

kreatív



2025/3-4. 1290 FT

**HOGYAN
LEHET JÓL SEGÍTENI?**

PPH MEDIA
a Südwestdeutsche Medienholding tagja
25004
9 771218 935002



Beauty

EXPO

powered by

ROSSMANN & krém@mánia



KÉT NAP, AMI CSAK RÓLAD SZÓL!

Látogass el a 4. ROSSMANN x Krémmania Beauty Expo eseményre!
A kiállítás során több mint 70 márka standjait fedezheted fel!

KIÁLLÍTÓK
70+

ELŐADÁSOK
12+

IZGALMAS
HELYSZÍNI AKTIVITÁSOK,
WORKSHOPOK,
NYEREMÉNY-
JÁTÉKOK ÉS
MEGLEPETÉSEK

Szépségnap és egészségnapos kiállítás

HELYSZÍN: **MVM DOME**
1091 BUDAPEST, ÜLLŐI ÚT 133-135.

IDŐPONT: 2025. MÁJUS 23-24.

TOVÁBBI RÉSZLETEK: [BEAUTYEXPO.ROSSMANN.HU](https://beautyexpo.rossmann.hu)



...és még sokan mások!

Jó ügyek



Az Ügynökségi Népszámlálás válaszadóinak legnagyobb része az „értéket teremtő, társadalmilag hasznos, hatása van” témát jelölte meg szakmai love projektjének. És ez a hozzáállás számos civil projekten érződik, mert nem csupán sorra hozzák el a szakmai elismeréseket, de mint mostani összeállításunkból kiderül, minden érintett számára motiválóan hat, ha valóban jól csinálják.

De mégis, hogyan lehet jól segíteni? Erre többek közt Havasi Zoltán, a Budapest Bike Maffia alapítója adja meg a választ, ám kapunk tippet számos ügynökségtől is a civil szervezetekkel való őszinte és mindenki számára hasznos együttműködésekre. A Magyar Élelmiszerbank Egyesülettől Nagygyörgy Andrással a szervezet fejlődéséről és formálódásáról beszélgettünk, míg másik fő témánk, a kultúra kapcsán az Art is Business alapítója, Balogh Máté a vállalati és a művészeti szcéna egymásra találása mellett az alkotók szabadságának megőrzéséről mesél.

Meglepve hallottuk Temesi Apol textiltervezőtől, hogy a nyírt gyapjú és a gyapjúmaradék ma Magyarországon és a világ számos pontján veszélyes hulladéknak számít, ám mégis fel lehet használni, sőt önálló brandet építeni rá. Az eredetileg vegyészmérnöknek készülő Alick Sethi pedig néhány évnyi DJ-zés után a filmzenék felé fordult, ma nemzetközi nagy produkciók music supervisoraként dolgozik, és ha már Budapesten él, ki is faggattuk munkájáról. Kavita Patellel, a WARC EMAE vezető tanácsadójával, valamint a Lounge Designtől Kassitzky Attilával és Radovics Péterrel az ágazatot globálisan és lokálisan foglalkoztató kérdésekre kerestük a választ, és többek közt kiderült, hogy miért is kell visszatérnünk a jobb agyfélteke használatához. Mohamed ElSayed igazán otthonosan mozog a hazai telkó világában, legutóbbi feladata a One brand létrehozásának koordinálása volt – ennek kulisszatitkai mellett azt is elmeséli, mennyit sikerült fejlesztenie a magyarok optimizmusán.

Generációs kérdésekkel is foglalkozunk: egy kutatás a Gen Z reklámfogyasztási szokásait elemzi, két másik cikkünk pedig az idősebb, tapasztalt kreatívok szerepével és munkaerőpiaci helyzetével foglalkozik. A mostani Jöttem, láttam, maradtam rovatunkban pedig sikerült két olyan szakembert – Eszenyi Pétert és Varga Bencét – megszólaltatni, akik ugyanabban a városban (London) élnek, VFX-területen dolgoznak, és love projekt bőven akad a portfóliójukban. •



Címlapfotó: Földi Viktor



06



29



40

- 04 Dumáljuk meg!
- 06 A maffia, ami a társadalmat jobbítja
- 10 Élelmiszerbank, ahol súlya van az adománynak
- 14 Itt mindenki csak nyer
- 17 Nincs olyan ügy, amely mellé nem érdemes odaállni
- 22 Az intelligens gyapjú, ami új világot nyitott, és az allergiát is meggyógyította
- 26 A művészet legyen biznisz, de közben maradhat szabad és misztikus?
- 29 Szeretnék Magyarországon több kreatív és kíváncsi emberrel találkozni
- 32 Készen állsz arra, hogy meglepd a közönséged?
- 37 Érkezik az Európai Akadálymentesítési Irányelv – erre érdemes figyelni
- 40 Ha meglátják a születési évet, ki is eshetnek a versenyből
- 42 Hova tűnnek az ötven felettiek a kreatíviparból?
- 44 One: optimista és emberközpontú digitális jövő
- 48 A Gen Z nem csak terméket, értéket is keres
- 52 A VFX-világ száalai Londonban találkoznak

{ CMA $\frac{20}{25}$ }

CONTENT+MARKETING AWARD

influ $\frac{20}{25}$

2025. május 5.
2025. május 12.
2025. május 15.

Első nevezési határidő
Második nevezési határidő
Utolsó esély nevezési határidő

kontakt: Iklódy Péter
iklody.peter@pphmedia.hu

cma-influ.pphmedia.hu

PPH MEDIA

kreatív

Apex
kreatív

Az AI sosem fogja megmondani, mi a hír

Jankó Bálint és Nyáry Krisztián a kilencvenes évek közepe óta ismerik egymást, amióta együtt dolgoztak a Főpolgármesteri Hivatal sajtóosztályán. Azóta mindkettőjük pályája más irányt vett, de a kommunikáció továbbra is munkájuk része: Bálint PR-szakemberként az ügynökségi, Krisztián pedig a Lira Csoport kreatívigazgatójaként a megbízói oldalról látja, mennyit változott a világ.

A technológia robbanásszerű fejlődésén megy keresztül, ami a rengeteg új lehetőség mellett számos kérdést is magával hoz. A Yettel szeretné a mobiltechnológia tudatosabb használatában segíteni az embereket, és valódi partnerként dialógust kezdeményezni ezekről a kérdésekről, akár a legmegosztóbb témákról is.

Nyáry Krisztián: Iszonyú tempóhoz szoktunk a Városházán – sokkal nagyobbhoz, mint egy minisztériumban –, de cserébe mi tényleg megtanultuk a szakmát. Ehhez a pörgéshez képest lazább egy kereskedelmi kampány hajrája, és a stresszfaktora is kisebb. A kommunikációs iparban azt nagyon szerettem, hogy többféle iparágra ráláttam, megismerhettem az összefüggéseket, de egy idő után már nem okozott semmilyen intellektuális örömet. Ma már csak annyiban vagyok benne, hogy lassan 10 éve a könyv-ipar kommunikációs területén dolgozom, ami egy kicsit más.

Jankó Bálint: Az intellektuális izgalmat a mai napig az adja, amikor egy új ügyféllel kapcsolatban beelátunk egy új iparágba. De ahogy a Városházán is röptében tanultuk meg a dolgokat, a kommunikációs iparban 10-15 éve ugyanezt éreztük a közösségi médiával, digitalizációval kapcsolatban. Ezekkel a szakma eddig tartotta is a lépést. Ma pedig ugyanez játszódik le a mesterséges intelligenciával, csak sokkal gyorsabban. Egy aktuális felmérés szerint jelenleg a PR szakemberek háromnegyede használ generatív AI-t. Tavaly ez körülbelül egynegyedük volt, ami azt jelenti, hogy hamarosan mindenki használni fogja, aki nem, az kiesik. Ennek komoly hatásai vannak az egész szakmára.

Ny.K.: Amikor 2015-ben belecsöppentem a könyves világba, a Magvető Kiadónál egy fontos könyv megjelenésekor nagyjából 100 példányt küldtünk szét a médiumoknak, ma nagyjából ötöt. Nagyon átalakult a kulturális sajtó hatóköre, elérése, és ugyan van helyette közösségi média és influenszerek, de ez messze nem pótolja. A könyves világban a kritika fontos műfaj volt, igazi véleményvezérek írták, de ma már nincsenek nagyhangú megmondóemberek sem. Az játszódik le itt most, mint a zeneiparban 15 éve: amikor bedőlt a CD-piac, feléledt a klubkultúra, amit a hetvenes években egyszer már eltemettek. Sokkal fontosabb lett, hogy az előadók a törzsközönségükkel is tudjanak kapcsolatot tartani, és a könyvbemutatók ma nem kipipálandó feladatok, hanem jól megkomponált események. A Magvető Cafét is épp ezért találtuk ki.

Én többek között a megváltozott világra való reagálással foglalkozom, amibe a közösségi média gyors változását is beleértem. Azt, hogy ma a világ legfontosabb könyves csatornája a Book-Tok, és a közösségi médiában a Facebook az egyedüli felület, ahol hosszabb szövegekkel lehet kommunikálni.

J.B.: Valahogy mégis meg kell találni azt a célcsoportot, akinek a betű a fontos – és el is lehet érni őket az általad említett felületeken.

Ny.K.: Azért nehéz, mert mi azt a felhasználót keressük, aki sokat olvas, miközben az eszközök, amiket használ, nem erre vannak optimalizálva. A magyar piac eléggé egyedi: abból a szempontból, hogy hányan olvasnak, az európai átlagot hozzuk – vagyis a hazai felnőtt társadalom valamivel több mint fele nem olvasott semmilyen könyvet az elmúlt évben. Egytizedük viszont ezen átlag felett, évente 30-nál is több könyvet olvas – összehasonlításként Franciaországban ez mindössze másfél százalék. Ebből a 800 ezer emberből él a magyar könyvpiac, őket kell elérni azokkal az eszközökkel, amelyek nem arra vannak kitalálva, hogy betűket lássunk.

J.B.: Ez jelenthet akár személyes márkaépítést is, vagyis a márka kiterjesztése lehet az író közösségimédia-csatornája.

Ny.K.: Abszolút, ma azok az írók tudnak több könyvet eladni, akik a személyükkel is részt vesznek ebben a folyamatban. Ha körülnézünk a világban, látunk olyan írókat, akik azt a márkát építették fel, ami szerint ők megközelíthetetlen, undok alakok – erre a legjobb példa Michel Houellebecq.

J.B.: És ott vannak azok, akiknek nem ismerjük a kiletét...

