

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№19/496

ШУС, НУС

2018

ТЕЛЕВИЗИЙН МӨН ЧАНАР, ҮЗЭЛ БАРИМТЛАЛЫН ТУХАЙД

Т.Өнөрсайхан*

*МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, доктор (Ph.D)

Түлхүүр үг: телевизийн сэтгүүл зүй, улсын телевиз, арилжааны телевиз, бүтээл, телетеатр, чансаа.

Нийгэм дэх олон нийтийн харилцааны өргөн хэлбэрийг өөртөө агуулж, илэрхийлэл нь болсон телевизийн сэтгүүл зүй уламжлалт мэдээллийн хэрэгслүүдийг бодвол харьцангуй “залуу” төрөл юм. 1873 онд Английн эрдэмтэн, инженер Уиллоуби Смит селенийн тусламжтайгаар дүрс дамжуулж болохыг нээсэн бол түүний энэ нээлтэд үндэслэн 1883 онд Германы зохион бүтээгч Паул Нипков хөдөлгөөнт дүрсийг хураан авч болох жижиг төхөөрөмж бүтээсэн нь “Нипковын зээрэнцэг” гэж алдаршжээ. Тэдний судалгаа, туршилтын ажил дэлхий нийтийн анхаарлыг татаж XX зууны эхэн үе дүрс дамжуулах технологийн нээлтийн оргил үе болов. Хөдөлгөөнт дүрсийг хураан авч болдгийг баталсан эрдэмтэд төрөл бүрийн зайд дамжуулах оролдлого хийж, Орос, Их Британи, Франц, Герман, Японд өнөөдрийн телевизийн технологийн суурийг тавьсан нээлтүүд дараалан хийгдсэн байдаг. “1900 оны наймдугаар сарын 25-нд Парис хотноо болсон Олон улсын электротехникийн их хурал, үзэсгэлэнгийн үеэр эрдэмтэн

Константин Перский “Television” (tele visio- алсыг харах гэсэн утгатай латин үг) гэдэг илтгэл тавьсан байна”¹. Телевизийн анхдагч хэрэглээ өөрийн гэсэн нэр томъёотой болсон үйл явдал байлаа.

Оросын Петербургийн Технологийн дээд сургуулийн профессор Б.Л.Розинг электрон цацрагийн вакумын төхөөрөмжийн тусламжтайгаар дүрсийг алсын зайд дамжуулах цахилгаан телескоп зохион бүтээж, 1907 оны долоодугаар сарын 25-нд анхны туршилтаа хийжээ. Өөрийн шавь, инженер В.Зворыкинтой хамтран ажиллаж, 1911 онд чанарын шаардлага хангасан дүрс хүлээн авсан нь гэрэлтүүлсэн төмөр тор байсан байна. 1926 оны аравдугаар сард Японы эрдэмтэн Кенжиро Таканаяги анхны жинхэнэ туршилтыг хийсэн гэж түүхэнд тэмдэглэгдсэн байдаг. Хөдөлгөөнт дүрсийг хураан авч, түүнийгээ “алсыг харагч” буюу телевиз гэж нэрлэж байсан эрдэмтдийн ажил тухайн дүрсээ цааш нь цацаж, дамжуулж болдгийг баталж чадснаараа нийтийг хамарсан мэдээллийг нэг цэгээс олон хүнд хүргэх боломжийг бүрдүүлсэн юм. Гэхдээ энэ үед дүрсээ харж ярилцахыг зорьж, төхөөрөмжийн технологийн талын ач холбогдлыг нь илүү харж байв. Хэсэг

эрдэмтний сонирхлын шинжтэй байсан энэ ажил яваандаа салбар бүрт өөрийн онцлогтойгоор ашиглагдах болж, үндсэн гол чиглэл нь телевизэд биеллээ олсон байна. Дуу, дүрсийг дохио хэлбэрт шилжүүлж, дамжуулах технологийг нээсэн эрдэмтдийг зөвхөн хэрэгсэл зохион бүтээсэн гэж тэмдэглэх нь өрөөсгөл билээ. Тэд хүн төрөлхтний хөгжлийн хандлагад нөлөөлөх нэг алхмын эхлэлийг тавьсан юм.

Технологи яг хэзээ телевизийн сэтгүүл зүй болж, ОНМХ-ийн системийг бүрдүүлэгч болсон тухай асуудал одоо ч маргаантай. Учир нь телевизийн тогтмол нэвтрүүлэг эхэлсэн тухай нэгдсэн баримт ховор юм. Эх сурвалжууд янз бүрээр бичжээ. Түүхэн тэмдэглэлт энэ өдрийг техникийн туршилт, чанартай дүрс хүлээн авсан, эсвэл өргөн нэвтрүүлэг эхэлсэн үе зэргээс хамааран тогтоосноос ийм зөрүү гарч байна. Оросын судлаачид “1931 онд Москва хотноо “Нипковын зээрэнцэг” дээр үндэслэн механик аргаар дүрс дамжуулж эхэлсэн нь өргөн нэвтрүүлгийн эхлэл байсан”² гэсэн бол Англи, АНУ-ын судлаачид “Baird Television Ltd. компани 1929 оны есдүгээр сараас эхлэн Лондон хотноо Би-Би-Си-д зориулан телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн туршилтын үйлчилгээ эрхэлж байсан”³ гэж тэмдэглэсэн байдаг. Европын зарим судлаач, “Телевизийн анхны бүрэн хэмжээний үйл явдлын дамжуулалт 1936 онд Германд болсон. Технологийн дэвшлээ дэлхий нийтэд харуулах гэж Берлин хотод болсон зуны XI Олимпийн наадмыг хэсэгчлэн телевизээр гаргасан”⁴ гэж бичжээ. “1939 оны дөрөвдүгээр сарын 30-нд Ерөнхийлөгч Франклин Рузвельтийн яриаг дамжуулснаар АНУ-д телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн нээлт болсон байдаг”⁵ гэх

зэргээр төрөл бүрийн баримтууд байна.

