trong quản lý.

Về *chủ thể quản lý*, việc xác định và xử lý công khai nội dung sai phạm liên quan đến MXH hiện nay vẫn do Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì. Công tác thanh kiểm tra và xử lý sai phạm tuy đã được tăng cường, nhưng do bộ máy kiêm nhiệm nên năng lực bộ máy còn hạn chế, chưa phát hiện và xử lý kịp thời, ngăn chặn thông tin sai phạm. Do đó, cần phải có một đơn vị chuyên biệt để quản lý. Về điểm này, chúng ta cũng cần phải học hỏi một số quốc gia trên thế giới về việc quản lý MXH. Chẳng hạn ở Mỹ, Cục Điều tra

liên bang đã thành lập một lực lượng có tên Trung tâm Hỗ trợ truyền thông nội địa với nhiệm vụ phát triển các công nghệ có khả năng kiểm soát thông tin trên internet cũng như các liên lạc bằng điện thoại di động. Như vậy, với sự phát triển mạnh mẽ của MXH như hiện nay, ở Việt Nam cũng rất cần có một bộ máy đặc thù quản lý, định hướng phát triển MXH. Bộ máy quản lý này có nhiệm vụ theo dõi việc thực hiện các chính sách của các tổ chức, cá nhân tham gia MXH. Cần thiết phải thiết lập một đường dây nóng để người sử dụng có thể phản ánh khi phát hiện sai phạm. Đội ngũ của bộ máy cần có sự tham gia của giới trẻ - lực lượng tham gia MXH đông đảo nhất.

Trong các trang mạng hiện nay được cộng đồng sử dụng đông đảo, bên cạnh các trang của quốc tế như Facebook, Google Plus... các trang mạng Việt Nam cũng đã có được cộng đồng tham gia đông đảo, biểu hiện là Zing me. Điều này chứng tỏ, trang MXH do Việt Nam xây dựng đã có sức hút và lôi kéo được chính người dân sử dụng. Trong khi các nhà quản lý Việt Nam đau đầu về việc xử lý, ngăn chặn thông tin sai phạm từ các máy chủ đặt tại nước ngoài hoặc đối với các trang MXH nước ngoài cung cấp dịch vụ cho người sử dụng trong nước thì nên chăng việc khuyến khích xây dựng, phát triển các trang mạng nội địa là một giải pháp thiết thực? Việc tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này phát triển góp phần làm lành mạnh hóa môi trường thông tin trên MXH, nội dung tương tác phù hợp hơn với văn hóa và thuần phong mỹ tục Việt Nam, đồng thời vì thế mà việc quản lý sẽ dễ dàng và thuận lợi hơn. Tuy nhiên, trong quản lý, các doanh nghiệp này cần phải được bảo đảm môi trường quản lý rõ ràng, công khai và bình đẳng cho mọi đơn vị, cá nhân cung cấp và sử dụng thông tin trên MXH. Ngoài tạo điều kiện, chúng ta cần tính đến việc kết hợp các nhà cung cấp dịch vụ như FPT, Viettel, VTC... cùng có biện pháp quản lý, tránh việc cung cấp dịch vụ một cách tràn lan mà thiếu kiểm soát.

Bên cạnh khuyến khích xây dựng và phát triển các trang MXH trực tuyến trong nước, cần khai thác, phát huy những lợi thế từ phương thức giao tiếp này mang lại. Việc sử dụng trang MXH như một kênh truy cập thông tin kinh tế - xã hội cho thấy một thực tế là MXH đã trở thành một nguồn thông tin quan trọng bên cạnh một số hình thức truyền thông khác như báo chí, sách, tài liệu in, báo điện tử trong tiếp cận thông tin. Từ khi có mạng internet với sự truyền tin nhanh chóng, cập nhật khiến thế giới “phẳng” hơn, thông tin có thể đến

với mọi người một cách nhanh chóng, tiện lợi. Hơn nữa, thông tin ở các phương tiện truyền thông khác thông thường chỉ tập trung một chủ điểm, trong khi đó các thông tin trên internet đa dạng, phong phú. Nó trở nên càng đa dạng hơn nhiều lần trên MXH khi ở đó là cả một mạng lưới xã hội hội tụ nhiều tính cách, con người khác nhau. Với những ưu thế vượt trội này, phải chăng nên nghiên cứu sử dụng MXH như là một kênh thông tin truyền thông chính thống.

