

MỐI LIÊN HỆ GIỮA “BRAIN ROT”, SỰ HÀI LÒNG TỨC THÌ, HỆ THỐNG KÍCH HOẠT HÀNH VI VÀ TÌNH TRẠNG NGHIỆN MẠNG Ở SINH VIÊN: MỘT NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG

Nguyễn Ngọc Diệu Thảo, Nguyễn Mai Cẩm Tú, Trần Lan Anh, Trần Nguyễn Hải Âu, Lê Minh Công*
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG HCM
*Email: congle@hcmussh.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu này nhằm mô tả mức độ biểu hiện của hiện tượng brain rot và phân tích mối liên hệ của nó với sự hài lòng tức thì, hệ thống kích hoạt hành vi (BAS/BIS) và tình trạng nghiện mạng xã hội trong nhóm sinh viên Việt Nam. Nghiên cứu được thực hiện theo thiết kế cắt ngang với mẫu gồm 213 sinh viên đại học, sử dụng các thang đo chuẩn hóa và phân tích bằng thống kê mô tả và tương quan Pearson. Kết quả cho thấy các biến nghiên cứu chủ yếu ở mức trung bình, trong đó sự hài lòng tức thì và nghiện mạng xã hội có xu hướng nổi bật hơn so với các thành phần của brain rot. Trong cấu trúc brain rot, tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức là thành phần biểu hiện rõ nhất, trong khi sự tách rời khỏi thực tại ít phổ biến hơn. Phân tích tương quan cho thấy brain rot có mối liên hệ dương có ý nghĩa với sự hài lòng tức thì và nghiện mạng xã hội, trong đó sự hài lòng tức thì có tương quan mạnh nhất với nghiện mạng xã hội. Ngược lại, hệ thống BAS/BIS không có mối liên hệ đáng kể với phần lớn các biến nghiên cứu. Ngoài ra, các yếu tố nhân khẩu học và thời gian sử dụng mạng xã hội không tạo ra sự khác biệt đáng kể. Các kết quả này gợi ý rằng cơ chế phần thưởng tức thì đóng vai trò trung tâm trong việc liên kết trải nghiệm nhận thức với hành vi sử dụng mạng xã hội trong bối cảnh nội dung ngắn. Nghiên cứu góp phần làm rõ brain rot như một hiện tượng tâm lý – hành vi mới nổi, đồng thời nhấn mạnh nhu cầu tiếp cận vấn đề từ góc độ quản lý trải nghiệm nội dung và tăng cường khả năng tự kiểm soát trong môi trường số.

Từ khóa: brain rot, sự hài lòng tức thì, hệ thống kích hoạt hành vi, nghiện mạng xã hội, sinh viên.

THE RELATIONSHIP BETWEEN “BRAIN ROT,” INSTANT GRATIFICATION, THE BEHAVIORAL ACTIVATION/INHIBITION SYSTEM, AND SOCIAL MEDIA ADDICTION AMONG UNIVERSITY STUDENTS: A QUANTITATIVE STUDY

Abstract: This study aims to describe the level of manifestation of the brain rot phenomenon and analyze its relationship with instant gratification, the behavioral activation/inhibition system (BAS/BIS), and social media addiction among Vietnamese university students. The study employed a cross-sectional design with a sample of 213 university students, using standardized scales and data analysis through descriptive statistics and Pearson correlation. The results showed that the study variables were mostly at a moderate level, with instant gratification and social media addiction appearing more prominent than the components of brain rot. Within the structure of brain rot, cognitive load and cognitive fatigue were the most clearly expressed components, whereas detachment from reality was less common. Correlation analysis indicated that brain rot had significant positive relationships with instant gratification and social media addiction, with instant gratification showing the strongest correlation with social media addiction. In contrast, the BAS/BIS system was not significantly associated with most of the study variables. In addition, demographic factors and time spent using social media did not produce significant differences. These findings suggest that the mechanism of instant reward plays a central role in linking cognitive experiences with social media use behavior in the context of short-form content. The study contributes to clarifying brain rot as an emerging psychological-behavioral phenomenon and highlights the need to address the issue from the perspective of content experience management and strengthening self-control in digital environments.

Keywords: brain rot, instant gratification, behavioral activation system, social media addiction, university students.

