Tạp chí Lý Luận Chính Trị Và Truyên Thông

Tạp chí điện tử tiếng Việt - Tập 32, Số 10 (2026)

Vận dụng phạm trù cái đẹp của mỹ học trong định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên Việt Nam trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo

Ngày nhận bài: 01/10/2026 | **Ngày phản biện:** 14/10/2026 | **Ngày xuất bản:** 30/10/2026

Tác giả: Trần Thị Thảo Anh (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

DOI: 10.66057/llcttt-31994

Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hóa, chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo, hệ giá trị thẩm mỹ của sinh viên Việt Nam đang chịu tác động mạnh mẽ. Bên cạnh những cơ hội mở rộng khả năng tiếp cận các giá trị thẩm mỹ tiến bộ, sinh viên cũng đối mặt với không ít những biểu hiện lệch chuẩn trong nhận thức, thị hiếu và hành vi thẩm mỹ. Bài viết khái quát những lý luận cơ bản về phạm trù cái đẹp, giá trị thẩm mỹ, định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên. Từ đó chỉ ra những biểu hiện biến đổi giá trị thẩm mỹ của sinh viên trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm vận dụng phạm trù cái đẹp vào định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên theo hướng phát triển toàn diện, góp phần xây dựng hệ giá trị tinh thần con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong thời kỳ mới.

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đặc biệt là những đột phá trong lĩnh vực Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) đang tạo ra những biến đổi sâu sắc trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. AI không chỉ là công cụ hỗ trợ xử lý dữ liệu hay tự động hóa quy trình lao động mà ngày càng thâm nhập sâu, tham gia trực tiếp vào các hoạt động sản xuất, sáng tạo ra các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật. Sự ra đời và phát triển của các mô hình AI tạo sinh đã mở rộng khả năng sáng tạo nội dung, từ văn bản, hình ảnh, âm thanh đến video góp phần hình thành môi trường thẩm mỹ số đa dạng, phong phú và có sức lan tỏa mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu. Trong bối cảnh đó, cách thức con người cảm nhận, đánh giá và kiến tạo cái đẹp đang có những thay đổi đáng kể, đặt ra nhiều vấn đề về lý luận và thực tiễn

cần tiếp tục nghiên cứu.

Văn kiện Đại hội XIV của Đảng nhấn mạnh: "Nhận thức rõ hơn yêu cầu phải hình thành hệ thống chuẩn mực về giá trị văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế" (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2026). Thông qua các thuật toán gợi ý, hệ thống cá nhân hóa nội dung và các nền tảng truyền thống số, AI góp phần định hướng xu hướng thưởng thức, thị hiếu và hành vi tiêu dùng văn hóa của người dùng. Các sản phẩm mang tính trực quan, ngắn gọn, giàu hiệu ứng thị giác và dễ lan truyền ngày càng chiếm ưu thế trong không gian mạng, từ đó tác động đến quan niệm về cái đẹp và các chuẩn mực giá trị thẩm mỹ trong đời sống xã hội. Bên cạnh việc mở rộng cơ hội tiếp cận các giá trị văn hóa đa dạng và thúc đẩy sáng tạo cá nhân, môi trường số cũng đặt ra nguy cơ thương mại hóa cái đẹp, khuynh hướng chạy theo thị hiếu nhất thời và sự suy giảm khả năng cảm thụ những giá trị thẩm mỹ mang tính nhân văn, chiều sâu và bền vững.

Trong số nhóm xã hội chịu tác động trực tiếp của quá trình này, sinh viên là lực lượng nổi bật bởi đặc điểm về độ tuổi, trình độ học vấn và mức độ sử dụng công nghệ số. Là những người tiếp cận thường xuyên với Internet, mạng xã hội và các công cụ AI trong học tập, nghiên cứu cũng như giải trí, sinh viên không chỉ là đối tượng tiếp nhận mà còn là chủ thể sáng tạo và lan tỏa các giá trị thẩm mỹ trên không gian số. Điều này tạo điều kiện để họ mở rộng tri thức, phát triển năng lực sáng tạo và giao lưu văn hóa; đồng thời cũng khiến họ đối diện với những thách thức như sự chi phối của AI, xu hướng đồng nhất hóa thị hiếu, hiện tượng "ảo hóa" các giá trị thẩm mỹ, hay việc đánh đồng tính phổ biến trên mạng xã hội với giá trị thẩm mỹ đích thực... Những biến đổi này không chỉ làm ảnh hưởng đến thị hiếu cá nhân mà còn tác động đến quá trình hình thành nhân cách, hệ giá trị và định hướng văn hóa của sinh viên.

Trong mỹ học, cái đẹp không tồn tại như những phạm trù bất biến mà luôn mang tính lịch sử - xã hội, được hình thành và phát triển trong hoạt động thực tiễn của con người. Vì vậy, sự phát triển của AI và môi trường số tất yếu dẫn đến những biến đổi trong điều kiện sản sinh, tiếp nhận và đánh giá các giá trị thẩm mỹ. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu hiện có về vấn đề này phần lớn tập trung vào khía cạnh kỹ thuật, truyền thông hoặc ứng dụng AI trong sáng tạo nghệ thuật; còn thiếu những phân tích chuyên sâu về sự biến đổi định hướng giá trị thẩm mỹ của sinh viên. Do vậy,

việc nhận diện đầy đủ bản chất, xu hướng và hệ quả của những thay đổi trong nhận thức thẩm mỹ của sinh viên trước tác động của AI vẫn còn nhiều hạn chế.

