

ỨNG DỤNG SOCIAL LISTENING TRONG PHÂN TÍCH HÀNH VI SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN

TS Đỗ Văn Hùng, CN Trần Bá Biên

Khoa TT-TV, Trường ĐH KHXH&NV Hà Nội

Tóm tắt: Social Listening đang nổi lên như một công cụ hiệu quả, khách quan và chính xác để nghiên cứu hành vi của người dùng trên mạng xã hội. Bài nghiên cứu này trình bày khái niệm và vai trò của social listening trong việc nghiên cứu dư luận xã hội nói chung và nghiên cứu hành vi tham gia mạng xã hội của sinh viên nói riêng. Trên cơ sở đó, đề xuất các hướng nghiên cứu và ứng dụng Social Listening và nghiên cứu hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên, qua đó góp phần hỗ trợ và định hướng sinh viên tham gia mạng xã hội một cách chủ động, an toàn và có trách nhiệm.

Từ khóa: Social Listening; lắng nghe mạng xã hội; nghiên cứu dư luận xã hội; phân tích hành vi thông tin; hành vi sử dụng mạng xã hội.

APPLYING SOCIAL LISTENING IN ANALYZING STUDENTS' SOCIAL NETWORK USAGE BEHAVIOR

Abstract: Social listening is emerging as an effective, objective and accurate tool to study user behavior on social networks. This research paper presents concepts and roles of social listening in studying public opinions in general and students' behavior of participating in social networks in particular. On that basis, proposing research directions and applications of social listening and studying students' behavior of using social networks, thereby supporting and orienting them to participate actively, safely and responsibly in social networks.

Keywords: Social listening; Social network listening; public opinion research; information behavior analysis; social network usage behavior.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Mạng xã hội được coi là “cuộc sống thứ hai” của sinh viên. Ở đó, họ có thể bộ lộ tất cả những gì thuộc về mình. Thậm chí, mạng xã hội được xem là nơi để người trẻ thực hiện những hành vi, bày tỏ thái độ hay quan điểm mà trong cuộc sống thực họ không dám thể hiện. Số lượng và thời lượng sử dụng mạng xã hội của người trẻ ngày càng tăng, với thời gian trực tuyến trung bình 6 tiếng 38 phút [Datareportal, 2022]. Bên cạnh đó, những ảnh hưởng tiêu cực cũng như tích cực của mạng xã hội đang đặt ra vấn đề cho mỗi cá nhân tham gia mạng xã hội một cách an toàn và hiệu quả.

Thông tin đến từ các nguồn “không chính thức” như mạng xã hội, blog, diễn đàn và trang tin tức chiếm khoảng 70% cuộc trò chuyện trực tuyến trong môi trường học thuật như các trường đại học [Campus Sonar, 2023]. Social Listening - lắng nghe mạng xã hội tập trung vào

những gì mọi người nói trực tuyến trong các không gian công cộng và việc hiểu được những nhận thức được hình thành từ cuộc trò chuyện đó. Việc phân tích và dự đoán hành vi của người trẻ trên môi trường trực tuyến giúp chúng ta hiểu hơn về họ, trên cơ sở đó có được những định hướng tốt hơn cho sinh viên ngay từ khi họ còn ngồi trên ghế nhà trường.

1. KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA SOCIAL LISTENING

Khái niệm Social Listening

Social Listening được biết đến với thuật ngữ “lắng nghe mạng xã hội” hoặc “nghiên cứu dư luận xã hội”, xuất hiện như một khái niệm vào đầu những năm 2000 với sự phát triển của các nền tảng mạng xã hội, như: MySpace, Facebook và Twitter (mạng xã hội này mới đổi tên thành X). Ban đầu, Social Listening bao gồm việc theo dõi và phân tích thủ công các cuộc trò chuyện và đề cập trên các nền tảng mạng xã hội để đánh giá ý

kiến của công chúng. Với sự bùng nổ của cuộc cách mạng 4.0 đã cho ra đời các phương tiện truyền thông xã hội mới, và tiêu biểu là sự xuất hiện của các mạng xã hội, như: Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok,... Các mạng xã hội này có lượng người sử dụng khổng lồ, lên tới hàng tỷ người dùng trên toàn cầu, đã và đang trở thành nơi có lượng thảo luận từ người dùng về mọi vấn đề, mọi lĩnh vực ngành nghề xã hội. Trong năm 2022, trung bình một người dùng sẽ dành 2 giờ 27 phút trên mạng xã hội, quy mô thị trường tiếp thị người ảnh hưởng dự kiến sẽ tăng lên 17.4 tỷ đô la vào năm 2023 [Collabstr, 2022].

