

kreatív

Veiszer Alinda

„Amit csinállok, az egyfajta közszolgálat”

2021/10-11. 1290 FT

PPH MEDIA
a Südwestdeutsche Medienholding tagja



KINIZSI
OTTÓ

ÁRPA
ATTILA

TÓTH
ANDI

DEMCSÁK
ZSUZSA

NAGY
RÉKA

KAMARÁS
IVÁN

DOBÓ
KATA

METZKER
VIKTÓRIA

KOZMA
DOMINIK

DR. HEVESI
KRISZTINA

KEMPF
ZOZO

COOKY



dancing with the Stars

mindenki táncol

MINDEN SZOMBAT ESTE



TV2PLAY.HU/DANCING

Egy



Fotó: Köö Adrien

Miközben a magyar televíziós iparág legnagyobb szereplői és képviselői beszélnek mostani számunkban, nem lehet nem észrevenni azt a másik iparágat, ami tévészerű tartalmakból épül, és amihez alkalmazkodniuk a televíziós csatornáknak is elemi érdekük. A hagyományos keretek magukat feszítik szét, a nézőket már rég nem lehet csak a képernyő előtt megszólítani, a tévéknek más platformokat is fel kell építeniük, működtetniük. És ezt az értékesítésnek is követnie kell.

A lapszám felében tévés vezetők értékelnek egy évet, aminek legalább felét a Covid töltötte ki, a másik felét pedig annak árnyéka. És előretekintenek a jövőbe, ami már sohasem lesz annyira tervezhető, mint korábban. A konkurens csatornák mindenesetre okosan egyetértenek abban: áremelés következik.

Mellettük idén is megmutatjuk azokat a kreatív szakembereket, akik a legsikeresebb műsorok mögött állnak: ismét jövőnk a tévés kreatívokat tömörítő listánkkal. Próbáljuk feloldani a visszatérő dilemmát, hogy a kreativitás vagy a nézettség a fontosabb (spoiler: nem sikerül), és örömködünk, hogy a pandémia után visszatérni látszik a a normálishoz közeli ügymenet a műsorgyártásban is.

A lap másik felét – valahogy így alakult – hírességek töltik ki, akik a rendszeren, korábbi rendszereiken kívül találták meg magukat. Veiszter Alinda sokévesi képernyőzés után váltott, és ma támogatókból élő internetes tartalmat készít. Azt csinálja, amit mindig is remekül tudott: jókat beszélget érdekes emberekkel. Azt mondja, ma nem lát olyan magyar csatornát, ahol dolgozna, de egyszer szívesen venne részt egy közszolgálati csatorna felépítésében. Addig közszolgáltató online, fizető kapu mögött.

A témára lapzártánkkor dobta le a bombát Friderikusz Sándor, pontosabban a sajtója, amennyiben kifilopáshoz hasonlította azokat az eseteket, amikor a felhasználók fizetés nélkül néznek meg egyébként előfizetéshez kötött tartalmakat, például az övét. Ígérjük, a témára visszatérünk!

Bárdos András a klasszikus tévézésből már korábban kiszállt, könyvkiadót alapított, és most szintén online tért vissza a médiába. Frei Tamás talán nála is korábban váltott, és vett fel üzlettembergúnyát: kávézóláncot alapított, és bár a járvány miatt egyik legfontosabb terepe sérült (az irodaházak kávézóit), saját kávémarkájának építése felé lát kiutat.

Akinek ez nem elég, olvashat még arról, hogy mi jöhet a purpose után a reklámban, már ha a purpose-érát már magunk mögött hagytuk. Szabó Béla, a Telekom márkafőnökének véleményírása után LinkedIn-csatornákon és online verziókon zajlott a vita, ennek első részét tettük bele ebbe a számba.

Két hónapja vettem át a stafétát, Pál Zsombortól, a Kreatív korábbi főszerkesztőjétől, akinek ezúton is üzenem, jó kis csapatot, remek márkát hagyott rám. Viszem tovább, és ha néhol irányt váltok, előre is bocs, majd indexelek legalább. •

08 — CÍMLAPINTERJÚ: VEISZER ALINDA

A tévés műsorvezető, aki az internetre készíti beszélgetős műsort. Úgy érzi, most nincs olyan csatorna Magyarországon, ahol dolga lenne, de egy igazi közszolgálati tévé létrehozásában benne lenne.

Fotó: Sárosi Zoltán
Smink: Varga Noémi



12 — FÓKUSZTÉMA: TV TREND

Interjúk: Fischer Gábor, Kotroczó Róbert, Dudás Gergely, Kosaras Klaudia, Málnay B. Levente, Németh S. Szilárd

54 — IPAR

Frei Tamás kávélánc után kávémarkát épít.

58 — EMBEREK

Bárdos András visszatért a képernyőre az interneten.



13 – Kotroczó Róbert



17 – Fischer Gábor



54 – Frei Tamás



58 – Bárdos András

HELYREIGAZÍTÁS

Előző számunkban, az „Újságos, szedjük össze egy tucatnyi pluszos lapot” című cikkünkben a WMN Média 2019-es és 2020-as adózott eredményénél téves adatot közöltünk. A WMN Média adózott eredménye 2019-ben 5699 ezer forint, 2020-ban 43 322 ezer forint volt.

Sok húhó semmiért

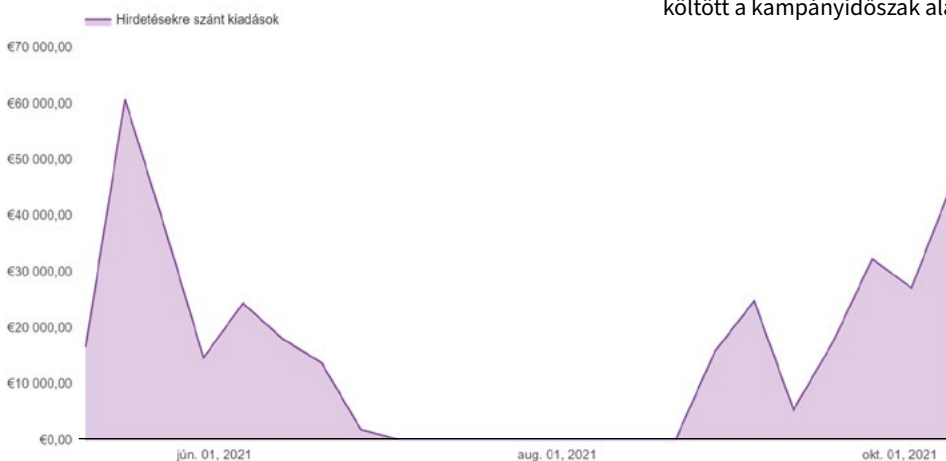
NAGY ZSOLT ÖSSZEÁLLÍTÁSA



369 millió forintot költött el a kormány arra a közösségi médiában, hogy lejárassa azokat a jelölteket, akiket a legveszélyesebbnek gondolt az előválasztási kampány alatt, és akik közül végül egyik sem nyert. A dolog pikantériája, hogy Márki-Zay Pétert annyira nem tekintették esélyesnek, hogy még a plakátokról is lefelejtették. Azóta persze róla is kiderítették, hogy Gyurcsány embere.

A Gyurcsány-show névre hallgató kampányt május kilencedikén kezdték el hirdetni a YouTube-on, akkor 16 ezer eurós büdzséből, az igazi rakéták begyűjtésével megvárták, amíg Karácsony Gergely is nyilvánosságra hozta, hogy indul a miniszterelnök-jelölti pozícióért. Ekkor egy 60 ezer eurós löketet adtak, hogy Magyarország teljes területén, minden célozható korosztály számára megjelenjenek a videók. A letámadás teljes pályás volt: a Telex számításai szerint, míg egy átlagos fideszes videó hirdetésére nagyjából 19 ezer forintot költenek, a Gyurcsány-show-éra epizódonként 5,5 millió forint jutott – és ezek csak a YouTube-on futó hirdetések.

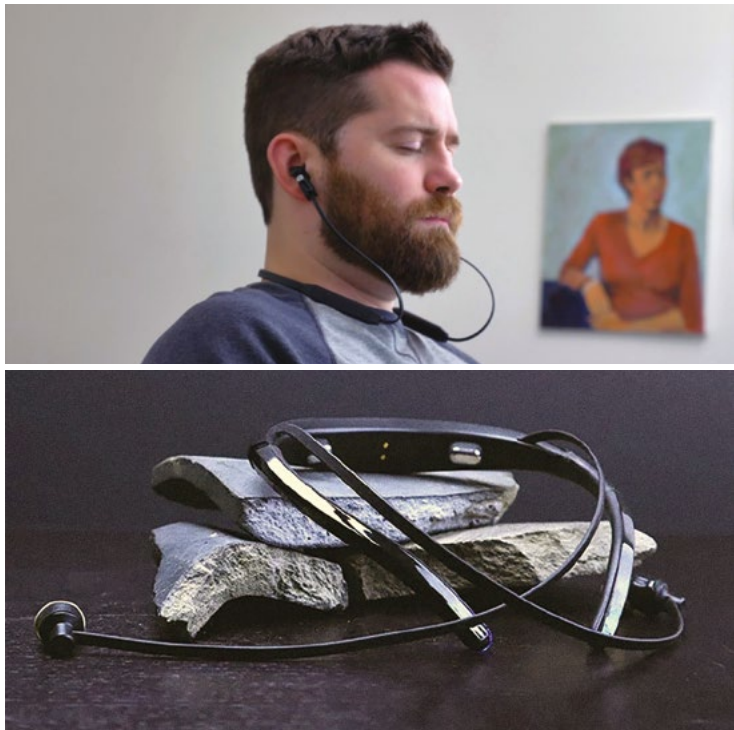
Az ellenzéki oldal hat pártja összesen 260 millió forintot költött a kampányidőszak alatt.



Digitalizál az egész világ

CHILEMBU KRISZTINA ÖSSZEÁLLÍTÁSA

Novemberi Next rovatunkban ismét a világ olyan apró csodáit mutatjuk be, amelyekről azt gondolnánk, hogy a jövő részei, pedig nagyon is itt vannak velünk a jelenben. Az újdonságokat a Telenor segítségével kutattuk fel.



Az agyhullámaid alapján állít össze playlistet a koncentrációt segítő füles

Az e-maileket és az üzeneteket jelző értesítések és a környezet zajforrásai a koncentráció ellenségei. A japán Vie Style zene- és techrajongókból, valamint idegtudósokból álló csapata egy olyan eszközt tervezett, amely a mesterséges intelligencia segítségével elemezni tudja az agytevékenység mintáit, és személyre szabott zenei lejátszási listákat hoz létre, amelyek segítenek fenntartani a fókuszot és segítenek flow-ban maradni, akár munkáról, akár más tevékenységről van szó.

Az eszköz két fülbe helyezhető érzékelővel és két, a fülhallgató pántjára applikált nyaki szenzorral monitorozza az agytevékenységet (EEG) és a pulzusszámot (EKG). Az alkalmazás 20 másodpercenként figyel, mennyire képes a felhasználó fókuszálni, és jelzi, amikor úgy véli, ideje szünetet tartani. Ekkor jönnek az AI által kiválasztott neuro-feedback-terápiás és -meditációs zenék, illetve a binaurális ütemek, amelyekkel könnyebb visszatérni a fókuszhoz, és be is lehet lazulni.

A Vie Zone sikeres kampányt zár a Kickstarteren, 249 dollárért (74 ezer forintért) lehet hozzájutni. Az eszköz – ami leghamarabb 2022 áprilisában érkezik meg a támogatókhoz – mindenképp segíthet, hogy ne ücsörödjön az ember óráig egy sokkal gyorsabban is elvégezhető feladat felett.

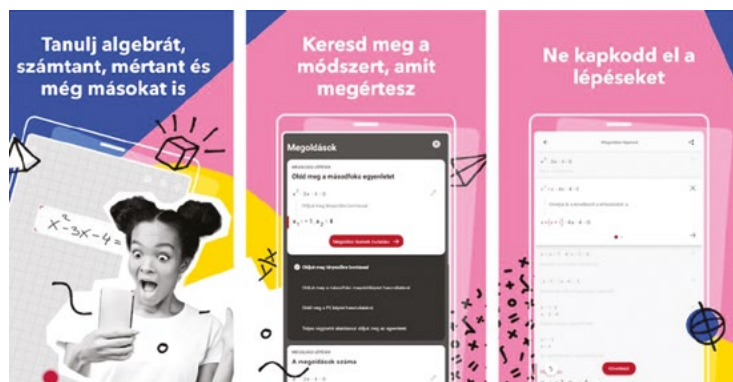


Tényleg virágoskertté változtatja a padlót az IKEA virtuális újítása

A svéd bútoráruház dizájn- és kutatólaboratóriuma izgalmas kísérleteket végez az AR területén. A cél az, hogy az emberek értékeljék az otthonukban megjelenő legújabb technológiákat, és ne egy disztópikus sci-fi szereplőjének érezzék magukat. Így jött létre az Everyday Experiments projekt, amelyből néhány érdekes koncepciót emeltünk ki.

A Virtuális oázisban a szoba fala gombnyomásra egy álomszerű tájjá változik, a kiterjesztett valóság és a térbeli hang segítségével tényleg úgy érezhetjük, hogy egy utazáson veszünk részt, miközben fel sem kelünk a kanapéről. A Digital Buddy egy 3D-s buborékszerű avatar, amely „humanizálja” a technikai szolgáltatások bonyolult feltételeit, és az AI segítségével a laikusok számára is érthető szöveggé alakítja a zavaró szakzsargont. Az algoritmikus szakács az ételpazarlást segít csökkenteni: a mesterséges intelligenciát és a tárgyfelismerést alkalmazva azonosítja a hűtőben fellelhető ételmaradékokat és potenciális hozzávalókat, és ezekből eredeti recepteket alkot.

