

MẠNG XÃ HỘI TRỰC TUYẾN CỦA GIỚI TRẺ Ở ĐÔ THỊ HIỆN NAY

TRINH HÒA BÌNH*
LÊ THẾ LĨNH**

Trong xã hội hiện đại, việc kết nối mạng lưới không chỉ dừng lại ở giao tiếp trực tiếp mà đã mở rộng sang nhiều mô thức giao tiếp khác. Nhờ sự trợ giúp của các phương tiện kỹ thuật hiện đại như điện thoại, máy tính kết nối internet giao tiếp trực tiếp đang được thay thế từng phần bằng các giao tiếp gián tiếp, thông qua các phương tiện này. Đặc biệt là sự ra đời của các *Mạng xã hội trực tuyến* (MXH) như Facebook, MySpace, Blog, Twitter,... đã đánh dấu một bước ngoặt trong các loại hình giao tiếp xã hội.

MXH đã trở thành phương tiện hữu ích cho giới trẻ xây dựng, duy trì và phát triển các liên hệ xã hội, từ đó mở rộng mạng lưới xã hội. Việc tạo dựng mới hay duy trì các mạng lưới xã hội vốn có bằng việc tham gia MXH cung cấp cho giới trẻ những lợi ích về cả vật chất lẫn tinh thần. Việc tham gia các MXH đã giúp cho giới trẻ thể hiện những thái độ, quan điểm, hành vi, định hướng giá trị trong nhiều lĩnh vực của đời sống, từ công việc, học tập đến vui chơi giải trí. Bên cạnh những mặt tích cực, việc tham gia các MXH cũng gây ra không ít các tác động tiêu cực.

Bài viết này nhằm làm rõ thực trạng mạng lưới quan hệ xã hội trên MXH, sự tương tác và những biến đổi trong liên kết xã hội dưới tác động của MXH. Các phân tích chủ yếu dựa trên kết quả nghiên cứu đề tài cấp Bộ “Ảnh hưởng của mạng xã hội trực tuyến đến vốn xã hội của giới trẻ hiện nay” (2013-2014). Mẫu nghiên cứu gồm trên 500 người trẻ có tuổi đời từ 16 đến 35 tại 4 phường của 2 thành phố Hà Nội và Nam Định.

Về khái niệm, hiện chưa có định nghĩa thống nhất về mạng lưới xã hội. Thông thường, “mạng lưới xã hội” thường bao gồm nhiều cá nhân liên hệ với nhau bởi một hay nhiều mối quan hệ. Đó có thể hiểu là một cấu trúc xã hội hình thành bởi những cá nhân (hay những tổ chức), được gắn kết bởi sự phụ thuộc hay những mối quan hệ rất đa dạng như bạn bè, đồng nghiệp, quan hệ họ hàng, cùng sở thích, cùng chia sẻ về niềm tin, kiến thức,... và vô vàn các quan tâm khác từ đời thường tới những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội ở cấp vĩ mô.

1. Mạng lưới quan hệ xã hội trên mạng xã hội trực tuyến của giới trẻ

Quy mô của mạng lưới quan hệ xã hội trước hết được thể hiện ở số lượng thành

* TS, Viện Xã hội học.

** ThS, Viện Xã hội học.

viên bạn bè¹ có trên MXH. Một người có thể tham gia ở nhiều trang MXH khác nhau. Nếu tính số lượng bạn bè trên tất cả các trang MXH mà cá nhân tham gia thì trung bình mỗi bạn trẻ có 419 bạn bè trên các trang MXH, trong đó facebook được nhiều người tham gia nhất, với trung bình 361 bạn trên một người tham gia facebook.

Trong mạng lưới bạn bè đó, không chỉ có các mối quan hệ đã quen biết ở đời thường như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, làng xóm... mà còn rất nhiều mối quan hệ xã hội khác như mạng lưới những người chưa quen biết, hay những người nổi tiếng... Số lượng bạn bè hoàn toàn mới được kết nối lần đầu - những người chưa từng quen biết là 152 (36,3%).

