

Working Paper 2022.1.2.13
- Vol 1, No 2

**ẢNH HƯỞNG CỦA TIKTOK ĐẾN VIỆC HỌC CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG
ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG CƠ SỞ II - TPHCM**

Nguyễn Lê Quỳnh Như¹, Hoàng Lê Quốc Tuấn

Sinh viên K60CLC1 – Quản trị kinh doanh quốc tế

Huỳnh Lâm Phương Anh, Hồ Nguyễn Minh Thư, Vương Thảo Nhi

Sinh viên K60CLC2 – Quản trị kinh doanh quốc tế

Cơ sở II Trường Đại học Ngoại thương tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Lê Thị Xuân Sang

Giảng viên Bộ môn Khoa học Cơ bản

Cơ sở II Trường Đại học Ngoại thương tại TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tóm tắt

Sự phát triển của công nghệ 4.0, cùng với bối cảnh xã hội dưới sự tác động của đại dịch Covid-19 đã và đang khiến công nghệ trở thành một phần thiết yếu trong đời sống của con người. Việc phải tiếp xúc thường xuyên với các nền tảng mạng xã hội từ đó cũng dần được bình thường hóa và trở nên phổ biến. Bỏ qua những hệ lụy tiêu cực, không thể phủ nhận rằng xu hướng này cũng đang mang lại những tác động tích cực đối với xã hội, trong đó có khía cạnh giáo dục. TikTok - một nền tảng mạng xã hội nổi tiếng - trước kia luôn bị coi là tạp nham, chứa đầy những nội dung nhảm nhí và không phù hợp với thị yếu của người xem, thì TikTok hiện nay, đã có chỗ đứng cho riêng mình, đặc biệt là ở khía cạnh giáo dục, khi các nghiên cứu và ứng dụng thực tế được tiến hành đã mang lại nhiều kết quả khả quan. Những năm gần đây, TikTok đã được chứng minh là có khả năng ảnh hưởng tích cực lên việc học của sinh viên, thông qua những thử nghiệm thực tế trên toàn thế giới. Còn sinh viên trường Đại học Ngoại Thương Cơ sở II - TP.HCM thì được biết đến là những thế hệ năng động, tài giỏi và rất nhanh chóng trong việc bắt kịp xu thế. Với những tư chất trên, việc áp dụng TikTok để góp phần tăng hiệu quả cho những sinh viên này là hoàn toàn khả thi. Trên cơ sở đó, bài nghiên cứu này sẽ đào sâu hơn vào ảnh hưởng của nền tảng mạng xã hội TikTok lên việc học tập của sinh viên Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II - TP. HCM, từ đó, gợi ý những giải pháp để có thể tận dụng tối đa TikTok cho việc học và hạn chế những tác động tiêu cực.

Từ khóa: TikTok, mạng xã hội, giáo dục, thế hệ Z, trường ĐH Ngoại thương Cơ sở II.

**TIKTOK'S IMPACT ON STUDENTS LEARNING IN FOREIGN TRADE
UNIVERSITY II - HCMC**

¹ Tác giả liên hệ, Email: k60.2112253058@ftu.edu.vn

Abstract

This study aims to provide several theories on digital marketing to the consumption of young people. In this article, the theories of digital marketing to youth consumption are detailed to provide important knowledge that affects individual consumption and corporate marketing strategies in the era of industrialization and modernization. Research results show that in the 4.0 technology era, digital marketing has become an indispensable and effective approaching-customers method for every business, it plays its crucial role even during the Covid-19 pandemic through the wide application of the form of e-commerce.

Keywords: [A4] TikTok, social media, education, gen Z, Foreign Trade University campus II.

1. GIỚI THIỆU VỀ TIKTOK

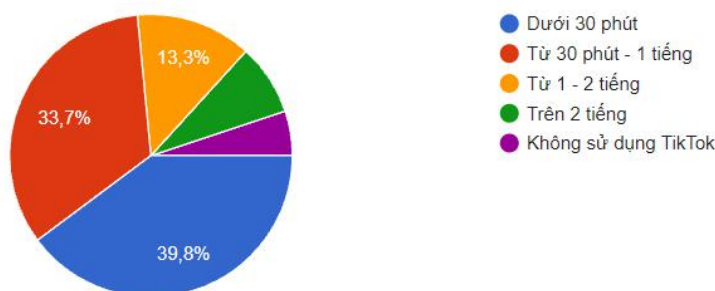
TikTok là một trong số các mạng xã hội cho phép người dùng sáng tạo và đăng tải những đoạn video ngắn cùng với nhiều hiệu ứng âm thanh, hình ảnh độc đáo. Được sáng lập bởi Trương Nhất Minh, TikTok ra mắt lần đầu tiên vào năm 2016 tại Trung Quốc với cái tên Douyin. Đến năm 2017, TikTok mới bắt đầu được phát triển ra thị trường nước ngoài, từ đó nhanh chóng trở nên phổ biến trên phạm vi toàn thế giới, trở thành đối thủ số một của đế chế hàng nghìn tỷ đô Facebook (*TikTok là gì, 2021*).

TikTok hoạt động dựa trên các thuật toán. Đối với mỗi video được đăng tải, TikTok sẽ dùng công nghệ thị giác kết hợp với công nghệ xử lý ngôn ngữ tự nhiên để phân tích. Sau khi hoàn tất việc xem xét nội dung và âm thanh, TikTok sẽ đưa video đến một nhóm người dùng thích hợp (khoảng 100 đến 500 người) để đánh giá mức độ trải nghiệm dựa trên số lượt tương tác, cụ thể là số lượt tim, bình luận và chia sẻ. Nếu được TikTok đánh giá tốt, (tỷ lệ hoàn thành trên 60%, 8% đến 10% lượt thả tim) thì video sẽ được gợi ý và sẽ được nhiều người dùng biết đến. Nếu các video bị TikTok đánh giá không đạt chuẩn, tương tác sẽ bị giảm và hầu hết các video như vậy sẽ không được đề xuất đến người dùng nữa (Diệu, 2021).

TikTok là một nền tảng lý tưởng dành cho mục đích cập nhật trào lưu và sáng tạo nội dung. Một trong những đối tượng tiềm năng của TikTok là học sinh, sinh viên. Nếu chỉ nói riêng về sinh viên trường Đại học Ngoại Thương Cơ sở II, trên tổng số 196 sinh viên được khảo sát, chỉ có 10 sinh viên (chiếm 5,1%) là không sử dụng TikTok.

Bạn thường dành bao nhiêu thời gian một ngày cho TikTok?

