

HÀNH VI SỬ DỤNG VIDEO NGẮN CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Vũ Xuân Anh¹, Vũ Thị Khánh Linh²

¹Trường Đại học FPT

²Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

Tóm tắt: Nghiên cứu được tiến hành nhằm khám phá thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên và đánh giá các tác động của video ngắn. Kết quả cho thấy sinh viên có hành vi sử dụng video ngắn ở mức trung bình, sinh viên có nhiều mục đích khác nhau khi sử dụng video ngắn trong đó hàng đầu là giải trí và tiếp cận các thông tin. Thành phần sử dụng quá mức và bỏ bê xã hội là 2 thành phần nổi bật nhất trong hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên. Như vậy, sinh viên chủ yếu nhìn nhận giá trị tích cực của video ngắn ở khả năng hỗ trợ tiếp cận, mở rộng kiến thức và thư giãn, trong khi vai trò kết nối xã hội được đánh giá thấp hơn. Sinh viên nhận thức được những tác động tiêu cực và tích cực của việc sử dụng video ngắn, chủ yếu nhìn nhận giá trị tích cực của video ngắn ở khả năng hỗ trợ tiếp cận, mở rộng kiến thức và thư giãn, trong khi vai trò kết nối xã hội được đánh giá thấp hơn. Một số thảo luận, hạn chế và đề xuất cho các nghiên cứu tiếp theo cũng được đề cập trong bài báo.

Từ khóa: Hành vi sử dụng; video ngắn; sinh viên

SHORT-VIDEO USE BEHAVIOR AMONG COLLEGE STUDENTS IN HANOI

Abstract: The study was conducted to investigate the current state of short-video use among college students and to assess the effects of short-video use. Students used short videos for various purposes, with entertainment and information access being the most prominent. Among the components of short-video use, excessive use and social neglect were the two most prominent dimensions. Overall, students primarily perceived the positive value of short videos in facilitating access to information, expanding knowledge, and relaxation, whereas their role in fostering social connectedness was perceived as less important. Students also demonstrated awareness of both the positive and negative effects of short-video use. Several implications, limitations, and suggestions for future research are discussed.

Keywords: Usage behavior; short videos; college students

Nhận bài: 22/08/2026

Phản biện: 22/09/2026

Duyệt đăng: 25/09/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự phát triển theo cấp số nhân của internet và sự phổ biến rộng rãi của điện thoại thông minh đã tạo ra một sự chuyển đổi sâu sắc trong các mô hình tương tác của người dùng, đặc biệt là với sự ra đời của các ứng dụng video ngắn. Đặc trưng bởi tính ngắn gọn, dễ tiếp cận và tức thời, những video ngắn này đã nhanh chóng trở thành một phương thức chính để phổ biến nội dung internet mới trong thập kỷ qua, khéo léo lấp đầy những khoảng khắc rảnh rỗi ngắn ngủi của người dùng.

Video ngắn là định dạng video với nội dung đa phương tiện kỹ thuật số có thời lượng ngắn dưới 3 phút, có nhịp độ chuyển cảnh nhanh và được phân phối dựa trên thuật toán đề xuất cá nhân hóa. Video ngắn mang lại cơ hội để người học được khám phá gợi mở nhiều tri thức mới ngoài không gian lớp học, thúc đẩy khả năng linh hoạt trong nhận thức (Xu và cộng sự, 2024). Đồng thời, khi trực tiếp tham gia sản xuất nội dung, người sử dụng còn có cơ hội rèn luyện kỹ năng kể chuyện bằng phương tiện số, nhận diện cấu trúc của một sản phẩm truyền thông và vận dụng các yếu tố thẩm mỹ trong quá trình sáng tạo (Wang và cộng sự, 2025). Tuy nhiên, cùng với xu hướng phát

triển của các nền tảng mạng xã hội, đã xuất hiện hiện tượng người dùng sử dụng các ứng dụng video ngắn một cách không kiểm soát và quá mức. Hiện tượng này trở nên phổ biến hơn kể từ khi ứng dụng video ngắn TikTok ra mắt năm 2016, thu hút sự chú ý rộng rãi từ các nhà tâm lý học trong và ngoài nước (Xie và cộng sự, 2023). Hành vi sử dụng video ngắn quá mức dẫn đến những ảnh hưởng bất lợi đến sức khỏe thể chất và tinh thần, cuộc sống hàng ngày cũng như việc học tập, công việc và khả năng kiểm soát cảm xúc của các cá nhân (Wang và cộng sự, 2026).