Xuất phát từ những vấn đề trên, bài viết tập trung phân tích những biểu hiện biến đổi giá trị thẩm mỹ của sinh viên trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay trên cơ sở vận dụng các nguyên lý của mỹ học Mác - Lênin. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giáo dục thẩm mỹ cho sinh viên, góp phần xây dựng thế hệ trẻ có năng lực sáng tạo, tư duy phản biện, bản lĩnh, trí tuệ, khả năng sử dụng thành thạo AI một cách có trách nhiệm, đồng thời giữ gìn và phát huy các giá trị nhân văn, văn hóa và bản sắc dân tộc trong kỷ nguyên số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích tài liệu và logic - lịch sử. Phương pháp này làm rõ nội hàm phạm trù cái đẹp, giá trị thẩm mỹ và định hướng giá trị thẩm mỹ trong mỹ học Mác - Lênin, đồng thời xác định cơ sở lý luận từ Văn kiện Đại hội XIV, Nghị quyết số 80 - NQ/TW ngày 07/1/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam và Luật số 134/2025/QH15 của Quốc hội: Luật Trí tuệ nhân tạo. Từ đó, bài viết rút ra ba tiêu chí phân tích liên quan.

Phương pháp phân tích dữ liệu thứ cấp. Minh chứng thực tiễn được tổng hợp từ các nguồn như báo cáo Digital 2026: Vietnam (Kemp, 2025); khảo sát hơn 500 sinh viên và 20 cuộc phỏng vấn sâu tại Hà Nội (Tạ Tường Vi, 2025); nghiên cứu trên 666 người tham gia về sử dụng AI và tư duy phản biện (Gerlich, 2025). Các nguồn được chọn vì công bố công khai, mô tả rõ mẫu và phương pháp, liên quan trực tiếp hoặc gián tiến đến các tiêu chí phân tích.

Phương pháp so sánh, đối chiếu. Các minh chứng được đối chiếu theo ba tiêu chí để xác định những biểu hiện lệch chuẩn so với giá trị thẩm mỹ của sinh viên Việt Nam hiện nay.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Cơ sở lý luận về phạm trù cái đẹp

- Phạm trù cái đẹp

Trong mỹ học Mác - Lênin, cái đẹp giữ vị trí trung tâm, là phạm trù cơ bản phản ánh giá trị thẩm mỹ tích cực của hiện thực khách quan trong mối quan hệ với con người. Nghiên cứu phạm trù cái đẹp không chỉ góp phần nhận thức bản chất của các hiện tượng thẩm mỹ mà còn tạo cơ sở phương pháp luận cho việc định hướng thị hiếu, giá trị và hành vi thẩm mỹ của con người trong đời sống xã hội.

Lịch sử tư tưởng mỹ học đã đưa ra nhiều cách tiếp cận khác nhau về cái đẹp. Tuy nhiên, mỹ học Mác - Lênin không xem cái đẹp là một ý niệm siêu hình tồn tại độc lập với hiện thực, cũng không coi cái đẹp chỉ là cảm xúc chủ quan của cá nhân. Trên lập trường duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, cái đẹp được giải thích như một hiện tượng mang tính khách quan, nảy sinh trong thực tiễn xã hội và được con người nhận thức, đánh giá thông qua hoạt động cải tạo xã hội.

Khi nhấn mạnh vai trò đặc biệt của lao động sản xuất trong toàn bộ hoạt động của con người, chủ nghĩa Mác đã đặt cơ sở thiết yếu nhất cho việc biến một chủ thể người thành một chủ thể thẩm mỹ. C.Mác khẳng định rằng, lao động đã tạo nên năng lực thẩm mỹ của con người. Ông nhận định rằng: "Con vật chỉ sản xuất ra bản thân nó, còn con người thì tái sản xuất ra toàn bộ giới tự nhiên, sản phẩm của con vật trực tiếp gắn với cơ thể thể xác của nó, còn con người thì đối diện một cách tự do với sản phẩm của mình. Con vật chỉ xây dựng theo kích thước và nhu cầu của loài của nó, còn con người thì sản xuất theo kích thước của bất cứ loài nào. Và ở đâu cũng biết vận dụng bản chất cố hữu của mình vào đối tượng; do đó con người cũng xây dựng theo quy luật của cái đẹp" (Mác & Ăngghen, 1995, t.42). Thông qua lao động, con người không chỉ tạo ra của cải vật chất mà còn sáng tạo nên các giá trị văn hóa, nghệ thuật và những hình thức biểu hiện cái đẹp trong tự nhiên cũng như trong đời sống xã hội. Có thể thấy, cái đẹp không phải là thuộc tính tồn tại sẵn của sự vật mà được hình thành trong mối quan hệ biện chứng giữa khách thể thẩm mỹ và chủ thể thẩm mỹ thông qua hoạt động thực tiễn.