Không chỉ giúp cho việc mở rộng mạng lưới bạn bè cũ, thường xuyên “gặp nhau”, MXH còn giúp người dùng kết nối tìm lại bạn bè cũ một cách thuận lợi. Theo số liệu khảo sát, trung bình số lượng bạn bè cũ tìm lại được nhờ MXH là 42 người (chiếm 10% so với tổng số bạn bè trên MXH). Bạn bè cũ tìm lại được trên MXH nhiều khi ngẫu nhiên, tình cờ : *“Tôi có một cô bạn tình cờ tìm được bạn bè cấp một của cô ấy chỉ vì đăng một tấm hình chụp từ cấp 1 lên facebook, và cứ người này tag người kia và dần dần họ tập trung lại được hết bạn bè”* (Nam, 26 tuổi, Giảng viên).

Theo giới tính, nam giới có số lượng bạn bè được kết nối cao hơn so với nữ giới. Nam giới chú trọng kết nối với mạng lưới bạn bè mới nhiều hơn, song tỷ lệ gặp gỡ ngoài đời đối với số bạn bè mới quen biết của nam giới lại thấp hơn so với nữ. Về độ tuổi, một người càng trẻ tuổi sẽ càng có nhiều bạn được liên kết trên MXH. Số bạn bè được kết nối ở nhóm tuổi 16 - 23 nhiều hơn gấp 3 lần so với nhóm tuổi 30 - 35 và cao gần gấp 2 lần so với nhóm tuổi 24 - 29.

Thời gian sử dụng và mức độ truy cập MXH có ảnh hưởng đáng kể đến quy mô mạng lưới xã hội. Giới trẻ tham gia MXH càng lâu thì số bạn bè càng nhiều: tham gia MXH dưới 1 năm thì trung bình có 170 bạn bè; tham gia từ 1 - 2 năm có 278 bạn; tham gia từ 2 - 3 năm có 448 bạn; và tham gia trên 3 năm thì số lượng bạn lên đến 850 người.

Không chỉ đông về số lượng, mạng lưới quan hệ trên MXH còn đa dạng về thành phần. Như ý kiến của một bạn trẻ : *“Em có thể dễ dàng kết nối được với nhiều người, qua facebook em cũng có thể tìm lại được nhiều bạn bè cũ. Và cùng một thời điểm em có thể nói chuyện được với nhiều người, kết nối được mọi lúc, mọi nơi, trong mọi hoàn cảnh mà không cần biết bạn ở đâu, thời gian nào, ở nước nào”* (Nữ 33 tuổi, nhân viên văn phòng). Đây là một tiện ích tuyệt vời, khiến MXH ngày càng trở thành “ một phần tất yếu của cuộc sống” và trực tiếp ảnh hưởng đến đời sống, quan hệ xã hội của giới trẻ.

Bên cạnh liên kết giữa 2 cá nhân, MXH còn giúp các kết nối liên cá nhân hay các nhóm hội. Có ít nhất 73,5% giới trẻ đang tham gia ít nhất một nhóm/hội. Phần lớn giới trẻ tham gia từ 1 đến 5 nhóm/hội (chiếm 52,3%). Cho dù chiếm số lượng không lớn, nhưng vẫn có một số bạn trẻ tham gia hơn 20 nhóm/hội.

Thời gian sử dụng và mức độ truy cập MXH có ảnh hưởng đến việc tham gia các nhóm/hội của giới trẻ. Theo đó, thời gian sử dụng càng cao thì số lượng tham gia các nhóm hội càng lớn. Có 92% trong số các bạn trẻ đã sử dụng MXH 4 năm trở lên là thành

¹ Bạn bè là tên gọi chung cho tất cả các kết nối/mối quan hệ có trên MXH trực tuyến.

viên của ít nhất 1 nhóm/hội, tỷ lệ này ở người sử dụng 3 - 4 năm là 77,8%, ở nhóm 2-3 năm là 74,8%, những bạn trẻ sử dụng được 1 - 2 năm là 69,3%, có 67,3% nhóm bạn trẻ mới tham gia MXH dưới một năm là thành viên của ít nhất 1 nhóm/hội. Rõ ràng, tương tác thường xuyên trên MXH là môi trường mà nhóm trẻ có thể gây dựng và phát triển những mạng lưới xã hội của mình.

