

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ
ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№20/524

ШУС, НУС

2019

**ТООН ТЕХНОЛОГИЙН ЭРИНИЙ СЭТГҮҮЛ ЗҮЙ БА
ТҮҮНИЙ ИРЭЭДҮЙ**

М.Зулькафиль*

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн профессор, шинжлэх ухааны доктор (Sc.D)

Түлхүүр үг: тоон технологи, краудсорсинг, үзэл бодлын сэтгүүл зүй, визуаль сэтгүүл зүй, иргэний сэтгүүл зүй, шинэ медиа

Технологийн хөгжлийн үр дүнд бий болсон орчин үеийн нийгмийн өөрчлөлт нь сэтгүүлчийн бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, түгээлт, ашиглалт зэрэг сэтгүүл зүйн байж болох бүх чиглэлд эрс шинэчлэл гарахад нөлөөлж байна. Бид бараг өдөр болгон шинэ хэрэгсэл, практик үйл ажиллагаатай нүүр тулж, мэдээллийг бүтээх шинэ арга хэрэгсэл нэмэгдэж, медиагийн шинэ систем дэх мэргэжлийн сэтгүүл зүйн эзлэх байр суурийг өөрөөр хуваарилж, өөрөөр тодорхойлох болсныг түвэггүй анзаарч болно. Энэ бүх өөрчлөлт нь сэтгүүлчдийн дунд нэг талаар, сэтгүүл зүйн мэргэжлийн чанар, сэтгүүл зүйн ирээдүйд сөрөг үр дагаварыг авчрах болно гэсэн болгоомжлол, нөгөө талаар, дээрх хөгжлийн хандлага нь улам чанартай сэтгүүл зүйд хүргэж, сэтгүүлчдэд илүү их эрх чөлөө олгоно гэсэн өөдрөг үзэл төрүүлж байгаа нь ажиглагддаг. Бид энэ өгүүлэлд ийм өөрчлөлт яагаад явагдах болсон бэ, түүнд ямар хүчин зүйлс

нөлөөлөх вэ гэдгийг тодруулахыг зорилго болгосон юм.

Өнөөдөр сэтгүүлчдийн ажиллаж буй тоон технологийн орчинд минут тутам биш юмаа гэхэд цаг тутам хэдэн мянгаар тоологдох шинэ баримтууд бий болж, түүнд хүлээн авагчид байнга хандаж, санал бодлоо илэрхийлэх болсон нь медиа харилцаанд төвлөрч, нийгмийн дуу хоолой урьд өмнө байгаагүй түвшинд сонсогдох нь энгийн үзэгдэл болсон. Аливаа үйл явдлыг олон нийтэд янз бүрийн хувилбараар хүргэх, тоон архив дахь түүхэн баримтуудад нэвтрэх, эрж хайх, төр засгийн эрх мэдэлтнүүд ОНМХ-ийн хараа хяналтанд өртөх боломж улам бүр нэмэгдсээр байна. Хүмүүс өөрсдийн сонирхсон, чухал гэж үзсэн энгийн арга хэмжээ, онцгой үйл явдлын фото зураг, дүрс бичлэг, блогийн бичвэр, үйл явдлын янз бүрийн хувилбар, тайлбараар дамжуулан дэлхийн хэмжээний өөрчлөлтийн гэрч, оролцогч болж байна.

Энэхүү тасралтгүй үргэлжлэх мэдээллийн хөгжил, хөдөлгөөнтэй дүр зураг, бодит байдлыг баримтжуулах үйл явц нь зарим судлаачийн үздэг шиг сэтгүүл зүйн хямрал биш, харин эсрэгээр үсрэнгүй хөгжлийн илэр-

хийлэл гэдгийг дэлхий даяар хүлээн зөвшөөрөх болсон. Сэтгүүлчийн мэргэжил хэзээ ч байгаагүй амьд сонирхолтой болж, төсөөлөхөд ч бэрх хурдацтайгаар өөрчлөгдөж буй арга хэлбэр, контентоор баяжиж байна.

Орчин үед мэдээллийг цуглуулах, түүнийг тайлбарлах, түгээх бизнес эрхлэх хүнд урьд өмнөхөөс илүү ажиллах боломж байгаа гэдэг нь тодорхой. Ажиллах явцад өмнө нь төсөөлж байгаагаас илүү их тусламж авах, бүр заримыг нь үнэ төлбөргүй авах боломж ч байна. Энэхүү тогтворгүй, ээдрээтэй нийгэмд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгцээ улам нэмэгдэж, баримт мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлах хүсэл сонирхол эрс өсөж байгаа нь ажиглагддаг. Тэгвэл ийм нөхцөлд сэтгүүл зүй яагаад хямралд өртөх ёстой вэ?

Сэтгүүл зүй дэх хямрал нь юуны өмнө ОНМХ-ийн уламжлалт бизнес-загвартай холбоотой гэдэг нь тодорхой. Өнөөдөр хэрэглэгчид ямар мэдээллийг ямар эх сурвалжаас яаж сонгох вэ гэдэг нь эрс өөрчлөгдсөн. Эх сурвалжийн тодорхой хэсэг нь үнэ төлбөргүй болсон, тэд медиа хэрэглээнд автоматаар сэргээж санах дадлыг тун ховор хэрэглэдэг, уламжлалт сонин хэвлэл, телевизэд хандах нь багасч, гол төлөв онлайн-мэдээ, сансрын болон кабелийн телевиз, радио болон өөрийнхөө ухаалаг утсанд хандах болсон. Мэдээллийн төлөө төлбөр төлөх хандлага улам бүр багасч, реклам хүлээн авагчдын интернет рүү тэмүүлсэн хөдөлгөөнийг даган хувирч эхэлсэн. Тэр ч байтугай уламжлалт ОНМХ-ийн хүлээн авагчид тодорхой хэсэг, бүлэгт хуваагдаж, энэ үйл явц медиа компаниуд тэдний мэдээллийн хэрэгцээг хангахад чиглэгдсэн тусгай контентын араас хөөцөлдөх

хандлага нэмэгдэж байна. Чухам энэ хандлагаас шалтгаалан сонин хэвлэл, өргөн нэвтрүүлгийн телевизэд реклама худалдахад үндэслэгдсэн бизнес-загварын ач холбогдол нь эрс багассан. Энэхүү олон нийтийн нүдэн дээр эрс өөрчлөгдөж буй мэдээллийн хэрэгцээ нь медиа компаниуд ашиг орлогоо хадгалж үлдэхийн тулд иновацитай ажиллахаас өөр аргагүй болж, зарим нь хөгжлийн энэ хандлагыг анзаараагүйгээс дампуурч эхэлж байна¹. Энэ бүхэн нь медиа үйлдвэрлэлийн хямралын нэг шалт-гаан мөн. Гэхдээ энэ нь сэтгүүл зүйн хямралтай яг ижил зүйл биш юм.

Орчин үед ОНМХ-ийн цөөнгүй ажилтан сэтгүүл зүй эдийн засгийн хувьд хямралд орсныг мэдэрч байгаагаа хэлдэг. Шалтгаан нь маш энгийн. Өрсөлдөөн эрс нэмэгдсэн. Мэргэжилтнүүд өмнөх үеийн хатуу байр суурийг хадгалах гээд оролдсоор байгаад зах зээлийн тодорхой хэсгийг алдсан. ОНМХ-ийн эздийн олонхи нь редакцын ажилтнуудаас бага хөлсөөр их юм хийхийг, их бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхийг шаардах болсон. Үүний улмаас сэтгүүлчдийн ажиллах нөхцөл нь муудаж, ачаалал нь нэмэгдсэн. Шинэ ажилтнуудын хувьд ямар нэгэн ажлын тогтсон норм журамгүй, цалин хөлсгүй нийтлэл, нэвтрүүлэг бэлтгэх, эсвэл үйлдвэрлэлийн нарийн түвэгтэй үйл ажиллагаанд оролцох нь энгийн үзэгдэл болсон. Редакцын газрууд орон тоог багасгаж, үлдсэн цөөн ажилтан бүх хүний ажлыг нэгэн зэрэг гүйцэтгэж, бараг бүх төрлийн нэвтрүүлэг бэлтгэх универсаль уран бүтээлч болон хувирсан.

Өнөөдөр хэдийгээр сэтгүүлч хэмээх нэр зүүж, хэвлэл мэдээллийн ажилтны үүргийг гүйцэтгэж буй хүмүүсийн тоо хангалттай боловч, мэргэжлийн чадвартай сэтгүүлчийн өсөлт өмнөх үеийн уламжлалт ХМХ-ийн

ажилтны тооноос хэтрэхгүй байна. Мэдээний сэтгүүлчдийн ердийн байр суурийг тандахад тэд чөлөөт сэтгүүлчид (фрилансер) шиг, эсвэл вэбсайтуудын зохиогчид шиг, эсвэл арилжааны байгууллагуудын пиарчид (PR) шиг ажилладагийг амархан ажиглаж болно. Мөн ухаалаг утас, дүрс бичлэгийн камераар тоноглогдсон зөөврийн техник хэрэгслийн хөгжил иргэний сэтгүүл зүйн хөгжлийг цоо шинэ түвшинд хүргэж, мэдээллийг цуглуулах явцад ашиглах үнэ төлбөргүй эх сурвалжуудын тоо нэмэгдэхэд хүргэсэн.