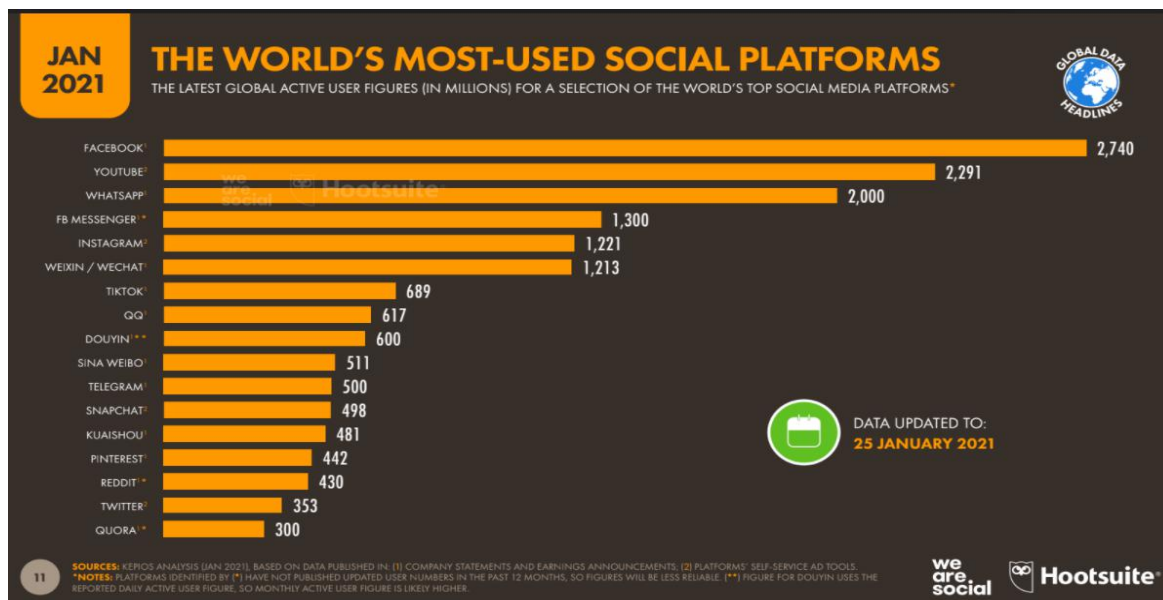
196 câu trả lời



2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CỦA TIKTOK Ở CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ TẠI VIỆT NAM

2.1. Thực trạng phát triển của TikTok ở các nước trên thế giới

TikTok được ra mắt vào tháng 9 năm 2016. Sau ba năm, số lượng người dùng toàn cầu của TikTok đã đạt 500 triệu. TikTok đặc biệt phổ biến ở nhiều nước Châu Á như Campuchia, Nhật Bản, Indonesia, Malaysia, Thái Lan và Việt Nam. Theo We are social & Hootsuite, TikTok đứng thứ 6 trong số các ứng dụng mạng xã hội phổ biến nhất tại Việt Nam.



Nguồn: We are social and Hootsuite

Tính đến thời điểm hiện tại, một trong những ứng dụng phổ biến và được tải xuống nhiều nhất không thể không nhắc đến TikTok. Chỉ tính riêng trong năm 2019, số lượt tải xuống trên App Store và Google Play của mạng xã hội này đã vượt mốc 1 tỷ và 1,5 tỷ.

Lần đầu tiên vào tháng 1 năm 2019, lượt tải xuống của TikTok trên App Store và Google Play đã vượt hơn 1 tỷ. Tính đến quý đầu tiên của năm 2019, TikTok có đến 33 triệu lượt tải xuống và trở thành ứng dụng được tải xuống nhiều nhất trên App Store (Sensor Tower, 2019). Ứng dụng này đã vượt mặt những tên tuổi lớn từng đứng đầu danh sách như YouTube, Instagram, WhatsApp, Messenger và Facebook.

TikTok đã rất thành công trong việc kết nối với giới trẻ trên toàn cầu. Những bạn trẻ từ 16 đến 24 tuổi chiếm đến 41% lượng người dùng TikTok (Globalwebindex, 2019). Các nhà điều hành TikTok hiểu thế hệ trẻ ngày nay hơn các đối thủ cạnh tranh của họ. Bằng cách phân tích rõ ràng hành vi của đối tượng mục tiêu ngay từ đầu, họ hiểu được thói quen và sở thích của lứa tuổi này.

Mỗi ngày, TikTok được sử dụng khoảng 52 phút và trở thành mạng xã hội không thể thiếu với nhiều người (Business of Apps, 2019). Trong một nghiên cứu về theo dõi hành vi người dùng TikTok trong một tháng cho thấy phần trăm người dùng xem video của người khác và đăng tải video của bản thân chiếm một lượng lớn lần lượt là 68% và 55%

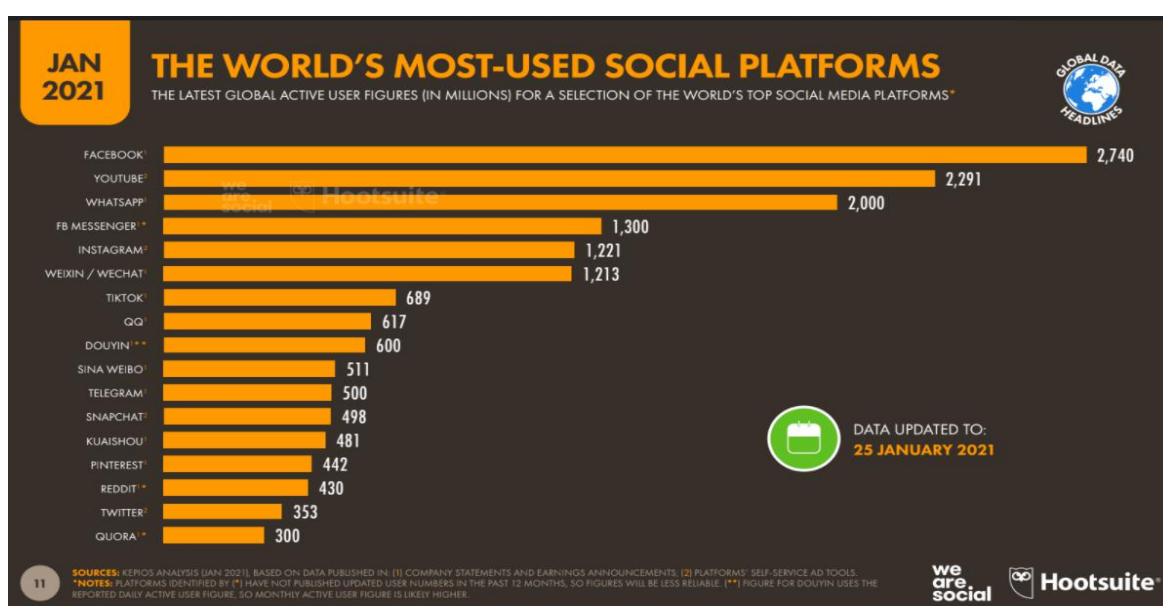
Trung bình hàng ngày người dùng xem 1 tỷ video trong năm 2018 (Influencemarketinghub, 2018). Điều đáng chú ý là TikTok đã có thể đạt 1 triệu lượt xem mỗi ngày chỉ trong một năm phát triển.

Trong giai đoạn mà đại dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp, con người có xu hướng xem các video nhiều hơn, trong đó, thế hệ Z được ghi nhận có lượng sử dụng các dịch vụ truyền phát trực tuyến tăng mạnh nhất. Có 65% lượng phản hồi cho biết họ xem nhiều chương trình và phim hơn trong thời kỳ giãn cách xã hội (Watson, 2020).

TikTok cũng được đón nhận mạnh mẽ trong khoảng thời gian này. Chỉ riêng tại Hoa Kỳ, số người dùng từ 15 đến 25 tuổi đã tăng 180% sau khi đại dịch nổ ra và người dân phải học tập, làm việc tại nhà (Statista, 2021).

2.2. Thực trạng phát triển của TikTok tại Việt Nam

Đã có rất nhiều bài báo cáo và khảo sát trong và ngoài nước nhằm đánh giá thực trạng về tầm ảnh hưởng của TikTok tại Việt Nam. Vào tháng 1/2021, We are social and Hootsuite ghi nhận có 72 triệu người dân Việt Nam sử dụng mạng xã hội thường xuyên, chiếm 73,7% dân số (Hootsuite, 2021).

