

Thế Hệ Z Không Ngừng Kết Nối Trong Năm 2020

Thế hệ Z sử dụng Tinder để tâm sự, ăn mừng, kỉ niệm, cười đùa, và trên hết: tạo nên những kết nối mới

Việt Nam, 8/12/2020 — Năm 2020 quả thực là một chuyến tàu lượn siêu tốc với nhiều điều bất ngờ, tuy nhiên các thành viên Tinder không quá bi quan với những gì đã xảy ra. Thay vào đó, họ đã kết nối bằng sự thích nghi đầy sáng tạo bất chấp những trở ngại không thể đoán trước. Theo báo cáo thu nhập quý 3 của Match Group, dịch vụ Nhắn tin và tính năng Quẹt của Tinder đã tăng lên hàng chục lần kể từ cuối tháng 2.

Khi các cuộc vui ngoài đời thực buộc phải tạm dừng, người dùng đã tìm đến Tinder để chia sẻ những sự kiện văn hóa nổi bật nhất của năm 2020. Tinder được dùng để nhắn tin, gặp gỡ, chia sẻ video TikTok hay biểu cảm nhún vai trong giai đoạn giãn cách xã hội. Phần mô tả bản thân trên ứng dụng là nơi các thành viên thể hiện cá tính và chia sẻ những gì họ quan tâm. Năm 2020 cho thấy những hồ sơ đầy sáng tạo, sôi động, và chân thực chưa từng có. Và mặc cho thử thách liên tục ập đến, thành viên Tinder vẫn không ngừng ngại sống đúng với chính mình.

Nhìn vào phần mô tả của các thành viên Tinder trong suốt một năm, có thể thấy sự sáng tạo và kiên cường chính là chủ đề nổi bật hơn cả. Cùng điểm qua 10 xu hướng phổ biến nhất trên Tinder trong năm 2020 nhé:

10 Xu hướng Phổ biến trên Tinder năm 2020

- Mở đầu cuộc trò chuyện bằng cách nói về đại dịch.** Số lượt đề cập đến thông điệp “ở nhà là yêu nước” đã bùng nổ vào tháng 3, khi lệnh giãn cách xã hội tạo cảm hứng cho những lời mở đầu đầy chất lượng như: ***Mình hồng sọ Corona, chỉ sợ codonqua hay Hãy rửa tay để còn nắm tay mình nhé.***
- Thế hệ Z ở Việt Nam thực hiện giãn cách xã hội, nhưng không cách xa nhau.** Dù các từ khóa “Cô đơn/ Buồn chán” trong năm 2020 đã tăng gấp 4 lần so với năm 2019, đỉnh điểm vào tháng 3 vừa qua. Thế nhưng, lượng tin nhắn chia sẻ với nhau từ đó cũng tăng vọt lên ¹.
- TikTok x Tinder là cặp đôi hoàn hảo.** Sự xuất hiện của các video TikTok trên Tinder trở thành phương tiện để chia sẻ sở thích và các xu hướng mới. Các cuộc trò chuyện thường được mở đầu bằng: ***Hãy gửi mình đoạn TikTok bạn thích nhất,*** hay như câu nói nổi tiếng ***Trúng rán cần mỡ, bắp cần bơ, yêu không cần có, cần cậu cơ*** cũng được đặt phổ biến trên các hồ sơ thành viên. TikTok được nhắc tới trong các phần mô tả Tinder với số lượng nhiều hơn gấp 8 lần vào tháng 5 tại Việt Nam.
- Nếu khẩu trang là món hàng được săn đón nhất trên thế giới, thì mì gói mới chính là “bá chủ” tại Việt Nam.** Lượt đề cập đến thực phẩm dự trữ khẩn cấp, khẩu trang, nước rửa tay, và biểu tượng tràn ngập khắp Tinder khi các siêu thị bắt đầu hết hàng vào tháng 3 và 7. ***Số dư tài khoản: 0 đồng; Bếp: 300 mì gói; Ngăn thuốc: 50 khẩu trang, 20 chai nước rửa tay.*** Trong khi tất cả mọi người đều chuẩn bị cho tình huống xấu nhất, các thành viên Tinder đã tận dụng cơ hội để kết nối cùng nhau chống lại vi rút, và không quên khuyến khích tự nâng cao ý thức bản thân.
- Chung tay “giải cứu” du lịch nội địa.** Tinder nhận thấy làn sóng du lịch từ những thành viên Việt mong muốn tìm kiếm bạn chung sở thích khám phá. Lượt đề cập đến “Du lịch” đã tăng gấp 2 lần so với năm 2019, biểu hiện bằng các câu như: ***Tôi sẽ đặt vé máy bay cho bạn, nhưng đừng có mang nhiều hành lý.*** Điểm đến phổ biến nhất của người dùng Tinder trong giai đoạn này chính là Đà Lạt. Khi Tinder [ra mắt tính năng Hộ chiếu miễn phí](#), các thành viên cũng di chuyển vị trí đến các thành phố như Hà Nội và TPHCM để gặp gỡ bạn bè (đây là 2 thành phố thu hút top địa điểm được người dùng di chuyển đến nhiều nhất).
- Giao mùa trong tiết trời se lạnh.** Mùa đông tới cũng là lúc thấy rõ nhu cầu tìm kiếm người để ôm, để cùng chung vai trên Tinder. Trước tình hình khí hậu toàn cầu có nhiều biến động, các biểu tượng trái đất hay lời chia sẻ về sự thất thường khi trời trở lạnh tăng cao vào tháng Một. Trong quá trình tìm kiếm “hơi ấm” khi giao mùa, thành viên Tinder cũng không quên nhắc tới các tín hiệu báo động về thời tiết, và kêu gọi giữ gìn môi trường trong sạch, nhất là ở các thành phố lớn. ***Hãy làm điều gì đó cho bầu không khí ở Hà Nội đi! Để trái đất luôn xanh***
- Phản hồi về sự kiện lũ lụt miền Trung.** Người dùng Tinder đã kêu gọi ***Cầu nguyện cho Việt Nam*** trong phần mô tả của họ, thể hiện sự quan tâm tới các cơn bão đổ bộ vào miền Trung. Khi cuộc sống của nhiều người bị ảnh hưởng nặng nề do bão lũ, thành viên Tinder đã bày tỏ lo lắng của mình và khuyến khích mọi