Nhận bài: 16/03/2026

Phản biện: 16/04/2026

Duyệt đăng: 21/04/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng nội dung ngắn như TikTok, Instagram Reels và YouTube Shorts đã làm thay đổi đáng kể cách thức sinh viên tiếp nhận thông tin và tương tác với môi trường số. Các nền tảng này cung cấp dòng nội dung liên tục, có nhịp độ nhanh, giàu kích thích và được cá nhân hóa cao, tạo ra trải nghiệm tiêu thụ thông tin mang tính tức thời và lặp lại. Nhiều nghiên cứu cho thấy việc tiếp xúc kéo dài với nội dung ngắn có thể ảnh hưởng đến khả năng tập trung, kiểm soát chú ý

và hiệu quả xử lý thông tin của người dùng, đặc biệt ở nhóm người trẻ (Li et al., 2023; Smith et al., 2024; Huang, 2025).

Trong bối cảnh đó, khái niệm brain rot đã nổi lên như một cách mô tả trạng thái mệt mỏi nhận thức, suy giảm sự minh mẫn và khó duy trì tập trung do tiêu thụ quá mức nội dung số đơn giản, lặp lại và tốc độ cao. Thuật ngữ này thậm chí đã được Oxford University Press (2024) lựa chọn là “Word of the Year”, phản ánh mức độ phổ biến và ý nghĩa xã hội ngày càng tăng của hiện tượng này

. Các nghiên cứu gần đây cho thấy brain rot không chỉ là một hiện tượng văn hóa mà còn có thể liên quan đến các cơ chế nhận thức và hành vi như quá tải nhận thức, rối loạn chú ý và hành vi sử dụng mạng xã hội mang tính cưỡng bức (Yousef et al., 2025; Li et al., 2025).

Song song với đó, nhiều công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng môi trường nội dung số hiện nay thúc đẩy xu hướng tìm kiếm sự hài lòng tức thì (instant gratification), trong đó cá nhân ưu tiên các phần thưởng ngắn hạn thay vì lợi ích dài hạn. Xu hướng này có liên quan chặt chẽ đến hành vi sử dụng thiết bị số và mạng xã hội, đặc biệt trong bối cảnh các nền tảng được thiết kế nhằm cung cấp các phần thưởng vi mô liên tục (Akbari et al., 2024; Williams et al., 2024). Đồng thời, hệ thống kích hoạt hành vi (Behavioral Activation System – BAS), với vai trò điều phối động lực tiếp cận phần thưởng, cũng được xem là một cơ chế nền tảng góp phần lý giải xu hướng tiêu thụ nội dung nhanh và hành vi sử dụng mạng xã hội mang tính lặp lại (Katz et al., 1973; Wadsley et al., 2021).

Bên cạnh đó, tình trạng nghiện mạng xã hội (Social Media Addiction – SMA) ngày càng được ghi nhận phổ biến ở sinh viên đại học, với các biểu hiện như sử dụng quá mức, mất kiểm soát và tiếp tục sử dụng dù đã xuất hiện các hệ quả tiêu cực. Các nghiên cứu tổng quan cho thấy tỷ lệ nghiện mạng xã hội ở sinh viên có xu hướng gia tăng và có liên quan đến nhiều vấn đề về sức khỏe tâm thần và chức năng học tập (Andreassen et al., 2016; Salari et al., 2023). Trong bối cảnh đó, việc hiểu rõ các yếu tố tâm lý – hành vi liên quan đến SMA trở thành một hướng nghiên cứu quan trọng.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào tác động của mạng xã hội đối với học tập và sức khỏe tâm thần của sinh viên, cũng như tình trạng sử dụng mạng xã hội quá mức (Duong et al., 2024; Vũ, 2023; Doan et al., 2022). Tuy nhiên, khái niệm brain rot vẫn chưa được tiếp cận như một cấu trúc nghiên cứu độc lập, và đặc biệt chưa có nhiều nghiên cứu xem xét mối liên hệ giữa brain rot với các biến tâm lý – hành vi như sự hài lòng tức thì, hệ thống kích hoạt hành vi và nghiện mạng xã hội trong nhóm sinh viên.

Khoảng trống này đặt ra nhu cầu cần thiết phải nghiên cứu một cách hệ thống về brain rot trong bối cảnh sinh viên Việt Nam, không chỉ nhằm mô tả hiện tượng mà còn để làm rõ các mối liên hệ tâm lý – hành vi liên quan trong môi trường nội dung số hiện nay. Trên cơ sở đó, nghiên cứu này

được thực hiện với hai mục tiêu chính: (1) mô tả mức độ của brain rot, sự hài lòng tức thì, hệ thống kích hoạt hành vi và tình trạng nghiện mạng xã hội ở sinh viên; và (2) phân tích mối tương quan giữa *brain rot* và các biến tâm lý – hành vi này.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Mức độ biểu hiện của Brain rot và các yếu tố tâm lý – hành vi.