Эндээс харахад телевизийн технологийн онцлогт суурилсан цөөн тоо бүхий хүмүүс хоорондын хувь шинжийн харилцаа яваандаа олон нийтийг хамарсан өргөн хүрээний харилцаа, нийгмийн хэв маягт нөлөөлөгч нэг хэрэгсэл болох эхлэл тавигдсан байна. Гэхдээ энэ цаг үед телевиз бүрэн утгаараа ОНМХ байсан гэж үзэх нь учир дутагдалтай юм. ОНМХ-ийн мэдээлэл нь янз бүрийн, өргөн хүрээний хүлээн авагчдад зориулагддаг. Гэтэл тухайн үед бараг хүлээн авагчгүй, тусгайлан дамжуулах техник хэрэгсэл бүрэн хөгжөөгүй, бүтээлийн сонголт, үйлдвэрлэл бараг байгаагүй телевиз энэ шаардлагыг хангахгүй байв. Шинэ нээлтийн “цочрол”-оос гарч хараахан амжаагүй, технологийг хэт шүтсэн, алдаг оног дамжуулалттай, хүлээн авагч хэрэгсэл ховроос шалтгаалж бараг үзэгчгүй байсан байна.

Мэдээлэл харилцааны хувьсгал телевизийн мэдээллийн хүрээг үндсээр нь өөрчилсөн. Телевиз технологийн салбараас хүрээгээ тэлж, 1950-иад оны үеэс олон талт үүрэг, зарчмын хүрээнд төлөвшлийн шинэ шатыг олсон юм. Анхандаа технологийн шинэ нээлт төдийхнөөр хязгаарлагдаж байсан телевизийн ач холбогдол өсөн нэмэгдэж, телевизийн сэтгүүл зүйн мэдээлэх болон харилцааны үүрэг давамгайлан гарч ирэв. 1959 оны есдүгээр сард Япон улсын “Тошиба” корпораци дүрс бичлэгийн төхөөрөмж нийтэд танилцуулжээ. Үнийн хувьд боломжийн, дүрс нэвтрүүлэх чадал сайтай байсан нь нийтийн хэрэглээ болоход нөлөөлсөн байна. “1950 онд АНУ-ын нийт өрхийн 9% телевизортой байсан бол 1965 онд

65% болсон байна”⁶ гэж АНУ-ын сэтгүүл зүй судлаачид бичсэн байна. Хүлээн авах хэрэгсэл нийтийн хүртээл болсон нь олон талт бүтээл үйлдвэрлэлийг бий болгож, телевиз олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл болсон юм. Ингэж үзэх үндэслэл нь, олон нийтийн харилцааг төрөлжсөн байгууллагууд хэрэгжүүлж, мэргэжлийн үйл ажиллагааны тодорхой хүрээг хамран “BBC”, “PBS” зэрэг телевизүүд байгуулагдаж, харилцааг тусгай хэрэгслүүдийн тусламжтайгаар нэвтрүүлж ингэхдээ мэдээллийг эх бичвэр, аман яриа, дүрсийн нэгдлийн тусламжтайгаар дамжуулж байв.

Хөгжлийн шинэ үе 1970-аад оны сүүлчээр эхэлж, сансрын болон кабелийн телевиз эрчимтэй хөгжиж, их хэмжээний мэдээлэл цуглуулж, хадгалж бас дэлхий даяар шуурхай тараах боломжтой компьютерийн сүлжээ бий болсон нь сэтгүүл зүйг цоо шинэ шатанд гаргасан юм. Сүлжээний боломж нь эх бичвэрийн, дуу чимээний болон дүрст мэдээллийг тухайн цаг мөчид шуурхай дамжуулж, “уламжлалт” олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд тэр бүр байгаагүй мэдээлэл харилцааны шинэ олон талт, идэвхтэй шинжийг нэвтрүүлэв. Ингэж анхлан технологит суурилан бий болсон телевиз олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл, нийгмийн шинжлэх ухааны нэг судлагдахуун болох явцад өөрийнх нь онцлог байдал төлөвшсөн юм. Үүнийг судлаач бүр өөр өөрийн өнцгөөс тодорхойлжээ.

Социологич Ф.Уэбстер “Дуу, дүрсийг телестанцаас электрон соронзонгоор дамжуулан хүлээн авагчдад хүргэдэг”⁷ гэж технологийн талыг нь баримталсан тайлбарыг олон нийтийн харилцааны технологийн шалгуурын нэг хэлбэр болгон бичсэн байна.

Оросын судлаач В.Егоров “Телевиз, үзэгчидтэй харилцан үйлчлэх тогтолцоонд дуу дүрс бүхий мэдээлэл бүтээж, нийтэд түгээдэг”⁸ гэж технологи болон мэдээллийн хэрэгслийг хамтатгасан, мөн “Телевиз бол хүн төрөлхтний хоорондын хамгийн дөт зам юм”⁹ гэж харилцааны хэрэгсэл талд нь тулгуурлаж тодорхойлжээ. “Телевизийн үзүүлж буй бодит байдал хэзээ ч бодитоороо үлддэггүй” гэж судлаач Жон Фиске¹⁰ бичсэн байдаг. Түүний үзлээр телевиз бол “олны дунд чухал ач холбогдол бүхий ойлголт, сэтгэлийн таашаал түгээн дэлгэрүүлэгч” ажээ. Тэрээр нийгмийн соёлыг түгээгч гэсэн байр суурийг өөрийн бүтээлүүддээ тусгасан байна.

