

Facebook ảnh hưởng đến sự đổ kỵ, sự trầm cảm và mua sắm bốc đồng của sinh viên các trường đại học tại Tp. Hồ Chí Minh

Trần Văn Đạt*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Nghiên cứu này kết hợp giữa khung lý thuyết xếp hạng xã hội và sự đổ kỵ, sự trầm cảm và hành vi mua sắm bốc đồng của người dùng Facebook. Mục tiêu nghiên cứu nhằm xác định mối quan hệ giữa facebook, đổ kỵ, trầm cảm và mua sắm bốc đồng. Qua quá trình nghiên cứu kết hợp hai phương pháp định lượng và định tính với 380 mẫu quan sát là sinh viên các trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh thường xuyên sử dụng mạng xã hội như Facebook. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc sử dụng thường xuyên Facebook sẽ gây ra sự đổ kỵ và trầm cảm. Mặt khác, để xoa dịu được tâm lý tiêu cực này thì sinh viên có xu hướng mua sắm bốc đồng, tuy nhiên hành vi này gây ra tổn thất về mặt tài chính và tinh thần cho sinh viên sau khi mua sắm. Đóng góp của bài viết bằng cách áp dụng liên kết cơ bản vào các tương tác trực tuyến, đặc biệt là trên Facebook. Sinh viên đại học ngày nay dành một lượng lớn thời gian cho các hoạt động trực tuyến, đặc biệt là truy cập Facebook. Kết quả nghiên cứu cho thấy sử dụng Facebook là một trải nghiệm thú vị, tuy nhiên lại gia tăng chứng trầm cảm. Sinh viên đại học nhận thức được những nguy cơ tiềm ẩn từ việc lạm dụng thời gian dành cho Facebook, họ có thể hạn chế sử dụng hoặc nhận thức rõ hơn về cảm giác đổ kỵ tiêu cực về những thông tin cá nhân của người khác. Để hạn chế được trầm cảm đối với sinh viên đại học thì bản thân sinh viên cần phải có nhận thức tích cực và giữ một thái độ lạc quan.

Từ khoá: Tần suất sử dụng Facebook, sự đổ kỵ, sự trầm cảm, mua sắm bốc đồng

GIỚI THIỆU

Đối với những người trẻ tuổi thì giai đoạn chuyển đổi cuộc sống từ học trung học phổ thông sang đại học là một việc rất khó khăn. Trong giai đoạn này thì các bạn trẻ sẽ đối diện với sự tự do chưa từng có, thường xuyên sống xa nhà, tự lực tạo lập các mối quan hệ bạn bè, tình cảm mới, đồng thời đó là áp lực mới đối với việc học hay các bài tập được giao liên tục đến hạn. Những yếu tố này sẽ ảnh hưởng đến sinh viên đại học sinh ra sự trầm cảm¹⁻⁵. Mặt khác, theo các chuyên gia y tế và giáo dục thì sự gia tăng tỷ lệ bệnh trầm cảm đến từ đời sống thường ngày của sinh viên. Tuy nhiên, một số nghiên cứu cho rằng việc sử dụng thường xuyên mạng xã hội Facebook và các ứng dụng trên di động thông minh góp phần tạo ra hiện tượng này^{2,6,7}.

Facebook là ứng dụng cho phép người dùng có thể chia sẻ thông tin cá nhân bằng cách đăng các trạng thái, hình ảnh, liên kết. Mặt khác, nó cũng cho phép người dùng có thể quan sát và đọc những thông tin của những người dùng khác về gia đình, bạn bè hay những hoạt động khác của họ^{8,9}. Tuy nhiên, Facebook cũng đặt ra những vấn đề liên quan đến quyền riêng tư và sự chính xác về những thông tin mà người dùng đăng tải (Carlson và cộng sự¹⁰; Christo và cộng sự¹¹; Debatin và cộng sự¹²; Hong và cộng sự¹³), điều

này có nghĩa là những người dùng mạng xã hội này có thể đăng bất cứ thông tin hay hình ảnh để thể hiện cho cuộc sống tốt đẹp của mình nhưng thực tế ra nó không phải như vậy. Những hành động này có thể gây ra việc các người dùng Facebook khác sẽ tự so sánh bản thân mình, cảm thấy đổ kỵ và dẫn đến sự trầm cảm^{3,5,7}. Mối liên hệ giữa việc sử dụng Facebook và triệu chứng trầm cảm của sinh viên đại học ngày càng được quan tâm nhiều hơn và một số nghiên cứu cho rằng số giờ sinh viên sử dụng Facebook có mối tương quan dương với hội chứng trầm cảm của sinh viên và nguyên nhân lớn nhất đó chính là sinh viên tự so sánh bản thân mình với người khác, nảy sinh sự đổ kỵ và thiếu tự tin vào bản thân⁵.

Từ việc hình thành các tâm lý tiêu cực và hội chứng trầm cảm cộng với việc đối tượng sinh viên được tự do trong việc quyết định các khoản chi tiêu của mình nên bản thân họ sẽ có xu hướng muốn có được tất cả những thứ tốt đẹp mà người khác đang sở hữu một cách không kiểm soát, đây chính là cơ hội tốt cho hành vi mua sắm bốc đồng của sinh viên được hình thành. Việc mua sắm này đem lại rất nhiều tổn thất cho sinh viên: Thứ nhất, họ mua sắm chủ yếu là để xoa dịu tâm lý tiêu cực và sự đổ kỵ của mình mà không quan tâm đến sự hữu dụng của sản phẩm cho bản thân. Thứ hai, vì thu nhập của đối tượng sinh viên chủ yếu sẽ

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM, Việt Nam

Liên hệ

Trần Văn Đạt, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM, Việt Nam

Email: dattv@buh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 11-01-2022
- Ngày chấp nhận: 08-4-2022
- Ngày đăng: 18-6-2022

DOI: 10.32508/stdjelm.v6i2.994



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Đạt T.V. Facebook ảnh hưởng đến sự đổ kỵ, sự trầm cảm và mua sắm bốc đồng của sinh viên các trường đại học tại Tp. Hồ Chí Minh. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 6(2):2787-2799.

phụ thuộc vào gia đình hoặc đi làm thêm ngoài giờ nên tổng thu nhập chỉ ở mức đủ chi tiêu từng tháng nhưng khi mua sắm không có kế hoạch và thiếu tính kiểm soát thì sẽ dẫn đến tình trạng thiếu tiền để duy trì các nhu cầu cơ bản của bản thân như ăn uống, nơi ở,... và dễ dàng dẫn đến tình huống vay nợ hay thâm hụt tài chính. Chính những tổn thất này làm cho sinh viên sẽ đến tình trạng suy giảm về tinh thần và lẫn lộn với sự trầm cảm.

