

Ứng dụng đồ họa chuyển động cho phương tiện truyền thông xã hội tại Việt Nam

Nguyễn Minh Trúc Sơn^{*} và Lê Văn Thanh
Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

TÓM TẮT

Trong bối cảnh của sự phát triển kỹ thuật số hiện đại ảnh hưởng trên thế giới hiện nay và trong tương lai tại Việt Nam thì lưu lượng truy cập Internet sẽ là lượt xem video. Thông tin cần cập nhật nhanh hơn trong việc hoạch định chiến lược hoạt động của cá nhân và tổ chức vô cùng cần thiết. Hiệu quả truyền thông vượt trội, đồng thời tìm ra những cách sáng tạo để kết nối, tương tác với khách hàng và không có gì hoàn thiện và chất lượng hơn là khi ứng dụng mô hình đồ họa chuyển động. Video đồ họa chuyển động ngắn và đi thẳng vào vấn đề. Nó gói tất cả các thông tin quan trọng chỉ trong một phút. Trong xu thế hội nhập với tính toàn cầu hóa của Việt Nam, điều này cho phép thị trường mục tiêu của bạn dễ dàng hiểu và chia sẻ với các gia đình và bạn bè, những người mà mọi người cảm thấy quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ trong video. Đồ họa chuyển động là một công cụ mạnh mẽ để thu hút sự chú ý của khán giả. Chúng cũng tăng chuyển đổi, nâng cao nhận thức về thương hiệu và giúp người tiêu dùng hiểu tất cả các phương tiện truyền thông xã hội và dịch vụ như: giáo dục, y tế, kinh tế... Tiếp thị trực quan là một cách đã được chứng minh để cải thiện mức độ tương tác, thúc đẩy lưu lượng truy cập và cuối cùng là tăng lợi nhuận. Khi đạt được kết quả tốt, nó có thể giúp bạn xây dựng một thương hiệu gắn kết và được khách hàng mới chú ý. Hiện tại tiếp thị trực quan đang chuyển sang chỉ từ hình ảnh và video. Với sự gia tăng sử dụng thiết bị di động và sự phổ biến của các công cụ truyền thông để tiếp cận, các quảng cáo có thể mô phỏng đồ họa chuyển động có thể chia sẻ một cách nhanh chóng và dễ dàng.

Từ khóa: kỹ thuật số hiện đại, Internet, video đồ họa, đồ họa chuyển động, giáo dục

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khi xã hội hiện đại Việt Nam hình thành cuối thế kỷ 19, thì các kỹ thuật đồ họa truyền thống được sử dụng qua in thủ công như dòng tranh dân gian...[1], bên cạnh những kỹ thuật mới từ phương Tây cho ngành báo chí, quảng cáo và ấn loát sách hiện đại. Trước đây, khi đồ họa chuyển động không tồn tại, tất cả các thiết kế đều phẳng, tĩnh và được định dạng in ấn là chính như: báo chí, tạp chí, sách...do ảnh hưởng của kỹ thuật phương tiện truyền thông mang tính truyền thống như: in Typo, in lụa, in offset...

Lần đầu tiên thuật ngữ "Đồ họa chuyển động" được sử dụng là của John Withney, nhà làm phim hoạt hình và nhà phát minh ra hoạt hình máy tính người Mỹ (Shir và Asadollahi, 2014)[2]. Đồ họa chuyển động, hình ảnh động là những hình ảnh sống động với chuyển động là một cách đã được chứng minh để thu hút sự chú

ý trên mạng xã hội.

Nhìn chung các thông tin được truyền nhanh nhất đến não của con người là hình ảnh, màu sắc, thì đồ họa chuyển động là một cách chắc chắn để kết nối với khán giả, làm gia tăng sự tương tác. Đồ họa chuyển động được chứng minh là hấp dẫn trên thực tế, ví dụ như Youtube, Twitter đã nói các clip animation hoặc có file GIF có mức độ tương tác cao hơn so với những giao diện không có chuyển động.

Không chỉ vậy, sự chuyển động có khả năng chia sẻ cao. Theo Brightcove, video xã hội tạo ra nhiều lượt chia sẻ hơn 1200% so với văn bản và hình ảnh cộng lại. Đồ họa chuyển động giúp truyền đạt một ý tưởng hoặc khái niệm theo cách trực quan hấp dẫn. Vì vậy ảnh động đang sử dụng hoạt ảnh như một công cụ để giáo dục,

Tác giả liên hệ: ThS. Nguyễn Minh Trúc Sơn
Email: sonnmt@hiu.vn

quảng bá thương hiệu, hoạt động xã hội. Vì một phần lớn dân số là những người học bằng hình ảnh trực quan, nên việc sử dụng các kỹ thuật giao tiếp bằng hình ảnh này là rất hợp lý. Đồ họa chuyển động cho phép bạn tạo nội dung bắt mắt [3].