Телевизийн онцлогт байдлыг Канад Улсын судлаач Маршалл Маклюэн “Үзэгчид мэдээллийг хүргэж байгаа хүмүүсийн яриаг шимтэн сонсохоосоо өмнө хэн гарч ирэв, ямар нөхцөлд байна, юу өмссөн байна гэдгийг илүү анхаардаг тул дүрс, дуу хоолой, түүнийг дамжуулагч хэрэгсэл нь мэдээллийн чухал илгээлт болж хувирдаг байна”¹¹. Телевиз бусад олон нийтийн харилцааны хэлбэрүүдээс үндсээрээ ялгаатай, хүний мэдрэхүйн онцлог, харахуйд голлон түшиглэсэн нь итгүүлэн үнэмшүүлэх чадварыг нь нэмэгдүүлдэг. Нэг мэдээллийг олон агуулга болон хэлбэрийн тал бүрийн оролцоотойгоороо хүргэдэг гэж тодорхойлжээ. Доктор, профессор Л.Норовсүрэн, доктор Н. Ариунзаяа нар телевизийн өвөрмөц шинжийг “нэгд: нийтлэг чанар, хоёрт: итгүүлэн үнэмшүүлэх чадвар, гуравт: нэвтрэх чадвар”¹² гэж үзсэн байна. Мэдээлэл түгээх янз бүрийн арга хэрэгслээс цуглуулж авсан хэрэглүүр гэж тодорхойлжээ. Доктор Б.Болд-Эрдэнэ “Телевиз үзэх нь бичиг үсэг мэдэх, унших

зэрэг чадвар мэдлэг шаардлагагүйгээр сонин, сэтгүүлээс, үнэгүй байдгаараа кино театраас, дүрсээр мэдээллээ дамжуулдгаараа радиогоос давуу”¹³ гэж онцлог байдлыг нь олон нийтийн харилцааны өргөн түвшинд илэрхийлсэн байна. “Телевиз олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн бүхэл бүтэн тогтолцоонд өөрийн зүй тогтол, хуулийн дагуу хөгжиж буй өвөрмөц, нийлэг урлаг юм”¹⁴ гэж судлаач Х.Наранжаргал тодорхойлжээ. Монгол Улсын Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны гаргасан “Телевиз, радиогийн өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалтын ерөнхий нөхцөл шаардлага”-д, “телевиз гэж хөтөлбөрийн дагуу бэлтгэсэн хөдөлгөөнт дүрс, график, үг, дуутай агуулгыг радио давтамж ашиглан нэвтрүүлэх өргөн нэвтрүүлгийн систем, үйлчилгээ эсхүл үйлчилгээ эрхлэгчийг хэлн”¹⁵ гэж технологи, бизнесийн хэлбэр, мэдээллийн хэрэгсэл гэсэн гурван талаас нь тодорхойлсон байна.

Эндээс ерөнхийлөн дүгнэхэд телевиз бол хүний үзэх, сонсох, унших мэдрэмжинд тулгуурлаж хийсэн агуулга хэлбэрийн нийлэмж бүтээлийг технологийн шийдлээр дамжуулан орон зай, цаг хугацааг үл харгалзан түгээж болдог, хүлээн авагчийн сэтгэл зүй, ахуй амьдралд нөлөөлөх чадвартай олон талт харилцааны хэлбэр болох нь харагдаж байна. Нэг өнцгөөс, нэг талаас тайлбарлаж, ганцхан тодорхойлолтод багтааж ойлгох аргагүй, “телевизийн мөн чанарыг тал бүрийн салбарын нийлэг байдлаар гаргаж ирэх нь зүйтэй”¹⁶ юм. Гэхдээ гадаад, дотоодын дээрх судлаачдын телевизийн талаарх тодорхойлолт, ойлголтуудыг нэгтгэж үзэхэд технологи, урлаг, бизнес гэсэн хам санаанууд явж байгаа ч бүгд телевиз бол юуны

түрүүнд ОНМХ гэдэгт санал нэгдэж байна.

Телевиз хэн, юу, хэзээ хаана болж буйг дүрс, дууны хосолмол нийлэмжээр дамжуулж үзэгчид мэдээлэл өгөн, шууд нөлөөлөл бий болгодог. Ямар ч хэрэгсэлд байхгүй хөдөлгөөнт дүрсний хязгааргүй дамжуулалт нь телевизийн давуу байдал мөн. Цахим хэрэгсэлд дүрсний дамжуулалт бий боловч хүлээн авагчаас технологийн тусгай хэрэглээ, мэдлэг шаарддаг нь телевизийн үндсэн онцлогийг давж гарах боломжгүй болгож байна.

Телевиз анх техникийн нээлт хэлбэрээр үүссэн ч гэлээ цаг хугацааны явцад харилцааны тээгч, өдөөгч болж олон нийтэд хүртээмжтэй, тэдэнд үйлчлэх болсон нь технологийн шийдлээс телевизийн сэтгүүл зүйн давамгайлах хэв шинжийг бий болгосон. Хэрвээ шууд дүрсийг дамжуулах технологи зөвхөн дүрс, дуу дамжуулагчийн үүрэг гүйцэтгэх эсвэл хүмүүс хоорондын дүрсээ харж ярих харилцааны хэрэгсэл хэвээр үлдсэн бол ХХ зууны хүчирхэг мэдээллийн хэрэгсэл хэзээ ч болж чадахгүй байсан. Сэтгүүл зүйн мэдээллийг, хүний харилцааны бүх өнгө, дүр зураг, утга агуулгыг илэрхийлж байж сая телевиз байна гэсэн үг¹⁷ юм.

Мэдээллийн нийгмийн шалгуур үзүүлэлтийн нэг технологи телевизийн дүр зургийг нэг талаар тодорхойлогч нь билээ. Телевизийн дамжуулах, нэвтрэх онцлог технологид тулгуурладаг. Дуу, дүрсний дохиог дамжуулах анхны радио релейнээс эхлээд өнөөгийн эйч ди (HD), клауд (Cloud), ай-пи-тв (IPTV), ОТТ үйлчилгээ нь телевизийн технологийн давуу тал, шинжлэх ухааны ололт, хөгжлийн илэрхийлэл юм. Техникийн хөгжил телевизийн нөлөөг өргөтгөж, түүний бүтээлийн янз бүрийн шинэ

хэлбэрүүд бий болоход үүрэг гүйцэтгэж байна. Гэхдээ дан “шалдан” технологи хэзээ ч амжилтад хүрч, олон нийтийг дагуулахгүй байсан. Чухамдаа телевизийн сэтгүүл зүй өвөрмөц онцлогтоо тулгуурлаж хөгжсөн нь техникийн нээлтийг олон нийтийн харилцааны шинэ шатанд гаргасан юм. Тэгэхээр “телевиз” гэдэг үгийг тодорхойлох, мөн чанарыг нь илэрхийлэх үндсэн цөм нь ОНМХ мөн.