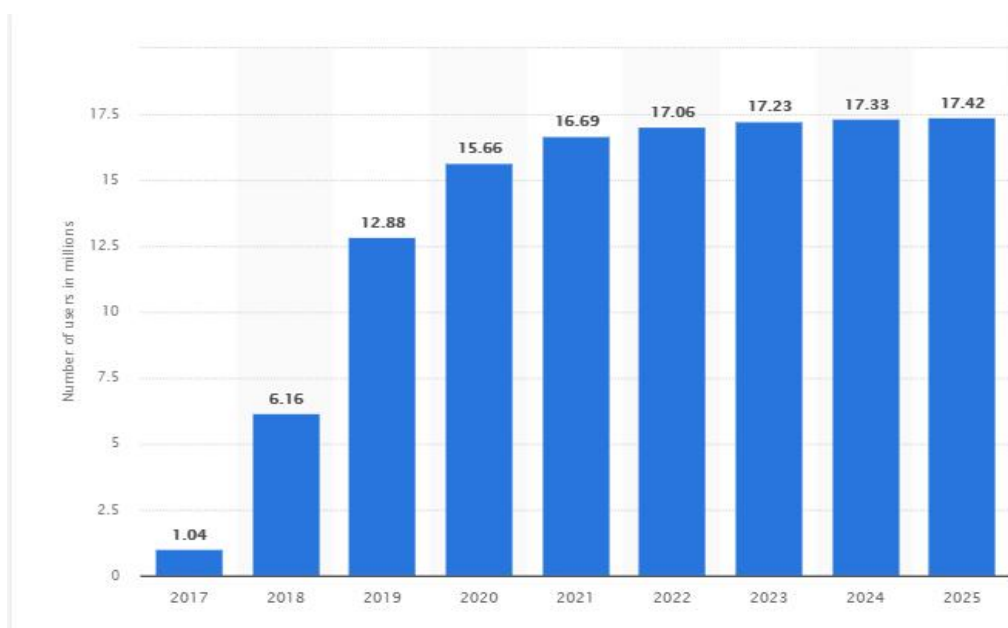


Nguồn: We are social and Hootsuit

Trung bình, người Việt dùng mạng xã hội 6 giờ 47 phút mỗi ngày, chỉ thấp hơn 7 phút so với trung bình của thế giới là 6 giờ 54 phút. Trong số những nền tảng mạng xã hội được sử dụng, TikTok hiện đang tăng trưởng mạnh mẽ tại Việt Nam (Quy, 2021).

Không thể phủ nhận độ phủ sóng “thần kì” của TikTok ở thị trường Việt Nam trong những năm gần đây. Ở khu vực Đông Nam Á, Việt Nam hiện là một trong những nước có tốc độ tăng trưởng người dùng của ứng dụng TikTok cao nhất (Degenhard, 2021). Dữ liệu thống kê từ Statista vào năm 2021 cho thấy, trong năm 2017, số lượng người dùng mạng xã hội này tại Việt Nam chỉ khoảng 1,04 triệu người. Và con số này được dự kiến sẽ tăng lên đến 17,42 triệu đến năm 2025.

Hình 1. Dự báo số lượng người dùng mạng xã hội TikTok tại Việt Nam giai đoạn 2017-202



Nguồn: Statista

Với 41% người dùng đang trong độ tuổi từ 16 đến 24, TikTok đã chứng minh vị thế của mình trong việc kết nối thế hệ trẻ toàn cầu (Globalwebindex, 2019). Theo phân tích của Bloomberg vào năm 2018 về dữ liệu của Liên Hợp Quốc, đến cuối năm 2019, 32% dân số thế giới là thế hệ Z (những người sinh từ năm 1995 đến năm 2012). Vào thời điểm thế hệ Z nắm giữ sức mua trị giá 44 tỷ USD, các thương hiệu sẽ cần những chiến dịch thông qua nền tảng như TikTok để tiếp cận nhóm người tiêu dùng này.

Có thể thấy, người Việt Nam, đặc biệt là những người trẻ và thế hệ Z, sử dụng mạng xã hội, cụ thể trong bài báo này là TikTok như một thói quen trong cuộc sống thường nhật. Vì vậy, có thể thấy rằng ứng dụng này ảnh hưởng đến rất nhiều khía cạnh của đời sống

Cho đến thời điểm hiện tại, TikTok đã và đang hướng đến nhiều nội dung đa dạng như nghệ thuật, hài kịch, thiết kế, làm đẹp, nấu ăn. Không dừng lại ở đó, tranh thủ sự phổ biến rộng rãi của mình, TikTok tiếp tục bắt tay với nhiều tổ chức giáo dục để chuyển hướng nội dung chia sẻ trên nền tảng này thành các nội dung có tính giáo dục và thực tiễn cao. Sự tập trung của TikTok vào giáo dục không phải là quá đột ngột: Trước đó, mạng xã hội này đã từng bắt tay với các tổ chức giáo dục trong chiến dịch #EduTok tại Ấn Độ, thu về 126.5 tỷ view từ các video về giáo dục, truyền động lực và các vấn đề sức khỏe. Gen Z và nhu cầu chuyển hướng sang các nội dung giáo dục: từ các video về các phản ứng hoá học, hay các lớp học vẽ tranh trên TikTok và các clip chia sẻ các mẹo nấu ăn,... Ngoài ra, nhằm giúp người dùng dễ dàng cập nhật với các video giáo dục, TikTok tối ưu hóa việc sử dụng các hashtag như: #LearnOnTikTok - 8/2020 (toàn cầu), #ONhaOnThi - 6,7/2021 (Việt Nam), #EduTok (Ấn Độ), #TikTokHuongNghiep (10-26/3/2021), #TikTokMenTor, #HocCungTikTok.

Việc TikTok tập trung thêm vào các nội dung độc đáo và ấn tượng đang nhận được sự đón nhận rất tích cực từ thế hệ Z. Qua các số liệu thống kê, họ có xu hướng ưa chuộng những nội dung giáo dục bên cạnh các nội dung mang tính giải trí. (Fanbytes, 2021). Hashtag #LearnOnTikTok (tạm dịch: Học trên TikTok) đến nay đã thu về 40,3 tỷ lượt xem. Xu thế này cũng phản ánh sự phổ biến ngày càng rộng rãi của micro-learning - một phương pháp học tập trực tuyến theo từng bước nhỏ kết hợp với mô hình e-learning truyền thống.