Các yếu tố thương hiệu không thể chỉ xuất hiện tĩnh, chúng cần phải di chuyển, chảy và sống ở những nơi kỹ thuật số mới này. Hơn nữa, ông nói thêm trong nghiên cứu của mình rằng không chỉ logo cần được làm động, mà văn bản cũng như xác định cách thông tin di chuyển trên màn hình máy tính [4].

Điều này xác định cách mỗi yếu tố xây dựng thương hiệu phản ứng với nhau và di chuyển xung quanh trên màn hình, đồ họa chuyển động theo sự phát triển của công nghệ và khoa học. Kể từ khi công nghệ tiên tiến, đồ họa chuyển động cũng đã đạt đến kỷ nguyên cao nhất hoặc quan trọng nhất trong sự tồn tại của chúng. Ngày nay, chúng ta có thể thấy số lượng nội dung video, màn hình và đồ họa là những yếu tố, đang giữ cho sự phát triển của đồ họa chuyển động, ví dụ: Điện ảnh, trò chơi điện tử, TV, Internet... Những công nghệ này đã trở nên sống động nhờ đồ họa chuyển động, miễn là công nghệ tiên bộ, đồ họa chuyển động cũng sẽ phát triển [5].

Một điểm khác cần giải quyết là đồ họa chuyển động không phải là hoạt hình, mà đây là một chuyển động mang tính hợp lý, có trọng tâm là tính quảng cáo nhiều hơn. Ví dụ, hoạt hình tập trung vào việc xây dựng một câu chuyện và các nhân vật, riêng đồ họa chuyển động tập trung vào việc giao tiếp với các yếu tố cơ bản như không gian, màu sắc và kiểu chữ, vì khái niệm chuyển động là "chọn lọc, đơn giản". Khi nói đến xây dựng thương hiệu, xây dựng thương hiệu là thực hiện một cam kết lâu dài với khách hàng và cung cấp các giá trị và thông điệp của công ty.

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Ngày nay, có rất nhiều xu hướng và thay đổi xảy ra trong ngành thị trường, các phần mềm thiết kế ra đời và được ứng dụng vào thị trường công nghệ số tại Việt Nam.

Các thương hiệu đang tìm kiếm những điều mới mẻ, hiện đại và cách mạng để nâng đẳng cấp lên một tầm cao mới. Do đó, áp dụng đồ họa chuyển

động và video mang lại những cải tiến đáng kể trong tiếp thị nói chung. Lợi ích của đồ họa chuyển động và tác động của nó đối với lĩnh vực thiết kế và marketing đã thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu và các doanh nghiệp trên thế giới.

Tập trung vào những lợi ích của đồ họa chuyển động trong việc xây dựng thương hiệu và cách nó có thể thêm nhiều giá trị, cơ hội và chuyển động sang nhận diện thương hiệu kỹ thuật số để tạo ra thương hiệu sống và thở. Với sự phát triển của Internet, wifi, điều đầu tiên thì thuật ngữ "Đồ họa chuyển động" được giới thiệu và định nghĩa, vì trước đây là một khái niệm mơ hồ đối với một số người xem.

Ngoài ra, đồ họa chuyển động có thể thêm tính năng động, có thể phản ánh thương hiệu kỹ thuật số và theo cách tốt hơn, giúp thương hiệu truyền tải thông điệp hiệu quả, có thể tăng giá trị và làm cho nó phù hợp hơn với phương tiện truyền thông xã hội. Đồ họa chuyển động đang trở nên dễ tiếp cận hơn và phổ biến hơn và phần mềm hoạt hình 2D, 3D trong tương lai gần nhất sẽ dễ sử dụng hơn khi công nghệ phát triển. Ví dụ, chúng ta được bao quanh bởi màn hình, điện thoại, máy tính bảng, TV, nơi mọi thứ hiện đang trực tuyến và trong hình ảnh chuyển động, đồng thời thêm nhiều chuyển động và âm thanh cho các thương hiệu và danh tính của họ ngày càng trở nên quan trọng hơn trong thế giới kỹ thuật số này. Đối với các thương hiệu không thể tồn tại ngày nay chỉ bằng phẳng hoặc tĩnh, họ cần phải sống, di chuyển và chảy trong thế giới kỹ thuật số mới này [6].

