

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ
ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№18/479

ШУС, НУС

2017

ДЭЛХИЙН СЭТГҮҮЛ ЗҮЙН ХӨГЖЛИЙН ХАНДЛАГА МОНГОЛЫН
СЭТГҮҮЛ ЗҮЙД НӨЛӨӨЛӨХ НЬ

М.Зулькафиль*

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

Түлхүүр үг: даяаршил, задрал, төвлөрөл, ижилсэл, шинэ медиа, интерактив шинж, медиа корпораци, даяар тосгон, мобайл сэтгүүл зүй.

Орчин үеийн шинэ технологийн дэвшлийн нөлөөгөөр олон нийтийн харилцааны хөгжилд янз бүрийн хандлага ажиглагдаж байгаа бөгөөд тэдний дотор даяаршил, задрал, ижилсэл, төвлөрөл зэрэг хандлага чухал байр эзэлж байна. Тэдний харилцан нөлөөлөл, харилцан хамаарал нь шугаман бус, диалектик шинжтэй байгаагаараа онцлогтой юм. Өдрөөс өдөрт маш эрчимтэй хөгжиж буй шинжлэх ухаан-технологийн дэвшил мэдээллийн хэрэгслүүдийн шинэ төрөл, хэлбэрүүдийг идэвхтэй нэвтрүүлж байгаагийн зэрэгцээ уламжлалт ОНМХ-үүдийн хоорондох зааг ялгааг арилгахад хүчтэй нөлөөлж байна. Асар том корпорациуд хэвлэх үйлдвэр, сонин сэтгүүл, радио, теле станцууд, сансрын болон кабелийн албад, интернетийн провайдерүүдийг худалдан авч, мэдээллийн зах зээлийг эзлэн түрэмгийлэх хандлага улам бүр

өргөжиж, даяар орчныг хамарч байна. Үлдсэн хоёр хандлага бол зарим талаараа эсрэг тэсрэг байгаа нь улам бүр өргөжиж, зарим талаараа төрөлжиж буй хүлээн авагчдын төлөөх өрсөлдөөний үр дүн юм.

Даяаршил буюу глобалчлал.

Энэ бол орчин үеийн медиагийн өөрчлөлтөд хүчтэй нөлөөлж буй хамгийн гол хүчин зүйлсийн нэг юм. Английн олон нийтийн харилцааг судлаач Энтони Смит “даяаршлын эрх зүйн, институциональ, улс төрийн шалтгааны талаар эргэлзэх хүн тун цөөн байна. Үнэнээ хэлэхэд энэ үйл явцын ёс суртахууны үр дагаврын талаар хэн ч тунгаан бодохгүй байна. Хэн нэгэн магадгүй тийм үр дагавар байхгүй, мэдээллийн таваар мөн чанарын хувьд бусдаас юугаар ч ялгагдахгүй гэсэн дүгнэлт хийж болох юм” гэж тэмдэглэсэн нь санамсаргүй зүйл биш юм. Өнөөдөр олон нийтийн харилцааг оролцуулан нөөц баялгийг улс орнуудад адил тэгш хуваарилах талаарх ширүүн маргаан нэлээд намжсан бөгөөд харин одоо

даяаршлын медиа систем, бие даасан сувгууд, сэтгүүлчид, масс-медиагийн ажилтнууд, ялангуяа хүлээн авагчдад үзүүлэх нөлөө, түүний үр дагаврын талаарах асуудал маргааны гол сэдэв болон хувирч байна. Маргааны явцад даяаршил масс-медиагийн хувьд чөлөөтэй, тааламжтай хүчин зүйл болж чадах уу, эсвэл медиа зах зээл нь хязгаарлагдмал орнуудын хувьд олон нийтийн харилцаанд нэвтрэх боломжийг удаашруулж, саад бэрхшээл учруулах уу гэдэг асуудал байнга хөндөгддөг болжээ. Улс төр, эрдэм шинжилгээ, ажил хэрэгч хүмүүсийн дунд даяаршил бол олон улсын гэрээ хэлэлцээрийн явцад том, жижиг янз бүрийн асуудлыг шийдвэрлэхэд нөлөөлж, эдийн засгийн ашиг авчрах эерэг үзэгдэл гэсэн үзэл бодол давамгайлдаг.

