मोशन ग्राफिक्सः व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) का प्रभाव

निर्देशिका
डॉ० अंशु श्रीवास्तव

शोधार्थी
मुनीर अहमद अंसारी

नन्दलाल बोस सुभारती कॉलेज ऑफ फाइन आर्ट्स एंड फैशन डिजाइन
स्वामी विवेकानंद सुभारती विश्वविद्यालय, मेरठ (उ.प्र.)

Abstract :-

अपने लक्षित दर्शकों को आकर्षित करने के लिए वीडियो मार्केटिंग एक अत्यधिक प्रभावी रणनीति है। इंटरनेट के इस दौर में सूचनाओं की भरमार है लेकिन किस माध्यम द्वारा सूचना अधिक प्रभावी ढंग से दर्शकों को प्राप्त हो, यह अधिक महत्वपूर्ण है। इस लेख के माध्यम से व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) में मोशन ग्रैफिक्स क्या भूमिका निभाता है इस पर प्रकाश डाला जाएगा।

जैसे–जैसे डिजिटल प्रौद्योगिकी ने तरक्की की है और स्मार्टफोन और अन्य डिजिटल उपकरणों द्वारा संचार का रास्ता आसान हो गया है, साथ ही ग्राफिक्स बनाने के तौर–तरीकों में भी बदलाव आया है। स्थिर (Static) ग्राफिक्स की जगह चलते–फिरते हुए ग्राफिक्स (मोशन ग्राफिक्स) लेते जा रहे हैं, जो विषयवस्तु को रचनात्मकता के साथ सम्प्रेषित करते हैं। दृश्य–श्रव्य (Audio-visual) प्रणाली तथा साउंड एफ्फेट्स और ग्राफिक एलिमेंट्स का वॉयस–ओवर (Voic-eover) के साथ तालमेल (Synchronisation) उन्हें और भी प्रभावी बनाता है, जो एक दर्शक बखूबी समझ सकता है।

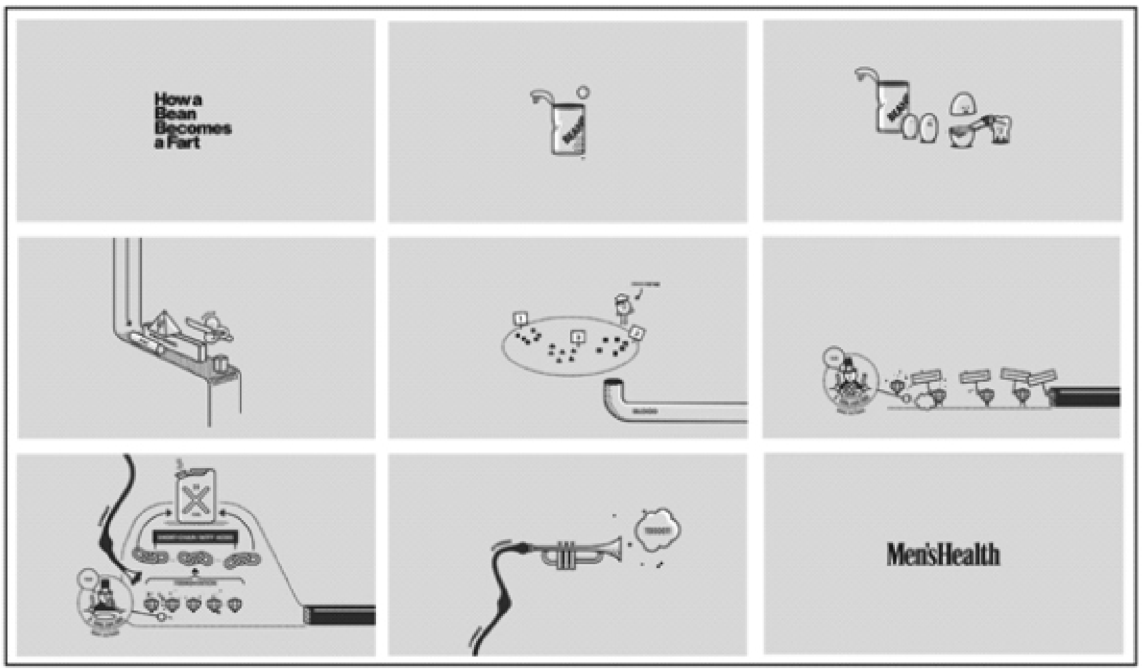
आज वीडियो सामग्री (Video content) मार्केटिंग के लिए सबसे अधिक प्रयोग किया जाने वाला प्रारूप बन गया है। उपभोक्ता पहले की अपेक्षा आज अधिक वीडियो का उपयोग करते हैं, एक सर्वे के अनुसार "वीडियो देखे जाने की संख्या 2022 तक कुल इंटरनेट ट्रैफिक का 82% होगी। कंपनियां विभिन्न प्रकार के वीडियो की एक विस्तृत श्रृंखला बनाती हैं। 42% ज्यादातर लाइव एक्शन वीडियो का उपयोग करते हैं, 33% मुख्य रूप से एनिमेटेड वीडियो का उपयोग करते हैं और 15% मुख्य रूप से स्क्रीन रिकॉर्ड किए गए वीडियो का उपयोग करते हैं। एनिमेटेड वीडियो में सबसे अधिक व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) बनाये जा रहे हैं"[1] और बढ़ते लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए व्यापक रूप से उपयोग किया जा रहा है। अपनी ब्रांड को आगे बढ़ाने तथा दर्शकों को जोड़ने में अहम भूमिका निभाते हैं। मोशन ग्राफिक्स वीडियो जिनमें मुख्य रुप से आर्टवर्क, काइनेटिक टाइपोग्राफी और गतिमान (Moving) ग्राफिक्स का उपयोग किया जाता है। इसमें तथ्यों, विचारों और प्रतिक्रियाओं पर ध्यान देने के साथ– साथ प्रायः अमूर्त (Abstract) अवधारणाओं को समझाने पर जोर दिया जाता है।

