

Tác động của truyền thông mạng xã hội đến nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 tại Việt Nam

TRẦN THỊ QUỲNH LƯU*
TRẦN HỮU NHẬT**

Tóm tắt

Bài viết nhằm đánh giá tác động của truyền thông mạng xã hội đến nhận thức của người dân Việt Nam trong ngăn ngừa và phòng, chống dịch Covid-19. Dữ liệu nghiên cứu gồm 746 mẫu được thu thập qua khảo sát online trên Facebook, Zalo, Messenger, Email và được xử lý bằng phương pháp nghiên cứu định lượng với các kỹ thuật xử lý, như: kiểm định thang đo, phân tích trung bình, phân tích tương quan và phân tích hồi quy tuyến tính. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các nhân tố thuộc truyền thông qua mạng xã hội, gồm: Nội dung truyền thông, Sản phẩm truyền thông, Kênh mạng xã hội và Lợi ích của mạng xã hội có ảnh hưởng đáng kể đến Nhận thức của người dân Việt Nam trong phòng, chống đại dịch Covid-19 (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

Từ khóa: mạng xã hội, nhận thức phòng chống dịch bệnh, Covid-19

Summary

This paper aims to evaluate the impact of social media on Vietnamese perception of Covid-19 prevention and control. Research data comprised of 746 samples collected from e-surveys on Facebook, Zalo, Messenger, Email and was processed by quantitative techniques such as testing scale reliability, average analysis, correlation and linear regression analysis. The results reveal that components of social media including Contents, Publications, Channels and Benefits have a significant influence on their perception (In this article, decimal numbers are written under international standards).

Keywords: social media, perception of pandemic prevention and control, Covid-19

GIỚI THIỆU

Từ đầu năm 2020 đến nay, toàn thế giới phải đối mặt với khủng hoảng toàn cầu khi dịch bệnh Covid-19 hoành hành dữ dội, gây tổn thất nặng nề về con người và kinh tế của nhiều quốc gia phát triển cũng như đang phát triển.

Theo thống kê từ Trang tin về dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp Covid-19 của Bộ Y tế Việt Nam, tính đến sáng ngày 10/8/2021, thế giới có 204,013,949 ca nhiễm; trong khi đó, Việt Nam có 224,894 ca nhiễm, trong đó có 2,367 ca nhập cảnh và 222,527 ca nhiễm trong nước.

Trong diễn biến phức tạp và khó lường của dịch bệnh Covid-19, nhất là đợt dịch bùng phát lần thứ tư trong năm 2021 đã ảnh hưởng trực tiếp đến người dân; trong đó, có những tác động lớn đến

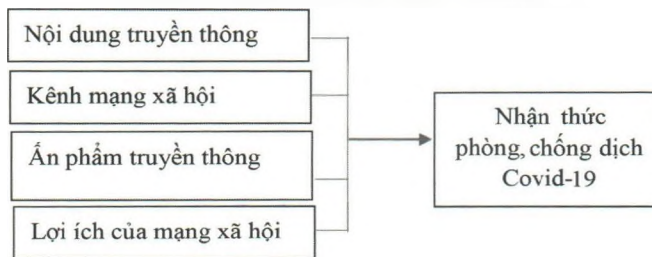
khả năng, cách thức tiếp nhận thông tin, truyền thông. Nhiều người dân đã phải sống trong khu phong tỏa và cách ly y tế; không ít công nhân làm việc “3 tại chỗ” theo sự sắp xếp của doanh nghiệp... khiến cho việc nắm bắt tư tưởng và tổ chức tuyên truyền, vận động phòng, chống dịch Covid-19 của các cơ quan, tổ chức gặp khó khăn. Bên cạnh đó, khoa học và công nghệ phát triển với tốc độ nhanh chóng khiến thói quen tiếp nhận thông tin của người dân thay đổi liên tục. Trong bối cảnh đó, truyền thông qua mạng xã hội, vốn đang có sự phát triển mạnh mẽ và tiếp cận tới nhiều người dân, nhất là những người đang sử dụng các trang mạng xã hội, ngày càng thể hiện rõ vai trò của mình trong kết nối giữa người dân và các cơ quan, tổ chức có nhiệm vụ phòng, chống dịch.

