
BÁO CÁO NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN DỰ ÁN SÁNG TẠO SỐ

HỌC PHẦN: ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG SÁNG TẠO NỘI DUNG

Tên đề tài: Quy trình Ứng dụng Hệ thống Công cụ AI Tạo sinh trong Chiến dịch Truyền thông Số nâng cao Nhận thức về Rác thải nhựa Đại dương: "Đại dương xanh hay Nhựa?"

PHẦN I: TỔNG QUAN DỰ ÁN SÁNG TẠO

1. Bối cảnh và Lý do chọn đề tài

Trong kỷ nguyên số hóa, rác thải nhựa đại dương và hiểm họa từ hạt vi nhựa đã trở thành một cuộc khủng hoảng sinh thái mang tính toàn cầu. Tuy nhiên, các thông tin khoa học về vấn đề này thường khô khan, mang tính hàn lâm, dẫn đến việc khó tiếp cận và chuyển hóa thành hành động cụ thể ở nhóm đối tượng người trẻ tuổi (Thế hệ Gen Z và Millennials).

Dự án truyền thông số **"Đại dương xanh hay Nhựa?"** được ra đời nhằm giải quyết khoảng cách này. Bằng cách ứng dụng các công cụ AI tạo sinh tiên tiến, dự án hướng tới việc tối ưu hóa quy trình sản xuất nội dung, chuyển biến các số liệu thống kê vĩ mô thành câu chuyện truyền thông có sức lay động thị giác và cảm xúc mạnh mẽ.

2. Mục tiêu chiến dịch

- **Mục tiêu nhận thức:** Định hình lại tư duy của người trẻ về hành vi tiêu dùng nhựa dùng một lần bằng cách kết nối trực tiếp tác hại môi trường với sức khỏe cá nhân.
- **Mục tiêu sản phẩm:** Phát triển bộ đôi sản phẩm nội dung tích hợp, đồng bộ bao gồm:
    - **01 Bài luận chuyên sâu (Storytelling Commerce):** Định dạng bài viết tạp chí số có độ dài tiêu chuẩn, khai thác sâu sắc khía cạnh nhân văn và khoa học thực tiễn.
    - **01 Infographic đồ họa số:** Hệ thống hóa toàn bộ dòng chảy dữ liệu trực quan, tối ưu hóa cấu trúc thông tin để lan tỏa trên các nền tảng mạng xã hội lớn (Facebook, Instagram, LinkedIn).

3. Danh sách các công cụ AI tạo sinh ứng dụng trong dự án

Dự án thiết lập một mô hình làm việc cộng tác (Collaborative Workflow) giữa người sáng tạo và 3 nhóm công cụ AI tạo sinh dẫn đầu thị trường hiện nay:

1. **AI Tạo văn bản (Text Generation): Google Gemini** – Đóng vai trò là trợ lý nghiên cứu học thuật, xử lý số liệu thô và xây dựng cấu trúc tư duy logic cho nội dung.
2. **AI Tạo hình ảnh (Image Generation): Midjourney (v6.0)** – Đóng vai trò là họa sĩ ý niệm, hiện thực hóa các ý tưởng siêu thực và sản xuất tài nguyên thị giác độc quyền.
3. **AI Hỗ trợ thiết kế (Design Intelligence): Canva AI (Magic Design)** – Đóng vai trò là kiến trúc sư layout, tăng tốc độ định hình khung lưới đồ họa và phân bổ tỷ lệ thông tin.

PHẦN II: NHẬT KÝ CHI TIẾT QUÁ TRÌNH TƯƠNG TÁC AI VÀ PHƯƠNG PHÁP TÍCH HỢP SÁNG TẠO CÁ NHÂN

Để phản ánh tính chân thực và minh bạch của quy trình nghiên cứu, phần này ghi nhận chi tiết hệ thống câu lệnh (Prompts), bản chất kết quả từ máy học và phương pháp biên tập của con người nhằm khẳng định quyền tác giả tối cao của người thực hiện.

2.1. Giai đoạn 1: Nghiên cứu dữ liệu, lên ý tưởng và xây dựng nội dung văn bản (Google Gemini)

a. Quá trình tương tác prompt với AI

Tôi áp dụng kỹ thuật **Role-playing Prompting (Đóng vai chuyên gia)** kết hợp **Context-setting (Thiết lập ngữ cảnh)** để định hình tư duy cho mô hình ngôn ngữ lớn, tránh việc AI đưa ra các câu trả lời sáo rỗng.