Kết quả thống kê mô tả cho thấy các biến trong nghiên cứu nhìn chung dao động quanh mức trung bình, phản ánh rằng các đặc điểm tâm lý – hành vi liên quan đến brain rot, hệ thống hành vi và sử dụng mạng xã hội đã xuất hiện trong nhóm sinh viên nhưng chưa đạt đến mức độ cực đoan.

Đối với hiện tượng *brain rot*, thành phần tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức có giá trị trung bình cao nhất ($M = 3,003$; $SD = 0,800$), cho thấy các biểu hiện như giảm khả năng tập trung, suy giảm hiệu suất nhận thức và cảm giác mệt mỏi tinh thần xuất hiện ở mức trung bình trong mẫu nghiên cứu. Trong khi đó, sự bất chước xã hội cũng đạt mức tương đối gần với trung bình ($M = 2,917$; $SD = 0,863$), phản ánh xu hướng tham gia và tái hiện các hành vi, nội dung phổ biến trên mạng xã hội. Ngược lại, sự tách rời khỏi thực tại có giá trị trung bình thấp hơn rõ rệt ($M = 2,164$; $SD = 0,916$), cho thấy các biểu hiện mang tính mất kết nối với đời sống thực chưa phổ biến trong nhóm sinh viên.

Đối với biến sự hài lòng tức thì, kết quả cho thấy mức trung bình tương đối cao ($M = 3,872$; $SD = 1,262$), phản ánh xu hướng tìm kiếm phần thưởng tức thời khá rõ rệt trong hành vi sử dụng mạng xã hội. Đồng thời, độ lệch chuẩn lớn cho thấy sự khác biệt đáng kể giữa các cá nhân trong mức độ trải nghiệm.

Ở nhóm biến hệ thống kích hoạt và ức chế hành vi (BAS/BIS), các tiểu thang đều có mức điểm trung bình tương đối đồng đều. Cụ thể, động lực theo đuổi mục tiêu ($M = 2,784$; $SD = 0,718$) và tìm kiếm kích thích mới ($M = 2,786$; $SD = 0,699$) có giá trị gần tương đương nhau, trong khi đáp ứng phần thưởng có mức cao hơn nhẹ ($M = 2,985$; $SD = 0,790$). Hệ thống ức chế hành vi cũng đạt mức trung bình ($M = 2,800$; $SD = 0,671$), cho thấy mức độ nhạy cảm với rủi ro và kiểm soát hành vi ở mức vừa phải.

Đối với tình trạng nghiện mạng xã hội, kết quả cho thấy giá trị trung bình đạt 3,062 ($SD = 0,797$), phản ánh mức độ sử dụng mạng xã hội có xu hướng trung bình nhưng nghiêng về phía cao.

Điều này cho thấy sinh viên có xu hướng sử dụng mạng xã hội khá thường xuyên và có dấu hiệu lệ thuộc nhất định, dù chưa đạt đến mức nghiện nghiêm trọng.

Tổng thể, kết quả cho thấy các biến nghiên cứu đều tập trung ở mức trung bình, trong đó sự hài lòng tức thì và tình trạng nghiện mạng xã hội có xu hướng nổi bật hơn so với các thành phần của brain rot và hệ thống hành vi. Điều này gợi ý rằng các yếu tố liên quan đến phần thưởng nhanh có thể đóng vai trò quan trọng hơn trong trải nghiệm sử dụng mạng xã hội của sinh viên so với các biểu hiện nhận thức sâu.

2.2. Sự khác biệt theo đặc điểm nhân khẩu học

Kết quả kiểm định ANOVA và t-test cho thấy sự khác biệt theo đặc điểm nhân khẩu học chủ yếu tập trung ở biến “sự hài lòng tức thì”, trong khi các biến còn lại không ghi nhận khác biệt có ý nghĩa thống kê. Cụ thể, sự hài lòng tức thì có sự khác biệt có ý nghĩa theo năm học và ngành học ($F = 3.196$; $p = 0.024 < 0.05$). Kết quả này cho thấy mức độ tìm kiếm phần thưởng tức thời có sự biến thiên giữa các nhóm sinh viên khác nhau về quá trình đào tạo và chuyên ngành, gợi ý vai trò của bối cảnh học tập trong việc định hình hành vi tiêu thụ nội dung số. Ngược lại, thời gian sử dụng mạng xã hội trong ngày không tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với sự hài lòng tức thì ($F = 2.309$; $p = 0.077 > 0.05$). Điều này cho thấy không phải thời lượng sử dụng, mà có thể là cách thức và nội dung sử dụng mới là yếu tố quan trọng hơn. Ngoài ra, không có sự khác biệt có ý nghĩa theo giới tính ($t = -1.703$; $p = 0.091$), mặc dù có xu hướng cho thấy một nhóm có mức hài lòng tức thì cao hơn.

