



MINISTRY OF EDUCATION AND TRAINING

**FPT UNIVERSITY**  
**Capstone Project Document**  
**REPORT 1**

---

**Media Campaign:**

**TELL THE STORIES OF MY FAMILY**  
**<Kể Chuyện Nhà Minh>**

<b>&lt;INSOMNIA PRODUCTION&gt;</b>	
<b>Group Members</b>	Nguyễn Trương Hoàng Ngân - SS140065 Nguyễn Thị Trúc Anh - SS140067 Phan Thanh Qui - SS140091
<b>Supervisor</b>	Hoang Vu Quoc Anh
<b>Capstone Project code</b>	SU22MCO1

## Table of Contents

I. Research campaign	3
1. Problems analysis:	3
2. Secondary research:	3
2.1 Level 1 – Preconventional Morality:	4
2.2 Level 2 – Conventional Morality:	6
2.3 Level 3 – Postconventional Morality:	7
3. Primary research:	10
3.1 “Anh/chị có thường hay nói chuyện và tâm sự với con của mình hay không?”/ “Bạn có thường hay chia sẻ và tâm sự với bố mẹ hay không?”	10
3.2 “Các loại chủ đề mà bố mẹ và con cái THƯỜNG hay chia sẻ với nhau?”	11
3.3 “Vì sao con cái và bố mẹ lại KHÔNG THỂ chia sẻ được với nhau?”	11
4. Evaluation:	12
II. Development	13
1. Project Identify:	13
1.1 Logo:	13
1.2 Color pallet:	14
1.3 Typography:	15
2. Project planning:	15
2.1 Big Idea:	15
2.2 Key Message:	15
2.3 Target Audience:	15
3. Communication plan:	19
3.1 Strategy approach:	19
3.2 KPI & Objective of Campaign:	20
III. References	21
IV. Appendix	22
1. Survey project:	22
1.1 Survey campaign:	22
1.2 Depth interview campaign:	25

## **I. Research campaign**

### **1. Problems analysis:**

The communication gap between parents and children has recently been a hot topic. Because the number of teenagers aged 12 to 17 committing suicide has been increasing recently, nearly 89 percent of parents are shocked by their child's conduct. According to a poll by the Centers for Disease Control and Prevention in 2022, more than 15 percent of 12 to 17-year-olds report having at least once considered suicide due to conflicts. In addition, 367 out of 410 pupils (81.2%) responded: "they are having difficulties with their parents" when asked about their relationship with their parents (Lynn, 2022).

The lack of communication between parents and their children has led to many social issues such as family violence, suicide, and mental health problems. To prevent that situation, we have conducted primary and secondary research to find out why parents and children cannot communicate with each other. How can we improve the relationship between parents and children at home?

### **2. Secondary research:**

Teenagers are the time between childhood and adulthood that marks the shift from childhood to adulthood. It entails significant physical and psychological changes in a young person's life. This period typically lasts from 10 to 17 years old. At this age, children are marked by emotional decision-making. So we frequently observe an increase in irritability, poor attitudes, and negative emotional expressions in the form of defiance, disdain, and sarcasm.

As a result, children and their families may experience miscommunication due to the numerous physical, sexual, cognitive, social, and emotional changes that occur during this time will common causes of family conflict. There is much discussion and various questions regarding the core reason for this. For example, if puberty occurs at a younger age, is it inevitable that parents would play catch-up to ensure that the communication gap between them does not increase, or should children obey their parent's needs to guarantee that it does not?

The stages of moral development, proposed by Lawrence Kohlberg in 1958, is a whole-step theory of moral development that is based on Jean Piaget's theory of moral judgment for children (1932). The thesis also indicates that moral logic is concerned with pursuing and maintaining justice (Cherry, 2021).

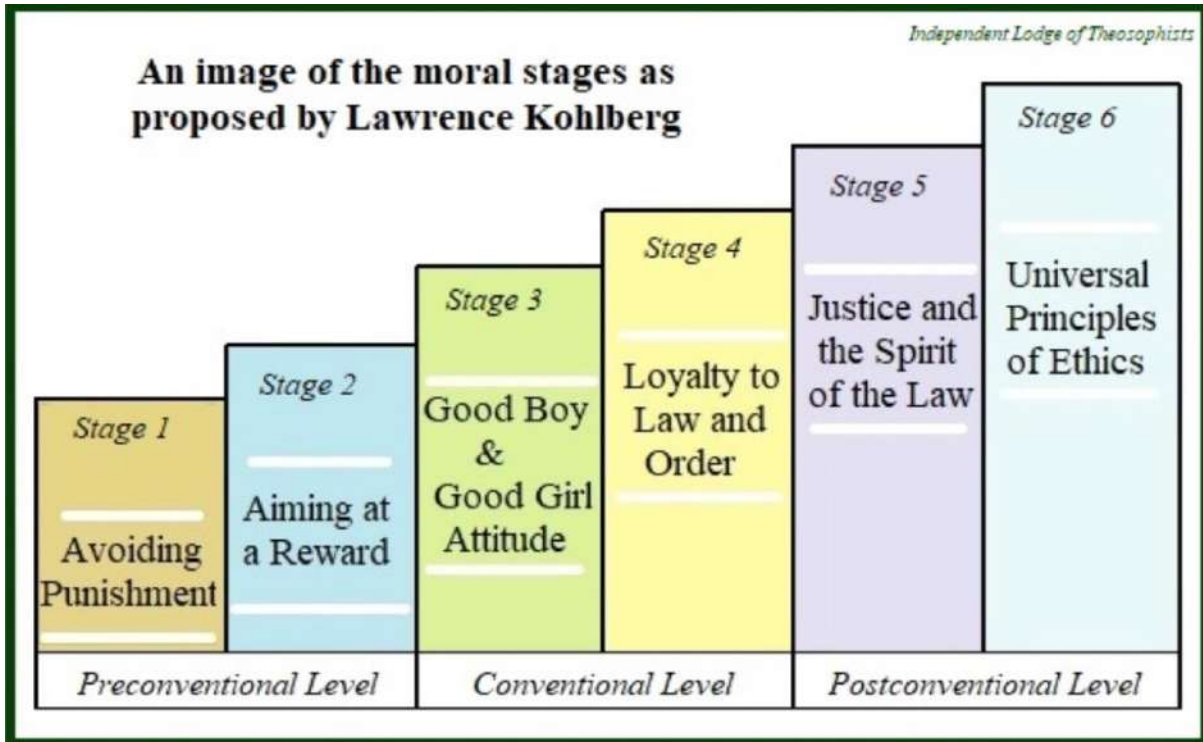


Figure 1. Stages of Moral Development in (Kohlberg Lawrence, 1958, quoted in Carlos Cardoso Aveline's Blog, 2019)

**2.1 Level 1 – Preconventional Morality:**

The first stage of moral evolution is pre-conventional morality. It lasts until about nine years of age. Children's decisions are influenced mainly by adults' expectations and the punishments for disobeying the rules at this age. This level consists of two stages:

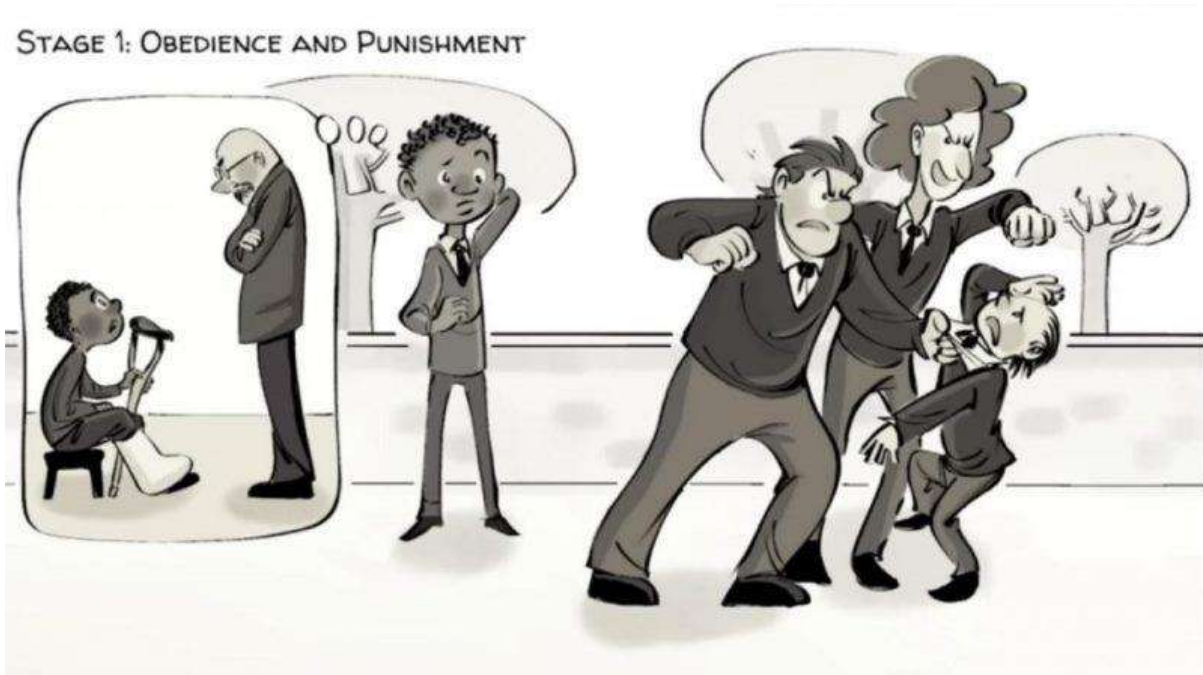


Figure 2. Stage 1: Obedience and punishment (Jonas Koblin, 2021)

