

PHÂN TÍCH HÀNH VI CỦA SINH VIÊN VÀ GIẢNG VIÊN TRONG VIỆC SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CHO MỤC ĐÍCH HỌC TẬP VÀ GIÁO DỤC

ANALYSING THE BEHAVIOR OF STUDENTS AND LECTURERS IN USING SOCIAL NETWORKS FOR LEARNING AND EDUCATIONAL PURPOSES

Vũ Thị Phương Thảo^{1,*}, Nguyễn Thị Phương Anh³,
Nguyễn Thị Thu Hương¹, Nguyễn Thị Nguyệt Dung¹,
Nguyễn Thị Thu Hương²

DOI: <http://doi.org/10.57001/huiv5804.2024.144>

TÓM TẮT

Bài báo này nhằm nghiên cứu hành vi và động cơ sử dụng mạng xã hội của sinh viên trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu về chủ đề này ở các khu vực khác nhau trên thế giới trong 10 năm qua. Kết quả nghiên cứu cho thấy, đa số sinh viên sử dụng mạng xã hội vì mục đích học tập và hiện diện xã hội. Quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục giúp tăng nhận diện thương hiệu, tăng sự hài lòng của sinh viên và tác động tích cực đến thành tích học tập của sinh viên. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng xã hội của sinh viên và tác động của quyết định này tới trường đại học và sinh viên tại Việt Nam. Mô hình bao gồm 6 yếu tố: Chuẩn chủ quan, sự hiện diện xã hội, quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục, nhận diện thương hiệu, sự hài lòng và thành tích học tập của sinh viên.

Từ khóa: Mạng xã hội, quyết định sử dụng Facebook, nhận diện thương hiệu, sự hài lòng, thành tích học tập.

ABSTRACT

This paper aims to study the behavior and motivations of using social networks by students based on a literature review on this topic in different regions of the world in the past 10 years. Research results show that the majority of students use social networks for learning purposes and social presence. The decision to use Facebook in educational communication helps to increase brand awareness, increase student satisfaction, and positively impact student achievement. On the basis of the research results, the authors propose a model to study the factors affecting students' decision to use social networks and the impact of this decision on universities and students in Vietnam. The model includes 6 factors: Subjective norm, social presence, decision to use Facebook in academic communications, brand recognition, student satisfaction and academic achievement.

Keywords: Social networks, the decision to use Facebook, brand awareness, satisfaction, achievement.

¹Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

²Khoa Các Khoa học liên ngành, Đại học Quốc gia Hà Nội

³Học viện Chính sách và Phát triển

*Email: vuthiphuongthao@hauivn.edu.vn

Ngày nhận bài: 05/9/2023

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 25/11/2023

Ngày chấp nhận đăng: 25/4/2024

1. GIỚI THIỆU

Mạng xã hội trong thời gian gần đây được chấp nhận rộng rãi và dần trở thành một trong những phương tiện giao tiếp quan trọng nhất của sinh viên [16]. Nghiên cứu của nhóm tác giả ở các vùng miền khác nhau cho thấy, sinh viên các trường đại học hiện nay sử dụng mạng xã hội như một không gian để giao lưu với bạn bè, giảng viên; trao đổi tài liệu học tập, chia sẻ kiến thức, củng cố kiến thức chuyên ngành, nghiên cứu và hợp tác [4]. Trong khi sinh viên coi mạng xã hội là một kênh không thể thiếu để trao đổi và tìm kiếm thông tin, thì đội ngũ giảng viên dường như lại chậm hơn trong việc chấp nhận và sử dụng mạng xã hội cho cùng một mục đích. Chính vì mâu thuẫn này nên để bài tập trung giải quyết các câu hỏi sau: Học sinh sử dụng mạng xã hội vào mục đích học tập như thế nào? Tại sao họ sử dụng mạng xã hội để học tập? Làm thế nào để giảng viên sử dụng phương tiện truyền thông xã hội trong công việc của họ? Tại sao lại có sự khác biệt trong hành vi chấp nhận công nghệ của giảng viên và sinh viên của họ?

