

# HOGYAN KÉSZÍTSÜNK VIDEÓT?

Az online videókészítés alapjai:

hogyan készítsünk beszélőfejes, vlog vagy szelfi videót

Bakos Gábor – Molnár Hédi

A LÉNYEG:  
MINDENKI TUD VIDEÓZNI,  
CSAK VAN, AKI ÉLVEZI,  
ÉS VAN, AKI FÉL TŐLE

# A MŰALKOTÁS SZÜLETÉSE

- „Ha valakinek tehetséget ad az Isten, korbácsot is ad hozzá; és a korbácsot kizárólag önostorozásra szánja.” Truman Capote
- Az alkotás hagyományosan úgy készül, hogy az alkotó halálra szorongja magát (a rászánt idő és energia 90%-a), majd elkészíti a művet (10%).
- A műalkotásba tradicionálisan bele kell halni; gondolkozni, tervezni, újratevezni, szorongani, háborúzni a határidővel, stb., majd a mű létrejötté szinte pillanatnyi (hosszú vajúdás, szempillantásnyi szülés) .
- A modern médiában ezzel szemben spontán módon, azonnal, könnyedén születik meg a tartalom, ami sokkal inkább a jelenben él, mint a jövőben (nekünk múltban).
- A lényeg: nem kell izgulni, egyből csinálni kell a videót!

# ALKOTÓKEDV = KREATIVITÁS

- A kreativitás legegyszerűbb, legfontosabb alkotóeleme nem a
  - zsenialitás
  - elmezavar
  - isteni sugallat
  - tapasztalat
- Hanem az, hogy van ahhoz kedvünk, hogy csináljuk: az alkotókedv.
- A lényeg: mindig olyan témát válasszunk, ami felé érzelmi, sőt erős érzelmi, és nem racionális vagy operatív („meg kell csinálni”) motivációnk van (bárki bármit is mond, ha befelé figyelsz, máris univerzális vagy).

# GYAKORLÁS

- Nincs olyan, hogy gyakorlás.
- Az alkotás maga a gyakorlás, mert a hibáinkat, kudarcainkat is meg kell tudnunk élni, és kizárólag abból tudunk tanulni – de ha valamit nem veszünk komolyan („gyakoroljuk, nem csináljuk”), akkor az egész nem ér semmit.
- Mindig tartsuk bekapcsolva a kamerát, és mindig vegyünk fel úgy, mintha ez lenne a végleges.
- Ha nem sikerül, vegyük újra (de ne felejtsük el: 5-6 újrafelvétel után már csak rosszabb lesz).
- Nem baj, ha egy videóban van hiba, attól az még jó, lépünk rajta túl, és legközelebb figyeljünk arra, mint hibalehetőségre, és próbáljuk elkerülni .
- Sose minősítsük a saját munkánkat negatívan, hanem lássuk benne a jót.
- A lényeg: a kudarc teszi a mestert, a fejlődéshez hibázni kell.

# KI KÉSZÍTHET VIDEÓT?

- Bárki. Nem kell hozzá diploma, nem kell hozzá gyakorlat, nem kell hozzá semmi.
- A médiában élünk, rengeteg tartalmat fogyasztunk, így aztán rengeteget tanulunk belőle azzal, hogy nézzük.
- Az imitáció a legjobb tanítás: az utánzás lehetőséget ad az egyediség megtalálására.
- A telefon ott van a kezünkben. Az internet tele van rengeteg okos eszközzel. Semmi sem akadályoz meg bennünket abban, hogy forgassunk: mi vagyunk az egyszemélyes stáb
  - és minden szükséges kompetenciát egy pillanat alatt meg lehet tanulni.
- A lényeg: egyetlen egy dolog kell a videózáshoz, te. Amire szükséged van magadból: kíváncsiság, hogy tanulj a videózásból, és ambíció, hogy kifejezd önmagad.

# HITELESSÉG

- Egy videó sikeréhez a legfontosabb sajátosság, hogy hiteles legyen
- Mitől lesz egy videó hiteles a néző számára?
- A válasz egyszerű: azért, mert igazi: spontán, improvizált, hibás, és ezért erős érzelmeket tud közvetíteni.
- Ezért teljesen felesleges előre pontosan tervezni, szöveget írni és tanulni, elpróbálni, százszor újravenni stb.
- Kameraláz: akinek kameraláza van, azon kizárólag a videózás segít; kész videókat kell csinálni, ha nem vagyunk vele elégedettek egészen addig, amíg nem lesz megosztáshoz megfelelő.
- A lényeg: kell bele a valóságosság, a kerestlenség, sőt a hiba.