Cái đẹp là một phạm trù lịch sử - cụ thể, luôn biến đổi trong không gian và thời gian, không ít cái trước được cho là đẹp nay lại cho là xấu, cũng không ít cái gợi lên cảm xúc thẩm mỹ tích cực ở người này nhưng lại tạo ra cảm xúc thẩm mỹ tiêu cực ở người kia... Tuy nhiên, vẫn có những mẫu số chung nào đó trong quan niệm về cái đẹp: "Cái đẹp

là một phạm trù thẩm mỹ dùng để chỉ một phẩm chất thẩm mỹ của sự vật khi nó phù hợp với quan niệm của con người về sự hoàn thiện và tính lý tưởng, có khả năng gợi lên ở con người một thái độ thẩm mỹ tích cực do sự tác động qua lại giữa khách thể và chủ thể" (Đào Duy Thanh, 2002).

Mỹ học Mác - Lênin không đồng nhất cái đẹp với sự hào nhoáng, sự nổi tiếng hay tính phổ biến của một hiện tượng, mà nhấn mạnh giá trị nhân văn và ý nghĩa xã hội của cái đẹp. AI có thể tạo ra những sản phẩm có tính hấp dẫn cao về hình thức, song giá trị thẩm mỹ của chúng không thể chỉ được đánh giá bằng hiệu ứng thị giác hay mức độ lan truyền trên không gian mạng. Việc đánh giá cái đẹp cần đặt trong mối quan hệ với tính chân thực, giá trị nhân văn, trách nhiệm xã hội và khả năng góp phần hoàn thiện nhân cách con người. Đây cũng là tiêu chí quan trọng để phân biệt giữa cái đẹp đích thực với những biểu hiện mang tính thương mại hóa, câu khách hoặc lệch chuẩn trong môi trường số.

- Giá trị thẩm mỹ và mối quan hệ với phạm trù cái đẹp

Giá trị thẩm mỹ phản ánh ý nghĩa tích cực của các sự vật, hiện tượng, hoạt động và sản phẩm sáng tạo đối với nhu cầu cảm thụ, đánh giá và hoàn thiện đời sống tinh thần của con người. Nếu phạm trù cái đẹp biểu hiện phẩm chất thẩm mỹ của hiện thực thì giá trị thẩm mỹ phản ánh ý nghĩa xã hội của cái đẹp đối với sự phát triển nhân cách và đời sống văn hóa của con người. Nói cách khác, cái đẹp là cơ sở khách quan của giá trị thẩm mỹ, còn giá trị thẩm mỹ là kết quả của quá trình chủ thể nhận thức, đánh giá và hiện thực hóa cái đẹp trong thực tiễn xã hội.

Giá trị thẩm mỹ không phải là thuộc tính tồn tại sẵn trong bản thân sự vật, cũng không hoàn toàn do cảm xúc chủ quan của cá nhân quyết định. Giá trị thẩm mỹ được hình thành trong mối quan hệ biện chứng giữa chủ thể và khách thể thông qua hoạt động thực tiễn, chịu sự quy định của điều kiện lịch sử, trình độ văn hóa và hệ giá trị của mỗi cộng đồng xã hội. Do đó, cùng một hiện tượng thẩm mỹ có thể được cảm nhận khác nhau ở các thời đại, các nền văn hóa hoặc các nhóm xã hội khác nhau, song vẫn tồn tại những chuẩn mực mang tính phổ quát dựa trên sự thống nhất giữa chân - thiện - mỹ. Thông qua hoạt động cảm thụ và sáng tạo cái đẹp, con người hình thành lý tưởng sống, thị hiếu văn hóa, năng lực đánh giá các hiện tượng xã hội cũng như khả năng

hướng tới những giá trị nhân văn bền vững. Vì vậy, giá trị thẩm mỹ luôn gắn bó chặt chẽ với các giá trị đạo đức, giá trị văn hóa và giá trị xã hội; đồng thời trở thành một bộ phận quan trọng trong hệ giá trị của mỗi cá nhân và cộng đồng.

Đối với sinh viên, giá trị thẩm mỹ được biểu hiện ở khả năng nhận thức đúng đắn về cái đẹp, xây dựng thị hiếu thẩm mỹ lành mạnh, biết lựa chọn, sáng tạo và lan tỏa những giá trị văn hóa tích cực trong học tập, lao động và đời sống. Trong bối cảnh chuyển đổi số, giá trị thẩm mỹ của sinh viên không còn được hình thành chủ yếu thông qua gia đình, nhà trường và các thiết chế văn hóa truyền thống mà ngày càng chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ môi trường truyền thông số, mạng xã hội và các hệ thống trí tuệ nhân tạo. Điều này làm cho quá trình hình thành giá trị thẩm mỹ trở nên đa chiều, linh hoạt hơn, nhưng cũng tiềm ẩn nguy cơ bị chi phối bởi thuật toán, xu hướng đám đông và các chuẩn mực thẩm mỹ mang tính thương mại hóa. Nghiên cứu phạm trù cái đẹp không chỉ nhằm làm sáng tỏ bản chất của hiện tượng thẩm mỹ mà còn tạo cơ sở lý luận để nhận diện quá trình hình thành giá trị thẩm mỹ của con người trong những điều kiện lịch sử cụ thể. Đây cũng chính là tiền đề để xác định nội dung và phương thức định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo phát triển mạnh mẽ hiện nay.