- **Hệ thống câu lệnh số 1 (Khai phá ý tưởng cốt lõi):**
  "Bạn là một Chuyên gia truyền thông môi trường có 10 năm kinh nghiệm tại Việt Nam, am hiểu sâu sắc tâm lý học hành vi của thế hệ trẻ. Hãy nghiên cứu thực trạng rác thải nhựa tại vùng biển Đông và đề xuất 3 hướng tiếp cận nội dung độc đáo, mang tính cảnh báo mạnh mẽ nhưng không mang giọng điệu giáo điều để làm chất liệu viết bài."
- **Phân tích kết quả từ AI:** Google Gemini phản hồi trong 5 giây, đề xuất 3 hướng đi: (1) Hành trình 500 năm không phân hủy của một chiếc ống hút; (2) Thực đơn hạt vi nhựa ẩn giấu trên đĩa hải sản tươi sống; (3) Viễn cảnh đại dương năm 2050 khi khối lượng rác nhựa vượt qua khối lượng cá. Nhận thấy ý tưởng số 2 có khả năng tác động mạnh mẽ nhất đến trực giác sinh tồn và sức khỏe con người, tôi quyết định lựa chọn hướng đi này.
- **Hệ thống câu lệnh số 2 (Xây dựng cấu trúc bài luận):**
  "Với ý tưởng 'Thực đơn hạt vi nhựa trên đĩa ăn', hãy lập một dàn ý chi tiết cho bài luận 800 từ theo mô hình cấu trúc truyền thông Hook-Story-Offer. Yêu cầu văn phong mang tính chính luận kết hợp nghệ thuật kể chuyện, sắc sảo, có cao trào, thắt nút và mở nút để thúc đẩy người đọc hành động."
- **Phân tích kết quả từ AI:** Gemini thiết lập cấu trúc 3 phần logic: Mở bài bằng nghịch lý (Hook), Thân bài triển khai chuỗi thức ăn sinh học (Story), và Kết bài bằng giải

pháp tiêu dùng (Offer). Dàn ý mạch lạc nhưng phần diễn giải chi tiết bị khô khan, rập khuôn, mang nhiều cấu trúc ngữ pháp dịch từ tiếng Anh.

b. Phương pháp biên tập, hiệu chỉnh và tỷ lệ đóng góp cá nhân (Đóng góp cá nhân: 60%)

Sự can thiệp của con người ở giai đoạn này đóng vai trò quyết định "phần hồn" của văn bản.

- **Hành động chỉnh sửa:** Tôi loại bỏ hoàn toàn 80% văn bản diễn giải tự động mang tính máy móc của Gemini. Tôi giữ lại bộ khung kết cấu của AI nhưng trực tiếp thực hiện việc đối chiếu, tra cứu số liệu thực tế từ các nguồn uy tín: Tổng cục Thống kê Việt Nam, Báo cáo môi trường quốc gia của Bộ Tài nguyên và Môi trường, và số liệu từ Chương trình Môi trường Liên Hợp Quốc (UNEP).
- Tôi lồng ghép văn phong báo chí điều tra, bổ sung các phép ẩn dụ sinh động (ví dụ: ví von lượng nhựa con người nạp vào tương đương một chiếc thẻ tín dụng) nhằm tạo ra sự đồng cảm và ám ảnh tâm lý đối với người đọc Việt Nam.

2.2. Giai đoạn 2: Phát triển tài nguyên thị giác độc quyền (Midjourney)

a. Quá trình tương tác prompt với AI

Mục tiêu là tạo ra một hình ảnh chủ đạo (Key Visual) mang tính biểu tượng để làm điểm nhấn trung tâm cho bản đồ thông tin (Infographic). Tôi sử dụng kỹ thuật **Advanced Stylistic Prompting (Mô tả phong cách nâng cao)** nhằm khai thác khả năng tư duy nghệ thuật của Midjourney.

