

МОНГОЛЫН ТЕЛЕВИЗҮҮДИЙН ГАДААД, ДОТООД КОНТЕНТЫН
ХАРЬЦААНД ХИЙСЭН СУДАЛГАА

Л.Ариун*

*ХИС-ийн Сэтгүүл зүй, медиа технологийн тэнхимийн дэд профессор, доктор (Ph.D)

Түлхүүр үгс: Соёлын түрэмгийлэл, үндэсний дархлаа, телевизийн хүүхэд залууст үзүүлэх үр нөлөө.

Нийгмийн сэтгэл зүйд нөлөөлдөг хамгийн хүчирхэг мэдээллийн хэрэгслийн нэг болох телевизээр харь соёлын бүтээгдэхүүнийг ихээр дамжуулж байгаа нь монгол үндэсний соёлын дархлаанд сөргөөр нөлөөлж байна. Үндэсний онцлог шинж, эрхэм чанараа гаднын соёлын нөлөөнөөс хамгаалах дархлааг бий болгох нь улс үндэстэн бүрийн анхаарах ёстой асуудал юм. Дэлхийн олон орон харь орны соёлоос ард иргэдээ хамгаалах зорилгоор телевизийн агуулгад тодорхой хэмжээгээр хяналт тавьж үндэсний аюулгүй байдлын бодлогод анхаарч байна. Харин манай орны хувьд ийм хязгаарлалт сул тул телевизийн сувгуудын гадаад контент эфирийн цагийн багагүй хувийг эзэлсэн хэвээр байна.

Хөгжингүй орнуудын түгээмэл соёл бусад ядуу буурай орнууд руу хүч түрэн орсноор тухайн үндэсний соёл, үнэт зүйлийг үгүй хийж байна хэмээн судлаачид тэмдэглэжээ. Учир нь хөгжиж буй ертөнц өөрийн хувь чанарыг гаднын нөлөөнөөс хамгаалах дархлааг бий болгоогүй цагт аль нэг соёлын түрэмгийлэлд автах магадлал тун өн-

дөр юм. Соёлын түрэмгийлэл гэх ойлголт дэлхийн хоёрдугаар дайнаас хойш “Неоколониал”, “Далд довтолгоон”, “Эдийн засгийн түрэмгийлэл” гэх нэрс дор бий болсон бөгөөд цаг хугацааны туршид “хэвлэл мэдээллийн түрэмгийлэл”, “бүтцийн түрэлт”, “соёлын хамаарал ижилсэл”, “электрон колониал”, “оюун санааны довтолгоон”, “харилцаа холбооны түрэмгийлэл” гэх зэрэг олон нэр томъёогоор илэрхийлэгдэх болов (Sreberny-Mohammadi, 1990). Эдгээр томъёолууд 1960-аад оны үеэс эхэлж, 1970 онд хүчээ авсан “соёлын түрэмгийлэл”-ийг тодорхойлдог. Үүнээс үүдээд соёлыг өвийг хамгаалах ЮНЕСКО тэргүүтэй олон улсын байгууллагууд байгуулагдаж эхэлсэн байна. Соёлын түрэмгийлэл хэмээх ойлголтыг оновчтой тодорхойлох нь судлаачдын дунд янз янзаар хэлэлцэгдэж байлаа. Америкийн хэвлэл мэдээллийн шүүмжлэгч, социологич Хэрбэрт Шиллер 1976 онд “Харилцаа ба соёлын давамгайлал” (Communication and Cultural Domination) бүтээлдээ соёлын түрэмгийллийг хөгжингүй орнуудын үндэстэн дамнасан томоохон корпорацууд (үүнд хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл ч багтана) хөгжиж буй орнуудад ноёрхлоо тогтоох үзэгдэл хэмээн тодорхойлжээ (Herbert, 1976). Монгол

судлаач доктор, профессор С.Дулам “Монгол хүний соёл, оюуны хүчирхэг дархлааг сүйрүүлэх, “тархийг нь устгах”, “Тархи нь устсан” хүмүүст ямар ч суртал суртахууныг суулгаж, хааш нь ч залж болно. Эдийн болон оюуны ямар ч баялгийг нь суйлж болно. Хүчирхэг уураг тархи, хүчирхэг оюун санаатай байгаа цагт бол юунд нь ч хүрэх боломжгүй” (Дулам.С, 2020) хэмээн гаднын соёлд автах, эс автахын нөлөөг дурджээ.

Мэдээллийн технологи өндөр хөгжсөн өнөө үед үзэл санаа болоод соёлыг олон нийтэд нэг зэрэг түгээх, сурталчлах боломж бүрэн нээлттэй байна. Өндөр хөгжилтэй орнууд дэлхий дахинаа өөрсдийн соёлыг түгээх бүх суваг, боломж нөхцөлийг ашиглаж байна. Энэ нь эдийн засгийн өндөр үр ашгийг авчрахаас эхлээд нийгмийн бүх салбарт нөлөөлж чадаж байгаа юм.

Манай орны хувьд ч мөн адил дээр дурдсан шиг амьдралын хэв маяг, хэл соёл сэтгэлгээнд өөр бусад орны соёлын нөлөөний асуудлууд хүчтэй орж ирж байна. Монголын үндэсний өв соёл, амьдралын хэв маяг, зан заншил, түүх соёлын холбогдолтой бүтээлийн эзлэх хувь маш бага, байгаа хэд нь хийц ур чадвар муутай байна. Энэ нь монгол хүүхэд залуучуудын хэл соёл, төлөвшил хүмүүжил, үндэсний өвөрмөц онцлог төрх, ялгарах байдлыг дархлаажуулахад сөргөөр нөлөөлж байна. Ялангуяа телевиз, радио, кабелийн суваг, цахим орчинд залуучуудын хүлээн авч байгаа уран сайхны хөтөлбөрийн дийлэнх хувь гадаадын уран бүтээл байдаг.

