

Sổ tay Hướng dẫn

TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ TĂNG CƯỜNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

Dành cho giáo viên triển khai
tại trường học



MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	5
I. TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TẠI TRƯỜNG HỌC VỀ THỂ THAO VÀ SỨC KHỎE	7
1 Hoạt động truyền thông là gì?	9
2 Kênh truyền thông	9
3 Các hình thức và phương tiện truyền thông	10
4 Các bước lập kế hoạch truyền thông	10
5 Một số kỹ năng cần thiết khi truyền thông về thể thao và sức khỏe tại trường học	13
II. GỢI Ý TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ THỂ THAO VÀ SỨC KHỎE TẠI TRƯỜNG HỌC	16
1 Tổ chức truyền thông dưới cờ về thể thao và sức khỏe	17
2 Tổ chức sự kiện thể dục thể thao, lồng ghép truyền thông thể thao và sức khỏe	19
3 Tổ chức cuộc thi sáng tạo sản phẩm truyền thông	21
4 Tổ chức cuộc thi kiến thức về thể thao và sức khỏe	26
III. HƯỚNG DẪN QUAY PHIM, CHỤP ẢNH HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ THỂ THAO VÀ SỨC KHỎE TẠI TRƯỜNG HỌC	30
1 Tổng quan tiến trình khi quay phim/chụp ảnh	31
2 Hướng dẫn sản xuất một video truyền thông đơn giản	33
3 Hướng dẫn 9 bố cục giúp bức ảnh đẹp	35
4 Hướng dẫn dựng clip bằng Capcut	40

BIỂU MẪU

BIỂU 1	45
Kế hoạch triển khai truyền thông dưới cờ thể thao vì sức khỏe	
BIỂU 2	46
Kế hoạch tổ chức sự kiện thể dục thể thao, lồng ghép truyền thông thể thao vì sức khỏe	
BIỂU 3	47
Báo cáo kết quả sự kiện thể dục thể thao, lồng ghép truyền thông thể thao vì sức khỏe	
BIỂU 4	48
Kế hoạch tổ chức cuộc thi sản phẩm truyền thông ở cấp trường	
BIỂU 5	49
Kế hoạch tổ chức cuộc thi sản phẩm truyền thông ở cấp tỉnh	
BIỂU 6	50
Bảng chấm điểm thi sản phẩm truyền thông do học sinh thực hiện	

LỜI GIỚI THIỆU

Thực trạng thiếu hoạt động thể chất ở thanh thiếu niên và nhi đồng hiện nay đang là một vấn đề đáng lo ngại tại Việt Nam.

Theo báo cáo của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) năm 2022, khoảng 25% người trưởng thành tại Việt Nam không tham gia đủ các hoạt động thể chất, một tỷ lệ đáng báo động đối với thanh thiếu niên. Cụ thể, có tới 87% thanh thiếu niên Việt Nam không tham gia đủ hoạt động thể chất, trong đó 82% nam và 91% nữ đều thiếu vận động thể lực. Các chỉ số về sức chịu đựng và sức mạnh thể chất của thanh thiếu niên Việt Nam cũng thấp hơn tiêu chuẩn quốc tế.

Việc thiếu hoạt động thể chất không chỉ tác động tiêu cực đến sức khỏe của thanh thiếu niên và nhi đồng, mà còn gây gánh nặng cho hệ thống y tế và xã hội. Những căn bệnh không lây nhiễm như tiểu đường, tim mạch, béo phì... đang gia tăng, kéo theo chi phí điều trị cao và tạo áp lực lên nguồn lực y tế quốc gia, đặc biệt trong bối cảnh các nước có thu nhập trung bình và thấp như Việt Nam.

Trước bối cảnh đó, sáng kiến “Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng” do Ủy ban Olympic

Quốc tế (IOC) và Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) khởi xướng và được triển khai bởi PATH, hướng tới mục tiêu nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của hoạt động thể chất đối với sức khỏe cộng đồng, đặc biệt là thanh thiếu niên và nhi đồng.

Trong khuôn khổ dự án, sổ tay “Hướng dẫn tổ chức hoạt động truyền thông về tăng cường thể thao vì sức khỏe dành cho giáo viên triển khai tại trường học” được thiết kế dành cho giáo viên, huấn luyện viên CLB thể dục thể thao trong trường học, những người làm công tác thể thao trong trường học... nhằm hướng dẫn tổ chức các hoạt động truyền thông thay đổi hành vi và giảm tỷ lệ thiếu hoạt động thể chất ở nhóm thanh thiếu niên và nhi đồng.

Để hỗ trợ người sử dụng tài liệu hiệu quả, các nội dung chính của tài liệu đã được cấu trúc thành 3 phần:

- ✓ **Phần 1:** Tổng quan hoạt động truyền thông tại trường học về thể thao vì sức khỏe
- ✓ **Phần 2:** Gợi ý tổ chức hoạt động truyền thông tại trường học về thể thao vì sức khỏe
- ✓ **Phần 3:** Hướng dẫn quay phim, chụp ảnh hoạt động truyền thông tại trường học về thể thao vì sức khỏe

Chúng tôi khuyến khích người sử dụng tài liệu kết hợp các nội dung chính và các kinh nghiệm thực tế trong cuộc sống, phù hợp với bối cảnh địa phương để mang lại hiệu quả tốt nhất trong việc thúc đẩy, nâng cao chất lượng hoạt động thể chất và các hoạt động thể dục thể thao trong nhà trường.

Nhóm biên soạn tài liệu xin chân thành cảm ơn ý kiến đóng góp quý báu để hoàn thiện tài liệu của các chuyên gia sau đây:

- **PGS. TS. Trần Tuấn Hiếu** - Viện khoa học TDTT.
- **PGS. TS. Đinh Khánh Thu** - Viện KH&CN TDTT - Trường Đại học TDTT Bắc Ninh.
- **TS. BS. Nguyễn Thị Hồng Diễm** - Cán bộ Cục Phòng bệnh - Bộ Y tế.
- **TS. Trương Đức Thắng** - Trưởng Khoa Y sinh học TDTT - Trường Đại học TDTT Bắc Ninh.
- **TS. Nguyễn Trí Lực** - Phó trưởng khoa phụ trách, Khoa GDTC - Trường Sư phạm - Trường Đại học Vinh
- **ThS. Nguyễn Thị Chiên** - Phó trưởng Phòng Thể dục thể thao cho mọi người - Cục TDTT - Bộ VH&TT&DL.
- **Ông Lý Đức Thùy** - GD Trung tâm Thông tin - Truyền thông Thể dục thể thao.
- **Bà Vũ Thị Cẩm Thanh** - Cán bộ Cục Phòng bệnh - Bộ Y tế.

Thông qua các hoạt động truyền thông và giáo dục, chúng tôi mong muốn không chỉ cải thiện sức khỏe thể chất của thanh thiếu niên và nhi đồng, mà còn giúp các em phát triển toàn diện, góp phần xây dựng một thể hệ khỏe mạnh và năng động trong tương lai.



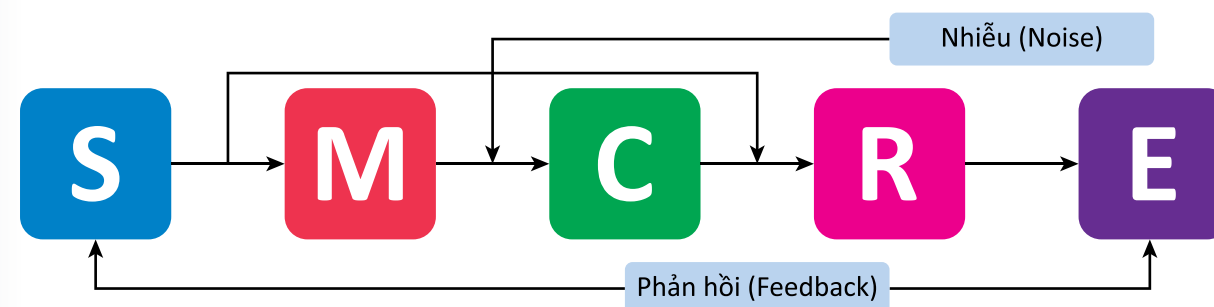


TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TẠI TRƯỜNG HỌC VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

1 HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG LÀ GÌ?

Truyền thông là một quá trình giao tiếp chia sẻ, trao đổi thông tin từ người truyền đến người nhận nhằm đạt đến sự hiểu biết, nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi.

Trên thế giới tồn tại nhiều mô hình truyền thông khác nhau trong đó mô hình truyền thông hai chiều của C. Shannon được biết đến và vận dụng phổ biến.



Theo mô hình của C.Shannon, các yếu tố tham gia vào quá trình truyền thông bao gồm:

 S - SENDER (Người truyền tin): Người cung cấp, hướng dẫn, truyền đạt thông tin (ví dụ: giáo viên)	 M - MESSAGE (Thông điệp): Là nội dung thông tin được trao đổi từ nguồn phát tới người nhận tin.	 R - RECEIVER (Người nhận tin): Đối tượng tiếp nhận thông điệp (ví dụ: học sinh,...)	 E - EFFECT (Hiệu quả): Định hướng suy nghĩ và hành động của công chúng, từ đó tạo phản ứng của công chúng ngược lại với nguồn phát
 C - CHANNEL (Kênh truyền thông): Phương tiện, cách thức truyền tải thông điệp cho đối tượng tiếp nhận	 R - RESPONSE (Phản hồi): Lời nói, thái độ, hành vi của đối tượng thể hiện trong hoặc sau khi nhận được thông điệp	 N - NOISE (Nhiều): Các yếu tố làm ảnh hưởng tới quá trình truyền thông (ví dụ: tiếng ồn,...)	

2 KÊNH TRUYỀN THÔNG



Có hai kênh truyền thông chính:

- **Truyền thông trực tiếp:** Là kênh truyền thông được thực hiện trực tiếp giữa người truyền tin và người nhận tin. Ví dụ: Buổi chào cờ đầu tuần được giáo viên thực hiện tại trường cho toàn bộ học sinh.
- **Truyền thông gián tiếp:** Là kênh truyền thông được thực hiện thông qua các phương tiện và sản phẩm truyền thông như: TV, đài, loa phát thanh, báo (báo viết, báo hình), tài liệu truyền thông (bản tin tại trường học, tờ rơi, poster, áp phích v.v...), các vật phẩm truyền thông.

3 CÁC HÌNH THỨC VÀ PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG



Các hình thức truyền thông

Có nhiều hình thức truyền thông khác nhau, dựa trên một số tiêu chí để phân loại như sau:

- Theo số người được truyền thông, gồm: truyền thông cá nhân, truyền thông nhóm, truyền thông đại chúng
- Theo hình thức tổ chức, gồm: cuộc thi sáng tác, thi tìm hiểu kiến thức, diễn đàn, buổi nói chuyện chuyên đề, sinh hoạt câu lạc bộ, tổ chức sự kiện,...



Các phương tiện truyền thông

Phương tiện truyền thông là những công cụ được sử dụng để chuyển thông điệp từ người truyền tin sang người nhận tin. Để chuyển tải một thông điệp, có nhiều loại phương tiện truyền thông khác nhau, gồm:

- Truyền thông đại chúng: TV, Radio, báo viết, báo hình (phóng sự, phim tài liệu), tạp chí, bản tin;
- Internet, mạng xã hội: (Facebook, Tiktok, Instagram...), email, Zalo, tin nhắn;
- Tài liệu truyền thông: sách mỏng, tranh/sách lật, bản tin, tờ rơi, áp phích, tranh cổ động, quảng cáo ngoài trời (pa-nô, biển quảng cáo điện tử, ảnh)...
- Sản phẩm truyền thông: áo phông, áo mưa, mũ, cặp sách, túi khóa, dây đeo chìa khóa, tờ dán (sticker)...
- Nghệ thuật: kịch, hát, múa rối, các tác phẩm nghệ thuật (tranh, ảnh, hội họa, âm nhạc...).

4 CÁC BƯỚC LẬP KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG

Tổng quan có 6 bước khi tiến hành lập kế hoạch truyền thông như sau:

BƯỚC 1	Xác định mục đích, mục tiêu
BƯỚC 2	Xác định nhóm đối tượng truyền thông đích và các nhóm liên quan
BƯỚC 3	Xây dựng thông điệp và nội dung truyền thông
BƯỚC 4	Xác định thời gian, địa điểm thực hiện truyền thông
BƯỚC 5	Lựa chọn kênh, hình thức, phương pháp, phương tiện truyền thông
BƯỚC 6	Xác định ngân sách

Bước 1: Xác định mục đích, mục tiêu

Mục đích là một tuyên bố về ý định tổng thể của hoạt động truyền thông dự định sẽ làm, là các đầu ra mong đợi trong tương lai.

