

# kreatív



## WHITE RABBIT

KOVÁCS LEVENTE BRACOK ISTVÁN BÁLINT LEVENTE

„Van egy erős víziónk róla,  
hogyan csináljunk reklámot”

2023/1-2. 1290 FT

**PPH MEDIA**

a Südwestdeutsche Medienholding tagja





# SZIA URAM! KREATÍV ÓCSÓÉRT, GYORSAN, KELL?

Lehetne akár így is, de mi azért még mindig jobban hiszünk az ügynökségeinkben. Igaz, ti nem néztek ki ennyire megnyerően, de ami késik, ugye... Addig is, minden ügynökségünknek nagy köszönet a tavalyi évért! Bajusszal vagy anélkül.

 **CIB BANK** **HOGY A LÉNYEGGEL TÖRŐDHESSÜNK**

## Az ötlet



Fotó: Gyurkovics Anna

Az ötlet az alfája és ómegája annak, amit csinálnak – ez a kedvenc mondatom a White Rabbit alapítóival készült interjúból. Az idei Apex-listánk reklámügynökségi rangsorában első helyen végzett független ügynökség néhány éve tudatosan választott másik utat magának. Az ügynökség vezetői eldöntötték, csak külföldi reklámversenyeken indulnak, mert – ahogy mondják – egy másik ligában szeretnének játszani. Mivel a Kreatív Apex-rendszerében azok a külföldi versenyek is nagy súllyal számítanak, a White Rabbit lett az első nálunk a reklámügynökségek között.

Egy üzleti ötlet volt, hogy csak kifelé tekintenek – és bejött. Rámentek a kifejezetten fesztiválképes ötletekre, partnereket találtak hozzájuk, és évről évre több díjat nyertek velük, míg végül tavaly nyár elején egy Arany Oroszlánt szorongatva álltak a Cannes Lions színpadán.

Másodjára adjuk közre idén az Apex-eredményeket, most a 2022-es versenyszazonról, amibe idén először a felújított, a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetségével közösen szervezett digitális versenyünk, a Pixel Perfect Awards eredményei is beszámítanak. A listaeredmények és pontok mögött millió ötlet van, amikből próbáltunk sokat megmutatni ebben a számban is.

Lesznek-e vajon a mesterséges intelligenciának hasonlóan jó ötletei? Ír-e az AI cikket, sajtóközleményt? Megtervez-e kampányt? Lesz-e egy jó, egy még jobb ötlete, mint emberi társának? Véleménycikkkel és egy tudományos megközelítésű interjúval keressük a választ egy fókusz témában.

Millió ötlet van a filmesek fejében is, de pechjükre az ő drága szakmájukban ezekből nagy ritkán lesz megvalósult mozi. Arra, hogy milyen utakat keresnek az egyre nehezebben pénzt szerző magyar filmek, többszereplős nagyinterjúban keressük a választ.

Egy régi-új ötlet rejlik a radiocafé 98.0 mögött is, a főszerkesztővel és visszatérő rádiós arcokon keresztül néztük meg az újraindulást.

Inspirálódjatok 2023 első Kreatívjából! •



## 08 — CÍMLAPSZTORI: WHITE RABBIT

„Van egy erős víziónk róla, hogyan csináljunk reklámot”

Címlapfotó: Gyurkovics Anna  
A fotózás helyszínéért és a kellékekért  
köszönet az Umbrellának.

Apex  
kreatív

## 16 — FÓKUSZTÉMA: APEX

- 16 Reklámügynökség Toplista
- 20 Pr Toplista
- 30 Event Toplista
- 33 Design Toplista
- 42 Megbízó

## 44 — FÓKUSZTÉMA: AI & KOMMUNIKÁCIÓ

- 44 A ChatGPT-től nem kell félnetek, jó lesz
- 46 A közelgő vihar
- 48 Itt a vége (már megint)
- 50 „Episztemikus krízisben vagyunk”



## 56 — RÁDIÓ

A ma létező radiocafé 98.0 nem egy remake

Recharge rovatunkban kreatív szakemberek vallanak arról, hogy mi az, ami feltölti és kikapcsolja őket.

## „Vágódeszka és techno – nem gondolkodtam sokat, mire összekötöttem a kettőt”

Görög Ferenc Gábor, azaz Tatlin, a Human Telex kreatívigazgatója a felesleges dolgok létrehozásának örömről, például hentesüzletek csomagolóanyagainak gyűjtéséről ír a Recharge-ban.

Jó kérdés, mi kapcsol ki, alapvetően nem ismerem a kikapcs fogalmát. Sosem tudok úgy igazán kikapcsolni. Izgek, mozgok, pörgök folyamatosan, valamit mindig csinállok.

A „kreatívigazgató” tevékenységem mellett sokszor a saját hülyeségeim azok, amik kikapcsolnak. Napi rutinom része, hogy kreatív megoldásokon dolgozunk, és problémákat oldunk meg. Ez már eleve olyan, ami egyszerre merít és tölt.

A művészet és az ehhez kapcsolódó (ügyfélmentes :) szabad alkotás, ami nálam a nitro. Kifújod a gózt, és azt csinálsz, amit szeretnél. Mindig kitalálok valamit, amivel másik dimenzióba kerül az agyam, és nemcsak kikapcsol, hanem ezáltal töltődik is. Szeretek olyat létrehozni, ami felesleges, talán hétköznapi szinten sincs sok értelme.

Néha zenét írok, ami leginkább valamilyen vizuális élményem leképezése. A zene elég régóta bennem van. Bár sosem játszottam hangszeren, valahogy mindig ott volt nekem. Ha pillanatynyi „adáshibát” szeretnék, ami kizökkent, jó elővenni egy-egy régi technobakelit, meghallgatni, és nézegetni a borítóját.

Másik ilyen hasadás a képalkotás. Hímzek, festek, gravírozok vagy fotózok, ahol a témák teljesen autonómok, nincsenek korlátok.

Több mint 10 év gyűjtésének az eredménye egy „hentesfüzet”. Eleinte viccesnek találtam, hogy húsipari termékek csomagolóanyagait gyűjtöm. Majd mikor rájöttem, hogy ez az egyszerű csomagolástechnikai eszköz milyen változatos, és vizualitásában mennyire „olcsó”, gondoltam, egy könyvben a helye. A minikönyv már elkészült, várjuk az ideális időpontot a megjelenésre. Vágódeszka és techno, nem gondolkodtam sokat, mire összekötöttem a kettőt.

„Mindig csak az örült szeletelés.”



Életem első 20 éve arról szólt, hogy felkészüljek a többire. 2007-ben végeztem a Képzőművészeti Egyetem intermédia szakán, itt már párhuzamosan bemelőztam külsős kreatívként az @rcba. Ezután szabadfoglású kreatív freelancerként vizuáluskodtam. 2011-ben csatlakoztam a HPS Grouphoz Art Direktorként, és innen 9,5 év után Creative Group Leadként távoztam. 2020-ban becsobbantam a VMLY&R életébe mint Executive Creative Director. Innen pedig 2021-ben igazoltam át a Human Telex kreatívigazgatói székébe.

Gondoltam, csinállok egy limitált példányszámú vágódeszka-sorozatot, ahol a kedvenc techno-house kiadóim logóit gravírozom egy vágódeszkára. Ugye milyen felesleges? Imádom. Hímzett klasszikusok. Van, amikor egy film, egy party inspirál, vagy éppen egy cipő. Teljesen mindegy. Megtanultam YouTube-ról hímezni.

És persze vannak páros semmittevésék is. Ilyen a filmnézés például. A feleséggel igazából „mindennézők”, „streamsurferek” vagyunk. Az elvonttól a populáris trashig mindent fogyasztunk. Imádom, ha egy film „offol”, jobban alszom tőle.

Szóval tanulom a pihenést, és keresem a kikapcs gombot a távirányítón.

# KREATÍV PIXELEK

## Ki csinálta?

A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem tervező-grafikus szakán diplomázott Kárpáti Tibor Magyarország egyik legismertebb és legfoglalkoztatottabb grafikusa. Számos hazai kiadó gyermekkönyveivel készíti illusztrációkat. Olyan neves külföldi cégeknek dolgozik, mint a The New Yorker, a New York Times, a Wired, a GQ France vagy a MIT Technology Review magazinok, valamint a francia Hermès divatcég.

SIRBIK ATTILA ÖSSZEÁLLÍTÁSA

FRIDAY, DECEMBER 21, 2018

## A POLAR PENGUIN PARTY

CAN YOU COUNT THEM ALL?

BY EMILY REELEY  
ILLUSTRATION BY TIBOR KÁRPÁTI

**HOW WOULD YOU like to spend November through March working on a tiny, rocky island in Antarctica?** Before you say no, consider this: First, these months include summer here in the Southern Hemisphere, and temperatures can reach the 50s. Second, you won't get lonely: The island in question will be every summer by more than 10,000 tourists who come by cruise ship. And third, penguins. Sooooo many penguins. So, about that job: In 1964, the British government built a research station, called Port Lockroy, on Goudier Island, which is about the size of two football fields and is more than 600 miles from the tip of South America. Today the remains of that station have been transformed into a museum, temporary living quarters and a research base. Every year, a handful of regular people are hired to manage things during the busy summer season. They run a gift shop, answer tourists' questions and process the 80,000 postcards that are mailed to people back home.

This year, Port Lockroy was reopened to the public after being closed during the pandemic, and some 4,000 people applied for the job. The lucky few who were chosen arrived on the island in November. For the workers, it's a pretty basic. There's no cell service, no TV and very limited internet. But there is a sense of adventure, with the 1,000 Goudier penguins that make landfall every year on the island during the Antarctic summer.

For the past 24 years, the British Antarctic Survey has been keeping tabs on the island's penguins to see how they're adapting to climate change and tourism. So the workers also spend the summer observing and counting each nesting pair and their eggs and writing how many chicks hatch and survive.

It's hard work. But it's also a blast. Who needs a TV when you've got a nature documentary going on right outside your window? "We're on the penguins' island," says Clara Robinson, who is serving as producer for this season. "The penguins aren't on our island."

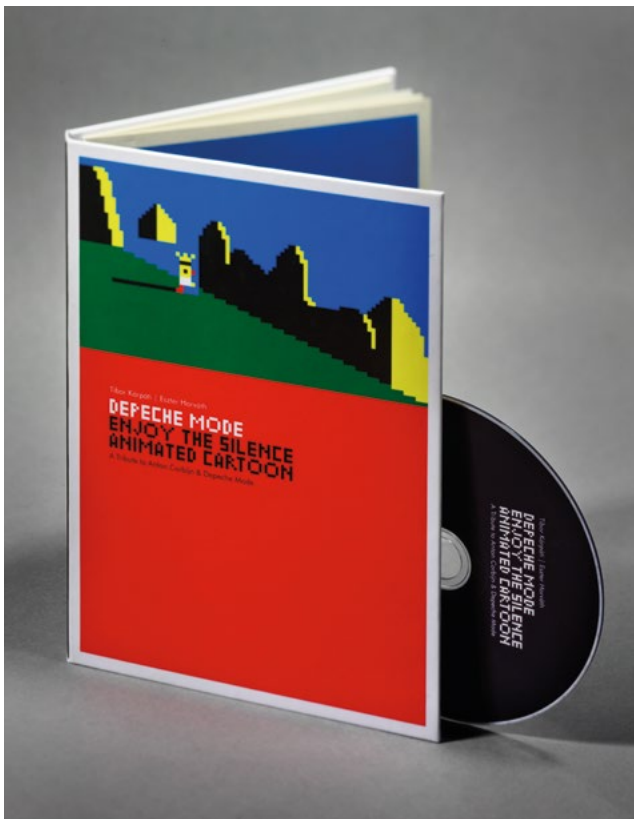
**GAMEPLAY**  
First the following things hidden in the game: Fun inspired by the comic of Port Lockroy.

- 1 PENGUINS WEARING SUNGLASSES. The workers are careful not to wear anything bright outside — the birds have been known to be a bit snooty about that.
- 2 GENTOOES QUABBLING OVER A STONE. Stone and rocks are a big deal to the penguins. They use them to build nests and offer them as tokens of affection to potential mates. They also fight over them.
- 3 VIDEO CAMERA. A camera traps collect info about the penguins and their chicks.
- 4 TOURISTS HOLDING BLUE POSTCARDS. Mail is shipped to the island for tourists before being flown to its destination.
- 5 PENGUIN EGGS. Goudier penguins lay two eggs a few days apart. The parents will take turns guarding them from predators like skuas.
- 6 LEOPARD SEALS. These predators visit the waters around Goudier Island in the summer. To them, penguins look like tasty snacks.
- 7 ADÉLIE PENGUINS AND 8 CHINSTRAP PENGUINS. Gentooes are the only species that nest on the island, but Adélie and chinstrap occasionally come to visit. Once a chinstrap bird has laid one of the Goudier eggs, says Hannah Johns, the island's publicist during the 2017-18 and 2018-19 seasons.
- 9 LEOPARD SEALS. These predators visit the waters around Goudier Island in the summer. To them, penguins look like tasty snacks.
- 10 WORKER SCUBING PENGUIN POOP. Nesting penguins "poop" poop out in every direction," Johns says. It makes and makes the rocks slippery for humans. Cleaning it up is part of the job.
- 11 WORKER CARRYING A GIANT CAN OF TUNA. There are no refrigerators. Most of the employees' food is dried or canned.
- 12 WORKER WEARING A BATHROBE. There's no running water, so the workers try to grab showers on visiting cruise ships.
- 13 WORKER STAMPING POSTCARDS. Mail sent from the island gets a special British Antarctic Territory stamp.

**ALL THE GENTOO PENGUIN** How it's your best to count — or guess it — them all, including the chick how many do you think there are? (See how close you come to the correct answer on Page 11.)

**1 PLAYER**

**HIDDEN OBJECTS**



**Mi ez?**

Horváth Eszterrel közösen készítette el az Enjoy the Silence (Depeche Mode) Anton Corbijn klipjének pixelanimációs verzióját. A rendező személyesen gratulált az alkotóknak.

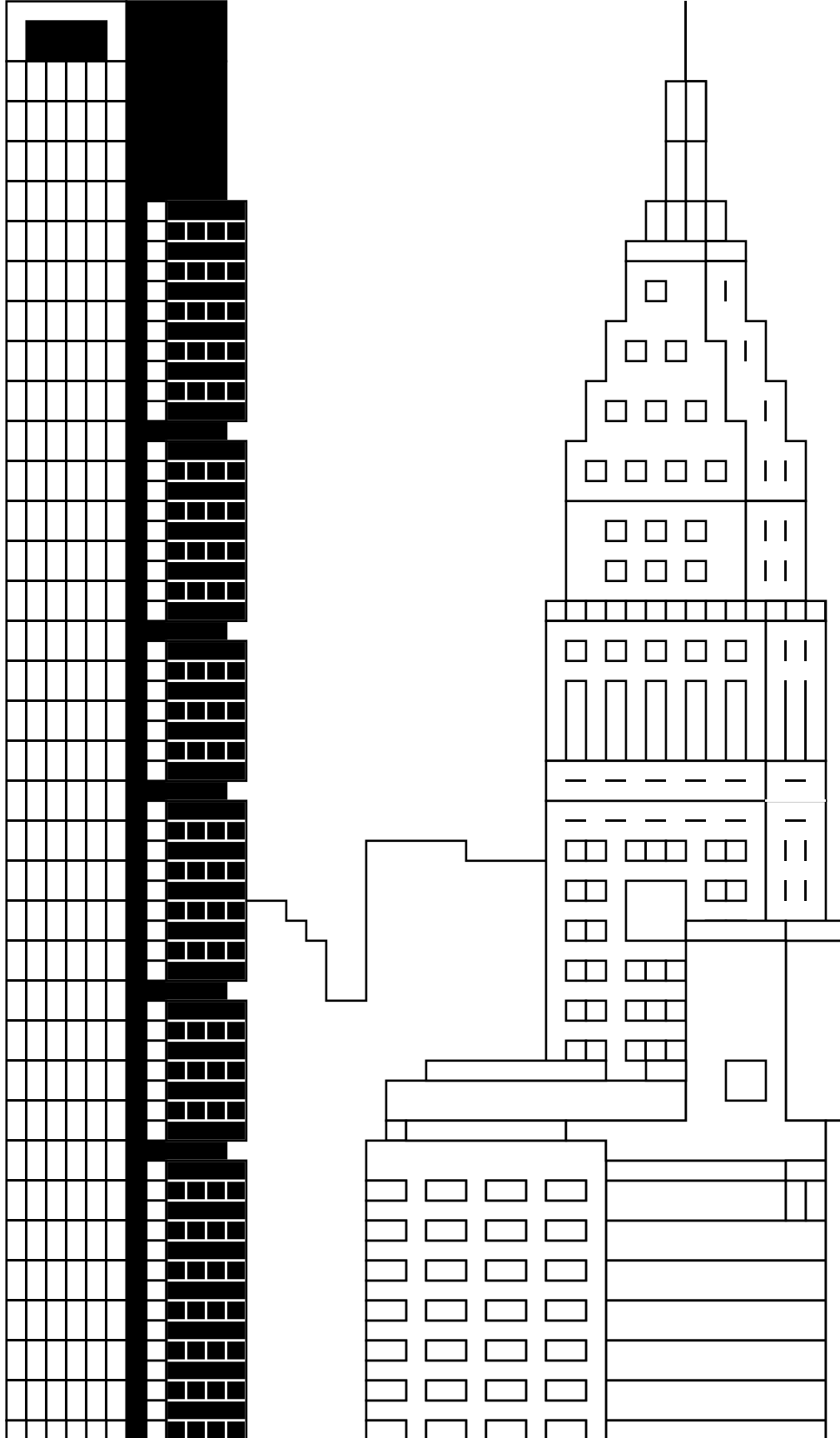


### Mi ez?

Motoszkál benne egyfajta – a régi videó- és kvarcjátékok iránt érzett – nosztalgia. A francia divatháznak, az Hermèsnek készített első munkája, a kiegészítőikről készült katalógusillusztrációinak ihletője egy Tetris-utánézés volt. A cégnek készült legújabb alkotásai különleges és egyedülálló pixeles grafikák, a divatmárka párizsi és új New York-i épületét ábrázolják, melyek gyönyörű hímzéssel kerültek az Hermès termékeire. A luxusmárka tavaly nyitotta meg legújabb flagship üzletét Amerikában, mely egy kis francia eleganciát varázsolt a nagyvárosba.

