

„Egyszemélyes stúdiók” – Animátorok a YouTube-on

Jelige: kmt889

Lezárás dátuma: 2025. 01. 08.

Tartalom

Bevezetés	3
1. Production Studies	4
2. Az alkalmazott módszer	5
3. Rajzfilmipar	7
3. 1. A részvételi kultúra térhódítása	12
3.2 A YouTube mint platform	16
3. 2. 1. Monetizáció a YouTube-on.....	17
3. 2. 2. Alternatív lehetőségek	19
3. 2. 1. 1. Támogatás	20
3. 2. 1. 2. Kitekintés: Az animációs stúdiók.....	22
4. Animátorok a YouTube-on.....	23
4. 1. Zenei együttműködések	24
4. 2. „A kommentátor”	25
4. 3. „Storytime”	26
4. 4. Edukáció és portfólió.....	28
4. 5. Animatic	29
4. 6. Sorozatok és történetek.....	30
4. 7. Hogyan zajlik egy egyszemélyes animátor munkája?	31
4. 8. Mi a különbség a hazai és nemzetközi YouTube animátorok között?.....	34
4. 9. Lehetséges járható utak egy magyarországi youtuber animátor számára.....	37
Konklúzió	39
Mellékletek	41
1. melléklet. Interjúkérdések.....	41
2. melléklet. Képjegyzék.	41
3. melléklet. Irodalomjegyzék.....	53

Bevezetés

Manapság egyre többen fogyasztanak rendszeresen YouTube-ra készített tartalmakat. Ezek lehetnek podcastcsatornák, influencerek, sztárok és más youtuberek videói, azonban az animációs ipar egyes szegmentumai is egyre nagyobb jelenléttel bírnak a felületen az utóbbi években. Rengeteg magyar és külföldi animátor található a platformon, akiknek a csatornáit az szintén a közelmúltban kezdtek el felvirágozni. Azonban azt is észrevehetjük, hogy az itt megjelenő animációk nem mindig maradnak a YouTube-on, sok tartalom átvándorol a tartalommegosztóról a tévébe vagy épp a streamingcsatornákra. Tényleg lehetséges saját animációs sorozatot indítani úgy, hogy valaki a YouTube-on amatőr animátorként tevékenykedik? Hogyan dolgoznak ezek az alkotók, milyen eszközöket használnak a munkafolyamataikban? Létezik egy bizonyos piaci rés, amelyet ezek a youtuber animátorok töltenek be? Vizsgálatomban ilyen és ehhez hasonló kérdésekre kerestem a válaszokat.

A YouTube-animációkkal és a platformon aktív animátorokkal kapcsolatban viszonylag kevés tanulmány született (Wilkinson – Patterson, 2014; Ribes, 2020; Balanzategui – Albarrán-Torres, 2024; Shah Bani – Nordin, 2020; Balanzategui – Albarrán-Torres, 2024). Eközben a terület fokozatosan oly nagyra nőtte ki magát, hogy érdemes megfigyelnünk, rendszerezelnünk, foglalkoznunk vele.

A kutatásom során több dologra is kitérek az amatőr (ebben a kontextusban a Glózer Rita-féle meghatározást¹ használom az *amatőr tartalomkészítők* kifejezésre) és a professzionális animátorokkal kapcsolatban. Milyen motivációkkal rendelkeznek a YouTube-on aktív animátorok és hogyan használják a platform eszközeit arra, hogy minél nagyobb követőtáborral rendelkezzenek? Hogyan dolgoznak: egyedül vagy csapatban? Ha egyedül, mennyire megterhelő nekik ez a feladat? Számukra munka vagy hobbi az animációkészítés? Milyen gazdasági tényezők játszanak közre a sikerükben, illetve ők hogyan próbálják hasznosítani mindezt? Támogatókkal dolgoznak vagy esetleg együttműködnek valakivel?

A platform vizsgálata mellett felkerestem pár azt használó animátort és elsősorban kevert (azaz félig strukturált) tematikus jellegű interjúkat készítettem velük. Az elsődleges célom az volt, hogy sokszínűen mutathassam be a youtuber animátorok munkáját, ezért olyanokat kerestem fel, akik hosszú ideje vannak a YouTube-on vagy épp nemrég csatlakoztak. Emellett olyanok is találhatók köztük, akik régebb óta aktívak ezen a felületen, életpályát,

¹ „A tanulmányban laikus vagy amatőr tartalomelőállítóknak nevezem mindazokat a nem vállalati, nem szervezeti felhasználókat, akik magánemberként, hobbiból-kedvtelésből, és esetleg reklám- vagy szponzorációs bevételekkel honoráltan saját maguk készítette médiatartalmakat tesznek közzé az interneten. Jellemzőjük, hogy a videókészítés és -publikálás nem szakmai, foglalkozás keretében, hanem szabadidőben, valamilyen egyéb főfoglalkozás (vagy tanulás) mellett végzett tevékenységük.” (Glózer, 2014)

esetleg karrierutat alakítottak ki itt vagy innen elindulva, netán ugródeszkeként használták a platformot egy másik pálya eléréséhez, vagy épp fordítva, munkájukból adódóan találták meg a felületet. Az interjúk során elsősorban az animációval, annak elkészítésével, közzétételével, illetve a személyes motivációkkal és tapasztalatokkal foglalkoztam. Egy könnyed beszélgetés keretein belül igyekeztem megismerni őket és kérdéseimmel irányt adva, később teret hagyni nekik a véleményük kifejtésére (Héra – Ligeti, 2014, 145-147.).

A YouTube felületén sokféle tartalomgyártóba belefuthatunk mindenféle területen. A kutatásom során az animátor típusú youtubereket vizsgáltam, őket tipizáltam, figyeltem meg és jegyeztem fel olyan jellemzőiket, amelyek kifejezetten rájuk igazak. Megfigyeléseim során számos szempont mentén vizsgáltam a videókat: egyebek mellett az animáció minőségét, a videók témáit és az alkotók csatornabeli arculatát is. Mind külföldi, mind magyar YouTube-animátorok csatornáját tanulmányoztam és a köztük húzódó különbségekre is igyekeztem kitérni. Kutatásomban megkülönböztetek sztorialapú animációkat, rajongói attitűdből születő alkotásokat, valamint megjelennek az olyan tartalomgyártók is, akik nem maguk készítik el az animált videóikat, hanem különböző animátorokat kérnek fel a munkájuk megvalósítására.

A dolgozatban érintem a hagyományos rajzfilmipart is és annak munkafolyamatait, hiszen az új terület nem légtüres térbe érkezett. Mindemellett kutatásomban szerves helyet foglal el a YouTube mint tartalommegosztó platform, amelyre manapság úgy tekintenek, mint a részvételi kultúra egyik legnépszerűbb terepére: mindeközben ez egy üzleti vállalkozás is, melynek legfőbb célja a profittermelés. Felmerül az immateriális munka fogalma is, amelyet közönség-áruként adhatunk el és leginkább az eszmei értéke válik fontossá, valamint az, hogyan növi ki magát vállalkozássá és márkává. Manapság a médiaplatformok közötti határok elmosódnak, egyre kevésbé látszódik, hogy valami eredetileg egy tévé számára készült vagy pedig internetes termék. A tartalmak migrációja megfigyelhető a hagyományos média felől a YouTube irányába, valamint onnan a mainstream média irányába is (Morreale, 2014, 113–128.).

Az imént felsoroltak mind lényeges szerepet játszanak abban, hogy egy átlagembernek is legyen esélye megmérettetnie magát az animáció világában. Mindemellett ahhoz is hozzásegíti, hogy saját céljaiból adódóan részt vehessen a részvételi kultúra új szegmensében.

1. Production Studies

A témám kontextualizálásához elengedhetetlen, hogy áttekintsem a production studies (azaz a médiaszövegek előállításának kritikai kultúrakutatás alapú tanulmányozása) lényegi

pontjait, amelyek a kutatásom alapjául szolgálnak. A médiatartalmak mindig valamilyen térbeli, technológiai, gazdasági és kulturális környezetben születnek. Ezen kontextusok ismerete a YouTube-animátorok tevékenységének megismeréséhez is szükséges.

A production studies a termelési gyakorlatokat, munkafolyamatokat, intézményi struktúrákat és a médiaiparban dolgozók társadalmi és kulturális szerepét helyezi előtérbe, valamint rávilágít arra, hogy milyen gazdasági, technológiai és kulturális tényezők befolyásolják a médiatartalmak létrejöttét. Emellett a megközelítés társadalomtudományos is azáltal, hogy áttekintést ad a termelés helyszínéről, annak szereplőiről, az ő tevékenységükről, valamint a munkájuk politikai, gazdasági és kulturális dimenzióiról (Mayer, 2009, 15).

Végig akartunk tekinteni a termelési hierarchiák táplálékláncain, hogy megértsük, hogyan dolgoznak az emberek a szakmai szervezeteken és az informális hálózatokon keresztül azon, hogy olyan közösségeket hozzanak létre, amelyek gyakorlatai, nyelve és a világról alkotott képe közös. Feltételezzük, hogy a rendezők és szerkesztők, világítástechnikusok és történetírók, szerződéses casting ügynökök és főállású stúdió-vendéglátók is mind kulturális szereplők² (Mayer – Banks – Caldwell, 2009, 2).

Ahogy az idézetből is kiviláglik, a médiaszövegek előállítása sokszor számos szereplő munkáját igényli, akiknek tevékenysége kihatással van egymásra. A dolgozatom címében úgy hivatkozom a youtuber animátorokra, mint „egyszemélyes stúdiókra”, hiszen a felületen történő tevékenységük során mindannyian nagyon sok munkát végeznek, sokszor egyedül. Gyakran ők maguk, egy személyben végzik el a médiatermékek előállítását lépésről lépésre, saját maguknak építenek reklámot a különböző közösségi oldalakon, valamint ők gondoskodnak arról, hogy a munkájukért cserébe jutalomban részesüljenek akár támogatások, akár a YouTube adta lehetőségek formájában (ld. *YouTube mint platform* c. fejezet). Az animátorok közt is létezik azonban kollaboráció, egyesek másokat kérnek fel a videóik animálására, ráadásul kisebb stúdiók is létrejöhetnek. Kutatásom során így olyan youtuber animátorokat is vizsgáltam, akikre kifejezetten illik az „egyszemélyes stúdió” kifejezés, viszont olyanokkal is foglalkoztam, akik már kiléptek ebből a státusból és saját produkciós csapattal vagy saját stúdióval is rendelkeznek (pl. TheOdd1sOut, Simon’s Cat vagy Vivziepop).

2. Az alkalmazott módszer

Kutatásom során összesen huszonegy alkotót figyeltem meg és közülük hattal készítettem kevert (félíg strukturált) tematikus interjúkat a platformon folytatott animatori tevékenységükkel kapcsolatban. Azért erre a módszerre esett a választásom, hogy a bennem megfogalmazódott kérdésekre (ld. *1. melléklet*) kellően mély és őszinte válaszokat kaphassak.

² Az idézet saját fordítás.

Az kérdések között volt, amit kifejezetten egy vagy két alkotóhoz intéztem, viszont volt amelyikkel kapcsolatban többükkel beszélgettem. A mélyebb megismerés érdekében igyekeztem olykor személyre szabott kérdéseket is alkalmazni, hogy szélesebb betekintést nyerhessek a munkájuk világába. A módszertan alkalmazása során Héra Gábor és Ligeti György *Módszertan* című könyvéből informálódtam és tekintetem át, milyen módokon szóljak az interjúalanyaimhoz. Az elején strukturált kérdések szerint haladtunk, majd egyre nyitottabb kérdéseket tettem fel nekik és teret adtam a véleményük kifejtésére (Héra – Ligeti, 2014, 145-147.).

Az interjúk hosszúsága változó volt, nagyjából 25-től 45 percig terjedt az erre szánt idő. Mindezek során arra biztattam a beszélgetőpartnereimet, hogy fejtsék ki a saját gondolataikat is a témával kapcsolatban. A zárórész néhány alkalommal egy kötetlen beszélgetés volt, amely során segítettek nekem jobban tájékozódni a témában és olyan gondolatokat is megosztottak velem, amelyek segítségével sokszínűbben tudom bemutatni a kutatásomat. A dolgozatban az interjúkból többször is idézek, ezek az idézetek szó szerinti átírások.

Az alanyaim kiválasztása során olyanokra esett a választásom, akik mindannyian rendkívül egyediek, különbözőek és mivel kutatásom fókuszában a YouTube mint platform áll, mindannyian a YouTube-ra készítene/készítettek tartalmakat és fontosnak tartottam minél különbözőbb alkotókat kiválasztani. Az első alkalom Ungvárszki Danival (ungdanival) valósult meg, aki már nem tevékenykedik aktívan a YouTube-on, viszont nagyon sokáig szerves része volt a magyar youtuber animátorok közösségének és az általam megkérdezettek közül is némelyikkel közeli viszonyt ápolt, emellett olykor kollaborációt is készített velük (például EatMyPie-jal és Carnorral). Első videóját 2015-ben töltötte fel a felületre, amely egy általa létrehozott animációs sorozat (*Hülyegyerekek*) első részeként funkcionált. Habár animációkészítéssel ma már nem foglalkozik, rendszeresen készít videós tartalmakat a YouTube és Tiktok felületére.

Orosz Szilárd, azaz Carnor szintén szünetelteti az animációs munkásságát, azonban 2015 és 2019 között aktívan alkotott a platformon. Az animációiba rendszeresen rengeteg munkát fektetett, ezáltal minőségi tartalmakat hozott létre. Ma már nem foglalkozik az az animációkészítéssel, azonban hasonló munkakörben helyezkedett el, amelyhez az itt átélt tapasztalatok nagy hasznára váltak.

Patai Balázs, művészneven EatMyPie aktivitása 2015 és 2020 között figyelhető meg a YouTube felületén. Tartalmai között humoros és kreatív ötletek találhatók, amelyeket az animáció segítségével keltett életre. Nagy inspiráció volt számára TheOdd1sOut, akivel szintén

foglalkoztam és az *Animátorok a YouTube-on* című fejezetben bővebben kifejttem a munkásságát.

Palotás Adél első videója 2015-ben került fel a YouTube-ra, tartalmait pedig a mai napig rendszeresen tölti fel a felületre. A rajzolás és az animáció nagyon régóta része az életének, a YouTube pedig számára az alkotásainak a gyűjtőhelyeként is szolgál. Emellett a közelmúltban elkezdett edukáló tartalmakat is közzétenni a csatornáján, hogy a hozzá hasonló animátorok munkáját segítse.

Roznár Levente a Különös történetek a Szondi utcában nevű csatorna tulajdonosa és 2024-től kezdve aktív tagja a YouTube közösségnek. Első videójával nagy népszerűsége tett szert, amelyen azóta 384 ezer megtekintés³ található. Csatornájával a legfőbb célja az, hogy a magyarságot és annak autentikus vonásait emelje ki a nézői számára.

KD a *kdskech* nevű csatorna tulajdonosa, az interjúalanyaim közül az egyetlen külföldi lány. 2017-ben kezdte meg youtuber animátori tevékenységét és saját munkái mellett edukáló tartalmakat is oszt meg a platformon, amelyekben különböző, animátorok által használt programok használatát mutatja be. Ezek a videók a korábban említett Palotás Adél számára is hasznosnak bizonyultak.

Az interjúkészítés mellett az *Animátorok a YouTube-on* című fejezetben különböző kategóriákba sorolom az általam megfigyelt animátorokat. A tipizálást Jane Stokes alapelvei alapján végeztem, a videók egy csoportba sorolása alatt sajátos kódrendszert vettem figyelembe, az összefüggéseket a stílusok, a karakterek és a témák hasonlóságaiban kerestem. Célom az volt, hogy olyan csoportok létezésére (lényegében a YouTube-on elterjedt animációs műfajokra) hívjam fel a figyelmet, amelyeket eddig még nem írt le a tudományos élet (Stokes, 2008, 93-98).

3. Rajzfilmipar

A hagyományos rajzfilmipar médiamodellje sok tekintetben különbözik a mai niche közösségek új médiamodelljétől. A médiatermékek egyfajta fogyasztási cikként szolgáltak a nézők számára, amelyeket szabványosított formák szerint, a közönség feltételezett ízlésére szabva gyártottak, szervezeti keretek között. A médiaüzenetek legfőbb célja sokak elérése és megszólítása volt, a közönség tagjai szétszórta helyezkedtek el és passzív befogadókként tekintettek rájuk, hiszen a kommunikáció egyirányú volt. Adó-vevő kapcsolat alakult ki a szervezet kommunikátora és a névtelen fogyasztó között, aminek rendszerében az adónak

³ 2025. 01. 05-ös adat.

„nagyobb hatásköre, presztízse vagy szaktudása volt, mint a vevőnek” (McQuail, 2003, 36-47.). A tartalomkínálat a közönség igényeire szabott, amelyet meghatározott időpontokban, meghatározott „domináns” médiumokon (pl. rádió, televízió) keresztül volt lehetőség fogyasztani (McQuail, 2003, 163.). Ebben a médiamodellelben helyezkedett el a rajzfilm- vagy animációipar is, melynek médiatermékeit rendszerint a *Production Studies* c. fejezetben is felvezetett dolgozók, mint például a rendezők, szerkesztők vagy történetírók állítják elő.

A hagyományos rajzfilm- és animációipar munkafolyamatok bemutatása előtt érdemes értekezni az animációk fajtáiról és stílusairól, hiszen a munkafolyamatok fázisai nagy mértékben ezektől függenek. Az animáció fogalmának tisztázására már több meghatározást is bevezettek, az egyik szerint minden olyan mozgókép, ami „más, mint élő események egyszerű, élethű reprodukciója” (Kampó, 2019, 8.). M. Tóth Éva meghatározásában az animálás egy olyan folyamat, amellyel az alkotó lelket lehel valamibe. Ezt sok esetben egy animátor végzi, akit láthatatlan színészként definiál és aki az animációs film karaktereinek mozgását kelti életre (Tóth, 2010, 89-90.).

Az egyik legrégebbi animációs műfaj a stop-motion, azaz „megállított mozdulat” animáció, amely során a tárgyak a valóságban, fizikálisan vannak megtervezve és képkockáról képkockára pózoltatják be őket a kamerának. Ezeket a tárgyakat többféle különböző stílusban szokták megtervezni, mint például bábokként (pl. *Coraline és a titkos ajtó*), gyurmaként (pl. *Pingu*) vagy papírkivágásokból (pl. *Frakk, a macskák réme*) (Palotás, 2024a).

A rajzanimáció egy másik régebbi technika, amely során az animátor rajzolja meg az összes mozdulatot képkockáról képkockára, viszont olykor, a gyorsabb előrehaladás érdekében csak a rajzok bizonyos részeit készítették el újra, nem az egészet. Ezt a későbbi cell-animációban is alkalmazták, amely során már nem papírra, hanem átlátszó fóliára, azaz cellemekre rajzoltak, egy speciális festékfajtaival, cellfestékkel (TheOdd1sOut, 2024). A cell-animáció „rétegekre bontott filmképre épülő rajzfilmes technika”, amely során a cell-rétegeket egymásra helyezték és úgy állították be őket, hogy azok a megfelelő helyen látszódnak (Tóth, 2010, 90.). Ezeket a cellemeket ráhelyezték egy szintén kézzel festett háttérre, majd egy filmszalagon rögzítették. Amint az előbbieken említettem, néha csak bizonyos testrészeket rajzoltak újra a hatékonyabb munka érdekében és azt a bizonyos testrészt cserélték ki, egy már megrajzolt cellen (például, ha az egyik karakter elfordította a fejét, nem volt szükséges megrajzolni az egész karaktert előlről, hanem a testét érintetlenül hagyták és a fejét rajzolták meg újra, egy másik szemszögből). Ugyanezt a technikát alkalmazták az 1942-es *Bambi* film és a 1968-as

The Adventures of Batman (magyarra lefordítva *Batman kalandjai*⁴) megvalósítására is. Az animáció minősége a különböző stúdiók (a *Bambi* a The Walt Disney Company-nél készült, míg a *The Adventures of Batman* a Filmation Associates-nél) és a ráfordított pénzügyi alap miatt is változó (TheOdd1sOut, 2023).

A hagyományos rajzfilmipar egyik legmeghatározóbb stúdiója a The Walt Disney Company, ahol az animátorok különböző stílusokban próbálták ki magukat az évek során. Az egyik ilyen stílus a „rubberhose”⁵ volt, amely az 1930-as évek médiatermékeiben volt rendszeresen megtalálható, lényege pedig a gyors mozdulatokban rejlett: a mozdulatok gyorsaságát több lábbal, kézzel és testrésszel próbálták meg érzékeltetni. A Disney egyik első kísérleti műve *A tavasz istennője* (1934) című 9 perces rövidfilm volt, amely rendelkezik ezekkel a tulajdonságokkal és jó gyakorlásként szolgált az animátoroknak, hiszen későbbi céljuk a realisztikus és anatómiailag korrekt szereplők és mozdulataik megalkotása volt. Ennek eredményeképp jelent meg 1937-ben a *Hófehérke és a hét törpe* című rajzfilm, amely cellanimációs technikával készült (TheOdd1sOut, 2024) és még abban az évben rögtön speciális Oscar-díjat is nyert (Tóth, 2010, 26.). A *Hófehérke és a hét törpe* producere ebben az időben még maga Walt Disney volt, cégének alkotói pedig „korrekt forgatókönyv alapján, a vadonatúj technicolor-eljárást alkalmazva multiplán⁶ trükkasztalokon” dolgoztak. A Disney legnagyobb versenytársa, a Fleischer Studios volt abban az időben, ők alkották meg a híres Popeye és Betty Boop figuráját. A stúdió alapítói Max és Dave Fleischer voltak, akik cégükben a már jól bevált rotoszkóp⁷ technológiát alkalmazták és a térhatású filmképek kialakításával is elkezdtek kísérletezni. Ezt az eljárást a *Gulliver utazásai* című 1939-es rajzfilmjük készítésében is hasznosították (Tóth, 2010, 26-32.).

Az 1930-as években nemcsak a Fleischer Studios, hanem a Warner Bros. Cartoon is versenybe szállt Disney cégével, méghozzá annak saját animátoraival. A *Looney Tunes* című első animációs sorozatukat a Disney egykori animátorai készítették, amelyet 1943-ig fekete-fehérben láthattak a nézők, míg a másik híres sorozatuk, a *Merrie Melodies* már színes technikákkal készült (Tóth, 2010, 32.).

A modern technológia fejlődésével az animációs stúdiók nagy része már elhagyta a cellatechnika és a rajzanimáció készítési módját és már teljes mértékben, vagy csak részben

⁴ A cím saját fordítás.

