# TỪ MẠNG XÃ HỘI ĐẾN SÁNG TẠO SẢN PHẨM VĂN HÓA SỐ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHÁNH HÒA

**Nguyễn Thị Nga**
**Trường Đại học Khánh Hòa - Số 1 Nguyễn Chánh - Phường Nha Trang - Khánh Hòa**

***Tóm tắt:*** *Mạng xã hội (MXH) không chỉ là môi trường giao tiếp mà còn trở thành không gian sáng tạo của giới trẻ, đặc biệt là sinh viên. Trên cơ sở khảo sát sinh viên (SV) Trường Đại học Khánh Hòa, bài viết phân tích vai trò của MXH trong việc hình thành và phát triển năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số của SV. Kết quả cho thấy MXH góp phần mở rộng khả năng tiếp cận các sản phẩm văn hóa, rèn luyện kỹ năng sử dụng một số công cụ, thúc đẩy năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số. Tuy nhiên, sự phổ biến của các nội dung giải trí nhanh và xu hướng chạy theo "trend" cũng tạo ra nguy cơ đồng nhất hóa sáng tạo và làm giảm chiều sâu văn hóa. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm phát huy vai trò của MXH trong phát triển năng lực sáng tạo văn hóa số cho SV.*

***Từ khóa:*** *Mạng xã hội, sản phẩm văn hóa số, sinh viên.*

# FROM SOCIAL MEDIA TO DIGITAL CULTURAL PRODUCT CREATION AMONG STUDENTS AT KHANH HOA UNIVERSITY

***Abstract:*** *Social media (SM) has evolved beyond a platform for communication into a creative space for young people, particularly university students. Based on a survey of students at Khanh Hoa University, this article examines the role of social media in developing students' capacity to create digital cultural products. The findings indicate that social media expands students' access to cultural products, helps them develop skills in using various digital tools, and promotes their capacity to create digital cultural products. However, the widespread consumption of short-form entertainment content and the tendency to follow social media "trends" also pose risks of creative homogenization and reduced cultural depth. Accordingly, the article proposes several solutions to maximize the role of social media in developing students' capacity for digital cultural creativity.*

***Keywords:*** *Social media; digital cultural products; university students.*

*Nhận bài: 21/06/2026* *Phản biện: 21/07/2026* *Duyệt đăng: 24/07/2026*

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ truyền thông, MXH đã trở thành một không gian văn hóa quan trọng, tác động sâu sắc đến đời sống SV. Không chỉ là công cụ kết nối và trao đổi thông tin, các nền tảng như Facebook, TikTok, YouTube hay Instagram còn tạo ra môi trường mở để người dùng tiếp cận, chia sẻ và sáng tạo các sản phẩm văn hóa. Từ vai trò là người tiếp nhận nội dung, SV ngày càng trở thành chủ thể sáng tạo thông qua việc tạo video, hình ảnh, kể chuyện số và nhiều hình thức biểu đạt văn hóa khác. Xu hướng này phản ánh sự dịch chuyển từ văn hóa tiêu dùng sang văn hóa đồng sáng tạo trong môi trường số của SV.

Bên cạnh những cơ hội thúc đẩy khả năng sáng tạo, MXH cũng đặt ra nhiều thách thức đối với quá trình hình thành các giá trị sáng tạo của SV. Cơ chế lan truyền nội dung theo thuật toán, sự phổ biến của các xu hướng (trend) và các sản phẩm giải trí ngắn có thể khuyến khích việc sao chép, chạy theo thị hiếu số đông, làm giảm tính độc đáo và chiều sâu của hoạt động sáng tạo. Do đó, việc đánh giá tác động của MXH đối với sáng tạo văn hóa cần được xem xét trên cả hai phương diện: vừa là môi trường khơi nguồn ý tưởng, phát triển kỹ năng, vừa là yếu tố có thể ảnh hưởng đến tính nguyên bản trong sáng tạo.