Các tác động mà video ngắn mang lại phụ thuộc vào hành vi sử dụng của người dùng, một loạt nghiên cứu đi trước đã chỉ ra biểu hiện của hành vi sử dụng video ngắn rộng hơn thời gian xem đơn thuần nhưng hẹp hơn sử dụng video ngắn có vấn đề hoặc nghiện video ngắn. Các chỉ báo như tần suất và thời lượng sử dụng được dùng để phản ánh mức độ sử dụng, cũng có thể mở rộng ra các khía cạnh như khó thể kiểm soát hành vi xem và tác động hệ quả để làm cụ thể hơn khái niệm này (Nguyen và cộng sự, 2025; Qin và cộng sự, 2019). Như vậy, hành vi sử dụng video ngắn là

mức độ và cách thức cá nhân tiếp cận, duy trì và tham gia vào các nội dung video ngắn, được biểu hiện qua bốn khía cạnh: bỏ bê xã hội, thiếu kiểm soát, bận tâm về video ngắn và sử dụng quá mức video ngắn.

Mặc dù video ngắn đã trở thành một bộ phận quen thuộc của môi trường truyền thông số, thực trạng hành vi sử dụng của sinh viên tại từng cơ sở giáo dục đến nay vẫn tồn tại khoảng trống nghiên cứu. Các nghiên cứu trước đây tại Việt Nam thường chủ yếu xem xét về hành vi sử dụng Internet (Đặng Hoàng Minh & Nguyễn Thị Phương, 2013) mà chưa có nhiều nghiên cứu về video ngắn và các yếu tố liên quan. Từ đó, nghiên

cứu tiến hành nhằm khám phá thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên thông qua bốn khía cạnh: bỏ bê xã hội, thiếu kiểm soát, bận tâm về video ngắn, sử dụng quá mức video ngắn và các tác động của video ngắn đến sinh viên.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp và khách thể nghiên cứu

2.1.1. Mẫu khảo sát

Mẫu được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên sinh viên năm nhất đến năm ba tại trường Cao đẳng FPT Polytechnic cơ sở Hà Nội. Thời gian khảo sát từ ngày 02/09/2026 đến ngày 15/09/2026 sinh viên tại các lớp kỹ năng mềm thu về 280 phiếu và loại bỏ 19 phiếu không hợp lệ.

Bảng 1. Đặc điểm khách thể nghiên cứu

STT	Yếu tố		Số lượng	Tỉ lệ
	Tổng mẫu			
1	Giới tính sinh học	Nam	168	64.4%
		Nữ	93	35.6%
2	Bậc học	Năm thứ nhất	137	52.5%
		Năm thứ hai	72	27.6%
		Năm thứ ba	52	19.9%
3	Học lực	Trung bình	30	11.5%
		Khá	123	47.1%
		Giỏi	84	32.2%
		Xuất sắc	24	9.2%

2.1.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp khảo sát định lượng thông qua bảng hỏi, các yếu tố nhân khẩu học, tác động của hành vi sử dụng video ngắn, phiếu khảo sát còn sử dụng các công cụ đo:

Theo đề xuất của các nghiên cứu đi trước (Xie và cộng sự, 2023; Ye và cộng sự, 2025) để đánh giá hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên, nghiên cứu kế thừa và điều chỉnh Thang đo nghiện Internet (Internet Addiction Test – IAT) do Young (1998) xây dựng. Nghiên cứu sử dụng bản dịch thuật tiếng Việt và thích nghi của thang đo IAT từ nghiên cứu của nhóm tác giả Đặng Hoàng Minh và cộng sự (2013) và có sự điều chỉnh cụ thể: thay thế thuật ngữ “Internet” trong các mục hỏi bằng “video ngắn” nhằm phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Việc điều chỉnh này có cơ sở từ các nghiên cứu trước đây về hành vi sử dụng video ngắn. Ye và cộng sự (2025) đã sử dụng IAT và thay thuật ngữ “internet” bằng “short-form video apps” để đánh giá mức độ sử dụng video ngắn.