Stage 1 (Obedience and Punishment): The earliest phases of moral development are obedience, and punishment is most prevalent in young children from 0 to 9 years old, although adults can also articulate this thinking. However, according to Kohlberg, during this stage of development, children view rules as set and absolute they must obey. Therefore, respecting the rules is necessary in order to avoid punishment.



Figure 3. Stage 2: Self-interest (Jonas Koblin, 2021)

Stage 2 (Individualism and Trade): At the individuality and change stage of moral development, children consider individual perspectives and evaluate activities based on their thinking and how well they satisfy others' needs. In moral development, reciprocity between parents and children is possible, but only if it is valid for the children.

Children begin to recognize several perspectives on a situation at this stage, as each individual has a unique viewpoint. As children learn to evaluate all acts from their perspective, they prioritize earning rewards or satisfying their desires for performing tasks. For instance, if their parents ask them to perform household duties, they anticipate receiving chocolates or other gifts as remuneration. Throughout this period, infants become predominantly egocentric and perform everything for their benefit. As a result, children at this age acquire a more equitable outlook.

## 2.2 Level 2 – Conventional Morality:

The conventional morality stage often begins at ten and lasts until adulthood. During this time, adolescents concentrate on fitting in with society and fostering connections with others. They begin to absorb the values and norms of society and faithfully adhere to them because they feel that these regulations are in their and society's best interest. Individuals seldom question the appropriateness of social norms, and their moral reasoning patterns in their local context are significantly influenced by the people and culture they are surrounded by. Most people remain in the conventional morality stage and do not progress to the next or final stage of moral development, post-conventional morality. This level consists of stages 3 (excellent interpersonal relationships) and 4 (system-maintaining attitude), discussed in more detail below.



Figure 4. Stage 3: Interpersonal accord and conformity (Jonas Koblin, 2021)

Stage 3 (Good Impersonal Relationship): In stage 3, children/people are concerned with their public image and seek to view themselves as good members of society; hence, this stage is also known as the "good boy-good girl orientation stage." They begin to comprehend the concepts of commitment, gratitude, and loyalty. Their manners and moral judgments control by societal values, standards, and acceptability. At this stage, individuals are driven mainly by the question, "What do others think of me?" At this point, the majority of the population adheres to the general trends and standards of the majority.



#### STAGE 4: AUTHORITY AND MAINTAINING SOCIAL ORDER



Figure 5. Stage 4: Authority and maintaining social order (Jonas Koblin, 2021)

Stage 4: Authority and maintaining social order: At this stage, their perspective on a scenario broadens as they evaluate diverse situations based on society's collective opinion. The moral conduct of these people is dictated by societal standards and rules rather than by personal relationships. They think societal norms, standards, and deference to authority must be maintained. They are emphatic that everyone must adhere to these norms and standards since they feel that if one person does not follow the rules, others may do so. The bulk of individuals remain at this stage throughout their lives, blindly clinging to these traditions because they feel they are vital and beneficial for the smooth functioning of society. People at this level stick to the rules no matter how hard they think.

#### **2.3 Level 3 – Postconventional Morality:**

Postconventional morality is the pinnacle of moral development and the highest degree of morality. At this level, people sense that while they are members of society, they are also different creatures. A rule benefits the community but does not mean helping the individual. They assert that social standards or norms are essential to society, but that does not imply that they cannot challenge such rules; instead, they believe in disobeying regulations that they deem unfair or inconsistent with their values. At this stage, an individual's morality is not dependent on society's perspective. It bases on abstract principles or standards that can be applied to every scenario from the individual to society. They believe in a "self-first" attitude, which is why this level makes a mistake with the first level (pre-conventional) of moral development. Numerous theories suggest that only a small fraction of people (about 10 to 15 percent) have reached this

level, as most individuals lack the understanding of morality based on abstract conceptions necessary for this stage. These people remain at level 2 because their morality is dependent on the views of others rather than their moral standards.



Figure 6. Stage 5: Social contract (Jonas Koblin, 2021)

Stage 5 Social Contract Situation and Individual Rights: People at stage 5 learn to see that each person has his or her perspectives, beliefs, and ideas. They consider regulations a social compact rather than a rigid, must-be-obeyed order. They feel that rules should only observe if they make sense to them and contribute to society's and the individual's well-being. The purpose of society's laws and norms is to promote the welfare of the populace. Nevertheless, if they are not in the individual's interest and solely concern the community's welfare, then stage 5 people believe these laws should be modified or amended accordingly. The majority of the people should change the legislation. This stage's structure of moral reasoning provides the foundation for democratic government concepts.



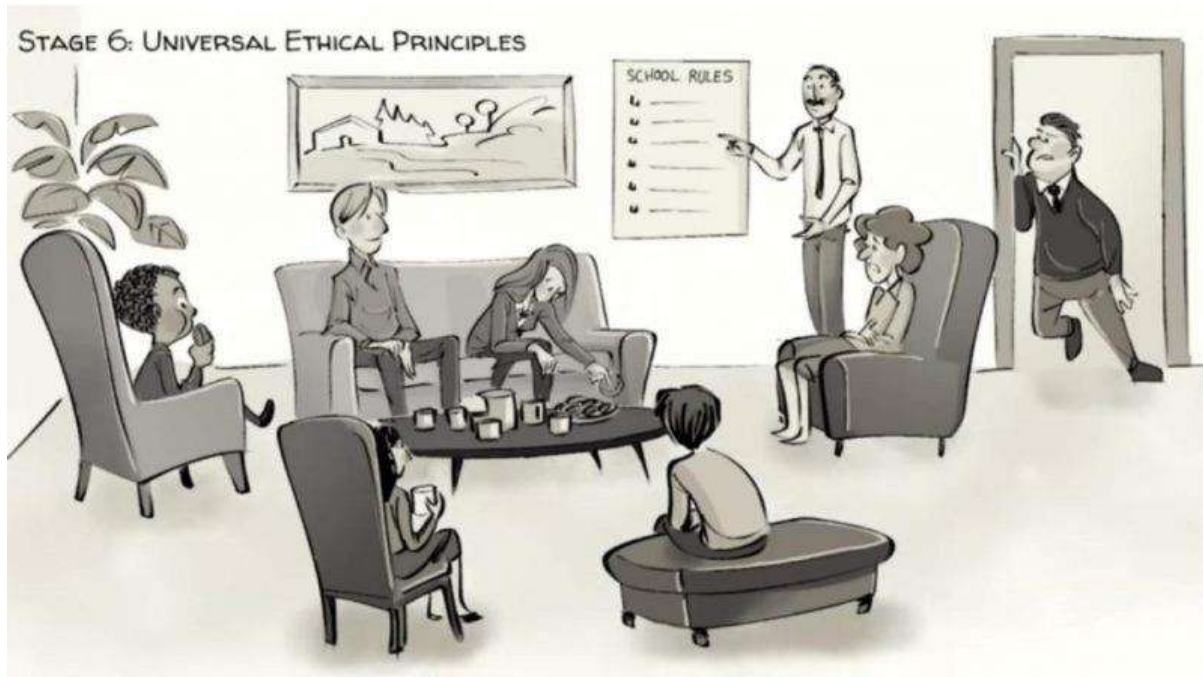


Figure 7. Stage 6: Universal ethical principles (Jonas Koblin, 2021)