⁵ Ez volt az első animációs stílus, amely elterjedt és szabványossá vált az amerikai animációkészítés területén. A szót „gumitömlőnek” lehetne lefordítani, hiszen a stílus fő jellemzője a gumitömlő mozgására jellemző görbe mozgás, amellyel a karakterek és a legtöbb animált objektum rendelkezett.

⁶ Az a fajta eljárás az animációban, amely a térérzet érzékelésében segített, „egymás mögött-alatt meghatározott távolságban elhelyezett, átlátszó, sík lapokra bontott látvány” alkalmazásával (Tóth, 2010, 84.).

⁷ „Élőszereplő mozgásának háttérvetítő segítségével történő átrajzolása” (Tóth, 2010, 32.).

számítógépen hozzák létre a karaktereiket és filmjeiket. Így készült el a Disney által 1994-ben *Az orosz király* is, amely kétdimenziós látványra épülő és részben számítógéppel készült műként került a mozikba (Tóth, 2010, 47.).

A digitális 2D vektor vagy puppet animáció esetében már nem kell megrajzolni minden képkockát, hanem a már létrehozott és „becsontozott” (azaz a karakter bizonyos testrészeit különböző pontokhoz rendelték, amelyeket később mozgatni tudtak) karaktert mozgatják különböző pózokba az animátorok. Ez a fajta animáció a modern rajzfilmsorozatokban is népszerű, például az *Aranyhaj: A sorozatban*. A 3D vagy CGI animáció szintén becsontozással működik, azonban itt már térben is tudják mozgatni a karaktereket (Palotás, 2024a). Az első egész estés produkció, amely ezt a technikát alkalmazta annak elkezdésétől a befejezéséig a *Toy Story* című animációs film volt (Tóth, 2010, 47.).

Egy animációs médiatermék létrehozásának munkafolyamatában sok fázison mennek keresztül az ipar szereplői, ebből az első a tervezési fázis. A tervezés alatt jönnek létre a karakterek, helyszínek, koncepciórajzok (amelyek a látványvilág megteremtésében segítenek) és a forgatókönyv. Az utóbbi alapján készül el általában egy storyboard (magyarul képes forgatókönyvnek (Tóth, 2010, 92-93.) nevezik), amely egy képregényesített változata a forgatókönyvnek. Ezeken szokták jelölni a kameramozgásokat, a karakterek mozdulatait vagy akár a fontosabb hangokat is. A storyboard legfontosabb ismérve, hogy a csapat számára átlátható legyen, hogy a későbbiekben könnyebb legyen belőle dolgozni (Palotás, 2024b).

A storyboard videóváltozata a timing (magyarra lefordítva időzítés⁸), amely során a kezdetleges vagy már elkészült hangokkal vágják össze ezeket a képregényesített képeket. A timing célja az, hogy a készítők lássák, milyen hosszúságú jelenetekre lehet számítani, ebből pedig később elkészítik az animaticot. Az animatic az animáció egy egyszerűsített változata, általában fekete fehér, egyszerű rajzokból áll és csak nagyjából ábrázolja a teret és a karaktereket, amelyek kevésbé komplex rajzokként mozognak (Palotás, 2024b).

A gyártás előtt a stúdió véglegesíti a több szemszögből és több pózban megrajzolt karakterdizájnokokat, illetve a színezők és árnyékolók számára összeállítják a színpalettát és megjelölik a rajzokon az árnyékokat. Ez a folyamat a 3D vagy vektoranimációban szintén a végleges modellek elkészítésével zajlik, valamint ezeknek a beriggelésével (vagy magyarra fordítva bekötözésével⁹) vagy becsontozásával. A becsontozás vagy riggelés alatt a karakterek kapnak egy mozgatható csontvázat, amelynek a segítségével az animátorok később bepóztathatják őket. Ezeket a munkafolyamatokat (pl. modellezés, riggelés, animálás) mind

⁸ A kifejezés saját fordítás.

⁹ A kifejezés saját fordítás.

külön-külön végzi, különböző ember. Stop-motion animáció esetében ebben a fázisban több prototípusban készítik el a bábokat és több komplex vagy egyszerű mozgatható vázzal egészítik ki őket (Palotás, 2024b).

Az animációkészítés fázisaiban szintén kiemelt szerepet kapnak a koncepciórajzok, amelyek már elképzelt szituációkat, jeleneteket vagy helyszíneket mutatnak be, ezzel a látványvilágot szemléltetve. Szintén ennek fontos eleme olykor a color key vagy color script (magyarra fordítva színkódok vagy szín-forgatókönyv¹⁰), amelyek a hangulat megteremtését mutatják be az elkészült rajzokon keresztül (Palotás, 2024b).

A gyártási folyamat megkezdése előtt gyártási táblázatot és ütemtervet készítenek, amelyek megalapozzák a későbbi munkát. A gyártási táblázat megmutatja, hány snittből¹¹, jelenetből és képkockából áll a film, valamint ki melyik jeleneten dolgozik vagy, hogy elkészült-e már az adott képkocka. Ezzel párhuzamosan az ütemterv segítségével a dolgozók átláthatják, mi mennyi időt fog igénybe venni (Palotás, 2024b).

Az itt bemutatott animációs ipar jellegzetessége, hogy a különféle nagy és kisebb animációs stúdiók elsősorban a moziba és a televízióba (illetve napjainkban streamingre) készítene tartalmakat. A YouTube azonban – mint látni fogjuk – demokratizálta a rajzfilmipart is: új szereplők, új műfajok, új közönségek tűntek fel. A fent tárgyalt munkafolyamatokat az általam vizsgált youtuber animátorok közül is páran alkalmazzák.

Az interjúk során figyeltem fel arra, hogy sokak első munkája az animációkészítés előtt a (a rajzfilmkészítés munkafolyamatában fontos szerepet betöltő) storyboardra nagyon hasonló képregény volt. Aki korábban képregényekkel is foglalkozott, annak könnyebb dolga akadt később az animációkészítéssel, hiszen a hagyományos rajzolás és a digitális rajzprogramok során hasonló technikát tudott alkalmazni. Az egyik interjúalanyom ezt a szintetizátor és a zongora használatának elsajátításával vonta párhuzamba, hiszen a kettő hangszer különböző, mégis hasznos, ha legalább az egyiket ismeri az ember, mivel így könnyebben tanul meg a másikon játszani.

Már gyerekkorom óta rajzolgattam papírra és akkor emiatt mire egy digitális rajzprogram elé kerültem, addigra már megvolt az, hogy én azt akarom, amit papíron szoktam csinálni, csak digitálisan. (Interjú Ungvárszki Danival)

Ezzel párhuzamosan másnak a képregényekből születtek később az első animációs videói, amelyek alapot adtak a későbbi videók készítéséhez. Ebben az esetben szintén a

¹⁰ A kifejezések saját fordítások.

¹¹ A jelenetek snittekből állnak, amelyek helyszínenként, történésenként változnak, a jelenetek pedig snittekből állnak. A snittek kameraállásonként változnak (Palotás, 2024b).

képregény született hamarabb, mint az animációs videók, de később ezekből születettek meg a YouTube csatorna tartalmi.

Voltak képregények, voltak házilag nyomtatott és összeragasztott saját kis képregényeim kiskoromban. (...) Amik lettek, az ilyen Carnoros videóim, azokat például Facebookon is meg lehetett találni, ilyen rövid kis képregény csíkokat ki lehetett rakni és azok avanszáltak utána YouTube videókká. (Interjú Carnorral)

Palotás Adél még mindig készít képregényeket az animációk mellett, amelyeket a Webtoon¹² nevű felületre szokott publikálni. Emellett szintén nála is előfordul, hogy ebből a képregényből majd a továbbiakban animációs filmet szeretne készíteni, mert úgy érzi, az animációval sokkal több mindent tud majd átadni a nézőknek, mint a képregénnyel.

Webtoonra szoktam kirakni a képregényemet, ilyen kis Minecraftos képregényt. (...) A képregényemnek szeretnék majd egy animált sorozatot készíteni. (...) Az a vicces, hogy ez általában fordítva szokott lenni, hogy rajzfilmnek tervezik és inkább képregény lesz belőle, mert az ugye egyszerűbb és nem annyira időigényes. Én meg úgy vagyok vele, hogy én ebből inkább egy animációt csinálnék, mert az kényelmesebb nekem. (Interjú Palotás Adéllal)

Az általam vizsgált tizenöt külföldi tartalomkészítő közül ötnek saját rajzfilmsorozata van, amelyek különböző platformokon futnak, mint például a Netflix, a Prime Video vagy a YouTube. Ezek a tartalomkészítők mind a YouTube-on kezdték el a tevékenységüket, mígnem bekerültek egy nagyobb médiavállalat szárnyai alá és megvalósíthatták azt az álmukat, hogy animátorként a saját animációs sorozatukat láthassák a hagyományos média felületein. Ezt a konvergenciakultúrát Jenkins is említi, ami szerint egyes ötletek fentről lefelé, mások pedig fordítva, a részvételi kultúra helyeiről (mint például a YouTube) kerülnek be a mainstream médiába. Így a kulturális sokszínűség is nő és megmutatja, hogy a hagyományos kereskedelmi kultúrát nem elpusztítja a részvétel ereje, hanem felerősíti (Jenkins, 2006, 257.), hiszen ezeknek az alkotóknak a tartalmi visszakérülnek a hagyományos médiamodell megszokott médiumaiba.

3. 1. A részvételi kultúra térhódítása

Dolgozatomban a részvételi kultúrához a jenkinsi értelmezést vettem alapul, amely szerint a részvételi kultúra egyfajta kulturális kontextus, amely a könnyű elérhetőségnek köszönhetően lehetőséget ad az amatőr vagy laikus szereplőknek, hogy kapcsolódni tudjanak egymáshoz (Glózer, 2019, 3.), illetve részt vegyenek a kulturális tartalmak létrehozásában. A kutatásom szempontjából azért fontos ez a kritikai kultúrakutatásban is alkalmazott fogalom, mert olyan szereplőket vizsgáltam, akik a YouTube kínálta lehetőségeknek köszönhetően

¹² Egy weboldal, ahol online képregényeket lehet olvasni és a tartalomkészítők a YouTube használatához hasonlóan bizonyos időközönként közölhetik a következő epizódokat.

amatőr tartalomkészítőként a rajzfilmipar új szegmentumát hozták létre, ahol lehetőségük van az önálló tartalomgyártásra és az önkifejezésre. Ahhoz, hogy feltárjam a részvételre vonatkozó motivációkat és mozgatórugóikat, le kellett mennem egészen az egyének szintjére.

Jenkins a *Rethinking Convergence/Culture* című cikkében utal arra, hogy korábban már megkezdődtek a részvételre felhívó folyamatok a művészetekben, újságírásban, oktatásban, egészségügyben vagy dolgozatomban fókuszába állított szórakoztatóiparban is, amely a közönség és rajongók részvételét integrálta. Ezt a folyamatot Jenkins „részvételi fordulatként”¹³ (azaz „participatory turnnek”) nevezi, hiszen bizonyos erőfeszítések indultak meg a közönség bevonására és részvételére (Jenkins, 2013, 271.). Ennek kapcsán Glózer Rita arra hívja fel a figyelmet, hogy a részvételi kultúra modellje nagyban különbözik a *Rajzfilmipar* c. fejezet során felvezetett hagyományos médiamodelltől (termelés-elosztás-fogyasztás modell) és érdemes „a kulturális részvételi kontinuumaként vizsgálni a digitális média színtereit” (Glózer, 2019, 8.).

A Bevezetésben is megemlített immateriális munkát Joanne Morreale értéktöbbletként értelmezi, ami magába foglalja a kapcsolatteremtést, valamint a felhasználók közötti információcserét és véleménymegosztást, aminek következtében érzelmi bevonódás is létrejön. Morreale szerint ezeknek egyszerre gazdasági és társadalmi értékei is vannak. Mindemellett az immateriális munka a hétköznapi felhasználók aktivitásának egyik formájaként említi, hiszen fizetetlen munkával és kreatív szabadsággal jár némely esetben (Glózer, 2019, 9-10.).

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (továbbiakban: OECD) egy nemzetközi szervezet, amely nemzetközi szabványokat hoz létre, elemzéseket végez és céljuk ezeknek a szabványoknak a felállítása és végrehajtása (OECD, online¹⁴). A részvételi kultúra megfigyelésével és leírásával is foglalkoznak, azonban a felhasználók által létrehozott tartalomnak nem állítottak fel egy általánosan elfogadott definíciót (OECD, 2007, 9.), de foglalkoznak vele a kiadványaikban:

Ebben a tanulmányban az UCC¹⁵ definíciója a következő: i) tartalom, amely nyilvánosan elérhető az interneten, ii) amely bizonyos mértékű kreatív erőfeszítést tükröz, és iii) amely professzionális rutinokon és gyakorlatokon kívül jön létre. (OECD, 2007, 9.)¹⁶

Ezek a meghatározások igazak az általam megfigyelt tartalomkészítők munkáira, hiszen tartalmaik nyilvánosan elérhetőek a YouTube felületén, kreatív erőfeszítéseik animáció, valamint művészi (általában éneki) hozzájárulás formájában jelenik meg, valamint egyikük sem kifejezetten professzionális animátor – bár fejlődhetnek a pályájuk során. Tartalmaik egyre

¹³ A kifejezés saját fordítás.

¹⁴ <https://www.oecd.org/en/about.html>

¹⁵ A rövidítés a user-created contentet takarja, amely magyarra lefordítva felhasználó által készített tartalom.

¹⁶ A hivatkozott szöveg saját fordítás.

fontosabb forrást jelentenek az újmédia ökonómiájának: ezeket saját érdeklődésük szerint állítják elő, valamint idejüket és energiájukat áldozzák egy olyan hobbiért, amelyért sok esetben bevételt sem kapnak és nem is ez az elsődleges munkahelyük (Glózer, 2019, 7-8.). Mivel a tartalmak létrehozói (gyakran) nem várnak jövedelmet (nemhogy profitot) a tevékenységük gyümölcseként, felmerül a kérdés, mi is a motivációjuk, mi a valós indok, amiért ők a saját tartalmaikat közzéteszik a különböző platformokon. Az OECD tanulmányában a kapcsolatépítésre, önkifejezésre, valamint hírnév- és ismertségszerzésre utal (OECD, 2007, 10.), én pedig ennek utánajárva feltettem ezt a kérdést a saját interjúalanyaimnak is. Néhányuknak a rajzolás, mint önkifejezési forma, jelent meg először az életükben, majd annak a platformra adaptálása és megosztása a közönséggel. A Carnorral készített interjúmban nagyon szépen megfogalmazza a tartalomkészítő, hogy ennek miért is a YouTube lett a végső színtere, hiszen ezek az alkotók nagyjából egy időben kezdték el a közösségi médiás pályafutásukat.

Én nagyon kiskorom óta rajzoltam, nem emlékszem, hogy ne rajzoltam volna. (...) Az apámnak volt egy nagyon jó rajztanár ismerőse, aki elég nagy hatással volt rám és nagyon motivált engem, már nagyon fiatalkorom óta. (...) Az emberekkel megosztani dolgokat szerintem az én generációmban (...) nem egy akkora különlegesség. Valamilyen szinten mindenki oszt meg dolgokat egy bizonyos számú közönséggel. Most itt beszélhetünk a privát Instagramjáról az embernek, vagy lehet az nyilvános is, illetve Facebook is, más platformok. Mindenki használ valamilyen social mediát, ahol megosztanak dolgokat az emberekkel. Amikor én ezt elkezdtem, akkor lényegében mindenki elkezdett körülöttem YouTube-ozni. (Interjú Carnorral)

Palotás Adél számára a rajzolás régóta helyet foglal az életében és sokat inspirálódott a későbbiekben szóba kerülő Vivziepop nevű tartalomgyártótól. Rájött, hogy a letölthető rajzprogramok segítségével ő maga is készíthet alkotásokat az internetre, így az automatikusan létrejött YouTube-csatornája a rajzainak és animációinak gyűjtőhelyévé vált.

Igazából én már gyerekkorom óta nagyon szerettem rajzolni, mint ugye a legtöbb gyerek. (...) Megismertem Vivienne Medrano, Vivziepop munkásságát, ami látható is a rajzstílusomon a mai napig. (...) Rájöttem, hogy... ja én ezeket meg tudom csinálni itthon, tudok csinálni rajzfilmet a saját kis gépemem? (...) Így kezdődött. (...) A YouTube csinált egy random csatornát nekem, amikor felvásárolta a Google (...) és gondoltam, hogy arra elkezdem feltölteni az ilyen rajzos dolgaimat. (...) Legyen egy gyűjtőhelye, aztán kialakult, hogy az lesz a rajzos csatorna. (Interjú Palotás Adéllal)

Az interjújuk során felmerültek az alkotás és az önkifejezés iránti vágy erőfeszítései, amelyekhez megfelelő eszközöket kerestek a tartalomkészítők, végső választásuk pedig az animációkészítésre esett. Egyéni motivációik között egy mélyebb meggyőződés, esetünkben a magyarság megtapasztalása áll, valamint egy olyan egyszerűbb, ám biztosabb vágy, hogy valaki mindenképp szeretett volna bekerülni a köztudatba.

Az volt a motiváció, hogy nem volt pénzem semmi másra, tehát nem volt pénzem egy kamerára. (...) Úgy voltam vele, hogy mindenképpen szeretnék valahogy szerepelni. (...) Minőségi munkát szerettem volna kiadni a kezemből, és akkor úgy jött az ötlet, hogy mi lenne, hogyha rajzolnék. (Interjú EatMyPie-jal)

Nekem csak ahhoz kellett egy eszközként, hogy azt a témát, ami tulajdonképpen az, hogy milyen magyarnak lenni vagy milyen érzés magyarnak lenni, valahogy leközljem, és ez sokkal könnyebb rajzon keresztül, mint akármilyen más módon keresztül. (Interjú a Szondi utcával)

Emellett a saját motivációk kapcsán az interjúk során egyedi mozgatórugókkal is megismerkedtem. Ez nemcsak egy hobbi, amelybe időt és energiát fektetnek, hogy a nézők számára minőségi tartalmat tudjanak előállítani, hanem megjelenhet a segítségnyújtás motivációja is, amellyel átadhatják azt a tudást, amelyet ők tanult az évek során.

Szerintem mindenkiben, aki a YouTube-on elkezd alkotni, van egy ilyen egészséges vagy egészségtelen mértékű exhibicionizmus. És nyilván én sem vagyok ez alól kivétel. Anno, mikor elkezdtem YouTube-ra feltölteni, ebben semmi tudatosság nem volt (...) az csak arról szólt, hogy csináltam rajzfilm-epizódokat. (...) Egyáltalán nem gondolkodtam karrierben, hanem akkor ez kvázi hobbi volt, hogy akkor én ezzel töltöm az időmet és nem Call of Duty-zással. (Interjú Ungvárszki Danival)

Én csak szeretném megosztani, amit online tanultam, így a többi ember, aki nem rendelkezik olyan előnyökkel, mint én, is meg tudja csinálni. És az szintén sokat segít, amikor csinálok valamit, hogy felveszem a folyamatot és néhány év múlva vissza tudom nézni, hogy hogy is csináltam. Ez szinte olyan, mint egy tutorial¹⁷ szekció saját magamnak. (Interjú kdsketcsel)

A részvételi kultúra térnyerése és az egyéni motivációk mellett a technológiai fejlődés is nagyban hozzájárult ahhoz, hogy ezeknek a tartalomkészítőknek lehetősége legyen az alkotásra. A háztartások nagy részében már megtalálhatóak azok az eszközök, amelyeken meg lehet tekinteni a tartalmaikat és ők maguk is alkotni tudnak. Mindemellett lehetővé váltak olyan szoftveres eszközök, amelyek egy laikus vagy amatőr felhasználó számára is könnyű használatot nyújt és ők maguk is tudnak dolgozni benne, különösebb szakmai tudás nélkül (OECD, 2007, 27.). Az interjúalanyaimnál nagyrészt ugyanazok a programok fordultak elő, amelyeket a hagyományos rajzfilmiparban is használnak az alkotási folyamat különböző fázisaiban (ld. *Rajzfilmipar* c. fejezet). Néhányan kifejezetten animációkészítésre alkalmas eszközöket (például Wacomos rajztáblát) is használnak, amelyek lehetővé teszik, hogy még minőségibb tartalmat készítsenek a közönségüknek. Külön programokat használnak a rajzolásra (ClipStudio, Adobe Photoshop, Macromedia Flash, Flash Paint, TV Paint, Paint Tool Sai, Adobe Animate), a videók vágására (Adobe Premier Pro), a hangvágásra (AudaCity), valamint az utómunkára (After Effects). Ezek közül néhányat a rajzfilmiparban is használnak. Ilyen például az Adobe Animate, amellyel a *Gumball csodálatos világa* és a *Super Science Friends*¹⁸, valamint a TVPaint, amellyel az *Ethel & Ernest* és *A kenyérkereső* című animációs alkotások készültek. Az animátorok tehát sokszor a rajzfilmiparban is megtalálható programokat használnak, amelyekkel minőségi tartalmakat gyártanak és olyan hatást keltenek, mintha profi alkotás tárulna a közönség szeme elé (kdsketch, 2018).

¹⁷ Magyarra lefordítva azt jelenti, megtanulni, gyakorolni valamit.

¹⁸ Magyarul Szuper tudományos barátok, saját fordítás.

3.2 A YouTube mint platform

A részvételiség növelésére sok platformot hoztak már létre, valamint a televízió demokratizálására is indultak ilyen irányú törekvések. Jenkins a könyvében említi a Current TV nevű televíziós csatornát, amellyel lehetőséget adtak a fiataloknak, hogy tartalmakat készíthessenek a hagyományos médiamodell számára (Jenkins, 2006, 240.), azonban a YouTube kiszakad ebből a modellből és a terjesztés új formáját mutatja be. Glózer Rita szerint is a kritikák és a részvételi kultúra említései leginkább a YouTube videómegosztó oldal kapcsán fogalmazódnak meg (Glózer, 2019, 4.).

A YouTube története 2005 júniusában kezdődik, amikor Chad Hurley, Steve Chen és Jawed Karim vezetésével elindult a platform. 2006 októberében megvásárolta a Google (Burgess – Green, 2009, 1.), majd pedig a részvételi kultúra egyik legnépszerűbb helyszínévé vált, ahol a fiatalok egyedi tartalmakat hozhatnak létre és oszthatnak meg a közönségükkel (Chau, 2010, 65.). Mindemellett a YouTube résztvevői köre rendkívül sokszínű, hiszen a professzionális és amatőr tartalomgyártók egyszerre vannak jelen a platformon.

