

ОРЧИН ҮЕИЙН МАСС-МЕДИА: МЭДЭЭНИЙ ҮР НӨЛӨӨГ ДЭЭШЛҮҮЛЭХ БОЛОМЖ, ШААРДЛАГА

М.Зулькафилъ*

**МУИС-ийн эмерит профессор, шинжлэх ухааны доктор (Sc.D)*

Түлхүүр үгс: Олон нийтийн харилцаа, масс-медиа, гейткипер, мэдээллийн үр нөлөө, чухал үйл явдал, драм, медиа-үйл явдал

Олон нийтийн харилцааны (коммуникаци) мөн чанар нь мэдээлэл дамжуулахад оршино. Дэлхийд энэ ойлголтыг судлах оролдлого XX зууны 20-иод оноос эхэлсэн бөгөөд энэ нь нэг талаар, олон нийтийн харилцааны хэрэгслүүдийн эрчимтэй хөгжилтэй, нөгөө талаар ОНМХ чухам юу дамжуулах вэ гэдгийг тодруулах явдалтай холбоотой байв. Мэдээлэл гэж чухам юуг хэлэх вэ гэсэн асуудлын эргэн тойронд өрнөсөн маргаан медиагийн салбарынхны дунд жинхэнэ мэдээлэл гэдэг бол шинэ мэдээ мөн гэдгийг хүлээн зөвшөөрөхөд хүрч, мэдээ гэдэг нь дэлхийд болон тухайн оронд болж буй сүүлийн үеийн чухал үйл явдлын тухай мэдээжийн баримтуудаас зарчмын хувьд эрс ялгаатай шинэ мэдээлэл мөн гэсэн дүгнэлт хийсэн байдаг. Нийгмийн хөгжлийг дагаад сэтгүүл зүй, түүний бүрэлдэхүүн хэсгүүд, тэр дундаа бичлэгийн төрөл зүйл, сэтгүүлчийн ур чадвар, мэдээллийн үйлдвэрлэлийн үйл явц байнга өөрчлөн шинэчлэгдсээр байна. ОНМХ-ийн хамгийн гол бүтээгдэхүүн болох мэдээг бүтээх үйл явц, түүний дотоод хэлбэр, тусгаж буй объект, үр нөлөөний асуудалд ч өөрөөр хандах болсон. Манай орны хувьд бичлэгийн төрөл, зүйлийн дотроос хамгийн сайн судлагдсан нь мэдээ гэж хэлж болно. Энэ сэдвээр доктор Ч.Чойсамба нэг сэдэвт зохиол бичиж эрдмийн зэрэг хамгаалж (6), сурах бичиг бичиж олны хүртээл болгосон (7) бол проф. Л.Норовсүрэн (5), М.Зулькафилъ (4), Т.Баасансүрэн (2) болон бусад судлаачдын (3, 6, 8) нэг сэдэвт бүтээл, сурах бичиг, гарын авлага, судалгааны өгүүлэлд тодорхой хэмжээгээр тусгалаа олсон байдаг. Гэхдээ орчин үеийн медиагийн мэдээнд гарч буй зарим өөрчлөлт, үр нөлөөг дээшлүүлэх талаар бичигдсэн бүтээл ховор юм. Тиймээс энэхүү өгүүлэлд орчин үеийн медиагийн мэдээний зарим онцлог, түүний үр нөлөө тусгаж буй үйл явдлын онцлог шинжүүдээс шалтгаалах асуудал, үр нөлөөг дээшлүүлэх боломж, шаардлагын талаар тусгаж, дээрх орон зайг нөхөхөд зохих хувь нэмэр оруулах зорилго тавьсан юм. ОНМХ-ийн сүүлийн үеийн мэдээллийн хөтөлбөр, мэдээний боолт зэргийг судалгааны объект болгон авч, агуулгын дүн шинжилгээ, харьцуулан судлах, түүвэрлэн сонгох, түүхчлэн үзэх зэрэг сэтгүүл зүйн судалгаанд түгээмэл хэрэглэдэг зарим аргыг түлхүү хэрэглэхийг хичээсэн болно.

Орчин үеийн масс-медиагийн мэдээ гол байр эзэлдэг мэдээллийг олон нийт

бодит байдлын тусгал мөн гэж хүлээн авдаг нь түгээмэл. Гэхдээ энэ бодит байдал радио, телевизийн хөтөлбөр, өдөр тутмын сонин болон мэдээллийн сайтуудын дамжуулж буй мэдээлэлтэй харьцуулашгүй үй түмэн үйл явдал болж байдаг бодит ертөнцөөс эрс ялгаатай гэдэг нь тодорхой. Үүний тодорхой жишээ бол ердийн өдөр тутмын сонин мэдээллийн агентлагуудаас ирж буй шинэ мэдээллийн зөвхөн 25 хувийг л нийтэлдэг явдал юм (McCombs, 1997). Учир нь бид мэдээллийн хөтөлбөр болон сонины материалуудыг бэлтгэх явцад дэлгэц, эфирийн цаг, сонины зай талбай, тухайн ОНМХ-ийн нийтлэлийн бодлого зэрэг цөөнгүй хүчин зүйлийн үр дүнд боловсруулсан, шилж сонгож авсан мэдээллийг хүлээж авдаг. Өөрөөр хэлбэл, “Мэдээлэл бол ертөнцийн тодорхой нэг тоймыг л багтаадаг хүрээ” (Tuchman, 1987) төдий зүйл болж үлдэнэ. Мэдээллийг сонгон авч боловсруулах явцад хэрэглэж буй шүүлтүүрээс шалтгаалан бодит байдлын гажуудал ч гардаг нь энгийн үзэгдэл. Бодит байдлын агуулгыг хоёр, гурван минутад багтаах боломжгүй, жинхэнэ үйл явдал бол янз бүрийн зөрчлөөс, хурц өнцгүүдээс, сөрөг зүйлсээс бүрддэг. Телевиз бол үзэгчдийн мэдрэмжээр тоглох зорилгоор үйл явдлын бодит байдлыг гоёж чимдэг өгүүлэгчийн үүргийг түлхүү гүйцэтгэдэг. Үүний үр дүнд бодит ертөнцийн ямар ч үйл явдал ер бусын, сөрөг сэтгэгдэл төрүүлэхүйц байлаа ч урьдчилж бэлтгэсэн хэлбэрт шахагдах нь тодорхой.

