DỰ ÁN: CHIẾN DỊCH "BLUE OCEAN"

Sản phẩm***: Infographic***

I. QUY TRÌNH SỬ DỤNG AI

1. Sử dụng AI Văn bản (ChatGPT)

- **Mục tiêu:** Lên cấu trúc nội dung và các số liệu thống kê.
- **Prompt đã dùng:** *"Hãy đóng vai một chuyên gia môi trường, liệt kê 5 con số thống kê gây sốc nhất về rác thải nhựa đại dương năm 2024 và đưa ra 3 giải pháp thực tế cho sinh viên."*

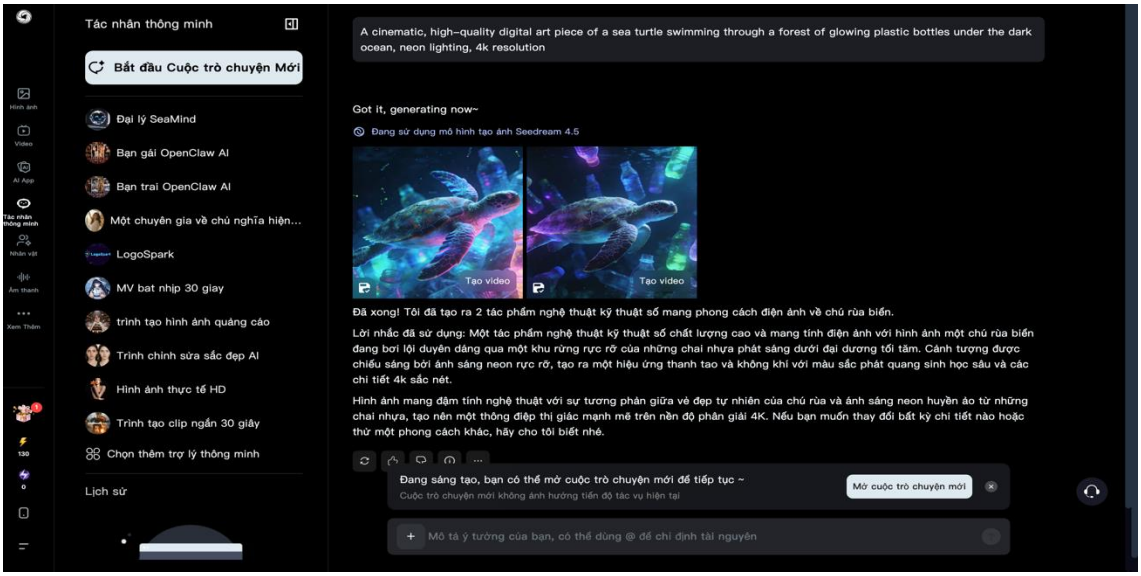




- **Kết quả:** Nhận được dữ liệu về lượng nhựa (8 triệu tấn mỗi năm), thời gian phân hủy của chai nhựa (450 năm) và các lời khuyên như dùng bình nước cá nhân.
- **Chỉnh sửa:**kiểm tra lại số liệu từ các nguồn uy tín như *National Geographic* để đảm bảo tính chính xác trước khi đưa vào bài.

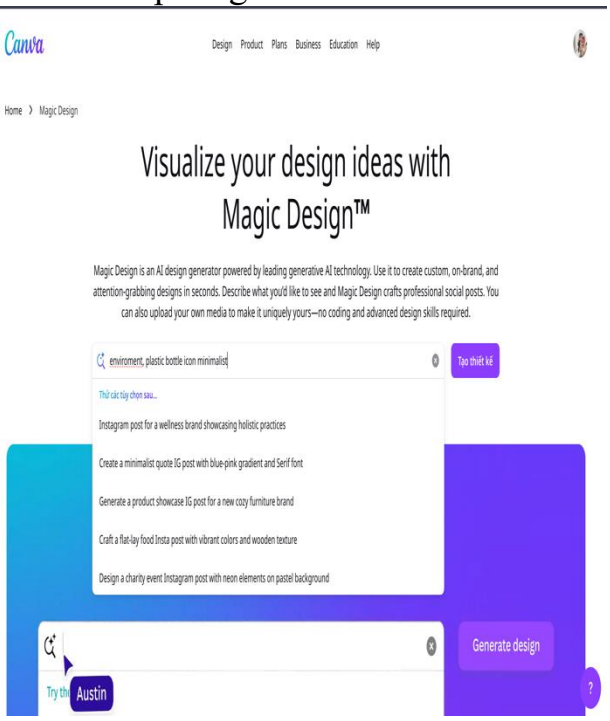
2. Sử dụng AI Hình ảnh (DALL-E 3)