A közreműködők a résztvevők sokszínű csoportja – a nagy médiagyártótól és a jogtulajdonosoktól, például televízióállomásoktól, sportcégektől és nagy hirdetőktől a kis- és középvállalkozásokig, amelyek olcsó terjesztést vagy alternatívákat keresnek a mainstream műsorszórási rendszerekre, kulturális intézmények, művészek, aktivisták, médiaművelt rajongók, nem professzionális és amatőr médiaproducerek. E résztvevők mindegyike a saját céljaival és céljaival közelíti meg a YouTube-ot, és együttesen alakítja a YouTube-ot dinamikus kulturális rendszerre: a YouTube a részvételi kultúra oldala.¹⁹ (Burgess – Green, 2009, 7.)

A YouTube emellett egyfajta kettősséggel is rendelkezik, hiszen egyszerre „teszi lehetővé az átlagpolgárok kulturális részvételét²⁰” (Burgess – Green, 2009, 75.) és lehet bárki számára elérhető alkotásra alkalmas platform, valamint profitorientált vállalkozás (Glózer, 2019, 8.). A felhasználókat biztatja is az alkotásra, hiszen azokat a tartalomkészítőket, akik megfelelnek bizonyos feltételeknek, előnyben is részesíti. Ennek az egyik eszköze a YouTube Partnerprogram, amely megjutalmazza a közösségek kiválasztott tagjait és olyan kiváltságokban részesíti őket, mint a hirdetési bevételek (Chau, 2010, 68.). A platform emellett lehetőséget ad az alkotók tartalmainak monetizálására, azaz bevételszerzésére, különböző formákban. Ezeket a következő pontokban tekintem át, hiszen az általam vizsgált animátorok is használják őket.

¹⁹ Az idézet saját fordítás.

²⁰ Az idézet saját fordítás.

3. 2. 1. Monetizáció a YouTube-on

A YouTube 2007 decemberében vezetett be egy újítást, a YouTube Partner Programot (YPP), amelyet 2023 júniusában bővítettek ki (YouTube Sógó, online²¹). Ennek köszönhetően a tartalomkészítők több funkció által nyerhetnek bevételt a munkájukért és már egy viszonylag kisebb követőtáborral rendelkező csatorna is esélyt kaphat a monetizálásra, azaz arra, hogy bevételt nyerhessen a csatorna tartalmaiból.

Ahhoz, hogy egy tartalomkészítő a YouTube Partnerprogram tagja lehessen, meg kell felelnie bizonyos alkalmassági követelményeknek, mint pl. betartani a YouTube bevételszerzési irányelveit (amelybe beletartozik a YouTube közösségi irányelvei, az általános szerződési feltételek és a Google AdSense-programsabályzat). Mindez magába foglalja az alkotó csatornájának egészét. Mindemellett a tartalomkészítőknek meg kell felelniük az alkalmassági küszöbértékeknek, amelyek a nézési idővel és a feliratkozókka kapcsolatosak (YouTube Sógó, online²²). A YouTube-on kétfajta videótípus szerint különülnek el a csatornák: az egyik a hagyományos csatorna, hosszú videókkal, a másik pedig az, ahova rövid videókat tudnak feltölteni az alkotók.

A YouTube 2022-ben kibővítette a bevételszerzési lehetőségeit, így a tartalomkészítők kétféle alkalmassági küszöbértékeknek tudnak megfelelni, amely elérésével már előnyökre tehetnek szert a YouTube felületén. Az első két küszöbérték elérésével az alkotók már jelentkezhetnek a kiterjesztett YouTube Partnerprogramba (YouTube Sógó, online²³).

- Szerez 500 feliratkozót 3 érvényes nyilvános feltöltéssel az elmúlt 90 napban, és 3000 érvényes nyilvános nézési órával az elmúlt 12 hónapban, vagy
- Szerez 500 feliratkozót 3 érvényes nyilvános feltöltéssel az elmúlt 90 napban, és 3 millió érvényes nyilvános shorts²⁴-megtekintéssel az elmúlt 90 napban.

A második két küszöbérték elérésével újabb előnyökhöz juthatnak a tartalomkészítők. Példaként az előnyök közé tartozik az, hogy részesedhetnek a hirdetések általi bevételekből, valamint a YouTube Premiumból (YouTube Sógó, online²⁵).

- Szerez 1000 feliratkozót 4000 érvényes nyilvános nézési órával az elmúlt 12 hónapban, vagy
- Szerez 1000 feliratkozót 10 millió érvényes nyilvános shorts-megtekintéssel az elmúlt 90 napban.

Egy tartalomkészítő kérhet értesítést, amennyiben eléri a fentebb említett küszöbértékeket

²¹ <https://support.google.com/youtube/answer/13429240>

²² <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/monetization-policies/>

²³ <https://support.google.com/youtube/answer/13429240>

²⁴ Ezek általában rövid, pár perces videók a YouTube-on.

²⁵ <https://support.google.com/youtube/answer/13429240>

és jogosulttá válik a YouTube Partnerprogramra. Mindemellett a csatlakozásnak is komoly feltételei vannak, ennek a leírását szintén a YouTube Sútó weboldalán lehet megtekinteni (YouTube Sútó, online²⁶).

A YouTube Partnerprogramba való csatlakozással számos elönyhöz juthatnak a tartalomkészítók (YouTube Sútó, online²⁷): az első két küszöbérték átlépői igényelhetik a csatornatagságot (amennyiben az alkotónak vannak csatornatagjai, extra tartalmat tud készíteni nekik havidíj ellenében), a vásárlást (amely segítségével az alkotó a saját termékeit reklámozhatja), valamint a Super Chatet, Super Stickerset és a Super Thankst (amelyeket rajongók küldhetnek az alkotó számára). Ezt követően a második két küszöbérték átlépőire vonatkozik, akik a fentebb említett elönyök mellett bevételt nyerhetnek a csatornáikon megjelenő reklámokból, valamint, ha YouTube Premiummal rendelkező előfizetők tekintik meg a tartalmait, részesedhet azok előfizetési díjából. A Shopping (amely már más termékeire vonatkozik), azaz vásárlás funkcióhoz már komolyabb feltételeknek kell megfelelnie az alkotónak, mint például a korábbiakhoz hasonlóan alkalmassági küszöbértékekhez van kötve, valamint meg van szabva, melyik országban elérhető ez a funkció. Mindezek kapcsán az interjúk során megkérdeztem a youtuber animátorokat arról, hogy származott-e bevételük valamilyen formában a platformon zajló tevékenységükért (YouTube Sútó, online²⁸).

Én jelenleg (...) a reklámokból kapok bevételt. Nem olyan sokat még, de van benne potenciál (...) folyamatosan nő. Szóval szerintem nálam van ennél potenciál. De most tudok belőle pénzt keresni, de nem annyit, hogy el tudjam tartani magam. (Interjú Palotás Adállal)

Volt bevételem, ezt úgy kell kb. elképzelni, hogy foglalkoztam kb. 1000 munkaórát ezzel a projekttel és nagyjából egy évi 100.000 forint jött be így mellé. Tehát ez nem erről szólt. Értelemszerűen azért nem volt rossz érzés, hogy valamilyen pénzüsszeg ott van az egésznek a végén, de nem volt olyan számottevő. (Interjú Carnorral)

A YouTube adta pénzszerzési lehetőségek mellett az animátorok maguk is elfogadhatnak szponzorokat, akiknek a materiális (pl. webshop, fizikai termékek) vagy immateriális termékeit (pl. online játék, weboldalak) a platformon reklámozhatják. Ez egy komoly dilemma szokott lenni néhány tartalomkészítő számára, hogy milyen lehetőségeket fogad el vagy utasít vissza. Néhány esetben megkérdőjeleződik az egésznek a morálitása, amelyre akkor kerül sor, mikor egy olyan szponzor keresi fel őket, akiknek nem feltétlen szívesen hirdetné a lehetőségeit.

Volt abból bevételem. Szponzorokat nem fogadtam el, mert azt láttam, hogy én nem tudnék olyan szponzort találni, amibe így tényleg hinnék, mert (...) nagyon sokszor megkerestek olyan kaszinó oldalak vagy

²⁶ <https://support.google.com/youtube/answer/72851>

²⁷ <https://support.google.com/youtube/answer/72857>

²⁸ <https://support.google.com/youtube/answer/72857>

kriptooldalak vagy (...) játékok, amik baromi addiktívak és arra mennek rá, hogy a mikrotranzakciókon keresztül nagyon sok pénzt lehessen költeni. (...) Én igyekeztem... ahogy fogalmaztál, hobbiként tartani és akkor nem a pénzorientáltság volt a fókuszban. (Interjú EatMyPie-jal)

Az interjúk során szó esett a kulturális elismertségről, amelyet a YouTube-on zajló animációkészítéssel lehet elérni, valamint különböző témák kapcsán több alkalommal észrevehető volt, hogy ezek az animátorok ismerik egymást, akár hallásból, akár közeli ismerősök is, akik gyakran segítik, támogatják egymás munkáját. Tisztában vannak a saját és mások képességeivel, ők maguk pedig szeretnék átlagon felülit alkotni a platformon, hogy kiemelkedjenek és egyedül teremthessenek. Emellett büszkéek is egymásra és értékelik azt a magyar youtuber animátorközösséget, amihez tartozhatnak.

Hát most, ha az animáció részét kérdezed, akkor nem sokra. (...) nyilván azért meg lehet élni a YouTube-ból, ezt azért látjuk, hogy vannak csatornák, akik vállalkozásokat építenek abból, hogy ők a YouTube-on posztolnak (...) Ezeknek az embereknek azért már nagyrészt csapatuk van, de azért ezek teljesen más tartalmak, mint amiket animációval tudsz csinálni. Animációval inkább szerintem YouTube-on egy ilyen kulturális elismerést tudsz elérni, ami kurva jó. Elképesztően büszke vagyok a Szondi utcas srácra, bár még élőben soha nem találkoztunk, (...) De a YouTube-ból meg lehet élni, ha műsort gyártasz. És ez a kérdés, hogy műsort akarsz gyártani vagy kisfilmeket. Én így valahol a két dolog között vagyok, műsornak nem elég műsor, filmnek nem elég film, de mind a kettő egy kicsit. (Interjú Ungvárszki Danival)

Mindig az volt a cél, hogy szeretnék legalább átlagon felülit csinálni és mivel nincs sok animátor, ezért az átlag is (...) magas. (...) ungdani, JustVidman és Carnor... ott azért szerintem nehéz volt kitűnni, mert ők (...) nagyon jól rajzoltak. (Interjú EatMyPie-jal)

El tudom képzelni, hogy például egy ungdani szerű kontentet²⁹ kevésbé rostáznak meg, mint mondjuk, amit én csinálnék. (...) Ennek a műfaja olyan, (...) hogy megöli az az egész, hogyha cenzúrázzák, és szerintem ez kevésbé Netflix-barát kontent. Úgyhogy az ungdani valószínű nagyobb eséllyel kap majd előbb dealt³⁰ a Netflixtől mint én. (Interjú a Szondi utcával)

3. 2. 2. Alternatív lehetőségek

A YouTube Partnerprogram mellett a youtuber animátorok számára rengeteg lehetőség kínálkozik, amivel ösztönözhetik a rajongóikat a saját művészetük támogatására. A pénzbeli hozzájárulások formája mellett a youtuber animátorok biztatják a nézőiket arra, hogy magukat és a hozzájuk hasonló kollégákat is népszerűsítsék. Így jönnek létre az együttműködések. Az egyik interjúalanyom, így fejtette ki a véleményét a témával kapcsolatban:

Ez egy közös érdekű kollaboráció, mert hát ilyenkor mindenki jól jár, tehát hogy az én közönségem megismeri ungdanit, és hogyha ungdani csatornáján van egy videó, akkor meg az ő közönsége megismer engem. Tehát általában ez egy ilyen közösen megérős dolog. (Interjú EatMyPie-jal)

Az együttműködések csapatmunkán alapulnak, amely során kettő vagy több youtuber animátor összefog, hogy megismertessék egymást a saját nézőközönségükkel egy közös projekt

²⁹ Kontent: magyarra fordítva tartalmat jelent. Saját fordítás.

³⁰ Deal: ebben a kontextusban lehetőséget jelent szerződtetésre egy animációs sorozat kapcsán. Saját fordítás.

keretein belül. A videók témái széles körűek, illeszkedhetnek mindkét, vagy csak az együttműködés egyik szereplőjének állandó témakörébe. Erre találhatók kiváló példák a YouTube-on a külföldi (JaidenAnimations, 2019; TheOdd1sOut, 2017) és magyar (Carnor, 2018; ungdani, 2018) animátorok repertoárjában is. Az utóbbi példák arra világítanak rá, hogy az együttműködés során létrejöhet egy új videósorozat, amelyet ketten vagy többen visznek tovább, valamint Carnor és ungdani videójának tartalma szerint a youtuber animátorok versenyeznek, hogy ki tud jobban lerajzolni egy közönség által leírt karaktert. Ez a videótípus egy sokkal nagyobb és költségesebb formában van jelen Amerikában, ennek egyik példája a *Scribble After Dark* néven futott és öt youtuber animátor (Egoraptor, TheOdd1sOut, JaidenAnimations, RubberRoss, Domics) összefogásán alapult. Hasonlóan, mint a magyar videóban, az animátorok lerajzolták a nézők által kitalált karaktereket, ebből pedig egy hatalmas show-t csináltak és államról államra járták Amerikát, ahol csarnokokat töltöttek meg és szórakoztatták a közönséget. Az előadások közül némelyik családbarát, némelyik felnőtteknek szóló tartalmakat szolgáltatott (PokeTom, 2023), ami mindamellett, hogy együttműködésen alapult és megismerték a youtuber animátorokat az emberek, kellő mennyiségű bevételi forrást is szereztek az eladott jegyekből. A turné célja egy új előadássorozat létrehozása volt, valamint, hogy a közönség jobban megismerhesse az általuk kedvelt animátorokat.

3. 2. 1. 1. Támogatás

Többféle támogatási lehetőség létezik, amelyekkel a nézők és rajongók hozzájárulhatnak az alkotó munkájának a fejlődéséhez. Ezt megtehetik állandó vagy egyszeri pénzbeli hozzájárulásokkal kifejezetten erre a célra létrehozott weboldalakon keresztül vagy vásárolhatnak a tartalomkészítők termékeiből is. A támogatói oldalak közül három népszerű weboldalt emelek ki: a *Patreont*, a *Ko-fit* és a *Buy Me a Coffee*-t.

A *Patreon* egy 2013 óta létező támogatói weboldal, amelyet Jack Conte és Sam Yam hozott létre. Jack Conte zenész volt és rendszeresen gyártott videókat a YouTube felületére, több millióan nézték a tartalmait, viszont a rajongóinak nem tudott lehetőséget adni arra, hogy támogatni tudják őt. Ezért felkereste a barátját, Sam Yamet, és elindították a *Patreont*: céljuk az volt, hogy az alkotókat kapcsolatba hozzák a rajongókkal, akik szerettek volna hozzájárulni a fejlődésükhöz (Patreon, online³¹). Ahhoz, hogy ezt megtehesse valaki, egy-egy profilt kell létrehozni az oldalon mind az alkotó, mind a rajongó részéről, és havi rendszerességgel lehet támogatni a tartalomkészítőket. Mindemellett a *Patreonon* keresztül lehetőség van arra,

³¹ <https://www.patreon.com/about>

hogy az alkotók exkluzív tartalmakkal ajándékozzák meg a nézőiket, akik támogatják őket a felületen (1. kép). A weboldal ereje az általam vizsgált alkotók munkáiban is megmutatkozik, ugyanis Vivienne Medrano a *Hazbin Hotel* című sorozata pilot³² epizódjának elkészítésekor nagy mértékben a *Patreon*on befolyt támogatásokra és a merch³³ termékek bevételeire támaszkodott (2. kép).

A *Ko-fi* szintén egy támogatói oldal (*Ko-fi*, online³⁴), egy sajátos, egyedi kiegészítővel: a rajongók nagyjából egy kávé árát ajándékozhatják az alkotónak, valamint bátorító üzeneteket írhatnak neki. Ezenkívül lehetőség van fizikai és digitális termékek értékesítésére, illetve a tartalomkészítők létrehozhatnak egy célt, amelyet szeretnének elérni a *Ko-fi*n kapott támogatásokból: például egy youtuber szeretne egy új kamerát vásárolni, ezért létrehoz egy így elnevezett célt a *Ko-fi* profilján, a támogatók pedig kifejezetten ehhez is hozzá tudnak járulni, így segítve, hogy az alkotó színvonalasabb tartalmakat tudjon gyártani. Nagyjából egy digitális perselymalachoz hasonlítható (3. kép).

A *Ko-fi*hoz nagyon hasonló tematikával rendelkezik a *Buy Me a Coffee* weboldal, amelyet 2017-ben hozott létre Jijo és Joseph Sunny. A támogatók szintén egy nagyjából egy kávé árát tudják adományozni az alkotóknak (*Buy Me a Coffee*, online³⁵): ezt bizonyos tartalomkészítők meg szokták változtatni egy más, általuk kedvelt italra, mint például a Különös történetek a Szondi utcában nevű csatorna tulajdonosa „madártejeket” fogad el hozzájárulásként (4. kép). A weboldalon lehetőség van rendszeres és egyszeri adományozásokat is nyújtani.

A támogatói oldalak mellett a youtuber animátoroknak lehetősége van termékeket is árúsítani. Ezt megtehetik akár az előbb említett weboldalakon is, azonban kifejezetten erre specializálódott webshopokhoz is fordulhatnak.

Sokkal előnyösebb helyzetben vagyunk a vloggerekkel szemben egy másik lábnál, ami meg a merch, (...) egy élszereplős embernek, aki a YouTube-on van, (...) eléggé szenvedős szerintem egy jó merch grafikát csinálni (...) Egy rajzfilm-karaktert lehet tenni egy bögrére, egy pulcsira. (...) Szóval igazából ezt az egyenlőtlenséget szerintem itt ki lehet egyenlíteni. Plusz kontentben előnyben vannak az élszereplős emberké, merchben meg szerintem az animáció, az egy nagyon nagy aranybánya tud lenni (Interjú a Szondi utcával).

Az idézet a Különös történetek a Szondi utcában nevű YouTube-csatorna alkotójától származik, amelyben kifejtette, miért gondolja, hogy a youtuber animátorok előnyben vannak

³² Egy sorozat első, egyedülálló, kísérleti epizódja, amellyel egy új műsor koncepcióját adják el a televíziós hálózatok vezetőinek abban a reményben, hogy lehetőséget kapnak egy teljes sorozat elkészítéséhez (<https://www.masterclass.com/articles/what-is-a-pilot-episode>).

³³ Polcserviz néven is ismert, bár így nem annyira népszerű kifejezés. Ajándéktárgyakat, ruhadarabokat jelent, amelyeket a tartalomkészítők adhatnak a rajongóiknak.

³⁴ <https://help.ko-fi.com/hc/en-us/articles/115004000994-What-is-Ko-fi>

³⁵ <https://buymeacoffee.com/faq>

más tartalomkészítőkkel szemben a termékadás kérdésköre kapcsán. Az animátorok által készített rajzok sokkal felismerhetőbbek a rajongók köreiben, mint az olyan figurák vagy minták, amelyet egy youtuber a termékei kedvéért kitalál. Ebből a szempontból a JustVidman nevű YouTube-csatorna alkotója, Kis Tamás taktikája az egyik legpraktikusabb, hiszen az arca is nyilvános a nagyközönség számára, valamint egy megrajzolt karakterrel is rendelkezik, amelyet mindenki hozzá társít, ha meglátja. Nem véletlen, hogy ezt a karaktert nyomtatta rá a BlackSpot nevű weboldalon megtalálható üdítőkre, bögrékre, egérpadra és egyéb termékekre (5. kép).

Az egyik népszerű weboldal a termékek eladására a magyar youtuberek körében a videosbolt.hu oldal, ahol egy youtuber animátor, ZsDav, is árulja a termékeit (6. kép). Mindemellett a Videósbolt a rendezvényszervezésben is segíti az alkotókat, közönségtalálkozókat szervez, ahol a youtuberek és a rajongók találkozhatnak egymással és ezeken az eseményeken is lehetőségük van árulni a termékeiket (Videósbolt, online³⁶).

3. 2. 1. 2. Kitekintés: Az animációs stúdiók

Az animációs stúdiók külön tárgyalását több szempontból is fontosnak tartom: a külföldi stúdiók esetében előfordult már, hogy egy animátor YouTube-on meglátott portfóliója miatt felvették az illetővel a kapcsolatot, majd esélyt adtak neki egy animációs sorozat megvalósítására.

A Glitch Productions egy önfenntartó ausztrál animációs stúdió, amelyet több mint 20 millióan követnek. Céljuk, hogy animációs műsorokat készítsenek fiatal felnőttek és tinédzserek számára, amelyek egy kicsit másak, mint a többi sorozat, de ugyanúgy szórakoztatóak. A stúdiót eredetileg Kevin és Luke Lerdwichagul alapította, akik youtuber influencerként kezdték a karrierjüket. Nyolc évig tevékenykedtek a platformon, majd úgy döntöttek, megvalósítják a nagy álmukat: animációs műsorokat fognak készíteni. A Glitch Productions portfóliója öt animációs sorozattal bővült az elmúlt hét évben és Ausztrália egyik legnagyobb internetes animációs stúdiójává nőtte ki magát. Az előgyártást, az utómunkát, a marketinget és a menedzsmentet mind a Glitch Productions végzi a Sydney-ben található stúdiójában. A kreatív és sokszínű csapat sokat kísérletezik a történetekkel, projektekkal, amelyre megvan a kiváltságuk indie stúdióként. Mindemellett a Glitch Productions egyedisége,

³⁶ <https://videosbolt.hu/>

hogy az animációk 3D-ben készülnek, így különlegesebb dizájnt adva a történetek elmesélésének (Glitch Productions, online³⁷).

A Glitch Productions sorozatai közül kettőt egy-egy youtuber animátor ír, rendez és forgalmaz: Liam Vickers a *Liam Vickers Animation* nevű YouTube-csatorna tulajdonosaként a *Murder Dronest* készíti; Gooseworx művésznéven az azonos nevű YouTube-csatorna tulajdonosa pedig, a *The Amazing Digital Circus* alkotója (7. kép).