## Mi ez?

A The New Yorker számára készültek már illusztrációi Thanksgiving, Halloween és New York metróhálózata témakörökben. Legnagyobb léptékű munkája a magazin által szervezett The New Yorker Festival arculatát adó illusztrációsorozata volt, ami több magazinban volt látható egész oldalas hirdetésekben, valamint New York utcáin, taxikon, buszokon, a Times Square LED-falán és a fesztivál helyszínein háttérvetítésként.





# WHITE RABBIT

KOVÁCS LEVENTE BRACOK ISTVÁN BÁLINT LEVENTE

# „Van egy erős víziónk róla, hogyan csináljunk reklámot”

HERMANN IRÉN ÍRÁSA

A White Rabbit független ügynökségként, szisztematikusan építkezve jutott el a nemzetközi reklámfesztiválok döntőibe. Eddigi legnagyobb sikerük a #flutwein-kampánnyal elért cannes-i Arany Oroszlán. A három alapítóval: Bálint Leventével, Bracsok Istvánnal és Kovács Leventével beszélgettünk sikerről, zsebbe nyúlásról, függetlenségről, bevállalás ügyfelekről és a nyúlról.

## Nem szoktatok magyar versenyeken indulni, most mégis egy magyar listán végeztek előkelő helyen. Milyen érzés ez nektek?

**Kovács Levente:** Az égedta világon semmi problémánk nincsen azzal, hogy ezen a listán rajta vagyunk. Főként, hogy ha ez a hely valóban előkelő. *(Nevetés, mert a beszélgetés a díjátadó előtt készült, a listahelyezés ismerete nélkül – a szerk.)* Annak különösen örülünk, hogy úgy értük el ezt a helyezést, hogy egyetlen magyar versenyen sem indultunk el. Ez a lista tetszőlegesen összeállított fesztiválok alapján, azok rangját pontokkal súlyozva alakult ki. Üdvözítő, hogy ennek 80 százalékát olyan reklámfesztiválok adják, amiket mi is preferálunk. Ilyen értelemben számkra is visszajelzés, hogy ahol eddig jól szerepeltünk, az mit mutat egy hazai piacon.

## Tudni rólatok, hogy stratégiai okokból nem indultok magyarországi versenyeken, csak rangos külföldiek. Itt a lehetőség, hogy elmondjátok, miért.

**K. L.:** Ez az ország szereti a focis hasonlatokat. Szerintem lehet ez a válaszom: nem mindegy, hogy milyen ligában érsz el eredményt, hol kapod meg a trófeát. Nyilván a megyei háromban és a Premier Ligában is lehet nyerni. Mi inkább az utóbbiban szeretnénk, mert az sokkal inkább egy valós, legalábbis egy abszolút értelemben vett helyet és pozíciót jelöl. Az ember inkább fölele küzdjön, mint lefele.

**Bracsok István:** Mindenképpen szeretnénk volna ebből a kvázi provinciális létből kitekinteni, és olyan dolgokat csinálni, amelyeket nemcsak a helyi, hanem a legrangosabb külföldi reklámfesztiválok is értékelnek. Már csak azért is, mert hogyha nyersz egy ilyen rangos fesztiválon, még hozzá nagyot nyersz, akkor az kis túlzással olyan, mintha az összes magyar fesztiválon is nyertél volna.

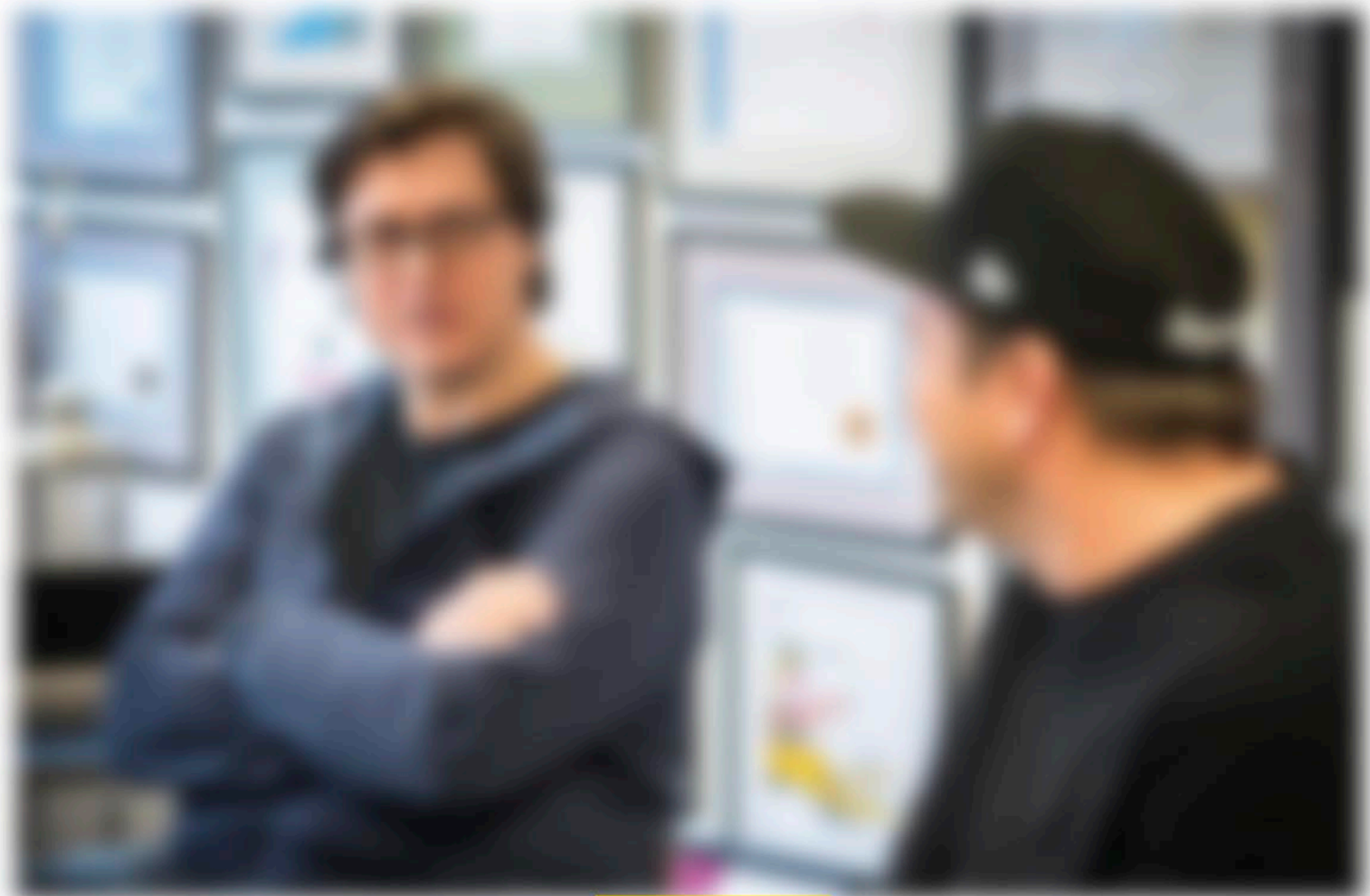
**K. L.:** De erre van egy sokkal izgalmasabb válasz is. Mert hogy ez kísérlet is abban az értelemben, hogy az ember ügynökségi oldalon mindig próbálja a saját szakértelmét, hozzáértését mutatni. Itt viszont arról szól a történet, hogy mi magunk, hogyan tudunk ebből a cégből – a sajátunkból – egy látható, ismert, népszerű márkát csinálni. Itt valójában a márkaépítés magunk felé irányul, aminek a lényege – most efelé tart a marketinges világ is –, hogy a népszerűségekre kell törekedni: a láthatóság és a „fame” az, amit vissza kell hozni. Meg tudjuk-e azt csinálni, amit egyébként az ügyfeleink márkáival szeretnénk? És mi képesek voltunk magunkat márkává emelni, és némi hírnevet szerezni. Ezt meg tudjuk csinálni más márkákkal is. Tehát a suszternek nem lyukas a cipője, hanem tisztességes lábbelit visel. Nemcsak ígéret van, de bizonyíték is.

A másik, ami szerintem ugyanúgy izgalmas dolog, arról szól: hogyan lehet a kreativitásnak visszaadni a becsületét, meg az értékét, ami az évek során eléggé le lett amortizálva az iparágon belül.

A harmadik ok pedig, ami meg az én hülyeségem, hogy azt vallom: a magyar név megint szép lesz. Ezekkel a díjakkal mégiscsak ráirányítjuk erre az országra a figyelmet. Tehát ha országimázt akarok (akar bárki) csinálni, na ez az országimázs.

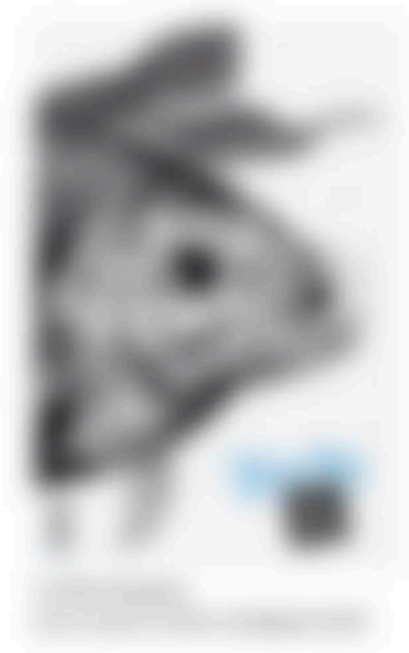
**B. I.:** Mi, magyarok nagyon szeretjük magunkat kreatív nemzetként beállítani, és ez pont a kreatív szakmában nem látszik. Képtelenek vagyunk nemzetközi szinten nagy eredményeket elérni. Teljesen mindegy is, hogy kinek a hibája, kinek a lustasága, kinek a nemtörődömsége, de tök egyszerűen: képtelenek vagyunk. És valóban ez is benne volt motivációként, hogy megmutassuk, hogy meg lehet csinálni. Nagyon durva, de meg lehet csinálni.

**„Megtapasztaltuk, hogy egy nemzetközi szinten ismeretlen márkával nem tudjuk áttörni a falat.”**



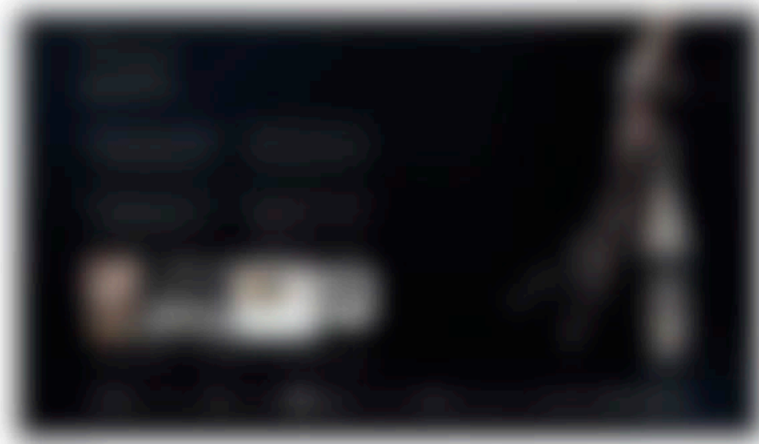
**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[The content of this section is heavily blurred and illegible.]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

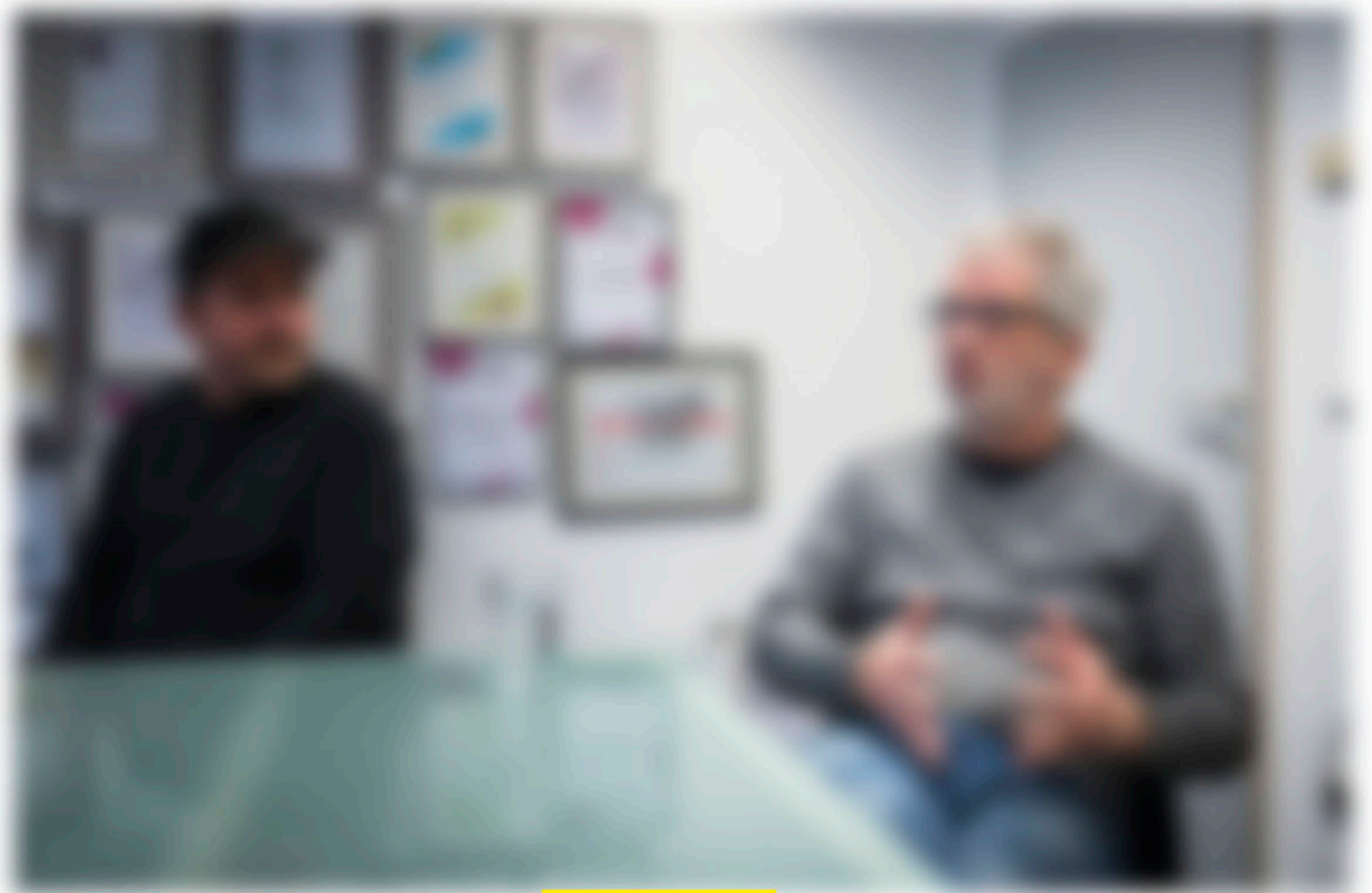
**© 2023 KREATÍV MAGAZIN. MINDEN JOG FÉLRE tartva. A magazin tartalma csak tájékoztató jellegű, nem minősül tanácsadásnak. A kiadvány elosztása kizárólag a szerkesztőség engedélyével lehetséges.**



[The main body of the page contains several columns of text that are heavily blurred and illegible. The text appears to be organized into two main columns, with a central text box overlaid on top.]