Өнгөрсөн зууны 40-өөд оны үед Г.Лассуэл “gate-keeping” (гейткипер-хаалга сахигч)-ийн үйл явц болон радиогийн редакторуудын буюу “хянагч”-дын талаар хийсэн судалгааг эс тооцвол 70-аад оны дунд үе хүртэл олон нийтийн харилцааны мэдээллийн үйлдвэрлэлийн асуудал бага судлагдсан байдаг. Харин судлаач Д.Уайт энэ асуудлыг тусгайлан судалж мэдээллийн үйлдвэрлэлийн үйл явцад “мэдээллийг цуглуулагчид” (newsgatherers) ба “мэдээллийг боловсруулагчид” (news processors) гэсэн хоёр бүлэг хүмүүс оролцогийг тодорхойлжээ (White, 1950). Нэг дэх нь мэдээллийг цуглуулж, бичдэг сэтгүүлч сурвалжлагчид бол хоёр дахь нь эх бичвэрийг хянан боловсруулдаг уран бүтээлчид юм. Мөн хоёр дахь бүлэгт тухайн мэдээллийг эфирт гаргах, сонинд нийтлэх эсэхийг шийддэг “хянагчид” буюу “гейткипер”-үүд багтдаг байна.

Дараа дараагийн бүтээлүүдэд гейткиперүүд шийдвэр гаргахад нөлөөлдөг тэдний мэргэжлийн ур чадвар, өвөрмөц сэтгэлгээ, тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллагын ажлын дүрэм журам, бичигдээгүй хэм хэмжээ, мэдээллийг хянан шалгахад цаг хугацаа хүрэлцэхгүй байх, хууль зөрчиж магадгүй гэсэн айдас, ашиг орлогын төлөө зүтгэх зэрэг маш их хүчин зүйлийн тухай цөөнгүй судалгааны бүтээл гарсан бөгөөд тэд Д.Уайт сэтгүүлчид зөвхөн баримт цуглуулагчид төдийгүй болж байгаа үйл явдлыг бодитой тусгагчид гэдгийг дутуу үнэлсэн гэсэн дүгнэлтэд хүрсэн байдаг.

Сүүлийн үед гарсан зарим бүтээлд гейткиперүүдийн үүргийг тодорхойлохдоо мэдээллийг боловсруулах бодит үйл явцыг хэт хялбаршуулан үзүүлэх хандлага ажиглагдах болсон. Тухайлбал, ВВС-д олон жил ажиллаж, тулгамдсан асуудлыг редакц дотроо сайн мэддэг С.Худ ихэнх медиагийн байгууллагуудад гейткипер гэдэг нь нэг талаар, тухайн үйл явцад оролцогчдын мэргэжлийн үйл ажиллагааны салшгүй хэсэг, нөгөө талаар төрөлжсөн мэргэжилтнүүдийн гүйцэтгэх үүрэг төдий идэвхгүй ажиллагаа гэж үзээд энэ бол “...тухайн өдрийн сэдвийг тодорхойлдог ахлах редактор, зураг авах хэсэгт заавар зөвлөгөө өгч, ажил үүргийг хуваарилдаг эрхлэгч, мөн нэвтрүүлэгт оруулах киноматериалуудыг сонгодог киноредактор, эх бичвэрийг бэлтгэдэг уран бүтээлч, нэвтрүүлгийн бүтцийг хянаж, мэдээллийн дарааллыг тогтоож, түүнийг эцсийн хэлбэрт оруулдаг жижүүр редактор” (Hood, 1972) гэсэн байдаг. Үүнээс Барууны сэтгүүл зүйд гейткиперийг бидний ойлголтоос

хамаагүй өргөн хүрээнд авч үздгийг ажиглаж болно.

