

## ẢNH HƯỞNG CỦA MẠNG XÃ HỘI TIKTOK ĐẾN THẾ HỆ Z

Phan Lan Chi<sup>1</sup>, Nguyễn Quang Anh<sup>2</sup>, Ma Anh Tú<sup>2</sup>, Bùi Thị Thu Huyền<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup> Sinh viên K68C, <sup>2</sup> Sinh viên K69B, Khoa Tâm lý - Giáo dục học, Đại học Sư phạm Hà Nội

<sup>3</sup> Khoa Tâm lý - Giáo dục học, Đại học Sư phạm Hà Nội

**Tóm tắt.** Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z ở ba lĩnh vực gồm học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Khách thể tham gia nghiên cứu gồm 1.015 học sinh lớp 7, 8, 10 và 11 thuộc các trường trung học cơ sở và trung học phổ thông ở ba miền Bắc, Trung, Nam. Công cụ chính được sử dụng là bảng hỏi do nhóm nghiên cứu xây dựng gồm 50 items với độ tin cậy Cronbach's Alpha = 0,83. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thế hệ Z sử dụng mạng xã hội TikTok với 3 mục đích chính để giải trí, học tập và giải tỏa cảm xúc. Hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok ảnh hưởng cả hai chiều hướng tích cực và tiêu cực đến nhận thức, thái độ và hành vi của thế hệ Z trong các lĩnh vực học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Tuy nhiên mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng tích cực nhiều hơn ảnh hưởng tiêu cực, trong đó mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng tích cực nhiều nhất đến khía cạnh phát triển bản thân của thế hệ Z. Dữ liệu thu được đã góp phần làm nổi bật bức tranh thực trạng hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok của thế hệ Z cũng như những ảnh hưởng của mạng xã hội này đến tâm lý của các em trong bối cảnh hiện nay. Những đóng góp, hạn chế và định hướng cho những nghiên cứu tiếp theo cũng được bàn luận trong nghiên cứu này.

**Từ khóa:** hành vi sử dụng mạng xã hội, TikTok, thế hệ Z, học tập, giao tiếp, phát triển bản thân.

### 1. Mở đầu

Trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, sự ra đời của Internet và các nền tảng mạng xã hội đã giúp mọi người có thể dễ dàng kết nối, giao lưu, tìm kiếm tài liệu, học tập ở mọi không gian và thời gian khác nhau. Đặc biệt, mạng xã hội cũng giúp giới trẻ thỏa mãn sở thích, đam mê, thể hiện cái tôi của bản thân mạnh mẽ hơn. Theo thống kê của Digital - công ty chuyên về các dịch vụ trên di động, các sản phẩm và dịch vụ số cho thấy tính đến tháng 01/2021 số lượng người dùng Internet ở Việt Nam chiếm 70,3% dân số; số lượng người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam là 72 triệu, tương đương 73,7% tổng dân số, DataReportal, 2021).

Mạng xã hội được hiểu là dịch vụ kết nối mà người dùng có thể tự xây dựng nội dung nhằm kết nối và tương tác với mọi người thông qua các tính năng như nghe - gọi thường hoặc video, chia sẻ hình ảnh, video, các bài viết, blog, xã luận,... Ở Việt Nam có nhiều mạng xã hội khác nhau như Facebook, Zalo, Youtube, Twitter... Một trong những mạng xã hội mới xuất hiện nhưng hiệu ứng và độ phủ sóng đang ngày càng lan rộng là mạng xã hội TikTok. Khác với các mạng xã hội khác, Tiktok cho phép người dùng xem clip nhạc, quay video ngắn và chèn các hiệu ứng hình ảnh hấp dẫn. Nhờ tính năng giải trí cuốn hút nên ứng dụng TikTok đã phủ sóng toàn cầu giúp thế hệ trẻ dễ dàng tiếp cận và thỏa mãn những sở thích của mình như theo dõi những

---

Ngày nhận bài: 2/7/2022. Ngày sửa bài: 29/7/2022. Ngày nhận đăng: 7/8/2022.

Tác giả liên hệ: Bùi Thị Thu Huyền. Địa chỉ e-mail: [huyenbuihu2004@gmail.com](mailto:huyenbuihu2004@gmail.com)

người có sức ảnh hưởng, được gọi là Tiktoker), cập nhật xu hướng mới, đưa hình ảnh và tạo video một cách dễ dàng. Bên cạnh đó, TikTok cho phép người dùng trở thành người sáng tạo và khuyến khích người dùng chia sẻ niềm vui, hạnh phúc, sự đam mê, mong muốn hay đôi khi là cả những nỗi buồn, sự cô đơn, buồn tủi mà không thể kể với ai. Do vậy, Tiktok đang dần trở thành ứng dụng không thể thiếu đối với các bạn trẻ. Theo số liệu thống kê vào 01/2020, TikTok đã có mặt ở 155 quốc gia với 75 ngôn ngữ, có 500 triệu người trên thế giới sử dụng và trở thành ứng dụng di động được tải xuống nhiều nhất thế giới vào tháng 01/2020, đặc biệt tại Việt Nam, Ấn Độ, Brazil, Hoa Kỳ, Thái Lan, Bộ Thông tin và Truyền thông, 2021).

Thế hệ Z là thuật ngữ chỉ nhóm nhân khẩu sinh ra từ năm 1996 đến năm 2012 tương đương với những người từ 10 tuổi đến 26 tuổi. Đây là giai đoạn có nhiều đặc điểm tâm lý đặc trưng như rất giỏi về kỹ năng số, đam mê công nghệ, có khả năng sáng tạo, thích học hỏi, tôn trọng sự khác biệt và cũng rất nhạy cảm với xu hướng mới. Ngoài ra, thế hệ Z cũng rất thích thể hiện bản thân, đề cao tự do cá nhân cũng như có nhiều bất ổn trong đời sống tâm lý, Phạm Mạnh Hà và cộng sự, 2022). Thế hệ Z hiện nay ở Việt Nam cũng là một trong những đối tượng sử dụng mạng xã hội khá đông đảo. Theo thống kê ở Việt Nam số lượng người dùng mạng xã hội Tiktok hiện nay là 20 triệu người, *Báo Phụ nữ*, 2021). Với tất cả những mối quan tâm đó, việc định hướng thế hệ Z nói chung về việc sử dụng mạng xã hội thông minh và hiệu quả là điều vô cùng cần thiết.

