Từ "đồng sáng tạo" đến "điều phối sáng tạo" giữa con người và AI trong thiết kế sản phẩm đồ họa

From "Co-Creation" to "Creative Orchestration" Between Humans and AI in Graphic Product Design

Th.S Nguyễn Thị Thu Hằng, ThS. Nguyễn Thị Như Ngọc

Chuyên ngành thiết kế Đồ họa số

Khoa Công nghệ thông tin Trường ĐHCN Đông Á

Email: hangntt@eaut.edu.vn

ABSTRACT

Currently, the rapid development and continuous upgrading and refinement of Artificial Intelligence (AI) are profoundly transforming every sector, particularly creative fields in general and graphic design in particular. No longer merely a 'supporting tool,' AI is increasingly demonstrating its role as a companion and a co-creative 'partner,' directly participating in the processes from ideation, sketching, designing, and editing to finalizing a piece of work or a product. This reality poses an important question and a crucial research direction: redefining the creative capacity of students and designers in an environment where AI and humans co-exist as companions, jointly creating a work of art from its initial conception to its final completion.

***Keywords**: AI, co-creation, creative orchestration, graphic product design.*

TÓM TẮT

Hiện nay, sự phát triển một cách nhanh chóng và ngày càng nâng cấp, hoàn thiện của trí tuệ nhân tạo (AI) đang làm thay đổi sâu sắc trong mọi lĩnh vực, đặc biệt trong các lĩnh vực sáng tạo nói chung và thiết kế đồ họa nói riêng. Không còn đơn thuần là một "công cụ hỗ trợ", AI đang ngày càng thể hiện được vai trò đồng hành, là "đối tác" đồng sáng tạo, tham gia trực tiếp vào các quá trình từ hình thành ý tưởng, phác thảo ý tưởng, thiết kế, chỉnh sửa và hoàn thiện của một tác phẩm, một sản phẩm... Và vấn đề này đã đặt ra một câu hỏi, một hướng nghiên cứu quan trọng: tái định nghĩa lại năng lực sáng tạo của sinh viên, của những nhà thiết kế trong môi trường mà AI và con người đồng hành, cùng tạo nên một tác phẩm nghệ thuật từ những bước thai nghén cho đến hoàn thiện.

***Từ khóa (Keywords):** AI, đồng sáng tạo, điều phối sáng tạo, thiết kế sản phẩm đồ họa.*

1.MỞ ĐẦU :

Trước khi AI bùng nổ và trở thành một công cụ hữu dụng, các lý thuyết về thiết kế, sáng tạo truyền thống thường xem hoạt động sáng tạo là đặc quyền riêng của con người (cá nhân hoặc một tổ chức), được xây dựng để tạo ra ý tưởng mới mẻ, độc đáo, phù hợp với mục đích của công việc và đặc biệt phải đóng góp được giá trị thẩm mỹ hoặc giá trị sử dụng. Tuy nhiên, hiện nay, với sự đồng hành của các công cụ AI, quá trình sáng tạo này không còn hoàn toàn phụ thuộc vào cá nhân, cá tính của một người hoặc một nhóm thiết kế mà có thể được tạo ra bởi công nghệ. Điều đó được chứng tỏ ở một số nghiên cứu về hành vi sử dụng AI trong sáng tạo. Đơn cử như nghiên cứu của nhóm tác giả về "Khám phá tác động của học tập có sự hỗ trợ

của AI đối với sự sáng tạo của sinh viên: Phân tích tổng hợp từ bằng chứng bán thực nghiệm" (Uncovering the effect of Gen AI-assisted learning on students' creativity: A meta-analysis from quasi-experimental evidence) cho thấy đã cho thấy AI có thể đóng vai trò như một nguồn cảm hứng, giúp người học nhanh chóng hình dung và phát triển ý tưởng. AI có thể hỗ trợ học tập, có tác động tích cực ở mức trung bình đến khả năng sáng tạo của sinh viên [1]. Điều này cho thấy AI không đơn thuần là một công cụ hỗ trợ mà nếu sử dụng đúng cách còn có thể nâng cao năng lực sáng tạo cũng như cảm hứng cho người sử dụng.

Xét trong hành trình tìm kiếm ý tưởng và lên thiết kế, các công cụ AI tác động đến người sử dụng rõ rệt ở ba giai đoạn chính. Thứ nhất là giai đoạn hình thành ý tưởng. Ở giai đoạn này, AI giúp những người sử dụng tạo ra nhiều phương án khác nhau, bước đầu hiện thực hoá những ý tưởng còn đang thai nghén, từ đó mở rộng không gian sáng. Thứ hai, ở giai đoạn thực thi, AI có thể đảm nhận các công việc đòi hỏi tính kỹ thuật cao như dựng layout, phối cảnh, phối màu… Nhờ sự hỗ trợ của các công cụ AI mà người sáng tạo, người thiết kế có thể tập trung toàn lực để triển khai, mở rộng, hoàn thiện ý tưởng sáng tạo của mình thay vì phải phân tán sự tập trung cho các vấn đề kỹ thuật. Thứ ba, ở giai đoạn đánh giá (*evaluation*), AI có thể góp ý, gợi ý chỉnh sửa nhằm tối ưu công năng, tính sáng tạo, tính khả thi của sản phẩm hay của một dự án. Tuy nhiên, cần phải nhấn mạnh rằng ở giai đoạn nào cũng cần người sử dụng chủ động hành động và tư duy tránh việc phụ thuộc vào các công cụ AI, trở nên lệ thuộc vào trí tuệ nhân tạo mà giảm khả năng sáng tạo, kỹ năng hoàn thiện và đánh giá của bản thân. Bởi tác động của AI đến những công việc sáng tạo không hoàn toàn tích cực. Nhiều nghiên cứu cảnh báo rằng việc phụ thuộc quá nhiều vào AI có thể làm suy giảm tư duy sáng tạo và các kỹ năng thủ công của người sử dụng. Không những vậy, AI thường hoạt động dựa trên kho dữ liệu chung dựa vào những dữ liệu cũ, tạo ra sản phẩm dựa trên thói quen và tính cách của người dùng nên dễ dẫn đến nguy cơ trùng lặp phong cách thiết kế. Nghiên cứu thực nghiệm của một nhóm nhà nghiên cứu cũng cho thấy AI có thể làm tăng tính mới lạ nhưng đồng thời khiến sản phẩm trở nên giống nhau hơn nếu người dùng quá lệ thuộc [2]. Chính điều này đặt ra thách thức lớn cho ngành giáo dục thiết kế: làm thế nào để tận dụng trí tuệ nhân tạo AI mà không đánh mất bản sắc sáng tạo cá nhân?