Mục tiêu là những kết quả cụ thể mà hoạt động truyền thông cần phải đạt được. Khi xây dựng mục tiêu, cần lưu ý hội tụ được tiêu chí SMART sau:

- Specific (Cụ thể)
- Measurable (Có thể đo lường được)
- Actionable (Có thể thực hiện được)
- Relevant (Có tính thực tế và phù hợp)
- Time-bound (Có thể hoàn thành trong một khoảng thời gian nhất định)

Bước 2: Xác định nhóm đối tượng truyền thông đích và các nhóm liên quan

Cần xác định rõ nhóm đối tượng truyền thông đích là ai bởi mỗi nhóm đối tượng thường có nhu cầu thông tin và phương pháp tiếp nhận thông tin khác nhau.

Bên cạnh nhóm truyền thông đích, việc xác định các nhóm có liên quan cũng rất cần thiết để có thể xây dựng kế hoạch truyền thông hiệu quả và thiết thực.

Bước 3: Xây dựng các thông điệp truyền thông, nội dung truyền thông

Xây dựng thông điệp truyền thông sẽ giúp chắt lọc thông tin quan trọng để đạt được các mục tiêu truyền thông đã đề ra. Khi xây dựng thông điệp truyền thông, cần trả lời được câu hỏi quan trọng: “(Những) thông điệp chính tuyên truyền viên/báo cáo viên cần truyền đạt tới nhóm truyền thông đích là gì? Tại sao?”

Một thông điệp truyền thông tốt cần có những tiêu chuẩn sau:

- ✓ Rõ ràng
- ✓ Chính xác
- ✓ Ngắn gọn, súc tích
- ✓ Dễ hiểu, dễ nhớ
- ✓ Tác động đến cảm xúc của người được truyền thông
- ✓ Kêu gọi hành động



Việc xây dựng chủ đề truyền thông cần lưu ý:

- Đảm bảo phục vụ cho mục tiêu và mục đích của hoạt động truyền thông (những mong muốn thay đổi nào ở nhóm truyền thông đích);
- Có thể chia cắt thành nhiều chủ đề truyền thông khác nhau;
- Trong một buổi truyền thông, có thể chỉ cần thực hiện một chủ đề, nhưng cũng có thể hơn một chủ đề.

Việc xây dựng nội dung truyền thông cần đạt một số tiêu chuẩn dưới đây:

- Có tính liên kết chặt chẽ với chủ đề truyền thông;
- Đúng, chính xác;
- Rõ ràng, ngắn gọn;
- Đơn giản để dễ hiểu, có tính tập trung cao;
- Hạn chế tối đa dùng từ chuyên ngành sâu;
- Có khả năng thích nghi với các nhóm đối tượng mục tiêu khác nhau;
- Dựa trên bằng chứng khoa học và thực tế;
- Tác động đến cảm xúc của người được truyền thông.

Với chủ đề thể thao vì sức khỏe, một số nội dung truyền thông có thể được triển khai bao gồm¹:

- Lợi ích của hoạt động thể chất, thể thao đối với học sinh và cộng đồng;
- Đảm bảo chế độ dinh dưỡng cân đối khi tập luyện thể thao;
- Những lưu ý an toàn khi tập luyện thể thao;
- Gợi ý một số môn thể thao phù hợp với lứa tuổi, thể trạng và sở thích;
- Các bước để trở nên “năng động mỗi ngày”.

Bước 4: Xác định thời gian, địa điểm thực hiện truyền thông

- **Thời gian:** Thời lượng và ngày giờ tổ chức hoạt động truyền thông;
- **Địa điểm:** Địa điểm cụ thể tổ chức hoạt động truyền thông;

Bước 5: Lựa chọn kênh, hình thức, phương pháp, phương tiện truyền thông

Việc lựa chọn kênh và hình thức truyền thông phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như:

- Nhóm truyền thông đích là ai?
- Mức độ bao phủ mong muốn như thế nào?
- Thời gian, kinh phí sẵn có như thế nào?
- Khả năng sẵn sàng tham gia của nhóm truyền thông đích như thế nào?
- Mức độ/số lượng nhân sự tham gia là bao nhiêu người?
- Khả năng tham gia, phối hợp của các bên có liên quan như thế nào?
- Sự ủng hộ của chính quyền địa phương như thế nào?

Lưu ý: Việc lựa chọn phương pháp và phương tiện truyền thông hoàn toàn phụ thuộc vào giáo viên/tuyên truyền viên. Tốt nhất là lựa chọn phương pháp sao cho chuyển tải được thông điệp nội dung và mức độ sử dụng thành thạo phương pháp của giáo viên/tuyên truyền viên.

1 Những nội dung này có thể được tham khảo chi tiết trong cuốn Sổ tay Thể thao vì sức khỏe – Dành cho học sinh và thanh thiếu niên, của sáng kiến “Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng”.

Bước 6: Xác định ngân sách

Để xây dựng ngân sách, hãy thực hiện qua các bước:

- Liệt kê tất cả các hoạt động chính và hoạt động chi tiết của từng hoạt động chính;
- Liệt kê các chi phí cố định;
- Đảm bảo ngân sách chi có tính thực tế và đủ chi cho các hoạt động;
- Nghiên cứu quy định tài chính cho các hoạt động để áp dụng và tuân thủ. Tham vấn ý kiến của kế toán hoặc cán bộ phụ trách nếu cần;
- Xác định nguồn ngân sách, ví dụ: ngân sách của trường, hoặc do tổ chức/doanh nghiệp tài trợ,...
- Nên sử dụng mẫu dự thảo ngân sách đã được quy định (nếu có).

5 MỘT SỐ KỸ NĂNG CẦN THIẾT KHI TRUYỀN THÔNG VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE TẠI TRƯỜNG HỌC



Kỹ năng đặt câu hỏi

Khái niệm

Đặt câu hỏi là cách người truyền thông dẫn dắt một hoạt động trao đổi bằng những câu hỏi để tìm hiểu nhận thức, thái độ, quan điểm của người nhận tin về vấn đề nhất định.

Mục đích của đặt câu hỏi:

- ✓ Lượng giá/nhận biết xem người tham gia hiểu vấn đề đến đâu, đồng thời hiểu đúng hay sai, mức độ như thế nào
- ✓ Thăm dò, khai thác thông tin về vấn đề đang thảo luận, đang quan tâm
- ✓ Chia sẻ thông tin, hiểu biết, quan điểm, nhận thức về một vấn đề nào đó
- ✓ Định hướng, dẫn dắt người tham dự tham gia vào nội dung truyền thông



Các loại câu hỏi:

- **Câu hỏi “đóng”:** Là câu hỏi có thể trả lời ngắn gọn và xác định bằng một từ hoặc một câu. Câu hỏi này được sử dụng khi bạn muốn câu trả lời là “có”, “không” hay có một số liệu nào đó.
▶ Ví dụ: “Các em đã từng nghe nói về lợi ích của tập luyện thể thao bao giờ chưa?”; “Các em có muốn nghe những thông tin về cách tập luyện thể thao không?”,...
- **Câu hỏi “mở”:** Là câu hỏi có thể dẫn tới nhiều câu trả lời. Câu hỏi này được sử dụng khi bạn muốn phát triển một cuộc thảo luận, thu thập ý kiến của mọi người và trao đổi ý kiến.
▶ Ví dụ: “Theo các em, nếu không tập luyện thể thao thì có thể gây ra những mối nguy hại nào?”, “Làm thế nào để khuyến khích gia đình và cộng đồng tăng cường tập luyện thể thao?”.

Cách đặt câu hỏi:

- Việc chuẩn bị các câu hỏi tùy thuộc vào mục đích, yêu cầu là trao đổi thông tin, ý kiến, quan điểm... hay thu thập thông tin. Thông thường các câu hỏi “đóng” và “mở” nên được đưa ra xen kẽ và tiếp nối nhau. Tuy nhiên, cần chú ý sử dụng nhiều câu hỏi mở hơn bởi những câu hỏi mở thường khuyến khích người được hỏi suy nghĩ sâu về các khía cạnh của vấn đề mà người đặt câu hỏi đưa ra.
- ▶ **Ví dụ:** “Các em đã biết những lợi ích của tập luyện thể thao chưa?”, (câu hỏi đóng). Nếu câu trả lời là có, câu hỏi tiếp theo sẽ là “Vậy tham gia hoạt động thể chất, thể thao đem lại những lợi ích như thế nào?”. Những câu hỏi này mang tính liên hoàn để khai thác thông tin hay thảo luận sâu hơn về lợi ích của thể thao.



Kỹ năng lắng nghe

Khái niệm

Lắng nghe là chủ động tập trung để nghe đối tượng trình bày một vấn đề. Tuyên truyền viên/ Giáo viên cần biết lắng nghe để nắm bắt được những thông tin phản hồi từ phía đối tượng, hiểu được đối tượng mong muốn gì. Lắng nghe là để biết cách đưa ra những câu hỏi kích lệ đối tượng bày tỏ chính kiến của mình và đưa ra những gợi ý giúp họ giải quyết vấn đề.

Trong quá trình lắng nghe, giáo viên/tuyên truyền viên cần TRÁNH:

- Không tập trung, lơ đãng, không để ý nội dung câu chuyện, bỏ qua các chi tiết cụ thể, dẫn tới không hiểu thấu đáo vấn đề;
- Cắt ngang lời người nói; hoặc giục người nói kết thúc câu chuyện của họ; nhìn vào đồng hồ;
- Nói tranh, nói hộ trong khi người nói đang tìm cách diễn đạt;
- Phán xét, đưa ra nhận xét, tranh luận với người nói trước khi nghe hết câu chuyện;
- Đưa ra lời khuyên khi không được yêu cầu;
- Để cho những cảm xúc của người nói tác động quá mạnh đến tình cảm của mình;
- Áp đặt những kinh nghiệm và niềm tin của cá nhân vào những gì nghe được;
- Hiểu hoặc quy kết vấn đề theo quan niệm riêng của mình.



Kỹ năng phản hồi

Mục đích

Giúp một cá nhân hoặc một nhóm người nhìn nhận, suy nghĩ về việc thay đổi theo hướng tốt hơn, hoàn thiện hơn.



Nguyên tắc chung của phản hồi:

- Có tinh thần xây dựng
- Các ý kiến đưa ra hướng tới hành động cải thiện vấn đề tốt hơn
- Chia sẻ ý kiến, cảm nghĩ thay vì phán đoán hoặc phán xét.
- Cụ thể và rõ ràng
- Không mang tính áp đặt



Khi phản hồi, tuyên truyền viên/giáo viên NÊN và KHÔNG NÊN làm những điều sau:

NÊN	KHÔNG NÊN
✓ Biểu lộ một cách chân thành và cởi mở. ✓ Kiểm tra kỹ thông tin trước khi phản hồi ✓ Chọn thời điểm hợp lý hướng vào hành vi, ứng xử ✓ Hãy xin phép trước khi đưa ra phản hồi ✓ Khuyến khích, khen ngợi các điểm mạnh trước khi đưa ra những điểm cần cải thiện để tốt hơn ✓ Nói rõ ràng và cụ thể ✓ Đề cập trực tiếp vào vấn đề. Nếu nhiều vấn đề thì đề cập lần lượt từng vấn đề một, không tổng hợp hết tất cả cùng một lúc ✓ Sử dụng các từ ngữ để giải thích rõ ý nghĩ, cảm tưởng ✓ Không phê phán người nhận ý phản hồi	✗ Thái độ đối phó khi nhận ý kiến phản hồi ✗ Buồn rầu, phiền lòng, khó chịu, giận dữ, làm lơ, tranh cãi ✗ Cố gắng giải thích tại sao, sau đó phớt lờ ý kiến phản hồi

GỢI Ý TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE TẠI TRƯỜNG HỌC

Có rất nhiều hoạt động truyền thông khác nhau có thể ứng dụng trong thực hiện truyền thông về thể thao vì sức khỏe tại trường học. Cuốn sổ tay này giới thiệu bốn loại hoạt động để các giáo viên và nhà trường có thể tham khảo, ứng dụng phù hợp với bối cảnh và thể mạnh của nhà trường.