Facebook đã trở thành mạng xã hội phổ biến nhất hiện nay và sinh viên đại học là một trong những người dùng sử dụng Facebook tích cực nhất. Hầu hết tất cả các sinh viên hàng ngày đều dành thời gian để lướt Facebook. Facebook đã góp phần tạo nên một cách sống mới khi mọi việc như giao tiếp, trao đổi, chia sẻ đều thông qua nó. Thế nhưng bên cạnh đó là những tác hại về sức khỏe lẫn tinh thần khi mà các sinh viên đã lạm dụng nó quá nhiều trong cuộc sống hàng ngày. Nhiều bài nghiên cứu đã cho thấy sử dụng mạng xã hội có thể kích thích cảm giác ganh tỵ, khiến người dùng rơi vào cái bẫy tự so sánh bản thân mình với người khác khi lướt Facebook, và đưa ra những đánh giá mình so với họ như thế nào. Mục tiêu nghiên cứu nhằm xác định mối quan hệ giữa facebook, đồ kỵ, trầm cảm và mua sắm bốc đồng. Do đó, tại nghiên cứu này tác giả hướng đến việc tìm ra mối quan hệ của việc nếu sinh viên trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh sử dụng Facebook nhiều có dẫn đến sự trầm cảm hay không?

CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Lý thuyết xếp hạng xã hội

Hiện tượng trầm cảm là một tình trạng phổ biến đến sinh viên đại học và thu hút nhiều nhà nghiên cứu đi tìm nguyên nhân và giải thích về nó¹⁴. Tại nghiên cứu này lý thuyết cấp bậc xã hội được xem là một công cụ để giải thích cho sự trầm cảm vì nó liên quan đến sự cạnh tranh của con người. Lý thuyết này đề cập con người cũng giống như những loại động vật có xu hướng cạnh tranh thức ăn, bạn tình hay các nguồn tài nguyên khác liên quan đến sự sống hay thể hiện bản thân^{14,15}. Lý thuyết cấp bậc xã hội phù hợp để đánh giá năng lực của những người trẻ tuổi đang trong giai đoạn bị thu hút và ảnh hưởng bởi địa vị xã hội, đồng thời, họ xem trọng sự nổi tiếng hơn những yếu tố khác (Lansu và Cillessen¹⁶) và những thay đổi đi kèm với sự trưởng thành của bản thân. Chính những sự thu hút và ảnh hưởng này đã làm nâng cao tính dễ bị tổn thương của các cá nhân¹⁷. Các cá nhân cũng có thể trải qua những thất bại đáng kể trong nội tâm. Những lo lắng về xã hội và sự hoang tưởng có thể ngăn cản các hành vi tìm kiếm phần thưởng xã hội và phát triển

mối quan hệ của mọi người. Trên thực tế, có cảm giác kết nối và cảm giác có giá trị về địa vị và quyền kiểm soát, làm tăng cảm giác được ở trong môi trường an toàn hoạt động thông qua các hệ thống (Petrocchi và Cheli¹⁸) và có thể ngăn chặn các mối đe dọa¹⁹. Lý thuyết Xếp hạng xã hội đã giải thích sự tiến triển của bệnh trầm cảm thông qua triệu chứng cơ bản của nó - cảm giác khó chịu và say mê (Wetherall và cộng sự²⁰), coi việc mắc bệnh như một điểm đầu vào để dự đoán và ngăn ngừa trầm cảm. Nó đề xuất rằng phải đối mặt với tình huống bất lợi, chẳng hạn như là những mục tiêu không thể đạt được hoặc mối quan hệ tiêu cực, những cá nhân thiếu quyền lực xã hội và những nỗ lực thay đổi hoặc thách thức bị kim hãm sẽ vô tình đưa ra những phản ứng thích ứng tạo điều kiện chấp nhận tình hình hiện tại. Nếu tình huống là không thể chấp nhận, không thể thay đổi hoặc không thể tránh khỏi, các phản ứng thích ứng có thể trở nên không phù hợp và cuối cùng dẫn đến trầm cảm. Tiếp cận với kênh Facebook thì đây là trang mạng xã hội chủ yếu được người dùng sử dụng để đăng tải trạng thái tích cực của cuộc sống²⁰. Do đó, chúng ta có thể xem những hình ảnh hay thông tin được đăng tải là một thước đo mức độ hấp dẫn hay một dạng tài nguyên¹³. Ngoài những thứ được người dùng đăng tải thì họ còn tiếp xúc với những người dùng khác nhận xét hay chia sẻ về họ một cách trực tiếp, đây chính là nguyên nhân tạo ra mức độ hấp dẫn xã hội của bản thân với những người dùng khác²¹. Facebook là một trang web truyền thông xã hội lớn hay là một cộng đồng người dùng và mỗi người dùng tự cho mình là một thành phần trong đó, vì vậy, sự thu hút xã hội càng được diễn ra mạnh mẽ hay tạo cơ hội thuận lợi để xếp hạng bản thân mình²². Nếu người dùng nhận thấy rằng mức độ hấp dẫn trên mạng xã hội của mình thấp hơn những người dùng khác thì họ sẽ cảm thấy mình bị xếp hạng thấp hơn so với những người khác, đây chính là sự hiện diện của xếp hạng xã hội.

Facebook

Facebook đã phát triển để trở thành trang mạng xã hội (SNS) phổ biến nhất với hơn một tỷ người dùng trên toàn thế giới²³. Kể từ khi bắt đầu là một trang web chỉ dành cho một tính năng duy nhất cách đây 10 năm, Facebook hiện có sẵn hơn 70 ngôn ngữ (Facebook^{24,25}) và mức độ phổ biến của nó ở khắp các quốc gia, nền văn hóa và thậm chí là nhiều thế hệ. Sinh viên đại học là một trong những người dùng tích cực nhất sử dụng trang web cho nhiều mục đích khác nhau, chẳng hạn như giao tiếp, thể hiện bản thân, và thậm chí thúc đẩy các mối quan hệ²⁶. Facebook và các SNS khác cũng đã thu hút sự chú ý của giới nghiên cứu.

SNS, đặc biệt là Facebook, đã trở thành thành phần quan trọng và địa chỉ được truy cập với số lượng ngày càng tăng và các nhà nghiên cứu đang tìm hiểu tác động của việc sử dụng Facebook, đặc biệt là đối với sinh viên đại học. Điều này cũng dễ hiểu khi sinh viên đại học là những người sử dụng Facebook tích cực nhất. Một nghiên cứu cho thấy rằng có một lượng lớn bạn bè của người dùng trên Facebook có khả năng thể hiện bản thân một cách tích cực và mức độ hạnh phúc cao hơn²⁷. Ngoài ra việc truy cập Facebook làm tăng mức độ tự trọng của người dùng²⁸. Các nghiên cứu cũng đã xem xét tác động của việc sử dụng Facebook đối với kết quả học tập của sinh viên đại học. Ví dụ, một nghiên cứu cho thấy trong khi thời gian dành cho Facebook tác động tích cực về tham gia các hoạt động ngoại khóa, thì các chơi trò chơi trên Facebook tác động tiêu cực²⁹. Người dùng Facebook thường xuyên sẽ có điểm trung bình (GPA) thấp hơn những người không sử dụng³⁰.