Từ thực trạng trên, nghiên cứu này được thực hiện để giải quyết các vấn đề cốt lõi trong giáo dục và thực hành thiết kế đồ họa thời đại AI với các mục tiêu như: Thứ nhất, tái định nghĩa mối quan hệ giữa con người và AI thông qua việc chuyển dịch từ mô hình "đồng sáng tạo" sang mô hình "điều phối sáng tạo" (*Creative Orchestration*). Thứ hai, xác lập khung ứng dụng mô hình này trong đào tạo ngành thiết kế đồ họa số. Để thực hiện những mục tiêu trên, nghiên cứu

áp dụng phương pháp nghiên cứu lý thuyết kết hợp tổng hợp tài liệu hệ thống. Nhóm tác giả đã tiến hành rà soát, phân tích các công trình nghiên cứu trong nước và quốc tế trên các cơ sở dữ liệu học thuật uy tín để tiến hành tổng hợp luận cứ, xây dựng khung lý thuyết và mô hình hóa hệ thống năng lực mới của người thiết kế. Đối tượng nghiên cứu là mối quan hệ tương tác trong việc sáng tạo giữa con người với AI cũng như khung năng lực của người học. Phạm vi nghiên cứu tập trung vào hoạt động đào tạo ngành thiết kế đồ họa số tại các cơ sở giáo dục đại học trong bối cảnh ứng dụng AI phát triển.

2. PHÂN TÍCH VÀ BÀN LUẬN

2.1-Thay đổi bản chất lao động sáng tạo trong kỷ nguyên AI

Sự xuất hiện của AI cũng như việc sử dụng AI trong các công việc liên quan đến thiết kế đồ hoạ đã làm thay đổi đáng kể bản chất của lao động sáng tạo. Nếu trước đây giá trị, tay nghề của các nhà thiết kế thường được đánh giá bởi kỹ năng thao tác, xử lý kỹ thuật, sử dụng các công cụ thiết kế thì hiện nay giá trị đó đang chuyển dịch sang khả năng định hướng ý tưởng và dấu ấn cá nhân trong mỗi tác phẩm.

Có thể khẳng định, với sự phát triển và hoàn thiện không ngừng, càng ngày các công cụ AI càng có khả năng tạo ra rất nhiều phương án thiết kế theo yêu cầu của người sử dụng trong thời gian ngắn. Tuy vậy việc xác định những yếu tố đầu vào để lên thiết kế cơ bản, lựa chọn phương án phù hợp với bối cảnh cảm xúc người xem cũng như tạo nên những điểm nhấn liên quan đến văn hóa xã hội và mục tiêu truyền thông vẫn phải phụ thuộc vào con người – đối tượng ra lệnh cho AI. Chính điều này đã cho thấy vai trò của nhà thiết kế đang dịch chuyển từ việc trực tiếp tạo ra sản phẩm sang công việc lên ý tưởng và điều phối quá trình sáng tạo.

Không chỉ thay đổi bản chất của lao động sáng tạo, sự xuất hiện của AI còn khiến ranh giới giữa giới không chuyên và giới thiết kế chuyên nghiệp trở nên mờ nhạt hơn. Chỉ cần ra câu lệnh cho AI, những người không chuyên cũng có thể tạo ra hình ảnh, các bản thiết kế hoặc các sản phẩm liên quan đến mỹ thuật tương đối chất lượng và phù hợp với thị hiếu đám đông. Trong bối cảnh đó, giá trị của một người thiết kế chuyên nghiệp lại càng nằm ở khả năng tạo ra sự khác biệt, mang đến một sản phẩm có cảm xúc, có câu chuyện, có chiều sâu văn hoá tạo nên được mà AI khó có thể thay thế hoàn toàn. Điều này cũng đã được tác giả Amabile khẳng định trong nghiên cứu của mình rằng sáng tạo không chỉ phụ thuộc vào những ký năng chuyên môn mà còn liên quan đến động lực nội tại và tư duy cá nhân [3]. Nhưng yếu tố nói trên cũng chính là các yếu tố tạo nên chiều sâu, linh hồn, câu chuyện của các sản phẩm thiết kế mà AI hiện nay vẫn chưa thể thực hiện được.