Do vậy, tác động của truyền thông, trong đó có các kênh mạng xã hội đến hành vi phòng chống dịch Covid-19 tại Việt Nam đã trở thành mối quan tâm, nghiên cứu của các nhà khoa học nhằm mục tiêu thúc đẩy hơn nữa hiệu quả ngăn ngừa dịch bệnh Covid-19.

*, **, Trường Đại học Văn Lang

Ngày nhận bài: 11/6/2021; Ngày phản biện: 15/8/2021; Ngày duyệt đăng: 20/8/2021

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

BẢNG 1: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH THANG ĐO

Các nhân tố	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha
Nội dung truyền thông	.751 - .815	.925
Kênh mạng xã hội	.494 - .852	.916
Lợi ích của mạng xã hội	.790 - .822	.854
Chất lượng truyền thông	.645 - .718	.866
Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19	.703 - .852	.920

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên mức độ hiện diện xã hội, Kaplan và Haenlein (2019) đã phân loại mạng xã hội thành 6 nhóm, bao gồm: (i) Trang web mạng (Facebook); (ii) Các nền tảng phổ biến thông tin (YouTube); (iii) Các dịch vụ blog và forum (Twitter); (iv) Các dự án hợp tác (Wikipedia); (v) Thế giới trò chơi ảo (World of war craft); (vi) Thế giới xã hội ảo (Second life). Những năm gần đây, mạng xã hội còn kết nạp thêm những thành viên mới, như: Zalo và Instagram (năm 2012), Tiktok (năm 2017), góp phần làm cho các kênh truyền thông xã hội này tạo ra nhiều không gian mạng và phủ sóng đến nhiều đối tượng.

Nghiên cứu của Ho H.Y. và cộng sự (2020) về những tác động khác nhau của các nguồn thông tin liên quan đến dịch Covid-19 đối với sự lo lắng của công chúng (ở Hoa Kỳ, Trung Quốc, Đài Loan) trên phương tiện truyền thông xã hội cho thấy, thông tin mà người dùng tiếp cận về dịch Covid-19 trên phương tiện truyền thông truyền thống chiếm 52.62%, từ mạng internet chiếm đến 80.52%.

Sau khi dịch Covid-19 bùng phát trên toàn thế giới, nhiều nghiên cứu mới đây cũng đã chứng minh sự tác động không nhỏ của truyền thông mạng xã hội đến hành vi của người dùng. Ở Jordan, nghiên cứu của Hani Al-Dmour và cộng sự (2020) chỉ ra rằng, truyền thông mạng xã hội có tác động trực tiếp đến đến hành vi phòng, chống dịch Covid-19 của người dân nước này. Nghiên cứu của Yulan Lin và cộng sự (2020) đánh giá phản ứng tâm lý, nhận thức của sinh viên Trung Quốc đối với sự bùng phát dịch Covid-19 qua mối liên hệ với thông tin trên mạng xã hội góp phần cải thiện tích cực những phản ứng tâm lý và nhận thức đối với dịch Covid-19. Nhiều nghiên cứu của các

nhà khoa học ở các quốc gia khác cùng kiểm nghiệm và xác thực về tác động của truyền thông xã hội đến nhận thức của người dùng trong việc phòng ngừa, ngăn chặn và bảo vệ sức khỏe bởi dịch Covid-19 (Yogi Tri Prasetyo, 2020).

Ở Việt Nam, nghiên cứu của Nguyễn Văn Duy và cộng sự (2020), Nguyễn Phúc Thành Nhân và cộng sự (2020), Nguyễn Hoàng Bắc và cộng sự (2020)... cũng đã nhận định về vai trò và tác động của các kênh truyền thông mạng xã hội đến việc tuân thủ các chỉ dẫn y tế của cơ quan chức năng và thay đổi hành vi trong việc bảo vệ sức khỏe của người dân ở Việt Nam.

Dựa vào cơ sở lý thuyết nói trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất như Hình.

Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập qua bảng hỏi khảo sát từ tháng 01-4/2021 gồm 30 biến quan sát. Kết quả khảo sát thu thập được 746 mẫu, gồm những người dân với nhiều độ tuổi, trình độ, giới tính khác nhau. Thống kê tỷ lệ người dùng các loại mạng xã hội cho thấy tại Việt Nam, có 3 loại mạng xã hội có tỷ lệ người dùng cao nhất gồm: Zalo (gần 89.28%), Facebook (78.82%), YouTube (69.84%). Riêng 2 loại mạng xã hội có tỷ lệ người dùng thấp nhất gồm: WhatsApp (47.72%), Twitter (49.2%), chủ yếu được giới trẻ sử dụng.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả kiểm định thang đo trong Bảng 1 cho thấy, các thang đo đều có độ tin cậy và nhất quán cao, đồng thời không có dấu hiệu trùng biến, được thể hiện qua hệ số Cronbach's Alpha nằm trong khoảng từ 0.80 đến 0.95. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng của tất cả 30 biến quan sát đều lớn hơn 0.4, do đó, các biến quan sát đều đảm bảo độ nhất quán nội bộ trong thang đo, nên đều được chấp nhận.

Theo kết quả từ Bảng 2, giá trị trung bình của Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 là 4.38 cho thấy, mức độ nhận thức chung của người dân Việt Nam đối với dịch Covid-19 là khá cao. Điều này phù hợp với thực tế, phản ánh qua việc Việt Nam được Tổ chức Y tế Thế giới cũng như các quốc gia khác đánh giá là có các biện pháp, hành động phòng chống dịch Covid-19 hiệu quả (Mark A. Ashwill, 2020). Đối với các nhân tố thuộc Kênh mạng xã hội, nhân tố Nội dung

truyền thông và Ấn phẩm truyền thông có giá trị rất cao (4.76 và 4.62). Điều này cũng được khẳng định trong thực tế là mạng xã hội ở Việt Nam cung cấp, phổ biến rất nhiều nội dung về kiến thức dịch bệnh giúp người dân hiểu rõ và nhận biết được các biểu hiện, cơ chế lây lan và các biện pháp phòng ngừa dịch bệnh. Đồng thời, mạng xã hội sử dụng các phương tiện đa dạng, như: bài viết, hình ảnh, bài hát, video, clip... để truyền tải nội dung đến người dân, giúp người dân dễ tiếp thu hơn. Ngoài ra, nhân tố Lợi ích của mạng xã hội tương đối cao (4.37) nhờ lợi thế truyền tải thông tin nhanh, sâu rộng đến khắp các vùng miền. Loại hình mạng xã hội ở mức trung bình (3.83). Riêng nhân tố Kênh mạng xã hội được đánh giá ở mức trung bình, do có một số nền tảng chưa được sử dụng nhiều ở Việt Nam, như: Twitter, WhatsApp...

Kết quả phân tích tương quan ở Bảng 3 cho thấy, Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 có mối tương quan chặt chẽ với Nội dung truyền thông, Kênh mạng xã hội và Ấn phẩm truyền thông, đồng thời có mối tương quan ở mức vừa phải với Lợi ích của mạng xã hội. Đây là những dấu hiệu để dự báo các nhân tố này sẽ có ảnh hưởng đến Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 của người dân Việt Nam.

Kết quả ước lượng mô hình hồi quy tuyến tính với $R^2 = 0.49$ và $Sig. = 0.000$ tại Bảng 4 cho thấy, các biến Nội dung truyền thông, Kênh mạng xã hội, Ấn phẩm truyền thông và Lợi ích của mạng xã hội giải thích được 49% sự biến thiên trong Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19. Đồng thời, kết quả Durbin-Watson = 2.035, thuộc khoảng $dU=1.728$ và $4-dU=2.272$, do đó, mô hình không có dấu hiệu vi phạm hiện tượng tự tương quan. Ngoài ra, kết quả các hệ số trong Bảng 5 cho thấy, giá trị Sig. của các tham số đều nhỏ hơn 0.05, nên cả 4 nhân tố đều được chấp nhận. Đại lượng hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều rất thấp, nhỏ hơn 5 rất nhiều, nên mô hình không có dấu hiệu vi phạm đa cộng tuyến.