Trên cơ sở khảo sát SV Trường Đại học Khánh Hòa về tác động của MXH đến khả năng sáng tạo các sản phẩm văn hóa số, bài viết tập trung phân tích khía cạnh tiếp cận các sản phẩm văn hóa của SV từ MXH, mức độ học hỏi từ MXH về khả năng ứng dụng công nghệ và vai trò của MXH trong việc phát triển năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số của SV. Từ kết quả nghiên cứu, chúng tôi đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số cho SV Trường Đại học Khánh Hòa.

## II. NỘI DUNG

### 2.1. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

*2.1.1. Cơ sở lý luận*

* Khái niệm mạng xã hội

MXH thường được gọi là MXH trực tuyến hay MXH ảo, trong tiếng Anh là social network. Đây là một khái niệm rộng, được nhiều học giả trong và ngoài nước tiếp cận và định nghĩa theo những góc nhìn khác nhau.

Alan E. Mislove trong luận án tiến sĩ Online Social Networks (2009): Measurement, Analysis,

and Applications to Distributed Information Systems khẳng định: "MXH trực tuyến là một hệ thống trong đó người dùng sử dụng hồ sơ bán công khai hoặc hoàn toàn công khai để thiết lập các mối quan hệ của mình. MXH trực tuyến phục vụ cho nhiều mục đích, nhưng có ba vai trò phổ biến trên hầu hết các nền tảng. Thứ nhất, chúng được dùng để duy trì và củng cố các mối quan hệ hiện có hoặc tạo ra những mối quan hệ xã hội mới. Thứ hai, chúng cho phép mỗi thành viên đăng tải thông tin về bản thân, với nội dung thay đổi tùy theo từng trang mạng. Thứ ba, chúng được sử dụng để tìm kiếm những nội dung mới, thú vị thông qua cơ chế chọn lọc và gợi ý dựa trên thông tin do người dùng khác chia sẻ". Quan điểm của Mislove cho thấy MXH trực tuyến không chỉ là nơi lưu giữ thông tin cá nhân, mà còn là công cụ duy trì các mối quan hệ xã hội và khám phá tri thức mới. Ba chức năng cơ bản mà tác giả nêu ra phản ánh rõ vai trò kép của MXH: vừa là không gian cá nhân để tự khẳng định bản thân, vừa là môi trường cộng đồng để kết nối và lan tỏa thông tin.

Từ khái niệm trên, chúng ta có thể hiểu MXH là nền tảng trực tuyến cho phép người dùng tạo lập hồ sơ cá nhân, kết nối và tương tác với các cá nhân hoặc cộng đồng, chia sẻ, trao đổi và tiếp nhận thông tin, tri thức; đồng thời là môi trường để người dùng thể hiện bản thân, hình thành các mối quan hệ xã hội và tham gia vào các hoạt động cộng đồng trong không gian số.

* Khái niệm về sản phẩm văn hóa số

Theo Phạm Bích Huyền, Đặng Hoài Thu "Sản phẩm văn hóa là kết quả của hoạt động sáng tạo, sản xuất, khai thác giá trị văn hóa" (2014, tr,13).

Từ đây chúng ta có thể hiểu sản phẩm văn hóa số là các sản phẩm văn hóa được sáng tạo, số hóa, lưu trữ, phân phối và khai thác trên nền tảng công nghệ số, chứa đựng các giá trị, thẩm mỹ, tri thức hoặc giải trí, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ, giao tiếp và sáng tạo của con người trong môi trường số.

*2.1.2. Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp kết hợp giữa định lượng và định tính nhằm bảo đảm tính khách quan, toàn diện trong quá trình thu thập, phân tích dữ liệu.

Dữ liệu định lượng được thu thập thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với 300 SV hệ đại học của Trường Đại học Khánh Hòa. Mẫu khảo sát được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, bao gồm SV từ năm thứ nhất đến năm thứ tư (57 SV năm 1; 64 SV năm 2; 89 SV năm 3; 90 SV năm 4) thuộc tất cả các khoa của nhà trường. Nội dung khảo sát tập trung vào khả năng tiếp cận sản phẩm văn hóa của SV từ MXH, khả năng ứng dụng công nghệ được học hỏi thêm từ MXH và đặc biệt là vai trò của MXH trong việc phát triển năng lực sáng tạo các sản phẩm văn hóa số, ngoài ra bảng hỏi còn đề cập tới xu hướng "tiêu dùng" các nội dung "giải trí nhanh", video theo "trend" của SV trong môi trường số.