2.2-Từ "đồng sáng tạo" đến "điều phối sáng tạo" giữa con người và công cụ AI

Từ góc độ trên, chúng ta cần nhìn nhận lại khái niệm "sáng tạo" trong bối cảnh AI là công cụ đắc lực cho ngành thiết kế. Thay vì coi sáng tạo là việc của con người tạo ra những ý tưởng mới thì khi có sự giúp sức của trí tuệ nhân tạo, chúng ta có thể sử dụng khái niệm "đồng sáng tạo" giữa con người và AI. Lý thuyết đồng sáng tạo (*co-creation theory*) cho rằng giá trị được tạo ra thông qua tương tác giữa nhiều chủ thể [4]. Quan điểm này đã được mở rộng trong hơn khi tác giả Vargo và Lusch (2004) khẳng định rằng mọi giá trị đều được đồng tạo ra thông qua sự tham gia của các tác nhân [5].

Trong bối cảnh AI ngày càng phát triển, khái niệm đồng sáng tạo phải được mở rộng, trong đó bao gồm cả việc tương tác giữa con người và trí tuệ nhân tạo. AI không đơn thuần là công cụ mà là một tác nhân bán tự động và có khả năng ảnh hưởng đến quá trình sáng tạo. Điều này đã được các nhà nghiên cứu Holmes, Bialik và Fadel nêu rõ: Giáo dục thời đại AI cần tập trung phát triển năng lực tư duy, khả năng thích nghi với công nghệ và cả kỹ năng hợp tác giữa con người với hệ thống trí tuệ nhân tạo [6].

Tuy nhiên, trong bối cảnh AI phát triển, các khái niệm nói trên chưa lột tả được quyền chủ động và năng lực quản trị quy trình khi có sự trợ giúp của các công cụ trí tuệ nhân tạo. Do đó, nhóm tác giả đề xuất khái niệm "Điều phối sáng tạo" (*Creative Orchestration*). Khái niệm này được định nghĩa như "năng lực cấp cao của con người trong việc thiết lập ý tưởng, đặt câu lệnh và giám sát, phản biện các kết quả từ công cụ AI để đạt được mục tiêu công việc". Để làm rõ sự kế thừa, tính độc lập và những đóng góp học thuật mới của khái niệm này, nhóm tác giả hệ thống hoá các khái niệm thông qua Bảng 1.

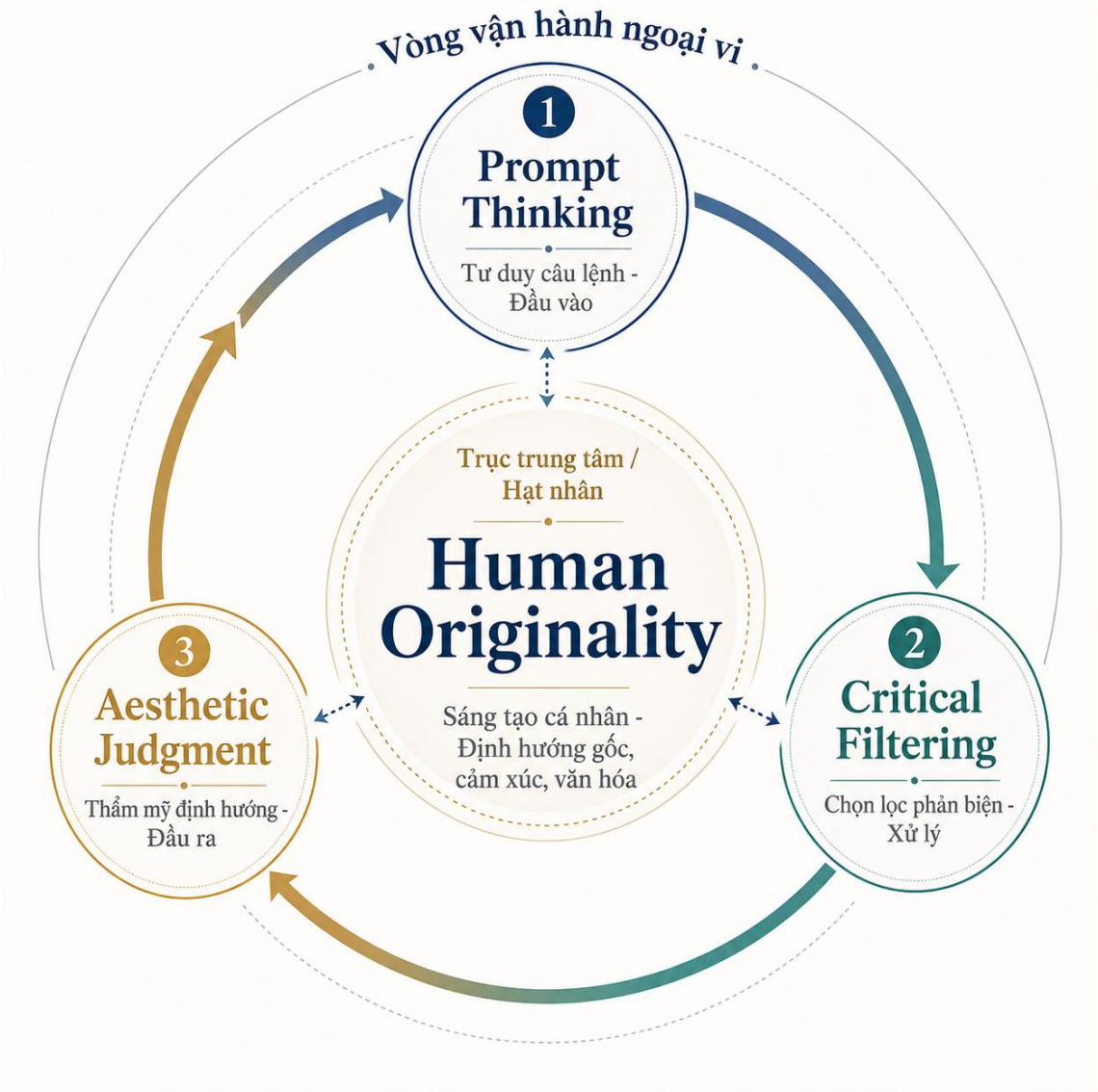
STT	Khái niệm	Tác giả tiêu biểu	Bản chất của việc tương tác	Vai trò của con người	Giới hạn trong ngành thiết kế đồ hoạ
1	Co-creation (Đồng sáng tạo)	Prahalad & Ramaswamy (2004) [4]	Tương tác đa chiều giữa các chủ thể để tạo giá trị.	Tham gia bình đẳng trong chuỗi giá trị.	Xem AI và con người như hai chủ thể ngang hàng, dễ dẫn đến mất kiểm soát định hướng nghệ thuật.