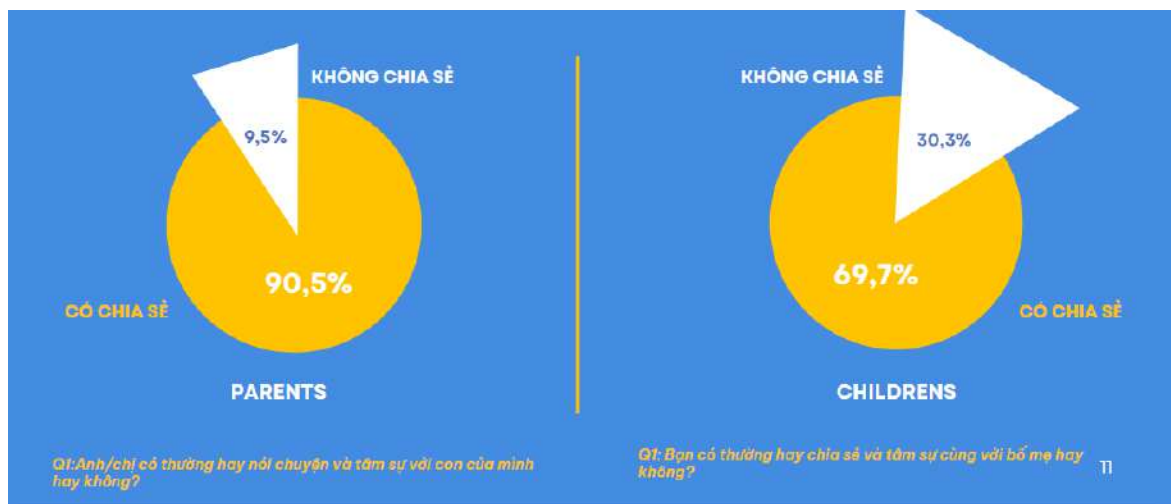
Stage 6 Universal Ethical Principles Orientation: Stage 6 is the last level of moral development, and few people reach it. People at this level adhere to their moral standards or views, which may or may not be by the law. They believe in upholding fundamental human rights like the right to life, liberty, freedom, free speech, and justice. Despite the danger of criticism and legal punishment, they are unafraid of violating the laws of society in order to defend their values. Kohlberg created the sixth stage as a consequence of his insight that the opinions of the majority do not guarantee that it will be the absolute or greatest choice for each person. People at this stage assess whether particular conduct is morally wrong or right based on universal moral ideals such as justice, fairness, and respect for the opinions of others, and they often feel guilty if they fail to conform to these norms. Kohlberg found in his study that it was tough to find people whose actions were always consistent with the six-stage model of moral thinking.

Based on Kohlberg's theory of moral development, we can see that the reasons for parent-child conflicts arise are from the teenage years of 12-17 years old - the moral stage (Conventional Morality). The beginning of puberty is challenging for people and those around them. Due to extreme hormonal swings and concomitant physical changes, the adolescent's disposition, behavior, and cognitive processes all struggle for stability. As a result, it is difficult for parents to develop a sound and balanced relationship with their children. During this period, the difficulty in adjusting to the immediate behavioral changes adds to the strain due to their propensity to fight parental authority. Therefore, our group has carried out and started primary research to understand these problems better in Vietnam, specifically in Ho Chi Minh City.

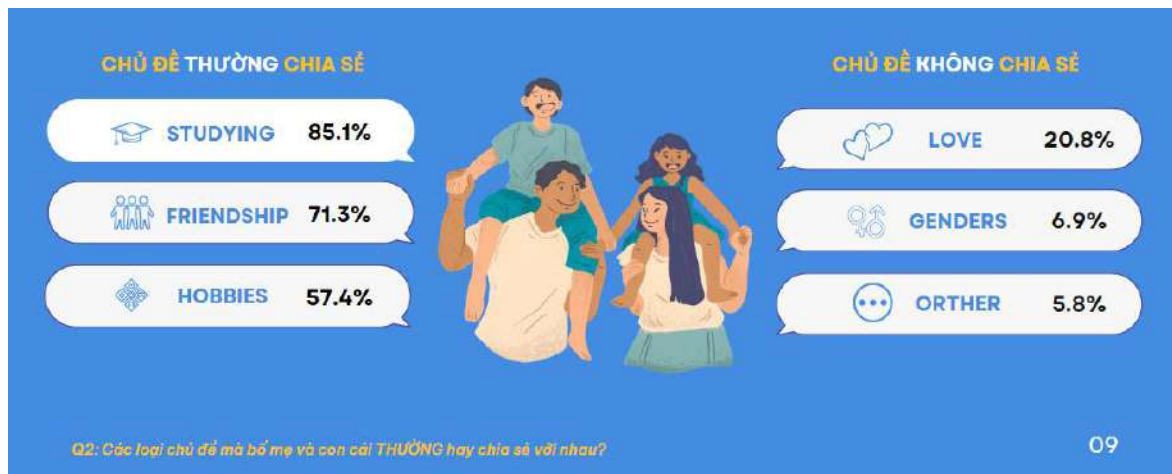
### 3. Primary research:

INSOMNIA conducted primary research in Ho Chi Minh City with 250 survey participants, including 150 students from 12-17 years old and 100 parents whose children are in this age bracket (12-17 years old). This report looks at attitudes and understanding of the gap between children and parents among puberty aged 12-17. It also provides information regarding the perspectives of parents and children on sharing amongst their children and how they monitor and manage it. It means to offer a complete picture of the amount of sharing between children and their parents.

#### 3.1 “Anh/chị có thường hay nói chuyện và tâm sự với con của mình hay không?”/ “Bạn có thường hay chia sẻ và tâm sự với bố mẹ hay không?”

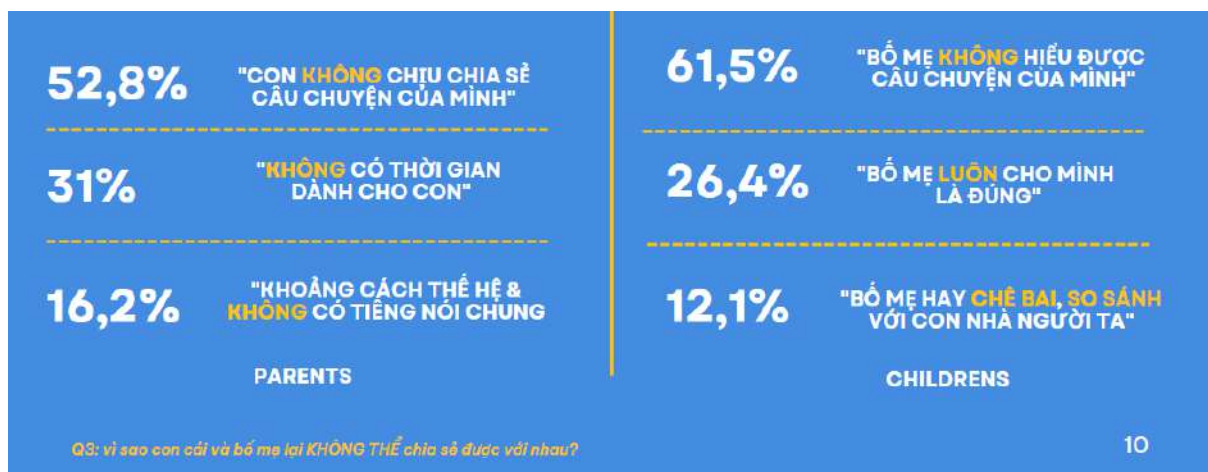


According to a survey of 250 participants from 12 to 17 years old and their parents, more than 69.7 percent of children choose to share their daily stories with their parents, while 30.3 percent do not. In addition, 90.5 percent of parents with children this age said they often share and confide in their children, while just 9.5 percent said they do not. There is a significant difference between sharing and not sharing between parents and children.