A Forever Meadow nevű koncepció végtelen kertté varázsolja a padlót az AR segítségével. A virágzást és a fűszálak áramlását a felhasználó léptei irányítják az interaktív animációban. A Fort Builder pedig egy interaktív 3D-s játék, amelyben a felhasználók beszélhetnek az otthonuk tárgyait, hogy a gravitáció törvényeire fittyet hányó virtuális installációkba rendezzék őket, majd végignézzék, ahogy az építmény szétesik.



Ezekkel az appokkal a matekozás tényleg gyerekjáték

Olyan appokat válogattunk össze Koren Balázs, a Telenor Hipersuli program szakmai vezetőjének segítségével, amelyek játékosan vezetik be a gyerekeket a számok világába, később pedig lépésről lépésre elmagyarázzák és szemléltetik a matematikai problémákat, gyakorlatilag az ovitól az egyetemig beválnak.

DragonBox

Sok játéku van, a Numbers és a Big Numbers kifejezetten a számok megtanulását támogatják, az Algebra 5+ és a 12+ alap segítség a matektanulásban, az Elements pedig a geometria elsajátítására való. (Ára: 5-8 USD).

Khan Academy

A módszer lényege, hogy a diákok a saját tempójukban gyakorolnak, először a megértés hiányosságait pótolják, és ha ez megvan, felgyorsítják a tanulás ritmusát. (Ingyenes).

WolframAlpha

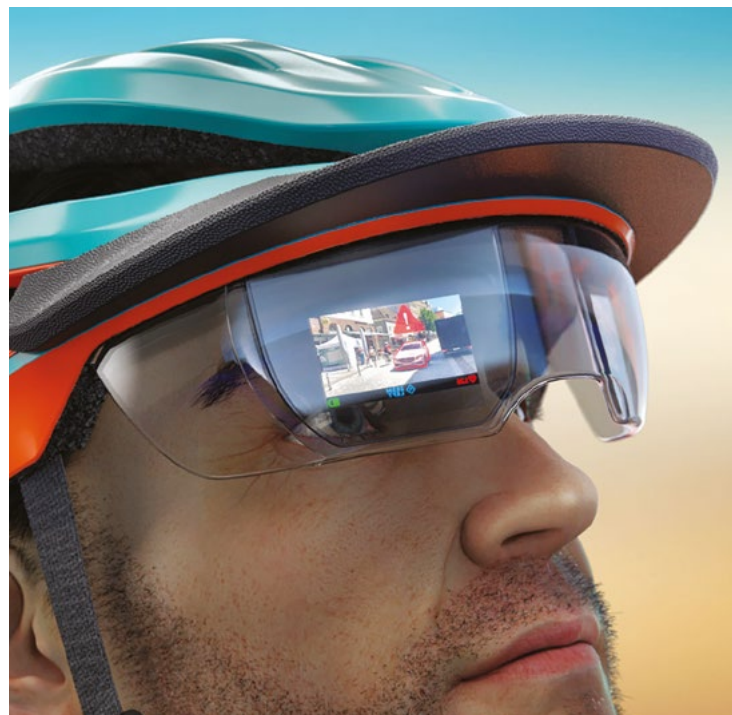
Számítási motor és adatbázis egyben, képes matematikai választ adni bármilyen számítási vagy matematikai kérdésre. Súlyt, magyarázatokat és tanfolyamokat is tartalmaz, és a statisztikából, fizikából, kémiából vizsgázóknak is hasznos. (Ára: 1090 Ft).

Photomath

Lefotózza a füzetbe vagy papírlapra leírt matematikai problémát, majd lépésről lépésre útmutatást nyújt annak megoldásához. Minden matematikai példát egyszerű, könnyen érthető lépésekre bont, és több megoldási módszert kínál. (Ingyenes, de az alkalmazáson belül vannak fizetős termékek).

Trigonometry. Unit Circle

Látványos ábrákkal segít eligazodni a trigonometria világában, könnyebbé teszi a szinusz, koszinusz, fokok, radiánok, trigonometriai képletek megértését és a számolást. (Ingyenes).



Itt a jövő okosbukója bicikliseknek

A közúti forgalom legveszélyeztetettebb résztvevői továbbra is a kerékpárosok. A német Thinkable Studio a kiterjesztett valóság, a mesterséges intelligencia és egy hatékony sisakvédő technológia kombinációjával akar az eddigieknél is nagyobb biztonságot adni a kerékpárosoknak a savAR elnevezésű okossisakkal, amely saját térfigyelő rendszerrel segíti a balesetek elkerülését, adta híriül a Yankodesign.

Az AI „előre látja” a forgalom veszélyes helyzeteit, és a hullámvezető kijelzőtechnológiának köszönhetően a biciklis számára is megjeleníti ezeket, mielőtt a szituáció tényleg elfajulna. Gyakorlatilag egy 360 fokok kamerával segíti a bringásokat, akik így esélyt kapnak, hogy elkerüljék az ütközéseket. Az AI kiszámítja az ütközés várható menetét és idejét, majd a rendszer vészjelzést jelenít meg a kijelzőn, és hangos riasztást küld a beépített hangszórókon keresztül.

A savAR kompatibilis a bringás okostelefonjával vagy a kerékpáros-komputerrel, így a navigációban is segít és statisztikákkal is szolgál. A sisak rendkívül fényes LED-es irányjelző lámpákat és intelligens féklámpákat is kapott, amelyek Bluetooth-vezérléssel és hangvezérlő rendszerrel aktiválhatók. Ha mégis baleset történik, a MIPS ütészó technológia segít a komolyabb fejsérülések megelőzésében, az okosbukó pedig rögzíteni is tudja a történéseket, ami egy esetleges per esetén jöhet jól. A sisakot egyelőre még nem gyártják, pedig biztos, hogy kereslet lenne rá.

ÉLETJEL – 21. ARC KÖZÉRZETI KIÁLLÍTÁS



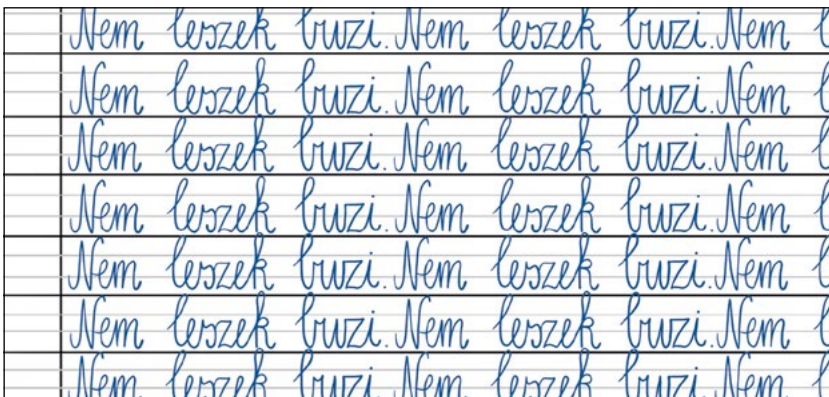
ELSŐ HELYEZETT

Vértessy Flóra és Ónodi Lóránt – Volt



MÁSODIK HELYEZETT

Vercz Dávid – Újjászületés



HARMADIK HELYEZETT

Mészáros Dóra, Házi feladat – 2021



A LEGKEDÉLYBORZOLÓBB ALKOTÁS BORZ DÍJA

Radványi Gábor – Belóg a lóláb



MI EZ? Az ARC közérzeti kiállítás idei nyertes munkái. A plakátokat a XI. kerületi Bikás parkban, szeptember 17-től egy hónapon át lehetett megnézni. Az ARC idén is bárki számára nyitott, jelíges pályázat eredménye. A 2021-es felhívás az életjel szó köré épült.

1061 beérkezett pályamunkáról 19 szakemberből álló zsűri döntött: Bakos Gabor, ARC; Bordás Róbert, operatőr; Samaras Daphne, rendező, Kinopravda; Eke Angéla, színművész, bábművész, performer; Erdély Mátyás, operatőr; Földes András, újságíró, Telex.hu; Kemény Zsófi, slammer, költő, író; Luka Kostil, rendező, Kinopravda; Kudász Gábor Arion, fotográfus, a MOME Fotográfia mesterképzésének vezetője; Majercsik Jojó, médiakommunikációs vezető, Budapest Pride; Nagy Iván Zsolt, felelős szerkesztő, HVG; Németh Gergő jógaoktató, Mandala Jógastúdiók; Nyáry Luca, slammer, író; Oltai Kata, művészettörténész, kurátor, FERi; Pálfi Norbert, kreatívigazgató, Relatív Reklám; Rényi András, művészettörténész; Smiló Dávid, építész, a Paradigma Ariadne társalapítója; Szoboszlai Péter, Hammer Agency, kreatívigazgató; Závada Péter, költő, zenész.

Részlet az idei kiírásból: „Itt az ideje, hogy magunkhoz térjünk: a kreativitás, az emberiség és az érzékenység a mi erőnk. És te is itt vagy velünk: akik nem adják fel a küzdelmet a kultúráért, a környezetért, az emberiségért és a közös együttlétért.”

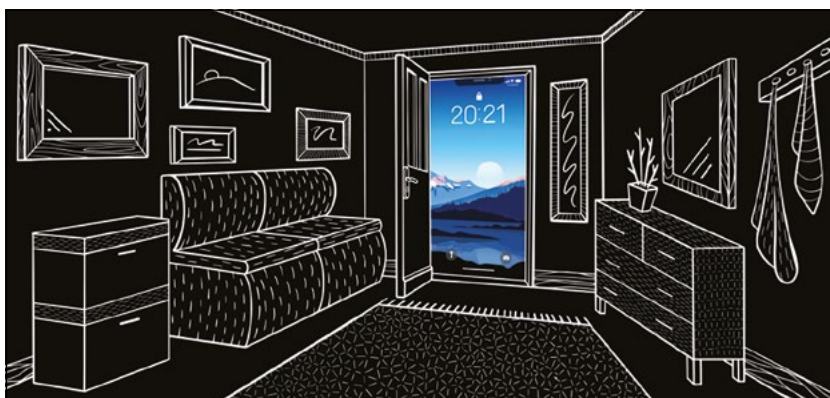
BUDAPEST KÜLÖNDÍJA

Elter Zsolt – Magyarfalancs



ÚJBUDA KÜLÖNDÍJA + KÖZÖNSÉGDÍJ

Kocsis Bálint – Hajrá, magyarok!



A HAMMER AGENCY KÜLÖNDÍJA

Hegedüs Melinda – Depresszív addikció

Veiszer Alinda, műsorvezető

„Nézzetek internetet!”

Nincs most olyan magyar tévécsatorna, ahol dolga lenne, de ha tehetné, közszolgálati televíziózással foglalkozna. Tavaly októberben kérdezte egy posztjában, hogy ha fizetőküpe mögé tesz fel egy online elérhető interjút, vajon fizetnének-e érte. Internetes projektje ma már öffenntartó, de a vágyott nézőszámért még sokat kell dolgozniuk. Támogatói tartalmakról, közszolgálatról, politikai újságírásról, társadalmi szakadékokról és az Alinda brandról is beszélgettünk vele.

BALKÁNYI NÓRA INTERJÚJA

Hozzád hasonlóan több volt tévés épít saját netes projektet: korábról Steiner Kristóf vagy D. Tóth Kriszta, az elmúlt időszakból Friderikusz Sándor vagy Istenes Bence. Lehet beszélni trendről?

Szerintem nehéz összehasonlítani ezeket a neveket egymással. Van, akinek épp országos kereskedelmi tévés nagy-produkciója fut és mellékállásban készít interjúkat a netre, reklámmal – azért az nagyon más alapállás, mint a miénk, és ráadásul akkora költségvetésből készül egy évad, amiből mi több évig tudnánk tartani a jelenlegi színvonalat. Mi abból élünk, amit a nézők megvesznek. Én még egy-két évvel ezelőtt sem gondoltam volna, hogy ezt fogom csinálni. A magyar média totális elfoglalása és a Covid viszont lehetetlen piaci körülményeket teremtett. Ebben a helyzetben háromféle választ lehet adni. Az egyik az, hogy lemesz kutyába. A másik az, hogy hagyod az egészet, csinálsz valami biztonságosabbat, kiszámíthatóbb kere-settel. A harmadik viszont az, hogy megnézed, át lehet-e forgatni más platformra azt, amit tudsz. Van-e rá piaci igény? Én a legutolsó pillanatban, mindenféle tapasztalat nélkül ugrottam fejest. Úgy számoltunk, hogy minimum egy-másfél év kell, mire öffenntartóvá válik a projekt, de szerencsére ezt már három hónap után elértük.

Hála azoknak az embereknek, akik látják és értik, mit jelent a támogatói tartalom. Hála a Telexnek, hogy belépett erre a piacra, és hozott magával csomó embert. Amennyi rosszat tesz velünk a politika, annyi reakciót is szül. A Telex politikai okokból jött létre, és így elképesztően erős impulzust adott annak a rétegnek, amelyik hajlandó kinyitni a pénztárcáját. Ők határozták meg ezt a folyamatot, azzal együtt, hogy a kisebb, komoly munkát végző portálok – mint a Direkt36 vagy az Átlátszó – már régóta gyűjtögetnek, de igazi áttörést az hozott, amikor hatvan ember állt fel és kért pénzt mainstream, nagy portálra.