Дээр дурдсан баримтууд сэтгүүл зүйн хямралын дохио гэдэг нь тодорхой боловч бид энд гол анхаарлаа медиа компаниудын санхүүгийн хямралд түлхүү хандуулах болно. Дэлхий дахинд сэтгүүл зүй хураамж, реклам, захиалга, төлбөртэй нэвтрүүлэг, краудсорсинг, ивээн тэтгэгч, бусад тус дэмжлэг зэрэг санхүүгийн янз бүрийн эх үүсвэрийг ашигладаг. Тухайлбал, Их Британийн “BBC” эсвэл Испаны “TVE” өөрийнхөө орны хамгийн гол нэвтрүүлгийн байгууллага болохын хувьд ямар нэгэн реклам цацахыг хориглодог, зөвхөн тусгай татвараар санхүүждэг. “Al Jazeera”-г Катарын хааны гэр бүл ивээн тэтгэдэг бол Италийн коммунист сонин “l’Unita”-г олон жилийн турш дизайнер Миучча Прада санхүүжүүлдэг. Мөн Европын ихэнх ОНМХ-ийн сахүүгийн эх үүсвэр нь реклам болон янз бүрийн хураамж байдаг. Харин судлаачдын үзсэнээр интернет медиа компаниудад, хакеруудад, “Wikileaks”-д, ер нь ашиг орлогыг эрж хайгчдад цоо шинэ боломж олгож байна. Энэ бүх эх сурвалж болон загварууд туршилт, инновацийн хувьд бодит орчин болон хувирсан. Сайн сэтгүүл зүйн төлөө хэн мөнгө төлөх вэ гэсэн асуудал бол тусгай нөхцөл байдал болон боломжийг оновчтой

хослох явдал гэдэг нь улам тод мэдрэгдсээр байна.

Хэрэв бид сэтгүүл зүй нийгмийн сайн сайхны төлөө үйлчилдэг гэсэн өнцгөөс харвал түүний нийгэмд үзүүлж буй мэргэжлийн үйлчилгээг авч үзэх шаардлагатай. Найдвартай, үнэн бодитой мэдээллийг олж, болж байгаа үйл явдалд олон талаас нь дүн шинжилгээ хийх нь ардчилсан нийгэмд үзүүлэх шаардлагатай үйлчилгээ мөн юм бол ашиг олох нь сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны тэргүүн зэргийн зорилго биш байх ёстой. Хэрэв сайн сэтгүүл зүй олон нийтийн хүртээл болж, мэдээллийг шинэ технологийн ачаар хямд төсөр аргаар үйлдвэрлэж чадаж байвал, санхүүгийн янз бүрийн эх үүсвэрийг олж, эсвэл шинэ бизнес-загварын тусламжтайгаар үйл ажиллагаа явуулж чадаж байвал медиа бизнесийн болон редакцын үйл ажиллагааны уламжлалт хэлбэрүүдийн хямрал нийгмийн ашиг сонирхолд сөрөг нөлөө үзүүлэхгүй бөгөөд сэтгүүл зүй үйл ажиллагааны тодорхой нэг төрөл болохын хувьд бодит хямралд өртөх учиргүй юм.

Сэтгүүл зүй судлаачид АНУ-ын сэтгүүл зүйн чанар ямар хэмжээнд муудсаныг туршилтаар бүрэн дүүрэн үнэлэх боломжгүй боловч эдийн засгийн нөхцөл байдал сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэх чанарын шаардлагуудыг тодорхой хэмжээгээр саармагжуулахад хүргэснийг хүлэн зөвшөөрсөн байдаг. Өөрөөр хэлбэл сайн сурвалжлагчдын тоо багассан хэрээр мэдээний булан, боолтын тоо багасч, нийтлэл, нэвтрүүлэг дэх янз бүрийн үзэл бодлын хэмжээ, баримтыг янз бүрийн эх сурвалжаар баталгаажуулах, нарийн няягтлан шалгах нь ч багасч, үйл явдлыг өгүүлэх арга барил, чанар нь мэдэгдэхүйц муудсан гэсэн

дүгнэлтэд хүрчээ². Тэд хэрэв ийм байдал удаан үргэлжилбэл сэтгүүл зүйн хямрал бодит үзэгдэл болно гэсэн дүгнэлт хийж байна.

Өнөөдөр сэтгүүлчдийн ихэнх хэсэг нь мэдээллийн шинэ технологийн боломжийг, бас идэвхтэй иргэдийн сайн дурын тус дэмжлэгийг бүрэн ашиглаж чадахгүй байна. Энэ бол хамтын ажиллагааны шинэ арга хэлбэрүүдийг турших замаар хүлээн авагчдад чанартай сайн бүтээгдэхүүнийг санал болгоно гэсэн үг юм. Харамсалтай нь өнөөдөр манай телевизүүд нэг нь нөгөөгөө давтсан, бусад орны телевизүүдийн нэвтрүүлгийг хуулбарласан, ач холболгдол, өгөөж багатай энтертайнмент нэвтрүүлгийн араас хэт хөөцөлдсөн, гадаадын олон ангид кино эсвэл зар сурталчилгаагаар амиа аргацаасан байдалтай байна.

Судлаачид орчин үеийн мэдээллийн технологийн хөгжлийн үед сэтгүүлчийн ажлыг үнэлэх шалгууруудыг санал болгож байна. Энэ бол (1) цаг үеийн чухал баримт, үйл явдлыг ажиглах болон зөв хүнд зөв асуулт тавих чадвар; (2) ажиглалт болон хариултуудыг мэдээллийн, ёс зүйн, түүхийн гэх мэт янз бүрийн агуулгын хүрээнд ойлгох чадвар; (3) олж авсан зүйлээ хүлээн авагчдын хэрэгцээ, шаардлага, сонирхолд нийцэхүйц хэмжээнд тайлбарлах чадвар юм. Үүнийг даяар сүлжээний нийгэмд (1) баримт мэдээллийг цуглуулах, (2) цуглуулсан мэдээллийг боловсруулах, (3) боловсруулсан мэдээллийг тайлбарлах, өгүүлэх утгаар ойлгодог.

Хэрэв сэтгүүл зүй баримт, үйл явдлыг ажиглах, асуулт тавьж хариулт авах, хариултуудыг ойлгох замаар олж авсан утга санааг бусдад хүргэх үйл явц гэж ойлговол бидний дээр дурдсан

үүргүүдийн тодорхой хэсгийг биелүүлж байгаа хүнийг сэтгүүлч гэж үзэх үү? Эсвэл дээрх бүх үүргийг тодорхой дарааллын дагуу гүйцэтгэх чадвартай хүн мөн үү? Орчин үеийн технологийн болон харилцааны нөхцөлд дээр дурдсан гурван зорилтыг биелүүлж буй аливаа оролцогч ямар нэг хэмжээгээр “сэтгүүлч” мөн гэж үзэх үндэстэй. Гэхдээ тэр энэ ажлыг ганцаараа гүйцэтгэж чадахгүй.

Баримт мэдээллийн хүрээ өргөжиж, түүнд дүн шинжилгээ хийх, тунгаан бодох ажил нарийн түвэгтэй болох тусам мэргэжлийн сэтгүүлчид янз бүрийн чиглэлийн мэргэжилтнүүд, иргэний сэтгүүлчидтэй хамтран ажиллах шаардлага тулгарч байна. Ирээдүйд сэтгүүл зүйн чанартай бүтээгдэхүүн бэлтгэх үйл ажиллагааны чухал бүрэлдэхүүн хэсэг нь тодорхой нэг чиглэлээр мэргэших, мэргэжлийн хүмүүстэй хамтран ажиллах явдал мөн гэдэг нь тод мэдрэгдэж эхэлсэн. Энэ нь сэтгүүл зүйг арай өргөн хүрээнд тодорхойлох, ингэхдээ XXI зууны мэдээллийг бүтээх үйл явцтай шууд холбоотой шинэ практикуудыг харгалзан үзэх шаардлага тулгарч байна.