“Сэтгүүл зүй нь олон нийтийн санаа бодлын “менежер, удирдаач” хэмээх утгаараа хүмүүст нийгмийн тодорхой нэг ухамсар, төлөв байдал, үнэлэмж эсвэл хандлагыг төлөвшүүлдэг. Харин тэр бүхэн нь эцсийн эцэст мэдээллийн түгээлт, дамжуулал, харьцаа зэрэг хүний амьдрал, төрөлх эрэлт хэрэгцээгээр тэжээгдэн байж, нийгмийн орчин, харилцааны тогтолцоог бий болгон төлөвшүүлдэг учиртай”¹⁸ гэсэн тодорхойлолт телевизийн тухай дээрх ойлголтыг бататгана.

Телевизийг илэрхийлж буй бусад онцлогууд энэ цөмийг баяжуулж, үр нөлөөг нь дээшлүүлэх дагавар туслахууд юм. Аль нэгийг нь ор мөргүй, хэрэггүй гэж үзэхийг зорьсонгүй. Телевиз бол ОНМХ гэсэн цөмийн огтлолцох уулзварт заавал байх ёстой хүчин зүйлүүд гэж тодорхойлж байна.

Судлаачдын дунд “Телевиз бол урлагийн нэг хэлбэр” гэсэн томъёолол явдаг. Дүрслэн үзүүлэх аргаар юмс

үзэгдэл, амьдралыг үзүүлдэг учраас урлагтай холбон тайлбарлаж болох ч телевизийн дүрс гоо зүй, таашаал өгөхөөсөө илүү бодит байдлын илэрхийлэл, мэдээлэл дамжуулагч юм. Сири улсад бөмбөг дэлбэрч, хот орон балгас болж буйг харуулсан зураглалд урлагийн гоо зүйн мэдрэмж байх нь юу

л бол. Нөгөө талаар урлаг мэдрэмж буюу сэтгэл хөдлөлийг хөндөх байдлаар элементүүдийг зориудаар байрлуулах явц буюу бүтээгдэхүүн байдаг. Харин телевизийн мэдээлэл, тэр дундаа мэдээллийн хөтөлбөрт дүрсийг зохиож, зохион байгуулах боломж хомс. Ялангуяа бодит байдлын илэрхийлэл болсон сэтгүүл зүйн мөн чанар шууд мэдээллийн үед давамгайлж, урлагийн бүтээл болох боломжгүй юм.

Телевиз үүссэнээр “Телетеатр” гэсэн дэлгэцийн онцлогт тулгуурласан киноны төрөл бүрийн хэлбэрүүд, концерт, драмын болон хөгжимт жүжгүүд, теле зохиомж олноор гарч, хуучин сонгодог хэлбэрийг дэлгэцийн онцлогтой хоршуулж байна. “Телетеатр”-ийг үгүйсгэх гэсэнгүй. Энэ бол олон улсад байдаг, телевизийн нэвтрэх онцлогт тулгуурлаж хийсэн, түүний үүргүүдийг биелүүлэх бас нэг хэлбэр, өгөгдөл мөн. Нөгөө талаар, ОНМХ-ийн хүлээн авагчдын бүтэц янз бүр байдаг. Тэдэнд зориулж мэдээллийг хүргэж буй

«

Техникийн хөгжил телевизийн нөлөөг өргөтгөж, түүний бүтээлийн янз бүрийн шинэ хэлбэрүүд бий болоход үүрэг гүйцэтгэж байна. Гэхдээ дан “шалдан” технологи хэзээ ч амжилтад хүрч, олон нийтийг дагуулахгүй байсан. Чухамдаа телевизийн сэтгүүл зүй өвөрмөц онцлогтоо тулгуурлаж хөгжсөн нь техникийн нээлтийг олон нийтийн харилцааны шинэ шатанд гаргасан юм. Тэгэхээр “телевиз” гэдэг үгийг тодорхойлох, мөн чанарыг нь илэрхийлэх үндсэн цөм нь ОНМХ мөн

»

арга хэрэгсэл юм. Түүнээс биш телевизийг бүхэлд нь урлаг гэж үзэх нь хэт нэг талыг барьсан, өрөөсгөл ойлголт билээ.

Телевизийн үйл ажиллагааны эцсийн гол зорилго хүлээн авагчдад хүрэлцэх байдаг учраас үйлдвэрлэсэн бүтээлээ амжилттай борлуулж, үйл ажиллагаагаа тогтворжуулахын тулд телевизүүд цацалт, хэлбэрийн хувьд тодорхой чиглэлүүдэд хуваагдах болсон. Телевизийн ийнхүү олон хэлбэр бий болсноор энэ салбарын хөгжил шинэ түвшинд гараад зогсохгүй нийгмийн бүх л салбарт өөрийн орон зай, нөлөөллийг бий болгож, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн хүчирхэг салбарыг бүрдүүлсэн юм. Манай улсад өрнөсөн 1990-ээд оны нийгмийн өөрчлөлт ерөнхийдөө телевизийн мөн чанарт гэхээсээ нийгмийн өмнө хүлээх үүргүүдийн давамгайлах шинжид нөлөөлсөн. Энэ нь телевизийн өмчийн янз бүрийн хэлбэрүүдээс шалтгаалж илрэх байдал нь өөр байгаа юм. Дэлхий нийтэд эзэмшлийн хэлбэрээрээ гурван төрлийн телевиз байна.