# AZ ONLINE VIDEO SAJÁTOSSÁGAI



# EGY KÉP TÖBBET ÉR EZER SZÓNÁL

Ismerős mondás. De vajon igaz?

Egy szó az nem egy kép? Egy olyan kép,  
ami különbözőképpen néz ki minden ember fejében.

EGY SZÓ TÖBBET ÉR EZER KÉPNÉL

Fordítsuk meg, és máris értelmet kap a mondás!

- Van egy városi legenda: ez az eredeti mondás, csak a fordító tévedett.
- Miről van szó?
  - szó = képzet
  - egy szó = végtelen sok kép
  - verbalitás = aktivizálja a belső látásunkat
- Mi köze ennek a videózáshoz?
  - nem a látvány a legfontosabb
  - hanem a koncepció, az üzenet, a történet
- Mi következik ebből?
  - hogy aki jól mesél, az jó videót tud csinálni
  - a személyes történet vonzza legjobban a szemet
  - egy videó ismérve, hogy elsősorban nem a látványra épül, hanem történetre, ami a mesélő személyes története

# PÉLDA: AZ ÉN TÖRTÉNETEM

<https://www.facebook.com/sziamaci/videos/1380157768715177/>

<https://www.facebook.com/atomcsapda/videos/1396942630393048/>

- Egy videó mindig az én történetemről szól:
  - vagy arról, amit megéltem
  - vagy egy olyan univerzális történetről, amihez nekem személyes közöm van
- A hollywoodi filmekről a vlogokig mindig annak a történetnek van a legnagyobb vonzereje, ami saját:
  - az ember társas lény. Másoktól tanul, vagy elsajátítja, vagy elkerüli ezeket a mintákat: imitál vagy elutasít.
  - az életünkhöz szükséges minden tudást mások személyes tapasztalatából vagy a sajátunkból szedünk össze.
- Hogyan lesz a személyes történet általános, egyetemes?

# UNIVERZALIZÁLÁS

- Elmesélek egy konkrét, személyes történetet
  - aminek tartalmaznia kell a nézőim által általánosan elfogadott pozitív, megbecsült értékeket akár pozitív (valaminek a felmagasztalása), akár negatív (valaminek az elutasítása) formában
  - nem kell ezeket az értékeket kimondani, de benne kell lennie a történetben: érzékeltetjük az univerzális jelenlétét a specifikus történetelemmel
  - célunk: a néző felfedezze önmagát a történetben (azonosuljon), és a saját univerzumon belülről kerüléssel (internalizálás) az események és bennük megjelenő értékek univerzálissá válnak
  - az univerzalizálásnak, az egyetemessé válásnak paradox módon a történet minél személyesebb és minél valóságosabb volta segít (tehát általánosságban ne nagyon meséljünk semmit)
- Ez a lépés az, amikor valami olyan tanulságot, általános igazságot akarok érzékeltetni, amivel szemben nincs apelláta: aki ezzel vitatkozni kezd, elveszett ember.

# MIT FEJEZÜNK KI?

- Nem egy történetet adunk át, hanem a hozzá kapcsolódó érzelmeket. Az érzelmi viszonyt az ügyünkkel. Ehhez nem kell óriási erőfeszítéseket tenni, a lényeg, hogy a video legyen valóságos, ne eljátszott, ne megrendezett, túlzottan kitalált. Legyen laza, őszinte, és amennyire lehet, érzelemgazdag: mutassuk meg, mi a viszonyunk az általunk képviselt ügyel kapcsolatban.
- A kommunikációval mindig érzelmeket váltunk ki, alapvetően érzelmeket adunk át, nem történeteket (ezért nem nagyon emlékszik senki arra a történetre, amit amúgy befogadott).
- Nézzük meg, hogy a bemutatott videók milyen érzelmeket közvetítenek.