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Kể từ khi công nghệ đã phát triển, đồ họa chuyển động cũng đã đạt đến kỷ nguyên cao nhất hoặc quan trọng nhất trong sự tồn tại của chúng. Ngày nay, chúng ta có thể thấy số lượng nội dung video, màn hình và đồ họa là những yếu tố đang giữ cho sự phát triển của đồ họa chuyển động, ví dụ như Rạp chiếu phim, trò chơi điện tử, TV, Internet... Những công nghệ này đã trở nên sống động nhờ đồ họa chuyển động, miễn là công nghệ tiên bộ, đồ họa chuyển động cũng sẽ phát triển.

Khi nói đến xây dựng thương hiệu, xây dựng thương hiệu là thực hiện một cam kết lâu dài với khách hàng và cung cấp các giá trị và thông điệp

của công ty. Mô tả thương hiệu là "một sản phẩm có thể nhận dạng được tăng cường theo cách mà người mua hoặc người dùng nhận thấy các giá trị gia tăng độc đáo có liên quan phù hợp nhất với nhu cầu của họ. Hơn nữa, thành công của nó là kết quả của việc có thể duy trì các giá trị gia tăng này khi đối mặt với cạnh tranh" chủ đề đang được nghiên cứu ở đây là tương lai của đồ họa chuyển động trong xây dựng thương hiệu và cách nó tăng thêm giá trị cho thương hiệu. Các thương hiệu đã đi đến kết luận rằng áp dụng đồ họa chuyển động hoặc nội dung video là một cách tuyệt vời để thực sự có thể phân biệt danh tính của họ với biển thương hiệu của các công ty khác, một trong những khía cạnh quan trọng nhất của thương hiệu là sự khác biệt và nó có thể cung cấp cho khách hàng một sản phẩm rõ ràng và đơn giản trong thế giới được lựa chọn.

Trọng tâm là thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng hoặc người xem, mặc dù các yếu tố đồ họa và hình ảnh thú vị có sức mạnh thu hút sự chú ý của người xem trong không gian kỹ thuật số, đồ họa chuyển động đi trước một bước, bằng cách kết hợp hình ảnh với các yếu tố âm thanh và hoạt hình trong một khoảng thời gian ngắn. Đồ họa chuyển động đang trở thành một phần đáng chú ý của việc xây dựng thương hiệu, đây là bước tiếp theo để các thương hiệu phát triển và có nhiều giá trị hơn bao giờ hết.

Hơn nữa, đồ họa chuyển động đang trở nên dễ tiếp cận hơn và phổ biến hơn và phần mềm hoạt hình trong tương lai gần nhất sẽ dễ sử dụng hơn khi công nghệ phát triển. Ví dụ, các phương tiện kỹ thuật số, nơi mọi thứ hiện đang trực tuyến và trong hình ảnh chuyển động, đồng thời thêm nhiều chuyển động và âm thanh hơn cho các thương hiệu và danh tính của họ ngày càng trở nên quan trọng hơn trong thế giới kỹ thuật số này. Đối với các thương hiệu không thể tồn tại ngày nay chỉ bằng phẳng hoặc tĩnh, họ cần phải sống, di chuyển và lưu chuyển trong thế giới kỹ thuật số mới này.

Trước đây, đồ họa chuyển động trong xây dựng thương hiệu chỉ là về việc dịch chuyển logo, nhưng bây giờ nó là về việc liên quan đến toàn bộ bản sắc thương hiệu. Nhận diện chính của thương hiệu luôn dựa vào các yếu tố như màu sắc, logo, kiểu chữ, v.v., tuy nhiên, ngày nay giá trị của hình ảnh chuyển động đã tăng lên. Các thương hiệu sử dụng đồ họa chuyển động và

làm cho nội dung của họ hấp dẫn hơn về mặt hình ảnh trong danh tính của họ có thể thu hút sự chú ý của người xem hiệu quả hơn nhiều so với hình ảnh tĩnh phẳng. Do đó, điều này mang lại nhiều khách hàng tiềm năng hơn cho các công ty.

