

## АМЕРИКИЙН СОЁЛЫН ТҮРЭМГИЙЛЭЛ ДЭХ МЕДИАГИЙН НӨЛӨӨ

Д.Дагиймаа\*

\*ХИС-ийн Мэдээлэл, харилцааны менежментийн сургуулийн захирал, доктор (Ph.D)

**Түлхүүр үг:** ОНМХ, медиа, холливуд, кино, соёлын бүтээгдэхүүн, түрэмгийлэл.

Улс орнуудын хоорондох тэгш бус харилцаанд хэвлэл мэдээллийн нөлөөг ойлгох гэж олон жилийн турш хүмүүс оролдсон юм. 1960-1970-аад оны хэд хэдэн судалгаанд дэлхийн тэргүүлэгч цөөн орнуудын телевизийн хөтөлбөр, мэдээллээс хэвлэл мэдээллийн нэг урсгалыг тэмдэглэжээ. Жишээ нь, судлаач Хербэрт Шилло дэлхийн мэдээллийн 65 хувийг АНУ-д үүсэн бий болсон гэжээ. ЮНЕСКО-оос санхүүжүүлсэн олон улсын судалгаанд Америкийн телевизийн шоу нэвтрүүлгүүд бусад орнуудад хүчтэй нөлөө үзүүлсэн гэсэн бол бусад судалгаанд дэлхийн хэмжээнд /Reuters, France Press, UPI, AP/ дөрвөн том мэдээллийн агентлаг ноёрхож байсныг тэмдэглэжээ.

Судлаачид хэвлэл мэдээлэл дэх гадаадын хөрөнгө оруулалт, хэвлэл мэдээллийн арилжааны хэлбэр, түүний цар хүрээ, үндэстэн дамнасан рекламн агентлагууд улс орны эдийн засагт дарамт болж, улсын хөгжилд аюул болж байгааг олж харчээ. Олон орны хүн ард, соёл гадаадын, ялангуяа АНУ-ын хэвлэл мэдээлэл, соёлын довтолгоонд өртөж байгааг харуулж байгаа юм. Хэдийгээр Чилид Доналд нугас,

Диснейн комикс зэрэг нь гэмгүй мэт харагдавч үзэгчид Америкийн дундаж ангийг дууриах, тэндээс зүг чигээ олж байсныг судлаачид мөн цохон тэмдэглэсэн юм. Энэ нь 1970-аад оноос дэлхийн ихэнх орнууд АНУ-телевизийн нэвтрүүлэг, кино авдаг байснаар тайлбарлагдана. “Энэ тэгш биш солилцооны үр дүнд хэвлэл мэдээлэл дэх түрэмгийлэл бий болсон юм”<sup>1</sup>.

Харь орны хэрэглэгчдэд зориулсан илгээлтийн агуулгыг жижиг орныхон хүлээж авах явцад соёлын үнэлэмж, хэмжээний нөлөөллийн тухай асуудал босож ирнэ. Гэлээ ч иймэрхүү маягийн илгээлтийг өөрсдөө хийхэд үнэ өртөг өндөр гарах тул хямдыг нь бодоод гадны бүтээгдэхүүнийг хэрэглэсээр байдаг. Ийм байдлаар урьд өмнө нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нь үндэснийхээ соёлыг баталгаажуулахыг эрмэлздэг байсан улс орнууд олон түмний соёлд зориулсан Холливудын бүтээлүүдэд бүслэгдэж гүйцжээ<sup>2</sup>. 1998 онд 60 гаруй оронд “Baywatch”-ийг телевизээр үзэж байсан бол “Титаник” кино дэлхий даяар дэлгэцээр ноёрхож байлаа. Хэвлэлийн магнат Руберт Мердокийн компаниуд дэлхийн хиймэл дагуулын телевизийн гуравны хоёрыг эзэмшиж, мэдээллээ цацаж байв.