Elveszik egymástól a támogatókat a különböző modellekkel kísérletező független médiumok?

A hír- és oknyomozó portálok versenyeznek, igen, az embereknek valószínűleg mérlegelniük kell. Amit én csinálok, azért szerencsés, mert mások nem igazán csinálják. Kultúrával eleve nem szeretnek foglalkozni,

a nagyobb portálok különösen nem, ráadásul nálam egyszerre jelen van a tudomány és a közélet is. Ezen a placcon nincs erős verseny.

A Partizánt ebben az értelemben versenytársnak tekinted?

Nem. A Partizán fantasztikusan beindult, én is nagy drukkerük vagyok. Pici vagyok hozzájuk képest. Gondolkodtam azon, mekkorára szeretnék nőni, de szeretnék kicsi maradni. Furcsa, de jobb így nekem. Mintha cukrászdám lenne, és megkérdeznék valaki, hogy nem szeretnék-e franchise-t? Nem. Ha már nem én sütöm a sütit, nem biztos, hogy a vége ugyanaz a minőség lesz.

Mit jelent kicsinek maradni?

Van sok ötletem, de kicsi lépésekben gondolkodom. Marciék rengeteget dolgoznak, podcastek, beszélgetések... gyakorlatilag televíziós csatornát működtetnek, már viszonylag nagyobb stábbal. Ez jó stratégia, de most nem én vagyok. Ha valaha televíziós csatornára szeretném, hogy ráhatásom legyen, az a közszolgálati.

Mekkora az elérése a videóidnak?

Az interjúkat csak az látja, aki hozzá is járul az elkészítéséhez, de szerencsére sokszor vannak exkluzív tartalmaink – ezekről többen is írnak. A szemléknek aztán nagy, százazres, akár több százazres elérései vannak. Előfizetői szinten a távoli jövőben el kellene jutnunk valahova öt- és tízezer közé, de azért ez nem könnyű út. Abból már sok mindent lehetne csinálni, jó minőségben forgatni ugyanis nagyon pénzigényes. Remélem, hogy folyamatosan haladunk ezen az úton. Múltkor a Balatonon sétálgatva utánam szóltak már az utcán is, hogy úgy sajnálják, hogy nincs tv-műsorom, még nem fizettek elő az újra, de majd fognak. Az embereknek időre van szüksége ahhoz, hogy elhiggyék, hogy valóban folyamatosan dolgozol.

Az öt-tíz ezerhez képest hol tartotok?

Messze a cél, szép lassan alakul. De sokat is dolgozunk érte.



Fotók: Szabó Réka

„Az volt a kérdés, hogy mára, 35 éves koromra eljutottam-e odáig, hogy kimondjam, hogy én már soha többé nem fogok televíziózni, mert nem akarok egyetlen kompromisszumot sem megkötni.” Ezt a Hvg.hu-nak mondtad a Hír TV-s műsorod indulása előtt, 2015-ben, arra a kérdésre, hogy reménykedtél-e abban, hogy a Záróra után visszatérsz a képernyőre.

Hol volt akkor még, hogy a netre lehet költözni, ami ennyire szabad. Akkor még arról volt szó, hogy melyik csatornához mész. A mai napig mondják fájdalmasan, hogy jaj, te szegény, már nem szerződött le a tévé. Erre azt szoktam válaszolni, hogy emberek, a tévé már nem olyan fontos. Nincs olyan csatorna, ahol most dolgom lenne. Nézzetek internetet, támogassátok a tartalmat, fizessetek elő a Patreon.com-on (*támogatói felület – a szerk.*), így akár bele is szólhattok.

Akkor, ha most kérdezem, tervezel-e visszamenni, mit mondasz?

Azt, hogy nem. Egy tévé érdekel, a közmédia. De azt felépíteni szeretném. Nem műsort vezetnék. Erre viszont más is aspirál. *(nevet)*

A közmédiában futó Záróra után a Hír TV-ben Alinda lett a műsorod címe, most a Patreonon te látszol a képkivágatokban, nem az alanyok. Mennyire tudatosan építet az Alinda brandet?

Amikor a Hír TV-ben ültünk a stábbal, és azon gondolkodtunk, mi legyen a műsor címe, elhangzott mindenféle ötlet. Közben dumáltunk: „Olgánál ez volt, Antóniánál az volt...”. Rájöttünk, hogy sosem használjuk a műsorcímeket. Akkor miért találjunk ki egy százötvenediket, miért ne legyen Alinda? Innentől tudatosabb volt a brandépítés, mert aki idézett, muszájból leírta a nevemet is.

Hol tart most ez a brand?

Ezt pontosan nem tudom, de negyvenévesen tudom, hogy mit szeretnék és mit nem. Nem volt mindig így. Az elmúlt években, ahogyan megszűntek a tévés lehetőségek, volt egy kis zavar bennem is. Azt éreztem, hogy nem találom pontosan, mi vagyok. Olyan emberekkel vagy szájtokkal szerettem volna versenyezni, akik valami népszerűbbet csinálnak. Belementem ebbe az utcába, és nem éreztem jól magam. Mostanra az öndefiniálási folyamat végén vagyok, és azt gondolom, így jó minden, ahogy van.

„Nincs olyan csatorna, ahol most dolgom lenne.”

KÖZMÉDIA, HÍR TV, ATV, INTERNET

Veiszer Alinda 2004-ben, a Magyar Televízió Riporter kerestetik című műsorában indult, innen került Az Estéhez és a Kultúrházhoz. Záróra című portréinterjú-műsora 2006-tól 2011-ig ment. Születési szabadság után nem vették vissza a köztévéhez. 2015-ben a Hír TV-nél folytatta saját műsorát Alinda címmel, itt három évet ajánlottak neki biztosan. 2018-ban a választások után Simicska Lajos felszámolta médiabirodalmát, a Hír TV-ben is leépítések indultak, Alinda műsorát sem folytatták. Szintén 2018-ban férjével, az újságíró László Pállal részt vett a Nyerő Páros című, RTL Klubon futó realityben.

2019-ben a szlovák közmédiá nappal magyar nyelvű rádiójában, a Pátriában indult műsora. 2020 áprilisától az ATV Start reggeli műsorban dolgozott, júliusban mondott fel. 2020 októberében elkezdett a Patreon támogatók számára nyitott felületén keresztül megosztani interjúkat.

Alinda kulturális programok rendszeres műsorvezetője. 2010-ben jelent meg a Záróra – Harminc ószinte beszélgetés, 2012-ben a Ráadás – 18 új beszélgetés, 2013-ban a Bridge generáció – Álombokból üzletet című könyve. 2008-ban Junior Prima, 2010-ben Prima Primissima díjat kapott.

Megerősített, hogy önfenntartóvá vált a támogatói projekt, hogy jöttek a csak nálam elmondott, exkluzív dolgok. Úgy látom, a közeg hálás, ha fenntartod a minőségi beszélgetés lehetőségét. Még soha egy alanyom sem kérdezte meg, hogy hány ember fogja látni a műsort. Nem PR-felületként tekintenek rám, és ezért rettentő hálás vagyok. A brand tehát ott tart, hogy mer kicsi lenni, és reméli, hogy fontos.

Tárgyaltál szponzorációról?

Nagyon az elején, akkor még másik struktúrában gondolkodtunk. De azt látom, hogy a közéletre reflektáló produktumoknál ez az irány nem igazán működik. Mindenki fél, lássuk be. Hiába mondja a vezető, hogy csináljuk, a PR-en már nem jutsz át. Kevés bátor cég vagy gazdag ember van, aki névvel és arccal beleállna. Részben ezért is választottuk, hogy sok kicsi sokra megy alapon indulunk el a Patreonon.

Pedig a purpose fontosságát sokan emlegetik.

A Coca-Cola kitette a meleg párokat mutató plakátokat, aztán le is vette. Vannak kezdeményezések, de nem ez a jellemző.

A transz- és melegellenesség átforgatott pedofiltörvény után sok márka állt ki hangosan az LMBTQ-emberek mellett.

A multik pontosan tudják, hogy mennyibe kerülne elveszíteni a meleg fogyasztókat. Én nem látom, hogy támaszkodhatnánk rájuk. Nem is tudom igazán, hogy a feladatuk lenne-e, de úgy látom, hogy nem igazán állnak be erős állításokat tevő produktumok mögé. Nálunk meg közben többen is beszéltek arról, hogyan él meg a másságukat.

Sokszor jelensz meg műsorvezetőként, hosztként, egy-egy ügy támogatójaként is. Hogyan szűröd a megkereséseket?

Az előválasztás miatt több párt is keresett, hogy legyek például kampánynyitón hoppmester. A legnagyobb tisztelettel, de kategorikusan, mindig nemet mondom. Egészen addig nemet is fogok, amíg úgy nem döntök, hogy belépek a politikai színtérre. Amikor könyvbemutatókra vagy civil ügyekhez hívnak, jellemzően számomra érdekes projektek találhatnak meg. Már tudják rólam, milyen vagyok, ismerik az érdeklődési körömet. Innentől csak kapacitás kérdése, mit tudok vállalni.

Be fogsz lépni a politikai színtérre?

Ettől a gondolattól egyre jobban eltávolodtam. Egyelőre messze nem minőségi ez a tér. Sajnálom azokat az embereket, akik próbálnak értékeket képviselni, aztán kapálóznak a pörköltsaftos marhasággal, bunkósággal, egyszerűséggel szemben. Nekem nincs ehhez kedvem. Minden arról szól, hogy hogyan gyilkoljuk a másikat, nem arról, hogy mi legyen az oktatással vagy a kultúra finanszírozásával. Egy országban, ahol az őszödi beszédről készült játékfilm szereplőit állítólag úgy castingolják, hogy a színészek nem is feltétlenül tudják, milyen filmre hívták őket... na, akkor azért van baj.

Az ATV Start reggeli műsorban pár hónapig dolgoztál. A munka kapcsán a 24.hu-nak adott interjúdban beszéltél a politikai újságírói szerepről. Hogyan lehet ezt a műfajt ebben a közegben jól csinálni?

Nehezen. Láttam már közelről, ahogyan egy műsorvezető különalku mentén szervezett le magának egy politikust. Vagy Vidnyánszky Attiláról lehet tudni, hogyha bekérdezel nála, felrúgja a széket, kísétál, soha többet nem megy el hozzád. Így nem lehet dolgozni. Ez a tér szerintem halott, per pillanat nem érdemes vele foglalkozni. Nemrég Gyarmathy Éva volt a vendégem, aki diszlexiás és SNI-s (*sajátos nevelési igényű – a szerk.*) gyerekekkel foglalkozik. Lehet, hogy ez a téma önmagában nem tűnik annyira kattintósnak, de ha azt nézzük, hogy szerinte a vírus miatt lehetséges, hogy több autista gyerek születik majd, és valószínű, hogy az atipikus válik tipikussá, akkor erre az oktatási rendszernek fel kellene készülnie. Fontos téma. Egyébként én is meglepődtem azon, hogy ezt a beszélgetést milyen sok helyen idézték. Kellemes csalódás volt, mert én is fontosnak éreztem Gyarmathy Éva mondatait. Előremutató interjú volt. Az, hogy Kásler Miklós szerint lapos-e a Föld, nem az.

Azt szoktad mondani az ATV-s időszakról, hogy semmilyen szempontból nem illtél oda. Milyen szempontokból?

Sok szempontból. Kiderült, hogy más a szakmai sztenderdem, más személyiség is vagyok, mint sokan, akik ott körülvettek. De volt pozitív találkozásom is, például egy rendezővel, akit nagyon kedveltem.

„A közeg hálás, ha fenntartod a minőségi beszélgetés lehetőségét.”

Szakmai sztenderd? Arra gondolsz, amire utaltál, hogy egy riporter különalkut köt?

Akár erre. Rendszeresen találkoztam azzal, hogy egy politikus X-hez bemegy, de Y-hoz már nem. A politikus pedig nyilván a könnyebb ellenállás felé tart. Ezt elfogadhatatlannak tartom. Akkor ne tessék jönni, és ne tessék hívni őket. Az is fontos, hogy szeretek komolyan elmélyülni abban, amiről kérdezni fogok. Nem mindenki. De ez a napi pörgésben nehéz is.

Volt olyan, hogy kifejezetten hozzád nem jött be politikus?

Áttételesen hallottam ilyet, de nincs rá bizonyítékom.

Ha ilyen rossz a helyzet, lehet tenni bármit a politikai szakadékok áthidalásáért?

Mondok példát, aminek társadalmi szinten lehet értelme. Nemrég elhívtam Nagy Ferót, miután egy színpadon problémás dolgokat mondott az LMBTQ-emberekre. Arra gondoltam, beszélgetnünk kellene. Végül sok minden került szóba, ez a téma is. A vége az lett, hogy ő nem is utálja a meleget. Inkább azért ne bújjanak elő, mert mások bántani fogják őket, és ne tegyék ki magukat a veszélynek. Megkérdeztem, hogy akkor nem lenne-e jobb, ha azokat ítéljük el, akik bántják őket – és mindenki lehet az, aki lenni akar? Csendben maradt, és azt mondta, tudod, mit, igazad van. Nagyon meglepett. Elgondolkodtatni a másikat – na, ennek van értelme. Meg azt mondani egymásnak, hogy figyelj, átgondoltam, igazad lehet. Szóval üzenem Cseke Péternek, Balázs Péternek és Vidnyánszky Attilának, hogy vegyék fel a telefont, és jöjjenek beszélgetni. Mindannyiukat hívtam már, de sosem jártam sikerrel.

