**THƯ NGỎ**

Kính gửi thầy cô và các bạn sinh viên đại học FPT,

Trong thời đại công nghệ đang phát triển như vũ bão hiện nay, mạng xã hội đã và đang dần trở thành một phần tất yếu trong cuộc sống của mỗi người, đặc biệt là giới trẻ - “Gen Z” hiện tại. Một mặt, mạng xã hội quả thật mang đến nhiều lợi ích cho người dùng, khi nó là một kênh giao tiếp giúp mọi người kết nối và tương tác với nhau một cách dễ dàng. Ngoài ra, mạng xã hội còn giúp người dùng chia sẻ và tiếp cận thông tin và kiến thức một cách nhanh chóng. Mạng xã hội có thể nói đã góp phần cải thiện đời sống vật chất và tinh thần của con người.

Thế nhưng, vấn đề nào cũng luôn có hai mặt. Những tiêu cực, rủi ro mà mạng xã hội đem đến đã trở thành chủ đề chưa bao giờ hạ nhiệt và luôn nhận được rất nhiều sự quan tâm. Và hiện nay, có một thực trang đang nổi cộm trong xã hội – đó là sự ảo tưởng quyền lực của những người tự xưng là “Influencer”, “Content creator” trên các nền tảng mạng xã hội. Họ có thể làm mọi cách, tạo ra các sản phẩm mang tính chất giật gân nhằm mục đích thu hút nhiều người xem. Khi đó, những “Người ảnh hưởng” này có thể tạo ra một số lượng lớn người theo dõi, và từ đó, họ có khả năng thay đổi ý kiến của đám đông và tạo ra sự ảnh hưởng xã hội. Vấn đề này đang càng trở nên trầm trọng hơn, khi họ lại nhận được một sự theo dõi và ủng hộ không nhỏ của một bộ phận giới trẻ.

Chính vì vậy, nhóm chúng mình – 7UP – quyết định mang đến MV dự án ***“Danh vọng”*** nhằm lên án, phê phán những nhân vật được coi là “Idol” của giới trẻ hiện nay. MV của chúng mình sẽ đem đến một câu chuyện thú vị, kết hợp với phần âm nhạc hấp dẫn, sẽ làm rõ những tiêu cực của người nổi tiếng trên mạng xã hội. Chúng mình mong dự án sẽ nhận được sự đón nhận của các bạn và mong các bạn có một trải nghiệm tốt với MV ***“Danh vọng”*** của 7UP.

**Trân trọng**

**TÓM TẮT DỰ ÁN**

Dự án MV “Danh vọng” được thực hiện bởi nhóm “7UP” gồm 7 thành viên là một dự án xã hội phản ánh thực trạng ảo tưởng, lạm dụng sự nổi tiếng của một bộ phận những người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội. Họ là những người có lượng lượt xem và lượt theo dõi cao, nhưng lại có những phát ngôn mang tính tranh cãi, dễ làm lung lay, sai lệch tư tưởng của người xem, đặc biệt là giới trẻ. Đây là một thực trạng đáng báo động và cần phải được lên án.

Dự án “Danh vọng” được lập ra với mục đích nâng cao nhận thức của mỗi người về việc chọn lọc thông tin trên mạng xã hội, khơi gợi cảm hứng và thay đổi hành vi của khán giả đối với những người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội. Đồng thời, dự án cũng gợi mở ý thức và trách nhiệm của mỗi người đối với xã hội: Tự do ngôn luận là quyền cơ bản của mỗi người, nhưng cần được sử dụng một cách có trách nhiệm và đúng mực. Cuối cùng, “Danh vọng” còn giúp lan tỏa thông điệp trong cộng đồng, tạo ra sự thay đổi về nhận thức và hành vi của mỗi người về việc sử dụng mạng xã hội.

Dự án đặt ra mục tiêu có trung bình 200 lượt xem và tương tác với MV trên Youtube, đồng thời lượt tương tác bài share trên Facebook của từng thành viên trung bình 30 lượt/bài.