Sự trầm cảm

Coopersmith³¹ cho rằng những người có lòng tự trọng thấp có xu hướng trải qua cảm giác đau khổ, hay tự trách bản thân, các triệu chứng tâm thần và cảm giác trầm cảm. Trầm cảm được đặc trưng bởi tâm trạng thấp thòm và dai dẳng rõ ràng, đây là một loại rối loạn tâm trạng chính. Bệnh nhân trầm cảm lâm sàng luôn có tâm trạng không tốt. Các tác giả đã bắt đầu điều tra mối liên hệ giữa việc sử dụng Facebook và chứng trầm cảm ở sinh viên đại học, nhưng các mối liên hệ vẫn chưa thống nhất. Moreno và cộng sự³ đã phát hiện ra mối liên hệ “mô hình chữ U chỉ ra mối liên hệ giữa việc sử dụng Internet và các triệu chứng trầm cảm nhẹ có ý nghĩa thống kê, nhưng không có khả năng đại diện cho sự khác biệt lớn về mặt lâm sàng”. Wright và cộng sự⁵ đã thực hiện một cuộc khảo sát trên 361 sinh viên đại học để kiểm tra một mô hình phức tạp kiểm tra các con đường dẫn đến trầm cảm, nhóm tác giả phát hiện ra “số giờ học sinh sử dụng Facebook có tương quan thuận với chứng trầm cảm”. Tuy nhiên, họ lập luận rằng điều quan trọng là những gì người dùng đã làm khi sử dụng Facebook hơn là lượng thời gian sử dụng. Do đó, tại nghiên cứu này tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: Sử dụng Facebook tương quan dương với sự trầm cảm

Sự đổ kỵ trên Facebook

Các nghiên cứu đã phát hiện ra rằng một trong những nguyên nhân gây ra sự đổ kỵ là do tiếp cận thông tin xã hội trên SNS như Facebook³². Trên thực tế, Chou và Edge⁶ đã phát hiện ra rằng lòng đổ kỵ là một trong những hậu quả phổ biến nhất của việc tiếp

nhận thông tin cá nhân của người khác trên Facebook. Krasnova và cộng sự³⁰ cũng phát hiện ra rằng “cảm giác đổ kỵ thường được kích hoạt khi theo dõi thông tin của người khác trên Facebook”. Người dùng Facebook thường xuyên có nhiều bạn bè hơn người dùng có thời gian dùng ít (Ellison và cộng sự⁸) và khi sử dụng thường xuyên thì người dùng sẽ có nhiều thời gian và công sức để tìm ra điểm so sánh bản thân mình với người khác và tự xếp hạng bản thân mình, do đó, số lượng bạn bè trên Facebook cũng có thể dẫn đến sự đổ kỵ trên Facebook.

Do đó, trong nghiên cứu này tác giả muốn đề xuất giả thuyết như sau:

H2: Sử dụng Facebook tương quan dương với sự đổ kỵ

Krasnova và cộng sự³³ phát hiện ra rằng việc sử dụng Facebook dẫn đến sự đổ kỵ và có thể dẫn đến sự hài lòng trong cuộc sống tiêu cực của sinh viên đại học. Khi những sinh viên đại học cảm thấy đổ kỵ từ Facebook trong một thời gian dài, nó có thể dẫn đến sự suy sụp tinh thần hay sự thiếu tự tin vào bản thân. Krasnova và cộng sự³³ đã đặt ra thuật ngữ “Facebook đổ kỵ”, mô tả cảm giác đổ kỵ sau khi dành thời gian sử dụng thông tin cá nhân của người khác trên Facebook rồi dẫn đến trầm cảm. Do đó, trong nghiên cứu này tác giả muốn đề xuất giả thuyết như sau:

H3: Sự đổ kỵ tương quan dương với sự trầm cảm

Hành vi mua sắm bốc đồng

Mua sắm bốc đồng được định nghĩa là một người mong muốn mua một thứ gì đó một cách tự phá, đột ngột và thường có sự so sánh phát sinh với một đối tượng nào đó để đưa ra quyết định được gọi là cảm xúc, việc mua sắm này dễ dẫn đến hậu quả³⁴. Ngoài ra, các cá nhân thường có hành động bốc đồng đầu tiên sau đó mới tiến đến thực hiện hành vi và cho rằng nó phù hợp, nó sẽ có lợi trong ngắn hạn nhưng rất dễ gây ra hậu quả nghiêm trọng trong dài hạn vì hành động tự phát và không suy nghĩ lợi ích của việc mua sắm³⁵. Sự đổ kỵ sẽ khiến cho các cá nhân muốn sở hữu nhiều hàng hóa, vật chất và ít có khả năng muốn bỏ sót thứ gì, tuy nhiên cũng chính sự đổ kỵ sẽ dẫn đến việc quyết định mua sắm bốc đồng và có thể dẫn đến sự đáng tiếc khi tiêu dùng của khách hàng³⁶. Do đó, người có sự đổ kỵ khi so sánh bản thân mình với người khác và tham muốn quá nhiều vật chất từ những cái người khác có mà mình không có thì sẽ sinh ra các cảm xúc tiêu cực và cảm thấy không hạnh phúc, điều này dẫn đến việc mua sắm bốc đồng như một sự xoa dịu cảm xúc và giúp cho họ giảm đi sự đổ kỵ khi cảm thấy mình được sở hữu vật chất giống như các đối tượng bị đổ kỵ. Do đó, trong nghiên cứu này tác giả muốn đề xuất giả thuyết như sau:

H4: Sự đổ kỵ tương quan dương với mua sắm bốc đồng

Một số sinh viên thường thỏa mãn mục tiêu hưởng thụ của mình bằng cách hành động bốc đồng nhưng không phải ai muốn được hưởng thụ đều bốc đồng³⁷. Sự trầm cảm có liên quan đến hành vi mua sắm bốc đồng vì hành vi mua sắm này sẽ có xu hướng làm giảm bớt đi cảm giác trầm cảm (Duhachek³⁸) và điều này có thể lý giải nếu mua sắm theo kiểu này rất dễ mang lại tổn hại³⁹. Ngoài ra, khi thất vọng, chán nản do áp lực học tập hay cảm thấy bản thân thiếu thốn thì sinh viên thường có xu hướng tặng quà cho bản thân thông qua mua sắm và đây chính là xung đột tạo nên động lực để thực hiện hành vi mua sắm bốc đồng. Vì vậy, trong nghiên cứu này tác giả muốn đề xuất giả thuyết như sau:

H5: Sự trầm cảm tương quan dương với hành vi mua sắm bốc đồng

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Mẫu nghiên cứu

Tổng số biến quan sát chính thức được sử dụng trong nghiên cứu này là 14 biến (theo Bảng 1), do đó theo khuyến cáo của Bollen⁴⁰, số mẫu tối thiểu phải đạt 60. Nhằm đảm bảo độ tin cậy của các thang đo nghiên cứu, tác giả thực hiện khảo sát tổng cộng 380 sinh viên trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh mua sắm trên trang mạng xã hội facebook thông qua bảng câu hỏi khảo sát, tác giả sẽ sử dụng lấy mẫu thuận tiện thông qua việc gửi bảng khảo sát vào các group mua sắm có uy tín tại TP. Hồ Chí Minh bằng hình thức online. Dữ liệu sẽ được phân tích thông qua phần mềm thống kê SPSS 22.0 và kiểm định các giả thuyết thống kê thông qua kết quả của mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

Phương pháp phân tích dữ liệu

Hệ số tin cậy (Cronbach's alpha) và phân tích nhân tố khám phá (EFA) là hai công cụ được sử dụng trong nghiên cứu định lượng sơ bộ. Hệ số tin cậy Cronbach's alpha được sử dụng để loại các biến không phù hợp khi chúng có hệ số tương quan biến - tổng (Item - total correlation) nhỏ hơn 0,3. Theo Hair và cộng sự⁴¹ tiêu chuẩn chọn thang đo khi nó có hệ số tin cậy (Cronbach's alpha) lớn hơn 0,6.