Ny.K.: Az is egy személyes márkaépítés. Elena Ferrante fő márkatulajdonosa, hogy senki nem tudja, ki is ő. Ezzel az a baj, hogy egy nem létező, test nélküli író nem tud elmenni könyv-



JANKÓ BÁLINT

Pályáját a ShowTime Budapest koncertszervező ügynökségnél kezdte, majd a Főpolgármesteri Hivatal sajtóirodáján két évet töltött sajtóreferensként, ide – az Európai Bizottság Európai Tájékoztatási Központjánál töltött két év után – sajtófőnökként tért vissza. 2001-ben váltott PR ügynökségi oldalra: a Weber Shandwicknél, illetve az LWp Kommunikációnál töltött be vezetői pozíciókat. 2018 óta a Noguchi vezető tanácsadója, emellett saját kommunikációs projektjein dolgozik. Szabadidejében a Clayfeet zenekarban zenél.

NYÁRY KRISZTIÁN

Író, irodalomtörténész, könyvkiadó, kommunikációs szakember. A pécsi egyetemen tanított irodalomtörténetet, majd a budapesti Főpolgármesteri Hivatal sajtóreferensként kezdett dolgozni. 1997-től ugyanott sajtófőnökként felelt az önkormányzat kommunikációjáért. 2000-tól a Marketing Centrum piackutató társaság, majd a Sawyer Miller Group amerikai-magyar PR ügynökség vezetője. 2005-2010 között a Főpolgármesteri Hivatal kommunikációs igazgatója volt, majd független kommunikációs tanácsadóként dolgozott több iparágban. 2012-től kezdve jelennek meg szórakoztató ismeretterjesztő könyvei. 2015-ben a Magvető Kiadó igazgatója lett, 2017-től máig a Lóra Csoport kreatívigazgatója. Eddig 16 könyvet publikált.

bemutatókra. Én csináltam interjút rejtőzködő íróval, Kondor Vilmossal, aki elmondta, hogy nagyon nehéz melő állandóan titokban tartani a kilétét.

J.B.: Érdekes egy kicsit az irodalomtól eltávolodva a mesterséges intelligenciáról is beszélni. Ahogy mondtad, megnövekszik az igény a személyességre – de ma már nem csak azt nem tudjuk, ki áll egy-egy név mögött, hanem azt sem, hogy a szöveget vajon gép készítette-e.

Ny.K.: Ez egy hot topic világszerte, és erre olyan válaszok születnek, mint az amerikai írószövetség által elindított „ember írta” védjegy. Én nem vagyok ennyire „technopesszimista”: bizonyos tartalomtípusoknál meg fog jelenni az AI, és át fogja venni az író helyét – például az adatalapú ismeretterjesztésben. De már egy jó tudományos vagy szórakoztató ismeretterjesztő könyvnél is fontos a személyesség, tehát az adott íróra jellemző egyedi hang. A fikciós területen is nagyon különböző kimenetek lehetnek. Vannak olyan műfajok, mint például a romantikus szerelmes regények, amelyeket meg tud írni az AI, de például egy krimi már nem. Ami pedig a literary fictionot, vagyis a magyarul szerencsétlenül fordított magas irodalmat illeti, ott elengedhetetlen a kreativitás, az egyedi hang, ezért az AI szerintem sosem tudja átvenni az ember szerepét.

J.B.: Valahogy ugyanez van a kommunikációs iparban is: az AI egy csomó alapmunkát – mondjuk egy sajtóközlemény draftot, összefoglalást vagy háttérkutatást – legalább gyorsabbá tesz, és jó alapminőséget ad.

Ny.K.: Én azt vettem észre, hogy az AI-nak a dolog mennyiségi merítése miatt mindig van egyfajta giccshozama, valószínűleg azért, mert eddig is ebből volt a legtöbb, a gép pedig mennyiségi alapon talál forrást.

J.B.: Mi annak idején megtanultunk minden PR műfajban írni – a háromsoros nyilatkozattól kezdve a sajtóközleményen és beszéden keresztül a reaktív válaszig –, és ez a képességeinknek jót tett. Ma úgy is felnőhet egy kommunikációban dolgozó nemzedék, hogy nem kell sajtóközleményt írnia vagy 15 oldalas anyagot egy oldalra rövidíteni. Persze lehet, hogy ezekre a képességekre húsz év múlva már nem is lesz szüksége a szakmának.

Ny.K.: Szerintem igenis lesz, mert egy gép egy halomnyi anyagból össze tud állítani egy sajtóközleményt, de sosem fogja tudni, hogy valójában mi a hír. El tudja mondani az adott szervezet kommunikációs szabályainak figyelembevételével, hogy mit akar magáról kommunikálni, de a közlemény akkor jó, ha a másik oldalon az újságíró megtalálja benne a hírt – és fel is használja.

J.B.: Ahogy az AI használatával nő fel a kommunikációs szakemberek új generációja, egyre kevesebben lesznek, akik ki tudják szűrni, hogy mi a hír, vagy ki tudják javítani az alapanyagot.

Ny.K.: Jó esetben afelé kell mennünk, hogy az emberi kreativitás felértékelődjön, és elváljon a nem kreatívan gyártott tartalmaktól, amelyeknél mindegy, hogy AI készíti vagy egy felkészületlen munkatárs.

A maffia, ami a társadalmat jobbítja

Nem csupán szendvicsekot osztogatnak, hanem élményeket is adnak a rászorulóknak, akiknek köre az évek során egyre szélesebbé vált, de ezzel párhuzamosan a jól eltalált kreatív ötletek segítők sokaságát is vonzzák a Budapest Bike Maffiához.

HORVÁTH ÁGNES ÉS SZERDAHELYI KRISZTINA ÍRÁSA

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Először megláttam

A közösség tagjai nemcsak a szociális problémák megoldására törekednek, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

A közösség tagjai nemcsak a szociális problémák megoldására törekednek, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

A közösség tagjai nemcsak a szociális problémák megoldására törekednek, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

A közösség tagjai nemcsak

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Közösség tagjai nemcsak

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.

Amikor először megláttam

Amikor először megláttam a Budapest Bike Maffia tagjait, azonnal megéreztem, hogy egy olyan közösség előtt állok, amely nemcsak a szociális problémák megoldására törekedik, hanem a társadalmi változások előmozdítására is.



Agar-aktivitas dan manfaatnya

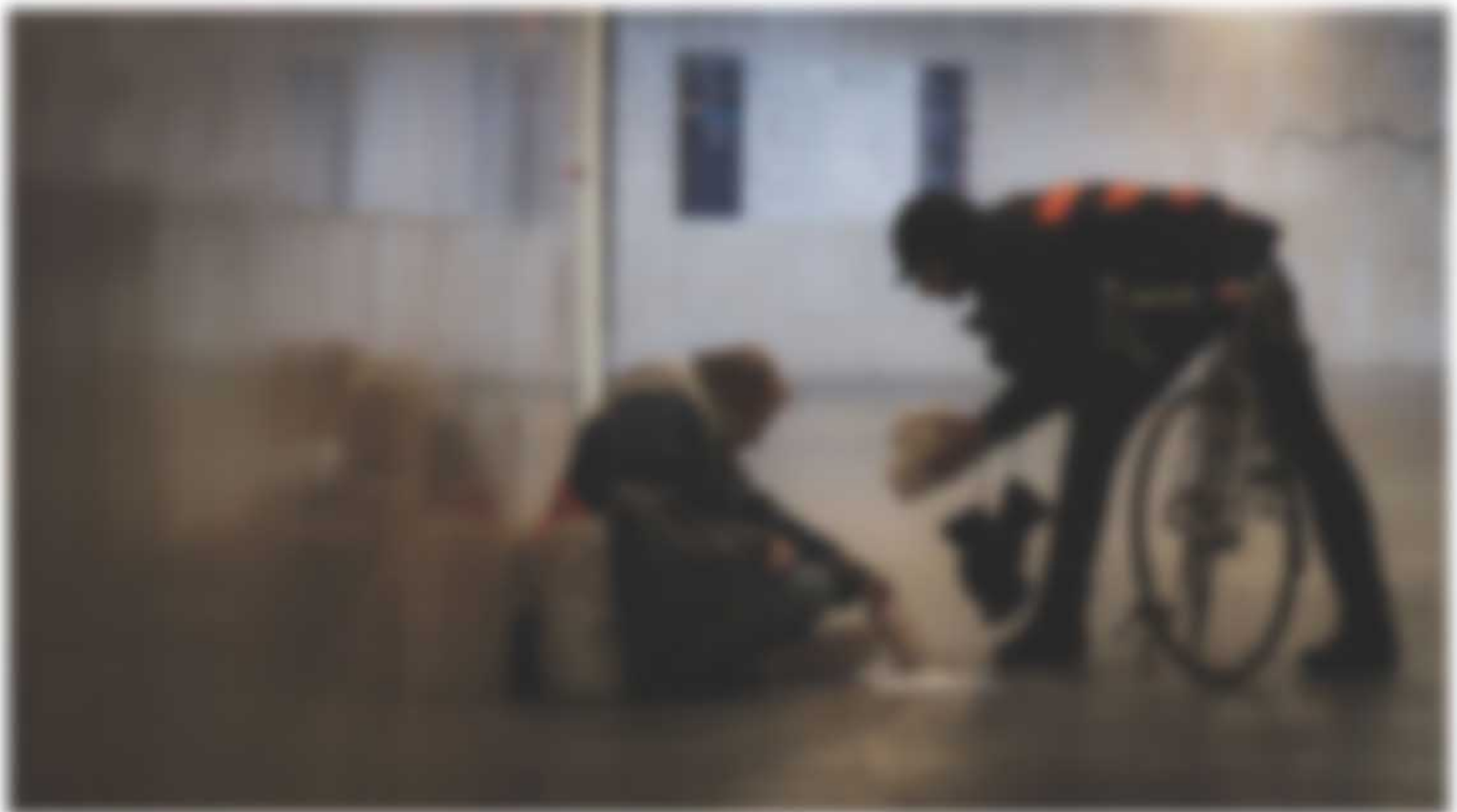
Agar-aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Manfaatnya adalah meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, meningkatkan pengetahuan tentang lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan lingkungan.

Agar-aktivitas ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Manfaatnya adalah meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, meningkatkan pengetahuan tentang lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan lingkungan.

Agar-aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Manfaatnya adalah meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, meningkatkan pengetahuan tentang lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan lingkungan.

Agar-aktivitas dan manfaatnya

Agar-aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Manfaatnya adalah meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, meningkatkan pengetahuan tentang lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan lingkungan.