Thực trạng sẽ được thể qua hai phần: âm thanh và hình ảnh. Âm thanh của MV sẽ là phần rap qua phần thể hiện của Nguyễn Việt Hoàng và Nguyễn Đức Hùng. Lời bài hát trau chuốt và giàu tính sáng tạo, hướng thẳng đến những nhân vật “ngáo quyền lực” đang nhận được nhiều sự chú ý trên mạng xã hội. Bằng những câu từ mạnh mẽ và giàu cảm xúc, bài hát có thể chạm đến nhận thức của người nghe với vấn đề nhức nhối này. Nội dung của MV là câu chuyện về cái giá phải trả để đánh đổi lấy sự nổi tiếng và việc hoang tưởng về sự nổi tiếng ấy đã ảnh hưởng đến cuộc đời của họ như thế nào. MV giúp cho người xem có một góc nhìn sâu sắc về những mặt trái của danh vọng, liệu chúng có xứng đáng để một người dùng mọi thủ đoạn để đoạt được.

THỰC TRẠNG

Trong cuộc sống hiện đại, mạng xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của mỗi người, đặc biệt là đối với thế hệ trẻ hiện nay. Không thể phủ nhận việc kết nối và tương tác trên mạng xã hội đem lại không chỉ lợi ích cá nhân mà còn mang lại sự kết nối và giao lưu với cộng đồng toàn cầu. Mạng xã hội đã tạo ra một nền tảng mở để chia sẻ thông tin và kiến thức, người dùng có thể tiếp cận nhanh chóng đến các tin tức, bài viết, tài liệu từ khắp mọi nơi trên thế giới. Điều này đã mở rộng kiến thức và nhận thức của mọi người, giúp chúng ta tiếp cận với các ý tưởng và quan điểm mới, từ đó thúc đẩy sự phát triển cá nhân và xã hội.

Tuy nhiên, cần nhìn nhận một cách khách quan, mạng xã hội cũng đem đến những tiêu cực nghiêm trọng cho người dùng, đặc biệt là thế hệ trẻ ngày nay. Đặc biệt, khi sự nổi tiếng trên các nền tảng xã hội có thể giúp kiếm được một khoản thu nhập không hề nhỏ, nhiều người đã bất chấp tất cả để có được tiếng tăm, thu hút được nhiều người xem và theo dõi bằng những sản phẩm với content mang tính chất “câu like, câu view”, không đem lại giá trị gì cho người xem. Và khi đã có một độ nổi tiếng nhất định, những người có sức ảnh hưởng ấy nghĩ mình đã nắm trong tay danh vọng, có khả năng thao túng ý kiến đám đông với một quan điểm lệch lạc của mình. Hiện nay, cụm từ phổ biến dành cho bộ phận những người nêu trên là sự “ngáo quyền lực”.

Ngáo quyền lực là hiện tượng mà mỗi người tự cho mình là nhất, vượt trội hơn người khác trong mọi khía cạnh. Một người ngáo quyền lực sẽ không lắng nghe ý kiến của người khác, coi thường và coi mình là trung tâm của thế giới. Họ tỏ ra thái độ kiêu ngạo và không tôn trọng ý kiến và đóng góp từ người khác. Điều này không chỉ gây ảnh hưởng xấu đến mối quan hệ cá nhân mà còn tạo ra sự chia rẽ và mất đoàn kết trong xã hội.

Ảnh hưởng của những nhân vật ngáo quyền lực đối với xã hội là vô cùng nghiêm trọng. Một số người có quyền lực mạng xã hội có thể lạm dụng sự ảnh hưởng của mình để phô trương, xúc phạm hoặc tung tin sai lệch. Điều này có thể gây ra sự chia rẽ và thiệt hại đến danh tiếng và tâm lý của những người bị tác động. Tiếp theo, sự lạm dụng ảnh hưởng của các người nổi tiếng có thể gây ra sự mất cân bằng thông tin. Sự ảo tưởng quyền lực có thể dẫn đến việc lan truyền tin giả, thông tin thiếu chính xác và gây mất đáng tin cậy trong nguồn tin.

Nhận thức được thực trạng đáng báo động này, nhóm 7UP chúng mình quyết định thực hiện MV dự án “Danh vọng” để lên án, phê phán những người có sức ảnh hưởng đang gây ra nhiều bức xúc cho người dân.

MỤC ĐÍCH VÀ MỤC TIÊU

I. MỤC ĐÍCH

1. Nâng cao nhận thức về ngáo quyền lực trên mạng xã hội:

Để đạt được mục tiêu này, MV rap sẽ sử dụng các yếu tố như lời rap sắc bén và hình ảnh đáng nhớ để giúp khán giả hiểu rõ hơn về khái niệm và hệ quả của ngáo quyền lực trên mạng. Bằng cách sử dụng ví dụ, câu chuyện và hình ảnh tác động, MV rap sẽ thúc đẩy sự nhận thức và sự nhạy bén của khán giả về vấn đề này. Khán giả sẽ được khuyến khích đặt câu hỏi, tìm hiểu thêm và truyền đi thông điệp về ngáo quyền lực trên mạng, từ đó thúc đẩy sự lan tỏa của ý thức này.