Thành phần của các hội/nhóm cũng rất đa dạng. Nhóm có quan hệ lâu dài và bền vững hơn bao gồm nhóm bạn bè cùng lớp/cùng trường, nhóm bạn bè đồng hương, nhóm cùng quân ngũ... Nhóm có quan hệ ngắn hạn, gắn liền với những sự kiện nhất định như nhóm “Dậy sóng cùng Worldcup 2014”, nhóm “Đạp xe tình nguyện vì hè xanh 2014”, hay nhóm “Phản ứng với việc Trung Quốc lập dàn khoan 981 ở Biển Đông”... Nhóm bạn bè cùng sở thích du lịch, giải trí cũng có số giới trẻ tham gia khá lớn. Các nhóm này tập hợp những người thích thể thao hoặc đi “phượt”. Có những nhóm hội mang những cái tên lạ tai, nhưng thu hút được khá nhiều người tham gia như: Hội những người hâm mộ phong cách độc đáo khó đỡ của Hoàng Tâm KHT, Hội Độc thân, Hội La cà Hội,... Bên cạnh các nhóm/hội trên facebook với các mối quan hệ bạn bè, đồng nghiệp, giải trí, còn có các nhóm hội được lập ra với mục đích kinh doanh, buôn bán hoặc là để thể hiện những ý kiến, cảm xúc trước các sự kiện chính trị xã hội. Ngoài ra, có một số nhóm hội được lập ra với mục đích nhân đạo, tự nguyện làm từ thiện như: nhóm từ thiện Lòng nhân đạo 2014; Hội những người thích ăn cơm chay và làm việc thiện; Nhóm Trái tim thấp lửa...

Kết quả khảo sát cho thấy cơ cấu các nhóm/hội mà giới trẻ tham gia như sau: Tham gia nhiều nhất là Nhóm bạn bè cùng lớp/cùng trường (88,3%); Tiếp đến là các nhóm bạn bè cùng sở thích du lịch, giải trí (57,7%); Nhóm bạn bè đồng hương là 35,6%; Nhóm buôn bán, kinh doanh (29,0%); Nhóm tình nguyện (18,3%); Nhóm đồng nghiệp (7,7%); Nhóm/tổ chức dân sự thấp nhất với 4,9%.

Đáng chú ý là với việc không hạn chế số lượng nhóm/hội, giới trẻ đã xây dựng thêm những nhóm nhỏ, nhóm phụ để thỏa mãn những nhu cầu và lợi ích của mình:

“Chẳng hạn trong 3 nhóm chính thì mỗi nhóm lại có một nhóm phụ trong đấy, và các thành viên trong nhóm chính ai mà thích giải tỏa stress, có óc hài hước một chút thì có thể tập hợp nhau lại. Ví dụ nhóm chính có 9.000 người thì có thể lấy ra 50, 60 người không chỉ là thành viên cốt cán mà còn quý mến nhau hơn một chút thì sẽ lập ra một cái nhóm phụ để trêu nhau, chém gió và không nói chuyện công việc ở đấy. Những cái nhóm nhỏ như vậy thì ở ngoài không nhìn thấy và không biết đến sự tồn tại của nhóm nó”.

(Nam, 33 tuổi, giảng viên)

Những nhóm nhỏ này có thể ở bên ngoài không biết đến về sự tồn tại nhưng có ý nghĩa lớn đối với mạng lưới thành viên trong nhóm.