Text block 1: A paragraph of text, likely describing a service or program. The text is too blurry to read accurately but appears to be a standard paragraph of information.

Text block 2: A paragraph of text, possibly detailing a specific activity or outcome. It continues the narrative or informational content of the page.

Text block 3: A final paragraph of text in the left column, likely concluding a section or providing contact information.

Text block 4: A paragraph of text in the right column, continuing the overall message of the page.

Text block 5: A paragraph of text, possibly a sub-section header or a key point.

Text block 6: A paragraph of text, providing further details or examples related to the main topic.

Text block 7: A final paragraph of text in the right column, likely concluding the right-hand section.



Fotó: Kovács Bea

Élelmiszerbank, ahol súlya van az adománynak

A Magyar Élelmiszerbank Egyesület történetének húsz éve alatt több mint 100 millió kiló lejáratközeli és sérült csomagolású élelmiszerfelesleget gyűjtött össze a kereskedelmi szektorból, és juttatott el rászorulókhoz. A sok-sok kampánnyal, aktivitással, rengeteg sikertörténettel a hátuk mögött mégis megmaradtak szerénynek és alázatosnak. Hogyan csinálják? Erről beszélgettünk Nagygyörgy Andrással, az egyesület külső kapcsolatok igazgatójával.

SZERDAHELYI KRISZTINA ÍRÁSA



© iStockphoto.com

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Wichtigste Ernährungsempfehlungen

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Wichtigste Ernährungsempfehlungen

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Die Ernährungsempfehlungen sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen. Diese Richtlinien sind in der Regel in Form von Richtlinien dargestellt, die den Menschen bei der Auswahl der richtigen Nahrungsmittel helfen.

Fragebogen zur Ermittlung des Selbstwertgefühls

Die folgenden Aussagen beschreiben verschiedene Verhaltensweisen, die Sie in den letzten sechs Monaten beobachtet haben. Bitte entscheiden Sie sich für eine der vier Antwortmöglichkeiten (1 bis 4) und kreuzen Sie die entsprechende Antwort an. Die Aussagen sind in vier Bereiche unterteilt: 1. Soziale Interaktion, 2. Selbstwertgefühl, 3. Emotionale Stabilität und 4. Selbstvertrauen. Die Punkte werden nachfolgend berechnet.

1. Soziale Interaktion

1. Ich fühle mich in sozialen Situationen oft unwohl.
2. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.
3. Ich fühle mich oft isoliert und einsam.
4. Ich habe Schwierigkeiten, meine Gefühle mit anderen zu teilen.
5. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen überfordert.
6. Ich habe Schwierigkeiten, mich in Gruppen zu integrieren.
7. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
8. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.

2. Selbstwertgefühl

9. Ich fühle mich oft unwürdig.
10. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
11. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
12. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.
13. Ich fühle mich oft isoliert und einsam.
14. Ich habe Schwierigkeiten, meine Gefühle mit anderen zu teilen.
15. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen überfordert.
16. Ich habe Schwierigkeiten, mich in Gruppen zu integrieren.

17. Ich fühle mich oft unwürdig.
18. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
19. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
20. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.

21. Ich fühle mich oft unwürdig.
22. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
23. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
24. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.

3. Emotionale Stabilität

25. Ich fühle mich oft unwohl.
26. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
27. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
28. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.
29. Ich fühle mich oft isoliert und einsam.
30. Ich habe Schwierigkeiten, meine Gefühle mit anderen zu teilen.
31. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen überfordert.
32. Ich habe Schwierigkeiten, mich in Gruppen zu integrieren.

33. Ich fühle mich oft unwürdig.
34. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
35. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
36. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.

4. Selbstvertrauen

37. Ich fühle mich oft unwohl.
38. Ich habe Schwierigkeiten, meine eigenen Entscheidungen zu treffen.
39. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen unwohl.
40. Ich habe Schwierigkeiten, mich mit anderen zu verbinden.
41. Ich fühle mich oft isoliert und einsam.
42. Ich habe Schwierigkeiten, meine Gefühle mit anderen zu teilen.
43. Ich fühle mich oft in sozialen Situationen überfordert.
44. Ich habe Schwierigkeiten, mich in Gruppen zu integrieren.

4. Berechnung des Selbstwertgefühls

Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet. Die Punkte werden nachfolgend berechnet.



Two young boys sitting on a bench, holding up circular objects with green patterns, possibly educational cards or toys.

The boy on the left is wearing a red and blue striped shirt and dark pants. The boy on the right is wearing a dark t-shirt and blue pants.

Both boys are holding up circular objects with green patterns, possibly educational cards or toys. The objects appear to have a kiwi slice pattern.

Section Header

The boy on the left is wearing a red and blue striped shirt and dark pants. The boy on the right is wearing a dark t-shirt and blue pants.

Both boys are holding up circular objects with green patterns, possibly educational cards or toys. The objects appear to have a kiwi slice pattern.

The boy on the left is wearing a red and blue striped shirt and dark pants. The boy on the right is wearing a dark t-shirt and blue pants.



Kardos András PPC-s szakember, a Pro Bono PPC alapítója

Itt mindenki csak nyer

Kardos András három évvel ezelőtt alapította meg azt a civil szervezetet önkéntesen segítő Pro Bono PPC-t, amely mára több mint 150 tagot számlál. A marketinges szakemberrel a segítséget nyújtó szakmai tömörülésről, az elért eredményekről, a pro bono jellegű munka számtalan előnyéről és magyarországi kihívásairól beszélgettünk.

HANÓ ZSOLT ÍRÁSA



Community event with a dog and people.



Children sitting around a table with an adult.

Engagement

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Engagement is a process that involves... (text is blurry)

Nincs olyan ügy, amely mellé nem érdemes odaállni

HANÓ ZSOLT ÉS SZABÓ DÁRIÓ ÍRÁSA

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység a szervezetek számára

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

Az önkéntes tevékenység a szervezetek számára

Az önkéntes tevékenység nemcsak a társadalmi jólét és a közösségi összefogás erősítése szempontjából, hanem a szervezetek működésének szempontjából is fontos. Az önkéntesek segítségével a szervezetek hatékonyabban tudnak működni, és a céljaikat könnyebben megvalósíthatják.

„Nagyon fontos, hogy ne így gondolkodjunk egy ügyről, hogy majd én megmondom, mi kellemes, mi nem. Mag kell érteni a civilek működését, munkáját, és olyan ötleteket hozni, amelyekkel azonosulni tudnak, és kíváncsiak lesznek a világra.”



„Kommunikation ist das zentrale Element der Digitalisierung. Sie ist die Basis für alle anderen Maßnahmen der Digitalisierung.“

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.

Die Digitalisierung ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert. Sie ist ein Prozess, der die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und spielen verändert.



Az intelligens gyapjú, ami új világot nyitott, és az allergiát is meggyógyította

A modern textilipar egyik megdöbbentő paradoxonja, hogy a nyírt gyapjú és az ipari gyapjúmaradék ma már a világ számos országában, így Magyarországon is veszélyes hulladéknak számít. Pedig ez az ősi, természetes anyag csodálatos tulajdonságokkal rendelkezik. Ezt ismerte fel Temesi Apol textilművész, aki kísérleteivel és alkotásaival az ipari maradékanyagok környezettudatos, kreatív újraértelmezésén dolgozik.

SZERDAHELYI KRISZTINA ÍRÁSA



© iStockphoto.com

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys

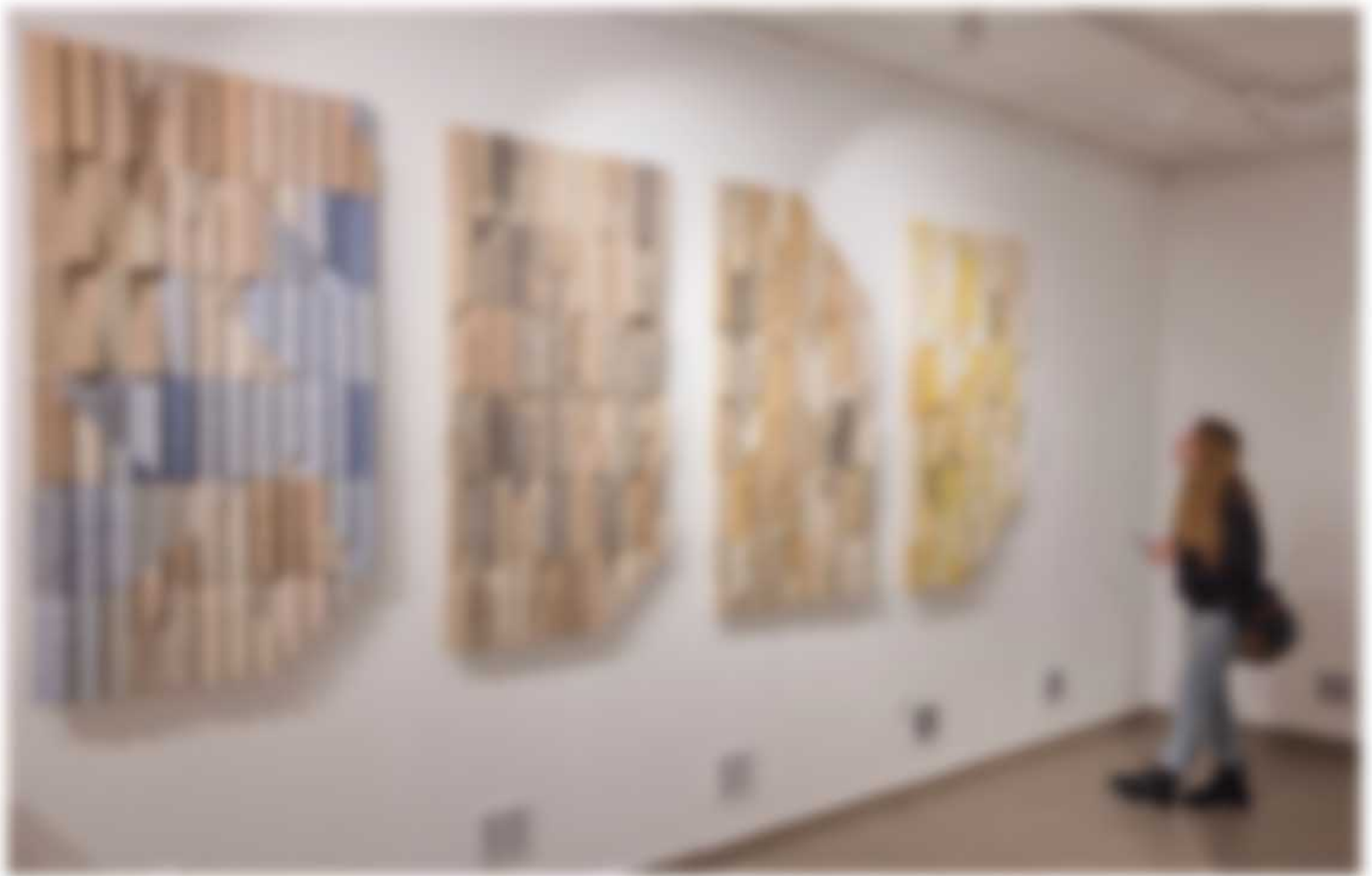
Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.