Trong thời đại thống trị công nghệ hiện đại, mọi khía cạnh của cuộc sống đang thay đổi. Nơi các thương hiệu và tiếp thị phải luôn tìm ra những cách thức mới và mang tính cách mạng để thích ứng với những thay đổi và sự cạnh tranh quảng cáo của các đối thủ, phân biệt danh tính của họ và tăng sự chú ý của khách hàng đến thương hiệu của họ. Các chiến lược đồ họa chuyển động đang được triển khai trên quy mô rộng và dưới nhiều hình thức trên tất cả các nền tảng xã hội. Vì, ngày nay nội dung video đang trở thành ưu tiên số một để các nhà tiếp thị và doanh nghiệp nắm bắt sự chú ý của khán giả trong vòng 3 giây đầu tiên. Như đã nêu trong nhiều trang web, bài báo và trang web rằng khoảng thời gian chú ý trung bình của con người đã giảm xuống chỉ còn 8 giây, do sự phong phú của thông tin được trình bày cho mọi người. Vì khách hàng, nhà tiếp thị và doanh nghiệp tìm ra nhiều cách khác nhau để duy trì cuộc chơi và thu hút sự chú ý của khán giả, dẫn đến nhiều khách hàng tiềm năng hơn. Do đó, đồ họa chuyển động có thể đóng một vai trò trong việc thêm chuyển động vào bản sắc thương hiệu kỹ thuật số, trong đó các nhà thiết kế có thể sử dụng sức mạnh của các đường di chuyển, để thu hút sự chú ý của người dùng vào một nội dung cụ thể, để thiết lập phong cách hoặc giải trí.[7]

Mặt khác, kể từ thế kỷ trước, đáng chú ý là công nghệ đã trở nên quan trọng như thế nào trong cuộc sống của chúng ta. Nó đã ảnh hưởng sâu sắc đến mọi người trong mọi khía cạnh của cuộc sống của họ. Hầu hết, những người trẻ tuổi, vì ngày nay họ không thể sống thiếu công nghệ. Do đó, điều này tạo ra nhiều cơ hội hơn cho đồ họa chuyển động được tham gia vào bất kỳ bản sắc hình ảnh nào, nhằm tiếp cận nhiều đối tượng hơn trong vài giây.

Mục đích của nghiên cứu này là để có được những hiểu biết sâu sắc về cách đồ họa chuyển động tăng thêm giá trị cho việc xây dựng thương hiệu và cung cấp nhiều cơ hội hơn để thu hút sự chú ý của khách hàng.

Con người bị thu hút bởi các xu hướng. Không chỉ vậy, thông tin và trải nghiệm đối với người dùng rằng điều cần thiết là phải gửi đi thông điệp hiệu quả nhất. Do đó, việc số hóa các thương hiệu và không chỉ là khái niệm về logo, mà ngay cả các chuyển động và hoạt ảnh cụ thể cũng có thể là một phần của hệ thống thiết kế. Hơn nữa, trọng tâm là tạo ra bản sắc thương hiệu trực quan tốt nhất có thể thu hút sự chú ý và lòng trung thành của khách hàng. Do đó, điều quan trọng là phải hiểu thêm về chủ đề này và các thành quả được phát triển như sau:

- Những giá trị và cơ hội được cung cấp thông qua việc bổ sung đồ họa chuyển động trong bộ nhận diện thương hiệu kỹ thuật số: nên có thể nói trên thực tế, trải nghiệm người dùng chính là yếu tố quyết định thành công.
- Nhu cầu bao gồm đồ họa chuyển động trong việc phát triển bộ nhận diện thương hiệu kỹ thuật số: nếu chúng ta để ý đến người dùng của mình nhiều hơn, khi đó chúng ta sẽ tự động nảy ra những cái khác biệt, tối ưu hơn so với đối thủ.

4. PHẠM VI VÀ GIỚI HẠN

Bằng cách xác định tất cả các mối quan hệ của đồ họa chuyển động, người ta có thể hỗ trợ các phát triển về đồ họa chuyển động làm tăng giá trị và cơ hội của thương hiệu kỹ thuật số. Do đó, dữ liệu có thể được thu thập, phân tích và so sánh.

- Đồ họa chuyển động là một nhu cầu, tuy nhiên nó phụ thuộc vào ngân sách của khách hàng như TVC quảng cáo.
- Khách hàng không hiểu về đồ họa động, đôi khi bạn phải thuyết phục.
- Đồ họa chuyển động được yêu cầu bởi các nền tảng và cơ quan truyền thông xã hội.
- Đồ họa chuyển động tăng thêm tính năng động.
- Các kỹ năng được yêu cầu là phần mềm, bố cục, sáng tạo.
- Điều quan trọng là truyền tải thông điệp của thương hiệu.
- Hiện đã có thêm đồ họa chuyển động 3D và thực tế ảo (VR).