Ngày nay, không thể phủ nhận rằng mạng xã hội đang trở nên phổ biến hơn bao giờ hết, và các nền tảng này đang giữ một vai trò thiết yếu trong nhiều khía cạnh khác nhau của đời sống sinh hoạt hàng ngày. Tuy nhiên, trong môi trường giáo dục, không khó để nhận thấy việc học sinh, sinh viên dễ bị xao nhãng với việc học tập do sự cám dỗ từ những nội dung mới lạ, kích thích sự tò mò đến từ các trang mạng xã hội. Hiện tượng này dẫn đến một hệ quả khó tránh khỏi: thế hệ trẻ dành ngày càng nhiều thời gian cho mạng xã hội, dần dần lơ là việc học trên lớp. Nhưng phải chăng chúng ta đang đưa ra một kết luận quá vội vàng? Liệu đánh giá như vậy có phải là quá phiến diện, và liệu rằng đối với học sinh, sinh viên thì mạng xã hội chỉ mang tính chất giải trí đơn thuần? Đó chỉ mới là bề nổi của tảng băng chìm. Các nền tảng mạng xã hội đóng vai trò như những “ngôi nhà chung” của người dùng, đảm bảo sự kết nối mạnh mẽ về tinh thần và mở ra một không gian rộng lớn để chia sẻ những câu chuyện trong cộng đồng. Chính vì đặc tính phổ dụng này, ngày càng có nhiều các nền tảng kết nối người dùng được tận dụng như các trang thông tin phục vụ cho các mục đích khác nhau, trong đó có giáo dục. Thực tế, câu hỏi được đặt ra là làm sao để những kiến thức mang nặng tính học thuật trở nên gần gũi với thực tiễn hơn và “bắt sóng” được với thế hệ trẻ? Các bài giảng truyền thống thường mang nặng tính lý thuyết, nội dung dài và dễ gây nhàm chán. Trong khi mạng xã hội tạo nên một môi trường giáo dục thú vị và thu hút hơn, với nội dung ngắn gọn và dễ tiếp thu, với cách truyền đạt sinh động với âm thanh và hình ảnh hút mắt người xem. Đó cũng là một trong những lý do mà nhiều bạn trẻ ngày nay tìm đến mạng xã hội. Những năm gần đây, TikTok đang trở thành một nền tảng giáo dục tiềm năng thu hút mạnh mẽ những người dùng trẻ bằng cách tiếp cận thông tin mới mẻ và nhanh chóng thông qua các video ngắn với nội dung đánh vào trọng tâm. Tuy nhiên lại xuất hiện một câu hỏi đáng quan ngại khác là không gian mạng xã hội quá rộng lớn, từ đó khó tránh được việc những luồng thông tin phổ biến bị truyền đạt tràn lan một cách sai lệch. Vậy thì, liệu có những giải pháp nào có thể giúp thế hệ trẻ chọn lọc và tận dụng các nguồn thông tin trên nền tảng này như phương tiện học tập và chia sẻ kiến thức hiệu quả không?

2.3. Tiềm năng của ứng dụng TikTok

Hiện nay, ngoài sự phát triển vượt bậc thì tiềm năng của TikTok là một vấn đề luôn gây chú ý cho mọi người - đặc biệt là đối với học sinh. Từ lâu, TikTok đã được biết đến với những video ngắn và nội dung độc đáo. Chính sự ngắn gọn này là một lợi thế to lớn của TikTok so với những trang mạng xã hội hay kênh học tập khác trong việc truyền đạt kiến thức (Huamin & Qing, 2015). Theo một nghiên cứu về nghiên cứu hành vi của người học trên các nền tảng cung cấp các khóa học trực tuyến đại chúng mở (MOOC) đã cho biết những video càng ngắn thì có tỉ lệ người xem và tỉ lệ xem hết video cao hơn hẳn so với những video thời gian dài hơn (Guo và nnk, 2014). Một nghiên cứu của eduX MOOCs năm 2014 cũng kết luận rằng sự hứng thú của người xem video giảm sau 6 phút và áp dụng chính sách video chỉ dài 6 phút cho nền tảng của họ, nhưng chính sách này đã được thay đổi sau đó. (Wen-Jung & John, 2013) Không dừng lại tại đó, video với thời lượng ít hơn 5 phút còn cho thấy hiệu quả cao hơn trong việc học khi nó được chứng minh rằng sẽ truyền đạt kiến thức hiệu quả hơn nhờ vào nội dung ngắn gọn, súc tích và việc nâng cao ý thức học tập, sự gắn kết của người học đối với bài giảng. Từ đây rút ra được kết luận rằng nhờ vào hoạt động chính là các video ngắn, TikTok có thể hỗ trợ việc học của sinh viên trở nên hiệu quả hơn và tăng hứng thú của sinh viên và giúp họ trau dồi kiến thức

Hơn nữa, với “kho nội dung” khổng lồ của mình, TikTok hứa hẹn sẽ là một nơi hỗ trợ sinh viên đối với việc tiếp cận với hầu hết những kiến thức mà bản thân còn thiếu sót hoặc chưa

nắm rõ, đồng thời còn có thể tiếp cận với tri thức của những người đi trước, người có địa vị trong lĩnh vực mình quan tâm. Các nội dung trên TikTok đa dạng từ lĩnh vực tài chính, marketing cho đến học những ngôn ngữ mới và cả những kinh nghiệm học tập, phỏng vấn, xin việc, hay đặc biệt hơn là những kỹ năng mềm như là nấu ăn, thiết kế,... Với việc xuất hiện các tài khoản uy tín của những người nổi tiếng, có uy tín cao trong ngành như @linhthaiofficial của nữ doanh nhân Thái Vân Linh, tổng giám đốc của Vingroup Venture hay @dangtrantung93 của thầy giáo dạy IELTS Đặng Trần Tùng, người nổi tiếng với 4 lần được IELTS 9.0, chứng tỏ được TikTok đang dần được nhìn nhận như là một “công cụ” phù hợp cho việc học tập và trao đổi kinh nghiệm giữa người với người, đặc biệt là giới trẻ. Chưa dừng lại ở đó, bản thân TikTok cũng đang dần chuyển nền tảng của mình sang hướng hữu ích hơn cho người dùng, với sự ra đời của dự án #LearnOnTikTok đã và đang nhận được vô vàn phản hồi tích cực từ người dùng ở 6 mảng sáng tạo có thể kể đến như #HocCungTikTok, #TikTokMentor, #GocSangTao, #SongKhoe247, #BiKipSongAo và #ThanhCongNghe. Ngoài ra, vào tháng 6 năm 2021, phong trào #ONHaOnThi với sự giúp đỡ của Trung tâm Giáo dục đã phát động chuỗi bài giảng trực tuyến các môn thi điểm luyện thi đại học. Đây là sự kiện đánh dấu cột mốc TikTok trở thành nền tảng đầu tiên tại Việt Nam phát sóng các bài giảng đánh giá bài thi cho học sinh. Tuy nhiên, vì sự bùng nổ về nội dung cũng khiến độ chân thực và chất lượng của video khó được kiểm soát, người xem phải chủ động lựa chọn thông tin để tận dụng triệt để lợi thế này của TikTok. Chúng tôi sẽ đưa ra các hướng giải quyết và tận dụng rõ hơn trong phần giải pháp.

Không chỉ vậy, thuật toán của TikTok dựa vào những tương tác của người dùng như lượng like, comment hoặc thời gian xem một video để tính toán và để đưa lên những video tiếp theo có nội dung tương tự. Nhờ đó mà những trải nghiệm học tập trên ứng dụng trở nên “độc quyền” cho mỗi người dùng. Không những thế, việc sở hữu giao diện thân thiện, cũng như cách sử dụng vô cùng đơn giản giúp người dùng có thể dễ dàng học được những nội dung của mình quan tâm, tận dụng thời gian rảnh của mình (Christina, 2021)

Thêm vào đó, với việc được xem như một trang mạng xã hội có tính chất giải trí, người dùng sẽ vô thức truy cập vào TikTok để giải trí hay chỉ đơn giản để giết thì giờ... Sự vô thức đó không những tạo nên động lực và cảm xúc cho người dùng trong việc lĩnh hội kiến thức mà còn giúp họ gỡ bỏ áp lực học tập, mang lại trải nghiệm thú vị và dễ dàng hơn cho người dùng (Dasha, 2021).