- **Hệ thống câu lệnh số 3 (Tạo ảnh ý niệm):**
  ```
  /imagine a surreal conceptual art piece, a majestic tuna fish swimming in a deep, dark ocean. Its body is photorealistic and split in half: the top half shows normal organic scales and anatomy, while the bottom half is transparent crystal, filled to the brim with colorful plastic bottles, straws, and microplastic beads. Dramatic underwater lighting, light rays cutting through dark water, hyper-detailed, 8k resolution, cinematic composition, aspect ratio 16:9 --ar 16:9 --v 6.0
  ```
- **Phân tích kết quả từ AI:** Thuật toán máy học trả về 4 phiên bản hình ảnh có chất lượng đồ họa cực kỳ ấn tượng, ánh sáng và độ khúc xạ nước sâu đạt tiêu chuẩn điện ảnh. Tuy nhiên, AI gặp phải một lỗi phổ biến (Hallucination - Ảo tưởng thuật toán): ở vùng đuôi cá, nó tự động thêm vào các mảnh vây bị biến dạng, lai tạp giữa cấu trúc sinh học và các mảnh nhựa vụn trông rất hỗn độn, không đúng với giải phẫu học thực tế.

b. Phương pháp biên tập, hiệu chỉnh và tỷ lệ đóng góp cá nhân (Đóng góp cá nhân: 50%)

Hình ảnh do AI tạo ra là một bức ảnh phong cảnh phức tạp (Flat Landscape Image), không thể đặt trực tiếp vào một thiết kế Infographic đòi hỏi tính sạch sẽ và tập trung thông tin.

- **Hành động chỉnh sửa:** Tôi tiến hành tải hình ảnh phiên bản tốt nhất về máy tính, sử dụng phần mềm đồ họa chuyên dụng để xử lý hậu kỳ thủ công. Tôi dùng công cụ cắt chuyên sâu (Pen Tool) để bóc tách chủ thể chú cá ra khỏi nền đại dương phức tạp của ảnh gốc.
- Sau đó, tôi tiến hành xóa bỏ các chi tiết lỗi ở vùng đuôi do AI tạo sai, cân chỉnh lại độ tương phản (Contrast) và thực hiện kỹ thuật Color Grading (Đồng bộ sắc độ) dịch chuyển về tông màu lạnh để hình ảnh có sự hài hòa tuyệt đối với ngôn ngữ thiết kế chung.

2.3. Giai đoạn 3: Thiết kế cấu trúc và hoàn thiện sản phẩm đồ họa (Canva AI)

a. Quá trình tương tác prompt với AI

Tôi sử dụng công cụ trí tuệ nhân tạo tích hợp *Magic Design* trên hệ sinh thái Canva để nhanh chóng tìm kiếm giải pháp phân bổ bố cục (Layouting).

- **Từ khóa đầu vào (Input Prompt):**
  “Ocean Plastic Pollution Infographic, minimalist layout, dark teal and neon green contrast color palette, professional report style.”
- **Phân tích kết quả từ AI:** Hệ thống AI của Canva phân tích từ khóa và xuất ra 5 mẫu phác thảo Infographic có sẵn các khối văn bản định dạng (Placeholder). Đánh giá khách quan, các bố cục này dừng lại ở mức độ cơ bản, sử dụng các hình vẽ vector đại trà, thiếu tính duy mỹ và chưa có chiều sâu phân cấp thị giác (Visual Hierarchy).

b. Phương pháp biên tập, hiệu chỉnh và tỷ lệ đóng góp cá nhân (Đóng góp cá nhân: 65%)

Để biến một bản thiết kế mang tính công nghiệp hàng loạt thành một tác phẩm truyền thông chuyên nghiệp, tôi thực hiện một cuộc tái cấu trúc toàn diện.

- **Hành động chỉnh sửa:** Tôi xóa bỏ toàn bộ các hình ảnh minh họa vector mặc định của Canva. Tôi đưa hình ảnh chú cá nghệ thuật đã được xử lý kỹ lưỡng ở Giai đoạn 2 vào vị trí trung tâm hình học của bản thiết kế, biến nó thành tiêu điểm thu hút ánh nhìn đầu tiên.
- Tôi phá vỡ cấu trúc lưới tự động của Canva, chia Infographic thành 3 phân vùng thông tin rõ rệt tương ứng với mạch bài viết. Tôi thay đổi toàn bộ hệ phông chữ sang nhóm font hình học không chân (Sans-serif) để tăng cường khả năng đọc lướt trên

thiết bị di động, tự tay vẽ lại các bảng biểu số liệu thống kê để đảm bảo tính chính xác khoa học.