Từ kết quả ở Bảng 5, tác động của mạng truyền thông xã hội đến Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 được thể hiện qua phương trình sau:

$Nhận\ thức\ phòng,\ chống\ dịch\ Covid-19 = 0.252 * Nội\ dung\ truyền\ thông + 0.116 * Lợi\ ích\ của\ mạng\ xã\ hội + 0.295 * Ấn\ phẩm\ truyền\ thông + 0.202 * Kênh\ mạng\ xã\ hội$

BẢNG 2: THỐNG KÊ MÔ TẢ BIẾN

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Nội dung truyền thông	746	1.00	5.00	4.7612	.48808
Kênh mạng xã hội	746	1.00	5.00	3.8275	.97123
Ấn phẩm truyền thông	746	1.00	5.00	4.6265	.53827
Lợi ích của mạng xã hội	746	1.00	5.00	4.3682	.88923
Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19	746	1.00	5.00	4.3830	.55519

BẢNG 3: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN

	Nội dung truyền thông	Kênh mạng xã hội	Ấn phẩm truyền thông	Lợi ích của mạng xã hội	Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19	
Nội dung truyền thông	Hệ số tương quan	1				
	Sig. (2-tailed)					
	N	746				
Kênh mạng xã hội	Hệ số tương quan	.366**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000				
	N	746	746			
Ấn phẩm truyền thông	Hệ số tương quan	.688**	.513**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000			
	N	746	746	746		
Lợi ích của mạng xã hội	Hệ số tương quan	.412**	.617**	.496**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
	N	746	746	746	746	
Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19	Hệ số tương quan	.577**	.518**	.630**	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	746	746	746	746	746

** : Tương quan ở mức thống kê 0.01

BẢNG 4: TÓM TẮT MÔ HÌNH

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Giá trị Durbin-Watson
1	.702 ^a	.493	.490	.39633	2.035

a. Biến độc lập: (Hằng số), Kênh mạng xã hội, Nội dung truyền thông, Lợi ích của mạng xã hội, Ấn phẩm truyền thông

b. Biến phụ thuộc: Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19

BẢNG 5: KẾT QUẢ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thông kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
Hằng số	.850	.148		5.751	.000		
Nội dung truyền thông	.287	.041	.252	6.953	.000	.520	1.924
Lợi ích của mạng xã hội	.073	.022	.116	3.357	.001	.568	1.760
Ấn phẩm truyền thông	.304	.041	.295	7.469	.000	.439	2.277
Kênh mạng xã hội	.116	.020	.202	5.798	.000	.562	1.780

a. Biến phụ thuộc: Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Ngoài ra, kiểm định phương sai trung bình mẫu về độ tuổi và trình độ cho thấy, Độ tuổi ảnh hưởng đến Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 của người dân Việt Nam.

Song song đó, kết quả kiểm định cho thấy, Giới tính, Nơi sinh sống không có ảnh hưởng đến Nhận thức phòng, chống dịch Covid-19 của người dân Việt Nam. Kết quả này cũng phù hợp với thực tế, do mạng xã hội truyền tải thông công khai, tất cả mọi người, dù khác biệt về giới tính, dù sinh sống ở thành phố hay nông thôn, đều dễ dàng tiếp cận mạng xã hội để tìm hiểu tất cả mọi vấn đề trong xã hội, qua đó nâng cao nhận thức của bản thân.

Đặc biệt, dịch Covid-19 đang là vấn đề nóng của toàn cầu, nên thu hút sự quan tâm của tất cả người dân.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 4 nhân tố của mạng truyền thông xã hội có ảnh hưởng thuận chiều đến Nhận thức về phòng, chống dịch Covid-19 với mức độ tác động được sắp xếp theo thứ tự giảm dần như sau: (i) Ấn phẩm truyền thông; (ii) Nội dung truyền thông; (iii) Kênh mạng xã hội; (iv) Lợi ích của mạng xã hội.