Орчин үеийн харилцааны шинэ зуунд үндэсний хил хязгаар хэмээх ойлголт учир утгыг алдаж эхэлсэн. Хэрэв урьд олон нийтийн харилцааны ихэнх хэрэгслийн үйл ажиллагааны хүрээ тухайн улс орны хэмжээгээр тодорхойлогдож байсан бол орчин үед хүмүүс дэлхий дахины хэмжээнд орон зай, цаг хугацааг эзэмших нь энгийн үзэгдэл болжээ. Мэдээллийн шинэ технологи хүмүүст болон институтуудад асар хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Учир нь томоохон компаниуд мэдээллийн агуулгын ихэнх хэсгийг хяналтандаа авч, шинэ медиа бүтээгдэхүүн олон улсын зах зээлд гарах нь амар хялбар болсон.

Энэ бол өнгөрсөн зууны 60-аад оны үед нэрт социологич Маршалл Маклюэний зөгнөн хэлж байсан “даяар тосгон” мөн юм. “Даяар тосгон”-ы үзэл санаа хэрэгжиж буйн бодит жишээ бол дэлхийн бараг өнцөг буланд үйл ажиллагаа явуулж буй “CNN”-ий санс-

рын сувгууд мэдээллийг асар том олон улсын зочид буудлаас эхлээд хөдөөний жижигхэн тосгон хүртэлх бүх цэгүүдэд хоромхон зуур хүргэж байгаа явдал юм. Өнөөдөр дэлхий дахинд мэдээлэл, үзэл бодол, цэнгээнт хөгжөөнт зүйлийг дамжуулж байгаа олон улсын сансрын албадад холбог-доогүй нэг ч нийгэмлэг байхгүй гэж хэлж болно. Хэрэв одоогоос хэдхэн жилийн өмнө хөдөө орон нутгийн жижигхэн сууринд очиход гадаад ертөнцөөс бүрэн тасарсан мэт сэтгэгдэл төрүүлдэг байсан бол өнөөдөр дэлхийн ямар ч өнцөг буланд, тухайлбал, “MTV”-ийн хөгжмийн нэвтрүүлгийг үзэх нь гайхах зүйл биш болсон.

Шинэ медиагийн даяаршил хүмүүст мэдээлэл, зугаа цэнгээний агуу их ертөнцөд нэвтрэх боломж олгож, тус хүргэж байна. Медиа байгууллагууд боломжит болон зорилтот хүлээн авагчдын эгнээг өргөтгөх замаар корпорацийн ашиг орлогыг нэмэгдүүлэх шинэ боломж олж авч байна. Хүлээн авагчдын тоог нэмэгдүүлснээр арилжааны бус олон нийтийн медиа ч амжилттай ажиллах болсон.

Гэхдээ шүүмжлэгчдийн санааг зовоож байгаа асуудал бол даяарчлагдсан медиа компаниуд хүмүүсийг чанаргүй бүтээгдэхүүн, хоосон мэдээлэл, богино хугацаанд бэлтгэсэн хагас дутуу цэнгээнт хөтөлбөрүүдээр бөмбөгдөж, альтернатив үзэл бодлыг үгүйсгэж, мэдээллийн болон үзэл бодлын хүрээг хумих болно гэсэн үндэслэл юм. Хэдийгээр тийм боловч альтернатив сэтгүүл зүй хүртэл эдийн засгийн идэвхтэй зах зээл руу шилжих дэлхий дахины хандлагаас амжилт олох нь тодорхой. Учир нь орчин үед хүмүүс 2-3 сувгийн оронд хэдэн зуун суваг үйлчилдэг болж хүн төрөлхтний түүхэн

дэх хамгийн олон төрлийн, хамгийн их мэдээллийг хүлээж авах боломжоор хангагдсаныг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй.

Хэдийгээр гудамжны шар сонин, таблоидын телевиз болон бусад эх сурвалжуудын агуулга учир дутагдалтай, хэрэгтэй хэрэггүй зүйлээр дүүрэн байлаа ч хамгийн оюунлаг хүн хүртэл цахим номын сан, их сургуулиудын мэдээллийн бааз болон бусад мэдээллийн банкуудаас ямар ч сэдвийн талаар асар их хэмжээний ашигтай мэдээллийг олох чадваргүй гэдэг нь ойлгомжтой. Тэр тусмаа шинэ медиагийн агуулгын томоохон хэсгийг үнэгүй ашиглаж болно. Хамгийн гол зорилт бол энэхүү хоёр хандлагын дундаас зөв тэнцвэрт байдлыг олоход оршино.