2. Gợi cảm hứng và thay đổi hành vi của khán giả:

Một mục tiêu quan trọng khác của MV rap là gợi cảm hứng và thay đổi hành vi của khán giả. Bằng cách tạo ra những giai điệu, nhịp điệu và lời rap sáng tạo, MV rap sẽ khơi gợi tư duy và suy nghĩ về cách mỗi người có thể đối mặt và ngăn chặn ngáo quyền lực trên mạng. Thông qua lời rap, MV sẽ thúc đẩy khán giả suy nghĩ về vai trò của họ trong việc thay đổi hành vi và tư duy cá nhân khi sử dụng mạng xã hội. MV cũng sẽ cung cấp thông điệp tích cực và gợi ý cụ thể để khán giả thực hiện những hành động tích cực và trách nhiệm trên mạng.

3. Gợi mở ý thức và trách nhiệm xã hội:

MV rap cũng nhằm gợi mở ý thức và trách nhiệm xã hội đối với việc sử dụng mạng xã hội. Bằng cách sử dụng lời rap và hình ảnh mạnh mẽ, MV rap sẽ nhắc nhở khán giả rằng tự do ngôn luận là quyền cơ bản, nhưng cần được sử dụng một cách có trách nhiệm và đúng mực. MV sẽ tạo ra câu chuyện và hình ảnh đáng suy ngẫm, gợi mở ý thức của khán giả về tác động của hành động trực tuyến đến cộng đồng và xã hội. Khán giả sẽ được khuyến khích tham gia vào việc xây dựng một mạng xã hội trực tuyến lành mạnh và có trách nhiệm, thông qua việc chia sẻ thông điệp và hành động tích cực trên mạng.

4. Gây được sự lan tỏa và tác động trong cộng đồng:

Mục tiêu cuối cùng của MV rap là gây được sự lan tỏa và tác động trong cộng đồng. MV sẽ đạt được sự lan truyền thông điệp và tạo ra sự thảo luận về vấn đề ngáo quyền lực trên mạng thông qua việc chia sẻ, like và bình luận tích cực từ cộng đồng mạng. MV cũng sẽ gây chú ý và phản ứng tích cực từ cộng đồng, tạo ra sự thay đổi trong nhận thức và hành vi của khán giả đối với việc sử dụng mạng xã hội. Đồng thời, MV rap này cũng truyền cảm hứng và kích thích sự tương tác của các nghệ sĩ khác, khám phá và đề cao những vấn đề xã hội nhạy cảm và quan trọng thông qua âm nhạc và nghệ thuật rap.

II. Mục tiêu

- Đạt được ít nhất 200 lượt xem trên YouTube trong vòng 2 tháng kể từ ngày phát hành. - Tạo ra sự tương tác tích cực trên mạng xã hội, bao gồm ít nhất 50 lượt chia sẻ, 50 bình luận tích cực và 100 lượt thả tim.

- Hoàn thành dự án trước tháng 7/2023.

GIẢI PHÁP

I. Lời bài hát

Bài hát thể hiện rõ nét những ảnh hưởng tiêu cực của quyền lực và danh vọng đối với những người có sức ảnh hưởng. Lời bài hát mang trong mình sức mạnh và cảm xúc mạnh mẽ, bộc lộ rõ sự phản đối, phê phán đối với những kẻ ngáo quyền lực. Lời bài hát có sự trau chuốt và sáng tạo với các từ ngữ và câu chữ được sắp xếp một cách tinh tế và tài tình, khiến cho người nghe cảm thấy hứng thú và không bị nhàm chán. Bằng cách truyền tải thông điệp và đánh thức nhận thức, lời bài hát có thể lay động người nghe, từ đó giúp người nghe nhìn nhận được vấn đề.