Tiếp theo, phương pháp EFA được sử dụng để loại đi các biến quan sát có trọng số tải (factor loading) nhỏ hơn 0,5. Thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50% và trọng số nhân tố lớn nhất từ 0,5 trở lên. Hệ số KMO nằm trong khoảng $0,5 \leq KMO \leq 1$ thì có thể xem phân tích nhân tố là thích hợp. Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05 thì có thể xem các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể³⁸.

Để khẳng định sự phù hợp của mô hình lý thuyết, phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) sẽ được sử dụng để kiểm định. Mô hình được xem là thích hợp với dữ liệu khi các chỉ tiêu CFI từ 0,9 đến 1, $CMIN/df \leq 2$ (một số trường hợp $CMIN/df$ có thể ≤ 3 (Carmines và McIver⁴²; Kline⁴³) và $RMSEA \leq 0,08$; trường hợp RMSEA từ 0,08 đến 0,1: mô hình phù hợp ở mức trung bình theo Hair và cộng sự (2010)⁴¹.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

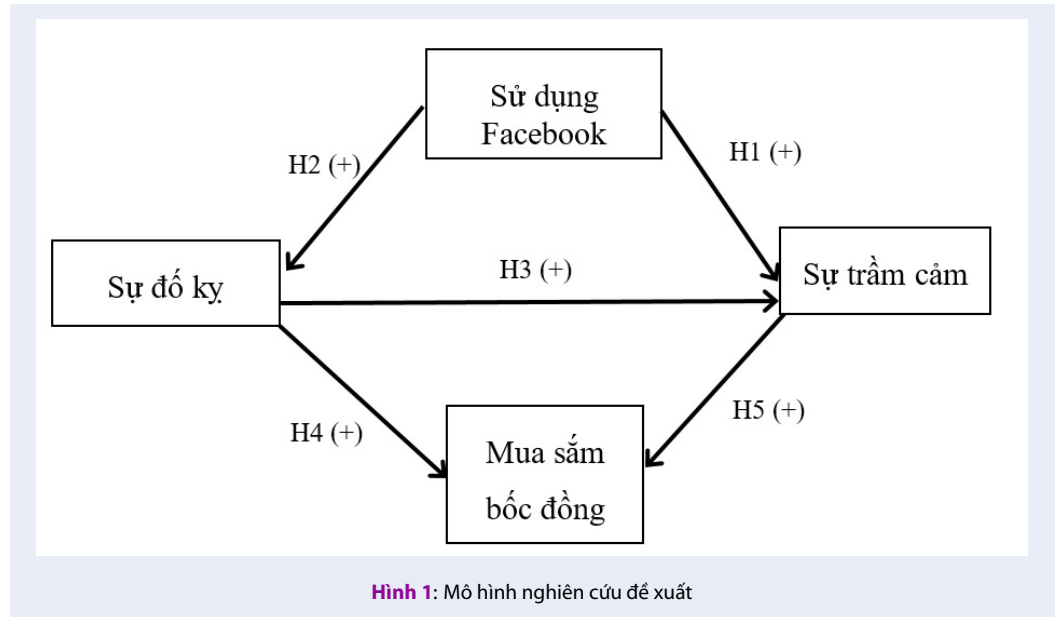
Dựa theo Bảng 2 khi thống kê mẫu nghiên cứu theo nhân khẩu học thì trong 380 sinh viên được khảo sát tại trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh thì số lượng sinh viên nữ chiếm đa số với 55,8% điều này hoàn toàn hợp lý vì đa phần giới tính nữ sẽ có xu hướng mua hàng trực tuyến nhiều hơn nam giới. Các sinh viên thuộc khối ngành kinh tế như tài chính, ngân hàng, quản trị kinh doanh và kinh tế quốc tế chiếm trên 85% số lượng khảo sát. Trong đó sinh viên năm 2 và năm 3 chiếm đại đa số. Nhìn chung vì còn là đối tượng phụ thuộc vào sự chu cấp của gia đình nên chi tiêu của sinh viên trong tầm 2 đến 3 triệu đồng mỗi tháng là điều hợp lý.

Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Dựa trên kết quả Bảng 3 ta thấy các nhân tố sử dụng Facebook, sự trầm cảm, sự đổ kỵ và mua sắm bốc đồng đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn 0,3. Từ đó ta có thể thấy các thang đo có độ tin cậy cao⁴¹.

Kiểm định nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha của các thành phần của thang đo, nghiên cứu tiếp tục thực hiện phân tích EFA đối với các thang đo. Mục đích của kỹ thuật phân tích EFA là nhằm xác định các nhân tố nào thực sự đại diện cho các biến quan sát trong các thang đo. Các nhân tố đại diện cho 14 biến quan sát có được từ kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA. Việc phân tích EFA được thực hiện qua các kiểm định: Dựa trên kết quả Bảng 4 thì kết quả đạt được hệ số KMO = 0,807 lớn hơn 0,5 và kiểm định Bartlett's có giá trị 1824,754 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 thấp hơn 0,05 điều này cho thấy phân tích EFA có ý nghĩa thống kê. Đồng thời tổng phương sai trích là 66,647% lớn hơn 50% cho thấy 4 nhân tố này giải thích 66,647% sự biến thiên của tập dữ liệu và giá trị Eigenvalue = 1,417 lớn hơn 1 đủ tiêu chuẩn phân tích nhân tố.



Bảng 1: Thang đo và phát triển bảng câu hỏi

Câu hỏi	Nguồn gốc thang đo	
Sử dụng Facebook		
SD1	Đăng hình ảnh, trạng thái của bản thân	Smock và cộng sự ⁹
SD2	Đọc trạng thái và xem hình ảnh bạn bè đăng	
SD3	Cập nhật trạng thái của mọi người	
SD4	Lướt xem dòng thời gian	
Sự trầm cảm		
TC1	Tôi suy sụp khi thấy người khác tốt hơn mình	Radloff ⁴⁴
TC2	Tôi tin rằng cuộc đời tôi đã thất bại	
TC3	Tôi có suy nghĩ rằng những người khác ghét tôi	
TC4	Tôi ngủ không ngon giấc khi suy nghĩ mình kém cỏi hơn người khác	
Sự đổ kỵ		
DK1	Tôi thường cảm thấy thua kém những người khác.	Chou và Edge ⁶
DK2	Tôi cảm thấy không công bằng khi những người khác sống vui vẻ.	
DK3	Tôi cảm thấy những người bạn của tôi có tất cả những thứ tốt đẹp.	
Mua sắm bốc đồng		
BD1	Tôi đã trải qua nhiều lần bất ngờ bị thôi thúc mua những món đồ không có kế hoạch.	Mohan và cộng sự ⁴⁵
BD2	Tôi đã bị cám dỗ mua nhiều món đồ không có trong danh sách mua sắm của tôi.	
BD3	Tôi đã trải qua rất nhiều lần bị thôi thúc đột ngột để mua những món đồ không có kế hoạch.	