मोशन ग्राफिक्स का व्याख्यात्मक वीडियो में उपयोग –

आज कई ब्रांड अपने उत्पाद या सेवा की मार्केटिंग के लिए कार्टून या बचकाना लगने के जोखिम से बचने तथा कारपोरेट लुक लाने के लिए मोशन ग्रैफिक्स का भरपूर उपयोग कर रहे हैं। इस प्रकार के वीडियो तुलनात्मक रूप से कुशल और कम समय में, कम बजट के साथ बनाए जा सकते हैं। मोशन ग्रैफिक्स वीडियो में लाइव–एक्शन प्रोडक्शन की तरह अभिनेताओं और बड़ी टीम की आवश्यकता नहीं होती है। व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) को इंफोग्राफिक्स वीडियो (Infographics Video) के रूप में भी जाना जाता है, यह किसी भी प्रकार के विषय (Content) को जीवंत बनाने में सक्षम होते हैं। लेकिन यह तभी संभव होता है जब आपके लक्षित दर्शक कौन हैं तथा सूचना भी प्रभावी ढंग से सम्प्रेषित होनी चाहिए जिससे सूचना सम्प्रेषित करने वाला भी अपने व्यावसायिक लक्ष्यों को प्राप्त कर सके। कंपनियां अपने कारोबार को बेहतर बनाने के लिए वीडियो मार्केटिंग का उपयोग कर रही हैं। विभिन्न स्थानों (वेबसाइट लैंडिंग पृष्ठ, घटनाओं और सम्मेलनों, बोर्ड रूम मीटिंग) आदि में विभिन्न लोगों (उद्यमियों, शिक्षकों, डॉक्टरों) और विभिन्न व्यवसायों (रियल एस्टेट, प्रौद्योगिकी, गैर–लाभकारी, शिक्षा, विज्ञान, आदि) में उपयोग किए जा सकते हैं। इसमें उनकी बिक्री बढ़ाना, ब्रांड जागरूकता पैदा करना, शिक्षित करना और अपने ग्राहकों को सूचित करना शामिल है।