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

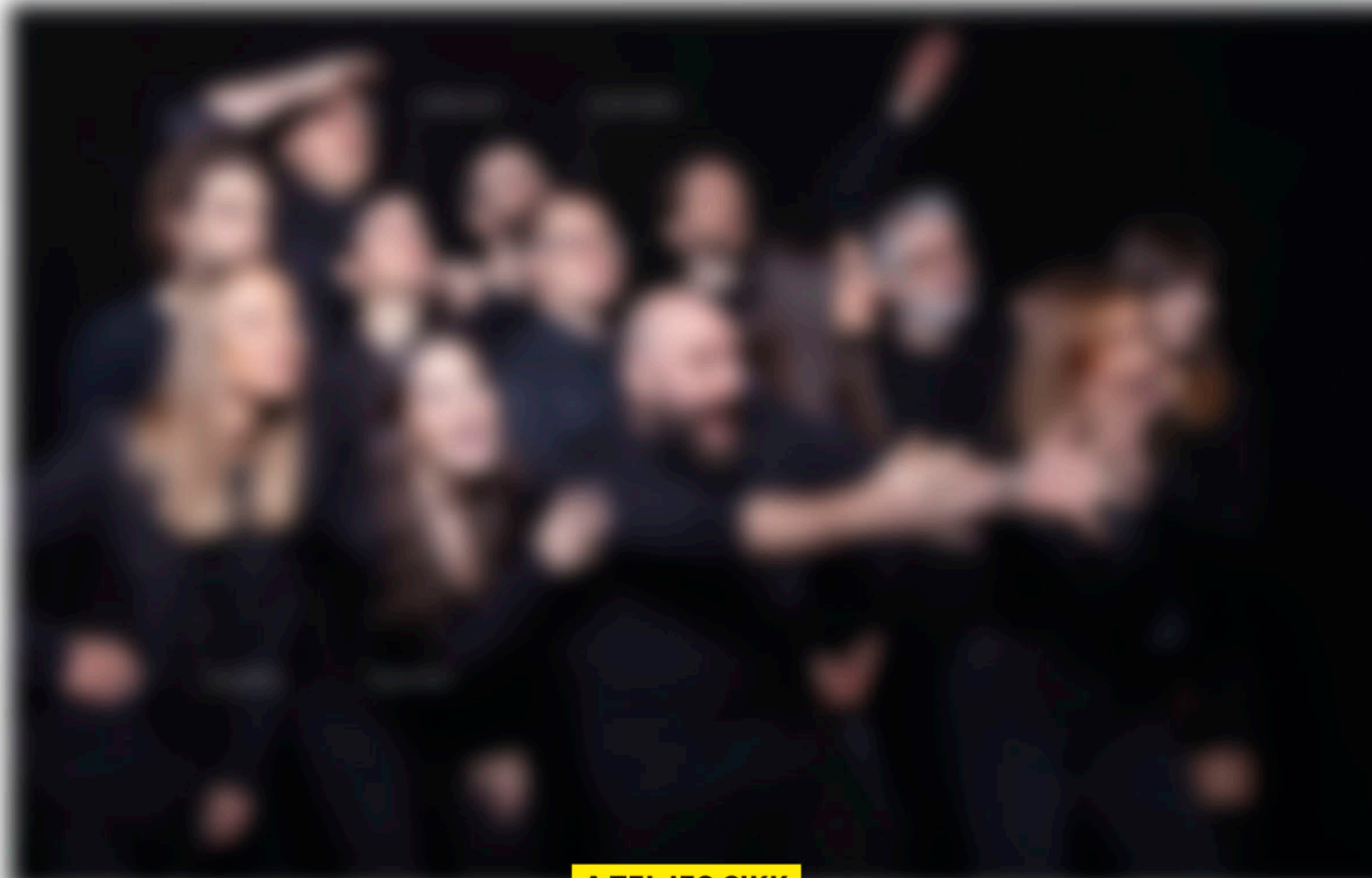
[A footer section at the bottom of the page, containing several lines of text, some of which are highlighted in red.]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

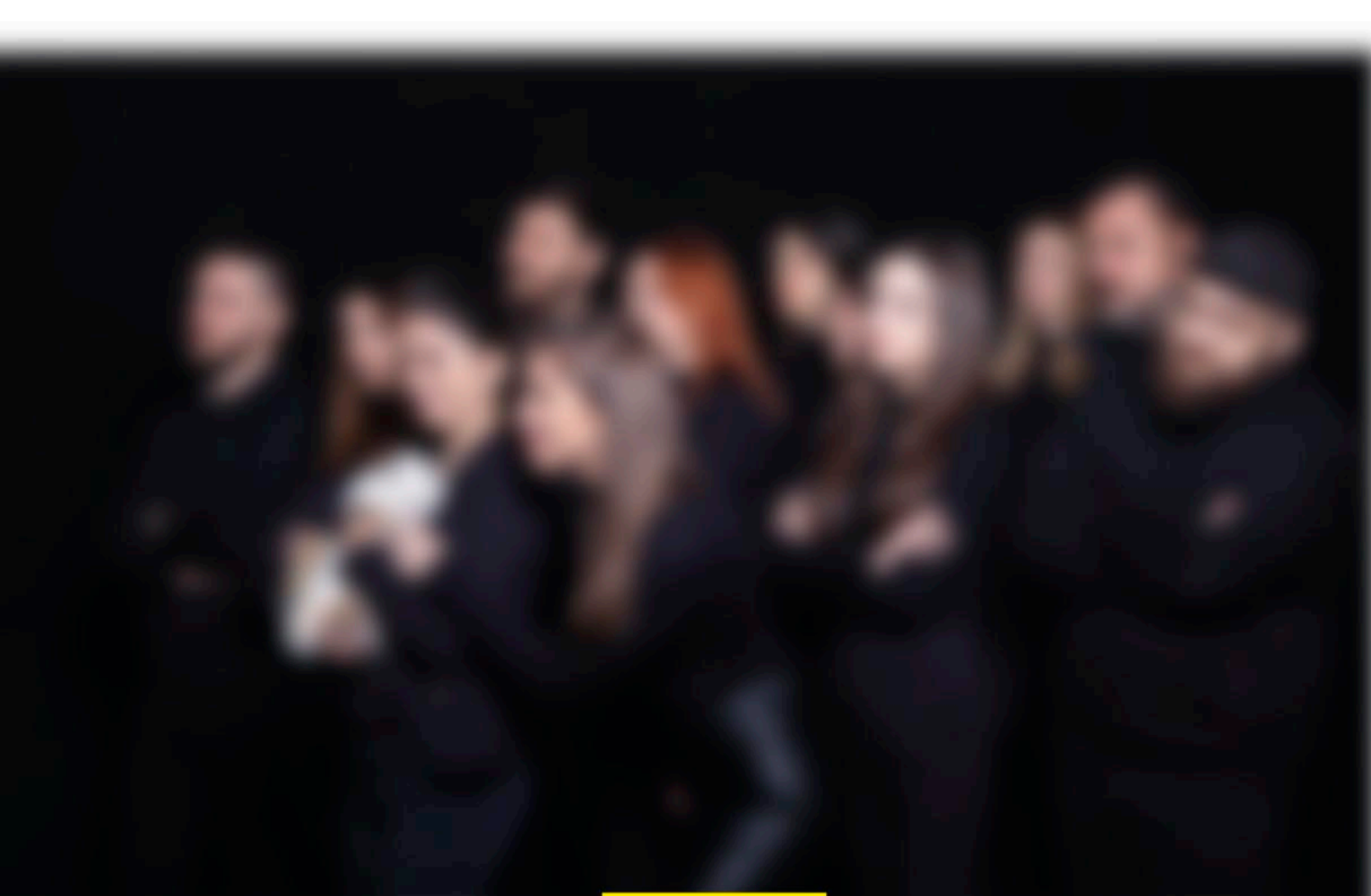
[Blurred text block]



**NYOMTATOTT ÉPÍTÉS**

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[The following text is heavily blurred and illegible, appearing as a series of grey blocks.]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block containing several lines of illegible text]

[Blurred text block containing several lines of illegible text]

# Imre bácsi, üres asztalok, kis gyufaárus lány

MOLNÁR KINGA ÉS SIRBIK ATTILA ÖSSZEÁLLÍTÁSA

Lássuk, milyen kampányok álltak a reklámügynökségi lista helyezései mögött. Az élen végző White Rabbitről címlapsztorinkban írtunk.

## ARTS & CRAFTS

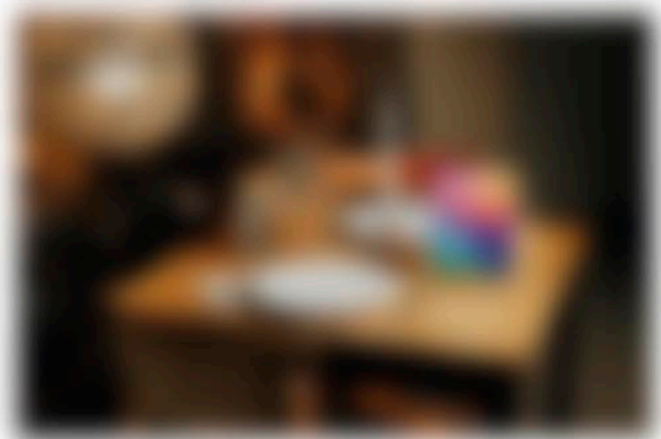
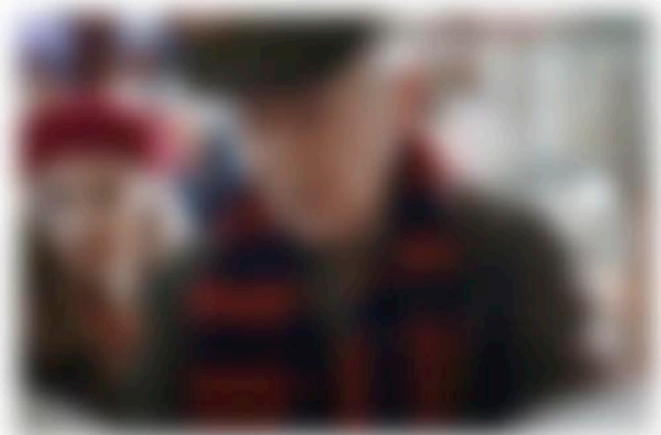
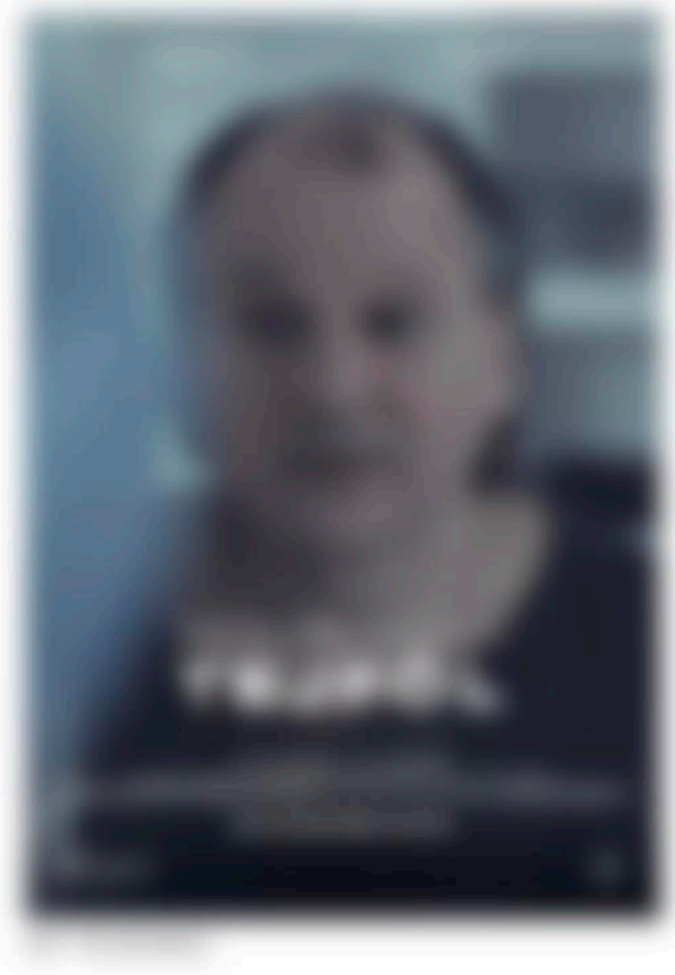
1. oldal	2. oldal	3. oldal	4. oldal	5. oldal
6. oldal	7. oldal	8. oldal	9. oldal	10. oldal
11. oldal	12. oldal	13. oldal	14. oldal	15. oldal
16. oldal	17. oldal	18. oldal	19. oldal	20. oldal



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

ARTS & CRAFTS  
ARTS & CRAFTS  
ARTS & CRAFTS

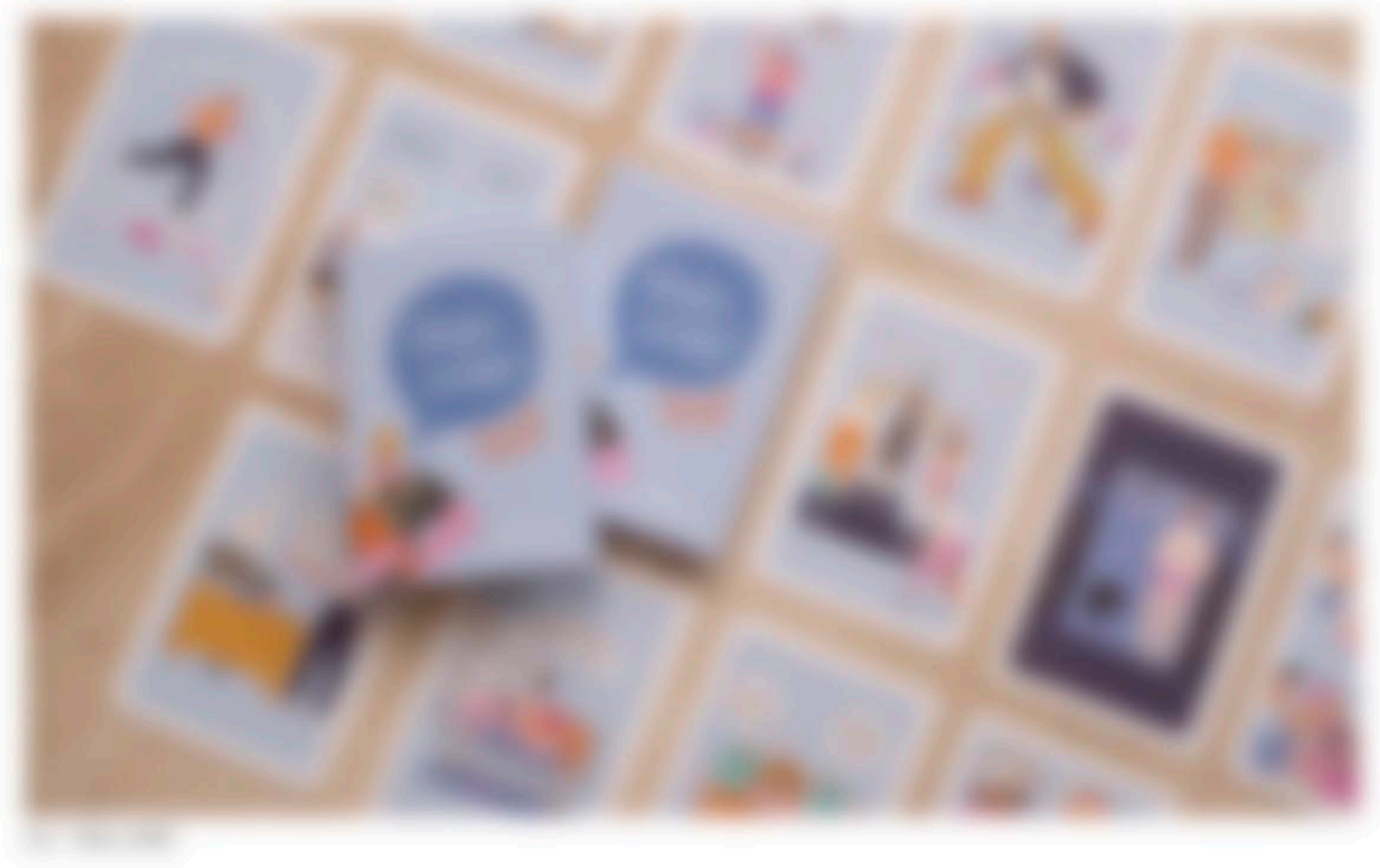
ARTS & CRAFTS  
ARTS & CRAFTS  
ARTS & CRAFTS



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

[Blurred text block]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

Uniomedia 9/9

# Az Uniomedia megtartotta, a Telekom elvesztette a helyét a PR Toplistán

Mautner Zsófi őstermelőket influenzál, villanyleó a Gellértben, Pumped Gabo gatyója. Uniomedia, Lounge, Noguchi. Mastercard, telkók, Profession. Ez csak pár kifejezés, amivel össze lehet foglalni a legfrissebb Apex PR Toplistát, és amiket a továbbiakban ki is fejtünk részletesen.

GYŐRI ZSÓFIA ÍRÁSA

**MINDEN ÉV MÁSKÉPP IZGALMAS ÉS MÁSÉRT ÉRTÉKES.  
A VILÁG VÁLTOZIK, MI PEDIG MEGÉRTJÜK, ÉS TESSZÜK A DOLGUNKAT.**

*Happy by  
Pharrell  
Williams*

*Imádjuk a Live  
Streaminget*

*This Is America  
by Childish  
Gambino*

*Távmunka és  
home office  
az élet*

*Megérkezett  
a ChatGPT*

**2014**

**2015**

**2016**

**2017**

**2018**

**2019**

**2020**

**2021**

**2022**

*The Revenant*

*Az év színe:  
Greenery  
(15-0343)*

*Zoom és más  
videokonferencia  
alkalmazások éve*

*Coda*

**AZ UNIOMEDIA IMMÁR 9x AZ ÉV PR ÜGYNÖKSÉGE.**

# **9 ÉVE BOLDOGOK VAGYUNK TŐLE!**

Köszönjük ügyfeleinknek, hogy bizalmat szavaztak nekünk, kollégáinknak a lelkes és profi munkájukat, valamint barátainknak a támogatást. Ennek a díjnak - akár csak az előző éveknek - a megszerzése nem lett volna lehetséges nélkülük.