Bên cạnh đó, các nhà trường có thể chủ động đề xuất các hoạt động phù hợp với đặc điểm, bối cảnh của trường mình.

1 TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG DƯỚI CỜ VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

MỤC ĐÍCH

Tăng cường truyền thông để nâng cao nhận thức về vai trò của thể thao đối với sức khỏe trong học sinh và giáo viên toàn trường, thông qua việc lồng ghép vào các giờ sinh hoạt dưới cờ, thiết kế các hoạt động phù hợp với tâm lý và độ tuổi của học sinh, đồng thời tạo cơ hội cho học sinh thể hiện tài năng và năng khiếu thể thao của mình.

Khuyến khích và tạo điều kiện để học sinh tham gia vào các môn thể dục thể thao như bóng đá, bóng rổ, vovinam, kéo co, nhảy dân vũ... nhằm phát triển thói quen và lối sống lành mạnh, thúc đẩy việc duy trì và nâng cao sức khỏe cá nhân, góp phần xây dựng cộng đồng khỏe mạnh.



Đối tượng truyền thông

- Đối tượng đích: Học sinh toàn trường
- Đối tượng có liên quan: Ban Giám hiệu nhà trường, giáo viên



Thông điệp và nội dung truyền thông

Thông điệp truyền thông:

Một số thông điệp truyền thông nhà trường có thể sử dụng cho buổi truyền thông:

- Thể thao mỗi ngày, hăng say học hành, đánh bay bệnh tật
- Thể thao hôm nay, sức khỏe ngày mai
- Thể thao mỗi ngày, mọi lúc mọi nơi

Nội dung truyền thông:

- Nhà trường lựa chọn nội dung truyền thông dưới cờ theo cuốn sổ tay “Thể thao vì sức khỏe dành cho trẻ em và thanh thiếu niên”, đặc biệt liên quan đến việc thúc đẩy giáo viên, học sinh, cha mẹ... tham gia các môn thể thao: Bóng đá, bóng rổ, vovinam, nhảy dân vũ, kéo co... ở trường học và tại cộng đồng.
- Khuyến khích giáo viên và học sinh toàn trường tìm hiểu thêm kiến thức thể thao vì sức khỏe, lập kế hoạch thay đổi các hành vi, theo dõi quá trình thực hiện hoạt động thể lực, các môn thể dục thể thao như phụ lục trong cuốn sổ tay.
- Khuyến khích học sinh vận động cha mẹ tham gia các hoạt động thể dục thể thao để lan tỏa tinh thần lạc quan và lối sống lành mạnh ở gia đình và cộng đồng.



Thời gian, địa điểm truyền thông

- Thời gian và thời lượng tổ chức: Hoạt động truyền thông dưới cờ được gắn với Lễ chào cờ của nhà trường và được tổ chức tối đa trong thời gian 20 phút.
- Địa điểm tổ chức: Sân trường.



Kênh, hình thức, phương pháp, phương tiện truyền thông

Kênh truyền thông:

- **Trực tiếp:** Tại sân trường.
- **Gián tiếp:** Sau buổi truyền thông, các thông điệp và video có thể được chia sẻ trên các nền tảng như Facebook, Zalo hoặc website trường học để tiếp cận học sinh và phụ huynh.

Hình thức truyền thông:

Các trường có thể áp dụng một số hình thức sau:

- Đặt các poster truyền thông (nếu có) ở các vị trí dễ nhìn với áp phích/pano khổ A0. Với các trường có màn hình Led, có thể mở áp phích trong buổi truyền thông.
- Hình thức sân khấu hóa: Hát múa, kể chuyện, hoạt cảnh, tiểu phẩm, hóa trang, múa rối, thực hành sắm vai xử lý tình huống...
- Hình thức giao lưu, nói chuyện chuyên đề: mời chuyên gia y tế đến đối thoại, truyền thông xung quanh chủ đề lợi ích của thể thao với sức khỏe
- Cuộc thi kiến thức dưới hình thức: Rung chuông vàng, Ai là triệu phú...
- Giáo viên hoặc học sinh phát triển bài thuyết trình dựa trên nội dung cuốn Sổ tay “Thể thao vì sức khỏe dành cho trẻ em và thanh thiếu niên”
- Thi tranh biện với chủ đề Thể thao vì sức khỏe

Phương pháp truyền thông:

- **Thuyết trình, nêu dẫn chứng:** Trong phần thuyết trình tại buổi sinh hoạt dưới cờ, giáo viên có thể sử dụng các dẫn chứng để khuyến khích học sinh tham gia thể thao như là một cách để duy trì sức khỏe tốt. Có thể trình chiếu video về những lợi ích của thể thao (Ví dụ video của Tổ chức Y tế Thế giới – WHO) để thêm dẫn chứng về lợi ích của thể thao.
- **Kể chuyện:** Giáo viên và học sinh có thể chia sẻ câu chuyện về một vận động viên thể thao nổi tiếng hoặc một câu chuyện thành công của học sinh trong trường đã thay đổi cuộc sống nhờ thể thao.
- **Hỏi đáp:** Sau phần phát biểu, tổ chức một buổi hỏi đáp để học sinh có thể đặt câu hỏi về lợi ích của thể thao và cách duy trì thói quen luyện tập thể thao hàng ngày.

Phương tiện truyền thông:

- **Micro và loa:** Trong buổi truyền thông dưới cờ, micro và loa giúp phát tán thông điệp đến tất cả học sinh và giáo viên có mặt.
- **Băng rôn, áp phích:** Những băng rôn hoặc áp phích với thông điệp như “Thể thao vì sức khỏe” có thể được treo xung quanh sân trường, giúp củng cố thông điệp.
- **Video, slide trình chiếu:** Video ngắn về lợi ích của thể thao hoặc những hình ảnh về các hoạt động thể thao có thể được chiếu trong buổi sinh hoạt dưới cờ để tạo sự sinh động và dễ tiếp cận hơn.
- **Mạng xã hội và website trường học:** Các trường cũng được khuyến khích quay phim, chụp ảnh lại buổi truyền thông để sau buổi truyền thông, các bài viết hoặc video sẽ được đăng tải lên website hoặc các kênh mạng xã hội của trường để tiếp tục lan tỏa thông điệp. Yêu cầu ảnh, video: chụp, quay điểm nhanh hình ảnh nổi bật tại sự kiện như: bài nói chuyện, trò chơi, học sinh, thầy cô tham gia. Quay trọn vẹn thời lượng các hoạt động tiết mục truyền thông sân khấu.



Xây dựng ngân sách

Nhà trường và giáo viên phụ trách chủ động đề xuất ngân sách theo quy định của nhà trường.

Một số hạng mục cần xây dựng kinh phí có thể bao gồm:

- Quà tặng cho học sinh khi tham gia tương tác, trò chơi
- Chi phí in ấn tài liệu truyền thông: Pano, poster...
- Chi phí chuẩn bị đạo cụ truyền thông (Nếu cần): Ví dụ với các tiết mục sân khấu hóa... (Giáo viên cũng có thể hướng dẫn học sinh sản xuất đạo cụ bằng các đồ tái chế, vừa góp phần nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, vừa tiết kiệm chi phí)

Nhà trường có thể tham khảo kế hoạch theo Biểu mẫu 1 tại phần phụ lục.

2

TỔ CHỨC SỰ KIỆN THỂ DỤC THỂ THAO, LỒNG GHÉP TRUYỀN THÔNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

MỤC ĐÍCH

Thúc đẩy phong trào rèn luyện sức khỏe học sinh và giáo viên, tuyên truyền các nội dung trong chương trình Sáng kiến hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng cho học sinh và giáo viên toàn trường.



Đối tượng truyền thông

- **Đối tượng đích:** Học sinh toàn trường
- **Đối tượng có liên quan:** Phụ huynh học sinh, Ban Giám hiệu nhà trường, giáo viên



Thông điệp và nội dung truyền thông

Thông điệp truyền thông:

Một số thông điệp truyền thông nhà trường có thể sử dụng cho buổi truyền thông:

- Khỏe để học tập tốt
- Thể thao mỗi ngày, hăng say học hành, đánh bay bệnh tật
- Thể thao hôm nay, sức khỏe ngày mai
- Thể thao mỗi ngày, mọi lúc mọi nơi
- Thể thao vì sức khỏe cộng đồng
- Khỏe thể chất, sáng tương lai
- Đổ mồ hôi, khơi sức trẻ

Nội dung truyền thông:

Thông qua sự kiện thể thao để nâng cao sức khỏe và lồng ghép tuyên truyền các nội dung thể thao vì sức khỏe, ví dụ: vai trò của rèn luyện thể lực để nâng cao sức khỏe và hiệu suất học tập...



Thời gian, địa điểm truyền thông

- **Thời gian:** Nhà trường lựa chọn một thời điểm phù hợp để tổ chức sự kiện, đảm bảo không ảnh hưởng đến việc học tập của học sinh
- **Địa điểm tổ chức:** tại sân trường, nhà thể chất hoặc địa điểm khác phù hợp như sân vận động, sân bóng đá.



Kênh, hình thức, phương pháp, phương tiện truyền thông

Kênh truyền thông:

- **Kênh nội bộ trường học:** Thông tin về sự kiện có thể được chia sẻ tại: Bảng tin trường, hệ thống phát thanh nội bộ (nếu có), trong các giờ sinh hoạt lớp, sinh hoạt đoàn đội, trang website hoặc Fanpage của trường.
- **Kênh cộng đồng và mạng xã hội:** Fanpage của dự án hoặc câu lạc bộ thể thao của trường, các nhóm chat hoặc group (Zalo, Facebook) của phụ huynh, học sinh.
- **Kênh trực tiếp:** Các buổi hội thảo, tọa đàm trong trường học, và giao lưu trực tiếp trong sự kiện.

Hình thức truyền thông:

- **Hình thức tương tác trực tiếp:**
 - Tổ chức các sự kiện thể thao, có thể lồng ghép vào các sự kiện thể thao của trường (ví dụ: Hội khỏe Phù Đổng, giải bóng đá, bóng rổ, nhảy dân vũ, kéo co, vovinam...)
 - Trò chơi, thử thách thể thao (Ví dụ: thử thách chống đẩy, chạy tiếp sức).
 - Câu đố kiến thức kết hợp vận động, có thể chơi dưới hình thức cá nhân hoặc liên hoàn con và bố mẹ.
 - Gian hàng truyền thông (với poster, tài liệu minh họa về lợi ích của thể thao).
 - Góc check-in với biểu ngữ hoặc khẩu hiệu về thể thao vì sức khỏe. Khuyến khích người tham gia chia sẻ ảnh lên mạng xã hội.
 - Cuộc thi giữa các lớp (như thi nhảy dây, chạy cự ly ngắn).
- **Hình thức biểu diễn, mô phỏng:**
 - Tiết mục biểu diễn thể thao (aerobic, võ thuật, bóng rổ) hoặc sân khấu hóa về lợi ích của thể thao ở phần khai mạc sự kiện. Nội dung tiết mục cần liên quan đến thúc đẩy thể thao vì sức khỏe. Thời lượng: Khoảng 10 phút.
 - Video minh họa về lợi ích của thể thao, lồng ghép các thông điệp truyền cảm hứng.

Phương pháp truyền thông:

- **Phương pháp truyền cảm hứng:**
 - Mời các cựu học sinh, vận động viên hoặc giáo viên thể dục có ảnh hưởng chia sẻ câu chuyện.
 - Truyền tải thông điệp qua những tấm gương điển hình.
- **Phương pháp giáo dục:** Lồng ghép kiến thức về lợi ích của thể thao trong các hoạt động tại gian hàng truyền thông qua các câu hỏi đố vui trong sự kiện để học sinh tìm hiểu sâu hơn.
- **Phương pháp tương tác nhóm:** Các trò chơi teambuilding tại sự kiện.



