

HÀNH VI BÌNH LUẬN TRÊN MẠNG XÃ HỘI CỦA THANH NIÊN

ThS. Nguyễn Tuấn Anh

Viện Nghiên cứu Thanh niên.

TÓM TẮT

Bằng việc sử dụng phiếu trưng cầu ý kiến với 600 thanh niên trên ba địa bàn là Hà Nội, Khánh Hòa và thành phố Hồ Chí Minh, kết quả cho thấy Facebook và Zalo là hai mạng xã hội được thanh niên sử dụng nhiều nhất trong việc bình luận các bài viết. Hành vi bình luận về các vấn đề xã hội được thực hiện thường xuyên hơn so với hai loại hành vi bình luận về các vấn đề chính trị và đời tư. Yếu tố, giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp của thanh niên cũng có ảnh hưởng đến mức độ thực hiện các hành vi bình luận của thanh niên trên mạng xã hội. Bên cạnh đó, tính ẩn danh của thanh niên khi bình luận trên mạng xã hội cũng khá phổ biến.

Từ khóa: Bình luận; Mạng xã hội; Thanh niên; Hành vi; Internet.

Ngày nhận bài: 19/6/2017; Ngày duyệt đăng bài: 25/10/2017.

ABSTRACT

By conducting a questionnaire survey with 600 young peoples in three cities as Hanoi, Khanh Hoa and Ho Chi Minh City, this research shows that Facebook and Zalo are the two social networks most used by young peoples to comment on an issue. Youth is more likely to make comments on social issues than on political or private issues. In addition, we found interesting differences in the behavior of comments among different youth groups by sex, education level, place of residence and jobs. Besides, it is quite popular that youth keeps themselves anonymous when making a comment on social networks.

Keywords: Comment; Social Network; Youth; Behavior; Internet.

1. Mở đầu

Thanh niên là một trong những đối tượng sử dụng mạng xã hội nhiều nhất. Trong một thế giới được quan niệm là “phẳng” như ngày nay thì thông tin về nhiều lĩnh vực như chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội,... được cập nhật liên tục trên các trang mạng xã hội. Một số mạng xã hội nổi tiếng và phổ biến nhất thế giới là Facebook, Youtube, Twitter... đang trở thành kênh thông tin quan trọng, thiết yếu, có sức lan truyền rất nhanh chóng và diện bao phủ vô

cùng lớn, tác động mạnh đến thói quen, lối sống của thanh niên. Một nghiên cứu mới công bố đầu năm 2017 của tổ chức mang tên “Chúng tôi là mạng xã hội” (We Are Social Media) cho thấy, thời gian trung bình vào mạng xã hội của người Việt Nam là 2 giờ 39 phút mỗi ngày, tập trung chủ yếu ở lứa tuổi từ 18 đến 34. Như vậy, thời gian mà thanh niên dành ra hàng ngày để sử dụng mạng xã hội đã tăng lên đáng kể so với thời điểm năm 2009 [7].

Thực tế cho thấy, thanh niên hiện nay có xu hướng giao tiếp, tương tác gián tiếp thay vì giao tiếp trực tiếp, gặp gỡ nhau như trước kia. Thông qua các thiết bị công nghệ truyền thông hiện đại, nhỏ gọn như điện thoại thông minh, máy tính bảng..., thanh niên dễ dàng có điều kiện và cơ hội tiếp cận với kho tri thức của nhân loại, các nền văn hóa bên ngoài lãnh thổ quốc gia, từ đó nâng cao hiểu biết và mở rộng các mối quan hệ. Cũng thông qua mạng xã hội, thanh niên có thể dễ dàng bày tỏ, trình bày ý kiến, quan điểm của mình bằng cách đăng tải, chia sẻ các bài viết hoặc đơn giản chỉ là bằng những dòng bình luận... một cách nhanh chóng, trực tiếp và không bị ràng buộc bởi không gian và thời gian.

Nghiên cứu này của chúng tôi tập trung tìm hiểu mạng xã hội nào thanh niên thường sử dụng để bình luận, các vấn đề thanh niên thường bình luận và tính ẩn danh của thanh niên khi bình luận.