### 3.2 “Các loại chủ đề mà bố mẹ và con cái THƯỜNG hay chia sẻ với nhau?”

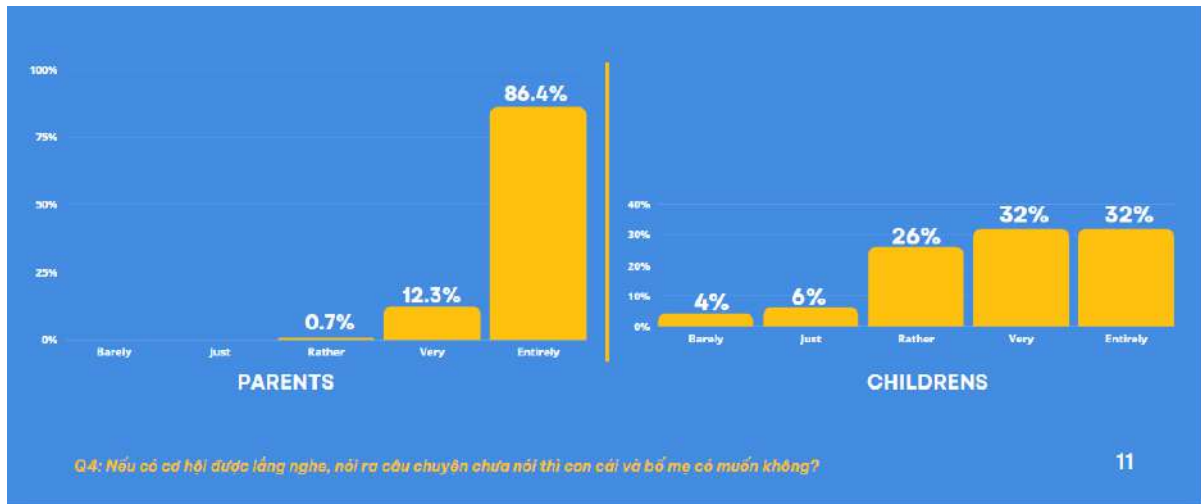
According to a survey, the top topic they choose to share are studies that are chosen the most (85.1 percent), followed by the case of friends (71.3 percent), and interests (57.4 percent), and the topics that are not frequently discussed include love, sex, and others.



### 3.3 “Vì sao con cái và bố mẹ lại KHÔNG THỂ chia sẻ được với nhau?”

According to a survey, children and their parents cannot share their stories because "Children refuse to share their stories." and "They do not have time to spend with their children," and 16.2 percent think that because of "The distance & no common voice." However, approximately 61.5 percent of children say that the reason why they cannot share their stories with their parents. Because "Parents do not comprehend their stories," 26.4 percent of children claimed "Parents always assume they are right," and 12.1 percent said, "Parents often criticize and compare their children to the children of others."

### 3.4 “Nếu có cơ hội được lắng nghe câu chuyện chưa nói của con thì bố mẹ có muốn lắng nghe hay không?”/ “Nếu có cơ hội được nói ra, bạn có muốn được chia sẻ bố mẹ hay không?”



According to a survey, more than 80% of parents and children want to listen to and share their unspoken stories if they have a chance.

#### 4. Evaluation:

Based on the primary and secondary research, Insomnia conducted, we can see that 64% of students want to tell and share their stories with their parents, and 86.4% of parents want to hear their children's unsaid stories.

Moreover, the insights we collected based on the primary and secondary research were:

- Children: more than 50% answered that they do not want to share their stories with their parents because their parents do not understand them.
- Parents: more than 60% answered that they could not communicate with their child because their kids were unwilling to share their thoughts and feelings.

In addition, 100% of survey respondents chose "face-to-face" - direct communication as the tool to "tell" their stories. Therefore, the campaign to promote care and sharing between parents and children is carried out under "Tell the stories about my family."

## II. Development

### 1. Project Identify:

#### 1.1 Logo:

- ❖ Orientation of logo:

KẾ  
CHUYÊN  
NHÀ MINH



The logo will be utilized in the typography because the logo typography conveys a familiar feeling, and the logotype conveys a sense of family.

- ❖ Logo Official:

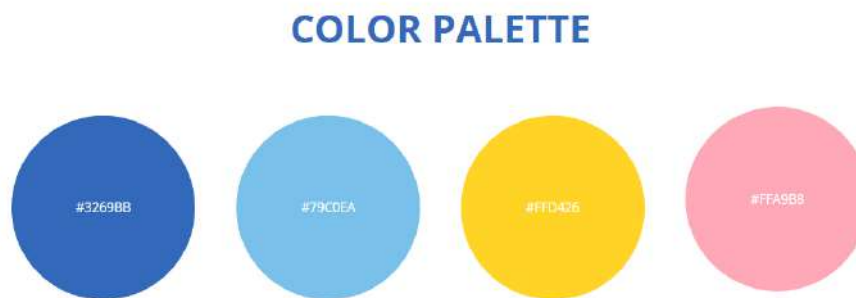
KẾ  
CHUYÊN  
NHÀ MINH

KẾ  
CHUYÊN  
NHÀ MINH





## 1.2 Color pallet:



The color pallet we choose to use in this campaign is Light Blue, Bright blue, Bright Orange, and Pale Red. Because Bright blue and Light Blue are a hue representing trust, it is also a color of emotions, indicating freedom, trust, responsibility, and stability. Moreover, it also induces emotions of tranquility; and the soothing aspect of light blue implies it has a unique potential to impress. Light blue, in particular, is connected with trust and trustworthiness, for the story tells the truth.

The following reasons for selecting three complementary tones for the campaign: Because Bright Orange, Pale Red: The color orange is associated with warmth, excitement, inventiveness, fun, and transformation. Because of its strength and vibrancy, orange is associated with optimism and a love of life. Moreover, orange encourages people to be cheerful and optimistic and promotes communication and connection for everyone. Red represents passion, joy, bravery, resolve, and enthusiasm. Professionally, red draws attention, elicits emotion, and communicates confidence. (Cameron Chapman, 2022).

### 1.3 Typography:

The font we use in the design for this campaign is Good Dog. Because Good Dog is a font often used in the design of themes "Family" and its inherent elegance and flexibility, all patterns and pictograms are supported and provided to satisfy all users. In addition, this font can adapt to many point-of-sale materials, such as posters, event kits, social media posts, key chains, postcards, etc.

KỂ CHUYỆN NHÀ MINH  
KỂ CHUYỆN NHÀ MINH  
KỂ CHUYỆN NHÀ MINH

## 2. Project planning:

**2.1 Big Idea:** "Tell the stories of my family" is a social campaign that bridges the gap between Vietnamese parents and teenage children. The activities throughout the campaign can help gradually remove the barriers between children and parents by using self-expression and family bonding.

**2.2 Key Message:** "Nói để thấu hiểu, nói để yêu thương" - that means sharing is not just talking. It is also understanding and sympathizing with both sides about different perspectives.

### 2.3 Target Audience:

#### ❖ Children:

- Demographics:
  - Title: Student.
  - Aged: 12 - 17 years old.
  - Location: Ho Chi Minh City.
  - Characteristic: They have aggressive behavior, rule-breaking behavior.
- Behavior:
  - Expressing individual truths: gen Z (10-25 years old) rejects labels and values personal expression.

- They organize everything by themselves and believe in the power of conversation to resolve disputes and make the world a better place.
- Members of gen Z (10-25 years old) have been dubbed "digital natives".
- Tend to use social networks to catch the trend.

➤ Media behavior:

For the survey of Nielsen in 2017, “Gen Z Vietnamese” gen Z (10-25 years old) spend almost 46% of their time using social media, and Facebook and Instagram are the platforms used for catching up with the new news and information and contacting their family and friends.

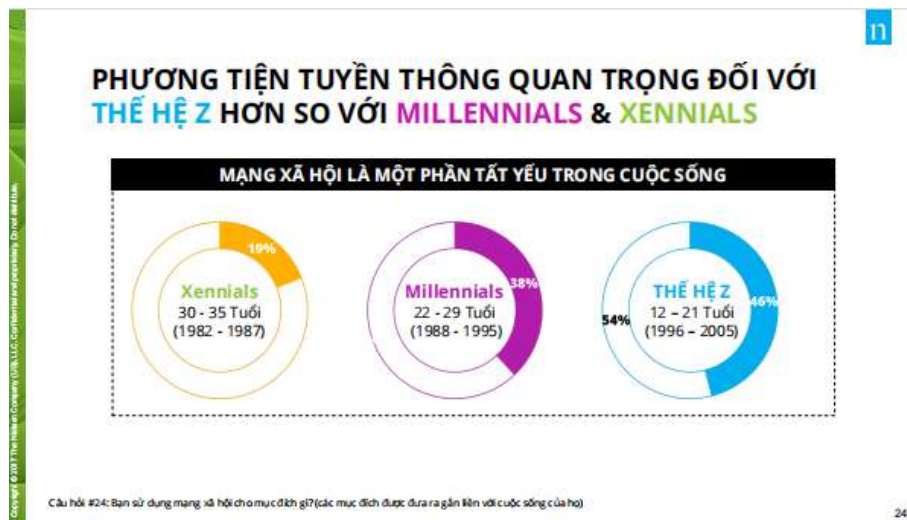


Figure 8. Gen Z Vietnamese Report (The Nielsen Company, 2017)

Moreover, according to those surveyed, 99 percent of Gen Z (10-25 years old) used Facebook as their primary social media network and Instagram as a secondary social media network.