Phương tiện truyền thông:

- **Truyền thống:**
 - Poster, standee, banner tại sân trường.
 - Áo đồng phục hoặc huy hiệu mang thông điệp truyền thông.
 - Tờ rơi hoặc sổ tay hướng dẫn dành cho học sinh và phụ huynh.
 - Bộ sticker hoặc bookmark minh họa lợi ích của thể thao.
- **Trực tuyến:** Nhà trường được khuyến khích quay phim, chụp hình tại sự kiện để đăng tải trên các trang mạng xã hội. Một số gợi ý như sau:
 - Video quay điểm nhanh hình ảnh nổi bật tại sự kiện như hoạt động chụp ảnh tại khu vực có poster, phong sự kiện, lễ khai mạc, thi đấu, cổ vũ, trao giải.
 - Quay trọn vẹn thời lượng các hoạt động như: giới thiệu mục đích ý nghĩa, thông điệp sự kiện, trò chơi hoặc tiết mục truyền thông sân khấu.
 - Quay phỏng vấn tối thiểu 2 thành viên tham gia để chia sẻ cảm xúc về sự kiện và ý nghĩa của việc tập luyện thể dục, thể thao.
- **Kế hoạch tổ chức, báo cáo kết quả sự kiện:** Tham khảo Biểu mẫu phụ lục 2, 3

3

TỔ CHỨC CUỘC THI SÁNG TẠO SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG

MỤC ĐÍCH

Tổ chức cuộc thi xây dựng sản phẩm truyền thông cho học sinh để giúp học sinh sáng tạo, phát triển kỹ năng truyền thông, tạo sản phẩm truyền thông có hiệu quả cao nhằm phổ biến kiến thức thể thao vì sức khỏe tới bạn bè, thầy cô, gia đình học sinh một cách dễ nhớ, dễ áp dụng.



Đối tượng truyền thông

- **Đối tượng đích:** Học sinh toàn trường
- **Đối tượng có liên quan:** Phụ huynh học sinh, Ban Giám hiệu nhà trường, giáo viên



Thông điệp và nội dung truyền thông

Thông điệp truyền thông sử dụng trong các sản phẩm:

Một số thông điệp truyền thông nhà trường có thể sử dụng cuộc thi sáng tạo sản phẩm truyền thông:

- Khỏe để học tập tốt
- Thể thao mỗi ngày, hăng say học hành, đánh bay bệnh tật
- Thể thao hôm nay, sức khỏe ngày mai
- Thể thao mỗi ngày, mọi lúc mọi nơi
- Thể thao vì sức khỏe cộng đồng
- Khỏe thể chất, sáng tương lai
- Đổ mồ hôi, khơi sức trẻ

Nội dung sáng tạo tác phẩm:

Một số nội dung nhà trường có thể lựa chọn để phát động cuộc thi sáng tác sản phẩm truyền thông, bao gồm nhưng không giới hạn:

- **Thể thao vì sức khỏe:** Lợi ích của thể dục thể thao đối với sức khỏe. Tác hại của việc ít vận động thể chất/Gợi ý vận động thể chất trong khi đi học, làm việc nhà, một bài tập thể dục/ một điệu nhảy tại nhà (Ưu tiên)
- **Lợi ích của 5 môn thể thao được khuyến nghị:** Bóng đá, bóng rổ, vovinam, kéo co, nhảy dân vũ: Sự phù hợp của các môn thể thao với lứa tuổi học sinh, triển khai các môn thể thao trong nhà trường và cộng đồng... (Ưu tiên)
- **An toàn trong thể thao:** Các lưu ý về việc khởi động trước khi tham gia hoạt động thể lực, thể dục thể thao. Các chấn thương thường gặp và cách phòng tránh ... (Ưu tiên)
- **Dinh dưỡng trong thể thao:** Đảm bảo uống đủ nước, các lưu ý về một số thực phẩm cần thiết đối với từng môn thể thao cụ thể... (Ưu tiên)
- Thể thao đẩy lùi bệnh tật.
- Thể thao nâng cao sức khỏe thể chất và tinh thần.

...



Thời gian và địa điểm

- **Thời gian:** Nhà trường lựa chọn một thời điểm phù hợp để tổ chức sự kiện, đảm bảo không ảnh hưởng đến việc học tập của học sinh. Gợi ý: Vòng thi cấp lớp, trường có thể được tổ chức trong Học kì 1, 2. Thời gian nghỉ hè sẽ dành cho vòng chấm thi cấp tỉnh.
- **Địa điểm:** Cuộc thi được phát động tại trường và từng lớp.



Kênh, hình thức, phương pháp, phương tiện truyền thông

Kênh truyền thông

- **Kênh nội bộ trường học:**
 - Thông báo trên bảng tin trường.
 - Hệ thống phát thanh nội bộ hoặc trong các giờ sinh hoạt.
 - Các buổi họp giao ban giáo viên hoặc sinh hoạt Đoàn, Đội.
- **Kênh mạng xã hội và kỹ thuật số:**
 - Fanpage, website của trường hoặc dự án.
 - Nhóm Zalo, Facebook của lớp, trường, hoặc phụ huynh.
- **Kênh trực tiếp:** Phát động và chia sẻ về cuộc thi trong các buổi truyền thông dưới cờ, giờ sinh hoạt lớp, hoặc các sự kiện ở trường.



Hình thức truyền thông

- **Phát động cuộc thi:**
 - Lễ phát động với sự tham gia của toàn trường, lồng ghép các hoạt động truyền cảm hứng.
 - Tổ chức các buổi thuyết trình để hướng dẫn cách sáng tác sản phẩm truyền thông.
- **Sáng tạo sản phẩm với đa dạng hình thức:** Nhà trường có thể lựa chọn một hoặc nhiều hình thức cùng lúc để phát động cuộc thi, tùy thuộc vào đặc điểm và nhu cầu của từng trường.
 - Video clip ngắn (có thời lượng dưới 3 phút): Học sinh tự xây dựng video tuyên truyền với độ dài tối đa 3 phút, thể loại video đa dạng như video dạng reels hoặc tiktok, video phóng sự... Video cần có nội dung thông điệp dưới dạng lời hoặc chữ.
 - Ảnh: Có thể ảnh chụp thực tế hoặc ảnh học sinh thiết kế bằng những phần mềm phù hợp, phản ánh góc nhìn và thông điệp mà học sinh muốn truyền tải liên quan đến chủ đề được đưa ra
 - Tranh cổ động: loại tranh sử dụng hình ảnh minh họa hoặc kết hợp với phần chữ để truyền đạt mạnh mẽ và rõ ràng một thông điệp hoặc kêu gọi hành động. Học sinh có thể vẽ tay hoặc thiết kế trên máy tính và in ra trên khổ giấy A3, tương đương kích thước 30x42 cm.
 - Sản phẩm thủ công
 - Mô hình: không giới hạn nguyên vật liệu (ưu tiên sử dụng các nguyên vật liệu tái chế)
 - Sáng tác khẩu hiệu, thơ, văn, bài thuyết trình
 - Kịch, nhảy hiện đại, sáng tác nhạc, rap...

Hình thức thi:

- Nhà trường có thể lựa chọn một trong hai hình thức, hoặc cả hai hình thức dưới đây: Cá nhân và Nhóm: Khuyến khích các lớp, nhóm bạn bè cùng sáng tác để tăng tính hợp tác và sáng tạo.
- Cuộc thi được khuyến khích tổ chức ở các cấp để tăng tính cạnh tranh và lan tỏa

	CẤP LỚP	CẤP TRƯỜNG	CẤP TỈNH
Các bước triển khai	Giáo viên phổ biến nội dung thi cho học sinh, học sinh có thể chuẩn bị sản phẩm trước khi thuyết trình/trình diễn trước lớp. Học sinh biểu diễn, thuyết trình ý tưởng sản phẩm, chiếu video của mình trước lớp để cô giáo (và học sinh trong lớp) bầu chọn. Lưu ý: Với các trường có ít hơn 10 lớp tham gia, mỗi lớp chọn 2 sản phẩm tốt nhất ở mỗi loại hình. Với các trường có nhiều hơn 10 lớp tham gia, mỗi lớp chọn 1 sản phẩm tốt nhất của mỗi loại hình để dự thi cấp trường. Mỗi lớp cần tham gia tất cả các hình thức sản phẩm (nếu cuộc thi gồm nhiều hình thức). Các sản phẩm được chụp ảnh và quay video kèm lời giới thiệu ngắn gọn để tiện cho công tác chấm giải. Video, lời giới thiệu cùng sản phẩm sẽ được gửi đến ban giám khảo trong cuộc thi cấp trường và cấp tỉnh.	Các sản phẩm truyền thông của từng lớp được lựa chọn trình bày trên Fanpage của trường. Trường thành lập hội đồng chấm thi hoặc Tổ chức bình chọn công khai trên Fanpage/Website của trường.	Tỉnh thành lập hội đồng chấm thi hoặc kết hợp Tổ chức bình chọn công khai: Các sản phẩm truyền thông đạt giải của từng trường được tiếp tục tham gia bình chọn online trên kênh và website của dự án. Mỗi trường chọn 04 sản phẩm để thi tài với nhau (tổng số sản phẩm của 10 trường là 40 sản phẩm). Các trường mở rộng cũng có thể tham gia dự thi (04 sản phẩm/trường). Sở Giáo dục và Đào tạo điều phối tổ chức hội đồng đánh giá gồm đại diện Sở Giáo dục và Đào tạo, Phòng Giáo dục và Đào tạo, Ban giám hiệu các trường tham gia dự án, tổ chức bình chọn và trao giải các sản phẩm truyền thông đạt giải. (Đại diện các trường không chấm điểm các sản phẩm tham gia của trường mình). Cơ cấu giải thưởng: Mỗi loại hình có một giải nhất, một giải nhì và một giải ba. Giải thưởng có thể chia theo hạng mục cá nhân hoặc nhóm Sở Giáo dục và Đào tạo lựa chọn và quảng bá các sản phẩm truyền thông đạt giải trên phương tiện truyền thông đại chúng, mạng xã hội như: cổng thông tin điện tử của tỉnh, Sở Giáo dục và Đào tạo hoặc truyền hình địa phương.
Mẫu kế hoạch tham khảo		Tham khảo kế hoạch tổ chức thi sản phẩm truyền thông ở cấp trường: Biểu mẫu 4	Kế hoạch tổ chức thi truyền thông ở cấp tỉnh: Biểu mẫu 5 Tiêu chí và biểu mẫu đánh giá: Biểu mẫu 6

Phương pháp truyền thông

- **Phương pháp tương tác trực tiếp và trực quan hóa:**
 - Tổ chức buổi giao lưu với chuyên gia thể thao hoặc người nổi tiếng để chia sẻ ý tưởng và truyền cảm hứng.
 - Tạo góc sáng tạo trong trường, sử dụng hình ảnh minh họa, video giới thiệu các sản phẩm mẫu để học sinh tham khảo (như bảng trưng bày các sản phẩm dự thi).
- **Phương pháp truyền động lực:**
 - Khen thưởng và vinh danh rộng rãi sản phẩm nổi bật (trên bảng tin, mạng xã hội, hoặc các sự kiện của trường). Giải thưởng sẽ được xác định theo từng cấp thi, và sẽ phù hợp với đặc điểm và năng lực của từng trường. Giải thưởng không nhất thiết phải có giá trị vật chất.
 - Các sản phẩm xuất sắc được giải sẽ được sử dụng chính thức trong các hoạt động truyền thông của sáng kiến “Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng”.

Phương tiện truyền thông

- **Truyền thống:**
 - Poster, tờ rơi để quảng bá cuộc thi.
 - Tài liệu hướng dẫn về thể loại, nội dung sáng tác.
- **Trực tuyến:**
 - Video ngắn giới thiệu về cuộc thi, đăng tải trên fanpage hoặc kênh YouTube của trường/ dự án.
 - Các sản phẩm dự thi cũng sẽ được quay phim, chụp ảnh (tùy hình thức sản phẩm) để chia sẻ và lan tỏa đến cộng đồng qua Fanpage và các kênh truyền thông của trường. Tiêu chí ghi hình, đóng gói sản phẩm truyền thông:
 - Đảm bảo quay trọn vẹn thời lượng tiết mục, toàn cảnh khán giả/học sinh, giáo viên, dự khán và cận cảnh cảm xúc tích cực của người xem.
 - Chất lượng video: Video được quay ở chế độ HD, hình ảnh rõ nét không rung lắc mạnh, đủ ánh sáng. Âm thanh rõ nét, ít tạp âm. Video quay ở chế độ quay ngang. Video sản phẩm gồm 01 video ghép thể hiện toàn cảnh sự kiện trong đó tiết mục sân khấu/ tiết giảnh được ghép trọn vẹn và các video gốc đã quay.