Ер нь ОНХМ-ийн практикаас үзэхэд сэтгүүлчид юуны тухай бичиж байгаад хэт өнгөцхөн хардаад өнгөрдөг нь мэдрэгддэг. Орчин үеийн ХМХ дэх мэдээллийн ихэнх хэсгийг мэдээллийн агентлаг, янз бүрийн албан байгууллагууд, албаны хүмүүс, хэвлэлийн төлөөлөгчид зэрэг хоёдогч эх сурвалжагчаас авсан байдаг. Сэтгүүлчид тэднийг боловсруулж, тодорхой хэлбэрт оруулж, нийтлэхэд бэлэн болгох буюу “худалдаанд гаргах” бэлтгэлээ хангадаг. Ийм маягаар зөвхөн гейткиперүүдээс гадна сэтгүүлчид өөрсдөө мэдээллийг боловсруулж, шүүн тунгаадаг. Үүний үр дүнд мэдээллийг боловсруулах үе шат болгонд мэдээ өөрийнхөө нүүр царайг, заримдаа агуулгыг өөрчилж тухайн ХМХ-ийн үзэл суртал, арилжааны эсвэл өөр зорилгоосоо шалтгаалан олон нийтэд дахин боловсруулагдсан, бодлого зорилгод нийцсэн, заримдаа бүр мушгин гуйвуулсан байдалтай хүрдэг нь түгээмэл. Мэдээллийг үйлдвэрлэх үйл явцын дээр дурдсан бүх шинжүүд нь нийлээд бодит байдлын тухай мэдээлэл болох бөгөөд үүнийг уламжлал ёсоор ОНМХ-ийн хамгийн гол үүрэг гэж үздэг. Ийм мэдээллийн үнэ цэнэ нь үнэн бодитой, товч тодорхой байх явдал юм. Медиагийн бусад бичлэгийн төрөл, зүйлийн хувьд мэдээллийн бүтээгдэхүүний зохиомол, хиймэл шинж нь улам тод ажиглагддаг.

ОНМХ-ийн үйл ажиллагааны дотоод зохион байгуулалтын зөвхөн нэг л талыг товчхон авч үзэхдээ медиа үйлдвэрлэлийн зохион байгуулалтын үндэс хэр зэрэг чухал гэдгийг амархан ажиглаж болно. Учир нь мэдээллийн бүтээгдэхүүний эцсийн шинж чанар нь энэ хүчин зүйлээр тодорхойлогддог, чухам үүнд тухайн ХМХ үйл ажиллагаа явуулж буй нийгэм -улс төрийн шинжтэй олон тооны, олон янзын гадаад нөлөөлөл тусгалаа олдог. Гэхдээ энэ бүхэн нь тухайн мэдээллийн тусгаж буй үйл явдлын хэв маяг, үндсэн ба хоёрдогч шинж чанарыг агуулсан эсэхээсээ шууд шалтгалдаг. Одоо энэ талаар өгүүлье.

Мэдээж аливаа мэдээллийн үр нөлөө, нөлөөлөх чадвар нь юу бичиж байгаагаас ихээхэн шалтгаална. Өдөр тутмын шинэ мэдээллийн хөтөлбөрийн гол зорилго нь аль болох нийгмийн ач холбогдолтой, чухал үйл явдлын талаар шуурхай мэдээлэхэд оршино. Тэгвэл чухам ямар үйл явдлыг чухал ач холбогдолтой гэж тодорхойлох вэ? Чухал мэдээ болохын тулд тухайн үйл явдал наад зах нь таван гол шинжийг агуулсан байх ёстой. Чухал мэдээ болж байгаа үйл явдал болгон тэр таван шинжийн бүгдийг нэгэн зэрэг агуулахгүй байж болох ч дор хаяж хоёр, гурвыг зайлшгүй агуулж байж мэдээллийн хөтөлбөрийн үндэс суурь нь болох учиртай. Тийм гол шинж нь их байх тусам үйл явдал ОНМХ-ийн анхаарлыг татна, бас олон нийтийн сэтгэл зүйд нөлөөлөх магадлал өндөр байдаг.

Нэгдүгээрт, аливаа чухал мэдээнд *гол баатар* байх ёстой. Тийм баатар байх нь үзэгч өөртэй харьцуулж үзэх замаар нэлээд төвөгтэй, зөрчилтэй мэдээллийг бүрэн хүлээж авах боломж бүрддэг. Нэг үе гэрэл зургийн сурвалжилга болон ярилцлагад үр дүнтэй гэдгийг баталж чадсан энэ аргыг сүүлийн үед мэдээнд өргөн хэрэглэдэг болсон. Харамсалтай нь манай телевизийн зарим мэдээнд гол баатрыг хоёрдугаар байранд тавьж, тухайн үйл явдлын ерөнхий дүр зургийг голлон гаргахыг оролдох, эсвэл хэд хэдэн эх сурвалжийн яриаг хэт нуруу өгч үзэгчдийг залхаадаг явдал түгээмэл ажиглагддаг. Үүнээс болж чухал үйл явдлыг хэт хялбаршуулах, ойлгомжгүй болгох, сэтгүүлчийн өөрийн үзэл бодол давамгайлах, өрөөсгөл дүгнэлт хийхэд хүргэдэг.