Figure 9. Gen Z Vietnamese Report (The Nielsen Company, 2017)

Besides that, "Audio-visual" content formats combined with "catchy" easy-to-remember hashtags will attract these audiences. So that is why Instagram, Youtube, and Tiktok have their most popular social media platforms.

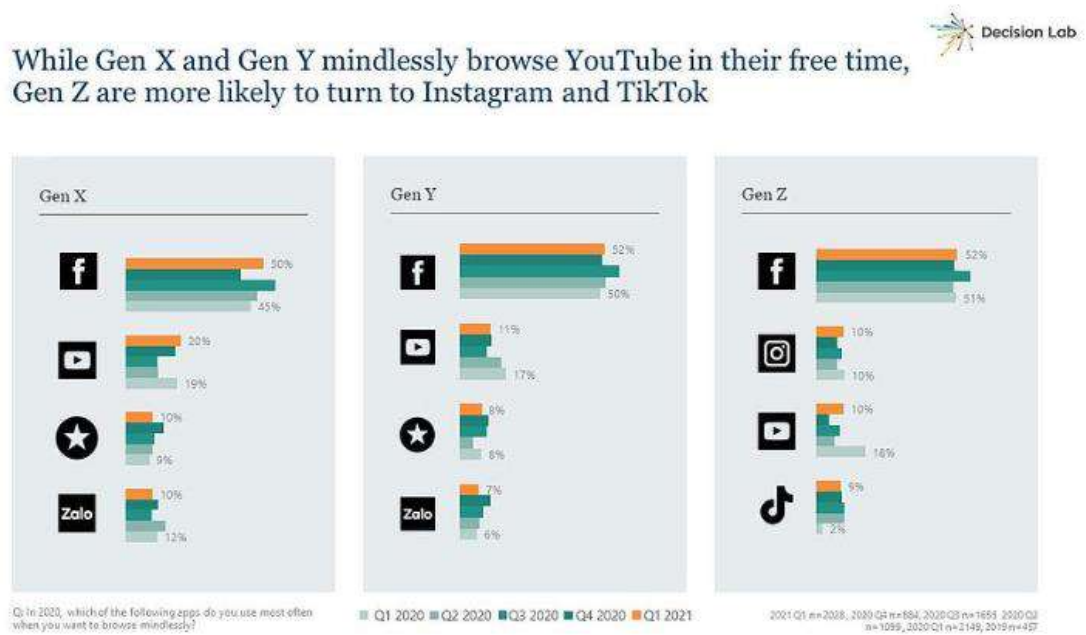


Figure 10. Gen Z's social distraction gives new platforms hope in Vietnam

(Jon Aspirin, 2021)

❖ **Parents:**

➤ **Demographics:**

- Title: Parents of teenagers 12-17 years old.
- Location: Ho Chi Minh City.
- Characteristic: busy lifestyle - parents who are usually busy and caught up in the job cycle.

➤ **Behavior:**

- Authoritarian parenting can impose strict regulations, force the child to follow, and prevent the child from making mistakes. Authoritarian parenting, in general, makes many demands but does not truly listen to their children's needs. Authoritarian parents often punish instead of finding other ways to discipline their children. So they do not focus on teaching children how to make better choices but on making them feel guilty for their mistakes. Children raised by this type of parent tend to follow the rules in society. However, instilled obedience from a young age means they think their opinions are not valuable and therefore have low self-esteem.

- **Uninvolved Parenting:** The parents are apathetic to their children's emotional needs yet provide them with basic needs such as food and shelter. They also rarely set rules or expect their children to behave like they want them to. Children have difficulty expressing feelings when they grow up because they fear being connected or dependent on others.

➤ **Media behavior:**

- According to a survey of Internet users in Vietnam conducted during the first quarter of 2022, Facebook is the most popular social networking platform among all generations. Furthermore, it has dominated the social media landscape in the country and is the most popular active social network among internet users.

- Gen X (42-57 years old) uses Facebook up to 94% more than gen Z (10-25 years old) only 93%. Parents rarely use Instagram, with only 32% of them using the platform.

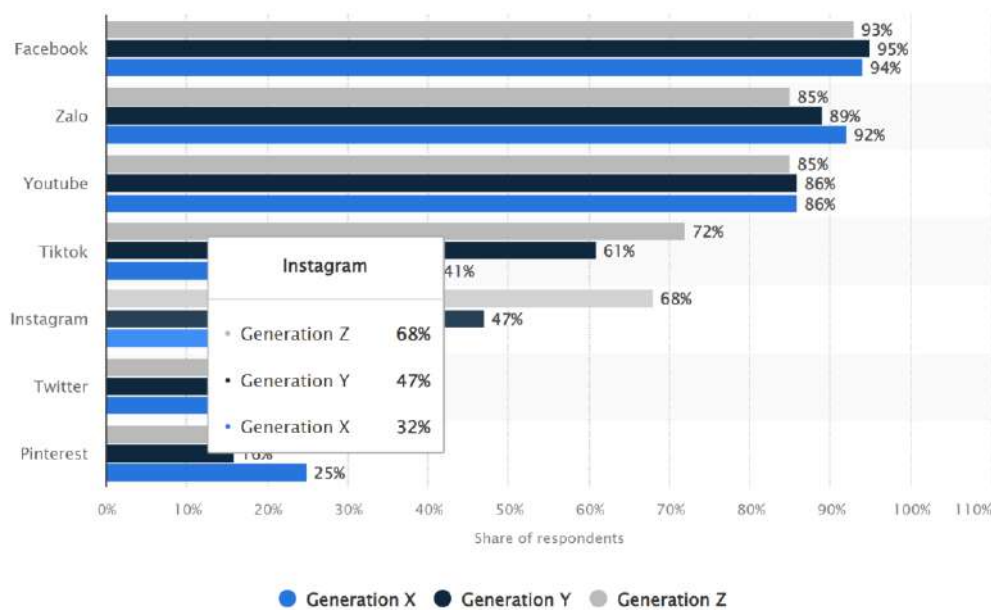


Figure 11. Leading active social media apps among internet users in Vietnam as of 1st quarter of 2022, by generation (Minh Ngoc Nguyen, 2022)



### 3. Communication plan:

Based on the Primary and Secondary research and insight target audience above. We decided to use the AIDA model as the strategy for the “Tell the stories of my family” communication plan and use Facebook and Instagram as communication tools.

#### 3.1 Strategy approach:

<b>Timeline</b>	16/05-29/05	30/05-11/06	12/06-08/07
<b>Phase</b>	Attention	Interest + Desire	Action
<b>Key message</b>	“Kể chuyện nhà mình là..”, kể những câu chuyện gì	Kể chuyện nhà mình-Nói để thấu hiểu, nói để yêu thương	
<b>Goals</b>	+Create curiosity and discussion about the topic “Kể chuyện nhà mình”. +Define what is “Kể chuyện nhà mình”?	+ Create curiosity and discussion about the pressure in "nhà mình" on the topic "con nhà người ta" and a discussion about why parents and children have a communication gap between them. +Give the definition about the keyword “con nhà người ta” & “con nhà mình”.	+Bridge the communication gap between parents and children. +Remove the barriers between children and parents by using self-expression and family bonding. +Expressing the message about sharing is not just talking. It is also understanding and sympathizing with both sides about different perspectives.
<b>Key Activities</b>	Viral clip 1: “Kể chuyện nhà mình là...?”	Viral clip 2: “Kể chuyện nhà mình - điều con chưa kể”.	Talkshow “Kể chuyện nhà mình”.
<b>Platform</b>	Facebook, Instagram		

### 3.2 KPI & Objective of Campaign:

Phase	Objective	KPIs
<b>Phase1: Awareness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+Approach the target audiences (12-17 years old), and their parents.</li> <li>+Consistent visuals to help TA recognize the “Kể chuyện nhà mình” campaign.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+Attain 50,000 total Page Reach through Facebook.</li> <li>+Attain 20,000 total Page Reach through Instagram.</li> <li>+Publish 100 posts through Facebook and Instagram.</li> </ul>
<b>Phase 2 -3: Interest + Desire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+Stimulate engagement and interaction through social media posts.</li> <li>+Spread the key message to make target audiences desire to go to the event.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+Publish 10 posts to community groups and articles on the website</li> <li>+Video viral 1 “Dinh nghĩa ke chuyen nha minh”: Attain the total reach of 10,000.</li> <li>+Video viral 2 “Ke chuyen nha minh-dieu con chua ke”: Attain the total reach of 15,000.</li> </ul>
<b>Phase 4: Action</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+Bridge the communication gap between parents and teenagers.</li> <li>+Direct approach to join-in event.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Attendance: 100-150 participants in the event.</li> <li>+Achieve more than 80% positive responses from attendees</li> </ul>