2	Co-Intelligence (Đồng trí tuệ)	Ethan Mollick (2024) [7]	AI đóng vai trò là đối tác trí tuệ, cùng suy nghĩ và phản biện.	Con người chịu trách nhiệm đối thoại, cùng cộng tác về trí tuệ với AI.	Thiên về tư duy ngôn ngữ và logic, chưa giải quyết được các vấn đề mang tính trực quan thẩm mỹ đặc thù của đồ họa.
3	Human-AI Collaboration (Hợp tác con người và AI)	Amabile (1996) [3]	Phối hợp hành vi và kỹ thuật giữa con người và các công cụ máy móc.	Con người thực hiện kết hợp công nghệ.	Mang nặng tính kỹ thuật, chưa làm nổi bật tư duy định hướng và phong cách cá nhân.
4	Creative Orchestration (Điều phối sáng tạo)	Đề xuất của nghiên cứu này	Tương tác bất đối xứng: Con người làm chủ, điều khiển, ra lệnh cho hệ sinh thái AI.	Con người nắm việc quản trị, sáng tạo, kiểm soát toàn bộ quy trình làm việc của AI.	Tối ưu hóa bản sắc cá nhân của người thiết kế các, chủ động vượt qua giới hạn của thuật toán để tạo chiều sâu văn hóa.

***Bảng 1**: Phân biệt khái niệm "Điều phối sáng tạo" với các khái niệm tiền đề.*

Dựa trên các quan điểm nói trên, bài viết đề xuất mô hình "Điều phối sáng tạo" (*Creative Orchestration*) trong thiết kế giữa người sử dụng và các công cụ AI. Mô hình này gồm bốn năng lực cốt lõi là: Đặt câu lệnh hiệu quả (*prompt thinking*); chọn lọc và đánh giá kết quả (*critical filtering*); đánh giá thẩm mỹ, định hướng sản phẩm (*aesthetic judgment*); cuối cùng là sáng tạo cá nhân (*human originality*) – yếu tố thứ tư cũng là yếu tố quan trọng nhất mà AI không thể thay thế cho con người. Mô hình "điều phối sáng tạo" này nhấn mạnh vai trò chủ đạo của con người trong việc kiểm soát và định hướng AI, thay vì bị phụ thuộc vào nó đồng thời giảm thiểu những tác động xấu từ AI đến sự sáng tạo và tính thẩm mỹ cá nhân mỗi người.

Để trực quan hóa cấu trúc của mô hình "Điều phối sáng tạo" (*Creative Orchestration*) trong thiết kế, nhóm tác giả xây dựng Sơ đồ mối quan hệ giữa bốn năng lực cốt lõi của nhà thiết kế trong kỷ nguyên AI phát triển:



Hình 1: *Sơ đồ Khung năng lực "Điều phối sáng tạo" (Creative Orchestration)*

Trong giáo dục thiết kế đồ họa, khái niệm này sẽ dẫn đến sự thay đổi quan trọng ở phương pháp giảng dạy cũng như tư duy sáng tạo của sinh viên, của những người thiết kế. Thay vì cấm hoặc hạn chế các công cụ AI vào việc thiết kế, các trường đại học, cơ sở giảng dạy có thể tích hợp AI vào chương trình đào tạo một cách có định hướng bởi chỉ khi thực sự hiểu công cụ, người dùng mới có thể kiểm soát cũng như sử dụng một cách có hiệu quả mà không bị tác động tiêu cực bởi trí tuệ nhân tạo.

Về phía sinh viên, những đối tượng này cần được học và nghiên cứu không chỉ cách sử dụng trí tuệ nhân tạo AI, mà còn cách hiểu sâu và kiểm soát cũng như phát triển được khả năng "đồng tư duy", "đồng sáng tạo" của công cụ này. Khi thực sự nghiên cứu và trải nghiệm AI, người dùng sẽ phát triển được tư duy phản biện, đạo đức sáng tạo và khả năng phân biệt sản

phẩm do AI hay con người tạo ra tạo ra. Bởi AI mang lại hiệu quả cao nhất khi được sử dụng như một công cụ bổ trợ, chứ không thể thay thế hoàn toàn con người.

2.3-Sử dụng mô hình "điều phối sáng tạo" giữa con người và AI trong đào tạo thiết kế như thế nào?