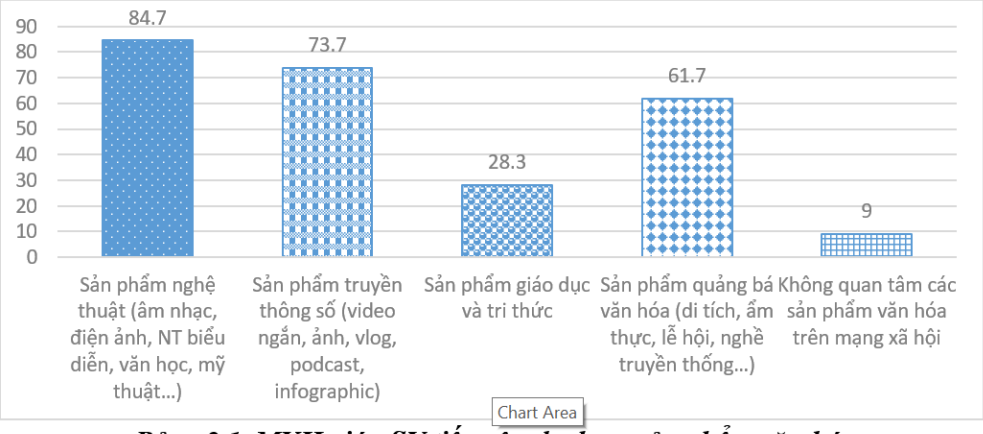
Bên cạnh khảo sát bằng bảng hỏi, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp dữ liệu thứ cấp.

Trên cơ sở kết quả phân tích định lượng kết hợp với dữ liệu định tính từ tài liệu thứ cấp, nghiên cứu tiến hành phân tích và thảo luận nhằm làm rõ tác động của MXH đến khả năng sáng tạo sản phẩm văn hóa số của SV Trường Đại học Khánh Hòa.

**2.2. Kết quả nghiên cứu**

*2.2.1. Mạng xã hội mở rộng không gian tiếp cận văn hóa*

Kết quả khảo sát 300 SV Trường đại học Khánh Hòa từ câu hỏi với nhiều lựa chọn: "MXH giúp SV tiếp cận đa dạng sản phẩm văn hóa" thu được kết quả như sau:




***Bảng 2.1. MXH giúp SV tiếp cận đa dạng sản phẩm văn hóa***

*Nguồn: Khảo sát của tác giả năm 2026*

Nhìn tổng quát, kết quả khảo sát cho thấy MXH đã trở thành một không gian văn hóa số quan trọng, góp phần mở rộng khả năng tiếp cận các sản phẩm văn hóa của SV.

Cụ thể, kết quả từ biểu đồ cho thấy sản phẩm nghệ thuật (âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, văn học, mỹ thuật...) là nhóm nội dung được SV tiếp cận nhiều nhất, với 254/300 SV lựa chọn tương đương 84.7%. Điều này phản ánh sức hấp dẫn mạnh mẽ của các loại hình nghệ thuật trên môi trường số, đặc biệt trong bối cảnh các nền tảng MXH ngày càng tích hợp nhiều hình thức truyền tải đa phương tiện như video, livestream, clip ngắn và nội dung tương tác. Đối với SV, MXH không chỉ là kênh giải trí mà còn là môi trường giúp cập nhật các xu hướng nghệ thuật trong nước và quốc tế, từ đó mở rộng vốn hiểu biết, thị hiếu thẩm mỹ và khả năng cảm thụ văn hóa. Sự tiếp cận thường xuyên với các sản phẩm nghệ thuật cũng góp phần hình thành cảm hứng sáng tạo, tạo nền tảng cho việc sản xuất các sản phẩm văn hóa số trong quá trình học tập và hoạt động cá nhân.

