

Chuyên đề 4: Kể chuyện chiến lược hướng đến thay đổi

Mô tả chuyên đề (Module Description)

Chuyên đề 4 hướng dẫn sinh viên cách vận dụng nghệ thuật kể chuyện (storytelling) để biến các nội dung về tính bền vững trở nên ý nghĩa và dễ nhớ, đặc biệt là thông qua việc kết nối các mục tiêu trừu tượng (như SDGs) với đời sống hàng ngày tại Việt Nam. Sinh viên sẽ phân tích các ví dụ từ các thương hiệu và truyền thông Việt Nam để hiểu rõ các yếu tố giúp một câu chuyện về tính bền vững trở nên xác thực, lấy con người làm trung tâm và có sức thuyết phục. Từ đó, người học thực hành xây dựng các câu chuyện nhằm tạo ra sự gắn kết về mặt cảm xúc nhưng vẫn hướng tới kết quả thực tiễn.

Đây là chuyên đề mang tính tổng hợp (capstone) của toàn bộ học phần: chuyển hóa các công cụ đã học trước đó (bên liên quan, tính trọng yếu, uy tín của CSR, chiến lược số) vào sản phẩm truyền thông hấp dẫn. Chuyên đề này giúp sinh viên diễn giải các minh chứng và đồng bộ với mục tiêu SDGs thành những câu chuyện tác động mạnh mẽ đến công chúng và thúc đẩy hành động, đồng thời giữ vững tính chân thật và thay đổi đã lường trước.

Mục tiêu học tập (Learning Objectives)

Sau khi hoàn thành chuyên đề này, sinh viên có khả năng:

Vận dụng các kỹ thuật kể chuyện để biến các khái niệm về tính bền vững trở nên gần gũi và dễ tiếp cận.

Xây dựng các câu chuyện kết nối các mục tiêu SDGs toàn cầu với các bối cảnh cụ thể tại địa phương ở Việt Nam.

Đánh giá cách các câu chuyện thúc đẩy cả sự gắn kết về cảm xúc lẫn sự thay đổi có thể đo lường được.

Hoạt động chuyên đề (Module Activities)

Hoạt động trước giờ học (Pre-class activities)

Mục đích: Giúp sinh viên khám phá cách các câu chuyện có thể liên kết vấn đề bền vững với thực tế địa phương và các mục tiêu toàn cầu.

Hoạt động 1: Đọc tài liệu hỗ trợ.

Wang, H., Coren, E. (2024). Storytelling as a Catalyst for Climate Change Communication and Empowerment. In: Coren, E., Wang, H. (eds) *Storytelling to Accelerate Climate Solutions*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54790-4_1

Dang, T. K. P., & Pham, Q. H. (2025). Climate change communication in Vietnam's online news media: Framing, scope, and implications for public engagement. *Sustainability*, 17(4), 1354. <https://doi.org/10.3390/su17041354>

Hoạt động 2: Bài tập xem xét các trường hợp thực tế.

Sinh viên xác định ba ví dụ về nghệ thuật kể chuyện bền vững, chẳng hạn như:

- Sáng kiến "Hành trình hướng tới không rác thải" của Pizza 4P's tại Campuchia.
- Chiến dịch "Từ hạt cacao đến thanh chocolate cùng nông dân" của Marou Chocolate.
- Chuỗi quảng cáo về kinh tế tuần hoàn của Heineken Việt Nam.

Yêu cầu phân tích: Sinh viên trả lời các câu hỏi:

- Ai là nhân vật chính? Họ đang phải đối mặt các thách thức nào?
- Câu chuyện có đem lại cảm giác chân thật hay không?
- Các mục tiêu SDGs chiến dịch đang góp phần thúc đẩy (trực tiếp hay ngầm hiểu)?

Sinh hoạt tại lớp (In-class activities)

Workshop lập sơ đồ câu chuyện (Mapping Workshop):

Mục đích: Xác định chuỗi kể chuyện cốt lõi trong các chiến dịch về tính bền vững

Hoạt động: Sinh viên phân tích một trường hợp cụ thể để xác định:

- Ai là nhân vật chính?
- Họ đối mặt với xung đột nào về tính bền vững?
- Cách tổ chức/sáng kiến đó đã giải quyết vấn đề?

Kết quả là một storyboard nổi bật các điểm chạm cảm xúc từ góc nhìn của công chúng.

Thử thách viết lại câu chuyện (Story Rewrite Challenge):

Mục đích: Biến các câu chuyện về phát triển bền vững của doanh nghiệp trở nên nhân văn hơn

Hoạt động: Sinh viên thực hành viết lại một câu chuyện về tính bền vững có nội dung yếu hoặc quá đậm chất doanh nghiệp trở nên gần gũi và nhân văn hơn. Các nhóm thảo luận về những yếu tố tạo nên sức hấp dẫn của câu chuyện.

Thuyết minh câu chuyện SDG (SDG Story Pitch):

Mục đích: Luyện tập liên kết vấn đề địa phương tới các mục tiêu SDG qua kể chuyện

Hoạt động: Các nhóm thực hành thuyết minh đề xuất 2 phút về một vấn đề địa phương (ô nhiễm không khí, giao thông, rác thải) liên kết với một mục tiêu SDG.

Yêu cầu: Phải xác định rõ nhóm đối tượng mục tiêu cũng như thông điệp và yếu tố thu hút cảm xúc của họ.

Phản hồi: Sinh viên cùng lớp bầu chọn cho phần thuyết minh hay nhất

Suy ngẫm sau giờ học (Post-class reflection)

Sinh viên tạo một video ngắn hoặc đoạn giới thiệu podcast (teaser) dài 1 phút để kể một câu chuyện bền vững có thật từ cộng đồng hoặc khuôn viên trường học của mình. Sản phẩm phải bao gồm:

- Một nhân vật cụ thể.
- Một thách thức bền vững rõ rệt.
- Liên kết với ít nhất một mục tiêu phát triển bền vững (SDG).