Đối với biến brain rot, kết quả cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo bất kỳ đặc điểm nhân khẩu học nào ($p > 0.05$). Điều này gợi ý rằng hiện tượng brain rot có xu hướng xuất hiện tương đối đồng đều giữa các nhóm sinh viên. Tương tự, hệ thống kích hoạt hành vi (BAS/BIS) cũng không có sự khác biệt theo năm học, ngành học, thời gian sử dụng hay giới tính ($p > 0.05$), cho thấy đây có thể là đặc điểm mang tính cá nhân ổn định hơn, ít chịu ảnh hưởng của các yếu tố nhân khẩu học.

Cuối cùng, biến tình trạng nghiện mạng xã hội không ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo các yếu tố được khảo sát ($p > 0.05$).

2.3. Phân tích mối tương quan giữa brain rot, sự hài lòng tức thì, hệ thống kích hoạt hành vi (BAS) và tình trạng nghiện mạng xã hội ở sinh viên

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy tồn tại nhiều mối liên hệ có ý nghĩa thống kê giữa các biến nghiên cứu, trong đó nổi bật là các mối liên hệ liên quan đến brain rot, sự hài lòng tức thì và tình trạng nghiện mạng xã hội.

Trước hết, sự hài lòng tức thì có tương quan dương có ý nghĩa với cả ba thành phần của brain rot, bao gồm tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức ($r = 0,390$; $p < 0,01$), sự tách rời khỏi thực tại ($r = 0,297$; $p < 0,01$) và sự bất chước xã hội ($r = 0,406$; $p < 0,01$). Trong đó, mối tương quan mạnh nhất được ghi nhận với sự bất chước xã hội, cho thấy những cá nhân có xu hướng tham gia và bị cuốn vào các nội dung mạng xã hội nhiều hơn cũng có mức độ tìm kiếm sự hài lòng tức thì cao hơn.

Giữa các thành phần của brain rot, các hệ số tương quan đều dương và có ý nghĩa thống kê, trong đó mối liên hệ giữa tải nhận thức – mệt mỏi nhận thức và sự tách rời khỏi thực tại đạt mức tương đối cao ($r = 0,491$; $p < 0,01$), cho thấy các khía cạnh nhận thức và trải nghiệm chủ quan của hiện tượng này có xu hướng đồng biến với nhau. Đồng thời, sự bất chước xã hội cũng có tương quan dương với hai thành phần còn lại (r dao động từ 0,375 đến 0,395; $p < 0,01$), phản ánh sự liên kết giữa trải nghiệm nhận thức và hành vi trong môi trường nội dung số.

Đối với tình trạng nghiện mạng xã hội, kết quả cho thấy biến này có tương quan dương với cả ba thành phần của brain rot, bao gồm tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức ($r = 0,425$; $p < 0,01$), sự tách rời khỏi thực tại ($r = 0,292$; $p < 0,01$) và sự bất chước xã hội ($r = 0,270$; $p < 0,01$). Ngoài ra, sự hài lòng tức thì cũng có tương quan dương mạnh với nghiện mạng xã hội ($r = 0,513$; $p < 0,01$), cho thấy xu hướng tìm kiếm phần thưởng tức thời có liên hệ chặt chẽ với hành vi sử dụng mạng xã hội mang tính lệ thuộc.

Liên quan đến hệ thống kích hoạt hành vi (BAS), các kết quả cho thấy mối quan hệ không đồng nhất. Động lực theo đuổi mục tiêu không có tương quan có ý nghĩa với sự hài lòng tức thì và phần lớn các thành phần của brain rot, tuy nhiên lại có tương quan âm có ý nghĩa với sự tách rời khỏi thực tại ($r = -0,267$; $p < 0,01$) và với nghiện mạng xã hội ($r = -0,249$; $p < 0,01$), cho thấy khi mức độ lệch khỏi thực tại hoặc lệ thuộc mạng xã hội tăng lên, động lực theo đuổi mục tiêu có xu hướng giảm.

