

A NEMZETKÖZI VÁSÁR MŰVÉSZI KÉPE

Írta: dr. NAMÉNYI ERNŐ

L'ordonnance, c'est la hierarchie des buts, la classification des intentions.



modern építészet nagy propagátorának Le Corbusier-nek ez a megállapítása ötlük önkénytelenül agyunkba, amikor a Budapesti Nemzetközi Vásár művészi külsejéről akarunk írni. Az elrendezés a célok hierarchiája és az akarások sorbarendezése. Mindenekelőtt tehát azt a célt kell vizsgálnunk, amelynek szolgálatába kellett a művészeknek állítani tudásukat és csak is ennek megállapítása után, vagy a párhuzamosan haladó célok sorrendjének megszabása után van módunkban a művészi problémák megoldásának sikerült voltát kutatni. Mindenekelőtt meg kell állapítani, hogy a vásár és kiállítás nem nagyon örvedetes keveréke nehéz feladat elé állította a tervezőket. A vásár helyes elrendezése és beosztása tulajdonképpen nem az ad hoc művészetnek, hanem a vásár céljait szolgáló épületek művészi megoldásának feladata és az egyes kirakodóhelyek — talán szabad az általánosan használt német *Stand* szó helyett ezt a magyar kifejezést használunk — kötelességszerűen beilleszkednek az általános keretbe, és csak egyes áruknak (pl. textiliáknak) ügyes elrendezésével igyekeznek egyéni ízt adni egyes cégek megjelenésének. A vásár jellegzetessége a tárgyilagosság, aminthogy a viszonteladókhoz forduló reklámnak is ez a jellegzetes tulajdonsága, szemben a fogyasztók nagy tömegére hatni akaró propagandaeszközöknek, amelyek minden rendelkezésre álló lélektani eszközökkel, tehát nagy, hangos, színes felvonulással, síppal, dobbal, igyekeznek céljukat az áru mennél szélesebb körű propagandájának szolgálatára lenni. Ez a propaganda-módszer — *cum grano salis* — a kiállítások eszköze, mert a kiállítások igyekeznek a nagyközönség minél szélesebb rétegeit esarnokaikba vonzani, míg a jól rendezett vásárok mindenütt igyekeznek a nézőközönséget a kirakodóhelyektől távol tartani, és a vásárokat kizárólag az iparosok és kereskedők találkozóhelyévé tenni. Nálunk ez nincs így. A nagyközönség vonzásával vásárunknak kiállítás jellegét adnak és azoknak

az iparosoknak, kereskedőknek fülkéi és mintabemutatói, akik vásári célzattal jönnek el, szöges ellentétben állnak azokkal a felépítményekkel, amelyek a nagyközönség megnyerését célozzák. A tervező művész tehát éppen a célkitűzés szempontja tekintetében nem tudja mihez tartsa magát és ennek megfelelően a megoldásnál sokszor oly feladat előtt áll, amelyet maradék nélkül elintézni majdnem lehetetlen. A vásár általános benyomását is ezzel jellemeztük, és csak arra a megállapításra szorítkozhatunk, hogy az Ipaesarnok zavaró belső épületeinek eltávolításával és az elrendezés célszerű, áttekinthető keresztülvitelével az ezidei vásár nagy haladást mutat a multtal szemben. Külön ki kell emelni a Műesarnok művészi szempontból is kiemelkedő kirakodóhelyeit. A rádiókiállítás, a francia és japán vásár ügy elrendezésüknel, mint művészi megjelenésüknel fogva, amelyben a kiállítási forma a vásár jellegének alárendelve kellő kereteit megtartotta, harmonikus szépségével a szigorú kritikát is kibirta. Ennek a résznek legkiválóbb alkotása, a Kremenetzky János Rt. Orion-kiállítása volt. A tervező *Frankel* György helyesen fogta meg a Műesarnok termekre osztott voltában rejlő óriási előnyt, és a kirakodóhely előkelő, nyugodt, monumentális felépítésével, anyagánál fogva pompás megtervezésével a cég előkelőségének adott kifejezést és az inkább aprólékos árunak a legmegfelelőbb keretet. Az egész kirakodóhely anyaga féllényesre pácolt tölgyfalemez volt, amelybe élénkséget az aszimmetrikus négyzetekre osztott felületeknek színezése adott, kezdve a tölgyfa természetes színétől, mahagóni, dió-színen át a feketéig. Ezen tompa, de egyáltalán nem egyhangú keretből kitűnően emelkedett ki az ezüstszínű felírás. A formák leegyszerűsített skatulyaszerűsége az áru domináló szerepét szolgálta; a terem közepén pihenőpadokkal ellátott háromszögű kirakóasztalok és a két sarokban két tárgyalófülke keretűl szolgáló pilonszerű felépítés a vásári jelleget domborítja ki. A Műesarnokban kaptak helyet a Telefunken választékos ízlésű kiállítása, a Philips vörös és kék színben tartott jellegzetes terme, amely egyszerű nagyvonalú stílusában a Műesarnok előtt elhelyezett sikerült reklámtorony-nal harmonizált, az Egyesült Izzólámpa és Villamossági Rt. inkább mondanivalójával és tárgyilagosságával ható mintakiállítása, amely éppen

tárgyilagosságánál fogva — villanylámpákkal ékített hatalmas térkép — fogta meg a szemlélőt, a Telefongyár nagyszabású kirakodóhelye, amelynél az ornamentika cifraságának túltengése rontotta le az egyes részeiben érdekes kiállítás művészi hatását. Külön említést érdemel az Erdődy és Társa cég, különösen a falfelületet rendkívüli ügyességgel kihasználó és egyszerű eszközöket alkalmazó kiállítása (ezüst felületen színes kockák), amely modern törekvésével *C h e m n i t z k y* művészetét dicséri.

