

# THẤU TÂM CAN CONTENT NHƯ VÀNG

8 TRẠNG THÁI &  
32 CUNG BẬC CẢM XÚC  
CHO NGƯỜI LÀM CONTENT

TÁC GIẢ  
LEO MINH - ATP ACADEMY

# THẤU TÂM CÁN CONTENT NHƯ VÀNG

## 8 Trạng thái và 32 Cung bậc cảm xúc



### **Nội dung Ebook:**

**Phân biệt cảm xúc và tâm trạng**

---

**8 Loại cảm xúc chính của con người**

---

**32 cung bậc ứng với mỗi loại cảm xúc**

---

Để lên ý tưởng và tạo ra được Content thu hút, chúng ta cần phải hiểu các cung bậc cảm xúc của khách hàng.

Khi viết Content, nhất là khi phải làm các dạng Content Story-telling, chúng ta thường hay nghe nhắc đến các yếu tố tâm lý, cảm xúc của con người, phải chèn những yếu tố này vào thì câu chuyện mới thú vị. Nhưng liệu chúng ta đã biết hết các cung bậc cảm xúc và cách thêm thắt ra sao cho hợp lý chưa?

Trong Ebook này, mình sẽ thống kê lại các dạng cảm xúc thường thấy nhất trên MXH. Hiểu và phân tích được những cảm xúc này là mấu chốt giúp chúng ta lựa chọn chiến thuật đúng đắn và bán được hàng.

**Leo Minh - Co-founder ATP Academy**



***"Cảm xúc luôn được thể hiện qua mọi hành động chúng ta làm mỗi ngày"***

Hoặc đơn giản nhất, chúng ta thấy gái xinh thì chúng ta thả tim... Tất cả những hành động đó đều là những hành vi thể hiện cảm xúc, tâm lý mà những nhà làm quảng cáo, nhà làm Content muốn chúng ta thực hiện theo mỗi ngày. Điều đó chứng tỏ, họ phải rất thấu hiểu tâm lý và hành vi của khách hàng.

**Một bài viết có chứa yếu tố cảm xúc có thể giúp chúng ta:**

- Tạo nên cảm xúc cho người đọc, một bài viết không khô khan.
- Dùng các yếu tố cảm xúc để kích thích hành động mà chúng ta muốn.
- Tạo độ cuốn khi đọc, khiến người khác đọc hết bài viết.
- Tạo sự đồng tình của khách hàng (biến họ thành fan)

.....

**Thật ra, chúng ta ngày nào cũng thể hiện cảm xúc qua những hành động trên Mạng xã hội mà chúng ta không hề hay biết. VD:**

Thấy 1 clip video hài hước, chúng ta like, comment, tag bạn bè vào.

Đọc một bài Confession drama, chúng ta đi chia sẻ với bạn bè, người yêu, chụp màn hình cho người yêu coi

Xem một clip cha mẹ đánh đập con cái ----> thả phẫn nộ, share về tường

.....



# Cảm xúc khác với tâm trạng

Trước khi bắt đầu tìm hiểu về cách tạo nên cảm xúc trong Content thì chúng ta phải phân biệt rõ 2 loại, **CẢM XÚC** và **TÂM TRẠNG** là hai thứ hoàn toàn khác nhau.

Chúng ta có thể tạo ra cảm xúc cho người đọc nhưng chúng ta không thể tạo ra tâm trạng, tâm trạng của một người là do những tác động của môi trường, của người khác tạo cho họ... chúng ta chỉ có thể dẫn dắt tâm trạng để tạo ra cảm xúc chứ chúng ta không thể tạo ra tâm trạng.

Tâm trạng là một trạng thái của cảm xúc, tâm trạng được chia ra tâm trạng tích cực và tâm trạng tiêu cực, hầu như chúng ta không ai có thể biết được lý do vì sao chúng ta có tâm trạng tốt, tâm trạng chỉ bị thay đổi khi chúng ta reset mọi thứ (ngủ 1 giấc chẳng hạn, hoặc kết thúc 1 cái gì đó...).

Trước khi hướng Content tới việc tạo cảm xúc thì chúng ta phải hiểu hơn về tâm trạng khách hàng. Nhưng vấn đề này cũng khá là hên xui nên không thể đi sâu. Làm sao biết khách hàng đang có tâm trạng như thế nào khi đọc một bài mà chúng ta viết ra? Chỉ có một vài tâm trạng căn bản theo giờ như:

**HÙNG TA VẤN Ở ĐÂY, CHỈ LÀ KHÔNG CÒN NHAU ĐẸA.**

Đang nói chuyện rồi, phải không anh?

Đang nói chuyện rồi, phải không anh? Tại sao lại đánh rơi một cuộc tình nữa, đánh rơi một người nữa – một kẻ si tình, trái tim em rung động.

Chúng ta, lại làm tổn thương nhau. Không một tin nhắn, không một cuộc gọi, không một chút hồi âm. Có lẽ đây là một lời chia tay chính thức, không được nói thành tiếng, viết thành lời, cứ im lặng để rồi mất nhau. [Xem thêm](#)



👍👍👍 Kim Sang, Minh Ngọc và 435 người khác · 39 bình luận · 54 lượt chia sẻ

# TÂM TRẠNG THEO GIỜ



## SÁNG SỚM (7H30-9H30)

Tâm trạng tích cực, khỏe khoắn, tràn đầy năng lượng => đừng cố tạo cảm xúc tiêu cực cho họ.

## GIỮA SÁNG (9H30-11H30)

Tâm trạng hơi chán nản, chán việc, nếu lướt Facebook vào giờ này là đang tìm các cảm xúc tích cực để bù vào hoặc kiếm gì đó để xả stress => tạo cảm xúc lúc này là khá thích hợp.

## GIỜ NGHỈ TRƯA (11H30-13H)

Tâm trạng lười biếng, chỉ muốn ngủ, lúc này thường là người ta thích đọc những cái gì đó thoải mái một chút => đánh vào các dạng nội dung tạo cảm xúc hạnh phúc, happy ending, v.v....

Các thông số trên chỉ là tham khảo, là khung thời gian của người đi làm, nếu đối tượng của chúng ta là người già, là người trung niên, là học sinh sinh viên thì khung thời gian nó lại càng khác...

Nếu chia nhỏ ra hơn nữa, là dân coder, dân kế toán, học sinh Hutech và học sinh trường Luật... thì còn nhiều cái khác nhau nữa.



# TÂM TRẠNG THEO GIỜ



## GIỮA CHIỀU (15-16H)

Giống giữa sáng, nhưng lúc này người ta sắp hoàn thành công việc trong ngày, sắp được về nhà, giờ là giờ họ có cảm xúc nhất để "giải trí", "mua sắm" những thứ thỏa mãn giá trị tinh thần.