- Định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo

Nếu giá trị thẩm mỹ phản ánh kết quả của quá trình con người tiếp nhận và sáng tạo cái đẹp thì định hướng giá trị thẩm mỹ là quá trình tác động có mục đích, có tổ chức của các chủ thể giáo dục nhằm hình thành ở con người năng lực nhận thức, đánh giá, lựa chọn, sáng tạo và bảo vệ các giá trị thẩm mỹ phù hợp với những chuẩn mực văn hóa của xã hội. Đây là quá trình chuyển hóa những chuẩn mực thẩm mỹ của cộng đồng thành niềm tin, nhu cầu và hành vi văn hóa của mỗi cá nhân thông qua giáo dục, trải nghiệm thực tiễn và môi trường sống.

Định hướng giá trị thẩm mỹ không phải là áp đặt một khuôn mẫu thẩm mỹ cứng nhắc mà là quá trình giúp con người hình thành năng lực đánh giá cái đẹp trên cơ sở sự thống nhất giữa chân - thiện - mỹ, giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội, giữa giá trị dân tộc và giá trị nhân loại. Vì vậy, mục tiêu của định hướng giá trị thẩm mỹ không chỉ là bồi dưỡng khả năng thưởng thức nghệ thuật mà còn góp phần xây dựng nhân cách, hình

thành bản lĩnh văn hóa và năng lực sáng tạo của con người trong đời sống xã hội.

Đối với sinh viên, định hướng giá trị thẩm mỹ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng bởi đây là giai đoạn thế giới quan, nhân sinh quan và hệ giá trị đang tiếp tục được hoàn thiện. Trong bối cảnh AI ngày càng tham gia sâu vào hoạt động sáng tạo, phân phối và cá nhân hóa nội dung văn hóa, sinh viên không chỉ là đối tượng tiếp nhận mà còn trở thành chủ thể sáng tạo và lan tỏa các giá trị thẩm mỹ trên không gian số. Điều này đòi hỏi quá trình định hướng giá trị thẩm mỹ không chỉ tập trung vào việc truyền thụ tri thức mỹ học mà còn phải phát triển năng lực phản biện, khả năng đánh giá thông tin, ý thức trách nhiệm trong sử dụng AI và bản lĩnh văn hóa trước sự chi phối của thuật toán.

Bài viết xác lập ba tiêu chí đánh giá các biểu hiện biến đổi giá trị thẩm mỹ trong môi trường AI:

Tiêu chí 1- T1, tính khách quan - thực tiễn: giá trị thẩm mỹ được hình thành và kiểm chứng trong hoạt động thực tiễn của chủ thể, không đồng nhất với cảm xúc nhất thời hay các chỉ số tương tác như lượt xem, lượt thích.

Tiêu chí 2- T2, sự thống nhất chân - thiện - mỹ: sản phẩm hấp dẫn về hình thức nhưng trái với sự thật hoặc chuẩn mực đạo đức thì không phải cái đẹp đầy đủ.

Tiêu chí 3- T3, giá trị nhân văn - xã hội: cái đẹp phải góp phần hoàn thiện nhân cách và phụ vụ lợi ích xã hội.

3.2. Những biểu hiện biến đổi giá trị thẩm mỹ của sinh viên trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo

Trí tuệ nhân tạo mở rộng khả năng tiếp cận và sáng tạo các giá trị thẩm mỹ của sinh viên

Với 85,6 triệu người dùng internet (Kemp, 2025), sinh viên có thể tiếp cận kho tư liệu về hội họa, âm nhạc, điện ảnh, kiến trúc và di sản của nhiều quốc gia gần như không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. Về sáng tạo, 35,1% sinh viên trong khảo sát ở Hà Nội đã dùng AI tạo hình ảnh, video; 84% coi AI là công cụ hỗ trợ học tập, chỉ 2% coi đó là sự thay thế tư duy (Tạ Tường Vi, 2025). Các công cụ như ChatGPT, Midjourney hay

Suno cho phép tạo văn bản, hình ảnh, âm nhạc từ lệnh ngôn ngữ tự nhiên, hỗ trợ sinh viên tìm ý tưởng và thử nghiệm phong cách.

Đối chiếu với ba tiêu chí, sự mở rộng này đáp ứng T1 vì làm giàu hoạt động thực tiễn của chủ thể. Tuy nhiên, nó chưa bảo đảm T2 và T3: chỉ 17% sinh viên được hướng dẫn sử dụng AI và 19,1% cho rằng để AI viết hộ bài không vi phạm tính trung thực (Tạ Tường Vi, 2025). AI mở rộng điều kiện, còn việc điều kiện ấy dẫn tới giá trị thẩm mỹ đích thực hay không phụ thuộc vào năng lực và định hướng của chủ thể.