A szakadékok kapcsán: sokszor kerül szóba újságírók között, hogy van-e értelme beszélni propagandában dolgozókkal. Erről mit gondolsz?

Elég radikális a véleményem, sokan nem értenek velem egyet. Azt gondolom, hogy az újságírásnak vannak alapszabályai. A kritikus gondolkodást és a politikai pártoktól való függetlenséget fogadjuk el ilyen alapszabálynak, meg hozzáteszem azt az idealista megközelítésemet, hogy a hatalmat ellenőrizni is az. Akikre ma azt mondjuk, kormányközeli vagy NER-újságírók, ilyen értelemben nem újságírók. Amit ők csinálnak, az tők másik szakma. Az, hogy visszaböfögjem pártok programját vagy népszerűsítsem a kormányt, hogy karaktergyilkosságokat eszeljek ki, vagy csak működjek közre bennük, hogy válogatott jelzőkkel pocskondiázzam akár Ferenc pápát is, az semennyire sem újságírás.

Az egyik oldalon olyan újságírók dolgoznak, akiknek természetesen van személyes értékrendjük vagy véleményük – hiszen teljes objektivitás nem létezhet, amíg emberek írnak –, de azt nem akarják ráerőltetni a szavazókra vagy olvasókra. A „másik oldalon” pedig janicsárok küzdenek a kormány fennmaradásáért. Ilyen értelemben nincs közös dolgunk. Vannak vitaestek, ahol összeül a két oldal, de ennek nem látom értelmét, és hangsúlyozom, ebben sokan mászt gondolnak, mint én. *(A Zsurnalista Vitaesteknek nevezett eseményeken jellemzően egy független és egy kormányzati médiában dolgozó ül össze. Ilyen beszélgetés volt például Szily László és Huth Gergely vagy Plankó Gergő és Apáti Bence között – a szerk.).* Azon túl, hogy megmutatod, hogy képes vagy higgadt maradni, mi történik? Semmi.



Mondtad, hogyha valamit szívesen csinálnál, az a közszolgálat. Létezhet a klasszikus, kiegyensúlyozott, egyik-másik oldalt bemutató újságírás ebben a környezetben?

Amikor huszonévesen elkezdtem a pályát, még BBC-sztenderdről beszélgettünk: mit jelent objektív újságírást folytatni, hol van tere a saját gondolatainknak és véleményünknek, lehet-e egyáltalán vitákat készíteni, ha a politikai pálya egyértelműen lejt valaki felé. Ezek izgalmas kérdések voltak, de ma már nincs róluk szó. Azt sem tudom, mi ma a BBC-sztenderd, itthon nem is létezhet. Amíg politikusok jogállamban bizonyos kérdésekről vitatkoznak, létezik egyrészt-másrészt, de amikor a jogállam létéről van szó és emberi jogok sérülnek, akkor nincs. Ma szerintem nem létezik az az objektivitás, hogy meghívok egy kormánypárti és egy ellenzéki politikust, már csak azért sem, mert nem jellemző, hogy mindenki elvállalja a vitát. Ráadásul mérhetetlenül nagyobb felülete van a kormánypárti politikának az intézményesült médiában. Ha valóban ki szeretnéd egyensúlyozni az egyenlőtlenségeket, és elmondani, amit igaznak látsz, akkor pedig bélyegeket kapsz. Ez nehéz. Nem feltétlenül erre szerződöttünk huszonévesen.

Tud reagálni a hagyományos közszolgálat a mediális és közéleti változásokra? Ideértve a nagy techcégek befolyását és a kormányzati térnyerést is.

Tudna, és kellene is neki. Minden országnak járna a prémium újságírókat foglalkoztató, a hatalmat ellenőrző, a kultúra ütőerét érző közmédia. Ott nagy tér lehetne. De nem tudom, ha például itthon lenne működő közszolgálat, én lennék-e? Lenne-e Partizán? Amit mi csinálunk, az valamiféle közszolgálat. Sokat kellene gondolkodni azon, hogy mi ennek a műfajnak a 21. századi formája, de abban biztos vagyok, hogy szükség lenne rá. •

TV Trends

Kotroczó Róbert, az RTL Magyarország hírigazgatója az Rtl.hu-ról, előválasztási vitákról és a függetlenség követelményeiről

„Egy kérdés előtt elszaladó politikus látszólag vicces, valójában nagyon szomorú kép”

BICSÉRDI-FÜLÖP ÁDÁM INTERJÚJA

Az ellenzéki előválasztási viták után a következő cél, hogy a jövő évi „nagy” miniszterelnök-jelölt-vita házigazdája is az RTL Magyarország legyen. „Rajtunk nem múlik” – mondja Kotroczó Róbert hírigazgató, aki szerint a hírodallá alakuló Rtl.hu közelgő indulása új helyzetet teremt házon belül. Az új felület anyagaira is a hírműsorok pártatlan hangvétele lesz a jellemző, és jelentősen gyorsul a hírszolgáltatás, hiszen a legfontosabb infókkal már nem kell bevárni a Híradót.



Fotó: Kőrösi Zoltán

A TELJES CIKK A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN 2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

Milliók megrághatják a magyar kreatív ipart, ha nem találják meg a helyüket benne, és nem alakítják ki a saját maguké.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

Milliók megrághatják a magyar kreatív ipart, ha nem találják meg a helyüket benne, és nem alakítják ki a saját maguké.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

Milliók megrághatják a magyar kreatív ipart, ha nem találják meg a helyüket benne, és nem alakítják ki a saját maguké.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett. A kreatív ipar a legújabb évtizedekben a leggyorsabban növekvő iparág lett.

© 2004 American Psychological Association
0893-3200/04/\$12.00
DOI: 10.1037/0893-3200.19.1.101

2021/10-11. LA

Further information on the author's research
can be found at <http://www.mindgarden.com>
and <http://www.mindgarden.com>
or by email at info@mindgarden.com or by
phone at [+441203535353](tel:+441203535353) or by fax at [+441203535353](tel:+441203535353)

ELJES CIKK
TT KREATÍV MAGAZIN
SZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

Bitte eingetragene Marken
zu beachten und zu schützen

© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

*"Edlig nekven, fittirneya skóli, og online
húsnáttak, þessu eru fittirskóli í hvert lagi
skóli hvernig skóli þessu eru."*



Foto: Károlyi Zoltán

A TELJES CIKK A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN 2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

Az első lépés az, hogy meg kell érteni, hogy a kreativitás nem egyfajta képesség, hanem egyfajta attitűd. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

Az első lépés az, hogy meg kell érteni, hogy a kreativitás nem egyfajta képesség, hanem egyfajta attitűd. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

Az első lépés az, hogy meg kell érteni, hogy a kreativitás nem egyfajta képesség, hanem egyfajta attitűd. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

Az első lépés az, hogy meg kell érteni, hogy a kreativitás nem egyfajta képesség, hanem egyfajta attitűd. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találjunk ki, és ez nem csak a művészetek területén van meg, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság, a társadalom minden területén.

**Készítsd el a nagy miniatűrűd, juttasd el a
a mi rendszerünk. El is juttattuk a mi a
a megfigyelt helyre.**

Fischer Gábor, a TV2 Csoport programigazgatója a fikció jövőjéről, főműsoridős versengésről és visszatérő brandekről

„Magyarország kicsi ahhoz, hogy igazán nagy hatású formátummal rukkoljon elő”

BICSÉRDI-FÜLÖP ÁDÁM INTERJÚJA

Egy csatorna műsorstruktúrája olyan, mint az autóversenyzés Fischer Gábor szerint: bizonyos szektorokat el kell rontani ahhoz, hogy a következő szektorban még gyorsabb legyél. A főműsoridős versengésre fókuszáló programigazgató szerint a következő években nemcsak a globális tartalomgyártók terjeszkedésére kell odafigyelni, de a fikciós sorozatok tündöklése is elmúlhat.

Interjú Dudás Gergellyel, az RTL Magyarország kereskedelmi igazgatójával

„Az áremelés most mindenki érdeke”

Az áremlés paradox módon a hirdetőik érdeke is: a túltelített reklámblokkok és a túlkereslet miatt már nem lehet végrehajtani az ügynökségek által felépített kampánystratégiákat. A helyzet annyira drámai, hogy egy hónapban a későn rendelőket már csak várólistára tudják tenni a sales house-ok. Interjú Dudás Gergelyvel, az RTL Magyarország kereskedelmi igazgatójával és az R-time (az RTL sales house-a – a szerk.) ügyvezetőjével.

FÜLÖP ISTVÁN INTERJÚJA

© 2000 by the American Psychological Association or one of its allied publishers. This article is intended solely for the personal use of the individual user and is not to be disseminated broadly.

[illegible]

© 2000 Blackwell Science Ltd, *Journal of Internal Medicine* 247: 399–405

[illegible]

It is important not to get into the trap of thinking that the only way to avoid the problems of the past is to avoid the future. The only way to avoid the problems of the past is to avoid the future.

Information about this article is available at www.elsevier.com/locate/jmb

az emberek között, hogy ha egy vállalkozás sikeresen
munkát végzett, azaz hatékonyan működik, az
szükség esetén...

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...

A vállalkozás az emberek között, azaz a

Ha a vállalkozás az emberek között, azaz a
vállalkozásnak, azaz az emberek között, azaz
szükség esetén...



A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

Interjú Kosaras Klaudiával, az Atmedia kereskedelmi igazgatójával

„Az alacsony árak miatt nem lehet kiszolgálni a keresletet”

Mindenképp áremeles következik 2022-ben, mert sokkal nagyobb a tévéhirdetések iránti kereslet, mint amennyi reklámidő rendelkezésre áll – de az optimális árszintre még éveket kell várni. A Nielsen-panel kibővítése sok problémát megoldhat, különösen az alacsony nézettségű kábelszatórnaknál. Kosaras Klaudiával, az Atmedia-csoport kereskedelmi vezetőjével beszélgettünk.

© 2000 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. This publication is protected by copyright. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from The McGraw-Hill Companies, Inc.

[illegible][illegible][illegible]

It is a common, long-held belief in the U.S. that the more people know about a product, the more they will like it. However, research shows that this is not always the case. In fact, too much information can lead to decision paralysis and a lack of purchase. This is why marketers often use a "less is more" approach, focusing on a few key benefits rather than overwhelming consumers with a long list of features.

It is important to note that the results of this study are based on a cross-sectional design. Therefore, the causal relationship between the variables cannot be established. Future research should use a longitudinal design to investigate the changes in the variables over time.

de akkor nem voltam ilyen pozitív, mert azt hittem, hogy az egész világ ellenem van. Aztán megértettem, hogy az egész világ nem ellenem van, hanem az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom.

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Először is az embernek meg kell értenie, hogy az ember nem az egész világ ellenem van, hanem az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom.

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Először is az embernek meg kell értenie, hogy az ember nem az egész világ ellenem van, hanem az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom.

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Először is az embernek meg kell értenie, hogy az ember nem az egész világ ellenem van, hanem az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom.

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Először is az embernek meg kell értenie, hogy az ember nem az egész világ ellenem van, hanem az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom. Az emberekkel való kapcsolatomban az egész világ az én szememmel látom.



Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

Hogyan lehet az ember olyan, aki nem akarja, hogy az egész világ ellenem van?

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Interjú Málnay B. Leventével,
az AMC Networks International ügyvezető alelnökével

„A sportjogokban is racionális játékosok vagyunk”

BICSÉRDI-FÜLÖP ÁDÁM INTERJÚJA

„Huszárosat húzott” az AMC magyar tévés portfóliója azzal, hogy minden eddiginél több saját gyártású műsorral jelentkezik ebben a szezonban. Málnay B. Levente szerint ezt a lépést többek között a reményeik szerint bővülő reklámpiac és a konkurensek visszafogottsága indokolta. A sportjogok területén az alelnök szerint volt olyan árverseny, amiből inkább kiszálltak, de így is komoly összeget szánnak a következő 3 évben a sportcsatornáikra.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.

Az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti. A csatornák műsorait az AMC Networks International Magyarországon az AMC, az AMC2 és az AMC3 csatornákat működteti.



ZOLTÁN LŐRINCZ

...és egy hullámvölgyben, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

A TELJES CIKK A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN 2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

A legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy
...és a legújabb számok, ahol az egyik legújabb számok, hogy

Interjú Németh S. Szilárdval, az ATV vezérigazgatójával

„A tévés viták a fiatalok körében népszerűbbek”

2021 tavaszán az ATV nézettségén is megérződött a Covid-fásultság, de az előválasztás körüli kiemelkedő érdeklődés ellensúlyozza ezt az időszakot. Németh S. Szilárd szerint vannak kifejezetten olyan közéleti műsoraik, amelyek a digitális térben teljesítenek már jobban. A Klubrádió korábbi frekvenciáján sugárzó Spirit FM megjelenésével pedig szerintem egy fájdalmas, de szükségszerű generációváltás zajlik épp a közéleti rádiózásban.

BICSÉRDI-FÜLÖP ÁDÁM INTERJÚJA

© 2011 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 270: 257–266

[illegible]

Abstracts were either self-identified or assigned to the abstractor by the editor. All abstracts were reviewed by the abstractor.

Wir erwarten die Diskussionen spätestens mit Beginn der
Sommerferien zu beginnen und Sie zu beenden.

En general, hay un consenso acerca de que el aprendizaje es el resultado de la interacción de los factores biológicos, ambientales y culturales. Sin embargo, no hay consenso sobre la importancia de cada uno de ellos. Algunos autores consideran que el aprendizaje es un proceso puramente biológico, mientras que otros lo consideran un proceso puramente cultural. La mayoría de los autores, sin embargo, consideran que el aprendizaje es un proceso que involucra a todos los factores mencionados.