2. Tương tác trong mạng lưới xã hội

2.1. Tương tác cá nhân, nhóm

Phân tích ở trên cho thấy bên cạnh quy mô lớn, mỗi mạng lưới xã hội trên MXH

của giới trẻ còn có sự đa dạng về thành phần các thành viên tham gia. Vậy giới trẻ tương tác với ai trên mạng lưới đó và mức độ như thế nào?

Kết quả khảo sát cho biết, quan hệ của giới trẻ trên MXH chủ yếu vẫn là những người thân thiết, hay tiếp xúc như bạn thân, đồng nghiệp, gia đình. Tương tác với nhóm người lạ, các quan chức... cũng đã diễn ra trong giao tiếp của giới trẻ trong mạng lưới nhưng với mức độ không thường xuyên.

Tương tác trong nhóm hội, giới trẻ trò chuyện, trao đổi trong nhóm đồng nghiệp cùng cơ quan với mức độ thường xuyên nhất, 89,3% giới trẻ tham gia nhóm cùng cơ quan hàng, ngày tương tác trao đổi với đồng nghiệp của mình. Hoạt động trong nhóm buôn bán, kinh doanh cũng tương đối nhộn nhịp, với mức độ hàng ngày (37,7%), hàng tuần (29,2%); Đối với nhóm giới trẻ là thành viên của nhóm cùng lớp, cùng trường thì tỷ lệ tương tác trong nhóm cũng khá thường xuyên. Riêng với các nhóm tổ chức dân sự có mức độ tương tác thấp nhất: 50,0% không bao giờ tương tác, trao đổi, trò chuyện giữa các thành viên trong nhóm, hầu hết chỉ “thỉnh thoảng” có hoạt động tương tác trong nhóm.

Không dừng lại ở các giao tiếp tương tác trên MXH, các thành viên của nhóm/hội còn có sự tương tác, gặp gỡ nhau ngoài đời. Từ những liên kết trên MXH đã xuất hiện ngày càng nhiều những tương tác ngoài đời sống thực. Điều này cho thấy MXH là một loại “cầu nối” cho những kiểu liên kết và tương tác thực, đa dạng trong giới trẻ.

2.2. Sự bền vững của các tương tác trong mạng lưới

Sự suy giảm các mối quan hệ, giao tiếp xã hội truyền thống khi mạng Internet ra đời đã được nhiều chuyên gia khoa học xã hội lên tiếng cảnh báo. Người ta lo ngại rằng khi con người giao tiếp nhiều hơn trên thế giới ảo thì mối liên hệ giữa thế giới thực sẽ bị lấn át hoặc giảm sút, thay thế một phần.

Kết quả khảo sát cho thấy, mặc dù MXH ra đời và thu hút được mạng lưới bạn bè đông đúc, rộng khắp, khiến cho mức độ giao tiếp ở thực tế có thể bị giảm sút, song mức độ giao tiếp, sự bền vững với hầu hết các mối quan hệ ở ngoài đời sống thực lại được củng cố hơn. Các mối quan hệ xã hội thực bị giảm xuống là nhóm các quan hệ với hàng xóm, bạn thân, người lạ nhưng với tỷ lệ không đáng kể. Trong khi đó, mức độ giao tiếp với bạn thân, đồng nghiệp, người yêu, bạn bè quen biết lại gia tăng rất đáng kể (cao hơn so với tỷ lệ trả lời giảm xuống và như cũ). Một trong những lí do giải thích cho hiện tượng này được giới trẻ nhắc đến là: quan hệ trên MXH chỉ mang tính chất gián tiếp, không có độ chính xác của thông tin:

“Bạn bè ngoài đời thì mức độ giao tiếp cũng như độ bền vững cao hơn vì đã cùng nhau lớn lên, cùng nhau học tập thì hiểu nhau hơn. Còn bạn quen qua facebook chủ yếu là nói chuyện phiếm, thông tin trao đổi không thể kiểm chứng được độ chính xác. Mình cũng có quan tâm tới cảm xúc của họ nhưng không nhiều”.

