

nagy lapoknak a lapelőállító személyzet — szerkesztők, riporterek, nyomdászok — tulajdonába való átvétele. A Kansas Citybeli *Star* részvényeit például 1927-ben az alkalmazottak váltották magukhoz és kötelezték magukat, hogy a jövőben nem engedik azokat idegen tőkésnek kezébe jutni. Ugyanilyen szervezetet nyert legújabbán a new-yorki *Sun*. A technikai-gazdasági fejlődés hozta magával az úgynevezett „félíg kész“ lapok („patent insides“) elterjedését, amelyeknek belső oldalait készen kiszedve és sztereotipálva szállítják a vidéki kiadóknak.

Az amerikai sajtó példányainak nagyobb részét mégis az aránylag kis olvasókörre szorítkozó vidéki centrumok adták. Ezért a nagy new-yorki, chicagói, philadelphiai, vagy washingtoni lapok aránylagos példányszáma kisebb, mint a francia vagy angol napilapoké: a new-yorki *Evening Journal* képviselte 1914-ben 800.000-el a legnagyobb példányszámot; ugyanekkor pl. a *Petit Parisien* a milliót felül volt. Igaz, hogy a heti- és havi magazinok elterjedtsége Amerikában nagyobb, mint a napilapoké. Csak a huszas évektől kezdve tért hódító ún. tabloid-ok — kis formátumú, sűrűn illusztrált lapok — veszik fel velük a versenyt; utóbbiak közül a *Daily News* 1940-ben elére az egymilliót, vasárnapi kiadása pedig 3 milliót felüli számmal rendelkezik.

A nagy példányszámú lap kialakította a szellemi dolgozók jellegzetes új típusát: a nagy riportert. Kétségtelen, hogy ennek a sokszor aggodalommal szemlélt foglalkozásnak Amerikában olyan képviselői voltak, mint pl. STANLEY, aki a tudomány történetében is nevet szerzett magának. Az új újságírók képzésére a mai Amerika nagy gondot fordít: 1904-ben nyílt meg az első főiskolai képzést nyújtó sajtótudományi tanfolyam az Illinoisi egyetemen, 1912-ben PULITZER adományából a Columbia-egyetem létesített sajtóakadémiát; 1940-ben már 32 egyetem és főiskola tartozott az amerikai sajtóakadémiák szövetségéhez, amelyett 1917-ben alapítottak.

Valóban megtalálható MOTT könyvében minden, ami a sajtó szakemberét érdekli, szinte inkább a túlságos bőség kelt néha aggodalmat. Feleslegesnek látszik az anekdotikus részletek halmozása. Viszont kevés hely jut szerintünk a munkássajtónak és a szocialista sajtónak; bár MOTT megemlíti az ilyen irányú törekvéseket, de pl. a new-yorki *Call* viszontagságos és jelentőségteljes története többet érdemelne, mint két futólagos említést (624. és 731. l.). Némi nehézséget okoz a könyv használatában, hogy a korszakok szerinti szigorú tagolás miatt egy-egy intézmény vagy hírlap története szétdarabolódik. Így pl. több fejezetből kell összekeresni a hírszolgálati irodák történetét. Egyáltalán, az *Associated Press* és a *United Press* története egy kissé részletesebb lehetne. És hogy egyetlen kifogás se maradjon említetlenül: a túlzó jelzők, hiperbolikus jellemzések — talán mérsékelhetőek lettek volna.

— i — a.

Carlos E. Cummings: *East is East and West is West*. Buffalo 1940.

East is East and West is West, ez a címe CARLOS E. CUMMINGS majdnem négyvázlappos kötetének. A könyv a buffaloi Természettudományi Múzeum kiadványsorozatában jelent meg 1940-ben. A szerző könyvét, visszapillantva a múlt múzeumaiba, a ma és holnap múzeumaikra ajánlja.

CUMMING* a buffaloi Természettudományi Múzeum vezetője volt, mikor ezt a művét írta. A cím KIPLING egy híres balladáját idézi. KIPLING mondja, hogy a Kelet Kelet, a Nyugat Nyugat és soha nem találkozhatnak egymással. Könyvünk, amely 1939-ben San Franciscóban és New Yorkban rendezett világ-

kiállításokkal — a szerző vásárnak nevezi —, foglalkozik, nem arra utal, hogy az egyik kiállítás nyugaton, a másik keleten körülbelül egy időben nyílt meg, hanem arra a kérdésre igyekszik válaszolni, hogy a múzeumi kiállítások tanulhatnak-e a tisztán ipari, vásári természetű kiállításokon szerzett tapasztalataiból.