Bảng 2: Thống kê nhân khẩu học

		Tần số	Tần suất
Giới tính	Nam	168	44,2%
	Nữ	212	55,8%
Ngành học	Ngân hàng	114	30,0%
	Tài chính	68	17,95
	Quản trị kinh doanh	73	19,2%
	Kinh tế quốc tế	79	20,8%
	Ngôn ngữ Anh	46	12,1%
Năm học	Năm nhất	74	19,5%
	Năm hai	160	42,1%
	Năm ba	87	22,9%
	Năm tư	59	15,5%
Chi tiêu mỗi tháng	Dưới 2 triệu đồng	84	22,1%
	Từ 2 đến dưới 3 triệu đồng	153	40,3%
	Từ 3 đến dưới 4 triệu đồng	71	18,7%
	Trên 4 triệu đồng	72	18,9%

Kiểm định nhân tố khẳng định CFA

Để kiểm định giá trị phân biệt cho tất cả các khái niệm trong nghiên cứu này, một mô hình tối hạn được thiết lập. Mô hình tối hạn là mô hình mà trong đó các khái niệm nghiên cứu được tự do quan hệ với nhau⁴⁶. Kết quả phân tích nhân tố CFA được thực hiện cho các thang đo trong mô hình đề xuất ban đầu. Kết quả CFA chuẩn hóa như sau:

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho thấy mô hình này có giá trị thống kê Chi-bình phương là 82,121 với 71 bậc tự do ($P=0,000$), giá trị $CMIN/df=1,157$ thấp hơn 3. Do đó ta xét thêm các chỉ tiêu khác như $GFI=0,970$; $TLI=0,992$; $CFI=0,994$ đều lớn hơn 0,9 và chỉ số $RMSEA=0,020$ thấp hơn 0,08. Vì vậy mô hình đo lường tối hạn đạt được tính đơn hướng và tương thích với dữ liệu thị trường (Hair và cộng sự⁴¹).

Thang đo đạt giá trị hội tụ nếu các trọng số hồi qui chuẩn hóa đều cao hơn 0,5 và phương sai trích lớn hơn hoặc bằng 0,5⁴¹. Các trọng số hồi qui đã chuẩn hóa của các biến quan sát, nhận thấy giá trị nhỏ nhất là 0,554 lớn hơn 0,5 và các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê (P -value thấp hơn 0,05) vì vậy có thể kết luận các thang đo của các khái niệm nghiên cứu đều đạt giá trị hội tụ.

Các hệ số tương quan r kèm với sai lệch chuẩn SE cho thấy chúng đều khác 1 (Bảng 5) tại mức ý nghĩa P -value thấp hơn 0,05. Hay nói cách khác các thang đo đạt giá trị phân biệt (Hair và cộng sự⁴¹).

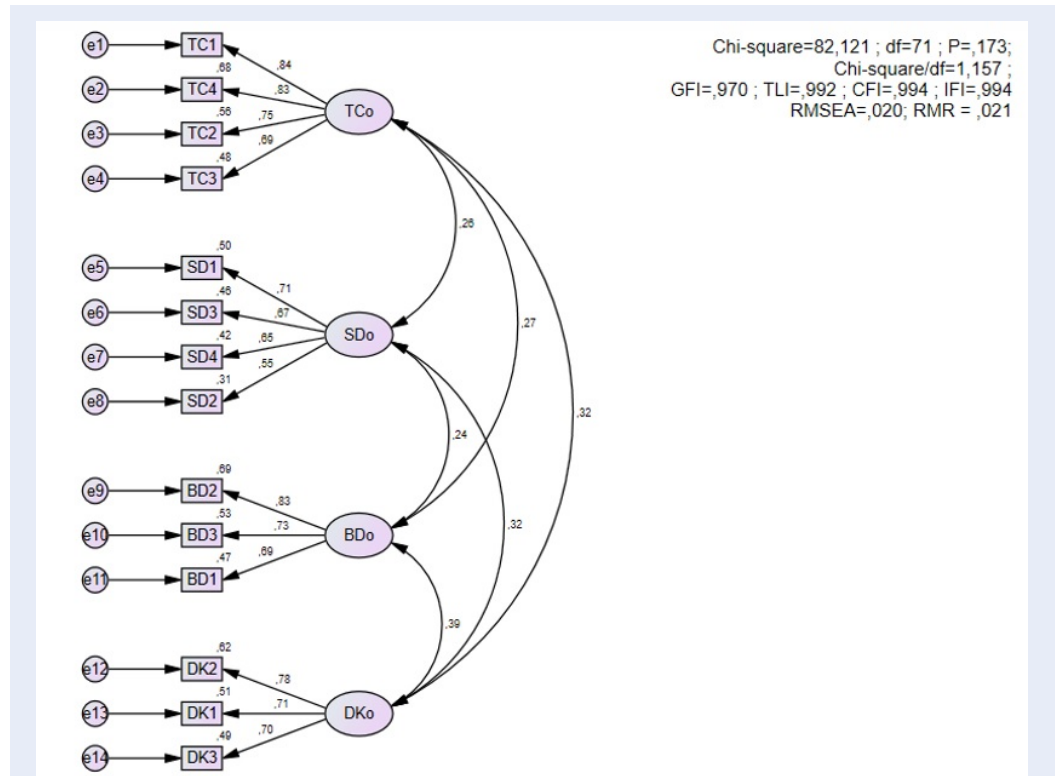
Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình có 72 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 108,834 (P -value = 0.000); Chi-bình phương/ $df=1,175$ thấp hơn 3; do đó ta xét thêm các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp như $GFI=0,969$; $TLI=0,991$; $CFI=0,993$ đều lớn hơn 0,9 và $RMSEA=0,021$ thấp hơn 0,08. Theo các tiêu chí trên thì mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế thu thập được⁴⁷.

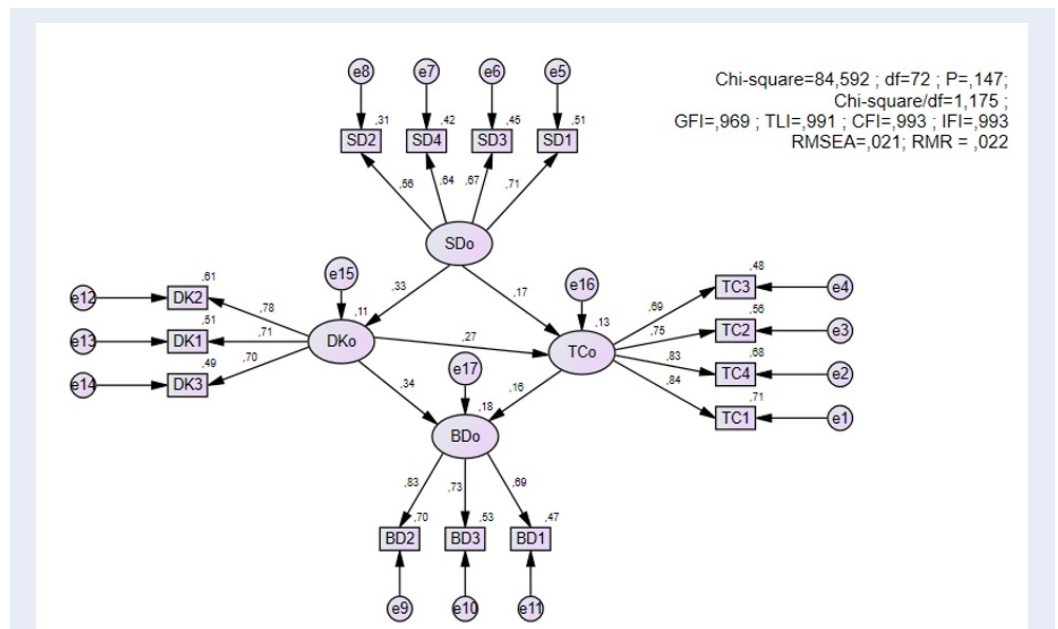
Để xem xét mức độ tác động hay thứ tự ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa, chúng ta sẽ biết được biến độc lập nào ảnh hưởng mạnh hay yếu đến biến phụ thuộc căn cứ vào hệ số hồi quy chuẩn hóa, hệ số càng lớn thì tầm quan trọng của biến độc lập đó đối với biến phụ thuộc càng lớn⁴⁸. Ta xét Bảng 6 hệ số hồi quy với beta chuẩn hóa.