Tiếp theo là sản phẩm truyền thông số (video ngắn, ảnh, vlog, podcast, infographic) với 221 SV lựa chọn (73.7%). Tỷ lệ này phản ánh xu hướng tiêu dùng nội dung của thế hệ SV trong bối cảnh chuyển đổi số, khi các hình thức truyền thông trực quan, ngắn gọn và giàu tính tương tác ngày càng chiếm ưu thế. Khác với các phương tiện truyền thông truyền thống, MXH cho phép SV vừa là người tiếp nhận, vừa là người sản xuất và chia sẻ nội dung. Quá trình tiếp xúc thường xuyên với các định dạng truyền thông số giúp SV từng bước hình thành tư duy thiết kế nội dung, kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh, video và âm thanh, đồng thời nâng cao năng lực sử dụng các công cụ số phục vụ học tập cũng như hoạt động sáng tạo.

Đáng chú ý, 185 SV ứng với 61.7% cho biết thường xuyên tiếp cận các sản phẩm quảng bá văn hóa như di tích, lễ hội, ẩm thực và nghề truyền thống thông qua MXH. Kết quả này cho thấy các nền tảng số đang góp phần đưa các giá trị văn hóa truyền thống đến gần hơn với giới trẻ thông qua những hình thức truyền tải hiện đại và dễ tiếp cận. Điều này góp phần nâng cao nhận thức về giá trị di sản, đồng thời khơi gợi nhu cầu khám phá văn hóa bản địa và văn hóa các vùng miền. Đối với nhóm SV chuyên ngành Du lịch, Việt Nam học (Văn hóa du lịch), Văn hóa học (Văn hóa truyền thông) hay Văn học (Báo chí - Truyền thông) đây còn là nguồn tư liệu phong phú phục vụ học tập, nghiên cứu và xây dựng các sản phẩm truyền thông quảng bá văn hóa.

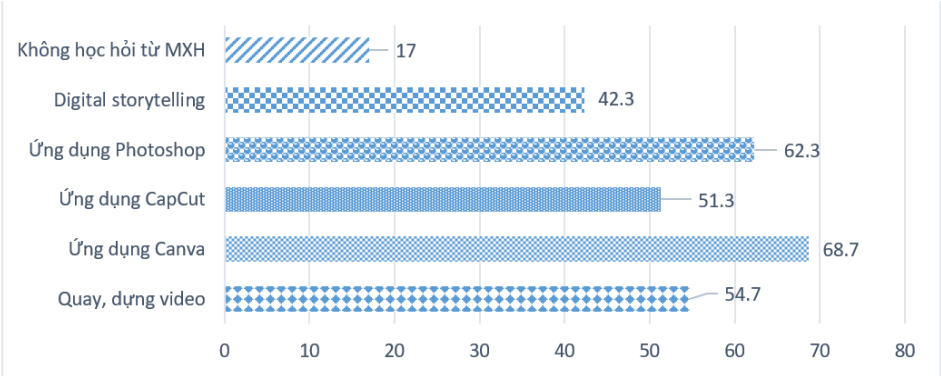
Trong khi đó, sản phẩm giáo dục và tri thức chỉ có 85 SV (28.3%) lựa chọn, kết quả này thấp hơn nhiều so với các nhóm nội dung giải trí hoặc truyền thông. Kết quả này phản ánh một thực tế rằng mặc dù MXH phát triển nhiều kênh chia sẻ kiến thức, khoa học trực tuyến và nội dung học thuật nhưng đây vẫn chưa phải là nhóm nội dung được đông đảo SV ưu tiên tiếp cận. Điều này có thể xuất phát từ đặc điểm của các thuật toán MXH vốn ưu tiên nội dung có tính giải trí, thời lượng ngắn và khả năng lan truyền cao. Đồng thời, SV cũng có xu hướng sử dụng các nền tảng chuyên biệt như hệ thống học tập trực tuyến, website học thuật hoặc công cụ trí tuệ nhân tạo khi có nhu cầu tìm kiếm tri thức chuyên môn, thay vì sử dụng MXH như một kênh học tập chính.