Trong nghiên cứu này chúng tôi quan niệm ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội Tiktok đến thế hệ Z, Gen Z) là sự tác động theo chiều hướng tích cực và tiêu cực của việc tham gia mạng xã hội Tiktok đến nhận thức, cảm xúc, hành vi của thế hệ Z trong quá trình cập nhật các xu hướng mới, các hiệu ứng từ trò chơi, sản xuất video và trở thành người sáng tạo thông qua những đoạn video ngắn. Mạng xã hội nói chung và mạng xã hội Tiktok nói riêng có thể có ảnh hưởng khác nhau đến thế hệ trẻ như cung cấp cho giới trẻ một nền tảng để thể hiện bản thân, thay đổi cách giao tiếp xã hội của mọi người, và góp phần phát triển trí tuệ của thanh thiếu niên, Guo, 2021). Tuy nhiên, mạng xã hội Tiktok cũng có nhiều mặt trái, tiềm ẩn nhiều rủi ro và ảnh hưởng tiêu cực đến thế hệ trẻ nói chung và gen Z nói riêng. Những nguy cơ được chỉ ra từ mạng xã hội như ảnh hưởng từ những video với nội dung độc hại, bạo lực, khiêu dâm, mang tính kích động, các trào lưu biến tướng, miệt thị ngoại hình, xúc phạm nhân phẩm và giá trị của con người, những bình luận tiêu cực và cả hiện tượng bắt nạt trực tuyến, Nguyễn Đức Sơn và cộng sự, 2021; Phạm Mạnh Hà và cộng sự, 2020).

Có thể thấy, mạng xã hội Tiktok có ảnh hưởng hai chiều cả tích cực và tiêu cực đến đời sống của thế hệ Z. Qua nghiên cứu lý luận chúng tôi nhận thấy rằng những nghiên cứu về ảnh hưởng của mạng xã hội Tiktok đến sức khỏe tâm thần của học sinh, đặc biệt là khía cạnh học tập, giao tiếp và phát triển bản thân của học sinh ở Việt Nam vẫn còn đang là một khoảng trống. Chính vì thế nghiên cứu này hướng đến hai mục đích chính: Thứ nhất, khảo sát thực trạng sử dụng mạng xã hội Tiktok của thế hệ Z; Thứ hai, tìm ra ảnh hưởng của mạng xã hội Tiktok đến thế hệ Z ở các khía cạnh khác nhau như học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Trên cơ sở đó có những đề xuất để giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực và phát huy mặt tích cực của mạng xã hội Tiktok đến thế hệ trẻ.

## **2. Nội dung nghiên cứu**

### **2.1. Phương pháp nghiên cứu**

#### **2.1.1. Khách thể nghiên cứu**

Thế hệ Z là giai đoạn lứa tuổi từ 13 đến 25 tuổi, bao gồm học sinh trung học cơ sở, trung học phổ thông và sinh viên. Tuy nhiên, trong nghiên cứu này chúng tôi chỉ tập trung vào nhóm học sinh phổ thông. Mẫu nghiên cứu gồm 1015 khách thể, trong đó có 603 học sinh trung học cơ sở, học sinh lớp 7, 8) và 412 học sinh khối trung học phổ thông, lớp 10, 11) ở 3 miền Bắc, Trung, Nam. Với phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện chúng tôi thu được số lượng

khách thể ở miền Bắc chiếm tỉ lệ cao nhất, 56,74%) và học sinh trung học ở miền Trung chiếm tỉ lệ thấp nhất, 14%). Trong mẫu nghiên cứu học sinh nữ chiếm tỉ lệ nhiều hơn học sinh nam, 86,5% và 9,2%); số học sinh có học lực giỏi chiếm tỉ lệ nhiều nhất, chiếm 60,1%), tiếp sau đó là học sinh có học lực khá, chiếm 34,3%), học sinh có học lực trung bình và yếu có tỉ lệ không nhiều, chiếm 5,6%).

**Bảng 1. Đặc điểm nhân khẩu khách thể nghiên cứu**

|                    | <b>Đặc điểm</b>            | <b>Phân loại</b> | <b>Số lượng</b> | <b>Tỉ lệ, %)</b> |
|--------------------|----------------------------|------------------|-----------------|------------------|
| <b>Tổng N=1015</b> | <b>Giới tính</b>           | Nam              | 93              | 9.20             |
|                    |                            | Nữ               | 878             | 86.50            |
|                    |                            | Khác             | 44              | 4.30             |
|                    | <b>Khối lớp</b>            | Lớp 7            | 257             | 25.30            |
|                    |                            | Lớp 8            | 346             | 34.10            |
|                    |                            | Lớp 10           | 257             | 25.30            |
|                    |                            | Lớp 11           | 155             | 15.30            |
|                    | <b>Học lực<br/>(N=147)</b> | Giỏi             | 610             | 60.10            |
|                    |                            | Khá              | 348             | 34.30            |
|                    |                            | Trung bình/Yếu   | 57              | 5.60             |
|                    | <b>Miền</b>                | Miền Bắc         | 576             | 56.74            |
|                    |                            | Miền Trung       | 142             | 14.0             |
|                    |                            | Miền Nam         | 297             | 29.26            |