Social Listening được định nghĩa là một quy trình theo dõi các kênh trên các phương tiện truyền thông xã hội để lắng nghe tất cả các cuộc trò chuyện, thảo luận đề cập đến thương hiệu, phản hồi của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ, đối thủ cạnh tranh, sức khỏe thương hiệu và hơn thế nữa. Từ đó đưa ra báo cáo chuyên sâu dựa trên xử lý dữ liệu để các doanh nghiệp hiểu hơn về khách hàng và thị trường đang nói gì về họ. Theo Margaret và Christa (2018) thì Social Listening là một quá trình tích cực tham gia, quan sát, diễn giải và phản hồi nhiều kích thích thông qua các kênh trung gian, điện tử và xã hội. Cũng theo Amaresan (2021) định nghĩa Social Listening là quá trình theo dõi các kênh truyền thông để lắng nghe tất cả các cuộc trò chuyện với dữ liệu phủ sóng từ các kênh truyền thông xã hội có đề cập đến thương hiệu, phản hồi của khách hàng về sản phẩm hoặc dịch vụ, đối thủ cạnh tranh,... Từ đó, thương hiệu tiến hành phân tích để đưa ra các báo cáo sâu sắc dựa trên việc xử lý dữ liệu để hiểu xu hướng thị trường và hỗ trợ ra quyết định. Có rất nhiều khái niệm khác nhau được dùng để khái quát về Social Listening và các khái niệm này đều

có một điểm chung là cho rằng Social Listening là một quy trình thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu dựa vào các từ khóa có liên quan đến một vấn đề nào đó trên các phương tiện truyền thông xã hội.

Vai trò của Social Listening

Tiến bộ đáng kể trong kỹ thuật số đã dẫn đến sự phát triển vượt bậc của các nền tảng truyền thông xã hội và tạo nên một tương tác đa dạng và phong phú giữa người dùng trên toàn thế giới. Trong bối cảnh này, Social Listening đã nổi lên như một phương pháp nghiên cứu không thể thiếu, đóng vai trò quan trọng trong việc hiểu rõ, phân tích và ứng dụng thông tin từ các cuộc trò chuyện trực tuyến và hoạt động trên mạng xã hội. Social Listening, còn được gọi là Social Media Listening hoặc Social Media Monitoring, là quá trình theo dõi và thu thập thông tin từ các nền tảng truyền thông xã hội và các nguồn trực tuyến khác liên quan đến quan điểm, ý kiến, phản hồi và trào lưu của cộng đồng mạng về một chủ đề, thương hiệu, sản phẩm hoặc sự kiện cụ thể. Vai trò của Social Listening không chỉ dừng lại ở việc thu thập dữ liệu, mà còn mở ra cơ hội đắt giá để phân tích và tìm hiểu sâu hơn về tâm lý, ngữ cảnh và hành vi của người dùng trực tuyến.

Một trong những đặc điểm nổi bật của Social Listening là khả năng giúp các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân có cái nhìn toàn diện về sự phản hồi của khách hàng và cộng đồng mạng đối với sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Điều này giúp họ nắm bắt những vấn đề cụ thể mà khách hàng quan tâm, nhận xét tích cực hoặc phê phán về sản phẩm, cung cấp thông tin hữu ích cho việc tối ưu hóa chiến lược kinh doanh và tiếp thị.

Social Listening cũng có thể được áp dụng trong lĩnh vực nghiên cứu xã hội, nơi nó cung cấp một nguồn dữ liệu phong phú về quan điểm của cộng

đồng, xu hướng xã hội và tâm lý cá nhân. Social Listening giúp khám phá và hiểu rõ hơn về cách mọi người tương tác, chia sẻ thông tin và diễn đạt ý kiến trên mạng xã hội. Bằng cách thu thập và phân tích các dữ liệu như bài viết, bình luận, hashtag và chia sẻ,... các nhà nghiên cứu có thể tìm ra các xu hướng, quan điểm phổ biến và biểu hiện của tình cảm trong các dữ liệu. Điều này có thể hỗ trợ trong việc dự đoán sự phát triển của các vấn đề xã hội, thay đổi tư duy cộng đồng và thậm chí phát hiện ra những vấn đề tiềm ẩn mà chưa được đặt lên bàn thảo luận. Social Listening cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nghiên cứu hành vi. Bằng cách theo dõi cách mọi người phản ứng và tương tác với nội dung trên mạng xã hội, các nhà nghiên cứu có thể tiếp cận dữ liệu về hành vi và các biểu hiện về tâm lý của người dùng như sự hài lòng, lo lắng, sự quan tâm và phản đối. Điều này có thể hỗ trợ trong việc hiểu rõ hơn về quá trình ra quyết định, các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi và gây ra sự thay đổi hành vi, đồng thời giúp các nhà nghiên cứu có cái nhìn sâu hơn về các vấn đề xã hội đang diễn ra và thay đổi theo thời gian.

Có thể nói, Social Listening đóng vai trò quan trọng trong việc thu thập, phân tích và hiểu rõ thông tin từ mạng xã hội và các nguồn trực tuyến khác, mang lại lợi ích to lớn cho các doanh nghiệp, tổ chức và nghiên cứu xã hội trong việc hiểu và tương tác với cộng đồng mạng.