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Hành vi sử dụng mạng xã hội cho mục đích học tập của học sinh - như thế nào và tại sao

Facebook và Youtube là hai trang mạng thu hút được nhiều người trẻ sử dụng và tương tác nhất trên toàn thế giới. Sinh viên

sử dụng Facebook như một công cụ để kết nối tức thì với bạn bè của họ và để cảm thấy thuộc về một nhóm nào đó. Nghiên cứu gần đây của Roblyer và cộng sự khẳng định rằng sinh viên sử dụng mạng xã hội vào nhiều mục đích khác nhau, trong đó có mục đích học tập. Một lý do khác khiến cho việc sử dụng mạng xã hội được chấp nhận rộng rãi, nền tảng mạng xã hội cho phép những người cùng chung sở thích, cùng chung một sở đề điểm về hành vi dễ tìm thấy nhau trong một cộng đồng nhỏ hơn, tại đó, họ tự do chia sẻ quan điểm và các mối quan tâm của mình với những người lắng nghe họ.

Xét riêng về mục đích học tập, nhiều nghiên cứu cho thấy Facebook là nền tảng hữu ích nhất trong việc trợ giúp sinh viên trong các hoạt động học tập. Nghiên cứu của Hussain [11] được thực hiện trên cơ mẫu 600 sinh viên tại Pakistan cho kết quả gần 90% số sinh viên có sử dụng Facebook cho mục đích học tập. Tại đại học Delhi, 71,25% sinh viên cho biết họ sử dụng Facebook vào mục đích nghiên cứu và hợp tác với các bạn học. Trong khi đó, 60% sinh viên tại trường đại học Boston dùng twitter để tăng cường nhận thức nghề nghiệp và kiến thức chuyên môn [12].

Tại Việt Nam, các công trình nghiên cứu về hành vi sử dụng facebook của sinh viên đã thu hút được sự quan tâm của một số nhà nghiên cứu. Các nghiên cứu đều chỉ ra rằng hành vi sử dụng facebook của sinh viên hướng đến 3 mục đích chính: (1) Giải trí, (2) Tương tác và (3) phục vụ học tập. Các nghiên cứu cũng cho thấy sinh viên khá giỏi sử dụng facebook cho mục đích học tập nhiều hơn số còn lại. Theo ý kiến của nhóm sinh viên này thì việc tham gia facebook có ảnh hưởng tích cực đến kết quả học. Bởi vì, các em có thể chia sẻ tài liệu chuyên ngành, tài liệu tham khảo, thảo luận những vấn đề liên quan đến học tập. Hiệu quả của việc trao đổi kiến thức và thông tin còn cao hơn nếu có sự tham gia của giáo viên chủ nhiệm và thầy, cô bộ môn.

Kết quả khảo sát của của Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2018 cũng thống nhất với các nghiên cứu trên về mục đích sử dụng, 92% số người phỏng vấn cho biết họ sử dụng facebook để giải trí, mục đích tương tác và mục đích học tập lần lượt là 81% và 82%. Theo đánh giá của Bộ Giáo dục và Đào tạo, việc học sinh, sinh viên sử dụng facebook để tìm kiếm thông tin đã có tác động tích cực đến hiệu quả và kết quả học tập.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng Facebook của sinh viên vào mục đích học tập

Qua quá trình tổng quan nhóm tác giả nhận thấy các nhà nghiên cứu đề cập đến hai nhóm yếu tố ảnh hưởng tới việc sử dụng Facebook của sinh viên vào mục đích học tập gồm: (1) Chuẩn chủ quan và (2) Sự hiện diện xã hội.

Cheung và cộng sự đã tiến hành khảo sát trên 182 sinh viên nhằm mục đích khám phá lý do dẫn tới quyết định sử dụng facebook của họ. Mô hình nghiên cứu đề xuất 9 lý do gồm: chuẩn chủ quan, chuẩn mực của nhóm, bản sắc xã hội, giá trị có chủ đích, tự khám phá, duy trì kết nối, nâng cao hình ảnh cá nhân, giá trị giải trí và cuối cùng là hiện diện xã

hội. Sau khi phân tích kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả nhận thấy tất cả các lý do trên đều tác động tích cực đến quyết định sử dụng Facebook. Trong đó, lý do mạnh nhất là sự hiện diện xã hội. Các lý do còn lại có sự tác động tương đương nhau.