Дэлхий дахины глобал медиа зөвхөн Холливудын монополд байгаа-

гүй юм. Үнэн хэрэгтээ Холливудын зарим компаниудыг Япон /Sony/, Канад /Seagram's/, Франц /Hachette and Navas/ компаниуд эзэмшдэг. Мексик, Бразилийн савангийн дууриуд олон оронд “Baywatch” шиг хүрч, Латин Америк, Зүүн Европ, Төв Азид хүртэл өргөн тархсан нь сонирхолтой юм. Энэ түрэмгийлэл одоо ч хүртэл хүчтэй байна.

Ийнхүү телевиз, радио, сонин хэвлэл, кино, дуу хөгжим зэрэг соёлын бүтээгдэхүүнүүд нь үнэт зүйлсийн үнэлэмж, амьдралын хэв маяг, оюун санааг бий болгож байдаг. Өөрөөр хэлбэл, хүчирхэг гүрнүүдэд дэлхий дахинд соёл, уламжлалаа сурталчлах, хөгжиж буй орнуудыг өөрийн соёл, амьдралын хэв маягтаа уусгах боломжийг олгох болжээ. Эдгээр нь гол төлөв интернет, радио, телевизээр дамждаг учир соёлын түрэмгийлэлд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүд гол үүрэг гүйцэтгэж байгаа гэсэн үг юм.

Улс орнууд үндэсний хувь чанарыг гадаадын соёлын түрэмгийлэл, тэр дундаа америкжилтаас хамгаалах үйл ажиллагааг явуулдаг. Тухайлбал, Европын улсууд гадаадын соёлоос хамгаалж үндэстний үнэт зүйлсийг хадгалах зорилгоор “Europe news” сувгийг байгуулсан нь өдгөө хамгийн амжилттай бөгөөд урт хугацаанд үйл ажиллагаа явуулж буй

үндэстэн дамнасан телевизийн суваг болоод байна.

Азид төдийгүй дэлхийн өнцөг булан бүрт хүчээ аваад буй Солонгосын соёлд ч мөн адил хэвлэл мэдээлэл, олон ангит цуврал кино, поп хөгжмийн түрэлт голлох үүрэг гүйцэтгэж байна. Түүнчлэн бусад орнууд ч мөн адил гаднын соёлын түрэмгийлэлд өртөхгүйн тулд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүдэд тодорхой хэмжээний хязгаарлалт тавьж, үндэстний хувь

чанарыг хамгаалах хууль эрх зүйн орчныг бүрдүүлдэг. Зарим орон телевизийн сувгийн нийт эфирийн цагт эзлэх гадаад контентийн хэмжээг зааж өгөхөөс гадна хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдэд гадаадын хөрөнгө оруулалтын хязгаарыг тогтоосон байдаг. Тухайлбал, Франц улсад телевизийн нэвтрүүлгийн 40 хувийг үндэсний, талаас илүүг Европын агуулга эзлэх ёстой бол

«

*Телевиз, радио, сонин хэвлэл, кино, дуу хөгжим зэрэг соёлын бүтээгдэхүүнүүд нь үнэт зүйлсийн үнэлэмж, амьдралын хэв маяг, оюун санааг бий болгож байдаг. Өөрөөр хэлбэл, хүчирхэг гүрнүүдэд дэлхий дахинд соёл, уламжлалаа сурталчлах, хөгжиж буй орнуудыг өөрийн соёл, амьдралын хэв маягтаа уусгах боломжийг олгох болжээ. Эдгээр нь гол төлөв интернет, радио, телевизээр дамждаг учир соёлын түрэмгийлэлд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүд гол үүрэг гүйцэтгэж байгаа гэсэн үг*

»

Австралид өглөөний 06 цагаас шөнийн 00 хүртэлх эфирт нэвтрүүлж буй гадаад нэвтрүүлэг 45 хувиас хэтэрч болохгүй.