(Nữ, 27 tuổi, nghiên cứu viên)

Kết quả nghiên cứu này cũng tương đồng với kết quả nghiên cứu của Yamauchivà Coget (2002) về ảnh hưởng của Internet tới các mối quan hệ theo truyền thống với bạn bè, gia đình và những biến đổi của nó, theo đó họ phát hiện ra rằng giao tiếp giữa các thành viên trong gia đình không bị ảnh hưởng bởi việc sử dụng Internet. Việc giao tiếp qua MXH giúp họ dễ dàng gặp gỡ nhiều người chưa quen biết cũng như trong việc giao tiếp với các người bạn thực và quan điểm cho rằng Internet làm thay đổi cấu trúc giao tiếp trong gia đình là chưa có bằng chứng đầy đủ.

2.3. Các hình thức tương tác (*like, comment*)

Từ khi ra đời, nút like là một biểu tượng để thể hiện sự yêu thích một sự kiện xã hội của cộng đồng mạng. Khi một vấn đề được đưa lên MXH như bài viết, hình ảnh, thái độ về một vấn đề... thì số lượng *like* thể hiện thái độ, sự quan tâm của cộng đồng mạng về vấn đề đó. Qua khảo sát, có đến 46,6% thành viên thường xuyên nhấn biểu tượng like, 43,8% thỉnh thoảng và chỉ một số rất nhỏ *không bao giờ* ấn nút like (2,2%).

So với nam giới, nữ giới ấn nút like với mức độ thường xuyên hơn. Hơn 60% giới trẻ ở nhóm tuổi 16 - 23 sử dụng nút like một cách thường xuyên, ở nhóm tuổi 24 - 29 là 42,7%, trong khi đó chỉ có 35,8% nhóm tuổi 30 - 35 thường xuyên sử dụng nút like trong tương tác với các thành viên khác trên MXH. Có thể thấy, nhóm tuổi 16 - 23 dường như “dễ dãi” hơn khi nhìn nhận một vấn đề, như một bạn trẻ 17 tuổi chia sẻ “*có ai đánh thuê cái like đâu, thích thì like không thích cũng like, chả có vấn đề gì cả nhiều khi like cho đỡ buồn*”. Còn với nhóm tuổi lớn hơn, họ đã có độ “chín” trong suy nghĩ thì việc *like* trước một vấn đề nào đó sẽ được xem xét kỹ lưỡng hơn.

Thời gian sử dụng MXH có ảnh hưởng đến mức độ ấn nút like. Nhóm có thời gian sử dụng MXH cao *thường xuyên* like hơn so với nhóm còn lại. Cụ thể, 33,6% thường xuyên like đã sử dụng MXH dưới 1 năm, ở nhóm sử dụng 2 - 3 năm có 50,4% like thường xuyên, nhóm 4 năm trở lên là 68,0%. Giới trẻ mới sử dụng mạng hiếm khi like với các comment, status so với các nhóm đã sử dụng lâu (12,4% ở nhóm sử dụng dưới 1 năm *hiếm khi* like, tỷ lệ này ở nhóm 2 - 3 năm là 6,1% và ở nhóm đã sử dụng MXH trên 4 năm là 0%). Tỷ lệ like ở nhóm giới trẻ truy cập MXH hàng ngày cũng cao hơn hẳn so với nhóm truy cập MXH với mức độ 1 - 3 lần/tuần.

Comment² cũng là một động tác tham gia tương tác với cộng đồng mạng, giữa những người đọc và người xem. Khác với nút *like, comment* hướng đến việc giao tiếp ngôn ngữ, đối thoại giữa cá nhân và cá nhân, cá nhân với nhóm, cộng đồng. Thông qua comment, cá nhân có thể tạo dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ bạn bè. Qua comment cũng thể hiện được mức độ thân thiện, năng lực giao tiếp, cũng như mức độ tham gia của những cá nhân trên MXH. Có 29,5% giới trẻ tham gia nghiên cứu thực hiện comment với mức độ thường xuyên, 58,0% thỉnh thoảng, 10,5% hiếm khi và 2,2% không bao giờ comment.