Хүчирхэг соёлууд соёлын бүтээгдэхүүнээр дамжуулан бусад орнуудад нөлөөгөө тогтоохыг эрмэлзэж байдаг. “Соёлын бүтээгдэхүүн” хэмээх ойлгол-

тод кино урлаг, телевиз, бүх төрлийн хэвлэл, радио дуу хөгжим зэрэг хэвлэмэл болон дүрс бичлэгийн бүтээгдэхүүн ордог бөгөөд эдгээр нь үнэт зүйлийн үнэлэмж, амьдралын хэв маяг, оюун санааг бий болгогч, хөдөлгөгч хүч болдог байна. Иймд эдгээр соёлын бүтээгдэхүүн нь “хүлээн авагч” соёлуудад сөргөөр нөлөөлж соёлын түрэмгийлэлд өртөхөд нөлөөлөх гол хүчин зүйл болох магадлал өндөр. Олон нийтийн харилцаа ба соёлын хамаарлын судалгаа, судлалын чиглэл нь өөртөө хоёр үндсэн хандлагыг агуулдаг гэнэ. Үүнд соёл судлалын хэмээх хувь хүний эгэл төвшинд, улс төрөөс ангид байдлаар соёл болон мэдээллийн хэрэгсэл хоорондын асуудлыг авч үздэг байхад нөгөө шүүмжлэлт хандлага нь өргөн томоохон хүрээнд, нэлээд улс төржсөн утгаар үзэл тайлбараа томъёолдог байна. Гэхдээ аль аль баримтлал нь соёлын төлөвшилд мэдээллийн хэрэгслийн оролцоо нөлөө чухал байдгийг, соёл нь хүний үзэл бодлын өөрчлөлт, хөгжилд онцгой үүрэг, холбоотойг, нийгмийг ойлгох хандлагын суурь бодлогыг хүлээн зөвшөөрдгөөрөө адил юм. Тэгээд ч ОНМХ-ийг хүмүүсийн соёлыг хүртэх, түгээн төлөвшүүлэх орчин, тогтолцоо хэмээн үздэг (Болд-Эрдэнэ.Б, 2006). Европын холбооны орнууд 1940 оноос харийн соёлуудаас хамгаалах оролдлого хийж эхэлсэн байдаг. Европын холбооны комисс 1980-аад оны дунд үеэс үндэсний хувь чанарыг сурталчилж, гадаад соёлын түрэмгийллээс хамгаалах үйл ажиллагааг хэвлэл мэдээллийн салбараар дамжуулан явуулж эхэлсэн байдаг. Азийн орнуудын хувьд ч мөн адил хязгаарлалттай Жишээлбэл: Хятадын телевизүүдээр гаднын хөтөлбөр нэвтрүүлэх нь нэлээд хязгаарлагдмал байдаг. Гадаад хөтөлбөрүүд тухайн

телевизийн нийт эфирийн цагийн 25% , харин оргил цагаар (19:00-22:00) 15%-иас илүүгүй байх ёстой. Түүнчлэн өргөн нэвтрүүлгүүд болон кабелийн телевиз, захиалгат телевиз, радиогийн хөтөлбөрүүдэд үндэсний эв нэгдэл, бүрэн эрхт байдал, нутаг дэвсгэрийн бүрэн бүтэн байдалд заналхийлсэн болон улс үндэстнийг хагаралдуулах агуулгатай хөтөлбөрийг нэвтрүүлгийг хориглох шаардлагатай тохиолдолд устгах тухай хуульд заасан байдаг байна (Regulations on Administration of Radio and Television, 1997) (Regulations for the Administration of Production of, and Dealing in, Radio and Television Programmes, 2004).

Харин Франц улсад телевизийн нэвтрүүлгийн 40 хувийг үндэсний, талаас илүүг Европын агуулга эзлэх ёстой бол Австралид өглөөний 6 цагаас шөнийн 12 хүртэлх эфирт нэвтрүүлж буй гадаад нэвтрүүлэг 40 хувиас хэтэрч болохгүй. Мөн хөтөлбөрийн найруулагч, зураглаач нь заавал австрали хүн байх ёстой хэмээн заажээ (Broadcasting Services Act Australia, 1992). Түүнчлэн зарим орон телевизийн сувгийн нийт эфирийн цагт эзлэх гадаад контентын хэмжээг зааж өгөхөөс гадна хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийн гадаадын хөрөнгө оруулалтын хязгаарыг тогтоосон байдаг. Индонез улсад гэхэд хоёр ба түүнээс дээш гадаад хувь нийлүүлэгчтэй хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн аль нэг гадаад хөрөнгө оруулагч дээд тал нь 20 хувийг эзэмших зөвшөөрөлтэй байдаг (Baker&McKenzie, 2012). Солонгосчууд гадаад киноны хувьд олон улсын наадмаас дор хаяж нэг шагнал авсан тохиолдолд телевизээр цацах эрх олгодог бөгөөд нийт гадаад нэвтрүүлгийн импортыг 20 хувиас илүүгүй байх хязгаарлалт тавьдаг аж.

Ийнхүү дэлхийн улс орнууд мэдээлэл технологийн хурдацтай хөгжлийн өнөө үед үндэсний ижилсэл, хувь чанар, онцлог шинжид аюул учирч, гадаад соёлын нөлөөнд автах, энэ нь цаашлаад улс үндэстний халдашгүй дархан байдалд сөргөөр нөлөөлж буйг байнга анхаарч үндэсний “дархлаа”-г бий болгох арга замуудыг эрэлхийлж байна. Үүгээр үл барам зарим хүчирхэг эдийн засаг, соёлын үнэт их өв баялагтай орнууд үндэсний соёлоо сурталчилж дэлхий дахинаа түгээхийг эрмэлзэх болжээ.

Манай орны хувьд гадаад контентыг хязгаарлах тухай дараах зохицуулалт байна.