Handmade wooden toys

Handmade wooden toys are a great way to spend time with your children. They are also a great way to spend time with your wood.



© 2019 [unreadable]

Einleitung

Das Buch ist eine Einführung in die Kunst der Gegenwart. Es behandelt die verschiedenen Stile und Bewegungen, die in der zeitgenössischen Kunst zu finden sind. Die Autoren beschreiben die Entwicklung der Kunst von den 1960er Jahren bis heute und diskutieren die Rolle des Künstlers in der Gesellschaft.

Die Kunst der Gegenwart

Die Kunst der Gegenwart ist eine vielfältige und komplexe Szene. Sie umfasst eine Vielzahl von Medien und Stilen, von der Malerei bis zur Performance. Die Künstlerinnen und Künstler der Gegenwart setzen sich mit sozialen und politischen Themen auseinander und reflektieren die Rolle der Kunst in der Gesellschaft.

Die Kunst der Gegenwart in Deutschland

Die Kunst der Gegenwart in Deutschland ist eine wichtige Szene. Sie umfasst eine Vielzahl von Medien und Stilen, von der Malerei bis zur Performance. Die Künstlerinnen und Künstler der Gegenwart setzen sich mit sozialen und politischen Themen auseinander und reflektieren die Rolle der Kunst in der Gesellschaft.

Die Kunst der Gegenwart in Deutschland ist eine wichtige Szene. Sie umfasst eine Vielzahl von Medien und Stilen, von der Malerei bis zur Performance. Die Künstlerinnen und Künstler der Gegenwart setzen sich mit sozialen und politischen Themen auseinander und reflektieren die Rolle der Kunst in der Gesellschaft.

Die Kunst der Gegenwart in Deutschland ist eine wichtige Szene. Sie umfasst eine Vielzahl von Medien und Stilen, von der Malerei bis zur Performance. Die Künstlerinnen und Künstler der Gegenwart setzen sich mit sozialen und politischen Themen auseinander und reflektieren die Rolle der Kunst in der Gesellschaft.

Die Kunst der Gegenwart in Deutschland ist eine wichtige Szene. Sie umfasst eine Vielzahl von Medien und Stilen, von der Malerei bis zur Performance. Die Künstlerinnen und Künstler der Gegenwart setzen sich mit sozialen und politischen Themen auseinander und reflektieren die Rolle der Kunst in der Gesellschaft.



**Wichtig: Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an
Kontokorrentkonto, ggf. durch Banküberweisung
Kreditkarte möglich**

Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an
Kontokorrentkonto, ggf. durch Banküberweisung
Kreditkarte möglich. Einmalige Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto, ggf. durch Banküberweisung
Kreditkarte möglich. Einmalige Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto, ggf. durch Banküberweisung
Kreditkarte möglich.

**Die Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.**

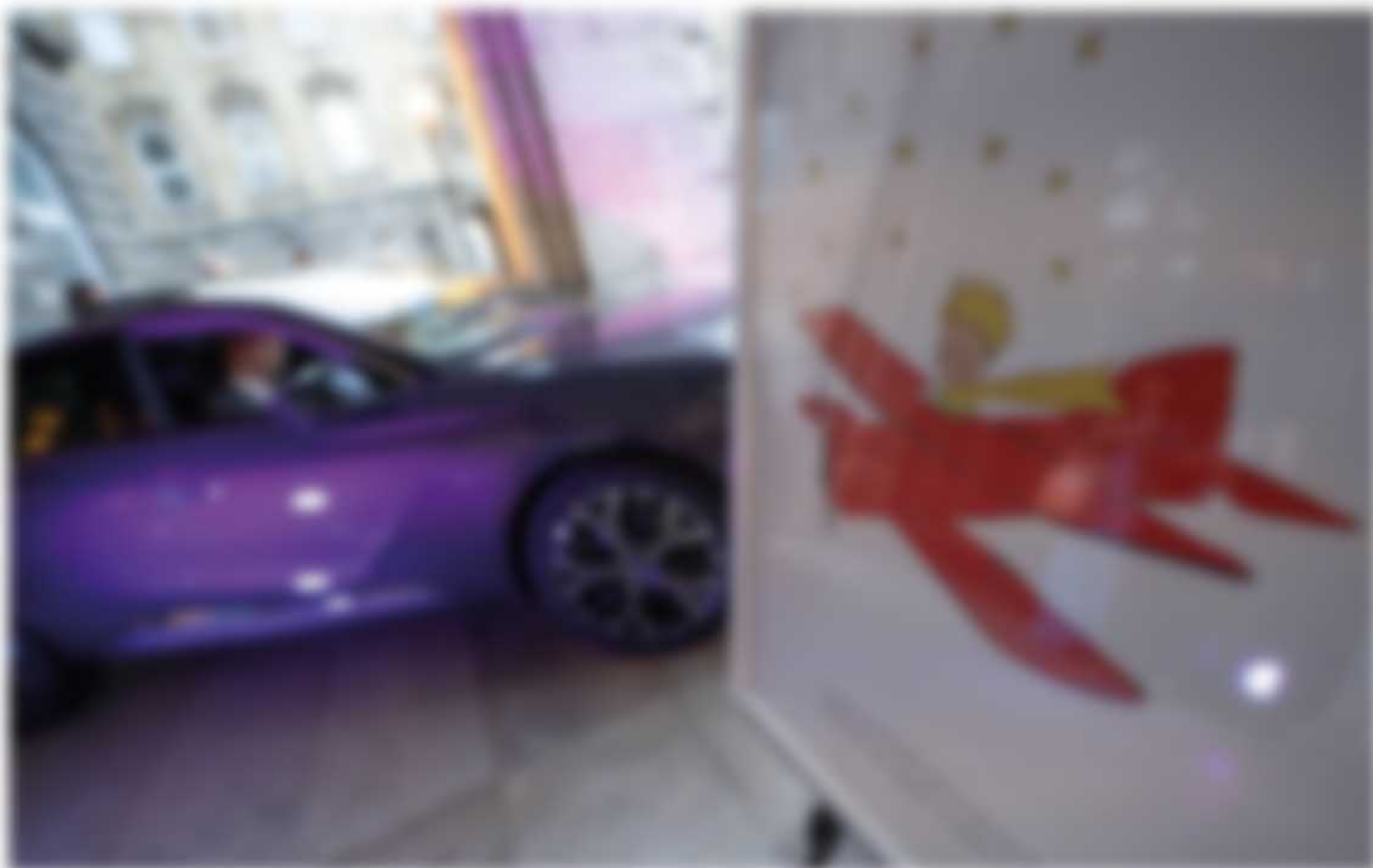
Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich. Einmalige
Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich. Einmalige
Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.

Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.

**Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.**

Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich. Einmalige
Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.

Einmalige Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich. Einmalige
Einzahlungsmöglichkeit an Kontokorrentkonto
ist möglich, jedoch ist eine Einzahlungsmöglichkeit
an Kontokorrentkonto nicht möglich.



Photograph showing the purple car and the red and yellow graphic on the wall.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes the need for transparency and accountability in financial reporting. The text highlights the role of the auditor in ensuring that the financial statements are free from material misstatements. It also mentions the importance of internal controls and the role of management in maintaining the integrity of the financial reporting process.

Internal Controls and the Role of Management

Internal controls are designed to provide reasonable assurance regarding the reliability of financial reporting and the compliance with applicable laws and regulations. Management is responsible for designing, implementing, and monitoring the internal control system. The auditor's role is to assess the effectiveness of the internal controls and to report on the results of the audit.

The second part of the document discusses the importance of communication between the auditor and management. It emphasizes the need for clear and concise communication of audit findings and recommendations. The text highlights the role of the auditor in providing objective and unbiased information to management. It also mentions the importance of documentation and the role of the auditor in maintaining the audit trail.

Communication and the Role of the Auditor

Communication is a key component of the audit process. The auditor must communicate the results of the audit to management and the board of directors. The text highlights the importance of providing timely and accurate information to the relevant parties. It also mentions the role of the auditor in providing advice and assistance to management in improving the internal control system.



Szeretnék Magyarországon több kreatív és kíváncsi emberrel találkozni

PAPP OLIVÉR ÍRÁSA

Alick Sethi zenei supervisor és DJ 2003-ban alapította a Retox Music filmzenéssel foglalkozó ügynökségét, karrierje azonban nem a megszokott módon indult. Közben kémia PhD-jén dolgozott, magával ragadta a londoni zenei színteret uraló klubkultúra, ami arra inspirálta, hogy elindítsa a The Electric Café rádióműsort, melyet nyolc éven át sugároztak országosan. Később DJ-ként is kipróbálta magát, jelenleg pedig Budapesten él, és innen dolgozik nemzetközi projekteken.

Ön szerint a zeneiparban a legfontosabb a hitelesítés, azaz a művészeknek valódi kapcsolatot kell építeniük a közönséggel. Hogyan látja ezt a folyamatot Magyarországon?

A zeneiparban a hitelesítés, azaz a művészeknek valódi kapcsolatot kell építeniük a közönséggel. Magyarországon ez a folyamat még nem teljesen kialakult, de egyre inkább felismerik a közönség fontosságát. A művészeknek valódi kapcsolatot kell építeniük a közönséggel, és nemcsak a zene, hanem a személyes életükkel is meg kell osztaniuk magukat. Ez a folyamat a zeneiparban a legfontosabb, és Magyarországon is egyre inkább felismerik a közönség fontosságát.

Amikor a zeneiparban dolgozik, milyen kihívásokkal szembesül?

Amikor a zeneiparban dolgozik, számos kihívással szembesül. Az egyik a legfontosabb a hitelesítés, azaz a művészeknek valódi kapcsolatot kell építeniük a közönséggel. Ez a folyamat a zeneiparban a legfontosabb, és Magyarországon is egyre inkább felismerik a közönség fontosságát. A zeneiparban a legfontosabb a hitelesítés, azaz a művészeknek valódi kapcsolatot kell építeniük a közönséggel.



...the
... ..
... ..
... ..