A szabadban elhelyezett pavillonok között különösen ki kell emelnünk a Haas és Somogyi cég építményét, amely célját a korszerű modern, vassal és üveggel való építkezés propagálását egyszerű eszközökkel, modern tárgyilagossággal, anyagszerűséggel szolgálja és átgondolt művészetével tervezőjének, *F o r g ó* Pálnak elismerést szerzett. Hasonló törekvések sugallták a Magyar Általános Kőszénbánya építési és útépitési anyagokat bemutató helyiségét. Egész más célkitűzésből indul ki a *Frigidaire* hűtőgép tervezője, *É k e s* Árpád, aki nagyszabású és tömegeket vonzó, feltűnő, de kifogástalan ízlésű csarnokot épített. Útbaejtve a *Lantos* könyvkiadó újszerű, de ízléses kiállítását, a motorkerékpároknak fenntartott hangárban találtuk az *Orion* kiállítását mellett a tárlat legkitűnőbb objektumát, a *Pueh* motoros kerékpár területét. Köröskörül a lehető legnagyobb zagyvasággal tömegesen voltak felrakva a kerékpárok és motorosok, mintha a cég tökeerősége attól függne, hogy tizenöt vagy huszonöt kerékpár áll e területén, míg a *Pueh* cég kiállításán egyetlen egy motoros kerékpár szerepelt, — a másik a korlát lezárásául szolgált — de ez a kockás padló-ból kiemelkedő, magas posztamensen valóságos hatalmas hatást gyakorolt, és a szoborszerűségével a *T e c h n i k a*, az *Á r ú* — bálványoltáraként hatott. A szobor-motoros mögött pálmák közt foglalt helyet a tárgyalóhelyiség, amellyel egyetemben reklám-célzatát, vásárszerű komolyságát tökéletesen szolgálta ez a felépítmény, amelynek tervezője *K o z m a* Lajos. Ugyanesek ő tervezte az *Iparecsarnok*ban a *Kristály ásványvíz* pavillonját, amelyben ugyanezen elvből kiindulva csak néhány óriási méretű kristályvizes üveg képviselte az árut és a felhasznált anyagnak nemessége — fehérre mázolt falemez és gumipadló — és a felépítmény monumentalitása jellemezték a kiállító cég előkelőségét.

Egész más utakon jár, a nagyközönség megnyerésére és elkápráztatására törekszik — sikerrel — *F a r a g ó* Ödön, aki a *Goldberger* cég részére készített óriási méretű pavillonjában a propagálandó műselyemszöveteket nemesak ter-

mészetes rendeltetésükben mutatja be, hanem dekoratív célokra is felhasználja, talán az anyagszerűség rovására, de mindenesetre rendkívül dús hatást érve el. *L a k a t o s* Arthur a Budapesti Pamutárugyár és a *Csepeli Posztógyár* kiállításában finom ízlésű színhatásokat ér el, és a *Langer* cég pavillonjában, de különösen a *Boon Kakaogyár* kirakodóhelyén a vásár legízlésesebb objektumainak egyikét tervezte. *K a e s z* Gyula modern koncepcióval építette fel a *Chmura* cég mintahelyét, amely a kvalitásárut jellemző előkelőségével, de formában és színekben élénk és művészi összhatásával a legsikerültebb munkák egyike volt. Reprezentatív nagyvonalúságával kevés kirakodóhely múlta felül a *Remington* Írógép hatalmas kék és fehér csarnokát, amely csakúgy mint az *Eternola* magyar gramofongyár pavillonja *B á s t h y* István tervező művészi tudását dicséri. Számos más kirakodóhely ízléses elrendezése kifejezésre juttatta azt a modern törekvést, hogy nem a kiállítandó árucikken kívül álló díszítési eszközöknek, hanem magának az árunak kell a domináló helyet elfoglalnia és a díszítésnek és az idegen anyagoknak csak az alárendelt háttér szerepét kell alkotnia. De nem hallgathatjuk el azt sem, hogy igen nagy számban voltak olyan cégek is, amelyek ez ellen a törekvés ellen súlyosan vétettek és voltak egész sorok, ahol ízléstelen tarkabarkasággal nemesak a néző szépcérezkét bántották, hanem a kirakodóhely reklám-célzatát sem szolgálták. Nem szándékunk ezeknek a kiállítóknak *salon des horreurs-jét* összeállítani, de ideje volna, hogy azon kirakatrendezők tobzódásának, akik pl. tarka paplanoknak háttérül rikító színű szöveteket használnak fel, vagy akik színes selyemkendőket szivárványszínű háttér előtt forgatnak keréken, már egyszer véget vessenek és ezért igaz sajnálattal kell tudomásul venni, hogy az Országos Iparművészeti Társulatnak és a Magyar Könyv- és Reklámművészek Társaságának az a kezdeményezése, hogy a művészi szempontból legkitűnőbb kirakodóhelyet felállító cégeket elismerésben részesítsék, a vásár vezetősége részéről nem talált megértésre. Bizonyos az, hogy azoknak a kitüntetések, akik másnál különbek, az ízléstelenek körében nem szimpatikusak. De egy oly kiállítás, amely nemesak budapesti, hanem a vidéki, sőt külföldi közönség nagy számát gyűjti össze, kell hogy bizonyos mértékben művészi kultúránk színvonaláról is számot adjon és azok, akik művészi színvonalának emelésével áldozatot hoznak és útmutatóul szolgálnak, kellő erkölcsi támogatásban, elismerésben és bátorításban részesüljenek.