PHẦN III: BẢNG SO SÁNH VÀ PHÂN TÍCH CHUYÊN SÂU CÁC CÔNG CỤ AI

Để có cái nhìn toàn diện và có tính phản biện cao về hệ sinh thái trí tuệ nhân tạo tạo sinh, bảng phân tích dưới đây đánh giá chi tiết các thông số vận hành thực tế của 3 công cụ đã sử dụng:

Tiêu chí so sánh [1]	**Google Gemini (AI Tạo văn bản)**	**Midjourney (AI Tạo hình ảnh)**	**Canva AI (AI Hỗ trợ thiết kế)**
Bản chất công nghệ	Mô hình ngôn ngữ lớn (LLM - Large Language Model).	Mô hình khuếch tán dữ liệu (Diffusion Model).	Hệ thống chuyên gia kết hợp Generative Layout templates.
Điểm mạnh cốt lõi [1]	• Tốc độ tổng hợp và truy xuất thông tin thời gian thực vượt trội. • Khả năng phân loại và cấu trúc hóa các tập dữ liệu thô hỗn độn thành danh mục logic. • Tiếp nhận và xử lý tốt các câu lệnh phức tạp mang tính học thuật.	• Khả năng tư duy nghệ thuật, phối trộn ánh sáng, chất liệu siêu thực ở cấp độ xuất sắc. • Tạo ra hình ảnh độc bản, sắc nét, có chiều sâu ý niệm cao. • Hiểu sâu sắc hệ thống thuật ngữ nhiếp ảnh.	• Rút ngắn thời gian phác thảo bố cục ban đầu, giải quyết triệt để hội chứng "sợ trang giấy trắng". • Giao diện kéo-thả trực quan, dễ dàng tích hợp các định dạng file tài nguyên khác nhau.
Điểm hạn chế lớn nhất [1]	• Văn phong mang tính máy móc, dễ bị rập khuôn cấu trúc câu. • Thường đưa ra nhận định chung chung, có thể xảy ra hiện tượng "bịa đặt thông tin" nếu không kiểm soát prompt.	• Không kiểm soát được độ chính xác tuyệt đối của từng chi tiết (pixel-perfect). • Hay gặp lỗi thuật toán ở các chi tiết giải phẫu học phức tạp.	• Các sản phẩm tự động hoàn toàn mang tính rập khuôn, thiếu tính đột phá nghệ thuật độc bản. • Phụ thuộc nặng vào thư viện tài nguyên đóng sẵn.

Sự dịch chuyển quy trình [1]	Tiết kiệm 70% thời gian cho công tác nghiên cứu, thu thập tài liệu và lập đề cương sơ bộ.	Thay thế hoàn toàn việc tìm kiếm ảnh stock, đảm bảo tính độc quyền và giải quyết triệt để bài toán bản quyền.	Tăng tốc độ đóng gói sản phẩm cuối cùng từ vài ngày xuống vài giờ làm việc.

PHẦN IV: PHÂN TÍCH VAI TRÒ CỦA AI VÀ TÍNH PHẢN BIỆN ĐẠO ĐỨC

4.1. Sự thay đổi trong tư duy và quy trình sáng tạo của bản thân

Việc tích hợp sâu các công cụ AI tạo sinh đã buộc tôi phải định nghĩa lại khái niệm "sáng tạo". Trong quy trình truyền thống, người làm nội dung dành 80% thời gian cho các kỹ năng thực thi kỹ thuật mang tính thủ công (gõ chữ, vẽ nét, căn chỉnh lề) và chỉ có 20% thời gian dành cho tư duy chiến lược.

Khi có sự tham gia của AI, tỷ lệ này đã đảo ngược hoàn toàn. Tôi đã dịch chuyển vai trò từ một **"Người thực thi trực tiếp" (Executor)** trở thành một **"Giám đốc sáng tạo" (Creative Director)**. Năng lực cạnh tranh cốt lõi lúc này không nằm ở việc đôi tay bạn thao tác công cụ nhanh thế nào, mà nằm ở tư duy hệ thống: Khả năng đặt câu hỏi thông minh để khai thác AI (Prompting), năng lực thẩm mỹ để chọn lọc kết quả (Curating) và tư duy phản biện để hiệu chỉnh, tích hợp (Editing). AI đóng vai trò một đòn bẩy công nghệ vĩ đại, giải phóng con người khỏi áp lực của các tác vụ lặp đi lặp lại.