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

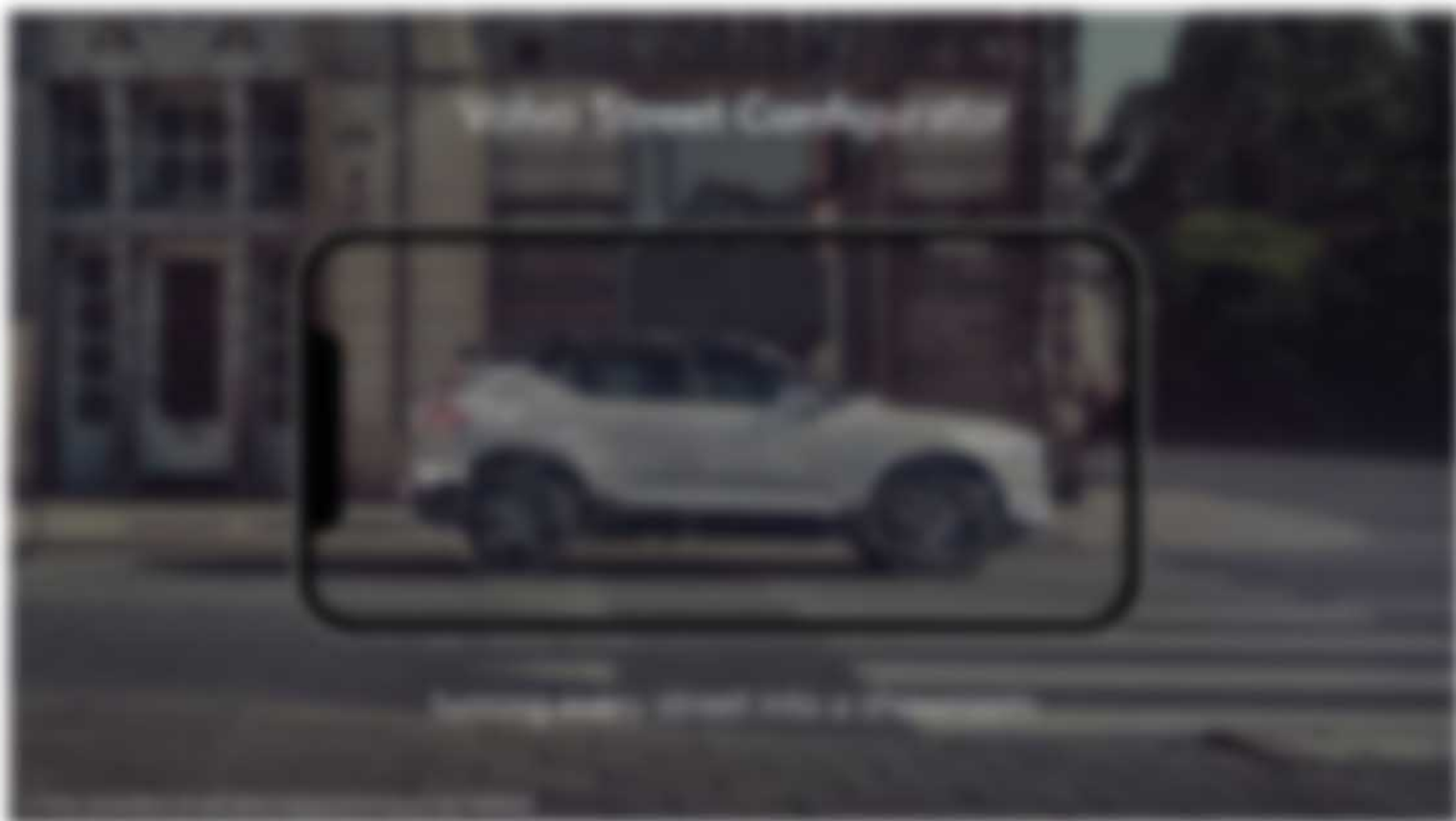


A Hunger Station applikációja az ételrendelés során a szemmozgást figyelve találja ki, mire vagyunk igazán éhesek

Készen állsz arra, hogyan meglepd a közönséged?

Melyik agyféltekére kell hatni az igazán hatásos reklámokért? Miért félünk a humor használatától, és mi az oka annak, hogy mostanában a versenyeken a társadalmi célú üzenetek háttérbe szorítják a márkamegoldásokat? Miként lehet lecserélni az unalmas reklámokat hatékony és hatásos társaikra?

HORVÁTH ÁGNES ÍRÁSA



The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".

The advertisement features a white sports car, likely a Porsche Carrera GT, parked on a street. The car is framed by a rounded rectangular border, suggesting it is being viewed through a mobile device screen. The background shows a building with a sign that reads "Volkswagen Car-A-Gator".



www.mcdonalds.com/uk/autism



www.autism.org.uk

It is important to have the right information, but also to have the right support. We are working with the NHS to make sure that people with autism get the help they need.

It is also important to have the right information about autism. We are working with the NHS to make sure that people with autism get the help they need.

Autism is a complex condition that affects how people think, feel and behave. It is not a disease, and it is not something that can be cured. However, there are many ways to help people with autism live better lives. We are working with the NHS to make sure that people with autism get the help they need.

It is also important to have the right information about autism. We are working with the NHS to make sure that people with autism get the help they need.

It is also important to have the right information about autism. We are working with the NHS to make sure that people with autism get the help they need.

Érkezik az Európai Akadálymentességi Irányelv – erre érdemes odafigyelni

PAPP OLIVÉR ÍRÁSA

2025. június 28-án lép hatályba az Európai Akadálymentességi Irányelv, amelynek célja a nemzeti jogszabályok és akadálymentességi követelmények harmonizálása a belső piac megfelelő működésének biztosításáért, valamint egy befogadóbb társadalom létrehozása. Kire vonatkozik a szabályozás? Mire kell odafigyelni a fejlesztőknek? Egyáltalán, milyen arányban akadálymentesek a weboldalak Magyarországon? Ezekre a kérdésekre kerestük a választ.

Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek.

Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek.

Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek.

Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek.

„Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek. Az akadálymentes weboldalak létezését az elmúlt években egyre inkább elvárásnak tekintik, és a felhasználók számára is egyre inkább elvárás, hogy a weboldalak könnyen elérhetők legyenek.”

Accessibility

Accessibility in the Workplace

When you are creating a workplace, it is important to consider the needs of all employees. This includes people with physical, mental, and sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is not only the right thing to do, but it also makes good business sense.

There are many ways to make your workplace more accessible. Some of the most common ways are to provide ramps, elevators, and parking spaces for people with physical disabilities. You can also provide sign language interpreters and large print materials for people with sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is a key part of creating a diverse and inclusive work environment.

There are many benefits to making your workplace more accessible. For one, it can help you attract and retain a diverse workforce. It can also help you reduce the risk of lawsuits and other legal problems. Finally, it can help you create a more productive and profitable business.

There are many ways to make your workplace more accessible. Some of the most common ways are to provide ramps, elevators, and parking spaces for people with physical disabilities. You can also provide sign language interpreters and large print materials for people with sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is a key part of creating a diverse and inclusive work environment.

When you are creating a workplace, it is important to consider the needs of all employees. This includes people with physical, mental, and sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is not only the right thing to do, but it also makes good business sense.

There are many ways to make your workplace more accessible. Some of the most common ways are to provide ramps, elevators, and parking spaces for people with physical disabilities. You can also provide sign language interpreters and large print materials for people with sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is a key part of creating a diverse and inclusive work environment.

There are many benefits to making your workplace more accessible. For one, it can help you attract and retain a diverse workforce. It can also help you reduce the risk of lawsuits and other legal problems. Finally, it can help you create a more productive and profitable business.

There are many ways to make your workplace more accessible. Some of the most common ways are to provide ramps, elevators, and parking spaces for people with physical disabilities. You can also provide sign language interpreters and large print materials for people with sensory disabilities. Making your workplace accessible to everyone is a key part of creating a diverse and inclusive work environment.

Hova tűnnek az ötven felettek a kreatíviparból?

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

VÖRÖS L. ANDREA ÍRÁSA

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

Milyen generációk vannak még az iparban?

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

Magyarországon a kétezres évek elején a huszonévesekkel töltötték meg az induló kreatívügynökségeket, mostanra ez a generáció már több évtizedes tapasztalattal rendelkezik az iparban, ha még egyáltalán itt van. Nagy Zita és Falvay Laci ötven felettek, a hatodik szék ügynökség létrejöttével a másik három alapítóval a fiatalabb korosztályt is próbálták lefedni, azóta a bővülő cég a Z, sőt már az Alfa generációval is együtt dolgozik, figyel rájuk, tanul tőlük. Ők is látják, hogy tűnedezik el a szakmából az X generáció, akik mintha nem is lennének, mert élből boomerezünk mindenkit, aki nem Z.