Để hiện thực hóa mô hình "Điều phối sáng tạo" trong đào tạo, đặc biệt trong ngành thiết kế đồ hoạ, các cơ sở giáo dục cần phải có những điều chỉnh mang tính hệ thống, không chỉ ở cấp độ phương pháp giảng dạy mà còn ở cách thiết kế chương trình, tiêu chí đánh giá và môi trường học tập, thậm chí cả công cụ dạy và học. Trước hết, các cơ sở đào tạo cần chuyển từ cách tiếp cận "dạy cách sử dụng công cụ" sang "dạy tư duy sử dụng công cụ". Điều này đồng nghĩa với việc các công cụ AI không nên được coi như một phần mềm hỗ trợ một cách riêng lẻ giống như một ứng dụng đơn thuần mà AI cần được tích hợp xuyên suốt trong các học phần thiết kế như một yếu tố không thể thiếu của quá trình sáng tạo. Sinh viên không chỉ học cách tạo ra sản phẩm nhờ AI mà còn phải hiểu được quá trình hình thành sản phẩm với sự tương tác qua lại và sự tác động cá thể hoá với sự tham gia của các phần mềm AI.

Song song với việc đào tạo để hiểu các công cụ AI thì phương pháp đánh giá năng lực trong giáo dục cũng cần được thay đổi. Thông thường, sản phẩm thiết kế cuối cùng là tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá, thì trong bối cảnh hiện nay, cả quá trình sáng tạo và điều phối sáng tạo qua lại giữa sinh viên và các công cụ AI cần được xem xét một cách toàn diện hơn. Việc đánh giá phải bao gồm các yếu tố như cách sinh viên sử dụng AI như thế nào, mức độ can thiệp và điều chỉnh kết quả từ AI, cũng như khả năng thể hiện dấu ấn cá nhân của người thiết kế trong sản phẩm hay thậm chí chất lượng của các câu lệnh (*prompt*) cũng cần được xem xét một cách kỹ lưỡng. Việc đánh giá một cách toàn diện như vậy vừa giúp sinh viên tận dụng tối đa khả năng của AI trong thiết kế làm chủ, điều phối được AI như một "trợ thủ" đắc lực, vừa giúp giảng viên có được cái nhìn toàn diện nhất về khả năng sáng tạo, năng lực học tập của sinh viên. Đồng thời hạn chế tình trạng "đồng phục thiết kế" khi nhiều sinh viên cùng sử dụng một nguồn AI với những kho dữ liệu tương tự nhau.

2.3.1-Chú trọng phát triển kỹ năng đặt câu lệnh (Prompt thinking) để điều phối AI

Có thể thấy, hiện nay, quá trình tương tác, làm việc cùng AI chủ yếu diễn ra thông qua ngôn ngữ - tức là việc thiết kế trong thời đại AI đang chuyển dịch dần từ các "thao tác" sang "diễn đạt". Một câu lệnh hiệu quả không chỉ đơn thuần mô tả kỹ thuật mà còn phải thể hiện rõ được các chất liệu hình ảnh, mục tiêu truyền thông hay các phong cách màu sắc, cảm xúc mà bản thiết kế cần truyền tải. Nói một cách đơn thuần, người điều phối sáng tạo cần phải truyền

đạt các ý tưởng sáng tạo trong tư duy của mình thành ngôn từ, thành các câu lệnh để AI có thể hiểu và xử lý được những câu lệnh đó theo đúng ý tưởng của người sáng tạo. Bởi chất lượng tương tác giữa con người và AI, sản phẩm cuối cùng mà AI tạo ra phụ thuộc rất lớn vào khả năng diễn đạt ý tưởng và những câu chuyện của người dùng [7].

Ví dụ, nếu muốn thiết kế poster cho sản phẩm nước hoa hương hoa hồng, nếu người dùng chỉ đưa ra câu lệnh "*hãy thiết kế poster cho sản phẩm nước hoa hương hoa hồng*", AI sẽ thường tạo ra các bản thiết kế mang tính phổ thông, dễ trùng lặp và không sát với yêu cầu của khách hàng (thường sẽ là hình ảnh một chai nước hoa bất kỳ đặt trên nền hoa hồng với tên thương hiệu). Tuy nhiên, nếu câu lệnh được triển khai một cách rõ ràng, cụ thể hơn, có các dữ liệu "đầu vào" một cách đầy đủ như "*Thiết kế một poster quảng cáo cho sản phẩm chai nước hoa với thương hiệu ABC, phong cách tối giản (minimalism), sắc độ xanh lục bảo (emerald green) kết hợp màu hồng nhung đỏ (red rose), vẽ nét mảnh (line art), quy tắc bố cục một phần ba, cấu trúc ánh sáng studio và tỷ lệ khung hình 9:16…*", kèm theo hình ảnh chụp thật của chai nước hoa, phông chữ của thương hiệu… kết quả chắc chắn tạo ra sẽ có định hướng rõ ràng hơn về thẩm mỹ công năng và như vậy, sản phẩm tạo ra sẽ đúng với yêu cầu của khách hàng, tính hiệu quả sẽ cao hơn. Điều này cho thấy câu lệnh (*prompt*) không đơn thuần là yếu tố mang tính kỹ thuật mà còn trở thành một phần quan trọng trong quá trình giao tiếp, điều phối sáng tạo giữa con người với AI.

