

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ
ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№22/561

ШУС, НУС

2021

**ДЭЛХИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН АГЕНТЛАГУУДЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ,
ХӨГЖЛИЙН ЧИГ ХАНДЛАГА**

Н.Ариунзаяа*

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн ахлах багш, доктор (Ph.D)

Түлхүүр үгс: Глобал агентлаг, дэлхийн мэдээ, мэдээллийн бөөний нийлүүлэгчид, медиа хаус, засгийн газар

Өнгөрсөн зууны дунд үеэс дэлхий дахины эдийн засаг, улс төр, нийгмийн үйл ажиллагаанд даяарших үйл явц өрнөж эхэлсэн. Энэ үйл явцад сэтгүүл зүйн үүрэг оролцоо нэн чухал юм. Өөрөөр хэлбэл мэдээлэл нь даяарших үйл явцыг өдөөгч, мөн эрчимжүүлэгч болж байдаг. Дэлхий ертөнцийн талаарх бидний ойлголт, төсөөллийг ихэвчлэн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл бий болгодог. Тэр дундаа мэдээллийн агентлагуудыг тухайн ойлголт, төсөөллийг бүрдүүлэх гол хүч гэж үздэг.

Мэдээллийн агентлагууд үүссэн цагаасаа өнөөдрийг хүртэл мэдээллийн ертөнцөд чухал үүрэг гүйцэтгэж, олон жилийн түүхийг бичилцсэн. 1830-1940-өөд онд хэсэг сонины хамтарсан санаачилгаар анхны мэдээллийн агентлагууд байгуулагдсан (Sciencedirect.com) юм. Тэдгээрийн анхны зорилго нь

хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд үйл ажиллагааныхаа зардлыг бууруулах, гадаад захидал харилцааны хүрээгээ өргөжүүлэх явдал байлаа. Уг санаачилгын үрээр өнгөрсөн жилүүдэд үйл ажиллагааных нь цар хүрээ, хүртээмж эрс нэмэгдсэн байдаг. Өнөөгийн агентлагууд улс төрөөс спорт, эдийн засаг хүртэл, санхүүгийн мэдээллээс зугаа цэнгэлийн мэдээ хүртэлх бүхий л сэдвийг хамарсан “мэдээллийн бөөний нийлүүлэгчид” (Jelle Boumans et al, 2018) болоод байна. Тэднийг нарийвчлалтай, хамгийн хурдан, хамгийн бодитой мэдээллийг хүргэх нэр хүндтэй субъект, мөн “мэдээллийн ертөнцийн зүрх” гэж тодорхойлсон байдаг.

Өнөөдөр дэлхийн өнцөг булан бүрд олон улсын болон бүс, орон нутгийн мэдээллийн хэрэгслүүдийн мэдээний өрөө байнга нээлт-тэй, мэдээллийн урсгал тасралтгүй эргэлддэг болсон байна. Ингэж зогсолтгүй эргэлт хийхэд буюу 24/7 цагийн мэдээллийн мөчлөгийг даван туулах, цаашлаад мэдээллийг хамгийн түрүүнд олж авч дамжуулах,

мөн үйлдвэрлэлийн зардлаа бууруулах гэх мэт зорилгоор мэдээллийн хэрэгслүүд олон улсын мэдээллийн агентлагуудаас улам бүр хамааралтай болж байгаа дүр зураг харагдаж байна. Энэ дүр зураг өнөөдөр мэдээллийн урсгалын голлон тоглогч болоод байгаа онлайн сэтгүүл зүйд бүр ч хүчтэй илэрч байна. Тодруулбал АНУ-ын судлаач Жонстон болон Патерсон нар судалгааныхаа ажилд “Онлайн сэтгүүл зүй агентлагуудын мэдээг тэр чигээр нь нийтэлдэг бол, сонин баримтыг нь ашиглаж дахиж бичдэг” хэмээсэн байна.

Хэдийгээр агентлагууд дэлхийн өнцөг булан бүрээс өндөр нарийвчлалтай баримт, мэдээллээр медиа хаусуудыг хангах нийгмийн чухал үүргээ үүсгэн байгуулагдсан цагаасаа өнөөдрийг хүртэл амжилттай биелүүлж байгаа ч тэдний үйл ажиллагааны өнөөгийн байдал, чиг хандлагын талаар онцлон үзэх асуудлууд бас байна.