“Телевизийн хөтөлбөрт тавигдах шаардлага” батлах тухай Харилцаа Холбооны Зохицуулах Хорооноос баталсан тогтоолын Гуравдугаарт “Бүтээл нэвтрүүлгийн хувь хэмжээнд тавигдах шаардлага”-д:

3.1 Арилжааны телевизийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн нийт цагийн 50 хувиас доошгүй нь үндэсний бүтээл, нэвтрүүлэг байна;

3.2 Өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн нийт цагийн 60 хувиас доошгүй нь үндэсний бүтээл, нэвтрүүлэг байна хэмээн тодорхой заасан байдаг (Харилцаа холбоог зохицуулах хороо, Харилцаа холбоог зохицуулах хорооны тогтоол, 2015) бол Соёлын тухай хуульд:

39.7. Олон нийтийн радио, телевизийн нэвтрүүлж байгаа уран сайхан, нийтлэл, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн нийт агуулгын 60 хувиас доошгүй нь, хүүхдэд зориулсан уран сайхан, нийтлэл, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн 70 хувиас доошгүй нь үндэсний нэвтрүүлэг байна;

39.8. Олон нийтийн телевизээс бусад Монгол Улсад бүртгэлтэй өргөн

нэвтрүүлгийн телевиз, радио, кабелийн сувгаар дамжуулж байгаа уран сайхан, нийтлэл, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн нийт агуулгын 50 хувиас доошгүй нь, хүүхдэд зориулсан уран сайхан, нийтлэл, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн нийт агуулгын 60 хувиас доошгүй нь үндэсний нэвтрүүлэг байна. (Соёлын тухай хууль, Эрх зүйн мэдээллийн нэгдсэн систем, 2015) гэж заасан байдаг нь ямар нэгэн байдлаар хязгаарлалт, зохицуулалт болж байгаа нь сайшаалтай.

Гадаад болон монгол контентын хувь хэмжээ, харьцаа ямар байгааг тухайлан судлахаар Монголын хамгийн олон үзэгчтэй топ 10 телевизийн эхний зургаад ордог телевизүүдийн нэг долоо хоногийн хөтөлбөрт анализ хийж үзлээ. Контент үйлдвэрлэл нь эфирийн цагтайгаа харьцуулахад бага хэвээр, нэг гаргасан зүйлээ Монгол

ч байсан гадаад ч байсан хоёр болон түүнээс дээш удаа давтан гаргаж байгаа нь Монголын телевизүүд үзэгчдээ татахгүй байх нэг үндсэн шалтгаан гэж харлаа. Мөн телевизийн нэвтрүүлгийн дийлэнх хувь нь уран сайхны кино байх агаад тэр дундаа гадаадын нэг болон олон ангит кинонууд түрэнги байна.

Дараах графикаас харахад “Танин мэдэхүйн” монгол контент боломжийн үзүүлэлттэй гарсан. Энэ нь танин мэдэхүйн мэдлэг, мэдээлэл олгох зорилготой нэвтрүүлгүүдээс гадна телевизүүдийн өглөөний хөтөлбөрүүдийг энэ ангилалд оруулсантай холбоотой. Телевизүүдийн өглөөний хөтөлбөрүүд маш урт 60-90 минутын хугацаатай байх агаад дийлэнх агуулга нь эрүүл мэнд, спорт, хоол хүнсний талаар танин мэдүүлэх агуулгатай байдаг тул ийнхүү авч үзсэн болно.

ТВ-ийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь /ерөнхий/

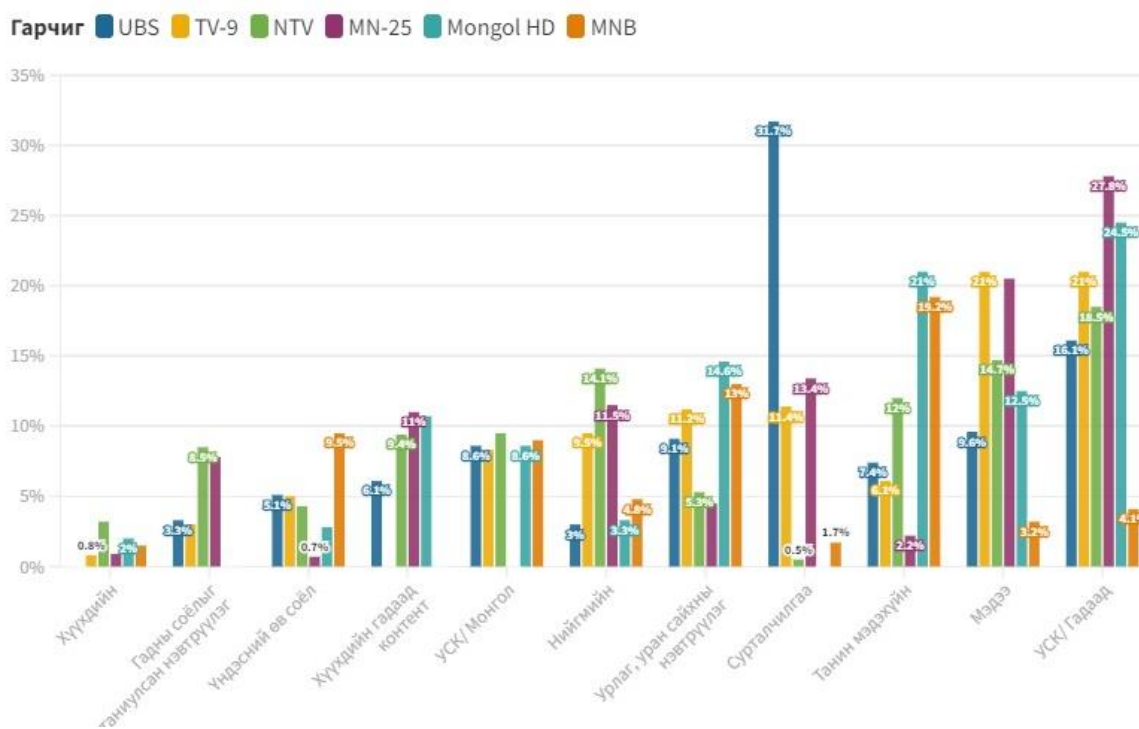


График №1. Телевизийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь.

