**(Vietnamese)**

**Báo cáo Phân tích Tình hình Cảm xúc Trên Mạng Xã Hội**

**Tổng quan**

Báo cáo phân tích này tập trung vào dữ liệu cảm xúc và tương tác của các bài viết trên mạng xã hội từ năm 2015 đến tháng 10 năm 2023. Với tổng cộng 732 bài viết và 31K lượt thích, 16K lượt chia sẻ lại, phân tích này cung cấp cái nhìn sâu về các loại cảm xúc, mức độ tương tác, cũng như sự phân bổ địa lý và nền tảng của các bài viết.

**1. Phân tích Loại Cảm Xúc**

Dữ liệu cho thấy có tổng cộng **191 loại cảm xúc riêng biệt** được sử dụng trong các bài viết, với **Top 7 loại cảm xúc được sử dụng nhiều nhất** như sau:

* **Positive**: 45 lần
* **Joy**: 44 lần
* **Excitement**: 37 lần
* **Contentment**: 19 lần
* **Gratitude**: 18 lần
* **Neutral**: 18 lần
* **Curiosity**: 16 lần

Sự hiện diện mạnh mẽ của các cảm xúc tích cực (Positive, Joy, Excitement) cho thấy xu hướng chung của người dùng mạng xã hội là bày tỏ cảm xúc vui vẻ, hân hoan và tích cực. Điều này có thể được giải thích bằng việc người dùng có xu hướng chia sẻ những khoảnh khắc đẹp và cảm xúc tích cực để thu hút sự chú ý và tương tác từ cộng đồng.

**2. Phân tích Lượt Thích và Lượt Chia Sẻ**

Số lượng tương tác trên các bài viết gồm **31K lượt thích** và **16K lượt chia sẻ lại**, cho thấy sự kết nối chặt chẽ giữa mức độ yêu thích và khả năng chia sẻ của bài viết. Theo biểu đồ phân tán, các bài viết có nhiều lượt thích cũng có xu hướng nhận được nhiều lượt chia sẻ lại.

Hai bài viết nổi bật nhất với sự tương tác cao bao gồm:

* **Bài viết thứ nhất**: "A playful escapade in the carnival of life, carousel laughter and cotton candy dreams swirling in the joyous atmosphere" với **144 lượt thích** và **72 lượt chia sẻ lại**.
* **Bài viết thứ hai**: "Proudly scaling the peaks of achievement, a mountaineer conquering challenges and planting the flag of success" với **138 lượt thích** và **69 lượt chia sẻ lại**.

Điều này cho thấy nội dung giàu cảm xúc, mang lại niềm vui, thành công, hoặc cảm giác tự hào dễ dàng thu hút sự chú ý và chia sẻ của người dùng.

**3. Phân tích Hashtags**

Các hashtag được sử dụng nhằm khuếch đại cảm xúc và ý nghĩa bài viết. Một số hashtags phổ biến nhất xuất hiện **3 lần** bao gồm:

* **#Compassionate #TearsOfEmpathy**
* **#Hopeful #SeedsOfOptimism**
* **#Playful #CarnivalEscapade**
* **#Proud #ScalingPeaks**

Việc sử dụng hashtags có xu hướng tập trung vào việc thể hiện lòng cảm thông, hy vọng, vui tươi và tự hào, tiếp tục khẳng định xu hướng tích cực và cảm xúc mạnh mẽ từ người dùng.

**4. Phân tích Người Dùng**

Top 5 người dùng có số lượt thích và chia sẻ nhiều nhất như sau:

* **WinterWarmth**: 170 lượt thích, 85 lượt chia sẻ lại
* **Bookworm**: 165 lượt thích, 82 lượt chia sẻ lại
* **CosmosExplorer**: 160 lượt thích, 80 lượt chia sẻ lại
* **ForestDreamer**: 160 lượt thích, 81 lượt chia sẻ lại
* **CarnivalDreamer**: 144 lượt thích, 72 lượt chia sẻ lại

Những người dùng này là những người có ảnh hưởng lớn trong cộng đồng, với khả năng tạo ra những bài viết thu hút sự chú ý và tương tác từ nhiều người khác.