Материал ба арга зүй. Өнөөдөр дэлхий дээр олон улсын, бүс нутгийн болон үндэсний хэмжээний 200 орчим мэдээллийн агентлаг үйл ажиллагаагаа явуулж байна (4imn.com). Тэдгээр нь дотроо глобал болон бүс, орон нутгийн гэсэн ялгаатай. Олон улсын мэдээллийн агентлагууд буюу глобал мэдээллийн агентлагуудыг “бөөний худалдаачид” гэж нэрлэдэг бөгөөд тэдгээр нь дэлхий даяар мэдээ цуглуулж, түүнийгээ үндэсний болон орон нутгийн мэдээллийн бусад агентлагууд, интернэтэд мэдээ нийлүүлэгчид, бизнес эрхлэгчид, санхүүгийн байгууллагууд, засгийн газар болон

хувь хүн гэх мэт харилцагчдадаа зардаг. 1990-ээд оноос хойш дэлхийн дөрвөн том мэдээллийн агентлаг гэж хүлээн зөвшөөрөгдсөн агентлагууд бол Reuters, Associated Press (AP), Agence France Presse (AFP) болон United Press Information (UPI) (nationsonline.org) юм. Гэвч сүүлийн 10-аад жилийн хугацаанд (UPI)-ийн рейтинг буурсан.

Хэдийгээр дээрх агентлагууд дэлхийн хэмжээний корпорацууд гэгддэг ч бүгд тодорхой нэг үндэстэн, улс орны харьяалалтай байсаар ирсэн. Жишээлбэл (AFP) Францын, (AP) болон (UPI) Америкийн, Reuters Английн гэх мэт. Эдгээр агентлагуудыг үнэхээр дэлхийн агентлаг болгодог зүйл нь дэлхийн хамгийн алслагдсан өнцөг булан бүрээс мэдээ мэдээллээ бэлтгэж, хаа сайгүй түгээх чадвар юм. Хэдийгээр Герман дахь Deutsche Presse Agentur (DPA) болон Испанийн Олон улсын мэдээллийн агентлаг (EFE) нь тус тусын бүс нутагтаа чухал үүрэг гүйцэтгэдэг боловч судлаачид Рантанен, Бойд-Барретт нар тэднийг дэлхийн томоохон агентлагуудын тоонд оруулдаггүй (Рантанен & Бойд-Барретт, 2004). Мөн хуучин ОХУ-ын ИТАР-ТАСС, БНХАУ-ын Синьхуа агентлагууд ч ялгаагүй. Учир нь тэдгээр мэдээллийн агентлагийн үйл ажиллагаа нь засгийн газруудынхаа хэлтсийн үйл ажиллагаанаас ялгагдах юмгүй. Нэг үгээр хэлбэл тэд арилжааны компанийн үүргийг гүйцэтгэдэггүй, ямар нэгэн байдлаар эрх баригчдын нөлөөнд үйл ажиллагаагаа явуулдаг байна.

Хэдийгээр ИТАР-ТАСС Оросын мэдээллийн гол эх сурвалж болдог боловч Интерфакс агентлаг түүнтэй өрсөлдөж, улмаар түүний үр нөлөөг багасгаж байна. Мөн үйл ажиллагааныхаа цар хүрээгээр дээгүүрт ордог Азийн өөр нэг агентлаг бол гадаадын 50 улсад байрлаж англи хэлээр мэдээлэл түгээдэг, олон улсад төлөөлөлтэй Японы Киодо агентлаг юм. Дэлхийн гурван том “аварга”-ыг бусад агентлагаас ялгаруулж байдаг зүйл бол өөрийн нутаг дэвсгэрээс хальж өөр зах зээлд нэвтрэх чадвар юм. Дэлхийн гурван агентлаг барууны бус зах зээлд амжилттай нэвтэрч чадсан бол Синьхуа, Киодо зэрэг тодорхой бүс нутагтай холбоотой агентлагуудын талаар ийм дүгнэлт хийж болохгүй.