Хоёрдугаарт, үйл явдалд *драм, сонирхол, үзэл бодлын тэмцэл* байх учиртай. Бид тухайн мөчид үзэж буй нэвтрүүлгийн агуулгаас үл хамааран телевиз бол

үзэгчийг хөгжөөх, зугаацуулах зорилготой гэсэн уламжлалт ойлголтоос одоо хүртэл салж чадаагүй байна (Zillmann, 1991) гэсэн судачийн дүгнэлтийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй. Үзэгчдийн хувьд УИХ дахь маргаан мэтгэлцээний тухай сурвалжилгаас Сүхбаатарын талбай дахь жагсагчдыг цагдаа нар хөөж, хүчээр тараахыг оролдож буй мэдээ бол хамаагүй сонирхолтой, илүү үр нөлөөтэй гэдэг нь ойлгомжтой. Гэхдээ зөрчилдөж буй талуудын тэмцэлд хэт их анхаарал хандуулах нь янз бүрийн үзэл бодлыг харуулах эсрэг талтай боловч зөрчил, хүчэрхийллийг хэтрүүлэн мэдээлэх сөрөг талтай. Энэ нь зарим тохиолдолд хүлээн авагчдад үзэж буй хүчэрхийлэл нь хэвийн үзэгдэл мэт буруу төсөөлөл төрүүлдэг. Манай сэтгүүлчид ийм драм, зөрчилтэй үйл явдлыг зөв сонгож чадаагүйн улмаас эдийн засаг, эрүүл мэнд, боловсролын гэх мэт чухал асуудлуудыг сонирхолгүй, нуршуу, ойлгомжгүй, тойм төдий мэдээлэлэх явдал түгээмэл юм. Үүнийг бид МҮОНРТ-ээс эхлээд арилжааны аль ч телевизээс ажиглаж болно.

Гуравдугаарт, чухал үйл явдал *идэвхтэй үйлдлийг* агуулсан байх ёстой. Энэ онцлог шинжийг нэлээд хийсвэр агуулга бүхий мэдээллийг өлгөсөн “дэгээг” ашиглах аргаар харуулж болдог. Тухайлбал, инфлац өссөнийг худалдан авагчдын үнийн өсөлтийн талаарх өөрсдийн үзэл бодлыг илэрхийлсэн цуврал сурвалжилгыг дэлгүүрүүдээс бэлтгэх замаар үзүүлж болно. Ийм “дэгээг” ашиглах боломжгүй чухал үйл явдалд сэтгүүлчид харьцангуй бага анхаардаг нь ажиглагддаг. Тухайлбал, сүүлийн тавин жилд ихэнх оронд хөдөө аж ахуйн бүтээгдэхүүн эрс багасч, Барууны орнуудаас импортлоор авах нь нэмэгдсэн. Энэ бол олон орны хувьд тулгамдсан асуудал болсоор байна. Үүнд сэтгүүлчид маш бага анхаардаг. Энэ нь “дэгээ”-гийн үүргийг гүйцэтгэж чадахуйц тодорхой үйл явдлыг олж чадахгүй байгаатай холбоотой юм.

Хэрэв үйл явдал дээр дурдсан гурван шинжийг агуулж буй нөхцөлд телемэдээнд чухал материал болох нь тодорхой. Учир нь дэлгэцэнд товч агуулга бүхий дуу дүрс бүхий хэсэг (sound bites) маягаар өгөх боломжтой. Мэдээллийн хөтөлбөрийн дүрст өгүүлэмж нь маш богинохон хугацаанд багтах ёстой. Энэ бол бичигдээгүй хууль. Тийм учраас багагүй цаг хугацаа шаарддаг үйл явдлыг мэдээллийн хөтөлбөрт оруулах нь харьцангуй ховор үзэгдэл. Дэлхийн телевизийн туршлагаас үзэхэд телемэдээний дүрст өгүүлэмжийн хэсгүүдийн үргэлжлэх хугацаа нь тогтмол багасч байна. Тухайлбал, 1968 онд АНУ-ын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн тухай мэдээний дүрст өгүүлэмжийн үргэлжлэх хугацаа нь 43 секунд байсан бол 1988 онд ердөө 8 секунд болж багассан байдаг. Харин манайд эсрэгээр мэдээний үргэлжлэх хугацаа нь нэмэгдэх хандлагатай байна. Зарим телевизийн мэдээ 10-12 минут үргэлжлэх нь энгийн үзэгдэл юм.

Дөрөвдүгээрт, үйл явдлын *шинэлэг тал*, нийтээр хүлээн зөвшөөрөгдсөн хэм хэмжээнээс *гажих* явдал юм. Гэхдээ онцгой мэдээллийн ихэнх мэдээ нь гэнэтийн биш байдаг нь түгээмэл. Тухайлбал, улс төр, эдийн засгийн мэдээллийн ихэнхийг чухал хурал цуглааны үед хэлэх үг, ярианы өнгө аяс, гарах шийдвэрийн талаар баримжаагаар мэддэг туршлагатай сэтгүүлчид тайлбарладаг. Урьдчилж төсөөлж байсан хүрээнд багтаагүй мэдээ бол сэтгүүлчдийн анхаарлыг илүү ихээр татах болно. Хэрэв үйл явдал жирийн бус байх тусмаа тийм боломж эрс нэмэгддэг. Тухайлбал, цахилгаан мотоциклийн машинтай мөргөлдсөний улмаас амь эрсдэсэн хүний тухай бүх ХМХ-ийн анхаарлыг татах мэдээ биш бол хар тамхи хэрэглэж мансуурсан үед энгийн иргэдийг хутагласнаас хүний амь эрсдэсэн үйл явдал бараг бүх телевизийн мэдээллийн хөтөлбөрийн “хадаас” мэдээ болох нь тодорхой.