Улсын телевиз. Төрийн өмчид тулгуурлан үйл ажиллагаа явуулж, төсвөөс санхүүжиж, зарим тохиолдолд телевиз үзэгчдээс бага хэмжээний төлбөр аван орлогын тодорхой хувиа бүрдүүлдэг. Үйл ажиллагааны үндсэн чиглэл, редакцийн бодлогыг төрийн эрх бүхий байгууллага тодорхойлж, хяналт тавина. Өмчийн ийм хэлбэрийн телевизийг 100 хувь төрийн мэдлийн болон төрийн өмчийн оролцоотой хувьцаат компанийн зохион байгуулалттай гэж ангилна. Төрийн өмчийн оролцоотой телевизийн тодорхой хувь улсын мэдэлд байж, бусад хэсгүүдийг томоохон хөрөнгө оруулагчид эзэмшдэг. Улсын телевиз байгуулах эхний

үйл явц Франц улсад дэлхийн хоёрдугаар дайны дараа тавигдсан. Эмх замбараагүй байдал, янз бүрийн үзэл суртлын нөлөөг хянах зорилгоор байгуулжээ.

“Ардчилсан нийгэмд үйлдвэрлэлийн хэрэгслийн зарим хэсгийг төрийн мэдэлд байлгадаг туршлага байдаг боловч олон түмний оюун санаанд хүчтэй нөлөөлж чаддаг мэдээллийн хэрэгслийг төр өмчлөхөөс эрс татгалздаг”¹⁹ гэсэн зарчим олон оронд үйлчилдэг боловч нийгмийн оюун санаанд хүчтэй нөлөө үзүүлдэг телевизийг хяналтаасаа гаргах хүсэл сонирхолгүй байдал ардчилсан тогтоолцоот зарим оронд ч ажиглагдаж байна. Ихэнхдээ нэг намын тогтолцоотой орнуудад улсын телевиз байгуулагддаг. Олон намын тогтолцоот нийгэмд аль давамгайлагч, эрх баригч намын үзэл суртлыг дамжуулагчийн үүрэг гүйцэтгэнэ. Төр өөрийн үйл ажиллагааны сурталчилгааг хийхэд улсын телевизийг ашигладаг учраас “мэдээлэл идэвхгүй”²⁰ хэлбэртэй, хязгаарлагдмал, хатуу хяналттай цацагддаг.

Олон нийтийн телевиз. ХХ зууны 80-аад оны үед Европын зарим орон, 90-ээд оны шилжилтийн дараа хуучин социалист системийн орнуудад арилжааны телевизүүд олноор байгуулагдахдаа өмнөх телевизүүдийн өмчийн хэлбэрийг (олон нийтийн, улсын) үгүйсгэж, зах зээлийн харилцаагаар телевизийн үйл ажиллагаа зохицуулагдах ёстой гэж байв. Харин олон нийтийн телевизийн хувилбар хамгийн анх бий болохдоо 40 жилийн дараах энэ өөрчлөлтийн эсрэг хэлбэрээр АНУ-д үүссэн юм. Хэтэрхий хөнгөн хуумгай, бодит мэдээлэл хомс, зөвхөн зугаацуулах, сурталчилгааны үүрэг гүйцэтгэж байна гэж 1950-аад оны үед АНУ-

ын олон нийт арилжааны телевизүүдийг шүүмжлэх болсон байна.

Соён гэгээрүүлэх, боловсрол олгох үүрэг мартагдаж бодит байдлаас хол хэт хэлбэр хөөж байна гэсэн иргэдийн шүүмжлэлийн хариуд тус улсын Засгийн газар 1953 онд Хьюстен хотод анхны олон нийтийн телевизийг байгуулсан байдаг. Яваандаа олон орон АНУ-ын олон нийтийн телевиз байгуулах туршлагыг нэвтрүүлж, санхүүжилт, үйл ажиллагааны онцлогийг нь боловсронгуй болгосноор өнөөдрийн түвшинд хүрсэн юм. Улс орон бүр өөрийн онцлогт тохируулан олон нийтийн телевизийн ерөнхий зарчмыг тогтоосон байдаг. Санхүүжилтийн эх сурвалж төрийн өмчийн оролцоотой, хувьцаа эзэмшигчдийн хөрөнгө оруулалт, сайн дурын хандив, зар сурталчилгаа, үзэгчдийн хураамж зэрэг олон төрөл бий. Ерөнхий ялгаа нь бүтээлийн агуулгаар илэрдэг. Монгол Улсад 2005 онд “Олон нийтийн радио, телевизийн тухай” хууль батлагдсанаар телевизийн өмчийн энэ хэлбэр бий болсон.

Арилжааны телевиз. Сурталчилгаанаас олсон орлогоороо санхүүжилтээ бүрдүүлж, үйл ажиллагаагаа явуулах зорилготой телевизийн хэлбэр 1950-иад оны үеэс үүсч, АНУ-ын “NBC”, “CBS”, “ABC” гэсэн гурван телевиз дэлхийн арилжааны телевизийн хөгжилд чухал нөлөө үзүүлсэн байдаг. Тэд энэ төрлийн телевизүүдийн анхны хэм хэмжээ, онцлогийг гаргаж ирсэн юм. Ардчилсан нийгмийн тогтолцоо, чөлөөт эдийн засгийн үнэт зүйлс бүхий улс орон нийгэмд хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нь иргэдийн үнэн бодит мэдээллийг шуурхай хүлээн авах хэрэгцээг мэргэжлийн түвшинд хангахаас гадна санхүүгийн хувьд бие даан хараат бус байж, ашиг орлого олох

зорилго бүхий бизнесийн байгууллага болдог. ОНМХ-ийн хөгжлийн явцад бүрэлдэн тогтсон телевизийн арилжааны хувилбарыг “...хувийн хэвшлийн хөрөнгө оруулалттай, ашгийн төлөө телевизийн үйлчилгээ эрхлэгчийг хэлнэ”²¹ гэж “Телевиз, радиогийн өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалтын ерөнхий нөхцөл шаардлага”-д тодорхойлсон байна. Сурталчилгааны үйл ажиллагаанаас олсон орлогыг санхүүгийн гол эх үүсвэр болгодог арилжааны телевизүүд реклам олгогчдоос аль болох их мөнгө авах сонирхолтой байдаг. Дэлгэцээр нэвтрүүлж буй сурталчилгааны үнэлгээ нь тухайн телевизийн чансаагаас буюу тодорхой агуулгын хүлээн авагчдын тоо, хэмжээ, бүтэц бүрэлдэхүүнээс шалтгаалдаг. Чансаа тогтоох аргыг 1930-аад оны эхэнд радиод хэрэглэсэн бөгөөд түүнээс хойш улам боловсронгуй болсоор ирсэн юм. Өнөөдөр телевизийн бүтээлчийн амжилтын үзүүлэлт нь түүний чансаа тогтоох судалгааны хариу болж, нэвтрүүлж буй бүтээгдэхүүний чанар нь ач холбогдлын хувьд хоёрдугаар зэрэгт орж байна гэж зарим судлаачид үздэг. “NBC” телевизийн сэтгүүлч Л.Элтерби “Телевизийн бүтээгдэхүүн нь хөтөлбөр бус, харин өөртөө татаж буй хүлээн авагчид бөгөөд энэ бүтээгдэхүүнийг худалдан авагч нь реклам олгогчид...Хүний анхаарлыг хамгийн их татсан хөтөлбөр бол хамгийн шилдэг хөтөлбөр”²² гэж тэмдэглэсэн байна.