# SZERETET ÉS FÉLELEM

- A kommunikációban összesen ezzel a két alapérzelemmel dolgozunk.
- Ebből a két alapérzelemből az összes többi alapérzelem leírható.
- Ezekkel az érzelmekkel válthatunk ki hatást, és ezeket az érzelmeket tudjuk átadni.
- Hogyan fejezünk ki ilyen alapérzelmeket?
  - mindig a személyiség cselekvése fejez ki érzelmeket
  - a személyiség attitűdöt is jelent: mi a viszonyom az ügyemmel
  - ha megvan a személyiség (karakter), ki tudja fejezni a hozzá tartozó érzelmet
  - a személyiséget 12 archetípusból tudjuk összeállítani, egyből, kettőből, esetleg háromból, de többre nagyon nincs szükség

# A 12 ARCHETÍPUS

Ezt a felosztást a marketingben használják,  
de ismerős lehet ezer másik helyről is (mivel archetípusok).

- Ez a 12 archetípus, és a célja, amire törekszik.
- Ebből tudunk inspirálódni:
  - milyen saját attitűdöt mutassunk a témánkhoz
  - milyen attitűdű célcsoportokat kívánunk elérni
  - lehet vele játszani (gyakorlat)
- Amikor célcsoportot tervezünk, érdemes ezt a táblázatot insight meghatározására is használni, a hagyományos célcsoport-karakterisztikával (életkor, társadalmi és anyagi státusz, lakhely stb.) pedig nem annyira foglalkozni.



Provide structure to the world: rendszert teremteni a világ számára

Creator, innovation: alkotó, újítás

Ruler, control: uralkodó, ellenőrzés (itt: a hatalom szabályrendszereken keresztüli gyakorlás)

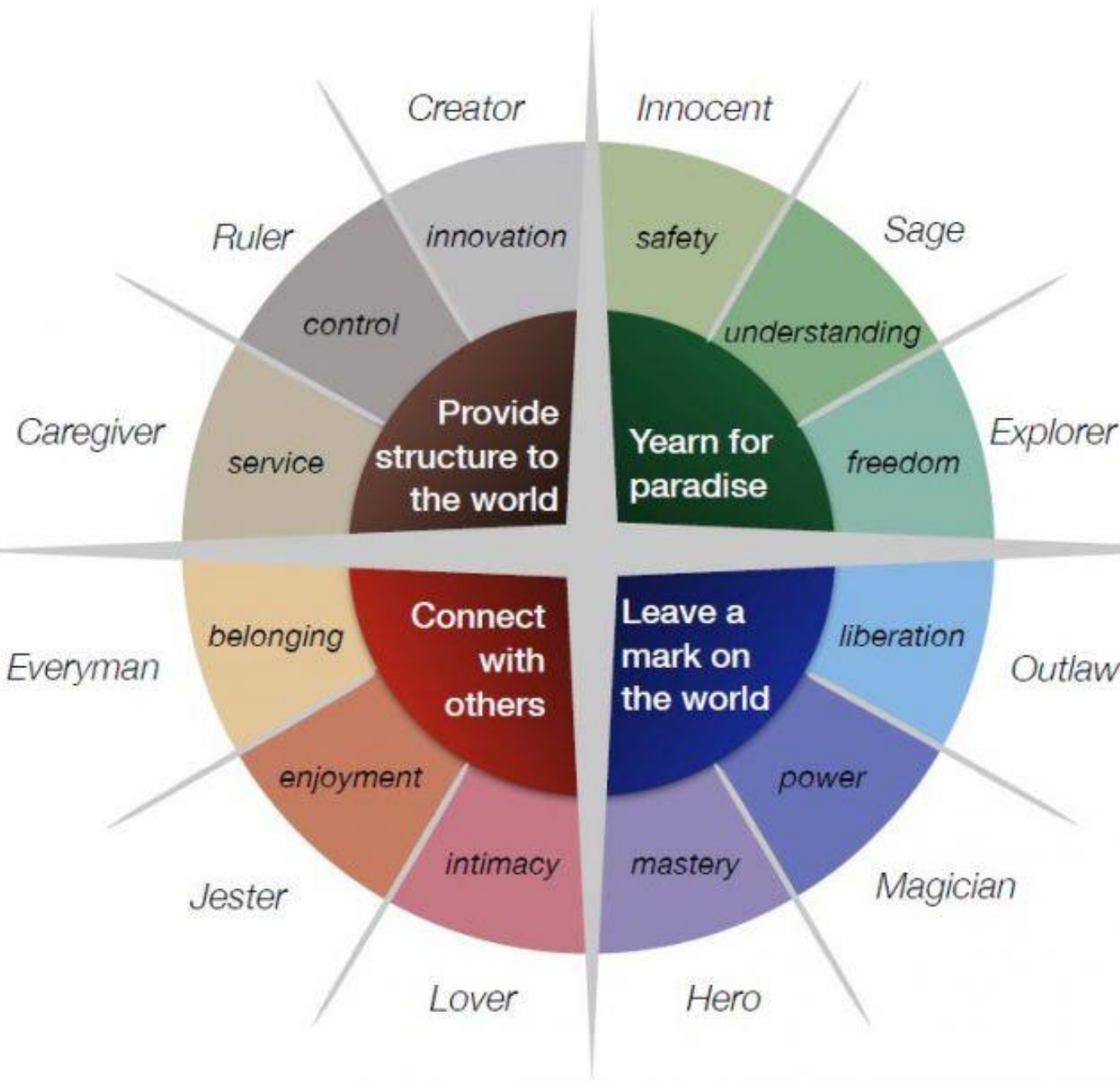
Caregiver, service: gondoskodó, szolgálat