### 2.1.2. Công cụ nghiên cứu

Để tìm hiểu ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến tâm lý của thể hệ Z, nhóm nghiên cứu đã thiết kế bảng hỏi với 50 items. Bảng hỏi gồm 2 phần chính: Phần 1: những thông tin chung về học sinh như giới tính, lực học, địa bàn sinh sống; Phần 2: gồm các câu hỏi khảo sát nhiều khía cạnh khác nhau liên quan đến hành vi sử dụng mạng xã hội của thể hệ Z như mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok, tự đánh giá của thể hệ Z về ảnh hưởng của mạng xã hội TikTok đến học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Bảng hỏi được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ từ “không bao giờ/hoàn toàn không đồng ý”, 1 điểm); “hiếm khi/không đồng ý”, 2 điểm); “thi thoảng/phân vân”, 3 điểm); “thường xuyên/đồng ý”, 4 điểm) và “rất thường xuyên/hoàn toàn đồng ý”, 5 điểm). Bảng hỏi trước khi khảo sát đại trà đã được khảo sát thử trên nhóm mẫu 96 học sinh với độ tin cậy tốt, hệ số Alpha của Cronbach đạt 0,83 - đảm bảo độ tin cậy để nghiên cứu ở phạm vi rộng hơn.

## 2.2. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

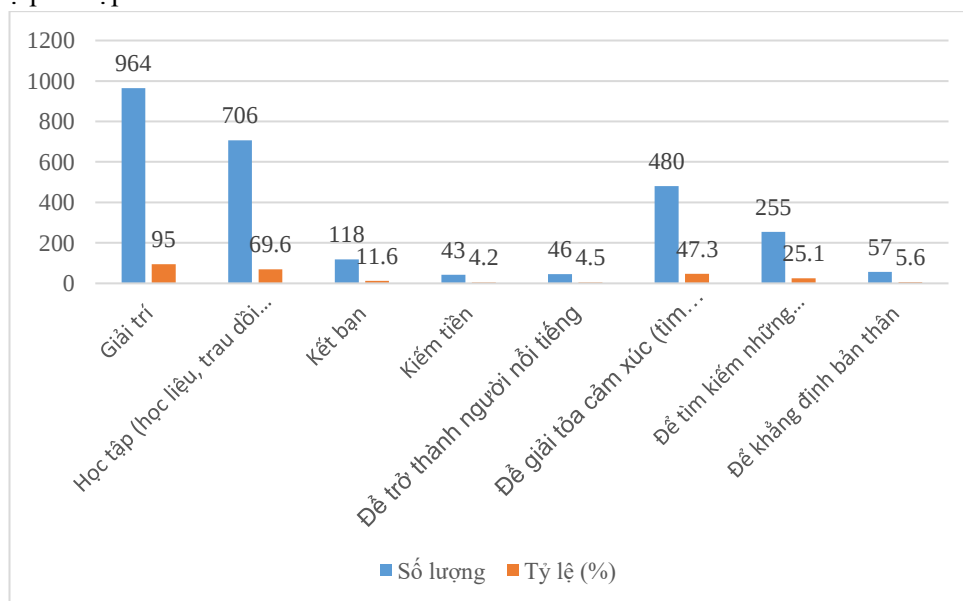
### 2.2.1. Thực trạng thể hệ Z sử dụng mạng xã hội TikTok

Mạng xã hội phổ biến nhất và được học sinh lựa chọn nhiều nhất là TikTok. Trong số nhiều mạng xã hội đang được sử dụng ở Việt Nam hiện nay như Facebook, Zalo, Youtube, Twitter, Instagram, có 90,54% học sinh khảo sát đang sử dụng mạng xã hội TikTok. Kết quả trong nghiên cứu của chúng tôi cũng tương đồng với báo cáo của Data Reportal năm 2020 cho biết TikTok có 800 triệu người dùng tích cực trên thế giới và đứng thứ 9 về các trang mạng xã hội trước các trang nổi tiếng hơn như LinkedIn, Twitter, Pinterest và Snapchat. Có thể thấy dù mới chỉ xuất hiện vào năm 2016, nền tảng mạng xã hội TikTok đã thu hút được đông đảo lượng người dùng không chỉ trên thế giới mà cả trong giới trẻ ở Việt Nam.

Sự phổ biến của mạng xã hội này còn được thể hiện ở thời gian thể hệ Z sử dụng trong một ngày, nghiên cứu đã phát hiện ra rằng học sinh dành từ 2 - 4 tiếng/ngày cho mục đích sử dụng

mạng xã hội, chiếm 34,3%), tiếp đó là những học sinh sử dụng mạng từ 4 - 6 tiếng/ngày, chiếm 33,8%). Có thể thấy, Gen Z dùng mạng xã hội chiếm đến 1/4 thời gian của một ngày. Đáng lưu ý là có đến 22.5% học sinh cho biết các em thường bỏ ra trên 6 giờ để sử dụng mạng xã hội mỗi ngày. Con số này cho thấy thời gian học sinh sử dụng mạng xã hội hàng ngày khá nhiều, đây cũng là điều đáng lưu tâm không chỉ cho nhà trường mà các gia đình để các thầy cô và cha mẹ quan tâm đến học sinh, có hướng dẫn và giám sát phù hợp để giảm thiểu tác động của mạng xã hội đến các em.