## GIỮA TỐI (7-9H)

Thời điểm này là thời điểm để con người xả stress, vui chơi sau một ngày học tập và làm việc, phù hợp cho những loại Content thiên về cảm xúc.

## GIỜ KHUYA (21H-24H)

Đây là thời điểm chuẩn bị đi ngủ, con người sẽ có thiên hướng nghĩ về bản thân, hoài niệm một ngày mệt mỏi. Tâm trạng vào lúc này chỉ đang muốn kết thúc 1 ngày mệt mỏi và đi vào giấc ngủ.

Việc phân tích cơ bản về những tâm trạng trên đây là để mọi người hiểu 1 điều duy nhất: **"NÊN QUAN TÂM TÂM TRẠNG CỦA NGƯỜI ĐỌC KHI VIẾT BÀI"**. Làm lâu dài nó sẽ thành quán tính, dần dần, Content của bạn sẽ lồng ghép được nhiều yếu tố kích thích cảm xúc của người đọc.





## 8 Loại cảm xúc phổ biến ở con người

Trả lời lại câu hỏi vì sao phải thấu hiểu cảm xúc khi làm Content? Rất nhiều hành vi, hành động của khách hàng đều mang một ý nghĩa nào đó, đều bị dẫn dắt bởi một loại Content nào đó... và bạn có bao giờ tự đặt câu hỏi các hành vi trên thể hiện tâm lý gì của khách hàng, và vì sao họ lại thực hiện hành động đó chưa? Thêm vào đó, bạn phải ghi nhớ rằng, viết Content dù cho có hướng khách hàng làm hành vi gì thì cũng với 1 mục đích là "tăng thu - giảm chi" cho thương hiệu của mình.

### *"Tăng thu - giảm chi"*

- Tăng reach
- Tăng tương tác
- Tăng nhận diện
- Tăng chuyển đổi

### Viral nhờ cảm xúc

Và "cảm xúc" là cách đơn giản nhất để nội dung được viral, hoặc ít nhất là được người ta tương tác. Đôi khi có người hỏi mình, mấy bài viết hài hài trên Fanpage đăng để làm gì? Một Fanpage bán tranh, bán quần áo, tự nhiên lại đăng mấy cái clip video hài hước, view thì có view đấy nhưng có mang lại kết quả gì không?



Quan trọng nhất là mức độ viral mà bài viết mang lại. Nếu suốt ngày đăng bài chia sẻ kiến thức, đăng bài bán hàng, nội dung thì có thể hay thật đấy, nhưng liệu có ai sẽ xem, tỉ lệ xem là bao nhiêu, và tỉ lệ chuyển đổi mua hàng có cao không? Điều đó rất khó tính toán và nhận biết, nhưng có một yếu tố quan trọng chắc chắn sẽ xảy ra là:

## TẠI SAO LẠI PHẢI ĐĂNG NỘI DUNG VIRAL?

"*Một khi đã có tương tác cao, thì bạn đăng những nội dung khác lên thì cũng sẽ có tương tác cao hơn hẳn*". Khi bạn đã có 1 bài viết "cảm xúc" được hàng chục nghìn lượt like, việc bạn đăng bài bán hàng hoặc các nội dung liên quan đến sản phẩm lên chắc cũng được 30-50 like, còn bình thường chúng ta đăng một bài bán hàng, liệu có tới 10 người like hay không?

“*Lan truyền virus cảm xúc từ người này sang người khác*”



*Như vậy, việc chia sẻ những nội dung hài hước giúp chúng ta được một chút lợi ích... nhưng đó chỉ là bước đầu. Hiểu rõ hơn về cảm xúc, chúng ta mới tạo ra được những loại content phù hợp, thúc đẩy hành vi và đạt được nhiều tương tác hơn khi làm Content.*



# 8 LOẠI CẢM XÚC

MÀ MỘT NGƯỜI BÌNH THƯỜNG SẼ CÓ

- Vui vẻ
- Hạnh phúc
- Ngạc nhiên
- Hi vọng

- Buồn bã
- Giận dữ
- Sợ hãi
- Hối hận



## VUI VẺ

Đây là một trong những cảm xúc đầu tiên của con người, nhưng cảm xúc này lại hơi "tự phát" và có thiên hướng được tác động bởi người khác. Cảm xúc Vui vẻ thiên về những suy nghĩ về tương lai và bất ngờ hơn là tự chúng ta tạo ra.

- Bạn thấy vui khi nghĩ rằng tối nay về sẽ là một buổi tối tuyệt vời và chúng ta sẽ làm các điều abc xyz.
- Bạn vui khi nghĩ rằng mình sẽ sớm đạt được một điều gì đó.
- Cảm thấy vui vì chúng ta đạt được một kết quả nhất định.
- Được người khác khen ngợi, đánh giá cao.
- Nhận được một món quà bất ngờ hoặc ý nghĩa từ người khác.



# VUI VẺ

Đa số thì rất khó để tạo ra niềm vui cho ai đó nếu như chúng ta chỉ đơn giản là viết Content. Nhưng đó cũng là một điều hay vì nếu nói về những sự việc trong tương lai, bạn có thể tưởng tượng ra và viết về cả tấn thú trên trời dưới đất với hàng vạn ý tưởng sáng tạo.



Trong cảm xúc vui vẻ lại chia ra làm nhiều cung bậc cảm xúc:

- Tự tin
- HÀi lòng
- Mê mẩn
- Vui sướng

Thực sự thì, nếu nói về cung bậc cảm xúc có thể liệt kê ra hàng trăm loại như: hơi hơi tự tin = lạc quan, tự tin, siêu cấp tự tin hoặc tự mãn v.v... nhưng mình chỉ muốn kể ra một vài loại chính mà mình thấy có thể áp dụng nó vào việc viết Content. Trong phần 1 này, chúng ta sẽ biết trước về các loại cảm xúc và tự cảm nhận xem khi mình đọc 1 bài viết, nó đem lại cho mình các cảm xúc gì trong những loại cảm xúc đã được liệt kê ở trên.

Cảm xúc vui vẻ có thể nhận được qua các loại Content như:

- Dạng bài đăng chào mừng các thành viên mới của Group Facebook ABC....
- Các bài viết tốt nghiệp, chụp ảnh kỷ yếu (loại này nó còn mang tính hoài niệm, 1 dạng Content có thể có nhiều cảm xúc tùy đối tượng).
- Các dạng bài "khen". Ví dụ như khen đội ngũ làm việc tốt, hoàn thành xong các khóa học, thành quả của học viên,... (các dạng này phù hợp cho trainer).
- Các bài review sản phẩm (chạm đúng điểm chạm sẽ khiến khách hàng mê mẩn, chẳng hạn như các dạng mô hình anime, loại này còn tạo cảm giác khao khát, đúng gu thì tim sẽ đổ).
- Các dạng bài tạo động lực.
- Các dạng bài thả thính (ngắm gái đẹp, trai xinh cũng khiến tâm hồn vui vẻ, mê mẩn).
- .....