2. Khách thể và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khách thể nghiên cứu

Tổng số khách thể tham gia nghiên cứu là 600 người, ngoài ra, có 6 người (trong số mẫu trả lời phiếu) tham gia phỏng vấn sâu với các đặc điểm như sau:

Bảng 1: Đặc điểm khách thể nghiên cứu (N = 600)

Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ %	Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	307	51,2	Trình độ học vấn	Trung học phổ thông	133	22,2
	Nữ	293	48,8		Trung học chuyên nghiệp	74	12,3
Tuổi	16 - 20	177	29,5		Cao đẳng, đại học	312	52,0
	21 - 25	252	42,0		Sau đại học	81	13,5
	26 - 30	171	28,5	Đối tượng thanh niên	Học sinh	90	15,0
					Sinh viên	207	34,5
Nơi ở	Thành thị	340	56,7		Công chức, viên chức	186	31,0
	Nông thôn	260	43,3		Công nhân	117	19,5

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chính là điều tra bằng phiếu trưng cầu ý kiến kết hợp phỏng vấn sâu với mục đích tìm hiểu về mạng xã hội thanh niên thường sử dụng để bình luận, các vấn đề thanh niên thường bình luận và tìm hiểu tính ẩn danh của thanh niên khi bình luận các vấn đề đó.

Để tìm hiểu mức độ bình luận của thanh niên đối với các vấn đề trên mạng xã hội, một thang đo được thiết kế bao gồm 20 mệnh đề (item) xoay quanh các vấn đề xã hội, chính trị, đời tư như: *Vấn đề xả thải chất công nghiệp gây ô nhiễm môi trường; Vấn đề mất vệ sinh an toàn thực phẩm; Việc ban hành các chính sách của Đảng và Nhà nước; Hiện tượng quan chức tham nhũng; Thông tin về đời tư của người nổi tiếng; Hiện tượng sống ảo, chia sẻ thông tin không thật về bản thân...* Mỗi mệnh đề có 3 phương án trả lời với 3 mức độ và điểm tương ứng như sau: 1- *Không bao giờ*; 2- *Thỉnh thoảng*; 3- *Thường xuyên*. Điểm trung bình càng lớn cho thấy mức độ bình luận trên mạng xã hội của thanh niên càng thường xuyên và ngược lại. Điểm trung bình của từng item, nhóm item (sau khi phân tích nhân tố) và của từng nhóm khách thể được xác định theo điểm trung bình chung và độ lệch chuẩn của toàn bộ thang đo, cụ thể trình bày trong bảng sau:

Bảng 2: Điểm trung bình, độ lệch chuẩn của toàn thang đo và mức xếp hạng điểm trung bình về hành vi bình luận của thanh niên

Điểm trung bình/Độ lệch chuẩn của toàn thang đo	Mức xếp hạng điểm trung bình của hành vi bình luận trên mạng xã hội của thanh niên		
	Mức thường xuyên thấp	Mức trung bình	Mức thường xuyên cao
1,97/0,62	1,00 - 1,35	1,36 - 2,58	2,59 - 3,00

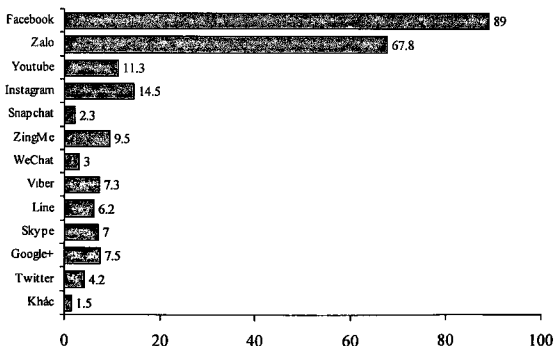
Thang đo có hệ số Alpha của Cronbach là 0,934, phù hợp để ứng dụng vào nghiên cứu thực tiễn.