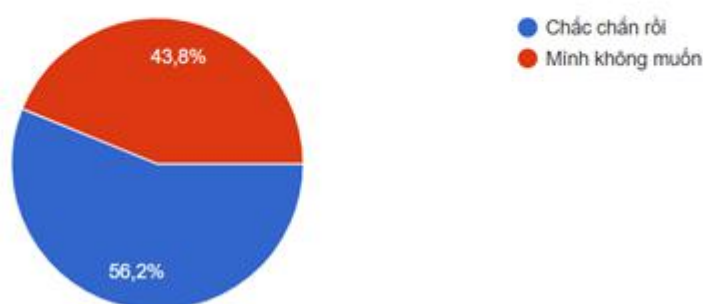
Đặc biệt hơn, TikTok sẽ là một nền tảng lý tưởng để sinh viên Ngoại thương Cơ sở II có thể học hỏi, trau dồi và mài dũa không chỉ về kỹ năng cứng mà còn là cả kỹ năng mềm. Về kỹ năng cứng, các sinh viên kinh tế và cụ thể hơn là sinh viên Ngoại thương Cơ sở II khi mới bắt đầu học các kiến thức về kinh tế đều sẽ được dạy rằng đây là một lĩnh vực đặc thù thay đổi không ngừng. Hầu hết tất cả các kiến thức và kỹ năng chủ yếu sẽ đến từ thực hành và kinh nghiệm. Ngoài ra, kiến thức hàn lâm đôi khi dễ gây sự nhàm chán đối với sinh viên theo đuổi một chuyên ngành nhất định. Chính vì vậy, việc cần có một hình thức mới giúp khơi lên hứng thú học tập của sinh viên là vô cùng cần thiết. (Saul, 2016) Bởi lẽ dựa trên lý thuyết học tập xã hội (social learning) của Albert Bandura, con người sẽ trải qua 2 giai đoạn là quan sát và “thiên” để đưa đến quyết định có tiếp thu kiến thức mình học được từ người khác hay không. Nhờ đó, chúng ta sẽ phải đầu tư nhiều thời gian hơn để suy nghĩ về nó và giúp việc học hiệu quả hơn. (Qunfang và nnk, 2018) Với việc người dùng TikTok có xu hướng chia sẻ kiến thức và thẳng thắn đưa ra quan điểm hơn trên một nền tảng video cộng tác (collaborative video

platform) so với các nền tảng truyền thống, TikTok sẽ là một công cụ có tính hữu dụng cực kì cao trong quá trình học tập. Một số tài khoản sử dụng phương pháp mới này có thể nhắc đến là @kinhtehocgiandon, @hocdautucophieu,...

Không chỉ dừng lại ở đó, Tiktok còn cung cấp cho sinh viên khối ngành kinh tế một nơi để sáng tạo, biến các kiến thức khô khan thành những dạng video thu hút, hấp dẫn. Nền tảng này còn được cho là một kho kỹ năng mềm cho các sinh viên, đặc biệt là sinh viên Ngoại Thương, những bạn trẻ luôn được biết đến với những tính từ như: năng động, đổi mới, sáng tạo,... Họ luôn là người đón đầu xu hướng của giới trẻ và luôn mong muốn được học thêm nhiều kỹ năng khác ngoài sách vở. Điều này là lý do khiến TikTok phù hợp với họ hơn bao giờ hết. Những minh chứng rõ ràng nhất chính số liệu khảo sát mà chúng tôi đã khảo sát trên số 203 sinh viên Ngoại Thương. Trong đó, 56.2% sinh viên sẵn sàng trở thành một nhà sáng tạo nội dung trên TikTok trong tương lai, 50.2% sinh viên mong muốn được chia sẻ kinh nghiệm về mảng học thuật, làm việc và 33% sinh viên sẽ dạy một sở trường của mình trên TikTok.

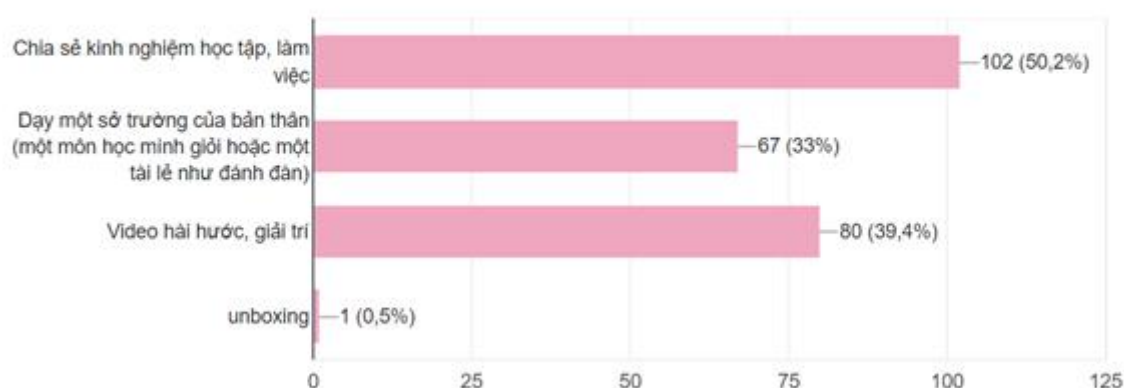
Trong tương lai, nếu có cơ hội bạn có muốn trở thành một creator nội dung trên TikTok hay không?

203 câu trả lời



Nếu được tạo nội dung trên TikTok, bạn sẽ làm video về nội dung gì?

203 câu trả lời



3. GIẢI PHÁP SỬ DỤNG TIKTOK HIỆU QUẢ TRONG VIỆC HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN CƠ SỞ II TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG

3.1. Những ảnh hưởng tích cực, những lợi ích của việc sử dụng TikTok

Ngoài việc được sử dụng như một công cụ giải trí và kết nối, TikTok còn thể hiện được tiềm năng trở thành một nền tảng dạy và học trên nền tảng các video cung cấp kiến thức cô đọng và dễ hiểu. Chính khả năng truyền đạt thông tin linh động này đã làm cho mô hình Micro-learning trở nên ngày càng được sử dụng rộng rãi hơn trong cộng đồng trẻ, biến TikTok trở thành một công cụ giáo dục tiềm năng trong tương lai với phương pháp truyền tải một đơn vị kiến thức nhỏ trong lượng thời gian ngắn (ít hơn 60 giây). Không những thế, nghiên cứu của nhóm tác giả tại Hội thảo Quốc tế về Giáo dục ở trường Đại học Suryakancana (Pratiwi A.E. và nnk., 2021) cũng chỉ ra rằng TikTok có cơ hội trở thành một ứng dụng có thể giúp học sinh, sinh viên nâng cao khả năng phát âm và khả năng đọc hiểu ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng phản ứng tích cực của các sinh viên tham gia khảo sát về ứng dụng này như một phương tiện hỗ trợ hình ảnh cho việc tiếp nhận kiến thức và củng cố các kỹ năng tiếng Anh cơ bản. Việc sử dụng TikTok như một công cụ dạy và học cũng giúp cho sinh viên cải thiện khả năng mô tả trong các môn học đòi hỏi kỹ năng viết, sử dụng từ ngữ phù hợp trong văn cảnh để tạo nên các bài viết có giá trị học thuật cao. Trực tiếp tham gia và tận dụng nền tảng mạng xã hội này như một công cụ học tập cũng giúp sinh viên trở nên năng động hơn khi đóng góp xây dựng bài giảng, bồi dưỡng động lực và tăng khả năng tập trung trong quá trình lĩnh hội kiến thức mới.