A szerző eldönti, hogy nagyon is tanulhatnak egymástól, főleg miután socialista szempontból tárgyalja a kérdést, azaz a „néző”-re való tekintettel. A problémát a közönség, a látogató érdeklődése van hivatva eldönteni. A könyv, noha, amint már említettük, egy tudományos sorozatban jelent meg, mindvégig szórakoztató, néhol humoros olvasmány. A kitűnő felvételek, és rajzok szemléltetőleg megvilágítják a kérdést. A felvetett probléma nem újkeletű, de ma, mikor sűrű egymásutánban nyílnak meg a kiállítások, egyre gyakrabban vetődik fel a kérdés, hogy mit és milyen keretek között állítsunk ki, hogy érdekes, látványos és egyben tanulságos legyen.

A könyv előszavában CHAUNCEY J. HAMLIN, a buffaloi Természettudományi Társaság elnöke elmondja a könyv keletkezésének történetét. 1937-ben a Rockefeller Alapítvány elhatározta, hogy a következő két évben leendő múzeumi alkalmazottak kiképzésére fordít egy bizonyos összeget. Így gyűlt össze tizenhárom fiatal ember: kilenc amerikai, egy angol, egy francia, egy new-sealandi és egy kínai. Mikor aztán 1939-ben megnyílt a két nagy világkiállítás, úgy vélvén, hogy ezek a múzeológia szempontjából is érdekesek lehetnek, az alapítvány megbízta CUMMINGSOT azzal, hogy a vezetésére bízott fiatalság gondosan tanulmányozza azokat. Ennek a tanulmánynak eredménye a majdnem 400 lapos kötet, amelyből nem könnyű kiválogatni a legérdekesebbet, miután az egész az érdekeségek láncolata. De nemcsak a szakszerűség szempontjából érdekes, a mű színes, szórakoztató olvasmány és sohasem nagyképű. A „nevetve tanuló” miközben egy halk hang magyarázott a két egymás mellett ülőnek, olyan diszkrétén, hogy sem az előtte, sem az utána szólót nem zavarta. Visszatérve a szorosán vett feliratokra, egy bizonyos, a nagy dekorációktól eltekintve, a közönség nem igen veszi figyelembe azt, ami a szemmagasságon felül van, főleg a betűt. Még a vetített képre is csak akkor néz fel szívesen, ha ülve nézheti.

Az író végül is sok tapasztalat után megjegyzi, hogy mindennél fontosabb a jól iskolázott és betanított örök alkalmazása. Nem azt az egyszerű őrnt érti, aki csak a kiállítás anyagára ügyel és leggyakrabban egyedül képviseli egy-egy kiállításon a múzeumot. Külön személyzetre lenne szükség, olyanra, amely felvilágosítást tud adni a közönségnek és képes a kérdésekre válaszolni. Ezekből a kérdésekből tudná az igazi szakember eldönteni, hogy milyen feliratokra is van szükség. Jó előadó és ízléses elrendezés sokat tesz a siker irányában. Nem kell azt hinnünk, hogy a közönség nem hallgat meg szívesen komoly előadást is. Éppen a szóbanforgó két kiállításon tapasztalta a szerző, hogy milyen zsúfoltak voltak az előadótermek, amelyekben szakemberek tudományos alapon beszéltek nversanyagokról vagy termelésről. A közönség szívesen tanul, ha jól tanítják. Szerzőnk megemlíti, hogy mikor meglátogatta Chicagóban a „Haladás századát”-nak nevezett kiállítást, azaz vásárt, feltűnt neki, hogy milyen tömegek ostromolják a tudomány csarnokának nevezett pavillont. Mikor maga is megnézte, megértette a sikert. A látogató egyszerűen ráébredt, hogy a természettudományok, amelyekre a modern világszemlélet felépült és amelyekkel eddig nem törődött, a kémia, fizika, biológia milyen érdekesek. Ráébredt, mert olyan formában prezentálták, hogy megértette miről van szó és boldogan vette tudomásul, hogy a tudomány nem száz lakatra járó könyv, amelybe csak néhány

kiváltságos pillanthat bele. A figyelem ily módon való felkeltésének egyik módja, a szerző szerint, ha minden helyiségben, valami olyan érdekesség magaslik ki, amely a környezetben levő többi rokon tárgyat is érdekessé teszi.