Published by Taylor & Francis Ltd. on behalf of the publisher, Cambridge University Press, 477 Williamstown Road, Port Melbourne, VIC 3207, Australia
 Periodicals postage paid at Rahway, NJ
 Postmaster: send address changes in USA, Canada and Mexico to *Journal of Management Studies*, c/o Taylor & Francis Ltd., 325 Chestnut Street, 8th Floor, Philadelphia, PA 19106, USA
 Copyright © 2006 Taylor & Francis Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored, transmitted, or disseminated, in any form, or by any means, without prior written permission from Taylor & Francis Ltd. in the USA and Canada: permission should be sought from Cambridge University Press, 477 Williamstown Road, Port Melbourne, VIC 3207, Australia and/or 100 Brook Hill Drive, West Nyack, NY 10994-2133, USA. For all other use, permission should be sought from Cambridge University Press, The Edinburgh Building, Shaftesbury Road, Cambridge CB2 2RU, UK
 This journal is registered with the Copyright Clearance Center, 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923. Organizations in the USA who are also registered with the C.C.C. may therefore copy material (beyond the limits permitted by sections 107 and 108 of US copyright law) subject to payment to C.C.C. of the per copy fee of \$12.00, code 0021-8758/2006 \$12.00. This consent does not extend to multiple copying for promotional or commercial purposes. ISI Tear Sheet Service, 3501 Market Street, Philadelphia, PA 19104, USA, is authorized to supply single copies of separate articles for private use only. Organizations authorized by the Copyright Licensing Agency may also copy material subject to the usual conditions. For all other use, permission should be sought from Cambridge or the American Branch of Cambridge University Press.
 This journal is included in the Cambridge Journals Online service which can be found at <http://journals.cambridge.org>. For further information on other Press titles access <http://www.cambridge.org>

The first step in the process of the research is to identify the research problem. This is done by reviewing the literature and identifying the gaps in knowledge. The next step is to develop a research design, which involves determining the methods and procedures that will be used to collect and analyze data. The third step is to collect data, which is done through various methods such as surveys, interviews, and experiments. The final step is to analyze the data and draw conclusions, which involves interpreting the results and making recommendations based on the findings.

[illegible]

Copyright © 2005 by John Wiley & Sons, Inc.

© 2000 Blackwell Science Ltd, *Journal of Internal Medicine* 247: 395–401

© 2002 Blackwell Publishers Ltd. *Journal of Internal Medicine* 252: 105–112

For further information, please contact:
 Dr. J. H. J. van der Vliet, j.van.der.vliet@wur.nl
 Wageningen University, Wageningen, The Netherlands

AMC Networks International



TV Paprika

Külső-belső megújulás a TV Paprikánál



Jöttünk, láttunk, főztünk.



Mary Berry egyszerű finomságai



Píríts Rám!

Szeptembertől vadonatúj arculattal látható Magyarország kedvenc főzőcsatornája, a TV Paprika. De nem csak a külső újul meg, októberben vadonatúj saját gyártású gasztroprodukciók is műsorra kerülnek.

A csatorna új logóval és filozófiával várja a nézőket, amely nemcsak a főzés örömeire hívja fel a figyelmet, hanem arra is biztat, hogy minél több minőségi és kreatív időt töltsön együtt a család és a barátok. A főzés és az étkezés a hétköznapi kultúránk része, olyan érték, amelyet a TV Paprika arculatában és műsoraiban fennállása óta töretlenül képvisel. Az új megjelenés képi és zenei hangulata megerősíti, hogy az együtt töltött minőségi idő mennyire értékes és fontos.

A csatorna logója és betűtípusa is megváltozik, de az új logó nem szakít teljesen a hagyományokkal. A sárga színű, tévére utaló piktogram eltűnik, helyét egy körforma veszi át, mely az új arculat elemeinek képi világában központi szerepet tölt be.

De nem csak a TV Paprika külsője változik meg, hiszen **október 2-án indul a vadonatúj formátumú „Jöttünk, láttunk, főztünk.”** című saját gyártású produkció, melyben a kreativitáson van a hangsúly. Az 5 főszereplő gasztrobloggernek ugyanis egy-egy sztárvendég két kedvenc receptjét kell hagyományos, vagy éppen újszerű módon elkészítenie Havas Dóra és Bede Róbert segítségével. A vendég – köztük például Hajós András, Trokán Anna és Oroszlán Szonja – végül megköszöli mindkét

csapat főztjét, és eldönti, kinek adja az arany fakanalat. A fakanalak gyűjtésén túl persze a legfőbb cél, hogy jó hangulatban, ízletes recepteket mutassanak be a műsorban.

Október 4-én indul a méltán népszerű angol sorozat alapján készült „Sütimester – Ausztrália”, amelyben 12 lelkes cukrász igyekszik megoldani a nehéz feladatokat annak reményében, hogy elnyerik az Ausztrália legjobb hobbicukrásza címet. A 10 hétig tartó verseny során a versenyzőknek 30 kihívással kell szembenéznük, miközben a zsűri minden mozdulatukat figyelemmel kíséri.

A cseh konyha is bemutatkozik a TV Paprikán, **október 15-től Jiří Halamaka séf megmutatja, hogy milyen remek ízeket lehet kihozni ismert vagy kevésbé megszokott alapanyagokból a Jiří, a húsimádió című műsorban.**

Az újdonságok **október 16-án folytatódnak a „Píríts Rám!” című gasztrovetélkedő a második évadával,** ahol továbbra is a nők kezében lesz az irányítás, a férfiak kezében pedig a fakanal. Az ínycsiklandó ételek elkészítésével ezúttal többek között Hadas Kriszta, Laky Zsuzsi és Peller Anna próbálkozik majd, természetesen páraik segítségével.

Végül Mary Berry műsorai sem maradhatnak el, **októberben két premiert is láthatnak a nézők, 4-től a Mary Berry egyszerű finomságait, míg 12-től a Mary Berry klasszikusait.**

JÖTTÜNK, LÁTTUNK, FŐZTÜNK.



A KÖZÖS FŐZÉS ÖRÖME A MEGÚJULT TV PAPRIKÁN
HÉTVÉGENTE 15:00

tv paprika

ATV Group



ATV

Izgalmas őszi szezonra készül az ATV!



Napfényes falunk: A Napfényes falunk című cseh sikersorozatot elsőként Magyarországon az ATV nézői láthatják



Voks 2022: Krug Emíliával, Szöllősi Györgyivel, Rónai Egóval és Simon Andrásal az ATV-n!

Az ATV műsorstruktúrájának gerincét az őszi szezonban is a hír- és a hírháttérműsorok adják. A közéleti témák mellett azonban szükség van egy kis lazításra is. Több új és igényes szórakoztató műsorral készül az ATV, szombat esténként a Jakupcsek Nightban sztárparádét láthatnak a nézők, és elindul a Gényusz című tudásalapú vetélkedő a legendás kvízmesterrel, Gundel Takács Gáborral. A filmsorozatok rajongói számára is készül a csatorna egy meglepetéssel, Magyarországon elsőként az ATV nézői láthatják a cseh sikersorozatot, a Napfényes falunkat.

A 2022-es országgyűlési választásokra készülve augusztus végétől október 14-ig a **Voks 2022** című műsort fut az ATV-n. Ellenzéki és kormánypárti politikusok, elemzők és szakértők vitáznak Magyarország jelenlegi állapotáról. Az adások mindig egyetlen fontos témát járnak körül, ilyen például az oktatás, a jogállamiság, az egészségügy, a gazdaság és a külpolitika. A műsor október 14-ig, minden kedden, szerdán és csütörtökön 20.45-kor jelentkezik az ATV-n Krug Emíliával, Szöllősi Györgyivel, Rónai Egóval és Simon Andrásal.

Az ATV egy saját gyártású, nagyszabású vetélkedővel vág neki az őszi szezonnak. Október 19-től indul a **Gényusz** a legendás kvízmesterrel, Gundel Takács Gáborral. Ez lesz az első olyan tudásalapú vetélkedő, amelyben az ország legeredményesebb kvízzjátékosai küzdenek meg egymással. A műsorban azok a versenyzők mérik össze tudásukat, akik az elmúlt évtizedekben már több hazai műveltségi versenyben is szerepeltek, elképesztő tájékozottságukat megvallantva milliós vagy akár több tízmilliós nyereménnyel térhettek haza. Ez a vetélkedő a tudás mellett a gyorsaság, az állóképesség, a kitartás és az idegek harca is. Presztízscsata az elmúlt évek legsikeresebb nyertesei között. Az a játékos, aki 10 ellenfelét is képes

legyőzni, a 10 millió forintos fődíj mellett megkapja a legjobbak között is az elsőnek járó Gényusz címet. A **Gényusz Gundel Takács Gáborral** minden kedden, szerdán és csütörtökön este 20.45-kor kerül képernyőre.

Egy másik saját ötleten alapuló superprodukcióval is készül a csatorna. Jakupcsek Gabriella, Magyarország egyik legnépszerűbb női műsorvezetője most először lesz látható egy szombat esti show-műsorban. A **Jakupcsek Night**ban a minőségi szórakoztatáson van a hangsúly, a felhőtlen nevetés mellett helye van az emberi drámáknak is. A sztárparádé mellett olyan civil történetekkel is megismerkedhetnek a nézők, amelyek országos felháborodást vagy éppen elismertséget váltottak ki. A Jakupcsek Nightban Jakupcsek Gabi mellett egy DJ is szerepel, aki az aktuális vendéghez igazítja a műsor zenei aláfestését. A **Jakupcsek Night, az éjszaka végszava** minden szombat este 20.25-kor látható.

A hazai televíziós piacon nagy sikere van a falusi tájakon játszódó vidám filmsorozatoknak. A Csehországban nagyon népszerű **Napfényes falunk** sorozatot elsőként Magyarországon az ATV nézői láthatják majd. A sorozat eredeti címén Slunečná, a cseh Príma csatornán főműsoridőben is piacvezető lett, a főszereplők az induláskor még ismeretlennek számítottak, mára azonban sztárok. A Napfényes falunk a Popelka családról szól, akik egy takaros farmon élnek, náluk készül a legendás kecskesajt, és az ő birtokukon van a környék leghíresebb szállodája is. Amikor a családfő hirtelen meghal, a két testvér között adáz vita és harc alakul ki az örökségen. Családi drámák, intrikák, váratlan szerelmi románcok, izgalmas pillanatok és sok-sok nevetés egyetlen sorozatba sűrítve. A **Napfényes falunk** minden pénteken 22.00-kor kezdődik.

OKTÓBER 19-TŐL

SZOMBAT 20.25



A GÉNIUSZ

GUNDEL-
TAKÁCS
GÁBORRAL



Jakupcsek
night

JAKUPCSEK
GABRIELLÁVAL



A műsor támogatói:

★ ★ ★ ★ ★
ORMOS
INTÉZET

SAMSUNG

Discovery Networks International

Discovery

Discovery Channel

Hazai gyártású sikersorozat, királyi küldetés a bolygó megmentésére, kutatás az arany és Atlantisz után



Aranyláz Alaszkában – Vad vizeken



Atlantisz nyomában

Novemberben már ötödik évadával érkezik a Discovery Channel hazai gyártású sorozata, a **Made In Gyetván Csabával**. A műsor történetében először külföldi helyszínek is feltűnnek: a stáb az egyik legnagyobb francia champagne-házban az eredeti pezsgő titkát fejti meg, Németországban pedig Európa leghatalmasabb biodinamikus gyógynövénykertjébe kalauzol.

Az új évad ismét exkluzív helyeken fedezi fel a bennünket körülvevő világ csodáit. Az egy-egy órás epizódok két témának járnak utána, az adatközponttól a vegán húson át az üvegházi növényekig.

Az eredeti „hogyan készült” formátum két évtizede debütált a Discovery Channel műsorán. Azóta is nagy népszerűségnek örvend, a csatorna egyik legsikeresebb és legjellemzőbb műsora.

A formátum hazai verziója, a **Made In Gyetván Csabával** idén január–augusztus között a legnézettebb rendszeresen futó sorozat volt a Discovery Channel műsorán. A premierek 2019 decembere és 2021 júniusa között a csatorna egész napos átlagnézettségéhez képest 123%-kal, a főműsoridős átlagnézettséghez képest pedig 43%-kal magasabb átlagos nézőszámot (AMR Abs.) hoztak.

A sorozat sikere kimagasló a lineáris televízió által egyébként nagyon nehezen elérhető 18–29 éves korosztályban: minden negyedik nézője 30 év alatti. A műsor a hirdetők számára is különleges értékkel bír: nézőközönségén belül

felülreprezentáltak a legmagasabb vásárlóerővel (PPA) rendelkezők, a magasan képzett vezetők és az értelmiségiek (ESOMAR A), utóbbi célcsoport affinitásindexe 146.

„Nagyon örülünk, hogy hazai gyártású sorozatunk újabb évadához érkezünk. A nézettségi eredmények egyre erősebbek, és Csabával nagyszerű az együttműködésünk – mondta Baron Ágnes, a Discovery CEEMEA ad sales vezetője. – Alig várjuk, hogy elinduljanak az új epizódok, és a magyar nézőket exkluzív, eddig soha nem látott helyszínekre vezessük.”

A Discovery Channel idén ősszel is számos új tartalmat és történetet kínál azoknak, akik kíváncsiak a minket körülvevő világra.