THẢO LUẬN

Dựa trên kết quả Bảng 6 và Hình 3 ta thấy rằng hệ số beta tác động của sử dụng Facebook đến sự trầm cảm và sự đổ kỵ của sinh viên các trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh lần lượt là 0,17; 0,33. Điều này cho thấy sử dụng Facebook dù với bất cứ lý do gì đều tác động tích cực đến sự trầm cảm và sự đổ kỵ. Hay nói cách khác khi sinh viên dùng Facebook càng thường xuyên với nhiều hoạt động khác nhau trên đó thì càng xấp



Hình 2: Kết quả kiểm định nhân tố khẳng định CFA



Hình 3: Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Bảng 3: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Câu hỏi	Ký hiệu	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha
I	Sử dụng Facebook		0,738
(1)	Đăng hình ảnh, trạng thái của bản thân	SD1	0,565
(2)	Đọc trạng thái và xem hình ảnh bạn bè đăng	SD2	0,469
(3)	Cập nhật trạng thái của mọi người	SD3	0,554
(4)	Lướt xem dòng thời gian	SD4	0,541
II	Sự trầm cảm		0,853
(5)	Tôi suy sụp khi thấy người khác tốt hơn mình	TC1	0,766
(6)	Tôi tin rằng cuộc đời tôi đã thất bại	TC2	0,681
(7)	Tôi có suy nghĩ rằng những người khác ghét tôi	TC3	0,627
(8)	Tôi ngủ không ngon giấc khi suy nghĩ mình kém cỏi hơn người khác	TC4	0,748
III	Sự đố kỵ		0,775
(9)	Tôi thường cảm thấy thua kém những người khác.	DK1	0,611
(10)	Tôi cảm thấy không công bằng khi những người khác sống vui vẻ.	DK2	0,644
(11)	Tôi cảm thấy những người bạn của tôi có tất cả những thứ tốt đẹp.	DK3	0,580
IV	Mua sắm bốc đồng		0,790
(12)	Tôi đã trải qua nhiều lần bất ngờ bị thôi thúc mua những món đồ không có kế hoạch.	BD1	0,583
(13)	Tôi đã bị cám dỗ mua nhiều món đồ không có trong danh sách mua sắm của tôi.	BD2	0,690
(14)	Tôi đã trải qua rất nhiều lần bị thôi thúc đột ngột để mua những món đồ không có kế hoạch.	BD3	0,629

hạng bản thân mình với những người khác trên mạng xã hội và cho rằng họ vượt trội hơn bản thân mình thì sẽ làm gia tăng sự đố kỵ của mình⁶. Đồng thời, khi sử dụng Facebook thì sinh viên sẽ thấy được những thông tin hay hình ảnh của người khác và cho rằng họ thật hạnh phúc, mặt khác, khi những bài đăng hay chia sẻ của mình có số lượt tương tác của mình không bằng những người khác thì ngay lập tức sinh viên sẽ tự xếp hạng bản thân mình không có sức ảnh hưởng xã hội như người khác, điều này dẫn đến trạng thái thiếu tự tin hay sự trầm cảm⁴⁹. Giả thuyết H1, H2 được chấp nhận.

Mặt khác, theo kết quả nghiên cứu thì sự đố kỵ có hệ số bê ta tác động đến sự trầm cảm là 0,27. Điều này cho thấy sự đố kỵ có tác động tích cực đến sự trầm cảm của sinh viên. Để thấy, khi hình thành sự đố

kỵ sinh viên sẽ thấy bản thân mình luôn có những cảm xúc tiêu cực, hay có những suy nghĩ không tự tin vào bản thân và cảm thấy cuộc sống không tươi đẹp nên dễ dàng rơi vào tình trạng trầm cảm⁴⁹ nên giả thuyết H3 được chấp nhận. Mặt khác tại nghiên cứu này tác giả nhận thấy rằng đố kỵ chính là yếu tố trung gian giữa việc sử dụng Facebook để dẫn đến tình trạng trầm cảm của sinh viên. Trong đó tác động trực tiếp của việc sử dụng Facebook đến sự trầm cảm với hệ số bê ta là 0,1495 và mức độ tác động trung gian của sự đố kỵ giữa việc sử dụng Facebook đến sự trầm cảm đó là 0,0258. Do đó, ngoài việc tác động trực tiếp thì sự đố kỵ góp phần làm yếu tố trung gian giữa việc sử dụng Facebook lâu dài đến sự trầm cảm.

Dựa trên kết quả Bảng 6 và Hình 3 ta thấy rằng hệ số bê ta tác động của sự đố kỵ và sự trầm cảm đến mua

Bảng 4: Kết quả phân tích EFA cho các khái niệm đo lường

Biến quan sát	Nhân tố			
	1	2	3	4
TC1	,874			
TC4	,821			
TC2	,731			
TC3	,688			
SD1		,687		
SD3		,686		
SD4		,676		
SD2		,544		
BD2			,874	
BD3			,736	
BD1			,628	
DK2				,777
DK1				,775
DK3				,633
Hệ số KMO				0,807
Sig.				0,000
Eigenvalue				1,417
Phương sai trích				66,647%

Bảng 5: Kiểm định giá trị phân biệt của các thang đo

	Mối quan hệ		r	SE=SQRT((1-r2)/(n-2))	CR= (1-r)/SE	P
TC	<->	SD	0,063	0,120	7,799	0,000
TC	<->	BD	0,059	0,120	7,830	0,000
TC	<->	DK	0,14	0,119	7,215	0,000
SD	<->	BD	0,055	0,120	7,862	0,000
SD	<->	DK	0,147	0,119	7,163	0,000
BD	<->	DK	0,154	0,119	7,112	0,000