Những biến đổi trên phản ánh sự phát triển của các điều kiện thực tiễn để con người sáng tạo và cảm thụ cái đẹp. AI chính là một thành tựu mới của lực lượng sản xuất hiện đại, góp phần mở rộng năng lực sáng tạo của con người. Tuy nhiên, AI chỉ tạo ra những điều kiện và phương tiện mới cho hoạt động thẩm mỹ; giá trị của cái đẹp vẫn được quyết định bởi mục đích nhân văn, nội dung tư tưởng và ý nghĩa xã hội của sản phẩm sáng tạo. Vì vậy, việc khai thác hiệu quả AI cần gắn với giáo dục năng lực thẩm mỹ, ý thức trách nhiệm và bản lĩnh văn hóa của sinh viên nhằm bảo đảm sự thống nhất giữa chân - thiện - mỹ trong quá trình sáng tạo và tiếp nhận các giá trị thẩm mỹ.

Trí tuệ nhân tạo làm biến đổi tiêu chí đánh giá cái đẹp và định hướng giá trị thẩm mỹ của sinh viên

Thứ nhất, đồng nhất hóa thị hiếu và dịch chuyển tiêu chí đánh. Trong bối cảnh 92,3% người dùng Internet tại Việt Nam sử dụng mạng xã hội (Kemp, 2025), các nền tảng số ngày càng trở thành môi trường quan trọng trong việc hình thành và định hướng thị hiếu thẩm mỹ của sinh viên. Thông qua cơ chế cá nhân hóa và hệ thống gợi ý, người dùng thường xuyên được tiếp cận với những nội dung tương đồng với lịch sử tìm kiếm, tương tác và sở thích trước đó. Sự lặp lại liên tục này có thể tạo ra xu hướng đồng nhất hóa thị hiếu, khi những kiểu hình ảnh, âm nhạc, phong cách, xu hướng thời trang hay sản phẩm văn hóa có mức độ tương tác cao được lan truyền rộng rãi và trở thành những điểm chung của cái đẹp được giới trẻ tiếp nhận.

Đồng thời, sự dịch chuyển trong tiêu chí đánh giá thẩm mỹ ngày càng rõ khi từ việc coi trọng những giá trị như chiều sâu tư tưởng, tính sáng tạo, giá trị nhân văn và sự hài hòa giữa cái đẹp với cái chân, cái thiện, sang đề cao các dấu hiệu dễ nhận biết và dễ đo lường trên môi trường số như mức độ nổi tiếng, lượt thích, lượt xem, khả năng viral hay

sự phù hợp với xu hướng. Khi sức lan truyền và khả năng thu hút chú ý ngày càng được sử dụng như những căn cứ quan trọng để xác định một sản phẩm hay hiện tượng đẹp, tiêu chí thẩm mỹ có nguy cơ bị chi phối bởi logic của thuật toán và thị trường chú ý, qua đó làm thu hẹp tính đa dạng của thị hiếu và làm thay đổi cách sinh viên nhận diện, lựa chọn và đánh giá các giá trị thẩm mỹ.

Thứ hai, suy giảm tư duy phản biện và cảm thụ chủ động. Theo Gerlich (2025), trên 666 người tham gia, ghi nhận tương quan nghịch giữa mức độ dùng AI thường xuyên và năng lực tư duy phản biện, với trung gian là việc giao bớt nhiệm vụ nhận thức cho công cụ; nhóm trẻ phụ thuộc nhiều hơn, nhưng trình độ học vấn cao hơn đi cùng tư duy phản biện tốt hơn. Ở Việt Nam, chưa đến 50% sinh viên được hỏi tự tin rằng mình không lệ thuộc vào AI, gần như toàn bộ 20 sinh viên được phỏng vấn sâu coi lệ thuộc, lạm dụng AI dẫn đến mất khả năng tư duy, sáng tạo là rủi ro lớn nhất; mặt khác, 77% cho biết có kiểm tra lại thông tin do AI cung cấp (Tạ Tường Vi, 2025).

Thứ ba, lệch chuẩn đạo đức và quyền tác giả trong sáng tạo bằng AI. Trong khảo sát tại Hà Nội, 22,1% sinh viên chắc chắn cho rằng để AI viết hộ bài là không trung thực, 19,1% cho rằng không có gì sai, số còn lại cho rằng tùy tình huống (Tạ Tường Vi, 2025). Ngoài học tập, AI còn làm nảy sinh tranh luận về quyền tác giả, tính minh bạch và trách nhiệm của người sáng tạo. Điều 11, Luật Trí tuệ nhân tạo (2025) yêu cầu đánh dấu nhận biết đối với âm thanh, hình ảnh, video do AI tạo ra và thông báo rõ khi nội dung có thể gây nhầm lẫn về tính xác thực.

Những biến đổi đó đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tăng cường năng lực đánh giá, lựa chọn và phản biện các giá trị thẩm mỹ của sinh viên trong môi trường số. Giáo dục thẩm mỹ không chỉ giúp người học biết thưởng thức cái đẹp mà còn hình thành khả năng nhận diện đâu là giá trị thẩm mỹ chân chính, đâu là những biểu hiện của sự thương mại hóa, giả tạo hoặc chạy theo thị hiếu nhất thời.