2. THỰC TRẠNG VÀ HÀNH VI SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

2.1. Thực trạng sử dụng mạng xã hội của sinh viên

Theo số liệu thống kê của Viện Chiến lược Thông tin và Truyền thông, Bộ Thông tin và Truyền thông, các mạng xã hội lớn được sinh viên Việt Nam ưa chuộng là các nền tảng như: Youtube,

Facebook, Zalo, Instagram, TikTok... Trong số các mạng xã hội được sinh viên sử dụng hiện nay, Youtube là kênh được đa số sinh viên ưa dùng với tỷ lệ lên đến 92%, phổ biến thứ hai là Facebook với tỷ lệ sinh viên sử dụng là 91.7%, xếp sau đó là Zalo với 76.5%. Theo thống kê sơ bộ, thời lượng sử dụng mạng xã hội trung bình của sinh viên hiện nay là 5 giờ/ngày. Sinh viên sử dụng mọi lúc, mọi nơi, mọi thời điểm, thậm chí nhiều sinh viên “nghiện” mạng xã hội. Trong đó, đa số sinh viên sử dụng mạng xã hội trong khoảng thời gian 1 giờ mỗi ngày (chiếm tỷ lệ 29.8%); tỷ lệ sử dụng mạng xã hội từ 2 đến 3 giờ mỗi ngày là 16.7%; đặc biệt có tới 4.8% sinh viên sử dụng mạng xã hội trên 5 giờ mỗi ngày, thậm chí có 2.4% sinh viên ngoài các việc thiết yếu đã dành phần lớn thời gian cho mạng xã hội [Lê Phạm Tuấn Vinh, 2022]. Việc một bộ phận không nhỏ sinh viên sử dụng mạng xã hội trong một thời gian dài ngày càng gia tăng có thể coi là một điểm đáng lo ngại. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến sức khỏe, suy nghĩ, tư duy, học tập cũng như công việc và các hoạt động khác của sinh viên.

Đi kèm với sự gia tăng không ngừng về lượng người dùng của các mạng xã hội là sự xuất hiện của các thông tin giả, những thông tin phiến diện, thiếu chính xác, chưa được kiểm chứng, hoặc thông tin về những vụ việc đang trong quá trình điều tra, chưa có kết luận chính thức,... Hậu quả của chúng có thể dẫn đến tâm lý hoang mang, phản ứng trái chiều trong dư luận xã hội, tạo cơ hội cho các thế lực thù địch và các đối tượng phản động, cực đoan chính trị tuyên truyền xuyên tạc, chống phá gây mất ổn định chính trị, kinh tế, xã hội. Mục đích và tầm ảnh hưởng của các thông tin này tác động đến mọi đối tượng, đặc biệt có thể ảnh hưởng đến bộ phận sinh viên.

Hành vi và ứng xử của sinh viên trên

không gian mạng cũng là điều cần bàn đến và đáng lưu tâm. Theo kết quả báo cáo của Microsoft về “Văn minh, An toàn và Tương tác Trực tuyến- 2020” và Chỉ số Văn minh trên Không gian mạng (DCI) năm 2020 được công bố vào tháng 2 năm 2021, chỉ số DCI năm 2020 của Việt Nam kém hơn nhiều so với trung bình khu vực Châu Á-Thái Bình Dương (APAC), với điểm DCI là 72, trong khi đó điểm của APAC là 66 [Microsoft, 2021]. Những phát ngôn, bình luận thiếu văn hóa, không phù hợp với đạo đức, thuần phong mỹ tục xuất hiện ngày càng nhiều. Một bộ phận không nhỏ sử dụng mạng xã hội như một công cụ để bôi nhọ danh dự, nhân phẩm của người khác; bắt nạt trên không gian mạng; sử dụng mạng xã hội như một kênh để giải quyết mâu thuẫn, xúc phạm, tấn công nhau; lập các hội nhóm anti, chia sẻ các thông tin xấu độc, đồi trụy,... Với những lý do trên, yêu cầu cần có một công cụ chủ động theo dõi hành vi của sinh viên trên mạng xã hội, từ đó nghiên cứu xây dựng các chính sách/hành động kịp thời nhằm điều chỉnh hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên.

2.2. Hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên

Hành vi sử dụng mạng xã hội được hiểu là hành vi của cá nhân hoặc tập thể khi tương tác, tham gia và tạo ra nội dung trên các nền tảng mạng xã hội. Đây là một khía cạnh quan trọng của hành vi trực tuyến và tương tác xã hội trong thời đại số. Hành vi này có thể bao gồm những hoạt động như đăng bài viết, chia sẻ thông tin, bình luận, tương tác với nội dung của người khác, tham gia vào nhóm và cộng đồng trực tuyến, theo dõi người nổi tiếng, tìm kiếm thông tin, và nhiều hành động khác liên quan đến việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội,... Hành vi sử dụng mạng xã hội có thể phản ánh nhiều khía cạnh của cá

nhân hoặc tập thể như quan điểm, giá trị, sở thích, mục tiêu cá nhân, tương tác xã hội và giao tiếp. Nó cũng có thể ảnh hưởng đến tư duy, tư tưởng và thái độ của người sử dụng đối với các vấn đề xã hội, chính trị, văn hóa và kinh tế. Điều quan trọng là hành vi sử dụng mạng xã hội không chỉ ảnh hưởng đến cá nhân mà còn tạo ra một tương tác phức tạp giữa các cá nhân và nhóm trong không gian trực tuyến.