3.2. Những tác hại khó kiểm soát của TikTok

Tuy nhiên, trên nền tảng mạng xã hội này vẫn tồn tại nhiều trào lưu mang tính “độc hại” mà TikTok khó kiểm soát được hết. Từ những nội dung phản cảm như khoe ngực theo trào lưu “Khoe tâm hồn” đến những trào lưu thử thách nguy hiểm tính mạng như “Penny Challenge”: nơi người chơi sẽ phải dùng một đồng xu để vào khe hở giữa ổ điện và sạc điện thoại, nhằm tạo ra tia lửa. Trào lưu tai hại này đã gây ra một vụ cháy lớn tại một trường học ở bang Massachusetts (Mỹ) (Chi, 2021). Hoặc một thử thách khác mang tên “Blackout Challenge”: nơi người chơi phải tự làm mình bị ngạt thở đến bất tỉnh. Chỉ tính riêng trong năm 2021, thử thách này đã gây tử vong cho một cậu bé 12 tuổi ở tiểu bang Oklahoma (Mỹ) vào hồi tháng 7, một cậu bé 9 tuổi tên LaTerius Smith Jr ở bang Tennessee (Mỹ) vào hồi tháng 6, một cậu bé 12 tuổi tên Joshua Haileyesus ở Colorado (Mỹ) và một bé gái 10 tuổi ở Palermo (Ý) vào hồi đầu năm (Hương, 2021).

Nếu không có hướng giải quyết, kiểm soát đúng đắn và kịp thời, những trào lưu vô bổ với nội dung “độc hại” này sẽ càng xuất hiện tràn lan, từ đó “chèn ép” những nội dung bổ ích về mặt số lượng. Khi ấy, khả năng sinh viên bị phân tâm khỏi việc học tập sẽ tăng lên, vì phải tiếp cận bị động với quá nhiều những trào lưu như vậy, đồng thời vì việc tìm kiếm những nội dung hữu ích cho việc học tập và nghiên cứu cũng khó khăn hơn.

3.3. Khuyến nghị cho sinh viên khi sử dụng mạng xã hội

Đầu tiên là về vấn đề thời gian. Sinh viên nên biết cân đối thời gian tránh sa đà, bỏ bê việc học và trau dồi kiến thức. Các chuyên gia có lời khuyên rằng người dùng chỉ nên dành khoảng từ 1 - 2 giờ mỗi ngày cho mạng xã hội. Vì nếu dành quá nhiều thời gian cho các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, Snapchat... sẽ gây ảnh hưởng tới thể chất và tinh thần đồng thời làm tăng khả năng mắc bệnh trầm cảm (Chỉ nên dành tối đa, 2018).

Và bản thân sinh viên phải biết Tik Tok có sự đa dạng về nội dung nên đôi khi chúng ta cần lựa chọn nội dung ý nghĩa có tính văn minh để theo dõi. Tránh bị ảnh hưởng, thu hút bởi tin

giả, tư tưởng không tốt - theo chia sẻ của bạn Phạm Hoàng Nam (2001), sinh viên ĐH Ngoại thương Cơ sở II TP.HCM (Huế, 2021).

Để có thể tận dụng tối đa lợi ích của TikTok trong việc học thì bản thân sinh viên phải biết tìm tòi, tìm kiếm những kênh uy tín “học mà chơi, chơi mà học” như: @moedidauu, @khiemslayss, @rose.ng ... (Hân, 2021).

Ngoài ra còn phải kết hợp follow những hashtag của những người sáng tạo nội dung uy tín, có chuyên môn cao để học hỏi cũng như trau dồi thêm các kiến thức, kỹ năng cả trong học tập và đời sống. Ví dụ điển hình là chiến dịch liên quan đến học tập của TikTok, #LearnOnTikTok. Hiện nay, #LearnOnTikTok đã có hơn 3,7 triệu video mang tính giáo dục với khoảng 140 tỷ lượt xem. Qua đó, TikTok khẳng định sự nỗ lực khi biết khai thác ưu điểm công nghệ để trở thành nền tảng với vô vàn những nội dung đa dạng, đồng thời còn cung cấp kiến thức bổ ích, phù hợp cho người dùng thuộc nhiều lứa tuổi, ngành nghề. (Anh, 2021).

Bên cạnh đó, thay vì dành quá nhiều thời gian cho mạng xã hội, sinh viên nên tích cực tham gia các hoạt động ngoại khóa, hội thảo, vui chơi, giải trí, làm tình nguyện, hay từ thiện để nâng cao đời sống tinh thần, tạo môi trường văn minh lành mạnh để giao lưu học hỏi những điều tốt của nhau, cũng từ đó rèn luyện tính tổ chức, tính kỷ luật và tăng tính đoàn kết, giúp các bạn trẻ sống có trách nhiệm hơn, bỏ đi lối sống hời hợt, vô tâm, thích hưởng thụ và đua đòi theo những danh tiếng phù phiếm của thế giới ảo. Khi thế giới thực có nhiều hoạt động thú vị, có ý nghĩa thì các em sẽ hạn chế tìm niềm vui trên mạng (Phương, 2021).

3.4. Một số giải pháp ứng dụng TikTok hiệu quả vào việc học tập.

Xét đến việc một số lượng người sử dụng mạng xã hội thuộc diện đối tượng giáo viên và học sinh, chúng ta có thể nhận thấy rằng nhiều nền tảng ảo, đặc biệt là TikTok, trong một vài năm trở lại đây, đã và đang có tác động mạnh đến cách dạy và học. Với những tiềm năng của mình, TikTok rất có thể sẽ được sử dụng như một công cụ giáo dục hữu ích đối với sinh viên cả nước và toàn thế giới nói chung cũng như sinh viên Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II nói riêng trong tương lai gần, chứ không chỉ là một ứng dụng vô bổ như nhiều người vẫn quy chụp

Từ cơ sở ấy, chúng tôi xin được đề ra một vài giải pháp ứng dụng TikTok vào học tập sau:

Đầu tiên, giảng viên có thể tích hợp bài giảng và TikTok, đồng thời tạo ra những cơ hội để sinh viên thực hiện tương tự với bài tập. Giải pháp này đã được chứng minh qua thực tiễn là có hiệu quả trong việc tạo sự hứng khởi cho người học, thông qua việc cho phép người học tiếp nhận, tìm hiểu, trình bày thông tin theo một cách ngắn gọn, chủ động và sáng tạo hơn so với cách học truyền thống.

Lấy một ví dụ là trường hợp của Kozlowsky - giáo viên tại trường trung học Quince Orchard. Có một lần, ông vô tình thấy học trò đang quay video nhảy múa trên TikTok. Sau lần đó, ông bắt đầu nghiên cứu về nền tảng này, và áp dụng vào những buổi học của mình, điển hình là việc yêu cầu học sinh đăng tải video lên TikTok với nội dung là những gì họ hiểu về Hiệp ước Missouri năm 1820. Kozlowsky cho rằng: “Nội dung học đang trở nên khô khan, nhưng TikTok đã mang lại sự thú vị cho môn học. Đây vừa là cơ hội cho học sinh trở nên sáng tạo hơn, vừa là một cách thức thú vị để học sinh thể hiện những kiến thức được học” (Klein. A, 2019).