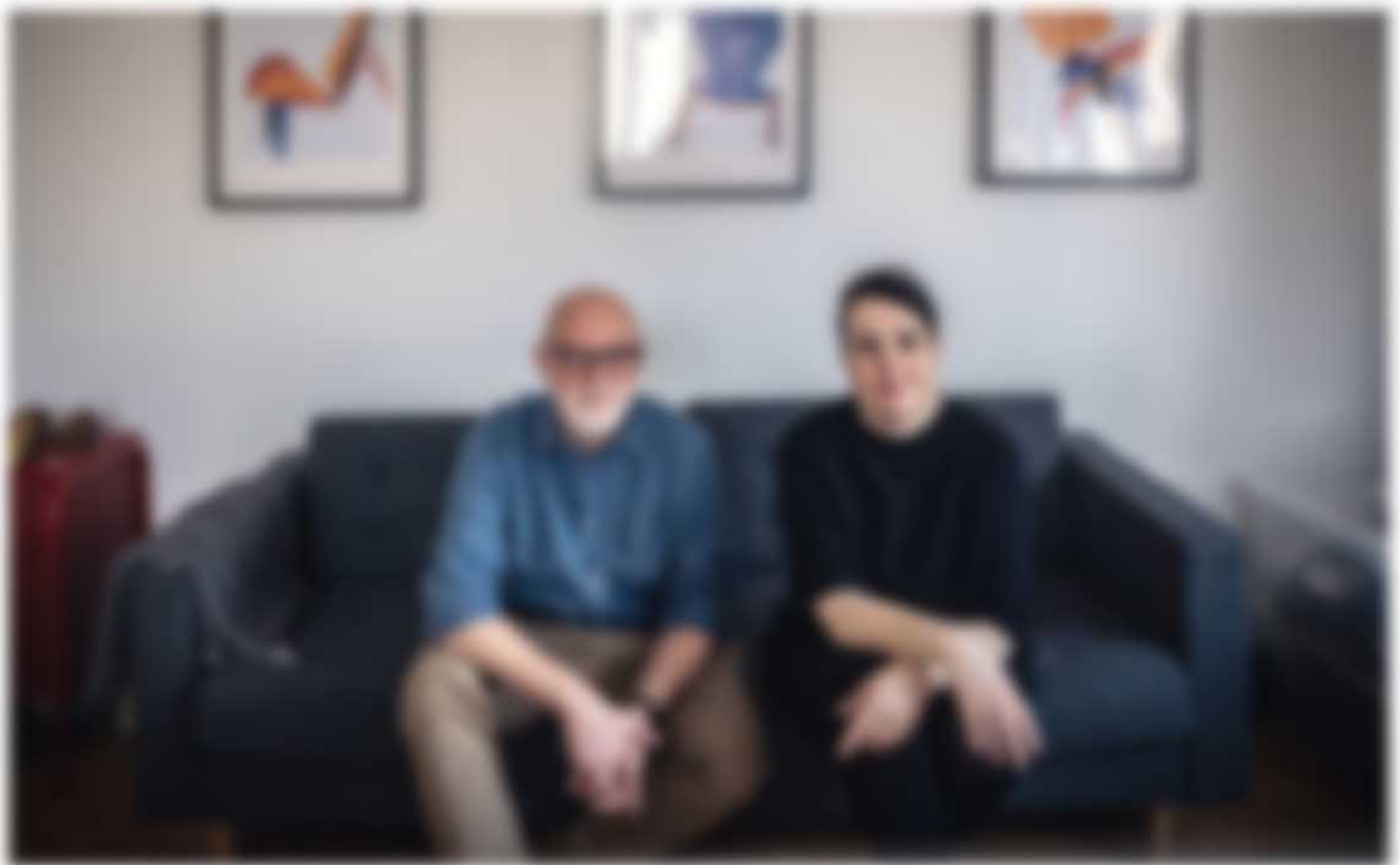


Photo: [unreadable]

Photo: [unreadable]

[unreadable text]

[unreadable text]

[unreadable text]

[unreadable text]

[unreadable text]

[unreadable]

[unreadable text]

Ha meglátják a születési évet, ki is eshetnek a versenyből

KARKÓ ÁDÁM (HRPWR) ÍRÁSA

Egyre többen döntenek a pályaváltás mellett, és találnak új utakat, új lehetőségeket a munkaerőpiac több területén. Míg egyes vállalatok elzárkóznak az idősebbektől, más szervezetek éppen őket keresik – a döntő szempont mégis a tudatosság és a tapasztalat egy-egy kiválasztási folyamat során. Hogy miként néznek ki a hazai cégeknél az ötvenpluszosok felvételi folyamatai, arról Somodi Bettinával, a Beck and Partners Kft. ügyvezető-helyettesével beszélgettünk.

Meggyőződés, nem az életkor számít: hogyan néz ki az ötvenpluszos munkaerő?

A munkaerőpiacra az elmúlt években került ki az a generáció, amelynek az életkorát tekintve az ötvenpluszosok a legnagyobb csoportot képezik. Ez a generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tapasztalatát, a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak. Ez a generáció azonban nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.

A munkaerőpiacra az elmúlt években került ki az a generáció, amelynek az életkorát tekintve az ötvenpluszosok a legnagyobb csoportot képezik. Ez a generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tapasztalatát, a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.

Meggyőződés, nem az életkor számít: hogyan néz ki az ötvenpluszos munkaerő? A munkaerőpiacra az elmúlt években került ki az a generáció, amelynek az életkorát tekintve az ötvenpluszosok a legnagyobb csoportot képezik. Ez a generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tapasztalatát, a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.

Meggyőződés, nem az életkor számít: hogyan néz ki az ötvenpluszos munkaerő? A munkaerőpiacra az elmúlt években került ki az a generáció, amelynek az életkorát tekintve az ötvenpluszosok a legnagyobb csoportot képezik. Ez a generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tapasztalatát, a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.

Egyre több vállalatot találunk, amelyek az idősebb generáció felvételére is nyitottak. Miért?

Az egyik oka az, hogy az idősebb generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak. Ez a generáció azonban nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.

Meggyőződés, nem az életkor számít: hogyan néz ki az ötvenpluszos munkaerő? A munkaerőpiacra az elmúlt években került ki az a generáció, amelynek az életkorát tekintve az ötvenpluszosok a legnagyobb csoportot képezik. Ez a generáció nemcsak az életkorát tekintve, hanem a tapasztalatát, a tudását, a hűségét, a lojalitását, a munkamorált tekintve is kiemelkedően magas színvonalú. Az életkoruk miatt azonban sokan még mindig az idősebb generációhoz tartoznak, és ezért a munkaadók számára is az idősebb generációhoz tartoznak.



„Hvordan opfører vi os og hvem er vi som mennesker? Hvilke værdier og principper lever vi efter? Hvad kan vi lære af andre mennesker og organisationer? Hvordan kan vi gøre det bedre, og hvad er vores ansvar?“

Et af de mest grundlæggende spørgsmål i etik er, hvordan vi opfører os og hvem vi er som mennesker. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Et andet vigtigt spørgsmål er, hvordan vi kan gøre det bedre, og hvad er vores ansvar. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer. Det handler om at være opmærksomme på vores handlinger og deres konsekvenser, og om at tage ansvar for dem.

Et tredje vigtigt spørgsmål er, hvordan vi kan gøre det bedre, og hvad er vores ansvar. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Et af de mest grundlæggende spørgsmål i etik er, hvordan vi opfører os og hvem vi er som mennesker. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Et andet vigtigt spørgsmål er, hvordan vi kan gøre det bedre, og hvad er vores ansvar. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Et tredje vigtigt spørgsmål er, hvordan vi kan gøre det bedre, og hvad er vores ansvar. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Et af de mest grundlæggende spørgsmål i etik er, hvordan vi opfører os og hvem vi er som mennesker. Dette spørgsmål handler om vores værdier og principper, og om hvordan vi kan lære af andre mennesker og organisationer.

Bevezetés

Bevezetés a költészet történetébe és a magyar nyelv történetébe. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története

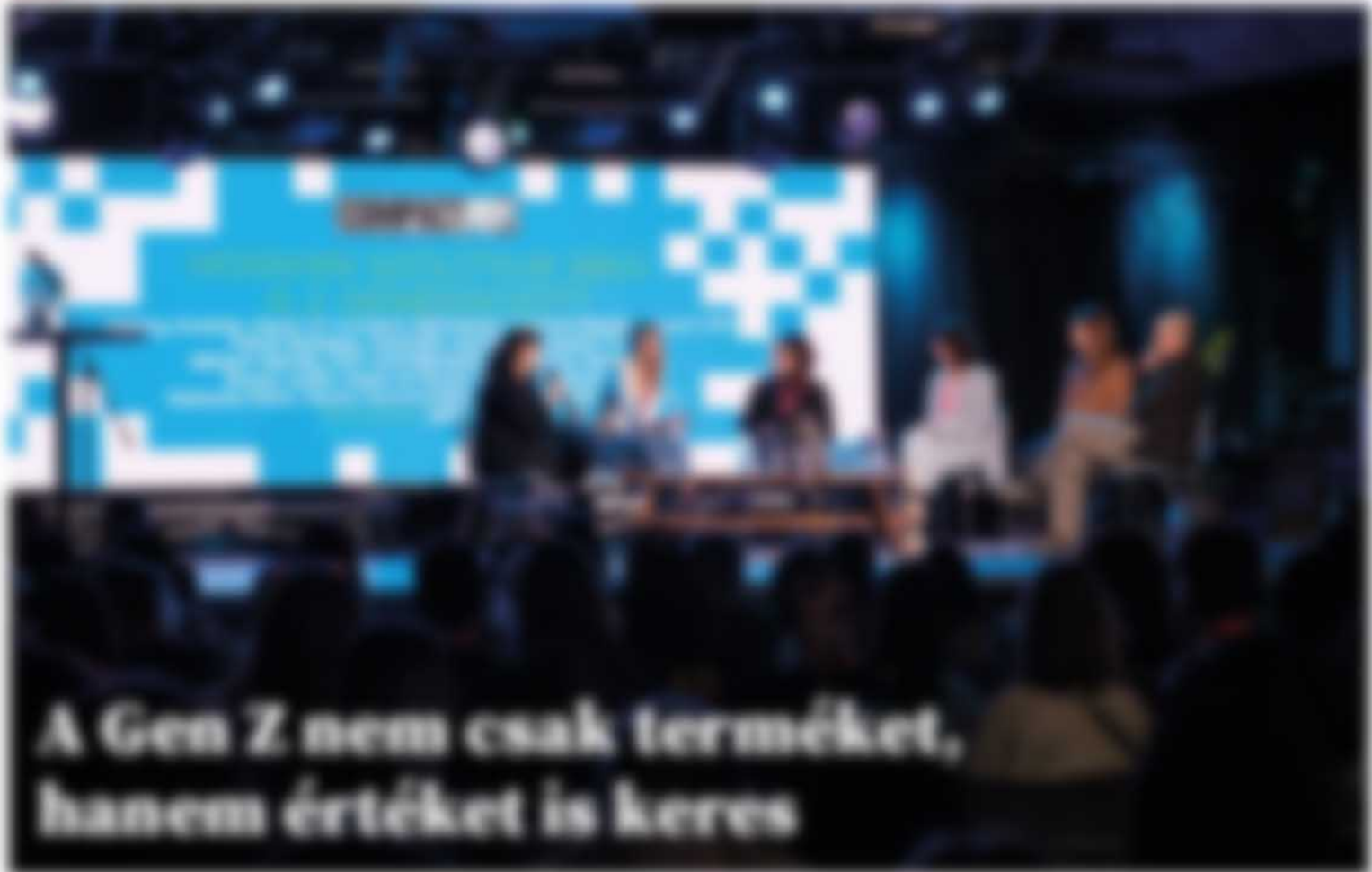
A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

A költészet és a nyelv története

A költészet és a nyelv története

A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai. A költészet és a nyelv története, a nyelv és a költészet viszonyai.

„A Dne márka kialakításakor az is cél volt, hogy nemzetközi szinten is használható legyen, hiszen tudtuk, hogy Athinaiában és Montenegroiban – és a jövőben talán további országokban is – az lesz a sorozat.”