Không những vậy, tư duy ra câu lệnh còn phản ánh khả năng tổng hợp, tiếp nhận thông tin và hệ thống thông tin của người thiết kế. Để xây dựng một câu lệnh hiệu quả, người sử dụng phải xác định rõ mục tiêu của sản phẩm, đối tượng khách hàng, người xem, sở thích, chất liệu hình ảnh và cảm xúc muốn truyền tải… Điều này đòi hỏi người điều phối thiết kế phải có quá trình nghiên cứu, phân tích kỹ trước khi tạo ra sản phẩm. Chính vì vậy, công cụ AI không hề làm giảm vai trò sáng tạo mà ngược lại, còn yêu cầu người điều phối phải có kiến thức tổng hợp và khả năng triển khai định hướng vấn đề một cách rõ ràng, mạch lạc.

Ngoài ra, một khía cạnh quan trọng trong quá trình "điều phối sáng tạo" với AI đó là sự phát triển của năng lực siêu nhận thức (*metacognition*). Khi cùng làm việc, cùng đồng hành và điều phối AI, người dùng không chỉ thực hiện các thao tác kỹ thuật hay cách ra câu lệnh mà còn phải liên tục đánh giá, điều chỉnh và phản biện về chính quá trình sáng tạo cũng như tạo nên các tác phẩm của mình. Điều này giúp người dùng AI hay đơn cử là các sinh viên thiết kế, đồ hoạ nhận thức rõ hơn về vai trò của bản thân trong mối quan hệ với AI, từ đó sẽ giảm thiểu khả năng bị phụ thuộc hoặc bị "dẫn" bởi trí tuệ nhân tạo. Năng lực này đặc biệt quan trọng

trong bối cảnh các ứng dụng AI ngày càng thông minh có khả năng phản biện, tư duy độc lập và đưa ra các gợi ý mang tính định hướng.

Do vậy, trong giáo dục thiết kế, việc đào tạo tư duy đặt câu lệnh (*prompt thinking*) phải được phối hợp chặt chẽ với các lý thuyết cơ bản về mỹ thuật nền tảng khác như tư duy về bố cục, màu sắc, chất liệu, phong cách, cảm thụ thị giác… Người điều phối sáng tạo phải nắm rõ các lý thuyết về thiết kế, về mỹ thuật cũng như liên tục cập nhật các xu hướng thiết kế mới cũng như thực trạng thị trường để vừa trau dồi kiến thức cá nhân, vừa có thể "huấn luyện" cho các công cụ AI để phục vụ công việc của mình. Bởi hiện nay, AI thể hiện rõ vai trò như một hệ thống được sử dụng để khuếch đại năng lực, đòi hỏi một cơ chế điều phối hợp, kiểm soát chặt chẽ từ phía con người để đạt hiệu quả tối ưu, cụ thể hoá những ý tưởng ban đầu của người thiết kế một cách nhanh chóng, thuận tiện chứ không thể thay thế quá trình tư duy của người điều phối. Chỉ khi người điều phối có đủ nền tảng chuyên môn về thiết kế, về mỹ thuật và khả năng sáng tạo và phản biện thì con người mới là trung tâm của hoạt động sáng tạo và không bị lệ thuộc vào công nghệ AI.

2.3.2-Đạo đức sáng tạo và các vấn đề về bản quyền khi "điều phối AI"

Một vấn đề nổi cộm nhất nếu để AI tham gia vào quá trình đồng thiết kế đó chính là câu chuyện về bản quyền, quyền sở hữu trí tuệ cũng như đạo đức về sáng tạo. Việc AI có khả năng tạo ra hình ảnh minh hoạ, các bản vẽ thiết kế, các sản phẩm với tốc độ cao trong thời gian ngắn đã kéo theo nhiều tranh luận liên quan đến dữ liệu, tính nguyên bản của sản phẩm và vai trò của người thiết kế trong quá trình sáng tạo. Bởi hiện nay, phần lớn các công cụ AI được huấn luyện dựa trên các kho dữ liệu có sẵn thu thập trên internet (bao gồm cả các tranh, ảnh, hình chụp thiết kế và các tác phẩm thuộc quyền sở hữu của các nghệ sĩ hoặc các doanh nghiệp sáng tạo chuyên nghiệp). Chính vì vậy, việc điều phối sáng tạo giữa con người và AI đã dẫn đến một câu hỏi quan trọng: AI đang "học hỏi" hay đang "sao chép" một cách có chọn lọc từ những tác phẩm bản quyền đã tồn tại?

Theo World Intellectual Property Organization, hiện nay, hệ thống pháp luật liên quan đến sở hữu trí tuệ ở nhiều quốc gia vẫn chưa theo kịp tốc độ phát triển của AI tạo sinh [8]. Việc xác định tác quyền đối với các sản phẩm do AI hỗ trợ tạo ra vẫn gây tranh cãi bởi rất khó để rạch ròi phân định đâu là đóng góp của AI, đâu là đóng góp của con người trong một tác phẩm mà con người điều phối AI sản xuất. Chính vì vậy, điều này đã đặt ra thách thức rất lớn trong sáng tạo nói chung và trong ngành thiết kế đồ hoạ nói riêng. Từ những thách thức đó, người sáng tạo hay những người thiết kế luôn phải tạo ra dấu ấn cá nhân, sự độc lập trong sáng tạo và

phải coi đó là giá trị cốt lõi cho những tác phẩm nghệ thuật của mình để không bị "hoà tan" vào những thiết kế, những sản phẩm được sản xuất hàng loạt của AI.