### III. References

- Adolescence. (2022). Three Stages of Adolescence - Thriving Kids Connection. [Accessed 2 June 2022]
- Adobe.com. 2022. The meaning of blue in design. [online] Available at: <<https://www.adobe.com/creativecloud/design/hub/guides/meaning-of-blue-in-design>> [Accessed 15 May 2022].
- Aspin, J., 2022. Gen Z's social distraction gives new platforms hope in Vietnam. [online] Blogs.timesofisrael.com. 2022. Carlos Cardoso Aveline's Blog. [online] Available at: <<https://blogs.timesofisrael.com/author/carlos-cardoso-aveline/>> [Accessed 2 June 2022].
- Cameron Chapman, 2022. Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color — Smashing Magazine. [online] Smashing Magazine. Available at: <<https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/>> [Accessed 15 May 2022].
- Cherry, K., 2022. How White Impact Moods, Feelings, and Behaviors. [online] Verywell Mind. Available at: <<https://www.verywellmind.com/color-psychology-white-2795822>> [Accessed 15 May 2022].
- Decisionlab.co. Available at: <<https://www.decisionlab.co/blog/gen-zs-social-distraction-gives-new-platforms-hope-in-vietnam>> [Accessed 15 May 2022].
- Hà, Đ., 2022. [online] Vietcetera.com. Available at: <<https://vietcetera.com/vn/8-thuat-ngu-ban-nen-biet-ve-gia-dinh-doc-hai>> [Accessed 4 June 2022].
- Koblin, J., 2022. Kohlberg's 6 Stages of Moral Development – Sprouts – Learning Videos – Social Sciences. [online] Sproutsschools.com. Available at: <<https://sproutsschools.com/kohlbergs-6-stages-of-moral-development/>> [Accessed 14 June 2022].
- May 2022, from <http://thrivingkidsconnection.com/three-stages-of-adolescence/>
- Thuy, L., 2022. Ảnh hưởng của bốn kiểu cha mẹ phổ biến đến sự phát triển của trẻ. [online] vnexpress.net. Available at: <<https://vnexpress.net/anh-huong-cua-bon-kieu-cha-me-pho-bien-den-su-phat-trien-cua-tre-3837146.html>> [Accessed 2 June 2022]
- The Nielsen, C., 2022. Gen Z Vietnamese Report. [ebook] Available at: <<https://drive.google.com/file/d/1tZe8m52CehXMry2ez4GT0h08VFP01fRu/view?usp=sharing>> [Accessed 2 July 2022].

Vietcetera.com. 2022. [online] Available at: <<https://vietcetera.com/vn/bi-quyet-dung-hoa-cac-the-he-trong-gia-dinh>> [Accessed 15 May 2022].

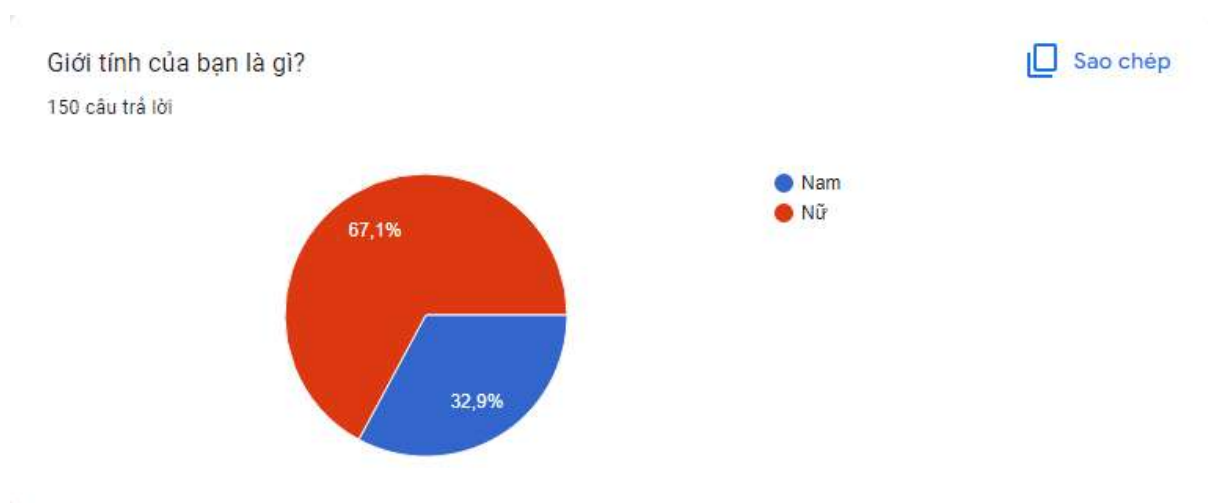
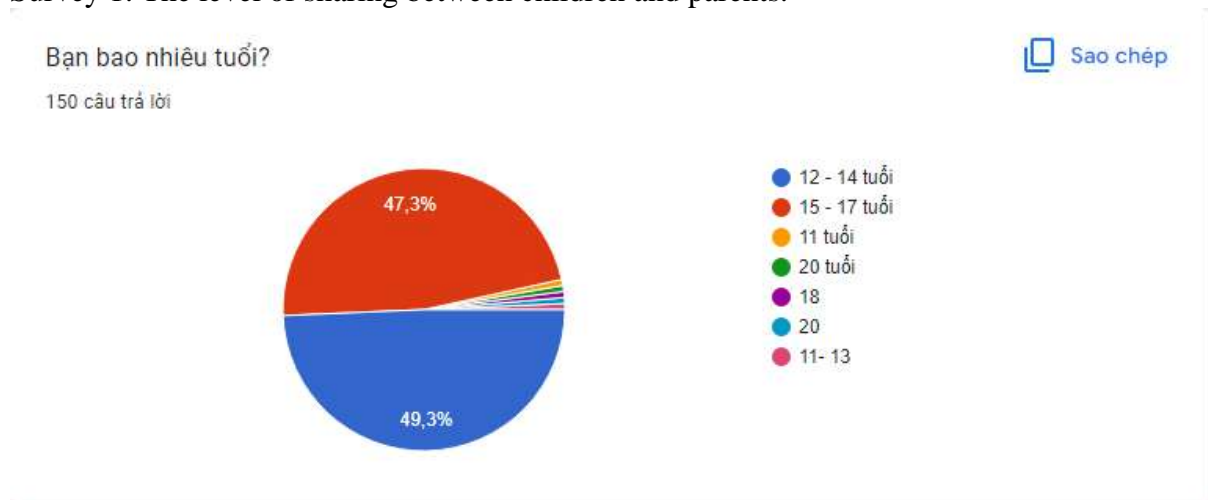
Statista. 2022. Vietnam: leading social media platforms by generation 2022 | Statista. [online] Available at: <<https://www.statista.com/statistics/1229529/vietnam-leading-social-media-platforms-by-generation/#:~:text=Leading%20social%20media%20apps%20in%20Vietnam%20in%20Q1%202022%2C%20by%20generation&text=According%20to%20a%20survey%20among,used%20channel%20among%20Generation%20X>> [Accessed 15 May 2022].

#### IV. Appendix

##### 1. Survey project:

##### 1.1 Survey campaign:

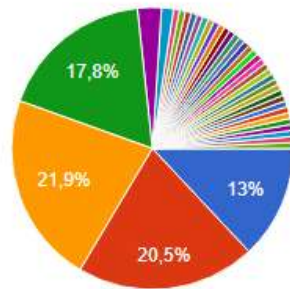
Survey 1: The level of sharing between children and parents.



Bạn đang là học sinh của trường:

150 câu trả lời

Sao chép



- Trường THCS Chu Văn An - Quận 1
- Trường THCS Trần Văn Ôn - Quận 1
- Trường THCS & THPT Lương Thế Vi...
- Trường THCS Bình An - Quận 2
- Trường THCS Đồng Khởi - Quận 1
- Thcs đồng khởi
- THPT Bùi Thị Xuân - Q1
- THPT Ten Lữ Man

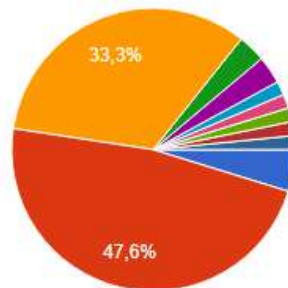
▲ 1/5 ▼

## Survey 2: The level of sharing between parents and children.

Anh/chị bao nhiêu tuổi?

