

Egyiptom változó fényben

Alexandra Kiadó

Többféleképpen dicsérhetnénk ezt a szép fényképalbumot, és mindet kiérdemelné. Itt ezt két nézőpont szerint tesszük.

Lapjain úgy él Egyiptom, hogy valószínűleg akkor sem láthatnánk jobban az arcába, lelkébe,

„Többféleképpen dicsérhetnénk ezt a szép fényképalbumot, és mindet kiérdemelné. Itt ezt két nézőpont szerint tesszük.”

ha szemtől-szembe állnánk vele. Az album képeinek nézegetése által nyújtott élmények sora igazolja, hogy a fényképezés művészetének töretlen a létjogosultsága a mind többre képes videokamerák korában is. Természetesen tudjuk, de az itt sorakozó képekben megint át is éljük, hogy a művészi fénykép sokkal többet ad a látvány elemeinek puszta felsorolásánál. A fényképezőgépet avatott kézben valami egészen különlegeset tud: kimerevíteni, és ezzel megragadni a pillanatot, megmutatni egy arc, egy táj, egy művészi alkotás, vagy éppen egy jelenet belső sugárzását, megörökíteni az illékony hangulatot, a perc varázsát éppúgy, mint a lidércnyomás dermesztő hidegét. És e művészetnek szintúgy különleges képessége a láttatás, amit Antall Pé-

ter nagyon is találóan a következőképpen fogalmaz meg: „Ne azt fényképezd a színházban, amit a nézők látnak, hanem azt mutasd meg, ahová nem juthatnak el”. Olvasatunkban, és számos itteni kép tanúsága szerint ez egyebek közt

azt is jelenti, hogy a fotóművész olyan látószögből tárja elénk a képet, vagy úgy tud kiemelni részleteket, hogy ezzel sokkal többet elmond a látottakról, annak lényegéről, sajátosságairól, lelkéről, mint a látvány egésze. Sok ilyen láttunk itt.

„Három magyar művész a fényképeikkel és Antall Péter kísérszövegével úgy vezet végig bennünket az ókortól napjainkig, hogy a képek, jelenetek hosszú során érezzük: ez az ország érdekes, csodás látványokkal teli, egzotikumában is könnyen elfogadható, ezt érdemes lenne magunknak is megnézni, és azt is elhisszük, hogy a képek és a szavak minderről igazat szólnak.”

Országmarketing. Korunkban sok országban válik a nemzetgazdaság mind fontosabb bevételi forrásává a turisták idegenforgalmi

szolgáltatásokkal való ellátása, tehát hívniuk, vonzaniuk kell az utazni, látni, üdülni vágyókat. Ennek egyik fontos eszköze az országmarketing is – már amennyiben jól csinálják. Tudjuk, halljuk, hogy mi is költünk rá – ne itt vitassuk, hogy hogyan. És akkor itt egy album, amelyet joggal mondhatunk az országmarketing – az egyiptomi országmarketing – remekművének. Három magyar művész a fényképeikkel és Antall Péter kísérszövegével úgy vezet végig bennünket az ókortól napjainkig, hogy a képek, jelenetek hosszú során érezzük: ez az ország érdekes, csodás látványokkal teli, egzotikumában is könnyen elfogadható, ezt érdemes lenne magunknak is megnézni, és azt is elhisszük,

hogy a képek és a szavak minderről igazat szólnak. Mi többet akarhatna, mi többet tudhatna egy országmarketinget szolgáló, iga-

zán jó kiadvány? Az már Egyiptom szerencséje, pontosabban elegáns hódolat a csodás múltjának ma is élő nagysága előtt, hogy ingyen kap ilyen reklámot.

Élnek és mesélnek a fényképek. Csupán azt sajnáljuk, hogy a könyv méretre jóval kisebb az Alexandra nagy, elegáns albumainál.

Az itt kicsiben megjelenő képek is megérdemelnék, hogy nagyobb felületen jobban kibontakozhassanak.

A főszerepet itt a képek viszik, de gyakran a szavak is sokat adnak a teljességhez. Íme példaként egy képszöveg: „(...) belecsöppentem a piac kavalkádjába. Áru-

sokból és vevőkből álló embertömeg nyüzsgött mindenfelé. (...) Egy fotós számára mindez maga a paradicsom, az arcok mindegyike egy önálló történet”. Igen, olykor szinte hihetetlen történet, mint a Békülőké az 51. oldalon.

Osman Péter

MIKE WRIGHT, HARRY J. SAPIENZA
LOWELL W. BUSENITZ (SZERK.)

Venture Capital I-III (Kockázati tőke)

Edward Elgar, 2003.

A világhírű szakkönyvkiadónak ez a mind terjedelmében – 1539 oldal –, mind a benne foglalt tudásanyag dimenziói, témaköreinek széles íve szerint hatalmas tanulmánygyűjteménye fontos és nagy gyakorlati gazdasági jelentőségű tudást kínál: sokoldalú, mélyreható betekintést a kockázati tőke vállalkozásfinanszírozó és -fejlesztő tevékenységébe, szintúgy a befektetésével működő vállalatokkal való kapcsolatába, és ezek fontos kérdéseinek tudományos alaposságú elemzését.

Kinek fontos mindezek ismerete? Mindenekelőtt azoknak a jó növekedési képességű cégek-

nek, amelyeknek megerősödéséhez, illetve további fejlődéséhez külső tőke bevonására van szükség. A mai gazdaságban a vállalkozások finanszírozásának nagy és különösen fontos szeletét a kockázati tőke adja. A cégek számára a tőle kapott finanszírozás legfontosabb jellemzője, hogy ezt a pénzt nem kell úgy visszafizetniük, mint egy hitelt, és kamatot sem kell fizetniük érte. Ára természetesen ennek is van, nem is csekély: az így kapott pénz fejében be kell fogadniuk tulajdonostársként a kockázati tőkést. Az beszáll a vállalkozásba olyan üzleti konstrukcióban, amelynek ré-

vén osztozik annak mind a nyereségében, mind az esetleges veszteségében. Főszabályként úgy, hogy befektetésével tulajdonrész szerezt a vállalkozást keretbe foglaló cégben, és így tulajdonostársként vesz részt abban, együtt sír, együtt nevet a többi tulajdonossal, valamint – ha jól alakították ki a cégekormányzás érdekeltviszonyait – szintúgy a menedzsmenttel. Fontos e tudás továbbá mindenki számára, aki a vállalkozások működési feltételeinek javításával foglalkozik, így a cégek érdekképviselőinek, a gazdaságpolitikát alakító, illetve megvalósító intézményeknek.