Арилжааны телевизийн тухай энгийн тайлбар энэ боловч зөвхөн ашгийн төлөө юу ч гаргаж болно гэсэн шууд ойлголт нь ташаа юм. Зах зээлийн эрэлт нийлүүлэлтийн хуулиар чанартай бүтээл ашиг олох гол арга болно. Бүтээлийн чанарын үр дүнг үзэгчид

тодорхойлох бол нийгмийн хэм хэмжээ, мэргэжлийн ёс зүйн асуудлыг хөндлөнгийн хараат бус байгууллага, мөн энэ асуудлыг хариуцсан төрийн байгууллагуудаас батлан гаргасан хууль, тогтоомжийн дагуу шийдвэрлэдэг.

Энэ утгаараа, “нэгдүгээрт, мэргэжлийн сэтгүүл зүйн чанартай бүтээлээр иргэдийн эрэлтийг хангах, хоёрдугаарт, өөрийн бараа бүтээгдэхүүн үйлчилгээ, үзэл санааг хэрэглэгчдэд хүргэхийг зорьсон байгууллага, компаниудын зар сурталчилгааг өргөн олонд хүргэх үйлчилгээ үзүүлэх зорилго бүхий хосолмол шинж чанарыг агуулж байдаг”²³ гэсэн зарчим үйлчилнэ.

Телевизийн өмчийн олон хэлбэр, тэр дундаа арилжааны телевиз үйл ажиллагаа явуулснаар аль ч орны салбарын хөгжилд төдийгүй нийгэмд олон давуу талыг бий болгодог. Тухайлбал,

- Мэдээллийн олон ургальч байдалд нөлөөлнө. Олон телевиз тус бүр өөрийн нийтлэлийн бодлогоор асуудлыг тал бүрээс нь гаргаж ирснээр хүлээн авагчид тухайн асуудалд өөрийн үнэлэмжийг бий болгодог.
- Зөвхөн мэдээллийн хөтөлбөрт төдийгүй, телевизийн бүтээлийн төрөл зүйлийн олон шинэ хэлбэрүүд бий болдог.
- Телевизийн салбарт хувийн хэвшил орж ирснээр өрсөлдөөнийг бий болгож, технологийн хурдтай хөгжилд гол нөлөө үзүүлдэг.
- Арилжааны телевиз нийгмийн судалгаанд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Улсын мэдлийн телевизтэй байсан ихэнх социалист орнууд үзэгчдийн сонирхол, хандлагыг редакцид ирүүлсэн захидал, хязгаарлагдмал хүрээний теле уулзалт, утсаар өгсөн саналд тулгуурлан тодор-

хойлж байв. Арилжааны телевиз бизнесийн өрсөлдөөний зарчмаар хүлээн авагчдаа судалсны үндсэн дээр нийтлэл, нэвтрүүлгийн бодлогоо тусгадаг нь чансаа тогтоох судалгаагаар дамжуулж нийгмийн хандлагыг мэдэх шинэ боломжийг бүрдүүлдэг байна.

Чөлөөт зах зээлийн орнуудад телевизийн анхдагч хэлбэр болж үүссэн арилжааны хувилбар социалист системийн задралд орсон нийгэм улс төрийн өөрчлөлтийн дараах орнуудад цоо шинэ үзэгдэл байв. Монгол Улсыг ч энэ байдал тойрч гараагүй юм. Телевизийн салбарын талаар уламжлалт ойлголтоо өөрчилж, онцлог ялгааг нь нэвтрүүлэх шаардлага гарч ирснээс гадна шинэ үзэгдэлтэй хамт орж ирсэн технологийн хувьсгалын нөлөөнд хэт автах, эрх зүйн зохицуулалтгүй байдлаас улбаалж гажуудал гарах зэрэг аливаа шинэ зүйл нэвтрэхэд тулгардаг олон асуудал үүссэн билээ.

Телевизийн арилжааны хэв шинж нь давамгайлж, эзэд нь өөрийн хүссэнээ хийж болдог, эсвэл үзэгчдийг татаж л байвал “юу ч хамаагүй үзүүлж” болдог хэрэгсэл мэтээр ойлгох нь ташаа юм. Телевиз бүтээлийн чанар дээр тулгуурлаж, сэтгүүл зүйн үүрэг, нийгмийн өмнө хүлээсэн хариуцлагаа биелүүлэх ёстой. Эрх чөлөөг үүрэг дагалдаж, удирдлагын тогтолцоонд телевиз олон нийтийн харилцааны тодорхой үүргүүдийг гүйцэтгэх замаар нийгмийн өмнө хариуцлага хүлээнэ. Өөрөөр хэлбэл, нийгмийн өмнө хэвлэл мэдээлэл хариуцлага хүлээнэ гэдэг нь ёс суртахууны үүрэг мөрдлөгийг баримтална гэсэн үг²⁴. Эрхийг үүрэгтэй холбох²⁵ нь нийгмийн өмнө хүлээх хариуцлагыг тодорхой болгоно.