Hành vi mạng xã hội của sinh viên thể hiện sự tương tác, hoạt động và tư duy của sinh viên trên các nền tảng mạng xã hội. Được hiểu là một phần quan trọng của cuộc sống hiện đại, hành vi mạng xã hội của sinh viên là cách sinh viên sử dụng và tương tác với các dịch vụ trực tuyến để thể hiện bản thân, tạo mối quan hệ và tham gia vào các cuộc trò chuyện và hoạt động trực tuyến trên mạng xã hội. Các hành vi đó có tính phức tạp và đa dạng. Nó bao gồm việc chia sẻ nội dung cá nhân, như hình ảnh, video và bài viết, để tạo dựng hình ảnh của bản thân trên mạng xã hội. Sinh viên cũng thường tương tác với nội dung của người khác thông qua việc bình luận, chia sẻ và thể hiện ý kiến. Sinh viên cũng sử dụng các công cụ như hashtags để kết nối với những người có sở thích tương tự và tham gia vào các chủ đề thảo luận đang có tính thời sự cao.

Một khía cạnh quan trọng trong hành vi mạng xã hội của sinh viên là cách tạo ra và duy trì mối quan hệ trực tuyến. Qua việc kết bạn, theo dõi và tương tác với bạn bè, đồng nghiệp và người có chung sở thích, sinh viên xây dựng mạng lưới quan hệ mở trên mạng xã hội. Điều này có thể ảnh hưởng đến cách sinh viên cảm nhận về môi trường xã hội và tạo ra một cách tiếp cận mới trong việc xây dựng mối quan hệ. Hành vi này cũng thể hiện sự thay đổi trong cách sinh viên tiếp cận thông tin và diễn đạt ý kiến.

Việc tham gia vào các cuộc thảo luận trực tuyến về chính trị, văn hóa và xã hội có thể cho thấy cách mà sinh viên thể hiện quan điểm cá nhân và tham gia vào việc định hình ý kiến công chúng.

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ web 2.0 đã làm tăng việc sử dụng các trang mạng xã hội trong tương tác trực tuyến giữa các cá nhân. Các mạng xã hội như Facebook được hàng triệu người dùng sử dụng mỗi ngày [Brailovskaia và cộng sự 2020]. Có 6 mạng xã hội phổ biến nhất toàn cầu hiện tại, gồm: Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter và Youtube. Việc sử dụng mạng xã hội cho phép các cá nhân thể hiện bản thân thông qua cộng đồng ảo, tương tác và duy trì kết nối với mọi người. Lượng người dùng mạng xã hội trải đều ở mọi lứa tuổi, đặc biệt là lứa tuổi học sinh, sinh viên, nhóm đối tượng có nhiều trải nghiệm với công nghệ, đam mê tìm tòi và khám phá. Khác với các thế hệ trước, học sinh sinh viên trong thời đại này có nhiều lựa chọn về cách thức và thời gian để học tập, mạng xã hội cho phép tìm kiếm và chia sẻ thông tin, tài liệu. Theo Lim và Richardson (2016), mạng xã hội đã trở thành một công cụ giáo dục quan trọng giúp tăng cường mối quan hệ, kết nối giữa các sinh viên và giáo viên. Các đặc điểm và tính năng của mạng xã hội đã khiến nhiều sinh viên sử dụng chúng như một công cụ giáo dục, do các nền tảng này đã làm cho trải nghiệm với việc học trở nên thú vị hơn. Điều này đã khiến nhiều cơ sở giáo dục coi Facebook như một phương tiện và công cụ học tập để sinh viên liên lạc, kết nối và chia sẻ kiến thức.

Mặc dù có những lợi ích đáng kể, như tạo cơ hội kết nối xã hội và chia sẻ thông tin nhanh chóng, mạng xã hội cũng tồn tại nhiều điểm tiêu cực, tác động đến tinh thần và tâm lý của sinh viên. Sự so sánh với những hình ảnh được tạo ra

hoàn hảo trên mạng xã hội có thể dẫn đến cảm giác không tự tin và tự ti, khiến sinh viên cảm thấy không đủ tốt để đáp ứng những tiêu chuẩn mà mạng xã hội đặt ra. Điều này có thể dẫn đến cảm xúc căng thẳng, lo lắng về hình ảnh bản thân, và thậm chí góp phần vào vấn đề tâm lý như tăng cường căng thẳng và trầm cảm.

Hơn nữa, mạng xã hội có thể ảnh hưởng đến hiệu suất học tập của sinh viên. Thời gian dành cho việc “lướt” các mạng xã hội có thể gây ra sự phân tán, làm giảm khả năng tập trung và năng suất trong việc học tập. Những nội dung ngắn gọn và tiêu đề hấp dẫn trên mạng xã hội có thể tạo ra thói quen ưu tiên sự kịch tính và ngay lập tức, dẫn đến việc suy giảm khả năng tiếp thu thông tin sâu hơn và tư duy phân tích. Trong một nghiên cứu của Kitsantas và các cộng sự (2016), các tác giả nhận thấy rằng, các sinh viên đại học ở Hoa Kỳ đã báo cáo một số lo ngại như việc sử dụng mạng xã hội có thể dẫn đến hành vi gây nghiện, gây mất tập trung, đe dọa quyền riêng tư, tác động tiêu cực đến sức khỏe cảm xúc của sinh viên và suy giảm khả năng hoàn thành công việc đúng hạn.