Những thách thức đối với việc hình thành giá trị thẩm mỹ bền vững của sinh viên trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo

Đầu tiên, sự phát triển của AI cùng với các nền tảng số đã làm gia tăng nhanh chóng khối lượng nội dung văn hóa được tạo ra và lan truyền mỗi ngày. Bên cạnh các tác phẩm nghệ thuật có giá trị, không gian mạng cũng xuất hiện lượng lớn nội dung giải trí

ngắn, hình ảnh do AI tạo sinh, video tổng hợp và các sản phẩm truyền thông được tối ưu hóa nhằm thu hút sự chú ý của người dùng. Trong điều kiện đó, sinh viên phải tiếp nhận một lượng thông tin vượt quá khả năng chọn lọc và xử lý, dẫn đến việc cảm thụ thẩm mỹ dễ bị chi phối bởi tốc độ tiêu dùng nội dung hơn là quá trình chiêm nghiệm và suy ngẫm.

Thứ hai, sự suy giảm năng lực cảm thụ thẩm mỹ và tư duy phản biện. Khi AI có thể tạo ra văn bản, hình ảnh, âm nhạc hoặc video với tốc độ nhanh và chất lượng ngày càng cao, người học có xu hướng dựa nhiều hơn vào các sản phẩm được tạo sẵn thay vì chủ động quan sát, trải nghiệm và sáng tạo. Nếu quá phụ thuộc vào AI, sinh viên có thể giảm dần khả năng tưởng tượng, năng lực đánh giá nghệ thuật và ý thức phản biện đối với các sản phẩm văn hóa.

Thứ ba, những vấn đề đạo đức trong hoạt động sáng tạo bằng AI. AI tạo sinh đang đặt ra hàng loạt vấn đề liên quan đến quyền tác giả, quyền sở hữu trí tuệ, tính minh bạch và trách nhiệm của chủ thể sáng tạo. Các sản phẩm do AI tạo ra có thể sử dụng dữ liệu huấn luyện từ hàng triệu tác phẩm mà không có sự đồng ý của tác giả; đồng thời, công nghệ deepfake và các kỹ thuật chỉnh sửa hình ảnh ngày càng tinh vi cũng làm gia tăng nguy cơ giả mạo thông tin, bóp méo hiện thực và thao túng cảm xúc của công chúng. Đối với sinh viên, nếu thiếu hiểu biết về đạo đức số và trách nhiệm học thuật, việc sử dụng AI trong học tập và sáng tạo có thể dẫn đến vi phạm bản quyền, sao chép ý tưởng hoặc làm suy giảm tính trung thực trong nghiên cứu.

Cuối cùng là nguy cơ lệch chuẩn hệ giá trị và khủng hoảng tiêu chí đánh giá cái đẹp. Trong môi trường số, những sản phẩm có khả năng lan truyền nhanh thường được xem là hấp dẫn hoặc có giá trị, trong khi các tác phẩm đòi hỏi chiều sâu tư tưởng và trải nghiệm thẩm mỹ lại ít nhận được sự chú ý hơn. Điều này có thể dẫn đến việc đồng nhất cái đẹp với sự nổi tiếng, hiệu ứng thị giác hoặc mức độ tương tác trên mạng xã hội. Dưới tác động của thuật toán và kinh tế nền tảng, chuẩn mực thẩm mỹ có nguy cơ bị chi phối bởi thị hiếu nhất thời hơn là các giá trị nhân văn bền vững.

Những biểu hiện lệch chuẩn nêu trên không làm thay đổi bản chất của cái đẹp mà phản ánh sự biến đổi trong điều kiện xã hội của quá trình tiếp nhận và đánh giá cái đẹp. Điều đó đặt ra yêu cầu phải tăng cường giáo dục lý luận mỹ học, phát triển năng

lực tư duy phản biện và xây dựng bản lĩnh văn hóa cho sinh viên, giúp họ có khả năng nhận diện, lựa chọn và sáng tạo các giá trị thẩm mỹ phù hợp với những chuẩn mực chân - thiện - mỹ trong bối cảnh chuyển đổi số và phát triển trí tuệ nhân tạo.

3.3. Vận dụng phạm trù cái đẹp trong định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên Việt Nam trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo

Những biến đổi trong môi trường thẩm mỹ số dưới tác động của trí tuệ nhân tạo đặt ra yêu cầu phải đổi mới nội dung, phương thức và chủ thể giáo dục giá trị thẩm mỹ cho sinh viên. Trên cơ sở vận dụng phạm trù cái đẹp của mỹ học Mác - Lênin, giáo dục thẩm mỹ cần hướng tới mục tiêu giúp sinh viên không chỉ có khả năng cảm thụ và sáng tạo cái đẹp mà còn hình thành năng lực đánh giá, lựa chọn và bảo vệ các giá trị thẩm mỹ chân chính trong môi trường số. Đây là điều kiện quan trọng để xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, có bản lĩnh chính trị, năng lực số và trách nhiệm xã hội trong bối cảnh chuyển đổi số.

Một là, đổi mới giáo dục mỹ học và lý luận chính trị theo hướng gắn kết lý luận với thực tiễn số, tăng cường giáo dục các giá trị chân - thiện - mỹ.