*Vậy gen Z sử dụng mạng xã hội để làm gì?* Đây là một trong những câu hỏi lớn cần được giải đáp. Trong nghiên cứu này chúng tôi phát hiện thấy, trong số rất nhiều lí do được đưa ra có tới 95% học sinh cho biết sử dụng mạng xã hội TikTok để nhằm mục đích giải trí; tiếp theo đó là tìm kiếm thông tin phục vụ cho việc học tập, chiếm 69,6%); sử dụng mạng xã hội TikTok để giải tỏa cảm xúc cũng được học sinh lựa chọn đứng vị trí thứ 3, 47,3%). Tuy nhiên cũng có tới 25,1% học sinh tìm đến mạng xã hội TikTok với mục đích để tìm kiếm những mẹo/mánh khéo trong học tập, thi cử, như cách làm mờ camera trong giờ học, làm mạng lag, tắt mic/tạo âm thanh mic bị hỏng...). Những số liệu thu được từ nghiên cứu này ban đầu cho thấy được mức độ phổ biến của mạng xã hội TikTok với thế hệ Z và giúp các nhà giáo dục, thầy cô và gia đình hiểu hơn về mục đích sử dụng mạng xã hội này ở các em để từ đó có những sự định hướng và hỗ trợ phù hợp.



**Biểu đồ 1. Mục đích gen Z sử dụng mạng xã hội TikTok**

So sánh mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok của học sinh cấp THCS và THPT, dữ liệu bảng 2 cho thấy cả học sinh trung học cơ sở và trung học phổ thông có xu hướng sử dụng mạng xã hội TikTok với mục đích giải trí nhiều nhất, 93,8% và 97%), tiếp sau đó là dùng cho mục đích học tập, 72,6% và 74,5%) và giải tỏa cảm xúc, 48,75% và 45,1%). Học sinh ở cả hai cấp trung học cơ sở và trung học phổ thông đều xếp mục đích trở thành người nổi tiếng ở vị trí thấp nhất, tỉ lệ lần lượt là 4,8% và 3,88%. Trong khi có 28% học sinh THCS dùng mạng xã hội TikTok để tìm mẹo/ mánh khéo học tập, tỉ lệ học sinh trung học phổ thông có sự thấp hơn rõ rệt, 21,11%).

**Bảng 2. Sự khác biệt về mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok của học sinh THCS và THPT**

| STT | Mục đích sử dụng TikTok | Học sinh THCS |       | Học sinh THPT |       |
|-----|-------------------------|---------------|-------|---------------|-------|
|     |                         | Số lượng      | Tỉ lệ | Số lượng      | Tỉ lệ |
| 1   | Giải trí                | 566           | 93,8  | 400           | 97    |

|   |                              |     |       |     |       |
|---|------------------------------|-----|-------|-----|-------|
| 2 | Học tập                      | 438 | 72,6  | 307 | 74,5  |
| 3 | Kết bạn                      | 84  | 13,93 | 34  | 8,25  |
| 4 | Kiểm tiền                    | 43  | 7,13  | 18  | 4,36  |
| 5 | Để trở thành người nổi tiếng | 29  | 4,8   | 16  | 3,88  |
| 6 | Để giải tỏa cảm xúc          | 294 | 48,75 | 186 | 45,1  |
| 7 | Để tìm mẹo/mánh khéo học tập | 169 | 28    | 87  | 21,11 |
| 8 | Để khẳng định bản thân       | 41  | 6,79  | 18  | 4,36  |

Kết quả trong nghiên cứu này cũng cho thấy không có sự khác biệt về mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok của thế hệ Z ở 3 miền Bắc, Trung, Nam, cụ thể: xu hướng giải trí, 94,4%, 98,5% và 95%), học tập, 71,7%, 80,28% và 73,4%) và giải tỏa cảm xúc, 47%, 51,4% và 46,12%). Xu hướng trở thành người nổi tiếng của học sinh ở Bắc, Trung và Nam chiếm số phần trăm thấp nhất trong bảng khảo sát, lần lượt là 4,16%; 5,63% và 4,71%. Nhu cầu kết bạn của học sinh ở miền Nam, chiếm 27, 46%) cao hơn so với miền Bắc, chiếm 11%) và miền Trung, chiếm 11, 26%). Đối với mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok nhằm tìm kiếm những mánh khéo/ mẹo trong học tập, nhóm học sinh của tỉnh miền Trung, chiếm 33, 8%) cao hơn so với nhóm học sinh thuộc tỉnh miền Bắc, chiếm 23,6%) và miền Nam, chiếm 24,24%). Kết quả này cho thấy, học sinh dù ở vùng miền nào đều có chung mục đích sử dụng mạng xã hội TikTok, và sử dụng mạng xã hội này như một phương tiện giải trí trong cuộc sống là phổ biến nhất. Tuy nhiên, thế hệ Z trong nghiên cứu này là những học sinh vì thế hoạt động học tập vẫn đóng vai trò chủ đạo và các em tìm kiếm những mẹo hay thủ thuật liên quan đến việc học tập cho mình. Việc học sinh dành thời gian trên mạng xã hội TikTok để giải trí, học tập hay giải tỏa cảm xúc sẽ tiềm ẩn những ảnh hưởng khác nhau đến các em và rất cần tìm hiểu, khám phá.

### 2.2.2. Ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z

Trong nghiên cứu này chúng tôi tìm hiểu ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z ở ba khía cạnh: học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Kết quả cho thấy, bảng 3), trong ba lĩnh vực có liên quan đến đặc trưng của thế hệ Z, việc sử dụng mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng nhiều nhất đến sự phát triển bản thân, ĐTB = 3,11; ĐLC = 1,12) và học tập, ĐTB = 3,06; ĐLC = 0,96) của gen Z, khía cạnh giao tiếp chịu ảnh hưởng ít nhất bởi mạng xã hội TikTok.