*Кино ба түрэмгийлэл.* Түүхийг сөхөж үзвэл, Америкчууд киног чөлөөт цаг өнгөрүүлэх зүйл хэмээн ойлгож байтал нэг л өдөр тус улсын өргөн хэрэглээний экспортод тэргүүлэх хэмжээнд хүрч, зохиогчийн эрх бүхий оюуны бүтээлийн салбар магнайд нь явах болжээ. 1998 онд Олон улсын

оюуны өмчийн холбооны мэдээлснээр урт хугацааны туршид АНУ-ын экспортод тэргүүлж байсан ХАА, нисэх хүчний үйлдвэрлэл, автомашины салбарыг оюуны өмчийн зохиогчийн үйлдвэрлэл ардаа орхих болжээ. АНУ-ын Худалдааны Департаментын тайлангаас үзвэл зохиогчийн эрх бүхий тогтмол хэвлэл, бичлэг, програм хангамж, кино үйлдвэрлэл 1990-ээд оны сүүлээр жилийн өсөлт нь 5 хувиас давсан үзүүлэлттэй байж, АНУ-ын эдийн засагт хурдтай өсөж яваа салбарт байраа баттай эзэлжээ. 2016 оны байдлаар АНУ-ын энтертайнмент салбар дангаараа 564 тэрбум долларын ашиг олсон байна.

Ийнхүү шинэ зууны эхэнд АНУ-ын соёлын ноёрхол тогтож эхэлсэн юм. Өөр үндэстэнд хүртэл ийм түүх байгаагүй юм. Хэдийгээр Эртний Ром Газрын Дундад тэнгис, Баруун Европт 2000 жилийн өмнө соёлын хөгжлийг хянаж барьж байсан, Хятад нэгдүгээр мянганд соёлын гол ноёрхлыг тогтоосон улс байсан ч АНУ шиг дэлхий нийтийн соёлд нөлөө үзүүлж чадаагүй юм. Америкийн соёлын ноёрхол юугаараа ялгаатай вэ? Үүний хариулыг Холливудын кино үйлдвэрлэлээс олж болно.

Зарим шүүмжлэгчид Холливудын нөлөөлөл соёлын нөхцөл байдлын онцгой нэг зүйлээс бий болсныг хүлээн зөвшөөрдөг. Тэр нь киноны зохиол, ойлгомжтой бичвэрийг бүтээхэд тусалдаг түүний бүтэц. Эдгээр нь янз бүрийн хүний түүнийг яг өөрийнх шигээ хүлээн авахад нь тусалдаг байна. Эдгээр зохиолууд маш хялбархнаар өөрийн соёл руу уусгадаг. Тэд дэлхийн хүлээн авагчдад өөрсдийн үнэт зүйл, утга агуулгыг телевиз болон киногоор дамжуулан үзүүлэх замаар Холливуд нэгдмэл нэг түр төрхийн

талаарх илгээлтийг дэлхий ертөнцөд түгээдэг.

Холливудын хөгжиж буй энэ бүтэц XX зуунд өрсөлдөгчгүйгээр ноёрхох боломжийг бий болгосноор ийнхүү XXI зуунд хүрч, тус улсыг аюулгүй байдлын эсрэг, үзэл суртлын аюул занал бүхий дүр төрхтэй улс орон болгожээ.

**Б**ид улс орны нийгмийн тогтолцоо ба хэвлэл мэдээлийн систем нь Сиберт, Петерсоны хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онолоор хоорондоо хамаатай гэдгийг мэднэ. Хүйтэн дайны оргил үед улс төрийн философи, хэвлэлийн хяналт, эзэмшлийн гэх мэт ойлголтуудын хүрээнд Зөвлөлтийн коммунист онол голлож байв. Гэхдээ бид одоо хамгийн чөлөөт систем, либертари онолын хүрээнд Америкийн хэвлэлийн систем, кино үйлдвэрлэлийн тухай авч үзэж байна. Тухайн улсын хэвлэл мэдээлэл Засгийн газрын шууд болон хөндлөнгийн оролцооноос татгалздаг. Япон, Их Британи, Барууны Европын улс орнуудын хэвлэл мэдээлэл нийгмийн хариуцлагын онол дор үйл ажиллагааг явуулдаг. Энэ нь харьцангуй чөлөөтэй ч гол төлөв либертари онолоос олон нийтийн сонирхол Засгийн газрын зохицуулалт дор байдгаараа ялгаатай.