Đối với công tác thông tin, tuyên truyền vận động xã hội, có thể thấy rất rõ trong các đoàn/hội mà giới trẻ tham gia với tư cách là thành viên trong khảo sát, chỉ có con số rất nhỏ tham gia các đoàn hội liên quan đến tổ chức chính trị - xã hội, đặc biệt là Đoàn TNCS Hồ Chí Minh. Do đó, cần khuyến khích, hỗ trợ các đoàn thể, tổ chức xây dựng các chương trình hoạt động cho đoàn viên, thanh niên thông qua các trang MXH. Cần gắn các MXH Việt Nam với các hoạt động chính thống của các đoàn thể xã hội. Kích thích các tổ chức Đoàn từ Trung ương đến địa phương sử dụng MXH như một công cụ hữu hiệu để tập hợp thanh niên và tổ chức các phong trào hành động, đặc biệt là việc phát hiện, xử lý những đối tượng cực đoan, thực hiện âm mưu “Diễn biến hòa bình”. Văn kiện Đại hội Đoàn toàn quốc cần bổ sung, tăng cường các hình thức kết nối, tương tác thân thiện trên các MXH.

MXH ảnh hưởng đến đời sống giới trẻ trên nhiều phương diện vật chất, kinh tế, tinh thần và thông tin. Bên cạnh những tiêu cực không thể phủ nhận, MXH đã mang đến đời sống giới trẻ nhiều giá trị và khía cạnh tích cực. Chính vì vậy, trong định hướng truyền thông, về nội dung truyền tải trên các phương tiện truyền thông nói chung, ngoài việc đăng tải những thông tin về những mặt tiêu cực của MXH, cũng nên phản ánh những mặt tích cực mà MXH mang lại cho xã hội, để từ đó gạt bỏ đi những e ngại, băn khoăn trong xã hội, góp phần giảm bớt khoảng cách kỹ thuật số giữa các nhóm xã hội. Các phương tiện truyền thông cần phải thể hiện những giá trị đa dạng của việc sử dụng MXH, những giá trị mà MXH có thể mang lại cho việc xây

dựng đời sống văn hóa, liên kết các cá nhân, cộng đồng chứ không chỉ những giá trị thể hiện “cái tôi” của mỗi cá nhân.

Sự tác động của MXH là đa dạng, trên nhiều phương diện, với lẽ đó nghiên cứu và làm rõ những tác động này chắc chắn không thể giải quyết được chỉ ở một cuộc điều tra, hay chỉ dừng lại ở một đơn vị. Nên chăng, cần có những cuộc điều tra lớn, quy mô và mang tính định kỳ về một trong những phương tiện công nghệ có tầm ảnh hưởng bậc nhất đến con người này.

Kết luận

MXH trực tuyến ra đời tạo nên một bước ngoặt lớn trong giao tiếp gián tiếp. Với sự hấp dẫn của mình, MXH đã trở thành một bộ phận không thể thiếu trong cuộc sống của người dân, đặc biệt là giới trẻ. Cuộc sống của cộng đồng MXH chịu ảnh hưởng nhiều bởi những tiện ích do nó mang lại. Trong bối cảnh phát triển của khoa học và công nghệ cộng với những tiện ích không thể phủ nhận, việc MXH phát triển là một quy luật tất yếu, do đó không nên, không thể kìm hãm hoặc cấm đoán bởi MXH đưa lại những giá trị âm tính đối với sự phát triển xã hội. Cần kết hợp nhiều giải pháp đồng bộ để quản lý MXH, bao gồm cả giải pháp hành chính, giải pháp kỹ thuật và giải pháp tuyên truyền giáo dục. Có như vậy mới hạn chế được tiêu cực và phát huy được những tích cực do MXH đưa đến cho cộng đồng sử dụng, đồng thời là cách thức để hòa nhập với thế giới một cách tích cực và bền vững.

Tài liệu tham khảo

[1] Thiên Bình (18.1.2015), Tiết lộ mức lương “khủng” của nhân viên Facebook, www.doisongphapluat.com.

[2] Nguyễn Thị Phương Châm (2012), “Một số vấn đề về văn hóa mạng hiện nay (internet: MXH và sự thể hiện bản sắc)”, *Đề tài cấp bộ, Viện Nghiên cứu Văn hóa*.

[3] Vietnam NetCitizens Report (2011), được thực hiện bởi Cimigo tại 12 thành phố với mẫu khảo sát là 3.300 người sử dụng internet.