

## KNYGA MASINĖS KOMUNIKACIJOS PRIEMONIŲ SISTEMOJE

ALVYDAS SAMĖNAS

„Knygos ir bibliotekos reikšmė dabartinėje industrinėje visuomenėje“— taip buvo suformuluota 1968 m. 34-os FIAB/IFLA sesijos pagrindinė tema, tuo parodant, kad šis klausimas yra šiuo metu vienas aktualiausių tarptautiniu mastu.

Šio straipsnio objektas yra siauresnis. Čia bus bandoma nustatyti, kokią vietą masinės komunikacijos priemonių sistemoje užima knyga ir kokie yra jos santykiai su kitais komunikacijos kanalais. Tik atsakius į šį klausimą, galima jau kalbėti ir apie knygos bei bibliotekos reikšmę socialinėje visuomenėje.

Visų pirma keletas žodžių dėl termino „masinės komunikacijos priemonės“, kuris dažniausiai aprėpia periodiką, knygą, radiją, kiną, televiziją. Jis yra labai talpus ir, svarbiausia, pažymi tik masinį ryšį (communicatio, lot.— pranešimas, ryšys) su priemonėmis. Tuo tarpu spaudai, televizijai ir pan. kur kas yra būdingesnės žmogaus dvasinių, kultūrinių poreikių tenkinimo, visuomeninės nuomonės ir asmenybės pasaulėžiūros formavimo funkcijos. Dėl to tarybiniai tyrinėtojai G. Zborovskis ir T. Globa siūlo kitą terminą — „masinio poveikio priemonės“, duodami tokį apibrėžimą: „Masinio poveikio priemonės — tai istoriškai susidaręs ir besivystantis specifinis visuomeninis institutas, kuris greito informacijos perdavimo būdu vykdo didelės, skirtingos ir anoniminės auditorijos auklėjimo uždavinį, remiantis tam tikros

visuomeninės bei politinės sistemos klasiniu kryptingumu“<sup>1</sup>.

Galimas daiktas, kad šis apibrėžimas, būdamas vienas pirmųjų tarybinėje literatūroje, nėra visai tikslus (prieštaravimus kelia apibrėžimo dalis „anoniminės auditorijos auklėjimo uždavinį“), bet mes jį, kaip ir pastabas dėl termino, čia pateikiame, siekdami dviejų tikslų. Pirmas jų yra duoti bendrą termino „masinės komunikacijos priemonės“ (kadangi specialiojoje literatūroje plačiau iki šiol vartojami terminai „masinės komunikacijos priemonės“ ir „masinės komunikacijos kanalai“, tai šiame straipsnyje jais ir naudosis) supratimą, o antras, žymiai mums svarbesnis, — išsiaiškinti, ar iš tikrųjų knyga priskirtina minėtųjų priemonių sistemai. Todėl remtis G. Zborovskio ir T. Globos pateiktu apibrėžimu galima visai teisėtai, nes ir kiti šios srities specialistai nurodo panašius masinės komunikacijos priemonės požymius<sup>2</sup>.

Knyga, kaip rodo jos istorija, savo pradiname vystymosi etape neturėjo būtiniausių masinės komunikacijos priemonės savybių. Ilgiausiai užtrukusioje rankraštinių knygų epochoje, — pastarajai būdingi lėti knygų gamybos ir skleidimo tempai, mažas egzempliorių skaičius, daugumai nesuprantama knygų kalba, nedidelis raštingųjų kiekis — pasikeitimas mintimis, idėjomis visuomenėje daugiausia plito gyvuoju žodžiu. Knygos iškart nepavertė

<sup>1</sup> Зборовский Г. и Глоба Т. Проблемы «массовых коммуникаций» в буржуазной социологии. — «Философские науки» (Научные доклады высшей школы), 1968, № 3, с. 86.

<sup>2</sup> Ten pat, p. 85.

masinės komunikacijos kanalu netgi mechaninės spaudos išradimas. Dar turėjo įvykti dvi revoliucijos: mokslinė (XVII a.), pareikalavusi raštingesnės visuomenės bei paspartinusi knygų gamybos tempą, ir socialistinė, padariusi masinę knygą prieinamą masiniam skaitytojui. Taigi Tarybų Sąjungoje sąlygas knygai tapti masine komunikacijos priemone sukūrė Spalio socialistinė revoliucija.

Užsienio knygos tyrinėtojai (R. Eskarpi ir kt.) klaidingai masinės knygos pradžia laiko 1933 m., kai Anglijoje buvo pradėta leisti seriją „Pingvinas“— pigias kišeninio formato knygytes, turėjusias didžiulę paklausą. Panašios serijos netrukus pasirodė ir kitose užsienio šalyse. Tačiau nereikia užmiršti ir to, kad kapitalistinėje visuomenėje apie masinių knygų pobūdį galima kalbėti tik sąlygiškai.

Norint daryti išvadas apie knygos vietą masinės komunikacijos kanalu tarpe, apie spausdinto žodžio ir vaizdinių bei garsinių priemonių santykių dabartinėje visuomenėje, reikalingi objektyvūs duomenys, faktai. Juos mums duoda palyginti nauja mokslinė disciplina, sudaranti atskirą sociologijos šaką,— masinių komunikacijų teorija. Pagrindą jai susikurti davė komunikacijų kanalu ir komunikatų (asmenų, dalyvaujančių komunikacijos procese) tyrimai, kurie prasidėjo jau XIX a. antrojoje pusėje. Jie pagausėjo mūsų amžiaus trečiajame dešimtmetyje, paplitus radijui ir kinui. Tačiau gilesnio pobūdžio tyrinėjimai prasideda tik nuo 1950 m., kai itin sparčiai ėmė vystytis spauda, radijas ir ypač naujas komunikacijos kanalas—televizija. Naudojamų buityje televizorių skaičius pasaulyje 1950—1963 m. padidėjo atitinkamai nuo 11 iki 130 mln.<sup>3</sup>