Đặc biệt, chỉ có 27 SV với 9% cho biết không quan tâm đến các sản phẩm văn hóa trên MXH. Tỷ lệ này đối lập với tỷ lệ SV tiếp cận các sản phẩm văn hóa trên MXH, qua đây chúng ta thấy rằng MXH đã trở thành một môi trường văn hóa phổ biến đối với phần lớn SV Trường Đại học Khánh Hòa. Bất kể thuộc nhóm ngành du lịch, kinh tế, văn hóa, truyền thông, sư phạm hay các nhóm ngành thuộc khoa học tự nhiên, đa số SV đều có sự kết nối nhất định với các sản phẩm văn hóa trên không gian số. Điều đó phản ánh sự thay đổi trong phương thức tiếp cận văn hóa của giới trẻ, khi không gian số ngày càng mở rộng cho không gian văn hóa truyền thống.

Tổng thể, kết quả khảo sát cho thấy MXH đang đóng vai trò là không gian tiếp cận văn hóa mở, nơi SV có thể tiếp xúc đồng thời với nhiều loại hình sản phẩm văn hóa có nội dung và hình thức đa dạng.

*2.2.2. Mạng xã hội giúp sinh viên ứng dụng công nghệ số*

Không chỉ là môi trường tiếp nhận và chia sẻ thông tin, MXH còn trở thành không gian học tập phi chính thức. Đặc biệt, với tính đặc thù về ngành nghề đào tạo của Trường Đại học Khánh Hòa, ngoài việc tiếp nhận kiến thức từ trường lớp SV còn học hỏi kỹ năng ứng dụng công nghệ từ MXH. Và kết quả khảo sát với nhận định: "MXH giúp SV ứng dụng công nghệ số" (SV có nhiều lựa chọn) ghi nhận được kết quả như sau:




***Biểu đồ 2.2: MXH giúp SV ứng dụng công nghệ số***

*Nguồn: Khảo sát của tác giả năm 2026*

Với khả năng cập nhật nhanh, đa dạng và dễ tiếp cận, TikTok, YouTube, Facebook và Instagram đang trở thành môi trường học tập mở, giúp SV tiếp cận các công cụ thiết kế, biên tập và sản xuất nội dung, qua đó bổ trợ đào tạo chính khóa và phát triển năng lực nghề nghiệp.

Kết quả khảo sát cho thấy Canva được SV học hỏi nhiều nhất qua MXH với 68,7% (206 SV). Canva được sử dụng rộng rãi trong thiết kế poster, infographic, brochure, bài thuyết trình và các sản phẩm quảng bá văn hóa, du lịch, giáo dục. 187 SV (62,3%) học thêm Photoshop, cho thấy nhu cầu nâng cao kỹ năng xử lý hình ảnh và thiết kế chuyên sâu. Bên cạnh đó, 164 SV (54,7%) học kỹ năng quay, dựng video và 154 SV (51,3%) học CapCut, phản ánh nhu cầu ngày càng tăng đối với sản xuất nội dung đa phương tiện phục vụ học tập và nghề nghiệp.

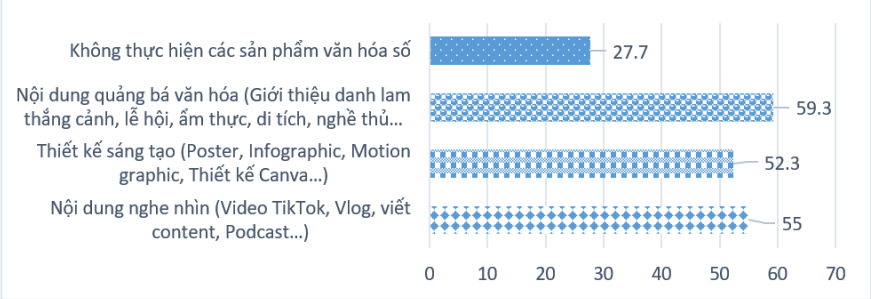
Đáng chú ý, 127 SV (42,3%) cho biết MXH giúp nâng cao kỹ năng Digital storytelling. Dù thấp hơn các kỹ năng sử dụng công cụ, đây là năng lực quan trọng vì đòi hỏi khả năng xây dựng thông điệp, tổ chức nội dung và kết hợp hình ảnh, âm thanh, cảm xúc để tạo ra sản phẩm có sức lan tỏa.