Everyman, belonging: átlagember, valahová tartozás

Jester, enjoyment: tréfamester, öröm

Lover, intimacy: szerelmes, meghittség

Connect with others: összekapcsolódni másokkal



Yearn for paradise: vágyakozni a paradicsom után

Innocent, safety: ártatlan, biztonság  
Sage, understanding: bölcs, megértés

Explorer, freedom: felfedező, szabadság

Outlaw, liberation: törvénytől kívüli, felszabadítás

Magician, power: varázsló, hatalom (a tapasztalati tudásból és nem az erőszaktól következő hatalom)

Hero, mastery: hős, mintamutatás (hatalom, de itt a hős áldozatáért cserébe kapott megbecsülésből következő hatalma)

Leave a mark on the world: nyomot hagyni a világban

# VIDEÓ VAGY POSZT?

- Sokan gondolják, hogy egy írott blogposzt hatékonyabb egy videónál:
  - egy szöveget gyorsabban át lehet szkennelni
  - kevesebb technikai feltétel van a befogadásához
- De:
  - a videó sokkal több érzelmet tud közvetíteni
  - sokkal erősebb személyiséget és attitűdöt tud megmutatni
  - több benne az érzelem és az azonosulási lehetőség
- Az dönt, hogy miben hiszünk.
- A legjobb megoldás mindkettőt használni, mert nagyobb elérést produkál egy téma két megfogalmazásban.
- +1: mindig kísérletezni kell.

# A VIDEÓ 3 ALAPELEME

- Amiről eddig szó volt, az a koncepció, más néven üzenet, és annak megjelenési formája, a saját történet.
- Hogyan meséljük ezt el?
  - képpel: mit látunk, hogy néz ki, hogyan komponálunk, és mi a helyzet a fényel
  - hang: mi az, amit hallok, milyen verbális és emocionális tartalmakat közvetítünk vele

1. SAJÁT TÖRTÉNET:  
ERRŐL BESZÉLTÜNK EDDIG

## 2. KÉP: MENNYIRE FONTOS, HOGY MIT LÁTUNK?

Példa: <https://youtu.be/h19yG1DXI2o?t=144>

- A legkevésbé
- Ne izguljunk miatta, mert a képnek koránt sincs akkora jelentősége, ahogy azt gondoljuk
- Később még szó lesz a képről, de most nézzük meg, mi az, ami fontosabb a képnél

# 3. HANG: A VIDEÓ LELKE

Egy szélsőséges youtube műfaj:

<https://www.youtube.com/watch?v=l6nc-CEuwVQ&t=363s>

Egy szélsőséges kreatív példa:

[http://adsoftheworld.com/media/film/instituto\\_sou\\_da\\_paz\\_gun\\_control\\_road\\_rage](http://adsoftheworld.com/media/film/instituto_sou_da_paz_gun_control_road_rage)

- Van egy legenda a Star Warsról:
  - George Lucas tartott egy tesztvetítést a filmes kollégáknak, de a zene és a zöreij még hiányzott
  - a vendégek a film után nem tudták eldönteni, ki szóljon George-nak, hogy a film katasztrofálisan rossz
  - miután elkészült a hang, a filmet egészen más fogadtatásban részesült
- Nemcsak a zene, az atmosféra, a zörejek, de a beszélő hangja is nagyon fontos.
- A hang mindig legyen hallható, nem baj, ha hibásnak vagy esetleg antipatikusnak érezzük.
- Legyen érzékelhető a hang és az atmosféra karaktere: a hangot sokkal kevésbé lehet megúszni a képnél.