Tarybų Sąjungoje seniausias tradicijas turi skaitytojų tyrinėjimas<sup>4</sup>. Kitomis masinės komunikacijos priemonėmis ir jų vartotojais mokslinės įstaigos ir organiza-

cijos labiau susidomėjo tik trečiajame dešimtmetyje. Pvz., buvo atlikti įdomūs tyrimai kino žiūrovų tarpe. Tačiau jau sekančiame dešimtmetyje sociologiniai tyrinėjimai nutrūko ir vėl buvo pradėti tik po 1956 m. Dabartiniu metu reikšmingą darbą atlieka TSRS Televizijos ir radijo komiteto mokslinis metodinis skyrius, nuo 1962 m. vykdamas konkrečius sociologinius tyrinėjimus radijo ir televizijos srityje. Šiame bare dirba taip pat analogiški komitetai Leningrade, Estijoje, Gruzijoje ir kitos šalies mokslinės įstaigos. TSRS sociologai ir kitų mokslo sričių atstovai, besidomintys masinių komunikacijų teorija, jau tris kartus susitiko Estijoje (Kääriku), o 1966 m. pirmajame sąjunginiame pasitarime buvo apibendrintas sociologų darbas, triant radijo ir televizijos auditorijas, tartasi metodologiniais tyrinėjimų klausimais.

Deja, kol kas mes neturime nė vieno fundamentalaus darbo iš masinių komunikacijų srities. Šiuo metu negalima tiksliai pasakyti, kuri masinės komunikacijos priemonių yra efektyviausia ir turi didžiausią autoritetą, kaip populiarį ji įvairių komunikatų grupių tarpe. Ne visai aiškūs yra spaudos, radijo, televizijos, kinematografijos tarpusavio santykiai. Mūsų šalyje dar tik formuojasi konkrečių sociologinių tyrinėjimų masinių komunikacijų srityje metodologija. Taigi ši aplinkybė verčia į jau atliktų tyrinėjimų rezultatus žiūrėti kiek kritiškai ir naudotis jais atsargiai.

Mūsų šalyje konkrečių sociologinių tyrinėjimų metu plačiai taikomas anketinis apklausos metodas. Tuo tarpu, kaip pastebėjo žinoma lenkų sociologė A. Klaskova, anketiniai duomenys dažnai gali būti ir klaidingų išvadų šaltinis. Mat, gavęs anketą asmuo, atsakydamas į klausimus, nereitai išreiškia ne savo paties nuomonę, bet jo aplinkoje pripažintas normas, įvertinimus konkrečių objektų, reiškinių atžvilgiu<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Kafel M. Dyskusja nad środkami informacji.—„Kultura i społeczeństwo“, 1964, Nr. 4, p. 206.

<sup>4</sup> Банк Б. Изучение читателей в России (XIX в.). М., 1969. 262 с.

<sup>5</sup> Klaskowa A. Taka jest rodzina.—„Życie Warszawy“, 1963, Nr. 255.

Atrodo, galima teigti, kad įvairiose šalyse komunikatų santykiai su atskiomis masinės komunikacijos priemonėmis yra skirtingi (priklausomai nuo visuomeninės santvarkos, nacionalinių tradicijų, gausių vidinių faktorių ir pan.). Todėl, siekiant pilniau išnagrinėti šio straipsnio antrašte suformuluotą temą, čia bus naudojama ne tik Tarybų Sąjungoje, bet ir kitose socialistinėse šalyse atliktų tyrinėjimų rezultatai, taip pat gyventojų laisvalaikio struktūros ir turinio analizės duomenimis.

Spaudoje galima aptikti nuomonių, kad sociologai neteisingai laiko skaitymą viena iš laisvalaikio formų<sup>6</sup>. Girdi, skaitymas yra ne tik laisvalaikio praleidimas, bet ir sudėtinė gamybinės arba mokslinės veiklos dalis. Sutinkant su šiuo argumentu, reikia atkreipti dėmesį į tai, kad mūsų visuomenėje sąvokos „darbas“, „laisvalaikis“ turi labai glaudų ryšį. Didėsnę laisvalaikio dalį sudaro taip pat darbas, tačiau jis yra daugiausia susijęs su konkretaus asmens sugebėjimais, individualiomis savybėmis ir interesais. Įvairi saviveiklinė bei kultūrinė veikla, savišvieta, išsilavinimo lygio kėlimas ir kiti laisvalaikio struktūros elementai turi tiesioginį poveikį pagrindinio darbo rezultatams. Ne be reikalo į laisvalaikį žiūrima kaip į vieną svarbiausių darbo našumo kėlimo faktorių. Skaitymas iš esmės taip pat yra darbas, kuriam visuomenė skiria nuo pagrindinio darbo liekamą laiką. O tai ir leidžia skaitymą priskirti prie laisvalaikio elementų.

Iškelti pagrindinį mūsų temos klausimą — dėl knygos vietos kitų masinės komunikacijos priemonių sistemoje — verčia daugelis aplinkybių. Viena jų yra ta, kad vis dažniau dabar pasigirsta nuomonių, jog, plačiai paplitus radijui, kinui ir ypač televizijai, mažėja knygos vaidmuo žmogaus gyvenime ir jog minėtos priemonės galinčios atstoti knygą, kuri jau pasmerkta išnykti. Ypač tokias mintis propaguoja kapitalistinių šalių atstovai. Pvz., pagarsė-

jęs užsienyje profesorius Maršalas Makliuenas teigia, kad, paplitus televizijai, prasideda nauja era, kurioje neliks vietos knygai, literatūrai. Nepraeis nė 20—30 metų, kai knyga, girdi, tapsianti anachronizmu, žaisliuku, bet tik ne skaitymo objektu. Tokia nuomonė susilaukia vis daugiau šalininkų Vakarų Europos ir Amerikos šalyse. Yra netgi paskelbta tiksli knygos išnykimo data — 1984 m.<sup>7</sup>

Šitokių knygų likimo supratimą buržuaziniame pasaulyje sąlygoja daugelis priežasčių, iš kurių bene didžiausią įtaką turi masinės komunikacijos priemonių vaidmuo kapitalistinėje santvarkoje. Dabartinė buržuazinė kultūra pergyvena krizę, ir tame procese svarbi vieta tenka spaudai, kinui, radijui, televizijai. Šios priemonės yra pagrindiniai skleidėjai vadinamosios „masinės kultūros“, kuriai būdinga standartizacija, žemas meninis ir idėjinis lygis, atsiribojimas nuo realaus pasaulio ir jo problemų. Sakysim, menas, užuot padėjęs žmogui suprasti ir tobulinti save, virsta kliūtimi. „Mes noriai kreipiamės į meną, kai absoliučiai nieko neveikiame, bet su viena sąlyga: jis neturi reikalauti viso mūsų dėmesio. . . Romanas, kurį mes skaitome, turi būti parašytas taip, kad jį būtų lengva padėti į šalį ir vėl atversti; būtent ši savybė ir apsprendžia romano likimą“, — rašo JAV teatro kritikas ir publicistas Volteris Keras, labai tiksliai atskleisdamas buržuazinės visuomenės požiūrį į meną<sup>8</sup>.