Trong khi đó, 51 SV (17%) không học hỏi kỹ năng công nghệ từ MXH, chủ yếu do khác biệt về năm học và đặc thù ngành đào tạo. SV năm đầu và các ngành như Hóa học, Sinh học, một số ngành Sư phạm ít có yêu cầu thực hiện sản phẩm truyền thông số hơn.

Nhìn chung, MXH đang trở thành môi trường học tập và thực hành quan trọng, góp phần phát triển kỹ năng công nghệ, thiết kế, sản xuất nội dung và kể chuyện số, qua đó hỗ trợ SV Trường Đại học Khánh Hòa sáng tạo các sản phẩm văn hóa số.

*2.2.3. Mạng xã hội thúc đẩy năng lực sáng tạo các sản phẩm văn hóa số*

Không chỉ mở rộng không gian tiếp cận văn hóa, MXH còn trở thành môi trường thực hành, sáng tạo và lan tỏa các sản phẩm văn hóa số của SV. Điều này được chứng minh qua kết quả khảo sát sau đây (SV được lựa chọn nhiều câu trả lời):




***Bảng 2.3. MXH kích thích sự sáng tạo sản phẩm văn hóa số của SV***

*Nguồn: Khảo sát của tác giả năm 2026*

MXH với đặc trưng vừa tiếp nhận, sáng tạo và chia sẻ nội dung đã tạo điều kiện để SV Trường Đại học Khánh Hòa phát triển năng lực công nghệ số, truyền thông và sáng tạo sản phẩm văn hóa số, phù hợp với định hướng đào tạo theo năng lực và yêu cầu thực hành nghề nghiệp.

Kết quả khảo sát cho thấy 158 SV (59,3%) từng sáng tạo nội dung quảng bá văn hóa như danh lam thắng cảnh, lễ hội, ẩm thực, di tích và nghề thủ công. Đây là nhóm có tỷ lệ cao nhất, cho thấy SV đã tận dụng MXH để quảng bá các giá trị văn hóa địa phương và Việt Nam. 165 SV (55%)

từng sáng tạo nội dung nghe nhìn như TikTok, Vlog, Podcast, qua đó phát triển các kỹ năng như xây dựng kịch bản, kể chuyện số, quay dựng và biên tập nội dung. Bên cạnh đó, 157 SV (52,3%) đã thực hiện poster, infographic, motion graphic hoặc thiết kế trên Canva, phản ánh sự phát triển về năng lực ứng dụng công nghệ số.

Ngược lại, 83 SV (27,7%) chưa từng thực hiện sản phẩm văn hóa số. Tỷ lệ này chủ yếu liên quan đến đặc điểm chương trình đào tạo: SV năm nhất, năm hai còn học các môn đại cương, trong khi một số ngành Khoa học tự nhiên thiên về thực hành và nghiên cứu chuyên môn nên ít có cơ hội thực hiện sản phẩm truyền thông văn hóa.

Nhìn chung, MXH không chỉ là môi trường tiếp nhận văn hóa mà còn trở thành không gian thực hành sáng tạo của SV, góp phần phát triển năng lực công nghệ, truyền thông, sáng tạo và tạo ra các sản phẩm có giá trị thực tiễn.

*2.2.4. Mạng xã hội với xu hướng tiêu dùng "giải trí nhanh" của sinh viên*

Một trong những tác động đáng chú ý của MXH đối với đời sống văn hóa của SV là sự thay đổi trong cách thức tiếp nhận các sản phẩm văn hóa số. Kết quả khảo sát với nhận định: "Các nội dung "giải trí nhanh", video trend khiến tôi ít quan tâm đến sản phẩm văn hóa có chiều sâu" thu nhận được kết quả sau:

Kết quả khảo sát cho thấy 53,7% SV đồng ý và hoàn toàn đồng ý, 29,3% không đồng ý và 17% không có ý kiến với nhận định "Các nội dung giải trí nhanh, video trend khiến tôi ít quan tâm đến sản phẩm văn hóa có chiều sâu". Điều này cho thấy hơn một nửa SV nhận thức được ảnh hưởng của nội dung ngắn trên TikTok, Facebook, YouTube và Instagram đến thị hiếu tiếp nhận văn hóa, khi xu hướng ưu tiên nội dung ngắn gọn, trực quan và giải trí ngày càng phổ biến.