Dữ liệu nghiên cứu sau khi thu lại được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS, phiên bản 22.0. Ngoài các phép thống kê mô tả, tính điểm trung bình, độ lệch chuẩn, phân tích nhân tố khám phá EFA, phép kiểm định T-test và Anova cũng được dùng để tìm hiểu sự khác biệt giữa các nhóm khách thể. Phép phân tích tương quan Pearson cũng được sử dụng để tìm hiểu mối quan hệ giữa các biến số.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Các mạng xã hội thanh niên thường sử dụng để thực hiện hành vi bình luận

Kết quả khảo sát cho thấy, thanh niên hiện nay sử dụng rất nhiều mạng xã hội khác nhau để tham gia bình luận các bài viết hoặc các trạng thái được đăng tải. Trong đó, 2 mạng xã hội được thanh niên sử dụng thường xuyên nhất cho việc bình luận là mạng Facebook (89,0%) và mạng Zalo (67,8%). Theo báo cáo Tổng quan thị trường di động Việt Nam đầu năm 2017 do Công ty Appota công bố ngày 25/4/2017, tại Việt Nam có 38 triệu người dùng mạng xã hội, trong đó, số lượng người dùng trong độ tuổi từ 18 đến 34 chiếm tỷ lệ cao. Đặc biệt, tính đến tháng 9/2016, số lượng tài khoản được tạo của mạng Zalo tại Việt Nam đạt mốc 60 triệu tài khoản và mạng Facebook đạt khoảng 35 triệu tài khoản. Có thể khẳng định đây là hai mạng xã hội phổ biến nhất tại Việt Nam hiện nay nên tỷ lệ thanh niên nói riêng và người dân Việt Nam nói chung tương tác trên hai mạng này nhiều nhất là điều dễ hiểu. Với các mạng xã hội này, người dùng có thể thoải mái đăng tải bài viết, hình ảnh, video,... mà không hề bị giới hạn về dung lượng. Ngoài ra, các mạng xã hội còn hỗ trợ cả tính năng gọi video để giúp mọi người giao tiếp với nhau dễ dàng hơn [10].



Biểu đồ 1: Các mạng xã hội thanh niên thường sử dụng để bình luận các bài viết

Bên cạnh hai mạng xã hội lớn nhất Việt Nam là Facebook và Zalo, thanh niên cũng sử dụng một số mạng xã hội khác để tương tác, bình luận, song tần suất sử dụng không thường xuyên như: Instagram, Youtube, ZingMe, Google+...

3.2. Mức độ bình luận của thanh niên trên mạng xã hội

Trong số 20 vấn đề, sự kiện thuộc các lĩnh vực được đưa ra để thanh niên đánh giá về mức độ bình luận của họ, bằng việc áp dụng kỹ thuật phân tích nhân tố với phép xoay Varimax (hệ số KMO = 0,945; $p = 0,000 < 0,001$), chúng tôi khám phá ra các nhân tố sau:

Nhân tố 1: Nhóm các vấn đề xã hội.

Nhân tố 2: Nhóm các vấn đề chính trị.

Nhân tố 3: Nhóm các vấn đề về đời tư.

Các nhân tố này giải thích được 66,694% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố

Vấn đề	Nhân tố		
	1	2	3
1. Các vấn đề xã hội			
Vấn đề xả thải chất công nghiệp gây ô nhiễm môi trường	0,845		
Vấn đề mất vệ sinh an toàn thực phẩm	0,843		
Hiện tượng tranh giành, cướp giật vật phẩm trong các lễ hội	0,764		
Hiện tượng vô cảm của con người trước các hoàn cảnh khó khăn	0,763		
Thông tin về tấm gương người tốt việc tốt	0,723		
Hành vi sai phạm của một số người thi hành công vụ	0,641		
Hiện tượng “hôi cửa” tại một số địa phương	0,622		
Thông tin về những vụ án oan sai	0,608		
2. Các vấn đề chính trị			
Vấn đề nhân sự Đại hội Đảng		0,822	
Việc ban hành các chủ trương, chính sách của Tổng thống Mỹ		0,813	
Hiện tượng một số lãnh đạo Đảng và Nhà nước bị kỷ luật		0,789	

Vấn đề	Nhân tố		
	1	2	3
Tình trạng bạo loạn, khủng bố tại một số quốc gia		0,713	
Vấn đề chủ quyền biển Đông		0,688	
Việc ban hành các chính sách của Đảng và Nhà nước		0,678	
Hiện tượng quan chức tham nhũng		0,626	
3. Các vấn đề về đời tư			
Có ý kiến phản đối, lên án, tẩy chay một ai đó trên mạng xã hội			0,815
Hiện tượng sống ảo, chia sẻ thông tin không thật về bản thân			0,774
Lập trang mạng xã hội mạo danh các nhân vật chính khách, người nổi tiếng để đưa thông tin, ý kiến			0,674
Thông tin về đời tư của người nổi tiếng			0,650