II. Kịch bản

1. Hồi 1

* Hùng và Huy (đại diện cho thế hệ trẻ ngày nay) đang trên con đường tìm kiếm danh vọng với mong muốn một cuộc sống giàu có và được nhiều người biết đến
* Cả hai đều dùng những cách tương tự nhau như bắt chước những nội dung trên mạng, làm những nội dung đang là xu hướng nhưng đều không được như mong đợi
* Cả hai đều muốn đột phá và trở nên nổi bật nên đã làm những nội dung không phù hợp với thuần phong mỹ tục (Huy) và có những phát ngôn gây tranh cãi, mất thiện cảm (Hùng) dẫn đến sự khó chịu và ghét bỏ của rất nhiều người xem dành cho 2 người
* Họ mù quáng bởi lượng người tương tác vượt bậc, đồng thời có những nhãn hàng chỉ quan tâm lợi nhuận mà bỏ qua thái độ của người tiêu dùng book quảng cáo. Từ đó họ ngày càng tiếp tục làm những nội dung không phù hợp, nhận tiền quảng cáo để nói những điều sai sự thật như khen nhãn hàng dù chất lượng của họ không tốt
* Dần dà họ ảo tưởng về sức ảnh hưởng của bản thân mà không quan tâm đến người xung quanh, tỏ thái độ kiêu ngạo, lạm dụng sự nổi tiếng của mình để trục lợi cá nhân (Xin suất vào các sự kiện, ra lệnh hay yêu cầu quá đáng những người biết mình, …). Từ đó người ghét bỏ lại ngày càng nhiều thêm.

2. Hồi 2

* Nhờ người thân trong gia đình hoặc bạn bè khuyên bảo, Hùng và Huy nhìn nhận lại những quan điểm và sự lên án gay gắt của người xem. Khi này Hùng và Huy đã có lời xin lỗi, xin sửa sai rút kinh nghiệm nhưng đã quá muộn, không thể thay đổi được những gì đã xảy ra
* Lúc này cả hai mới bắt đầu quá trình “tẩy trắng”, trở lại làm những nội dung lành mạnh, chân thật nhưng người xem đã mất niềm tin
* Giờ đây không còn ai quan tâm, vừa mất hết tất cả danh vọng lại vừa bị coi thường, mang tiếng xấu
* Sẽ có 2 trường hợp : 1 là hối hận, cố gắng sửa sai và sau đó biến mất trên các mạng xã hội, quay lại là 1 người bình thường (1 trong 2 sẽ diễn vai này); 2 là nhớ thương những danh vọng ảo xưa cũ và quyết định lặp lại những gì đã xảy ra 1 lần nữa (vai này sẽ do người còn lại diễn).

TIMELINE

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Thời gian | Công việc cần làm | Nhân sự | Ghi chú |
| 1/6-2/6 | Lên ý tưởng thực hiện với cả nhóm. | Cả nhóm | Bàn đề xuất, kịch bản, nội dung dự án |
| 4/6-7/6 | Bắt đầu viết lyrics cho bài hát | Nguyễn Việt Hoàng | Hỗ trợ người viết sao cho nội dung thật sáng tạo và độc đáo |
| 14/6-15/6 | Lên ý tưởng quay MV | Trần Quang Minh | Đưa ra các ý tưởng kịch bản khả thi |
| 16/6-21/6 | Bắt đầu thực hiện quay MV | Cả nhóm | Lưu ý về thiết bị quay |
| 22/6-27/6 | Tổng duyệt lại dự án, còn gì sai sót bắt đầu sửa chữa và thực hiện lại | Cả nhóm |  |
| 28/6-1/7 | Tổng kết dự án và bắt đầu nộp bài | Cả nhóm | Rút ra những kinh nghiệm gì về dự án |