100 câu trả lời

Sao chép



- 30 - 34 tuổi
- 35 - 40 tuổi
- 41 - 45 tuổi
- 50
- 50 tuổi
- 50-60 tuổi
- 49
- 55 tuổi

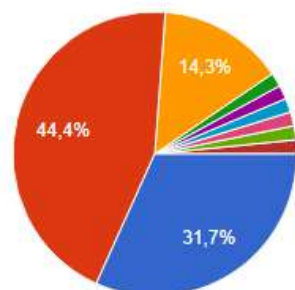
▲ 1/2 ▼



Con của anh/chị bao nhiêu tuổi?

100 câu trả lời

Sao chép

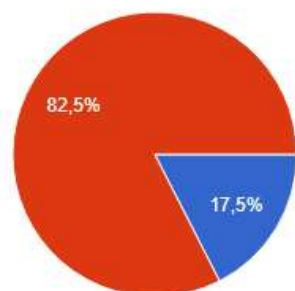


- Dưới 11 tuổi
- 12 - 14 tuổi
- 15 - 17 tuổi
- 22, 6, 19
- 27 tuổi
- 11
- 11 tuổi
- 20, 22, 27
- 12-15

Giới tính của anh/chị là gì?

100 câu trả lời

Sao chép

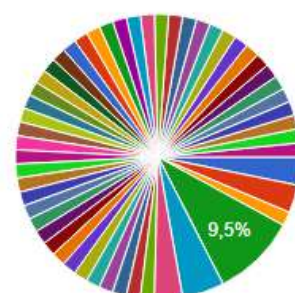


- Nam
- Nữ

Con của anh/chị đang là học sinh trường:

100 câu trả lời

Sao chép



- Trường THCS Chu Văn An - Quận 1
- Trường THCS Trần Văn Ôn - Quận 1
- Trường THCS & THPT Lương Thế Vi...
- Trường THCS Bình An - Quận 2
- Trường THCS Đồng Khởi - Quận 1
- Trần Quốc Toàn
- Lạc Long Quân - Quận 11
- THPT Ngô Quyền

▲ 1/7 ▼

## 1.2 Depth interview campaign:

Luu Uyên Khanh - Students (15 years old)

### KHẢO SÁT MỨC ĐỘ CHIA SẺ NHỮNG CÂU CHUYỆN THƯỜNG NGÀY GIỮA CON CÁI VÀ BỐ MẸ.

Xin chào bạn,

Chúng mình là PANQ - nhóm sinh viên ngành Truyền thông Đa phương tiện của trường Đại học FPT TP. Hồ Chí Minh.

Hiện tại, nhóm chúng mình đang mong muốn khảo sát mức độ chia sẻ những câu chuyện thường ngày giữa con cái và bố mẹ tại TP.HCM. Mọi câu trả lời của cuộc khảo sát bên dưới chỉ được khai thác sử dụng với mục đích nghiên cứu chuyên sâu về đề tài đồ án của nhóm và không sử dụng với những mục đích nào khác.

Xin chân thành cảm ơn bạn đã giúp chúng mình hoàn thành bằng khảo sát này.

- Họ và tên của bạn?  
→ Em tên là Luu Uyên Khanh
- Bạn đang là học sinh của trường?  
→ Em đang là học sinh lớp 9 ở trường THPT Lương Thế Vinh
- Bạn bao nhiêu tuổi?  
→ 15 tuổi ạ
- Bạn có chia sẻ những câu chuyện thường ngày của mình với bố mẹ hay không?  
→ Thật ra là có nhưng mà thực sự là rất hiếm khi em kể nhiều chuyện thường ngày với ba mẹ
- Các loại chủ đề mà bạn thường chia sẻ với bố mẹ?  
→ Về những thông báo liên quan đến vấn đề học tập, tình trạng sức khỏe của bản thân mỗi khi em cảm thấy không ổn.
- Bạn thường sử dụng hình thức nào để chia sẻ câu chuyện của mình với bố mẹ?  
→ Em thường nói chuyện trực tiếp với ba mẹ còn khi cần nói những lúc không thể trực tiếp được thì em sẽ nhắn tin hoặc gọi điện thoại với ba mẹ ạ.
- Mức độ chia sẻ câu chuyện của bạn cho từng loại chủ đề là bao nhiêu?  
→ Thật ra em không chia sẻ quá nhiều đâu ạ. Và khi nói chuyện về bất kì chủ đề nào thì em cũng chỉ đề cập đến những điều tổng quan và chung chung nhất của chủ đề đó thôi ạ. Ví dụ như khi nói với ba mẹ về chuyện học tập, thì cứ của em trên lớp thì hầu như em chỉ nói đúng vài câu và đại ý của những câu đó có thể là ngày mai đi thi lúc mấy giờ và em đã ôn bài xong rồi.
- Trong trường hợp bạn cảm thấy KHÓ hoặc KHÔNG THỂ chia sẻ với bố mẹ về các chủ đề trên thì nguyên nhân là gì?  
→ Đối với bản thân thì em thấy việc khó nhất đó chính là ba mẹ không hiểu em đang thật sự nói gì và mong muốn gì qua lời nói đó. Cũng như tính cách của ba em khá nóng nảy, có những chuyện em biết chắc mình nói ra sẽ không được đồng ý và thậm chí sẽ bị la nên em cảm thấy không muốn nói và nếu cần thiết thì cũng rất khó nói ạ.
- Nếu có cơ hội được nói ra, bạn có muốn được chia sẻ bố mẹ hay không?  
→ Nếu đó thật sự là chuyện mà em cần sự giúp đỡ từ người lớn cụ thể là ba mẹ thì em sẽ nói ra còn nếu em cảm thấy ổn với việc đó và tự mình giải quyết được thì em vẫn lựa chọn không chia sẻ ạ
- Bạn sẽ sử dụng hình thức nào để chia sẻ câu chuyện CHƯA NÓI của mình với bố mẹ?  
→ Em sẽ lựa chọn nói trực tiếp ạ vì nói trực tiếp sẽ dễ truyền đạt hơn và vì ba mẹ đặc biệt là ba em đọc tin nhắn xong thường không để tâm gì nhiều đến nó nữa
- Lý do vì sao bạn không thể chia sẻ câu chuyện của mình với bố mẹ?  
→ Em thích có cho mình như ý nghĩ riêng, em thích mình được tự suy nghĩ những điều mà mình yêu quý và không bị ai xen vào những điều đó. Có những lúc em muốn chia sẻ niềm vui của mình nhưng người lớn thường không hiểu những thứ ấy và họ cho rằng đó chỉ là những điều con con. Cụ thể ba mẹ em thường hay nói những lời thẳng thắn đến mức làm em phát điên lên rồi tự thấy mình quá ngốc khi kể ra những điều đó. Vì những lời ba mẹ nói ra dù vô tình hay cố ý cũng đã khiến em cảm thấy thứ mình yêu quý và đang chìm mình vào như bị xúc phạm. Nên dù muốn thì sau những lần đó em không chia sẻ nhiều câu chuyện của em nữa
- Bạn đã có bao giờ bị bố mẹ so sánh mình và “con nhà người ta”  
→ Dạ rồi ạ
- Cảm xúc của bạn như thế nào khi bị bố mẹ so sánh mình “con nhà người ta”  
→ Nói thật là em như tức điên lên được ạ. Em không cảm thấy thất vọng hay buồn vì những điều mà ba mẹ em so sánh em với “con nhà người ta” thường là những chuyện rất nhảm nhí đối với em
- Theo bạn “kể chuyện nhà mình” là sẽ kể chuyện những câu chuyện gì?  
→ Với em thì đó là bỏ mặc khái niệm “con nhà người ta” trong những bữa cơm hay những lần nói chuyện với nhau và tập trung lắng nghe chuyện của con mình

Bình thường ở nhà em có hay thường tâm sự với bố, mẹ hay ko?

dạ không

cho chị hỏi là tại sao được không nè?