4.2. Góc nhìn phản biện về những giới hạn cốt lõi của AI

Tuy nhiên, thông qua trải nghiệm thực tế từ dự án, tôi nhận ra một chân lý mang tính phản biện sâu sắc: **AI tạo sinh hoàn toàn không có nhận thức, không có thế giới quan và không có khả năng thấu cảm**. Bản chất của AI là một cỗ máy toán học tinh vi, thực hiện việc dự đoán từ ngữ hoặc điểm ảnh tiếp theo dựa trên xác suất thống kê từ kho dữ liệu quá khứ.

Do đó, nếu một sản phẩm nội dung phụ thuộc hoàn toàn 100% vào AI, nó sẽ trở thành một sản phẩm rập khuôn, lạnh lẽo và vô hồn. Những câu chuyện có sức mạnh lay động trái tim con người, những phép ẩn dụ mang tính đột phá thời đại, hay những quyết định cố tình phá vỡ các quy chuẩn thiết kế để tạo nên sự độc đáo – tất cả đều là đặc quyền tối thượng của trí tuệ và tâm hồn con người. AI có thể tạo ra những sản phẩm đúng quy chuẩn, nhưng chỉ có con người mới có thể tạo ra những sản phẩm có "hồn cốt" và sức sống lâu bền.

4.3. Các vấn đề đạo đức công nghệ cần cân nhắc trong thời đại số

- **Vấn đề bản quyền và sở hữu trí tuệ (Data Copyright):** Các mô hình như Midjourney được huấn luyện dựa trên việc quét hàng triệu tác phẩm của các họa sĩ

trên internet mà chưa có sự đồng thuận hay đền bù tài chính thỏa đáng. Việc sử dụng các sản phẩm từ AI trong môi trường học thuật đòi hỏi người dùng phải cực kỳ minh bạch và nghiêm túc nhìn nhận vấn đề này để tránh vi phạm đạo đức nghề nghiệp.

- **Trách nhiệm minh bạch hóa (Transparency):** Người tiếp nhận thông tin trong kỷ nguyên số có quyền được biết sản phẩm họ đang tiêu thụ được tạo ra bởi con người hay máy móc. Sự cam kết công khai tỷ lệ ứng dụng AI trong bài báo cáo này chính là một biểu hiện của đạo đức truyền thông.
- **Định kiến thuật toán (Algorithmic Bias):** AI được huấn luyện trên dữ liệu do con người tạo ra, vì vậy nó mang theo tất cả những định kiến văn hóa, chủng tộc và giới tính của xã hội cũ. Nếu người sáng tạo nội dung không có một tư duy phản biện sắc bén, họ sẽ vô tình trở thành công cụ phát tán các định kiến sai lệch này ra cộng đồng thông qua các sản phẩm do AI tạo ra.

PHẦN V: TỔNG HỢP NỘI DUNG SẢN PHẨM HOÀN THIỆN

1. Sản phẩm 1: Bài luận truyền thông chuyên sâu (Final Copywriting)

TIÊU ĐỀ: BỮA TỐI HÔM NAY CỦA BẠN CÓ VỊ… NHỰA?

Bạn có biết, mỗi tuần, trung bình một người trưởng thành đang vô tình nạp vào cơ thể khoảng 5 gram nhựa – tương đương với trọng lượng của một chiếc thẻ tín dụng ngân hàng? Đây không phải là một giả thuyết viễn tưởng, mà là kết luận rùng mình từ công trình nghiên cứu của Đại học Newcastle (Úc). Chúng ta không trực tiếp nhai những chiếc túi nilon hay những chai nước khoáng cũ kỹ, nhưng chúng ta đang gián tiếp thưởng thức chúng thông qua những đĩa hải sản tươi ngon được bày biện bắt mắt trên bàn ăn mỗi ngày.

Việt Nam hiện đang đứng trước một thực trạng đáng báo động khi nằm trong nhóm các quốc gia có lượng rác thải nhựa xả ra biển nhiều nhất thế giới, với khối lượng ước tính khoảng 1,8 triệu tấn mỗi năm. Khi những chiếc túi nilon, hộp xốp, chai nhựa trôi dạt ra đại dương, dưới tác động nghiền nát của sóng biển và quá trình quang hóa của tia cực tím, chúng không hề biến mất. Chúng bị xé nhỏ thành hàng tỷ mảnh vụn có kích thước siêu vi dưới 5 milimét, được gọi là **hạt vi nhựa (Microplastics)**.