A VIDEÓ 3 ALAPELEME:

1 SAJÁT TÖRTÉNET

2 HANG

3 KÉP



- Ezért a videót ebben a sorrendben tervezzük:
  - saját történet kitalálása
  - a hang sajátosságainak kifejezése
  - a képi világ
- Az első kettő tervezés verbális!
  - szavakkal fejezünk ki érzelmeket, nem képekkel
  - arra érdemes koncentrálni, hogy mit mesélünk, hogyan, és hogy ebből mi hallatszik
  - a kép másodlagos lesz
  - adalék: sokan podcastként fogyasztják a videókat

# HOGYAN KÉSZÜL EGY VIDEÓ?

- Eddig alapvetően elméleti vagy koncepcionális szempontokról volt szó.
- Alapvetően a „beszélő fejes” videó elkészítésének alapelveit foglaljuk most össze, de ez a szempontrendszer más műfajoknál is alkalmazható.
- Egy beszélő fejes poszt verbális struktúrája nagyon hasonlít egy szöveges blogposztéhoz, érdemes ebből is inspirációkat nyerni.

# TERVEZÉS, GYÁRTÁS, KÖZZÉTÉTEL

- Ez a három lépés a munka folyamata.
- Eleinte nem árt teljesen elválasztani egymástól a három lépést:
  - ne kezdjünk el azonnal kamerázni, és ne töltsünk fel azonnal valamilyen videót. Válasszuk szét a munkafolyamatokat, és a korábbi befejezése után kezdjünk a következőbe
- Tervezés:
  - a koncepció kialakítása
  - szöveges megformálás, ki fogja mondani és mennyire alkalmas rá
  - hogyan mutatjuk meg a beszélőt és milyen eszközeink vannak hozzá
  - mi a helyszín
  - hang környezet ellenőrzése (ne a sarokcsiszoló fesztivál közepén vegyük fel)
  - fény környezet (legyen természetes vagy mesterséges fényforrás)
  - technika és ember (kamera, telefon, operatőr, vágó, stb.)

# KONCEPCIÓ, SZERKEZET

- Ez a lépéces koncepció és a személyes történet megformálása.
- A mesélés a blogposzt szerkezetéhez hasonló.
- A koncepció mindig egy állítás, egy mondat. Ha ez nincs, nincs koncepciónk.
- Gyakoroljuk a mesélést, alakítsunk ki egy saját témával kapcsolatos állítást. Példa állításra: az atomerőmű szuper, hogy rengeteg áramot termel, de amíg nem tudjuk, hogy pontosan milyen következményekkel jár, ne építsünk többet.
- Állásfoglalás: a koncepció mindig állást foglal (pozicionálás). A mismásolás, az egyrészt-másrészt messze kerülendő, mert azonnal megszakítja a figyelmet.

# A SAJÁT TÖRTÉNET SZERKEZETE

## ÁLLÍTÁS

Kinyilatkoztatás, statement. Ezzel kell kezdeni, különben elveszítjük a figyelem nagy részét azonnal

## PÉLDÁK: SAJÁT TÖRTÉNET, EGYÉB TÖRTÉNETEK

Találjunk egy saját példát, amin keresztül az állítás megvilágítható.

## ÉRVEK AZ ÁLLÍTÁS MELLETT

Opcionális. Ha a példát kevésnek érezzük, illetve ha vannak erős érveink. Keressünk. Jegyzeteljünk.

## ELLENÉRVEK, ELLENVÉLEMÉNYEK

Az ellenkező oldal megsemmisítése, semmiképpen sem vita, hanem erős kritika.

## CALL TO ACTION: MIT VÁROK EL A NÉZŐTŐL

Nagyon fontos, nem szabad elfelejteni. A lényege, hogy a video megnézése után legyen valamilyen folytatása tettekben, vagy éppen lájkolásban az üzenetnek, hogy mobilizáljon is, ne csak egyetértést érjen el.