Cuối cùng, vấn đề về quản lý thời gian cũng là một khía cạnh khi nói đến những tác động tiêu cực của mạng xã hội. Thời gian dành cho việc truy cập và tương tác trên mạng xã hội có thể đánh cắp thời gian cần thiết cho việc tham gia vào các hoạt động học tập, xã hội và vận động thể chất. Sự thiếu cân đối này có thể dẫn đến hiệu suất học tập kém, gây áp lực và stress do việc phải bù đắp thời gian đã bỏ lỡ.

Theo kết quả khảo sát mới đây của Công ty Nghiên cứu thị trường DataReportal (Singapore), trong số 10 quốc gia có lượng người dùng Facebook,

TikTok và Youtube nhiều nhất thế giới - Việt Nam lần lượt xếp vị trí thứ 6, 7 và 9. Những con số trong nghiên cứu chỉ ra rằng, người dùng các mạng xã hội ở Việt Nam là rất lớn: 66,2 triệu người dùng Facebook, 50,2 triệu người dùng TikTok và Youtube là 63 triệu người dùng [Datareportal, 2022]. Người dùng mạng xã hội ở Việt Nam sẽ còn phát triển không ngừng, chiếm một bộ phận không nhỏ trong đó là những người trẻ, thanh thiếu niên, học sinh, sinh viên. Họ là những người được tiếp cận sớm với công nghệ và luôn hào hứng với việc tiếp cận, tìm hiểu các công nghệ mới.

3. NGHIÊN CỨU HÀNH VI SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN BẰNG ỨNG DỤNG SOCIAL LISTENING

Nghiên cứu hành vi của sinh viên trên mạng xã hội bằng cách sử dụng Social Listening đã được triển khai khá phổ biến. Trong đó, nghiên cứu của Hameed (2023), Garcia (2021), Spence (2020), Ogunniyi và Ogunshakin (2020) đã chỉ ra rằng, việc nghiên cứu thói quen, hành vi của sinh viên thông qua việc họ sử dụng mạng xã hội, tham gia hoạt động trên môi trường trực tuyến, góp phần cho việc điều chỉnh chương trình, xây dựng chính sách của các bên liên quan đối với người học. Việc hiểu hành vi, thói quen của sinh viên, sẽ góp phần đưa ra được những giải pháp giúp họ tham gia vào môi trường mạng chủ động và hiệu quả hơn.

Có thể thấy rằng, ngày nay mạng xã hội đã trở thành một phần quan trọng của cuộc sống hàng ngày và đặc biệt quan trọng đối với cộng đồng sinh viên. Ứng dụng Social Listening trong nghiên cứu hành vi mạng xã hội của sinh viên đã mở ra một cửa sổ mới để hiểu rõ hơn về tư duy, hoạt động và tương tác của sinh viên trong không gian kỹ thuật số. Qua việc thu thập và phân tích dữ liệu từ

các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, Twitter và TikTok, các nhà nghiên cứu có thể tìm hiểu về cách mà sinh viên tương tác với nội dung và với nhau. Các dấu vết số hóa như bài viết, bình luận, hình ảnh và video có thể cung cấp thông tin về sở thích, quan điểm, sự phát triển tâm lý và các vấn đề xã hội mà sinh viên quan tâm.

Một ứng dụng quan trọng của Social Listening trong nghiên cứu hành vi mạng xã hội của sinh viên là việc phát hiện các xu hướng mới và sự thay đổi trong quan điểm và hành vi. Bằng cách theo dõi các hashtag phổ biến, biểu tượng thịnh hành và ngôn ngữ mới, nhà nghiên cứu có thể nhận biết các vấn đề đang trở nên quan trọng đối với sinh viên, từ chính trị, văn hóa đến các vấn đề tâm lý. Hơn nữa, Social Listening cũng có khả năng phân tích tương tác và tư duy của sinh viên trên mạng xã hội. Những bài viết và bình luận có thể cung cấp thông tin về cách mà sinh viên thể hiện sự hài lòng, lo lắng, sự quan tâm và ý kiến phản đối. Điều này giúp nhà nghiên cứu có cái nhìn sâu hơn về tâm trạng và tư duy của sinh viên, từ việc ứng phó với áp lực học tập đến cách sinh viên đối mặt với thách thức xã hội.

Tựu chung lại, ứng dụng Social Listening trong nghiên cứu hành vi mạng xã hội của sinh viên đóng vai trò quan trọng trong việc hiểu rõ hơn về tư duy, quan điểm và tương tác của sinh viên trên môi trường kỹ thuật số. Việc áp dụng phương pháp này có tiềm năng giúp tạo ra thông tin có giá trị cho việc định hình chính sách giáo dục, hiểu biết về vấn đề tâm lý và xã hội đang ảnh hưởng đến sinh viên, và thậm chí tạo ra cơ hội cho việc thúc đẩy sự thay đổi tích cực trong cộng đồng học thuật.