A Glitch Productions azért is releváns példa, mivel a YouTube-ot böngészve ők maguk is bukkannak tehetségekre, akiket ők felkeresnek: így találtak rá a *Gooseworx* YouTube-csatorna alkotójára, akinek a *Little Runmo* című munkája láttán elgondolkodtak azon, milyen is lenne együtt dolgozni vele (8. kép). Hamarosan fel is keresték az animátort, akinek a sorozata nekik köszönhetően ma már a Glitch Productions YouTube-csatornáján és a Netflixen is fut.

A Glitch Productions mindemellett rendelkezik saját webshoppal (Glitch Productions, online³⁸), valamint létrehozott egy saját támogatói oldalt, amely a Patreonhoz hasonlít: a Glitch Inn nevű weboldal a rajongók számára fennálló lehetőség, amelyen betekintést nyerhetnek a sorozatok elkészítési folyamataiba, valamint az alkotók különleges tartalmakat osztanak meg velük. Mindemellett az oldalon elküldött pénzbeli hozzájárulások egyenesen a sorozatok és projektek támogatásához jutnak el (Glitch Inn, online³⁹).

4. Animátorok a YouTube-on

Kutatásom során huszonegy youtuber animátort és azok csatornáit vizsgáltam, amelyek között magyar és külföldi alkotók is megtalálhatóak. Az elemzés során számos hasonlóságot találtam az egyes animátorok közt, amely tulajdonságok mentén kategóriákba osztottam őket, *Az alkalmazott módszer* c. fejezetben említettek alapján.

A youtuber animátorok tevékenységét hat különböző kategóriába soroltam:

1. Zenei együttműködések
2. „A kommentátor”
3. „Storytime”
4. Edukáció és portfólió
5. Animatic
6. Sorozatok, történetek

³⁷ <https://www.glitchprod.com/about>

³⁸ <https://www.glitchprod.com/about>

³⁹ <https://glitchinn.com/>

Tizenöt külföldi és hat magyar youtuber animátort elemeztem, akiket a korábbiakban felvezetett kategóriákba soroltam (9. kép). A magyar YouTube felületén kevesebb kategóriába illettek az általam vizsgált alkotók, mivel Magyarországon jóval kevesebb youtuber animátor tevékenykedik. Közülük hattal készítettem interjút, amelyet a következő fejezetekben fogok részletezni.

4. 1. Zenei együttműködések

Az első fontos jellemző, hogy a csatorna elindítójának, birtokosának nem az animációkészítés a fő profilja, hanem más művészi hozzájárulás: az általam vizsgált személyeknél kifejezetten az énekkel való hozzájárulás fordult elő nagyobb számban. A csatorna fő témája a rajongás kifejezése zenék feldolgozása által. A zenei videók alatt meganimált képek vagy képsorok mennek, amelyeket különböző animátorok készítettek egy együttműködés keretében (ld. korábban *Alternatív lehetőségek* fejezet), aminek köszönhetően kölcsönös érdekű kollaboráció alakul ki: az animátort megismeri az adott YouTube-csatorna közönsége, valamint az animátor is meg tudja említeni a repertoárjában a közös munka eredményét. Ezek a YouTube-csatornák több animátorral is kapcsolatban állnak, hiszen az animátorok keltik életre a videóikat, ők alkalmazkodnak a megírt zenéhez, dalhoz. Bizonyos esetben az egész videó animált, néha azonban csak egy adott szituáció van kiragadva a dal tematikájából. Mindemellett a csatorna tulajdonosai nemcsak animátorokkal, hanem más művészekkel, pl. zenészekkel vagy énekesekkel is gyakran közreműködnek, kollaborációkat alkotnak duett vagy aláfestő zene formájában. A referenciákat, valamint ihleteket már meglévő médiaszövegekből merítik, ilyenek például a Disney-, musical- és rajzfilmes dalok feldolgozásai, amelyeket gyakran a saját stílusukra formálnak át, majd teszik közzé a csatornáikon. E tekintetben három általam vizsgált csatorna (*annapantsu*, *Lydia the Bard*, *MilkyMelodies*) esik ebbe a kategóriába, viszont egyenként különálló jegyekkel is rendelkeznek.

Az *annapantsu* nevű YouTube-csatorna (10. kép) 2013 óta áll fenn és 1,76 millió feliratkozóval rendelkezik⁴⁰, így a három közül a legrégebb óta fennálló és legtöbb feliratkozóval rendelkező alkotó. Az arca nem ismert, az animációk mögé bújva készít feldolgozásokat különböző animátorok, énekesek és zenészek segítségével. Az animációk közötti egyik hasonlóság, hogy önmagának a megrajzolt változatát kéri általában a képernyőre, valamint bizonyos esetekben a társalkotó megrajzolt mását is. A csatornájának leírásában

⁴⁰ 2024. 12. 17-es adat.

zenészeket, animátorokat és énekeseket biztat, akik felkereshetik őt egy közös munka erejéig. Mindemellett a csatorna monetizált, az alkotó jelen van több közösségi média felületen, amelyeket rendszeresen használ, valamint Patreon oldallal is rendelkezik, ahol lehetőség van havi egyszeri támogatással (3 dollár) segíteni a munkáját, valamint a csatornatagság is rendelkezésre áll a YouTube-csatornáján. Mindkét lehetőséggel különböző egyéni tartalmakhoz is juthatnak a feliratkozók.

A *Lydia the Bard* nevű YouTube-csatornára 2020-ban került először tartalom, jelenleg 535 ezer feliratkozóval rendelkezik⁴¹. A tematikája hasonló az előzőéhez, viszont van egy olyan sajátossága, amellyel kiemelkedik más hasonló csatornák közül, ugyanis olyan videók is előfordulnak a csatornán, amelyekkel az alkotó próbál kitörni a „feldolgozásvideók” tematikájából: nemcsak áthangszereli és újraénekli a dalokat, hanem újragondolja és újraírja őket. Így kerülnek fel *Lydia the Bard* csatornájára a „gonosz” videók, amelyek egy alkategóriát alkotnak a csatornán belül (11. kép). Ezekben olyan új szempontból meséli el a dal történetét, mintha Aranyhaj vagy Elza a *Jégvarázs* című filmből negatív karakter lenne. Ez némileg egyedivé teszi a csatornát és kiemeli a sok hasonló feldolgozásvideót készítő alkotó közül. A csatorna szintén monetizált, és az alkotó a különböző közösségi média platformok mellett a Patreonon is jelen van, ahol havi 5,50 dollárral lehet támogatni a munkáját. Ezen a csatornán nincsen lehetőség csatornataggá válni.

A *MilkyMelodies* csatorna viszonylag újnak számít a YouTube felületén. Az alkotó 2023 márciusában tette közzé az első videóját, azóta pedig 377 ezer feliratkozót szerzett⁴². *Lydia the Bard*-hoz hasonlóan az alkotó újraalkotott tartalmakkal teszi színessé a csatornáját, meglévő dalokat ír át, dolgoz fel, valamint saját dalokat is ír már meglévő tematikákból. Pl. ismert sorozatokhoz ír dalokat, amellyel megváltoztatja a sztorit és újragondolja, az hogyan is alakulhatott volna másképp (12. kép). A csatornán lehetőség van csatornatagnak jelentkezni, valamint az alkotó több közösségi média felületen is jelen van. A Patreonon havi 5 dollár hozzájárulással lehet támogatni a munkásságát.

4. 2. „A kommentátor”

A kategória tagjainak fő profilja a véleménykifejtés. Ez a vélemény lehet egy kritika, bizonyos kérdésekhez való hozzáállás, valamint egy teljesen véletlenszerűen kiválasztott tény/információ elbeszélése. Ezek az animátorok ritkán mutatják az arcukat, a megrajzolt karakter a *Zenei együttműködések* profiljából is ismert funkciót tölti be: anonimitást ad a

⁴¹ 2024. 12. 17-es adat.

⁴² 2024. 12. 17-es adat.

szerzőjének. A youtuber animátorok ezeken a karaktereken keresztül mesélnek, így mutatják be a munkájukat, a figura az, aki mesélőként szolgál a videó során. Mindemellett azt fontos kiemelni, hogy ezek a csatornák nem teljes mértékben animációfókuszúak, ezért minimalistább munkák találhatók meg rajtuk, mint a később tárgyalt típusoknál. Az animáció egy eszköz, amin keresztül mesélnek és fejezik ki a véleményüket, a szórakoztatás egyik formájaként szolgál.

Jesse Jokes csatornájának első és egyetlen célkeresztjében a különböző rajzfilmes gonoszok rangsorolása áll, amelyek bemutatását az alkotó egy általa létrehozott animációs figurával színesíti (13. kép). Az első videó 2023 júliusában került fel, azóta 169 ezer feliratkozóval bővült⁴³. Az alkotó emellett további két csatornával rendelkezik: az egyikén mindössze két videó található meg, a másikra pedig a „*Storytime*” kategóriába illő tartalmakat gyárt. A csatorna monetizált, valamint a videókban megfigyelhető, hogy a youtuber néhány szponzori megkeresésnek is eleget tett.

Alex Meyers videóinak témája a filmkritika, amelyeket ő is egyedi animációkkal színesít. Nemcsak a legújabb filmeket veszi elő, hanem a régebbieket is feldolgozza, még hozzá néha a saját karaktere segítségével, ami úgy van megjelenítve, mintha egy fotelból ülve nézné az adott médiaalkotást (14. kép). A csatorna *Jesse Jokes*-hoz hasonlóan monetizált, illetve néhány videóban megfigyelhetőek a fizetett promóciók is.

A kategória egyetlen magyar tagja az általam vizsgált alkotók közül JustVidman, aki nemcsak animált tartalmakat készít, hanem a kategória meghatározásával ellentétben meg is mutatja az arcát a közönségének. Emiatt kissé kakukktojás, viszont sokáig rendelkezett azzal a jellemzővel, hogy az általa alkotott karakternek adta át a beszédet, az beszélt helyette. A mai napig megtalálhatóak olyan videók a csatornáján, ahol megmaradt ez a stílus, ezért is soroltam ebbe a kategóriába (15. kép). Mindemellett kevert tartalmakat is készít, hiszen ő maga és a karaktere is részesei a videóknak. Az animáció típusa minimalista, a rövid történetek, amiket elmesél a való életből merített témák, amelyekről elmondja a véleményét. JustVidman csatornája monetizált, valamint termékeket is árul, amelyek a BlacSpot nevű weboldalon vásárolhatók meg (5. kép).

4. 3. „*Storytime*”

A „*storytime*” videókészítési típus nemcsak az animátorok, hanem más youtuber videósok között is elterjedt. Ezekben a videókban az alkotók a saját történeteiket,

⁴³ 2024. 12. 17-es adat.

tapasztalataikat osztják meg a nézőközönségükkel, ez az egyik lényegi különbség „*A kommentátor*” és a „*Storytime*” kategória között. A médiaszövegekről alkotott vélemények továbbra is jelen vannak ezeken a csatornákon, viszont nem olyan meghatározó mértékben, mint az előző kategória képviselőinek tartalmai között. A saját történetek mellett közéleti témákkal is foglalkoznak ezek a tartalomkészítők, amelyek nemcsak az ő mindennapjaiknak, hanem a nézőközönségük életének is a részei.

Az előző kategóriához hasonlóan itt is sűrűn előfordul, hogy az animátorok a karaktereiken keresztül mesélnek és osztják meg a történeteiket. Az amatőr tartalomkészítőktől kezdve olyan csatorna is helyet kapott ebben a kategóriában, amely mögött teljes stáb áll, ami rendszeresen készít az adott youtuber animátornak videókat, amelyeket az közzé tehet a YouTube-felületén.

Az általam vizsgált külföldi youtuber animátorok közül Robert James Rallison az egyetlen, aki ebbe a kategóriába sorolható, ő a *TheOdd1sOut* nevű YouTube-csatorna tulajdonosa. 2014 óta tevékenykedik a YouTube-on, jelenleg 20,2 millió feliratkozója van⁴⁴. Mielőtt animációkészítéssel foglalkozott volna, a képregénykészítésben is kipróbálta magát, az alkotásait pedig a közösségi oldalain tett közzé. Napjainkban a YouTube-csatornáját már egy jól felkészült stáb menedzseli, viszont a videókészítésből ő maga is rendszeresen kiveszi a részét, a videók hangja továbbra is ő maradt.

James a YouTube-csatornáján jelentette be a Netflix-sorozatának érkezését, amely manapság már *Oddballs* (magyarul: *James és Max különös kalandjai*) néven fut. A videójában részletesen elmesélte (16. kép), hogyan zajlott a sorozat ötletének elfogadtatása, annak bemutatása és a pitch⁴⁵ és storyboard összeállítása (ld. *Rajzfilmipar* c. fejezet).

Az *ungdani* nevű YouTube-csatorna alkotója Ungvárszki Dani (17. kép), aki rövid történetek, tapasztalatok megosztásával és azok meganimálásával szerzett magának széleskörű közönséget. Dani az animált videóiban a gimis éveiről, általános iskolás élményeiről és a saját vicces sztorijairól mesél. Mindemellett saját animációs sorozatok készítésével is próbálkozott, az egyik ilyen a *Rittyentés*, a másik pedig az első tartalom, amit megosztott a csatornáján, a *Hülyegyerekek* (18. kép). Más animátorokkal is dolgozott együtt az évek során, közéjük tartozik *Carnor* és *EatMyPie* is, akik szintén ennek a kategóriának a tagjai. Daninak általa tervezett merche is megjelent, ezt a Penta Shopon forgalmazza. Jelenleg szünetelteti az animációkészítést és a videókészítés más típusaiban próbálgatja magát.

⁴⁴ 2024. 12. 17-es adat.

⁴⁵ Ebben a kontextusban előadás, amely során az alkotó bemutatja az ötletét a vezetőségnek.

Orosz Szilárd *Carnor* művésznéven alkotott az azonos nevű YouTube-csatornáján hosszú ideig (19. kép). A legutóbbi videója 2019-ben került ki, azóta nem gyártott új tartalmat. Az animáció stílusa egyszerű, ám igényes, kreatív munka. Szilárd is alkotott magának egy saját karaktert, akin keresztül beszélhet a közönségéhez: a figura fejére zsák van húzva. A tartalmak között jellemzők a saját történetek és tapasztalatok megosztása, valamint együttműködött az előbb említett *ungdanival* is. Egy ideig rendelkezett Patreon oldallal is, viszont mivel az ideje nem engedte, hogy új tartalmat gyártson a nézőinek, ezért úgy döntött, letörli az oldalát.

Az *EatMyPie* nevű YouTube-csatorna (20. kép) mögött Patai Balázs áll, aki az előbb említett tartalomkészítőkhöz hasonlóan egy karakter segítségével mesélte el saját tapasztalatait és történeteit a platformon. Az animáció stílusa egyszerű, fekete-fehér, mindemellett néhány videóban ő maga is szerepel. Míg aktív volt a felületen, több videóval is együttműködött, akik közt *ungdani* is szerepelt.

A Különös történetek a Szondi utcában nevű YouTube-csatorna (21. kép) alkotója Roznár Levente, aki napjainkban is nagyon aktív a felületen. Első videóját 2024. április 5-én töltötte fel a platformra, ezt követően pedig gyorsan népszerűvé vált. Az animációira az egyszerűség jellemző, a videók témáit közéleti tapasztalatokból meríti. Több állandó szereplője is van a történeteinek, mind általa kitalált, megrajzolt karakterek. Ő maga nem szokott szerepelni a videóiban. Rendelkezik *Buy Me a Coffee* támogatói oldallal is, ahol a közönségétől fogad el állandó vagy egyszeri hozzájárulásokat (4. kép).

4. 4. Edukáció és portfólió

A kategória képviselői számára a YouTube-csatorna egy online portfólióként is szolgál. A tartalmaik mind, egy helyre vannak összegyűjtve, ezek lehetnek: edukációs tartalmak, amelyeken keresztül a hozzájuk hasonló animátoroknak nyújtanak segítséget az általuk használt szoftverekkel, programokkal kapcsolatban, valamint hasznos tanácsokkal látják el őket, amely megkönnyítheti a munkafolyamatot. Mindemellett a saját munkáik is helyet kapnak a felületen, ezek lehetnek saját rövid történetek, vagy egy-egy zene inspirálta tartalom. A saját alkotások repertoárja mellett a saját tapasztalataikat is megosztják néha a közönségükkel, helyet kapnak a korábbi kategóriákból felsorolt „storytime” videók is.

A *kdsketch* nevű YouTube-csatornán (22. kép) a tartalmak nemcsak portfólióként szolgálnak, hanem az alkotó rendszeresen készít edukáló jellegű videókat is, amelyekben olyan szoftvereket, programokat, eszközöket mutat be, amelyeket ő maga is használ és segítik a munkáját. A videóiban gyakran beszél arról, hogyan készítette el bizonyos rajzait és animációit, valamint az egész folyamatot reprodukálja is a nézői számára. Mindemellett betekintést enged

néha az életébe is, storytime videók formájában. KD-vel interjút is volt lehetőségem készíteni, amelyet a későbbi fejezetekben mutatok be részletesen.

Palotás Adél neve megegyezik a YouTube-csatornájának nevével. A stílusa hasonlít *Vivziepop* stílusára, az interjúból kiderül, hogy nagy inspirációt jelentettek számára Vivienne Medrano munkái. Adél csatornája sokszínű, sok *speed paint*⁴⁶, *animatic*, rövid történetet elmesélő animációs videó, valamint edukációs jellegű tartalom is található. Az utóbbiakból adódóan számára a YouTube-csatorna egy kicsit olyan, mint egy online portfólió (23. kép), ahova feltöltheti az épp aktuális műveit. Sok olyan videója is van, ahol az egyetemi munkáit lehet megtekinteni. Mindemellett elindított egy új animációs sorozatot is, amelyben egy általa animált karakter olyan ad tanácsokat más animátoroknak, amelyeket a munka során tudnak használni (24. kép). Ezekben az edukációs tartalmakban szó esik programok, szoftverek használatáról, a storyboard hasznosságáról (ld. *Rajzfilmek* fejezet), valamint a munkafolyamatok leegyszerűsítéséről is. Ő maga ritkán szerepel a videóiban, általában az általa megalapított karakter által mesél és ad tanácsokat a közönségének.

4. 5. Animatic

Vannak a YouTube-on olyan tartalomkészítők, akik kifejezetten animatic rajzok készítésével hívják fel magukra a figyelmet. A *Rajzfilmipar* című fejezetben már felmerült az *animatic* kifejezés pontos meghatározása (általában fekete-fehér egyszerű rajzok, amelyek egyszerűen ábrázolják a teret és a karakterek mozgását) és néhány animátor a rajzolás során kiragadja ezt a fázist a tervezési folyamatból, és eddig a szintig készíti el a munkáját. A videók témái gyakran zenéket, szituációkat, rövid történeteket dolgoznak fel, valamint gyakran előfordulnak a csatornájukon *speed paint* videók.

A *szin* nevű YouTube-csatorna alkotója egy lengyel lány, aki később művészeti egyetemen is folytatta az animációkészítést. Egy ideig ő maga is készített animációs sorozatot, amelyhez *animatic* stílust használt, ez *Hybrid Heroes* néven futott (25. kép). A videók témája nagy többségben a *Hamilton* musicalhez kapcsolódik, ezzel kapcsolatban készített tartalmakat az alkotó, a zenékből inspirálódva. Az utolsó közzétett videója 2024. október 21-én⁴⁷ jelent meg.

⁴⁶ A *speed paint*, azaz *gyors festés* tartalmait a nevük is sugallja; az animátorok elkészítenek egy rajzolt munkát, amelyet felgyorsítva közzétesznek a csatornáikon, a videók alá pedig zenét vágnak be vagy saját történeteket, tapasztalatokat osztanak meg a nézőikkel.

⁴⁷ 2024. 12. 20-es adat.

A *Ziksua* nevű felhasználó csatornáján rengeteg *speed paint* videó (26. kép), valamint musicalekből inspirálódott zenei tartalom található (ezek a musicalek főképp a *Hamilton* és a *Heathers*; egyik sem jelent még meg magyarul). Van Patreon oldala, ahol 3, 6 és 10 dollárral lehet támogatni havi rendszerességgel, valamint regisztrált felhasználó a *Redbubble* nevű oldalon, ahol az általa készített illusztrációkat lehet telefontokokra, kulacsokra, táskákra, illetve egyéb felületekre nyomtattatni és megrendelni.

A *Morci* nevű YouTube-csatornán szintén az előzőhöz hasonlóan találhatunk musicalekből inspirálódott videókat, amelyek során az alkotó a *Hamilton* és a *Heathers* c. művekből ihletődött (27. kép). Az argentin lány emellett *speed paint*ek készítésével is foglalkozott.

Carmen Lee egy kicsit kakukktojás ebben a kategóriában; a YouTube-csatornáján elég kevés tartalom található: főképp *animatic* típusú videók (28. kép), valamint olyan kedvcsináló tartalmak, amelyek a *Webtoon*on található online képregényéhez irányítják a nézőket. Mindemellett rendelkezik Ko-fi és Patreon profillal is, ahol lehetőség van támogatni a munkáját (3. kép).

4. 6. Sorozatok és történetek

A kategóriák közül ez az, amelynek a tartalmai a legjobban hasonlítanak a hagyományos médiamodell rajzfilmiparában született alkotásokhoz: a YouTube-csatornákon komplex történetek, futó sorozatok találhatók eredeti, saját karakterekkel, amelyek mélyebb tulajdonságokkal rendelkeznek és kidolgozottak. Az általam vizsgált tartalomkészítők, már rendelkeznek futó sorozattal egy másik platformon is (pl. Netflix, Prime Video), némelyikük így háttérbe helyezte a YouTube-csatornáját, némelyikük viszont még mindig aktívan használja.

A *Liam Vickers Animation* nevű YouTube-csatorna legfrissebb megtekinthető videója 2021. október 23-án jött ki, azóta nem történt aktivitás a felületen, a csatorna háttérbe szorult. Ettől függetlenül az alkotó nagyon is aktív az animációkészítésben, a Glitch Productions által készített sorozata (29. kép) a Glitch YouTube-csatornáján fut.

A *Gooseworx* nevű YouTube-csatorna egyben az alkotó művészneve is, akinél Liam Vickershez hasonlóan szintén a Glitch Productionsnál van futó sorozata, *The Amazing Digital Circus* néven, (30. kép) amelyet a Netflixen és a Glitch YouTube-csatornáján is meg lehet tekinteni. A *Gooseworx* YouTube-csatornáján megtalálható videók témái sötétek és mélyek, inspirációit főképp Harlan Ellison *Szája sincsen, úgy üvölt* című könyvéből merítette, amely a stílusán is meglátszódik. A Glitch Productions a *Little Runmo* című munkája láttán döntötte el,

hogy felveszik vele a kapcsolatot további munkák készítése kapcsán. *Gooseworx* mindemellett zeneszerzéssel is foglalkozik, a *Hazbin Hotel* című sorozat számára is készített zenét, valamint ezeket a saját munkáiban is felhasználja (31. kép).