**Bảng 3. Điểm trung bình các khía cạnh tâm lý của thế hệ Z ảnh hưởng bởi mạng xã hội TikTok**

| STT | Các khía cạnh của đời sống tâm lý gen Z | Điểm trung bình | Độ lệch chuẩn |
|-----|-----------------------------------------|-----------------|---------------|
| 1   | Học tập                                 | 3,06            | 0,96          |
| 2   | Giao tiếp                               | 2,52            | 1,00          |
| 3   | Phát triển bản thân                     | 3,11            | 1,12          |

*Sự phát triển bản thân.* Mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng nhiều nhất đến khía cạnh phát triển bản thân của thế hệ Z trong nghiên cứu này, Bảng 4). Kết quả trên có thể lý giải một phần là do mạng xã hội TikTok là một không gian sáng tạo giúp cho người dùng thỏa thích thể hiện năng lực của bản thân, đồng thời thể hiện cái tôi mạnh mẽ. Do vậy khi sử dụng mạng xã hội này thế hệ Z không chỉ để giải trí mà có thể tự tạo video để thể hiện những thể mạnh của bản thân. Cụ thể: ở item số 1 “Tôi thấy mạng xã hội Tik Tok là một cách để thể hiện khả năng sáng tạo của bản thân” được phần lớn học sinh đồng tình và lựa chọn, ĐTB = 4,03, ĐLC = 0,78). Tương tự, ở item số 3 “Tôi nghĩ sử dụng mạng xã hội Tik Tok giúp bản thân tự tin hơn”, ĐTB = 3,15, ĐLC = 1,07) và item số 5 “Tôi cảm thấy tự hào về bản thân sau khi lan tỏa những thông điệp đến với mọi người trên TikTok”, ĐTB = 3,45, ĐLC = 1,12) cũng được học sinh đồng tình ở 190

mức độ cao. Có thể thấy thế hệ Z sẵn sàng tạo ra những video để thể hiện những trải nghiệm mới mẻ khác nhau để khẳng định bản thân mình nhiều hơn.

**Bảng 4. Ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến khía cạnh phát triển bản thân của Gen Z**

| TT        | Các biểu hiện                                                                                  | Mức độ, %)   |              |              |              |             | ĐTB         | ĐLC         |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
|           |                                                                                                | 1            | 2            | 3            | 4            | 5           |             |             |
| 1         | Tôi thấy mạng xã hội Tik Tok là một cách để thể hiện khả năng sáng tạo của bản thân            | 1,67         | 2,36         | 12,22        | 58,32        | 25,42       | 4,03        | ,78         |
| 2         | Tôi muốn trở thành 1 Tiktoker nổi tiếng                                                        | 43,65        | 25,02        | 13,31        | 7,78         | 4,24        | 2,04        | 1,15        |
| 3         | Tôi nghĩ sử dụng mạng xã hội Tik Tok giúp bản thân tự tin hơn                                  | 8,87         | 14,78        | 38,42        | 28,28        | 9,66        | 3,15        | 1,07        |
| 4         | Tôi cảm thấy tự tin hơn sau khi đăng tải những video trên TikTok                               | 19,90        | 21,18        | 43,25        | 11,03        | 4,63        | 2,59        | 1,06        |
| 5         | Tôi cảm thấy tự hào về bản thân sau khi lan tỏa những thông điệp đến với mọi người trên TikTok | 8,87         | 7,09         | 31,82        | 35,07        | 17,14       | 3,45        | 1,12        |
| 6         | Tôi khám phá được nhiều khía cạnh của bản thân sau khi sử dụng Tik Tok                         | 12,51        | 17,54        | 29,06        | 26,04        | 14,48       | 3,13        | 1,22        |
| 7         | Tôi thấu cảm hơn với mọi người sau khi xem video trên TikTok                                   | 8,47         | 12,81        | 28,87        | 30,44        | 19,41       | 3,40        | 1,18        |
| 8         | Tôi biết tự kiểm soát cảm xúc bản thân hơn sau khi xem TikTok                                  | 13,89        | 16,65        | 29,46        | 24,24        | 15,76       | 3,11        | 1,25        |
| 9         | Tôi tìm thấy chính mình sau những câu chuyện của mọi người trên mạng xã hội TikTok             | 14,98        | 18,33        | 27,00        | 25,52        | 14,9        | 3,06        | 1,26        |
| <b>TB</b> |                                                                                                | <b>36,13</b> | <b>14,59</b> | <b>19,22</b> | <b>21,38</b> | <b>8,47</b> | <b>3,11</b> | <b>1,12</b> |

Với khía cạnh học tập, mạng xã hội TikTok cũng có ảnh hưởng tích cực đến học sinh ở lĩnh vực học tập. Kết quả ở bảng 5 cho thấy từng biểu hiện cụ thể của sự ảnh hưởng này. Chẳng hạn item số 6 kết hợp với item số 7 đã chỉ ra rằng: Với sự hỗ trợ của nền tảng mạng xã hội TikTok, học sinh cảm thấy sung sướng và hạnh phúc khi xem và tham khảo những clip mang tính chất xây dựng tích cực trong học tập và lĩnh hội những kiến thức bổ ích. Đồng thời, thế hệ trẻ cũng nhìn nhận rõ sự thiếu chủ động khi bắt chước và làm theo những thủ thuật gian lận điểm số trong các kì thi, từ đó tránh những kênh TikTok mang tính chất tiêu cực. Đây là tín hiệu đáng mừng về mặt nhận thức của thế hệ Z. Item thứ 6 “Tôi cảm thấy sung sướng khi tìm được các mẹo học tập tốt trên TikTok” có ĐTB cao nhất =3,93, ĐLC = 0,97. Để khẳng định thêm sự lựa chọn của học sinh, chúng tôi thiết kế item số 7 “Tôi học theo những thủ thuật gian lận trong học tập theo những video Tik Tok”, kết quả cho thấy sự nhất quán trong lựa chọn của gen Z khi item này có ĐTB thấp nhất =1,71; ĐLC= 0,94. Tương tự, ở item số 4 “Tôi thấy những câu nói của thần tượng đáng để học theo”, ví dụ “Có làm thì mới có ăn” của Huân Hoa Hồng, “có cái nịt” của Tiến Bịp,...) được học sinh chọn mức “hoàn toàn không đồng ý” và “không đồng ý” chiếm tỉ lệ khá cao, 64,14%).