Хэрэв асуудлыг бид энэ хандлагын үүднээс авч үзвэл сэтгүүл зүй гэдэг бол зүгээр нэг мэдээлэл дамжуулах үйл явц төдий зүйл биш, харин дэлхий дахинд болсон, эсвэл болох гэж буй чухал үйл явдлуудын талаар өгүүлэх, тэднийг бусад асуудал, үйл явдал, үзэгдэлтэй холбон ойлгох, үйл явдал болон баримт мэдээллийг бусад хүмүүст тайлбарлан таниулах, энэ бүхнийг хүлээн авагчид ашиглаж чадахуйц хэлбэрт оруулах (түүнийг хадгалах, санал бодлоо хуваалцах, мэдээллийн хэрэгцээг хангах г.м.) явдал юм. XXI зууны сайн сэтгүүлч бол эх бичвэр, дуу, дүрс бичлэгийн

хэрэгслүүдийг ашиглан үнэн бодитой баримтад үндэслэгдсэн үйл явдлуудын болон хүрээлж буй бодит ертөнцийн тухай оновчтой өгүүлэх чадвартай, бэлтгэсэн бүх бүтээгдэхүүн нь хүмүүс хүлээж авах, ойлгох, хандах, үзэл бодлоо хуваалцахад амар хялбар, ямар нэг байдлаар ашиглах боломжтой түвшинд хийгдсэн байх ёстой. Сэтгүүлч өөрийнхөө бүтээгдэхүүнийг олон нийтэд хүргэх радио, теле сурвалжлага, нийтлэл зүй (literary journalism), баримтат нэвтрүүлэг, фото сэтгүүл зүй, инфографик гэх мэт маш олон төрлийн аргыг ашигладаг. Сайн сэтгүүл зүй ийм маягаар хамтын нийгэмлэгийг (communities) байгуулах, бэхжүүлэхэд тусалдаг бөгөөд ингэхдээ тухайн нийгэмлэг нь зөвхөн амьдарч буй нутгаар бус, харин нийтлэг ашиг сонирхлоор нэгдсэн байдаг нь түгээмэл юм.

Тоон технологийн эринд сэтгүүлчийн хөдөлмөрийг шинэ практик үйл ажиллагаанд оролцсон байдал, олж авсан мэдээллийн мөн чанарыг тайлбарлахад оруулж буй хувь нэмрээр нь дамжуулан үнэлэх хандлага ажиглагдаж эхэлсэн. Энэ практикийг мэдээллийг цуглуулах (data collection), тайлбарлах (interpretation), өгүүлэх арга (storytelling) болон түгээх (distribution) гэж ангилдаг.

Уламжлалт сэтгүүл зүйд мэдээллийг түгээх ажил сэтгүүлчийн үүрэг биш, түүнийг хэвлэн нийтлэгч, дистрибьютор, маркетингийн алба

хариуцдаг байсан. Тэгвэл медиагийн тоон технологийн өөрчлөлтийн үед мэдээллийг бүтээх, түгээх үйл ажиллагааг ялгаж салгах нь нэлээд нэрийн түвэгтэй болсон. Бүтээгдэхүүнийг хэзээ дамжуулах вэ, судалгааг хэзээ хийх вэ, мэдээг хэзээ боловсруулах (үйлдвэрлэх) вэ, хэзээ

хэвлэж, сүлжээнд хэзээ оруулах вэ, хэнд хүргэх вэ, хэрэглэгч түүнийг яаж хүлээж авах вэ гэдэг асуудал өнөөдөр олон сэтгүүлчийн хувьд толгойн өвчин болж хувирсан.

Даяар сүлжээний нийгэмд иргэдийн мэдээллийн хэрэгцээг хангаж чадахуйц шинэ хэрэгслүүд, шинэ технологийн үр дүнд бий болж байгаа сэтгүүл зүйн загвар ямар байх ёстой вэ? Зарим нь интернеттэй шууд холбоотой, заримыг мэргэжлийн сэтгүүлчид биелүүдэг боловч аль аль нь бүрэн гүйцэд биш юм

«
Даяар сүлжээний нийгэмд иргэдийн мэдээллийн хэрэгцээг хангаж чадахуйц шинэ хэрэгслүүд, шинэ технологийн үр дүнд бий болж байгаа сэтгүүл зүйн загвар ямар байх ёстой вэ? Зарим нь интернеттэй шууд холбоотой, заримыг мэргэжлийн сэтгүүлчид биелүүдэг боловч аль аль нь бүрэн гүйцэд биш юм
»

Бусад арга хэрэгсэл, загваруудыг дизайнерууд, зураачид, программ зохиогчид, киноны мэргэжилтнүүд, хакерууд, блогчид, гэрэл зурагчид ашиглаж, бүтээж байгаагийн зэрэгцээ үнэ төлбөргүй сайн дурын үндсэн дээр байнга өсөн нэмэгдэж байгаа мэдээллийн санд хувь нэмэр оруулж буй бүх иргэд ашиглах болжээ.

Бид энд сэтгүүлчийн мэргэжлийг шинээр ойлгоход боломж олгож буй зарим практик, арга хэрэгслийн талаар товч өгүүлэх болно. Энэхүү практик, хэрэгсэл нь сэтгүүлчийн мэргэжлийн шинэ хэв маягийн талаар тодорхой төсөөлөл олж авахын зэрэгцээ сэтгүүлч хуучин уламжлалт арга барилтай

зууралдахгүй, одоо байгаа зүйлтэй баригдахгүй, технологийн хөгжлийн ирээдүйгээс болгоомжлохгүй түүнийг өөрөө бие дааж бүтээх боломж олгох учиртай юм. Үүний зарим нь Монголын сэтгүүл зүйн практикт нэвтэрч эхэлсэн, зарим нь ойрын ирээдүйд бодит үзэгдэл болох нь гарцаагүй юм.

Сүлжээний сэтгүүл зүй (networked journalism). Энэ бол юуны өмнө олон нийтийн мэдээллийг бүртгэх, солилцох, түгээх, хуваарилах чадварыг илэрхийлэх үйл явц юм. Интернетийн орчинд мэдээлэл, харилцаа бодит зүйл болсон өнөөгийн нөхцөлд өрөөндөө материалаа бичиж суух, үйл явдал болж байгаа газраас сурвалжлага бэлтгэж яваа бусдаас тусгаарлагдсан сэтгүүлчийн дүр бол хуучирсан гэдэг нь тодорхой. Орчин үеийн сэтгүүлч мэдээллийг цуглуулах, боловсруулах, түгээх зорилгоор ашигладаг сүлжээний зангилаа гэсэн үг³. Үүнийг сүлжээний сэтгүүл зүйн субъект болон хувирсан “сүлжээний сэтгүүлч” хэмээх мэргэжлийн шинэ хэв маяг үүсч байгаагийн илрэл гэж хэлж болно.

Мэргэжлийн ур чадварын үүрэг үйл явдал болж байгаа газраас мэдээлэл цуглуулах үйл явцад ч, тэр мэдээллийн утга санааг тодорхойлоход ч улам ихээр нэмэгдэж байна. Мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг зохиогч ач холбогдолтой хэвээр байх боловч энэ нь тодорхой хэмжээгээр сүлжээний практикаар тодорхойлогдох болно. Учир нь энэ практик гол төлөв сэтгүүлчийн мэдээллийн эх сурвалж, талбар, эргэх холбооноос шалтгаалах бөгөөд тэр харилцаа холбооны ихэнх хэсэг нь интернет дэх ажилтай холбоотой юм. Өнөөдөр сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн нь өөртөө мэдээллийн салбарт хамтран ажилладаг, мэдэрдэг, хяндаг, утга учрыг шүүн тунгаадаг

мэргэжилтнүүд болон энгийн иргэдийн сүлжээний шинжийг ямар нэг хэмжээгээр агуулдаг болсон.

Мэдээллийг тодорхой утга санаанд оруулан боловсруулах практикийг янз бүрийн хэсэгт хуваах нь ховор байдаг. Гэхдээ энэ практик хүртэл тодорхой хэмжээгээр хэлбэр, мөн чанарын хувьд мэдээллийг цуглуулах, шалгах сүлжээг ашиглах болно. Wiki-сэтгүүл зүйд ч хэмжээ хязгаар байдаг. Үйл явцын тодорхой нэг цэг дээр цорын ганц, “аналитик дуу хоолой” буюу мэдээллийг зохиогчийн, үйл явдлыг өгүүлэгчийн дуу хоолой шаардагддаг. Сүлжээний сэтгүүл зүйн үр дүн нь олон зохиогчийн түүх байдаг онцлогтой. Бид сүлжээний сэтгүүл зүйн дүр төрхийг харуулахын тулд гурван жишээг авч үзье.

Жишээ 1. Хятад болон Гонконгод гар утас үйлдвэрлэдэг “Foxconn” компанийн ажилчид амиа хорлосон үйл явдлын дараа хэвлэл мэдээллийн ажилтнуудыг огт оруулдаггүй сая орчим ажилтантай томоохон компанийн тухай найдвартай мэдээллийг сүлжээгээр дамжуулан эрж хайх, цуглуулах зорилгоор сэтгүүлчид, эрдэмтэд, арилжааны бус байгууллагуудын төлөөлөгчид, оюутнуудаас бүрдсэн групп байгуулагджээ. Сүлжээний бүлэгт хамрагдсан оюутнууд энэ компанид зуны дадлага хийж, ажилчдаас мэдээлэл цуглуулж, хангалттай тооны фото зургийг авч чадсан байна. Энэ мэдээллийг группийн бусад гишүүдийн хүртээл болгож, бүлгийн зөвшөөрөлтэйгээр зохиогчийн бие даасан бүтээлийг (output stories) бэлтгэх боломж олджээ. Энэ талаар сонины өгүүллээс эхэлж ном, баримтат кино хүртэл цөөнгүй бүтээл гарсны дотор найруулагч Жек Цюгийн “*Deconstructing Foxconn*” нэртэй богино хэмээний баримтат кино нь

олон нийтийн сэтгэл зүйд хүчтэй нөлөөлж, томоохон үр дүнд хүрч чадсан түүхтэй юм.