NGUỒN LỰC

I. Nhân lực

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Năng lực** | **Mảng phụ trách** | **Công việc cụ thể** |
| **Hà Quốc Minh Đức** | - Kỹ năng viết và biên tập.  - Kỹ năng phân tích vấn đề.  - Khả năng quản lí thời gian.  - Tinh thần trách nhiệm cao trong công việc. | Nội dung | - Biên tập và tổng hợp nội dung cả nhóm đã tìm hiểu.  - Phân chia công việc cho từng thành viên.  - Đúc thúc các thành viên hoàn thành công việc. |
| **Nguyễn Đức Hùng** | - Kỹ năng tra cứu, tìm kiếm thông tin.  - Khả năng sáng tạo, khả năng đồ họa. | Nội dung  Âm nhạc | - Tìm kiếm, tra cứu nội dung.  - Trình bày bài hát. |
| **Nguyễn Việt Hoàng** | - Khả năng sáng tạo, ý tưởng độc đáo.  - Khả năng sáng tác và phổ nhạc.  - Có kinh nghiệm về việc lên ý tưởng kịch bản | Hình ảnh  Âm thanh | - Sáng tác lời bài hát.  - Trình bày bài hát.  - Lên kịch bản cho nội dung video âm nhạc. |
| **Ngô Quốc Huy** | - Khả năng tra cứu, tìm kiếm thông tin.  - Kĩ năng tổng hợp thông tin. | Nội dung | - Tìm kiếm, tra cứu nội dung.  - Tổng hợp nội dung bản báo cáo. |
| **Vũ Cường Thịnh** | - Kỹ năng tra cứu và tổng hợp thông tin.  - Kỹ năng giải quyết vấn đề.  - Kỹ năng quản lí tài chính. | Nội dung  Tài chính | - Tổng hợp thông tin báo cáo.  - Phụ trách công việc thu chi và bảo quan ngân sách của cả nhóm. |
| **Trần Quang Minh** | - Kỹ năng quay phim và am hiểu về các thiết bị quay phim. | Hình ảnh | - Đảm nhiệm công tác quay phim , chụp hình cho nhóm. |
| **Nguyễn Tường Huy** | - Kĩ năng xử lí hình ảnh, video.  - Kĩ năng biên tập video và hiểu biết các công cụ biên tập | Hình ảnh | - Edit sản phẩm cho dự án của nhóm.  - Hoàn thiện sản phẩm về mặt hình ảnh. |

II. Công cụ:

- Máy tính, laptop : phục vụ cho việc tìm kiếm thông tin, tổng hợp nội dung, sản xuất âm thanh và chỉnh sửa video.

- Máy quay phim: phục vụ cho việc ghi hình sản phẩm.

- Mic: phục vụ cho việc thu âm bài hát.

- Đăng MV trên nền tảng Youtube.

RỦI RO VÀ BIỆN PHÁP KHẮC PHỤC

|  |  |
| --- | --- |
| **Vấn đề nội cảnh** | **Cách giải quyết** |
| Nội dung chưa được kiểm định về  tính chính xác | Tham khảo ý kiến những người được tín nhiệm và hiểu sâu sắc về vấn đề trước khi đăng bài, tìm hiểu qua những trang web, báo |
| Không đạt được lượng xem, người quan tâm như ý muốn | Tích cực share các bài đăng trên các group  Thường xuyên comment những bài đăng liên quan đến nội dung mà dự án thực hiện. |
| Nội dung không truyền dạt đc ý tưởng được nêu ra | Mv cần có chiều sâu, lấy những ví dụ liên quan đến thực tế |
| Tạo nên các ý kiến trái chiều | Chỉnh sửa lyrics từ ngữ sao cho phù hợp nhất với mọi người, thiết kế kịch bản MV để phù hợp với cộng đồng. |
| Gặp các lỗi vi phạm bản quyền | Mua beat nếu cần, kiểm duyệt bản quyền trước khi đăng, ko được vi phạm bản quyền của những nhân vật lớn đẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực |
| Dự án không diễn ra theo đúng  deadline | Mọi người hoàn thành công việc đúng hạn, hoàn thành sớm để có thời gian chuẩn bị |

|  |  |
| --- | --- |
| **Vấn đề ngoại cảnh** | **Cách giải quyết** |
| Thiếu kinh phí cho việc quay phim, đựng mv, mua beat | Lập quỹ chung, ưu tiên những nội dung phù hợp mà không tốn quá nhiều kinh phí. |
| Vấn đề thời gian | Cần lập thời gian biểu, chọn thời điểm phù hợp để mọi người điều có thể hoạt động một cách thoải mái nhất. |
| Vấn đề môi trường thời tiết | Tham khảo và chọn ra nhiều địa điểm phù hợp để quay những nội dung cần thiết không bị cấm quay hay vi phạm bản quyền, chọn ra nhiều thời điểm thích hợp để quay phòng ngừa thời tiết thất thường như trời mưa, nắng gắt, v.v |
| Bất đồng quan điểm | Hội ý, họp trước khi ra quyết định quan trọng, mọi ng góp ý, nhận xét vui vẻ, thẳng thắn. |
| Tai nạn ngoài ý muốn | Chuẩn bị những vật phẩm y tế cần thiết cho trường hợp bất trắc, không thực hiện những hành động nguy hiểm ma không có sự chuẩn bị cần thiết. |