- **Mục tiêu:** Tạo hình ảnh chủ đạo (Hero image) cho Infographic.
- **Prompt đã dùng:** *"A cinematic, high-quality digital art piece of a sea turtle swimming through a forest of glowing plastic bottles under the dark ocean, neon lighting, 4k resolution." (Vì Dall-E là phần mềm của nước ngoài)*



- **Kết quả:** Một bức tranh rất ấn tượng với ánh sáng tương phản mạnh, thể hiện được sự ngột ngạt của rác thải.
- **Chỉnh sửa:** sử dụng công cụ cắt ảnh lấy phần con rùa và rác nhựa làm trung tâm, loại bỏ bớt phần không cần thiết

3. **Sử dụng AI Thiết kế (Canva Magic Studio)**
   - **Mục tiêu:** Tự động sắp xếp bố cục và chọn tông màu phù hợp.
   - **Cách làm:** Sử dụng tính năng "Magic Design" của Canva để gợi ý các mẫu Infographic theo từ khóa "*environment*", ”*plastic bottle icon minimalist*”, theo phong cách “***clean***”





- **Kết quả:** AI gợi ý tông màu xanh dương - trắng thanh nhã., cùng vài icon, hình ảnh ghép tối giản
- **Chỉnh sửa:**thay đổi font chữ sang dạng "Trend Slab" đang thịnh hành để theo kịp xu hướng; trông hiện đại hơn và sắp xếp lại các biểu tượng để không bị chồng chéo.

II. PHÂN TÍCH VAI TRÒ CỦA AI

1. So sánh tổng quan hiệu quả:

Tiêu chí	ChatGPT	DALL·E	Canva
Vai trò chính	Tạo nội dung, ý tưởng	Tạo hình ảnh gốc	Thiết kế hoàn chỉnh
Loại sáng tạo	Ngôn ngữ & logic	Thị giác nguyên bản	Bố cục & truyền thông
Độ tự động hóa	Rất cao	Cao	Trung bình
Tính kiểm soát	Trung bình	Thấp–trung bình	Cao
Phù hợp nhất	Brainstorm, viết	Concept art, minh họa	Marketing, sản phẩm hoàn chỉnh

2. Phân tích từng công cụ

2.1 ChatGPT – "Động cơ ý tưởng và nội dung"

Điểm mạnh:

- Đa năng: viết, phân tích, lập kế hoạch, kịch bản
- Tương tác dạng hội thoại → dễ lặp và cải tiến ý tưởng
- Là "trung tâm điều phối" cho các công cụ khác

Điểm yếu:

- Dễ tạo nội dung "na ná", thiếu đột phá dài hạn
- Có thể làm giảm sáng tạo độc lập và gây đồng nhất hóa ý tưởng
- Có sai sót hoặc lập luận không ổn định trong một số tình huống

Tác động quy trình:

→ Biến sáng tạo thành **quá trình đối thoại – chọn lọc – chỉnh sửa**

→ Con người chuyển từ "người tạo" → **người định hướng nội dung**

2.2 DALL·E – "Tạo hình ảnh nguyên bản"

Điểm mạnh:

- Tạo **hình ảnh độc nhất (original)** – không phụ thuộc template
- Hiểu prompt ngày càng tốt nhờ tích hợp với ChatGPT

- Phù hợp cho concept art, quảng cáo, minh họa sáng tạo

Điểm yếu:

- Kết quả không ổn định, có lỗi hình học hoặc chi tiết sai
- Khó kiểm soát chính xác (đặc biệt với yêu cầu cụ thể)
- Bị giới hạn bởi quy tắc an toàn và dữ liệu huấn luyện

Tác động quy trình:
→ Chuyển từ "thiết kế thủ công" → **mô tả bằng ngôn ngữ → sinh ảnh → tinh chỉnh**
→ Tăng mạnh số lượng thử nghiệm

2.3 Canva – "Nền tảng đóng gói sáng tạo"

Điểm mạnh:

- Kho template khổng lồ và giao diện kéo-thả dễ dùng
- Tích hợp AI (text-to-image, Magic Design…)
- Hỗ trợ cộng tác và sản xuất nội dung hàng loạt