Tìm hiểu hành vi bình luận trên mạng xã hội của thanh niên đối với các vấn đề, lĩnh vực cho thấy, nhìn chung, thanh niên hiện nay thực hiện hành vi này ở mức độ trung bình. Việc bình luận về các vấn đề liên quan đến đời tư có mức độ thấp nhất (ĐTB = 1,78; DLC = 0,77) và mức độ cao nhất liên quan tới các vấn đề xã hội (ĐTB = 2,07; DLC = 0,66). Kết quả này được biểu hiện rõ hơn thông qua nội dung phỏng vấn sâu:

“Thường thì em ít khi quan tâm đến việc của người khác. Nếu có đọc được trên facebook thì biết vậy thôi, chứ hiếm khi em bình luận lắm. Nếu có cũng chỉ là bình luận bài viết của bạn bè, người thân và chỉ xoay quanh các vấn đề như học hành, làm việc, vui chơi thôi... chứ nói về đời tư hay phê phán, bình luận đúng thì không sao chứ không đúng họ lại bảo mình nói xấu này nọ...” (nữ, sinh viên, Hà Nội);

“Dạo này nhiều vấn đề “nóng” quá, mình cũng phải tham gia bình luận, chia sẻ để thể hiện quan điểm của mình chứ... Với lại facebook là của mình, nói gì, viết gì là quyền của mình, miễn là không ảnh hưởng đến ai là được. Còn lĩnh vực gì ảnh hưởng trực tiếp đến mình thì mình tham gia trao đổi, những vấn đề không liên quan thì xem cho biết thôi” (nam, công nhân, Hà Nội).

Ở châu Âu, hơn 40,0% số người trong độ tuổi 15 - 24 nói rằng họ đã bày tỏ quan điểm về các vấn đề xã hội thông qua các mạng xã hội nhiều hơn so với chỉ 25,0% số người ở độ tuổi 45 - 54 tuổi [dẫn theo 9]. Một nghiên cứu khác tại

Mỹ được thực hiện bởi Trung tâm Nghiên cứu Pew về con người và về báo chí (Pew Research Center for the People & the Press) cho thấy, có khoảng gần 1/3 số người sử dụng mạng xã hội để thảo luận, bình luận hoặc đăng tải các bài viết về chính trị hoặc Chính phủ (trong đó, mức độ thường xuyên là 9,0% và thỉnh thoảng là 23,0%). Hơn 2/3 số người còn lại nói rằng họ hiếm khi (30,0%) hoặc không bao giờ (38,0%) làm điều này. Bên cạnh đó, báo cáo cũng khẳng định, người trẻ tuổi có xu hướng bình luận nhiều hơn người lớn tuổi về các vấn đề chính trị [8]. Thực tế là, vấn đề chính trị thường được mọi người coi là nhạy cảm và ít được bình luận công khai. Chính vì vậy, mạng xã hội là môi trường bày tỏ quan điểm được ưa chuộng. Khoảng 40% số người đồng ý với quan điểm cho rằng, mạng xã hội là nơi mọi người có thể thảo luận mọi thứ về vấn đề chính trị, những thứ mà không bao giờ họ dễ dàng để nói trực tiếp. Và phần lớn người sử dụng mạng xã hội cố gắng kiềm chế tham gia vào các cuộc nói chuyện liên quan đến chính trị (83,0% số người thường bỏ qua không đọc các bài viết có nội dung liên quan đến chính trị, 15,0% - thường bình luận các bài đăng này và 2,0% - có ý kiến khác) [8].