# HẠNH PHÚC



**Hạnh phúc là một trong những cảm xúc tích cực, nó sẽ giúp con người cảm thấy hài lòng, dễ dàng trào cảm xúc và tạo ra hành động.**

- Chúng ta hạnh phúc khi làm cho người mình yêu vui vẻ
- Chúng ta hạnh phúc khi thấy bố mẹ cười.
- Chúng ta hạnh phúc khi chúng ta đạt được các giá trị tinh thần (gọi là đam mê ấy)
- Chúng ta hạnh phúc khi... có thể làm mọi điều mà chúng ta thích, thoát khỏi cuộc sống gò bó hằng ngày.
- Chúng ta hạnh phúc khi... tâm hồn chúng ta thanh thản, hay đơn giản là cuối ngày về nhà, được ngâm mình vào bồn tắm.
- ....

Trong cảm xúc hạnh phúc, có lẽ tình yêu là một trong những thứ khiến con người hạnh phúc như tình yêu thương cha mẹ, người yêu, gia đình, con cái, bạn bè, tri kỷ v.v.... Trong cảm xúc hạnh phúc thì mình chia nó ra những cung bậc:

- Ngưỡng mộ
- Thỏa mãn
- Yêu - thích
- Đồng cảm
- ...

### **Các loại Content phù hợp:**

- Storytelling: có rất nhiều bộ truyện ngôn tình trên thế giới, và lượng phim nói về tình yêu cũng chiếm hơn phân nửa các bộ phim mà chúng ta hay xem => storytelling hoàn toàn có thể khiến con người cảm thấy hạnh phúc... hoặc có thể là sad ending, buồn bã...

- Các dạng Video viral như các clip của Thái
- Các dạng Confesion happy ending (cũng là 1 dạng storytelling)
- Các yếu tố tình yêu được chèn vào bài viết bán hàng hoặc quảng cáo (Người yêu bạn sẽ rất hạnh phúc nếu... không chỉ là Content text, có thể chèn yếu tố hạnh phúc vào video, hình ảnh)
- Các dạng tự sự: "có ai như con bạn thân khác giới 10 năm nhà em không, suốt ngày nó cứ coi confession trong các group "sú gà đất ì" gì đó rồi nó cứ trêu em... (dạng này nghe cứ như kể khổ nhưng người khác đọc vào lại thấy khá là cute dễ thương)



**NEU Confessions**  
Trang bạn thích · 2 tháng 9 · 🌐

Đến hẹn lại lên, chỉ còn tròn đúng 1 tháng nữa là đến Trung Thu. Năm nay sẽ mở các gói sớm để các bạn có thể lựa chọn. Có nhiều gói khác nhau cho các bạn lựa chọn giá Siêu sinh viên 🥰

- Gói Ban Bè: 100.000VND (đi chơi đơn giản, không tiếp xúc cơ thể)
- Gói Hẹn Hò: 120.000VND (nhắm tay dạo phố)
- Gói Lãng Mạn: 200.000VND (ăn tối nơi đông người +post hình đăng Facebook, instagram, 1 số mạng xã hội)

... Xem thêm

👍🥰🥰🥰 19K

8,5K bình luận  
1,4K lượt chia sẻ

👍 Thích    💬 Bình luận    ➦ Chia sẻ

Phù hợp nhất

Chang Chang Nhung Nhung Tinh Vanh

Viết bình luận...

**NEU Confessions**  
2 giờ

#Z2131 Nước ở này của người yêu ko thể nào ngờ được Yêu nhau được 1 năm 3 tháng thì cậu n.y về ra nước, nhà mình ngày Thường Trì thò. Qua 1 buổi nói chuyện, 1 bữa ăn cơm thì thấy anh và bố mình khá hợp, thích xem thể sự, thích nói chuyện về báo chí (báo giải), nhận xét về bài ở nước, thích chơi các trường... và anh luôn nói về nhà chúng mình thì anh cũng như 1 ông cụ năn, ăn uống xong là lên pha âm trà cho bố ăn xong ngồi uống bát trà và bố con bạn luôn trò chuyện, rất thú vị.

380 bình luận · 112 lượt chia sẻ

Phù hợp nhất

Hoàng Thanh Anh Phạm Thanh Thảo bao nhiêu t ko hiểu t ko hiểu

PG Phi Đình

**NEU Confessions**  
23 giờ

Ai khóc cho nỗi đau này...

Zah

đêm qua tao với crush nói chuyện cả đêm về crush của cô ấy

4.3K

155 bình luận · 15 lượt chia sẻ

Phù hợp nhất

Phạm Thị Ngọc Dâu



# CÁC DẠNG BÀI VIẾT

“*Một cách đơn giản để hạnh phúc là trân trọng những gì đang có*”



**Thảo Trang Nguyễn** · Viết lách mỗi ngày - lamZvn  
6 giờ

**MẸ TÔI - NGƯỜI ĐÀN BÀ "KHÔNG BIẾT CÁCH CHI TIÊU"**

Đừng, bạn không đọc nhầm đâu. Mẹ tôi là người đàn bà không biết cách chi tiêu.

Bà luôn dành rất nhiều thời gian cho việc mua sắm. Nếu không ở chỗ làm, vắng mặt trong gian bếp thì chẳng cần hỏi, ai cũng biết bà đang ở siêu thị hoặc các tiệm tạp hóa gần nhà.

Trong khi cùng một cửa hàng, cùng những món đồ cần mua, tôi (hoặc ba tôi) có thể "chạy lạng" 10 phút cả đi, cả về, cả lượm đồ và thanh toán. Thì ngược lại, mẹ tôi - bà đi chợ nh...

Xem thêm

👍🥰🥰🥰 329

36 bình luận  
29 lượt chia sẻ

👍 Thích    💬 Bình luận    ➦ Chia sẻ

Xem thêm 12 bình luận

Dương Hạnh

Thích · Trả lời · 4 năm

Viết bình luận...



# NGẠC NHIÊN

Loại Content này là một trong những dạng Content viral khủng nhất, chỉ xếp sau mấy Content drama, bóc phốt (theo mình thấy thì vậy). Nó tạo cho người ta một cảm giác "tích cực mạnh" và thú vị tới mức họ sẵn sàng lấy cái link gửi ngay vào inbox hoặc tag bạn bè họ vào ngay lập tức.