Một ví dụ khác là tài khoản TikTok giáo dục @thaytranduc thuộc quyền sở hữu của thầy Trần Đức - một giáo viên Vật lý người Việt Nam. Từ khi thành lập kênh TikTok cá nhân của mình, thầy đã đóng góp nhiều nội dung mang tính giáo dục hữu ích trên nền tảng mạng xã hội này, khiến môn Vật lý từ khô khan trở nên thú vị và dễ tiếp thu hơn cho học sinh. Tính đến ngày 18/10/2021, kênh TikTok của thầy Đức có 369,3K người theo dõi và 4,7M lượt like - những con số đủ để chứng minh tính khả quan của công tác dạy học thông qua TikTok (MAAS, 2021).

Một trường hợp nữa là bà Berg Gaither, một EE Coordinator của một chương trình học tú tài quốc tế (IB Programme), đã sử dụng kênh TikTok cá nhân với mục đích giúp đỡ các học viên của bà tìm tài liệu phục vụ cho mục tiêu hoàn thành bài luận văn dài 4000 từ. Không những vậy, bà còn giúp các học viên thực hiện những quá trình nhàm chán và khó khăn, trở nên đơn giản hơn, như là cách thức để dẫn nguồn trích dẫn theo hướng học thuật (Alyson Klein, 2019).

Một giáo viên khác là Edwin Perez, một giáo viên môn tiếng Tây Ban Nha ở Trường Cao Đẳng Thành Phố Baltimore, cũng đã tận dụng tài khoản TikTok cá nhân của anh để chỉ ra các ví dụ trong việc sử dụng tiếng Pháp và tiếng Tây Ban Nha trên các biển báo chỉ dẫn, đồng thời yêu cầu học viên của mình tạo những đoạn video ngắn bằng tiếng Tây Ban Nha (Alyson Klein, 2019).

Kathryn Byars, một giáo viên chuyên ngành môn xã hội học ở Trường Eleanor Roosevelt thuộc Eastvale, Calif., đưa cho học sinh cô ấy lựa chọn để làm nội dung đăng lên TikTok, với chủ đề là so sánh và đối chiếu các lộ trình trao đổi hàng hóa giữa các thời kỳ, đồng thời chia sẻ những phát minh được ra đời trong thời đại Cách mạng Công nghiệp (Alyson Klein, 2019).

Thứ hai, sinh viên nên được định hướng ngay từ đầu về nội dung, thông tin mà mình muốn xem cũng như bật chức năng kiểm soát nội dung để tránh xem phải những video độc hại. Mặc dù TikTok là một nền tảng có rất nhiều nội dung mang giá trị giáo dục. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều nội dung khác không mang giá trị giáo dục, thậm chí là phản cảm nhưng lại rất cuốn hút trên TikTok. Vì thế, nếu không lựa chọn nội dung tiếp thu một cách cẩn thận, sinh viên sẽ dễ sa đà vào những nội dung không dành cho mục đích học tập, hoặc nguy hiểm hơn là hình thành những lối suy nghĩ và hành xử suy đồi, dị biệt, ảnh hưởng đến việc học tập.

Thứ ba, sinh viên cũng cần được rèn luyện những kỹ năng kiểm duyệt thông tin. Khả năng kiểm duyệt thông tin tốt sẽ giúp người học cảnh giác hơn, phòng tránh những thông tin sai lệch có thể gây nên sự không chuẩn mực trong kiến thức và tư tưởng, nhất là trong bối cảnh chưa giải quyết triệt để được hiện tượng thông tin giả được đăng tải tràn lan trên mạng xã hội, cụ thể là TikTok, như ngày nay.

Thực tế cho thấy, đã không ít lần các thông tin sai lệch bị truyền bá tràn lan trên các trang mạng xã hội, gây hoang mang và ức chế trong cộng đồng. Lấy ví dụ, vào tháng 9/2021, Công an thành phố Cần Thơ đã xử phạt vi phạm hành chính 5 triệu đồng đối với đối tượng B.Q.G. (35 tuổi, trú xã Tân Thới, huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ) do hành vi "Chia sẻ thông tin sai sự thật, xúc phạm uy tín của cơ quan, tổ chức". Cụ thể, tài khoản TikTok cá nhân của đối tượng này đã lan truyền một video với tiêu đề có tính chất gây chia rẽ nhân dân và không đúng với sự thật: "Cán bộ ức hiếp dân nghèo thì xin lỗi - dân nói lý lẽ thì bắt nhốt, luật vì dân nghèo hay là bảo vệ cán bộ" (Tuoitre, 2021).

Về cơ bản, có thể đánh giá Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II đã triển khai tốt việc dạy cho sinh viên cách kiểm duyệt thông tin thông qua bộ môn Logic học, phương pháp học tập và nghiên cứu khoa học. Tuy nhiên, bộ môn chỉ mới tiếp cận được một phần nhỏ của chủ đề, vì thế, vẫn cần mở thêm cho sinh viên những khóa học nhỏ hoặc những buổi chia sẻ về vấn đề, nhằm giúp các bạn có cái nhìn toàn thể hơn về sự việc, từ đó đưa ra những phương pháp và cách thức giải quyết vấn đề một cách cụ thể và thực tiễn hơn.

4. Kết luận

Từ những dẫn chứng nêu trên về sự tốc độ phát triển đến chóng mặt của mạng xã hội, chúng tôi tin rằng trong tương lai sẽ có càng nhiều người chọn phương pháp giáo dục trực tuyến. Trong đó, nền tảng TikTok có tiềm năng trở thành một khu vực để các giáo viên và học sinh nói chung và các giảng viên, sinh viên trường Đại học Ngoại Thương CSII - TP.HCM tương tác với nhau. Bằng chính những thuật toán, phương pháp độc đáo và năng động của riêng mình, TikTok đã và đang dẫn đầu trong xu hướng giới trẻ, tạo nên sự hứng thú chưa từng có cho những lĩnh vực chứa đầy lý thuyết khô khốc. Đối với ngành kinh tế nói riêng, TikTok còn là một hình thức học tập mới thoát ra khỏi các phương pháp thông thường, giúp cho sinh viên khối ngành kinh tế nói chung và sinh viên Đại học Ngoại Thương CSII - TP.HCM nói riêng có thể học tập và tích lũy cho bản thân thêm kiến thức, một cách hiệu quả, năng suất. Đồng thời còn cung cấp cho nhóm đối tượng trên một kho tàng kiến thức về đời sống và kỹ năng mềm thông qua dạng video ngắn - giúp mọi người dễ hiểu hơn. Từ đó, tạo cho các bạn sinh viên cơ hội được trải nghiệm một cách thực tế những tình huống nằm ngoài sách vở và trường học. Tổng kết lại, chúng tôi tin rằng TikTok có tiềm năng mang lại kết quả khả quan cho việc học của sinh viên trường Đại học Ngoại Thương Cơ sở II - TPHCM khi họ được hướng dẫn và tìm hiểu một cách rõ ràng việc sử dụng nền tảng mới này.

Tài liệu tham khảo

Alyson, K. (2019), “TikTok: Powerful Teaching Tool or Classroom Management Nightmare?”, <https://www.edweek.org/technology/tiktok-powerful-teaching-tool-or-classroom-management-nightmare/2019/11>, truy cập ngày 16/10/2021.

Anh, Đ. (2021), “Vượt Facebook, TikTok thành ứng dụng được tải về nhiều nhất thế giới”, <https://vneconomy.vn/vuot-facebook-tiktok-thanh-ung-dung-duoc-tai-ve-nhieu-nhat-the-gioi.htm>, truy cập ngày 10/10/2021.