**Bảng 5. Mức độ ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến khía cạnh học tập của Gen Z**

| TT | Các biểu hiện                                                                                                                   | Mức độ, %)   |              |              |              |              | ĐTB         | ĐLC         |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
|    |                                                                                                                                 | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            |             |             |
| 1  | Tôi thấy mình học giỏi hơn khi sử dụng mạng xã hội Tik Tok                                                                      | 0,04         | 23,65        | 39,51        | 28,87        | 3,74         | 3,04        | ,91         |
| 2  | Tôi thấy Tik Tok đem lại nhiều kiến thức bổ ích                                                                                 | 1,48         | 1,48         | 19,1         | 65,32        | 12,61        | 3,86        | ,70         |
| 3  | Tôi thấy thông tin trên Tik Tok đáng tin cậy để học                                                                             | 4,93         | 20,49        | 53,3         | 18,52        | 2,76         | 2,94        | ,83         |
| 4  | Tôi thấy những câu nói của thần tượng đáng để học theo, VD: Có làm thì mới có ăn của Huân Hoa Hồng, có cái nịt của Tiến Bịp...) | 29,85        | 34,29        | 26,90        | 6,40         | 2,56         | 2,18        | 1,01        |
| 5  | Tôi cảm thấy xúc động khi nghe những câu chuyện, bài học triết lí cuộc sống trên Tik Tok                                        | 3,94         | 7,49         | 21,48        | 45,02        | 22,07        | 3,74        | 1,01        |
| 6  | Tôi cảm thấy sung sướng khi tìm được các mẹo học tập tốt trên TikTok                                                            | 3,55         | 4,24         | 16,85        | 46,11        | 29,26        | <b>3,93</b> | ,97         |
| 7  | Tôi học theo những thủ thuật gian lận trong học tập theo những video Tik Tok,                                                   | 54,78        | 24,93        | 13,20        | 5,12         | 0,99         | <b>1,71</b> | ,94         |
| 8  | Tôi lưu trữ những video có nội dung bổ ích cho học tập                                                                          | 4,04         | 6,11         | 20,10        | 38,42        | 31,33        | 3,87        | 1,05        |
| 9  | Tôi sử dụng ngôn từ theo “trend” trên Tik Tok áp dụng vào cuộc sống, chẳng zn, j z trời, u là trời, dắc dắc bủ bủ lmao,...)     | 12,91        | 18,62        | 24,04        | 27,59        | 16,85        | 3,17        | 1,27        |
| 10 | Tôi học theo “thần tượng” trên Tik Tok của mình,                                                                                | 35,47        | 30,74        | 22,66        | 7,98         | 3,15         | 2,13        | 1,08        |
| 11 | Tôi áp dụng thành công những mẹo vặt được chia sẻ trên Tik Tok,                                                                 | 7,59         | 19,90        | 40,49        | 23,65        | 8,37         | 3,05        | 1,03        |
|    |                                                                                                                                 | <b>14,42</b> | <b>17,45</b> | <b>27,06</b> | <b>28,45</b> | <b>12,15</b> | <b>3,06</b> | <b>0,96</b> |

Với khía cạnh giao tiếp, mạng xã hội TikTok cũng có ảnh hưởng nhất định đến thế hệ Z được thể hiện ở các biểu hiện cụ thể như: item số 3 “Tôi thấy TikTok chứa nhiều nội dung để bàn luận với bạn” có ĐTB cao nhất = 3,84, ĐLC= 0,88. Nền tảng mạng xã hội TikTok chứa nhiều clip mang tính đa chiều, hướng người xem tới tư duy mở và cách bày tỏ quan điểm khác nhau. Bên cạnh đó, mạng xã hội TikTok cũng đem lại nhiều trải nghiệm cảm xúc cho người tiêu dùng. Ở ba hoạt động “đăng tải video “bắt trend” trên TikTok”, ĐTB = 1,38) và “sáng tạo nội dung đăng lên TikTok để thu hút mọi người”, ĐTB = 1,45) và “rủ bạn bè/ người thân tham gia quay video bắt “trend” trên TikTok, ĐTB = 1,6) cũng được học sinh lựa chọn đồng ý cao. Tuy nhiên, phần đông học sinh được nghiên cứu báo cáo rằng họ ít khi đăng tải video cũng như quay clip, bởi đây là những hoạt động có liên quan và ảnh hưởng đến kết quả hình ảnh của bản thân

trên mạng xã hội. Ở item số 15 “Tôi bình luận với mục đích chê bai, chỉ trích người khác trên mạng xã hội TikTok”, ĐTB = 1,24, ĐLC = 0,57) chiếm 48.1% ý kiến lựa chọn ý kiến “không đồng ý”. Item trên cho thấy Gen Z đã có cách ứng xử chuẩn mực trên mạng xã hội, hành trang những kiến thức kỹ năng giao tiếp trên mạng xã hội.

*Tóm lại*, mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng cả hai chiều tích cực và tiêu cực đến thế hệ Z ở ba khía cạnh nghiên cứu gồm học tập, giao tiếp và phát triển bản thân. Tuy nhiên, mạng xã hội Tiktok có ảnh hưởng theo chiều hướng tích cực hơn, trong đó khía cạnh phát triển bản thân, học tập chịu ảnh hưởng từ mạng xã hội TokTok nhiều hơn so với khía cạnh giao tiếp.