“Энгийн хэм хэмжээнээс халих” гэдэг ойлголтыг тухайн үйл явдалтай

холбогдуулан янз бүрээр тодорхойлж болно. Тоон үзүүлэлтийн үүднээс хандвал аливаа үйл явдлын давтамжтай холбоотой бөгөөд ингэхдээ маш ховор тохиолддог үйл явдал бол хэм хэмжээнээс гажсан шинж болох юм. Ердийн хэм хэмжээний үүднээс хандвал үйл явдлыг оролцогч нь нийтээр хүлээн зөвшөөрөгдсөн болон хууль эрх зүйн хэм хэмжээг зөрчсөн эсэхийг харгалзан авч үздэг. Мөн үйл явдлын гол баатар нь оршиж буй нийгмийн тогтолцоог хорлон сүйтгэх зорилго агуулж байвал бас л хэм хэмжээнээс хальсан үйлдэл болдог. Тийм учраас судлаачдын тодорхойлсноор ердийн хэм хэмжээний үүднээс хандах нь тоон үзүүлэлтийн хандлагатай харьцуулахад аливаа үйл явдал хэм хэмжээнээс хэр зэрэг хальсныг үнэн зөв үнэлэх боломж олгодог (Pritchard, 1997) давуу талтай юм.

Чухал үйл явдлын сүүлчийн буюу тав дахь үндсэн шинж бол тухайн үед ОНМХ-үүдийн анхаарлын төвд байгаа, өөрөөр хэлбэл аль хэдийн тухайн цаг үеийн хөтөлбөр болж хувирсан *сэдвүүдтэй холбогдах* боломж юм. Энэ сэдвүүдийн заримыг нь мөнхийн сэдвийн хүрээнд багтааж болно. Хүний уг мөн чанарын болон түүний гадаад илрэлүүдийн хоорондох мөнхийн зөрчил утга зохиолын, тэр дундаа жүжгийн цөөнгүй гайхамшигт бүтээл төрөхөд нөлөөлснийг бид мэднэ. ОНМХ-ийн хувьд ийм сэдвийг шуугиан дэгдээсэн луйварын гэмт хэрэг, эрх мэдэлтнүүдийн ёс зүйн доголдлын тухай мэдээллүүд гүйцэтгэдэг гэж хэлж болно. Үүний тод жишээ бол АНУ-ын Ерөнхийлөгч Ричард Никсоныг огцруулахад хүргэсэн 1972-1974 оны алдарт Уторгейтийн, мөн Моникагийн хэрэг, манайд бол 1990 -ээд оны үеийн “Баатаргейт”-ийн хэрэг, сүүлийн үеийн нүүрсний, ногоон автобусны хэрэг зэрэг цөөнгүй сэдэв юм. Энэхүү илчлэн шүүмжилсэн мэдээ материалуудаас үүссэн нийгмийн сэтгэл зүйн давалгаа нь эдгээр хүмүүсийн үйлдэл нь хүний жам ёсны мөн чанарт болон ёс зүйн ердийн хэм хэмжээнд үл тохирсон явдалтай шууд холбоотой байсан түүхтэй. Гэхдээ энд шуугиан дэгдээсэн шүүмжлэл нийгмийн чухал үйл явдал, асуудлуудаас олон нийтийн анхаарлыг хөндийрүүлэхэд нөлөөлөх, төөрөгдүүлэхэд хүргэдэг сул талтай гэдгийг мартаж болохгүй.

Өөр нэг мөнхийн сэдэв бол эрх мэдэлтнүүд ба энгийн иргэдийн хоорондох сөргөлдөөн бөгөөд энэ нь мэдээллийн байнгын эх сурвалж болох нь түгээмэл юм. Мэдээний байнгын сэдвийн нэг бол ёс суртахууны асуудалтай холбон үздэг сайн ба муугийн хоорондох тэмцэл байдаг. Тухайлбал, хүрээлж буй орчныг цэвэр байлгахын төлөө “сайн” тэмцэгч ба байгаль орчныг бохирдуулдаг “муу” үйлдвэр г.м. Мөн төр засгийн тулгамдсан асуудлуудыг шийдвэрлэх чадваргүй байгааг, муу удирдагчаас болж төрийн өмчит компаниуд дампуурч байгааг шүүмжилсэн үр ашиг ба үр ашиггүй байдлыг харьцуулах аргыг ашигласан мэдээ ч цөөнгүй. Дээр дурдсан мөнхийн сэдвүүдээс гадна ОНМХ нарийн тооцсон тодорхой хугацааны дараа анхаарлаа тогтмол хандуулж байдаг сэдвүүд байдаг. Үүнийг гол төлөв мөчлөгт, хуанлит сэдэв гэж нэрлэдэг. Тухайлбал, тухайн орны Ерөнхийлөгчийн шинэ жилийн мэндчилгээ, цагаан сар, наадмын үйл явдал, зарим оронд хавар болгон торнадо хуй сахинаас хамгаалах тухай асуудал, манайд хаврын шар усны үер, өвлийн болон шинэ хичээлийн жилийн бэлтгэл зэрэг сэдвийг нэрлэж болно. Ийм үйл явдал мэдээллийн хөтөлбөрт тодорхой байр эзлэх нь тодорхой. Учир нь тийм үйл явдлууд байгалийн давтамж, хүмүүсийн зан үйл, төр засгаас авах уламжлалт арга хэмжээтэй холбоотой учраас мэдээллийн хөтөлбөрт тусгалаа олдог. ОНМХ-ийн анхаарлыг татахуйц чухал үйл явдлын үндсэн шинжүүдийг агуулаагүй боловч мэдээллийн хөтөлбөрт тодорхой байр эзэлдэг нь үүнтэй холбоотой юм.