Жишээ 2. 2010 оны 12 дугаар сард Тунист болсон бослогын өмнө Мухамед Буазизи өөрийнхөө ногооны дэлгүүрийн үйл ажиллагаанд саад хийсэн төрийн албан хаагчийг эсэргүүцэж өөрийгөө шатаахыг оролдсон байдаг. Энэхүү үйл явдлын талаар хямдхан гар утсаар дүрс бичлэг хийж, нийгмийн сүлжээнд тавьсан боловч сүлжээг Тунисын засгийн газар хориглосон учраас амжилтанд хүрч чадаагүй юм. Харин дүрс бичлэгийг гадаадад байгаа тунисчууд шүүрэн авсны дотор nawaat.org сайтад улс төрийн мэдээ бичих зорилгоор Тунисын интернетийн контентэд мониторинг хийдэг Сами Бун Гарбия байжээ. “Al Jazeera” телесуваг энэ дүрс бичлэгийг nawaat.org сайтаас аваад мэдээллийн нэвтрүүлэгт оруулан Тунис даяар цацсан байдаг. Ингээд тунисчуудын хувьд энэхүү эмгэнэлт үйл явдлын талаарх мэдээллийн эх сурвалж нь “Al Jazeera” телесуваг болсон түүхтэй.

Жишээ 3. Хятадад “Weibo” хэмээх платформын микроблогууд энэ орны хаалттай орчны мэдээллийг хуваалцах, тэднийг шуурхай түгээх үйл ажиллагаа явуулдаг. Богино хугацаанд эрс өсөн нэмэгдсэн микроблогчдын ачаар Weibo нэг ёсны “иргэний мэдээллийн агентаг” болон хувирсан бөгөөд тэд авилга, хээл хахууль, улс төрчид, төрийн түшмэдтэй холбоотой үйл явдалд олон нийтийн анхаарлыг хандуулдаг нь сүлжээний сэтгүүл зүйн бас нэг үр нөлөөтэй жишээ юм.

Краудсорсинг (crowdsourcing). Краудсёрсинг ([англ. crowd](#)-олон нийт, *sourcing*-нөөцийг ашиглах) гэдэг бол бүтээлч үйл ажиллагааны ямар нэгэн асуудлыг шийдвэрлэхдээ

олон хүнийг сайн дурын үндсэн дээр хамруулах, тэдний ур чадвар, мэдлэг, туршлагыг мэдээлэл харилцааны технологийн тусламжтайгаар ашиглах зорилго бүхий үйл ажиллагааны төрөл юм. Сүүлийн жилүүдэд краудсорсинг иргэний сэтгүүл зүйн хүрээг өргөтгөж, мэдээлэл цуглуулах, шалгах, үйлдвэрлэхэд сонголт хийхэд “хамтын оюун санаа”-ны боломжийг ашиглах янз бүрийн практикийг нэвтрүүлж байна. Мөн мэдээллийн байгууллагууд, вэб-сайтууд хүлээн авагчдын оролцоотойгоор фото зураг, дүрс бичлэг, эх бичвэрүүд болон бусад материалуудыг өргөн ашиглах болжээ. Үүнийг “ашиглах боломжтой контентууд” гэж нэрлэж заншжээ. Иргэний сэтгүүлчид мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах явдал нэмэгдсэн нь бодит байдлын өөрчлөлтийн талаар зөвхөн орон нутгийн төдийгүй улс орон, дэлхий дахины хүрээнд мэдэх боломжийг нэмэгдүүлж байна. Гэхдээ энэхүү өргөн хүрээний мэдээллийн “өчүүхэн” хэсэг нь баримтуудыг шалгах, шүүлт хийх, тэр ч байтугай гол утга санааг зөв олж авахын тулд дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлахыг шаарддаг. Энэ зорилгын тодорхой хэсгийг краудсорсинг гүйцэтгэнэ гэсэн үг. Үнэн хэрэг дээрээ асар их хэмжээний мэдээлэл оршиж байгаа нөхцөлд мэргэжлийн сэтгүүлчид тэднээс сонголт хийж, хамгийн гол, чухал гэсэн утга санааг үлдээж, дахин хянан боловсруулах замаар үнэ цэнэтэй, тодорхой утга агуулга бүхий бүтээл болгон гаргадаг. Дэлхийн ихэнх мэдээллийн байгууллагууд краудсорсинг болон иргэний сэтгүүлчдийн контентуудыг янз бүрийн арга хэлбэрээр ашиглаж байна. Судлаачид ялангуяа Их Бриатнийн “BBC” болон “The Guardian”-ы туршлагыг өндөр үнэлдэг. “BBC” краудсорсингийг зөвхөн Их Британийн хэмжээнд

төдийгүй заримдаа дэлхийн хэмжээнд туршиж байна. “BBC”-гийн Лондон дахь “Ашиглах боломж бүхий мэдээний өрөө”-г сэтгүүл зүйн энэ салбар дахь хамгийн том туршилт гэж нэрлэдэг. Энэ практикийн талаар “BBC”-гийн ахлах редактор Сильвия Костельтой “Өнөөдөр, бүр яг одоо олон нийтийн мэргэн ухаан ямар ч сэтгүүл зүйн салшгүй хэсэг байх ёстой. Энэ бол цоо шинэ зүйл биш, энэ талаар бид урьд өмнө ч тодорхой хэмжээгээр мэдэж байсан. Энд “BBC”-гийн аль ч ажилтан ийм нэмэлт эх сурвалж ашиглах боломжтой болсонд баяртай байдаг... Гэхдээ бид ямар ч мэдээллийг хоёр удаагийн давхар шалгалтгүйгээр эфирт гаргахгүй. Краудсорсинг бол бидний мэдээ бэлтгэхэд ашиглаж буй олон аргын нэг нь. Бид мэдээллийн эх сурвалжийг олох, үйл явдлын хөгжлийг ажиглахын тулд боломж бүх нийгмийн медиаг ашигладаг. Дэлхийн аль ч өнцөгт үйл явдлын тухай мэдээллэх сэтгүүлч олдоно. Хэрэв би “Twitter”-т “Хакни дахь шинэ замбараагүй байдал” гэсэн бичлэг харвал түүнийг “BBC”-гийн албан ёсны хуудсанд шилжүүлчихнэ. Энэ бол маш амархан. Хэрэв бусад нийгмийн сүлжээнд янз бүрийн тайлбар харвал түүний баримт мэдээллийг дахин шалгах, үйл явдал болж байгаа газарт тусгай сурвалжлагч илгээх болно. Энэ бол нийгмийн сүлжээг мэргэжлийн үйл ажиллагаанд ашиглах хамгийн зөв арга юм”⁴ гэж өгүүлсэн байдаг.

Нийгмийн сүлжээний мэдээллийн талаарх Катарын “Al Jazeera” теле сувгийн туршлага сонирхол татдаг. 2009 онд Газын зурваст Израйль болон палестинчуудын хоорондох сөргөлдөөний үед “Al Jazeera” өөрийнхөө үзэгчдэд Израйлийн дайралтын талаарх фото зураг, дүрс бичлэгийн материалыг хангалттай ирүүлэхийг

санал болгож, үүнийг “Creative Commons”-ын зөвшөөрлийн дагуу олны хүртээл болгож байв. Ийм замаар цуглуулсан альтернатив материалуудыг маш сайн зохион байгуулалттай Израйлийн босоо чиглэлийн медиа стратегийн эсрэг тавьж чадсан түүхтэй юм. Мөн энэ теле суваг “Creative Commons 3.0”-ын дахин боловсруулах, түгээх зөвшөөрлийн үндсэн дээр блогчид болон бусад медиа дахин ашиглах боломжтой өөрийнхөө нэвтрүүлгийн дүрс бичлэгийн хостингийг (видеохостинг) маш ирдэвхтэй дэмждэг⁵.

Нидерландын олон нийтийн телевиз “NOS” краудсорсингийг “NOS Net” хөтөлбөрийн мэдээг бэлтгэхэд түлхүү ашигладаг. Энэ талаар төслийн удирдагч Бас де Врис “NOS Net” бол өөрийнхөө мэдлэг, туршлагыг теле-сувгийн сэтгүүлчидтэй хуваалцах хүмүүсийн сүлжээ юм. Төслийн хүрээнд үзэгчид/хэрэглэгчид аль нэг сэдвийн талаар бичдэг хамгийн шилдэг сэтгүүлчийг мэдэх боломжтой. Бид ийм аргаар нийгмийн сүлжээний хүрээнд сэтгүүлч биш хүмүүсийн хүчин чармайлтыг нэгтгэж, хэлэлцүүлэгт татан оролцуулдаг. Тэднийг “мэдээний хамтран зүйтгэгчид” гэж нэрлэдэг. Энэ бол зөвхөн сэтгүүлчдэд төдийгүй нийгэмд ашигтай. Бидний зорилго бол Нидерланд ч, улс орны гадна ч янз бүрийн үзэл бодлын төлөөллийг хангахад оршино” гэж тодорхойлсонтой санал нэг байна. Учир нь хүссэн эс хүссэн ч бид энэ замаар урагшилж байгаа болохоор дээрх замыг туулж өнгөрөх нь гарцаагүй юм.