Телевиз олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн хувьд хүн, нийгэм, улс орны

мэдээллийн хэрэгцээ шаардлагыг хангах онцгой үүрэгтэй. Гэхдээ бусад олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүдээс ялгарах онцлог нь мэдээллийг илүү хүртээмжтэй, олон талын дүрсэн өгүүлэмжтэйгээр дамжуулдаг. Энэ үүргийг биелүүлэхэд телевизийн нэвтрэх чадвар гол цөм нь болно. Мэдээллээр хангах үүргийн тухай ярихад нийгмийн ёс суртахуунд нөлөөлөгч телевизийн онцлогийг харгалзан үзэх нь зөв юм. Дүрслэлийн онцлог нь хүлээн авагчид бусад хэрэгслүүдийг бодвол хүчтэй нөлөөлдөг. Бүгдийг мэдээлэх ёстой гэдэг үүднээс хандахдаа хэрхэн яаж буюу үндэсний эрх ашиг, нийгмийн үнэт зүйлсийг хүндэтгэж, ёс суртахууны мөрдлөгийг баримтлах ёстой билээ.

Доктор, профессор М. Зулькафиль танин мэдэхүйн үүргийн хүрээг “телевизийн соён гэгээрүүлэх, боловсролын, нийгэм-сурган хүмүүжүүлэх гэж хоорондоо ойролцоо утгатай, чиглэл зорилгын хувьд бараг адилхан шахуу гурван үүргийн тухай тусгайлан тайлбарласан нь учир дутагдалтай бөгөөд уг мөн чанарын хувьд гэгээрүүлэх, боловсрол олгох, сурган хүмүүжүүлэх гэдэг нь танин мэдүүлэх үүргийн дотоод элементүүд юм²⁶ гэж тодорхойлсон байна. Арилжааны телевизүүдээр гарч буй аяллын нэвтрүүлгүүд танин мэдүүлж, цаашлаад шинэ газар орны талаар мэдлэг, мэдээлэл олгон, соён гэгээрүүлэх үүргийг давхар агуулж байдаг. Өөрөөр хэлбэл, телевиз өмчийн аль ч хэлбэрт байсан энэ үүрэг байнга биелэгдэж байдаг юм.

Зохион байгуулах үүрэг өөрөө нийгмийн шинжит олон нийтийн хамарсан аливаа үйл ажиллагааг эхлүүлэх, зохион байгуулах үед илэрдэг. Нийгэм, олон нийтийг эерэг

үйл явдалд уриалан дуудаж, явц, үр дүнг мэдээлэхэд энэ үүрэг чухал ач холбогдолтой. Телевизийн бүх л бүтээлийн түвшинд илэрнэ. Телевиз зохион байгуулагч байж олон нийтийн оролцох, дэмжих, үйл ажиллагаа, үр дүнг гүйцэлдүүлэх хэрэгсэл болгоно.

Телевизийн удирдлагын хэрэгсэл болох үүрэг улс төр, ёс суртахуун, оюун санааны үнэт зүйлстэй салшгүй холбоотой. Олон ургальч байдал, ардчилал хөгжсөн ямар ч нийгэмд телевизийн энэ үүрэг тодорхой хэмжээгээр улс төрийн оролцоотой байдаг. Өөрөөр хэлбэл, аль ч нийгмийн ноёрхогч тал өөрийн үзэл баримтлалаа телевизээр ил болон далд хэлбэрээр дамжуулж олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлснөөр, өөрсдийн зорилгоо биелүүлдэг. Энэ зорилгоо нийгмийн үнэт зүйлсээр дамжуулдаг ажээ. Энэ байдлыг “үзэл суртлын хэрүүл маргаан, үндэсний үзэл ноёрхсон ертөнцөд хүмүүсийн оюун санааны төлөө тэмцэл улам бүр хүчтэй өрнөж байна. Мэдээлэх, суртал нэвтрүүлэх, итгүүлэх зорилгоор маш боловсронгуй технологиудыг ашиглаж байгаа тул нэгийг нөгөөгөөс нь ялгаж салгах боломжгүй юм”²⁷ гэж НҮБ-ын илтгэлд дурдсан байна.

Технологийн нээлт төдий байх хөгжлийн эрт үед телевиз зугаацуулах үүргээр судлагдахууны эхлэлийг тавьсан. Телевизийн өмчийн хэлбэрээс шалтгаалж энэ үүрэг арилжааны телевизүүдэд давамгайлах хандлагатай байдаг. Гэхдээ дан ганц үүргийг биелүүлсэн бүтээл гэж байдаггүй. Зугаацуулах үүрэг бусад үүргүүдтэй хамсан биелдэг.

Телевизийн үүргийн нэгтгэх шинжийг шууд утгаар нь тайлбарлавал үзэл бодол, хүсэл сонирхлоороо огт өөр хүмүүс нэг нэвтрүүлгийг тогтмол

үзэж байгаагаар илэрнэ. Гэхдээ өнөөгийн цаг үед нэгтгэх үүргийн хамрах хүрээ харьцангуй хязгаарлагдмал юм. Хүлээн авагчид улам бүр эс олон нийтжих болсон нь бүгдэд таалагдсан бүтээл хийх боломжийн хүрээг улам хязгаарлаж байна. Энэ талаар судлаачид нэгтгэх үүргийг харилцааны үүрэг гэж тодорхойлж байна. “Дэлхий хавтгай болсон даяаршлын үеийн олон ургальч үзэл, ил тод байдал хэвийн үзэгдэл болсон өнөөгийн ардчилсан нийгэмд нэгтгэх эсвэл нэгтгэгч үүргийн тухай ярих нь үндэслэл муутай юм. Учир нь аливаа ОНМХ-ийн нэг гол үүрэг нь харилцааны үүрэг бөгөөд зөвхөн энэ үүргийн тусламжтайгаар төр ба ард түмэн, сэтгүүл зүй ба ард түмэн, хүмүүсийн хоорондын харилцааны гүүр болдог онцлогтой”²⁸ гэж тайлбарлаж байгаа юм.