Одоо даяаршил Монголын сэтгүүл зүйд ямар нөлөө үзүүлж байгаа талаар товч өгүүлье. Өнөөдөр манай оронд зөвхөн ОНМХ-ийн тоо нэмэгдэх төдийгүй мэдээллийн цоо шинэ хэрэгслүүд болох *онлайн сэтгүүл зүй, кабелийн телевиз, хэт богино долгионы радио, гар утсаар мэдээлэл дамжуулах, хүлээж авах (мобайл сэтгүүл зүй)* боломж бүрдэхийн зэрэгцээ *интернет сэтгүүл зүй, эрэн сурвалжлах сэтгүүл зүй, иргэний сэтгүүл зүй, ОНМХ-ийн реклам сурталчилгаа, эдийн засгийн сэтгүүл зүй, экологийн сэтгүүл зүй, аналитик сэтгүүл зүй* зэрэг сэтгүүл зүйн цөөнгүй шинэ чиглэл нэвтэрсэн. Энэ бүхэн нь хүлээн авагчид дэлхийн аль ч өнцгөөс мэдээлэл хүлээж авах, бас дамжуулах, өөрийн үзэл бодлыг интернетээр илэрхийлэх өргөн боломжийг бүрдүүлсэн. Товчоор хэлбэл, мэдээлэлд орон зай, цаг хугацаа үгүй болсон. Ганц жишээ дурдахад өнөөдөр манай хүлээн авагчид

кабелийн телевизийн 100 орчим сувгаар 20 гаруй хэл дээр мэдээлэл хүлээн авч, өдөр тутмын 16 сонин гарч, Улаанбаатарт 32, Монгол Улсын нутаг дэвсгэрт 162 телевиз үйл ажиллагаа явуулж байна. Улсын хэмжээнд 84 радио үйл ажиллагаа явуулж байгаагийн 77 нь хэт богино долгионы радио станцууд (FM) юм. Өргөн нэвтрүүлгийн 16 телевиз байгаагийн дотор 2005 оноос “MN 25”-р суваг, “TV-5”, “TV-9” зэрэг 10 гаруй телевиз орон даяар нэвтрүүлгээ цацаж эхэлсэн бөгөөд үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлэг цацдаг телевизүүд өдөрт дунджаар 16-18 цагийн хөтөлбөртэй байна. “МҮОНТ”-ээс гадна “TV-5”, “TV-9” зэрэг телевизүүд 24 цагаар ажиллаж байна. Гадаадын хөрөнгө оруулалттай ХМХ-ийн тоо ч нэмэгдэх хандлага ажиглагдаж байна. 135 сонин, 120 сэтгүүл гарч байгаа нь хүн амын тоотой харьцуулахад өндөр үзүүлэлт юм. Интернетийн хэрэглээ 2002 онтой харьцуулахад 400 дахин өсч, 300 гаруй суманд интернет хэрэглэж байна. Хэрэв интернет хэрэглэгчдийн тоо 2007 онд 17329, 2010 онд 199849 байсан бол 2015 оны 3 дугаар сарын байдлаар 2.1 саяд² хүрчээ. Үүрэн телефон хэрэглэгчдийн тоо 2016 онд давхардсан тоогоор 5 сая орчим болж, 100 хүнд 165 үүрэн телефон ногдож буй нь дэлхийд зөвхөн Хонконг (204), Арабын нэгдсэн Эмират (204), Монтенегро (178), Саудын Арабын (169) дараа орох үзүүлэлт юм³. Мөн жилд дунджаар 4.5 тэрбум минут утсаар ярьдаг гэсэн тооцоо гарчээ. Facebook, Twitter зэрэг нийгмийн сүлжээг хэрэглэгчдийн тоо өдрөөс өдөрт нэмэгдэж, зөвхөн Facebook хэрэглэгчдийн тоо 400 мянгад хүрч, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтуудыг манай орны нийт хүн амын

гуравны нэг буюу 1.1 сая хүн хэрэглэж байна гэсэн тоон үзүүлэлт байна. Нийгмийн сүлжээнд төрийн тэргүүнээс эхлээд ерөнхий боловсролын сургуулийн сурагч хүртэл бүх насны хүмүүс хамрагдах болсон нь шинэ үзэгдэл юм. Манай орон өнөөдөр 1000 хүнд ноогдох ХМХ-ийн тоогоор болон нийт иргэдийн телефон хэрэглээгээр дэлхийн дундаж хөгжилтэй орнуудын үзүүлэлтээс өндөр байна. Энэ бол мэдээллийн даяаршил ямар түвшинд байгааг харуулах энгийн жишээ мөн. Өөрөөр хэлбэл 1960-аад оны дунд үед Канадын нэрт философич Маршалл Маклюэний зөгнөн хэлсэн “даяар тосгон”-ы тухай үзэл баримтлал өнөөдөр бодит үзэгдэл болж буйн илрэл юм.

Задрал.