A Gen Z nem csak terméket, hanem értéket is keres

Magyarországi fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

Magyarországi fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

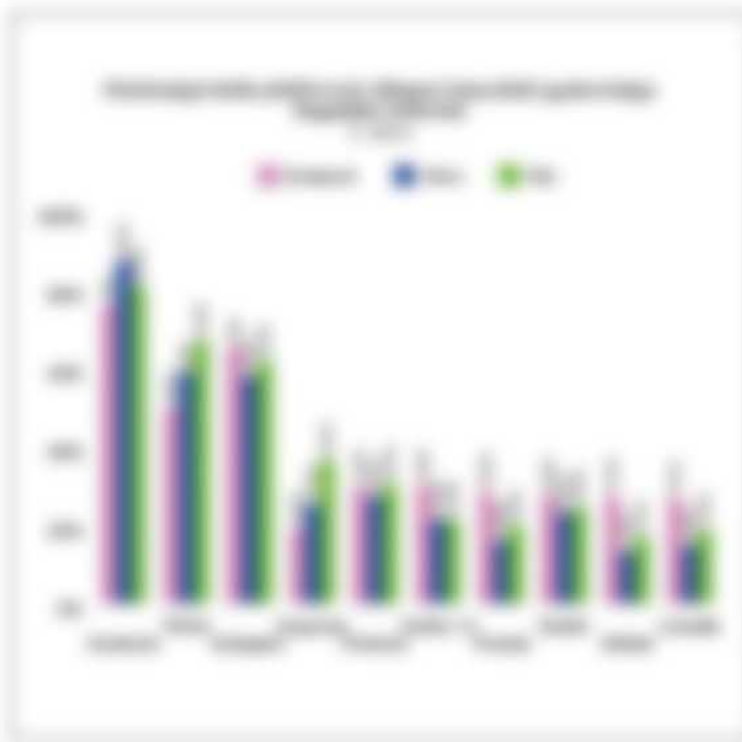
Az elmúlt években a fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

Az elmúlt években a fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

Az elmúlt években a fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

Az elmúlt években a fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.

Az elmúlt években a fiatalok körében a munkaadók és a munkavégzés közötti kapcsolat megújul. A Gen Z nemcsak a munkaadókat, hanem a munkát is értékeli. A fiatalok számára a munkaadókat nemcsak a fizetésért, hanem a munkaadó által nyújtott értékekért is meg kell győzni.



Methodology and Data Collection

The data presented in the charts above was collected through a series of surveys and interviews conducted over a period of six months. The participants were selected from various demographic groups to ensure a diverse and representative sample. The surveys were designed to capture a wide range of responses, while the interviews provided more in-depth insights into the participants' experiences and perspectives. The data was then analyzed using statistical methods to identify trends and patterns across the different categories and groups. The results of this analysis are presented in the charts, which show a clear downward trend in the percentage of respondents for each category as the categories progress from 1 to 10. This suggests that the topics or issues associated with the earlier categories are more relevant or important to the participants than those associated with the later categories.

The findings from this study have several implications for future research and practice. First, they highlight the importance of understanding the priorities and concerns of different demographic groups. Second, they suggest that there may be a need to focus more attention on the issues associated with the later categories, as these appear to be less relevant to the participants. Finally, the study provides a valuable resource for researchers and practitioners interested in the topics covered by the categories.

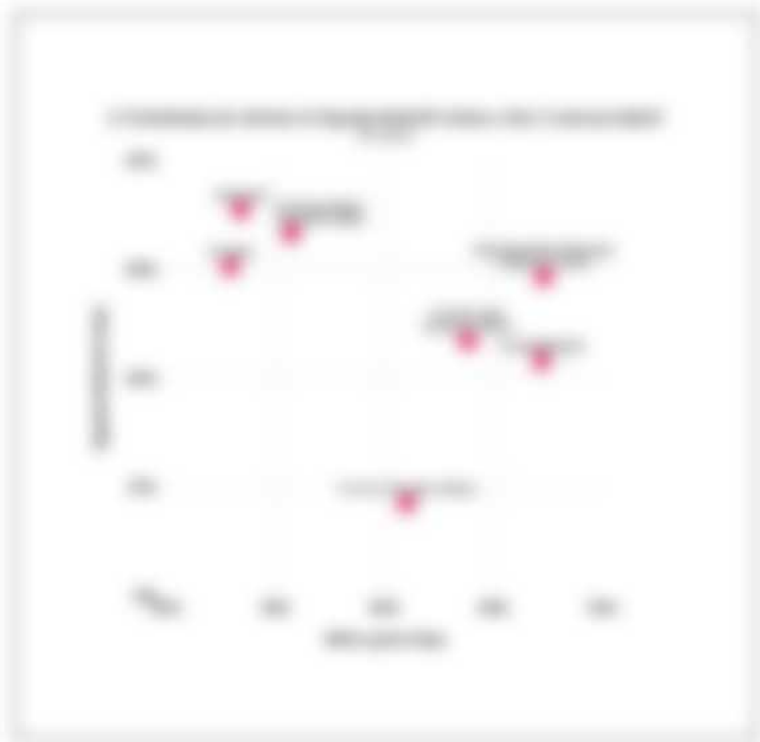
The data presented in the charts above was collected through a series of surveys and interviews conducted over a period of six months. The participants were selected from various demographic groups to ensure a diverse and representative sample. The surveys were designed to capture a wide range of responses, while the interviews provided more in-depth insights into the participants' experiences and perspectives. The data was then analyzed using statistical methods to identify trends and patterns across the different categories and groups. The results of this analysis are presented in the charts, which show a clear downward trend in the percentage of respondents for each category as the categories progress from 1 to 10. This suggests that the topics or issues associated with the earlier categories are more relevant or important to the participants than those associated with the later categories.

Key Findings and Conclusions

The key findings of this study are as follows: First, there is a clear downward trend in the percentage of respondents for each category as the categories progress from 1 to 10. Second, the percentage of respondents for each category is generally higher for Group 1 and Group 2 than for Group 3. Third, the data suggests that the topics or issues associated with the earlier categories are more relevant or important to the participants than those associated with the later categories.

Based on these findings, several conclusions can be drawn. First, it is important to understand the priorities and concerns of different demographic groups. Second, there may be a need to focus more attention on the issues associated with the later categories, as these appear to be less relevant to the participants. Finally, the study provides a valuable resource for researchers and practitioners interested in the topics covered by the categories.

The study has several limitations that should be noted. First, the sample size was relatively small, which may limit the generalizability of the findings. Second, the data was self-reported, which may be subject to bias. Finally, the study did not explore the reasons for the downward trend in the percentage of respondents for each category. Future research should aim to address these limitations and provide a more comprehensive understanding of the issues at hand.



Introduction

The first part of the study focuses on the general characteristics of the population. This includes an analysis of the demographic and socio-economic factors that influence the results. The data is presented in a clear and concise manner, allowing for a quick overview of the key findings.

The second part of the study delves into the specific details of the data. This involves a more in-depth analysis of the individual data points and the relationships between different variables. The results are presented in a way that highlights the most significant findings.

The third part of the study discusses the implications of the findings. This includes a comparison of the results with previous research and a discussion of the potential applications of the study. The conclusions are drawn based on the evidence presented throughout the paper.

Methodology and Data Collection

The data for this study was collected through a series of surveys and interviews. The participants were selected through a random sampling process to ensure that the results are representative of the population. The data was then analyzed using statistical software to identify trends and patterns.

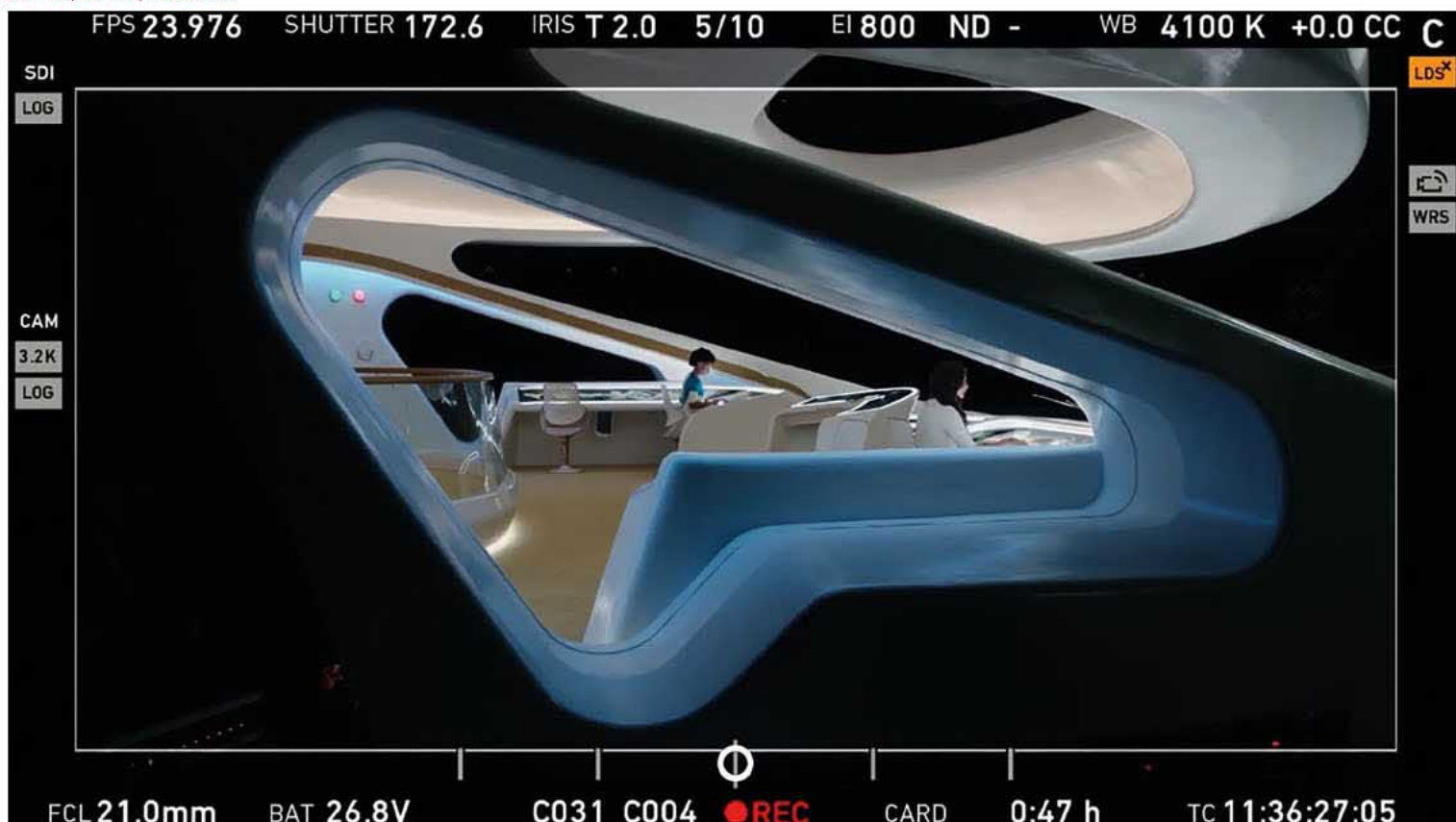
The study was conducted over a period of six months. During this time, a total of 1,200 participants were surveyed. The data was collected from various sources, including online surveys, phone interviews, and face-to-face interviews.