Либертари болон нийгмийн хариуцлагын онол Африк, Өмнөд Америк, Араб, Өмнөд Азийн орнууд шиг Засгийн газрын бодлогыг хэрэгжүүлэх хэрэгсэл байдаг авторитари онол, Хятад, Куба шиг мэдээллийн хэрэгсэл нь төрийн мэдэлд, хатуу хяналтад байдаг коммунист системийн эсрэг юм. Либертари хүрээний улс орнуудын хэвлэл мэдээлэл нь маш амжилттай хөгжсөн байдаг нь чөлөө байдал, бүтээлч сэтгэхүйг дэмждэгтэй холбоотой. Юуны өмнө АНУ ашгийн төлөө

кино үйлдвэрлэж, түгээж, үзүүлж байв. Харин кино бол суртал нэвтрүүлэг, социалист үзэл суртал, хувьсгалтай холбоотой улс орны сонирхол, эрх ашгийг дэмжихэд хэрэглэгддэг учир коммунист улсуудын Засгийн газрын эрх бүхий байгууллагуудын шийдвэрээр киног хийж байдаг.

Гомерийн тэмдэглэснээр эдгээр улсууд бухимдал төрүүлдэг бодит байдлаа үзүүлдэг учир Америкийн уран сайхны бүтээлүүд ноёлдог байна. Үнэн хэрэгтээ судлаачдын үзэж байгаагаар авторитари дэглэмийн /коммунизмын/ уналт нь Барууны хэвлэл мэдээллийн илт давуу байдлаас болжээ. Жишээ нь, Тайваны хэвлэл мэдээлэл чөлөөтэй хэвлэн нийлэх эрх чөлөөтэй болж, үүний зэрэгцээ улс төрийн хөгжил ч нео-авторитари улс төрийн системээс жинхэнэ ардчилал руу шилжжээ.

*Америкийн кино үйлдвэрлэл.* АНУ-ын хүчирхэг кино үйлдвэрлэл нь тухайн улсын анхны үндсэн хуулиас эхтэй эхтэй. 1920-иод онд хоёр ба түүнээс дээү хугацаанд үргэлжилдэг кино хийх ажлыг эхлүүлжээ. Америкийн студиуд мөн жүжигчдээ од болгох арга хэмжээг идэвхтэй хэрэгжүүлж, жүжигчидтэй онцгой гэрээ хийж байв. Хамгийн шилдэг найруулагч, нүүр хувиргагчтай, хаана ч байхгүй өндөр цалинтай кино багт ажиллаж кино од болохын төлөө 2.5 сая гаруй авъяаслаг уран бүтээлч Америк руу цагаачилжээ. Холливуд энэ цагаас л давамгай байр суурин дээр очиж Австрали, Их Британи, Канад зэрэг англи хэлтэй улс орнуудын дэлгэцийн цагийн 85 хувийг, Өмнөд Америк, Югослав, Польш, Унгар, Румын, Франц зэрэг англи хэлээр ярьдаггүй орнуудын гуравны хоёрыг эзэлж байв. 1930-аад оны сүүлээр өнгөт технологи бий болсноор

Холливудын үнэ цэнэ өсөж, үйлдвэрлэлээ хөгжимт жүжгийн жанраар баяжуулсан юм. Өргөн дэлгэц 1950-иад онд Холливудэд илүү амжилт авчирч телевизийн жижиг дэлгэцтэй өрсөлдөх илт давуу байдлыг бий болгосон юм. Мөн тэр үед бий шинээр бий болсон кабелийн телевиз, хиймэл дагуулын телевиз, гэрийн видео зэрэг түгээлтийн сувгууд Холливудын хүрээг тэлсэн юм.