Сурталчилгаа гэсэн ангилалд цэвэр реклам сурталчилгааны агуулгыг оруулаагүй бөгөөд хөтөлбөрт зоогдсон зар сурталчилгааны шинжтэй, төлбөртэй агуулгыг авч үзсэн. Үүний дийлэх нь сугалааны нэвтрүүлгүүд байсан. Ийм агуулга эфирийн цагийн багагүй хувийг эзэлж байгаа нь бүх телевизүүдэд ажиглагдаж байлаа. Ийм төрлийн нэвтрүүлэг “Монгол” телевизэд байхгүй байсан ба МҮОНТ-ийн хувьд Цагдаагийн, Батлах хамгаалах салбарын, АТГ-ын зэрэг төрийн байгууллагын сурталчилгааны нэвтрүүлэг 1,7 хувийг эзэлж байгааг оруулсан юм. Зохиогчийн

судалгааны зорилго нь гадаад дотоодын контентын хувь хэмжээг харьцуулж гаргах байсан тул телевизийн хөтөлбөрдэх агуулгыг нарийвчлан төрөл зүйл, сэдвээр ангилсангүй. Судалгаа хийсэн телевизийн хөтөлбөрүүдийг ажиглахад урлаг, уран сайхны контент үйлдвэрлэл харьцангуй хөгжсөн байна. Тоо хэмжээ, төрөл зүйлийн хувьд өргөн баялаг болжээ. 10 гаруй жилийн өмнө хийсэн бичил судалгаагаар гаднын шоу нэвтрүүлгийг орчуулан үзүүлэх нь түгээмэл байсан бол өдгөө төрөл бүрийн шоу нэвтрүүлгийг телевизүүд өөрсдөө хийж байгаа нь дэвшилттэй.

ТВ-ийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь /ерөнхий/

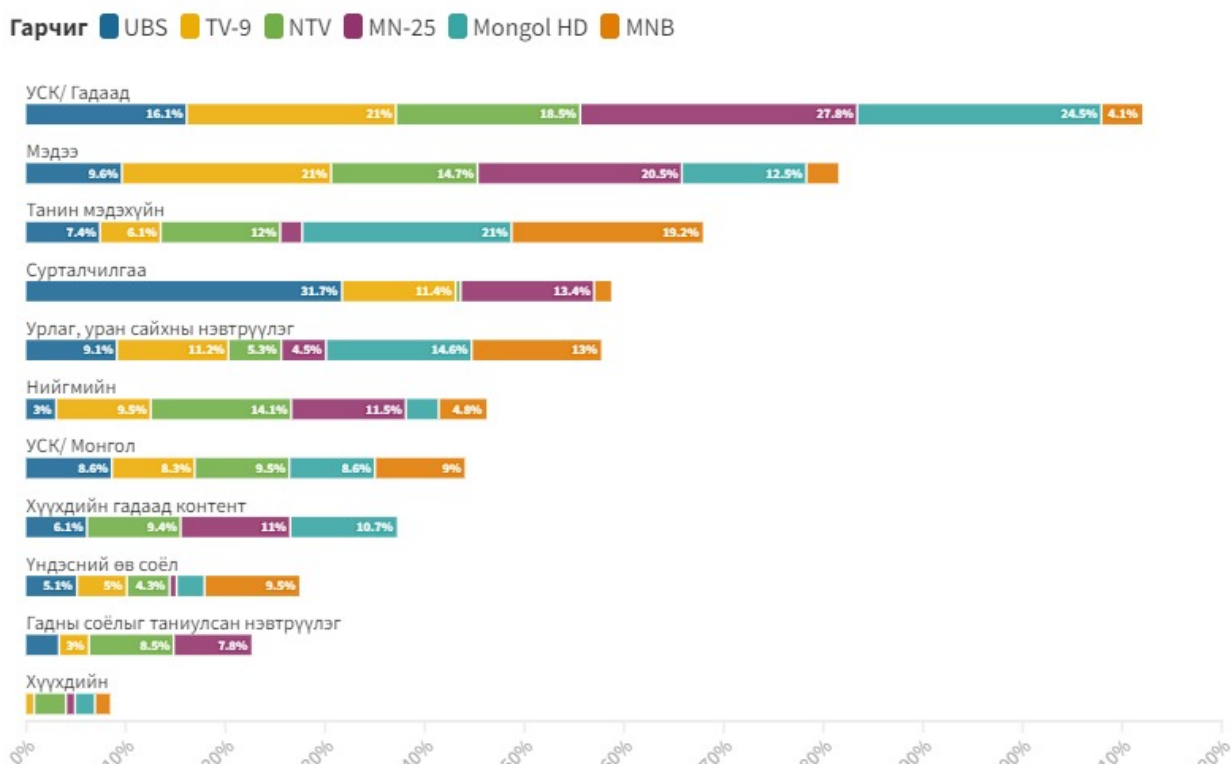


График №2. Телевизийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь.

Энэ судалгааны гол зорилго нь хүүхдийн нэвтрүүлэг, мөн үндэсний өв соёл, монгол хүний амьдралын хэв маяг харуулсан контентын хувь хэмжээ, мөн гаднын контентууд тэдгээрийн төрөл зүйл,

хэмжээ, хугацааг гаргаж харьцуулж харах байлаа. Хөтөлбөрүүдийг нэгтгээд мэдээ, уран сайхны кино, сурталчилгааг тус тусад нь аваад, үлдсэн нийт контентоо гадаад, дотоодоор нь ангилан авч үзэв. Эндээс Монголын

телевизүүд эфирийн цагийн 20-50 хүртэлх хувьд өөрийн контентыг үйлдвэрлэж байгаа нь харагдаж байна. Бас нэг анхаарал татаж байгаа үзүүлэлт

нь 20-25 орчим хувь нь гадаадын уран сайхны хийгээд хүүхэлдэйн кино байна. Орчуулгын нэвтрүүлэг ч бас бага биш 10-18 орчим хувь байгааг харж болно.