vì bố mẹ ko hiểu được câu chuyện của em

hay là vì em cả thấy xa cách vì khoảng cách thế hệ khi nói chuyện với bố mẹ

dạ cả hai luôn ạ vì có những khi em kể chuyện về bạn bè của em, về vấn đề học tập thì ba mẹ em đôi lúc không hiểu rõ và đôi lúc cũng không có thời gian để nghe em tâm sự chia sẻ. Và sau nhiều lần như vậy thì bản thân em cảm thấy hơi ngại khi chia sẻ với ba mẹ những điều đó và em cũng cảm thấy là câu chuyện mình muốn nói có thể sẽ được đánh giá theo cách hơi tiêu cực từ phía ba mẹ nên em không thích chia sẻ nhiều ạ

í của em là em nghĩ bố mẹ không hiểu được câu chuyện của em nên đánh giá tiêu cực đúng ko

là em tư nhìn nhận như vậy hay sao nè

việc bố mẹ tiếp nhận câu chuyện của em với thái độ hơi hợt và lạnh lùng khiến em không muốn chia sẻ nữa đúng không nè?

những điều em vừa nói cũng đúng nè

dạ đúng rồi, em thấy ba mẹ của em thường hay nói một cách rất là thẳng thắn đến mức mà nó hơi vô tâm, kiểu không quan tâm đến em đang nghĩ gì và nói ra có làm em buồn không

tức là thái độ lắng nghe và cách tiếp nhận của câu chuyện của bố mẹ làm cho em hơi hững hờ chẳng buồn kể tiếp câu chuyện đúng ko nè?

những khi như vậy

em có nói cho bố mẹ em biết không hay là thôi em im lặng luôn nè?

Kate đã trả lời bạn

việc bố mẹ tiếp nhận câu chuyện của em với thái độ hơi hợt và lạnh lùng ...

dạ vì cơ bản thì ba mẹ em cũng rất bận với công việc. mỗi ngày em chỉ gặp và nói chuyện với ba mẹ có 1 tiếng thôi và thường thì những lúc gặp mặt đó là buổi sáng đi học và buổi tối nếu ăn cơm chung với nhau

cũng vì bố mẹ quá bận rộn với công việc k dành thời gian cho em nữa đúng ko 😞

Kate đã trả lời bạn

em có nói cho bố mẹ em biết không hay là thôi em im lặng luôn nè?

dạ tùy mức độ quan trọng của việc mà em sắp nói. nếu mà nó là cần thiết thì em phải nói với ba mẹ còn nếu không thì em cũng không chia sẻ hay nói cho ba mẹ biết luôn. và những chuyện mà em không chia sẻ đó thường là những chuyện như về bạn bè ở trường...

Kate đã trả lời bạn

Kate đã trả lời bạn

khi còn bé, em và bố của em có thân và hay kể chuyện với nhau khay ko

dạ hồi nhỏ thì có vì hồi bé em thích nói nhiều và cứ hề gặp gì là em hỏi, cảm thấy gì rồi việc học trên trường, bạn bè em thích chơi đùa nào đứa nào em ghét là em kể hết :))

Bạn đã trả lời Kate

dạ hồi nhỏ thì có vì hồi bé em thích nói nhiều và cứ hề gặp gì là em hỏi...

em có nghĩ vì sao hồi bé mình lại dễ nói nhiều và tâm sự với bố mẹ hơn bây giờ không?

vì hồi nhỏ thật sự em không nghĩ nhiều đến việc người khác phản ứng ra sao với chuyện em kể với em nghĩ chắc hồi đó ba mẹ không muốn làm em tổn thương nên mới nghe em kể đủ chuyện trên đời với hồi nhỏ em cũng rất quây và hay gián ai không nghe mình nói chuyện. Một phần chắc ba mẹ em cũng sợ em quậy lên là làm phiền, la làng la xóm lên nên ba mẹ em nghe em nói :))

← Bạn đã trả lời Kate

vi hỏi nhỏ thật sự em không nghĩ nhiều đến việc người khác phản ứng ra s...

Ồ vậy thì khi nào em thấy sự thay đổi trong cách lắng nghe câu chuyện của bố mẹ mẹ mình ^^

Dạ chắc từ khi em lớn hơn 1 chút, cỡ lớp 4 lớp 5 là em thấy mình không thích nói nhiều nữa và cũng tâm đó thì ba mẹ em bắt đầu muốn em tự lập, tự tìm hiểu và làm mọi thứ một mình nhiều hơn nên có những lúc em cảm thấy ghét sự thay đổi đó của ba mẹ và từ đó thì em không thích kể nhiều những chuyện của em

← Bạn đã trả lời Kate

Dạ chắc từ khi em lớn hơn 1 chút, cỡ lớp 4 lớp 5 là em thấy mình không t...  
 huuu hơi sâu một tẹo nhưng e có nói với bố mẹ chưa  
 e tự thấy v thui đúng k

Dạ đúng rồi với kiểu ba mẹ em lúc đó cũng hay bảo là lớn rồi tự làm đi

nhà em không có chuyện so sánh với con nhà người ta về học lực của em vì một phần ba mẹ em cũng không quan trọng quá nhiều đến chuyện điểm số nhưng mà lại hay so sánh mấy thứ giống vậy á chỉ :))

á à chị hiểu nha hiii  
 nhưng mà em thấy mục đích của việc so sánh như vậy  
 là ba mẹ muốn tốt hay là muốn xấu cho mình  
 í là e biết là điều tốt nhưng e vẫn khó chịu hay thế nào á

Em biết đó chắc chắn là khuyến tốt để em đi ngủ sớm vì thật ra thì ba mẹ nào thấy con mình học khuya như vậy cũng xót, sợ con bị bệnh này nọ nhưng mà em không thích việc ba mẹ dọa em là sẽ không cho đi học rồi gọi điện cho gvcn để phản ánh vì ba em cứ nghĩ là trường áp đặt điểm số cho hs nên phải ngồi học khuya này nọ mặc dù em có giải thích là em học vì em muốn như vậy và dù có ngủ sớm thì em cũng không ngủ được nếu chưa xong bài. Mục đích của ba nói thế là tốt cho em nhưng cách mà ba em làm thì em thấy khó chịu

## Trọng Nhân - Student (17 years old)

### KHẢO SÁT MỨC ĐỘ CHIA SẺ NHỮNG CÂU CHUYỆN THƯỜNG NGÀY GIỮA CON CÁI VÀ BỐ MẸ.

Xin chào bạn,

Chúng mình là **INSOMNIA Production** - nhóm sinh viên ngành Truyền thông Đa phương tiện của trường Đại học FPT TP. Hồ Chí Minh.

Hiện tại, nhóm chúng mình đang mong muốn khảo sát mức độ chia sẻ những câu chuyện thường ngày giữa con cái và bố mẹ tại TP.HCM. Mọi câu trả lời của cuộc khảo sát bên dưới chỉ được khai thác sử dụng với mục đích nghiên cứu chuyên sâu về đề tài đó của nhóm và không sử dụng với những mục đích nào khác.

Xin chân thành cảm ơn bạn đã giúp chúng mình hoàn thành bảng khảo sát này.

1. Họ và tên của bạn?  
→ Hoàng Đình Trọng Nhân
2. Bạn đang là học sinh của trường?  
→ Vinschool
3. Bạn bao nhiêu tuổi?  
→ 17 tuổi
4. Bạn có chia sẻ những câu chuyện thường ngày của mình với bố mẹ hay không?  
→ thỉnh thoảng
5. Các loại chủ đề mà bạn thường chia sẻ với bố mẹ?  
→ Chuyện thường ngày ( học tập, những điều cảm thấy khó chịu trong cuộc sống, chuyện mới là gặp trong ngày, ... )
6. Bạn thường sử dụng hình thức nào để chia sẻ câu chuyện của mình với bố mẹ?  
→ Nói chuyện hoặc nhắn tin
7. Mức độ chia sẻ câu chuyện của bạn cho từng loại chủ đề là bao nhiêu?  
→ Thường chỉ chia sẻ những vấn đề bình thường còn những chuyện cá nhân, riêng tư hơn thì sẽ là không
8. Trong trường hợp bạn cảm thấy **KHÓ** hoặc **KHÔNG THỂ** chia sẻ với bố mẹ về các chủ đề trên thì nguyên nhân là gì?  
→ Mình khả năng nội và không muốn chia sẻ cho bất cứ ai
9. Nếu có cơ hội được nói ra, bạn có muốn được chia sẻ bố mẹ hay không?  
→ Mình sẽ cân nhắc
10. Bạn sẽ sử dụng hình thức nào để chia sẻ câu chuyện **CHƯA NÓI** của mình với bố mẹ?  
→ Có thể là nhắn tin
11. Lý do vì sao bạn không thể chia sẻ câu chuyện của mình với bố mẹ?  
→ Mình không muốn và cảm thấy không phù hợp nói cho bố mẹ nghe