Tokiomis sąlygomis priimant meną, kaip ir bet kurią kitą informaciją, ilgainiui susiformuoja ir tam tikra pažiūra į atitinkamos informacijos perdavimo priemones. Televizorius tampa „kramtomąja guma akims“, radijas — „plepalyne“, o knyga vis dažniau atsiduria kambario interjere. Jau dabar Prancūzijoje leidžiamos „knygos“, kurias galima iškabinėti visame bute, tuo suteikiant jam „intelektualinį atspalvį“.

Buržuaziniame pasaulyje vis dažniau pasigirsta balsų, kad knyga gyvenanti pas-

<sup>6</sup> *Sinkevičius K.* Visuomenės atmintis ir išmintis.— „Bibliotekų darbas“, 1969, Nr. 5, p. 3.

<sup>7</sup> *Kossak J.* Kultūra, pisarz, społeczeństwo. Warszawa, 1964, p. 171.

<sup>8</sup> *Kepp У.* Кич вместо искусства.— «Литературная газета», 1969, 16 июня, с. 12.

kutines savo dienas. Tačiau tokią nuomonę dėl knygos vietos dabartinėje ir ateities visuomenėje negalima aiškinti vien tik kaip kapitalistinio gyvenimo būdo sukeltą reiškinį. Yra tam ir kitų priežasčių. Pvz., paplitus radijui, poetas K. Binkis entuziastingai rašė:

Šalin supelėjęs knygos balastas  
Ir visos renkamos ir spaudžiamos mašinos!  
Tiesiausias radio kelias rastas  
Ir juo širdis su širdžia tesusižino<sup>9</sup>.

Panašiomis nuotaikomis buvo sutiktas kadaise ir kinematografas, o televizijos vaizdo sukelta banga dar iki šiol nėra atslūgusi. Taigi visai suprantama, kad naujų, iš pažiūros efektyvesnių masinės komunikacijos priemonių paplitimas verčia peržiūrėti knygos vietą visuomenės gyvenime. Mūsų dienų žmogui vis dažniau tenka pasirinkti knygą, filmą, radiją arba televizijos laidą. Tad jam kartais iš tiesų gali atrodyti nebeteisingi rašytojo S. Cveigo žodžiai, permelyg aukštinantys knygą: „Tas, kas kartą pažino to, kas parašyta ir atspausdinta, vertę, neišmatuojamą dvasinio bendravimo vertę žodžio pagalba, — nežiūrint, viena knyga ar jų visuma prisidėjo prie to pažinimo, — tas užjausdamas nusišypsos, matydamas silpnadvasiškumą, apėmusį dabar daugelį, netgi protingų žmonių. Knygų metas praėjo, dabar žodis priklauso teknikai, sielojasi jie; gramofonas, kinematografas, radijas, kaip puikesni ir patogesni žodžio bei minties perdavėjai, jau išstumia knygą ir greit jos kultūrinė istorinė misija nueis į praeitį. Koks siauras požiūris, kokia ribota mintis!...“<sup>10</sup>

Dabartinėmis sąlygomis žmonių auditoriją didesnę paros dalį veikia ne viena, bet kelios masinės komunikacijos priemonės. Tai ir yra viena priežasčių susidaryti nuomonei, jog tarp spaudos, radijo, kino, televizijos vykstanti konkurencinė kova dėl savos auditorijos<sup>11</sup>. Tuo tarpu daugel-

is tyrinėjimų — tiek mūsų šalyje, tiek užsienyje — parodė, kad viena ir ta pati auditorija paprastai naudojasi keliais komunikacijos kanalais. Kuo tai galima būtų paaiškinti?

Čia gali būti dvi priežastys. Viena jų — asmenybės kova (tiesa, ne visada sąmoninga) prieš savo vienpusiškumą. Dabarties žmogus nebenori naudotis vienomis ir tomis pačiomis, nors ir daugiapusėmis, komunikacijos formomis<sup>12</sup>. Įdomu pastebėti, kad harmoningos asmenybės formavimuisi turi įtakos analogiška masinės komunikacijos kanalų tarpusavio sąveikos tendencija. Radijo laidose daromos laikraščių apžvalgos, o pastarieji spausdina savo skiltyse radijo ir televizijos programas, recenzuoja kino filmus ir t. t.

Kitą vertus, kiekviena masinė komunikacijos priemonė turi savo specifinių savybių, kurios ją išskiria iš kitų ir užtikrina jai auditoriją. Kaip tik šis savitumas leidžia mums nagrinėti klausimą dėl knygos vietos bendrojoje priemonių sistemoje.

Praktiškai žmogus negali vienu metu būti kelių priemonių komunikatas. Jam tenka konkrečiu laiku pasirinkti vieną arba kitą masinės komunikacijos kanalą. Kaip dažnai jis naudojasi knyga ir kas nulemia jos pasirinkimą? Pabandysime atsakyti į šį klausimą, remdamiesi sociologinių tyrimų rezultatais.

1965 m. Leningrado universiteto sociologinė laboratorija, vadovaujama L. Chmaros, pradėjo tirti iki tol beveik nenagrinėtą problemą — įvairių masinės komunikacijos kanalų lyginamąjį svorį, kreipiant pagrindinį dėmesį į televiziją. Tyrinėjimas, kuris apėmė 2031 Leningrado miesto gyventoją, ne tik parodė konkretaus kanalo populiarumą įvairių socialinių grupių tarpe, bet ir atskleidė subjektyvią komunikatų nuomonę apie jo svarbą.