A világítás kérdésére sem helyezhetünk elég súlyt, ha egy kiállítás sikeréről van szó. A nappali világítás természetesen a legjobb és legjobban világítás, de nem megbízható és teljesen ki vagyunk szolgáltatva szeszélyeinek. Ezért sokan és sok kiállításon teljesen kikapcsolják, mint lehetőséget. Ezen a téren a sorok írója a nápolyi aquariumban látta a legpompásabb, mesterséges fényvel elért színhatásokat. A múzeumok természetesen tanulhatnak a vásárokon bevált világítási technikától. Nem szabad elzárkózni az újítások elől.

A sanfranciskói kiállításon például a dán pavillonban voltak nagyszerűen megvilágított tárlók, mégpedig fényszórók segítségével érték el a meglepő hatást. Természetesen minden múzeumi ember konzervatív, a tudománya szent neki és úgy érzi, hogy a hatásadás vádjával illetheti saját magát, ha népszerűsítési célból felhasználja a reklám eszközeit. Márpedig minden tudásnak legfőbb feladata, hogy amit tud, azt közölje és olyan módon közölje, hogy embertársai-
ban felkeltse az érdeklődést és így adjon létjogosultságot kutatásainak, vagy a gyűjteménynek, amelynek őre.

Azonban még ha nem is dolgozunk hatásos, új eszközökkel, a világítás főtvényei kötelezők minden kiállító számára: 1. A fényforrás legyen láthatatlan. 2. Minden tárgy egyforma erős fényt kapjon. 3. A tárgyak színét ne változtassa meg a mesterséges fény.

A könyv írója a fényhatással kapcsolatban elmondja egy érdekes tapasztalatát. Egy higiéniai kiállításon *Az ember egészsége* című pavillon rendezésével bízták meg. Egy kitűnő dekoratőrt rendeltek melléje, mint segítőtársat, de ő csak utólag jött rá, hogy milyen kitűnő művésszel van dolga, mert eleinte nem csak gyanakodva, hanem ellenkezve nézte működését. A dekoratőr a nagy termet narancsvöröstre festette és a helyiség végében egy mélyedésben helyezte el néhány látnyi magasban az „átlátszó embert“. A fülke, amelyben a celluloidból készült figurina állt, a legmélyebb és legintezívebb kék színű volt. A figurinát felülről színes fényvel lehetett megvilágítani, és ezáltal a legmeglepőbb eredményeket érte el a tervező. Ha a kék fal piros és zöld fényt kapott, teljesen eltűnt és így az embert ábrázoló alak mintegy a végtelenbe helyeződött. A figurina beszélt is magáról és jól látható, összes szerveinek működéséről egy ügyesen elrejtett és elhelyezett hanglemez segítségével. A fényhatást, valamint a beszédet a vezető megfelelőleg adagolhatta. A siker teljes volt és a tudomány, a szerző annyira féltett tudománya sem szenvedett.

A múzeumoknak is kísérletezniük kell a színekkel. „Kísérletezni“, mondja az író, mert ha a zenei összhangnak van matematikai formulája, a harmonikus rajz vonalainak is, a színeknek nincs, sem árnyalat, sem intenzivitás, sem hangulateltetés szempontjából. A múzeumok félnek a színektől és azért kincseiket rendesen egyhangú és unalmas keretben állítják ki. Nem akarjuk elterelni az érdeklődést a kiállított tárgyról — ez a jelszó. A könyv szerzője pedig nem hinné, hogy ártana, ha valamit tetszetősen teszünk közszemlére. Van színtelen tárgy, legyen az állat, növény, vagy könyv, amely csak nyerhet, ha színes drapériák között helyezük el. A falnak, a mennyezetnek színe lélektani-
lag is fontos. Egy helyiségnek nemcsak hangulatát, de még méreteit is megváltoztatja. Ezek fontos szempontok a múzeumi kiállításokat illetően is. lunk“ klasszikus dokumentuma és humoros rajzok magátólértető egyszerűségükben igen hatásosak.