LƯU Ý QUAN TRỌNG

- **Đa dạng hóa sản phẩm dự thi:** Cho phép học sinh lựa chọn hình thức sáng tác phù hợp với năng lực, từ viết, vẽ, đến thiết kế kỹ thuật số hoặc biểu diễn.
- **Hướng dẫn cụ thể:** Cung cấp tài liệu hoặc tổ chức các buổi hướng dẫn để học sinh hiểu rõ yêu cầu và cách thức sáng tạo.
- **Tạo môi trường khuyến khích sáng tạo:** Ghi nhận mọi sản phẩm dự thi và khuyến khích học sinh tham gia dù chưa đạt giải.
- **Liên kết với hoạt động khác:** Kết hợp trưng bày sản phẩm dự thi với các sự kiện thể thao để tăng tính lan tỏa.



Xây dựng ngân sách

Nhà trường và giáo viên phụ trách chủ động đề xuất ngân sách theo quy định của nhà trường. Một số hạng mục cần xây dựng kinh phí có thể bao gồm:

- **Phần thưởng cho học sinh:** Phần thưởng không nhất thiết dưới dạng tiền mặt. Các phần quà có thể bao gồm: Sách hướng dẫn về sức khỏe và thể thao, dụng cụ thể thao (bóng đá, bóng chuyền, vợt, nhảy dây, ...), giấy chứng nhận tham gia cuộc thi, khuyến khích dưới hình thức sản phẩm truyền thông, giáo dục...).
- **Chi phí in ấn tài liệu truyền thông:** Pano, poster...
- **Chi phí chuẩn bị đạo cụ truyền thông (nếu cần):** Ví dụ với các tiết mục sân khấu hóa... (Giáo viên cũng có thể hướng dẫn học sinh sản xuất đạo cụ bằng các đồ tái chế, vừa góp phần nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, vừa tiết kiệm chi phí)



4 TỔ CHỨC CUỘC THI KIẾN THỨC VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

Cuộc thi kiến thức về thể thao vì sức khỏe là một sân chơi bổ ích nhằm rèn luyện và nâng cao kiến thức cho học sinh về hoạt động thể chất và sức khỏe, đồng thời thúc đẩy tinh thần thể dục thể thao thường xuyên. Đây cũng là cơ hội để các em thực hành kỹ năng tư duy nhanh nhạy, tìm hiểu những thông tin hữu ích và tạo thói quen sống lành mạnh.

Cuộc thi kiến thức có thể được các nhà trường tổ chức dưới hình thức:

- **Trực tiếp:** Thi Rung chuông vàng, Ai là triệu phú
- **Trực tuyến:** Trên website của dự án

Cuốn sổ tay sẽ gợi ý tổ chức cuộc thi kiến thức về thể thao vì sức khỏe trên website của dự án.

MỤC ĐÍCH

- **Nâng cao nhận thức về lợi ích của hoạt động thể dục thể thao vì sức khỏe.**
- **Khuyến khích học sinh tham gia vào các hoạt động thể thao tại trường học và cộng đồng.**
- **Phát triển thói quen sống lành mạnh, tập luyện thường xuyên cho học sinh và cộng đồng xung quanh.**



Đối tượng

- **Đối tượng tham gia:** Học sinh Tiểu học và Trung học cơ sở (THCS) trên địa bàn tỉnh Nghệ An.
- **Đối tượng có liên quan:** Phụ huynh học sinh, giáo viên



Thông điệp và nội dung truyền thông

Thông điệp truyền thông:

- Thể thao mỗi ngày, khỏe mạnh tương lai
- Thể thao đẩy lùi bệnh tật
- Thể thao nâng cao sức khỏe thể chất và tinh thần
- Kiến thức là sức mạnh - Sức khỏe là tương lai
- Thử thách trí tuệ, chinh phục sức khỏe!



Nội dung truyền thông:

Nội dung cuộc thi và truyền thông có thể tập trung vào những chủ đề sau đây:

- **Thể thao vì sức khỏe:** Lợi ích của thể dục thể thao đối với sức khỏe.
- **Lợi ích của 5 môn thể thao được khuyến nghị:** Bóng đá, bóng rổ, vovinam, kéo co, nhảy dân vũ.
- **An toàn trong thể thao:** Các chấn thương thường gặp và cách phòng tránh ...
- **Dinh dưỡng trong thể thao:** Đảm bảo uống đủ nước, các lưu ý về một số thực phẩm cần thiết đối với từng môn thể thao cụ thể...



Thời gian và địa điểm

- **Thời gian:** Cuộc thi kiến thức có thể diễn ra với nhiều chặng, với tổng thời gian trong 1,5 tháng. Nhà trường có thể lựa chọn thời gian tổ chức cuộc thi phù hợp để tạo điều kiện cho học sinh tham gia tối đa.
- **Địa điểm:** Cuộc thi sẽ được tổ chức trên website của dự án.



Cách thức tổ chức

Hình thức thi

- Thi trực tuyến thông qua nền tảng website của dự án. Học sinh đăng ký tài khoản cá nhân và đăng nhập để tham gia cuộc thi, trả lời các câu hỏi trắc nghiệm.

Cấu trúc và thời gian cuộc thi:

- Cuộc thi gồm 5 chặng, trong đó 4 chặng đầu là vòng thi mở rộng, và chặng cuối là vòng chung kết dành cho các học sinh xuất sắc.
- Thời gian mỗi chặng: Kéo dài trong 7 ngày.
- Nội dung: Mỗi chặng sẽ có 20 câu hỏi trắc nghiệm ngẫu nhiên, tập trung vào các chủ đề về thể thao, sức khỏe, dinh dưỡng, và an toàn thể thao.

Quy định chung:

- Mỗi học sinh phải sử dụng tài khoản cá nhân đã đăng ký để tham gia thi.
- Không được phép sử dụng tài khoản của người khác hoặc gian lận dưới bất kỳ hình thức nào.
- Ban tổ chức sẽ có quyết định cuối cùng trong trường hợp có khiếu nại hoặc tranh chấp về kết quả.

Cách thức thi từng chặng:

	CHẶNG 1 ĐẾN CHẶNG 4	CHẶNG 5: VÒNG CHUNG KẾT
Cách thức	Mỗi chặng sẽ bao gồm một bộ 20 câu hỏi khác nhau, được chọn ngẫu nhiên từ kho câu hỏi đa dạng. Học sinh phải trả lời đúng ít nhất 17/20 câu để được coi là hoàn thành chặng. Học sinh hoàn thành đúng và nhanh nhất trong mỗi ngày sẽ được ghi nhận trên bảng xếp hạng theo ngày. Top 10 học sinh xuất sắc nhất của mỗi chặng (dựa trên kết quả và thời gian hoàn thành) sẽ được vinh danh trên bảng xếp hạng toàn chặng và nhận chứng nhận/ phần quà khích lệ. Học sinh có thể tham gia tất cả 4 chặng để tăng cơ hội vào vòng chung kết.	Dành cho Top 10 học sinh xuất sắc nhất của mỗi chặng trước đó (40 học sinh). Bộ câu hỏi trong vòng chung kết sẽ có độ khó cao hơn và gồm 30 câu hỏi. Thời gian làm bài sẽ được giới hạn chặt chẽ hơn.
Điểm hoàn thành	Học sinh cần trả lời đúng ít nhất 17/20 câu.	Học sinh cần trả lời đúng ít nhất 25/30 câu.
Xếp hạng	Bảng xếp hạng được cập nhật hàng ngày, dựa trên số lượng câu trả lời đúng và thời gian hoàn thành của từng học sinh. Học sinh hoàn thành nhanh nhất và trả lời chính xác nhiều câu hỏi nhất sẽ được xếp hạng cao hơn.	
Phần thưởng và vinh	Top 10 học sinh của mỗi chặng (1-4): Được vinh danh trên website cuộc thi và nhận các phần quà khích lệ, bao gồm giấy chứng nhận và quà khích lệ. Các phần quà khích lệ sẽ bao gồm: Sách hướng dẫn về sức khỏe và thể thao, dụng cụ thể thao (bóng đá, bóng chuyền, vợt, dây nhảy, ...), giấy chứng nhận tham gia cuộc thi.	Top 3 học sinh xuất sắc nhất của vòng chung kết (Chặng 5): Nhận phần thưởng đặc biệt, bao gồm giấy chứng nhận và quà tặng lưu niệm từ Ban tổ chức.



Xây dựng ngân sách

Nhà trường và giáo viên phụ trách chủ động đề xuất ngân sách theo quy định của nhà trường. Một số hạng mục cần xây dựng kinh phí có thể bao gồm:

- Phần thưởng cho học sinh.
 - Khuyến khích những phần quà phi tiền mặt.
 - Các phần quà có thể bao gồm: Sách hướng dẫn về sức khỏe và thể thao, dụng cụ thể thao (bóng đá, bóng chuyền, vợt, nhảy dây, ...), giấy chứng nhận tham gia cuộc thi.
 - Khuyến khích dưới hình thức sản phẩm truyền thông, giáo dục....
- Chi phí in ấn tài liệu truyền thông, giới thiệu cuộc thi:
 - Pano, poster...



HƯỚNG DẪN QUAY PHIM, CHỤP ẢNH HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE TẠI TRƯỜNG HỌC

Để có được những bức ảnh đẹp, những thước phim hay, ghi lại sinh động và chuyên nghiệp hoạt động truyền thông/đào tạo của nhà trường để trường sẵn sàng chia sẻ cho phụ huynh, học sinh và đối tác cần một số yếu tố quan trọng.

Sau đây là một số lời khuyên để bạn thực hiện:



1 TỔNG QUAN TIẾN TRÌNH KHI QUAY PHIM/CHỤP ẢNH

Bước 1: Lên kế hoạch các cảnh

- Xác định mục đích: Đặt câu hỏi. Tại sao bạn quay/chụp? Đối tượng là ai? Nội dung nào cần thể hiện?
 - Hình dung sản phẩm cuối cùng: Tưởng tượng sơ bộ về video/ảnh sau cùng để định hướng.
 - Vạch kế hoạch chi tiết:
 - Lập danh sách các cảnh quay cần thiết.
 - Xây dựng lịch trình quay phù hợp với hoạt động tại trường.
 - Đảm bảo sự xuất hiện của tên hoạt động, logo dự án hoặc ít nhất là chủ đề hoạt động trong các ảnh/video chính.
- Ví dụ: Hoạt động trong khuôn khổ dự án Sáng kiến hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng, dự án khuyến khích có sự xuất hiện của tên, logo dự án hoặc nếu không có thì là tên hoạt động (cuộc thi, sự kiện...) trong các ảnh chính.

Bước 2: Chọn thiết bị

- Thiết bị cơ bản: Điện thoại thông minh (có camera HD trở lên).
 - Thiết bị bổ sung:
 - Chân đế: Để cố định góc quay, tránh rung.
 - Mic: Tai nghe dây có mic hoặc mic chuyên dụng để ghi âm chất lượng hơn.
 - Gimbal: Hỗ trợ quay mượt mà.
 - Đèn/Tấm hắt sáng: Tăng cường ánh sáng khi cần.
- Gợi ý: Nếu có điều kiện, sử dụng một thiết bị cố định để quay tổng quan và một thiết bị cơ động để quay cận cảnh cảm xúc, tương tác.

Bước 3: Chọn hướng màn hình

- Video ngang (landscape): Phù hợp với hầu hết các kênh truyền thông và tạo cảm giác chuyên nghiệp.
- Video dọc (portrait): Sử dụng khi nội dung chủ yếu đăng tải trên mạng xã hội như Instagram, TikTok.

Bước 4: Chọn góc và khoảng cách

- Góc chụp/quay:
 - Gần: Làm nổi bật biểu cảm, chi tiết hành động.
 - Xa: Bao quát không gian, tạo cảm giác toàn cảnh.
- Sáng tạo góc quay, chụp: Quay/chụp từ nhiều góc độ khác nhau để tạo sự đa dạng.

Bước 5: Điều chỉnh độ sáng

- Kiểm tra độ sáng của khu vực chụp hoặc quay và điều chỉnh ánh sáng môi trường hoặc trên thiết bị cho phù hợp.
- Tận dụng ánh sáng tự nhiên hoặc ánh sáng từ đèn hỗ trợ.
- Tránh sử dụng đèn flash có sẵn của điện thoại vì dễ làm mất tự nhiên.

Bước 6: Đảm bảo đồng thuận

- Thông báo: Nói rõ về việc quay/chụp, mục đích sử dụng (không thương mại, chỉ phục vụ truyền thông).
- Ghi nhận đồng thuận: Sử dụng phiếu đồng thuận bằng giấy cho hình ảnh cá nhân hoặc ghi hình thông báo đồng thuận tại sự kiện.