Tuy nhiên, 29,3% SV không đồng thuận cho thấy tác động của MXH còn phụ thuộc vào mục đích sử dụng, khả năng chọn lọc thông tin và năng lực văn hóa số. Nội dung trend vừa giúp SV cập nhật xu hướng và phát triển kỹ năng sáng tạo số, nhưng việc quá chú trọng yếu tố lan truyền có thể làm giảm sự quan tâm đến chiều sâu văn hóa. Vì vậy, các cơ sở giáo dục cần tăng cường năng lực văn hóa số và tư duy sáng tạo, giúp SV kết hợp sức lan tỏa của MXH với việc khai thác, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Việt Nam.

## III. GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC SÁNG TẠO SẢN PHẨM VĂN HÓA SỐ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHÁNH HÒA

### 3.1. Giải pháp từ nhà trường

Thứ nhất, Nhà trường cần tăng cường tích hợp nội dung phát triển năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số vào chương trình đào tạo, đặc biệt trong các học phần về văn hóa, truyền thông, du lịch và công nghệ số.

Thứ hai, tăng cường tổ chức các cuộc thi, dự án học tập, hoạt động trải nghiệm và hợp tác với doanh nghiệp nhằm tạo môi trường thực hành sáng tạo trên nền tảng số.

Thứ ba, cần chú trọng bồi dưỡng năng lực văn hóa số, kỹ năng khai thác và chọn lọc thông tin trên MXH, giúp SV biết kết hợp công nghệ với các giá trị văn hóa truyền thống để tạo ra những sản phẩm có tính sáng tạo, bản sắc và giá trị xã hội.

### 3.2. Giải pháp từ sinh viên

Thứ nhất, SV cần chủ động sử dụng MXH như một môi trường học tập và sáng tạo, tích cực tự học thêm các kỹ năng thiết kế, sản xuất nội dung số và kể chuyện số (digital storytelling).

Thứ hai, cần nâng cao tư duy phản biện và khả năng chọn lọc thông tin, hạn chế chạy theo các xu hướng nội dung ngắn mang tính giải trí đơn thuần.

Thứ ba, thường xuyên khai thác các giá trị văn hóa địa phương, di sản và bản sắc văn hóa Việt Nam để xây dựng các sản phẩm số sẽ góp phần nâng cao năng lực sáng tạo, đồng thời lan tỏa các giá trị văn hóa một cách bền vững trong môi trường số.

## IV. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy MXH không chỉ là không gian kết nối và tiếp nhận thông tin mà còn là môi trường quan trọng góp phần hình thành và phát triển năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số của SV Trường Đại học Khánh Hòa. Thông qua MXH, SV được mở rộng khả năng tiếp cận các sản phẩm văn hóa, chủ động học hỏi các kỹ năng ứng dụng công nghệ số như thiết kế, quay dựng video, kể chuyện số và từng bước sáng tạo các sản phẩm quảng bá văn hóa, nội dung nghe nhìn và thiết kế trực quan. Tuy nhiên, sự phổ biến của các nội dung "giải trí nhanh" và xu hướng chạy theo "trend" cũng đặt ra nguy cơ làm giảm chiều sâu văn hóa và tính nguyên bản trong sáng tạo. Vì vậy, việc nâng cao năng lực sáng tạo sản phẩm văn hóa số cần được thực hiện đồng bộ từ phía nhà trường và người học thông qua việc tăng cường giáo dục văn hóa số, phát triển kỹ năng công nghệ, khuyến khích tư duy sáng tạo gắn với các giá trị văn hóa truyền thống và khai thác hiệu quả MXH như một môi trường học tập, thực hành và lan tỏa các giá trị văn hóa Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

Phạm Bích Huyền, Đặng Hoài Thu (2014), Các ngành công nghiệp văn hóa, Nxb Lao động

Mislove, A. E. (2009). Online social networks: Measurement, analysis, and applications to distributed information systems (Doctoral dissertation). Boston University.