**Dạng Content này cần đến rất nhiều sự sáng tạo:**

- Chúng ta bất ngờ khi thấy một điều gì đó khác thường (ví dụ dùng máy xay sinh tố xay cái iphone, xay cục bida - blend all)
- Chúng ta cảm thấy shock khi thấy người ta để mấy chục cái iphone lên bàn rồi lấy búa đập...
- Chúng ta cảm thấy kinh ngạc khi một người có thể bỏ tay mình vào bình nước sôi 100 độ
- Chúng ta cảm thấy thú vị khi thấy một câu nói hài hước
- .....

## *4 cung bậc của Hạnh phúc*

- Đau khổ
- Trái lòng
- Thương cảm
- Mệt mỏi



# NGẠC NHIÊN

Với dạng này thì nó không có một dạng bài viết quy chuẩn nào cả, nó là một dạng "tổ chất" - sáng tạo và tìm ra những điều khác thường, mình có thể đưa ra một vài ý tưởng như:

- Hãy tạo ra những thứ mà họ "không thường xuyên được thấy". Ví dụ như sao băng (đăng ảnh thấy sao băng đảm bảo 100 like)
- Hãy tạo ra những thứ "trái ngược với lẽ thường", ví dụ như 1 người có thể viết được cả 2 tay.
- Hãy tạo ra những thứ mà "người bình thường không thể làm được", ví dụ như plank 30 phút liên tục. Wow.
- Hãy tạo ra những thứ "có số lượng lớn", 1 cuốn ebook thì chẳng ai đọc, nhưng 1000 cuốn ebook về 1 chủ đề thì họ lại rất cần.
- Hãy tạo ra những thứ mang lại cảm giác "đột ngột", ví dụ như mấy clip đang xem được 2 phút tự nhiên có con ma nhảy ra khỏi màn hình
- Hãy tạo ra những nội dung dạng như câu chuyện kì bí....
- Hãy tạo ra những nội dung dạng như "before - after"
- ..... Nghĩ tiếp nào

The image shows a Facebook post by user 'Hồng Diễm' (1 giờ) with the text: "Bác sĩ lạng tình hình 😊)))". Below the post is a comment from user 'in' asking: "Hôm qua bạn tui đau bụng đi khám bác sĩ, bác sĩ sờ bụng nó hỏi có cảm giác gì, nó bảo cảm giác như có người đang sờ vào bụng nó vậy :)" with a yellow highlight on "ttnn.p".

Below the post is a section titled "TỔNG HỢP 100 EBOOK CONTENT TÂY TÀU LẤN LỘN" (A collection of 100 Western-style content ebooks). It includes a list of ebooks with columns for title, date, browser, and size. The list includes titles like "100 cách viết tiêu đề giật tít hiệu quả", "130 Power Words For WRITING EMOTIONAL", "500 Facebook Ads Examples", "1001 những câu hỏi trong QC", "2016, K2B, Report\_Final", "2016, B2C, Research\_Final", "Adweek Copywriting Handbook - The Ultimate", "Bản yếu của sáng tạo", "Behavior Analysis to Know Your Audience", and "Bí quyết lặn Content Marketing hiệu quả".

# HI VỌNG



## Mong đợi vào một điều gì đó

Có bao giờ bạn cảm thấy “khíu chột” khi phải chờ tới tuần sau bộ phim hàn quốc của mình mới ra được thêm 2 tập không? Không biết nhân vật A có làm gì B không, không biết tập đoàn C có bị trừng phạt khi động tới gia đình của nam chính không....

Chúng ta luôn có một cảm giác mãnh liệt khi cảm xúc đột nhiên bị ngắt quãng, hoặc chúng ta khó chịu khi một điều gì đó tưởng chừng đã đến nhưng lại phải chờ đợi... đó là cảm xúc “hi Vọng”.



# HI VỌNG

**Chờ đợi  
Tin tưởng**

**Khao khát  
Đua đòi**

Dạng này thì hơi khó đối với những người mới hoặc người chưa có độ uy tín thương hiệu cao, hoặc là bạn phải rất uy tín, hoặc là sản phẩm của bạn phải cực kì tuyệt vời... Chúng ta có thể viết các dạng bài như:

Dạng bài "gợi ý": Nếu có một sản phẩm ABC mới ra mắt, giá trị cực lớn nhưng giá chỉ ... thì liệu có ai muốn trải nghiệm hay mua hông ta ...

- Dạng bài mini game, tặng voucher, gift code

- Dạng bài "lợi ích": Chỉ còn 10 slot cho lớp học Content, hoàn toàn miễn phí...

- Dạng bài "series": truyện ma mỗi ngày, series kiến thức, chủ đề...hoặc phốt theo series cũng hot lắm nha, như chuyện của MC Thanh Bạch.

- Dạng bài "show hand": các dạng bài viết khoe (nên khoe tinh vi) để tạo uy tín, feedback, sống ảo trong không gian trong mơ, kế hoạch - plan (vẽ ra viễn cảnh)

- ....