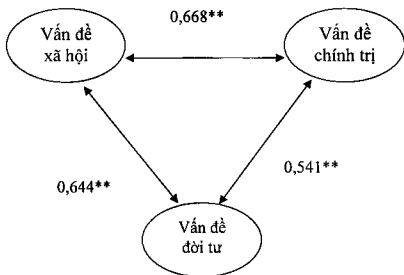
Bảng 4: *Mức độ thanh niên thực hiện hành vi bình luận trên mạng xã hội*

	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Mức độ
1. Vấn đề xã hội	2,07	0,66	Trung bình
2. Vấn đề chính trị	1,95	0,68	Trung bình
3. Vấn đề về đời tư	1,78	0,77	Trung bình

Xem xét về tỷ lệ phần trăm thanh niên thường xuyên bình luận các vấn đề về đời tư, chúng tôi thấy rằng, thanh niên khá quan tâm đến lĩnh vực này, thể hiện ở việc họ thường xuyên đưa ra ý kiến bình luận về: Thông tin liên quan đến đời tư của người nổi tiếng (57,5%); các trang mạng xã hội mạo danh người nổi tiếng (57,0%); các ý kiến phản đối, tẩy chay một người nào đó trên mạng xã hội (56,3%) hay đưa ra ý kiến trước những hiện tượng sống ảo, chia sẻ thông tin không thật về bản thân (51,3%). Như vậy, với sức mạnh lan truyền, chia sẻ thông tin rộng khắp, mạng xã hội đã bị nhiều cá nhân lợi dụng để xâm phạm đời tư, xúc phạm danh dự người khác hoặc đưa ra những lời bình luận thô tục, thiếu chuẩn mực. Hiện có nhiều người có sở thích đăng tải, chia sẻ mọi thứ lên mạng xã hội, thậm chí có người còn lấy ảnh một người nào đó kèm các câu bình luận không đúng sự thật, ghép vào, rồi chia sẻ khắp nơi nhằm bôi xấu, xúc phạm người khác, gây nên nhiều bức xúc trong xã hội và cộng đồng mạng. Một phần nguyên nhân của thực trạng này là nhiều thanh niên có tính bốc đồng, thích giật

gân, làm vì vui chứ không nghĩ đến hậu quả. Quan trọng hơn, hiện nay, các thông tin trên mạng xã hội không có bất kỳ sự kiểm duyệt nào. Chính vì thế, nhiều người lợi dụng mạng xã hội đưa các tin giật gân, bịa đặt. Thậm chí, họ dựng cả clip giả tạo để phục vụ mục đích riêng [11].

Kết quả phân tích tương quan cho thấy mức độ thực hiện hành vi bình luận của thanh niên đối với ba nhóm vấn đề nêu trên có mối tương quan thuận và tương đối chặt chẽ. Hệ số tương quan R dao động trong khoảng từ 0,541 đến 0,668. Điều này chứng tỏ rằng, thanh niên hiện nay không chỉ bình luận và đưa ý kiến về duy nhất một nhóm vấn đề mà họ còn đưa ý kiến, bình luận về nhiều nhóm vấn đề.



Hình 1: Tương quan Pearson giữa các vấn đề

** Hành vi bình luận trên mạng xã hội của thanh niên - so sánh theo các biến số*

Kết quả kiểm định sự khác biệt về hành vi bình luận trên mạng xã hội giữa các nhóm khách thể thanh niên cho thấy:

Theo giới tính: Nam thanh niên có mức độ bình luận trên mạng xã hội cao hơn nữ thanh niên, ở tất cả các nhóm vấn đề xã hội, chính trị và đời tư. Lý thuyết về vai trò giới đưa ra một giải thích khá hợp lý cho việc tại sao nữ giới ít tham gia vào các quá trình tranh luận và thảo luận so với nam giới. Krupnick (1985) đề xuất bốn nhân tố giải thích cho việc tại sao phụ nữ ít tham gia bày tỏ ý kiến của mình: *Thứ nhất*, phụ nữ thường coi mình là thiểu số, nhóm yếu; *Thứ hai*, phụ nữ thường không sẵn sàng cạnh tranh; *Thứ ba*, phụ nữ dễ bị tổn thương;

thứ tư, phụ nữ có xu hướng dành thời gian nhiều hơn cho nam giới (nhường nhịn) [6]. Karpowitz, Mendelberg và Shaker (2012) cũng gợi ý rằng, sự tham gia của phụ nữ và quyền lợi của họ sẽ thấp hơn khi họ là một nhóm thiểu số và đàn ông thì thường có xu hướng thể hiện quyền và năng lực của mình hơn trong các cuộc thảo luận, nên họ thường có ưu thế cao trong các cuộc thảo luận và đưa ý kiến [4]. Tuy vậy, cũng có những lúc, phụ nữ tham gia bày tỏ ý kiến, quan điểm mạnh mẽ hơn, ví dụ như trong nhóm hội thoại toàn là nữ (Karpowitz và Medelberg, 2014) [5].