### **2.2.3. Ảnh hưởng của mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z theo các biến nhân khẩu học**

Xem xét sự ảnh hưởng của mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z theo các biến nhân khẩu học, chúng tôi sử dụng kiểm định Independent Sample *t*-test để tìm hiểu sự khác biệt về giới tính và kiểm định one - way ANOVA để tìm hiểu sự khác biệt về khối lớp, 7, 8, 10, 11), địa bàn, Bắc, Trung, Nam) và học lực, giỏi, khá, trung bình). Kết quả bảng 6 cho thấy: Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa học sinh nam và nữ về ảnh hưởng của mạng xã hội TikTok đến cả 3 khía cạnh: học tập, giao tiếp và phát triển bản thân,  $p > 0.05$ ). Tương tự, sự không khác biệt cũng được thể hiện ở các khối lớp và địa bàn, học lực. Chúng tôi phát hiện ra chỉ duy nhất có lĩnh vực học tập là có sự khác biệt giữa học sinh ba miền và giữa học sinh có lực học khác nhau.

Chúng tôi sử dụng kiểm định phương sai một yếu tố ANOVA để tìm hiểu sự khác biệt về hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok giữa các nhóm học sinh có học lực và ở các miền khác nhau. Cụ thể:

Mạng xã hội TikTok có ảnh hưởng đến học sinh miền Bắc với khía cạnh học tập thấp hơn, ĐTB=34,61) so với học sinh miền Trung, ĐTB = 36,00) và học sinh miền Nam,  $p < 0.05$ ; ĐTB = 35,36). Về khía cạnh học lực, những học sinh có lực giỏi, ĐTB=35,47) ảnh hưởng bởi mạng xã hội TikTok cao hơn học sinh khá, ĐTB = 34,52) và học sinh trung bình/ yếu,  $p < 0.05$ ; ĐTB=33,33).

Ngoài ra, chúng tôi còn tìm hiểu mối quan hệ giữa ba mặt nhận thức, thái độ và hành vi của thế hệ Z về ảnh hưởng của mạng xã hội TikTok đến các em thông qua kiểm định tương quan Pearson. Kết quả cho thấy có mối tương quan thuận ở mức trung bình giữa hai biến số nhận thức và cảm xúc,  $p < 0.01$ ,  $r = 0,51$ ); tương tự nhận thức cũng có mối tương quan thuận với hành vi,  $p < 0.01$ ,  $r = 0,44$ ); tương quan thuận cũng được tìm thấy trong mối quan hệ giữa cảm xúc và hành vi,  $p < 0.01$ ,  $r = 0,43$ ). Như vậy có thể thấy rằng khi học sinh nhận thức được mặt tích cực của mạng xã hội TikTok các em sẽ có thái độ và hành vi phù hợp. Do đó, việc nâng cao nhận thức cho học sinh về mặt tích cực của mạng xã hội nói chung và mạng xã hội TikTok nói riêng là điều quan trọng và cần ưu tiên.

## **3. Kết luận**

Nghiên cứu này đã góp thêm dữ liệu vào bức tranh thực trạng chung về ảnh hưởng hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thế hệ Z. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thế hệ Z sử dụng mạng xã hội TikTok với 3 mục đích chính gồm giải trí, học tập và giải tỏa cảm xúc để tìm kiếm sự chia sẻ của mọi người. Trong đó mục đích giải trí là phổ biến nhất.

Mạng xã hội TikTok trong nghiên cứu này cho thấy có ảnh hưởng cả tích cực và tiêu cực đến lĩnh vực học tập, giao tiếp và phát triển bản thân của thế hệ Z. Tuy nhiên ảnh hưởng tích cực nhiều hơn ảnh hưởng tiêu cực. Thế hệ Z nhận định rằng mình trở nên tốt hơn khi tham gia mạng xã hội TikTok. Tuy vậy, một bộ phận nhỏ phụ thuộc vào TikTok nhằm thực hiện những thủ thuật gian lận trong thi cử trước bối cảnh dịch bệnh COVID-19. Vì thế, ban lãnh đạo nhà trường cần tìm ra những chiến lược hiệu quả nhằm giảm thiểu hành vi gian lận của học sinh

trong các kì thi, đồng thời tăng cường xây dựng những chương trình phòng ngừa với mục đích sử dụng mạng xã hội hiệu quả và an toàn, đặc biệt là mạng xã hội TikTok.

Nghiên cứu này tìm thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thể hệ Z trong khía cạnh học tập xét theo yếu tố địa bàn và lực học,  $p < 0.05$ ). Tuy nhiên không có sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến thể hệ Z trong giao tiếp và phát triển bản thân xét theo giới tính, địa bàn hay học lực.