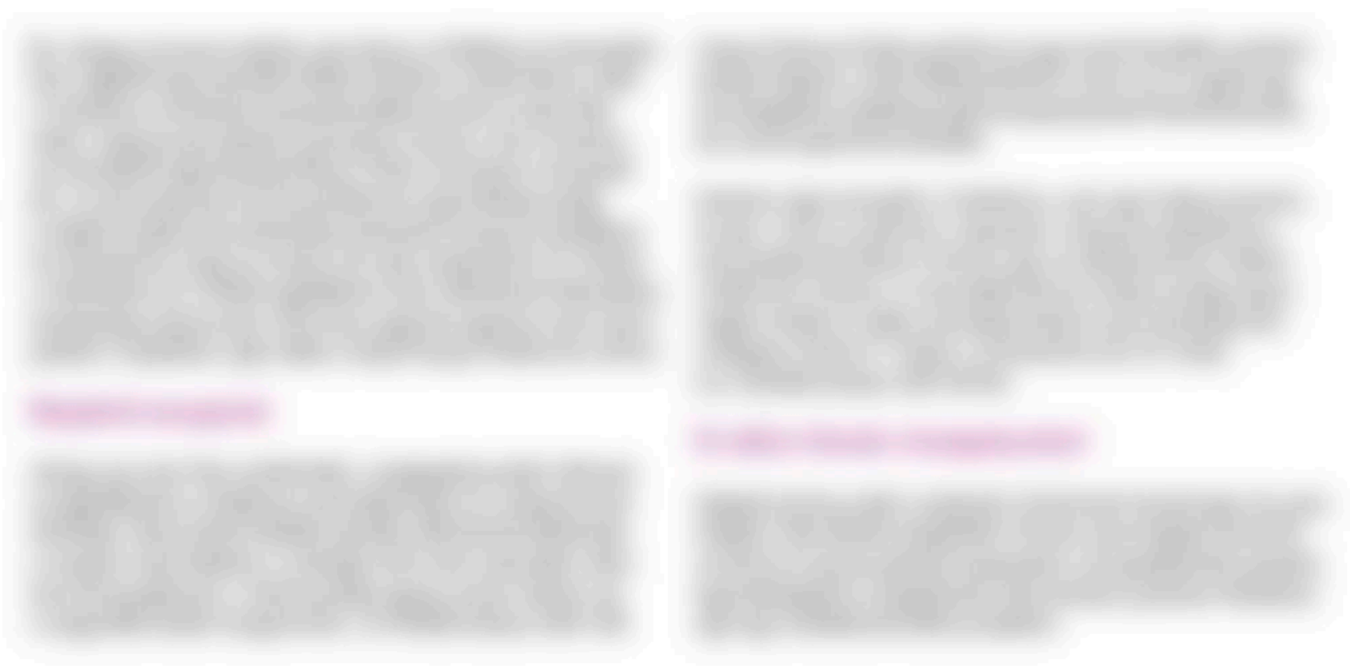
*Az oldalon szereplő szöveget nagyrészt ChatGPT-vel írtuk.  
Egyelőre nem aggodunk, hogy az AI elveszi a munkánkat!*

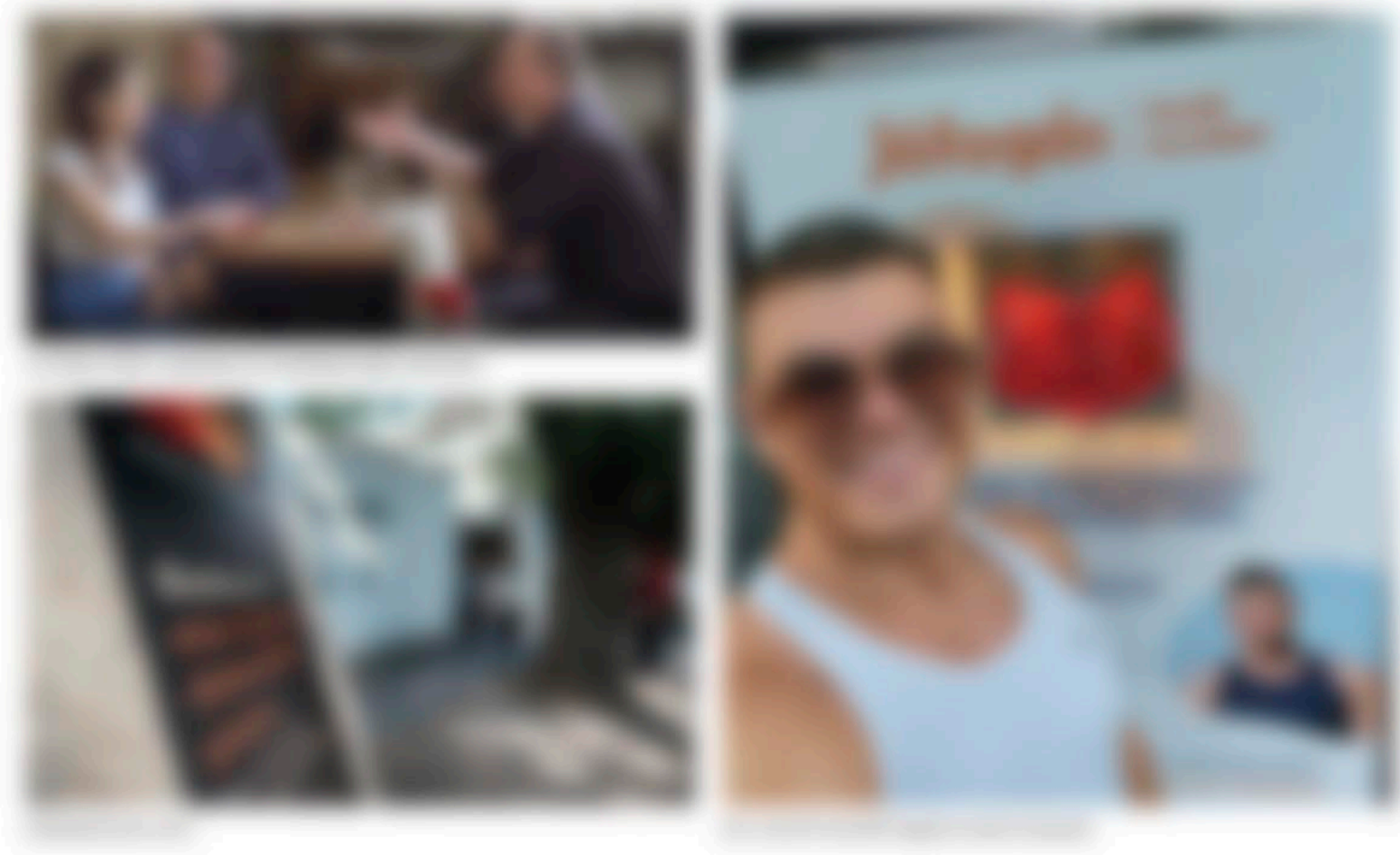


TARTALOM				
1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	50
51	52	53	54	55
56	57	58	59	60
61	62	63	64	65
66	67	68	69	70
71	72	73	74	75
76	77	78	79	80
81	82	83	84	85
86	87	88	89	90
91	92	93	94	95
96	97	98	99	100

TARTALOM				
1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	50
51	52	53	54	55
56	57	58	59	60
61	62	63	64	65
66	67	68	69	70
71	72	73	74	75
76	77	78	79	80
81	82	83	84	85
86	87	88	89	90
91	92	93	94	95
96	97	98	99	100

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

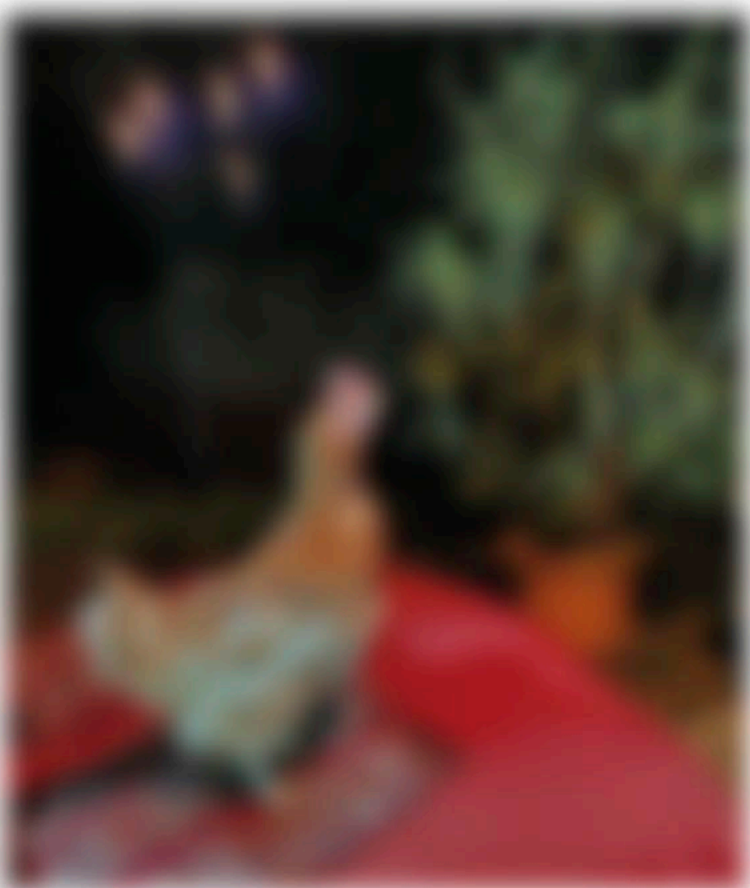
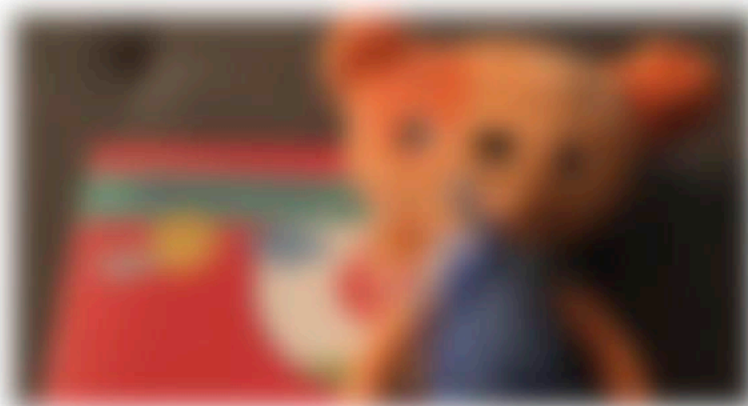




**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

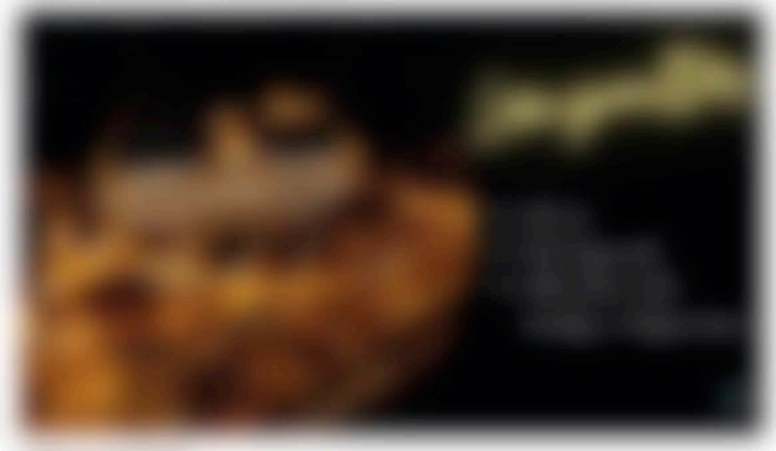
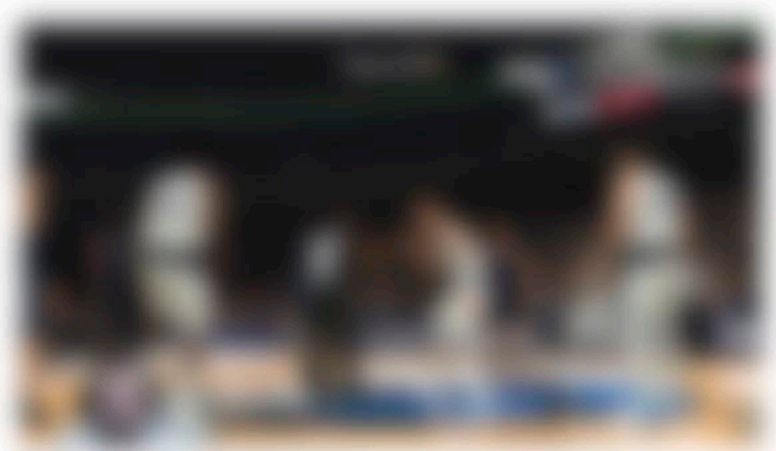
[Blurred text block]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

[Blurred text block]



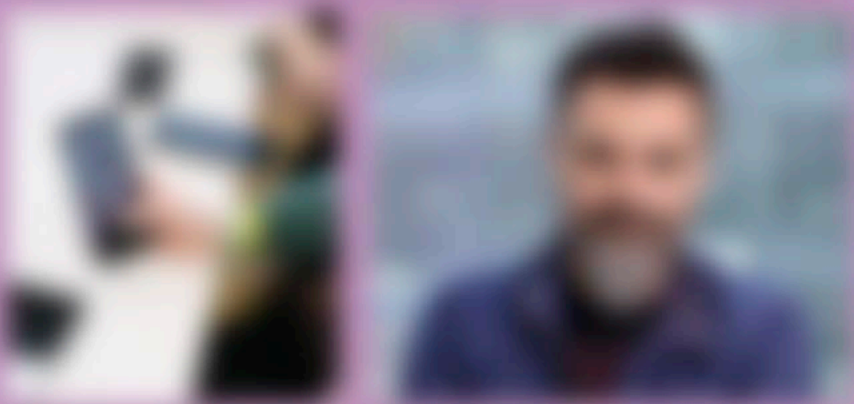
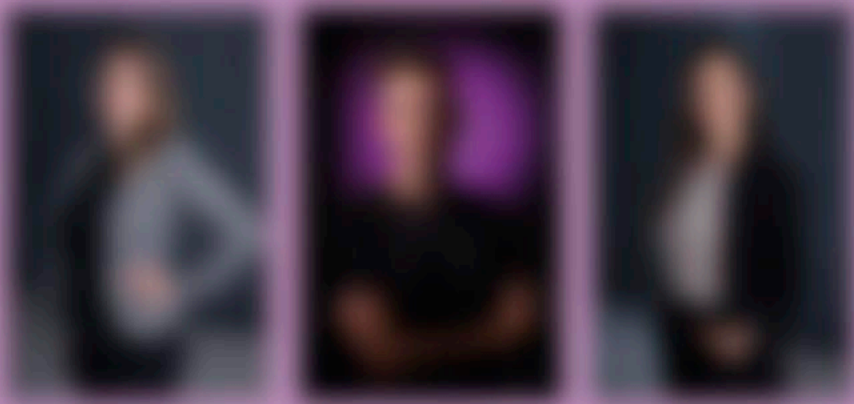
**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

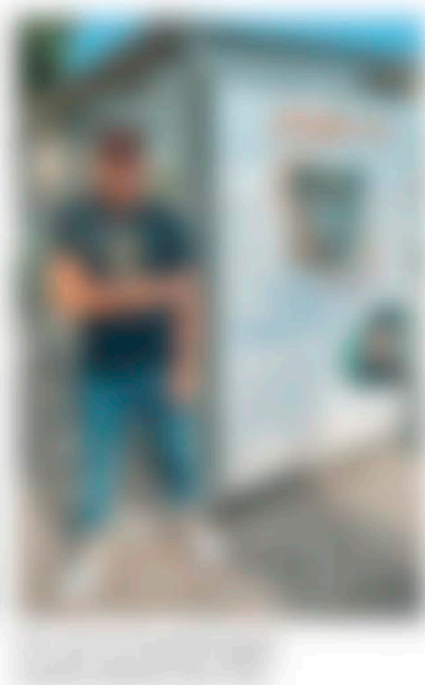
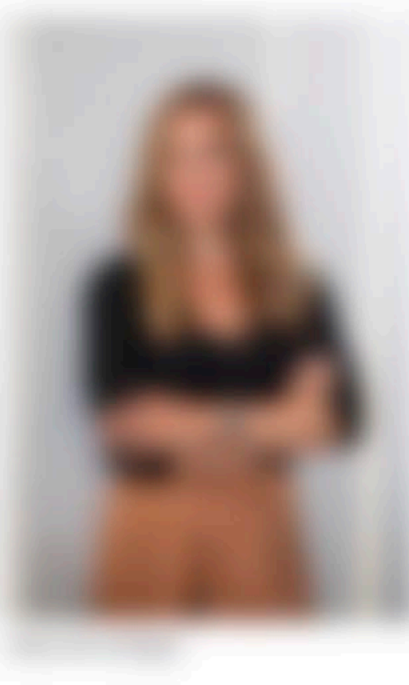
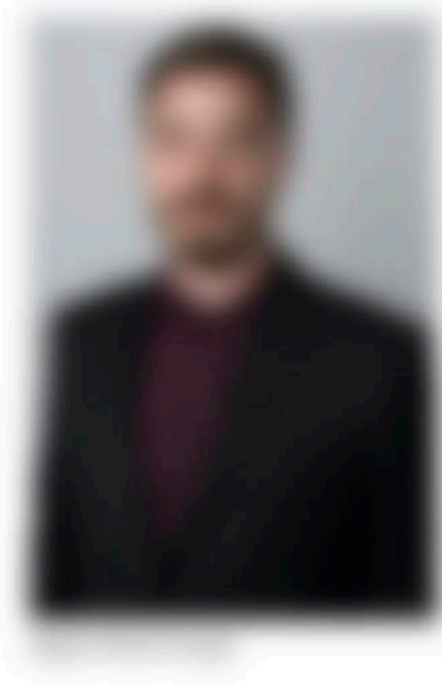


# A PR már sokkal több, mint PR

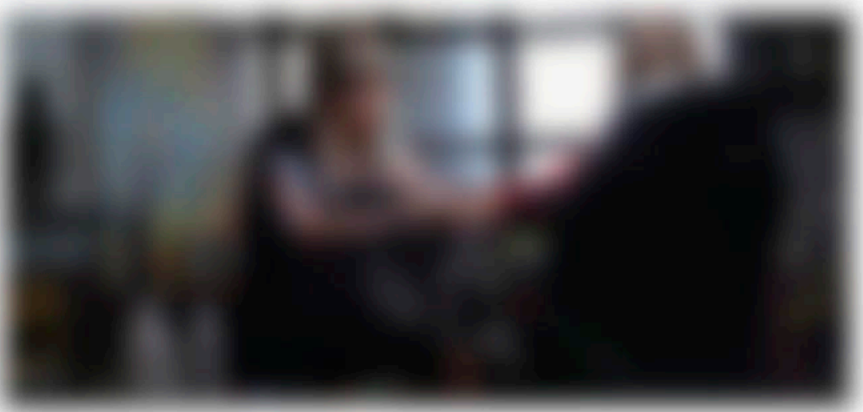
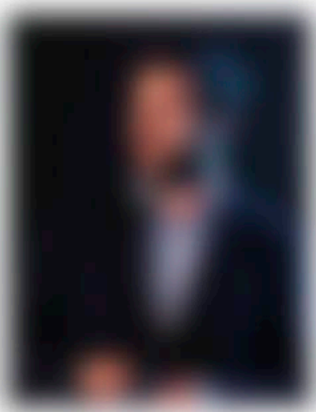
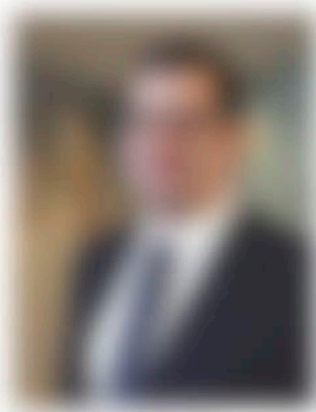
SZAJKI-VÖRÖS ADÉL ÍRÁSA

Az Apex idei három dobogósát a PR-ügynökségek és az ügyfelek oldaláról is bemutatjuk. Beszélgetés a Lounge, az Uniomedia és a Noguchi képviselőivel és ügyfeleikkel.