Nkhoma và cộng sự [15] đã nhận thấy Facebook có tác động tích cực tới động cơ học tập của sinh viên, thông qua các hoạt động tương tác, giao tiếp, chia sẻ quan điểm, sở thích cũng như tài liệu học tập. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng lợi ích chính của mạng xã hội trong đào tạo đại học được thể hiện qua các khía cạnh: củng cố mối quan hệ, thúc đẩy động cơ học tập, trao đổi tài liệu học tập, phát triển khả năng hợp tác. Điều này có nghĩa là các hoạt động trên mạng xã hội có khả năng tăng cường sự tương tác giữa các sinh viên và thúc đẩy sinh viên tham gia vào lớp học, đặc biệt là các sinh viên có đặc điểm tâm lý hướng nội. Mạng xã hội cũng cho phép sinh viên có thể học và làm việc nhóm ngoài giờ lên lớp. Gray & cộng sự (2010) cho rằng không gian mạng kích lệ sinh viên trao đổi hơn so với khi họ ngồi trên lớp, đặc biệt là trong các phòng học được bố trí theo cách truyền thống (bàn ghế kê thẳng hàng, sinh viên không được đối diện nhau).

Mazer và cộng sự [14] khẳng định sự hợp tác, tương tác giữa các bạn học và với giáo viên có ảnh hưởng tích cực tới hiệu quả làm việc của sinh viên tại các trường Đại học. 71,25% số sinh viên được hỏi đồng ý mạnh mẽ với nhận định trên vì sinh viên thông qua mạng xã hội, có thể kết hợp làm việc nhóm online và offline để tăng cường hiệu quả học tập của mình. Kết quả nghiên cứu của cho thấy mạng xã hội ảnh hưởng tích cực tới kết quả học tập của sinh viên. Bằng chứng là có mối tương quan giữa việc sử dụng Facebook hàng ngày cho hoạt động học tập và kết quả các bài thi. Đa số sinh viên có kết quả top đầu đều sử dụng facebook để phục vụ cho việc học tập của mình. Tuy nhiên, không có nghĩa là thời gian sử dụng facebook tỉ lệ thuận với kết quả học tập. Điều đó còn phụ thuộc vào mục đích sử dụng facebook và kĩ năng quản lí thời gian của sinh viên. Như vậy, có thể nói, các nghiên cứu về tính hiệu quả của mạng xã hội, đặc biệt là facebook đã được nghiên cứu trong suốt hơn mười năm qua ở các khu vực địa lí khác nhau. Tuy được luận giải và tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau, và có tồn tại những ý kiến trái chiều, song đa số các tác giả đều thống nhất về ảnh hưởng tích cực của facebook đối với hiệu quả học tập của sinh viên trên thế giới.

2.3. Hiệu quả việc sử dụng Facebook của sinh viên trong truyền thông giáo dục

Những nghiên cứu trong 10 năm gần đây cho thấy việc sử dụng Facebook của sinh viên có tác động tích cực đến hiệu quả truyền thông giáo dục tại các trường đại học. Tính hiệu quả được thể hiện ở 3 khía cạnh: (1) nhận diện thương hiệu; (2) sự hài lòng của sinh viên và (3) kết quả học tập của sinh viên.

Mạng xã hội ảnh hưởng đến nhận diện thương hiệu của trường đại học

Các nghiên cứu chỉ ra rằng truyền thông thương hiệu liên quan đến cả nội bộ và bên ngoài, nó ảnh hưởng tích cực đến

việc nhận dạng tổ chức và các cấu trúc liên quan [13]. Truyền thông thương hiệu nội bộ được định nghĩa là sự truyền đạt và lan truyền thông tin trong nội bộ, việc này do trụ sở chính thực hiện. Truyền thông nội bộ thông báo cho các thành viên tổ chức về các giá trị và hoạt động thương hiệu của tổ chức [1]. Việc này sẽ giúp giảm bớt sự không chắc chắn về tổ chức, giúp hiểu rõ, xác định và đảm bảo mục đích của tổ chức, và để phân biệt tổ chức này với các tổ chức khác [6].