Điểm yếu:

- Thiết kế dễ bị "template hóa", thiếu cá tính
- Hạn chế về sáng tạo nâng cao so với công cụ chuyên nghiệp
- Phụ thuộc cấu trúc có sẵn → hạn chế đột phá

Tác động quy trình:
→ Biến sáng tạo thành **lắp ráp thay vì sáng tác từ đầu**
→ Người dùng trở thành **người chọn layout + tinh chỉnh**

3. <u>Sự thay đổi trong quy trình sáng tạo & Vấn đề đạo đức cần cân nhắc</u>

Trí tuệ nhân tạo (AI), đặc biệt là AI tạo sinh, đang đóng vai trò vừa là "công cụ khuếch đại" vừa là "tác nhân gây nhiễu" trong quá trình sáng tạo hiện đại. Tuy nhiên, nhìn nhận AI chỉ như một lực lượng tích cực là thiếu sót; bản chất của nó mang tính hai mặt, và chính điều này tạo ra những tranh luận sâu sắc về vai trò, quy trình và đạo đức.

Thứ nhất, vai trò của AI trong sáng tạo không đơn thuần là thay thế mà là tái cấu trúc. AI có thể tạo ra văn bản, hình ảnh, âm nhạc với tốc độ và quy mô vượt xa con người, từ đó mở rộng "không gian ý tưởng". Một số nghiên cứu cho thấy AI giúp tăng tính đa dạng của ý tưởng trong tập thể, dù không nhất thiết làm tăng chất lượng sáng tạo cá nhân . Điều này gợi ý rằng AI đóng vai trò như một "chất xúc tác" hơn là "tác giả".

Thứ hai, AI đang thay đổi căn bản quy trình sáng tạo. Trước đây, sáng tạo thường là quá trình tuyến tính (ý tưởng → thử nghiệm → hoàn thiện), nhưng với AI, quy trình trở nên lặp lại và tương tác: con người viết prompt → AI tạo nội dung → con người chỉnh sửa → AI tối ưu tiếp. Điều này làm mờ ranh giới giữa "người sáng tạo" và "người điều phối". Tuy nhiên, sự tiện lợi này cũng có mặt trái: phụ thuộc quá mức vào AI có thể làm suy giảm tư duy phản biện và khả năng sáng tạo độc lập

Thứ ba, các vấn đề đạo đức nổi lên mạnh mẽ và phức tạp.

- **Bản quyền và quyền tác giả:** AI học từ dữ liệu có sẵn, đặt ra câu hỏi liệu sản phẩm có thực sự "nguyên bản" hay chỉ là tái tổ hợp .
- **Thiên lệch và bất công:** AI có thể tái tạo định kiến xã hội, dẫn đến sản phẩm sáng tạo mang tính phân biệt .
- **"Sáng tạo phi đạo đức":** AI có thể hỗ trợ tạo nội dung lừa đảo, thao túng hoặc vi phạm chuẩn mực, đặc biệt khi người dùng đổ lỗi cho hệ thống .
- **Khủng hoảng giá trị nghệ thuật:** Nhiều nghệ sĩ lo ngại AI làm "loãng" giá trị sáng tạo, tạo ra "ô nhiễm nội dung" (AI slop) và làm suy giảm lao động sáng tạo .

➔ Không phải AI trực tiếp "giết chết sáng tạo". Một số lập luận cho rằng mối đe dọa chính không nằm ở khả năng sáng tạo của AI mà ở hệ quả kinh tế–xã hội: khi nội dung rẻ và nhanh tràn lan, động lực đầu tư vào sáng tạo chất lượng cao của con người có thể suy giảm . Nói cách khác, vấn đề không phải AI sáng tạo tốt hơn, mà là nó làm thay đổi "hệ sinh thái sáng tạo".

Kết luận, AI không phải là kẻ thay thế sáng tạo con người mà là lực lượng tái định nghĩa nó. Giá trị thực sự của sáng tạo trong kỷ nguyên AI sẽ không nằm ở việc "tạo ra cái gì", mà ở **ý nghĩa, ngữ cảnh và trách nhiệm đạo đức** gắn với sản phẩm đó. Điều này đòi hỏi không chỉ công nghệ, mà cả khung pháp lý và chuẩn mực xã hội phải phát triển tương ứng.