Az **Earthshot: How To Save Our Planet** Vilmos herceg királyi küldetését mutatja be bolygónk megmentésére. Az általa alapított Earthshot-díj öt ambiciózus cél köré összpontosul a Föld legégetőbb környezetvédelmi problémáinak megoldására.

Jön a Gold Rushból megismert közönségkedvenc aranyásók új sorozata, az **Aranyláz Alaszkában – vad vizeken** ötödik évada. Fred és fia, Dustin életük kockáztatásával ezúttal Alaszka egyik legvadabb folyója mélyére kell merülnék a kincsért.

Szakértőink új bizonyítékok után kutatnak **Atlantisz nyomában**: elsüllyedt városokat, ősi leleteket és geológiai katasztrófákat tárnak fel, hogy megoldják minden idők legnagyobb rejtélyét.

**MADE IN
Gyétván
Csabával
5. évad**

**NOVEMBER 22-TŐL
A DISCOVERY CHANNEL MŰSORÁN**

Discovery

RTL Magyarország



RTL Most

Lokális kihívó a globális nagyok versenyében



Platformdemokrácia. Ezzel a kifejezéssel utalnak arra, hogy az RTL Most és az RTL Most+ mára egyenrangú felületévé vált az RTL Magyarország portfóliójának. A két streamingplatform már nem csupán a lineáris csatornák kiegészítő szolgáltatása, hanem dinamikus fejlődő önálló online csatornák. Népszerűségüknek köszönhetően az RTL lehet a globális streamingszolgáltatók legfőbb versenytársa a hazai piacon.*

2009-es indulásakor az ingyenes RTL Most csupán az RTL Klub videótára volt, kínálata folyamatosan bővült a többi lineáris csatorna tartalmával, egy évtizeddel később pedig elindult – a legtöbb tévé-előfizetés birtokában ugyancsak extraköltség nélkül igénybe vehető – prémiumverzió is. Az RTL Most+ ma már számos exkluzív szolgáltatást nyújt a felhasználóinak.

A pandémia idején például sokan felkapták a fejüket arra, hogy a médiacég itt mutatta be saját fejlesztésű vígjátéksorozata, az *Apatigris* első epizódját, illetve *A tanár* új évadának nyitódarabját is. A platform felhasználói azóta is „premier előtti vetítéseken” élvezhetik kedvenc sorozataik újabb részeit (*A mi kis falunk*, *Éjjel-nappal Budapest* stb.), de bizonyos produkciók (*Házasodna a gazda*, *Mestercukrász*) aktuális évadjai is kizárólag ezen a felületen nézhetők vissza.

Idén ősszel a focisurkolókat is exkluzív szolgáltatásokkal szólítja meg az RTL Most+: mérkőzésnaponként az *UEFA Európa Liga* és az *UEFA Európa Konferencia Liga* 8 olyan meccsét nézhetik meg itt, amelyek másutt nem lesznek láthatók Magyarországon.

A két streamingplatform fejlődése az elmúlt két évben kölcsönösen erősítette egymást. A GKI nyilvános kutatásai azt mutatják, hogy az RTL Most mára a legismertebb és az egyik leginkább használt helyi streamingszolgáltatás lett, míg a prémiumplatform ismertségben (26%) és használatban (8%) is a 6. helyet foglalja el olyan nagy világmárkák vagy régi hazai brandek mellett, mint a Netflix, az HBO GO, az RTL Most, a YouTube Premium vagy az Indavideo.*

„Legfőbb versenyelőnyünk a helyi tartalom. Mi rendelkezünk a legtöbb és legnépszerűbb magyar fikciós tartalommal, köszönhetően annak a vezető szerepnek, amit a hazai sorozatgyártás újraindításában, fejlesztésében az RTL Magyarország játszik. Márpedig a nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy a globális versenytársakkal szemben a lokális tartalom az »ellenszer« – magyarázza a két platform sikerét Szabó Balázs, a platformokat üzemeltető, CLT-UFA HBD programigazgatója és tartalombeszerzési vezetője.



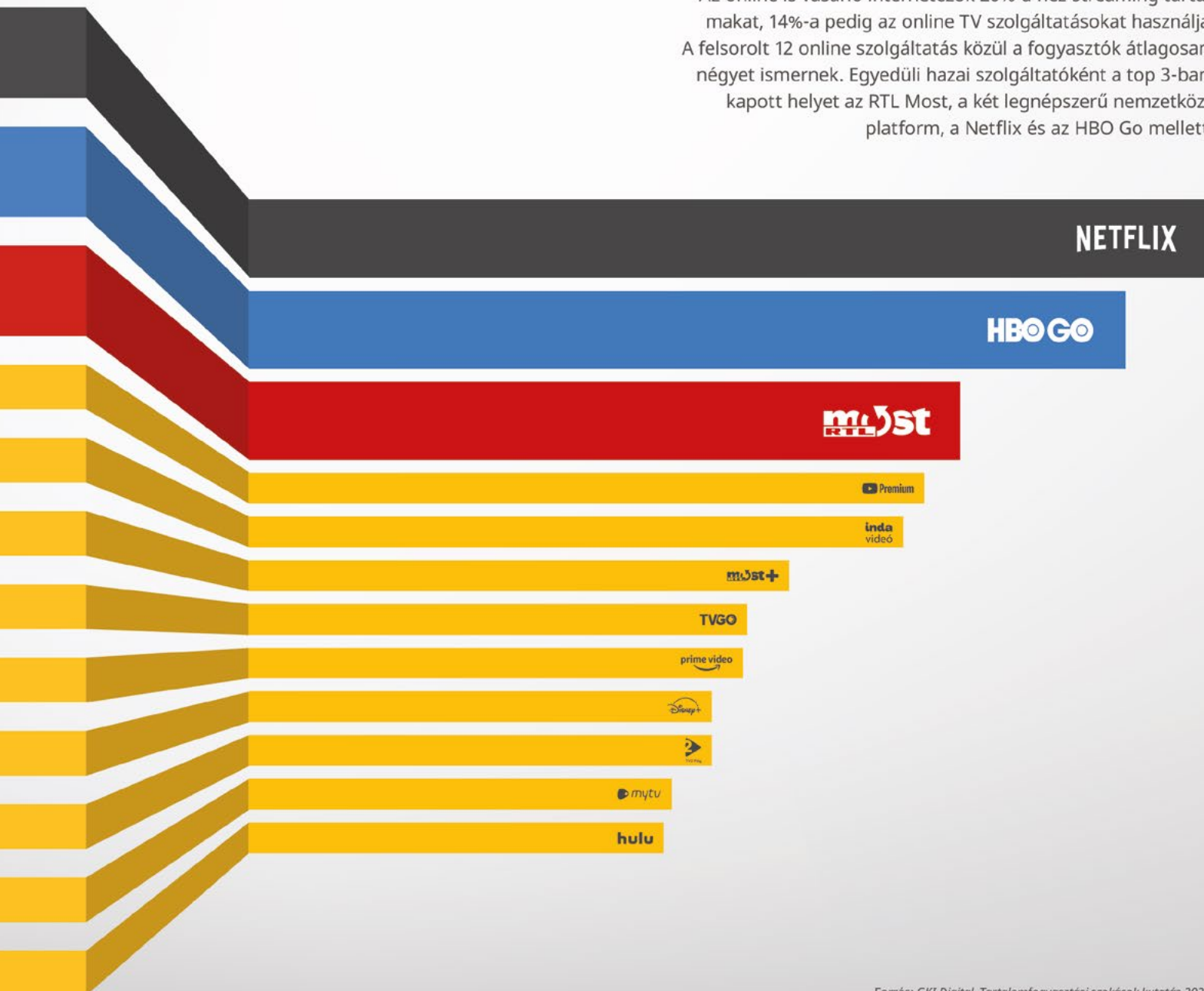
VERSENYBEN

A STREAMING PIACON IS

A DIGITÁLIS VIDEOPLATFORMOK

ISMERTSÉGE **2021**-BEN

Az online is vásárló internetezők 20%-a néz streaming tartalmakat, 14%-a pedig az online TV szolgáltatásokat használja. A felsorolt 12 online szolgáltatás közül a fogyasztók átlagosan négyet ismernek. Egyedüli hazai szolgáltatóként a top 3-ban kapott helyet az RTL Most, a két legnépszerűbb nemzetközi platform, a Netflix és az HBO Go mellett.



TV2 Média Csoport

TV2



Tánc, küzdelem, kaland és romantika a TV2 őszi műsoraiban



Ninja Warrior Hungary: Till Attila, Lékai-Kiss Ramóna és Szujó Zoltán



Szerencsekerék: Sydney van den Bosch és Kasza Tibi

A csatorna fő célcsoportja a 18–59 évesek, ezen belül a 40–59 éves nők körében a legnépszerűbb. 2021 első kilenc hónapjában átlagosan a TV2 Csoport érte el a legmagasabb közönségarányt, ezzel megőrizve piacvezető pozícióját a 18–59 évesek (22,7%), a 18–49 évesek (22,1%) és a teljes lakosság körében (24,7%) egyaránt. A sikerhez nagyban hozzájárul a csoport zászlóshajója, a TV2 is, hiszen teljes napon a 18–49 évesek (9,1%) és a teljes lakosság (11,0%) körében is ezt a csatornát választotta a legtöbb néző.*

A nyár sikere a 20 év után visszatérő **Szerencsekerék** lett Kasza Tibivel. Az évad átlagos közönségaránya 14,1% a 18–59 évesek, 14,6% a 18–49 évesek és 15,6% a teljes lakosság körében. Utóbbi (A4+) esetében a Szerencsekerék volt a legnézettebb műsor a saját idősávjában.*

És hogy milyen újdonság várható az év utolsó negyedében a TV2 képernyőjén? Táncos superprodukció, romantikus párkereső műsor, sportvetélkedő és kalandreality kínál szórakozást a család minden tagja számára.

Szeptember 25-én Lékai-Kiss Ramóna és Stohl András műsorvezetésével elindult a tavalyi év nagy sikerű superprodukciója, a **Dancing with the Stars** második évada. A tizenkét táncparketre lépő híresség előadását a nézők mellett a műsor megújult zsűrije: Molnár Andrea, Ördög Nóra, Bereczki Zoltán és Kovács Gergely Csanád értékeli.

Megújult stúdióval és látványvilággal tér vissza a TV2 képernyőjére a **Ninja Warrior Hungary**. A harmadik évad a műsorvezetői csapat terén is újdonságot hoz: a hatezer négyzetméteres stúdióban, amely Európa legnagyobb Ninja Warrior-pályáját rejt, Lékai-Kiss Ramóna, Szujó Zoltán és Tilla várja a mindenre elszánt harcosokat. A visszatérő Ninja Warrior Hungary nagy kérdése, idén végre avathatunk-e magyar ninja harcost?

A **Farm VIP** a tavaly megújított verziójával, Demcsák Zsuzsa és Gáspár Zsolti műsorvezetésével tér vissza a képernyőre a TV2 őszi kínálatában. A kalandreality műsorban újabb tizen-négy híresség vállalkozik arra, hogy a hétköznapi kényelmét hátrahagyva, áram, csapvíz, nagybevásárlás, telefon és egyéb technikai eszközök nélkül bizonyítsa rátermettségét egy vidéki birtokon.

Az őszi második felében újra a szerelemé a főszerep a TV2 műsorán! A **The Bachelor**, azaz **A Nagy Ő** 2002-ben indult világhódító útjára: az Egyesült Államokban 25 évad óta követhetjük figyelemmel a nézők, hogyan kötnek szerelmek, barátságok, hogyan robbannak ki viszályok a szereplők között, és kit választ végül társul a főszereplő. A társát kereső, vonzó agglegény ezúttal Tóth Dávid olimpikon kajakozó lesz, a műsorvezető pedig Stohl András. Dávid húsz nővel ismerkedik meg, de időről időre döntenie kell, kik állnak a legközelebb hozzá. A végső rózsaceremónián pedig Dávid kiválasztja azt az egyetlen nőt, aki az igazi társa lehet az életben.

Technikai lefedettség: 100%

Kedvelt hirdetési megoldások a csatornán:

- Event döntők exkluzív felületei
- Virtuális reklám
- Osztott képernyő

* Forrás: Nielsen Közönségmérés / TV2 Kutatás

Live+As Live adatok

Vizsgált időszak: 2021. 01. 01. – 2021. 09. 30.

További információ: tv2play.hu



BACHELOR

A NAGY Ő



dancing
with the
stars
mindenki táncol.

MINDEN, AMIT SZERETÜNK.



VIASAT World



VIASAT Explore

A kalandcsatorna



Teherautó-mentők



Veteránautó-vadászok



Hatalmas mérnöki hibák

Ha valaki azt kérné tőlünk, hogy néhány szóban jellemezzük az immáron 16 éves múlttal rendelkező Viasat Explore-t, akkor azt mondanánk, hogy ez a csatorna egyszerűen felturbózza a hétköznapiakat – KÍVÁNCSI, KALANDVÁGYÓ és ELSZÁNT FELFEDEZŐ. Minden érdekli, ami új és szokatlan – ahogy a nézőit is!

Miért kíváncsi? A Viasat Explore programjaiban közreműködő alkotók és szakemberek a szenvedélyeiknek élnek. Itt láthatók a legextrémebb sztárhorgászok, a legmegrögzöttebb autószerelők, de a legelhivatottabb mentők is! A kalandokat autentikus, energikus és sokszor öntörvényű műsorvezetők osztják meg a nézőkkel – olykor félelmetes, máskor vicces pillanatok, amelyek a világ megtapasztalása közben történnek.