**5. Xu Hướng Đăng Bài Theo Thời Gian**

Biểu đồ đường cho thấy từ trước **tháng 6 năm 2015**, số lượng bài đăng và sự tương tác rất thấp, chỉ từ **1 đến 2 bài viết**. Tuy nhiên, từ **tháng 6 năm 2015** trở đi, số lượng bài đăng tăng lên đáng kể. Đặc biệt, vào **hai tháng đầu năm 2023**, số lượng bài đăng đạt đỉnh với **57 và 58 bài** đăng mỗi tháng.

Sự tăng trưởng mạnh mẽ này có thể phản ánh sự thay đổi trong cách người dùng sử dụng mạng xã hội để bày tỏ cảm xúc, cũng như sự gia tăng trong tương tác và nội dung được chia sẻ.

**6. Phân Tích Các Nền Tảng Mạng Xã Hội**

Phân tích cho thấy số lượng bài viết được đăng tải khá đồng đều trên các nền tảng lớn:

* **Instagram**: 258 bài viết (**35.25%**)
* **Twitter**: 243 bài viết (**33.2%**)
* **Facebook**: 231 bài viết (**31.56%**)

Điều này cho thấy không có sự chênh lệch đáng kể về mức độ phổ biến của các nền tảng mạng xã hội, với mỗi nền tảng đều là công cụ quan trọng để bày tỏ cảm xúc và thu hút tương tác từ cộng đồng.

**7. Phân Tích Địa Lý**

Top 5 quốc gia có số lượng bài viết nhiều nhất bao gồm:

* **USA**: 188 bài viết
* **UK**: 143 bài viết
* **Canada**: 135 bài viết
* **Australia**: 75 bài viết
* **India**: 70 bài viết

Dữ liệu này cho thấy Mỹ dẫn đầu với số lượng bài viết nhiều nhất và cũng có sự tương tác cao nhất với **8358 lượt thích** và **4194 lượt chia sẻ lại**, tiếp theo là Anh và Canada. Điều này phản ánh sức mạnh của các nền tảng mạng xã hội tại các quốc gia nói tiếng Anh, nơi mà việc chia sẻ cảm xúc và tương tác xã hội trở thành một phần quan trọng trong văn hóa số.

**8. Phân Tích Tương Tác Theo Quốc Gia**

Dữ liệu cho thấy đa số các quốc gia có lượng thích từ **35 đến 1000 lượt** và chia sẻ lại từ **20 đến 500 lượt**. Mỹ là quốc gia có lượng tương tác cao nhất với **8358 lượt thích** và **4194 lượt chia sẻ lại**.

**Kết Luận**

Phân tích dữ liệu trên cho thấy mạng xã hội là công cụ mạnh mẽ trong việc chia sẻ và lan tỏa cảm xúc tích cực, với sự phát triển mạnh mẽ từ năm 2015 đến nay. Các bài viết chứa cảm xúc vui vẻ, thành công và niềm tự hào có xu hướng thu hút nhiều lượt thích và chia sẻ lại. Đồng thời, các nền tảng mạng xã hội lớn đều có lượng tương tác đáng kể, đặc biệt là tại các quốc gia nói tiếng Anh như Mỹ, Anh, và Canada.

**(English)**

**Social Media Sentiment Analysis Report**

**Overview**

This report focuses on the sentiment and engagement data of social media posts from 2015 to October 2023. With a total of **732 posts**, **31K likes**, and **16K shares**, the analysis provides a detailed look into sentiment types, engagement metrics, geographic distribution, and platform usage.