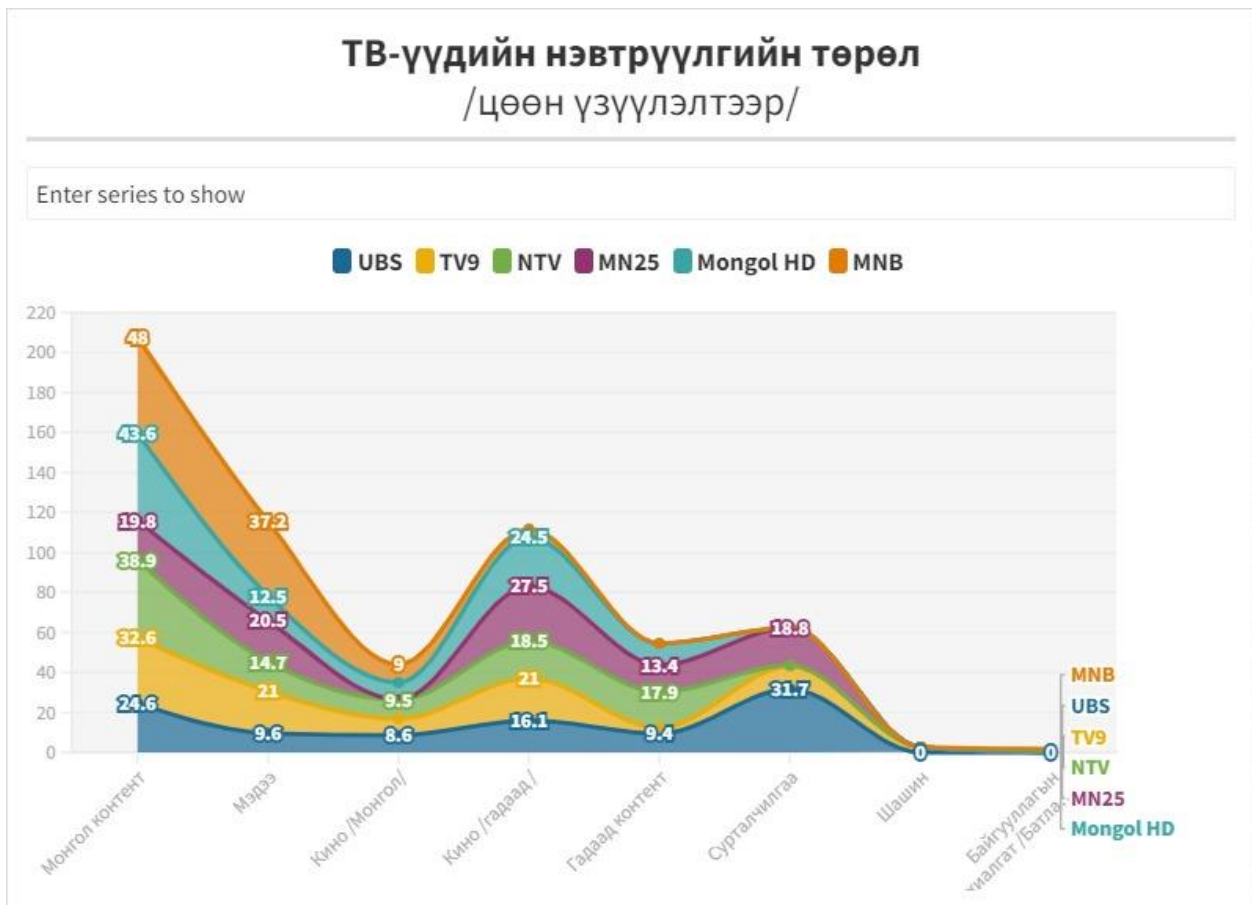


График №3. Телевизийн нэвтрүүлгийн төрөл.

Судалгааг дахин багцлаад гадаад дотоодын контентын хувь хэмжээг харьцуулан авч үзлээ. Ингэхдээ сурталчилгаанаас бусад мэдээ, кино, хүүхэд танин мэдэхгүй зэрэг бүх Монгол контентыг нэг, мөн кино, хүүхэлдэйн кино, танин мэдэхүй зэрэг гадаад контентыг нэгтгээд хоёр л үзүүлэлтэд багтаагаад харьцуулж үзэв.

Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз өөрийн үндсэн үүрэг хариуцлагынхаа хүрээнд аль болох үндэсний нэвтрүүлэг контент үзүүлэхийг зорьж байсан. Судалгаа хийсэн 7 хоногт үдэш бүрийн үзүүлэх уран сайхны киногоо Монгол олон ангит

кино үзүүлж дуусаад Энэтхэг олон ангит кино залгаж байсан нь Монголын олон ангит кино үйлдвэрлэл тийм ч их биш болохоор тасралтгүй Монгол олон ангит кино үзүүлдэггүй гадаадын ч олон ангит кино үзүүлдэг юм байна гэж дүгнэсэн. Харин судлаачийн хувьд 25-р суваг телевизийг өөрийн контент олонтой гэж үздэг бөгөөд олон нийтэд хүрсэн хэд хэдэн тогтмол теле нэвтрүүлгүүдтэй өргөн нэвтрүүлгийн суваг билээ. Гэвч 25-р суваг телевизийн хувьд эфирийн цагийн дийлэнх хувийг гадаад контент эзэлж байна. Энэ нь судалгаа хийсэн 7 хоногт нэг ч удаа монгол кино гаргаагүй. Нэг болон олон анги, хүүхэлдэйн

кинонууд бүгд гадаад, киноны цаг, давталт маш их байсантай холбоотой.