**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

# A HÁLA NÖVELI A BOLDOGSÁGHORMONJAINK SZINTJÉT



KÖSZÖNJÜK  
SZUPER ÜGYFELEINKNEK!

LOUNGE COMM

## Apex Event Toplista

# Nagy költségvetésű rendezvények és kis kreatív projektek az event toplistán

Több nemzetközi szakmai díjat is nyert nagy költségvetésű, országos rendezvényeivel a Lounge Group, ezzel magas pontfóhélynyel vezetik a Kreatív második alkalommal összeállított Apex Event Toplistáját. Mögöttük már sokkal szorosabb verseny alakult ki a hazai megmérettetésekén jól szereplő ügynökségek között.

SZERÉNYI SZABOLCS ÍRÁSA

**NOGUCHI** x

**Coca-Cola  
Dreher  
Profession.hu  
Yettel**

**European Excellence Awards**

**Golden World Awards**

**PREXA**

**Prizma**

**Stevie Awards**

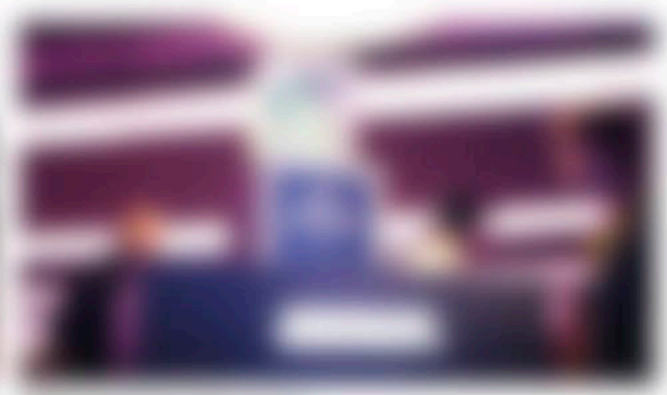
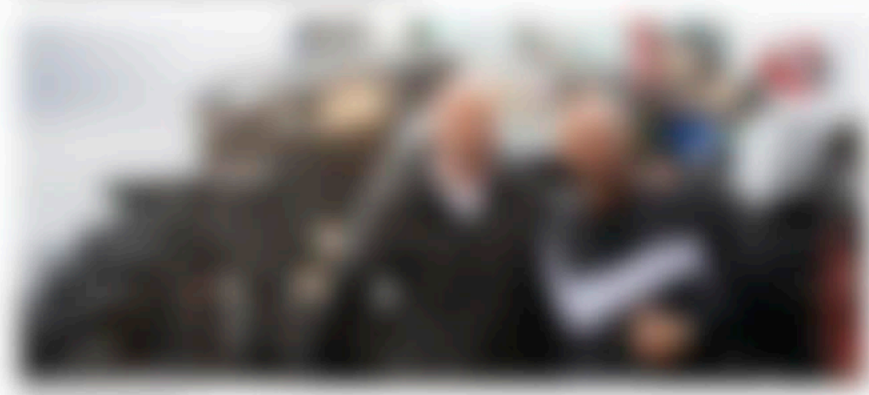
**Köszönjük a bizalmat!**

Idén azon leszünk, hogy még több  
ügyfelünkkel, még több díjat  
ünnepelhessünk!

Tartalomjegyzék	
1. oldal	Bevezető
2-3. oldal	1. cikk
4-5. oldal	2. cikk
6-7. oldal	3. cikk
8-9. oldal	4. cikk
10-11. oldal	5. cikk
12-13. oldal	6. cikk
14-15. oldal	7. cikk
16-17. oldal	8. cikk
18-19. oldal	9. cikk
20-21. oldal	10. cikk
22-23. oldal	11. cikk
24-25. oldal	12. cikk
26-27. oldal	13. cikk
28-29. oldal	14. cikk
30-31. oldal	15. cikk
32-33. oldal	16. cikk
34-35. oldal	17. cikk
36-37. oldal	18. cikk
38-39. oldal	19. cikk
40-41. oldal	20. cikk
42-43. oldal	21. cikk
44-45. oldal	22. cikk
46-47. oldal	23. cikk
48-49. oldal	24. cikk
50-51. oldal	25. cikk
52-53. oldal	26. cikk
54-55. oldal	27. cikk
56-57. oldal	28. cikk
58-59. oldal	29. cikk
60-61. oldal	30. cikk
62-63. oldal	31. cikk
64-65. oldal	32. cikk
66-67. oldal	33. cikk
68-69. oldal	34. cikk
70-71. oldal	35. cikk
72-73. oldal	36. cikk
74-75. oldal	37. cikk
76-77. oldal	38. cikk
78-79. oldal	39. cikk
80-81. oldal	40. cikk
82-83. oldal	41. cikk
84-85. oldal	42. cikk
86-87. oldal	43. cikk
88-89. oldal	44. cikk
90-91. oldal	45. cikk
92-93. oldal	46. cikk
94-95. oldal	47. cikk
96-97. oldal	48. cikk
98-99. oldal	49. cikk
100-101. oldal	50. cikk



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



Magyar Művelődési és Sportminisztérium  
Kreatív Magazin  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

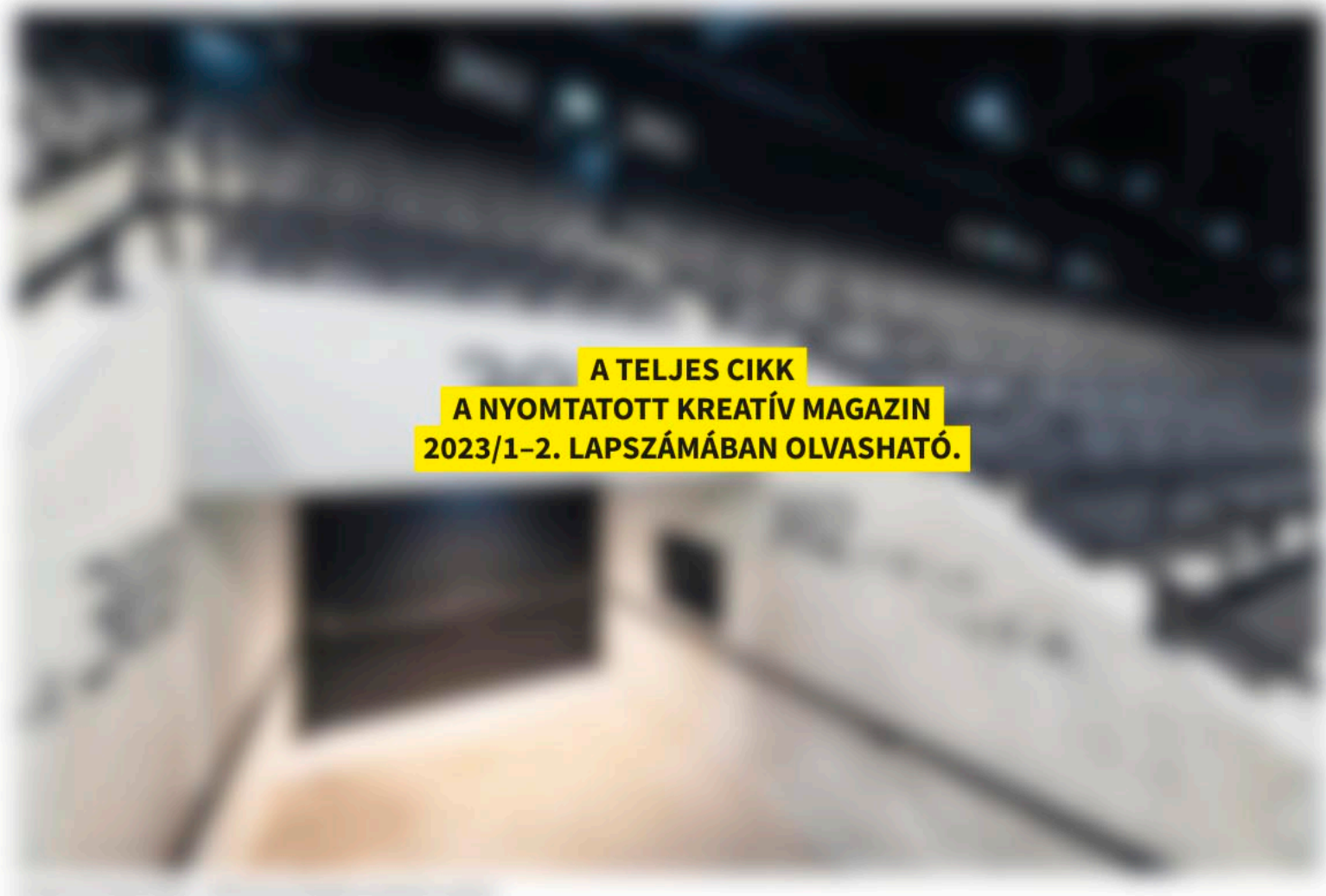
Magyar Művelődési és Sportminisztérium  
Kreatív Magazin  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.

# Italcsomagolásokkal gyűjtött be 2022-ben nemzetközi aranyakat a Graphasel

BALKÁNYI NÓRA ÖSSZEÁLLÍTÁSA

Nem egy-egy nagyobb szakító munkával, hanem többféle díjazott anyaggal magasan nyerte az Apex Design Toplistát a Drozsnik Dávid és Ördögh László vezette stúdió.

ARTS & CULTURE	ARTS & CULTURE	ARTS & CULTURE	ARTS & CULTURE	ARTS & CULTURE
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

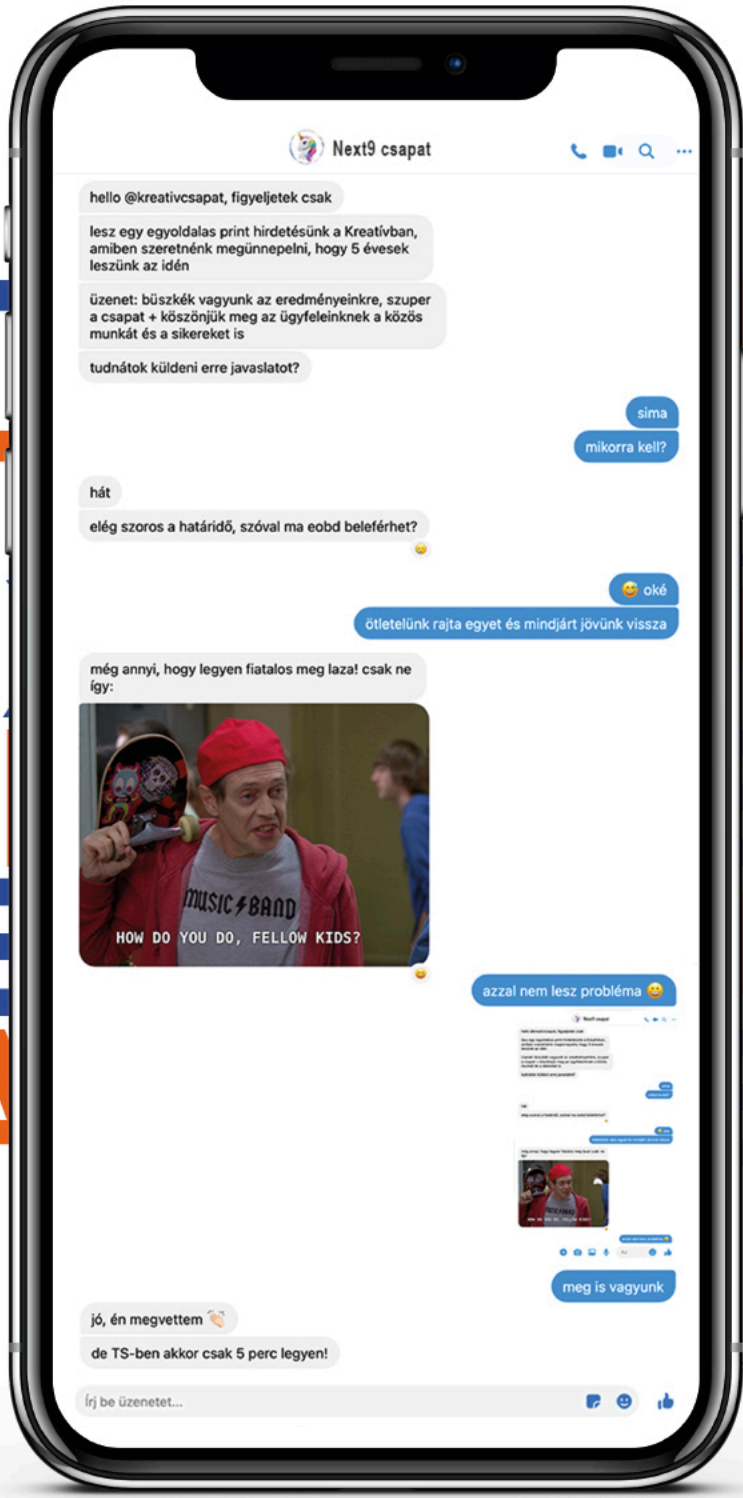


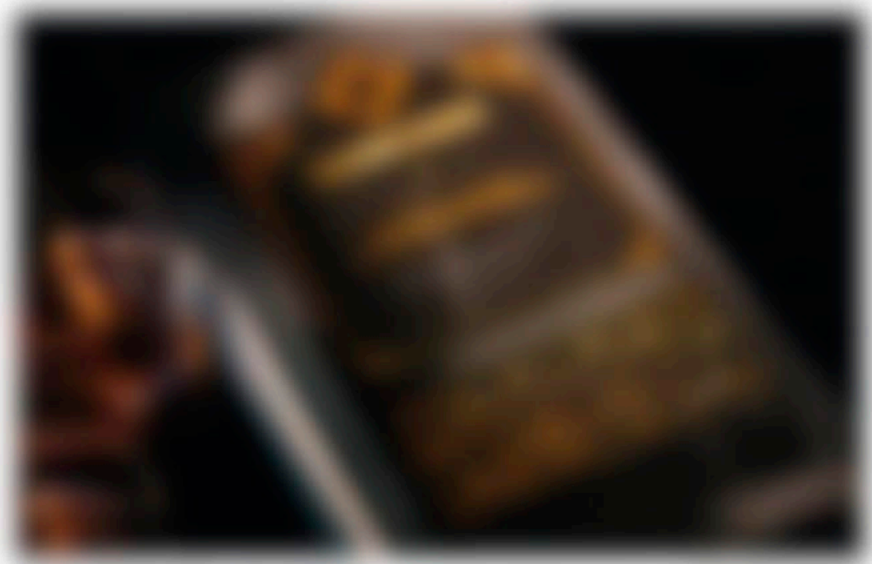
**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

ARTS & CULTURE

S NEX  
W HA  
T S NE  
X T W  
T S NE  
W HA

T S NEX  
X T W  
W HA T  
X T W  
T S NE  
X T W





**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

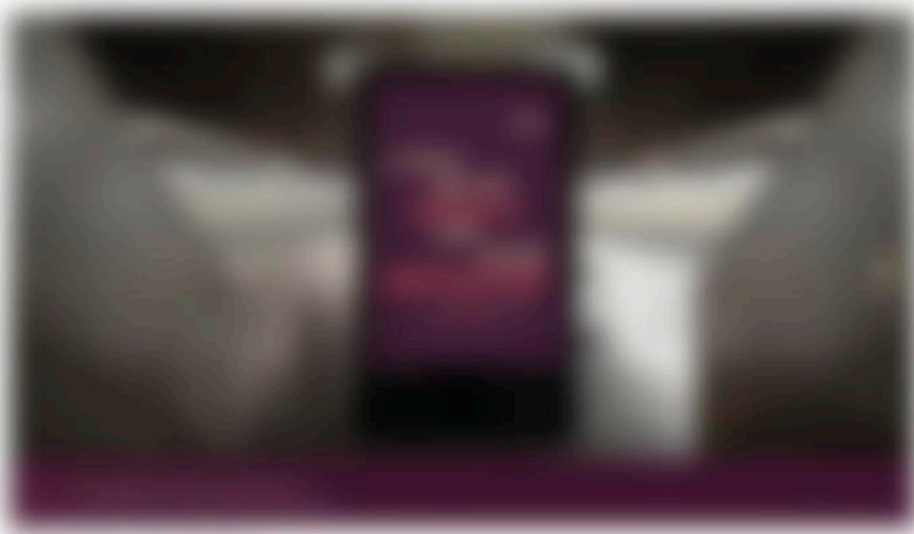
[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Blurred text block]



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text block]



[Blurred text block]

[Blurred text block]

[Large blurred text block]

Gr

and

Behind every brand, a story.