**"Với những dạng bài viết này thì chúng ta phải có ít tiếng tăm thì nó mới ra miếng nha...."**



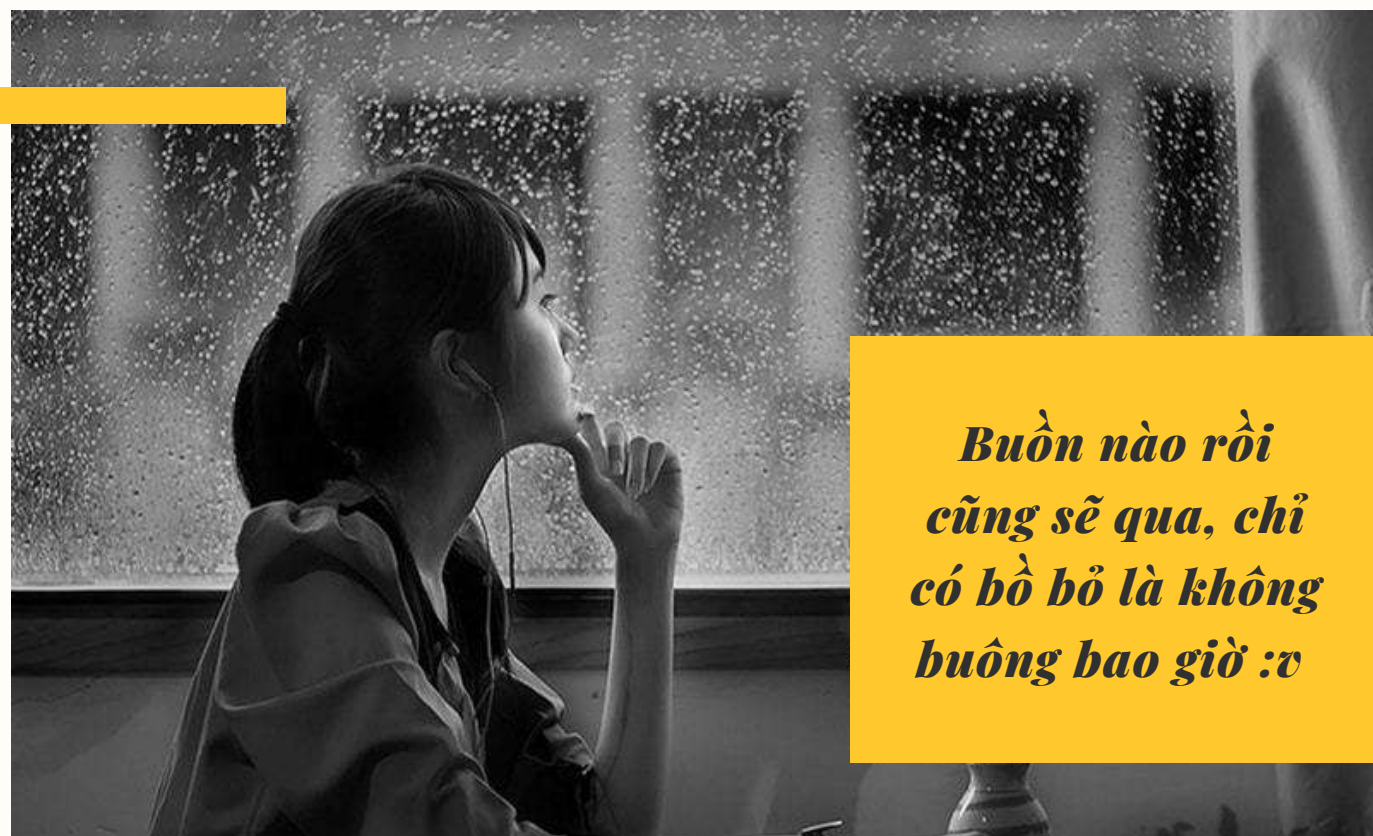
# BUỒN BÃ

Nếu ai là fan của nỗi buồn chắc chẳng còn lạ gì với những page như D a r k n e s s hay S a d n e s s, mỗi ngày đều phải dạo vài vòng xem những bài viết trên 0 giờ 0 0 phút hay Radio 0h để trải lòng sau một ngày làm việc mệt mỏi, tối về chỉ còn nỗi cô đơn...

Nếu ai là fan của việc gặm nhấm cảm xúc buồn bã thì chắc chẳng lạ lòng gì với những bản nhạc chill hop hay đơn giản là bài "Lạ lòng" của Vũ, "Em còn dùng số này không" của Thái Đình.

Chẳng có người viết truyện ngôn tình nào lại dám bảo không cần cảm xúc cũng có thể viết được, hay chính những đoạn văn này cũng là những cảm xúc mà mình muốn bộc lộ để nói rằng... chẳng có cảm xúc là không viết được chữ nào cả, nhất là cảm xúc buồn.

Hàng trăm loại Content về nỗi buồn được đăng hàng ngày và chúng ta cứ buồn trong vô thức mà thực hiện các hành động like, share, comment. Nhưng khoảng tầm 15s tiếp theo, chúng ta chẳng còn cảm thấy gì cả... Vì thực chất nỗi buồn được xúc tác từ các bài viết chỉ mang hàm ý điều khiển hành động chứ không đem lại giá trị buồn lâu dài như tâm trạng (bị bỏ bả thì buồn mấy năm chưa hết).



***Buồn nào rồi  
cũng sẽ qua, chỉ  
có bỏ bả là không  
buông bao giờ :v***

## Trong cảm xúc buồn bã thì có các cung bậc

- Đau khổ
- Trái lòng
- Thương cảm
- Mệt mỏi

- Chúng ta vô tình đọc về một bài viết liên quan đến Covid và hàng trăm ngàn người thất nghiệp, chúng ta buồn cho tương lai chúng ta, tương lai đất nước.

- Chúng ta vô tình đọc tin idol của chúng ta nhập viện, chúng ta khóc huhu.

- Chúng ta lướt Facebook và thấy một bài viết nói về mẹ, chúng ta trái lòng và gọi điện cho mẹ ngay lập tức.

- Chúng ta thấy ảnh một cụ già bán vé số ngồi dưới trời mưa, chúng ta share để người nào đi ngang qua thì giúp cụ.

.....



**Thời sự VTV**  
4 giờ · 🌐

📌 Tính đến thời điểm này, trên thế giới có 26,1 triệu người mắc COVID-19. Bị ảnh hưởng nặng nề nhất của đại dịch COVID-19 tính đến lúc này vẫn là Mỹ với 6,2 triệu ca mắc và 189 nghìn ca tử vong, tiếp theo là Brazil 3,9 triệu ca và Ấn Độ là 3,8 triệu ca.

**26 TRIỆU CA NHIỄM COVID-19**  
**865 NGHÌN NGƯỜI TỬ VONG**  
**TRÊN THẾ GIỚI**

6,4K  
29 bình luận 88 lượt chia sẻ

Những loại Content mà chúng ta thường thấy về nỗi buồn:

- Dạng Content "câu chuyện người cùng khổ"

- Dạng Content confession tâm sự (thương cảm cho câu chuyện nhưng cũng vừa gắn liền yếu tố drama thì còn viral dữ nữa).

- Dạng Content "câu nói thấm đẫm nỗi buồn"

**VD:** có những nỗi đau chúng ta có thể thấy và vượt qua nó theo thời gian, có những nỗi đau nó theo chúng ta đến cả một đời (kèm theo đó là ảnh 1 chàng trai đang khóc dưới mưa, nhạc shiloh dynasty vang lên).

- Dạng Content "câu chuyện thất bại".  
VD: Đùng vì một phút lầm lỡ mà bị lừa 20tr như mình... chả là...

- Dạng Content "điều mà mình không bao giờ với tới được".

- .....



**An Thảo**  
★ Ngôi sao đang lên · 4 ngày

#vlnm\_chiase

Mình quyết định bỏ nhà đi vào một buổi sáng sau khi đặt bức thư đã viết sẵn tối qua trên mặt bàn ở phòng khách.

Bức thư gửi lại bố mẹ, dài 5 mặt giấy và cả những vết loang của nước mắt nhà xuống màu mực, bức thư được viết gần như trong trạng thái bản thân mình hoàn toàn tỉnh táo và đầy bi kịch, trong thư, mình có viết...

Đọc tiếp

1K  
95 bình luận 57 lượt chia sẻ

Thích Bình luận Chia sẻ

# GIẬN DỮ

Cái này là đỉnh cao của viral và hầu như nó chiếm hơn 50% các dạng Content viral trên Mạng xã hội Facebook mỗi ngày... đó là các dạng bài viết Drama, tạo nên sự GIẬN DỮ.