Үйл ажиллагааныхаа цар хүрээгээр олон улсын мэдээллийн агентлагуудтай эн зэрэгцэж дэлхийн өнцөг булан бүрд өөрийн сэтгүүлчээ суулгадаг мэдээллийн хэрэгслүүд байдаг. Жишээлбэл Таймс, Дэйли Телеграф, Файнаншл Таймс, Гардиан оф Лондон мөн Францын Ле Монде, Нью Йорк Таймс, Вашингтон Пост, Лос Анжелес Таймс, Уолл Стрит Журнал болон АНУ-ын бусад томоохон хэвлэлүүдийг нэрлэж болно. Түүгээр ч үл барам эдгээр хэвлэлийн зарим нь өөрсдийн бэлтгэсэн мэдээг АНУ болон гадаадын бусад мэдээллийн байгууллагуудад зарж борлуулдаг. Энэ утгаараа эдгээр сонинууд дэлхийн мэдээллийн агентлагуудтай хамтран ажиллахын зэрэгцээ бас өрсөлддөг байна. Гэсэн хэдий ч эдгээрийн аль нь ч

дэлхийн гурван том мэдээллийн агентлагаас давж гардаггүй.

Үр дүн. Дэлхийн мэдээллийн тавцан дээр ноёлох байр суурьтай “дуу хоолой”-н тоо харьцангуй цөөн байна гэж үзэж болно. Дэлхийн мэдээллийн агентлагуудын томоохон тоглогчид эдийн засгийн мэдээлэлд их ач холбогдол өгдөг. Энэ нь санхүүгийн мэдээ, мэдээлэл дэлхийн эдийн засгийн үйл ажиллагаанд чухал ач холбогдолтой болсонтой холбоотой юм. Энэ тавцанд Ройтерс сүүлийн 150 шахам жил тэргүүлж байна (iosrjournals.org).

1980-аад оноос эхлээд Ройтерс агентлаг, Associated Press (AP), Dow Jones (DJ), болон Commodity News Service (CNS) зэрэг нь энэ чиглэлээр үйл ажиллагаагаа явуулдаг бусад чухал үүрэг гүйцэтгэгчдийг орлож чадсан бөгөөд санхүүгийн мэдээ, мэдээлэл нийлүүлдэг дэлхийн тэргүүлэх үйлчилгээ үзүүлэгч болсон байдаг.

Гэсэн хэдий ч AP-DJ буюу AP, Dow Jones нар хүчээ нэгтгэснээр Ройтерс агентлаг ширүүн өрсөлдөөнтэй тулгарч байна. Мөн санхүүгийн мэдээллийн зах зээлийн хүчтэй тоглогчдын нэг нь яах аргагүй Bloomberg-ийн мэдээллийн үйлчилгээ юм. Тэд дэлхийн өнцөг булан бүрд 24 цагийн туршид санхүүгийн мэдээ хүргэдэг бөгөөд Bloomberg News нь 73 орны 150 хэрэгсэлд таван хэлээр мэдээ хүргэж байна (britannica.com).

Agence France Presse (AFP) Энэхүү мэдээллийн агентлаг нь дэлхийн анхны мэдээллийн агентлаг бөгөөд 1835 онд Хавас нэртэй бай-

гуулагдсан юм (britannica.com). Дэлхийн хоёрдугаар дайны үед Франц улсыг нацистуудын эзлэн түрэмгийллээс чөлөөлсний дараа Agence France Presse нэртэй болсон байдаг. Энэ мэдээллийн агентлаг дэлхийн өнцөг булан бүрээс 24 цагийн турш дуу, дүрс, видео, график болон урьдчилан бэлтгэсэн мультимедиа форматыг хүлээн авч сонин, үндэсний мэдээллийн агентлагууд, телевиз, радио зэрэг өргөн хүрээнд түгээдэг байна. Өнөөдрийн байдлаар тус агентлаг 2400 ажилтантай, үүнээс 1700 сэтгүүлч 151 орны 260 хотуудад 16 хэлээр (afr.com) мэдээ, мэдээллээ хүргэж байна.