Bảng 6: Trọng số chuẩn hóa của mô hình SEM

	Mối quan hệ		r	SE=SQRT((1-r2)/(n-2))	CR= (1-r)/SE	P
DK	<—	SD	0,581	0,097	4,307	0,000
TC	<—	SD	0,161	0,118	7,112	0,000
TC	<—	DK	0,146	0,118	7,222	0,000
BD	<—	DK	0,171	0,118	7,040	0,000
BD	<—	TC	0,15	0,118	7,193	0,000

sắm bốc đồng của sinh viên các trường Đại học tại TP. Hồ Chí Minh lần lượt là 0,34; 0,16. Điều này cho thấy sự đổ kỵ và sự trầm cảm đều tác động tích cực đến mua sắm bốc đồng. Hay nói cách khác để thoả mãn việc mình sẽ không bị xếp hạng thấp hơn người khác mà sinh viên sẽ tiến hành mua sắm những vật dụng, tư trang một cách không có kế hoạch bỏ qua sự hữu dụng của chúng, gây nên sự tổn thất về tài chính hay tinh thần. Giả thuyết H4, H5 được chấp nhận.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu này đưa ra lý thuyết xếp hạng xã hội như một khuôn khổ hữu ích để hiểu quá trình phức tạp của bệnh trầm cảm ở sinh viên đại học. Mối liên hệ giữa đổ kỵ và trầm cảm đã được xác lập. Trong nghiên cứu này, tác giả hy vọng sẽ đóng góp bằng cách áp dụng liên kết cơ bản vào các tương tác trực tuyến, đặc biệt là trên Facebook. Sinh viên đại học ngày nay dành một lượng lớn thời gian cho các hoạt động trực tuyến, đặc biệt là truy cập Facebook. Nhưng nếu chỉ đổ lỗi cho Facebook là nguyên nhân gây ra bệnh trầm cảm, chúng ta đã bỏ lỡ một quá trình phức tạp nhưng quan trọng chỉ ra nhận thức về sự phục tùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy sử dụng Facebook là một trải nghiệm thú vị, tuy nhiên lại gia tăng chứng trầm cảm. Để hạn chế được trầm cảm đối với sinh viên đại học thì bản thân sinh viên cần phải có nhận thức tích cực và giữ một thái độ lạc quan.

Nếu sinh viên đại học nhận thức được những nguy cơ tiềm ẩn từ việc lạm dụng thời gian dành cho Facebook, họ có thể hạn chế sử dụng hoặc nhận thức rõ hơn về cảm giác đổ kỵ tiêu cực về những thông tin cá nhân của người khác. Nếu sinh viên có thể nhanh chóng xác định cảm giác tiêu cực là đổ kỵ, họ có thể phản ứng và tìm kiếm một số hình thức trợ giúp nhanh chóng để tránh các triệu chứng trầm cảm. Các mạng lưới hỗ trợ như bạn bè, cha mẹ và giáo viên cũng có thể giúp mọi người đối phó tốt hơn với chứng trầm cảm, hay tìm ra được nguyên nhân tiềm ẩn tránh được việc gây ra cảm giác thất vọng.

Động viên hoặc đưa ra những lời động viên có thể có tác dụng xoa dịu cảm giác bị phục tùng vốn là nguyên nhân dẫn đến chứng trầm cảm. Những biện pháp can thiệp này thậm chí có thể ở dạng khuyến khích các bài đăng trên Facebook) có thể giúp giảm bớt trầm cảm^{2,5,50}. Bản thân phương tiện xã hội không phải là nguyên nhân gây ra chứng trầm cảm mà là những cảm giác mà nó có thể gây ra, đặc biệt là sự đổ kỵ trên Facebook, điều mà tất cả người dùng Facebook không thể ngờ tới. Do đó, bản chất việc hạn chế được sự đổ kỵ và sự trầm cảm thì sinh viên phải luôn tự tin và nhận thức rõ được việc mình sử dụng Facebook để

làm gì và điều chỉnh thời gian sử dụng cho phù hợp. Tự đánh giá nhìn nhận những điểm mạnh của bản thân và phải đặt những nghi vấn cho những thông tin của người khác tại Facebook liệu có phải là sự thật hay chỉ là những hoạt động nhằm đánh bóng cá nhân của mình. Ngoài ra, bản thân sinh viên phải nhận thức được thu nhập của mình chủ yếu tập trung từ sự chu cấp nên cần có những biện pháp mạnh mẽ để quản lý chặt chẽ chi tiêu để hạn chế việc mua sắm tùy tiện hay phải thật sự cần thiết thì mua sắm.

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

SD: Sử dụng Facebook
TC: Trầm cảm
DK: Sự đổ kỵ
BD: Mua sắm bốc đồng
EFA: Nhân tố khám phá
CFA: Nhân tố khẳng định
SEM: Mô hình cấu trúc tuyến tính

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Tác giả xin cam đoan rằng không có bất kì xung đột lợi ích nào trong công bố bài báo

ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Trần Văn Đạt đã thực hiện toàn bộ nghiên cứu này như viết bản thảo và chỉnh sửa theo các góp ý của các phản biện

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mahmoud JSR, et al. The relationship among young adult college students' depression, anxiety, stress, demographics, life satisfaction, and coping styles. *Issues in Mental Health Nursing*. 2012;33(3):149–156. Available from: <http://dx.doi.org/10.3109/01612840.2011.632708>.
2. Moreno MA. Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on a social networking site. *Depression and Anxiety*. 2011;28(6):447–455. Available from: <http://dx.doi.org/10.1002/da.20805>.
3. Moreno MA. Depression and internet use among older adolescents: An experience sampling approach. *Psychology*. 2012;3:743–748. Available from: <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2012.329112>.
4. Neighmond P. Depression on the rise in college students. NPR. Retrieved from NPR. 2011; Available from: <http://www.npr.org/2011/01/17/132934543/depression-on-the-rise-in-college-students>.
5. Wright KB, et al. Communication competence, social support, and depression among college students: A model of Facebook and face-to-face support network influence. *Journal of Health Communication*. 2012;18(1):41–57. Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/10810730.2012.688250>.
6. Chou HTG, Edge N. They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2012;15(2):117–121. PMID: 22165917. Available from: <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>.
7. Jelenchick LA. "Facebook depression?" Social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*. 2013;52(1):128–130. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.05.008>.