Бидний дээр урдсан чухал үйл явдлын үндсэн таван шинжээс гадна ОНМХ-ийн анхаарлыг татахуйц прагматик өвөрмөц шинжүүдийг агуулсан үзэгдэл, баримтууд

байдаг.

Нэгдүгээрт, мэдээ хэнийг ч *гутаан доромжлох, хэн нэгний сэтгэлийг шархлуулах* ёсгүй, өөрөөр хэлбэл энгийн ёс журмын хэм хэмжээнд нийцсэн байх ёстой. Үүнийг манай сэтгүүл зүй дэх нэлээд газар авсан дутагдал гэж хэлж болно. Хүүхдийн зургийг эцэг эх, асран хамгаалагчийн зөвшөөрөлгүй нийтлэх, хэн нэгнийг тавлах, далд утгаар доромжлох, хүний ор хөнжлийн асуудал, хувийн нууц руу орох зэрэг сэтгүүл зүйн энгийн зарчим, шаардлагыг зөрчсөн мэдээ мэдээлэл түгээмэл байна. Үүнийг ямар ч ХМХ-ээс олж болно. Гэхдээ энд нэг зүйлийг анхаарах шаардлагатай. Энэ хэм хэмжээг хэт сахих гээд оролдох нь шийдвэрлэх шаардлагатай тулгамдсан асуудлуудын талаар олон нийтэд цаг алдалгүй мэдээлэхэд саад болох тохиолдол гардаг. Үүний тодорхой нэг жишээ бол 1980-аад оны эхэнд АНУ болон Барууны зарим оронд өргөн дэлгэрсэн ДОХ-ын халдварын асуудалд ОНМХ-үүд хэт хайнга хандсан явдал юм. Үүний учир нь тухайн үед энэ халдварыг тараасан хамгийн түгээмэл үйлдэл болох шулуун гэдсээр бэлгийн харьцаанд орох явдлыг дурдахгүй өнгөрөхийг хичээж байсантай хобоотой байжээ (Meuser, 1996).

Хоёрдугаарт, үйл явдлын тухай мэдээ мэдээлэл, сурвалжилга түүнд *яв цав тохирсон, итгэл үнэмшил төрүүлэх* чадвартай байх ёстой. Харамсалтай нь эргэлзээ төрүүлэхүйц, итгэхэд бэрх цуурхлын шинжтэй баримт агуулсан мэдээ, сурвалжилга түгээмэл биш юмаа гэхэд хааяа тааралддаг нь үнэн. Тийм шаардлага янз бүрийн хов живийн шинжтэй цуурхал, сенсацын үнэн худлыг тодруулахад эерэг нөлөөтэй гэдэг нь ойлгомжтой. Гэхдээ зарим тохиолдолд ХМХ өөрийн хяналтын нөлөөгөөр олон нийт зайлшгүй мэдэх ёстой чухал зүйлийн тухай мэдээлэхгүй өнгөрөх нь түгээмэл юм. Тухайлбал, нөлөө бүхий улс төрч, эрх мэдэлтний авилгатай холбоотой эсэх, эсвэл ёс зүйн хэм хэмжээг зөрчсөн асуудалд болгоомжтой хандах, үр дагвараас нь айх зэргийг хэлж болно.

Гуравдугаарт, тухайн үйл явдлын талаар маш *товч, тодорхой ярих*, өөрөөр хэлбэл телевизийн мэдээний 45 секундэд, сонины товч мэдээнд багтах боломжтой байх ёстой. Гэхдээ өөрийнхөө ажлын талаар хүлээн авгчдад дэлгэрэнгүй мэдээлэхийг хүсэгчид, тэр дундаа эрдэмтэн судлаачид, улстөрчид, баялаг бүтээгчид мэдээний товч тодорхой байх шинжийг дутуу үнэлэх явдал бий. Мэдээний товч тодорхой байх шинж нь телевизээс үүсэлтэй гэж үздэг боловч үнэн хэрэг дээрээ масс-медиа бий болохоос өмнө түүхэн хүмүүсийн олны хүртээл болж, олон нийтийн ой санамжид хадаглагдан үлдсэн алдарт хэллэгийн үндсэн шинж байжээ. Үүний тод жишээ бол IV Людовикийн “Төр бол Би”, Юлий Цезарийн “Ирлээ, харлаа, яллаа”, орчин үеийн жишээ болгон Рональд Рейганы “Хар тамхичдад зүгээр л “Үгүй” гэж хэл” зэрэг үг юм.

Хэрэв телемэдээний гол онцлог нь товч, тодорхой байх шинж (үйл явдлыг газар дээрээс нь сурвалжилсан мэдээний дээд хэмжээ нэг минутаас хэтрэх ёсгүй) бол бусад ХМХ-үүд үгүйлэгдэж буй тухайн цаг мөчийн мэдрэмжийг нөхөхийн тулд үйл явдалд нэмэлт дүн шинжилгээ хийх замаар мэдээлэх өөр хувилбарын стратегийг хэрэглэдэг. Судлаачийн сүүлийн 100 жилийн туршид тогтмол хэвлэлийн мэдээнээс бусад бүх нийтлэлийн хэмжээ нь томорч, хоосон баримт тоочих, нуршуу тайлбар, тойм голлох болсон (Barnhurst, 1976) гэж дүгнэсэн нь манай сонин, сэтгүүлүүдэд ч хамаатай юм.