Có thể sử dụng công cụ Social Listening vào một số hoạt động nghiên cứu sau:

Sử dụng Social Listening để lắng nghe chủ động giúp thấu hiểu hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên

Một lợi ích lớn của việc sử dụng Social Listening là khả năng phát hiện và phân tích các xu hướng, quan điểm và tâm trạng của sinh viên trên mạng xã hội. Bằng cách tạo ra các bộ lọc và thu thập dữ liệu phù hợp, có thể hiểu rõ hơn về cách sinh viên thể hiện ý kiến về các chủ đề như chính trị, văn hóa, xã hội và học tập. Các dấu vết số này không chỉ là tín hiệu về những vấn đề đang trở nên quan trọng đối với sinh viên, mà còn là nguồn thông tin quý báu cho việc dự đoán xu hướng tương lai và sự phát triển của tư duy cộng đồng. Mặt khác, việc sử dụng Social Listening cũng cho phép tiếp cận đến các biểu hiện về tâm trạng và tư duy của sinh viên. Các bình luận, lượt cảm xúc tương tác khác có thể tiết lộ thông tin về sự hài lòng, sự quan tâm, lo lắng và tư duy phản đối. Thông qua việc phân tích cảm xúc và ngôn ngữ, chúng ta có thể thấu hiểu cách mà sinh viên đối mặt với áp lực học tập, vấn đề tâm lý và tình cảm của sinh viên.

Mạng xã hội với sự tham gia đông đảo của sinh viên và khả năng trao đổi ý kiến một cách công khai, đã trở thành nơi mà sinh viên thường xuyên thể hiện quan điểm về chính trị, xã hội và văn hóa,... Từ việc chia sẻ bài viết và bình luận trên các diễn đàn đến việc sử dụng hashtag và thảo luận trực tiếp với nhau, các thảo luận trên mạng xã hội là một kênh để nắm bắt được những suy nghĩ và cảm xúc đang diễn ra trong tâm lý của sinh viên. Thông qua quá trình phân tích, các nhà nghiên cứu có thể theo dõi tần suất và sự thay đổi trong các biểu hiện như từ ngữ tích cực hoặc tiêu cực, thái độ ủng hộ hoặc phản đối, và thậm chí nhận biết các sự kiện hay sự thay đổi xã hội

gây ảnh hưởng đến thái độ của sinh viên, giúp hiểu rõ hơn về cách thông tin và sự kiện ảnh hưởng đến tư duy và quan điểm của sinh viên.

Sử dụng Social Listening để nghiên cứu đưa ra các chính sách, hành động kịp thời nhằm điều chỉnh hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên

Qua việc phân tích các dấu vết số như bài viết, bình luận, hashtag, tương tác,... chúng ta có thể nhận biết được xu hướng và biểu hiện tâm trạng của cộng đồng sinh viên. Điều này tạo cơ hội để nhận diện các vấn đề xã hội, văn hóa và tâm lý đang ảnh hưởng đến sinh viên trong môi trường kỹ thuật số. Từ dữ liệu thu thập được, các nhà quản lý giáo dục có thể xây dựng chính sách và hành động nhằm điều chỉnh hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên một cách kịp thời và hiệu quả. Ví dụ, việc nhận biết các vấn đề về tâm lý và tình cảm của sinh viên có thể đặt nền tảng cho việc phát triển các dịch vụ tâm lý và hỗ trợ phù hợp. Nếu những tình huống có tiềm năng gây hại được phát hiện, nhà quản lý có thể thực hiện các biện pháp an toàn và giáo dục để giảm thiểu rủi ro và tạo môi trường trực tuyến an toàn hơn. Kết hợp dữ liệu thu thập được từ Social Listening với việc nghiên cứu đề xuất và thực hiện chính sách/hành động để điều chỉnh kịp thời của hành vi của sinh viên trên mạng xã hội có thể tạo ra tác động tích cực và bền vững đối với văn hóa và ứng xử của sinh viên trên mạng xã hội.

Sử dụng Social Listening để phân tích cảm xúc của sinh viên thông qua các thảo luận trên mạng xã hội

Một trong những ứng dụng mạnh mẽ của Social Listening là việc phân tích cảm xúc (Sentiment Analysis) thông qua các thảo luận (thường là văn bản)

của người dùng mạng xã hội. Phân tích cảm xúc là công nghệ được sử dụng để đo lường xúc cảm trong thông điệp truyền tải dựa vào những đặc điểm được lập trình sẵn dựa trên thang điểm mặc định trong hệ thống, có sự tác động của ngữ cảnh, không gian, thời gian,... Trong một nghiên cứu về các cách tiếp cận của phân tích cảm xúc, Devika cho rằng phân tích cảm xúc là một kiểu phân loại văn bản nhằm lập danh mục các văn bản dựa trên định hướng sắc thái của các ý kiến mà chúng chứa đựng [Devika và cộng sự, 2016].