5. KẾT QUẢ VÀ PHÁT HIỆN CHÍNH

Nhận dạng hình ảnh mạnh mẽ có thể được

nhận ra nhiều hơn thông qua việc sử dụng đồ họa chuyển động. Đồ họa chuyển động có thể được coi là một yếu tố góp phần và là nguyên nhân đằng sau một số thương hiệu thành công như Headspace, Disney và Netflix, tuy nhiên, vì có nhiều yếu tố làm nên thành công của thương hiệu như cách logo được thiết kế và đơn giản hóa để mang giá trị và thông điệp của công ty, hoặc bảng màu chính xác gợi lên cảm xúc của người tiêu dùng, hoặc đó có thể là thiết kế bao bì.

Hiểu được đặc điểm nhận thức của người dùng có thể cung cấp cho chúng tôi một số manh mối giúp tạo ra các thiết kế thành công và suy nghĩ về các truy vấn trực quan mà đồ họa và thiết kế.

Văn hóa - văn hóa đặt bối cảnh cho ý nghĩa và giải thích, vì nhiều kỹ năng nhận thức dựa trên văn hóa, ví dụ, để suy nghĩ về màu sắc khi thiết kế, cho màu sắc ở mỗi quốc gia truyền tải một ý nghĩa khác nhau.

Mức độ phát triển - khán giả có ba cấp độ khác nhau, người mới bắt đầu, trung cấp và cao cấp và thiết kế theo đó.

Kỹ năng đọc - kỹ năng đọc tốt hơn dẫn đến sự hiểu biết tốt hơn về hệ thống phân cấp thị giác.

Hiểu biết về thị giác - đó là kiến thức về các biểu tượng mà bằng cách hiểu văn hóa khán giả có thể quyết định biểu tượng nào phải được sử dụng.

Tập trung - là tạo ra các thiết kế ít bị phân tâm hơn vào mắt, để ít bị phân tâm hơn có nghĩa là tập trung hơn.

Động lực - nhiều động lực hơn dẫn đến sự tập trung hơn và hiểu biết tuyệt vời hơn về thông điệp thương hiệu.

Thương hiệu - Thương hiệu là "tên, thuật ngữ, thiết kế, biểu tượng hoặc bất kỳ đặc điểm nào khác xác định hàng hóa hoặc dịch vụ của một người bán khác với hàng hóa hoặc dịch vụ của những người bán khác". Nhận diện thương hiệu có nghĩa là "một số thuộc tính nhất định mà một công ty muốn nhận thức" và cũng là "những gì công ty muốn được liên kết trong tâm trí của người tiêu dùng". Chẳng hạn như văn hóa, cá tính và định vị và nó có thể bao gồm các thành phần như logo, bảng hiệu, sản phẩm văn phòng phẩm và bao bì. Các yếu tố chính của việc tạo ra một thương hiệu đặc biệt là tên thương hiệu,

kiểu chữ, logo, màu sắc và hình dạng. Tên thương hiệu rất quan trọng để xác định các sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể, vì vậy chúng phải là duy nhất. Kiểu chữ phải phù hợp với tên thương hiệu và nó rất quan trọng vì "phông chữ tạo ra ý nghĩa ý nghĩa riêng của chúng [8].

Đồ họa chuyển động, chẳng hạn như hình ảnh động và minh họa kỹ thuật số, có thể làm tăng lòng trung thành của khách hàng bằng cách gợi lên cảm xúc tích cực của người dùng, tạo ra hình ảnh trực tuyến đặc biệt của công ty và thiết lập mối liên hệ mạnh mẽ với một thương hiệu. Hơn nữa, các thương hiệu có thể chọn một phong cách minh họa kỹ thuật số cụ thể đại diện cho thương hiệu của họ tốt nhất và thêm các kỹ thuật hoạt hình web có thể thúc đẩy lòng trung thành của khách hàng. Thêm vào đó, đồ họa chuyển động hoặc hoạt ảnh có thể làm tăng đáng kể khả năng bảo tồn mô hình nhận thức của người dùng.