**"Đôi khi là sự thịnh nộ,  
nhưng đôi lúc chỉ là sự  
khó chịu thoáng qua"**

## 4 CUNG BẬC CẢM XÚC CỦA GIẬN DỮ

- *Căm ghét*
- *Tức giận*
- *Bực mình*
- *Phẫn nộ*

Con người hầu như ai nấy đều đang không được sống một cuộc sống mà mình đang mong muốn. Mình muốn đi du lịch, muốn ăn ngon mặc đẹp nhưng chẳng có tiền, lương thì bèo bọt, phải đi làm quanh năm suốt tháng, đi làm thì luôn phải nhìn sắc mặt người khác để làm việc, không được sống với con người thật của mình.

Con người luôn tìm kiếm những cảm xúc đặc biệt để giải tỏa những stress hàng ngày... và cảm xúc tức giận là một trong những thứ "dĩ độc trị độc", làm thỏa mãn cảm xúc của con người tốt nhất.

# GIẬN DỮ



**Tổ Lái**  
· 27 tháng 6 ·

**KÍ SỰ ĐÁNH GHEN**

Tao với con bạn thân chơi với nhau đến nay đã 10 năm có lẽ. Ngày nó đi lấy chồng, tao hết lời khuyên can nó phải suy nghĩ cho kĩ vì chồng nó tính tình phong lưu lãng tử, thích trêu hoa ghẹo nguyệt. Nó bực ngoài tai tất cả để chạy theo cái được gọi là tiếng gọi tình yêu. Cho đến hôm nay có lẽ nó đã có bài học của riêng mình.

Một lần vô tình nó nhìn thấy tin nhắn của một số lạ gửi ... [Xem thêm](#)

4,4K  
342 bình luận  
78 lượt chia sẻ

Thích Bình luận Chia sẻ

Phù hợp nhất

[Hong Duong](#) nay gặp e gái đứng tổ lái đi về

Viết bình luận...

**SỐC! ME DỪNG CÁN CHỐI PHANG CON HƠN MỘT GIỜ ĐỒNG HỒ!**

Mới đây một clip dạy con theo cách khá phần cảm đã lan truyền nhanh chóng trên mạng. Trong clip một bà mẹ đánh đứa con nhỏ cực kỳ dã man, thậm chí dùng cả cán chổi để phang vào đầu. Đứa trẻ gào khóc nhưng nhất quyết không chịu nghe lời.

Cộng đồng mạng bình luận sôi nổi về vụ việc, chủ yếu chia ra làm hai luồng ý kiến. Thứ nhất là những người lên án gay gắt hành động dạy con bạo lực của người mẹ, rằng còn nhiều cách dạy dỗ... [Xem thêm](#)



**Có bao giờ bạn coi 1 clip 2 bạn trai trẻ đánh nhau ngoài đường và bạn muốn đi đấm nhau với ai đó chưa?**

**Có bao giờ bạn xem 1 clip cha mẹ đánh đập con cái và bạn phẫn nộ x100 lần chưa?**

**Có bao giờ bạn thấy người ta đả kích idol mình, hoặc công kích mình bằng bàn phím và bạn cãi nhau chí chóc với họ qua comment chưa?**

Chúng ta đâu thể nào bộc lộ cảm xúc thật của mình ra bên ngoài... vậy nên chúng ta chọn cách bộc lộ những cảm xúc ấy qua nền tảng Online, và đó là một trong những lý do mà những dạng Content này luôn câu được rất nhiều Share và Comment.

# Giận dữ



**Dạng Content Drama:** Đánh ghen, bóc phốt, tâm sự loài chim biển.... Ở đây nó có 1 điểm thú vị là có hẳn 1 loại nghề là "nghề viết chuyện Drama". Đa số chúng ta có thể thấy ở những page tâm sự, group tâm sự lớn như Không sợ chó, Phòng thú tội beat, Phòng bắt ma Beat, Hội hóng chuyện... Đa số những group này giai đoạn đầu thì không có nhiều thành viên nói ra những câu chuyện của mình lắm, thường là 80% đều là những câu chuyện chế nội dung của đội viết Content.

**Dạng Content "Ý kiến trái chiều":** Những dạng Content thể hiện quan điểm. Ở loại này thì có một dạng Content thú vị nữa là dạng "tự nói ra cái ngu của bản thân"... Kể về một điều há vô lý, ai cũng thấy vô lý nhưng với mình thì nó lại đúng và cả cộng đồng lại bầu vào chữ.

VD như: Vợ hay chồng, ai rửa bát nấu cơm??? Em đi làm về mệt, thằng chồng nó nấu cơm dở ăn chả chịu được, rồi bắt nó rửa chén thì nó cũng làm vỡ....

**Dạng Content "đả kích":** hay nói đúng hơn là dạng gây War.

**Dạng Content "khoe mẽ, làm lố"...** cái này thì khỏi nói, siêu ghét.

# HỐI HẬN

LOẠI CẢM XÚC CUỐI CÙNG NÀY LẠI ĐEM ĐẾN MỘT CẢM GIÁC BUỒN MAN MÁC (HƠI GIỐNG VỚI BUỒN NHƯNG NÓ LẠI LÀ HỐI HẬN, ĐỈNH CAO CỦA BUỒN BÃ).

## CHÚNG TA THƯỜNG HỐI HẬN KHI:

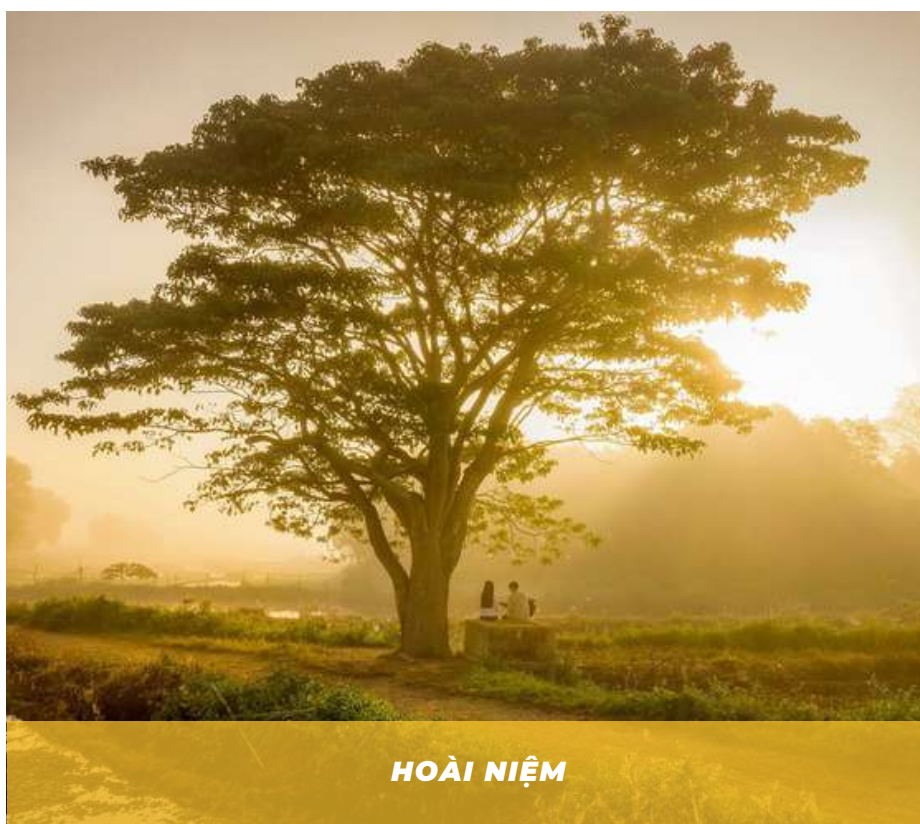
Nghĩ về một chuyện gì đó mà chúng ta chưa làm được trong quá khứ và hiện tại.