² Comment được hiểu là lời bình luận, nhận xét, chú giải trước một vấn đề được đưa lên, có thể là một hình ảnh, một câu nói, trích dẫn một bài viết,...

Tương tự như nút *like*, tần suất *comment* chịu ảnh hưởng bởi thời gian sử dụng MXH. Thời gian sử dụng MXH càng lớn thì tần suất *comment* càng cao. 18,6% giới trẻ sử dụng MXH dưới 1 năm *comment* thường xuyên, 30,5% giới trẻ sử dụng được 2 - 3 năm *comment* thường xuyên, tỷ lệ này ở nhóm trên 4 năm là 48,0%. Mức độ truy cập MXH cũng ảnh hưởng đến tần suất *comment*, 36,9% giới trẻ vào truy cập MXH hàng ngày thường xuyên *comment* với các status, hình ảnh,... Tỷ lệ thường xuyên *comment* ở nhóm vào MXH với mức độ 1 - 3 lần/tuần là 3,8%.

3. Niềm tin về mạng lưới xã hội của giới trẻ trên mạng xã hội trực tuyến

Có một truyền thống rất mạnh mẽ trong xã hội học với luận điểm cho rằng đời sống tập thể (cộng đồng) ổn định cần phải dựa vào nhiều yếu tố chứ không chỉ dựa vào những lợi ích cá nhân, và ngay trong một hoạt động kinh doanh, yếu tố niềm tin (trust) là rất quan trọng (Marshall, 1998). Trong một mạng lưới xã hội, chỉ khi có niềm tin các mối quan hệ của con người mới thể hiện sự gắn chặt, bền vững. Từ việc gắn kết các cá nhân hướng đến sự tương tác qua lại, trông cậy, hỗ trợ, giúp đỡ nhau. Khoảng 1/3 giới trẻ được phỏng vấn nhận định nhìn chung mọi người trên MXH là có thể tin tưởng được. Ngược lại, 10,8% cho rằng không thể tin tưởng vào các thành viên trên MXH. Với câu hỏi “*Có cần thiết phải cẩn thận khi giao tiếp với mọi người trên MXH không?*”, câu trả lời cũng cho kết quả tương tự, với 1/3 cho rằng không cần quá cẩn thận khi giao tiếp với mọi người trên MXH.

Cần lưu ý rằng, bạn bè trên MXH có thể phân thành 3 loại: (1) Quen biết thường xuyên gặp gỡ nhau như đồng môn, đồng nghiệp; (2) Quen biết nhau từ trước, chuyện trò với nhau trên MXH là chủ yếu; (3) Quen biết nhau thông qua MXH. Ở 3 nhóm này, mức độ tin cậy lẫn nhau sẽ phụ thuộc vào mức độ giao tiếp hàng ngày. Khi được hỏi về nhóm bạn bè mới biết thông qua MXH, chỉ 12,8% ý kiến cho rằng hầu hết mọi người mới quen biết trên MXH là đáng tin cậy; 81,3% cho rằng trong số những người mới quen biết thông qua MXH có một số có thể đáng tin cậy, một số không đáng tin cậy. Phải chăng, do chỉ quen biết trên MXH, giao tiếp cũng chỉ dừng lại ở thế giới ảo nên người ta không có niềm tin vững chắc trong những mối quan hệ này.