<sup>9</sup> Einkis K. Radioekspromtas.—„Keturi vėjai“, 1926, Nr. 2, p. 1.

<sup>10</sup> Цвейг С. Книга, как врата в мир.—В кн.: Цвейг С. Собрание сочинений. Т. 7. М., 1963, с. 337.

<sup>11</sup> Ценностные ориентации личности и массовая коммуникация. Тарту, 1968, с. 49, 102.

<sup>12</sup> Sokorski W. Współczesna kultura masowa. Szkice. Warszawa, 1967, p. 128.

Masinės komunikacijos priemonių lyginamasis svoris (vieta) balais<sup>13</sup>

Masinės komunikacijos priemonės	Vieta pagal subjektyvų įvertinimą	Vieta pagal faktišką naudojimą
Laikraščiai	1	1
Radijas	2	2
Televizija	3	3
Knygos	4	6
Žurnalai	5	4
Teatrai	6	11
Kino teatrai	7	5
Bibliotekos	7	10

Kaip matome iš 1 lentelės, faktinis knygos populiarumas (6 balai) yra mažesnis, negu jos įvertinimas pagal svarbą (4 balai). Reikia dar pridurti, kad tirta buvo 13 masinės komunikacijos ir propagandos kanalų.

Įdomu gautus duomenis palyginti su laisvalaikio tyrinėjimų, atliktų beveik vienu metu ir pagal nežymiai besiskiriančią metodiką TSRS, Vengrijos ir Bulgarijos miestuose, rezultatais (2 lentelė).

B. Grušino 1963 m. pradėto tyrinėjimo rezultatai rodo, jog Tarybų Sąjungos miestų gyventojų laisvalaikio struktūroje masinės komunikacijos kanalai pagal populiarumą rikiuojasi tokia tvarka: 1) laikraščiai (89,3%); 2) radijas (78,9%); 3) knygos (75,3%); 4) kinas (73,3%); 5) žurnalai (72,3%); 6) televizija (45,3%). Vadinasi, G. Chmaros pateiktais duomenimis, knygą pagal populiarumą aplenkia laikraščiai, radijas, televizija, žurnalai ir kino teatrai, o B. Grušino — tik laikraščiai ir radijas.

Pažvelgus, kaip kitų socialistinių šalių gyventojai praleidžia laisvalaikį, susidaro

Laisvalaikio praleidimo būdai darbo dienomis (apklaustųjų skaičiaus procentais)<sup>14</sup>

Užsiėmimo rūšis	Valstybė	Reguliariai dalyvaujančių komunikacijos procese skaičius (%)	Vieta
Laikraščių skaitymas *	TSRS	89,3	I
	Bulgarija	84,8	I—II
	Vengrija	87,1	I
Žurnalų skaitymas **	TSRS	72,3	V
	Bulgarija	61,5	V
	Vengrija	63,8	III
Knygų skaitymas **	TSRS	75,3	III
	Bulgarija	69,4	IV
	Vengrija	62,3	IV
Radijo klausymas *	TSRS	78,9	II
	Bulgarija	84,8	I—II
	Vengrija	84,2	II
TV žiūrėjimas **	TSRS	45,3	VI
	Bulgarija	33,0	VI
	Vengrija	58,2	V
Kino teatrų lankymas **	TSRS	73,3	IV
	Bulgarija	78,3	III
	Vengrija	50,4	VI

\* Mažiausiai keletą kartų per savaitę.

\*\* Mažiausiai keletą kartų per mėnesį.

toks vaizdas: Vengrijoje labiau, negu knyga, mėgstami laikraščiai, radijas ir žurnalai, o Bulgarijoje — laikraščiai, radijas, kino teatrai. Lenkijoje, pagal valstybinio laisvalaikio tyrimo, apėmusio suaugusius gyventojus, rezultatus, knyga atsiduria jau penktoje vietoje (radijas — 90,1%; laikraščiai — 85%; žurnalai — 71%; televizija — 69,8%; knygos — 57%)<sup>15</sup>. O štai lenkų tyrinėtojas J. Šockis, tirdamas vien Vroclavo miesto bibliotekų skaitytojų laisvalaikį, nustatė, kad jų tarpe knyga pagal populiarumą už-

<sup>13</sup> 1 lentelė (su nežymiais pakeitimais) paimta iš leidinio: Хмара Г. Место телевидения в системе массовых коммуникаций. М., 1966, с. 23.

<sup>14</sup> 2 lentelė sudaryta straipsnio autoriaus, remiantis šiais šaltiniais: Грушин Б. Свободное время. М. 1967. 175 с.; Санто М. Некоторые предварительные итоги изучения свободного времени.— «Проблемы мира и социализма», 1965, № 6, с. 3—14 (приложение к журналу); Стойков З. Некоторые социально-экономические проблемы свободного времени в Болгарии.— «Проблемы мира и социализма», 1964, № 10, с. 2—16.

<sup>15</sup> Кондзельский Ю. Деятельность института книги и чтения Национальной библиотеки в Варшаве по изучению проблематики книги, библиотек и чтения в Польше.— «Библиотекосведение и библиография за рубежом», вып. 25, 1968, с. 34.

leidžia vietą tik radijui, televizijai ir laikraščiams, aplenkdamą kiną ir žurnalus<sup>16</sup>.

Kaip matome, visose minėtose šalyse knygą pagal populiarumą neabejotinai aplenkia laikraščiai ir radijas. Sudėtingiau nustatyti, kaip pasiskirsto vietomis likusios priemonės. Tuo labiau kad masinės komunikacijos kanalų populiarumas priklauso nuo įvairių faktorių ir yra specifinis kiekvienai šaliai. Pvz., Tarybų Sąjungoje dabar televizija ir žurnalai yra mažiau paplitę, negu Lenkijoje. Be to, objektyvesniais reikia laikyti B. Grušino duomenis, nes jie remiasi tyrinėjimu visos šalies mastu. Išėitų, jog knygai tenka trečia vieta, kinui ketvirta, žurnalams penkta, o televizija atsiduria net šeštoje vietoje. Bet reikia atsiminti, kad nuo šio tyrinėjimo praėjo jau septyneri metai. Per šį laiką televizijos abonentų šalyje gerokai padaugėjo. Didesnis šio kanalo paplitimo laipsnis, aišku, galėjo atsiliiepti ir jo populiarumui.