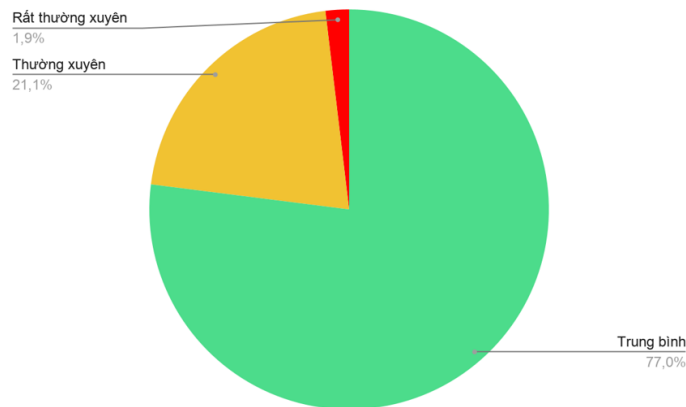
Thang đo bao gồm 20 items với bốn tiểu thang bao gồm: bỏ bê xã hội, thiếu kiểm soát, bận tâm về video ngắn, sử dụng quá mức và sử dụng thang Likert 5 với mức độ trả lời theo thứ tự 0: không bao giờ; 1 = hiếm khi đến 5 = luôn luôn. Mức độ sử dụng được tính dựa trên tổng điểm của thang. Cách phân loại mức độ sử dụng internet như sau: Cộng dồn điểm của tất cả các items trên bộ trắc nghiệm, nghiệm thể nào có số điểm thuộc khoảng nào thì ở mức độ sử dụng đó: 20 - 39 điểm: sử dụng ở mức độ trung bình. 40 - 69 điểm: sử dụng ở mức độ thường xuyên. 70 - 100 điểm: sử dụng rất thường xuyên (Đặng Hoàng Minh và cộng sự, 2013). Hệ số Cronbach Alpha cho toàn thang và các tiểu thang lần lượt là 0.928, 0.782, 0.842, 0.752, 0.779 đảm bảo ở mức tốt.

2.2. Kết quả và bàn luận

2.2.1. Thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên

Nghiên cứu tiến hành tìm hiểu mục đích sử dụng video ngắn của sinh viên thu được kết quả

như sau: Kết quả cho thấy giải trí là mục đích phổ biến nhất khi sinh viên sử dụng video ngắn, với 211 sinh viên, chiếm 80,8%. Tiếp theo là cập nhật tin tức với 161 sinh viên (61,7%) và học tập/tìm kiếm thông tin với 151 sinh viên (57,9%). Có 131 sinh viên (50,2%) cho biết sử dụng video ngắn nhằm giảm căng thẳng/thay đổi cảm xúc. Trong khi đó, giao tiếp/kết nối các mối quan hệ và giết thời gian có tỷ lệ thấp hơn, lần lượt là 34,5% và 32,2%.



Biểu đồ 1. Thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên

Kết quả này tương đồng với xu hướng được ghi nhận trong các nghiên cứu gần đây trên sinh viên Việt Nam (Lữ Thị Mai Oanh, 2025; Nguyễn Phạm Thị Thảo và cộng sự, 2025). Phần lớn sinh viên tham gia khảo sát sử dụng video ngắn ở mức sử dụng trung bình cũng cho thấy hành vi này chưa mang tính sử dụng quá mức. Điều này phù hợp với quan điểm của Miedzobrodzka và cộng sự (2024), khi tác giả phân biệt giữa việc sử dụng video ngắn trên nền tảng TikTok nói chung và việc mất kiểm soát đối với hành vi sử dụng TikTok. Do đó, mức độ sử dụng video ngắn cần được xem xét cùng với khả năng kiểm soát hành vi và

Nghiên cứu tiếp tục tiến hành khám phá thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên.