Bước 7: Bắt đầu chụp hoặc quay

- Tập trung: Theo dõi sát đối tượng, kiểm tra chất lượng hình ảnh và âm thanh.
- Tận dụng bố cục: Sử dụng các quy tắc bố cục như quy tắc 1/3, đường dẫn hướng để ảnh/video hấp dẫn hơn.

Bước 8: Tìm kiếm cảm xúc

Ghi lại những khoảnh khắc tự nhiên, cảm xúc từ sân khấu hoặc khán giả (như cười, cổ vũ, chăm chú).

Bước 9: Xem lại và chỉnh sửa

Sau khi kết thúc chụp hoặc quay, hãy xem lại và chọn lọc hình ảnh hoặc thước phim tốt.

- Hình ảnh: Chỉnh sáng, màu sắc, cắt gọn khung hình nếu cần, dóng chỉnh độ nghiêng của ảnh, đảm bảo giữ cảm giác tự nhiên nhất cho ảnh.
- Video: Cắt ghép, thêm nhạc, phụ đề đơn giản.

Bước 10: Dựng clip

- Phần mềm cơ bản: CapCut, Canva, KineMaster (dễ sử dụng, thân thiện với người mới).
- Phần mềm chuyên sâu: Adobe Premiere (nếu cần hiệu ứng phức tạp).
- Lời khuyên: Tập trung vào nội dung truyền tải hơn là kỹ thuật phức tạp.

Tham khảo bổ sung đính kèm dưới đây trong tài liệu:

Hướng dẫn về 9 bố cục chụp ảnh đẹp.

Hướng dẫn dựng video bằng CapCut.

2

HƯỚNG DẪN SẢN XUẤT MỘT VIDEO TRUYỀN THÔNG ĐƠN GIẢN

Để giáo viên và học sinh dễ dàng tự tạo ra các video truyền thông chất lượng, hãy thực hiện các bước sau:

Bước 1: Xác định mục tiêu

Xác định rõ ràng mục đích của video. Điều này sẽ giúp bạn lựa chọn nội dung và thông điệp phù hợp, đảm bảo video đáp ứng đúng mục đích truyền thông.

Bước 2: Hiểu đối tượng mục tiêu

Nghiên cứu đặc điểm, sở thích và nhu cầu của đối tượng mà video hướng tới. Thông tin này giúp bạn xây dựng nội dung và cách trình bày hiệu quả, thu hút người xem.

► Ví dụ, nếu mục tiêu của video là học sinh thì cần lựa chọn các hình thức video ngắn, với hiệu ứng và hình ảnh bắt mắt, thu hút.

Bước 3: Xác định thông điệp chính

Xác định thông điệp cốt lõi mà bạn muốn truyền tải. Đây là nền tảng để phát triển kịch bản và định hướng nội dung video. Hãy sử dụng câu khẩu hiệu ngắn gọn, dễ nhớ, có thể kết hợp điệp từ hoặc vần điệu để tạo ấn tượng.

Bước 4: Chọn loại hình video

Nếu có yêu cầu cụ thể, hãy tìm hiểu kỹ để đáp ứng đúng tiêu chí. Nếu chưa, hãy chọn loại hình phù hợp với đối tượng mục tiêu và khả năng của bạn:

- **Parody:** Thu hút nhưng đòi hỏi khả năng hát, sáng tác lời.
- **Video hướng dẫn:** Ví dụ, “05 cách giảm cân để thực hiện” với hình ảnh minh họa.
- **Video blog:** Nếu tự tin trước ống kính và giỏi nói chuyện.
- **Phóng sự:** Tạo nội dung dẫn dắt, tương tác với nhân vật thực tế. Ví dụ, video tổng kết một sự kiện thể thao ở trường, giáo viên có thể phỏng vấn cảm nghĩ của 1-2 em học sinh.

Bước 5: Phác thảo cấu trúc

Lập dàn ý video bao gồm:

- Các phần nội dung chính.
- Độ dài dự kiến từng phần.
- Hình ảnh minh họa, nhân vật cần có.



Bước 6: Viết lời dẫn

Soạn lời dẫn dựa trên dàn ý. Giữ ngôn ngữ đơn giản, dễ hiểu và đảm bảo truyền tải rõ thông điệp. Lời dẫn có thể được:

- **Thu âm:** Dành cho video dài hoặc có phần thuyết minh chi tiết.
- **Hiển thị phụ đề:** Đối với nội dung ngắn gọn, nhấn mạnh từ khóa.

Bước 7: Hoàn thiện kịch bản

Sau khi kịch bản được hoàn thiện, sử dụng nó làm hướng dẫn trong quá trình quay phim và chỉnh sửa video.

Bước 8: Thu thập hình ảnh minh họa

Tổng hợp các hình ảnh cần thiết từ:

- Đồ họa, ảnh, tranh vẽ, hoặc video có sẵn.
- Hình ảnh tự sản xuất bổ sung.

FREEPIK

Lưu ý: Chỉ sử dụng hình ảnh có bản quyền hoặc từ nguồn miễn phí như Freepik.

Bước 9: Xây dựng nội dung minh họa

- Tiến hành quay phim, chụp ảnh để bổ sung các nội dung còn thiếu.
- Tham khảo mục “Hướng dẫn chụp ảnh và quay phim hoạt động truyền thông” để áp dụng kỹ thuật quay chụp phù hợp.
- Thu âm lời dẫn (nếu cần).

Bước 10: Dựng video

Sử dụng các công cụ miễn phí và dễ dùng như:



CapCut, Canva

Ghép đoạn phim, thêm hiệu ứng, nhạc nền, hoặc phụ đề.



TikTok

Tạo nội dung nhanh và hiệu quả.

- Chỉnh sửa đến khi video hoàn thiện và đạt chất lượng mong muốn.

Ví dụ tham khảo video giới thiệu về bệnh không lây nhiễm



<https://www.youtube.com/watch?v=7vcUQKckQTM>

Nguồn: PATH

3 HƯỚNG DẪN 9 BỐ CỤC GIÚP BỨC ẢNH ĐẸP

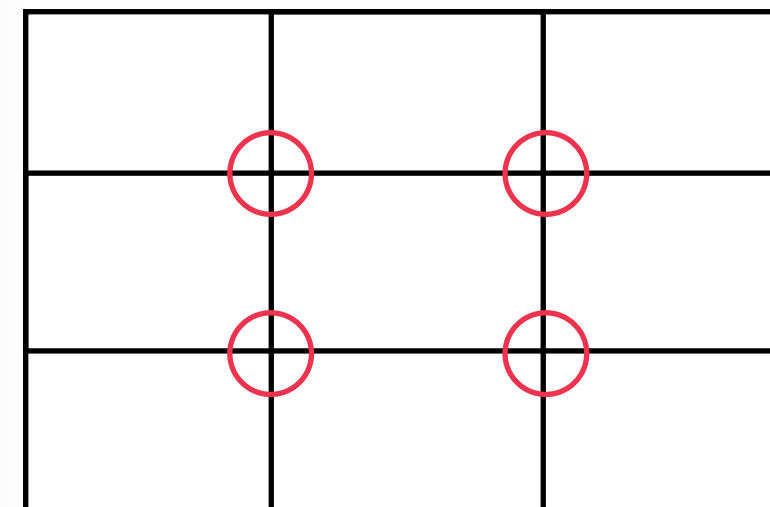
Bố cục là một trong những yếu tố quan trọng nhất để có được những bức ảnh đẹp. Nếu được những kỹ thuật về bố cục ảnh phổ biến dưới đây, bạn sẽ lưu lại được những khoảnh khắc tuyệt vời này một cách chân thực và sống động nhất.

1. Bố cục một phần ba

Sử dụng chức năng hiển thị đường lưới trên điện thoại để chia nhỏ hình ảnh của mình thành một phần ba theo các chiều dọc và chiều ngang. Sau đó định vị chủ thể chính trong ảnh nằm ở phần giao nhau giữa các đường đó. Điều này sẽ làm cho bố cục bức ảnh trở nên cân đối và thú vị hơn về mặt thị giác.



Nguồn: PATH – Sáng kiến Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng

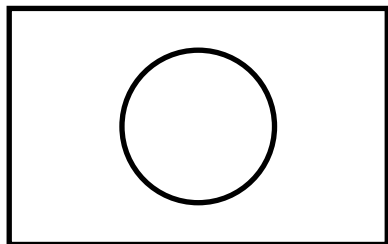


Nguồn: Internet

2. Bố cục trung tâm

Bố cục trung tâm rất đơn giản, bạn chỉ cần đặt đối tượng vào chính giữa khung hình và bấm chụp.

Ưu điểm của bố cục này là bạn sẽ tập trung sự chú ý của người xem vào chủ thể chính, loại bỏ được sự chú ý vào những yếu tố không cần thiết.



Nguồn: Internet

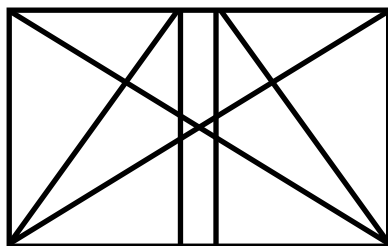


Nguồn: PATH – Sáng kiến Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng

3. Bố cục đối xứng

Vật thể bạn chụp sẽ nằm chính giữa bức ảnh, nhưng bạn cần thể hiện rõ sự đối xứng hai bên như thể hình ảnh nhìn qua gương.

Bố cục này tạo nên tổng thể bắt mắt, hài hòa và cân đối. Bạn cũng có thể chụp hình ảnh đối tượng ngả bóng xuống mặt hồ, nhìn qua kính... bởi sự đối xứng có thể diễn đạt nhiều cách, miễn tạo được sự cân bằng, chứ không nhất thiết hai bên phải giống nhau hoàn toàn.



Nguồn: Internet

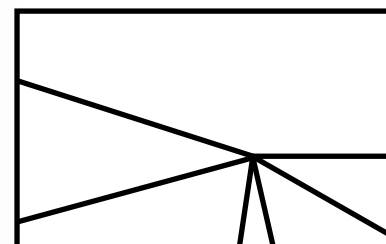


Nguồn: Trường THPT Trần Phú – TP Đà Nẵng

4. Bố cục đường chéo

Cách bố trí này sẽ tạo cảm giác như vật thể trong ảnh đang chuyển động, hoặc tạo chiều sâu với các đối tượng ở góc ảnh.

Bạn có thể thay đổi góc máy, hay nghiêng máy ảnh để tạo bố cục đường chéo như mong muốn thay vì đặt những góc máy thẳng, tĩnh như bố cục trung tâm.



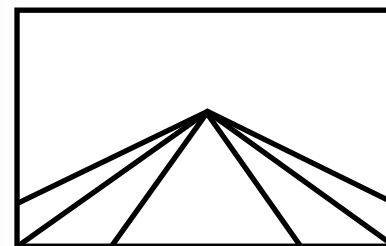
Nguồn: Internet



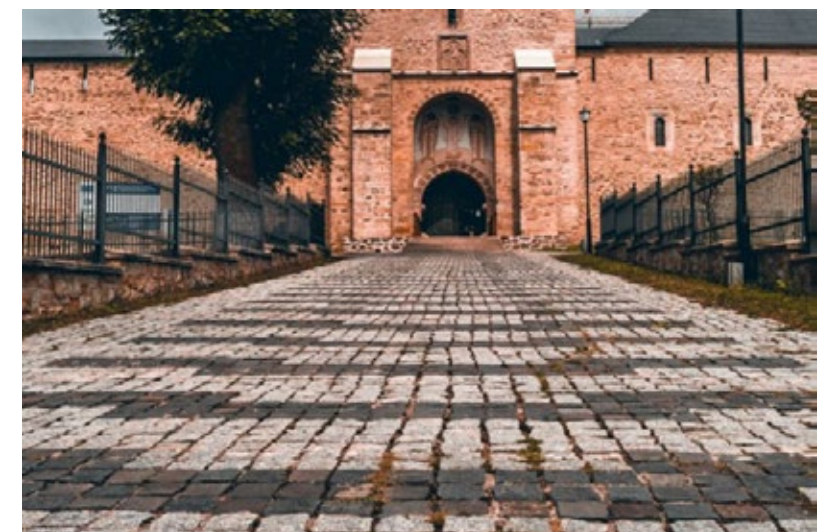
Nguồn: PATH – Sáng kiến Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng

5. Bố cục đường dẫn

Bố cục đường dẫn giúp dẫn dắt người xem, thu hút sự chú ý của mọi người vào những điểm quan trọng. Bất cứ điều gì từ những con đường, tường rào hay hoa văn có thể được sử dụng để làm đường dẫn. Những bố cục chụp theo phong cách này thường tạo chiều sâu cho bức ảnh rất lớn, rất thích hợp cho chụp ảnh đường phố, hay chụp kiến trúc.