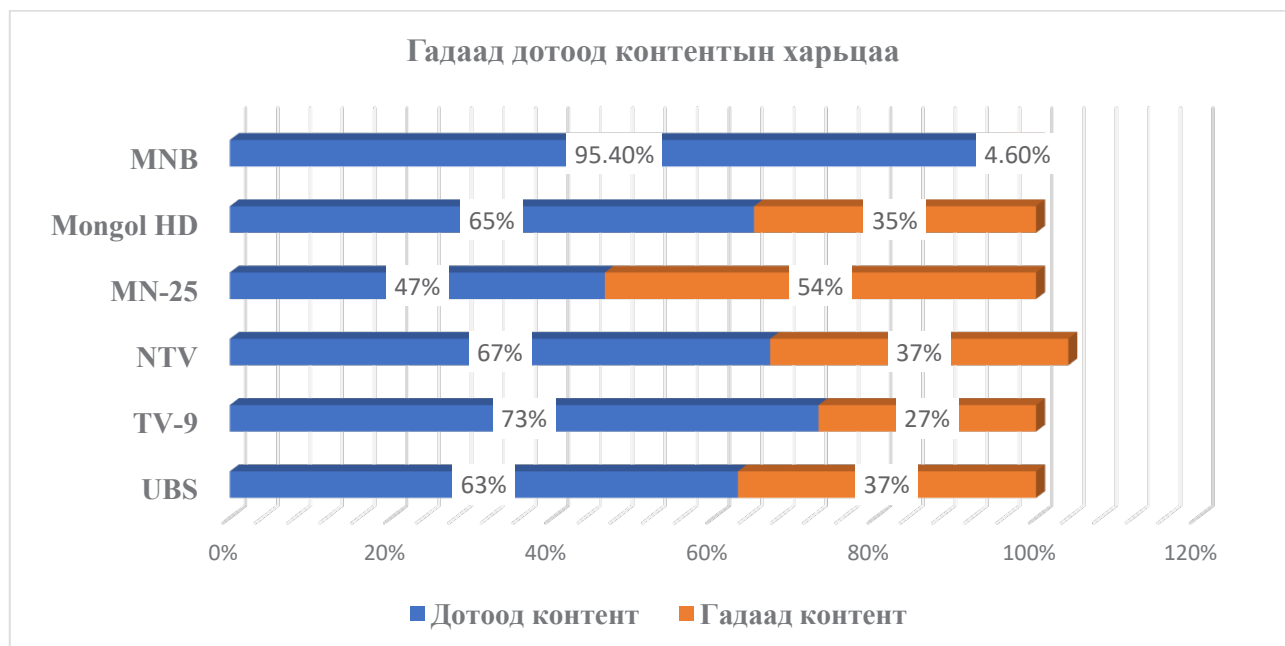


График №4. Гадаад, дотоод контентын харьцаа.

Тэгэхээр “25-р суваг” телевиз үндэсний кино гаргах тал дээр анхаарахгүй бол Соёлын тухай хууль, Харилцаа холбооны зохицуулах газрын шаардлагыг зөрчихөд ойрхон байна. Бусад телевизүүд уран сайхны болон хүүхэлдэйн кино Монгол, гадаад холимог байсан нь урьд өмнө хийсэн судалгаанаас дэвшилттэй байлаа. Энэ нь дээр дурдсан эрх зүйн зохицуулалтын үр нөлөө юм гэж үзэж байгаа. Гэсэн хэдий манай телевизүүдийн эфирийн цагийн бараг 30-50 хувийг гадаад контент эзэлж байна гэдэг бол нийгэмд үзүүлж байгаа гаднын соёлын хүчтэй нөлөө бол маш их байна гэсэн үг.

Хамгийн чухал нь хүүхдүүд маань юу үзэж байна вэ, хүүхдүүддээ зориулж телевизүүд ямар контент бэлтгэж байна вэ хэмээн аваад үзвэл харамсалтай нь нийт хувь хэмжээгээрээ хүүхдэд зориулсан контент маш бага, түүн дотор дийлэнх нь

гаднын хүүхэлдэй кино, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг байна. Төрөлх хэл, түүнийг дагаад соёлоо сурах, сэтгэлгээ нь төлөвшихөд хүүхдийн үзэж харж, сонсож ойлгож байгаа зүйл маш чухал байдаг. Хэлд орж буй бага насны хүүхдэд монгол хэл дээр гарч буй нэвтрүүлэг, кино их хэрэгцээтэй байдаг. Манай хийж буй хүүхэлдэйн кино хэлд орж буй болон Монгол хэл анх сурч буй хүүхдэд их хүнд хэллэгтэй, хэт хөдөө, нүүдэлчин ахуй харуулах гэж зорьдог нь хүрдэггүй байх талтай. Англи хэл дээрх контентууд маш энгийн, өөрийнхөө насанд таарсан мэдлэг мэдээлэл амархан авдаг. Гэтэл монгол хэлээр хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг үзэхэд ойлгомжгүй дээр нь маш цөөхөн болохоор хүүхдүүд англи хэлээрх ойлгомжтой контентоо үзээд англи хэлээр хэлд орж тухайн хэлний сэтгэлгээ нь гүнзгий сууж байгаа нь амьдралд түгээмэл байна.

Хүүхдийн контент

Гадаад, дотоод



График №5. Хүүхдийн контент.

Сүүлийн 40 жилийн хугацаанд телевиз, кино урлаг хүүхдэд хэрхэн нөлөөлж буй талаар 1000 гаруй судалгаа хийгдсэн байна. Судалгааг дэлхийн олон оронд янз бүрийн арьс өнгө, үндэстэн, нийгмийн бүлэгт хамаарагдах охид, хөвгүүдийг дунд явуулсан хэдий ч судалгааны үр дүн ижил гарчээ. Үр дүнд нь дэлгэцэн дээрх түрэмгийлэл нь хүүхдийг хүмүүстэй, амьтантай мөн амьгүй зүйлстэй харьцах харилцаа илүү түрэмгий болгож байгааг тогтоосон байна. Энэ нь телевизийн аливаа контент хүүхдэд маш хүчтэй нөлөө үзүүлж байдгийг нотолж байгаа юм.

Харилцаа Холбооны Зохицуулах Хорооноос гаргасан Телевизийн хөтөлбөрт тавигдах шаардлагыг батлах тухай 2021 оны 01-р сарын 29-ны өдрийн 01 тоот тогтоолд дурдсанаар:

“3.13. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг гэдэгт телевизээр нэвтрүүлэх зориулалтаар бэлтгэсэн хүүхдийн нас, бие, сэтгэхүйн онцлогт тохирсон, хүүхдийн хөгжил хүмүүжил, төлөвшилд чиглэсэн танин мэдэхүйн мэдлэг, боловсрол олгох нэвтрүүлгийг ойлгоно;

1.14. Балчир насны буюу 3+ насны ангилалтай хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг нь үндэсний бүтээл байх ба нэвтрүүлгийн үргэлжлэх хугацаа 15 мин ихгүй байна;

1.15. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэгт хүүхдийн болон хүүхэлдэйн киног оруулж тооцохгүй” гэжээ. (Харилцаа холбооны зохицуулах хороо, 2021)

Гэвч манай улсын телевизүүдийн хувьд хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгүүд дээрх зүйл заалтуудад нийцэхгүй байгаа юм. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэгт хүүхдийн болон хүүхэлдэйн киног оруулж тооцохгүй гэсэн хэдий ч

телевизээр гарах хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгийн дийлэнх хувийг хүүхэлдэйн кино эзэлсэн хэвээр байна. Манай улсын телевизүүдийн хүүхдийн нэвтрүүлэг дэх эх хэл дээрх нэвтрүүлэг болон гадаад улс орны орчуулгын нэвтрүүлгийн харьцааг авч үзэхэд дийлэнх хувийг буюу 76%-ийг орчуулгын нэвтрүүлэг эзэлж байна. Хэдийгээр телевизүүд хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг, контентыг нэмэгдүүлэх тал дээр анхаарал тавин ажиллаж байгаа хэдий ч нийт хүүхдийн контентын дөнгөж 24%-ийг эх хэл дээрх нэвтрүүлгүүд эзэлж байна. (Соёл-Эрдэнэ.Г, 2022)