Кино мөн дэлхийн II дайны үед суртал нэвтрүүлгийн чухал үүрэг гүйцэтгэсэн юм. Гитлерийн хэлснээр хэрэв Холливудын нөөц бололцоонд хүрэх хэрэгсэл олдсон бол тэрээр дэлхийг бүхэлд нь хянах байлаа. Холливудын бүтээлүүд мөн хүйтэн дайны үед Барууны үзэл суртлын нэгдэлд чухал үүрэгтэй байв. Дэлхийн II дайны дараа кино уналтад орж телевиз болон хүмүүсийн гадуур чөлөөт цагаа өнгөрөөх болсон бусад аргуудтай өрсөлдөж эхлэв. Телевизийн хөгжлийг даган зар сурталчилгаанд гарсан хувьслыг анхандаа түр зуурын явдал гэж бодож байсан боловч үзэгчид кино театр явж мөнгө гарздахын оронд гэртээ суугаад хүссэн үзвэрээ үзэхийг илүүд үзсэнээр ашиг орлогоо алдаж эхэлсэн юм. Харин “Columbia” кино компани өөрсдийн хийсэн бүтээлийг телевизэд худалдах байдлаар зах зээлийн хамтын ажиллагааг нээсэн байна. Америкт 1946 онд долоо хоногт 90 сая байсан үзэгч 1969 онд 17,5 сая болж буурав. 1928 онд АНУ-ын хүн амын тал нь 7 хоног бүр кино үзэж байв. Энэ харьцаа 1990 оны сүүлээр 90 хувь болж унажээ.

1950-иад онд телевиз хүчээ авч, гайхамшигт хөдөлгөөнт зургийн үйлдвэрлэл телевизийн орчинд ажиллаж эхлэв. Ялангуяа студиуд кино, олон ангит кино, цуврал шоуг телевизэд зориулан бүтээх болжээ. Энэхүү шинэ

зах зээлийн өрсөлдөөнд хүүхэлдэйн киногоор мэргэшсэн “Дисней” кино компанийн долоо хоног тутмын “Диснейланд” шоу хамгийн амжилттай явж байв. 1960-аад онд Холливуд өөрчлөгдөж буй хүн ам зүй, чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх хэв маягийн өөрчлөлтөөс хамаараад бүтээгдэхүүний зорилтот хэрэглэгчээ өөрчилжээ. Тухайлбал, дийлэнх кино 30-аас доош насныханд зориулагдах болж, 1980 оны дунд үе гэхэд үзэгчдийн 75 хувийг тэд эзэлж байв. Тэд өөрийн зорилтот бүлэгтээ золгүй явдал, секс, хүчирхийлэл, эрх баригчдын эсрэг сэргэлдөөн зэрэг сэдвийг үзүүлэх болж, тусгай эффектуудийг бүтээлчээр ашиглах болов. Үүний үр дүнд “Оддын дайн” кино мэндэлсэн юм. Тэд олон улсын зах зээл дээр шинжлэх ухааны уран зөгнөлт, адалт явдалт тулаан зэрэг төрлөөр баяжуулан гаргаж тэдгээр нь нэг соёлоос нөгөө рүү нэвчиж байлаа. Тухайн үед Холливуд нь Америкийн амьдралын хэв маягийг сурталчлах гол хэрэгсэл болж байв.

**Эдийн засаг, соёлын олон утга.** Холливуд бол кино хийхийн тулд хэдэн арван сая долларын хөрөнгө оруулалт хийж чадах цорын ганц газар бөгөөд жишээлбэл, “Титаник” 200 сая долларын өртөгөөр хийгдсэн. Энэ нүсэр том санхүүгийн хөрөнгө оруулалт нь Холливудыг дэлхийн өнцөг бүрээс ирсэн авъяастай жүжигчид, найруулагчид, продюсерууд, техникчдийн хамгийн том нэгдлийг бий болгох боломжийг олгож байдаг. “Титаник” киноноос харахад үр дүнд нь тусгай эффект, сайн жүжиглэлт, романтик зохиолын мөрүүд, Америк мөрөөдөл /цагаачлал, эрх чөлөө, анги давхаргын шилжилт зэрэг/-ийг харуулсан хэсгүүдийн бүрдэл тод харагддаг. Америкийн ямар ч кино дотоодын зах