người chung tay giúp đỡ. “Lá lành đùm lá rách” đã kéo họ gần nhau hơn.

8. **Biểu tượng “chẳng ai biết trước được” đại diện cho năm 2020.** Một trong những biểu tượng emoji được sử dụng nhiều nhất năm nay chính là, để bày tỏ sự không chắc chắn và mơ hồ về tương lai, ***Có lẽ chúng ta sẽ có thể gặp mặt trực tiếp trong năm 2020 đấy, nhưng ai dám chắc chắn được?***
9. **Tôn vinh sự tự do trao yêu thương.** Sau khi tính năng về [Các xu hướng tính dục](#) ra mắt tại Việt Nam, nhiều người đã tìm đến Tinder để ủng hộ việc tự tin thể hiện bản thân dù bạn là ai: ***Tôi là một người phụ nữ và yêu phụ nữ, và tôi cảm thấy hạnh phúc vì điều đó.*** Thậm chí, lượt đề cập đến biểu tượng tăng gấp 3 so với năm 2019, và cao nhất vào tháng 6 khi tính năng này mới xuất hiện.
10. **Bình thường mới, tình yêu trên không gian ảo.** Những thành viên Tinder gạt sự buồn chán sang một bên và sử dụng Zalo hoặc Whatsapp để trò chuyện an toàn tại nhà (#safeathome). ***Tôi sắp điên đầu rồi và cần những cuộc vui giãn cách xã hội; Tìm kiếm bạn trai cho những buổi họp mặt gia đình qua Zoom.*** Trong tháng 4, các lượt đề cập đến Zoom cũng đạt đến đỉnh điểm. Các bộ phim và các môn thể thao bắt đầu len lỏi vào hồ sơ Tinder với những câu hỏi: ***Có ai thích Black Mirror không?***

Phương thức: Tất cả số liệu ở trên được thu thập từ hồ sơ Tinder. Số liệu được lấy từ tháng 1 đến ngày 15/11 trong năm 2019 và 2020. Các thành phần được nêu trong mỗi mục đều không theo thứ tự nhất định.

¹Từ số liệu trong [thông cáo báo chí này](#) của Tinder, ngày 4/4 ghi nhận lượt nhấn tin cao nhất: người dùng Tinder gửi trung bình nhiều tin nhắn hơn 50% so với lúc mới bắt đầu đóng cửa đầu tháng 3. Thêm vào đó, ở đỉnh điểm, lượng quét* đã tăng đến 36% so với tháng 3.

GIỚI THIỆU TINDER:

Tinder lần đầu tiên được ra mắt tại một trường đại học vào năm 2012 và hiện nay đã trở thành ứng dụng làm quen và gặp gỡ bạn mới phổ biến nhất trên toàn thế giới. Ứng dụng đã nhận được hơn 400 triệu lượt tải về, tạo nên 55 tỷ lượt tương hợp và có mặt tại 190 quốc gia với hơn 40 ngôn ngữ. Tinder đã đạt hơn 6,6 triệu lượt người sử dụng và trở thành ứng dụng không phải ứng dụng game (trò chơi) có doanh thu cao nhất toàn cầu.

Additional assets available online: [Photos \(1\)](#)

<https://vn.tinderpressroom.com/news?item=122484>