Theo độ tuổi: Nhóm thanh niên tuổi từ 21 - 25 tham gia bình luận trên mạng cao hơn so với hai nhóm tuổi còn lại. Khi bình luận về các vấn đề xã hội thì nhóm thanh niên từ 16 - 20 tuổi và nhóm 26 - 30 có mức độ bình luận như nhau, song, ở trong vấn đề chính trị và đời tư thì nhóm 16 - 20 tuổi lại cao hơn so với nhóm 26 - 30 tuổi.

Bảng 5: Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm khách thể phân theo giới tính và độ tuổi

Vấn đề	Giới tính			Độ tuổi			
	Nam	Nữ	T-test	Từ 16 - 20 tuổi	Từ 21 - 25 tuổi	Từ 26 - 30 tuổi	Anova
Xã hội	2,18	1,96	F = 2,439; P = 0,000	1,98	2,20	1,98	F = 8,526; P = 0,000
Chính trị	2,05	1,84	F = 2,191; P = 0,000	1,86	2,12	1,77	F = 16,721; P = 0,000
Đời tư	1,89	1,66	F = 1,064; P = 0,000	1,85	1,91	1,52	F = 14,109; P = 0,000

Theo trình độ học vấn: Nhóm thanh niên có trình độ trung học chuyên nghiệp có mức độ thực hiện hành vi bình luận về các nhóm vấn đề chính trị và đời tư cao hơn các nhóm tuổi còn lại, nhóm thanh niên có trình độ trên đại học lại thực hiện hành vi này ở mức thấp nhất. Hiện chúng tôi chưa lý giải được một cách hợp lý kết quả này. Ngoài ra, chúng tôi không tìm thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thực hiện các hành vi bình luận về các vấn đề xã hội giữa các nhóm phân theo trình độ học vấn.

Theo nghề nghiệp: Thanh niên công nhân thực hiện hành vi bình luận về các vấn đề xã hội và chính trị cao nhất, trong khi những hành vi này ở nhóm thanh niên học sinh là thấp nhất. Riêng hành vi bình luận về đời tư, kết quả cho thấy, mức độ thực hiện hành vi này ở đối tượng sinh viên là cao nhất và đối tượng công chức, viên chức là thấp nhất. Thực tế là, nhóm thanh niên đã đi làm

thường thể hiện vai trò của họ trên mạng một cách trầm tĩnh hơn, có tính toán và cân nhắc hơn, họ thường quan sát, nghe ngóng và thận trọng hơn trước khi tham gia các diễn đàn hoặc bình luận về một vấn đề nào đó (Nguyễn Thị Phương Châu, 2013) [2]. Một số ý kiến phỏng vấn cũng góp phần lý giải phần nào cho kết quả này:

“Trên mạng bây giờ đầy rẫy những thông tin về mất vệ sinh an toàn thực phẩm, ô nhiễm môi trường, tai nạn giao thông, bắt cóc trẻ em... Những thông tin này tôi theo dõi thường xuyên. Nhiều lúc cũng bình luận để đưa quan điểm và nhiều lúc cũng chia sẻ cho người thân trong gia đình biết để cảnh giác và tự bảo vệ mình...” (nam, công nhân, Hà Nội) hay như: *“Việc chính của em bây giờ là học cho thật tốt để sang năm thi tốt nghiệp đạt điểm cao... Nhiều lúc chỉ đọc báo nắm thông tin cho biết thôi chứ cũng không bận tâm lo lắng hay tham gia bàn luận gì nhiều...”* (nữ, học sinh, Khánh Hòa);

“Công sở bây giờ cũng phức tạp lắm, nói xấu nhau là bình thường... Nhưng tôi nghĩ việc nói xấu nhau hay bình phẩm gì về cuộc sống riêng tư cá nhân của ai đó ở trên mạng xã hội là không nên... Tôi cũng không bao giờ bình luận về ai công khai trên mạng xã hội cả” (nam, công chức, Hà Nội).