A *Vivziepop* nevű YouTube-csatorna alkotója Vivienne Medrano, akinek az előbb említett *Hazbin Hotel* a saját készítésű sorozata. Vivienne első tartalma 2013-ban jelent meg a YouTube-on, azóta pedig rengeteg rövid animált történettel, *speed draw*⁴⁸ videóval (32. kép), *animatic* típusú tartalommal bővült a csatornájának kínálata. Jelenleg két futó sorozattal rendelkezik, az egyik a *Helluva Boss*, amely a YouTube-on rendszeresen jelenik meg (33. kép), a másik pedig a *Hazbin Hotel*, amely a Prime Videon tekinthető meg. Vivienne lehetőséget ad a nézőinek, hogy a Patreon oldalán támogassák (1. kép), valamint az online webshopján különböző termékeit is meg lehet vásárolni. Mindemellett Vivienne 2018-ban megalapította a saját animációs stúdióját, *SpindleHorse Toons* néven (34. kép).

A *Simon's Cat* csatorna (35. kép) sokak számára ismerős lehet. Az első videó 2008-ban került fel a felületre, amely később egy új fejezetet nyitott Simon Tofield életében. A fehér macskáról szóló rövid történeteket hamar megkedvelte a közönség, később könyv, majd képregény is született az alapkoncepcióból. Manapság már ruhadarabokat, bögréket, valamint más termékeket is lehet vásárolni a népszerű macskával (36. kép). A csatornán lehetőség van csatornataggá is válni, így különleges tartalmakat is kaphatnak a nézők. A sorozat Magyarországra is eljutott, egy ideig *Simon macskája* címmel vetítette a Comedy Central Family.

4. 7. Hogyan zajlik egy egyszemélyes animátor munkája?

Az interjúk során feltett kérdéseimmel (ld. *1. melléklet*) szerettem volna látni a teljes képet arról, hogyan is dolgoznak az „egyszemélyes stúdiók”, azaz a youtuber animátorok. Beszélgettünk a karakterdizájn fontosságáról, amely némelyek számára az egész csatorna alapjaként szolgál és olykor nem is mutatják a saját arcukat, hanem csak az általuk megalapított karaktereket. Ezek a karakterek olykor egyszerűek, aranyosak vagy épp a mögöttük álló animátor egy megrajzolt mását takarják.

Amikor először kellett egy ilyen figura nekem, akkor még nem volt publikus az arcom. Igazából egy elég basic⁴⁹ figura, hogy rá lett húzva a fejére egy papírzacskó, de ez így rajtam maradt. (Interjú Carnorral)

Addig-addig rajzolgattam. Nagyon sok dizájn volt, mert nagy inspiráció volt számomra a *Kalandra fel!*, abból is voltak ilyen kezdetleges dizájnok. (Interjú EatMyPie-jal)

⁴⁸ Az animátorok között a *speed paint* és a *speed draw* ugyanazt a kifejezést takarja.

⁴⁹ Magyarra fordítva „alap”, alapvető figura. Saját fordítás.

Valamennyire a saját énképet tükrözi. A csikos pulcsit nem tudom megmagyarázni, igazából csak kiválasztottam egy random pulcsit, amim volt, meg ugye Vivienne Medranora is ez volt jellemző. (Interjú Palotás Adéllal)

Az én karakterdizájnjaim – és itt nemcsak az elhíresült ungdani animációs karakterre gondolok, hanem minden karakterre, ami akár az animált vlogokban, akár a Hülyegyerekben feltűnt – azok azért nagyon leegyszerűsített karakterek voltak. (Interjú Ungvárszki Danival)

Megalkottam ezt a 2 karaktert, borzasztóan gyorsan és nem túl sok körültekintéssel. De az volt a lényeg, hogy hogy furán nézzenek ki egy kicsit és ne emberek legyenek benne ebben. (Interjú a Szondi utcással)

Az animáció elsajátítását mindannyian különböző módszerekkel végezték el. Néhányan a rajzolással kezdték, amely később avanszálódott animációvá és videókká, ezt pedig rajztanárok és iskolai segítség előzte meg. Autodidakta módon, YouTube videók alapján is rengeteg módszert tanultak meg, valamint néhányukat más youtuber animátor is támogatta tanácsokkal és tippekkel. Valakinek egyetemi vagy munkahelyi környezetből került a YouTube-ra a munkája, amellyel később nagy népszerűsége tette szert.

Pályájuk során rengeteg példaképük akadt, olykor életkortól vagy stílustól függően. Animációs filmek, Disney animátorok, Cartoon Network sorozatok, de más youtuber animátorok is inspirálták őket az alkotásban. A korábban sokat emlegetett Palotás Adél például sokszor említette az interjú során, hogy Vivienne Medrano stílusa szolgált példaként az ő karaktereinek a megalkotásakor, vagy például EatMyPie számára is példakép volt az általam vizsgált animátorok közül is néhány.

Az animált vlogos ötletet alapvetően a Domicstól vettem, TheOdds1outot is néztem. (...) Néztem valamilyen sorozatot és láttam valamilyen arckifejezést és egyből lerajzolgattam vagy megpróbáltam megkeresni és akkor próbáltam beépíteni ezt a videóba. (Interjú EatMyPie-jal)

A munkafolyamataik közül sokuknak hasonlítanak a különböző fázisok a rajzfilmipar által használt fázisokra (ld. *Rajzfilmipar* c. fejezet). Az animációk elkészítési ideje függött attól is, mennyi munkát fordítottak rá, illetve hogyan készítették. Az *alkalmazott módszer* c. fejezetben már utaltam rá, hogy Carnor rengeteg időt fordított a videói minőségére, ezt pedig az interjú során is megosztotta velem.

Én az a fajta tartalomgyártó voltam, hogy abban volt a büszkeségem, hogy én milyen sok időt töltöttem a videóimmal. Általában ilyen 100 és 200 munkaóra között volt egy ilyen videó. (...) Az én videóim úgy is működnek inkább, mint egy mozgó képregény. Általában videónként van egy-két kép, amit rendszeren meganimáltam. (Interjú Carnorral)

Anno, mikor az animált vlogot csináltam, akkor kb. egy hónapba telt egy 3-4 perces videónak az elkészítése. (Interjú Ungvárszki Danival)

Az általuk használt figura nagy segítségként szolgált az animációk elkészítésében, hiszen olykor el kellett dönteniük, hogy elkészítsék a történetet, vagy az általuk használt figurával meséltessék el azt. A forgatókönyv írása is megjelenik sokuk munkafolyamataikban.

Nagyon változó, mert igazából az elkészítésnek, tehát az elkészítési idő az a videó hosszúságától és a minőségétől függött, tehát ennek a kettőnek volt a függvénye. (...) Írtam egy forgatókönyvet (...) bizonyos sorokat azokat most a figurával mondassam el, vagy pedig valamilyen rajzzal mutassam be. (...) Ezt az emberke most el fogja mondani, ami jóval kevesebb munkával járt. Meg volt a script⁵⁰, a script fel volt mondva, azt megvágтам, aztán miután ez meg volt vágva, utána elkezdtem kitölteni ezeket a részeket hol az emberkével, hol pedig a rajzzal. (Interjú EatMyPie-jal)

Előfordult olyan youtuber animátor is, aki nagyon sok időt fordít a munkáira és sűrűn készít storyboardot vagy forgatókönyvet. Ezek a munkák lehetnek évekkel vagy hónapokkal korábbi ötletek, amelyeket korábban nem volt ideje megvalósítani, úgyhogy az évek során több ötlet és inspiráció is összegyűlt. A munka hatékonyságát sok esetben a munkahely vagy a család is befolyásolja, valamint néhány esetben a mellette futó szabadúszó projektek is.

Elkezdem megírni általában a szöveget hozzá és utána (...) már előre megírom a szöveget. Régen nem így csináltam, hanem improvizálva próbáltam kimakogni, amit akartam. Egyszerűbb, hogy leírom és simán elmondom, amit szeretnék. (...) Van, amihez csinállok storyboardot (...) Csináltam storyboardot és sketchet⁵¹, hogy mit akarok oda. (Interjú Palotás Adéllal)

Némely esetben az alkotás folyamata egy folyamatos és hosszú idő, amely alatt az animátor a környezetéből inspirálódik ötletek után. A forgatókönyv vázát az efféle véletlenszerű ihletek alkotják, amelyek köré egy szöveges történetet húz a tartalomkészítő, majd mindemellett a szinkronizálásokra és a hangokra is nagy hangsúlyt fektet.

Volt már olyan videó, ami elkészült egy hét alatt ilyen 2 perces szösszenet (...) Megyek az utcán és akkor gondolok valami nagyon vicceset (...) felírom magamnak Notesba⁵², (...) és akkor így összejön egy script. Amit utána akkor felveszek, ami körülményes mert meg kell várni, amíg senki nincs a lakásban és hülyén néz ki, hogyha ordítok egy mikrofonba (...) és akkor felveszem a scriptet. Az szokott lenni a legrövidebb néha ott is improvizálok valamit hozzá a scriptből, és akkor jön a leghosszasabb része, hogy megvágom a hangot AI-jal. (...) Annyi történik, hogy mindig új képkockát kezdek, mikor valami mozdulat történik, (Interjú a Szondi utcással)

Előfordul olyan módszer is, amely során az alkotó élő adásban dolgozik, amely alatt sokkal koncentráltabban képes rajzolni. Az élő adás emellett egyfajta előadásként is funkcionált a számára, hiszen sok tevékenységet végzett egyszerre (pl. rajzolás, beszélgetés olvasása és beszéd).

Az egyik legkorábbi videóm, (...) kb. 2 hétbe telt. Aztán az egyik későbbi (...) nagyjából 2 hónapba telt maximum. Rengeteg munkát csináltam élőadásban. Szóval ez jó volt, de bonyolult az élőadás, mert te rajzolsz és beszélsz és olvasod a chatet, mindezt pedig egy időben. (...) Én sose vagyok annyira fókuszált, mint mikor élő adásban vagyok és mindig nagyon sok mindent megcsinálok. (Interjú kdsketcsel)

Az interjúk során felmerült az is bennem, hogy használják-e portfólióként a saját csatornájukat, valamint hivatkoztak-e rá valaha. Néhányan azt válaszolták, az egyetemi

⁵⁰ Magyarra fordítva forgatókönyv.

⁵¹ Magyarra fordítva egyszerű rajzok.

⁵² Jegyzet alkalmazás, amelyet telefonra készítenek.

felvételihez, állaspályázathoz vagy más projektekhez csatolták a csatornájukat, valaki viszont úgy nyilatkozott, hogy csak bizonyos szakmailag elfogadott videókat linkelt, ha szóba került ilyen. Olykor az is előfordult velük, hogy nem ők maguk ajánlják a csatornájukat, hanem az alapján találják meg őket, így kereste fel például kdsketch az EA játékfejlesztő cég is.

A YouTube algoritmusához szinte egyikük sem alkalmazkodik és nagyrészt nem is veszik figyelembe azt. Mindemellett a többségük az egyedüli munkát preferálja, kivéve olyan esetben, mikor egy nagyobb animációs projekten van a hangsúly vagy nem szeretnek közvetlen az ügyfelekkel kommunikálni.

Attól függ, (...) hogyha mondjuk valami nagyon komplex dolgot csinállok, amihez kell segítség, akkor általában nagyon nehéz egyedül dolgozni, de hogyha valami egyszerűbb dolgot csinállok, akkor egyedül. (Interjú EatMyPie-jal)

Általában egyedül dolgozom, ezért az a kényelmesebb, mert én olyan ember vagyok, aki inkább megcsinálja magának a dolgokat, mert az a tuti, az a biztos. De ez hosszútávon nem fog működni semmiképpen sem (...) mindenképp kell a csapatmunka egy animációs projekthez a jövőben. (Interjú Palotás Adéllal)

Én inkább egy stúdióval szeretek dolgozni, ahol ők beszélnek a klienssel és nem direktbe nekem kell, mert én akkor szeretem ezt az oldalát menedzselni, amikor nem én csinálom ezeket a dolgokat. Nem gondolom, hogy én jó vagyok abban, hogy magamat menedzseljem egy projektre. Mert igen, beszélni a klienssel és menedzselni mindezt, az másfajta képesség, ami nekem nem igazán van meg, vagy még csak most alakul ki. (Interjú kdsketchcel)

Amikor szabadon beszélgettem a youtuber animátorokkal, felmerült az is, hogy miért hagyták abba az animációkészítést, vagy milyen hasznos tulajdonságokhoz juttatták őket, amelyeket a továbbiak során hasznosítani tudtak. Ebből a szempontból nagyon hasznos volt az interjú típusának választása, hiszen így volt idejük kifejezni a gondolataikat és olykor érzéseiket.

A megszerzett tapasztalatok segítettek abban, hogy felvettek az egyetemre, (...) hogy a munkában (...) terhelékeny vagyok, hogy oldok meg kreatív problémákat. Ez tett hozzá az egészhez és nekem ez az egész csatorna egy ilyen nulladik lépés volt, mindenhez, amivel most foglalkozom. Nagyon hasznos volt, de nem egy ilyen gazdasági alapon működő projekt volt. (Interjú Carnorral)

Egyáltalán nem merészkednék odáig, hogy én magamat bármennyire is profi animációsna valljam, már egy ideje nem is foglalkozok animációval. (...) Amíg animációval foglalkoztam, addig egy nagyon lelkes amatőr voltam, aki... sokkal inkább űztem a videózást, mint szakma jól, mint az animációt, mint szakma és az animáció mindig csak egy eszköze volt a videózásnak és aztán azért is hagytam el az animációt, mert azt éreztem, hogy egészen egyszerűen én ott elértem egy limitet, technikailag, amin felül én már nem akarok, engem már nem érdekel az, hogy fejlődjek. (Interjú Ungvárszki Danival)

4. 8. Mi a különbség a hazai és nemzetközi YouTube animátorok között?

A külföldi és a magyar viszonyok között nagy különbségek regisztrálhatók, a youtuber animátorokat lehetőségei egészen mások. Kezdve attól, hogy Magyarországon kisebb az esély arra, hogy tévéképernyőre kerülhessen egy efféle animátor munkája, egészen addig, hogy a YouTube-ról is nehezebb megélni. A YouTube ugyanis eltérő összegeket ad a

tartalomkészítőknek, attól függően, hogy a megtekintőik melyik országból származnak, ráadásul a potenciálisan elérhető közönség is kisebb⁵³.

Olyan statisztikát is néztem, hogy egy amerikai kattintó az mennyit jelent és egy magyar... és a magyar volt a legrosszabb kategóriába téve szerintem, mert a vásárlóerőnk nekünk a legalacsonyabb. (Interjú EatMyPie-jal)

Mindemellett a magyar és a külföldi piacnak teljesen más az érdeklődése és az igénye, így a tartalomgyártóknak is át kell gondolnia, hogy kiknek készítenek animációkat.

Hosszútávon szerintem mindenképp majd a külföldiek felé is nyitnom kell, mert az a baj, hogy a magyar piac az arra a fajta animációra és művészeti témára, amivel én foglalkozom, az annyira nem érdekli a magyar közönséget nagyobb számban. Ők inkább az olyanokat kedvelnék, mint a Szondi utcás. (...) Ő az, akit a magyar közönség nagyon szeret, az a fajta téma és animáció. Csak én nem az vagyok. Én inkább az ilyen amerikai, japán stílus, az ilyen aranyosabb. És ez a magyar közönségnek... van egy csoportja, de nem elég ahhoz, hogy én abból meg tudjak élni hosszútávon. Mindenképp majd külföld felé kell majd nézzek egy idő után, szóval valamikor tervben van egy külföldi csatorna. (Interjú Palotás Adéllal)

Az előnyök mellett EatMyPie a hátrányokkal kapcsolatban is kifejtette a véleményét, valamint azt, hogy szerinte miért éppen a magyarországi nézők számára érdemes animációs csatornát indítani és miért nem külföldieknek. Ahogy ő is elmondja, külföldön nagyon nagy a verseny azzal kapcsolatban, hogy a nézők kit választanak, kikre szánják az idejüket és melyik csatornát nézik rendszeresen vagy iratkoznak fel rá. Magyarországon jóval kevesebb a választék az animációs tartalmak kapcsán, így több az esély is arra, hogy többen nézik meg az adott tartalomkészítő videóját. Mindemellett szó esett arról is, hogy a kevés csatorna előnye, hogy könnyebb az alkotók számára kiemelkedni a tömegből és egyedit alkotni.

A magyar piacnak vannak előnyei is, hátrányai is. Az előnyei az, hogy szerintem sokkal könnyebb kitűnni, mint az amerikai piacon, viszont a hátránya az, hogy tudsz magasra repülni, de nem tudsz olyan magasra repülni, hogy mint mondjuk az amerikai piacon. És akkor megint bejön a kérdés az, hogy ebben lát-e a TV2 vagy az RTL akkora mennyiségű nézettséget, hogy megéri mondjuk 20 milliót befektetni egy animációs produkciónak a létrehozásába. (...). Ahhoz, hogy itt Amerikában vagy külföldön, angolul ez tényleg menjen, ahhoz nagyon jónak kell lennie az animációnak, mert akkor megint, a versenytársaidnál jobb videót kell csinálni. (...) Én mindig így próbáltam gondolkodni, hogy neked is van időd, nekem is van időm és a youtuberek ezekért az időért versenyeznek (...) Magyarországon sokkal könnyebb jól vagy elfogadhatót csinálni, mint Amerikában, mert az amerikai minőség sokkal magasabb, mert mindenki oda akar csinálni, mert ahogy meg is beszéltük, az amerikai kattintás az 100-szor annyit ér, mint mondjuk egy magyar, Pest megyei kattintás. (Interjú EatMyPie-jal)

Az interjúk során EatMyPie-jal volt lehetőségünk kicsit szabadabban beszélgetni, akit megkérdeztem arról, szerinte mik a különbségek a magyar és külföldi viszonyok között. Mindemellett azt is fejtegettük, lehetséges-e egy olyan jellegű tévés megjelenés, mint a külföldi piacokon Vivziepop *Hazbin Hotel* c. sorozata vagy TheOdd1sOut *Oddballs* c. sorozata.

Azt látom, hogy idő kérdése az, hogy valaki az animációs tartalmakból át tudjon térni a tévére és ez szerintem egy óriási mérföldkő lesz. És én ezt úgy tekintem, mintha egyszer valaki megengedi a csapat, akkor az elkezd ömleni (...) ha ennek valóban lesz sikere, márpedig szerintem, ha beáll mögé egy nagyobb szponzor, akkor

⁵³ Forrás: <https://isthischannelmonetized.com/data/youtube-countries-highest-rpm/>

valószínűleg sikeres lesz, akkor sokkal több ilyen tartalomgyártó fog átvándorolni, vagy élni ezzel a lehetőséggel, hogy mondjuk a TV2-n vagy az RTL-en vagy M1-en szerepeljen mondjuk valami animációs sorozat. Erre még szerintem kicsit várni kell, de nagyon izgatott vagyok, hogy ezt tényleg meg lehet-e lépni egy olyan piacon, mint mondjuk Magyarország. Én alaptól azt látom, hogy erre van potenciál, de ugye ezt valakinek át kell törnie. (Interjú EatMyPie-jal)

Többek között a Különös történetek a Szondi utcában nevű YouTube-csatorna alkotójával is felmerült, ha egy ilyen nagy cég pénzt ajánlana a megvalósításhoz, hogyan is zajlana a közös munka. A magyar csatornáktól kicsit eltérve szó esett a Netflix és Adult Swim felületekről is, valamint arról, melyikkel lehet optimálisabb együtt dolgozni.

Amikor egy te egy egyedülálló kreatőr vagy, aki egyedül készít tartalmakat vagy kis segítséggel, és akkor hirtelen kapsz egy stábot a nyakadba executive-okat⁵⁴, producereket. Az én amúgy dolgoztam már tévé gyártásban és (...) ott azért más, nagyon más ott csinálni valamit és nagyon fontos, hogy jó executive-okkal dolgozz, meg olyan emberekkel, akik (...) nem kötnek téged annyira meg. Az Adult Swimet ezért is kedvelem nagyon én, és tök sok videót néztem arról, hogy ott (...) a különböző szériáknak a kreatőrai, azok hogyan nyilatkoznak a megkötésekről és az Adult Swim az nagyon szabadosan kezeli ezt. Igazából csak a leges-legvégén nézik meg és nem is nagyon küldik vissza a dolgokat. És szerintem ez az optimális helyzet, és nem tudom, hogy a Netflixnél hogy van, de azok alapján, amit hallottam (...) nem biztos, hogy a Netflix a legjobb partner lenne ebben. (Interjú a Szondi utcával)

Lehetőségem akadt egy külföldi youtuber animátorral is beszélgetni, aki hosszasan kifejtette, milyen munkákban vett részt animátorként. Ő maga Angliában él, az angol is az anyanyelve, így sokkal több lehetőség is tárult elé, mint egy magyar alkotó elé. Több szabadúszó projektben is segédkezett, stúdiókban dolgozott, valamint játékfejlesztő cégek is megkeresték a YouTube csatornája alapján.

Az első munkám egy amerikai stúdióval volt. (...) Az Amerikában van, a költségvetés nem túl nagy, mert ez az ő személyes projektjük. De azt mondtam, hogy nekem most már szükségem van valami munkára az egyetem után. Így engem felvettek arra a projektre, és azóta is velük dolgozom. (...) És a YouTube-szerződések sokat segítenek. (...) Nem keresek meg cégeket, ők jönnek hozzám a YouTube-csatornám miatt. Idén például az EA-val dolgoztam, ők látták a csatornámat, és azt mondták, hogy szeretnék, ha animációs magyarázót csinálnék nekik. Szóval megcsináltam, és soha nem találtak volna meg, ha nem lett volna a YouTube-csatornám. (...) A YouTube-szerződések és az emberek, akik rám írnak a projektjeikkel, mert látták a munkámat a YouTube-on. (Interjú kdskschcel)

Az interjúk során mindannyian más véleményekkel rendelkeztek a külföldi és magyar viszonyokat tekintve, mindezek pedig az imént felsorakoztatott idézetekben olvashatóak. A lehetőségek rendkívül különbözőek, attól függően, hogy egy youtuber animátor külföldön vagy Magyarországon tevékenykedik, éppen ezért az alkotók is az opcióikat fontolgatva elgondolkodtak, melyik közönség számára készítsenek animációs tartalmakat.