Mes neturime duomenų, kurie leistų tiksliai nustatyti, kaip populiarūs dabar kiekviena iš minėtų priemonių Tarybų Sąjungoje. Tačiau, remiantis jų vystymosi tendencijomis, galima iškelti hipotezę, jog masinės komunikacijos priemonės jau šiuo metu arba artimiausiam dešimtmetyje pagal populiarumą pasiskirstys tokiu būdu: 1) laikraščiai, 2) radijas, 3) televizija, 4) knygos, 5) žurnalai, 6) kinas. Knyga ir toliau liks vidutinio populiarumo masinės komunikacijos priemonė<sup>17</sup>.

Kalbant toliau apie knygos vietą kitų priemonių sistemoje, yra svarbūs dar vieni G. Chmaros pateikti duomenys (3 lentelė)<sup>18</sup>.

Ši lentelė aiškiai rodo, jog kiekvieno masinės komunikacijos kanalo lyginamąjį svorį bendroje sistemoje sąlygoja juo perduodamos informacijos rūšys. Komunika-

Masinės komunikacijos priemonės	Informacijos rūšys			
	politinė (%)	ekonominė (%)	mokslo naujienos (%)	kultūros problemos (%)
Radijas	90	49,6	56,5	61,5
Televizija	73,5	32,8	57,7	66,5
Laikraščiai	89,5	57,6	57,2	59,0
Žurnalai	51,0	32,1	67,0	53,5
Knygos	34,4	17,5	37,3	36,6

tas, norėdamas gauti politinę informaciją, dažniausiai įsijungia radiją, ekonominę — randa, pavartęs laikraščius, mokslo naujienas — atsivertęs žurnalą, o su kultūrinėmis problemomis dažniausiai susipažįsta iš televizijos laidų. Knyga, perduodant visų minėtų rūšių informaciją, yra mažiausiai populiarūs. Pagrindinė ir svarbiausia to priežastis, atrodo, yra ta, kad visos pateiktos informacijos rūšys priklauso einamosios informacijos sričiai. Knyga, būdama lėčiausias masinės komunikacijos perdavimo kanalas, negali patenkinti komunikatų poreikių einamajai informacijai. Čia iškart kyla klausimas: ar nėra tokios informacijos rūšies, kurios tinkamiausias perdavimo kanalas būtų knyga?

Lengva pastebėti, jog lentelėje pateiktų informacijos rūšių visuma teikia komunikatui žinių iš įvairių visuomeninės veiklos sričių. Žinoti po truputį apie viską, vadinasi, būti diletantu. Žmogaus prigimtis nepasitenkina paviršutinišku žinojimu. Einamoji informacija sukelia komunikatui norą sužinoti *daugiau apie kai ką*, t. y. apie konkrečią sritį, klausimą. Tad šios informacijos, kurios svarbiausiu šaltiniu galima laikyti knygą, pagrindinis bruožas yra tas, kad ji skiriama tenkinti individualiesiems komunikatų poreikiams masinės komunikacijos priemonių skleidžiamos informacijos ribose<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> Szocki J. Czytelnictwo i lektura ludzi doroslych. Wrocław, 1968, p. 62.

<sup>17</sup> Ši hipotezė taikoma tik miestų gyventojams. Apie masinės komunikacijos priemonių populiarumą kaimo gyventojų tarpe mes turime per mažai duomenų, kad būtų galima daryti išvadas.

<sup>18</sup> Хмара Г. Место... , с. 48.

<sup>19</sup> Atrodo, masinės komunikacijos priemonių platinamai informacijai išreikšti galima vartoti sąvokas „po truputį apie viską“ ir „daugiau apie kai ką“. Sąvokos „viskas apie kai ką“ turinys yra jau mokslinės komunikacijos priemonių objektas. Tad šiame straipsnyje neliečiamas knygos, kaip mokslinės komunikacijos priemonės, klausimas.

Pasirenkant komunikacijos priemonę, turi įtakos ne tik poreikis konkrečiai informacijos rūšiai. Kaip rodo jau minėti B. Grušino ir G. Chmaros darbai, pasirenkant knygą, turi poveikį tokie veiksniai, kaip komunikato išsilavinimas, užsiėmimas, amžius, lytis. Tačiau nustatyti, kuris jų yra reikšmingesnis, be papildomų tyrinėjimų sunku.

Antras labai svarbus klausimas, kurį reikia čia paliesti, yra knygos santykis su kitomis masinės komunikacijos priemonėmis ir visų pirma kaip veikia knygų skaitymą periodika, radijas, kinas, televizija.

Šiam klausimui daug vietos savo tyrinėjimuose skiria Lenkijos Liaudies Respublikos sociologai. Daugumas jų laikosi tos nuomonės, kad kuo glaudesni yra ryšiai su knyga, tuo didesnis susidomėjimas kitais masinės komunikacijos kanalais, ir atvirkščiai. Pvz., J. Majenas teigia, jog skaityti mėgsta labiau tie, kurie klausosi radijo<sup>20</sup>, o J. Šockis nustatė, jog kuo glaudesnis yra kontaktas su knyga, tuo daugiau domimasi periodika<sup>21</sup>. A. Pavelčinskos atlikti Varšuvos inteligentijos tyrinėjimai parodė, kad poreikis knygai yra žymiai didesnis sistemingai skaitančių laikraščius ir žurnalus tarpe, negu grupėje asmenų, retai arba visai nesidominčių periodika<sup>22</sup>. Tačiau kino atžvilgiu šie tyrinėtojai padarė skirtingas išvadas. Jei J. Šockis teigia, kad, aktyviau skaitant knygas, rečiau lankomas kinas, tai A. Pavelčinskos gauti rezultatai rodo, kad sistemingas kino teatrų lankymas sąlygoja didesnę susidomėjimą knyga. Šiuo atveju, reikėtų manyti, teisūs abu autoriai. Trūkstant laisvalaikio, žmonės verčiami sąmoningai pasirinkti vieną arba kitą komunikacijos kanalą. Todėl knygų skaitymas eigiamai veikia filmų pasirinkimą, o aukš-

to meninio lygio filmai savo ruožtu dažnai skatina žiūrovą paskaityti knygas.