Giáo dục thẩm mỹ không thể chỉ dừng lại ở việc truyền đạt tri thức về mỹ học mà cần giúp sinh viên biết vận dụng các nguyên lý của phạm trù cái đẹp để nhận diện, phân tích và đánh giá các hiện tượng văn hóa trong môi trường số. Trong điều kiện AI ngày càng phổ biến, nội dung giảng dạy các học phần Triết học Mác - Lênin, Mỹ học, các môn lý luận chính trị cần được cập nhật theo hướng gắn với những vấn đề thực tiễn như nghệ thuật số, truyền thông mạng xã hội, chuẩn mực cái đẹp trên không gian mạng, đạo đức trong sử dụng AI và trách nhiệm của người sáng tạo nội dung số. Quá trình giảng dạy cần sử dụng các tình huống thực tiễn, các sản phẩm truyền thông số và những hiện tượng văn hóa đang được xã hội quan tâm để sinh viên phân tích dưới góc nhìn của mỹ học Mác - Lênin. Qua đó, người học không chỉ hiểu bản chất của cái đẹp mà còn hình thành khả năng phân biệt giữa cái đẹp đích thực với những biểu hiện mang tính thương mại hóa, giả tạo hoặc chạy theo thị hiếu nhất thời.

Có thể đưa năng lực thẩm định thẩm mỹ sản phẩm số vào chuẩn đầu ra học phần Mỹ học. Giáo dục thẩm mỹ cần được lồng ghép với giáo dục đạo đức, giáo dục lý tưởng cách mạng và xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam. Sự thống nhất giữa chân - thiện -

mỹ phải trở thành nguyên tắc xuyên suốt trong quá trình giáo dục, góp phần hình thành ở sinh viên lý tưởng sống đẹp, trách nhiệm xã hội và ý thức gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Hai là, phát triển tư duy phản biện, năng lực số và năng lực sử dụng trí tuệ nhân tạo một cách có trách nhiệm.

Một trong những yêu cầu quan trọng của giáo dục thẩm mỹ trong thời đại AI là giúp sinh viên trở thành chủ thể có khả năng làm chủ công nghệ, thay vì bị công nghệ chi phối. Điều đó đòi hỏi quá trình đào tạo phải chú trọng phát triển tư duy phản biện, năng lực đánh giá thông tin và kỹ năng sử dụng AI một cách an toàn, hiệu quả và có trách nhiệm.

Áp dụng quy trình "Người trước, máy sau" trong bài tập sáng tạo và thẩm mỹ. Sinh viên hoàn thành bản đầu bằng năng lực của chính mình, sau đó dùng AI, rồi bổ sung, hoàn thiện thông qua việc số sánh giữa hai phiên bản. Đa dạng hóa nguồn khám phá thẩm mỹ để giảm đồng nhất hóa thị hiếu. Nhà trường xây dựng học liệu thẩm mỹ số do giảng viên lựa chọn như di sản, nghệ thuật dân tộc, nghệ thuật đương đại. Cần tổ chức trải nghiệm trực tiếp cho sinh viên tại bảo tàng, nhà hát, triển lãm,...

Ngoài ra, giáo dục nhận diện "hình ảnh thật - hình ảnh đã xử lý" gắn với tư vấn sức khỏe tinh thần. Triển khai chuyên đề về chuẩn đẹp số, hướng dẫn nhận biết nội dung do AI tạo ra theo quy định pháp luật, liên kết với trung tâm tư vấn tâm lý của trường để hỗ trợ sinh viên chịu áp lực ngoại hình.

Ba là, xây dựng môi trường văn hóa số lành mạnh trong nhà trường nhằm nuôi dưỡng và lan tỏa các giá trị thẩm mỹ tích cực.

Giáo dục giá trị thẩm mỹ không chỉ diễn ra trong giảng đường mà còn được hình thành thông qua môi trường văn hóa mà sinh viên học tập, sinh hoạt và tương tác hằng ngày. Vì vậy, xây dựng môi trường văn hóa số lành mạnh cần được xem là một trong những điều kiện quan trọng để định hướng giá trị thẩm mỹ cho sinh viên.

Các cơ sở giáo dục đại học cần phát huy vai trò của đội ngũ giảng viên, đặc biệt là giảng viên lý luận chính trị, mỹ học và khoa học xã hội trong việc định hướng nhận

thức, bồi dưỡng năng lực cảm thụ và sáng tạo cái đẹp cho sinh viên. Đồng thời, cần đẩy mạnh các hoạt động ngoại khóa như diễn đàn học thuật, tọa đàm, triển lãm nghệ thuật số, cuộc thi sáng tạo nội dung số, câu lạc bộ văn hóa - nghệ thuật và các hoạt động trải nghiệm thực tiễn nhằm tạo điều kiện để sinh viên hình thành thị hiếu thẩm mỹ lành mạnh, phát huy năng lực sáng tạo và trách nhiệm xã hội.