Телевизүүдийн үндэсний өв соёл, уламжлалтай холбоотой нэвтрүүлгийн эзлэх хувь бага хэдий ч телевиз бүхэн ямар нэгэн хэмжээгээр

бие даасан нэвтрүүлэг гаргах гэж зорьж байгаа нь харагдсан. Тухайлбал, МҮОНТ-ийн “Монгол өв соёл” хөтөлбөр, Алтан сан хөмрөг: Эх өв: “Отор дагасан нүүдэл”, “UBS” телевизийн “Үндэсний соёлын дархлааг эрхэмлэгч UBS телевиз”, “Эсгий туургатан”, “ТВ-9” телевизийн “Өв соёлын товчоон”, “Монголын баялаг 330”, “NTV” телевизийн “Зууны хүлгүүд”, “Монгол бахархал-Адуучин залуу”, “MN-25 суваг” телевизийн “Авдрын мухарт 25”, “Энэ миний амьдрал”, “Монгол” телевизийн “Миний Монголын соёл”, “Заншлын хэлхээ” зэрэг монгол уламжлал, өв соёл, монгол хүний ахуй амьдрал харуулсан тогтмол нэвтрүүлэг телевиз болгон хоёр болон түүнээс олон байгаа юм.

■ Өв соёлын нэвтрүүлгүүд

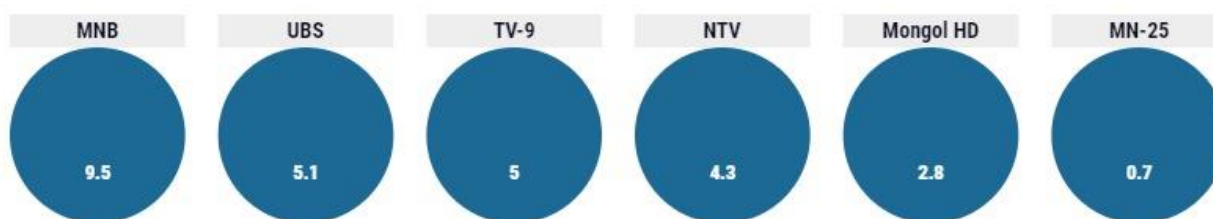


График №6. Монгол соёлын нэвтрүүлгүүд.

2005 онд баталсан Олон нийтийн радио телевизийн хуулийн хоёрдугаар бүлгийн 8 дугаар зүйл. Олон нийтийн радио, телевизийн хөтөлбөрийн бодлого хэсгийн 8.2.3-д үндэсний соёл, урлаг, түүх, ёс заншил, уламжлалыг хүндэтгэх, үндэсний эв нэгдлийг эрхэмлэн дээдлэх, хүрээлэн байгаа орчноо хамгаалахыг дэмжих (Олон нийтийн радио, 2005) хэмээн заасан байгаа юм. Энэ хуулийн хүрээнд Монголын олон нийтийн телевиз харьцангуй олон цагийн нэвтрүүлгийг энэ сэдэвт зарцуулдаг нь харагдсан.

Судалгаа хийсэн телевизүүдийн өв соёлын талаар нэвтрүүлгийн дундаж хувь 4,6 хувь байгаа нь маш бага. Түүнчлэн өв соёл гэхээр л нүүдэлчин ахуй, морь мал гэсэн цөөхөн хэдхэн сэдвийн хүрээнд үзүүлэх нь элбэг. Нэгэнт хүн амын талаас илүү хувь нь Улаанбаатартаа суурьшсан манай үзэгчдийн хувь өдөр тутмын амьдралаас хол ийм сэдвийг үзүүлэх нь сонирхолгүй байх талтай. Тиймээс Монгол соёл, өв уламжлалаа өнөөгийн нийгмийн амьдралтай, хүмүүсийн сонирхолд хэрхэн нийцүүлэн үзүүлэх вэ гэдэг дээр анхаарах нь зүйтэй юм.

ТВ-үүдийн өв соёлын сэдэвт нэвтрүүлгийн дундаж хувь

■ Өв соёл ■ Бусад нэвтрүүлэг



График №7. Монгол соёл /Нийт телевизийн эфирт эзлэх хувь.

Өнөөгийн даяаршиж буй нийгэм, хүн амын шилжилт хөдөлгөөн, хотжилт, уул уурхай зэрэг олон хүчин зүйлийн нөлөөгөөр монголчуудын уламжлалт ахуй, соёл ихээхэн өөрчлөгдөж байна. Соёлын даяаршлын үед үндэсний соёл өөрийн хэв маягаар оршин тогтнох гол хөшүүрэг бол соёлын дархлаа буюу үндэсний соёлоор бахархах үзэл мөн. Орчин үед "даяаршил, дэлхийжилт" гэж бидний нэрлэж байгаа үйл явц орчин цагийн нийтийн соёл, залуусын соёлын төрөл зүйлүүд, урлагийн олон урсгал хүч түрэн орж ирж уламжлалт соёлыг амьдралаас шахаж, оршин тогтнож хөгжих орон зайг нь улам хумьсаар" (Б.Мөнхбадрал, 2020) байгаа тухай судлаачид бичиж байна.