Khi AI ngày càng trở nên phổ biến và công cụ này ngày càng hoàn thiện khả năng tạo dựng hình ảnh từ kho dữ liệu thì ranh giới giữa việc "học hỏi" và "sao chép" ngày càng bị xoá mờ. Nếu như trước đây, các nhà thiết kế phải tham khảo, học hỏi, "lấy cảm hứng" từ các sản phẩm đã có trên thị trường một cách có chọn lọc và quá trình ấy phụ thuộc vào năng lực phân tích, tổng hợp của mỗi cá nhân thì giờ đây, với AI, hàng triệu dữ liệu hình ảnh có thể được phân tích và tái tạo lại chỉ trong vài giây. AI có thể tạo ra hàng trăm tác phẩm có cấu trúc, màu sắc tương tự nhau với đủ các phong cách nghệ thuật mà chúng ta chỉ cần "gõ lệnh". Chính nhờ khả năng vô hạn này của AI mà nhiều sản phẩm do công cụ này tạo ra có phong cách giống với những tác phẩm của những nghệ sĩ khác. Điều đó đã tạo ra một làn sóng lo lắng rằng những tác phẩm có bản quyền liệu có đang bị sử dụng để huấn luyện AI mà chưa có có luật định bảo vệ phù hợp hay có những cơ chế đảm bảo lợi ích cho những nghệ sĩ chân chính.

Song song với vấn đề bản quyền, việc điều phối AI trong sáng tạo cũng đặt ra nhiều câu hỏi liên quan đến đạo đức nghề nghiệp. Nếu như không có công cụ này, việc hình thành ý tưởng sẽ phải phụ thuộc vào trải nghiệm, cảm xúc cá nhân quá trình tích luỹ lao động sáng tạo lâu dài và thậm chí cả năng khiếu bẩm sinh. Còn với AI, công cụ này khiến nhiều nhà sáng tạo bỏ qua quá trình nghiên cứu, phát triển cá nhân mà phụ thuộc hoàn toàn vào những gợi ý từ trí tuệ nhân tạo cũng như những người không có khả năng cũng có thể lên thiết kế tạo ý tưởng được. Cũng từ sự "tiện lợi" đó, việc các nhà thiết kế, sáng tạo phụ thuộc vào AI có thể khiến khả năng hình thành phong cách cá nhân bị suy giảm. Và đặc biệt, nếu qúa phụ thuộc vào trí tuệ nhân tạo thì khả năng rèn luyện tư duy tạo hình, quan sát, năng lực giải quyết vấn đề bằng cảm quan, tư duy cá nhân sẽ bị ảnh hưởng một cách đáng kể và làm giảm giá trị của một nhà thiết kế, của một người có kỹ thuật, có chuyên môn sáng tạo.

Đó là chưa kể đến việc lạm dụng AI sẽ dẫn đến nguy cơ tái tạo lại các định kiến xã hội. Bởi AI hoạt động dựa trên các dữ liệu quá khứ. Và nếu nguồn chứa dữ liệu không đủ khách quan, chứa những dữ liệu mang yếu tố phân biệt, liên quan đến giới tính, sắc tộc, tầng lớp xã hội… thì đương nhiên sản phẩm mà AI tạo ra cũng sẽ mang những định kiến tương tự. Ví dụ, trong nhiều sản phẩm sáng tạo, nếu người dùng đặt câu lệnh một cách chung chung, không có hướng dẫn, định hướng rõ ràng thì AI sẽ có xu hướng mặc định theo lối định kiến cũ như nam giới sẽ thường là lãnh đạo, phụ nữ sẽ làm nội trợ, chăm sóc con cái hoặc nghiêm trọng hơn sẽ

cho ra những sản phẩm mang tính chất "châm biếm xã hội" dựa trên các dữ liệu cũ, những định kiến lệch lạc mà chúng ta đang dần xóa bỏ.

Vì vậy, để đảm bảo các vấn đề về đạo đức sáng tạo, bản quyền trong việc điều phối AI sáng tạo thì không thể bỏ qua vai trò định hướng nội dung, đánh giá và kiểm duyệt của con người. Đó cũng là trách nhiệm mà AI không thể thay thế trong việc sáng tạo và sản xuất nghệ thuật. AI có thể tăng tốc quá trình sáng tạo, có thể gợi ý, tham vấn nhưng không thể thay thế về mặt cảm xúc, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp của con người trong việc sáng tạo. Người thiết kế trong bối cảnh hiện tại không chỉ thành thạo về công nghệ mà còn phải hiểu rõ giới hạn của AI để sử dụng công cụ hữu ích này một cách bền vững, hiệu quả và có trách nhiệm.

Ở một góc độ bao quát hơn, việc tích hợp mô hình "Điều phối sáng tạo" giữa con người và AI còn góp phần định hình lại bản sắc, đặc thù của ngành thiết kế trong thời đại mới. Bởi khi AI có thể đảm nhận nhiều khâu kỹ thuật thì giá trị của người sáng tạo, người thiết kế không còn nằm ở khả năng thực hiện mà nằm ở năng lực tư duy, kể chuyện và tạo ra các tầng ý nghĩa cho sản phẩm. Điều này đòi hỏi các sinh viên thiết kế không chỉ thành thạo về công cụ mà còn cần trau dồi, trang bị nền tảng về văn hóa, xã hội, trải nghiệm cá nhân cũng như phải có cảm xúc, có sự đồng cảm, thấu hiểu sản phẩm, thấu hiểu khách hàng và thị trường, đồng thời phải có trách nhiệm cộng đồng và đạo đức nghề nghiệp để tạo nên những tác phẩm có chiều sâu mà không làm ảnh hưởng đến quyền lợi của những nhà sáng tạo khác.