	Sự hài lòng tức thì	Tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức	Sự tách rời khỏi thực tại	Sự bất chước xã hội	Động lực theo đuổi mục tiêu	Tìm kiếm kích thích mới	Đáp ứng phần thưởng	Hệ thống ức chế hành vi	Tình trạng nghiện mạng xã hội
Sự hài lòng tức thì	1								
Tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức	0,390**	1							
Sự tách rời khỏi thực tại	0,297**	0,491**	1						
Sự bất chước xã hội	0,406**	0,395**	0,375**	1					
Động lực theo đuổi mục tiêu	-0,057	-0,103	-0,267**	-0,046	1				
Tìm kiếm kích thích mới	0,009	0,037	-0,131	0,028	0,681**	1			
Đáp ứng phần thưởng	0,064	0,012	-0,227**	0,012	0,730**	0,719**	1		
Hệ thống ức chế hành vi	0,129	0,198**	-0,095	0,022	0,380**	0,517**	0,666**	1	
Tình trạng nghiện mạng xã hội	0,513**	0,425**	0,292**	0,270**	-0,249**	-0,020	-0,082	0,122	1

Bảng 1. Tương quan giữa Brain rot và các yếu tố tâm lý – hành vi ở sinh viên

Ghi chú: Hệ số tương quan Pearson; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

Các tiểu thang của BAS có tương quan dương mạnh với nhau, đặc biệt giữa động lực theo đuổi mục tiêu, tìm kiếm kích thích mới và đáp ứng phần thưởng (r dao động từ 0,681 đến 0,730; $p < 0,01$), phản ánh tính nhất quán nội tại của hệ thống kích hoạt hành vi. Tuy nhiên, các tiểu thang này hầu như không có mối liên hệ đáng kể với các thành phần của brain rot hoặc sự hài lòng tức thì. Đối với hệ thống ức chế hành vi (BIS), kết quả cho thấy có tương quan dương có ý nghĩa với tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức ($r = 0,198$; $p < 0,01$), đồng thời có tương quan dương với các tiểu thang BAS (r dao động từ 0,380 đến 0,666; $p < 0,01$). Tuy nhiên, BIS không có mối liên hệ đáng kể với sự hài lòng tức thì, các thành phần khác của brain rot hay nghiện mạng xã hội.

Tổng thể, các kết quả cho thấy brain rot có mối liên hệ nhất quán với sự hài lòng tức thì và nghiện mạng xã hội, trong khi mối quan hệ với hệ thống BAS/BIS mang tính chọn lọc hơn. Điều này gợi ý rằng các yếu tố liên quan đến trải nghiệm nhận thức và hành vi trong môi trường nội dung số có liên hệ chặt chẽ với cơ chế phần thưởng nhanh, trong khi các đặc điểm khí chất hành vi đóng vai trò ít rõ rệt hơn trong mô hình này.

2.4. Bàn luận

Nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh các nền tảng nội dung ngắn phát triển nhanh và những lo ngại ngày càng rõ về tác động của chúng đến nhận thức, hành vi của người trẻ. Kết quả cho thấy các biến nghiên cứu nhìn chung ở mức trung bình, trong đó sự hài lòng tức thì và nghiện mạng xã hội

nổi bật hơn so với các thành phần của brain rot. Điều này cho thấy trong trải nghiệm số của sinh viên, cơ chế phần thưởng nhanh giữ vai trò trung tâm hơn các biểu hiện nhận thức đơn thuần. Ở cấu trúc brain rot, tải nhận thức và mệt mỏi nhận thức biểu hiện rõ hơn sự tách rời khỏi thực tại, gợi ý rằng hiện tượng này chủ yếu phản ánh sự suy giảm hiệu quả xử lý thông tin và duy trì chú ý trong môi trường nội dung nhanh, phân mảnh, hơn là một trạng thái rối loạn riêng biệt.