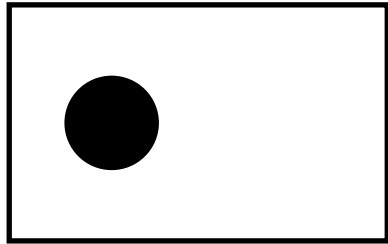
Nguồn: Internet



Nguồn: Internet

6. Bố cục tạo khoảng trống rộng

Đặc trưng của bố cục này là để lại rất nhiều khoảng không gian trống xung quanh chủ thể của bạn. Nó tạo ra cảm giác của sự đơn giản, giúp người xem tập trung vào chủ thể chính mà không gây ra phân tâm. Nhìn có vẻ đơn giản nhưng đây là bố cục khá khó chụp, đòi hỏi bạn phải am hiểu về khả năng quan sát kết hợp với cảm nhận màu sắc tốt.



Nguồn: Internet



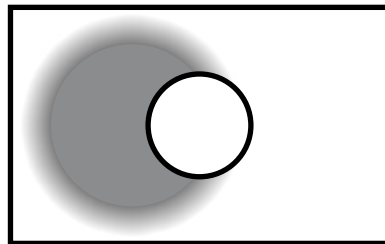
Nguồn: Internet

7. Sử dụng độ sâu trường ảnh

Độ sâu trường ảnh là sự chuyển đổi từ tiêu cự sắc nét (các vùng bạn muốn được chú ý nhất) sang các vùng mờ, mất nét trong ảnh.

Với điện thoại, bạn có thể lựa chọn kiểu chụp này bằng chế độ chụp ảnh chân dung.

Với máy ảnh, bạn có thể kiểm soát mức độ ảnh trong tiêu điểm bằng cách thay đổi cài đặt về khẩu độ (độ mở của ống kính) trong máy ảnh của bạn. Khẩu độ càng lớn, ánh sáng lọt vào càng nhiều, độ sâu trường ảnh sẽ nông hơn, đồng nghĩa với việc chỉ một số chi tiết trong ảnh được lấy nét. Ngược lại, khẩu độ càng nhỏ sẽ có ít ánh sáng lọt vào, trường ảnh sẽ sâu hơn làm vùng được lấy nét trong ảnh nhiều hơn.



Nguồn: Internet



Nguồn: PATH – Sáng kiến Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng

8. Tạo khung cho bức ảnh

Lập khung là một kỹ thuật về bố cục ảnh mà trong đó bạn đưa những hình ảnh vào bên trong một khung bao quanh đối tượng, làm nổi bật lên đối tượng, tạo điểm nhấn cho bức ảnh. Bạn có thể thỏa sức sáng tạo, sử dụng các “khung tự nhiên” như cây cối, vách đá,... để tạo khung cho chủ thể của bạn khi chụp ảnh ngoài trời.



Nguồn: Internet

9. Thay đổi góc chụp

Hầu hết mọi người thường có thói quen đứng và chụp ảnh từ độ cao ngang mắt. Tất nhiên, cũng có những bức ảnh đẹp ra đời từ góc chụp này, nhưng đôi khi hãy đổi điểm quan sát của bạn và hướng góc máy lên trên, xuống dưới hay thậm chí là bắn ảnh từ vị trí ngang hông, bạn sẽ có những bức ảnh đẹp đến bất ngờ. Tương tự như vậy, hãy thay đổi khoảng cách đến vật thể bạn muốn chụp, lại gần hơn một chút, lấy nét và xem bạn có thích kết quả này không.



Nguồn: PATH – Sáng kiến Hợp tác thể thao vì sức khỏe cộng đồng



Lưu ý: Hãy loại bỏ những thứ gây phiền nhiễu khỏi ảnh. Đôi khi, việc bạn cân nhắc nên đưa hay không đưa thứ gì vào ảnh cũng góp phần tạo nên một bức ảnh đẹp. Các yếu tố gây mất tập trung được đặt ở những vị trí kỳ lạ cũng sẽ thay đổi cảm giác của bạn một cách đáng kể. Để loại bỏ sự phân tán này, bạn đừng ngần ngại di chuyển sang một góc máy khác hoặc làm mờ hậu cảnh. Dù vậy bạn cũng chỉ nên áp dụng từ một đến hai kỹ thuật nói trên cho một bức ảnh duy nhất để tránh bị rối ảnh nhé!



4 HƯỚNG DẪN DỰNG CLIP BẰNG CAPCUT

Capcut là một ứng dụng khá phổ biến hiện nay dùng để chỉnh video một cách miễn phí, chuyên nghiệp bằng điện thoại và máy tính. Để tạo một video bằng Capcut nhanh chóng trên điện thoại, bạn cần thực hiện các bước sau:

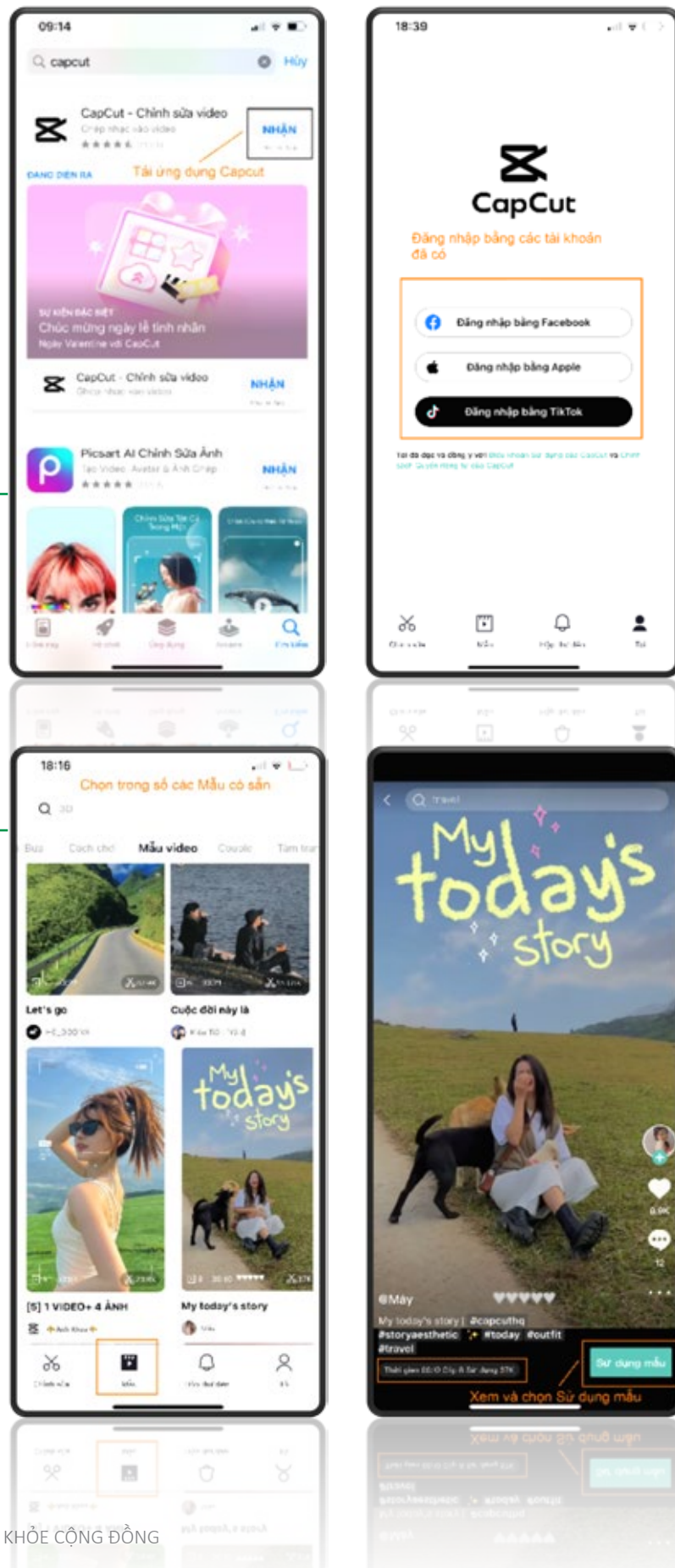
Bước 1: Tải Capcut trên điện thoại:

Bạn có thể tải Capcut miễn phí từ App Store hoặc Google Play.

Bước 2: Tạo video mới

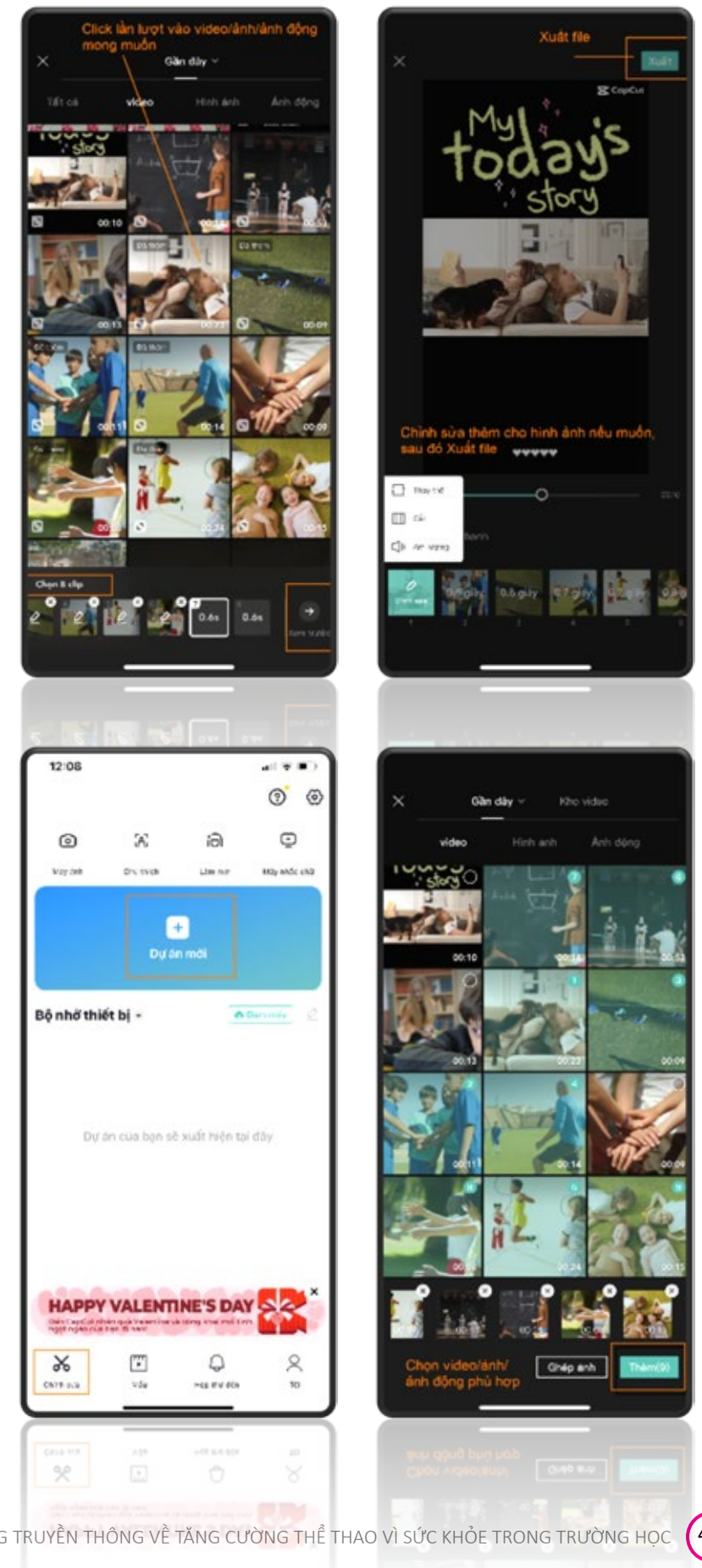
Phương án 1: Sử dụng mẫu video

Chọn mẫu: Capcut có một thư viện mẫu rất phong phú, video nội dung đơn giản khoảng dưới 30 giây, ví dụ tập trung mô tả một hoạt động, một đối tượng hoặc điểm nhấn các hình ảnh tiêu biểu kèm thông điệp ngắn gọn. Bạn có thể: xem trước các mẫu này rồi viết kịch bản và chuẩn bị hình ảnh theo. Ngược lại, nếu bạn đã có kịch bản và một số hình ảnh, bạn cần tìm mẫu phù hợp.