# A FORGATÓKÖNYV

- Alapvetően a felmondandó szövegről van szó.
- Ne legyen megírva! Vázlatban legyen, és lehet bele max. 3 mondást, hasonlatot, példát vagy poént rakni, de nem kell pontosan megtervezni.
  - A spontaneitás teszi hitelessé, a hibák (pl. hibás szavak, rosszul fogalmazott mondatok) teszik valóságossá.
- A film nemcsak hogy analfabétáknak készül (cinema paradiso), de amikor nézzük, mindannyian analfabéták vagyunk – nem a nyelvhelyességet fogjuk értékelni, hanem az igazságát, a hitelességét.

# MIRE FIGYELJÜNK A KÉPI BEÁLLÍTÁSNÁL?

- **FÉNY**

- Direkt fény, szórt fény, árnyék: figyeljünk oda, mi hol van.
- Az arcon sose legyen zavaró árnyék, minél tisztább és kivehetőbb legyen.
- Ne a háttér legyen érdekes, vagy éles, vagy megvilágított, hanem az ember!

- **KOMPOZÍCIÓ**

- A szereplőről szól a film, őt hangsúlyosan komponáljuk.
- A kép súlyait szabadon, lazán tervezhetjük: szimmetrikusan, aszimmetrikusan, teljesen abszurd módon is csinálhatjuk, épp ahogy tetszik.

- **AZ ARC**

- Erre figyeljünk: rajta legyen az élesség, ne a háttéren.

- **HÁTTÉR**

- Minél kevésbé legyen konkrét, minél foltszerűbb, essen le a fejről.
- Úgy állj be vagy állítsd be a szereplőt, hogy minél messzebb legyen a háttértől.

- **VÁGÓKÉPEZÉS**

- Opcionális, de nem muszáj.
- Ha túlzásba esünk vele, a video keresett és ezért hiteltelen lesz.

# MIRE FIGYELJÜNK A HANGFELVÉTELNÉL?

- A film mindig közlelől szól, a halk hang megöli a filmet.
- Mobilos feltöltés: a kompozícióba bele kell komponálni, hogy mennyire vagyunk közel a beszélőhöz, próbáljuk ki ehhez a saját telefonunk mikrofonjának érzékenységét mindenképpen.
- A fülünk sokat segít: figyeljünk a hangra. Mentő, villamos, vonat, sikító, ez mind hanggyilkos, ilyenkor újra kell venni.



# UTÓMUNKA

- A vágás 3 lehetséges módja: szakaszos felvétel, mobilon vágás, asztali gépen vágás:
  - szakaszos felvétel: a telefon felvevő gombja melletti pause gomb megnyomása után új helyszínt nézek, vagy szereplőt is váltok, és folytatom
  - előny: nem kell utólag vágni
  - mobilos vágás: a kijelző miatt kicsit komplikáltabb, de nem sokkal bonyolultabb
- A vágás legfontosabb szempontja: ne üljön le a film, senkinek sincs ideje várni, inkább alkalmazunk jump cutot (ugró vágás).
- A vágás alapjai: jelenetből való kivágás, egymás mellé rakás, render:
  - kinézem a szükséges jelenetet, ami nem kell, azt levágom róla
  - a szükséges jeleneteket egymás után teszem, természetesen a történetmesélésre figyelve
  - elkészítem a végső videót (új fájlt mentek vagy renderelek)

# A GYÁRTÁS LEGFONTOSABB SZEMPONTJA

- A lehető legegyszerűbb és leggyorsabb legyen, minél egyszerűbb az eszköz, annál jobb lesz az anyag.
- Használjunk mobiltelefont, lehetőleg ússzuk meg a vágást, felhőbe töltjük fel a videót és onnan töltjük fel a megfelelő honlapra.
- Telefon már elég, mellé esetleg vágóprogram, esetleg asztali gép.
- Zene buktatói: sok lesz, jogdíjas (YouTube leveszi), túltervezés felé visz.
- Hosszú zene helyett nézzünk riffet, jingle-t (egy zenei szentencia), vagy zörejeket. Inkább kevés legyen, de karakteres.
- Fő szempont: a kevesebb mindig több.