зээлээс үйлдвэрлэлийн зардлаа нөхөж чаддаг бөгөөд гадаад зах зээлд гаргах зардал нь маш бага байдаг. Туров хэлэхдээ “Америкчууд олон улсын зах зээлд гарахдаа аль хэдийн дотоод зах зээлээсээ үйлдвэрлэлийн зардалаа нөхсөн байдаг. Энэ нь Холливуудын продюсеруудад өндөр үнэ тогтооход давуу тал болдог. Америк киноноос салбарласан Холливудын өөр нэг давуу тал бол шинэ технологи ашиглах боломж юм. Бид технологийн эрин үед амьдарч байна. Холливуд Калифорниагийн Силикон Валлитай ойр байснаар дижитал технологи жишээлбэл анимэйшн гаргах боломж ихтэй байдаг. “Терминатор-2”, “Матрикс”, “Тоглоомын түүх” цувралууд зэрэг Холливуудын кинонуудын гайхамшигтай дижитал анимэйшн технологи Америкийг кино урлагийн орон гэдгийг харуулахад чухал үүрэг гүйцэтгэж байна. Хөдөлгөөнт зураг түгэн дэлгэрэхэд цаг хугацаа болон технологийн гүйцэтгэсэн үүргийг дээрх жишээнээс харж болох юм.

Америкийн кино урлаг эдийн засгийн хүч, технологийн өөрчлөлт, гоо зүйн стандарт, нийгмийн нөлөөний хувьд дэлхийн кино урлаг удаан хугацааны турш ноёрхож байгааг кино судлаачид нотолжээ. Америкийн гоо зүйн хэв маяг нь Америк киног 1910 оноос хойш тодорхойлж байгаа бөгөөд сонгодог Холливуд дүрслэлийн хэв маягийг бий болгосон байна. Жианетти “Өндөр түвшний технологийн ололт, сонгодог кадруудын нэгдэл бүхий чанартай зохиол, од жүжигчид болон онцгой найруулга бүхий кино. Үзүүлэх хэв маяг нь мэргэжлийн бөгөөд үйл явдлын дундуур анхаарлыг өөр тийш сарниулдаггүй байна. Ингэж хийгдсэн кинонууд нь тодорхой зохион байгуулалттай, маргаан болон учир нь олдох

ээдрээт байдал зэргээр оргил үеийг тодруулж, шийдвэр гаргалтаар төгсгөлийг тодорхой болгодог онцлогтой” гэж Холливуд киног тодорхойлжээ.<sup>3</sup>

Сонгодог Холливуд хэв маягийн хэм хэмжээг тогтооход улс орнууд болон соёлуудын хооронд чөлөөтэй хөрвөх нийгэм эдийн засгийн оруулгууд чухал байдаг. Холливудын ноёрхол нь Америкийн эдийн засгийн дэлхийн эдийн засагт эзлэх байр суурьтай шууд холбоотой. XX зууны Америкийн эдийн засаг Холливудын хөгжилд тогтвортой үйлдвэрлэл явуулах, чөлөөт цаг бүхий үзэгчдийг бий болгосноор хувь нэмрээ оруулсан.

Холливудын текстийн үндэс суурь нь маш олон өөр соёл бүхий хүмүүстэй олон үндэстний Америк улс юм. Хэдийгээр одоогийн цагаачид 1900 оныхоос өөр байж болох ч Ази, Латин Америкаас ирэгсдийн ачаар Америкийн нэгдсэн улс олон соёл үндэстний нэгдэл хэвээр үлдсэн. Найруулагчид еврейчүүд, ирландчууд, италичууд гэх мэт олон үндэстний хүмүүстэй байнга харьцдаг нь Холливуд дэлхий дахинд киног амжилттай хийж чадаж байгаагийн тайлбар болж байдаг. Иймээс Холливуудын нөлөө Бокс Оффисоос цааш тэлсэн. Жишээлбэл, Диснейн кино бүтээгчид Америкийн эдийн засаг дэлхийд ноёлж эхэлсэн тэр цаг үед гарч ирсэн. Тэрхүү кинонуудаар дамжуулан дэлхий дахин эрч хүчтэй, нийгмийн олон давхрагагүй, чадвартай хүмүүс удирддаг систем бүхий Америкийн нийгмийг харж байсан. Үүнээс Америк улс бол Европоос агуу хүний амьдралд ганц олдох завшаан гэх итгэлийг төрүүлж байжээ. Киногоор дамжуулан Америкт бүх зүйл боломжтой цуу яриа хүртэл тархаж байлаа.