Mạng xã hội ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên trong truyền thông giáo dục

Lý thuyết sử dụng và hài lòng (uses and gratifications theory) gợi ý rằng nhu cầu và động cơ của người dùng có thể giải thích việc sử dụng phương tiện truyền thông [15]. Người dùng có khả năng tương tác với bạn bè của họ trên phương tiện truyền thông xã hội khi họ tự đánh giá phản ứng đối với hành vi là tích cực và bổ ích.

Đầu tiên, giá trị có mục đích (purposive value) biểu thị một cá nhân có thể sử dụng các mạng xã hội trực tuyến để thực hiện các nhu cầu quan trọng, cụ thể là mục đích công cụ. Tìm kiếm thông tin, hợp tác và giải quyết vấn đề là một trong những ví dụ về giá trị có mục đích được một cá nhân. Gần đây, các học giả cho rằng cộng đồng ảo sử dụng mạng xã hội trực tuyến mạng làm phương tiện giao tiếp và tương tác để thực hiện các nhu cầu quan trọng hoặc giá trị có mục đích [16]. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa giá trị có chủ đích và việc sử dụng mạng xã hội không được xác nhận trong các nghiên cứu trước đây [16].

Mạng xã hội ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên

Các câu hỏi liên quan đến việc sử dụng mạng xã hội có ảnh hưởng đến thành tích học tập (academic achievement) hay không đã nhận được sự chú ý rộng rãi trong nghiên cứu về mạng xã hội. Các học giả đã có nhiều tranh luận về ảnh hưởng của mạng xã hội đối với thành tích học tập của sinh viên. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây đã cung cấp một số bằng chứng cho thấy sử dụng Facebook có thể dẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực đến thành tích học tập. Hiệu ứng này có thể được giải thích bởi thực tế là sinh viên khó kiểm soát việc sử dụng Facebook cho mục đích học tập hay những mục đích khác. Theo ý kiến của chúng tôi, thước đo tiêu chuẩn về việc sử dụng mạng xã hội, bao gồm các hoạt động học tập và phi học tập, có thể không đo lường chính xác ảnh hưởng của nó đối với thành tích học tập. Tuy nhiên, chúng tôi sẽ mong đợi sự cải thiện các hoạt động học tập nếu cá nhân đó sử dụng Facebook để giao tiếp trong quá trình học tập. Ví dụ, việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục sẽ cho phép sinh viên có được thông tin ngay lập tức từ các bạn bè của họ về các mục liên quan đến trường lớp, từ đó giảm thiểu chi phí truyền thông.

Trong nước hiện nay cũng có một số nghiên cứu về truyền thông giáo dục sử dụng mạng xã hội ở các trường đại học, tuy nhiên chưa có một nghiên cứu đánh giá hiệu quả truyền thông giáo dục sử dụng mạng xã hội ở các trường đại học:

Nghiên cứu của Hoàng Mi đánh giá thông tin trên mạng xã hội của 3 trường đại học lớn tại thành phố Hồ Chí Minh có chính sách hướng tới việc phát triển sinh viên quốc tế. Kết quả nghiên cứu cho thấy các thông tin trên mạng xã hội này vẫn tập trung quanh các sự kiện đang được diễn ra tại trường và thông tin quảng cáo cho trường mà thiếu các thông tin về tác động xã hội tại các trường. Từ kết quả này, nghiên cứu đề xuất hướng phát triển tiếp theo và các thay đổi cần có tại các trường đại học này tại thành phố Hồ Chí Minh.