8. Ellison NB, et al. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007;12(4):1143–1168. Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.
9. Smock AD, et al. Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*. 2011;27(6):2322–2329. Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.011>.
10. Carlson JR, et al. Deception in computer-mediated communication. *Group Decision and Negotiation*. 2004;13(1):5–28. Available from: <http://dx.doi.org/10.1023/B:GRUP.0000011942.31158.d8>.
11. Christofides E, et al. Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *CyberPsychology & Behavior*. 2009; 12(3), 341-345; Available from: <http://dx.doi.org/10.1089/cpb.2008.0226>.
12. Debatin B, et al. Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2009; 15(1), 83-108; Available from: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x>.
13. Hong S, et al. The real you? The role of visual cues and comment congruence in perceptions of social attractiveness from facebook profiles. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2012;15(7):339–344. Available from: <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2011.0511>.
14. Sloman L, et al. Evolved mechanisms in depression: The role and interaction of attachment and social rank in depression. *Journal of Affective Disorders*; 2003; 74(2), 107-121; Available from: [http://dx.doi.org/10.1016/S0165-0327\(02\)00116-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0165-0327(02)00116-7).
15. Gilbert P, et al. The role of defeat and entrapment (arrested flight) in depression: An exploration of an evolutionary view. *Psychological Medicine*. 1998; 28(03), 585-598; Available from: <https://doi.org/10.1017/S0033291798006710>.
16. Lansu TAM. Peer status in emerging adulthood: Associations of popularity and preference with social roles and behavior. *Journal of Adolescent Research*. 2012; 27(1), 132-150; Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/0743558411402341>.
17. Abela JRZ, Hankin BL. *Handbook of depression in children and adolescents*. New York: Guilford Press. 2008;.
18. Petrocchi N, et al. The social brain and heart rate variability: Implications for psychotherapy. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*. 2019; 92 (2), 208-223; Available from: <https://doi.org/10.1111/papt.12224>.
19. Kelly AC, et al. Social safeness, received social support, and maladjustment: Testing a tripartite model of affect regulation. *Cognitive Therapy and Research*. 2012;36:815–826. Available from: [10.1007/s10608-011-9432](https://doi.org/10.1007/s10608-011-9432).
20. Wetherall K, Robb KA, O'Connor RC. Social rank theory of depression: a systematic review of self-perceptions of social rank and their relationship with depressive symptoms and suicide risk. *J Affect Disord*. 2019; 246:300- 19; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.12.045>.
21. Hogan B. The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*. 2010; 30(6), 377-386; Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/0270467610385893>.
22. Walther JB, et al. Self-generated versus other-generated statements and impressions in computer-mediated communication. *Communication Research*. 2009; 36(2), 229-253; Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/0093650208330251>.
23. Gruzd A. Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*. 2011; 55(10), 1294-1318; Available from: <http://dx.doi.org/10.1177/0002764211409378>.
24. Fowler GA. Facebook: One Billion and counting, *The Wall Street Journal*. 2012; Available from: <http://online.wsj.com/article/SB10000872396390443635404578036164027386112.html>.
25. Facebook. Fact Sheet Retrieved February 29. 2012; Available from: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>.
26. Urista MA, et al. Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*. 2009; 215-229;.
27. Kim J, et al. The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being [Article]. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*. 2011; 14(6), 359-364; Available from: <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>.
28. Gonzales AL. Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*. 2011; 14(1/2), 79-83; Available from: <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>.
29. Junco R. The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*. 2012; 58(1), 162-171; Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2011.08.004>.
30. Kirschner PA. Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*. 2010; 26(6), 1237-1245; Available from: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>.
31. Coopersmith S. The antecedents of self - esteem: San Francisco; W. H. Freeman. 1967;.
32. Burke M, et al. Social network activity and social well-being. Paper presented at the proceedings of the 28th international conference on human factors in computing systems. 2010; Available from: <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>.
33. Krasnova H. Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? Paper presented at the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI), Leipzig, Germany. 2013;.
34. Rook DW. The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*. 1987;14:189–199. Available from: <https://doi.org/10.1086/209105>.
35. Puri R. Measuring and modifying consumer impulsiveness: A cost-benefit accessibility framework. *Journal of consumer Psychology*. 1996; 5(2), 87-113; Available from: https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0502_01.
36. Gabler CB. An Examination of the Effects of Scarcity and Discounting on Purchase Decision Regret. In *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment*. 2016;p. 91–92. Available from: https://doi.org/10.1007/978-3-319-19428-8_23.
37. Ramanathan S, Menon G. Time-Varying Effects of Chronic Hedonic Goals on Impulsive Behavior. *Journal of Marketing Research*. 2006;18:628–641. Available from: <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.4.628>.
38. Duhachek A. Coping: A Multidimensional, Hierarchical Framework of Responses to Stressful Consumption Episodes. *Journal of Consumer Research*. 2005; 32 (1):41-53; Available from: <https://doi.org/10.1086/426612>.
39. Sayre S, Horne D. I Shop, Therefore I Am: The Role of Possessions for Self Definition. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, ed. Kim P. Corfman and John G. Lynch Jr., Provo, UT: Association for Consumer Research. 1996; 323-328;.
40. Bollen KA. *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons ; Available from: <https://doi.org/10.1002/9781118619179>.
41. Hair J. *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA. 2010;.
42. Carmines E, McIver J. *Analyzing Models with Unobservable Variables: Analysis of Covariance Structures*. Social Measurement: Current Issues, G. Bohnstedt and E. Borgatta (eds.), Beverly Hills, CA: Sage Publications. 1981; 65-115;.
43. Kline RB. *Principles and practice of structural equation modeling*: Guilford press. 2010;.
44. Radloff LS. The use of the Center for Epidemiologic Studies Depression Scale in adolescents and young adults. *Journal of Youth and Adolescence*. 1991; 20(2), 149-166; Available from: <http://dx.doi.org/10.1007/bf01537606>.

45. Mohan G, et al. Impact of store environment on impulse buying behavior. *European Journal of Marketing*. 2013;47(10):1711–1732. Available from: <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2011-0110>.
46. Gerbing DW, Anderson JC. An Updated Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessment. *Journal of Marketing Research*. 1988;25(May):186–192. Available from: <https://doi.org/10.1177/002224378802500207>.
47. Bentler PM, et al. Significance Tests in the Analysis of Covariance Structures. *Psychological Bulletin*. 1980;88:588–606. Available from: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>.
48. Muthen B, Kaplan D. A comparison of some methodologies for the factor analysis of non-normal Likert variables. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*. 1985; 38, 171-189; Available from: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8317.1985.tb00832.x>.
49. O'Keeffe GS, Clarke-Pearson K. The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*. 2011; 127(4), 800-804; PMID: 21444588. Available from: <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>.
50. Jeong S. Using online social media, Facebook, in screening for major depressive disorder among college students. *International Journal of Clinical Health & Psychology*. 2013; 13(1), 74-80; Available from: [https://doi.org/10.1016/S1697-2600\(13\)70010-3](https://doi.org/10.1016/S1697-2600(13)70010-3).

Facebook effects on envy, depression, and impulse buying toward university students in Ho Chi Minh City

Tran Van Dat*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

This study combines the theoretical framework of social ranking and envy, depression and impulse purchase behavior of Facebook users. The purpose of the study is to determine the relationship between Facebook, envy, depression and impulsive buying. With the combination of quantitative and qualitative methods conducted with 380 observed samples who are university students in Ho Chi Minh City frequently browsing Facebook, research results show that regular use of Facebook causes envy and depression. To alleviate this negative psychology, students tend to buy impulsively, though this behavior causes financial and mental harm to the young buyers. The study applies basic linking to online interactions, especially on Facebook. College students spend a large amount of time on online activities, especially accessing Facebook. Research results show that despite the pleasure given by using Facebook, the platform's users will suffer from depression caused by long hours spent. If college students are aware of the potential dangers of overusing their time on Facebook, they can limit their use or become more aware of negative feelings generated by envy about others' personal information. Successfully avoiding depression requires college students to retain a positive perception and keep an optimistic attitude.

Key words: Frequency of using Facebook, envy, depression, impulse buying

Faculty of business Administration, Ho Chi Minh University of Banking

Correspondence

Tran Van Dat, Faculty of business Administration, Ho Chi Minh University of Banking

Email: dattv@buh.edu.vn

History

- Received: 11-01-2022
- Accepted: 08-4-2022
- Published: 18-6-2022

DOI : 10.32508/stdjelm.v6i2.994



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Dat T V. Facebook effects on envy, depression, and impulse buying toward univer-sity students in Ho Chi Minh City. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 6(2):2787-2799.