Kết quả khảo sát về hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên thông qua thang đo cho thấy điểm trung bình $M = 28.54$ và $SD = 16.52$ tức sinh viên có hành vi sử dụng video ngắn ở mức trung bình. Trong đó, 77% sinh viên sử dụng ở trung bình, 21.1% ở mức thường xuyên và 1.9% ở mức rất thường xuyên.

mức độ ảnh hưởng của việc sử dụng đến các hoạt động khác của sinh viên, thay vì chỉ dựa vào tần suất sử dụng để đánh giá.

Đáng chú ý, mặc dù nhóm sử dụng rất thường xuyên chỉ chiếm 1,9%, nhóm sử dụng thường xuyên chiếm 21,1%. Điều này cho thấy vẫn có một bộ phận sinh viên có mức độ tiếp xúc với video ngắn tương đối cao. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Lữ Thị Mai Oanh (2025), trong đó thời lượng xem video ngắn có sự khác biệt đáng kể giữa sinh viên và thời gian xem cao có liên quan đến những ảnh hưởng tiêu cực hơn đối với hoạt động học tập.

Bảng 2: Các thành phần của hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên

STT	Thành phần	M	SD	Thứ bậc
1	Bỏ bê xã hội	1.45	1.04	2
2	Thiếu kiểm soát	1.20	0.94	4
3	Bận tâm về video ngắn	1.25	0.92	3
4	Sử dụng quá mức	1.74	0.86	1

Kết quả nghiên cứu ở bảng trên cho thấy, sinh viên tham gia khảo sát có biểu hiện sử dụng cao quá mức là cao nhất trong hành vi sử dụng video ngắn ($M = 1.74$; $SD = 0.86$) sau đó lần lượt đến việc bỏ bê xã hội ($M = 1.45$; $SD = 1.04$), bận tâm về video ngắn ($M = 1.25$; $SD = 0.92$) và cuối cùng là thiếu kiểm soát khi sử dụng video ngắn ($M = 1.20$; $SD = 0.94$). Thành phần bỏ bê xã hội đứng ở vị trí thứ hai cao hơn cả bận tâm và thiếu kiểm

soát khi sử dụng video ngắn, kết quả này cho thấy mức độ sử dụng video ngắn tương đối cao ở một bộ phận sinh viên có thể đã bắt đầu đi kèm với sự giảm sút nhất định trong việc dành thời gian cho các tương tác hoặc hoạt động xã hội trực tiếp.

Nghiên cứu tiến hành kiểm nghiệm One-way ANOVA để kiểm nghiệm sự khác biệt có ý nghĩa của hành vi sử dụng video ngắn với các yếu tố nhân khẩu học của sinh viên.

Bảng 3. Kết quả kiểm nghiệm One-way ANOVA

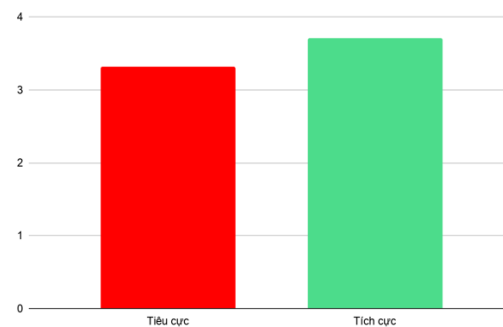
	Giới tính	Bậc học	Học lực
F	0.914	0.938	1.059
Sig	0.661	0.612	0.374

Kết quả cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên xét theo giới tính, bậc học và học lực ($p > 0.05$). Kết quả này cho thấy hành vi sử dụng video ngắn có xu hướng tương đối đồng đều giữa các nhóm sinh viên, không phụ thuộc rõ rệt vào các đặc điểm trên. Điều này có thể xuất phát từ mức độ phổ biến của các nền tảng video ngắn trong đời sống sinh viên

hiện nay, khi các nhóm đều có khả năng tiếp cận tương đối thuận lợi với loại hình nội dung này.