Чухал үйл явдлын сүүлчийн хоёрдугаар зэргийн шинж бол түүний үр дагаврын ХМХ-ийн хүлээн авагчдад *нөлөөлөх боломж, нөлөөллийн хэмжээ* юм. Хэрэв аймгийн радио, телевиз нийт үндэсний эсвэл дэлхий дахины ач холбогдолтой

мэдээлэл дамжуулсан тохиолдолд орон нутгийн сонсогчдын сонирхол ба энэ үйл явдлын хооронд ямар нэг холбоо тогтоох магадлал тун бага. Тухайлбал, Афганистан эсвэл Иракт босогчдод барьцаалагдсан орон нутгийн иргэдийн тухай, эсвэл Пакистаны эдийн засгийн буруу бодлогоос болж орон нутгийн нэгэн үйлдвэр хаагдсан тухай мэдээлэл орон нутгийн сонсогчдод чухал биш гэдэг нь тодорхой. Харин улс орны үндэсний эрх ашгийг хөндсөн, тухайлбал УИХ-ын чуулган дээр нийгмийн даатгалын хуульд өөрчлөлт оруулах талаарх маргаан мэтгэлцээн, эсвэл олон улсын зэвсэгт бослого болж буй бүс нутагт цэрэг явуулах талаарх Засгийн газрын шийдвэрийн талаарх мэдээ орон нутгийн цөөнгүй уншигчийн сэтгэл зүйд нөлөөлөх нь дамжиггүй.

Судалгаанаас үзэхэд хүлээн авагчдын анхаарлыг татах, тодорхой нөлөө үзүүлэх хамгийн найдвартай арга бол тусгаж буй үйл явдлын тухай мэдээнд чухал үйлд явдлын үндсэн болон хоёрдугаар зэргийн шинжүүдийн бүгд, эсвэл тодорхой хэсэг нь байгаа эсэхийг тод харуулах явдал юм. Тийм шинжийн тоо нь их байх тусам тухайн үйл явдал ХМХ-ийн ч, хүлээн авагчдын ч анхаарлыг татах болно. Үүнийг сэтгүүл зүйн онолд өргөн утгаар нь *мэдээний үр нөлөөний асуудал* гэж ойлгодог юм.

Үйл явдлын шинжүүдийг ийм маягаар эрэмблэхийн арга зүйн ач холбогдол нь сэтгүүлчийн практик ажилд чухал үүргтэй гэж үздэг. Учир нь сэтгүүлч дээр дурдсан шинжүүдийн тусламжтайгаар хүлээн авагчдад тийм үйл явдал чухал мэдээ болохыг тодорхой харуулж чадна. Чухал үйл явдлын дээрх шинжүүдийг амжилттай хэрэглэж чадсны жишээ бол 2022 онд Олимпийн аварга, МУ-ын хөдөлмөрийн баатар, нэрт тамирчин Н.Түвшинбаярын согтууруулах ундаа хэрэглэсэн үед найз Э.Энхбатын амь насыг хохироосон хэргийн талаарх мэдээллүүд юм. Энэ нь чухал үйл явдлын бараг бүх гол шинжийг агуулж чадснаараа онцлогтой. Анхаарлын төвд урьд олон нийтийн хайр хүндэтгэлийг хүлээж байсан одоо ноцтой гэмт хэрэгтэн болсон хүн учраас сэтгүүлчид сайн ба муу, хувь хүн ба жинхэнэ мөн чанар зэрэг мөнхийн сэдвүүдийг ашиглаж чадсан нь олон нийтийн сэтгэл зүйд хүчтэй нөлөөлсөн.

Заримдаа ОНМХ-үүд мэдээний ямар ч гол шинжүүдийг хангаж чадахааргүй үйл явдлын талаар өгүүлж, түүнийг янз бүрийн нөхцөл байдалтай холбох замаар олон нийтийн анхаарлыг татаж чухал мэдээний хэмжээнд хүргэхийг оролддог. Үүнийг *медиа-үйл явдал* эсвэл зохиомол үйл явдал гэж нэрлэдэг. Медиа-үйл явдал гэдэг нь нэг ёсны савангийн хөөс, сүр бадруулсан шинжтэй боловч ач холбогдол багатай, гол төлөв ХМХ-ийн анхаарлыг татахын тулд тусгайлан зохион байгуулдаг улс төрийн үйл явдал байдаг бөгөөд дараа нь тэд үүнийг хөөрөгдөж, зарим тохиолдолд сенсаац болгохыг эрмэлздэг (Американа, 1996). Ийм зохиомол үйл явдлын гол шинж нь ХМХ бүрт тусгайлан зориулсан медиа-форматын хүрээнд бүтээсэн хэвшмэл загвар бөгөөд тэдний тусламжтайгаар мэдээллийн хөтөлбөрийг бүтээдэг. Ийм мэдээ үр дүнд хүрч, олон нийтийн сэтгэл зүйд нөлөөлөх нь тун ховор. Энэ аргыг эзэмших нь сэтгүүлчийн практик үйл ажиллагааны дэг журмын алгоритимын нэгэн адил медиа-үйл явдлуудыг амархан бүтээхэд нөлөөлдөг. Манай ОНМХ-д сонирхолгүй, улиг болсон хэдэн сэдвийн хүрээнд эргэлдсэн, пиарын болон сурталчилгааны шинжтэй мэдээ, мэдээлэл элбэг байгаа нь чухам үүнтэй холбоотой юм. Ер нь сэтгүүл зүйн практикт олон нийтийн анхаарлыг татахын тулд ач холбогдол багатай үйл явдалд зохиомол өнгө аяс, дүр төрх оруулж сүржин мэдээ болгох тохиолдол манай аль ч ХМХ-д түгээмэл тааралддаг.