Nghiên cứu của Phu Vương và Lâm Quang Đông đánh giá về hiệu quả của việc sử dụng mạng xã hội để hỗ trợ việc tương tác trong giảng dạy đại học trong bối cảnh Việt Nam. Để thực hiện nghiên cứu này, một nhóm giảng viên và sinh viên tại Khoa Kinh tế Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Đà Lạt đã thí điểm dùng mạng xã hội có tên là Edmodo để hỗ trợ công tác giảng dạy các học phần được phân công trong một năm học. Kết quả cho thấy việc sử dụng mạng xã hội giúp tăng cường hiệu quả tương tác giữa giảng viên và sinh viên, giữa giảng viên và giảng viên, và nhận được phản hồi tích cực từ cả hai phía. Kết quả nghiên cứu hàm ý rằng việc sử dụng mạng xã hội trong giảng dạy là khả thi và sẽ tác động tích cực lên hiệu quả giảng dạy.

2.4. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu này sử dụng lý thuyết về hành vi có kế hoạch để phát triển sự hiểu biết sâu sắc hơn về mối liên hệ giữa chuẩn mực chủ quan và việc sử dụng Facebook trong giao tiếp giáo dục tại Việt Nam. Theo lý thuyết này, chuẩn mực chủ quan để cập đến nhận thức của cá nhân về áp lực xã hội từ các trọng tài quan trọng để thực hiện hoặc không thực hiện hành vi. Lý thuyết này đã được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu dự đoán các hành vi, bao gồm các hành vi liên quan đến công nghệ truyền thông.

Ngoài ra, theo lý thuyết bản sắc xã hội, các cá nhân xác định và đánh giá bản thân về mặt xã hội tự hòa nhập hoặc xã hội nhóm, và họ hình thành các quy tắc rõ ràng hoặc ngầm hiểu về bối cảnh cụ thể mà họ liên quan đến thái độ và hành vi phù hợp của các thành viên nhóm, như được giới thiệu bởi tiêu chuẩn nhóm. Do đó, các chuẩn mực nhóm sau đó được coi là có ảnh hưởng đến kết quả hành vi.

2.4.1. Thuyết hiện diện xã hội

Lý thuyết này cho rằng một cá nhân có thể cảm nhận được tình cảm giữa mọi người trên một trang mạng xã hội. Sự hiện diện xã hội ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng các trang mạng xã hội. Tuy nhiên, Oliveira, Huertas và Lin [16] chỉ ra rằng trong một cộng đồng không có văn hóa tập thể, sự tương tác trên Facebook không thể bị ảnh hưởng bởi sự hiện diện trên mạng xã hội. Đặc biệt, những sinh viên có mức độ hiện diện trên mạng xã hội cao được cho là có xu hướng sử dụng Facebook cao hơn.

2.4.2. Lý thuyết trao đổi xã hội

Được củng cố bởi lý thuyết trao đổi xã hội, nghiên cứu xem xét mối liên hệ giữa việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục và ảnh hưởng của nó đối với các thông số như nhận diện thương hiệu, mức độ hài lòng của

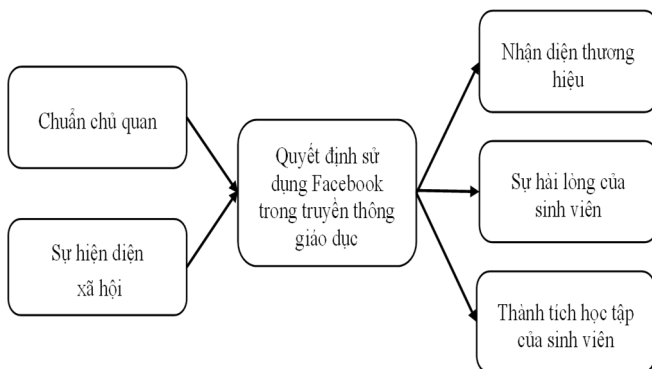
sinh viên và thành tích học tập của họ. Lý thuyết này đề xuất sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các chất trao đổi. Khi sinh viên xác định rằng trường đại học có thể đáp ứng nhu cầu học tập của họ, họ sẽ phản ứng và hỗ trợ trường bằng cách quảng bá trường đại học hoặc thể hiện các hành vi hỗ trợ khác.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện được mục tiêu của bài báo là xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng xã hội của sinh viên và tác động của quyết định này tới trường đại học và sinh viên tại Việt Nam. Nhóm tác giả đã xem xét các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về lĩnh vực này. Do đó, phương pháp mà nhóm sử dụng để thực hiện bài báo là phương pháp nghiên cứu tại bàn thông qua việc xem xét, phân tích các nghiên cứu trước đây, chỉ ra những kết quả của các nghiên cứu đó, bình luận và đánh giá. Để đề xuất mô hình phù hợp với bối cảnh các trường đại học Việt Nam.

4. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT

Qua tổng quan nghiên cứu và trên cơ sở kế thừa kết quả của những nghiên cứu trước đây, nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu về các yếu tố quyết định sử dụng mạng xã hội trong truyền thông tại trường đại học gồm 6 biến gồm: (1) Chuẩn mực chủ quan, (2) sự hiện diện trên mạng xã hội, (3) quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục; (4) nhận diện thương hiệu; (5) Sự hài lòng của sinh viên và (6) thành tích học tập của sinh viên. Trong đó, quyết định sử dụng chịu sự tác động của chuẩn mực chủ quan và sự hiện diện xã hội. Tới lượt mình, biến này lại tác động tới 3 yếu: nhận diện thương hiệu, sự hài lòng của sinh viên và thành tích học tập.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Hình 1 trình bày mô hình nghiên cứu được đề xuất và thử nghiệm trong nghiên cứu này. Chuẩn mực chủ quan và sự hiện diện xã hội là hai tiền đề của việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục.

Do đó, H1 được đề xuất như sau: *Chuẩn chủ quan ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng facebook trong truyền thông giáo dục.*

Phương tiện truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ sự hiện diện xã hội. Mối quan hệ giữa sự hiện diện trên mạng xã hội và ý định sử dụng các trang mạng

xã hội đã được nghiên cứu kỹ lưỡng và các kết quả khác nhau đã được báo cáo. Một số học giả chỉ ra rằng sự hiện diện của mạng xã hội có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng các trang mạng xã hội. Tuy nhiên, ngược lại với những nghiên cứu đó, theo [16] sự hiện diện của mạng xã hội không ảnh hưởng đến sự tương tác của Facebook trong một cộng đồng. Trong nghiên cứu này, chúng tôi tin rằng sự hiện diện trên mạng xã hội thể hiện mức độ hòa đồng, nhạy cảm và ảm áp giữa những sinh viên sử dụng Facebook để học tập. Phân tích trên đây dẫn tới hình thành giả thuyết sau:

H2: Sự hiện diện trên mạng xã hội có tác động tích cực đến quyết định sử dụng Facebook trong giao tiếp giáo dục

Nghiên cứu này kiểm tra kết quả của việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục về nhận diện thương hiệu, sự hài lòng của sinh viên và thành tích học tập. Nhận diện thương hiệu đề cập đến quá trình tâm lý trong đó một cá nhân tích hợp tổ chức vào bản sắc riêng của mình. Trong bối cảnh giáo dục đại học, nhận diện thương hiệu đồng nghĩa với cảm giác thân thuộc hoặc hòa nhập của học sinh với giáo dục đại học sau sự tương tác trực tiếp của họ. Do đó, việc sử dụng Facebook để phân phối thông tin trong giáo dục đại học đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy các hành vi ủng hộ trường đại học của sinh viên. Đó cũng là một cách để định vị bản sắc thương hiệu của trường đại học của họ. Các nghiên cứu trên hỗ trợ việc hình thành giả thuyết sau:

H3: Việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục có tác dụng tích cực trong việc nhận diện thương hiệu

Theo lý thuyết trao đổi xã hội, có tồn tại mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa các bên trao đổi. Trong tình huống nghiên cứu này, khi trường đại học thỏa mãn nhu cầu của sinh viên về thông tin thông qua Facebook, họ có thể đáp lại bằng cách quảng bá trường đại học cho những người khác. Do đó, chúng tôi tin rằng việc sử dụng Facebook trong trường đại học có thể khiến sinh viên hài lòng. Điều đó là cơ sở dẫn đến ra giả thuyết sau:

H4: Quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Thành tích học tập đề cập đến việc sinh viên có đủ các kỹ năng và khả năng học tập để thực hiện các bài tập trong khóa học của họ. Việc sử dụng Facebook có ảnh hưởng đến thành tích học tập hay không đã là một vấn đề được tranh luận sôi nổi trên các trang mạng xã hội. Theo quan điểm của chúng tôi, sinh viên sử dụng Facebook cho cả hoạt động học tập và phi học tập. Vì vậy, chúng ta chỉ nên quan tâm đến thước đo của ý định học tập. Ví dụ, thông tin liên quan đến lớp học thường được đăng trên Facebook. Do đó, người học có thể tiếp cận chúng nhanh nhất thông qua các đồng nghiệp của họ. Quan trọng hơn, chúng tôi mong muốn các cá nhân tận dụng hết những lợi thế của Facebook để ứng dụng vào công tác truyền thông giáo dục trong quá trình học tập. Do đó, giả thuyết sau được đưa ra:

H5: Quyết định sử dụng Facebook trong giao tiếp giáo dục có tác dụng tích cực đến thành tích học tập.

5. KẾT LUẬN VÀ HẠN CHẾ

Cuộc cách mạng 4.0 đang lan tỏa rộng rãi tại các quốc gia trên thế giới. Sự bùng nổ về công nghệ này đã tạo cơ hội cho mạng xã hội phát triển đặc biệt là Facebook. Facebook là mạng xã hội phổ biến nhất ở Việt Nam hiện nay với mức độ nhận biết thương hiệu tuyệt đối. Theo Vinaresarch năm 2018, bên cạnh ứng dụng giải trí Facebook đang và vẫn tiếp tục là một công cụ làm việc và nguồn thông tin quan trọng trong cuộc sống của người Việt Nam đặc biệt là sinh viên. Những nghiên cứu gần đây tại một số trường đại học ở Việt Nam cho thấy sinh viên sử dụng mạng xã hội, phổ biến nhất là Facebook vào các mục đích giải trí, tìm kiếm và chia sẻ thông tin. Bên cạnh đó, sinh viên cũng sử dụng facebook như một công cụ hữu hiệu để phục vụ mục đích học tập.

Kết quả tổng quan các công trình nghiên cứu trên thế giới đã cho thấy mối quan hệ tích giữa quyết định sử dụng mạng xã hội của sinh viên với kết quả học, sự hài lòng và sự nhận diện thương hiệu của tổ chức giáo dục. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện nay, các công trình chỉ tập trung vào nghiên cứu sự ảnh hưởng của việc sử dụng mạng xã hội với kết quả học tập, chưa có công trình nào nghiên cứu về sự ảnh hưởng tới sự hài lòng của sinh viên và sự nhận diện thương hiệu của tổ chức giáo dục. Do đó, nghiên cứu này đã đề xuất một mô hình nghiên cứu về: các yếu tố quyết định sử dụng mạng xã hội của sinh viên trong truyền thông tại trường đại học gồm 6 yếu tố: (1) Chuẩn mực chủ quan, (2) sự hiện diện trên mạng xã hội, (3) quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục; (4) nhận diện thương hiệu; (5) Sự hài lòng của sinh viên và (6) thành tích học tập của sinh viên. Các giả thuyết được đưa ra là: H1 được đề xuất như sau: *Chuẩn chủ quan ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng facebook trong truyền thông giáo dục.* H2: *Sự hiện diện trên mạng xã hội có tác động tích cực đến quyết định sử dụng Facebook trong giao tiếp giáo dục;* H3: *Việc sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục có tác dụng tích cực trong việc nhận diện thương hiệu;* H4: *Quyết định sử dụng Facebook trong truyền thông giáo dục có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên;* H5: *Quyết định sử dụng Facebook trong giao tiếp giáo dục có tác dụng tích cực đến thành tích học tập.* Nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở việc xây dựng mô hình, các nghiên cứu trong tương lai có thể kiểm định các giả thuyết và mô hình, cũng có thể tìm hiểu bổ sung các yếu tố khác ảnh hưởng tới quyết định sử dụng mạng xã hội để truyền thông giáo dục. Nghiên cứu này cũng chỉ nghiên cứu trên mạng xã hội là Facebook trong khi có rất nhiều các công cụ mạng xã hội khác có thể xem xét.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Al-Rahmi W., Othman M., "The impact of social media use on academic performance among university students: A pilot study," *Journal of information systems research and innovation*, 4(12), 1-10, 2013.
- [2]. Cooke S., Social teaching: Students perspectives on the inclusion of social media in Higher education. *Educ Inf Technol*, 22, 255-269, 2017.
- [3]. Deng N., Tavares J. L., "From Moodle to Facebook Exploring students' motivation and experiences in online communities students'perceptions of facebook for academic purposes," *Comput. Educ.*, 68, 167-176, 2013.