Hình thành mạng lưới chủ thể và cơ chế theo dõi. Giảng viên lý luận chính trị, mỹ học giữ vai trò hạt nhân, phối hợp với giảng viên nghệ thuật và công nghệ thông tin; sinh viên cốt cán tham gia như chủ thể đồng kiến tạo; gia đình và các nền tảng số thực hiện trách nhiệm theo vai trò. Nhà trường khảo sát định kỳ năng lực thẩm mỹ số của sinh viên theo bộ chỉ báo để hiệu chỉnh nội dung giáo dục gồm 5 giải pháp: Chuẩn đầu ra thẩm định thẩm mỹ số; Quy trình "người trước, máy sau"; Đa dạng hóa nguồn khám phá; Nhận diện hình ảnh đã xử lý; Mạng lưới chủ thể. Và tương ứng với đó là 5 Chỉ báo theo dõi là: Tỷ lệ sinh viên vận dụng đúng phiếu T1 - T3, đo đầu và cuối học phần; Tỷ lệ bài tập có khai báo AI và phản tư so sánh hai phiên bản; Số loại hình nghệ thuật và số lượt trải nghiệm trực tiếp của mỗi sinh viên trong học kỳ; Tỷ lệ sinh viên nhận diện đúng nội dung do AI tạo; số lượt tư vấn tâm lý liên quan; Kết quả khảo sát năng lực thẩm mỹ số hằng năm; số giảng viên được bồi dưỡng. Căn cứ: yêu cầu phối hợp gia đình, nhà trường, xã hội (Ngô Quang Sơn, 2021; Đỗ Thị Thanh Hương, 2022) và khuyến nghị nâng cao năng lực người dạy (Miao & Holmes, 2023).

Như vậy, vận dụng phạm trù cái đẹp của mỹ học vào giáo dục thẩm mỹ cho sinh viên không chỉ là việc truyền thụ tri thức về cái đẹp mà còn là quá trình hình thành năng lực nhận thức, đánh giá, sáng tạo trong môi trường số. Đây cũng là cơ sở quan trọng để xây dựng thế hệ sinh viên Việt Nam có bản lĩnh chính trị, năng lực số, tư duy phản biện và trách nhiệm xã hội, đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong thời kỳ chuyển đổi số và hội nhập quốc tế.

4. Kết luận

Sự phát triển của trí tuệ nhân tạo đang làm biến đổi sâu sắc môi trường thẩm mỹ số, tạo ra cả cơ hội và thách thức đối với quá trình hình thành giá trị thẩm mỹ của sinh viên. AI không chỉ mở rộng khả năng tiếp cận và sáng tạo các giá trị văn hóa, nghệ thuật mà còn tác động đến tiêu chí đánh giá cái đẹp, thị hiếu thẩm mỹ và hành vi tiếp

nhận văn hóa thông qua sự chi phối của thuật toán và các nền tảng số.

Trên cơ sở vận dụng phạm trù cái đẹp của mỹ học Mác - Lênin, bài viết đã vận dụng phạm trù cái đẹp của mỹ học Mác - Lênin để xác lập ba tiêu chí nhận diện giá trị thẩm mỹ và dùng chúng đối chiếu với những minh chứng nghiên cứu về sinh viên Việt Nam trong kỷ nguyên AI. Kết quả cho thấy AI mở rộng đáng kể khả năng tiếp cận và sáng tạo, nhưng đồng thời làm xuất hiện bốn biểu hiện cần lưu ý: chuẩn đẹp số, đồng nhất hóa thị hiếu, suy giảm tư duy phản biện và lệch chuẩn đạo đức trong sáng tạo bằng AI. Các biểu hiện này phản ánh sự biến đổi của điều kiện thẩm mỹ chứ không làm thay đổi bản chất của cái đẹp./.

Tài liệu tham khảo

Đảng Cộng sản Việt Nam. (2026). Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV (Tập 2). Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật.

Đào Duy Thanh. (2002). Mỹ học đại cương. Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh.

Đỗ Thị Thanh Hương. (2022). Những biến đổi thị hiếu thẩm mỹ của sinh viên Việt Nam trong cuộc cách mạng 4.0. Tạp chí Quản lý Giáo dục. https://doi.org/10.53750/jem22.vl4.n5.8

Gerlich, M. (2025). AI tools in society: Impacts on cognitive offloading and the future of critical thinking. Societies, Article 6. https://doi.org/10.3390/soc15010006

Kemp, S. (2025, November 8). Digital 2026: Vietnam. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-vietnam

Luật Trí tuệ nhân tạo (Số 134/2025/QH15, 2025). Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Cong-nghe-thong-tin/Luat-Tri-tue-nhan-tao-2025-so-134-2025-QH15-679013.aspx

Mác, C., & Ăngghen, Ph. (1995). Toàn tập (Tập 42). Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.

Miao, F., & Holmes, W. (2023). Guidance for generative AI in education and research. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693

Nghị quyết về phát triển văn hóa Việt Nam (Số 80-NQ/TW, 2026). Bộ Chính trị. https://www.quanlynhanuoc.vn/2026/01/13/nghi-quyet-so-80-nq-tw-ve-phat-trien-van-hoa-viet-nam/

Ngô Quang Sơn. (2021). Định hướng giáo dục giá trị thị hiếu thẩm mỹ và lý tưởng sống cho sinh viên trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Trường Đại học Hòa Bình.

https://vjol.info.vn/hoabinh/article/view/64860

Roose, K. (2022). An A.I.-generated picture won an art prize. Artists aren't happy. The New York Times. https://www.nytimes.com/2022/09/02/ technology/ ai-artificial- intelligence-artists.html

Tạ Tường Vi. (2025). Sinh viên Việt Nam với việc sử dụng trí tuệ nhân tạo: Thực trạng, nhận thức và định hướng. Tạp chí Quản lý nhà nước. https://www.quanlynhanuoc.vn/2025/05/27/sinh-vien-viet-nam-voi-viec-su-dung-tri-tue-nhan-tao-thuc-trang-nhan-thuc-va-dinh-huong/