A tapasztalat  
manifesztációja –  
több, mint design

*„A változás kapcsán megragadjuk a lehetőséget,  
hogy ügyfeleinknek megköszönjük  
az együttműködést; a csapatnak pedig a kitartó  
professzionális munkát.”*

Pici grafikai stúdióként indult a Graphasel, de ma már sokkal több ennél, hiszen stratégiaibb szemléletű lett gondolkodásuk, ezáltal a branding és a communication design a szakterületükké vált.

Immár húsz év tapasztalatainak és fejlődésének hála érettebb lett a cég és ez a szemléletváltás tükröződik az arculatváltásukban. Boldogok, hogy a szakmában a legrangosabb nemzetközi elismeréseket (is) sikerül évről-évre begyűjteniük: ez jelzi számukra, hogy nem csak álmodoznak róla, hanem tényleg ott van a helyük, a nevük és a munkáik a szakmai élvonalban.

*To be continued!*

**Graphasel**

# Lopott percekben, váratlan helyeken is zajlott a márkaváltás

Londoni ügynökség dolgozta ki az alapot, de itthon is rengeteg előkészületet igényelt a Yettel márka bevezetése. Kiemelt cél volt, hogy ne ébresszenek irreális elvárásokat a fogyasztókban, és hogy megmutassák a márka könnyedebb oldalát. Hol tart most ismertségben a Yettel, és miért látnak fantáziát a zenei szponzorációban? Dolezsai Gergelyt, a cég hazai marketingkommunikációs igazgatóját kérdeztük.

BICSÉRDI-FÜLÖP ADÁM ÍRÁSA

Magyar  
Kreatív  
Magazin

1. oldal	2. oldal	3. oldal	4. oldal	5. oldal
----------	----------	----------	----------	----------



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Magyar  
Kreatív  
Magazin

Magyar  
Kreatív  
Magazin

Magyar  
Kreatív  
Magazin

Magyar  
Kreatív  
Magazin

Magyar  
Kreatív  
Magazin

# A ChatGPT-től nem kell félnetek, jó lesz



KÁNAI ANDRÁS ÍRÁSA

Meraki Marketing B2B kreatívigazgató  
/ jövőkutató

Nagyon ráfér már a kreatív szakmára, hogy gatyába rázzák, hogy újra feltalálja önmagát, hogy megszabaduljon a buzzwordök keltette, orwelli Egyhangúság Korából. Paradox módon ebben most egy chatbot siet a segítségünkre.

„Öt perc múlva legyen az asztalomon 10 új headline!”  
(Ismeretlen kreatívigazgató az 1990-es évek első feléből)

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

# A közelgő vihar



LÖVENBERG BALÁZS ÍRÁSA

A kérdés nem az, hogy lesz-e magyarul is átlagon felüli szövegeket előállító AI. A kérdés inkább az, mikor jutunk el ide, és hogy mit kezdünk az új helyzettel. Lővenberg Balázs, a Noguchi stratégiai igazgatójának vitaindító írása a mesterséges intelligencia fejlődéséről, az iparágra gyakorolt lehetséges hatásairól.

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

Büszkék vagyunk rá, hogy Magyarország és a régió meghatározó ügynökségévé váltunk. És arra is, hogy több mint háromszáz szakember dolgozik nálunk a világ 31 országából. Büszkék vagyunk arra is, hogy a világ szinte minden piacán jelennek meg munkáink, és hogy a világ legnagyobb márkáin és termékein dolgozhatunk. De arra is büszkék vagyunk, hogy 100%-ban legális munkavállalói jogviszonyt biztosítunk a nálunk dolgozóknak. Emellett arra is, hogy nálunk az elfogadás és az egyenlőség valóban fontos és megélhető értékek. És arra is, hogy évente akár hat hetet dolgozhatunk a világ bármely pontjáról.

De leginkább az ügyfeleink sikereire vagyunk büszkék, amit a közös munkánknek köszönhetően értek el.



# Itt a vége (már megint)



SZATMÁRI PÉTER ÍRÁSA

Mi vár a szegény kommunikációs tanácsadókra a mesterséges intelligenciák által belakott, posztmédiá apokaliptikus sivatagában? Szatmári Péter, a FleishmanHillard Café account igazgatójának vendégírása.

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

#THE TEAM

AG

ARTIFICIAL GROUP  
BOUTIQUE CREATIVE

S  
#THE BRAND

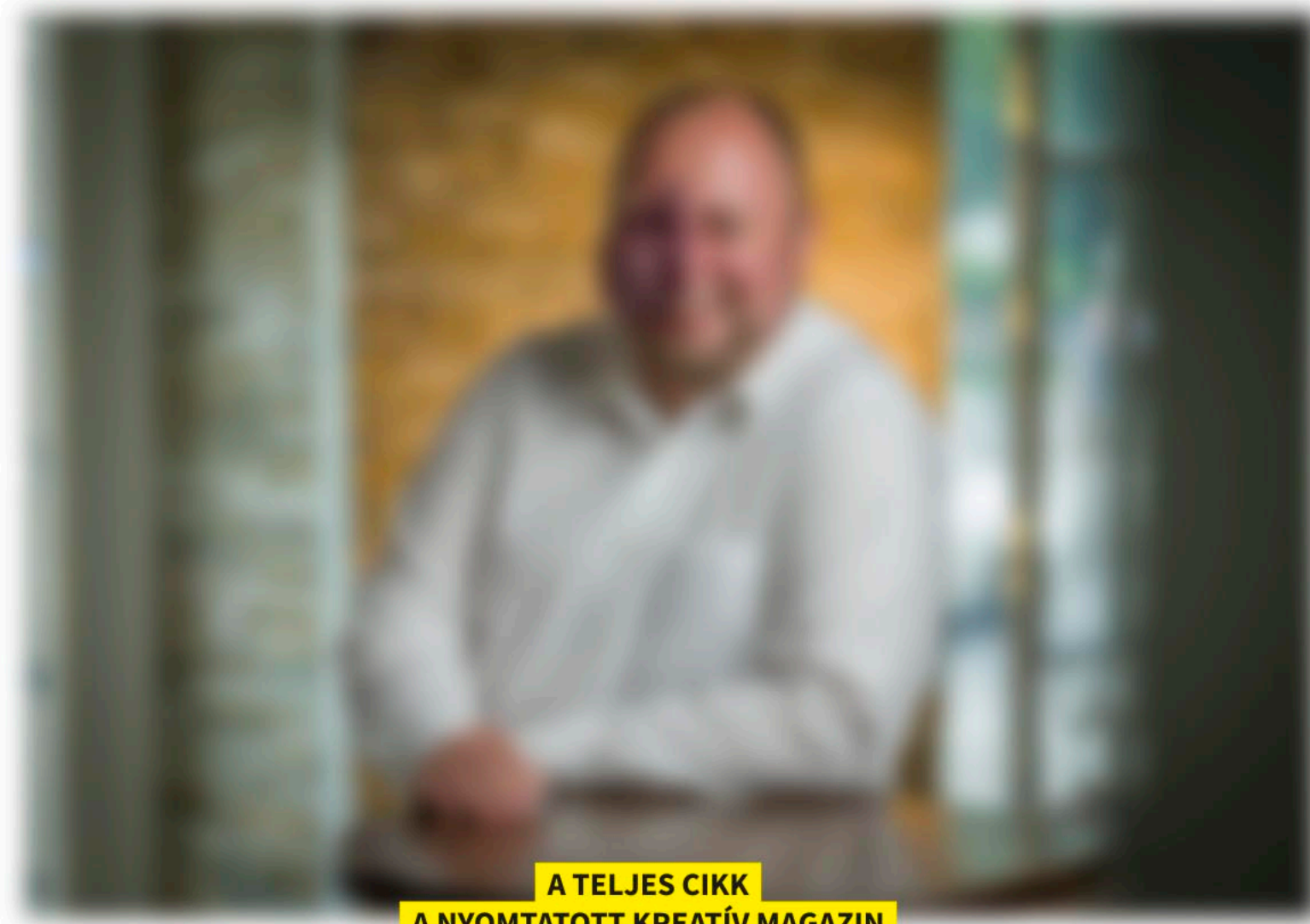
*ISTVÁN* is our guy, our knight in shining armor,  
and AG's employee of the year 2022, as voted by his coworkers.

*And this is our print about him because  
we want to show the world that the team really is the brand.*

# „Episztemikus krízisben vagyunk”

Nem az a legnagyobb gondunk, hogy a Stability AI nagyvonalúan begyűjtött képekből dolgozik, vagy hogy a ChatGPT nem tudja, hogy mennyi az ötször öt. Az MI-technológiát egyszerre okosabbnak és butábbnak is tartjuk, miközben valójában mesterségesebb, mint intelligencia. A terület kihívásairól és az egymást követő MI-telekről Szabados Leventével, a Neuron Solutions társalapítójával beszélgettünk.

SZEDLÁK ÁDÁM ZOLTÁN ÍRÁSA



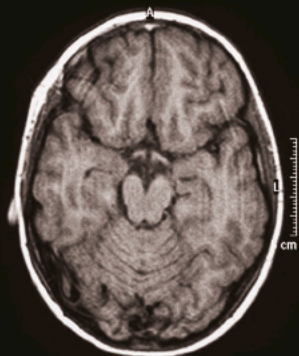
**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

[Blurred text blocks, likely representing a list of articles or a table of contents.]

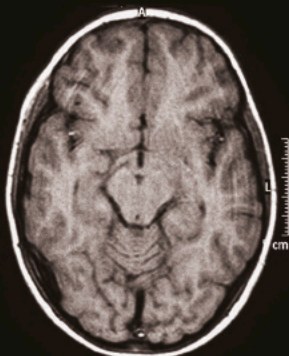
[Blurred text block, likely a footer or contact information.]

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

# TÁGAS OTTHONOK



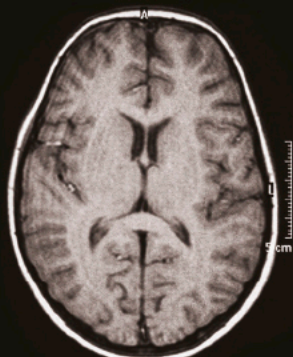
**PR-TANÁCSADÓ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
106 234 000 000 IDEGSEJT



**KÖZÖSSÉGIMÉDIA-SZAKÉRTŐ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
107 154 000 000 IDEGSEJT



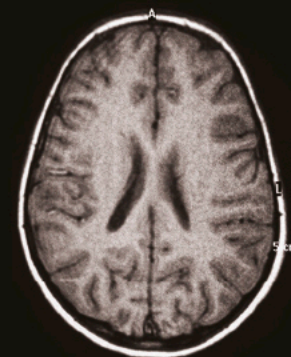
**PROJEKTMENEDZSER**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
106 999 000 000 IDEGSEJT



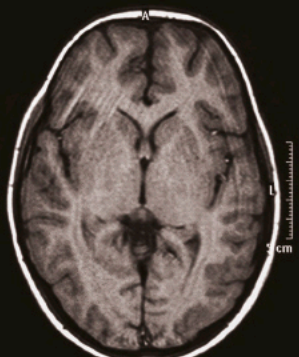
**SZÖVEGÍRÓ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
103 764 000 000 IDEGSEJT



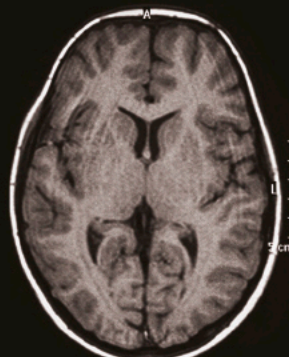
**RENDEZVÉNYSZERVEZŐ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
109 999 999 999 IDEGSEJT



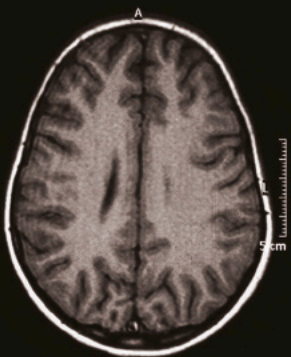
**TARTALOMFEJLESZTŐ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
104 366 000 000 IDEGSEJT



**GRAFIKUS**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
102 222 000 000 IDEGSEJT



**MÉDIATERVEZŐ**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
102 999 000 000 IDEGSEJT



**PPC-SPECIALISTA**  
BUDAPEST, II. KERÜLET  
104 123 000 000 IDEGSEJT

KIVÁLÓ LOKÁCIÓVAL, IZGALMAS PANORÁMÁVAL ÉS PRÉMIUM-FELSZERELTSÉGGEL RENDELKEZŐ TÁGAS TEREK, INNOVATÍV ÖTLETEKKEL.  
**HOSSZÚ TÁVÚ MÁRKAÉPÍTÉSHEZ BEFEKTETÉSNEK IS IDEÁLIS.**

Örülünk, hogy mi is a legnagyobbak közt vagyunk.



# Az ACG lett az év ügynöksége, a Vodafone az év ügyfele a 2022-es Pixel Perfect Awardson

Január 25-én este az Extrában adtuk át a Kreatív és a MAKSZ első közös versenyének díjait, ahol a zsűri a digitális gondolkodás és digitális megoldások újszerű, innovatív, ötletes megvalósítását díjazta. A döntőbe 83 nevezés jutott be, 33-an vihettek haza díjat, közülük hatan értek el első helyezést. 2022-ben az év ügynökségének az ACG-t választotta a zsűri, az év ügyfele pedig a Vodafone Magyarország lett.

FÁBIÁN JUDIT ÖSSZEÁLLÍTÁSA



PIXEL PERFECT AWARDS 2022 ÉV ÜGYNÖKSÉGE

—  
ACG Budapest



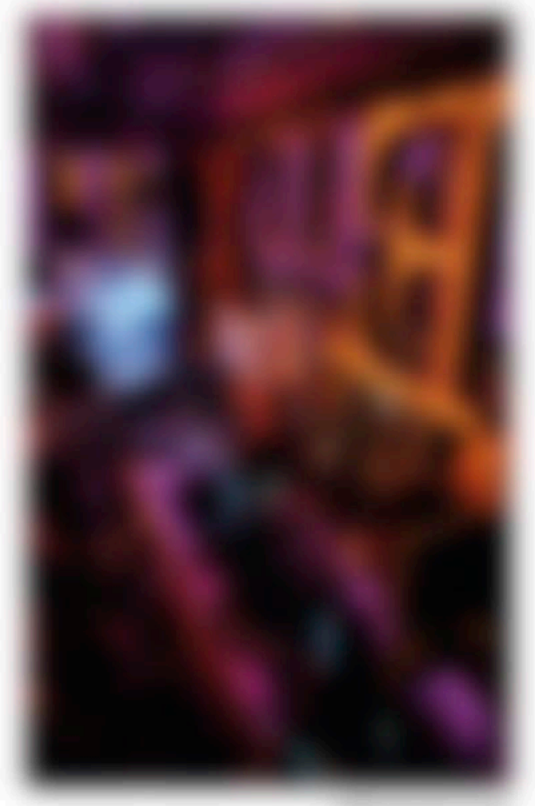
PIXEL PERFECT AWARDS 2022 ÉV ÜGYFELE

—  
Vodafone Magyarország



A PPA online és helyszíni zsűrije

Fotó: Kiss Viktor

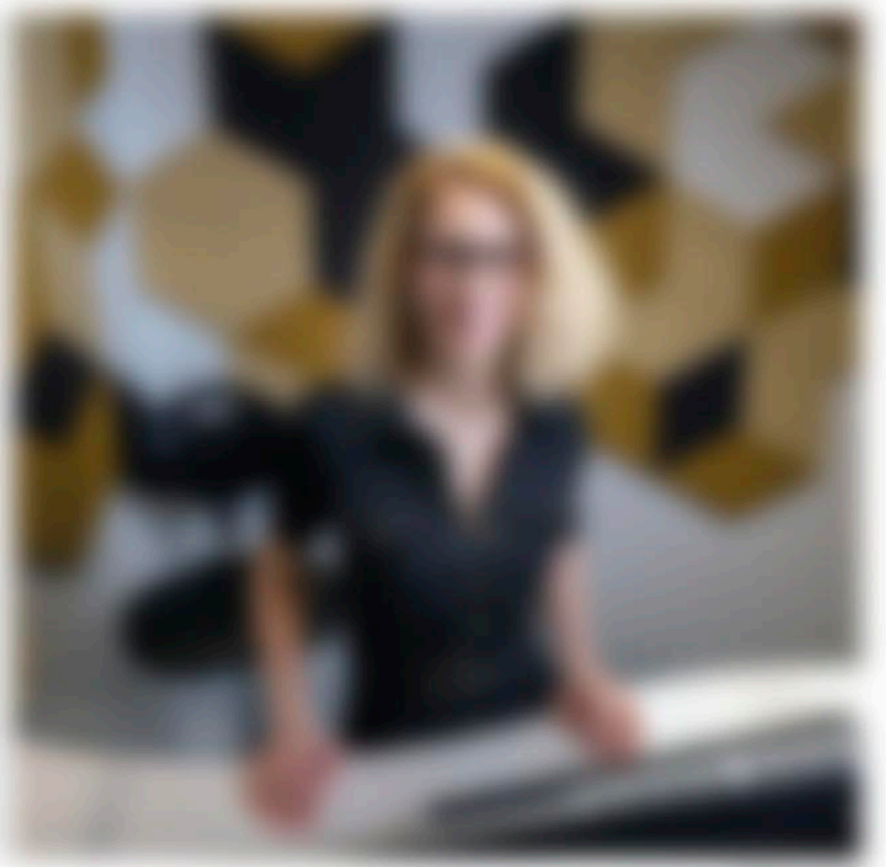


**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

# A ma létező radiocafé 98.0 nem egy remake

Három hónapja régi néven egy új rádió létezik a magyar piacon, a radiocafé 98.0. Készítői szerint nemcsak a név és a logó közös, hanem a szellemiségük is, de hogy miben más a mai csatorna a húsz évvel ezelőttihez képest, arról Kutasi Judit főszerkesztővel beszélgettünk.