A tapasztalatokból leszűrt lényeges eredmény a szerző szerint, hogy a múzeumi állandó jellegű kiállítások és a „vásárok“ legalább is unokatestvérek. A „vásárnak“ több hely, több pénz és több lehetőség áll rendelkezésére, de viszont lényegesen rövidebb idő alatt kell meghódítania a közönséget, ami végül is minden kiállítás fő, sőt egyedüli célja. Szóval mindkét részről a fő probléma, a „látogató“. Egy kiállítás sikere attól függ, hogy miképpen reagál rá a közönség. Analizáljuk hát a „látogató“-t, ajánlja CUMMINGS, amennyiben tapasztalatot akarunk gyűjteni. Kétségtelen, hogy a múzeum hivatása érdekes és értékes tárgyak gyűjtése és azok megőrzése, de ha közszemlére teszi ki kincseit, ami legfőbb kötelessége a közönség szemében, arra kell törekednie, hogy az tetszetős formában történjék. A múzeológusnak is elsősorban azon kell törnie fejt, hogy milyen benyomást szerez a látogató és milyen véleménnyel távozik. Egy „vásár“ feladata új árut bemutatni és lehetőleg forgalombahozni. A múzeum is árusító ilyen értelemben: feladata eszméket és tudást népszerűsíteni.

Ezek után a szerző új tapasztalatai alapján rátér az eddigi hibák ismertetésére és javaslatokat tesz a javításokat illetőleg. Mindezt inkább kérdés formájában veti fel, mert végső következtetést — mondja — csak kísérletek után lehet levonni. Szerinte minden kiállításnak, legyen az bármilyen természetű, van egy sarkalatos és közös hibája: azt kívánja a közönségtől, hogy „állva“ okuljon. Márpedig az ember a leghamarabb az álldogálásba fárad bele. Nemcsak a lába, mert akinek fáj a lába, annak hamarosan együtt fáj vele a nyaka, feje, háta, egész teste. Tapasztalata San-Franciscóban, hogy milyen sokat jelentett az, hogy mindenütt, a kiállítás egész területén, gondoskodtak arról, hogy a közönség leülhessen pihenni, miközben módjában volt éppen abban gyönyörködni, amiben különösen kedve tellett. De mi az, amiben kedve tellik? Ez a nagy kérdés. Nagy sikere lenne annak a lélekbúvárnak, aki előre meg tudná mondani, hogy mi fog tetszeni. De ez eddig még mindig csak utólag sült ki. Szerzőnk nem egy kitűnő megfigyelését említhetnők, de sajnos nem térhetünk ki minden problémára, főleg olyannal foglalkozunk hát kissé bővebben, ami bennünket is közelebbről érdekel. Nem abból a szempontból válogatunk a mondanivalók között, hogy költséges, vagy nálunk ma még nem megvalósítható, mert CUMMINGSnak igaza van: „A tegnap csodája, a holnap szükséglete“.

Minden kiállítás nemcsak tárgyakat mutat be, hanem egy fejleményt, egy történetet vagy történetet mond el, állapítja meg könyvünk. Szóval a kiállítás mesél, de nagy gondot kell fordítania a helyes adagolásra. Miután úgysem mondhatunk el egyetlen tárgyról sem mindent, a fő és érdekes momentumokat kell kiemelnünk. Felkeltjük a látogató kíváncsiságát, de nem elégtjük ki teljesen, ami további érdeklődésre ingerli. Már évekkkel ezelőtt megállapította egy híres múzeológus, említi a szerző, hogy a múzeum gondosan előállított feliratok gyűjteménye, amelynek mindenikét egy jól kiválasztott tárgy illusztrálja. Ez a meghatározás az amerikai múzeumok nagygyűlésén hangzott el és éles bírálata a szokásos tárló-rendszernek. Feliratokkal ellátott tárló felvonultatással nem mondhatunk el érdekes történetet, mert a közönség nem olvassa el mondanivalóinkat. Sokat és sokan törték már a fejüket azon az egyszerűnek látszó kérdésen is, hogy milyen betűtípus legalkalmasabb a felírás céljára. Természetesen, akár így, akár úgy, néven kell nevezni a gyermeket, de mikor aztán a magyarázatra kerül a sor, ne azon gondolkozzunk, hogy mit mondhatnánk még, hanem inkább azon, hogy mit hagyjunk el.