Associated Press (AP) 1846 онд байгуулагдсан AP өнөөдөр дэлхийн хэмжээнд бие даасан мэдээ цуглуулах хамгийн том эх сурвалжуудын нэг юм. AP нь өөрийгөө дэлхийн мэдээллийн системийн ноён нуруу гэж үздэг бөгөөд өдөр тутмын олон мянган сонин, радио, телевиз, онлайн хэрэглэгчдэд бичвэр, гэрэл зураг, график, аудио, видео бичлэгээр үйлчилдэг. Нью-Йорк хотод төвтэй AP-ийн эрхэм зорилго нь нарийвчлалтай, тэнцвэртэй мэдээллээр хамгийн чанартай, найдвартай, бодитой мэдээллийн үйлчилгээ үзүүлэх дэлхийн мэдээллийн чухал сүлжээ байх явдал юм. Тус агентлаг 3700 орчим ажилтантай бөгөөд, тэдний гуравны хоёр нь мэдээ цуглуулагчид юм. Тэд дэлхийн 300 гаруй газарт ажилладаг. AP нь дотоодын гишүүд, олон улсын захиалагчид, арилжааны шинж чанартай үйлчлүүлэгчдэд мэдээ материалаа тасралтгүй дам-

жуулдаг. AP салбартаа хамгийн нарийн дижитал гэрэл зургийн сүлжээ, 24 цагийн туршид тасралтгүй шинэчлэгддэг онлайн мэдээллийн үйлчилгээ, телевизийн хамгийн сүүлийн үеийн мэдээллийн үйлчилгээ, АНУ-ын хамгийн том радио сүлжээ зэргээр үйлчилдэг байна. Мөн дэлхийн түү-хэн болон орчин үеийн зургуудын хамгийн том дижитал архивтай. AP нь Пулицерын шагналыг 54 удаа хүртсэн юм (ap.org). AP-ийг засгийн газраас санхүүжүүлдэггүй. AP нь ашгийн төлөө бус мэдээллийн хоршоо бөгөөд Америкийн сонин, өргөн нэвтрүүлгийн гишүүдийн мэдэлд байдаг. Тэд хоршоог удирдан чиглүүлэх үүрэгтэй Удирдах зөвлөлөө сонгодог.

Reuters 1851 онд Лондонд анхны оффисоо нээсэн бөгөөд түүний үүрэг нь Лондон, Парисын хооронд хөрөнгийн зах зээлийн үнийн санал илгээх явдал байсан (britannica.com). Ройтерс агентлаг 1861 он гэхэд Өмнөд Африкт, мөн Австрали, Ази зэрэг бусад оронд сурвалжлагчтай болсон. 1915 онд хувийн компани болж, 1984 онд олон нийтэд нээлттэй болсон байна. Ихэнх хувьцаа эзэмшигчид нь АНУ, Их Британид байдаг. Ройтерс агентлагийн гол үүрэг нь санхүүгийн мэдээг зах зээлд нийлүүлэх явдал бөгөөд 157 орны мэдээллийн байгууллага уг үйлчилгээг авдаг байна. Тус компани хувийн хиймэл дагуулын сүлжээ, болон интернэтийн үйлчилгээ үзүүлдэг бөгөөд уг үйлчилгээг сард 50 сая хэрэглэгч авдаг байна.

Үндэсний мэдээллийн агентлагууд. 1850-иад онд анх үүссэн хөгжингүй орнуудын үндэсний мэдээллийн агентлагууд 170 гаруй жилийн турш оршин тогтнож байна. Үндэсний агентлагууд байгуулагдсан нь олон улсын худалдаа, санхүүгийн урсгалын өсөлт, бүс нутгийн болон үндэсний мэдээллийн системийн хөгжил, төлөвшил, авто зам, төмөр болон усан зам, электрон холбооны системийг боловсруулж, сайжруулсан зэрэг олон зүйлсийн үр дүн байсан (ijoc.org). Үндэсний агентлагууд Дэлхийн хоёрдугаар дайнаас өмнөх үед Европ, Хойд Америк, Ази, Африкийн цөөхөн улсуудад байгуулагдсан. Харин дэлхийн хоёрдугаар дайны дараа колоничлол буурч, Африк, Ази, Ойрх Дорнодод шинээр тусгаар тогтносон олон тооны улс орнууд бий болсон юм.