MOLNÁR KINGA ÍRÁSA



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



## A világ új redaktorai

### Bevezetés

...

### Bevezetés

...

### Bevezetés

...

### Bevezetés

...

### Bevezetés

...

### Bevezetés

...

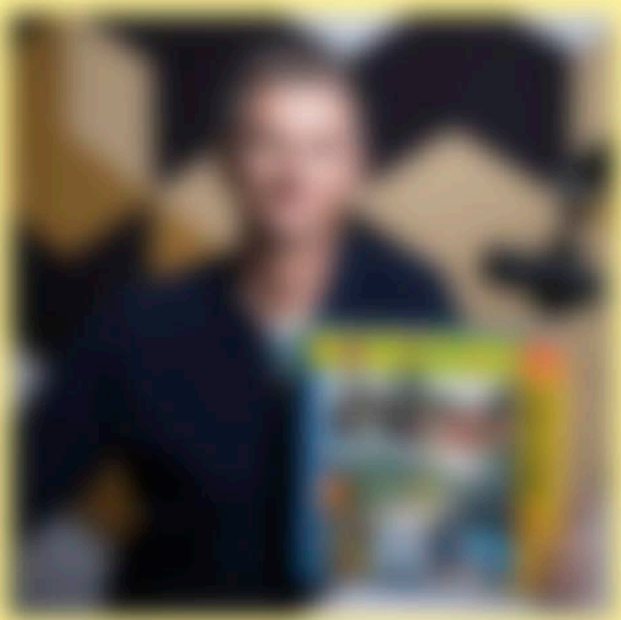
### Bevezetés

...

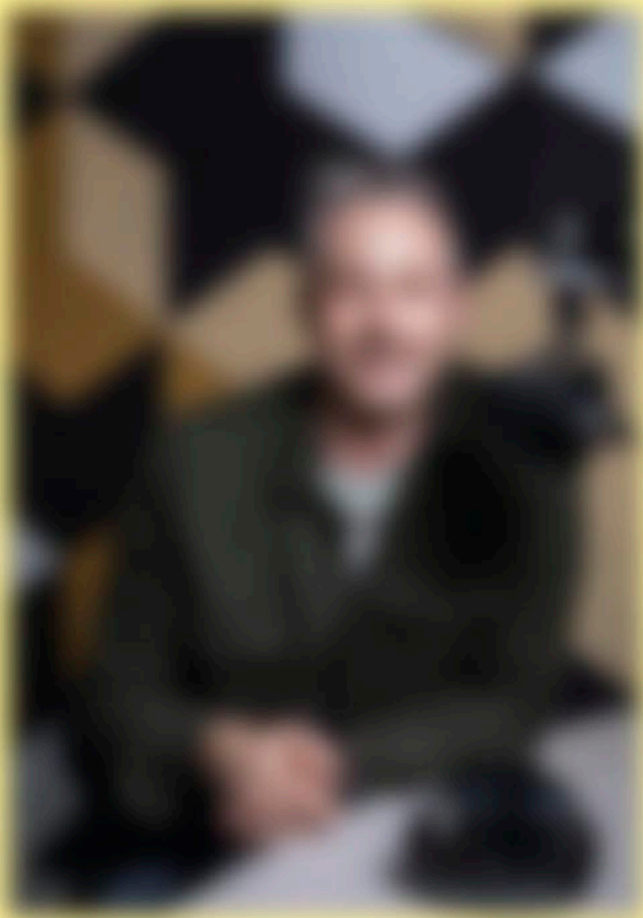
### Bevezetés

...

**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**



**A TELJES CIKK  
A NYOMTATOTT KREATÍV MAGAZIN  
2023/1-2. LAPSZÁMÁBAN OLVASHATÓ.**

We are proud to reach  
**Apex Event Top 5** in  
collaboration with **Absolut.**

GREENROOM

Find partnership.  
Find your **GREENROOM**

# A mozgókép-finanszírozás tekervényes útvesztői

SIRBIK ATTILA ÍRÁSA

Annak ellenére, hogy a kultúrpolitika mindenhol igyekszik megerősíteni befolyását, Európában számos kis ország van, ahol a hatalom a veszteséges filmgyártás számára is biztosítja a szükséges pénzt, anélkül, hogy politikát vinne a dologba. Ezekben az országokban szakmai alapítványok, kuratóriumok, azaz szakemberek döntenek el a filmekre szánt keretösszeg sorsát. Hogy miért beszélünk veszteséges filmgyártásról? Mert a nemzeti filmgyártás bevételi lehetőségei a nyelvi és kulturális sajátosságok miatt korlátozottak. Magyarországon a Mozgókép Közalapítvány megszűnése után, 2011 óta a Nemzeti Filmintézet tölti be a mozgókép-támogatási, filmfinanszírozási feladatok koordinálásának szerepkörét. Ha teljes mértékben képbe nem is kerülünk, de sok mindent megvilágít a filmfinanszírozás szövevényes kérdései kapcsán az alábbi beszélgetés, amelyben bár külön-külön, de hasonló, vagy azonos kérdésekkel kerestük meg Muhi András és Tarr Erika producereket, Fliegauf Bence és Kocsis Ágnes rendezőket, valamint a Magyar Filmintézetet.

## Miért kell a legtöbb magyar filmrendezőnek külföldi alapoknál is pályáznia, esetleg külföldi alapokhoz „menekülnie”?

**Muhi András:** A filmrendező a forgatókönyvírás szakaszában tud külföldi alapokhoz menekülni, pontosabban pályázni. Esetleg filmes alkotói ösztöndíjat is megcélozhat. Viszont már a gyártási támogatás megpályázásához producereket kell találnia, mert csak a producerek pályázhatnak az ilyen-olyan alapokhoz Európa minden országában. A filmalapok előnyben részesítik, ha az országukban tevékenykedő producereket fordulnak hozzájuk. Komoly bűne a Vajna-rendszernek: nem engedte, hogy a magyar producerek, és ezáltal a rendezők, a többi alkotó és a stábok részt vegyenek európai koprodukciókban. Pedig a koprodukciós pénzek fontos plusz forrást jelenthettek volna. 2010-ig a magyar producerek egy élcsapata sikeresen működött az európai koprodukciós berkekben. Magam is tíz európai koprodukciós filmnek lehettem vezető producere vagy kisebbségi koproducere. Ilyen értelemben Vajna kettőtörte az Európában vitézkedők karrierjének ezt a talán legérdekesebb szeletét.

A jelenlegi kultúrpolitikai helyzetben racionális magatartás elhagyni az országot alkotó filmsként. Ennek a menekülésnek lehet az egyik formája a külföldi alapoknál tájékozódni.

**Kocsis Ágnes:** Nem kell menekülnie, hanem azokra a filmekre, amelyek nemzetközi érdeklődésre tarthatnak számot, koproducerek részvételével lehet más, elsősorban európai filmalapoktól pénzt pályázni. Ez segíti később a forgalmazást, azt, hogy a film több helyre is eljusson a világban. Az, hogy egy külföldi filmalap egy magyar rendezőt többségi támogatóként támogasson, nagyon ritka.

**Tarr Erika:** Nem a filmrendezők pályáznak a külföldi alapoknál, hanem a projektet gyártó filmelőállító. Ez jellemzően úgy lehetséges, hogy az NFI már adott szándéknyilatkozatot a film magyar gyártási támogatására. Ezzel lehet

tovább pályázni külföldön, ha a film koprodukciós megvalósítása a kulturális tartalom és technikai együttműködés keretében indokolt és ésszerű, és megfelel a nemzetközi koprodukciós szabályoknak. Ha ez megvan, akkor kialakul egy koprodukciós struktúra, amitől további forrásokhoz jut a produkció, de ez a költségeket is növeli. Van olyan eset is, hogy a leves többbe kerülne, mint a hús, és nem éri meg külföldi partnert, vagy második külföldi partnert bevonni.

**Fliegauf Bence:** A koprodukciónak fél évszázados – vagy még régebbi – hagyománya van. Tarr Béla, Mészáros Márta, Szabó István, Enyedi Ildikó és a többiek életműve európai koprodukciós szerkezetben készültek el. Az én generációm is ebben a modellben készítette a filmjeit, és a fiatalok is ebben gondolkodnak. Ez nem menekülés, hanem egy lehetőség, amivel élni lehet. A koprodukciós modell egyébként elavult, túlbonyolított, és gyakran felőrli az alkotókat és projektjeiket egyaránt. Sokkal kényelmesebb lenne egy forrásból filmet csinálni, de ez bizonyos témák, és bizonyos budget felett egyszerűen lehetetlen. Ráadásul az európai szellemiség alappillére a kulturális sokféleség – van ennek valami szépsége.

## A filmgyártás elképzelhetetlen komoly nemzetközi koprodukció nélkül?

**K. Á.:** Rengeteg film készül Magyarországon nemzetközi koprodukció nélkül.

**M. A.:** Nem elképzelhetetlen. Ezt valósította meg a Vajna-rendszer. Csak eszement dolog nem felhasználni a nemzetközi koprodukciókban rejlő plusz pénzforrásokat és a kreatív, alkotói kollaborációt.

**T. E.:** Nem. Koprodukció akkor kerül szóba, ha az indokolt, ha megfelel a nemzetközi koprodukciós szabályoknak kulturális tartalom, finanszírozási arány, alkotói és technikai részvétel tekintetében. Enélkül esélytelenül pályázik a projekt külföldön, illetve el sem jut a pályázatig.



Muhi András  
Fotó: Kallos Bea



Tarr Erika



Fliegauf Bence



Kocsis Ágnes  
Fotó: Végh László

F. B.: Elképzelhető, és sok szempontból kényelmesebb is. A koprodukciós helyzetnek sok előnye van. A probléma inkább az, amiről már beszéltünk, hogy a koprodukciós finanszírozási modell indokolatlanul bonyolult, kiszámíthatatlan, törékeny és elképesztően elavult. A Saul fia nem készülhetett volna el, ha koprodukcióba kényszerítik, sem Németországban, sem Franciaországban nem nyert támogatást. Végül tisztán és teljesen magyar film lett. Az én Csernobil-filmem (Parázsemler) nem is készült el, mert bele lett kényszerítve egy koprodukciós szerkezetbe – a magyar támogatást csak akkor kaptam volna meg, ha van külföldi pénz is. Mivel az HBO-s sorozat miatt a németek hirtelen kiszálltak, összeomlott a finanszírozás.

**Egy koprodukcióban készülő film szempontjából, mennyire lényeges, hogy az alkotás állami finanszírozásban is részesüljön? Ha nem részesül állami támogatásban, az jelenthet hitelvesztést a külföldi partnerek szemében?**

K. Á.: Ha nem részesül állami támogatásban, akkor lehetetlen koprodukciót létrehozni. A koprodukció lényege, hogy a többségi támogatás a fő finanszírozótól jöjjön, azaz egy magyar film esetében a magyar filmalaptól, a koproducereket ezt egészítik ki, általában 10 százalékkal. Nem is lehet pályázni addig egy külföldi filmalaphoz, amíg nincs meg a magyar támogatás pontos összege.

M. A.: Ha nem tudsz pénzügyileg is jelen lenni egy produkcióban, akkor abban nem leszel/vagy benne.

F. B.: Egy biztos, ha kezdő pénz nem jön az anyaországból, akkor nem fog megszületni a koprodukció. Vannak kivételek, de csak nagyon kevés.

T. E.: Alapvető feltétel a magyar finanszírozás meglétének igazolása, ami többségi koprodukciónál közvetlen állami támogatás nélkül nem elképzelhető. Kisebbségi magyar koprodukcióknál is szükséges, anélkül nem tud megvalósulni. A kisebbségi magyar koprodukciók létrejöttét nagyon megnehezíti a Filmtörvény ide vonatkozó intenzitási szabálya is – alapesetben a közvetlen és közvetett támogatás együttes összege nem haladhatja meg a magyar költségvetés 60 százalékát, ami azt jelenti, hogy 40 százalékot más

forrásokból kell előteremtenie a magyar félnek, ami nem életszerű. Ha ez az intenzitás lehetne min. 90 százalék, akkor sokkal több film készülhetne magyar részvétellel, kisebb állami ráfordítással. Sokkal több magyar érdekelt-ségű film jutna ki fesztiválokra, marketekre stb., és a részvételi arányok szerint bevételt generálna.

Csak közvetett állami támogatással (tax rebate) megrendelésre készülő filmek készülhetnek, de azok nem koprodukciók, hanem bér munkák. Azok más itthoni és nemzetközi jogi elbírálás alá esnek.

**A külföldi filmes alapítványok milyen potenciált látnak a magyar filmekben?**

F. B.: Azt akarják látni, amit a Sátántangóban, Az én huszadik századomban, a Hukklé-ben, a Saul fiában stb. láttak. Értéktéremtést, egyszerre univerzális és unikális megformálást, humanizmust. Legalábbis ezt mondja mindenki. Aztán hogy ebből mi lesz a gyakorlatban, az már egy sokkal bonyolultabb kérdés.

T. E.: Mindig egy adott projektet vizsgálnak, egy adott projekt potenciálját mérik fel.

M. A.: Erősen rendező- és producerfüggő. Jobb, már komoly eredményeket elért rendező-producer párossal feltűnni a horizonton.

**Ha a szerzői, vagy művészfilmekről beszélünk, azok helyzete, finanszírozása sokkal szövevényesebb, mint a közönségfilmek esete, amelyekről eleve feltételezhetjük, hogy az összképből a profitorientáltság sem hiányozhat. Mennyi el nem készült magyar művészfilmről beszélhetünk, mondjuk másfél évtizedes távlatban?**

F. B.: Nehéz megbecsülni, mert mindig sokkal több művészfilm nem készül el, mint amennyi igen.

M. A.: Nézd, azt lehet tudni, hogy a Nemzeti Filmintézethez a Vajna-érában évi 350-400 játékfilm tervet nyújtottak be. Magyarország lehetőségeihez és az alkotók képességeihez képest évi 25 film gyártása az egészséges. Tehát normá-

**„A jelenlegi kultúrpolitikai helyzetben racionális magatartás elhagyni az országot alkotó filmesként. Ennek a menekülésnek lehet az egyik formája a külföldi alapoknál tájékozódni.”**

lisan a játékfilm tervek, ötletek kb. 6-7 százaléka valósul meg, kerül dobozba. Ha végigtekintek a pályámon, akkor a nálam megfordult filmötletek 90 százalékát nem karoltam fel. Tehát a saját gyakorlatom esetében, hasonló arányokról tudok beszámolni. Mindig minőségi elvárások mentén döntöttem. Jó esetben a mindenkor Kuratórium vagy Döntőbizottság is ekképpen kell, hogy működjön. Sommásan, a Magyar Mozgóképi Közalapítvány szétverése óta, vagyis 13 éve torz az állami támogatások rendszere az összes műfaj vonatkozásában.

Visszatérve az eredeti kérdésre, ma már feltehetően egyre több műfaji filmmel pályáznak, és valamennyire visszaszorulóban lehet a szerzői, művészfilm tervek száma. Mindenesetre az a magyar filmtörténeti hagyomány az 1960-as évek óta, hogy nagyságrendileg fele-fele arányban készülnek szerzői, illetve közönségfilmek.

Mostanában ezek a számok elvesztik a jelentőségüket, mivel a jelenlegi NFI-rendszerben, jobbra történelmi álrühába bújtatott kurzus filmek születnek. A jelenleg példátlanul rosszul, ráadásul dilettáns módon és tendenciózusan részrehajlóan vezetett Nemzeti Filmintézethez, felteszem, kevesebb filmterv érkezik, lévén megtanították rá a szakmát, hogy kizárólag az általuk kijelölt producerek és rendezők szűk rétege jut lehetőséghez. Így az – országulásukig – tevékeny filmalkotók már nem pályáznak, mert nincs értelme.