Bảng 6: Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm khách thể phân theo trình độ học vấn và nghề nghiệp

Nhóm khách thể		Vấn đề xã hội	Vấn đề chính trị	Vấn đề đời tư
Trình độ học vấn	Trung học phổ thông		1,86	1,71
	Trung học chuyên nghiệp		2,05	1,87
	Cao đẳng, đại học,		2,01	1,85
	Trên đại học		1,73	1,57
	Anova		F = 5,215; P = 0,001	F = 3,458; P = 0,016
Nghề nghiệp	Học sinh	1,81	1,63	1,68
	Sinh viên	2,14	2,05	1,92
	Công chức, viên chức	2,04	1,86	1,65
	Công nhân	2,20	2,15	1,84
	Anova	F = 7,148; P = 0,000	F = 13,700; P = 0,000	F = 4,872; P = 0,002

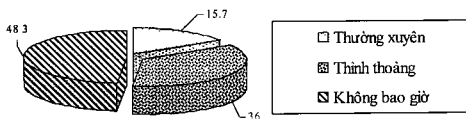
* Ghi chú: Bảng kết quả chỉ thể hiện những số liệu có ý nghĩa về mặt thống kê.

3.3. Tính ẩn/nặc danh của thanh niên khi bình luận trên mạng xã hội

Danh tính người sử dụng internet thường được thể hiện bằng tài khoản (account) hoặc tên (nickname). Trên môi trường đầy chủ động và tự do sáng tạo như mạng xã hội, nhiều thanh niên thể hiện hoặc ẩn giấu “cái tôi” bằng cách lập nhiều tài khoản khác ngoài tài khoản chính với mục đích thể hiện nhiều nét bản sắc khác nhau thông qua nhiều tài khoản hoặc để không muốn cho người khác biết về mình, về những gì mình làm trên mạng xã hội.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hiện nay có hiện tượng thanh niên không công khai với tư cách cá nhân để bình luận, đưa ý kiến trên mạng xã hội. Cụ thể, có 15,7% số thanh niên thường xuyên dùng một tài khoản khác ngoài tài khoản chính để bình luận các bài viết (tài khoản này có thể là tài khoản phụ hoặc tài khoản nặc danh, ẩn danh); 36,0% số thanh niên thỉnh thoảng thực hiện hành vi này và 48,3% số thanh niên không bao giờ dùng một tài khoản khác để bình luận. Nói cách khác, có gần 1/2 số thanh niên được khảo sát dùng tài khoản chính của mình để bình luận và đưa ý kiến về các vấn đề trên mạng xã hội. Điều này thể hiện rằng, cũng có một tỷ lệ tương đương khoảng 1/2 số thanh niên còn chưa tự tin hoặc chưa muốn bày tỏ ý kiến một cách công khai trên mạng xã hội. Mặt khác, có thể khẳng định thanh niên hiện nay có một chiến lược, mục đích rõ ràng trong việc tạo nhiều tài khoản mạng xã hội để chia sẻ về nhiều vấn đề khác nhau với từng đối tượng khác nhau, thể hiện nhiều bản sắc khác nhau trong không gian đa bản sắc của internet và mạng xã hội (Đặng Thị Thu Hương, 2016) [3].

Theo một nghiên cứu của tác giả Nguyễn Thị Phương Châm (2013), có khoảng 32,2% số thanh niên hiện nay sử dụng nhiều tài khoản mạng xã hội khác nhau. Theo những người này, việc sử dụng nhiều tài khoản nhằm nhiều mục đích như: để phòng trường hợp trục trặc tài khoản; thể hiện mình được nhiều hơn và với nhiều nhóm khác nhau; thoải mái làm những điều mình thích trên mạng; có thêm nhiều vốn sống trong không gian mạng và cũng là sống nhiều cuộc sống trên mạng [2].