Sử dụng Social Listening để phân tích cảm xúc thông qua các thảo luận trên mạng xã hội của sinh viên là một khía cạnh quan trọng trong nghiên cứu hành vi của sinh viên trong môi trường số, đặc biệt là trên các nền tảng mạng xã hội. Việc này không chỉ đem lại những hiểu biết sâu sắc về tâm lý cá nhân mà còn giúp xác định cách mà sinh viên tương tác với nhau trên không gian mạng. Với điểm mạnh là giao tiếp nhanh và dễ dàng truy cập, mạng xã hội đã trở thành nơi mà sinh viên thường xuyên thể hiện cảm xúc và quan điểm cá nhân. Phân tích cảm xúc thông qua Social Listening bắt đầu bằng việc thu thập dữ liệu từ các nền tảng mạng xã hội. Dữ liệu này có thể chứa rất nhiều thông tin, từ các biểu hiện vui vẻ và phấn khích đến những tâm trạng buồn bã và lo lắng. Bằng cách sử dụng các công cụ phân tích ngôn ngữ tự nhiên, nhà nghiên cứu có thể xác định và phân loại các cảm xúc này theo các sắc thái cảm xúc khác nhau. Hiện nay các cảm xúc thường được phân loại theo 3 mức độ phổ biến: tích cực, trung lập, tiêu cực; hoặc thông qua các thang đo được các nhà nghiên cứu đặt ra. Cảm xúc được thể hiện không chỉ qua từ ngữ mà còn qua ngữ điệu, sự sắp xếp từ và cả hình ảnh, video. Ví dụ, một bài viết trên mạng xã hội với ngôn ngữ tích cực

và sử dụng biểu tượng vui vẻ có thể thể hiện niềm vui hoặc hạnh phúc. Trong khi đó, một loạt các bình luận như “lo lắng về bài kiểm tra, sợ phải đến ngày thi”, có thể cho thấy mức độ lo lắng và áp lực trong kỳ thi. Qua việc phân tích cảm xúc, nhà nghiên cứu có thể đo lường tần suất và mức độ cảm xúc, theo dõi thay đổi trong tâm trạng của sinh viên theo thời gian, và thậm chí dự đoán cảm xúc sắp xảy ra. Điều này có thể hỗ trợ trong việc phát triển các chương trình hỗ trợ tinh thần và tâm lý, cung cấp thông tin cho các nhà quản lý giáo dục và tạo điều kiện thuận lợi cho việc nghiên cứu về tâm lý và hành vi của sinh viên.

Sử dụng công cụ Social Listening để phát hiện các xu hướng mới đang xuất hiện trong cộng đồng sinh viên trên mạng xã hội

Sử dụng công cụ Social Listening để phát hiện các xu hướng mới đang nảy sinh trong cộng đồng sinh viên trên mạng xã hội giúp nghiên cứu hành vi và phản ánh sự thay đổi không ngừng trong cách sinh viên tương tác và thể hiện quan điểm trên môi trường số. Điều này không chỉ giúp hiểu rõ hơn về sự phát triển của xã hội số và tư duy cộng đồng sinh viên, mà còn cung cấp các thông tin để dự đoán các xu hướng mới và ứng phó với những thách thức và cơ hội mới đang nảy sinh. Social Listening giúp thu thập và tổng hợp thông tin từ nhiều nguồn khác nhau trên mạng xã hội, tạo nên một nguồn dữ liệu đa dạng và đa chiều, cho phép các nhà nghiên cứu có cái nhìn tổng quan về sự phát triển của cộng đồng sinh viên. Các công cụ phân tích ngôn ngữ tự nhiên, học máy và khai phá dữ liệu giúp nhà nghiên cứu nhận biết các từ khoá, chủ đề, và mẫu tương tác thường xuyên xuất hiện. Ví dụ, nếu một chủ đề nhất định đang trở nên phổ biến trong thảo luận của sinh viên, có thể đoán biết sự tập trung và quan tâm

của sinh viên đối với vấn đề đó. Điều này có thể cung cấp thông tin quý báu cho việc xây dựng các chương trình giáo dục và hỗ trợ đáp ứng những nhu cầu và quan tâm mới của cộng đồng sinh viên.

Sử dụng Social Listening để đo lường tác động và hiệu quả của các chính sách giáo dục đến sinh viên

Trong thời đại công nghệ phát triển mạnh mẽ như hiện nay, các chính sách giáo dục không chỉ ảnh hưởng đến việc học tập mà còn tác động đến sự tư duy, tâm trạng, và cả cuộc sống, hành vi trên mạng xã hội của sinh viên. Bằng cách sử dụng Social Listening, các nhà nghiên cứu có thể theo dõi sự thay đổi trong tư duy và thái độ của sinh viên đối với các chính sách giáo dục cụ thể. Có thể theo dõi các thảo luận trực tuyến liên quan đến các chủ đề như cải cách giáo dục, giáo dục trực tuyến, hay về sự thay đổi của các chương trình đào tạo,... Thông qua các phân tích có thể cho thấy sự tác động của các chính sách giáo dục đối với sự thay đổi trong học tập, tư duy và hành vi của sinh viên. Ví dụ, nếu một chính sách học phí mới được đưa ra, Social Listening có thể giúp xác định xem sinh viên phản đối hay ủng hộ nó thông qua các thảo luận trên mạng xã hội. Nó cũng có thể theo dõi sự thay đổi trong thái độ của sinh viên và có khả năng phản ánh liệu chính sách này có tạo ra sự thay đổi tích cực trong việc học tập và phát triển cá nhân sinh viên hay không.

Bên cạnh đó, Social Listening cũng cho phép đo lường hiệu quả của các chính sách giáo dục. Bằng cách so sánh dữ liệu trước và sau khi triển khai chính sách, các nhà nghiên cứu có thể đánh giá xem liệu các mục tiêu được đề ra đã được đáp ứng hay chưa, hiệu quả của chính sách đến đâu,... Từ đó giúp các nhà quản lý giáo dục có các đánh giá chính xác về hiệu quả thực

hiện chính sách hoặc điều chỉnh chính sách kịp thời.