Chọn hình ảnh và xuất file

Chọn lần lượt video hoặc ảnh theo diễn biến kịch bản mà bạn mong muốn. Nhược điểm của Mẫu là bạn cần chọn đúng số hình ảnh theo mẫu, tuân thủ thời lượng từng đoạn và các chữ có sẵn trên mẫu. Xem trước bản ghép, sửa đổi hình ảnh hoặc âm thanh nếu muốn. Sau đó xuất file để sang bước Chỉnh sửa (nếu cần).



Phương án 2: Tùy chỉnh thủ công:

Chọn Tạo dự án mới để tạo một video tùy chỉnh mà không sử dụng mẫu. Để bắt đầu, chọn lần lượt video hoặc ảnh theo diễn biến kịch bản mà bạn mong muốn, bạn vẫn có thể thêm bớt hoặc đảo vị trí video khi cần.



Bước 3: Chỉnh sửa video

Chỉnh sửa hình ảnh và thêm nhạc nền cho video không sử dụng mẫu. Bạn có thể thêm nhạc nền và/hoặc lời dẫn trước. Hãy điều chỉnh thời lượng các video/ảnh cho phù hợp, ví dụ để khớp với lời dẫn, thêm bớt video/ảnh và các hiệu ứng hình ảnh nếu cần.

Bạn có thể thêm văn bản (tiêu đề, chú thích), nhãn dán, lớp phủ (filter), hiệu ứng khác, điều chỉnh màu sắc hình ảnh... Có rất nhiều tính năng hỗ trợ giúp bạn tạo nên một video sinh động theo ý muốn, hãy khám phá nhé. Hãy xem lại nhiều lần để đảm bảo video của bạn mang phong cách và trải nghiệm phù hợp với mục đích của bạn. Ví dụ nếu video dạng Vlog gần gũi thì hiệu ứng cũng nên nhẹ nhàng, không quá rối. Nếu video cố gắng gây ấn tượng mạnh về thị giác thì hiệu ứng, màu sắc cũng có thể nhiều và lạ hơn.



Bước 4: Lưu và chia sẻ:

Sau khi hoàn tất việc tạo video, ấn vào biểu tượng xuất file ở góc trên bên phải màn hình, chọn độ phân giải tối thiểu là HD (1080P). Bạn có thể lưu video trên điện thoại hoặc chia sẻ nó trên các mạng xã hội như Facebook, Instagram, hoặc YouTube. Bạn cũng có thể quay lại Capcut để chỉnh sửa thêm cho video đã làm.

Chúc mừng bạn đã hoàn thành sản phẩm video bằng Capcut! Cùng xem 02 video được tạo ra theo các bước hướng dẫn ở trên để tham khảo nhé. Chắc chắn bạn có thể tạo ra nhiều video hay và sáng tạo hơn thế. Bắt tay thôi nào.



<https://www.youtube.com/shorts/-QOtpuLmWo>
Dùng mẫu



<https://youtu.be/vZbHh8szZf8>
Chỉnh sửa thủ công

Nguồn: PATH

GHI CHÚ

Video minh họa có sử dụng các cảnh quay do nhà trường cung cấp, các cảnh quay không có bản quyền từ trang <https://www.pexels.com/> và ảnh từ <https://www.freepik.com>.



BIỂU MẪU

SỞ/ PHÒNG GD-ĐT
TRƯỜNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: /KH-THCS , ngày tháng năm 2025

KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI TRUYỀN THÔNG DƯỚI CỜ THỂ THAO
VÌ SỨC KHỎE NĂM HỌC

1. Thời gian, nội dung triển khai

TT	Thời gian truyền thông	Nội dung truyền thông (*)	Hình thức tổ chức	Giáo viên, lớp tham gia tổ chức hoạt động
1	Buổi 1: Sáng ...			
2	Buổi 2: Chiều ...			
3				

2. Kế hoạch luyện tập (nếu có):

3. Tóm lược những điểm cần nhớ và thực hiện chính để giáo viên và học sinh có thể áp dụng

(*) 5 môn thể thao bao gồm:

- Bóng đá
- Bóng chuyền
- Vovinam
- Kéo co
- Shuffle dance

ĐẠI DIỆN BAN GIÁM HIỆU

NGƯỜI LẬP KẾ HOẠCH

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC SỰ KIỆN THỂ DỤC THỂ THAO,
LỒNG GHÉP TRUYỀN THÔNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

1. Mục đích:
2. Thời gian tổ chức:
3. Địa điểm tổ chức:
4. Đối tượng tham gia:
- Học sinh: Lớp/ khối, số lượng dự kiến

• Giáo viên: Số lượng dự kiến

• Cha mẹ học sinh lớp/ khối: Số lượng dự kiến
5. Hình thức tổ chức:
6. Câu thông điệp trong sự kiện:
7. Lịch trình tổ chức các hoạt động tuyên truyền trong sự kiện:

STT	Thời gian	Tên hoạt động
1		Đoạn giới thiệu mục đích ý nghĩa sự kiện:
2		Hô câu thông điệp trong sự kiện:
3		Tổ chức tiết mục tuyên truyền.
4		Tổ chức hoạt động thể thao
5		Tổng kết, trao giải thưởng

8. Kế hoạch giải thưởng:
9. Phân công thực hiện:
- Phân công luyện tập, Phân công trọng tài, Phân công tổ chức giải; Phụ trách công tác truyền thông, Viết bài, đưa tin

ĐẠI DIỆN BAN GIÁM HIỆU

NGƯỜI LẬP KẾ HOẠCH

BÁO CÁO KẾT QUẢ SỰ KIỆN THỂ DỤC THỂ THAO,
LỒNG GHÉP TRUYỀN THÔNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

1. Tên sự kiện:
2. Thời gian tổ chức:
3. Địa điểm tổ chức:
4. Đối tượng tham gia thực tế (ước tính):
- Học sinh: Lớp/ khối, số lượng dự kiến

• Giáo viên: Số lượng dự kiến

• Cha mẹ học sinh lớp/ khối: Số lượng dự kiến
5. Hình thức tổ chức:
6. Đường dẫn đến folder thu thập hình ảnh, video:
- Cách đặt tên folder: Thời gian - Sự kiện thể thao - Tên trường
- Hình ảnh, video bao gồm:
- Hình ảnh minh họa các hoạt động trong Sự kiện:

• Video quay:

- Điểm nhanh hình ảnh nổi bật tại sự kiện như hoạt động như: chụp ảnh check in, lễ khai mạc, hô khẩu hiệu, thi đấu, cổ vũ, trao giải.

- Quay trọn vẹn thời lượng các hoạt động như Giới thiệu mục đích ý nghĩa, thông điệp sự kiện, tiết mục tuyên truyền như trò chơi hoặc tiết mục truyền thông sân khấu.

- Quay phỏng vấn tối thiểu 2 thành viên tham gia để chia sẻ cảm xúc về sự kiện và ý nghĩa trong việc tuyên truyền thúc đẩy hoạt động thể dục thể thao.

ĐẠI DIỆN BAN GIÁM HIỆU

NGƯỜI BÁO CÁO

Số: /KH-THCS , ngày tháng năm 2025

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC CUỘC THI SẢN PHẨM
TRUYỀN THÔNG Ở CẤP TRƯỜNG

1. Thời gian thực hiện: Ngày tháng năm 2025.
2. Quy mô và đối tượng tham gia: Số lượng sản phẩm truyền thông thể thao vì sức khỏe do học sinh thực hiện khối :
- Tranh cổ động/ Infographic: sản phẩm,
 - Video ngắn: sản phẩm
 - Đường dẫn đến folder có các sản phẩm truyền thông cấp lớp dự thi: Tên folder; Sản phẩm thi truyền thông - Tên trường, trong đó có folder sản phẩm từng lớp
3. Thể thức chấm giải:
4. Dự trù cơ cấu giải thưởng:
- Giải nhất
 - Giải nhì
 - Giải ba
5. Bảng tiêu chí chấm điểm:

Tiêu chí (*)	Giám khảo			
	Gv..	Gv..		
Hình thức truyền tải kiến thức hấp dẫn và sinh động				
Kích thích được tính sáng tạo, chủ động của học sinh				
Học sinh nhớ và vận dụng thông điệp chính				
.....				

(*): Thang điểm 10, với trọng số như nhau với các tiêu chí
Bảng tiêu chí chấm điểm thi sản phẩm truyền thông do học sinh thực hiện theo Biểu 6

6. Phân công thực hiện
- Phân công tổ chức giải
 - Phân công ban giám khảo
7. Kế hoạch ghi hình, đóng gói sản phẩm đạt giải:
- Thời gian
 - Phân công luyện tập
 - Phân công chịu trách nhiệm hình ảnh/ chất lượng ghi hình
 - Đường dẫn đến folder có các sản phẩm truyền thông cấp trường đạt giải

ĐẠI DIỆN BAN GIÁM HIỆU NGƯỜI LẬP KẾ HOẠCH

Số: /KH-THCS , ngày tháng năm 2025

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC CUỘC THI SẢN PHẨM
TRUYỀN THÔNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE Ở CẤP TỈNH

1. Thời gian thực hiện: Ngày tháng năm 2025.
2. Địa điểm tổ chức:
3. Quy mô và đối tượng tham gia: Số sản phẩm truyền thông thể thao vì sức khỏe do học sinh trường thực hiện:
- Tranh cổ động/ Infographic: sản phẩm
 - Video ngắn: sản phẩm
 - Đường dẫn đến folder có các sản phẩm truyền thông cấp trường dự thi:
4. Thể thức chấm giải:
- Sản phẩm truyền thông có tổng điểm cao nhất theo ô Tổng điểm của cột Kết quả điểm thành phần của Biểu 6 Bảng chấm điểm thi sản phẩm truyền thông do học sinh các trường thực hiện của toàn bộ các thành viên ban giám khảo
5. Dự trù cơ cấu giải thưởng:
- Giải nhất
 - Giải nhì
 - Giải ba
6. Phân công thực hiện
- Phân công tổ chức
 - Phân công thực hiện
 -
7. Quảng bá các sản phẩm truyền thông đạt giải trên các phương tiện truyền thông đại chúng, mạng xã hội:
- Hình thức
 - Thời gian
 - Cán bộ phụ trách

ĐẠI DIỆN SỞ GIÁO DỤC NGƯỜI LẬP KẾ HOẠCH

....., ngày tháng năm 2025

BẢNG CHẤM ĐIỂM THI SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG
DO HỌC SINH CÁC TRƯỜNG THỰC HIỆN

Tên Giám khảo chức danh	Tên bài dự thi	Tiêu chí chấm điểm sản phẩm truyền thông	Trọng số	Điểm (*)	Kết quả điểm thành phần	Nhận xét
.....	Bài số	Thông điệp: Ý nghĩa, dễ nhớ, đúng chủ đề, có khả năng lan tỏa và kêu gọi hành động	30%		0	
.....	Tên tác phẩm	Phát triển nội dung: Rõ ràng, súc tích; thông tin và lời khuyên (nếu có) chính xác, đáng tin cậy, bổ ích/dễ áp dụng	20%		0	
.....	Tên tác giả	Tính thẩm mỹ: Bố cục chặt chẽ, sản phẩm đẹp mắt, chân thực, dễ hiểu, tạo cảm xúc cho người xem	20%		0	
.....	Tên lớp		20%		0	
.....	Tên trường		20%		0	
.....		Tính sáng tạo: Ý tưởng độc đáo, ấn tượng, hợp thị hiếu, thu hút người xem	20%		0	
.....		Tính công phu: Sản phẩm có nhiều sự đầu tư thời gian, công sức, kỹ thuật để đảm bảo sự chỉnh chu, hoàn thiện	10%		0	
.....		TỔNG ĐIỂM				

(*) Thang điểm: 0-1: Rất kém; 2-3: Chưa đạt; 4-6: Đạt/ Tạm được; 7-8: Khá; 9-10: Xuất sắc

ĐẠI DIỆN BAN TỔ CHỨC

GIÁM KHẢO



SỔ TAY HƯỚNG DẪN TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG VỀ TĂNG CƯỜNG THỂ THAO VÌ SỨC KHỎE

Để tìm hiểu thêm về các hoạt động của sáng kiến,
vui lòng truy cập:



Website



Facebook