Biểu đồ 2: Hiện tượng thanh niên sử dụng tài khoản mạng xã hội khác ngoài tài khoản chính để bình luận

Kết quả kiểm định sự khác biệt về hành vi bình luận giữa các mức độ thực hiện hành vi sử dụng tài khoản ẩn/nặc danh của thanh niên trên mạng xã hội cho thấy: Thanh niên có xu hướng sử dụng thường xuyên các tài khoản nặc/ẩn danh khi bình luận các vấn đề liên quan đến chính trị và đời tư. Trong khi đó, thanh niên lại có xu hướng “công khai hóa” tài khoản của mình khi bình luận về các vấn đề xã hội ($p < 0,05$).

Bảng 7: Kiểm định sự khác biệt trong việc thực hiện hành vi bình luận giữa các mức độ hành vi ẩn/nặc danh

Nhóm vấn đề	Mức độ hành vi dùng tài khoản ẩn/nặc danh để bình luận			
	Thường xuyên	Thỉnh thoảng	Không bao giờ	Anova
1. Xã hội	1,93	2,11	2,17	$F = 56,670; p = 0,037$
2. Chính trị	2,27	1,89	1,69	$F = 9,405; p = 0,000$
3. Đời tư	2,15	1,77	1,42	$F = 11,894; p = 0,002$

4. Một số kết luận chính được rút ra

Thanh niên thực hiện các hành vi bình luận bài viết và bày tỏ ý kiến nhiều nhất trên hai mạng xã hội là Facebook và Zalo.

- Hành vi bình luận trên mạng xã hội của thanh niên nhìn chung ở mức độ trung bình, trong đó, hành vi bình luận về các vấn đề xã hội được thực hiện thường xuyên hơn so với hai loại hành vi bình luận về các vấn đề chính trị và đời tư.

- Nam thanh niên tham gia bình luận trên mạng xã hội nhiều hơn nữ thanh niên. Nhóm thanh niên từ 21 - 25 tuổi tham gia bình luận trên mạng xã hội nhiều hơn các nhóm tuổi thanh niên khác. Yếu tố trình độ học vấn, nghề nghiệp của thanh niên cũng phần nào quy định mức độ thực hiện các hành vi bình luận của thanh niên trên mạng xã hội.

- Thanh niên hiện nay đang có xu hướng sử dụng nhiều tài khoản ẩn/nặc danh để bình luận và đưa ra ý kiến trên mạng xã hội.

Tài liệu tham khảo

1. Appota (2017). *Báo cáo Tổng quan thị trường di động Việt Nam đầu năm 2017*.
2. Nguyễn Thị Phương Châm (2013). *Internet: Mạng lưới xã hội và sự thể hiện bản sắc*. NXB Khoa học xã hội.

3. Đặng Thị Thu Hương (2016). *Văn hóa truyền thông đại chúng ở Việt Nam trong điều kiện kinh tế thị trường và toàn cầu hóa*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Karpowitz C.F., Mendelberg T. and Shaker L. (2012). *Gender inequality in deliberative participation*. American Political Science Review. 106 (03). P. 533 - 547. Doi: 10.1017/S0003055412000329.
5. Karpowitz C. and Mendelberg T. (2014). *The silent sex: Gender, deliberation and institutions*. Princeton. NJ: Princeton University Press.
6. Krupnick C.G. (1985). *Women and men in the classroom: Inequality and its remedies*. On Teaching and Learning. 1 (1). P. 18 - 25.
7. <http://congnghe.vn/muc/internet/tin/viet-nam-co-hon-46-trieu-nguoi-thuong-xuyen-su-dung-mang-xa-hoi-2090710>. Truy cập ngày 30/9/2017.
8. <http://www.pewinternet.org/2016/10/25/political-content-on-social-media/>. Truy cập ngày 30/9/2017.
9. <http://www.debatingeurope.eu/2015/05/12/can-social-media-help-engage-young-people%20-in-politics/#.WevzYI-0Ndh>. Truy cập ngày 01/10/2017.
10. <https://ftptshop.com.vn/tin-tuc/thu-thuat/nhung-mang-xa-hoi-smartphone-pho-bien-nhat-viet-nam-59279>. Truy cập ngày 02/10/2017.
11. <https://www.baomoi.com/ai-cung-co-the-la-nan-nhan-cua-mang-xa-hoi/c/22905922.epi>. Truy cập ngày 02/10/2017.