Эндээс нэгтгэн дүгнэхэд, телевизийн мөн чанар, үүргийн хамсал нь эзэмшлийн хэв маягийн дарангуйлалд орох ёсгүй. Нийгмийн өмнө хүлээх хариуцлага тэдний эрхийг үүрэг, ёс суртахуунаар хязгаарлаж байна. Харин эзэмшлийн гурван хэлбэрийн телевизийн ялгааг тод ажиглаж болох зүйл бол гагцхүү бүтээлийн хэлбэр, төрөл зүйл юм. Энд тооны болон чанарын асуудал яригдахгүй. Бүх хэлбэр, төрөл зүйлийн бүтээл гаргаж, олон нийтэд хүртээмжтэй байх, эсвэл үзэгч олонтой бүтээлийг хийх үү гэдэгт л ялгаа нь байгаа юм. Түүнээс биш телевизийн эзэмшлийн хэлбэр бүтээлийн чанар, сэтгүүл зүйн нийгмийн өмнө хүлээсэн үүргээс хөндийрэх учиргүй билээ. Ямар ч тохиолдолд телевизийн болзолт байдлуудын эцсийн гол зорилгын уулзвар нь нийгмийн өмнө хариуцлага хүлээж, сэтгүүл зүйн үүргээ биелүүлэх юм.

Ишлэл

- ¹Кузнецова В.Г, Цвик В.Л и др.2002. Телевизионная журналистика. М., с. 250.
- ² Кузнецова В.Г, Цвик В.Л и др.2002. Телевизионная журналистика. М., с. 250.
- ³James Roman 1998. Love, light and a Dream: Television past, present and future. p.15.
- ⁴Беспалова А.Г., Корнилов Е.А. и др. 2003. История мировой журналистики.М., с.210.
- ⁵Мөн тэнд.
- ⁶Беспалова А.Г., Корнилов Е.А. и др. 2003. История мировой журналистики. М., с. 220.
- ⁷Уэбстер Ф. 2004. Теории информационного общества.(пер. Арапов М.В, Малыхина Н.В).М.
- ⁸Егоров В В. 1992. Телевидение: Теория и практика. М., с. 25.
- ⁹Мөн тэнд.
- ¹⁰Fiske J.1987. Television culture. Studies in Communication series.L.
- ¹¹Алла Черных. 2007. Мир современных медиа. М., с. 225.
- ¹²Норовсүрэн Л, Ариунзаяа Н. 2009. Телевизийн сэтгүүл зүй. УБ., х.63.
- ¹³ Болд-Эрдэнэ Б. 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ., х. 206.
- ¹⁴Наранжаргал Х. 2006. Телевизийн сэтгүүл зүйн үндсэн ойлголт, зөвлөмж. УБ., х. 21.
- ¹⁵Телевиз, радиогийн өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалтын ерөнхий нөхцөл шаардлага. ХХЗХ-ны 2011 оны 07-р тогтоолын хавсралт. .2.1.1 заалт.
- ¹⁶Егоров В В. 1992. Телевидение: Теория и практика. М., с. 21.
- ¹⁷Болд-Эрдэнэ.Б.2008. Монголын үндэсний олон нийтийн телевиз:“мэдүүлэх ёстой үзэл суртал”-аас “мэдээлэх ёстой баримт, үйл явдал” руу. Сэтгүүл зүй ЭШБ.№307(09).УБ., х. 49.
- ¹⁸Болд-Эрдэнэ Б. 2009. Интернет сэтгүүл зүй. УБ., х. 8.
- ¹⁹Норовсүрэн Л, Ариунзаяа Н. 2009. Телевизийн сэтгүүл зүй. УБ., х. 54.
- ²⁰Чойсамба Ч.2013. Монгол сонины мэдээ. УБ.,х.42.
- ²¹Телевиз, радиогийн өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалтын ерөнхий нөхцөл шаардлага.ХХЗХ-ны 2011 оны 07-р тогтоолын хавсралт. .2.1.4.
- ²²Columbia Journalism Review. July/August.1986. p.55

²³Ильина Е. 2002. Некоторые аспекты менеджмента СМИ. М., с.124.

²⁴Болд-Эрдэнэ Б. 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ., х. 163.

²⁵Сиберт Ф.С, Шрамм У, Питерсон Т.2016. Хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онол. (Орч. М.Зулькафиль). УБ., х. 132.

²⁶Зулькафиль М. 2018. Сэтгүүлчийн номын сан цуврал II. Телевизийн сэтгүүл зүй: Түүх, онол, практик.УБ.

²⁷Сиберт С. Ф, Шрамм У нар. 2016. Хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онол. (орч. Зулькафиль М). УБ.,х .43.

²⁸Зулькафиль М. 2018. Сэтгүүлчийн номын сан цуврал II. Телевизийн сэтгүүл зүй: Түүх, онол, практик.УБ.,

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Алла Черных. 2007. Мир современных медиа. М.
2. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А. и др.2003.История мировой журналистики. М.
3. Болд-Эрдэнэ Б. 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ.
4. Болд-Эрдэнэ Б. 2009. Интернет сэтгүүл зүй. УБ.
5. Егоров В В. 1992. Телевидение: Теория и практика. М.
6. Ильина Е. 2002. Некоторые аспекты менеджмента СМИ. М.
7. Норовсүрэн Л, Ариунзаяа Н. 2009. Телевизийн сэтгүүл зүй. УБ.

8. Сиберт Ф.С, Шрамм У, Питерсон Т.2016. Хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онол. (Орч. М.Зулькафиль). УБ.

9. Уэбстер Ф. 2004. Теории информационного общества. (пер Арапов М.В, Малыгина Н.В).М.

10. Fiske J.1987. Television culture. Studies in Communication series.L.

11. James Roman 1998. Love, light and a Dream: Television past, present and future.

Abstract

Essence of television is not to change depending on forms of ownership. Combined or integrated forms may occur with the demands of the time as a result of effects of new changes and evolutions on types of products, structure and activity forms. In any cases, the ultimate destination of conditionality of televisions must be the journalism responsible before the society. Commercial televisions are undergoing shortcomings in quality of journalism products, operating not at professional but rather at amateur level, and copying a little better products of overseas of other domestic televisions. Thereby, social and human values and ethical aspects which are main criteria set in the frames of policy and objectives of TV programs, are neglected.