Nghĩ về kết quả hiện tại (tôi tệ) do quá khứ đã không cố gắng.

Nghĩ về một hành động đã làm và đem đến kết quả tồi tệ

Nghĩ về một câu chuyện "nếu như mình... thì ...."

“  
Nhưng thường thì, làm thì chưa chắc đã hối hận, nhưng không làm chắc chắn hối hận.”



# Các dạng bài viết

Đối với cảm xúc này, dạng bài viết thường là: "sẽ hối hận nếu...", "nếu biết trước thì...", "ước gì mình đã làm..."



**LIỆU CHÚNG TA ĐÃ CHI QUÁ NHIỀU TIỀN CHO ƯỚC MƠ?**

#NHAT\_LE



**NEU Confessions** 12 tháng 3

Hối hận vì yêu người hiện tại...

Mình và người yêu bên nhau 6 năm, sắp chuẩn bị cưới. Người ta nói yêu lâu thì nhạt, quả cũng đúng. Chưa bao giờ mình nghĩ sẽ có ngày mình lại đem nỳ ra so sánh với người khác. Nhưng càng nghĩ thì mình càng thấy thất vọng và hối hận vì quyết định yêu anh vào 6 năm trước.

Hồi đó mình học lớp 12, chuẩn bị đi đại học, là hoa khôi của lớp 12A1, thậm chí hoa khôi của trường luôn, được nhiều người săn đón theo đuổi. Có 2 người bạn cùng lớp nhiệt tình bên mình nhất: 1 cậu là đầu gấu trường, người còn lại là bí thư kiểm lớp trưởng của lớp và là người yêu mình hiện tại.

Nhà cậu đầu gấu kia thì nghèo, đồng anh em, học dốt, chẳng có tương lai. Nhà người yêu mình thì kinh doanh vật liệu xây dựng, con một, tương lai tươi sáng. Mình thẳng thừng nói luôn cậu đầu gấu là "Con gái khi yêu ai chẳng ham vật chất, chắc chắn mình sẽ chọn người có thể đảm bảo tương lai tươi sáng cho mình, cuộc sống đầy đủ, giàu có. Đầu ai muốn nghèo khổ, cơ cực, mua gì cũng phải đắn đo đầu?"

Cậu đầu gấu chỉ nhìn mình cười bảo "Mới 18 tuổi mà suy nghĩ thực dụng quá, mình nghèo thật nhưng là nghèo tiền chứ không nghèo chí tiến thủ và tình yêu"



## BỨC THƯ CỦA NGƯỜI MẸ GIÀ

"CẢM ƠN CÁC CON ĐÃ CHĂM SÓC MẸ, NHƯNG MẸ HỐI HẬN VÌ ĐÃ SINH RA CÁC CON"

Các con trai của mẹ!!... Xem thêm

73

11 bình luận  
5 lượt chia sẻ

Yêu thích Bình luận Chia sẻ

**Hoàng Quốc Pháp** 1  
Thích · Trả lời · 11 tuần  
Nguyễn Minh Đức đã trả lời · 1 phản hồi

**Hoài Nguyễn E ko dám đọc** 1  
Thích · Trả lời · 10 tuần  
Nguyễn Minh Đức đã trả lời · 1 phản hồi

**Ngọc Bảo Jr.**  
❤️



# SỢ HÃI

Là dạng cảm xúc có thể gây nên "làn sóng dư luận" khá mạnh



Hội Mè Phim đã đăng một video vào danh sách phát **CÔ GÁI ĐẾN TỪ HƯ VÔ (GIRL FROM NOWHERE)**.

15 tháng 2 · 🌟

**CÔ GÁI ĐẾN TỪ HƯ VÔ (GIRL FROM NOWHERE) - "Sát Nhân" Đột Nhập Vào Trường Giết Người Nhưng Rốt Cuộc Ai Mới Là "Sát Nhân" Thực Sự??**

Vào một ngày thứ 6 bình thường, cô bạn Nanno bắt đầu buổi học đầu tiên tại ngôi trường mới. Cũng đúng ngày hôm ấy, một nữ sát nhân giết 8 mạng người vừa trốn thoát khỏi tù giam, đột nhập vào trường và cải trang thành nữ sinh thực hiện hành vi giết người liên tiếp chỉ bằng một con dao nhọn đâm vào cổ nạn nhân và xoay trước khi rút. Nanno và mọi người cố thủ trong một phòng học, tại đây họ bắt đầu nảy sinh nhưng mâu thuẫn, xung đột lẫn nhau. Cuối cùng, cái chết của Koh chính là hệ lụy của những mâu thuẫn giữa 3 nhân vật Ton, Kaew, Suer. Vậy ai mới là "kẻ sát nhân" thực sự?



BOX#

☞ *Hãy xem loại cảm xúc này có gì nhé!!*

Tiếp theo là một trong những dạng cảm xúc có thể gây "dư luận" khá mạnh. Ví dụ như tin Covid dính hơn 100 người ở Đà Nẵng chỉ trong 2 ngày... bùng 1 cái dấy lên nỗi sợ của toàn thể người dân Đà Nẵng... Dĩ nhiên, chúng ta không nên viết nhiều tin tức thời sự như vậy vì nó dính tới pháp luật, nhưng kể chuyện ma vào buổi đêm thì hoàn toàn có thể =)))

- Chúng ta cảm thấy sợ vì một tin tức đăng tải trên báo chí (Có vụ giết người gần nơi bạn sống, nhưng 3 ngày rồi vẫn chưa tìm được hung thủ)
- Chúng ta cảm thấy ghê tởm những hình ảnh gớm ghiếc hoặc những con vật mà chúng ta không thích.
- Chúng ta cảm thấy sợ vì coi truyện ma vào lúc 10h đêm.
- Chúng ta cảm thấy bất lực khi nghe tin xấu từ người khác (ví dụ báo điểm thi đại học chẳng hạn, hoặc deadline sắp giao)
- ....