Краудсорсингийг заримдаа үйл явдлын мэдээг бичих эсвэл дуу, дүрс бичлэгийн мэдээллийг “Stroome.com” зэрэг онлайн редакторуудын тусламжтайгаар хянан найруулах зорилгоор

wiki-форматаар ашиглаж байна. Мөн краудсорсингийн өөр нэг хэлбэр бол сэтгүүлчдийн төслүүдийг олон нийтийн зүгээс санхүүжүүлэх, ялангуяа ОНМХ-ийн болон сэтгүүлчдийн нөхцөл, боломж хязгаарлагдмал үед чухам ямар асуудлыг судлах, бичих шаардлагатай гэдгийг шийдвэрлэхэд хэрэглэгчдийн оролцоо, тус дэмжлэгийг авах явдал юм. Үүний тод жишээ бол АНУ-д чухал сурвалжлага, нэвтрүүлгийг олон нийтийн зүгээс санхүүжүүлдэг “Spot.us” вэбсайт, нийгэм, технологи, соёлын төслүүдийг хамт олны хүчээр санхүүжүүлдэг “Kickstarter.com” сайтын өргөн хүрээг хамарсан олон нийтийн нийгэмлэг юм.

Орчин үед мэдээллийн болон дүн шинжилгээний эх сурвалж болгон асар их хэмжээний тоо баримтыг олох, нэвтрэх боломжтой юм. Энэхүү тоо баримтуудыг сонгож авсан сэдвийг боловсруулах, үйл явдлыг тайлбарлах чухал хэрэгсэл болгон ашигах, бусдад дамжуулах нь энгийн үзэгдэл болсон. Сэтгүүлчид программ зохиогчид, дизайнерүүд, хакерүүд болон тоон мэдээлэлд нэвтрэх, илрүүлэх мэдлэг, чадвартай хэнд боловч туслахын тулд мэдээллийн агуу их орон зайд нэвтрэх арга замыг олох чадварыг эзэмшиж байна. Тэд олж авсан асар их хэмжээний баримт мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийж, боловсруулж, агуулгыг шинэ санаагаар баяжуулдаг. Үүний тод жишээ бол “Wikileaks”. Ийм тоон мэдээлэлд хил хязгааргүй нэвтрэх, олны хүртээл болгох нь нийгмийн сайн сайхны тодорхой нэг элемент болох сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааг сайжруулах нэг чухал хүчин зүйл болдог онцлогтой. Хамгийн гол нь сэтгүүлчид өөрсдөө мэдээллийг ашиглах, дүн шинжилгээ хийх мэдлэг чадвартай, шинжээчидтэй

хамтран ажиллах туршлагатай байх нь чухал.

Нарийн түвэгтэй мэдээлэлтэй ажиллахад сэтгүүлчдэд нийгмийн шинжлэх ухааны мэдлэг, дадал чадвар зайлшгүй шаардлагатай байдаг. Ялангуяа бид асар их хэмжээний мэдээлэлд дарагдсан орчин үед түүнтэй харьцах логик аргыг хэрэглэж чадаагүй нөхцөлд сэтгүүлчид зөвхөн мэдээлэл, мэдлэг, баримт ба нийгмийн практикийн (хүмүүсийн) хоорондох зуучлагчийн үүргийг л гүйцэтгэх болно. Тэд энэ үүргийг бас дангаараа гүйцэтгэж чадахгүй. Гэхдээ сэтгүүлчид нийгмийн ухааны эрдэмтэн судлаач байх албагүй. Учир нь сэтгүүлчдийн эрдэмтдээс ялгагдах онцлог нь тэдний зорилтот хүлээн авагчид нь шинжлэх ухааны хүмүүс биш юм. Сэтгүүлчийн ажил нь баримтуудыг мэдэх, тэдэнд хийх дүн шинжилгээгээр хязгаарлагдахгүй. Сэтгүүлчийн мэргэжлийн язгуур үндэс нь хамгийн чухал, ач холбогдолтой үйл явдлын талаар өгүүлэх, дүн шинжилгээ хийх чадвар байх ёстой. Мэдээллийн эринд мэдээллийг дүрсээр дамжуулан өгөх чадвар бол үйл явдлын талаар өгүүлэх чадварын амин сүнс нь болж байна. Тийм учраас өнөөдөр график дизайн, мэдээллийн мэппинг, интерактив график зэрэг нь мэдээллийг дамжуулах чухал арга болжээ. Тухайлбал, Британийн өдөр тутмын сонин “The Telegraph” парламентын гишүүдийн үйл ажиллагааны зарлагын тайланг илэрхийлэх тусгай алгоритм ашиглаж, мэдээллийг инфографикийн тусламжтай мэдээлдэг байна. Өнөөдөр ийм алгоритмийг ашиглан янз бүрийн төслийг АНУ, Швеци, Нидерланд, Латви зэрэг олон оронд амжилттай хэрэгжүүлж байна.

Визуаль сэтгүүл зүй (Visual journalism). Орчин үед сэтгүүлчийн

бүтээлд эх бичвэр, дуу ба дүрс бичлэг хослон хэрэглэх хандлага улам эрчимжиж байна. Сэтгүүлчийн хувьд визуаль аргыг ухаантай, оновчтой ашиглах нь улам чухал болж, визуаль харилцаа чухам юугаар ялгаатай вэ гэдгийг ойлгох нь энэ мэргэжлийн гол нөхцөл болон хувирсан байдаг. Визуаль аргыг ашиглахдаа тоонуудын харилцаа холбоог хангах нь онцгой чухал, учир нь үзэгчдийн анхаарлыг татахын зэрэгцээ тэдний визуаль мэдээллийг хүлээн авч буй хүртэхүйг өөрийнхөө ажиглалтаар баяжуулдаг. Connected TV бол телевиз, интернет, хөдөлгөөнт утсыг (мобайль) жинхэнэ утгаараа бүрэн төгс хослох дараагийн том алхам болж байна.

Сэтгүүл зүй нэгэн зэрэг визуаль ба эх бичвэрийг хосолсон буюу вэб-сайт дахь нийтлэлийг дүрс бичлэгийн хэсгүүдтэй нягт холбон хэрэглэх, эсвэл телевизийн мэдээний сурвалж-лагыг эх бичвэрээр баяжуулах, түүний дотор “хоёр дахь дэлгэц”-ийн хүрээнд хэрэгжүүлэх явдал ОНМХ-ийн практикт өргөн нэвтэрч эхэлсэн. Тийм сэтгүүл зүйн бүтээлийн жишээ хангалттай байна. “Money & Speed: Inside the Black Box” (2011) хэмээх “VPRO Dutch Broadcasting”-ийн хэрэгжүүлж буй интерактив төсөл санхүүгийн хөгжил болон валютын бирж дэх өндөр давтамжтай худалдааны ирээдүйг судалдаг бол Канадын “National Film Board” нэлээд дээр үеэс сэтгүүлч, киноны мэргэжилтнүүдийн оролцоотойгоор интерактив мультимедиа баримтат киног хөгжүүлэх талаар идэвхтэй ажиллаж байна. Мөн Канадад хэрэгжүүлж буй нэлээд алдартай “Highrise” (n.d.) цахим төслийн зохиогчид радио, понарамын дүрс бичлэг, блог, сонгодог баримтат киног нэгэн зэрэг ашиглах замаар хотын “дээдсийн амьдрал”-ыг судалдаг байна.

Үзэл бодлын сэтгүүл зүй. Нэг асуудалд олон янзын үзэл бодлоор, янз бүрийн хувилбараар илэрхийлэх нь “YouTube”, “Flickr” зэрэг платформд мэдээллийн хувьд ач холбогдолтой ямар ч үйл явдлыг янз бүрийн үзэл бодол, өнцөг, арга барил, эх сурвалжид тулгуурлан тусгах нь энгийн зүйл болсон өнгөөгийн нөхцөлд хэвийн үзэгдэл гэдэг нь тодорхой. Энэ бол тоон технологийн эриний мэдээлэл харилцааны бас нэг өвөрмөц онцлог мөн. Хүмүүс гол төлөв мэдээллийн эх сурвалж болгон янз бүрийн платформдыг ашигладаг учраас сэтгүүл зүйн үүднээс үнэн бодитой, төвийг сахисан эсэхийг хянахад маш хүндрэлтэй байдаг. Уншигч, үзэгчдийн хувьд нэг үйл явдлын янз бүрийн хувилбар, эсвэл фото зургийг харьцуулах нь тийм ч түвэгтэй биш. Хэрэглэгчид хүлээж авч байгаа мэдээлэл нь хэн нэгний эрх ашигт үйлчилж байна гэж төсөөлдөг нь түгээмэл. Нөгөө талаар телевизийн болон вэб-форматуудын нэг асуудлын талаарх янз бүрийн хувилбар, үндэслэлийг “илүү бодитой мэдээлэл” гэж хүлээж авдаг учраас ахар богино хугацаанд олны дунд өргөн дэлгэрдэг нь энгийн үзэгдэл юм.