Lenkijos radijo Viešosios nuomonės tyrimo centro išplatintos anketos 1959 m. rezultatai taip pat parodė, jog skaitymas suaktyvėja, klausantis radijo, žiūrint televizijos laidas, lankant kiną. Be to, kaip nustatyta, teležiūrovai skaito daugiau, negu žmonės, nesinaudojantys televizoriumi<sup>23</sup>. V. Gžogorčiko tyrinėjimo duomenys irgi rodo, kad yra ryški priklausomybė tarp knygų skaitymo ir televizijos programų žiūrėjimo: 52% tiriamųjų išvardijo nuo vienos iki keturių knygų, kurias jie yra perskaitę po įvairių televizijos laidų<sup>24</sup>. O štai ilgamečių teležiūrovų ir kartu vieno lenkų žurnalo skaitytojų anketinė apklausa davė tokius rezultatus: iš bendro atsakiusiųjų skaičiaus 25,2% skaito mažiau, įsigiję televizorių, 2,7% visai nustojo skaityti, 37% teigia televizorių nekludant jiems skaityti knygų, o 12,9% televizorius padeda plėsti skaitytojiškų interesus<sup>25</sup>.

Įdomu, jog panašūs rezultatai buvo gauti Sverdlovske. Čia 1966 m. atliktas tyrinėjimas apėmė visų miesto gyventojų grupių atstovus (4957 žmones). Truputį daugiau kaip pusė teležiūrovų — 56,1% — pažymėjo, kad, įsigiję televizorių, jie skaito maždaug tiek pat, kiek ir anksčiau, 27,5% skaito mažiau ir tik 16,4% — daugiau. Poreikis knygai labiausiai krito žemo išsilavinimo grupėje<sup>26</sup>.

Kaip matome, knygas rečiau ėmė skaityti ne toks jau didelis teležiūrovų skaičius ir, atrodo, ateityje jis dar labiau sumažės. Visi žinome, kad televizija nėra galutinai susiformavęs masinės komunikacijos kanalas, kad ji tebeieško savito kelio ir savo vietos bendroje informacijos sistemoje. Televizija pirmajame savo vystymosi etape atitraukė skaitytoją nuo spaudos, žymiai sumažino radijo klausyto-

<sup>20</sup> Mayen J. Radio i literatura.—„Kultura i społeczeństwo“, 1965, Nr. 3, p. 35.

<sup>21</sup> Szocki J. Czytelnictwo... p. 61.

<sup>22</sup> Pawelszyska A. Studia nad czytelnictwem. Warszawa, 1969, p. 128—129.

<sup>23</sup> Goriszowski W. Czytelnictwo i jego wpływ na wyniki nauczania. Katowice, 1968, p. 82.

<sup>24</sup> Ten pat, p. 126—128.

<sup>25</sup> Siekierski S. Książka a telewizja.—„Tygodnik kulturalny“, 1966, Nr. 14.

<sup>26</sup> Кино и зритель. Опыт социологического исследования. М., 1968, с. 106.

jų ir kino žiūrovų skaičių. Dabar vyksta atgalinis procesas, nes komunikatai įsitinkino, kad atitinkamai atvejais kiekviena šių priemonių yra reikalinga ir naudinga. Ir jei mes dar gauname duomenų, kaltinančių televiziją dėl knygų skaitymo sumažėjimo, tai tuo tik patvirtinama, „jog vienu ar kitu atveju televizija, kaip išraiškos priemonė, buvo nesėkmingai panaudota“ (S. Lorencis).

Niekas, tur būt, neabejoja, kad daugiausia laiko televizijos laidoms žiūrėti skiriama, kad televizorių įsigijus. Tačiau, jam nustojus būti naujienu (prancūzų sociologai teigia, jog teležiūrovai grįžta į kino teatrų sales, praėjus 4 metams po televizoriaus įsigijimo), imama vėl naudotis ir kitomis priemonėmis, bet jau nebe taip, kaip anksčiau. Teležiūrovams atėjus į biblioteką, sumažėja abstraktūs reikalavimai, atsiranda konkretūs užklauskimai, kurie dažnai priklauso nuo to, kokios vakar buvo televizijos laidos. Būtent tokias išvadas daro ir tarybiniai, ir užsienio tyrinėtojai, ieškodami ryšio tarp televizijos ir knygų skaitymo<sup>27</sup>. Panašią įtaką skaitymui turi periodika, radijas, kino teatrų lankymas. Lenkų sociologai pastebėjo, jog kuo intensyvesnis kaimo gyventojų santykis su kitais masinės komunikacijos kanalais, tuo didesnis poreikis grožinei literatūrai. Be to, sistemingai mažėja procentas žmonių, kurie negali nurodyti perskaitytų knygų autorių ir jų pavadinimų<sup>28</sup>.

Svarbus yra periodikos, radijo, televizijos, kaip informacijos šaltinių apie knygas, vaidmuo. Pagal mūsų šalyje atliktus tyrinėjimus, 67% humanitarinio ir 54% gamtos bei tikslųjų mokslų profilio mokytojų gauna informaciją apie knygas iš radijo ir televizijos laidų<sup>29</sup>.

Galima sakyti, jog periodikos, kino, radijo, televizijos įtaka knygų skaitymui yra dvejopo pobūdžio: pirma, minėtos priemonės sutrumpino laiką, kuris anksčiau tekdavo knygų skaitymui, ir, antra, masinės komunikacijos priemonės, tarsi kompensuodamos tai, sąlygoja intensyvesnę ir kryptingesnę skaitymą.

Tolesnis knygos ir kitų masinės komunikacijos kanalų santykių aiškinimas yra tiesiogiai susijęs su dar vienu klausimu. Spaudoje, pokalbiuose vis dažniau galima išgirsti reikalavimą, kad visi žymesni literatūros kūriniai būtų ekranizuojami, kad dabarties žmogus, skęstantis informacijos srute, galėtų per pusantros valandos įsisavinti storos knygos turinį<sup>30</sup>. Šis ir panašūs teiginiai iškelia klausimą, ar gali kinas, televizija, radijas atstoti knygą?