2.2.2. Tác động của hành vi sử dụng video ngắn đến sinh viên

Nghiên cứu tiến hành xem xét các kết quả sinh viên tham gia nghiên cứu tự đánh giá về các tác động của hành vi sử dụng video ngắn thu được kết quả được thể hiện ở biểu đồ sau:

**Biểu đồ 2. Đánh giá của sinh viên về tác động của hành vi sử dụng video ngắn**

Sinh viên đánh giá các tác động của hành vi sử dụng video đối với bản thân là tích cực ($M = 3.71$; $SD = 0.71$) và tiêu cực ($M = 3.32$; $SD = 0.96$). Mức điểm tích cực cao hơn cho thấy sinh viên có xu hướng nhận thấy video ngắn đáp ứng được một số nhu cầu cá nhân như giải trí, thư giãn, cập nhật thông tin hoặc hỗ trợ học tập. Tuy nhiên, điểm đánh giá tác động tiêu cực cũng ở mức tương đối cao, cho thấy bên cạnh những lợi ích, sinh viên vẫn nhận thức được những ảnh hưởng bất lợi của việc sử dụng video ngắn. Điều này cho thấy video ngắn có tác động hai mặt đối với sinh viên và mức độ ảnh hưởng có thể phụ thuộc vào cách thức, mục đích và mức độ sử dụng của mỗi cá nhân.

Nghiên cứu tiếp tục phân tích cụ thể các tác động tích cực và tiêu cực của hành vi sử dụng video ngắn đến sinh viên.

Xét từng tác động, ở chiều tiêu cực, sinh viên đánh giá cao nhất là cảm giác thời gian trôi qua nhanh hơn thực tế ($M = 3.83$; $SD = 1.14$), tiếp đến là dễ chuyển sự chú ý giữa các hoạt động ($M = 3.34$; $SD = 1.17$) và dễ bị xao nhãng khi học tập hoặc làm việc ($M = 3.33$; $SD = 1.23$). Trong khi đó, tác động được đánh giá thấp nhất là dễ phản ứng hoặc đưa ra quyết định nhanh mà chưa suy nghĩ đầy đủ ($M = 2.86$; $SD = 1.23$). Kết quả cho thấy những tác động tiêu cực mà sinh viên nhận

thấy chủ yếu liên quan đến sự phân tán chú ý và cảm nhận về thời gian hơn là ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình ra quyết định.

Ở chiều tích cực, sinh viên đánh giá cao nhất việc sử dụng video ngắn giúp mở rộng kiến thức ngoài nội dung học trên lớp ($M = 3.90$; $SD = 0.96$), tiếp đến là giúp thư giãn sau học tập hoặc làm việc ($M = 3.88$; $SD = 0.94$), cung cấp những góc nhìn khác nhau về một vấn đề ($M = 3.84$; $SD = 0.91$) và tiếp cận thông tin, kiến thức nhanh chóng ($M = 3.81$; $SD = 0.96$). Nội dung được đánh giá thấp nhất là tạo cơ hội trao đổi và tương tác với những người có cùng sở thích hoặc mối quan tâm ($M = 3.41$; $SD = 1.09$). Như vậy, sinh viên chủ yếu nhìn nhận giá trị tích cực của video ngắn ở khả năng hỗ trợ tiếp cận, mở rộng kiến thức và thư giãn, trong khi vai trò kết nối xã hội được đánh giá thấp hơn.

Đáng chú ý, sự chênh lệch giữa các nội dung cho thấy sinh viên nhận thức về video ngắn khá đa chiều: cùng với khả năng cung cấp thông tin và hỗ trợ thư giãn, sinh viên cũng nhận thấy nguy cơ xao nhãng và mất cảm nhận chính xác về thời gian khi sử dụng. Điều này cho thấy tác động của video ngắn không chỉ phụ thuộc vào bản thân nội dung mà còn liên quan đến cách thức và mức độ sử dụng của sinh viên.

III. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu trên 261 sinh viên cho thấy thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên ở mức trung bình 21.1% ở mức thường xuyên và 1.9% ở mức rất thường xuyên, sinh viên thường sử dụng video ngắn với mục tiêu chủ yếu để giải trí và cập nhật tin tức. Một bộ phận sinh viên sử dụng video ngắn bắt đầu đi kèm với sự giảm sút nhất định trong việc dành thời gian cho các tương tác hoặc hoạt động xã hội trực tiếp. Qua việc tự đánh giá các tác động của hành vi sử dụng video ngắn cho thấy sinh viên đã nhận định được tác động hai mặt đối của video ngắn với bản thân. Nghiên cứu đã bước đầu đánh giá thực trạng hành vi sử dụng video ngắn của sinh viên bên cạnh những phát hiện kể trên, nghiên cứu hiện còn tồn tại một số hạn chế sau và đề xuất

cho các hướng nghiên cứu tiếp theo: Nghiên cứu hiện tại còn chưa đánh giá đầy đủ được các nội dung video mà sinh viên tiêu thụ, điều này cũng rất quan trọng để thấy được các tác động của các nhóm nội video. Bên cạnh đó các nguyên nhân cũng như sự đa dạng ngành nghề cũng chưa được xem xét khám phá. Đề xuất các nghiên cứu đi sâu sẽ nghiên cứu sâu hơn theo chiều dọc để củng cố thêm các nghiên cứu về hành vi sử dụng video ngắn. Từ kết quả nghiên cứu, kiến nghị sinh viên nên chủ động điều chỉnh thời gian và mục đích sử dụng video ngắn, đặc biệt lưu ý khi việc sử dụng có thể ảnh hưởng đến học tập hoặc các tương tác trực tiếp. Nhà trường có thể tăng cường hướng dẫn sinh viên sử dụng video ngắn có chọn lọc, đồng thời phát huy các mục đích tích cực như cập nhật thông tin, mở rộng kiến thức và thư giãn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đặng Hoàng Minh & Nguyễn Thị Phương. (2013). Tương quan giữa mức độ sử dụng Internet và các vấn đề sức khỏe tâm thần của học sinh trung học cơ sở. *VNU Journal of Science: Education Research*, 29(2), 34–42.
- Lữ Thị Mai Oanh. (2025). Students' perspectives on TikTok's short-form videos: Opportunities and challenges. *VNU Journal of Science: Education Research*, 41(2). <https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4977>
- Miedzobrodzka, E., Du, J., & van Koningsbruggen, G. M. (2024). TikTok use versus TikTok self-control failure: Investigating relationships with well-being, academic performance, bedtime procrastination, and sleep quality. *Acta Psychologica*, 251, 104565. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104565>
- Nguyễn Phạm Thị Thảo, Phạm Thị Quỳnh Trang, Đào Thu Trang, & Bùi Thị Thanh Chúc. (2025). Disturbed sleep due to use short-form video (SFV) on social media and academic achievement: The mediating role of academic burnout. *VNU Journal of Science: Education Research*, 41(4). <https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4893>
- Nguyen, L., Walters, J., Paul, S., et al. (2025). Feeds, feelings, and focus: A systematic review and meta-analysis examining the cognitive and mental health correlates of short-form video use. *Psychological Bulletin*, 151(9), 1125–1146. DOI: 10.1037/bul0000498
- Wang, H., & Yulia, A. (2025). The impact of social media on visual literacy of college students: A comprehensive review. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 10(7), e003284. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v10i7.3284>
- Xie, J., Xu, X., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1298361. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298361>
- Ye, L., Huang, Y., Song, S., & Zhou, Z. (2025). Excessive short-form video use is associated with increased risk-taking but not with altered ambiguity-based decision-making. *BMC Psychology*, 13, 1070. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03417-1>
- Young, K. S. (1998). Caught in the net: How to recognize the signs of Internet addiction and a winning strategy for recovery. John Wiley & Sons.
- Qin H. X., Li X., Zeng M. H., He Y. X. (2019). Preliminary development Of short video addiction scale for college students. *Front. Chin. Psychol.* 1, 586-598. 10.35534/pc.0108037.