Хэрэв XXI зууны сэтгүүл зүй мэргэжлийн хувьд үнэхээр ач холбогдолтой, үр нөлөөтэй байхыг хүсвэл зөвхөн бодит байдлаас гадна бие даасан, шударга ёсыг дээд зэргээр эрхэмлэдэг байх ёстой. Байр суурь нь тодорхой сэтгүүл зүй төвийг сахих сэтгүүл зүйгээс хамаагүй үнэмшилтэй бөгөөд үзэл бодлын хувьд ижил түвшинд орсон санал бодол хэрэглэгчид өгч буй бүтээгдэхүүний үнэ цэнийг дээшлүүлэхэд нөлөөлдөг. Гэхдээ хэрэглэгч үзэл бодол, ухуулга биш сэтгүүлчийн бүтээлч үйл ажиллагааны үр дүнд хийгдсэн дүн шинжилгээг илүү

ихээр сонирхдог. Хэдийгээр ийм бүтээл сүлжээгээр цацагдсан ч дүн шинжилгээ болон боловсруулах арга барил нь сэтгүүлчийн хөдөлмөр болон үлддэг учиртай. Сэтгүүлчийн мэргэжлийн үнэ цэнэ нь чухам үүнд оршдог бөгөөд зохиогчийн нэр хүнд нь асуудалд хийсэн дүн шинжилгээ, мэдээллийн үнэн бодитой эсэх, боловсруулах арга барил, эх сурвалжаас олж авсан мэдээлэлд хэр зэрэг шударга хандсанаар тодорхойлогдох болно.

Энд нэг зүйлийг онцлон тэмдэглэхэд дүрс бичлэгийн камерын салбарт хийгдэж буй технологийн шинэчлэл нь үгийн шууд утгаар нь шинэ “үзэл бодол”-оор хангах боломж олгох болсон. Камерыг хэт жижигрүүлэн үйлдвэрлэх болсон нь сурвалжлах ажилд үзэл бодлын сэтгүүл зүйн шинэ хэлбэр бий болоход нөлөөлж, үйл явдлыг амьдралын тодорхой орчин, нөхцөлд зохиогчийн нүдэн дээр шууд өгүүлэх боломж бүрдүүлж байна.

Визуаль сэтгүүл зүй зөвхөн нууц камер ашиглахыг дэмжихээс гадна (дээр өгүүлсэн “Foxconn”-ы жишээ) тоон технологи хувь хүний үзэл бодлыг түлхүү илэрхийлэхийн тулд үйлдлийн маш олон хувилбарыг бүтээлчээр ашиглах болсон.

Үүнээс үзэхэд 360° понарамын дүрс бичлэг, 3D камерын техникийн шинэчлэл нь хүн үйл явдал болж байгаа газарт биечлэн оролцох (“being there”) боломжийг өндөр түвшинд хангах, урьд өмнө нэвтэрч чадахгүй байсан орон зайд нэвтэрч визуаль аргаар өгүүлэх боломжийг бүрдүүлсэн. Үүний бодит жишээг олон орны туршлагаас харж болно. “BBC” байлдааны талбарт байгаа цэргийн тухай контентыг оруулах аргаар “үзэл бодлын сурвалжлага”-ыг амжилттай туршиж байна⁶. “CNN” Гайтид болсон газар хөдлөлтийн дараа

360° камерын тусламжтайгаар өөрсдийн сурвалжлагыг бэлтгэж байсан⁶. Ийм замаар сэтгүүл зүйн цоо шинэ төрөл болох “оролцооны сэтгүүл зүй” виртуаль бодит байдал болон “хүрээлж буй орчныг бүтээх” (“world building”) технологийн тусламжтайгаар компьютерийн тоглоомыг ашиглан бүтээх нь энгийн үзэгдэл болсон. Энэхүү виртуаль орон зай зохиогчид болон хэрэглэгчдэд тодорхой үзэл бодлын хүрээнд интерактив яриа өрнүүлэх боломж олгохын тулд сурвалжлагын явцад тайлбарлагдсан бодит нөхцөл байдлыг дахин давтдаг. Тийм системийн хэрэглэгч компьютерийн программын тусламжтайгаар бүтээсэн бодит сурвалжлагад оролцож, заримдаа үйл явдлын “баатар” болж хувирдаг⁸.

“Оролцооны сэтгүүл зүй” (participatory journalism) мэдээллийн үйл явдлыг нэгдүгээр биеэс харах боломж олгодог бөгөөд энэ нь визуаль материалын ямар нэг хэсэг нь байхгүй, эсвэл түүнд нэвтрэх боломжгүй байгаа тохиолдолд чухал ач холбогдолтой юм. Үүнээс гадна “оролцооны сэтгүүл зүй” үзэгчдэд тухайн үйл явдалд биечлэн оролцож, баатруудтай холбогдож, хамтран шийдвэр гаргаж байгаа мэт сэтгэгдэл төрүүлдэг учраас тэдний сонирхлыг татаж, идэвхийг дээшлүүлдэг.

Автоматчлагдсан сэтгүүл зүй. Өөр нэг анхаарал татаж буй шинэлэг хандлага бол автоматчлагдсан сэтгүүл зүйн хөгжил юм. Сүүлийн хэдэн жилд интернет дэх асар их хэмжээний мэдээллийн урсгалаас пресс-релиз, янз бүрийн эх сурвалжуудаас мэдээг таних, сонгож авах, “хуулж бичих”, “боолт хийх”, тодорхой сүлжээнд түгээх чадвартай робот-краулерүүд (хайлтын программууд) ажилладаг төслүүд

хэрэгжиж байна. Тухайлбал, “Forbes” зэрэг мэдээллийн компаниуд энэ програмуудыг дэлхийн санхүүгийн зах зээлд мэдээллийг шуурхай түгээх нь онцгой чухал болсон учраас ашигладаг. Орчин үед хүн энгийн бичвэрийг бичих хурдаараа роботоос хол хоцорсон нь ч үүнд нөлөөлөх болсон. Роботыг ялангуяа спортын сурвалжлага бэлтгэхэд түгээмэл ашиглаж байна. “The New York Times” сонин “семантик вэб” хэмээх технологийг ашиглаж сонинд нийтлэх зар сурталчилгааг автомат журамд оруулсан байдаг. Дээрх жишээнүүдэд сэтгүүл зүйн материалын агуулгад шинжилгээ хийх үйлдэл нь хэвээрээ үлддэг гэдгийг хэлэх хэрэгтэй. Автоматчлагдсан сэтгүүл зүй хөгжих тусам түүний гол зорилго нь мэдээллийг цуглуулахад чиглэгдэж, харин түүнийг тайлбарлах, дүн шинжилгээ хийх, чанарыг сайжруулах шаардлага улам нэмэгдэх нь тодорхой болж байна.

Глобаль сэтгүүл зүй. Тоон технологийн үр дүнд *глобаль сэтгүүл зүйн* хөгжил улам бүр бодит үзэгдэл болсоор байна. Шинэ технологи олон янзын үзэл бодлын болон соёлын олон төрлийг агуулсан мэдээллийн глобаль эх сурвалжуудыг бий болгосон нь теле компаниуд, сонин хэвлэлүүд өөрсдийн гадаадад байгаа товчооны тоог багасгахад хүргэж байна. Автомат орчуулгын технологи хөгжиж, сайн дурын орчуулгын нийгэмлэгүүд өргөжиж байгаа нь мэдээллийг нэг орноос нөгөө оронд дамжуулах, хуваарилах өргөн боломжийг бий болгосон. Үүний бодит жишээ бол “Global Voices”, “Global Post”, “Metropolis TV”, “VJ Movement”, “Associated Reporters Abroad”, “Africa Interactive” болон “TED Open Translation Project”. Европын нэвтрүүлгийн холбоо (The European Broadcasting Union) өөрийнхөө эгнээнд

дэлхийн 56 орны 85 үндэсний медиа байгууллагыг багтаадаг бөгөөд дэлхийн радио нэвтрүүлэг эрхлэгчдийн даяар нийгэмлэгийг байгуулахын тулд .radio домейний оператор болохыг төлөвлөж байна. Энэ домейнд гаргасан хүсэлтийг дэлхийн 5.5 тэрбум хүлээн авагч бүхий 50 000 гаруй радио станцийг төлөөлдөг Сувилагчдын гэр бүлийн нийгэмлэг дэмжсэн байдаг.