Žinomas tarybinis rašytojas V. Solouchinas viename žurnalų palygino tris savarankiškus meno kūrinius: K. Simonovo eilėraštį „Lauk manęs“, to paties pavadinimo ir to paties autoriaus sukurtą scenarijų ir filmą. Aišku, filmo siužetas yra platesnis, negu eilėraščio, „tačiau viskas,— pabrėžia rašytojas,— jau buvo išsakyta eilėraštyje, ir nieko daugiau filmas nebepasakė. Ir visi mes labiau atsimename kelias eilėraščio eilutes, negu filmą, trukusį apie dvi valandas“<sup>31</sup>.

Šis pavyzdys aiškiai rodo, kad ne visada audiovizualinėmis priemonėmis galima tinkamai išryškinti užfiksuotą spausdintame žodyje reikšmę, slypinčią jame jėgą. Pui ki „Brolių Karamazovų“ ekranizacija sukelia dar didesnę susidomėjimą šiuo F. Dostojevskio romanu. Filmo kūrėjai išreiškia ne tik autoriaus, bet ir savo santykį su aprašoma tikrove. Knyga yra autentiškiausia autoriaus minčių saugotoja ir skleidėja. Tai jaučia ir patys žiūrovai. Sociologi-

<sup>27</sup> Кассирер Г. Влияние телевизора на чтение.— «Курьер ЮНЕСКО», 1967, № 2, с. 31; Советский читатель. Опыт конкретно-социологического исследования. М., 1968, с. 154—155.

<sup>28</sup> Pawelczyńska A. Studia..., p. 62—63.

<sup>29</sup> Советский читатель..., с. 182, 212.

<sup>30</sup> Фояков И. Интеллигентный человек.— «Литературная газета», 1968, 23 октября, с. 12.

<sup>31</sup> Солоухин В. Осенние листья.— «Молодая гвардия», 1968, № 2, с. 259.



niai tyrinėjimui Tarybų Sąjungoje rodo, kad daugiau kaip pusė kino žiūrovų po ekranizacijos ima į rankas pirminį šaltinį — knygą<sup>32</sup>.

Panašiai reikia vertinti ir radiją. Jis yra per greitas ir kartu per lėtas, kad galėtų pakeisti knygą. Priklausomai nuo knygos turinio, nuo esamų aplinkybių ir t. t. skaitymo tempą galima keisti. Radijas šios svarbios savybės neturi. Psichologų yra nustatyta, jog kalbos aiškumas mažėja, per minutę tariant daugiau kaip 120 žodžių, o mažėjant aiškumui, krinta suvokimo laipsnis. Be to, skaityti galima 2—3 kartus greičiau, negu klausytis to paties teksto. Kita vertus, radijas, kaip literatūros perdavimo priemonė, yra arčiausiai pirminio šaltinio — knygos. Dėka savo techninių galimybių šis komunikacijos kanalas surenka gausiausią auditoriją ir atlieka svarbų vaidmenį, populiarinant knygą. Radijas, kaip ir kino filmas, sugeba greičiau sudominti kuria nors tema, rašytoju, kūrinium. Kartu nereikia užmiršti, jog svarbiausios radijo funkcijos, kaip matyti iš sociologinių tyrimų,— būti klausytojams operatyviu informacijos apie paskutinius įvykius ir muzikos šaltinių.

1967 m. daugelyje TSRS miestų ir kaimų buvo išsiaiškinta, už ką vertinama televizija. 78% Maskvos jaunimo, 60% kaimo inteligentijos ir 45% miestų darbininkų nurodė televizijos teikiamą galimybę kelti kultūrinį lygį; 63% jaunimo, 45% miestų darbininkų, 40% kaimo inteligentijos atsakė, kad ji praturtina žmogų žiniomis<sup>33</sup>. Atrodo, televizija labiausiai tiktų kaip knygos pakaitalas. Jau dabar pasigirsta balsų, kad ji „ryja“ literatūrą, kad skaitomumas mažėja ir ateityje dar smarkiau mažės<sup>34</sup>. Tačiau bibliotekinė statistika teikia priešingą vaizdą: kasmet bibliotekas lanko vis daugiau skaitytojų, auga knygų

išdavimo rodikliai<sup>35</sup>. Mūsų respublikoje 1968 m. parduota gyventojams 10% daugiau knygų, negu 1967 m.<sup>36</sup>

Kalbant apie priežastis, kurios neleidžia televizijai išstumti knygos iš kasdieninio visuomenės gyvenimo, reikia visų pirma nurodyti skirtingus informacijos pateikimo būdus per šiuos komunikacijos kanalus, o tai yra betarpiškai susiję su jos suvokimu.

Pastebėta, jog televizija iš esmės orientuojasi ne į komunikato racionalųjį, bet į jutiminį pradą. Ji stengiasi paveikti iškart visus teležiūrovo jausmus. Vaizdas keičia vaizdą, vos gimusį interesą užgožia kitas interesas, sukeltas gilesnio vaizdo; nespėjama suvokti vienos minties, o jau reikia galvoti apie kitą. O jeigu žiūrovas, be to, yra linkęs žiūrėti viską be atrankos, tai jam lieka tik išorinių emocijų grandis, nes pritrūksta laiko viską tinkamai apgalvoti ir kritiškai įprasminti. Šie reiškiniai tuo labiau pastebimi, kuo dinamiškesnis veiksmas ir kuo tirštesnė „informacijos esencija“. Mažiau intelektualiniu ir kultūrinium atžvilgiu išsilavinęs teležiūrovas pažinimo procese, kuris vyksta televizijos pagalba, įpranta būti pasyvus vartotojas. Pasyvumas nesąlygoja kritiško žinių suvokimo. Šiuo požiūriu įsidėmėtinas bandymas, atliktas vienoje JAV mokyklų. Čia mokiniams buvo parodytas mokomasis filmas apie L. Bethoveną. Visi mokiniai žavėjosi muzika, bet, kai prireikė aprašyti, ką jie matė, niekas neatsiminė visiems patikusios sonatos pavadinimo. Tokį reiškinį galima pavadinti žinojimo iliuzija. Norint ją paversti realybe, reikalinga knyga. Atidus skaitymas verčia įtemptai dirbti vaizduotę, duoda laiko apgalvoti kiekvieną kilusią mintį ir tuo pačiu sąlygoja gilesnį bei kritiškesnį informacijos įsisavinimą, padeda ugdyti savarankišką nuomonę.