T. E.: A művészfilm számomra nehezen megfogható meghatározás, nem tartom érvényesnek. Vannak dráma, vígjáték, thriller, történelmi stb. műfajok, és ezek közül bármelyik lehet művészileg értékes, vagy kevésbé az. Ha a nem elkészült alatt nem támogatott filmet értünk, ennek megítéléséhez a Filmalap és az NFI nyilvános döntéseit kellene végigbogarászni, ezt nem tettem meg eddig. Volt jó néhány olyan film az elmúlt 15 évben, aminek az előkészítésében dolgoztam, és vagy támogatás hiánya, vagy egyéb, pl. ütemterv-problémák, vagy irreálisan nagy igények miatt nem tudott megvalósulni.

#### **Évtizedes probléma Magyarországon a szerzői, művészfilm-finanszírozás. A producerek ezért bővebb feladata van egy-egy produkció létrehozásának esetében?**

M. A.: Bármilyen film finanszírozása nagy problémát jelent. Ennek egyetlen oka, hogy a film nagyon költséges műfaj, bármelyik ága, mert egy legegyszerűbb dokumentumfilm, animációs vagy kisfilm is milliókat emészt fel. Mi itt egy kis országban élünk, egy speciális nyelvvél, nagyon kicsi a piac és csak a legminőségibb filmjeink kerülnek szélesebb, európai vagy világ nyilvánosság elé, ami már profitot eredményezhet. A magyar producerek pályázó producerek. De a kör tágítható, az európai producerek is pályázó producerek, ha csak nem a kommerszben tevékenykednek. Éppen ezért nagyon nem mindegy, hogy az adott támogató szervezet – jelenleg itthon az NFI – milyen elvek, minőségi elvárások és játékszabályok mentén osztja a támogatási összegeket. Verseny van, vagy megbízható barátaink vannak, politikai elvárás rendszerrel, esetleg kis korrupcióval tovább tarkítva a képletet.

K. Á.: Itthon a mozifilmek semmilyen esetben nem hozzák vissza a befektetett összeget, ahhoz nagyon sikeres és rendkívül alacsony költségvetésű filmnek kellene lennie, amelyben gyakorlatilag minden ingyen van, de többszázezren nézik meg a mozikban. A közönségfilmek sem hozzák be

a bekerülési összeget, még csak az egészen kicsi töredékét sem. A mozi jegybevételből természetesen részesülnek a mozik (a jegybevétel kb. fele), majd a forgalmazó is, tehát ami elvileg visszajön, mint nettó bevétel, az a jegybevétel töredéke. Az állami filmfinanszírozásnak a kultúra támogatása a célja, a nemzeti értékteremtés. Ezt a feladatot Európában mindenütt különféle filmalapok látják el, ahogy nálunk is, pont azért, mert ezekben az országokban a filmgyártás nem rentábilis. A Magyar Filmalap és az utódja, a Magyar Filmintézet az utóbbi időben a támogatott filmek nagy részére a teljes gyártási összeget megítéli, ezért ilyen értelemben a producerekre igen kis feladat hárul, sajnos, sokszor inkább csak egy gyártásvezetői pozíció, hiszen elvileg a producer egyik legfontosabb feladata a film anyagi hátterének megteremtése, és ebben a formában a film költségvetésének előteremtésében nem igazán kell részt vegyenek. A nagyon alacsony költségvetésű inkubátor filmek, illetve az állami támogatás nélkül készült filmek esetében komolyabb feladat a film létrehozása. A koprodukciónak esetében a producerek a koproducerekkel együtt, általában európai filmalapok támogatásával teremtik meg a film teljes költségvetését.

T. E.: Ha ebben az esetben azt jelenti a művészfilm, hogy kevésbé széles közönségnek szól egy adott alkotás, az valóban megnehezítheti a projekt útját. Ha az NFI a projekt mellé áll, és támogatja, akkor a produceri feladatok nagyjából ugyanazok, mint általában. Lehet csak magyar a film, vagy lehet koprodukció. Utóbbi esetben nehezebb az ügy, jó „package” kell, kell, hogy legyen forgalmazói szándék, ami nélkül nincs, vagy nincs erős pályázat. A forgalmazókat elsősorban a rendező előző filmjei, fesztiválsikerei érdeklik, első osztályú, nemzetközileg ismert húzónevéű színészek megnyerése is fontos feladat. Ha az NFI nem áll a projekt mellé, akkor nehezedik a helyzet, ilyenkor lehetséges a magán forrásokból és a közvetett támogatásból (tax rebate) történő finanszírozás. Nem gyakori, de van rá példa. Ez utóbbi eset természetesen jelentősen behatárolja a film lehetséges költségvetését.

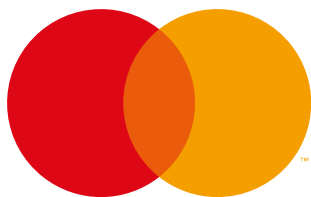
F. B.: A művészfilmes, főleg a független filmes producer svájci bicseként működik, másképpen szerintem nem is lehet érvényesülni ezen a területen. Hiába éles, de egy penge nem elég.

Egy művészfilm létrehozása családiás, innovatív folyamat, éppen ezért sokkal finomabb és szerteágazóbb helyzeteket kell kezelnie. Az európai koprodukciónál szövevényesebb „üzleti struktúrát” én egyszerűen elképzelni sem tudok.

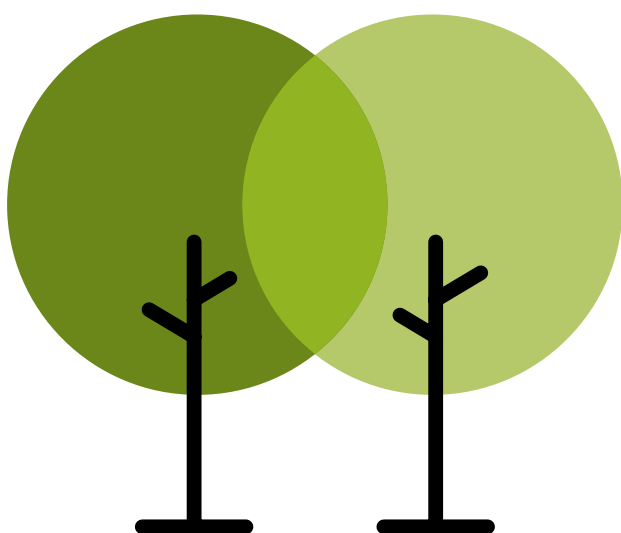
#### **Közönség- és szerzői, művészfilm határán egyensúlyozni milyen előnyökkel járhat, illetve milyen veszélyeket hordoz magában?**

M. A.: Nincs veszély. Csak jól lehet kijönni belőle, ha jó a film.

K. Á.: A kettő határán akkor egyensúlyoz a film, ha még nem kizárólag zsánerfilmes panelekből építkezik, hanem felfedezhető a szerzőnek valamiféle kézjegye, de hogy ennek milyen elegyét érezzük művész- vagy közönségfilmnek, az teljesen szubjektív. Véleményem szerint a művészfilm, azaz a szerzői film lényege, hogy nem hoz olyan kompromisszumokat, amelyek nem a filmet szolgálják, és kizárólag csak a több néző bevonása kedvéért jönnek létre, mert ezek mindig ki fognak lógni a koncepcióból, és hamisan csengenek majd.



222000



Köszönjük együttműködő  
partnereinknek, hogy  
ennyi új fát segítettek  
elültetni 2022-ben!

Őrizzük meg azt,  
ami igazán *Priceless*<sup>®</sup>.

[mastercard.hu/ppc](https://mastercard.hu/ppc)

## A TÉMÁVAL ÉS KÉRDÉSEINKKEL MEGKERESTÜK A NEMZETI FILMINTÉZETET IS, AHONNAN ÍRÁSBAN KAPTUNK VÁLASZOKAT.

### Érdekel minket, hogy az NFI milyen elvek, minőségi elvárások és játékszabályok mentén osztja el a támogatási összegeket?

A pályázati kiírásokban meghatározott bírálati szempontok alapján határoznak a döntőbizottságok a támogatásokról. A Filmtörvény megfogalmazása szerint (12. § (1)) „A mozgóképszakma közvetlen támogatása a filmalkotás jellemzőitől, így különösen a filmalkotás forgatókönyvétől, költségvetésétől, művészi értékétől, a filmalkotás szerzőinek, alkotóinak és szereplőinek személyétől, vagy az egyéb támogatandó cél jellegétől függően (...) történik.”

### ... mit mond a külföldi alapokról, illetve arról, hogy a filmeseknek esetleg külföldi alapokhoz kell „menekülniük”?

„Kell”-ről nincsen szó, ugyanakkor a Nemzeti Filmintézet fő céltörekvései között szerepel a koprodukciónak, elsősorban a régiós koprodukciónak támogatása, melyek a magyar alkotásokhoz hasonlóan főként állami finanszírozással készülnek. A koprodukciónak köszönhetően automatikusan jóval szélesebb közönséghez juthatnak el a támogatott alkotások, hiszen a koproducereket is érdekelték abban, hogy a saját területükön minél szélesebb közönséghez jusson el az adott alkotás, és ezzel minél több bevételt érjen el. Tartalmi szempontból pedig az országhatárokon átívelő közös múlt, közös jelen és közös történetek miatt kezeli a Filmintézet kiemelten a koprodukciónak.

### ... mi a véleménye a művészfilmekről?

A kormány kultúra-, és azon belül nagyvonalú filmtámogatási szerepvállalásának köszönhetően a Nemzeti Filmintézet abban a szerencsés helyzetben van, hogy az évi kb. húsz egész estés mozifilm és a nagyságrendileg száz egyéb formátumú (tévéfilm, sorozat, rövidfilm stb.) alkotás támogatásával biztosítani tudja a műfaji sokszínűséget.

### ... és a finanszírozásról?

Európa-szerte elsősorban állami támogatással készülnek a filmek, ugyanakkor a kevésbé költségigényes formátumokban, műfajokban mindig is készültek az állami támogatástól független filmek, akár privát finanszírozási források bevonásával.

A filmesek Magyarországon abban a kivételesen szerencsés helyzetben vannak, hogy akár szinte 100%-os állami finanszírozással, saját tőke bevonása és kockázatátása nélkül is készíthetnek filmeket. A 2022-ben bemutatott húsz, állami támogatással készült mozifilm közül kettő volt nemzetközi részvételű koprodukciónak (Szelíd, Hétköznapi kudarok).

Az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy a külföldi filmfinanszírozók szívesen szállnak be magyar részvételű koprodukciónak, hiszen a magyar filmfinanszírozási rendszer stabilitásának és kiszámíthatóságának jó híre van, ami szintén a kormány elkötelezettségének köszönhető elsősorban. A Nemzeti Filmintézet az elmúlt két évben mintegy 15 nemzetközi koprodukciónak, külföldi állami finanszírozó részvételével készülő film gyártását támogatta.

F. B.: A veszély a kilúgozottságban rejlik. A se hús, se hal filmekben, amik úgy jönnek létre, hogy mindenkinek meg akarnak felelni. Mindenki igényes és szórakoztató filmeket akar csinálni, de csak nagyon keveseknek sikerül.

Izgalmas trend, hogy a művészfilmek összeolvadnak a műfaji filmekkel. Tegyük egymás mellé például a Jokert és a Titánt. Úgy tűnik, a közönség élvezzi ezt az amalgamizációt. De ez nem változtat azon, hogy Európában állami támogatás nélkül teljesen lehetetlen érvényes filmeket készíteni. A piac ezt nem teszi lehetővé.

### Naív elképzelés ma, hogy egy produkció elkészülésének körülményeit ne az anyagi keretek formálják, hanem a kreatív „brainstorming”? Csak legenda, hogy ez annak idején az Inforg Stúdióknak sikerült?

M. A.: Az Inforg Stúdió első éveiben nem egyszer meghoztuk azokat az áldozatokat, melyek nélkül nem tud beindulni egyetlen filmes karrier sem. Aláhúzom, hogy azok a filmek is pénzbe kerülnek, amelyek látszólag nulla forintból születnek. A második játékfilmtől viszont már professzionálisan, (film)iparszerűen kell gyártani, ha nem akarunk a periférián maradni. Én mindig az európai film élvonalára függesztetem a tekintetemet. Velük konkuráltunk, nagyon sikeresen. A kreativitás minden film esetében kötelező, egyik legfontosabb elem, ami nem köthető a pénznélküliséghez.

F. B.: A brainstormingok szerintem soha nem stúdiókban folynak. Kocsmák, hálósobák, parkok adnak erre teret. De az, hogy kik, mit és miért beszélnek meg egy franciaágyon vagy a kocsmában – abban viszont nagy szerepe lehet egy stúdióknak. A művészeket hagyni kell gazosodni, akkor kinövik magukat, szárba szökkennek. Muhi ebben nagyon jó volt.

T. E.: Nem tudok olyan esetet elképzelni, ahol a produkció elkészülésének körülményeit ne befolyásolná alapvetően az adott finanszírozás, és az ebből következő költségvetés. A kreatív brainstorming fontos célja, hogy a film tartalmi és művészi veszteségek nélkül bele tudjon férni a keretekbe, azokat maximálisan kihasználja. Az Inforg egyik nagy erénye pont az volt, hogy tisztában voltak a lehetőségekkel, és tudatosan fejlesztettek olyan értékes produkciókat, amelyek komolyabb művészi megalkuvások nélkül belefértek az adott anyagi keretekbe.

K. Á.: Attól függ, hogy milyen filmről van szó. A filmötlet kitalálásában lehet, hogy szerepet játszik, hogy milyen összegből reális filmet készíteni, de az írás során, amíg nincs meg a költségvetés, nem hiszem, hogy ez a szempont uralkodik, miközben természetesen tisztában kell lenni azzal, hogy semmi értelme olyan jelenetet írni, ahol tízezer statisztá reneszánsz jelmezben lovagol végig Budapest utcáin, és minden ház összeomlik mögöttük. Ettől függetlenül, mindig az anyagi keretek formálják egy film elkészülését, és amint megvan a költségvetés, onnantól folyamatosan alakítani kell a forgatókönyvet, hogy le lehessen forgatni az adott összegből. •

**„A koprodukciós modell egyébként elavult, túlbonyolított, és gyakran felőrli az alkotókat és projektjeiket egyaránt.”**

**Apex** | PR  
kreatív | TOPLISTA

ÖRÖM  
AJÁNLOTTAN  
KÉZBESÍTVE

Köszönjük a közös munkát az ügynökségeinknek,  
és büszkék vagyunk rá, hogy vállalatunk bekerült  
az Apex Kreatív 2022 PR TOP10 megbízója közé.

[www.posta.hu](http://www.posta.hu)

 Magyar Posta

# XXXII. évfolyam, 1–2. szám

Mit gondolsz, mi lesz a következő szakma, amit teljes egészében átvesz az AI?

**FŐSZERKESZTŐ:** Hermann Irén

„Remélem, nem az újságírás.”

**ONLINE VEZETŐ SZERKESZTŐ:** Bicsérdi-Fülöp Ádám

„Sok szövegírói feladatot átvesz majd. Ez nem is baj, mert így a kommentszekciók gyűlöletcunamijának háromnegyedét így már az AI kapja. Meg kevesebb lesz az elütés.”

**SZERKESZTŐK:****Balkányi Nóra**

„Teljes egészében remélem, semmit! De megoszthatnánk egyre több melót, tartva a 4 napos hét felé.”

**Győri Zsófia****Molnár Kinga****Sirbik Attila**

„Erre a kérdésre nem tudok válaszolni, mivel szerintem nem lesz olyan szakma, amit teljes egészében átvesz az AI. Az inputot mindig mi, emberek fogjuk megadni, és a végeredmény mindig ide vezethető vissza.”

**Szajki-Vörös Adél**

„Valamiért egyből a szemétszelektálás jutott eszembe. A lot of waste. Tök jó lenne egy olyan szemétszelektáló, ami szigorúan jelzi, ha azon a héten túl sok műanyagot használtam fel.”

**KORREKTÚRA:** Arnótszky Judit Janka**HIRDETÉSMENEDZSER:****Csikász Judit**

Orosz Anita, +36-30-685-9799

**GYAKORNOKOK:****Almási Fanni****Gábor Bálint****Tari Petra****SZERZŐK:****Fábián Judit****Kánai András****Löwenberg Balázs****Szatmári Péter****Szedlák Ádám Zoltán****Szerényi Szabolcs****FOTOGRÁFUSOK:****Gyurkovics Anna****Kiss Viktor****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**HEAD OF EVENTS:** Krémer Sára

„Kasszás.”

**PÉNZÜGYI VEZETŐ:** Hadarics Gábor**TERJESZTÉS:** Zinnern Fruzsí,

elofizetes@pphmedia.hu, +36-30-962-3493

**SALES- ÉS MARKETINGKOORDINÁTOR:**

Szántó Gréta, szanto.greta@pphmedia.hu

**FOTÓÜGYNÖKSÉG:** Adobe Stock**NYOMDAI ELŐÁLLÍTÁS:** EPC Nyomda, epcnyomda.hu

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

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

Lapunkat rendszeresen szemlézik:





**Köszönjük, APEX toplista!**

# **A fenntarthatóság felé vezető úton minden állomás fontos**

**e-on**



**TARTS VELÜNK TOVÁBBRA IS  
EGY AKADÁLYMENTES JÖVŐÉRT!**

**BÜSZKÉK VAGYUNK, HOGY KAMPÁNYAINKKAL  
AZ APEX ELISMERÉSÉT IS ELNYERTÜK!**

**KÖSZÖNJÜK!**



SZERENCSEJÁTÉK ZRT.

**ILLÉS FANNI**  
PARALIMPIAI BAJNOK