Ерөнхийдөө Холливуд цагаачид, болон бусад үндэстний цөөнх хүмүүс-

тээ дэлхий дахины үзэгчидэд өөрийгөө таниулах, дэлхийн хүн болох урам зоригийг өгч байжээ. Орчин үед олон улсын зах зээлээс их мөнгө олох боломжтой болсоноор Холливуд дотоод зах зээлээ нуур цөөрөм мэт, олон улсын зах зээлийг тэнгис далай мэт үзэх болсон. Холливудын кино үйл явдал төвтэй байдаг бол Европ кино дүр төвтэй байдаг. Америк кино яаж гэдэг асуултанд төвлөрдөг бол Европ кино яагаад гэсэн асуултанд төвлөрдөг байна.

**Е**вропын кино шүүмжлэгчид Холливудыг хэт хялбарчилсан, секс, хүчирхийлэл давамгайлсан “тарган, аз жаргалтай, тэнэг” хэмээн шүүмжилдэг байна.<sup>4</sup> Үзэгчдийн тоо болон орлогоо нэмэгдүүлэхийн тулд масс үзэгчдэд зориулсан “Тэнэг ба илүү тэнэг” /Dumb and Dumber/ шиг кино бүтээдэг. Ингэснээр зарим үзэгчдийн оюун санаа мэдрэмжид нийцэхгүй маш муу бүтээлүүд гардаг. 150-иад жилийн өмнө Европын шүүмжлэгч Алексис Де Токвейл Америкийн энэ чанар муутай бүтээлүүдийн үндэс суурийг “Америк бол харьцангуй шинэ, Европ шиг элит язгууртнууд үгүй улс тул соёлын өндөр түвшинд хүрч чадаагүй. Мөн ардчилсан, элит болон язгууртнуудын эсрэг үзэлтэй, эрх тэгш байдлыг эрхэмлэдэг улс. Холливудын дүр нь ч ялгаагүй бүх хүмүүс кобой эсвэл хувийн мөрдөгч зэрэг баатар болохыг хүсдэг” хэмээн тодорхойлжээ. Холливуд киногоо эхэндээ дотоодын үзэгчдэд зориулан гаргаж байсан ч азаар олон улсын үзэгчдэд ихэд таалагдах болсон. Иймээс америк кинонууд англи хэлээр ярьдаггүй үзэгчдэд зориулж харилцан ярианаас илүүтэй үйл явдал голлосон байдаг болсон байна.

*Холливудын киноны дэлхий дахин дахь ноёрхол. Соёлын түрэм-*

гийллийг тойрсон асуудал нь дэлхий даяар хурдацтай өсөн нэмэгдэж буй соёлын худалдаа наймаатай салшгүй холбоотой. ЮНЕСКО-гийн мэдээлснээр сүүлийн жилүүдэд соёлын бүтээгдэхүүний импорт огцом өсч, 1980 онд 47.8 тэрбум ам.доллар байсан бол 1997 он гэхэд 213.7 тэрбум ам.доллар болж өсөж байв. Энэ нь дэлхийн нэг хүнд ногдох соёлын бүтээгдэхүүний үнэ 12 ам.доллараас 44.7 ам.доллар болтлоо өссөн гэсэн үг.