Интернетийн хурдтай сэтгүүл зүй. Интернет болон бусад тоон сүлжээ орчин үеийн теле харилцааны даяар сүлжээ, өргөн хүрээнд нэвтрэх боломж, утасгүй харилцаа холбоо, байнга холбогдох боломжийг ашиглах замаар мэдээлэл бэлтгэх танхимыг (өрөөг) үндсээр нь өөрчилсөн байдаг. Энэхүү сүлжээ нь тасралтгүй үргэлжлэх мэдээллийн урсгалыг бий болгож, түүнийг хүлээж авсан тэр мөчид шууд боловсруулах замаар үйл явдлыг баяжуулах, хуулж бичих болсон. Маш өндөр хурдтай, интернетийн орчинд ажиллах нь сэтгүүл зүйн суурь зарчмуудыг өөрчлөхгүй гэдэг нь тодорхой. Гэхдээ энэ бүхэн нь мэргэжлийн хэвшмэл болсон практикийг нэлээд нарийн түвэгтэй болгоход нөлөөлдөг. Мэдээллийн тоо хэмжээ их байх тусам ашиглах, дамжуулах хурд улам нэмэгдэж, тусгаж буй үйл явдалд дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлах цаг хугацаа тэр хэмжээгээр багасах болно. Технологийн хөгжил ихэнх мэргэжлийн сэтгүүлчийн практикийг өөрчилж, сэтгүүлч бэлтгэж буй их, дээд сургуулиудын үйл ажиллагаанд маш хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Учир нь тэдний төгсөгчид чадвартай сайн сэтгүүлч болохын зэрэгцээ нийгмийн шинжлэх ухааны салбарт судлаач, технологийн хувьд асар их мэдээллийг боловсруулах чадвартай мэргэжилтэн байх шаардлага тулгарч байна. Асуудлын

гол нь сэтгүүлчдийн өчүүхэн хэсэг нь л нэгэн зэрэг энэ мэдлэг, дадал чадварыг эзэмших боломжтой, чадавхитай байдаг. Тэд хүссэн хүсээгүй сэтгүүл зүйн үйлдвэрлэлийн тодорхой хэсэг, тодорхой нэг шатанд мэргэжилтэн болж, орчин үеийн медиаг бүтээх үйл явцын бусад элементүүдийн хүрээнд мэргэжилтнүүдтэй хамтран ажиллаж чадах ёстой. Хэрэв сэтгүүлч үүнийг эс чадвал “өөрийнхөө ажлын байр”-ыг

мэдээллийг цуглуулах, боловсруулах ажлыг гүйцэтгэдэг роботчилагдсан албанд, эсвэл иргэний сэтгүүлчдэд алдах болно. Орчин үед мэргэжлийн сэтгүүлчдийг үнэлэх үнэлэмж, чадвар нь дүн шинжилгээ хийх (энэ нь тийм ч амархан алгоритм болон хувирч, эсвэл

краудсорсингийн тусламжтайгаар шийдвэрлэгдэхгүй) сүлжээг зохион байгуулах чадвар дээр төвлөрч байгааг судаачид нэг бус удаа тэмдэглэсэн байдаг. Мэргэжлийн сэтгүүлчид “мэдээний гоцлон дуулаач” биш “ирээдүйн мэдээллийн оркестр”-ийн удирдаач байх ёстой⁹. Энд онцлон тэмдэглэх өөр нэг зүйл бол мэдээллийн үйлдвэрлэлийн цикл эрс эрчимжиж байгаа нөхцөлд сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны арга болох шинж нь багассаар байна. Учир нь, мэдээ мэдээлэл, телевизийн хөтөлбөрүүд интернетэд асар их хэмжээгээр хадгалагдаж, тэд үнэхээр даяар тоон архивын тодорхой нэг хэсэг болон хувирч байна. Ирээдүйд маш олон үйл явдал орон зай, цаг хугацааны ямар ч үед олны хүртээл болох, түүхийн

болон бусад чухал эх сурвалж болон үлдэх бүрэн боломжтой. Энэхүү хайлтын систем нь асар богино хугацаанд эх бичвэрийн болон визуаль үйл явдалтай холбоотой мэдээллийг нэгтгэж хувь хүний сонирхлын дагуу боловсруулалт хийх боломжтой юм. Биднийг угтан ирж буй боломж бол нийгмийн сайн сайханд үйлчилдэг сэтгүүл зүйн үнэ цэнийг тодорхой

«

Биднийг угтан ирж буй боломж бол нийгмийн сайн сайханд үйлчилдэг сэтгүүл зүйн үнэ цэнийг тодорхой хэмжээгээр дээшлүүлэх болно. Учир нь хэрэглэгчдийг “хуваарийн дагуу өгдөг мэдээ”-ний дарангуйллаас чөлөөлж, хүссэн үед сэтгүүлчдийн өгч байгаа бүтээгдэхүүнээс шинэ мэдээ, дүн шинжилгээ, үнэлэлт дүгнэлт шаардах боломж бүрдэнэ

»

хэмжээгээр дээшлүүлэх болно. Учир нь хэрэглэгчдийг “хуваарийн дагуу өгдөг мэдээ”-ний дарангуйллаас чөлөөлж, хүссэн үед сэтгүүлчдийн өгч байгаа бүтээгдэхүүнээс шинэ мэдээ, дүн шинжилгээ, үнэлэлт дүгнэлт шаардах боломж бүрдэнэ. Энэ бол сэтгүүлчийн хувьд зөвхөн тухайн цаг

мөчийн, өнөөдрийн түүхийг өгүүлэхгүй, харин “мөнхөд үлдэх” бүтээл туурвихыг хичээх болно гэсэн үг. Сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүнийг эрж хайх, нэвтрэх үйл ажиллагаа оновчтой болж байгаа нь ялангуяа боловсролын салбарт ажилладаг, аналитик сэтгүүл зүйн шилдэг жишээнүүдийг сонирхдог хүмүүст чухал ач холбогдолтой. Нийгэм хөгжих тусам сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүний, мэдээллийн мөнхийн баазын логик нь зохиогч ажлын дараалал, үйл явдал болон түүний элементүүдийг бүлэглэх, хуримтлуулахаас эхлээд ирээдүйн ажлыг яаж хадгалах, архивлах вэ гэдгийг харгалзан үзэх замаар хөгжих болно. Ажлын энэ хэсэг нь дуу, дүрс бичлэгээс үл хамааран жинхэнэ мэргэжлийн хүний ажлын хамгийн чухал хэсэг болон

хувирах учиртай юм¹⁰. Энэ бүхнээс үзэхэд бодит цаг хугацааны шуурхай мэдээллийн ихэнх хэсэг нь автоматчлагдаж, сэтгүүлчид өөрсдийн хүчин чармайлтыг сонгож авсан үйл явдал, асуудал, баримтад дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлах ажлын чанарт төвлөрүүлэх бөгөөд энэ нь нийгмийн өөрчлөлтийг олон талаас нь илүү ул суурьтай тусгахад чухал нөлөө үзүүлэх юм.

Дүгнэлтийн оронд. Интернетийн соёл, технологи нь “эрх чөлөөний платформ” дээр үндэслэгдсэн учраас төр засаг болон томоохон корпорациудын зүгээс сүлжээний орчинд цензур тавих боломжгүй юм. Энэ нь нэгдүгээрт, мэдээллийн эргэлтийн даяар сүлжээг хамрах хүрээ, түгээлтийн системийн нээлттэй байдалтай холбоотой. Иран, БНХАУ зэрэг зарим орон цензур тавих, хэрэглэгчдийн нэвтрэх боломжийг хязгаарлаж байгаа боловч нээлттэй, мөн чанарын хувьд сүлжээний түгээлтийн систем тийм хяналтыг үл харгалзан тэдний “зохимжгүй” мэдээллийг хэрэглэгчдэд хүргэх боломжийг олж чаддаг¹¹. Хоёрдугаарт, өдрөөс өдөрт хүрээгээ тэлж буй иргэний сэтгүүлчид өөрсдийн сурвалжлага, фото зураг, мэдээлэл, үзэл бодлыг чөлөөтэй түгээж байгаа нь сэтгүүл зүйн практикт эх сурвалжийн тоо нэмэгдэж, цаг үеийн чухал сэдвийн хүрээг өргөжүүлэх боломж олгож байна. Гуравдугаарт, сэтгүүл зүйн шинэ практик нэг үйл явдлыг олон янзын хувилбараар тайлбарлаж, янз бүрийн арга хэлбэрээр тусгаж байна. Өөрөөр хэлбэл асуудлыг зөвхөн төр засгийн албан ёсны байр суурь, үзэл болын үүднээс тусгах, бусад хувилбарыг хязгаарлах ямар ч боломжгүй. Суртал нэвтрүүлэг бол агуулга, аргын хувьд жинхэнэ сурвалжлагаас эрс ялгаатай бөгөөд тийм сурвалжлагын ихэнх хувилбар нь шууд

ухуулга болон улс төрийн заль мэхийг илчилж чаддаг онцлогтой.

Өнөөдөр зарчмын хувьд ямар ч мэдээлэл нээлттэй байна. Субъектив үзэл бодол гол төлөв блогийн ертөнцөд эргэлддэг. Тийм учраас мэргэжлийн сэтгүүл зүй тэр олон янзын эх сурвалжаас нийгмийн хүсэн хүлээж буй ач холбогдолтой мэдээллийг (“гол утга санааг”) олж чадах ёстой. Гэхдээ сэтгүүлчид бусад мэргэжлийн нэгэн адил бүх гол юмыг түүж авах, ашиглах монополь эрх эдлэхгүй гэдэг нь ойлгомжтой. Хэрэв мэргэжлийн сэтгүүлчид энэ үүрэгт гол анхаарлаа төвлөрүүлж, түүнийг мэргэжлийн боловсролын болон мэдээллийн урсгалыг удирдах системийн төвд байлгаж чадвал “олж авсан ута санаа” нь нийгэм дэх сэтгүүлчийн үүргийг хадгалж үлдэхэд зохион байгуулалтын болон институциональ платформын үүргийг гүцэтгэх болно.