Энэ бүхнийг дүгнэж хэлэхэд мэдээний үр нөлөө гэдэг нь зөвхөн сэтгүүлчийн

уран чадвар, тухайн ОНМХ-ийн нийтлэл, нэвтрүүлгийн бодлого, менежментээс гадна сэтгүүлчийн сонгож авсан объект нь чухал үйл явдлын үндсэн болон хоёрдугаар зэргийн шинжүүдийг хангаж байгаа эсэхээс шууд шалтгаална. Тиймээс манай ОНМХ-үүд медиа-үйл явдал гэж нэрлэгддэг зохиомол үйл явдлаас зайлсхийж, аль болох бичих объектэд бүтээлч сэтгэлгээгээр хандаж, зөв сонголт хийх нь мэдээний үр нөлөөг дээшлүүлэх чухал арга болох юм. Үүнд сэтгүүлчийн практик, туршлагаас гадна сэтгүүл зүйн суурь болон онолын мэдлэг чухал үүрэгтэй гэдгийг мартаж болохгүй.

Эшлэл

- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. (Eds.). (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tuchman, G. (1987). Mass media values. In A. A. Berger (Ed.), *Television in society*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- White, D. (1950). The gatekeepers: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27.
- Hood, S. (1972). The politics of television. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communications*. Harmondsworth.
- Zillmann, D. (1991). Television viewing and physiological arousal. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pritchard, D., & Hughes, K. D. (1997). Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication*, 47(3).
- Meyer, P. (1996). News media responsiveness to public health. In C. Atkin & L. Wallack (Eds.), *Mass communication and public health: Complexities and conflicts*. Newbury Park, CA: Sage.
- Barnhurst, K. G., & Mutz, D. (1996). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4).
- Американа. (1996). *Англо-русский лингво-страноведческий словарь* (Под ред. Г. В. Чернова). Москва: Полиграмма

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

- Американа. (1996). *Англо-русский лингво-страноведческий словарь* (Под ред. Г. В. Чернова). Москва: Полиграмма.
- Баасансүрэн, Т. (2009). *Монголд чөлөөт ардчилсан хэвлэл бүрэлдэн төлөвшсөн нь. Тэргүүн дэвтэр: XX зууны эхэн үеийн монголын чөлөөт хэвлэл. Улаанбаатар; Дөтгөөр дэвтэр: Монголын чөлөөт хэвлэлийн хөгжилд үндэсний сэтгүүлчдийн уран чадвар нөлөөлсөн нь. Улаанбаатар.*
- Байгалмаа, Ч., нар. (2008). *Мэдээ. МХХ. Улаанбаатар.*
- Зулькафиль, М. (2007). *Орчин үеийн сэтгүүл зүй. Улаанбаатар.*
- Зулькафиль, М. (2009). *Сэтгүүлчийн ур чадвар-I. Улаанбаатар: Сорхон цагаан.*
- Норовсүрэн, Л. (1996). *Монголын тогтмол хэвлэлийн бичлэгийн төрөл, зүйл. Улаанбаатар.*
- Норовсүрэн, Л. (2008). *Сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл, зүйл. Улаанбаатар.*
- Содов, Л., нар. (1963). *Сонин бичлэгийн төрөл зүйлээс. Улаанбаатар.*

- Чойсамба, Ч. (2000). *Монгол сонины мэдээний түүх, онол практикийн асуудлууд*. Улаанбаатар.
- Чойсамба, Ч. (2000). *Монгол сонины мэдээ*. Улаанбаатар.
- Чойсамба, Ч. (2001). *Сонины мэдээллийн бичлэгийн төрөл*. Улаанбаатар.
- Эрдэнэ, Ч. (1996). *Мэдээний машин*. Улаанбаатар.
- Barnhurst, K. G., & Mutz, D. (1996). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4).
- Hood, S. (1972). The politics of television. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communications*. Harmondsworth.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. (Eds.). (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Meyer, P. (1996). News media responsiveness to public health. In C. Atkin & L. Wallack (Eds.), *Mass communication and public health: Complexities and conflicts*. Newbury Park, CA: Sage.
- Pritchard, D., & Hughes, K. D. (1997). Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication*, 47(3).
- Tuchman, G. (1987). Mass media values. In A. A. Berger (Ed.), *Television in society*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- White, D. (1950). The gatekeepers: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27.
- Zillmann, D. (1991). Television viewing and physiological arousal. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Summary

This article discusses innovative trends in modern media news and factors that help enhance the effectiveness of news. It argues that the effectiveness of news depends on the extent to which the subject chosen by the journalist meets the primary and secondary characteristics of an important event. The author identifies the following as the primary characteristics of news: having a protagonist, having a form of tension or conflict, containing action, novel and timely, and not conforming to generally accepted norms; whereas the secondary characteristics include not humiliating anyone, credible and able to inspire confidence, clear and concise, and the consequences of the event have the potential to influence the recipients.

Keywords: mass communication, mass media, gatekeepers, information effects, important events, drama, media event