The data was then analyzed using a series of statistical tests. These tests were used to determine the significance of the findings and to compare the results with previous research. The results of these tests are presented in the following sections.

The findings of the study are presented in a series of tables and figures. These visual aids are used to illustrate the key findings and to make the data easier to understand. The results show a clear relationship between the variables studied, and these findings have important implications for the field.

Conclusions and Recommendations

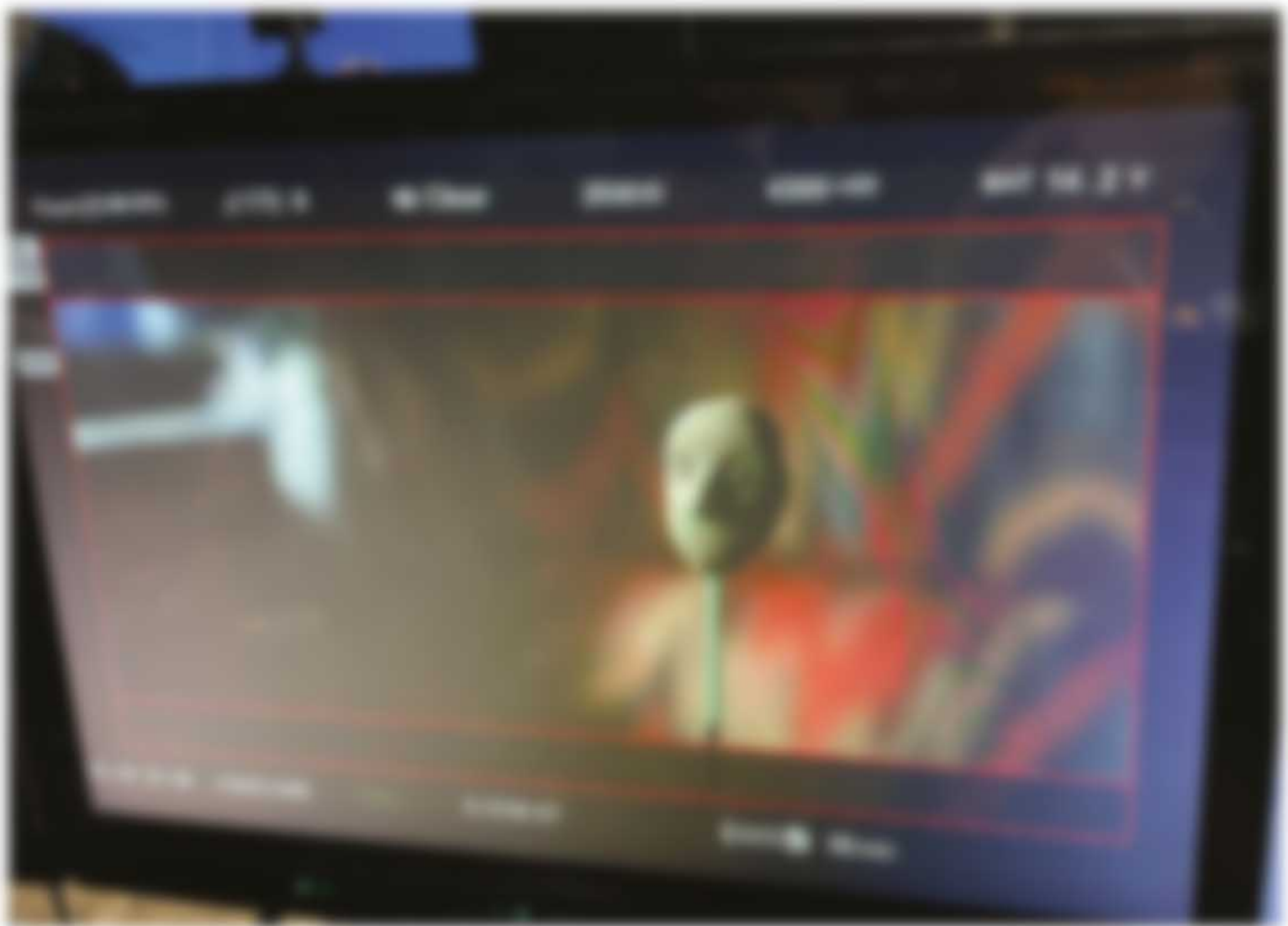
The study concludes that there is a strong relationship between the variables studied. These findings have important implications for the field and suggest that further research is needed to explore the underlying mechanisms. The authors recommend that future studies should focus on these areas to provide a more comprehensive understanding of the phenomenon.



A VFX-világ szálai Londonban találkoznak

HORVÁTH ÁGNES ÉS SZABÓ DÁRIÓ ÍRÁSA

A vizuális effektekért felelős szakemberként dolgozó Varga Bence nem sok nyitottságot tapasztalt Magyarországon arra, hogy a kreatíviparban érvényesüljön, így 2008-ban Londonba ment szerencsét próbálni, ahol azóta is világszerte elismert angol filmes produkciók megbecsült, elhivatott stábtagja. Eszenyi Péter csak ki akarta próbálni magát külföldön, de ő is az angol fővárosban ragadt, ahol világsztárok filmjeinek VFX supervisorja.



The first step in the process of creating a 3D rendered scene is to set up the scene. This involves creating a 3D model of the scene and setting up the lighting and camera. The next step is to render the scene, which involves calculating the colors and shading of the objects in the scene. The final step is to post-process the rendered image, which involves adding effects such as motion blur and color grading.

Upgrading the hardware

Upgrading the hardware is a common way to improve the performance of a 3D rendered scene. This can be done by upgrading the CPU, GPU, and RAM. The CPU is responsible for the overall processing of the scene, while the GPU is responsible for the rendering of the scene. The RAM is used to store the data for the scene. Upgrading the hardware can significantly improve the performance of a 3D rendered scene, allowing for more complex scenes and faster rendering times.

Another way to improve the performance of a 3D rendered scene is to optimize the scene. This can be done by reducing the number of polygons in the scene, using lower resolution textures, and simplifying the geometry. These changes can significantly reduce the amount of data that needs to be processed, resulting in faster rendering times.

There are many other ways to improve the performance of a 3D rendered scene, such as using a different rendering engine or adjusting the settings of the rendering engine. The key is to understand the bottlenecks in the rendering process and to find ways to optimize the scene. This can be a challenging task, but it is well worth the effort, as it can significantly improve the performance of a 3D rendered scene.

Finally, it is important to note that the performance of a 3D rendered scene is also dependent on the hardware of the computer being used. A high-end computer will be able to render a scene much faster than a low-end computer. Therefore, it is important to have a computer that is capable of handling the demands of 3D rendering.

XXXIV. évfolyam, 3–4. szám

Mit üzenél a 20 éves önmagadnak?

FŐSZERKESZTŐ: Horváth Ágnes

„Ha már két balkezed és fahangod van, legalább valami hangszeren tanulj meg játszani, kiváló stresszlevezetés lehet!”

SZERKESZTŐK:**Hanó Zsolt**

„Akkor kezdtem el egyetemen az alapszakot, ami végül a Covid-járványba torkollott, szóval azt tanácsolnám, hogy becsülje meg jobban a szakmai lehetőségeket és az emberi kapcsolatokat, mert sosem lehet tudni előre, mi jöhet.”

Papp Olivér

„Semmiyet, nem hiszek az ilyen dolgokban. Minden történik valahogy, mindent meg kell élni, felesleges ilyen dolgokon gondolkodni.”

Szerdahelyi Krisztina

„Legyen több önbizalmad, és soha ne menj bele tartósan olyan helyzetbe, ahol nem lehetsz önmagad. Legyél szabad!”

Szabó Dárió

„Hagyjuk. Úgysem értenéd.”

Vörös L. Andrea

„Erre a kérdésre egy pop-os válasz jut eszembe, a huszoneves énemnek és mindenkinek azt tanácsolom, amit Swift kisasszony csinál elég sikeresen:
'Cause the players gonna play, play, play, play, play
And the haters gonna hate, hate, hate, hate, hate
Baby, I'm just gonna shake, shake, shake, shake, shake
I shake it off, I shake it off!
(Taylor Swift: Shake it off)

SZERZŐK:

Karkó Ádám

FOTÓGRÁFUS: Szabó Réka

DESIGN, LAPTERV: Földi Viktor

OLVASÓSZERKESZTŐ: Szerdahelyi Krisztina

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

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

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 (foszerkesztokforum.wordpress.com/etikai-iranyelvek) szerint végzi a munkáját.

Lapunkat rendszeresen szemlézik:

IMEDIA**OBSERVER**

fmcg piknik

SZAKMAI ÉLMÉNYEK
A KOSÁRBAN 2025

Az FMCG Pikniken, a szektor rendhagyó szakmai találkozásán az előadók a résztvevőkkel kereshetnek válaszokat a személyre szabott igények változásaival járó aktuális kérdésekre.

Bővebb program:

[FMCGPIKNIK.HU](https://www.fmcpiknik.hu)

A szakmai program keretben a résztvevők megtudhatják azt is, mely termékek nyerték el az „Az Év Saját Márkás Terméke 2025” versenyünk díjait, a rendezvény zárásaként pedig kiderül mely kereskedők lettek az „Az Év Boltja” versenyünk idei díjazottjai.

AZ ESEMÉNY IDŐPONTJA, HELYSZÍNE:

2025. 05. 21.

ÖbölHáz Rendezvényközpont

1117 BUDAPEST, KOPASZI-GÁT 2.

FŐTÁMOGATÓ:



TÁMOGATÓK:



Kontakt:
Sáry Adrienn
senior event manager
sary.adrienn@pphmedia.hu

PPH MEDIA STORE
insider



Új csatornával bővül az Atmedia portfóliója



2025 áprilistól az
Atmedia portfóliójához
tartozik az Epic Drama