Mặc dù vậy, nghiên cứu vẫn còn có một số hạn chế nhất định: trước hết, nghiên cứu mới chỉ sử dụng bảng hỏi tự thuật với học sinh. Để có cái nhìn toàn diện hơn rất cần những nghiên cứu sử dụng đa dạng nhiều công cụ khác và khảo sát trên cả giáo viên và phụ huynh. Ngoài ra, mặc dù sự khác biệt về giới tính, địa bàn, học lực và khối lớp song nghiên cứu chưa đi sâu tìm hiểu rõ những yếu tố nào ảnh hưởng đến sự khác biệt này. Tuy nhiên, những hạn chế này sẽ là gợi ý có giá trị cho những nghiên cứu trong tương lai để hoàn thiện bức tranh thực trạng về ảnh hưởng của hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok đến tâm lí của thể hệ Z.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] De Witte, M., 2022. Gen Z is not ‘coddled.’ They are highly collaborative, self-reliant and pragmatic, according to new Stanford-affiliated research. Stanford University Communications.
- [2] Dillon, C., 2020. Tiktok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of The Application Tiktok. *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*. Vol 68, 1.
- [3] Ellison, N., 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13, 1. P. 210- 230.
- [4] Escamilla, P., Alguacil, F.M., Carril, S.L., 2021. Incorporating TikTok in higher education: Pedagogical perspectives from a corporal expression sport sciences course. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. Vol. 28.
- [5] Guo, J., 2021. Research on the Influence of TikTok on Teenagers, Shanghai United International School. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Vol. 631.
- [6] Phạm Mạnh Hà, Trần Thành Nam, Nguyễn Thị Anh Thư, Nguyễn Thị Bích Thủy, 2022. *Tài liệu tập huấn cho cán bộ giáo viên các trường phổ thông về tư vấn, hỗ trợ tâm lí cho học sinh trong bối cảnh dịch bệnh Covid - 19*. Vụ Giáo dục Chính trị và Công tác học sinh, sinh viên, Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- [7] Jaffar, B.A., Riaz, S., Mushtaq, A., 2019. Living in a Moment: Impact of TikTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame. *Journal of Content, Community & Communication, Amity School of Communication*. Vol. 10. P. 187 - 188.
- [8] Kaur, P., 2020. Tik-tok: Influence on youth in India. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology. Chandigarh University, Punjab, India*. Vol. 17, 6. P. 4206.
- [9] Nguyễn Thị Mỹ Lộc, Đinh Thị Kim Thoa, Trần Văn Tính, Vũ Phương Liên, 2010. *Giáo dục giá trị sống và kỹ năng sống cho học sinh trung học phổ thông, Tài liệu dùng cho giáo viên THPT*. Nhà xuất bản Đại học Quốc Gia Hà Nội.
- [10] Lê Văn Nam, Kiều Thị Kim Giang, Trần Ngọc Huyền, Nguyễn Thị Thu Trang, 2021. *Các nhân tố tác động đến hành vi sử dụng mạng xã hội TikTok của học sinh trung học phổ thông tại Hà Nội*. Kinh tế và Dự báo, Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Số 15, 769. Tr. 75 - 78.
- [11] Ngangom, M., 2020. How TikTok Has Impacted Generation Z's Buying Behaviour and Their Relationship with Brands? *Dublin Business School*. Vol. 10, 3. P. 61 - 63.

- [12] Nguyễn Đức Sơn, Nguyễn Thị Thanh Hồng, Bùi Thị Thu Huyền, Hoàng Anh Phước, 2020. *Bảo vệ và hỗ trợ trẻ em tương tác lành mạnh, sáng tạo trên môi trường mạng, sử dụng Internet thông minh, hiệu quả và xây dựng trường học an toàn, thân thiện*. Nxb Lao động.
- [13] Swathi, G.K., Devakumar, C., 2020. A study to analyse the impact of TikTok app on students academics and psychology. *Journal of emerging technologies and innovative research*. Vol. 7, 3. P. 1039 - 1043.
- [14] Đỗ Thùy Trang, 2018. *Ngôn ngữ giới trẻ qua phương tiện truyền thông*. Trường Đại học Khoa học - Đại học Huế.
- [15] Wolf, A., 2020. Gen Z & Social Media Influencers: The Generation Wanting a Real Experience. *Honors Senior Capstone Projects, Merrimack College*. Vol. 51.
- [16] Yang, H., 2020. Secondary-school Students' Perspectives of Utilizing Tik Tok for English learning in and beyond the EFL classroom. *3rd International Conference on Education Technology and Social Science*. P. 177 - 179.
- [17] Báo phụ nữ, 2021. *Tiktok và mối nguy hiểm tiềm ẩn với trẻ em*. <https://www.phunuonline.com.vn/tiktok-va-moi-nguy-hiem-tiem-an-voi-tre-em-a1435269.html>
- [18] Bộ Thông tin và Truyền thông, 2021. *Ảnh hưởng và những vấn đề cần lưu ý khi sử dụng mạng xã hội Tiktok*. [https://www.mic.gov.vn/mic\\_2020/Pages/TinTuc/146436/Anh-huong-va-nhung-van-de-can-luu-y-khi-su-dung-mang-xa-hoi-Tiktok.html](https://www.mic.gov.vn/mic_2020/Pages/TinTuc/146436/Anh-huong-va-nhung-van-de-can-luu-y-khi-su-dung-mang-xa-hoi-Tiktok.html)
- [19] TikTok, 2021. Chiến dịch #LearnonTikTok - Một năm nhìn lại hành trình lan tỏa những giá trị giáo dục cho cộng đồng. <https://newsroom.tiktok.com/vi-vn/ky-niem-1-nam-learnontiktok>
- [20] Data Reprotal, 2021. *Digital 21: Viet Nam*, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-vietnam>
- [21] Understanding Generation Z Culture. <https://info.axis.org/gen-z-parents>

## ABSTRACT

### **Influence of TikTok social network on generation Z**

Phan Lan Chi<sup>1</sup>, Nguyen Quang Anh<sup>2</sup>, Ma Anh Tu<sup>2</sup>, Bui Thi Thu Huyen<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>K68C, Faculty of Psychology and Education, Hanoi National University of Education

<sup>2</sup>K96B, Faculty of Psychology and Education, Hanoi National University of Education

<sup>3</sup>Faculty of Psychology and Education, Hanoi National University of Education

This study aims to look into the influence of TikTok social network usage behavior on generation Z in three areas including learning, communication and personal development. A total of 1,015 students in grades 7, 8, 10 and 11 from middle and high schools in the North, Central and South regions took part in the current study. The main tool used was a questionnaire designed by the research team with 50 items with reliability Cronbach's Alpha = 0,83. Research results illustrated that Gen Z used TikTok for 3 main purposes such as entertainment, learning and emotional relief. The behavior of using TikTok had both positive and negative impacts on their perception, attitude and behavior in the fields of learning, communication and self-development. Nevertheless, TikTok had more positive effects than negative ones, in which self-development was the most positively influenced aspect. The outcomes highlighted the reality of TikTok usage behavior of Gen Z as well as the influence of this social network on children's mentality in the current context. Contributions, limitations and directions for future research are also discussed in this study.

**Keywords:** social network usage behavior, TikTok, Generation Z, Learning, Communication, self-development.