Хөгжингүй болон хөгжиж байгаа орнуудын аль алины үндэсний мэдээллийн агентлагууд нь гадаад улс орнуудад өөрийн орны нэр хүндийг өсгөж, дүр төрхөө эергээр сурталчлах (montsame.mn), эх орондоо үндэстний үзлийг идэвхжүүлэхэд хувь нэмрээ оруулах байгууллагууд гэж үздэг. Гол асуудал нь үндэсний мэдээллийн агентлагууд засгийн газруудтайгаа хэт ойр дотно харилцаатай буюу засгийн газруудынхаа санхүүжилтээс бүрэн, эсвэл хэсэглэн хамааралтай байдаг. Энэ нь тэднийг засгийн газрын эрхшээлд оруулахад хүрдэг.

Нөгөөтээгүүр үндэсний мэдээллийн агентлагууд, ялангуяа хөгжиж буй манайх шиг орнуудын мэдээллийн

агентлагууд олон улсын мэдээллийн урсгалын тэнцвэргүй байдлыг засаж залруулах, үндэсний болон олон улсын хэрэглэгчдийн аль алиных нь хувьд илүү тэнцвэртэй дүр төрхийг бий болгоход чухал үүрэг гүйцэтгэнэ гэж үздэг.

Өмчлөлийн хувьд үндэсний мэдээллийн агентлагууд дараах гурван хэлбэрт хуваадаг (britannica.com).

1. Үндэсний агентлагуудын 43 орчим хувийг тус тусын засгийн газар эзэмшдэг, эсвэл татаас авдаг;
2. Үлдсэн 57 хувийн 31 хувийг хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд эзэмшдэг, эсвэл хоршоодын өмчлөлийн хэлбэр байдаг;
3. 26 хувьд өмчлөлийг төр ба хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр хуваадаг. Статистик мэдээллээс харахад дэлхийн үндэсний агентлагуудын 73 орчим хувийг засгийн газар эзэмшдэг байна. Нэг үгээр хэлбэл засгийн газрууд орон нутгийн мэдээллийн үйл ажиллагаанд гол үүрэг гүйцэтгэсээр байна (ijoc.org) гэж хэлж болно.

Дэлхийн болон үндэсний мэдээллийн агентлагуудын харилцаа. Үндэсний мэдээллийн агентлагууд дэлхийн мэдээллийн агентлагуудаас одоог болтол хамааралтайг судлаач Бойд-Баррет, Рантанен нар өгүүлжээ. Тэгвэл энэ хараат байдлыг 1900-аад онд байгуулагдсан мэдээллийн картель илүү тод харуулдаг байсан (seattletimes.com). Нэг үгээр хэлбэл глобал мэдээллийн агентлагуудаас

хараат байдал эхэлсэн. 19-р зууны дэлхийн мэдээллийн картель Европын гурван мэдээллийн агентлаг болох Ройтерс (Их Британи), Хавас (Франц), Вольф (Герман) нар хамгийн анх үүсгэсэн. 1859 онд гарын үсэг зурсан картелийн гэрээнд эдгээр гурван компани дэлхийн мэдээллийн зах зээлийг гурав хуваасан гэрээ байсан. АНУ-ын Ассошиэтед Пресс (AP) 1927 онд энэхүү картельд нэгдсэн. Гэрээний дагуу үндэсний агентлаг мэдээг өөрийн харьяаллын дэлхийн агентлагт үнэ төлбөргүй өгөх ёстой байсан бөгөөд олон улсын мэдээг зөвхөн энэ агентлагаас худалдаж авах ёстой байв. Тиймээс дэлхийн нэг агентлаг өөрийн нутаг дэвсгэр дэх мэдээллийн урсгалыг бараг бүрэн хянадаг байсан гэж хэлж болно. 1934 он буюу картель задрах хүртэл мэдээллийн бусад агентлагууд эдгээр дэлхийн агентлагуудын онцгой нутаг дэвсгэрт нэвт-

рэхээс сэргийлж байв. Үүнээс үндэсний агентлаг өөрийн нутаг дэвсгэрийг хангадаг, хянадаг дэлхийн агентлагаас бүрэн хамааралтай байсныг харж болно.