⁵⁴ Magyarra fordítva „vezetőket”.

4. 9. Lehetséges járható utak egy magyarországi youtuber animátor számára

A lehetséges járható utakat a dolgozatom során az általam választott interjúalanyok válaszai alapján mutatom be. Célom nem a sokrétű lehetőségek feltárása volt, hanem a személyes véleményük megkérdezése, a válaszok során kifejtették, ők maguk hogyan látják a jövőjüket és mik a terveik az animációkészítést illetően.

Az animátorok között gyakran fordult elő, hogy az animáció egy időszakos hobbi tevékenység volt, amelyre épp kevesebb időt tudnak fordítani, így parkolópályára helyezték.

Úgy voltam vele, hogy így szeretek szerepelni, meg ameddig van rá idő, meg ameddig egyetemen nincs annyira húzós időszak, addig ezt lehet csinálni vagy gimibe lehet csinálni főleg, mert akkor annyira nem vészesen sok a tanulási anyag. Szóval (...) mindenképpen hobbiként gondoltam erre. (Interjú EatMyPie-jal)

Néhány esetben hobbiból avanszálódott munkává, vagy épp fordítva az esetükben, így az animáció a munkahelyükön is előforduló rendszeres tevékenység. A megkérdezettjeim között motion designer, post productionben dolgozó, de még szabadúszó animátor is előfordult, aki időszakos projekteket vállalt el.

Én motion designer vagyok. Ez azt jelenti, hogy én grafikai elemeket mozgatok, tehát én nem ezeket a karakter animációkat csinálom, amikor egy karakter tényleg mozog, hanem amikor (...) egy számot látsz, ami (...) előjön, vagy formák jönnek elő. (...) Nekem ez egy ilyen megvalósítási projekt, hogy ezt csinálhatom és baromira örülök, hogy csinálhatom, mert van rá közönség és nyilván ennek révén valamelyest bevételt is lehet belőle generálni. (Interjú a Szondi utcással)

Mindamellet mikor a munkáról beszélgettünk és szóba került, milyen lehet olyan területen dolgozni, amit tényleg szeretnek, különböző válaszokat kaptam. Carnor úgy gondolja, van különbség aközött, hogy valamit hobbiként üzünk és amiben dolgozunk, hiszen számára az animációkészítés munkaköre az ügyfél kívánságát foglalja magába, amelyben Carnor saját önkitejesedése nem feltétlen található meg. Ezzel szemben ungdani úgy beszélt a YouTube-os karrierjéről, amelyet gyerekként nagyon élvezett és azt a fajta alkotási vágyat keresi, amelyet akkor sikerült megvalósítania, hiszen a munka világában, már nem ugyanúgy érzékeli az animációkészítést, mint gyerekkorában.

Amíg ilyen side projectként kezeltem, addig hobbi volt, viszont most már nekem ez (...) a foglalkozásom, ahogy mondtam is korábban. (...) én szeretem a munkámat, de alapvetően ez egy munka. És ez egy olyan dolog volt, hogy át kellett magamban állítani, hogyha dolgozol, akkor kevésbé számít, hogy neked mi tetszik, mit szeretsz csinálni, mi a te stílusod. (...) Azt kell megcsinálni, amit az ügyfél szeretne. És utána máshogy fogod magad érezni, mert nem azt fogod csinálni, amit szeretsz. Persze azzal fogsz dolgozni, amit szeretsz, csak nem feltétlen azt fogod csinálni, amit szeretsz. De hát valamiből meg kell élni. (Interjú Carnorral)

Azért az látszik, hogy azt egy gyerek csinálta, de az még egy annyira fesztelen korszaka volt az alkotásnak, (...) abban semmilyen tudatosság nem volt, hogy ez most megéri-e, ennek vállalkozásnak kéne-e lennie, most akkor a nézői igényeknek akarok-e megfelelni, hanem az csak olyan lett, amelyet én gyerekként akartam, hogy legyen (...) megvan a mai napig az, hogy valahol azt a teljes felszabadultságot keresem az alkotásban, ami akkor volt. Ez nyilván felnőttként már nem lehet, mert felnőttként már főleg részben ugye ebből élek, (...) nem tudok csak magában tekinteni egy alkotásra, de akkor az ott gyerekként nagyon sikerült. (Interjú Ungvárszki Danival)

Habár nem magyar, az utóbbi gondolat a külföldi interjúalanyomnál is előfordult, amely undganinál is felmerült. KD kifejtette, hogy amint munkává alakult számára az animáció, megszűnt az a fesztelen alkotási vágy, amit korábban érzett.

Ha valami olyat csinálsz, amit szeretsz, akkor sose kell egy napot se dolgoznod az életben. De ez egyáltalán nem így van. Végül oda lyukadsz ki, hogy egész nap dolgozol és így nagyon bonyolult, hogy legyen munka-magánélet egyensúly, ami nekem van. És én ezt próbálom még jobban csinálni. (...) Én jobban akarom szeretni, amit csinálok. Vissza akarok menni oda, amikor annyira imádtam, mint egykor. Mert igen, ez egy trükkös kérdés, mert én úgy gondolom, hogy amint a pénz is bevonódik, akkor egyből egyfajta munkává válik. (Interjú kdsketchcel)

Az animáció a YouTube-on néhányuk számára egy biztos bevételszerzésre alkalmas B terv, vagy egy olyan dolog, amellyel komoly terveik vannak, viszont olyan is előfordul, hogy egy jó ötletet akartak eredetileg megvalósítani, amelyre az animáció bizonyult a legalkalmasabb eszköznek és a továbbiakban más komoly terveik is születtek. EatMyPie úgy tekint a YouTube-os karrierjére, mint egy biztos B tervre, amelyből egy minimális szintű bevétel mindig származhat. Ehhez képest Palotás Adél komolyan tervez és arra biztatja a hozzá hasonló alkotókat, hogy érdemes más felületen is dolgozniuk, kisebb projektekben segíteniük, hogy biztos lábakon állhasson az alkotásuk és hírnevük. Mindezzel ellentétben a Különös történetek a Szondi utcában című csatorna alkotójának elsődleges célja, hogy az általa elképzelt hét epizódos videósorozatot elkészítse, majd a későbbiekben esetleg összedolgozhasson valakivel.

Tehát úgy voltam vele, hogy ennek is helyt kell keríteni, mert ugye ez a vállalkozási lét az nem biztos, hogy 100 %-os, (...) mindig kell egy ilyen safety-net⁵⁵ (...). És a vállalkozásszemlélet kiélése pedig az animálás. (Interjú EatMyPie-jal)

Van ebbe potenciál, hogy meg lehessen belőle élni, csak több lábon kell állni, hogy interneten belül is több dologgal kell foglalkozni, meg én emellett más projektekbe is bedolgozom szakmán belül, meg megrendeléseket is kapok. (...) másoknak is ezt ajánlom, ha animációval szeretnének foglalkozni, akkor készüljenek arra, hogy nemcsak egy dologgal, hanem több dologgal is muszáj lesz foglalkozni, mert másképp nem lesz ebből bevétel. (Interjú Palotás Adéllal)

Én ezt a hét részt, amit említettem, ezt szeretném a saját munkatempómban megcsinálni, úgyhogy csak én csinálok mindent. (...) ha most hozzám társulna mondjuk akár egy animátor (...) akkor is azt szeretném, hogy az a rész az pont úgy nézzen ki, ahogy én elképzelem (...) És ez nekem annyira így a személyes projektem, hogy ebbe nem is nagyon szívesen vonok egyelőre még bele senkit, viszont arra gondoltam, (...) amúgy nagyon sok nagyon tehetséges ember van, akiknek nem biztos, hogy van nyilvánossága akár nálam sokkal tehetségesebb emberek is, akiknek láttam a munkáját és lenyűgöző, meg ötleteik is voltak és tök jó lenne szerintem, hogyha akár ezen a csatornán, amit most már akkor felépíték, addigra lenne egy olyan nyilvánosság, ahol egy ilyen kábé ilyen kollektívaként mi egy mi egy mini Pannónia stúdióként tudunk működni, ahol újra van magyar animáció, meg magyar viszonyokra reflektáló animáció. (Interjú a Szondi utcával)

Mikor arról kérdeztem őket, felmerült-e bennük valaha, hogy egy animációs sorozaton dolgozzanak a jövőben, többségben igazán lelkesen válaszoltak, a legnagyobb gondok viszont az emberhiánnyal, a csapatmunka kivitelezésével, pénzügyi háttérrel és a befogadó

⁵⁵ Egy olyan dolog, amelyre számíthat, ha nehéz helyzetbe kerül; egy biztos B terv.

nézőközönséggel voltak, így egyikünk sem mert még komolyan gondolkodni a témában csak, mint lehetséges alternatíva merült fel.

Konklúzió

A dolgozat azzal a céllal született, hogy felmutasson egy olyan médiaipari szegmentumot, amely csaknem láthatatlan a tudományos diskurzusban: a YouTube-on kibontakozó animációs ipart. Fő fókuszában a youtuber animátorok motivációi, tevékenysége és az annak helyszínéül szolgáló platform, a YouTube áll. A szegmentum képviselőire dolgozatom elején „egyszemélyes animátorokként” hivatkoztam, ami abból a szempontból helytálló, hogy a munkájuk az ötlettől egészen a megvalósításig tart, amelyet gyakran mind ők maguk, egyedül végeznek, a korábbi hagyományos rajzfilmipar munkafolyamataival szemben, ahol majdnem minden fázis külön dolgozóra jutott. A youtuber animátorok munkájuk során kitalálják a videók témáit, átgondolják, milyen szoftverrel tudják megvalósítani, időnként saját hangjukat hozzáadva szinkront készítenek hozzá és csatornájuk pénzügyi finanszírozásáról is maguk gondoskodnak. Az interjúk segítségével betekintést nyerhettem az „egyszemélyes animátorok” munkafolyamataiba, hogy egyéni motivációiktól az általuk használt programokig széles körűen bemutathassam a munkájukat. Munkájukat nagyrészt egyedül végzik, amelyet alkalmanként megterhelőnek ítélték meg, azonban olykor egy-egy kollaboráció erejéig előfordulhat, hogy együttműködnek más youtuber animátorokkal vagy animációs stúdiókkal, amely segítségével mindkét fél népszerűségét növelhetik a platformon. A YouTube eszközeit kihasználva, mint például a csatornatagság (amellyel új tartalmat szolgáltathatnak a nézőiknek) vagy a Super Thanks (amellyel lehetőséget adnak a nézőiknek, hogy kapcsolatba lépjenek velük) a saját népszerűségüket is tudják növelni, valamint fordulhatnak különböző támogatói platformokhoz is, amelyekkel a saját pénzszerzési törekvéseiket tudják növelni és az ott befolyt összegeket a csatorna fejlődésére fordítani (amellyel a nézői igényeket kielégítve még minőségibb tartalmakat tudnak gyártani). Mint az az interjúkból kiderült, nagy részüknek hobbi az animációkészítés, azonban csatornájukat pénzügyi vállalkozássá is át tudják alakítani a felsorolt módszerek segítségével. Abból adódóan, hogy sokan hobbiként üzik a YouTube-animációkészítést, sokszor a saját önképük, önkifejezésük és kreatív törekvéseik jelennek meg a tartalmaikban, amelyek olyan új műfajok kialakulását eredményezték a platformon, amelyek határai olykor elmosódnak (pl. saját karakterek létrehozása megvalósult „*A kommentátor*” és a „*Storytime*” kategória alkotásaiban is). A YouTube és más részvételiségre épülő platformok repertoárjában a későbbiekben valószínűleg újabb és újabb ilyen specifikus kategóriák létrejöttére számíthatunk, mivel bárki csatlakozhat, újabb kreatív tartalmakat hozhat létre. A

Bevezetésben feltett kérdésekre, miszerint „Létezik egy bizonyos piaci rés, amelyet ezek a youtuber animátorok töltenek be?”, a válasz az, hogy létezik: ez a YouTube-on kibontakozó animációs ipar, amelyben már nem professzionális animátorok és szakemberek dolgoznak, hanem ezek a lelkes, amatőr felhasználók.

Mindezek miatt nem tekinthetem el attól, hogy megvizsgálom azokat a kulturális szereplőket és stúdiókat, amelyek a részvételiség előtti időkben foglalkoztak animációkészítéssel, hiszen egy nagyobb animációs produkció létrejöttéhez rengeteg kulturális szereplő részvételére van szükség. A hagyományos médiamodellben elhelyezkedő rajzfilmipar egészen máshogy épül fel, mint a részvételi kultúra egyik népszerű színterének számító, a YouTube-on született új, nagyrészt do-it-yourself⁵⁶ alapon működő rajzfilmipari szegmentum a korábban tárgyalt, újonnan született műfajaival.

Az évek során az animációs stúdiók különböző stílusokkal és eszközökkel szolgálták az animáció felemelkedését. A munkafázisaik közül sok megegyezik az általam vizsgált youtuber animátorok munkafázisaival, ezért félig strukturált (kevert) interjúk segítségével hat tartalomkészítőt kerestem meg, hogy bemutathassam, miként dolgoznak a saját animációikon. A kutatásom során emellett huszonegy alkotó csatornáját vizsgáltam a YouTube felületén, amelyeket hat csoportba soroltam a rájuk jellemző tartalmak alapján. Emellett működésük gazdasági dimenzióit is érintettem: áttekintettem, milyen bevételi források kínálkoznak számukra, ha szeretnének pénzt is keresni a tevékenységükkel. Kitértem a YouTube monetizációs adottságaira, valamint a rajongók számára létrehozott támogatói weboldalakra, ahol adományozhatnak a számukra fontos alkotóknak.

Ma már nemcsak a hagyományos rajzfilmipar médiatermékeivel futhatunk össze a különböző streamingplatformokon, mint amilyen Netflix vagy a Prime Video: ezek kínálatát végiggörgetve belefuthatunk olyan alkotásokba is, amelyeket nem egy produkciós cég vagy egy animációs stúdió készített, hanem egy önálló animátor saját ötletén alapuló sorozata. Elfér egymás mellett a TheOdd1sOut youtuber animátor *James és Max különös kalandjai* című alkotása és a Studio Ghibli által létrehozott *Chihiro Szellemországban*. Ez pedig rámutat egyrészt arra, hogy azzal, hogy az animációs ipar egy új szegmentummal bővült, jóval sokszínűbbé is vált, másrészt arra, hogy a két szegmentum összeér, így az általam vizsgált alkotók is karriert futhatnak be a platformon túl is (36. kép).

⁵⁶ Magyarra fordítva „csináld magad”.

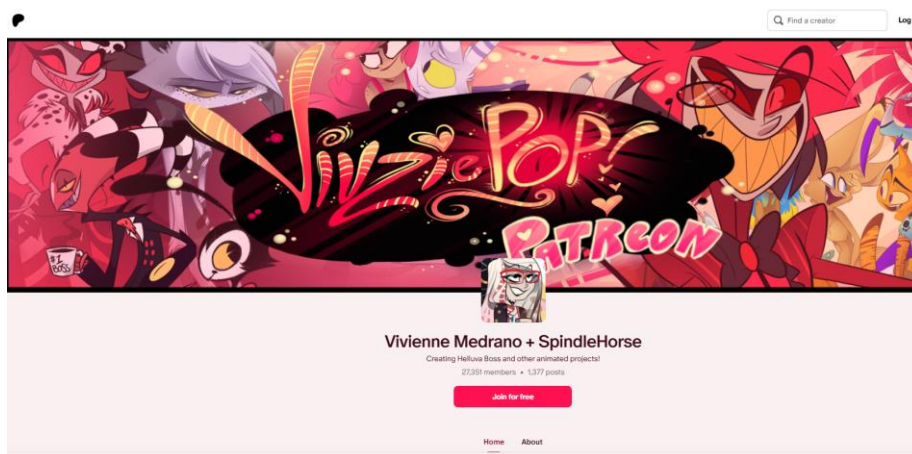
Mellékletek

1. melléklet. Interjúkérdések.

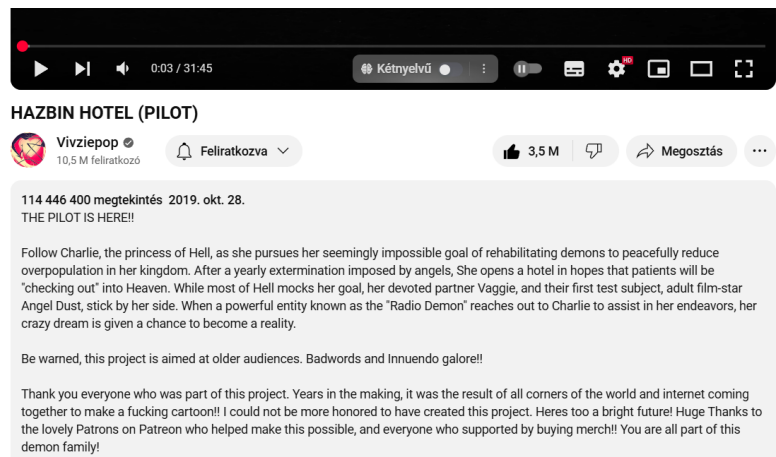
1. Hogyan jött a rajzolás? Mi volt a motiváció?
2. Hogyan jött létre a karakterdizájn?
3. Mennyi időbe telt elkészíteni egy ilyen pár perces animált tartalmat?
4. Mennyire készül/készült előre? Mennyire próbált alkalmazkodni az algoritmushoz?
5. Ha több munkán dolgozott, melyik munka volt a legkedvesebb számára?
6. Hogyan zajlott a munkák az elkészítése? Alapötlet, elkészítés, milyen programot használt?
7. Milyen szoftverekkel/programokkal dolgozott?
8. Van-e olyan plusz, amelyet kifejezetten az animációkészítésnek köszönhet és a mindennapi életben is hasznosítja?
9. Hogyan tanult meg animált tartalmakat készíteni? Autodidakta módon/suliban/online? Melyiket ajánlaná másoknak?
10. Mennyire ajánlaná másoknak, hogy vágjanak bele egy YouTube-os animációs karrierbe?
11. Mi volt és mi most a motivációja az animációkészítéssel kapcsolatban?
12. Ha esetleg parkoló pályán van most az animáció, szeretne-e visszatérni hozzá? Ha igen, miért?
13. Inkább munka vagy hobbi animációkat készíteni?
14. Vannak-e példaképei animációkészítéssel kapcsolatban?
15. Referált valamikor a YouTube csatornájára, mint portfólióra? Például álláshoz, egyetemhez, projekthez.
16. Milyen egyedül dolgozni? Dolgozott már csapatban is? Melyiket preferálja jobban?
17. Gondolkodott már azon, hogy csinál egy animációs sorozatot valamikor?

2. melléklet. Képjegyzék.

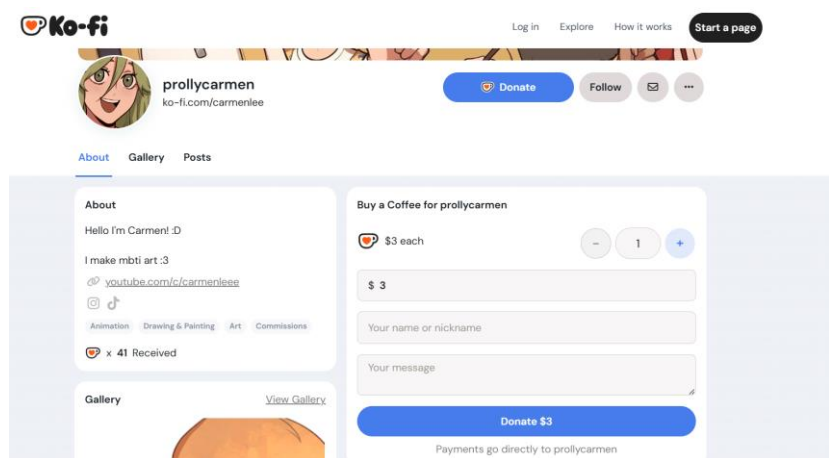
1. kép: Vivienne Medrano Patreon oldala. Forrás: <https://www.patreon.com/VivienneMedrano>



2. kép: A Hazbin Hotel pilot epizódjának leírása, amelyben Vivienne Medrano megköszöni a rendszeres Patreon támogatásokat és azokat, akik vásároltak a termékeikből. Forrás: <https://youtu.be/Zlmswo0S0e0>

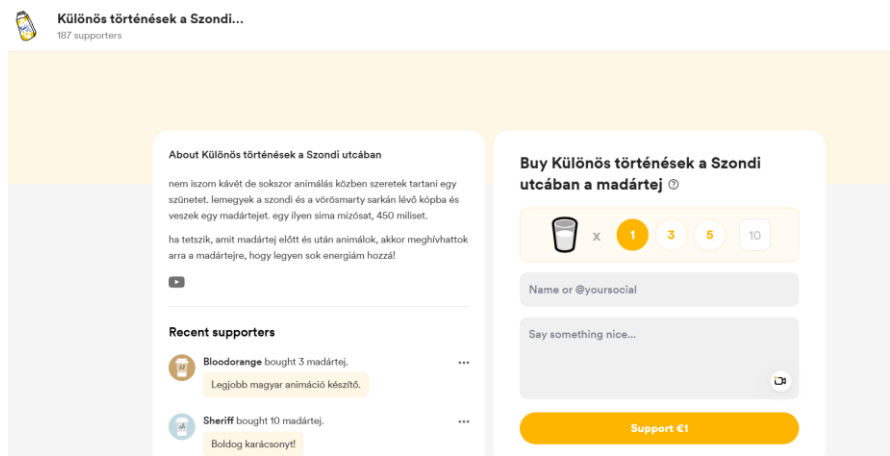


3. kép: A Carmen Lee YouTube-csatorna Ko-fi profilja. Forrás: <https://ko-fi.com/carmenlee>



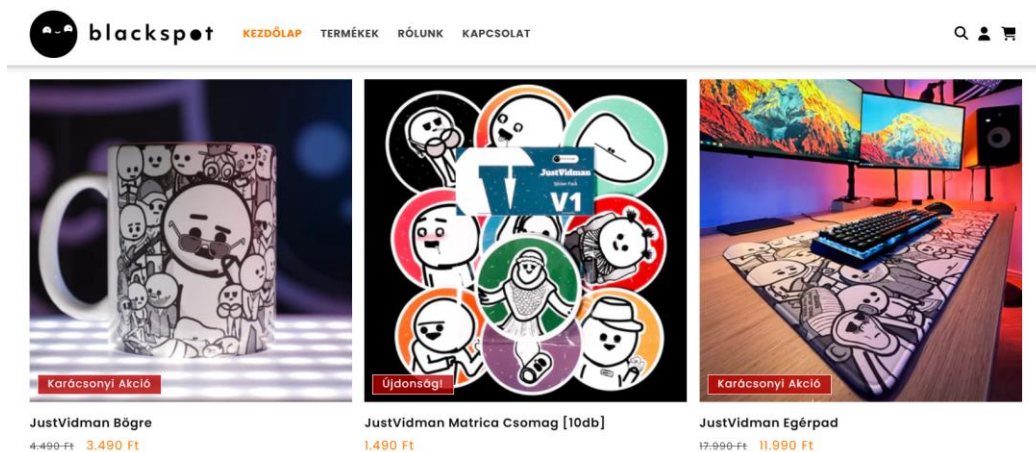
4. kép: A Különös történetek a Szondi utcában nevű YouTube-csatorna Buy Me a Coffee támogatói oldala.