शिक्षा के क्षेत्र में भी व्याख्यात्मक वीडियो अहम भूमिका निभा रहे हैं। एक शैक्षिक व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) एक नियमित कक्षा (Class) को मनोरंजक व दिलचस्प बना देता है। विशेष रूप से, डिस्टेंस लर्निंग के लिए व्याख्यात्मक वीडियो हाल ही में लोकप्रिय हो गए हैं। मानव मस्तिष्क दृश्य (Visual) सूचनाओं को कुशलतापूर्वक और शीघ्रता से संसाधित कर सकता है। इसके अलावा, वैज्ञानिक अनुसंधान के अनुसार, मानव द्वारा पाठ की तुलना में दृश्य (Visual) जानकारी को संसाधित करने और बनाए रखने की अधिक संभावना रहती है। और इन दृश्यों (Visual) को अगर मोशन ग्राफिक्स विधि द्वारा प्रदर्शित किया जाये तो उसका मान और भी बढ़ जाता है। शिक्षा (E-Learning) उद्योग के लिए, एनिमेटेड वीडियो एक उत्कृष्ट उपकरण हैं जो उन्हें अपने लक्षित दर्शकों के साथ आकर्षक और प्रभावी तरीके से संवाद करने में मदद कर सकते हैं।

स्रोत. पॉवर अश्वफ वन वोमेन, वीडियो से लिए गए फ्रेम्स



स्रोत. द मेन्स हेल्थ मैगजीन, वीडियो से लिए नए फ्रेम्स

एक व्याख्यात्मक वीडियो उन भावनाओं को उद्घाटित करता है जो दर्शकों के साथ प्रतिध्वनित होती हैं और आपके दर्शकों को कहानी का अनुसरण करने के लिए प्रेरित करती हैं। 2डी एनिमेटेड वीडियो पात्रों को जीवंत करते हैं, एक आकर्षक डिजाइन और एक मनभावन एनीमेशन दर्शकों का ध्यान वीडियो के अंत तक उत्सुकता के साथ खींच सकता है। आज कंपनियां रचनात्मक वीडियो का उपयोग अपना संदेश देने, ऑफर साझा करने, अपने निवेशकों को साथ में बने रहने, उनकी सेवाओं के लाभों की व्याख्या करने लिए कर

रही हैं।

दर्शकों का दिमाग पारंपरिक वेब सामग्री की तुलना में मनोरंजन वीडियो की ओर अधिक आकर्षित होता है। जब आपका मन किसी सम्मोहक एनिमेटेड वीडियो को देखता है, तो वह आपकी जिज्ञासा को जगाता है और आपको नई अवधारणाओं को समझने के लिए एक रोमांचक माध्यम प्रदान करता है।

निष्कर्ष:

जब निर्माता किसी उत्पाद और सेवा का प्रचार कर रहे होते हैं, तो बेहतर होगा कि अपने दर्शकोंध् उपभोक्ताओं को उस सामग्री के माध्यम से जाने दें जिसे वे जल्दी से संसाधित और समझ सकें। मोशन ग्राफिक्स व्यापक रूप से कई क्षेत्रों में अभिव्यक्ति के माध्यम के रूप में निःसंदेह अहम भूमिका निभा रहे हैं, लेकिन जब इसके अंतर्गत व्याख्यात्मक वीडियो (Explainer Video) की बात आती है तो मोशन ग्राफिक्स का दायरा और भी बढ़ जाता है।

आज की पीढ़ी इंटरनेट की शुरुआत के साथ बड़ी हुई है, डिजिटल उपकरण इस पीढ़ी को अपने साथ आगे बढाने में सक्षम साबित हो रहे हैं। इसलिए यह कहना उचित रहेगा है कि विज्ञापनों और गैर–व्यावसायिक वीडियो सामग्री में मोशन ग्राफिक्स की खपत दिन–ब–दिन बढ़ रही है अतः निर्माता भी दृश्य संचार में ग्राफिक्स के नवीनतम, उत्कृष्ट तथा सटीक माध्यम द्वारा लक्षित दर्शकों उपभोक्ताओं में अपनी पकड़ बना के रखी है, और इसका दायरा अभी आने वाले वर्षों में और भी बढ़ेगा।

1-https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/

2-https://www.motioncue.com

3-https://piehole.tv/explainer-videos

4-Dodds David (2019) Hands-on Motion Graphics with Adobe after Effects CC