«

Дэлхийн мэдээллийн агентлагууд олон улсын мэдээллийн зах зээлийг монополчилж байхтай зэрэгцээд үндэсний мэдээллийн агентлаг дотоодын зах зээлд олон улсын мэдээ хүргэх монопол эрхтэй байв. Нэг үгээр хэлбэл дэлхийн болон үндэсний агентлагуудын хоорондын харилцаа нь харилцан хамаарлын нэг хэлбэр байсан бөгөөд нэг нь дэлхийн, нөгөө нь үндэсний гэсэн онцгой байдлын хоёр өөр хэлбэрээр тодорхойлогддог байв.

Нэг талаас үндэсний агентлагууд олон улсын шинж чанартай мэдээний хувьд дэлхийн мэдээллийн агентлагуудаас хараат байгаа бол, нөгөө талаар дэлхийн мэдээллийн агентлагууд мэдээллээ олон нийтэд хүргэхийн тулд тухайн орны эрүүл зах зээл, мэдээллийн агентлагт найддаг дүр зураг харагдаж байна.

»

даас хараат байгаа бол, нөгөө талаар дэлхийн мэдээллийн агентлагууд мэдээллээ олон нийтэд

Дэлхийн мэдээллийн агентлагууд олон улсын мэдээллийн зах зээлийг монополчилж байхтай зэрэгцээд үндэсний мэдээллийн агентлаг дотоодын зах зээлд олон улсын мэдээ хүргэх монопол эрхтэй байв. Нэг үгээр хэлбэл дэлхийн болон үндэсний агентлагуудын хоорондын харилцаа нь харилцан хамаарлын нэг хэлбэр байсан бөгөөд нэг нь дэлхийн, нөгөө нь үндэсний гэсэн онцгой байдлын хоёр өөр хэлбэрээр тодорхойлогддог байв.

Нэг талаас үндэсний агентлагууд олон улсын шинж чанартай мэдээний хувьд дэлхийн мэдээллийн агентлагуудаас хараат байгаа бол, нөгөө талаар дэлхийн мэдээллийн агентлагууд мэдээллээ олон нийтэд

хүргэхийн тулд тухайн орны эрүүл зах зээл, мэдээллийн агентлагт найддаг дүр зураг харагдаж байна.

Үндэсний агентлагууд орон нутгийн мэдээллийн зах зээлийг идэвхжүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Харин дэлхийн агентлагуудад орон нутгийн мэдээлэл гол эх сурвалж болдог байна.

Шинэ мянган - өнөөгийн байдал. Reuters, AP, AFP Их гурван агентлаг шинэ мянганы глобал мэдээллийн зах зээлд давамгайлж байна (sciendo.com). Эдгээр гурван агентлаг зах зээлд оршин тогтнох өөр өөрийн гэсэн стратегитай. Ройтерс хэвлэл мэдээллийн орчноос гадуурх үйлчлүүлэгчдэд зориулсан санхүүгийн мэдээ, цахим үйлчилгээнд ихээхэн анхаарал хандуулдаг. AP нь АНУ-ын дотоодын зах зээлд виртуал монопол эрх эдэлж, засгийн газрын хөндлөнгийн оролцооноос харьцан-гүй бие даасан байдлыг олж авч чадсан байна. Өнөөдөр Францын засгийн газар AFP-ийн мэдээллийн үйлчилгээг авсныхаа төлөө жилд нийт хөрөнгийнх нь 4 хувьтай тэнцэх төлбөрийг төлдөг байна.

Эдгээр гурван агентлаг дэлхий даяар давамгайлсан хэвээр байгаа боловч орон нутгийн зах зээл дээр үндэсний агентлагууд голлон тоглогч байсаар байна. Өөрөөр хэлбэл үндэсний агентлаг тухайн улс орондоо орон нутгийн болон олон улсын мэдээг түгээхэд шууд, салшгүй үүрэг гүйцэтгэж байна. Канадын үндэсний агентлаг болох Canadian Press-ийн судалгаагаар үндэсний агентлагууд үндэсний