3. TRAO ĐỔI VÀ KẾT LUẬN:

Tóm lại, việc áp dụng mô hình "Điều phối sáng tạo" (*Creative Orchestration*) không chỉ giúp nâng cao hiệu quả sử dụng công cụ AI trong thiết kế mà còn mở ra một hướng tiếp cận mới trong giáo dục thiết kế và sáng tạo. Trong đó, con người không thể bị thay thế bởi trí tuệ nhân tạo mà được nâng tầm, trở thành trung tâm điều phối, là "đầu não" trong hệ sinh thái sáng tạo mở rộng, nơi trí tuệ nhân tạo đóng vai trò là "tay chân", là đối tác hỗ trợ. Chính sự cân bằng giữa khai thác công nghệ mới và phát triển bản sắc cá nhân sẽ quyết định chất lượng và giá trị của các sản phẩm thiết kế, sáng tạo trong tương lai. Trong bối cảnh này, năng lực quan trọng nhất không còn phụ thuộc vào việc tạo ra ý tưởng, mà là khả năng hợp tác điều phối AI một cách hiệu quả để tạo ra giá trị mới. Do đó, giáo dục thiết kế cần chuyển từ việc đào tạo sinh viên trở thành "người sáng tạo độc lập" thành "người điều phối sáng tạo" và giữ nguyên vai trò trung tâm của con người trong kỷ nguyên AI.

Sự phát triển mạnh mẽ của AI ở giai đoạn này cũng cho thấy ngành thiết kế đang tiến đến một bước ngoặt mới, nơi ranh giới giữa công nghệ và sáng tạo không thể tách rời. Trong bối

cảnh mới, vai trò, giá trị của người thiết kế không chỉ nằm ở việc tạo ra sản phẩm thị giác mà còn được khẳng định ở khả năng tư duy chiến lược, phân tích, tổng hợp thông tin. Các công cụ AI có thể tối ưu tốc độ làm việc, mở rộng khả năng thử nghiệm ý tưởng, nhưng chính con người mới là chủ thể quyết định giá trị của sản phẩm. Đây cũng là yếu tố tiên quyết giúp hoạt động sáng tạo không trở nên "công nghiệp hóa" một cách hoàn toàn.

Mô hình, khái niệm "điều phối sáng tạo" đã góp phần tái định nghĩa năng lực sáng tạo của người học trong môi trường giáo dục hiện đại. Trong tương lai, các sinh viên ngành thiết kế không chỉ thành thạo các ứng dụng, các phần mềm hỗ trợ mà còn phải trau dồi tư duy phản biện, đánh giá thông tin cũng như phát triển năng lực giao tiếp với AI và ý thức đạo đức nghề nghiệp trong môi trường số. Điều này đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải đầu tư, thay đổi về phương pháp giảng dạy truyền thống sang mô hình đào tạo liên ngành. Chỉ khi người học có nền tảng kiến thức đa chiều họ mới có khả năng làm chủ và điều phối được công nghệ.

Hiện tại, AI đã phát triển với tốc độ rất nhanh và ngày càng tham gia sâu hơn vào lĩnh vực sáng tạo. Điều đó không đồng nghĩa với việc vai trò của con người trong việc sáng tạo bị thu hẹp. Ngược lại, chính sự phát triển không ngừng của công nghệ lại càng làm nổi bật giá trị của cảm xúc cá nhân và trải nghiệm văn hóa, tư duy độc lập của con người.

Trong thời đại số, sáng tạo không còn là cuộc cạnh tranh giữa con người với công nghệ mà nó là quá trình hợp tác giữa hai chủ thể nhằm mở rộng giới hạn của việc tư duy và khả năng biểu đạt. Do đó, hiện tại, mục tiêu quan trọng nhất của việc giáo dục thiết kế trong thời đại bùng nổ AI không phải là việc đào tạo ra những con người, những nhà thiết kế "làm thay AI", cũng không phải sản xuất ra những công cụ thay thế con người trong quá trình sáng tạo mà là phải tạo ra những chủ thể biết điều phối, kiểm soát và khai thác công cụ AI để phục vụ cho việc sáng tạo một cách nhân văn và phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Chai, H., Guo, F., Wang, J., Song, X., & Hu, T. (2024). Uncovering the effect of Gen AI-assisted learning on students' creativity: A meta-analysis from quasi-experimental evidence. *Thinking Skills and Creativity*, 51, 101450. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2023.101450

[2]. Zhang, Y., Li, X., & Wang, H. (2026). Generative AI in design education: The homogenization and differentiation of student artworks. *International Journal of Educational Frontiers*, 8(2), 34–48. https://ojs.bbwpublisher.com/index.php/IEF/article/view/13866

[3]. Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context*, Westview Press, Boulder, CO.

[4]. Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation, *Journal of Interactive Marketing*, Tập 18, Số 3, tr. 5–14.

[5]. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). *The Service-Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate, and Directions*, M.E. Sharpe, New York.

[6]. Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*, Center for Curriculum Redesign, Boston, MA.

[7]. Mollick, E. (2024). *Co-Intelligence: Living and Working with AI*, Portfolio/Penguin, New York.

[8]. World Intellectual Property Organization (WIPO) (2024). *Generative Artificial Intelligence and Intellectual Property Issues*, Website: https://www.wipo.int