**1. Sentiment Type Analysis**

The data reveals a total of **191 unique sentiments** expressed across the posts. The **Top 7 most-used sentiments** are:

* **Positive**: 45 mentions
* **Joy**: 44 mentions
* **Excitement**: 37 mentions
* **Contentment**: 19 mentions
* **Gratitude**: 18 mentions
* **Neutral**: 18 mentions
* **Curiosity**: 16 mentions

The strong presence of positive emotions such as **Positive, Joy**, and **Excitement** indicates that users generally express joyful, optimistic sentiments. This reflects a tendency among users to share positive experiences and emotions to attract attention and engagement from their audience.

**2. Likes and Shares Analysis**

With **31K likes** and **16K shares**, the data shows a strong correlation between the number of likes and shares per post. Posts with higher likes also tend to be shared more frequently, as seen in the scatter plot analysis.

Two standout posts with high engagement include:

* **First post**: "A playful escapade in the carnival of life, carousel laughter and cotton candy dreams swirling in the joyous atmosphere" with **144 likes** and **72 shares**.
* **Second post**: "Proudly scaling the peaks of achievement, a mountaineer conquering challenges and planting the flag of success" with **138 likes** and **69 shares**.

These results indicate that posts with rich emotional content, particularly those conveying joy, success, or pride, are more likely to attract higher engagement.

**3. Hashtags Analysis**

Hashtags were utilized to amplify the sentiments and themes of posts. The most frequently used hashtags appeared **3 times** and included:

* **#Compassionate #TearsOfEmpathy**
* **#Hopeful #SeedsOfOptimism**
* **#Playful #CarnivalEscapade**
* **#Proud #ScalingPeaks**

The use of hashtags focused on conveying empathy, hope, playfulness, and pride, further confirming the overall positive and emotionally charged trend in social media content.

**4. User Engagement Analysis**

The top 5 users with the highest number of likes and shares are:

* **WinterWarmth**: 170 likes, 85 shares
* **Bookworm**: 165 likes, 82 shares
* **CosmosExplorer**: 160 likes, 80 shares
* **ForestDreamer**: 160 likes, 81 shares
* **CarnivalDreamer**: 144 likes, 72 shares

These users hold significant influence within the community, producing posts that garner widespread attention and engagement.

**5. Posting Trends Over Time**

The line chart reveals that prior to **June 2015**, post frequency and engagement were very low, with only **1 to 2 posts**. However, from **June 2015** onward, the number of posts increased significantly. Notably, in the **first two months of 2023**, the post counts peaked at **57 and 58 posts** per month, respectively.

This growth suggests an evolving trend in how users express sentiments on social media, with increasing interaction and content sharing over time.

**6. Platform Analysis**

The analysis indicates that post distribution across major social media platforms was relatively even:

* **Instagram**: 258 posts (**35.25%**)
* **Twitter**: 243 posts (**33.2%**)
* **Facebook**: 231 posts (**31.56%**)

This demonstrates that all major platforms play a significant role in the expression and sharing of emotions, with each being equally important for user interaction.

**7. Geographic Analysis**

The top 5 countries with the most posts are:

* **USA**: 188 posts
* **UK**: 143 posts
* **Canada**: 135 posts
* **Australia**: 75 posts
* **India**: 70 posts

The United States leads with the highest number of posts and interactions, achieving **8358 likes** and **4194 shares**, followed by the UK and Canada. This highlights the prominence of social media platforms in English-speaking countries, where sharing emotions and social interaction are deeply integrated into digital culture.

**8. Engagement by Country**

Most countries fall within a range of **35 to 1000 likes** and **20 to 500 shares**. The United States stands out as having the highest engagement with **8358 likes** and **4194 shares**, showing a strong engagement rate from its user base.

**Conclusion**

The analysis reveals that social media is a powerful tool for sharing and spreading positive emotions, with a significant growth in engagement from 2015 onward. Posts conveying joy, success, and pride tend to attract more likes and shares. Furthermore, major platforms such as Instagram, Twitter, and Facebook each contribute to the widespread distribution of content. Countries like the USA, UK, and Canada play a leading role in both content creation and user engagement, making them the central hubs of sentiment-driven interactions on social media.