Anh, L.(2021), “Chiến dịch Learn On TikTok: Hơn 3,7 triệu video mang nội dung giáo dục và 140 tỷ lượt xem”, <https://viettimes.vn/chien-dich-learn-on-tiktok-hon-3-7-trieu-video-mang-noi-dung-giao-duc-va-140-ti-luat-xem-post149414.html>, truy cập ngày 11/11/2021.

Chi, L. (2021), “Tiktok có thật sự “độc hại”?”, <https://baophapluat.vn/tiktok-co-that-su-doc-hai-post394921.html>, truy cập ngày 11/11/2021.

Chris, B. (2019), “Is TikTok setting the scene for music on social media?”, <https://blog.gwi.com/trends/tiktok-music-social-media/>, truy cập ngày 11/11/2021.

Christina, N. (2021), “How the TikTok Algorithm Works in 2021”, <https://blog.hootsuite.com/tiktok-algorithm/>, truy cập ngày 10/10/2021.

- Dasha, N. (2021), “The Future of Education is... TikTok?!”, <https://dasha Nikolaeva.medium.com/the-future-of-education-is-tiktok-73f6bff6ebf0>, truy cập ngày 10/10/2021.
- Degenhard, J. (2021), “Forecast of the number of TikTok users in Vietnam from 2017 to 2025”, <https://www.statista.com/forecasts/1142743/tiktok-users-in-vietnam>, truy cập ngày 10/10/2021.
- Diệu, L.L.T.L. (2021), “Tìm hiểu về thuật toán TikTok đưa video lên top xu hướng”, <https://lptech.asia/kien-thuc/tim-hieu-ve-thuat-toan-tiktok-dua-video-len-top-xu-huong>
- Dương, Á (2020), “Mặt trái nguy hiểm của Tik Tok”, <https://ictvietnam.vn/mat-trai-nguy-hiem-cua-tik-tok-20201221120554258.htm>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Fanbytes (2021), “TikTok & Education: How TikTok Is Pushing Educational Content For Gen Z”, <https://fanbytes.co.uk/tiktok-and-education/>, truy cập ngày 10/10/2021.
- Globalwebindex. (2019), “Social media trend in 2019”, <https://www.gwi.com/reports/social-2019>, truy cập ngày 10/10/2021.
- Guo, P.J., Kim, J. & Rubin, R. (2014), “How video production affects student engagement: an empirical study of MOOC videos”, *Proceedings of the first ACM conference on Learning @ scale conference*.
- Hân, T. (2021), “5 tài khoản Tik Tok Việt Nam GenZ nên follow ngay để “học mà chơi, chơi nhưng vẫn học”, https://bloganchoi.com/5-tai-khoan-tik-tok-viet-nam-hay-nen-follow/?utm_source=mbx_sd&utm_medium=_mbxm_s4201_r0_&utm_campaign=mbx_p393975_#gsc.tab=0, truy cập ngày 11/11/2021.
- Huamin, Q. & Qing, C. (2015), “Visual Analytics for MOOC Data”, *IEEE Computer Graphics and Applications*, vol. 35, no. 6, tr. 69 - 75.
- Huế, N. (2021), “Sinh viên Việt Nam nói gì về trào lưu sử dụng mạng xã hội TikTok”, <https://svvn.tienphong.vn/sinh-vien-viet-nam-noi-gi-ve-trao-luu-su-dung-mang-xa-hoi-tiktok-post1389650.tpo>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Hương, N.L. (2021), “Mất mạng vì 'chơi đại' trên TikTok, <https://thanhnien.vn/mat-mang-vi-choi-dai-tren-tiktok-post1093150.html>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Khlaif, Z.N. & Solha, S. (2021), “Using TikTok in Education: A Form of Micro-learning or Nano-learning?”, *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Science*, Vol. 12 No. 3, pp. 213 - 218.
- Nabilah, A., M.P, D.L., Lazuardiyyah, F., Syaifuddin, S. & Abdi, W.M. (2021), “Students' perception toward the use of TikTok video in learning writing descriptive text at MAN 1 Gresik”, *Journal of Research on English and Language Learning*, Vol. 2 No. 1, pp. 16 - 21.
- Nhi, T. (2020), “TikTok dung dưỡng hàng trăm trào lưu độc hại”, : <https://zingnews.vn/tiktok-dung-duong-hang-tram-trao-luu-doc-hai-post1128392.html>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Phương, Đ.T.A. (2021), “Nâng cao tính tích cực của mạng xã hội cho giới trẻ”, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nang-cao-tinh-tich-cuc-cua-mang-xa-hoi-cho-gioi-tre-79778.htm>, truy cập ngày 11/11/2021.

- Pratiwi, A.E., Ufairah, N.N. & Sopiah, R.S. (2021), “Utilizing TikTok Application as Media for Learning English Pronunciation”, *Proceedings International*
- Qunfang, W., Yisi, S., Shan, Z. & Yun, H. (2018), “Understanding user participation and knowledge sharing in online videos”, *Danmaku vs. Forum Comments, New York, USA*. DOI:<https://doi.org/10.1145/3148330.3148344>
- Quy, N. (2021), “Vietnamese spend more time on internet, social media than Asian peers”, <https://bitly.com.vn/eqf0od>, truy cập ngày 11/10/2021.
- Saul, M. (2016), “Albert Bandura's Social Learning Theory”, <https://www.simplypsychology.org/bandura.html>, truy cập ngày 17/10/2021.
- Tài, N. H. (2020), “TikTok - Chiếm lĩnh thị trường thông tin ngắn”, <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/23995-TikTok-Chiem-linh-thi-truong-thong-tin-ngan>, truy cập ngày 10/11/2021.
- TikTok & Education: How TikTok Is Pushing Educational Content For Gen Z, (2021), <https://fanbytes.co.uk/tiktok-and-education/>, truy cập ngày 12/10/2021.
- TikTok là gì? Lịch sử hình thành và phát triển TikTok, (2021), <https://vietadsgroup.vn/tik-tok-la-gi-nhung-y-nghia-cua-tik-tok.html>, truy cập ngày 11/11/2021.
- TikTok Revenue and Usage Statistics, (2021), <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>, truy cập ngày 10/11/2021.
- TikTok usage during COVID-19 in the United States 2020, (2021), <https://www.statista.com/statistics/1207831/tiktok-usage-among-young-adults-during-covid-19-usa/#statisticContainer>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Top 10 kênh Tiktok về giáo dục hot nhất hiện nay, (2021), <https://maas.vn/top-10-kenh-tiktok-ve-giao-duc-hot-nhat-hie%CC%A3n-nay/>, truy cập ngày 11/10/2021.
- truy cập ngày 11/11/2021.
- VTV, (2018), “Chỉ nên dành tối đa 1 - 2 giờ/ngày cho mạng xã hội”, <https://vtv.vn/the-gioi/chi-nen-danh-toi-da-1-2-gio-ngay-cho-mang-xa-hoi-20181126180436509.htm>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Watson, A. (2020), “Ongoing home media consumption and the coronavirus worldwide 2020, by generation”, <https://www.statista.com/statistics/1170447/in-home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-generation/>, truy cập ngày 11/11/2021.
- Xử phạt thanh niên chia sẻ thông tin sai sự thật trên TikTok để câu khách, (2021), <https://tuoitre.vn/xu-phat-thanh-nien-chia-se-thong-tin-sai-su-that-tren-tiktok-de-cau-khach-20210930111632684.htm>, truy cập ngày 10/11/2021.