Có thể thấy, niềm tin đối với những bạn bè đã quen biết ở ngoài đời sống thực trước khi kết bạn trên MXH vẫn được giới trẻ đánh giá là đáng tin cậy hơn so với nhóm bạn bè mới quen biết trên MXH. Vậy niềm tin đó thể hiện qua cơ sở thực tiễn hành động như thế nào? Liệu khi gặp khó khăn, có thể trông đợi vào mạng lưới bạn bè trên MXH hay không? Kết quả nghiên cứu cho thấy 1/3 số người trả lời nhận định mạng lưới đó là khá tin cậy. Chỉ có một tỷ lệ rất nhỏ (0,8%) cho rằng mạng lưới bạn bè trên MXH có thể rất đáng tin cậy giúp đỡ mình khi gặp khó khăn, trong khi đó tỷ lệ hoàn toàn không đáng tin cậy là 10,2% và 55,3% là không đáng tin cậy lắm.

Độ tuổi càng lớn thì mức độ đặt niềm tin vào mạng lưới bạn bè trên MXH càng cao, 47,5% giới trẻ ở độ tuổi 30 - 35 cho rằng có thể trông đợi vào mạng lưới bạn bè trên MXH khi gặp khó khăn, nhóm ở độ tuổi 24 - 29 là 30,6% nhóm tuổi còn lại từ 16 - 23 chỉ có 23,5%. Trong khi đó, tỷ lệ trả lời mạng lưới bạn bè trên MXH không tin cậy lắm khi

cần sự giúp đỡ càng cao ở độ tuổi càng thấp, tương đương ở 3 nhóm là: 30 - 35 tuổi: 43,8%; 24-29: 58,8% và 16 - 23: 63,0%. Phân tích sâu hơn có thể thấy ở những nhóm tuổi càng cao càng ít có sự mở rộng quan hệ bạn bè, trong mạng lưới chủ yếu là bạn bè đã quen biết, thường xuyên có sự tương tác, giao tiếp, mối liên hệ chặt chẽ hơn, đó cũng là yếu tố ảnh hưởng nhiều đến niềm tin vào nhóm bạn bè trong mạng lưới.

Nhìn chung, MXH đã giúp giới trẻ hình thành một mạng lưới quan hệ xã hội để tương tác, trao đổi. Các quan hệ trong môi trường này đã tạo dựng được sự tin tưởng nhất định và từ đó đã có kỳ vọng về sự giúp đỡ khi gặp khó khăn, đặc biệt là hỗ trợ về thông tin, tinh thần và việc làm. Tuy nhiên, sự tin tưởng trên MXH vẫn chủ yếu tập trung ở những quan hệ bắt đầu từ việc đã quen biết hoặc đã gặp gỡ nhau ở ngoài đời sống thực, giới trẻ chưa đặt nhiều niềm tin vào bạn bè mới quen biết trên mạng.

4. Một vài bàn luận

MXH là phương thức kết nối các thành viên với nhau trên thế giới ảo không phân biệt không gian và thời gian. Mỗi người tham gia vào MXH có thể tự tạo cho mình một mạng lưới, duy trì và phát triển các thành viên trong mạng lưới đó. Do tính ưu việt của mình, các MXH đã giành được sự ưa chuộng của xã hội và có sự phát triển hết sức nhanh chóng, trở thành một phần tất yếu trong cuộc sống của mỗi người tham gia. MXH ngoài việc duy trì mạng lưới liên kết cũ, sẵn có, MXH còn giúp giới trẻ tạo ra hoặc mở rộng những liên kết xã hội mới hoặc giúp cho tương tác giữa cá nhân ở ngoài đời thực gần gũi hơn, đặc biệt là giữa các thành viên trong gia đình. Điều này trái ngược với một số quan điểm cho rằng quan hệ giữa các cá nhân với gia đình bị “đổ vỡ” khi Internet nói chung và MXH ra đời.

Liên hệ với một trong những công trình phân tích về mạng lưới xã hội dưới tác động của MXH. Boyd là một trong những người đầu tiên đưa ra giả thuyết rằng các MXH có thể không làm tăng số lượng các “*liên kết mạnh*” (nghĩa là lâu dài, tương tác bền vững) của cá nhân, nhưng có thể làm tăng các “*liên kết yếu*” (nghĩa là không thường xuyên tương tác, không bền chặt) bởi vì các MXH là phương tiện phù hợp để duy trì và mở rộng các mối quan hệ với phương thức tiện lợi và giá rẻ (Boyd & Ellison, 2007). Dữ liệu trong bài viết phần nào khẳng định sự hợp lý trong luận điểm mà Boyd đưa ra.