A „vásáron“ egyszerűbb a dolog, ott kevés olyan tárgy szerepel, amely alapján ismeretlen, de a múzeumban sok olyan van, amelynek el kell mon-

dani egész történetét. A fotográfia sorozat jó magyarázó, de a fotomontázst egyáltalán nem tartja alkalmasnak a szerző, miután a fő feltétel, hogy a magyarázat rövid és világos legyen, amit egyáltalán nem állíthatunk erről az eljárásról.

San-Franciscóban, éppen a kiállítás tudományos részében nagy sikere volt a háttér nélkül szabadon alkalmazott nagy betűknek. A transparensnek van már múzeumi multja is, sikere a mögötte alkalmazott erős fényben rejlik. Kivágot figurák is lehetnek ügyes magyarázatok. Erre vonatkozólag a new-yorki „Szovjet szocialista kiállítás“-nak nevezett orosz pavillon statisztikai kimutatásait említi, majd pedig, ami neki a legjobban tetszett, az említett kiállítást bezáró hatalmas apoteozist. Egy félkörben elhelyezett panorámában százával álltak az életnagyságú figurinák és az egész pompás látványosságból áradt az életöröm és az optimista derű. Ez persze a gyönyörű kíséző zenével együtt magyarázat és nem felírás volt, de kétségtelenül elmondott mindent, amit mondani akart.

A „beszélő“ felírással is kísérletezett már nem egy múzeum, szóval a fonográffal, amint szerzőnk nevezi: konzervált emberi hanggal. Természetesen nagyon kellemes is, ha a néző szemben áll azzal, ami érdeklő és egy jól temperált hang elmondja a kíséző szöveget. Azonban ez csakis akkor elviselhető, ha gombnyomásra történik, azaz arról és annyit magyaráz, amennyit akarunk és elég távol van a következő beszélő géptől, amelyet valaki más járat. Az egyik kiállításon a közönség egy forgó korongon foglalt helyet, úgy vonult el a látnivalók. A múzeumok a gondjaikra bízott tárgyakkal együtt rendszeren a bútorzatot is öröklük és így mindig ugyanazokban a szekrényekben és tárlókban helyezik el a legkülönbözőbb anyagukat. Pedig nagyon fontos volna a helyiség teljes megváltoztatása minden új kiállítás alkalmából.

Nem szabad félreéntenünk a szerzőt, CUMMINGS a felsorolt hibákat Amerikában éppen úgy tapasztalta, mint bárhol a világon, amerre járt. Általában teljesen elfogulatlanul szemléli a kérdést. A kíséretében levő fiatal emberek megfigyeléseiből is közöl egyet-mást és többek között említi, hogy dr. HU-nak Shangaiból, New Yorkban legjobban a japán kiállítás tetszett. Ő maga főleg az orosz pavillont, azaz márványpalotát bámulta meg San Franciscóban és ezzel kapcsolatban mondja el, hogy a kiállítás megnyitását előző este vették csak észre, hogy az említett márványpalota tornyán elhelyezett szovjet csillag magasabban van minden, a kiállítás területén lévő amerikai lobogónál. Egész éjjel azon dolgoztak, hogy ezt a hibát helyrehozzák és meghosszabbítsák a zászlórudakat.

Végül pedig azt a tanulságot szűri tapasztalataiból, hogy az ideális kiállítás tanítási értékének egyenes arányban kell lennie annak szórakoztató voltaival.

FERENCZI SÁRA.

Könyvtárosképző tanfolyam előadásai: *Fővárosi Könyvtár 1945—1946.* Szerk. NÉMETH ENDRE. Budapest, 1946. Szfv. Háziny. Könyomdája. 620 l. (fejezetenként külön lapszámozva). 2^o.

A Fővárosi Könyvtár az 1945. év végén könyvtárosképző tanfolyamot rendezett saját fiatal könyvtárosgárdája, valamint az üzemi és szakszervezeti könyvtárak könyvtárosai számára. A gondos alapossággal és körültekintéssel megrendezett tanfolyam értékes, tudományos és gyakorlati ismeretanyaggal látta el a hallgatóságot, amit a vezetőség azzal óhajtott fokozni, hogy az előadásokat könyvomatossá sokszorosításban ki is adta.