Мэдээллийн тоо хэмжээ өндөр хурдацтай нэмэгдэж байгаагаас нэгэн зэрэг бүх салбарыг, түүний дотор мэдээллийн шинэ хэлбэрүүдийг ижил түвшинд тусгах нь ихээхэн нарийн түвэгтэй болж байна¹². Энэ бол мэргэжил болох сэтгүүл зүйн доторхи хөдөлмөрийг тодорхой төрөл, чиглэлээр мэргэшүүлэх, оновчтой хуваарилах, шинжлэх ухааны үндэстэй зохион байгуулах зүг рүү алхам алхмаар урагшилж байгаагийн илрэл юм.

Асар их хэмжээний баримт мэдээлэл гол утга санааг олж авах, оновчтой тайлбарлахын тулд хүссэн хүсээгүй тусгай мэдлэгийг шаардах болсон. Энд хамгийн түрүүнд сэтгүүлчдэд туслах зүйл бол мэрэжилтнүүдтэй хамтран ажиллах явдал юм. Чухам энэ хамтын ажиллагаа интернетээс тоон мэдээлэл, утга санаа, дүгнэлт, визуаль

тайлбар зэрэг хэрэгцээтэй зүйлээ олж авахад тусалдаг.

Байнга өсөн нэмэгдэж буй өрсөлдөөнтэй хөл нийлүүлэн алхаж чадах, асар их мэдээллийн ачааллын нөхцөлд хүлээн авагчдын анхаарлыг татах, үйл явдлыг өндөр түвшинд тайлбарлах бол тусгай дадал чадвар эзэмшиж, авьяасаа хөгжүүлэх тусгай аргуудыг шаардах нь зүйн хэрэг. Хэрэв “баримтуудыг” мэдээллийн талбарт иргэний сэтгүүлчид олоод ирсэн нөхцөлд сэтгүүл зүй үйл ажиллагааны хэвшмэл арга барилаас салж, анхаарлаа тэднийг тайлбарлах, тодорхой агуулгад оруулах, хамгийн чухал “утга санааг олох”-од төвлөрүүлэх ёстой. Мөн сэтгүүлчийн үзсэн, сонссон зүйлийг илэрхийлэх нэг ёсны хувь хүний тайлагнах арга болох сурвалжлагад ч ийм хандлага гол байр эзлэх ёстой.

Үүний зэрэгцээ үйлдвэрлэлийн үйл явцын тодорхой үе шаттай холбоотой мэргэших хандлага давамгайлсан орчин үед ОНМХ-ийн ажилтнууд тодорхой сэдэв, салбар, бичлэгийн төрөл зүйл, мэдлэгийн чиглэлээр мэргэших шаардлага хурцаар тавигдах болсон. Мэдлэгийн эдийн засаг, нанотехнологи, биоинформатик, санхүүгийн технологи, үндэсний аюулгүй байдал, шашин зэрэг салбарт жинхэнэ мэргэжлийн сэтгүүлч байхын тулд тусгай бэлтгэл, эсвэл тусгаж буй тухайн салбарын талаар хангалттай мэдлэгтэй байх шаардлагатай. Хэдийгээр интернет урьд өмнө байгаагүй мэдээллийн асар их санг бидэнд санал болгож байгаа ч өнөөдөр хүртэл мэдлэгийн бүх салбарыг бүрэн хамарч чадаагүй гэдэг нь тодорхой. Нөгөө талаар интернет “амьд сэтгүүл зүйг” буюу чанартай сэтгүүл зүйн үндэс суурь болох үйл явдлын амьд гэрч,

мэргэжлийн хүний ажиглалт, хандлагыг хэзээ ч орлож чадахгүй.

Дүгнэж хэлэхэд глобаль сүлжээний нийгэмд сэтгүүлч болгон уламжлалт сэтгүүл зүйн гурван гол үүргийг нэгэн зэрэг биелүүлэх, тэр гурван түвшинд жигд бэлтгэгдсэн байх албагүй. Нэг хэсэг нь баримт мэдээллийг цуглуулах, дүр дүрслэлийг олох, бүтээх чадвартай байхад нөгөө хэсэг нь олж авсан баримт мэдээллийг оновчтой тайлбарлаж чаддаг, гурав дахь нь цуглуулсан мэдээллийг бусад нэмэлт баримт мэдээлэлтэй холбох замаар сонирхолтой, сэтгэл хөдөлгөм бүтээл туурвих чадвартай байж болно. Гэхдээ сүлжээ маягаар ажиллах замаар нөөц боломжоо бүрэн дайчилж, нэгдмэл үр дүнд хүрэх боломжтой бөгөөд үүний үр дүнд бүтээлч ажлын чанар сайжирч, шинэ түвшинд гарах болно.

Тоон технологийн эриний сүлжээний сэтгүүл зүй гэдэг бол мэргэжлийн үндсийг бүрдүүлэгч бие даасан байдал болон чанарт тулгарч буй аюул хараахан биш, харин хамтын хатуу хяналтаас гарах боломж юм. Энэ боломж гэдэг нь сэтгүүлчийн хувьд хэрэгтэй газарт үр ашигтай ажиллах ур чадвараа хөгжүүлэх, нийгмийн хувьд хэмжээ хязгааргүй мэдээллийн урсгалаас хамгийн гол утга санааг олох, түүнийг өндөр түвшинд тайлбарлах мэргэжлийн мэдлэг, чадвараас ашиг олох боломж юм. Учир нь өнөөдөр дэлхий дахин худал хуурмаг, зэрлэгшсэн мэдээллээс залхаж байна.

Ишлэл

- ¹ Mersey, R. D. (2010). Can journalism be saved? Rediscovering America's appetite for news. New York: Praeger. P.56.
- ² Pew Research Center Publications. (2012). The State of the News Media 2012. Available at <http://pewresearch.org/pubs/2222/news->

[media-network-television--american-community-newspapers.](#)

- ³ Beckett, C., & Mansell, R. (2008). Crossing boundaries: New media and networked journalism. ICA Communication, Culture & Critique 2008. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/4221>.
- ⁴ Costeltoe, S. (2011, November 26). Q&A: BBC's UGC Hub Part 1. Retrieved from <http://startcrowdsourcing.com/tag/crowdsourcing>.
- ⁵ См. <http://cc.aljazeera.net/content/launch-press-release>.
- ⁶ См. <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/2011/06/our-war-use-of-the-soldiers-vi.shtml>
- ⁷ См. <http://edition.cnn.com/interactive/2011/0/01/world/haiti.360/index.html>).
- ⁸ См. https://iris.ucl.ac.uk/research/browse/show-publication?pub_id=270100&source_id=3).
- ⁹ Bozokswy, P. (2008). Digitizing the news. Cambridge, MA: MIT Press. P.113.
- ¹⁰ Anderson, C. (2006). The long tail: Why the future of business is selling less of more. Retrieved from [www.wired.com-wired/archive\(12.10\(tail.html](http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html).
- ¹¹ Castells, M. (2009). Communication power. New York: Oxford University Press. P.112.
- ¹² Hilbert, M., & López, P. (2011). The world's technological capacity to store, communicate, and compute information. Science, 332(6025), 60–65. DOI: 10.1126/Science.1200970.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Anderson, C. (2006). The long tail: Why the future of business is selling less of more. Retrieved from [www.wired.com-wired/archive\(12.10\(tail.html](http://www.wired.com/wired/archive(12.10(tail.html).
2. Beckett, C., & Mansell, R. (2008). Crossing boundaries: New media and networked journalism. ICA Communication,

Culture & Critique 2008. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk-4221>.

3. Bozokswy, P. (2008). Digitizing the news. Cambridge, MA: MIT Press.
4. Castells, M. (2009). Communication power. New York: Oxford University Press.
5. Costeltoe, S. (2011, November 26). Q&A: BBC's UGC Hub Part 1. Retrieved from <http://startcrowdsourcing.com/tag/crowdsourcing>.
6. Garcia de Madariaga Miranda, J. M. (2008). El periodismo en el siglo XXI. Una profesión en crisis ante la digitalización. Mexico: Dykinson.
7. Gluck, M., & Roca, M. (2008). The future of television: Advertising, technology and the pursuit of audiences. Los Angeles: University of Southern California.
8. Hilbert, M., & López, P. (2011). The world's technological capacity to store, communicate, and compute information. Science, 332(6025), 60–65. DOI: 10.1126/science.1200970.
9. Mersey, R. D. (2010). Can journalism be saved? Rediscovering America's appetite for news. New York: Praeger.

Аннотация

Статья посвящена некоторым вопросам развития журналистики эпохи цифровой технологии. Автор опираясь на практики зарубежных и отечественных масс-медиа выделяет особенности, новые формы, направления, таких как краудсорсинг, визуальная журналистика, гражданская журналистика, глобальная журналистика, комьюнити-журналистика, автоматизированная журналистика и журналистика точки зрения, журналистика соучастия. Фиксируется и анализируется специфика этих направлений и делается некоторые выводы о влиянии их на развитие масс-медиа.