Mở rộng vấn đề, nếu xem mạng lưới xã hội là một thành tố của vốn xã hội thì có thể nhận định rằng, MXH là môi trường dồi dào và đầy tiềm năng về vốn xã hội cho cộng đồng tham gia. Cơ chế hoạt động của nó có thể tạo nên những mạng lưới xã hội đa dạng, mở, đan xen, rất nhiều nhánh của toàn mạng lưới. Tương tác giữa các thành viên trong mạng lưới cũng là cơ sở để xây dựng niềm tin, và từ đó có thể tạo lập những chuẩn mực, giá trị hướng đến những lợi ích chung.

Giới trẻ có mạng lưới xã hội lớn và đa dạng, trong đó sự trao đổi, tương tác không chỉ thông qua MXH mà còn ở ngoài đời sống thực. Với những tiện ích không thể phủ nhận của MXH, việc định hình phát triển MXH cần phải phù hợp. Trong bối cảnh hiện nay, sự cấm đoán không phải là giải pháp quản lý khả thi bởi nó trái với quy luật phát triển của khoa học công nghệ. Nhìn nhận MXH với những mặt tích cực của nó để phát huy những lợi thế, đồng thời đây cũng là cách nhằm hạn chế sự tiêu cực của MXH đưa đến.

Niềm tin có được từ mạng lưới trên MXH không phải là tuyệt đối, đặc biệt là đối với những mối quen biết mới xuất hiện và ít tương tác cả trên MXH và ngoài đời sống thực. Trong khi đó sự hỗ trợ để tạo nên lợi ích trong mạng lưới nói chung và những mất mát xich trong đó còn chưa hiệu quả. Điều này cũng đặt ra những thách thức cho chính sách quản lý trong việc xây dựng hành lang pháp lý để có những chế tài xử phạt thích đáng.

Những dữ liệu và phân tích trong bài viết này, do những hạn chế về quy mô và phạm vi nghiên cứu, mới dừng lại ở việc tìm hiểu sự liên kết mạng lưới xã hội trên MXH và phân nào chỉ ra tiềm năng vốn xã hội của giới trẻ có được từ MXH. Hy vọng trong thời gian tới sẽ có những nghiên cứu trên phạm vi và quy mô lớn hơn để có được bức tranh toàn diện hơn về chủ đề này.

Tài liệu tham khảo

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Pannier, Emmanuel. 2008. Phân tích mạng lưới xã hội: các lý thuyết, khái niệm, phương pháp nghiên cứu. *Tạp chí Xã hội học số 4* (2008).
- Marshall, Gordon (ed). 1998. Dictionary of Sociology. Oxford University Press. London. (Trust and Distrust, p. 674).
- Nguyễn Thị Hậu (chủ biên). 2013. *Mạng xã hội với giới trẻ thành phố Hồ Chí Minh*. Viện Nghiên cứu Phát triển thành phố Hồ Chí Minh, Nxb Văn hóa Văn nghệ.
- Katz E. James and Philip Aspden. 1998. Internet Dropout: The Invisible Group. *Telecommunications Policy* 22, No.4/5:327-339, June 1998.
- Lê Ngọc Hùng. 2008. Vốn xã hội, vốn con người và mạng lưới xã hội qua một số nghiên cứu ở Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Con người*. Số 4 (37).
- Putnam, Robert. 1995. Bowling Alone: Amercas Declining Social Capital. *Journal of Democracy* 6: 65-78.
- Yamauchi, Yutaka & Jean-Francois Coget. 2002. *Untangling the Social impact of the Internet: a large-scale survey*.