Một phát hiện quan trọng là brain rot có mối liên hệ dương nhất quán với sự hài lòng tức thì và nghiện mạng xã hội, trong đó sự hài lòng tức thì có liên hệ mạnh nhất với nghiện mạng xã hội. Kết quả này củng cố giả thuyết rằng cơ chế phần thưởng tức thì giữ vai trò trung gian trong việc chuyển hóa trải nghiệm nhận thức thành hành vi sử dụng mạng xã hội mang tính lệ thuộc. Ngược lại, BAS/BIS không có liên hệ đáng kể với phần lớn biến nghiên cứu, cho thấy khí chất cá nhân có thể không phải yếu tố quyết định chính trong môi trường số hiện nay. Ngoài ra, thời gian sử dụng mạng xã hội và các đặc điểm nhân khẩu học không tạo khác biệt có ý nghĩa, gợi ý rằng chất lượng nội dung và cách thức tương tác quan trọng hơn thời lượng sử dụng. Nhìn chung, nghiên cứu cho thấy brain rot phản ánh sự thay đổi thực sự trong cách con người xử lý thông tin và điều tiết hành vi trong môi trường số, đồng thời nhấn mạnh nhu cầu can thiệp theo hướng quản lý trải nghiệm nội dung, tăng kiểm soát hành vi và nâng cao nhận thức về cơ chế phần thưởng.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm ban đầu về hiện tượng brain rot trong nhóm sinh viên Việt Nam và làm rõ mối liên hệ của nó với các yếu tố tâm lý – hành vi trong bối cảnh môi trường nội dung số. Kết quả cho thấy brain rot chủ yếu biểu hiện qua mệt mỏi nhận thức và suy giảm chú ý, đồng thời có mối liên hệ nhất quán với xu hướng tìm kiếm sự hài lòng tức thì và tình trạng nghiện mạng xã hội.

Đáng chú ý, sự hài lòng tức thì nổi lên như một yếu tố trung tâm, liên kết chặt chẽ giữa trải nghiệm nhận thức và hành vi sử dụng mạng xã hội mang tính lệ thuộc. Trong khi đó, các đặc điểm

khí chất hành vi (BAS/BIS) và các yếu tố nhân khẩu học đóng vai trò hạn chế hơn, cho thấy hành vi của sinh viên trong môi trường số hiện nay chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ cấu trúc nội dung và cơ chế phần thưởng của nền tảng.

Tổng thể, nghiên cứu khẳng định rằng brain rot không chỉ là một hiện tượng mang tính mô tả, mà phản ánh một sự thay đổi sâu sắc trong cách sinh viên tiếp nhận thông tin và điều tiết hành vi trong kỷ nguyên nội dung ngắn. Các kết quả này gợi ý nhu cầu cần thiết phải tiếp cận vấn đề từ góc độ hệ thống, nhấn mạnh việc quản lý trải nghiệm nội dung và nâng cao năng lực tự kiểm soát, thay vì chỉ tập trung vào giảm thời gian sử dụng mạng xã hội.

Lời cảm ơn: Nhóm nghiên cứu trân trọng cảm ơn bạn Vũ Nguyễn Kiều Trang vì đã hỗ trợ làm rõ và góp ý dịch một số thuật ngữ, đồng thời chỉnh sửa biểu mẫu khảo sát và thiết kế hình ảnh phục vụ triển khai khảo sát.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Akbari, M., Seydavi, M., & Spada, M. M. (2024). More boring, more craving for smartphone use? The moderating role of fear of missing out. *Journal of Behavioral Addictions*.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2016). The Bergen Social Media Addiction Scale: Development, psychometric properties and cross-cultural validation. *Computers in Human Behavior*, 65, 239–247.
- Brand, M., Young, K. S., & Laier, C. (2014). Prefrontal control and internet addiction: A theoretical model and review of neuropsychological and neuroimaging findings. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 1, 1–6.
- Dresp-Langley, B. (2023). From reward to anhedonia: Dopamine function in compulsive behaviours and implications for digital overuse. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 149, 105259.
- Huang, C. (2025). Short-form video consumption and psychological well-being: Evidence from social media users. *BMC Psychology*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Korte, M., et al. (2020). The impact of the digital revolution on human brain and cognition: A critical overview. *Frontiers in Human Neuroscience*, 14, 522.
- Li, J., Zhang, S., & Wang, Y. (2023). Mobile phone short video use negatively impacts attention functions. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*, 17, 1123674.
- Li, X., Zhang, Y., & Wang, L. (2025). Short-form media use and cognitive consequences. *Scientific Reports*.
- Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., et al. (2021). How to overcome taxonomical problems in the study of internet use disorders. *Journal of Behavioral Addictions*.
- Smith, L., et al. (2024). Digital media use and cognitive functioning. *Brain Sciences*.
- Wadsley, M., et al. (2021). The predictive utility of reward-based motives underlying problematic social media use. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100126.
- Yousef, A. M. F., Alshamy, A., Tlili, A., & Metwally, A. H. S. (2025). Demystifying the new dilemma of brain rot in the digital era: A review. *Brain Sciences*, 15(3), 283.