Дүгнэлт: Хэдийгээр олон телевиз өрсөлдөж, урьд өмнөхтэйгөө харьцуулахад нэвтрүүлгийн чанар, хийц, сэдэв ур чадварт ахиц гарсан ч өнөөгийн үзэгчдийнхээ хэрэгцээ шаардлагыг хангаж чадахгүй байна. Ингэж үзэх хэд хэдэн шалтгаан байгаагийн хамгийн эхэнд дурдахад контент үйлдвэрлэл маш бага, эфирийн цагаа дүүргэхийн тулд давталт ихтэй нь

телевизүүдийн хөтөлбөрөөс анзаарагдлаа. Гаднын контентын хувь өндөр хэвээр. Гагцхүү ХХЗХ-ноос баталсан шаардлага болон Соёлын тухай хуулиар хязгаарлагдаж заасан хувь хэмжээнд баригдаж байна. Дотоодын контент нь үзэгчдийг сонирхол татахгүй, хэрэгцээт мэдээллийг нь өгч чадахгүй болохоор үр нөлөө нь сул юм. Телевиз бүр ямар нэг байдлаар Монгол соёл, өв уламжлалын тухай нэвтрүүлэгтэй байгаа нь тухайн редакцын бодлого төлөвлөлтөд туссан байна. Гэвч маш цөөхөн нэвтрүүлэг, бага цагаар гаргадаг. Хамгийн олон цагийг энэ сэдэвт зориулдаг МҮОНТ-ийг аваад үзвэл өв соёлын тухай 7 хоногт 10 аад нэвтрүүлэг гаргаж байсан. Гэвч тэдгээр нэвтрүүлгүүд тогтмол, системтэй биш 7 хоногт 1 удаа гараад дараагийн 7 хоногт байхгүй байх жишээтэй байна. Бас нэг анхаарал татам үзүүлэлт бол хүүхдийн нэвтрүүлгийн дийлэнх хувь нь гаднын контент байна. Гадаадад өсөж байгаа, монголдоо ч англи хэлээр хэлд орж байгаа хүүхдүүдэд эх хэлээр нь сонирхол татахаар, монгол соёлын элемент шингээсэн контент туйлын эрэлт хэрэг-

цээтэй байгааг манай телевизийн уран бүтээлчид анхаарч үзэх нь зүйтэй.

Иргэд олон нийтээ гаднын соёлын нөлөөнд хэт автахаас сэргийлэх, өөрийн соёлын дархлааг бий болгох нь нэн чухал асуудал гэдгийг олон орон ойлгож зохицуулалт хийсэн байдаг аж. Тиймээс манай улс ч өөрийн соёл хувь чанар, дахин давтагдашгүй онцлог шинжээ хадгалж үлдэхийн тулд телевизийн нэвтрүүлгийн зохицуулалтаа эргэн харж, нарийвчилсан хязгаарлалтыг тогтоох өгөх нь гаднын соёлын нөлөөнөөс хамгаалах төдийгүй үндэсний контент хөгжих нөхцөл боломжийг бүрдүүлж өгөх юм.

Эшлэл

1. Болд-Эрдэнэ.Б. 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ. 200-р тал.
2. Дулам.С. 2020. Арвис үг. Улаанбаатар.
3. Б.Мөнхбадрал.Б. 2020. Монгол үндэсний дархлаа ба үндэсний нэгдмэл үнэт зүйл. УБ.
4. Соёл-Эрдэнэ.Г. 2022. Сургуулийн өмнөх насны хүүхдийн сэтгэлзүйд үзүүлэх телевизийн хүүхдийн нэвтрүүлгийн нөлөө. УБ.
5. Broadcasting Services Act Australia. 1992
6. Sreberny-Mohammadi, Annabelle. "Media Covers the Word", in John Downing, Ali Mohammadi and Annabelle Sreberny-Mohammadi, Questioning the Media: A Critical Introduction (Newbury Park:Sage, 1990), p.296-307.
7. Baker&McKenzie Guide to Media and Content Regulation in Asia Pacific. 2012
8. Schiller Herbert I. Communication and Cultural Domination (New York: International Arts and Sciences Press, 1976) Cited in Sedigheh Babran. "Media Globalization of Culture, and Identity Crisis in Developing Countries" in Intercultural Communication Studies vol.17,no2 (International Association for Intercultural Communication studies. 2008)
9. 1997 Regulations on Administration of Radio and Television and the 2004 Regulations for the Administration of Production of, and Dealing in, Radio and Television Programmes.
10. Харилцаа холбоог зохицуулах хороо, Харилцаа холбоог зохицуулах хорооны тогтоол, 2015 <https://crc.gov.mn/contents//raw/6/18/47/togtool-2015-15.pdf>
11. Соёлын тухай хууль 2015. УБ. <https://www.legalinfo.mn/additional/details/2133?lawid=454>
12. Харилцаа холбооны зохицуулах хороо. 2015. УБ. <https://crc.gov.mn/k/375>
13. Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хууль 2005. УБ. <https://legalinfo.mn/mn/detail/424>

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Ames, Paul. "EC Braces for Clash with U.S. Over Movies" Associated Press, 2 oct. 1993 Cited in Emilee Rauschenberger. Deconstructing Cultural Imperialism., 2003.
2. DDB Worldwide. America and Cultural imperialism. 2002 .p.2
3. Rauth, Robert K. "The Myth of Cultural Imperialism" The Freeman, a publication of the Foundation for Economic Education, Inc., 1988, Vol.38 Cited in Emilee Rauschenberger. Deconstructing Cultural Imperialism., 2003.
4. "Монгол бүтээл" үндэсний хөтөлбөрийг боловсруулах үндэслэл, шаардлага.
5. Sedighah Babran. "Media, Globalization of Culture, and Identity Crisis in Developing Countries" in Intercultural Communication Studies vol.17, no.2 (International Association for Intercultural Communication studies. 2008), p214.
6. Tornlinson, John. Cultural Imperialism:A Critical Introduction (Baltimore: Jonns Hopkins University Press, 1991) p125
7. Baker& McKenzie, Guide to Media and Content Regulation in Asia Pacific. 2012, p.32.

Summary

One of the strongest media that has an impact on social psychology is television. Due to its extensive broadcasting of foreign cultural materials, Mongolian cultural immunity is under threat. The percentage of foreign content in television broadcasting is still high as a result of lax legislative regulation. As a result, there is a strong cultural effect from other nations on the manner of life, language, culture, and thought of Mongolians. The proportion of materials that discuss Mongolian history, culture, tradition, and legacy is quite low, and the current contents are not expertly produced. The process of fostering cultural immunity to young people's language, culture,

upbringing, manners, and distinctive national features is negatively impacted by this tendency. The fact that a significant portion of youth-targeted content on television, radio, cable channels, and internet media is produced abroad has a significantly higher impact for the negative result. Television producers must consider the absolute high demand for shows containing cultural components. Mongolia must therefore evaluate its television programming regulations and establish specific restrictions in order to preserve our cultural distinctiveness. It will protect Mongolia from foreign cultural influence and serve as a sandbox for further development of national content.