бодлоготой холбоотой асуудлаар дэлхийн агентлагуудаас хамаагүй илүү нөлөөтэй болохыг харуулсан. Цаашилбал, дэлхийн агентлагууд дэлхийн зах зээлд ноёрхож байгаа хэдий ч тухайн улс орны хэвлэл мэдээллийн компаниуд мэдээллийн агуулгыг сонгох, олон улсын мэдээг чанарын хувьд өөрчлөх замаар “хаалгач”-ийн үүргийг гүйцэтгэж байна. Тиймээс “дэлхийн дүр төрхийг бий болгох” үйл явц нь дэлхийн агентлагуудынхаас гадна үндэсний агентлагууд болон орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудын оролцоотой явагдаж байна. Бойд-Барреттын хэлснээр үндэсний агентлагууд үндэстнийг төлөвшүүлэх, тодорхой үндэстэнд харьяалагдах, тэр мэдрэмжийг бий болгоход чухал үүрэг гүйцэтгэж байна гэсэн байна.

Өнөөгийн дүр төрхийг харуулж буй өөр нэгэн асуудал бол үндэсний зарим агентлаг үйл ажиллагаагаа зогсоох, эсвэл Танзанийн мэдээллийн агентлаг SHIHATA (dailynews.co.tz) шиг бүрмөсөн хаагдах, мөн Европын үндэсний мэдээллийн агентлагууд шиг ирээдүйдээ итгэх итгэлээ алдсан (lse.ac.uk) дүр зураг юм. Үүний гол шалтгаан нь муж, үндэсний засгийн газартаа үнэнч байсны улмаас олон нийтийн итгэл үнэмшлийг алдсантай холбоотой юм. Энэ тохиолдолд глобал мэдээллийн агентлагуудын орон нутгийн болон үндэсний мэдээллийн урсгалд нөлөөлөх нөлөөлөл улам бүр хүчирхэгжих төлөв харагдаж байна. Нэг үгээр хэлбэл дэлхийн мэдээллийн агентлагаас улам бүр

хамааралтай болж буй юм. Бас нэг хандлага нь нийтээрээ буюу дэлхий даяар, үндэсний, бүс нутгийн болон дэлхийн хэмжээний мэдээллийн агентлагууд зах зээлд чиглэсэн хандлага руу хэсэгчлэн, эсвэл бүрмөсөн шилжиж байгаа явдал мөн.

Дүгнэлт. Үндэсний мэдээллийн агентлагуудын үйл ажиллагааны үр нөлөө сулрахын хэрээр глобал агентлагууд үндэсний агентлагуудаар дамжуулсан, нэг үгээр хэлбэл шууд бус мэдээ тараахын оронд дотоодын хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон орон нутгийн бусад зах зээлийн үйлчлүүлэгчидтэй шууд харьцах хандлага давамгайлж байна. Жишээ нь “Central” телевиз дэлхийн мэдээллийн агентлаг болох Ройтерстэй шууд харьцаж байгаа явдал юм. Энэ нь үндэсний агентлагуудын гол үйлчлүүлэгчид нь хэвлэл мэдээллийн жижиг хэрэгслүүд болох хандлага, дүр зургийг харуулж байна.

21-р зууны эхний хоёр арван жилд глобал гурван аварга агентлаг дуу хоолойгоо дэлхийн хэмжээнд хүргэж байна. Өөрөөр хэлбэл цөөн тооны дуу хоолойгоор хязгаарлагдмал хүрээний үзэгдлийг өгүүлж байна гэсэн үг юм. Тодруулбал барууны үзэл зонхилсон мэдээлэл буюу тэдний соёл, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг дэлхий нийтэд сурталчилж байна ч гэж үзэж болох юм. Нөгөө талдаа үндэсний мэдээллийн агентлагууд гаднаас ирж байгаа мэдээллийг өөрийн үндэсний эрх ашигт нийцүүлэн тэнцвэржүүлэх, улс орныхоо дүр төрхийг гаднын

мэдээллийн урсгалын хүрээнд засаж залруулахын төлөө тэмцэл өрнөсөөр байна.