Miért kalandvágyó? Tematikája többek között autós, horgászós, építkezős műsorokat ölel fel, mérnöki és egyéb tudományos érdekességekkel ismertet meg. Igazi menő, férfias világba vezet, nem is meglepő hát, hogy fő célcsoportját a 25–59 közötti teremtés koronái ölelik fel. Nézői kiemelten érdeklődnek a szabadban történő szakmák és tevékenységek, valamint a sportok, a természet és a kalandok iránt. Magyarországon a csatornát ma már 2,4 millió háztartásban élvezhetik.

Miért elszánt felfedező? Többtucatnyi különleges szakmát jár körbe, és be is vezet azok mélyébe, legyen szó vad- vagy édesvízi, illetve jégkalandokról, aranyásásról, jádekeresésről, türkizbányászatról, bikafogásról, autómentésről, szállítmá-

nyozásról, gépjárművek pimpeléséről, vagy bármely nagyszabású építési, illetve mérnöki munkáról: alagútrendszerektől a felhőkarcolókig. Minden műsor a szenvedélyeiknek élő, a világot és a lehetőségeket felfedező csapatok, illetve szakmák előtt tisztel.

Mindezt összegezve tény, hogy a Viasat Explore az informatív szórakozás műfajának egy új területét hódította meg Magyarországon, és adrenalinódús műsoraival igazi kalandokat hozott a férfiak számára.

És hogy ezek közül miknek lehetünk részesei az őszi szezonban? Szerdánként 20:15-től megismerhetjük a világ legkülönlegesebb, ugyanakkor nemegyszer katasztrofális mérnöki tévedéseit: a *Hatalmas mérnöki hibák* megnyílt aszfaltokat, összedőlt hidakat, átszakadt gátakat és egyéb káros mérnöki munkákat elemez. Péntekenként 20:15-től a *Tragacsot vegyenek* című műsorban veterán autók és motorok extra leleményességű pimpelését láthatjuk a festői Yorkshire-ben, de november 5-én érkezik a csatornára a *Veteránautó-vadászok* is, amelyben két megszállott autómániás szakmai kutató és újít fel 20 olyan járgányt, amelyek egyébként már eltűntek az utakról. Még előtte, október 6-ától szerda esteként érdemes a *Teherautó-mentők* új évadának dupla epizódjait is követni, hogy átlássuk azt a döbbenetes munkát, amelyet a főutakat kezelő katasztrófavédők végeznek.

Viasat Explore – Kanapéra le és kalandra fel!



THE FERALS



MARCUS & LINDEN



GOLDTIMERS



ANDREW & JACQUI



RUSSELL & SHANE



POSEIDON CREW

Az új aranyláz

Új részek

Ausztrál aranyásók

Minden csütörtökön 21:00

viasatexplore.hu | [viasatexploreHU](https://www.facebook.com/viasatexploreHU)

***AZ ELMÚLT ÉV
25 LEGSIKERESEBB
TELEVÍZIÓS
KREATÍV VEZETŐJE***

Toplista

Az elmúlt év 25 legsikeresebb televíziós kreatív vezetője

Hatodszor mutatjuk be az elmúlt szezon (2020/2021) legjobban teljesítő műsorkészítő tévés kreatívjait

A LISTA ÖSSZEÁLLÍTÓI: BÁNYAI GÁBOR, KENDERESSY SZABOLCS, VARGA ATTILA (SIXX)

SZÖVEG: KENDERESSY SZABOLCS

Legjobb műsorvezető

Az elmúlt szezonban a műsorvezetők szerepe a tévés műsorok életében továbbra is kiemelt helyet foglalt el. A legjobban teljesítő műsorvezetők között a legnépszerűbb a **Legjobb műsorvezető** díj, amelyet a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.

Legjobb műsorvezető, a legnépszerűbb

A legnépszerűbb műsorvezető a **Legjobb műsorvezető** díjat nyerte el. A díjat a közönség szavazataival választ ki. A díjra a legnépszerűbb műsorvezetők közül lehet jelölni, akik a legjobban teljesítettek a szezonban. A díjat a legnépszerűbb műsorvezető nyerte el, aki a legjobban teljesített a szezonban.



**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

There is a large literature on the effects of the environment on the development of the brain. The environment can have a profound effect on the development of the brain, and this effect can be seen in the form of structural changes in the brain. The environment can also affect the function of the brain, and this effect can be seen in the form of changes in the way the brain processes information. The environment can also affect the development of the brain in a way that is not yet fully understood. The environment can affect the development of the brain in a way that is not yet fully understood. The environment can affect the development of the brain in a way that is not yet fully understood.

Die Angaben über die Herkunft sind in der Regel unvollständig und ungenau. In der Regel werden die Angaben über die Herkunft der Tiere nicht angegeben. In der Regel werden die Angaben über die Herkunft der Tiere nicht angegeben.

As stated in our previous studies, the use of a computerized data collection system is a significant advantage of the system. The system can be used to collect data from a large number of subjects, and it can be used to collect data from a large number of subjects, and it can be used to collect data from a large number of subjects.



**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Magyarországi

Magyarországi

Magyarországi

Amikor a kreatív iparban dolgozol, az egyik legfontosabb dolog, amit tudnod kell, az az, hogy a kreatív iparban dolgozó embereknek van egy közös jellemzőjük: a kreativitás. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találj ki, és ez a képesség minden kreatív emberben megtalálható. A kreativitás nem csak a művészetek területén van jelen, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság és a közélet minden területén is. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találj ki, és ez a képesség minden kreatív emberben megtalálható.

A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találj ki, és ez a képesség minden kreatív emberben megtalálható. A kreativitás nem csak a művészetek területén van jelen, hanem a tudomány, a technika, a gazdaság és a közélet minden területén is. A kreativitás az a képesség, hogy új dolgokat találj ki, és ez a képesség minden kreatív emberben megtalálható.



A TELJES CIKK

A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN

2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

These findings suggest that production rate is a key parameter influencing the health of a community, suggesting that different growth strategies (i.e., growth rate) have different effects on the environment, and understanding potential feedback mechanisms is critical for sustainable development. It really is the science that we need to develop and implement. It is important to understand the underlying mechanisms of the system, and to develop strategies to manage the system. It is important to understand the underlying mechanisms of the system, and to develop strategies to manage the system. It is important to understand the underlying mechanisms of the system, and to develop strategies to manage the system.

[illegible][illegible]



9.



10.

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

9. KISS ZOLTÁN

Előzetes

Előzetes

Előzetes

10. KISS ZOLTÁN

Előzetes

Előzetes

Előzetes

Előzetes... (The text is extremely blurry and illegible in the original image.)

Előzetes... (The text is extremely blurry and illegible in the original image.)

Előzetes... (The text is extremely blurry and illegible in the original image.)

Előzetes... (The text is extremely blurry and illegible in the original image.)

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



17.

ZOLTÁN CSIZSIK

Fotográfus

Házasságban van

Hogyan működik a házasság az életben?



18.

ZOLTÁN CSIZSIK

Fotográfus

Házasságban van

Hogyan működik a házasság az életben?



19.

ZOLTÁN CSIZSIK

Fotográfus

Házasságban van

Hogyan működik a házasság az életben?

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.

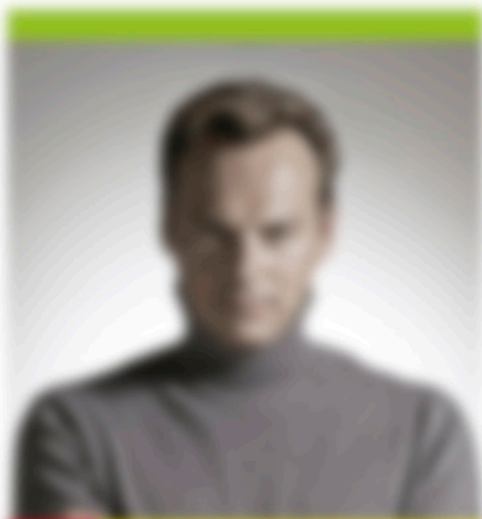
Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.

Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.

Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.

Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.

Hogyan működik a házasság az életben? Ez a kérdés mindig is foglalkoztatott, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt. A házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt, és a házasságban való részvétel mindig is egy kihívás volt.



20.

ZOLTÁN KOVÁCS

Prézsi

2019. március

Prézsi



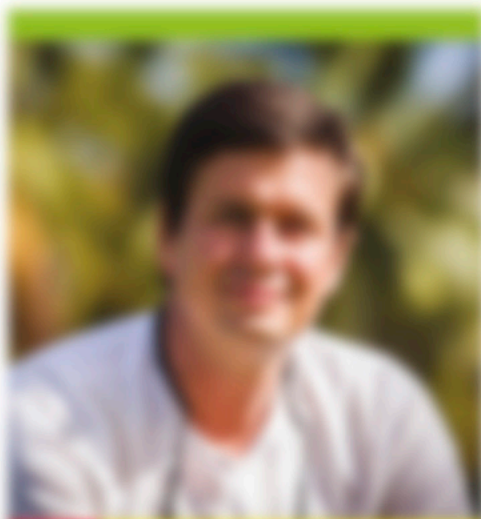
21.

ZSÓFIA JÁNOSKA

Prézsi

2019. március

Prézsi



22.

ZOLTÁN KOVÁCS

Prézsi

2019. március

Prézsi

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Ha valaki kreatív, az az, aki képes arra, hogy a világot úgy lássa, ahogy mások nem látják. Ez a kreativitás, ami a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.

A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.



Ha valaki kreatív, az az, aki képes arra, hogy a világot úgy lássa, ahogy mások nem látják. Ez a kreativitás, ami a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.

A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.



Ha valaki kreatív, az az, aki képes arra, hogy a világot úgy lássa, ahogy mások nem látják. Ez a kreativitás, ami a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.

A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára. A kreativitás az, ami lehetővé teszi, hogy a világot új szövegben lássuk, és ez a legfontosabb tulajdonság a kreatív emberek számára.





Kreatív főnökök

© 2000 Blackwell Science Ltd, *Journal of Internal Medicine* 247: 105–112



www.elsevier.com/locate/jmb



© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 103–110

**A TELJE
A NYOMTATOTT KI
2021/10-11. LAPSZÁM**

CIKK
KREATÍV MAGAZIN
BAN OLVASHATÓ.

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Eljutottunk abba a stádiumba, hogy kávéláncból kávémárka szeretnénk lenni

NAGY ZSOLT INTERJÚJA

Új irányokat keres magának a Café Frei. Üzletstratégiáról és leendő koncepciókról, a koronavírus hatásairól is beszélgettünk az alapító-társtulajdonos Frei Tamással.

Amikor elkezdte a kávézást, nem volt célja, hogy kávéláncot hozzon létre. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

A kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették. Azonban a kezdetektől fogva a kávézást a kávézóként is tekintették, és a kávézóként is tekintették.

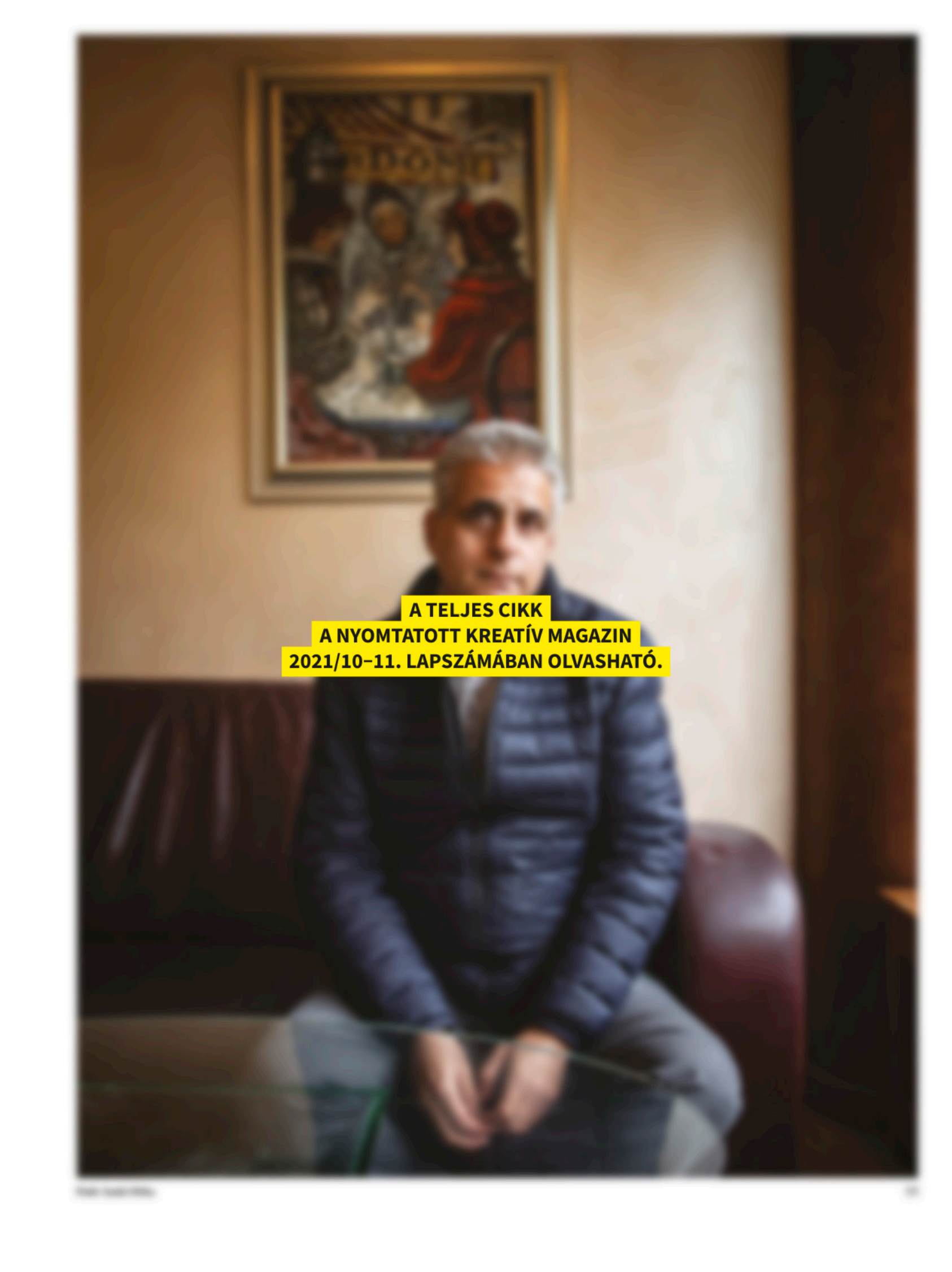


**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Nincsenek hősök, ne keresd őket, főleg ne bennem!

TÓTH OLIVÉR INTERJÚJA

A Magyar Rádió sportosztályáról került a Magyar Televízióhoz, innen a kereskedelmi csatornákhöz. Annak ellenére, hogy mindenhol sikeres volt, mindegyik munkahelyét úgy hagyta ott, hogy vagy elküldték, vagy elmenekült. Mégis, mintha lenne élet a többszöri médiahalál után is. A közelmúltban tért vissza a képernyőre, hogy vendégeivel közéleti témákat boncolgasson. Bárdos András sikerről, cserbenhagyásról, ügyekért való kiállásról és hősökről, akiket kár keresni, főleg benne.