Forrás: <https://buymeacoffee.com/szondiutca>

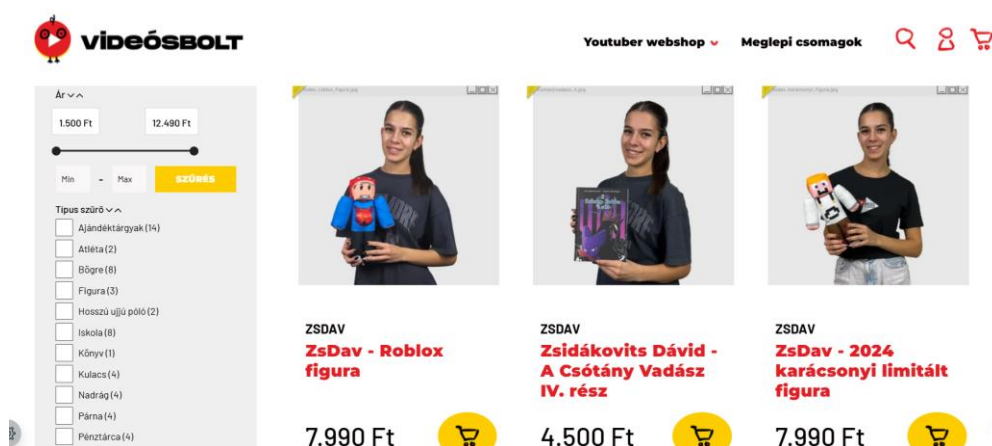


5. kép: JustVidman termékei a BlackSpot nevű weboldalon. Forrás:

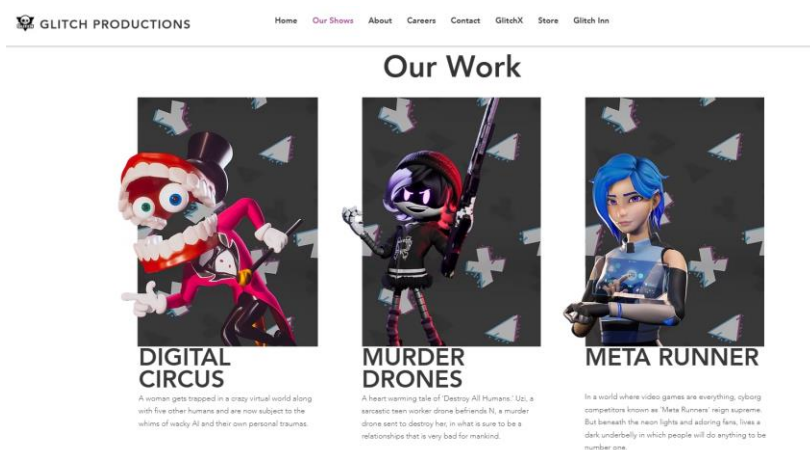
<https://blackspot.hu/?srltid=AfmBOoo8l1mSqc5oDFq1vj872STh6YKVK8CQ5SAE6R3AeVvsHS8lCw8Q>



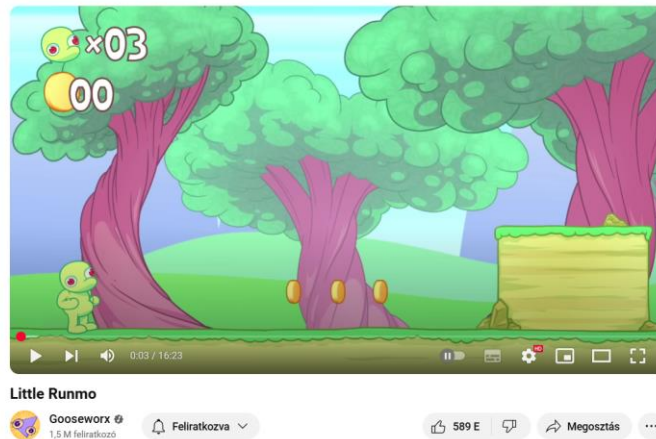
6. kép: ZsDav termékei a Videósbolt weboldalán. Forrás: <https://videosbolt.hu/zsdav-73313>



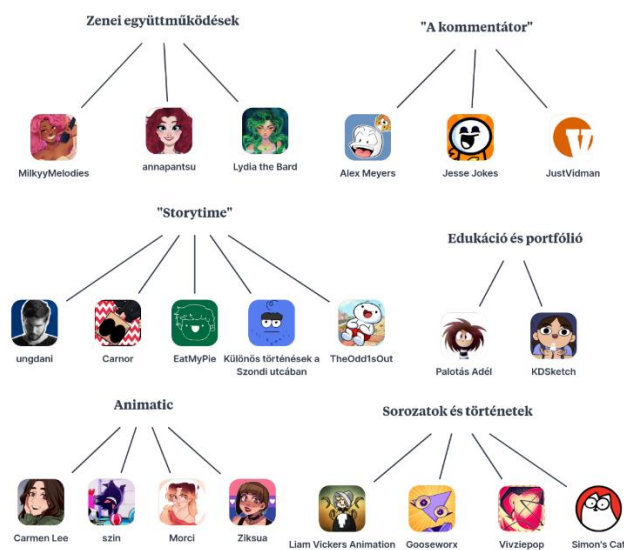
7. kép: A Glitch Productions hivatalos weboldala, sorozataik közül a The Amazing Digital Circus és a Murder Drones egy-egy youtuber animátor munkája nyomán készült. Forrás: <https://www.glitchprod.com/our-shows>



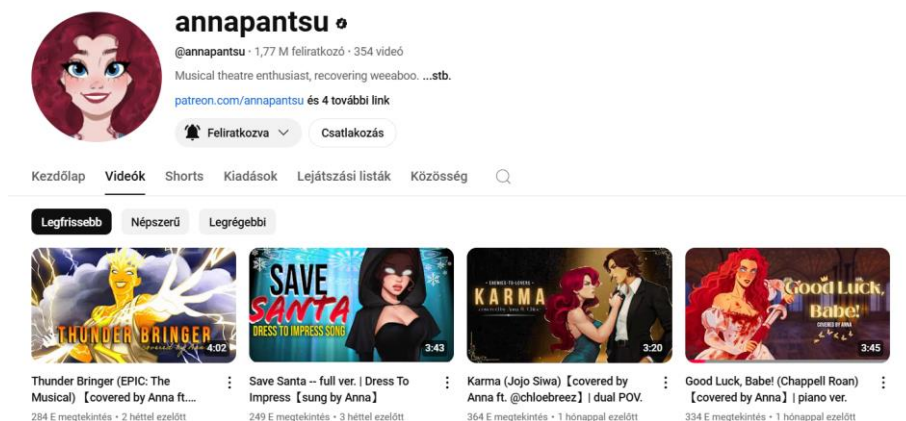
8. kép: Gooseworx munkája, a Little Runmo, a Gooseworx nevű YouTube csatornán – ez volt az a munka, amely hatására a Glitch Productions felkereste. Forrás: <https://youtu.be/ErQHVUQ6QCK>



9. kép: A fejezetben felsorolt animátorok összesítve a külföldi és magyar tartalomkészítőkkel. Forrás: saját



10. kép: annapantsu YouTube-csatornája. Forrás: <https://www.youtube.com/@annapantsu>

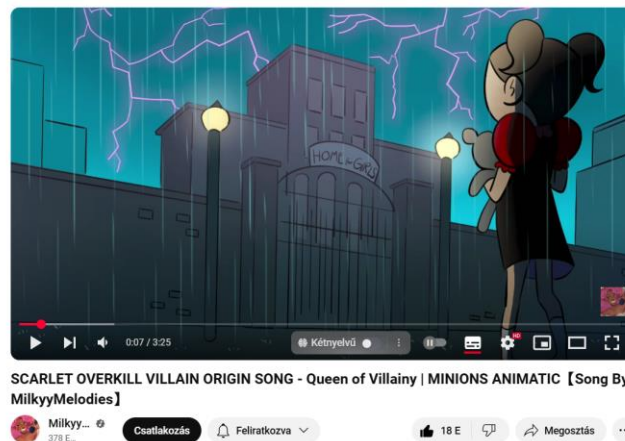


11. kép: Példa Lydia the Bard csatornáján „gonosz” videóra. Forrás: <https://youtu.be/ZooFUC1OyvY>



12. kép: MilkyMelodies eredeti zenéje egy már létező médiaszövegből inspirálódva. Forrás:

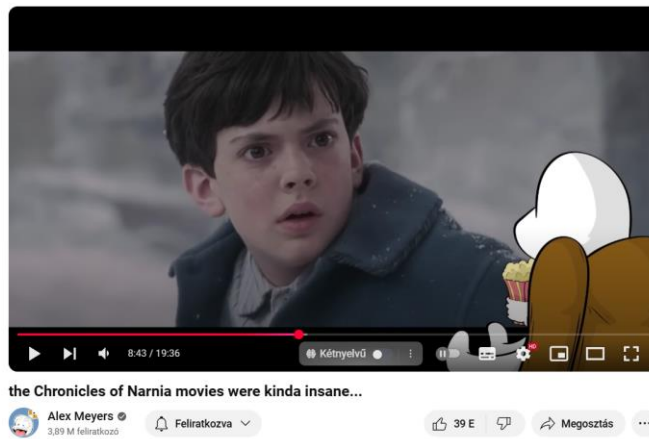
<https://youtu.be/iXWhEuOevM4>



13. kép: Jesse Jokes videója, amelyben rajzfilmes gonoszokat rangsorol az általa megalkotott animációs figura narrálásában. Forrás: <https://youtu.be/U6TNLgBvL5c>

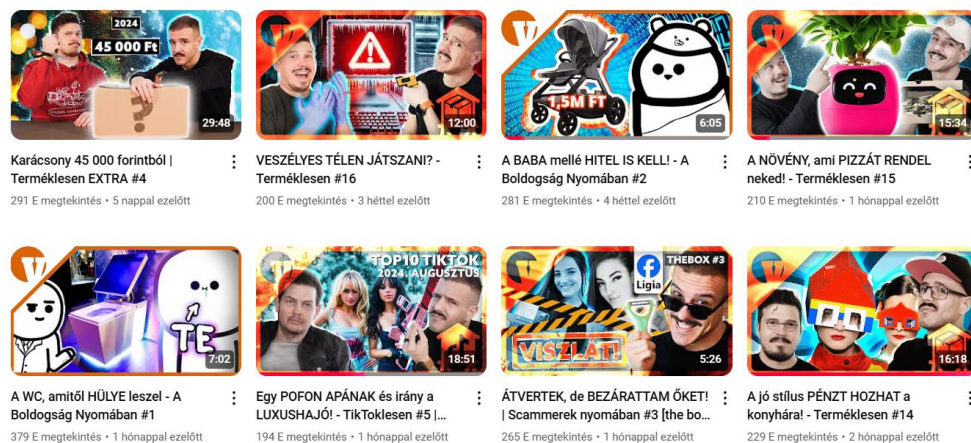


14. kép: Alex Meyers csatornáján példa egy filmkritikára, amelyen a saját karaktere egy fotelból ülve nézi a filmet. Forrás: <https://youtu.be/t2MX9uW9HNs>



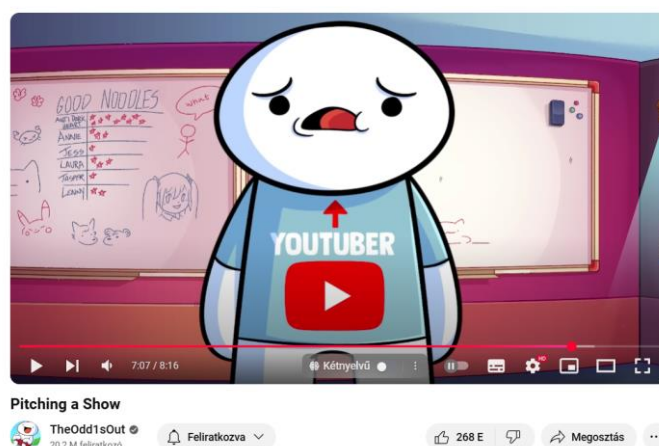
15. kép: JustVidman csatornája, ahol a többi tartalom mellett megtalálhatók az animált videók is. Forrás:

<https://www.youtube.com/@JustVidman/videos>



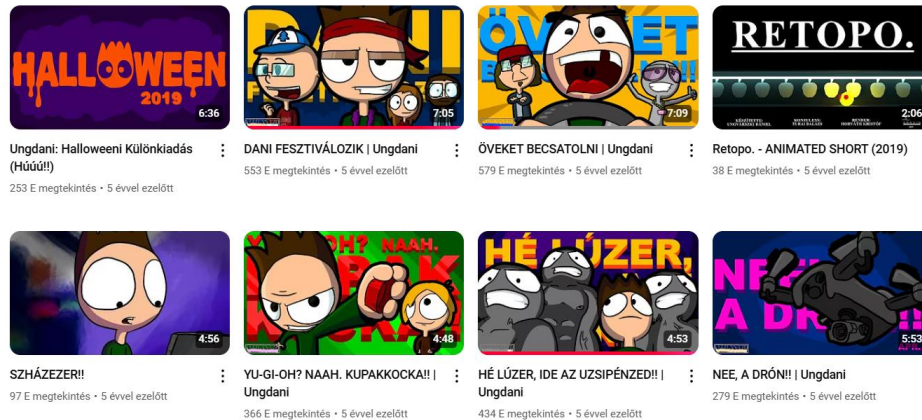
16. kép: TheOdd1sOut YouTube csatornán az alkotó elmeséli, hogyan jelent meg a Netflixnél az önálló sorozata.

Forrás: https://youtu.be/IW_-zpKU-cU

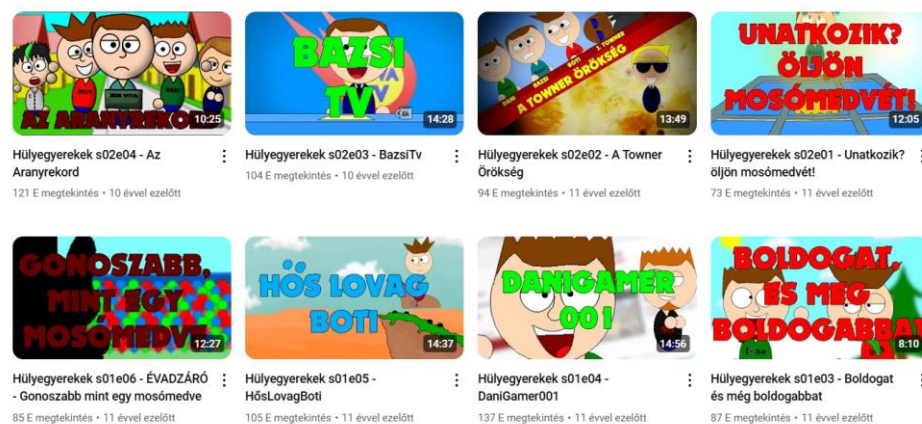


17. kép: Dani animált tartalmai az ungdati nevű YouTube-csatornán. Forrás:

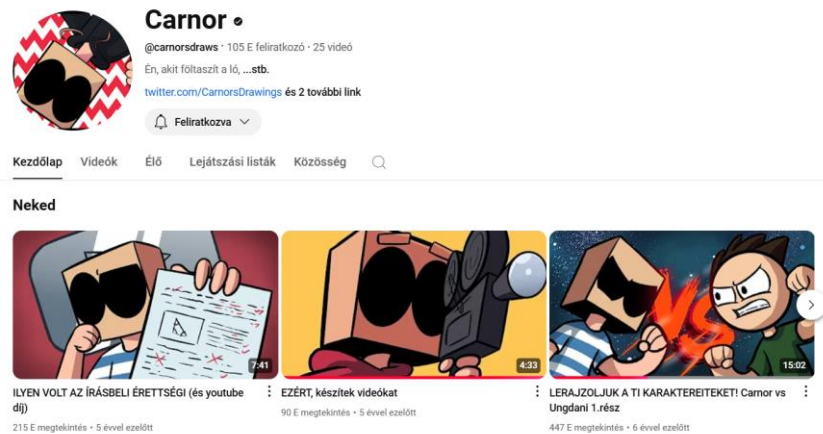
<https://www.youtube.com/@ungdati/videos>



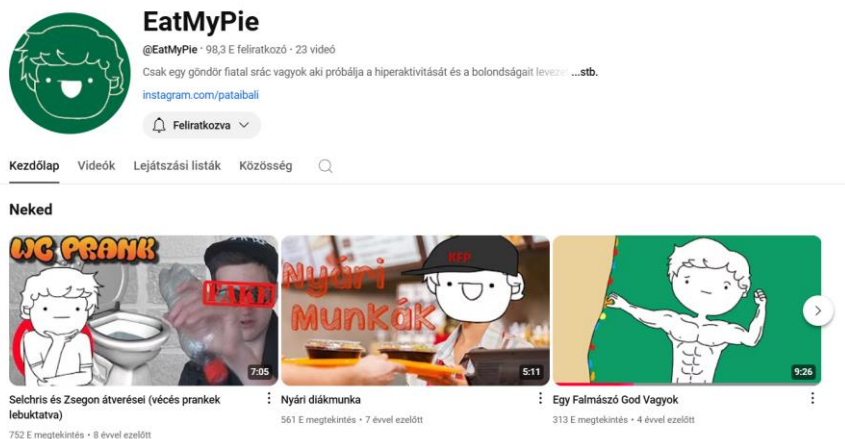
18. kép: Dani saját animációs sorozata. Forrás: <https://www.youtube.com/@ungdani/videos>



19. kép: Orosz Szilárd YouTube-csatornája, a Carnor. Forrás: <https://www.youtube.com/@carnorsdraws>



20. kép: Patai Balázs YouTube-csatornája, az EatMyPie. Forrás: <https://www.youtube.com/@EatMyPie>

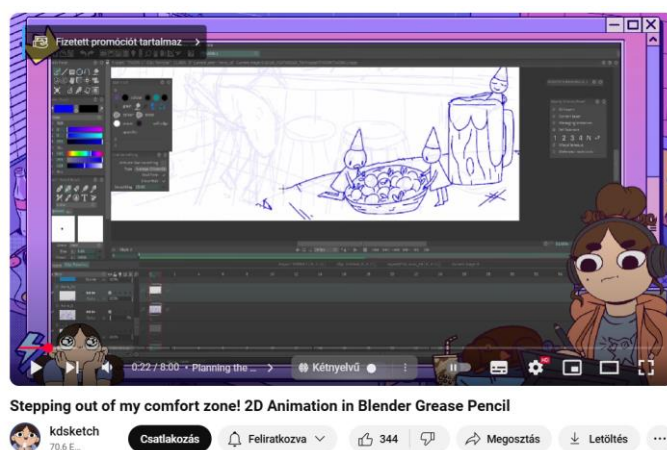


21. kép: Roznár Levente YouTube-csatornája, a Különös történetek a Szondi utcában. Forrás:

<https://www.youtube.com/@SzondiUtca/videos>

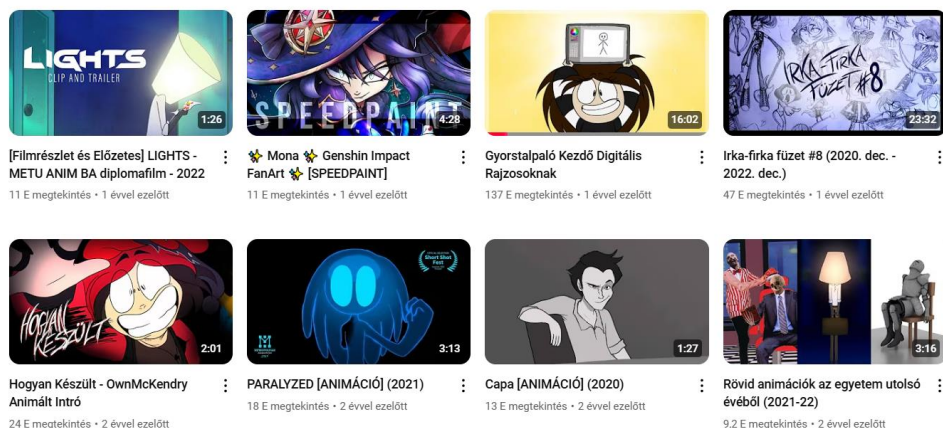


22. kép: KD egy edukációs jellegű videójában mutatja be, hogyan működik különleges ceruza, amelyet animációkészítéshez rendelt. Forrás: https://youtu.be/E1dKVtlmz_k



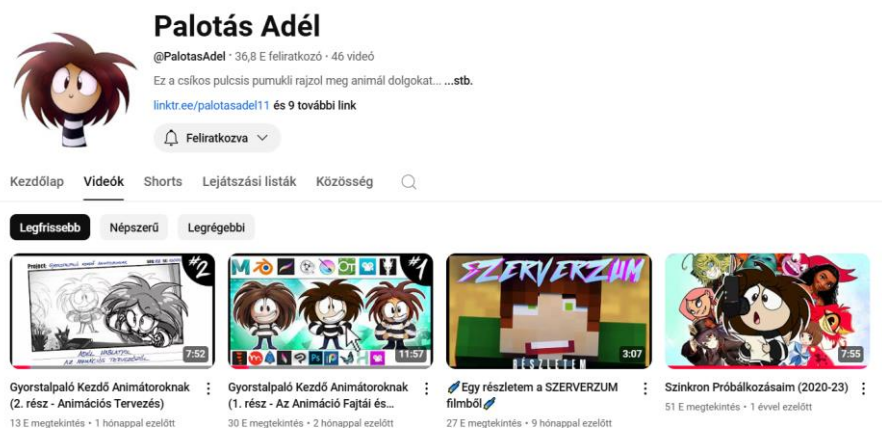
23. kép: Palotás Adél YouTube-csatornája, amely olyan, akár egy online portfólió. Forrás:

<https://www.youtube.com/@PalotasAdel/videos>



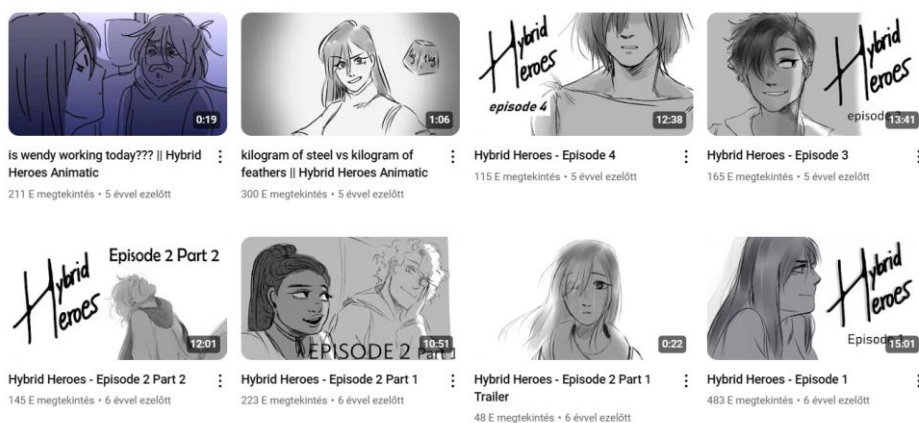
24. kép: Palotás Adél YouTube-csatornája, ahol az edukációs tartalmi is találhatóak. Forrás:

<https://www.youtube.com/@PalotasAdel/videos>

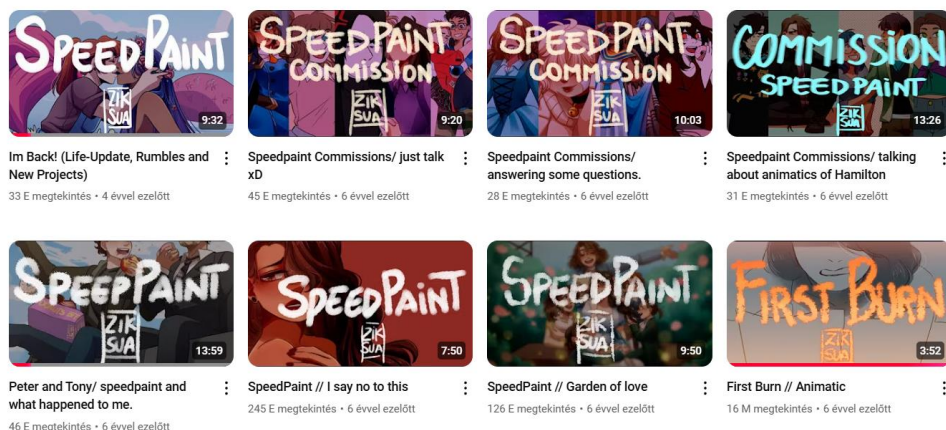


25. kép: szín Hybrid Heros című sorozata, amit ő maga készített a YouTube csatornájára. Forrás:

<https://www.youtube.com/@szinszin/videos>

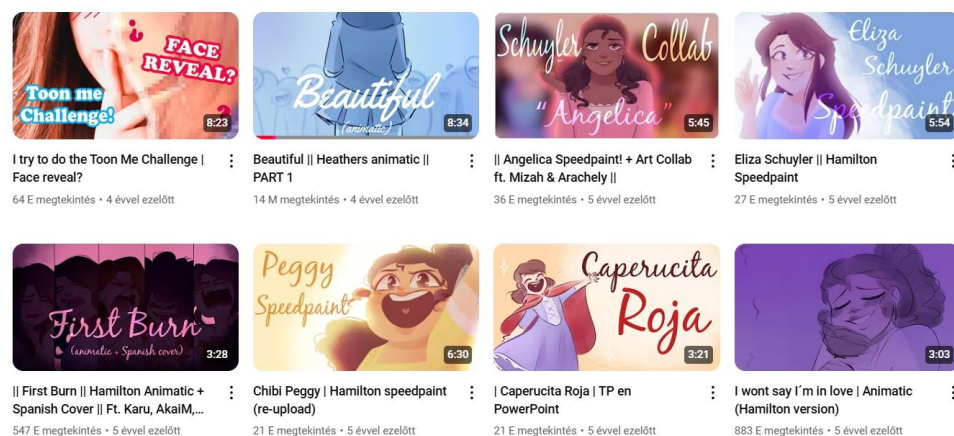


26. kép: Ziksua által készített speed paint videók. Forrás: <https://www.youtube.com/@Ziksua/videos>

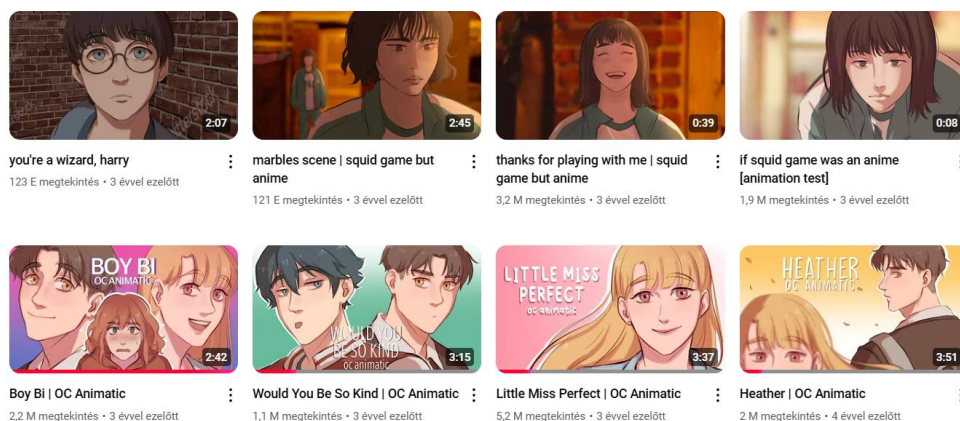


27. kép: Morci által készített speed paint és animatic videók a YouTube csatornáján. Forrás:

<https://www.youtube.com/@MorciAnimations/videos>

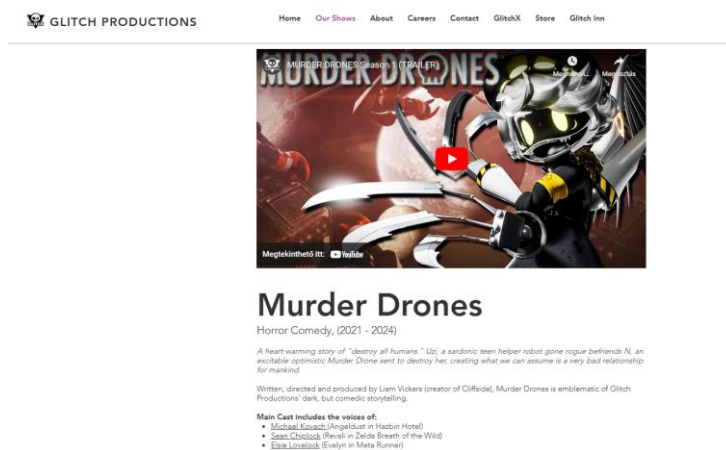


28. kép: Carmen Lee által készített animatic tartalmak. Forrás: <https://www.youtube.com/@carmenlee/videos>



29. kép: Liam Vickers sorozatának leírása a Glitch Productions hivatalos weboldán. Forrás:

<https://www.glitchprod.com/murder-drones>



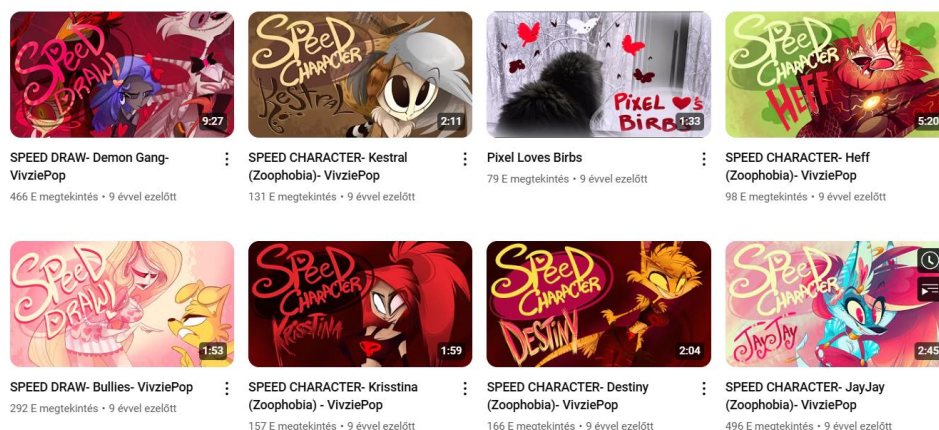
30. kép: Gooseworx munkájának profilja a Glitch Productions hivatalos weboldalán. Forrás:

<https://www.glitchprod.com/digital-circus>



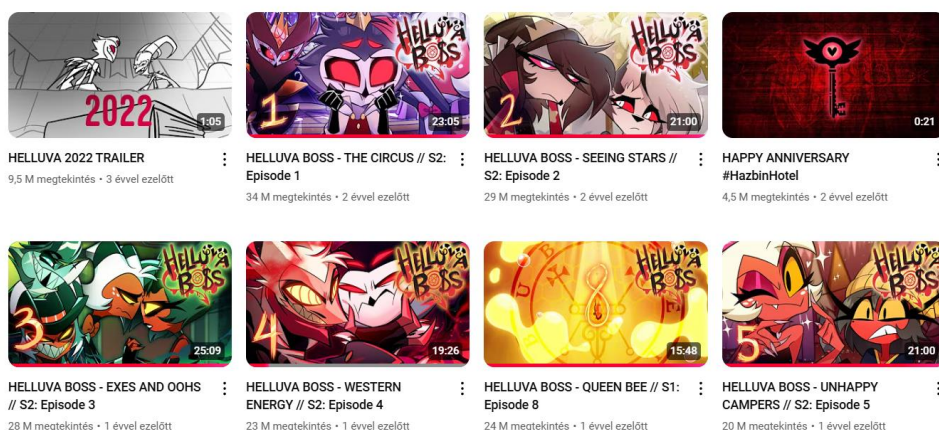
31. kép: Vivienne Medrano speed draw videói a Vivziepop nevű YouTube csatornán. Forrás:

<https://www.youtube.com/@SpindleHorse/videos>

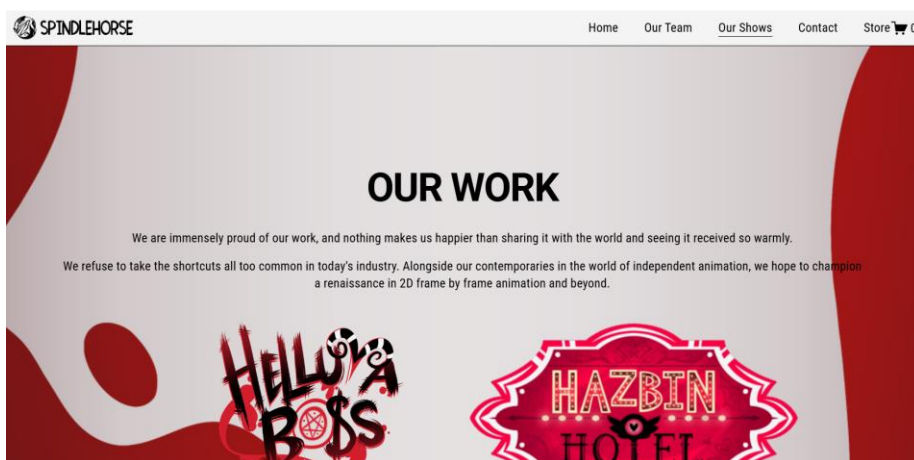


32. kép: A Helluva Boss futó sorozat a Vivziepop nevű YouTube csatornán. Forrás:

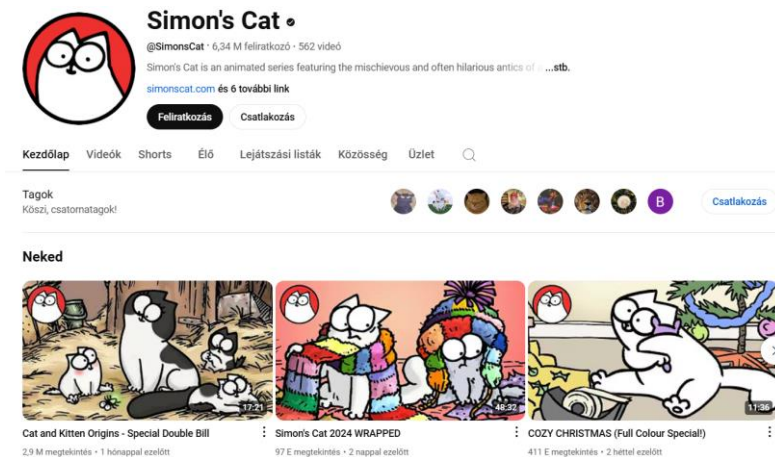
<https://www.youtube.com/@SpindleHorse/videos>



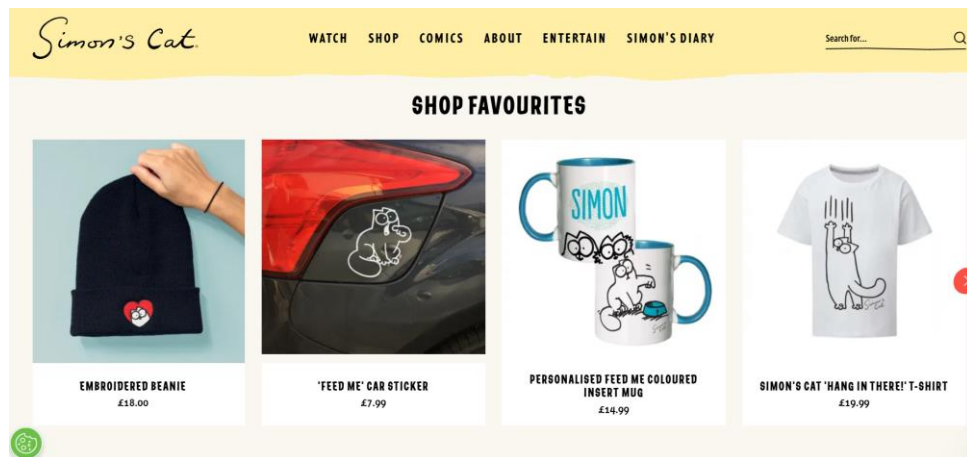
33. kép: Vivienne Medrano animációs stúdiójának hivatalos weboldala. Forrás: <https://spindlehorse.com/shows>



34. kép: A Simon's Cat nevű csatorna a YouTube-on. Forrás: <https://www.youtube.com/@SimonsCat>

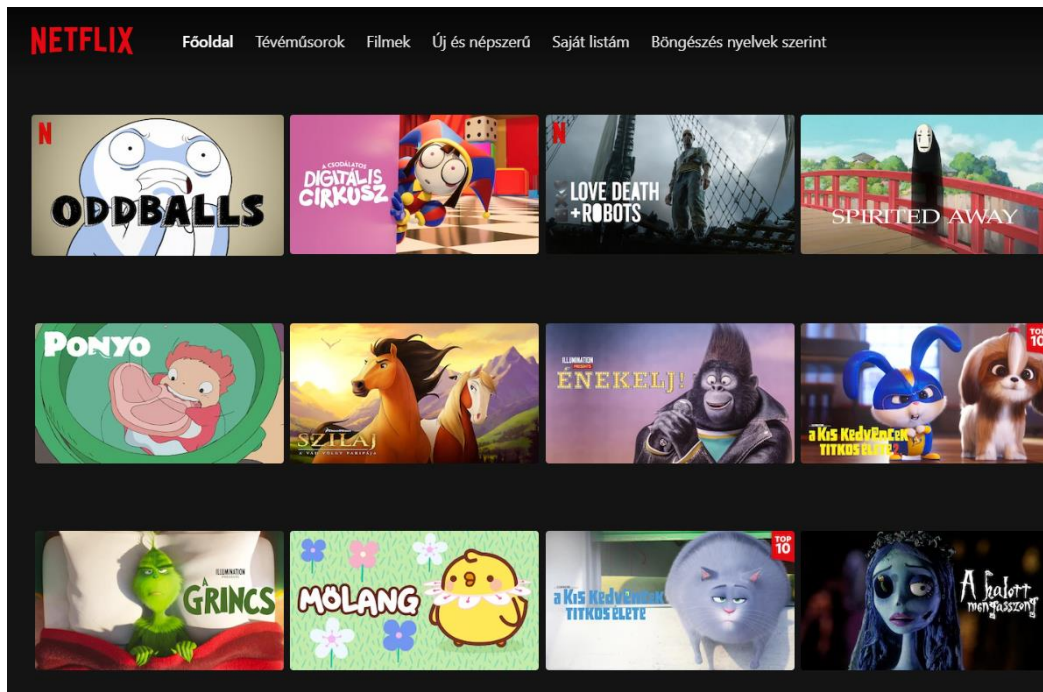


35. kép: Simon's Cat termékek a hivatalos weboldalon. Forrás: <https://simonscat.com/>



36. kép: A Netflix repertoárja, amelyben egyszerre található meg a TheOdd1sOut nevű tartalomkészítő animációs sorozata és a Chihiro Szellemországban című, stúdió által készített alkotás. Forrás:

<https://www.netflix.com/search?q=oddballs>



3. melléklet. Irodalomjegyzék.

Szakirodalom

Balanategui, Jessica – Albarrán-Torres, César (2024): Salad Fingers: Pre-YouTube digital uncanny and the 'weird' future of animation. *Convergence*. 30. évf. 2. szám 733-750. Elérhető: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/13548565231208569>

Burgess, Jean – Green, Joshua (2009): *YouTube*. Cambridge: Polity Press.

Chau, Clement (2010): YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 128. szám, DOI: 10.1002/yd.376

Glózer, Rita (2014): Z generáció a YouTube-on. *MARKETING & MENEDZSMENT II. különszám*. Utolsó letöltés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://journals-test.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/928/798>

Glózer, Rita (2019): Túl (?) a részvételi kultúrán. *Apertúra*. Utolsó letöltés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://www.apertura.hu/2019/tel/glozer-tul-a-reszveteli-kulturan/>

Héra Gábor – Ligeti György (2014): *Módszertan*. Budapest: Osiris Kiadó.

Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, Henry (2013): Rethinking 'Rethinking Convergence/Culture'. *Cultural Studies*, 28. évf. 2. szám, 267-297, DOI: 10.1080/09502386.2013.801579

Kampó Andrea (2019): *Klasszikus animációs technikák bemutatása és a magyar rajzfilmgyártás múltja – jelene. Rajzfilmkészítési technikák gyakorlati lehetőségei óvodai környezetben* (szakdolgozat). Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola.

Mayer, Vicki – Miranda J. Banks – John T. Caldwell (2009): Introduction. Production Studies: Roots and Routes. In: Mayer, Vicki – Miranda J. Banks – John T. Caldwell (szerk.): *Production Studies – Cultural Studies of Media Industries*. New York – London: Routledge, 1–12.

Mayer, Vicki (2009): Bringing the Social Back In Studies of Production Cultures and Social Theory. In: Mayer, Vicki – Miranda J. Banks – John T. Caldwell (szerk.): *Production Studies – Cultural Studies of Media Industries*. New York – London: Routledge, 15–24.

McQuail, Denis (2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó.

Morreale, Joanne (2013): From homemade to store bought: Annoying Orange and the professionalization of YouTube. *Journal of Consumer Culture*. 14. évf. 1. szám 113–128.

OECD (2007). *Participative Web and User-created Content Web 2.0, Wikis and Social Networking*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. Utolsó letöltés: 2025. 01. 05. Elérhető: https://www.oecd.org/en/publications/participative-web-and-user-created-content_9789264037472-en.html

Ribes, Xavier (2020): Is the YouTube Animation Algorithm-Friendly? How YouTube's Algorithm Influences the Evolution of Animation Production on the Internet. *Animation: an interdisciplinary journal*. 15. évf. 3. szám 229–245. Elérhető: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1746847720969990>

Shah Bani, Siti Aishah – Mohamad Nordin, Norhisham (2020): Using YouTube as Learning Tool for Children: A Case Study of Kuntum Animation YouTube Channel. *Asian Journal of Research in Education and Social Sciences*. 2. évf. 2. szám 43-53. Elérhető: <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajress/article/view/9603/4472>

Stokes, Jane (2008): *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Budapest – Pécs: Gondolat Kiadó – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

Wilkinson, Catherine – Patterson, Anthony (2014): Peppa Piggy in the Middle of Marketers and Mashup Makers: A Netnography of Absurd Animation on YouTube. In: Brown, Stephen and Ponsonby-McCabe, Sharon (szerk.): *Brand Mascots: And Other Marketing Animals*. London: Routledge, 123-140.

Internetes weboldalak

Carnor (2018): LERAJZOLJUK A TI KARAKTEREITEKET! Carnor vs Ungdani 1.rész. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/T2PlAcyjViM>

JaidenAnimations (2019): Watching my childhood videos w/ theodd1sout. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/Fn56lB-BTak>

kdsksketch (2018): 2D Animation Software (PAID AND FREE). *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/ZY2Mdi6Q7hA>

Palotás Adél (2024a): Gyorstalpaló Kezdő Animátoroknak (1. rész - Az Animáció Fajtái és Szoftverek). *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: https://youtu.be/wzIYjyciq_o

Palotás Adél (2024b): Gyorstalpaló Kezdő Animátoroknak (2. rész - Animációs Tervezés). *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: https://youtu.be/0EoQ99oI_UQ

PokeTom (2023): I went to Scribble After Dark and it was AMAZING! *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/cmdWGxghmus>

TheOdd1sOut (2017): Guessing Acronyms w/Jaiden Animations & SomethingElseYT. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/jkl7oSZPy94>

TheOdd1sOut (2023): Animation Before Computers. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/6ecTO22ulRM>

TheOdd1sOut (2024): Every Form of Animation. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/oZlFJNinK9c>

ungdani (2018): MEGINT LERAJZOLJUK A TI KARAKTEREITEKET! Carnor vs Ungdani 2.rész. *YouTube*. Hozzáférés: 2025. 01. 05. Elérhető: <https://youtu.be/nFu75ccQSKE>