Kỷ nguyên của hình ảnh tĩnh đã qua lâu và màn hình ở xung quanh chúng ta vì mọi người đang dành cả ngày trên điện thoại, tivi và máy tính, điều này tạo ra nhiều cơ hội hơn về mặt thiết kế và xây dựng thương hiệu cho hình ảnh chuyển động. Hơn nữa, khi công nghệ phát triển, nó ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc thêm đồ họa chuyển động và âm thanh vào bộ công cụ của bất kỳ bộ nhận diện thương hiệu nào.

Cùng với phương tiện truyền thông xã hội và Internet nhanh, các phương tiện truyền thông mới đang mang lại cơ hội mới cho các thương hiệu. Phương tiện truyền thông xã hội bao gồm các nền tảng lớn nhất được sử dụng hàng ngày và có tiềm năng tiếp thị rất lớn. Làm cho nội dung hấp dẫn hơn về mặt hình ảnh bằng cách sử dụng đồ họa chuyển động dẫn đến sự chú ý nhiều hơn của người xem.

Mặc dù mục đích chính của nó không phải là tiếp thị, nhưng phương tiện truyền thông xã hội có thể tạo ra kiến thức về thương hiệu theo cách rẻ hơn và nhanh hơn để các thương hiệu mới có thể tham gia thị trường với rủi ro thấp hơn.

Mạng xã hội có thể tạo ra nhiều thông tin để tiếp cận hơn và dễ dàng di chuyển hoặc khuếch đại nó, nó dẫn đến hiện tượng thông tin lan truyền. Điều này có thể giúp nhận thức về thương hiệu lan truyền dễ dàng hơn và nhanh hơn trong

không gian kỹ thuật số.

Về một số lợi ích mà việc sử dụng đồ họa chuyển động trên mạng xã hội có thể mang lại. Một lợi ích là đồ họa chuyển động có thể làm cho nội dung thú vị hơn. Bằng cách sử dụng đồ họa chuyển động, người ta có thể thu hút nhiều sự chú ý hơn trong nội dung rộng lớn mà phương tiện truyền thông xã hội cung cấp cho người dùng. Một lợi ích khác là tăng nhận thức về thương hiệu, như trong một video, người ta có thể thêm gợi ý chỉ ra một thương hiệu cụ thể, giúp người xem nhận ra nó. Đồ họa chuyển động cũng dễ dàng chia sẻ và hiệu quả vì chúng ngắn gọn nhưng dễ hiểu. Bên cạnh phương tiện truyền thông xã hội, một không gian kỹ thuật số khác nơi đồ họa chuyển động được yêu cầu là không gian của các ứng dụng di động. Các ví dụ dưới đây là một số thương hiệu sử dụng đồ họa chuyển động trong bản sắc của họ, được gọi là "Các thương hiệu chuyển động". Những ví dụ đó sẽ mô tả ba phân đoạn của khung lý thuyết, xây dựng thương hiệu, đồ họa chuyển động và hoạt hình, phương tiện truyền thông xã hội và số hóa. Khi nói đến sự tương tác của khách hàng, người dùng có mối liên hệ chặt chẽ với thương hiệu.

Các chuyển động liên tục và cách các yếu tố chuyển động này trong một thương hiệu có thể thu hút nhiều sự chú ý hơn và khiến người tiêu dùng tương tác với thương hiệu mà không nhận thấy. Hiện tại, chúng ta đang trong kỷ nguyên tương tác, vì vậy thương hiệu phải tương tác với khách hàng" và phải thường xuyên nhìn thấy hình ảnh chuyển động hoặc các yếu tố chuyển động và đặc biệt là trên mạng xã hội, những video đó mang lại nhiều xếp hạng hơn một bài báo đăng tĩnh hoặc hình ảnh tĩnh".

Đồ họa chuyển động đang trở thành một nhu cầu lớn hơn bởi vì ý tưởng xây dựng thương hiệu lớn hơn và mọi người cảm thấy nhu cầu này do nhiều thương hiệu sắp ra mắt, có thể tạo sự khác biệt với các đối thủ của họ trên thị trường. Khi ngày càng có nhiều thương hiệu xuất hiện, đồ họa chuyển động cũng đang trở thành một nhu cầu ngày càng lớn hơn. Tuy nhiên, ngân sách của khách hàng đóng một phần quan trọng, đồ họa chuyển động làm cho thông điệp dễ hiểu hơn và hấp dẫn hơn về mặt hình ảnh đối với khách hàng. Tóm lại chuyển động mang lại sức sống cho một thương hiệu vì thương hiệu

có thể sử dụng đồ họa chuyển động để kể câu chuyện thương hiệu cho khán giả theo một cách độc đáo.