Một số khuyến nghị

Từ kết quả nghiên cứu nói trên, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị đối với các trang mạng xã hội và người dân như sau:

Đối với các trang mạng xã hội: Cập nhật thông tin chính xác, kịp thời giúp người dùng nhanh chóng nắm bắt và cải thiện nhận thức; Nâng cao chất lượng thông tin đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội để

tạo sự tin cậy cho người dùng; Cải thiện các kênh truyền thông mạng xã hội để nâng cao chất lượng truyền tải và sự phổ biến thông tin; Sáng tạo nhiều sản phẩm truyền thông để thu hút người dân quan tâm, xem và ghi nhớ thông điệp truyền tải; Nêu gương người tốt và cổ những chế tài, biện pháp xử lý nghiêm khắc đối với các trường hợp vi phạm thông tin mạng, đưa thông tin sai lệch gây hoang mang cho người dùng.

Đối với người dân: Chọn lọc nguồn tin, nội dung tin và kênh thông tin đáng tin cậy để nâng cao nhận thức về dịch bệnh; Kịp thời cập nhật, phổ biến và chia thông tin về dịch bệnh cho cộng đồng để nâng cao hiệu quả phòng ngừa, bảo vệ sức khỏe; Chia sẻ những việc làm tốt trong công tác phòng, chống dịch bệnh để lan tỏa đến cộng đồng. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trang tin về dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp Covid-19 - Bộ Y tế (2021). *Diễn biến dịch*, truy cập từ <https://ncov.moh.gov.vn/vi/web/guest/dong-thoi-gian>
2. Bộ Y tế (2020). *Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc chủ trì họp trực tuyến toàn quốc về COVID-19*, truy cập từ https://moh.gov.vn/tin-noi-bat/-/asset_publisher/3Yst7YhbK5j/content/thu-tuong-nguyen-xuan-phuc-chu-tri-hop-truc-tuyen-toan-quoc-ve-covid-19
3. A. M. Kaplan, M. Haenlein (2019). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53(1), 59-68
4. Duy Van Nguyen et al (2020). *Impact of the Covid-19 pandemic on perceptions and behaviors of university students in Vietnam*, retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105880>
5. Hani Al-Dmour, Ra'ed Masa'deh, Amer Salman, Mohammad Abuhashesh and Rand Al-Dmour (2020). Influence of Social Media Platforms on Public Health Protection Against the Covid-19 Pandemic via the Mediating Effects of Public Health Awareness and Behavioral Changes: Integrated Model, *J Med Internet Res*, 22(8)
6. Hoang Bac Nguyen et al (2021). *Knowledge, Attitudes, Practices, and Related Factors Towards COVID-19 Prevention Among Patients at University Medical Center Ho Chi Minh City, Vietnam*, Risk Management and Healthcare Policy
7. Ho H. Y., Chen Y. L., Yen C. F. (2020). Different impacts of COVID-19-related information sources on public worry: An online survey through social media, *Internet Interv*, 22
8. Mark A. Ashwill (2020). *During the Covid-19 pandemic, do as the Vietnamese do*, retrieved from <https://e.vnexpress.net/news/perspectives/during-the-covid-19-pandemic-do-as-the-vietnamese-do-4072619.html>
9. Nalongsack, S., Yoshida, Y., Morita, S., Sosouphanh, K., Sakamoto, J. (2009). Knowledge, attitude and practice regarding dengue among people in Pakse, Laos, *Nagoya Journal of Medical Science*, 71(1-2), 29-37
10. Nhan Phuc Thanh Nguyen et al (2020). *Preventive behavior of Vietnamese people in response to the COVID-19 pandemic*, Plos One
11. Yulan Lin, Zhijian Hu, Haridah Alias, Li Ping Wong (2020). Influence of Mass and Social Media on Psychobehavioral Responses Among Medical Students During the Downward Trend of COVID-19 in Fujian, China: Cross-Sectional Study, *J Med Internet Res*, 22(7)
12. Yogi Tri Prasetyo, Allysa Mae Castillo, Louie John Salonga, John Allen Sia, Joshua Adam Seneta (2020). Factors affecting perceived effectiveness of COVID-19 prevention measures among Filipinos during Enhanced Community Quarantine in Luzon, Philippines: Integrating Protection Motivation Theory and extended Theory of Planned Behavior, *International Journal of Infectious Diseases*, 99, 312-323