**Х**олливуд 1990 оны дунд үеэс “Box office”-ийн жагсаалтыг зарлах болж 1999 онд 7,4 тэрбум долларт хүрч байсан бол 2001 онд 8 тэрбумаас давжээ. Хэдийгээр Холливуд гэрийн видео, кабелийн телевиз болон бусад шинэ хэрэгслүүдээс болгоомжилж байсан ч эсрэгээрээ тэдгээр хэрэгслүүд орлогыг нь нэмэгдүүлсэн юм. Холливудын томоохон кино студиудын видео бичлэг дээр гадаадын зах зээлийн 75% -ийг эзэлж 4.1 тэрбум долларын орлого олжээ. Үүний 1,4 тэрбумыг түрээс, 2,7 тэрбум долларыг нь видео кассетнаас олжээ. Үүний зэрэгцээ гэрийн видео 5,8 тэрбумын ашгийг өгчээ. “Титаник” гэхэд л дангаараа 32 сая хувь арилжигдаж 480 сая долларын ашиг олжээ. Үнэн хэрэгтээ 1998-2008 оны хооронд тасалбарын үнэ нэмэгдсэн, дэлхий даяар олон танхим бүхий кино театрууд дэлгэрсэн зэрэг шалтгааны улмаас гадаад зах зээлээ олсон орлого 34 хувиар өсөж 24 тэрбум долларт хүрчээ. Дэлхийн киноны салбарын хамгийн сайн бүтэц Америкт бий бөгөөд дэлхийн дэлгэцийн үзвэрийн 30 хувийг эзэлдэг.

Фархи, Розенфилд нарын тэмдэглэснээр АНУ-ын бүтээгдэхүүнүүд англи хэлээр байдаг нь өрсөлдөөний давуу байдлыг дандаа бий болгож

байдаг бөгөөд “одоогийн залуус хоёр өөр ертөнцийн паспорттой. Нэг нь өөрийнх нь нөгөө нь манайх” гэжээ. Дэлхий дахинд англи хэл дээрх кино нийт киноны 60-65 хувийг эзэлдэг бөгөөд дэлхийн киноны тасалбарын 50 хувийг америкчууд зарж байна. 1990-ээд оны үед гэхэд л Францын 59 хувь, Германы 85 хувь, Нэгдсэн вант улсын 89 хувийг америк кино эзэлж байсан юм. Америкийн хэвлэл мэдээллийн энтертайнмент бүтээгдэхүүнүүд нь 1 триллион долларын багтаамжтай дэлхийн зугаа цэнгэлийн салбарын дийлэнх хувийг эзэлж байсан нь харилцаа холбооны шинэ эринийг илэрхийлж байв.

Бид энэ өгүүлэлд дэлхийн энтертайнмент үйлдвэрлэл дэх Холливудын онцгой байр суурийг авч үзэв. Холливудын нэрд гарсан шалтгаан нь нэртэй одод, кино үйлдвэрлэлийн өртөг, техник технологийн тусгай эффекүүд, үйл явдал, олон талт сэдэв юм. Энэ бүгдийн үр дүнд Холливуд дэлхийн киноны стандартыг өнгөрсөн зуунд бий болгож, Америкийн соёл, амьдралын хэв маягийг дэлхий дахинаараа мэдэх болжээ. Ийнхүү Америкийн киноны түүх нь мэдээллийн хэрэгсэл урлагийг чөлөөтэй хөгжихөд нөлөөлдөг нэг хүчин зүйл болдогийг харуулж байна.

#### Ишлэл

- 1 Oliver Boyd-Barret, Media imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems<sup>6</sup> Beverly Hills, CA: Sage, 1977
- 2 Оюунгэрэл А. Олон түмний харилцааны онол. 2009. УБ., 120-р тал
- 3 Louis Gianetti. Understanding Movies. Prentice Hall, 1990. p.442
- 4 Todd Gitlin. Watching Television. New York: Pantheon Books, 1987

### **Abstract**

The success of Hollywood media products and its' dominations are discussed in this article by examining its history, financial structure, creative process, technological developments, and competitive edge. We trace Hollywood's success to such factors as a libertarian media system and capitalist economy – as well as vibrant immigrant and ethnic cultures- that help shape diverse, interesting human conditions and social

commentaries on screen. We then outline how Hollywood is the only entity that can produce and market entertainment products with a multimillion-dollar budget. No other entity can possibly compete with such deep pockets that lead to a world media domination. Naturally, this domination has led to concern about American media imperialism, even though of the world audience appears to enjoy “all things American”.