## CUNG BẠC CẢM XÚC CỦA SỢ HÃI

- Ghê tởm
- Kinh hãi
- Khiếp sợ
- Bất lực





# SỢ HÃI



Truyện Tâm Linh ▶ ĐỌC TRUYỆN  
ĐÊM KHUYA 🤩🤩  
Thích Trang này · 17 tháng 8 · 🌐

#1  
-Anh thổi sáo hay lắm !  
Giật mình quay lại.Tôi thấy cô gái mặc áo dài trắng.  
-Cảm ơn ! Nhưng mà em là ai vậy ?  
-Em là một người sống gần đây thôi .Anh là người thành phố à ?  
-Ừ anh ở Sài Gòn ,xuống nhà bạn chơi . Nhà nó kia kia !  
Nói rồi tôi chỉ tay về phía nhà thằng bạn.  
-Oh.Ra vậy !  
-Mà sao khuya rồi em còn ra đây. Không sợ à ?  
-Sợ gì anh ?  
Tôi gần giọng:  
- Ma !  
Cô gái cười:  
-Không .Em ở đây từ nhỏ đến lớn . Ặ mà anh thổi sáo hay lắm. Anh thổi tiếp đi. Em thích lắm !  
Được gái khen ,tôi tự tin :  
-Được rồi ! Để anh thổi em nghe bài "Nữ nhi tình" nha !  
  
Nói rồi tôi bật nhạc beat từ cái loa mini lên.Quay mặt ra phía bờ hồ

Có một nghịch lý, càng sợ thì chúng ta càng tò mò và muốn tìm ra kết quả, nó giống như sợ ma mà vẫn thích coi phim ma vật. Những câu chuyện về ma quỷ, UFO, đâm chém người, những kỳ án giết người của Trung Quốc... có hàng nghìn page dạng những câu chuyện này đăng bài mỗi ngày nhưng vẫn đạt được lượt Follow liên tục và trông ngóng hàng ngày.

Một vài dạng Content như:

- Báo chí hot trend, sự kiện
- Tin tức máu me @@
- Hình ảnh các con vật kì lạ, sự kiện kì lạ trong đời sống
- Các câu chuyện có thật (về cái gì thì hông biết)
- Các loại Content thiên về sự ám ảnh (từ hình ảnh, tới cách kể chuyện...)

Người ta đã phát hiện thấy mức thủy ngân cao trong đất ở gò đất mộ, đã minh chứng cho ghi chép của Tư Mã Thiên

Các ghi chép lịch sử sau này cho rằng ngôi mộ đã bị Hạng Vũ cướp phá. Tuy nhiên, đã có những dấu hiệu cho thấy ngôi mộ đã không bị cướp bóc.



Minh Anh và 1,5K người khác

28 bình luận 93 lượt chia sẻ

# ĐÔI ĐIỀU VỀ CẨM NANG

## THẤU TÂM CAN - CONTENT NHƯ VÀNG



**8 TRẠNG THÁI  
&  
32 CUNG BẬC  
CẢM XÚC**

## LEO MINH

**Co-Founder ATP Academy**

"Cuốn cẩm nang mà bạn đang đọc chỉ mới là 1 module nhỏ trong phần hiểu tâm lý con người". Trong bối cảnh hiện tại, nghề content đang dần dần phát triển nhưng vẫn không có nhiều tài liệu, sách liên quan nhiều tới ngành content hoặc đúng hơn là đưa ra được những kinh nghiệm thực chiến. ATP Academy xin ra mắt cuốn Ebook **"Thấu Tâm Can - Content như vàng"**. Cuốn cẩm nang này sẽ đem đến những kiến thức "thực tế", giúp người làm content có thể nhanh chóng nắm bắt được và thấu hiểu tâm lý con người khi viết Content. Hi vọng cuốn cẩm nang này sẽ đem đến những kiến thức đầy đủ, giúp cho những Content-er có thể bắt đầu "sáng tạo" được những Content hay ho và hấp dẫn hơn!!!





# KHÓA HỌC TẠI ATP ACADEMY

KHAI GIẢNG HÀNG THÁNG  
HỌC ONLINE QUA GROUP FACEBOOK VÀ ZALO



## XÂY DỰNG THCN & BÁN HÀNG PROFILE

Thành thạo việc bán hàng trên nền tảng trang cá nhân

Thực hành sử dụng #All phần mềm phục vụ cho việc bán hàng qua Facebook

Tối ưu, ứng dụng trang cá nhân để phát triển các nền tảng Digital Marketing khác, đem đến 1 hệ sinh thái Marketing 0đ

Học hỏi và giải đáp tất cả các thắc mắc về Marketing với giảng viên

Cấp chứng nhận "Hoàn thành khóa học ATP ACADEMY" và chứng nhận "Sử dụng bộ phần mềm ATP Software"

Kỹ năng Content - thực hành viết các nội dung - tạo bộ đồ chơi phục vụ cho công việc bán hàng Online

## KHÓA HỌC PHÙ HỢP VỚI

- Sinh viên ngành Marketing
- Nhân sự Marketing/Sale
- Chủ shop, chủ cửa hàng, doanh nghiệp SMEs
- Người đang có ý định kinh doanh

## LIÊN HỆ VÀ ĐĂNG KÝ



**Ngọc Linh Nguyễn**



**0769452525**



**Fanpage: ATP Academy**



# KHÓA HỌC TẠI ATP ACADEMY

KHAI GIẢNG HÀNG THÁNG  
HỌC ONLINE QUA GROUP FACEBOOK VÀ ZALO

## ĐÀO TẠO SEO CONTENT THỰC CHIẾN

Hiểu bản chất và thực hành viết bài chuẩn SEO - Giao Website viết bài

Phân tích các chỉ số của Website bằng nhiều công cụ

Trải nghiệm từ khi bài viết còn chưa được index tới lúc bài viết lên TOP



## KHÓA HỌC PHÙ HỢP VỚI

- Sinh viên ngành Marketing
- Nhân sự làm việc liên quan đến Digital
- Chủ shop, chủ cửa hàng, doanh nghiệp SMEs có Website
- Người đang có ý định kinh doanh và mong muốn sở hữu Website



**Ngọc Linh Nguyễn**



**0769452525**



**Fanpage: ATP Academy**

Thực hành phân tích Website, tìm ra bộ keyword ít cạnh tranh, dễ lên top.

Thực hành viết bài chuẩn SEO + điều hướng Traffic

Quan sát, đúc kết quá trình SEO của chính mình, tạo ra case study, công thức để tự làm sau này.