<sup>32</sup> Стенина М. Кино и сельская библиотека.— «Библиотекарь», 1969, № 8, с. 30.

<sup>33</sup> Гуревич П. Факел цивилизации.— «Советское радио и телевидение», 1967, № 10, с. 32.

<sup>34</sup> Смирнов С. Настоящее и будущее «великана». — «Советское радио и телевидение», 1967, № 5, с. 12.

<sup>35</sup> Žr. Ką rodo 1968 m. bibliotekinių darbų.— «Bibliotekų darbas», 1969, Nr. 5, p. 33—37.

<sup>36</sup> „Literatūra ir menas“, 1969, vasario 8, p. 2.

Audiovizualinės priemonės yra daugiausia vertingos tuo, kad sužadina interesą tam, ką žmogus matė ir girdėjo. Yra teigiama, jog komunikatus į nežinomas sritis greičiau ir lengviau įveda televizija, o ne kitos žinių populiarinimo formos. Knyga yra reikalinga sužadintam interesui užtvirtinti, ji — būtiniausia grandis, giliau studijuojant reiškini, procesą, objektą.

Gal būt, ateityje televizija ir galės pakeisti kai kurias literatūros rūšis. Visų pirma tai liečia tokias knygas, kurios skaitomos iš neturėjimo ką veikti („laikui praleisti“). Atitinkamos televizijos laidos gali išstumti pramoginio tipo knygą. Atrodo, jau dabar, platinant politinio visuomeninio pobūdžio informaciją, orientuotą pagal savo paskirtį trumpam, konkrečiam laikotarpiui, yra tikslingiau naudotis periodikos, radijo, televizijos kanalais.

Baigiant galima išvardyti keletą knygų bruožų, kurie leis jai ir toliau vykdyti savo kultūrinę bei šviečiamąją funkciją kitų masinės komunikacijos priemonių sistemoje:

1) knyga yra labiausiai individualizuota komunikacijos priemonė. Ji teikia didžiausių galimybių individualioms savybėms vystyti;

2) knyga yra intymiausia ir labiausiai lavinanti vaizduotę priemonė. Poetės J. Degutytės žodžiais tariant, „žmogus su knyga gali susitikti vienas — akis į akį“, ir tas jos bruožas, atitikdamas komunikato psichologines savybes, turi didelę vertę. Vaizduotė yra būtina, priimant kiekvieną meno kūrinį, bet knygai suvokti ji yra be reikalingiausia;

Vilniaus Valst. V. Kapsuko universitetas  
Kauno vakarinis fakultetas

3) knyga leidžia geriausiai įsisavinti sudėtingą informaciją (pvz., Platono „Dialogai“, F. Dostojevskio „Broliai Karamazovai“), nes galima grįžti prie iškart nesuapšto teksto. Be to, nustatyta, kad meno kūrinys yra pilniau ir giliau suvokiamas, pakartotinai jį žiūrint, klausant, skaitant. Turint bendrą supratimą apie kūrinį, kiekviena jo detalė tampa ryškesnė ir prasmingesnė;

4) knyga yra patogi naudotis. Juk galima keisti knygos skaitymo tvarką ir tempą, nereikalinga papildoma aparatūra.

Savo ruožtu audiovizualinėms priemonėms yra būdingos tokios savybės, kurių neturi knyga. Todėl nė viena masinės komunikacijos priemonė dabartinėje visuomenėje negali užimti monopolinės padėties. Kalbant apie jų tarpusavio santykius, neteisinga būtų vartoti sąvoką „konkurentas“. Audiovizualinės priemonės turi talkininkauti spaudai, kaip ir pastaroji — joms. Tokia, sakytume, „taikaus sambūvio politika“ masinės komunikacijos priemonių tarpe yra svarbiausia sąlyga, norint išugdyti harmoningą komunistinės visuomenės žmogų.

Kartu reikia pabrėžti, jog efektyviausi poveikio visuomenei rezultatai gali būti pasiekti tik tuo atveju, kai kiekviena masinės komunikacijos priemonė bus naudojama pagal galimybes ir jos funkcijas. Tuo tikslu būtina vykdyti kompleksinius tyrinėjimus masinių komunikacijų srityje sutelktomis įvairių mokslo šakų specialistų jėgomis. Dabar mes esame daugiau pradinės analizės, o ne apibendrinančių išvadų etape.

[teikta  
1970 m. sausio mėn.

## КНИГА В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

А. САМЕНАС

### Резюме

В статье делается попытка определить место книги в системе средств массовых коммуникаций. Так как книга может служить каналом массовой и научной коммуникации, она исследуется в первом аспекте.

Результаты социологических исследований коммуникаторов, проведенных в Советском Союзе и других социалистических странах, говорят о том, что книга является средством сред-

ней популярности, однако Это не уменьшает ее значения.

В современном обществе ни одно средство массовой коммуникации не может занять монополистического положения из-за ограничен-

ности своих технических возможностей и в связи с тем, что сам человек, стараясь избежать односторонности, склонен пользоваться не одним средством, а их системой.

## THE BOOK IN THE SYSTEM OF MASS COMMUNICATION

By A. SAMENAS

### Summary

In the present article an attempt has been made to determine the place of the book and its relations with other communication means in the system of mass communication. Since the book can serve as a channel of mass and scientific communication it has been attempted here to analyze it in the first aspect.

The results of the sociological investigations of communications carried out in the USSR and other socialist countries show that the book is

means of medium popularity of mass communication, although this does not diminish its importance.

In the modern society none of the means of mass communication can occupy an exclusive position both because of its technical possibilities being limited and of the fact that the man himself is inclined to use the whole system of communications.