A man with grey hair, wearing a blue quilted jacket and grey trousers, is sitting in a dark red leather armchair. He is looking directly at the camera with a neutral expression. His hands are clasped in his lap. Behind him, on a light-colored wall, hangs a framed painting of a religious scene, possibly the Virgin Mary with the Christ Child. The room is dimly lit, with a soft light source from the right creating a subtle glow on the wall and the man's face.

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Van-e élet a purpose után?

Hogyan éljük túl „saját magunkat”, azaz miként lehetséges, hogy megoldást találjunk a jelenkor konstans válsághelyzetére, a soha nem szűnő „never normal” állapotára? Szabó Béla, a Telekom márka- és kommunikációs igazgatójának vitaindító cikke után a LinkedInen alakult ki szakmai diskurzus a témában, ezekből a hozzászólásokból szemezgettünk.

SZABÓ BÉLA VÉLEMÉNYCIKKE

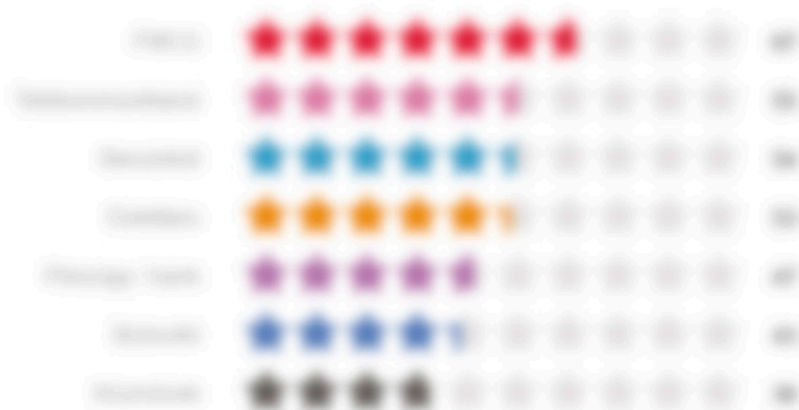
Számokkal az ügyfélélmény nyomában

Egy pillanat alatt hiteltelenné válhat a CX

KLENOVSZKI JÁNOS ÉS STAMPF ATTILA ÍRÁSA

Mindennap tapasztaljuk, hogy egy márka, egy szolgáltató vagy egy termék megnehezíti vagy megkönnyíti a hétköznapjainkat. Ha egy termék vagy szolgáltatás nehezebbé teszi az életünket, tehát ha rossz élmény ér minket, akkor azt megosztjuk másokkal, azonban ha csak „jó” valami, akkor azt megtartjuk magunknak, és elkönnyeljük, hogy „jó helyen vagyunk”. De vajon milyen metrikákkal mérhető az ügyfélélmény? Hogyan lehet tudatosan mérni és javítani? Klenovszki János, az NRC kutatócég tulajdonosa és Stampf Attila, a Humanize CX tanácsadó ügynökség customer experience designere mutatja be a számokat az élmény mögött.

Összesen 100 pontot értek el
 (100 pontot értek el a 100 pont)



Összesen 100 pontot értek el

A TELJES CIKK A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN 2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

A kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban. Amikor azt gondoljuk, hogy a kreativitás az, ami a legfontosabb a munkánkban, akkor az a kreativitás, ami a legfontosabb a munkánkban.

Összesítés



A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest

**A TELJES CIKK
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN
2021/10-11. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+
A teljesítés aránya a teljesítéshez képest	+	+	+	+	+	+	+

Az elején még azt sem tudtam, hogy van olyan, hogy szövegírás – meséli **Kanics Krisztina**, aki 7 év után hagyta ott a Fővárosi Vízműveket, és kezdett el reklámszövegíróként dolgozni, első évében pedig rögtön második lett a Zsenge Pengén.

SZERÉNYI TAMÁS INTERJÚJA



Ha jól tudom, nem épp szokványos módon lett belőled szövegíró. Mit csináltál korábban?

Az egyetem mellett munkát akartam vállalni. Az első szembejövő álláshirdetésben recepciószt kerestek a Fővárosi Vízművekhez. Gondoltam, sulitól mellettem jó lesz. Elvállaltam, és ott ragadtam 7 évre. Megjártam a jogi osztályt, voltam kommunikációs, majd projektasszisztens. Ez a változatosság tartott ott, és próbáltam minél kreatívabb melók felé elmenni. Néha voltak szövegírói feladataim is, de az elején még azt sem tudtam, hogy van ilyen szakma.

Hol tanultál eközben?

Bölcsészkaron, anglisztika szakon, kommunikáció minorral. Gimnázium végén sok minden érdekelt, de foglaltam sem volt, hogy mi szeretnék lenni.

Milyennek képzelted a reklámszakmát, mielőtt bekerültél volna?

Egy nagyon zárt világnak. Nem is nagyon volt reklámos ismerősöm. Azt gondoltam, hogy izgalmas lehet reklámügynökségnél dolgozni, de hogy hogyan lehet bekerülni, azt nem tudtam.

Végül mégis sikerült. Hogyan?

Az Intro volt a belépőm. Egy kollégám és haverok is mondták, hogy meg kellene próbálnom. Egy ideig csak szemeztem vele, később vettem rá magamat a jelentkezésre. Úgy éreztem, hogy nem lett rossz a felvételem, de bizonytalan voltam. Aztán nagyon boldog, amikor jött a telefon, hogy bekerültem.

Közben egy darabig account is voltál.

Igen, akkor már kifelé álltam a Vízművekből. Nagyon érdekelt a reklám, de minden pozícióhoz elvárás valamennyi rutin, még egy juniorhoz is. Az én hátteremmel esélyesebb volt accountmelőre pályázni. A Team Redbe kerültem, ami akkor lett a VMLY&R Group része, és az Intróval párhuzamosan kezdve ott dolgoztam egy évet.

Aztán hogy sikerült átülni kreatív oldalra?

2020 elején Pócze Balázs és Marosi Gergő (az Intro és a Mito alapítói – a szerk.) segített összeállítani a portfóliómat, és akkor jött a Covid. Minden ügynökség leállt a felvételekkel. Emiatt úgy voltam vele, hogy bármilyen copymelőt látok, beadom a CV-met, legalább építem a portfóliómat, gyakorlok, kapok visszajelzéseket. Bejött, mert felvettek a Brightlyba, és fél év után hívtak a Mitóból, hogy ott is lenne egy pozi. Próbamunka után hetekig izgultam, többen is versenyben voltunk, de végül összjött.

Nem volt furcsa érzés ilyen későn bekerülni a szakmába?

Rossz volt. Kicsit szorongtam is, hogy ennyi idősen, harmincon túl egy új szakmát kezdek, és mennyire fogok kilógni juniorként. Egyszerre volt izgalmas és ijesztő belevágni egy teljesen új dologba. Nyilván nehéz, hogy elkezdtem felépíteni egy karriert, de az egész borult, és most újra kell kezdenem. Viszont olyan munkát csinálok, amit szeretek, és ez a legfontosabb.

A Zsenge Pengén copy kategóriában második lettél.

Ez volt az első versenyed?

Az összes kezdő reklámosoknak szóló verseny 30 alattiaknak szól, így nem volt lehetőségem indulni korábban ilyesmin. Szerencsére itt a 3 évnél rövidebb ideje a pályán lévők is jelentkezhetnek, és én akkor még egy éve sem voltam copy.

Van olyan ismerősöd, aki példát vett rólad, és viszonylag későn új szakmába kezdett?

A barátaim büszkék rám. Olyat nem tudok mondani, aki miattam váltott, de valamilyen szinten nyilván őket is inspirálja egy ilyen sztori.

Milyen egyéb kreatív projektet vagy hobbid van még a meló mellett?

Nagyon szeretem a filmeket, és érdekel a filmezés világa. Sajnálom, hogy nem ezt tanultam a suliban, és szívesen megnézném, hogy a forgatókönyvírás vagy akár a vágás menne-e. •

XXX. évfolyam, 10–11. szám

Milyen platformon nézel televíziós műsorokat?

FŐSZERKESZTŐ: Hermann Irén

„Idejét nem tudom, mikor jutottam valós időben egy műsor elé. Netről nézem, ami érdekel, és szívesen fizetek is a minőségi tartalomért.”

ONLINE VEZETŐ SZERKESZTŐ: Nagy Zsolt

SZERKESZTŐK:

Balkányi Nóra

„Vágtatok a 21. századdal, nincs tévé jó pár éve, minden netről megy, Netflix van. 2021 legjobb sorozata még mindig az általam sokszor körberajongott Tuca and Bertie (Adult Swim).”

Bicsérdi-Fülöp Ádám

„Nincs változás ezen a téren nálam: HBO Go és Netflix megy, és nagyon örülök a Távmozinak is. Ami újdonság, hogy a sok képernyőbámulásnak moziéhség lett a következménye, heti több adag kell megint a moizásból.”

Fülöp István

„Tévét tévében – de ez elenyésző. Streamingplatformok és természetesen tökéletesen jogtisztá torrentelés ftw!”

KORREKTÚRA: Ligeti Szilvia

FOTÓÜGYNÖKSÉG: 123rf.com

HIRDETÉSMENEDZSER: Orosz Anita, +36-30-685-9799

SZERZŐK:

Chilembu Krisztina

Kenderessy Szabolcs

„Bármennyire is meglepő, a témára specializálódott újságíróként sportközvetítések kivételével sosem nézek élőben tévét. A sorozatok nagy részét az HBO GO-n és a Netflixen, míg a magyar műsorokat/szériákat főleg az RTL Most+-on és a TV2 Playen fogyasztom. Ha van is olyan produkció, amit naponta követek, azt is premier után online nézem vissza, így nem kell az adott műsor kezdéséhez alkalmazkodnom, és nem kell a rengeteg reklámot sem megnézmem.”

Szerényi Tamás

Tóth Olivér

„Egyre kevésbé találom szexinek a magyar televíziózást, ezért egyre kevésbé követem. Ha megnézek például egy amerikai vagy brit tévéshow-t, egy abban szereplő sztárt, majd megnézem ezek magyar változatát, kínosan érzem magam, olyan nagy a különbség.”

FOTOGRAFUSOK:

Hering Orsolya

Sárosi Zoltán

Szabó Réka

DIZÁJN, LAPTERV: Földi Viktor

PPH MEDIA

a Südwestdeutsche Medienholding tagja

KIADÓ: Professional Publishing Hungary Kiadó Kft.
1037 Budapest, Montevideo u. 3/B
+36-30-552-5011

FELELŐS KIADÓ: Vándor Ágnes ügyvezető igazgató

MŰVÉSZETI, TARTALMI

ÉS SALES BUSINESS UNIT VEZETŐ: Krémer Julianna

„Én csak hallomásból nézem. :)”

HEAD OF EVENTS: Krémer Sára

PÉNZÜGYI VEZETŐ: Hadarics Gábor

TERJESZTÉS: Fokvári Luca

NYOMDAI ELŐÁLLÍTÁS: EPC Nyomda, epcnyomda.hu

A vélemények között közölt anyagok nem feltétlenül tükrözik a szerkesztőség álláspontját.

Lapunkat rendszeresen szemlézik:

A Kreatív főszerkesztője csatlakozott a Főszerkesztők Fórumához. Ezzel vállalta, hogy az általa irányított szerkesztőség a Főszerkesztők Fóruma által kidolgozott és elfogadott etikai irányelvek (foszerkesztokforum.wordpress.com/etikai-iranyelvek) szerint végzi a munkáját.

IMEDIA
OBSERVER



**A kreativitás nem ismer határokat,
ahogy az LG Ergo monitorai sem!**



Együtt - működik!



PROFESSIONAL MULTIMEDIA SOLUTIONS