KẾT LUẬN

Social Listening đang nổi lên như một công cụ hiệu quả, khách quan và chính xác để nghiên cứu hành vi của người dùng trên mạng xã hội. Trong đó, ứng dụng Social Listening vào nghiên cứu hành vi của sinh viên khi họ tham gia vào môi trường trực tuyến sẽ giúp làm rõ bức tranh khách quan về sự tham gia của sinh viên trên các nền tảng mạng xã hội. Nghiên cứu hành vi để các bên liên quan hiểu được sinh viên nghĩ gì, thể hiện thái độ, quan điểm và hành động như thế nào với các vấn đề đang diễn ra xung quanh họ. Trên cơ sở đó, xây dựng những chính sách cũng như những chương trình định hướng cụ thể, giúp họ phát triển bản thân, tham gia môi trường trực tuyến một cách chủ động, an toàn, có trách nhiệm và đóng góp tích cực cho cộng đồng. Social Listening cần được ứng dụng phổ biến hơn trong nghiên cứu các vấn đề khoa học xã hội và nhân văn, trong đó xem Social Listening là phương pháp nghiên cứu có tính khách quan và có độ tin cậy cao khi nghiên cứu hành vi, thói quen, quan điểm, thái độ của người sử dụng mạng xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo Người Lao động (2021). “Choáng” với lượng người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam. Truy cập tại: <https://nld.com.vn/cong-nghe/choang-voi-luong-nguoi-su-dung-mang-xa-hoi-o-viet-nam>
2. Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2017). Facebook Addiction Disorder (FAD) among German students - A longitudinal approach. PLoS ONE, 12 (12), 1-15.
3. Campus Sonar (2023). Social Listening in Higher Ed. Truy cập tại

<https://info.campussonar.com/social-listening-in-higher-education>

4. Collabstr (2023). 2023 Influencer Marketing Report: Influencer Marketing Statistics, Trends, and Predictions. Truy cập tại: <https://collabstr.com/2023-influencer-marketing-report>

5. Datareportal (2022). Digital 2022: Vietnam. Trung cập tại <https://datareportal.com/reports/digital-2022-vietnam>

6. Garcia J.T; VandeVusse, L; Simandl, G; Johnson, A.N.; Mu, Q; Dahlman, J. (2021). Diverse students collaborating to address social determinants of health using listening sessions. Journal of Professional Nursing. Volume 37, Issue 2, Pages 451-458.

7. Hameed, M.Y.; Al-Hindi, L.; Sumera A; Jensen, H.K.; Shoults, C.C. (2023). Current Problems in Diagnostic Radiology. Volume 52, Issue 5, Pages 377-382

8. Kitsantas, A., Dabbagh, N., Chirinos, D. S., & Fake, H. (2016). College students' perceptions of positive and negative effects of social networking. In Social networking and education (pp. 225-238). Switzerland: Springer, Cham.

9. Lê Phạm Tuấn Vinh (2022). Nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội trong giáo dục tư tưởng chính trị cho sinh viên hiện nay. Trang thông tin Đảng bộ Thành phố Đà Nẵng. Truy cập tại: <https://dangbodanang.vn/tuyengiao/nghiencuu-traodoi/hieuquasudung-mangxahoitronggiaoductutuongchinh-trichosinhvienhiennay/id/15884>

10. Lim, J., & Richardson, J. C. (2016). Exploring the effects of students' social networking experience on social presence and perceptions of

using SNSs for educational purposes. The Internet and Higher Education, 29, 31-39.

11. Margaret C. Stewart & Christa L. Arnold. (2018). Defining Social Listening: Recognizing an Emerging Dimension of Listening. International Journal of Listening, 32 (2), 85-100.

12. Microsoft (2021). Nghiên cứu của Microsoft: Trải nghiệm trực tuyến tại Việt Nam cải thiện rõ rệt trong đại dịch. Truy cập tại: <https://news.microsoft.com/vi-vn/2021/02/19/nghiencuu-cua-microsoft-trai-nghiem-truc-tuyen-tai-viet-nam-cai-thien-ro-ret-trong-dai-dich/>

13. Ogunniyi, M.B. và Ogunshakin, O.T. (2020). An Analysis of Social Listening and Use of Social Media as Marketing Tools Among University Students in Nigeria. Journal of American Academic Research, Volume 8, Issue 1, ISSN: 2328-1227.

14. Spence, A.; Beasley, K.; Gravenkemper, H.; Hoefler, H.; Ngo, A; Ortiz, D. Campisi, J. (2020). Social media use while listening to new material negatively affects short-term memory in college students. Physiology & Behavior. Volume 227, 113172.

15. Swetha, A. (2022). What Is Social Listening & Why Is It Important? Truy cập tại: <https://blog.hubspot.com/service/social-listening>

16. Devika M. D., Sunitha C., Ganesh A. (2016). Sentiment analysis: a comparative study on different approaches, Procedia Computer Science, 87 (2016), 44-49.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 10-7-2023; Ngày phản biện đánh giá: 10-8-2023; Ngày chấp nhận đăng: 15-9-2023).