Điều nguy hiểm nằm ở chỗ, các hạt vi nhựa này hoạt động như một loại "nam châm hóa chất" trong lòng đại dương, liên tục hấp thụ các chất ô nhiễm hữu cơ khó phân hủy, chất độc công nghiệp và kim loại nặng có trong nước biển. Trong vòng tuần hoàn sinh học của đại dương, các loài sinh vật phù du ăn nhầm vi nhựa. Cá nhỏ ăn sinh vật phù du. Cá lớn ăn cá nhỏ. Và cuối cùng, vòng tuần hoàn của chuỗi thức ăn độc hại ấy kết thúc ngay trên chiếc đĩa sứ sang trọng trong căn bếp của chính bạn. Những căn bệnh hiểm nghèo về hệ tiêu hóa, hiện tượng suy giảm hệ miễn dịch hay chứng rối loạn nội tiết mãn tính chính là cái giá cay đắng mà con người phải trả khi biến đại dương xanh thành một bãi rác khổng lồ.

Đại dương xanh hay Nhựa? Câu trả lời quyết định tương lai không nằm ở những chiến lược vĩ mô xa vời, mà nằm ngay trong chiếc giỏ đi chợ của bạn vào ngày mai. Lựa chọn từ chối một chiếc túi nilon dùng một lần, một chiếc ống hút nhựa chính là cách bạn trực tiếp gạch tên một hạt vi nhựa ra khỏi đĩa ăn tương lai của chính bản thân và gia đình mình.

2. Sản phẩm 2: Cấu trúc kịch bản và Nội dung biên tập Infographic

- **Thông số kỹ thuật Layout:** Thiết kế theo tỷ lệ dọc tiêu chuẩn (1200 x 1920 pixels), tối ưu hóa trải nghiệm cuộn màn hình trên thiết bị di động.
- **Hệ màu chủ đạo (Color Palette):** Sử dụng sự tương phản mạnh mẽ giữa nền xanh xám thẫm (Deep Teal - đại diện cho sự ô nhiễm, bí bách của đại dương) và các phông chữ, biểu đồ màu xanh neon (Neon Green - mang tính chất cảnh báo khẩn cấp, hiện đại).
- **Phân bổ cấu trúc thông tin (3 tầng thị giác):**
    - **Tầng 1 (Header - Tiêu đề chính):** Đặt dòng chữ lớn dòng tiêu đề *"Bữa tối hôm nay của bạn có vị Nhựa?"* sử dụng font chữ Sans-serif bản dày, mạnh mẽ. Ngay phía dưới là hình ảnh trung tâm: Ý niệm chú cá cá ngừ đại dương với nửa thân người là hữu cơ, nửa thân sau chứa đầy rác thải chai nhựa màu sắc hỗn loạn để tạo cú sốc thị giác đầu tiên (Visual Shock).
    - **Tầng 2 (Body - Dòng chảy dữ liệu):** Chia thành hai cột số liệu song song rõ ràng. Cột bên trái hiển thị biểu đồ cột mô tả lượng rác thải nhựa 1,8 triệu tấn tại Việt Nam. Cột bên phải hiển thị sơ đồ mũi tên mô phỏng "Vòng tuần hoàn độc hại" đi từ *Rác thải -> Hạt vi nhựa -> Sinh vật biển -> Đĩa ăn của con người*. Các con số thống kê trọng tâm (5 gram nhựa, 1,8 triệu tấn) được phóng to gấp 3 lần so với cỡ chữ thông thường để gây ấn tượng mạnh.
    - **Tầng 3 (Footer - Lời kêu gọi hành động):** Đặt ở phần đáy Infographic trên nền màu tối hơn. Nội dung văn bản ngắn gọn, cô đọng: *"Đại dương xanh hay Nhựa? Hãy thay đổi từ chiếc giỏ đi chợ của bạn ngày mai!"*. Góc phải bên dưới đính kèm logo chiến dịch và cam kết minh bạch: *"Sản phẩm có sự hỗ trợ cấu trúc từ công nghệ AI tạo sinh dưới sự biên tập của con người"*.