[4]. Forkosh-Baruch A., Hershkovitz A., "A case study of Israeli higher education institutes sharing scholarly information with the community via social networks," *Internet High. Educ.*, 15, 58-68, 2012.

[5]. Gray K., Chang S., Kennedy G., "Use of social web technologies by international and domestic undergraduate students: implications for internationalizing learning and teaching in Australian University," *Technology Pedagogy and education*, 19, 31-46, 2010.

[6]. Griffith S., Liyanage L., "An introduction to the potential of social networking sites in education," In *Proceedings of the second emerging technologies conference*, 2008.

[7]. Kennedy G., Dalgarno B., Bennet S., Gray K., Waycott J., Judd T., et al., *Educating the net generation: A handbook of findings for practice and policy*. California, USA: Creative commons, 2009.

[8]. Khan T., Kend M., Robertson S., "Use of social media by university accounting students and its impact on learning outcomes," *Acc. Educ.*, 25, 534-567, 2016.

[9]. Hemmi A., Bayne S., Land R., "The appropriation and repurposing of social technologies in higher education," *Journal of assisted learning*, 25 (Special issue), 19-30, 2009.

[10]. Hew F. K., "Students' and teachers' use of Facebook," *Comput. Hum. Behav.*, 27,662-676, 2011.

[11]. Hussain I., "A study to evaluate the social medial trends among university students," *Procedia Soc. Behav. Sci*, 64,639-645, 2012.

[12]. Madhusudhan M., "Use of social networking sites by research scholars of the University of Delhi: A study," *Int. Inf. Libr. Rev.*, 44, 100-113, 2012.

[13]. Manca S., Ranieri M., "Facebook and others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education," *Comput. Educ.*, 95, 216-230, 2016.

[14]. Mazer J.P., Murphy R. E., Simonds C. J., "I will see you on Facebook: The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate," *Commun.Educ.*, 56, 1-17, 2007.

[15]. Nkhoma M., Lam T., Richardson J., Kam B., Lau K.H., "Developing case-based learning activities based on the revised bloom's taxonomy," *Insite 2016: Informing science and IT education Conference, Informing science Institute*, 85-93, 2016.

[16]. Oliveira M. J., Huertas M. K. Z., Lin Z., "Factors driving young users' engagement with Facebook: Evidence from Brazil," *Computers in human behavior*, 54(1), 54-61, 2016. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.038>

[17]. Peruta A., Shields B.A., "Social Media in Higher education: Understanding How Colleges and universities Use Facebook," *Journal of Marketing for Higher Education*, 27, 1, 2017.

[18]. Sanchez A.R., Cortijio V., Javed U., "Students'perception of Facebook for academic purposes," *Comput. Educ.*, 70, 138-149, 2014.

[19]. Tower M., Latimer S., Hewitt J., "Social networking as a learning tool Nursing students'perception of efficacy," *Nurse Educ Today*, 34(6):1012-7, 2014.

AUTHORS INFORMATION

Vu Thi Phuong Thao¹, Nguyen Thi Phuong Anh³, Nguyen Thi Thu Huong¹, Nguyen Thi Nguyet Dzung¹, Nguyen Thi Thu Huong²

¹Hanoi University of Industry, Vietnam

²Faculty of Interdisciplinary Sciences, Vietnam National University, Hanoi, Vietnam

³Academy of Policy and Development, Vietnam