Một chủ đề phổ biến khác là đồ họa chuyển động chủ yếu được yêu cầu bởi các nền tảng truyền thông xã hội, chẳng hạn như Facebook, Instagram hoặc YouTube. Một nhà thiết kế đã đề cập rằng đồ họa chuyển động bắt đầu xuất hiện ngày càng nhiều trên Facebook, Instagram và các nhà quay phim và youtuber cũng sử dụng chúng để tạo sự năng động.

Về tương lai của đồ họa chuyển động trong xây dựng thương hiệu, một nhà thiết kế cho rằng nó sẽ được kết hợp với thực tế ảo và trí tuệ nhân tạo, "mọi thứ siêu năng động". Một người khác đề cập đến "đồ họa chuyển động VR dưới dạng hình ba chiều" và một người khác cho rằng hầu hết các video trên mạng xã hội sẽ trở thành đồ họa chuyển động. Lợi ích của đồ họa chuyển động đã cho thấy tác động lớn trong việc xây dựng thương hiệu và tiếp thị, mà lợi ích thuộc sáu loại: Tăng khả năng nhớ đến thương hiệu, nhận diện thương hiệu gắn kết, làm cho các chủ đề phức tạp dễ hiểu, quyến rũ về mặt cảm xúc, tỷ lệ tương tác cao hơn và cuối cùng video phát tốt trên tất cả các thiết bị. Ngày nay, trải nghiệm, tương tác và cảm xúc là những gì làm cho các thương hiệu kỹ thuật số nổi bật và người tiêu dùng đang tìm kiếm những trải nghiệm thuận tiện và được cá nhân hóa hơn và một ví dụ về điều này là công ty Coca-Cola... Do đó, với sự trợ giúp của đồ họa chuyển động, người tiêu dùng có thể tiếp thu thông tin nhanh hơn, ví dụ các nghiên cứu cho thấy 65% những người xem video có khả năng cập nhật thông tin nhanh nhất [9].

Đồ họa chuyển động tăng thêm giá trị cho việc xây dựng thương hiệu và tăng nhận thức về thương hiệu thông qua phương tiện truyền thông xã hội và tiếp cận rộng hơn cộng đồng, nhằm tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng hơn và tăng lòng trung thành.

Việc đưa đồ họa chuyển động và hoạt ảnh vào video là điều bắt buộc vì điều này đang được các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường sử dụng, nếu không có điều này, họ sẽ mất đi tính cạnh tranh, cần thiết để thêm đồ họa chuyển động trong bất kỳ thương hiệu nào, bởi vì điều này sẽ mang lại cho nó nhiều cơ hội và sự khác

biệt hơn.

Vì công nghệ đang phát triển, thị trường có thể bị ảnh hưởng bởi những thay đổi này và phải thích ứng qua các kênh truyền thông online và offline [10].

6. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Tất cả những kênh truyền thông tại Việt Nam và các thương hiệu phải cố gắng thích ứng với các công nghệ thay đổi liên tục, khác biệt với các đối thủ cạnh tranh và tăng sự chú ý của khách hàng, đồ họa chuyển động và nội dung video phát triển trên khắp các phương tiện truyền thông xã hội, nắm bắt sự chú ý của khán giả. Do đó, có nhiều cơ hội để sử dụng đồ họa chuyển động trong bộ nhận diện thương hiệu kỹ thuật số. Cuối cùng, việc đưa đồ họa chuyển động vào bộ nhận diện thương hiệu kỹ thuật số mang lại khả năng tăng thêm tính năng động và phản ánh tốt hơn thương hiệu và các thuộc tính của nó. Nó cũng có thể làm tăng giá trị thương hiệu và làm cho thương hiệu phù hợp hơn với các nền tảng truyền thông xã hội. Từ các nền tảng này, chẳng hạn như Facebook, Instagram và YouTube, có nhu cầu cao nhất về việc sử dụng đồ họa chuyển động.