Ойрын хэдэн жилдээ мэдээллийн агентлагуудын үүрэг нь мэдээллийн мөн чанар, урсгалын гол хүчин байх хэвээр байх болно. Гэвч зарим судлаач, жишээлбэл доктор Линдблом “уламжлалт мэдээллийн агентлагийн бизнес дуусаж байна” гэсэн бол, өөр судлаачид “интернэт нь мэдээллийн агентлагуудын төгсгөлийг авч ирж байна” гэх мэтчилэн үндэсний мэдээллийн агентлагуудын үйл ажиллагаанд эрс өөрчлөлт гарна, магадгүй мэдээллийн урсгалаас арчигдана хэмээн үзэж байна. Би хувьдаа эдгээр судлаачийн хэлсэнчлэн агентлагийн бизнест эрс өөрчлөлт гарах болно гэдэгтэй санал нэг байна. Хэвлэл мэдээллийн бизнес ерөнхийдөө маш олон шилжилтийг туулсан, агентлагууд ч энэ шилжилт хөгжлийн нэг хэсэг юм. Гэхдээ уламжлалт агентлагийн бизнес дуусах эсэхийг би сайн мэдэхгүй байна. Магадгүй бизнесээ хийх арга нь арай өөр байх болов уу. Миний хувьд энэхүү өгүүллээ үндэсний мэдээллийн агентлагуудын чухал, ач холбогдолтой, буюу нэг талаараа байж байх шалтгаануудыг дурдаж өндөрлөхийг хүсэж байна.

- Мэдээллийн агентлагийн мэдээний ханш боломжийн өөрөөр хэлбэл мэдээллийн хэрэгсэл тухайн мэдээллийг бэлтгэх өртөгтэй харьцуулахад харьцангуй боломжийн үнээр мэдээ нийлүүлдэг.

- Агентлагууд өргөн хүрээний сэдэв, платформыг хамарч чаддаг.

- Улс төр, санхүүгийн байгууллагуудын чухал эх сурвалж болдог.
- Тэд мэдээллээ илүү өргөн цар хүрээтэй байлгах хандлагатай байдаг бөгөөд үзэгчдийг тоонд тэр бүр хөтлөгддөггүй.
- Тэд үндэсний эерэг дүр төрхийг бий болгоход үүрэг гүйцэтгэдэг.
- Тэд ихэвчлэн төлбөрийн чадвар муутай хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд цогц үйлчилгээ үзүүлэх боломжтой байдаг зэрэг шалтгаанууд үндэсний мэдээллийн агентлагуудын эерэг имиж болж байна. Эцэст нь чанартай сэтгүүл зүй хэзээд байр сууриа олдог.

Эшлэл

1. <https://www.britannica.com/topic/news-agency>
2. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/news-agencies>
3. Jelle Boumans et al. The Agency Makes the (Online) News World go Round: The Impact of News Agency Content on Print and Online News 2018, Vol 12)
4. <https://www.4imn.com/news-agencies/>
5. <https://www.nationsonline.org/oneworld/news.html>
6. Рантанен and Бойд-Барретт. Global and national news agencies: the unstable nexus. 2004
7. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol.%2021%20Issue6/Version-7/B02106070712.pdf>
8. <https://www.britannica.com/topic/Bloomberg-News>
9. <https://www.britannica.com/topic/Agence-France-Presse>
10. https://www.afp.com/communication/report_2021/AFP_AnnualReport_2020_web.pdf
11. <https://www.ap.org/about/annual-report/>
12. <https://www.britannica.com/topic/Thomson-Reuters>
13. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/7109/2330>
14. <https://montsame.mn/ru/read/64509>
15. <https://www.britannica.com/topic/news-agency>

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Rethinking News Agencies, National Development and Information Imperialism. Oliver Boyd-Barrett. Vol 46, 2011
2. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/7109/2330>
3. <https://www.seattletimes.com/opinion/why-creating-a-news-media-cartel-would-hurt-local-news/>
4. <https://sciendo.com/pdf/10.1515/nor-2017-0412>
5. <https://dailynews.co.tz/news/call-to-revive-national-news-agency-shihata.aspx>
6. <https://www.lse.ac.uk/News/Latest-news-from-LSE/2019/02-Feb-19/National-news-agencies-in-Europe-face-an-uncertain-future-without-public-support>

Summary

This article discusses the current state and trends of news agencies, which are major representatives of the media. It aims to provide a comprehensive overview of the origins, development, current status and interactions of national and electronic news agencies. Another purpose of this article is to provide an overview of the activities and characteristics of the “Big Three” news agencies that dominate the global media environment. Finally, the development trends of national news agencies, their concerns, and their contribution to the flow of information are also highlighted.