Kết quả có ý nghĩa thực tế trong lĩnh vực thiết kế đồ họa, vì đồ họa chuyển động có thể trở thành một phần tiêu chuẩn có trong mọi nhận diện thương hiệu, cùng với thương hiệu logo, màu sắc và kiểu chữ. Do đó, các nhà thiết kế cũng như khách hàng nên nhận thức được nhu cầu ngày càng tăng này. Hơn nữa, nghiên cứu sau đây có thể giúp các công ty tiếp thị và xây dựng thương hiệu phát triển và cấu trúc chiến lược xây dựng thương hiệu của họ, vì nó cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách các yếu tố và công cụ khác nhau có thể được thực hiện cùng nhau. Để đạt được kết quả mong muốn, khi lập kế hoạch, nghiên cứu và thiết kế.

Ứng dụng sáng tạo không giới hạn của đồ họa chuyển động cũng có thể giúp các công ty tăng doanh số bán hàng bằng cách sử dụng mô hình chuyển động trong các chiến dịch video của thương hiệu, sản phẩm, khả năng nhớ đến thương hiệu, làm cho nội dung trở nên thú vị hơn và được công nhận thông qua việc sử dụng đồ họa chuyển động. Chuyển động trong thế giới thiết kế đồ họa và khả năng chuyển các thương hiệu tĩnh thành các thương hiệu chuyển động. Hầu

hết các kết quả có tác động đến việc xây dựng thương hiệu nói riêng, với mục đích là giúp các nhà tiếp thị, doanh nghiệp, công ty và công ty đạt được các cấp độ thành công mới với việc sử dụng đồ họa chuyển động.

Thực tế các thông tin được truyền tải qua hình

ảnh hay video sẽ được cập nhật nhanh hơn so với thông tin được truyền tải bằng văn bản, mọi việc trở nên đơn giản và tiết kiệm được thời gian, chi phí trong mỗi ngành nghề, lĩnh vực, thúc đẩy sự tăng trưởng cho xã hội Việt Nam trước xu thế toàn cầu hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Nhà phê bình: Phan Cẩm Thượng, Lược thuật về nền Đồ họa Việt Nam Hiện đại <https://lunet-art.vn/2021/01/13/luoc-thuat-ve-nen-do-hoa-viet-nam-hien-dai/>

[2] John Whitney (animator)_[https://en.wikipedia.org/wiki/John_Whitney_\(animator\)](https://en.wikipedia.org/wiki/John_Whitney_(animator))

[3] Brightcove: Nền tảng video trực tuyến hàng đầu, Copyright 2022. DK New Media <https://vi.martech.zone/brightcove-online-video-platform/>

[4] By Quang Nguyen, Movad blog, SME, Uncategorized test, chiến lược xây thương hiệu và quy trình để xây dựng thương hiệu thành công cho sme <https://movad.vn/chien-luoc-xay-thuong-hieu-va-quy-trinh-de-xay-dung-thuong-hieu-thanh-cong-cho-sme/>

[5] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “What is motion Graphics?”, pp10-12, 2014.

[6] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “What is the Difference Between Motion Graphics and Animation?”, pp12-14, 2014.

[7] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “What is the Difference Between Motion Graphics and visual Effects?”, pp14-16, 2014.

[8] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “Text and Type?”, pp70-73, 2014.

[9] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “Design principles”, pp74-77, 2014.

[10] Ian Cross and Peter Beare, Motion Graphic “Media Management”, pp172-173, 2014.

Motion graphics application for social media in Vietnam

Nguyen Minh Truc Son and Le van Thanh

ABSTRACT

In the context of modern digital developments affecting the world today and in the future in Vietnam, Internet traffic will be video views. Information that needs to be updated more quickly in planning the operational strategy of individuals and organizations is extremely necessary. Superior communication efficiency, while finding innovative ways to connect and interact with customers, and nothing is more complete and quality than when applying motion graphics models. Motion graphics videos are short and straight to the point. It wraps up all the important information in just one minute. In the trend of integrating with the globalization of Vietnam, this allows your target market to easily understand and share with family and friends who people feel interested in the product or service in the video. Motion graphics are a powerful tool for capturing the attention of the audience. They also increase conversions, increase brand awareness, and help consumers understand all social media and services such as education, health, economics, etc. Visual marketing is a proven way to improve engagement, drive traffic, and ultimately increase profits. When good results are achieved, it can help you build a cohesive brand and get noticed by new customers. Currently visual marketing is shifting to just images and

videos. With the rise in mobile use and the proliferation of accessible communication tools, ads that can simulate shareable motion graphics quickly and easily

Keywords: *modern digital, Internet, video graphics, motion graphics, education*

Received: 12/10/2022

Revised: 12/11/2022

Accepted for publication: 16/11/2022