Эдийн засгийн ч, техникийн хувьд ч асар олон хүнийг хамрах боломжтой орчин үеийн масс-медиа түүнд тэмүүлэх сонирхолгүй байна. Тэд аль болох хүлээн авагчдын тодорхой нэг хэсэг, бүлэгт хандахыг чухалчлах болсон. Энэ үйл явц олон нийтийн харилцааны хэрэгслүүдэд хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Радиогийн хувьд дээрх үйл явц 1950-иад оноос эхэлж бүх нийтэд зориулсан нэвтрүүлгийн хөтөлбөрүүдийг сонсогчдын тодорхой бүлэгт зориулсан хөтөлбөрүүдээр сольсон ХХ зууны сүүлчээс хүмүүс эфирийн, сансрын, кабелийн хэдэн зуун сувагт нэвтрэх боломжтой болсон үеэс үзэгчдийн дунд задрал хүчтэй явагдаж эхэлсэн юм.

Энэ үзэгдлийн тухай анх Элвин Тофлер өөрийн “Гурав дахь давалгаа” номонд дэлгэрэнгүй өгүүлсэн байдаг. Дээр дурдсанчлан аж үйлдвэрийн дараах болон супер үйлдвэрийн үед нийгмийн бүх хүрээ салбар, хүмүүсийн ухамсар болон аж төрх ёсонд хүчтэй нөлөө үзүүлж буй харилцаа холбооны электрон хэрэгслүүд гол үүрэг гүйцэтгэх болсон. “Гурав дахь давалгаа” зөвхөн мэдээллийн урсгалыг эрчимжүүлэх төдийгүй, бидний өдөр тутмын үйл ажиллагаа шууд шалтгаалдаг мэдээллийн дотоод бүтцийг өөрчилсөн юм”⁴. Түүний таамаглан хэлж байсан задрал бол устаж үгүй болж байгаагийн бус, эсрэгээр зах зээлийн өрсөлдөөний шаардлагад нийцүүлэн хүлээн авагчдын эрэлт хэрэгцээг нарийн

«

Манай орон өнөөдөр 1000 хүнд ноогдох ХМХ-ийн тоогоор болон нийт иргэдийн телефон хэрэглээгээр дэлхийн дундаж хөгжилтэй орнуудын үзүүлэлтээс өндөр байна. Энэ бол мэдээллийн даяаршил ямар түвшинд байгааг харуулах энгийн жишээ мөн

»

судлах замаар арилжааны шинжтэй мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг олон нийтэд түгээх системийг боловсронгуй болгож байгаагийн үр дүн юм.

Төрөлжсөн масс-медиа хүмүүсийн ухамсрыг бас төрөлжүүлэхэд нөлөөлдөг. “Хоёр дахь давалгаа”-ны үеийн олон нийтийн ухамсар гэгчийг бий болгосон стандартчлагдсан нэг хэвийн мэдээллийн бүтээгдэхүүнээс ялгагдах гол онцлог нь өнөөдөр нэг төрлийн мэдээллийг олон нийт бус хүн амын жижиг хэсэг бүлгүүд хүлээн авч, өөрсдийн бий болгосон бүтээгдэхүүнүүдийг солилцдог. Үүнийг Тофлер “блип соёл” гэж нэрлэсэн байдаг.

Хүлээн авагчид олон хэсэг бүлэгт хуваагдах нь тодорхой, зайлшгүй үйл явц бөгөөд үзэгчид чөлөөтэй

хүлээн авах боломжтой телевизийн сувагуудын тоо нэмэгдсэнтэй шууд холбоотой юм. Бүхэлд нь авч үзэхэд шинэ масс-медиагийн хувьд хүлээн авагчид олон хэсэгт хуваагдаж, төрөлжих үйл явц бол зайлшгүй байх зүйл. Учир нь асар олон хүлээн авагчийг нэгэн зэрэг хамрах нь хүлээн авч буй хөтөлбөрийн хувьд цаг хугацааны хувьд ч, төрөл хэлбэрийн хувьд олон нийтийн болж чадахгүй. Шинэ ОНМХ энэ үгийн уламжлалт утгаар нь буюу хязгаар-лагдмал тооны мэдээлэл нэг төрлийн асар олон тооны хүлээн авачид хүрч чадахаа байсан. Медиаг ашиглагчид мэдээллийг бие дааж сонгох замаар хэсэг бүлэгт хуваагдах үйл явцыг улам эрчимжүүлж, мэдээллийг дамжуулагч ба хүлээн авагчдын хоорондох хувийн харилцааг улам баяжуулж байна.

Зарим судлаачийн ажигласнаар компьютерийн техникт үндэслэгдсэн шинэ цахим медиагийн практик үйл ажиллагаан дахь задрал хэдийгээр интернетийн үе хүртэлх уламжлалт ОНМХ-ээс өөр хэв маягтай боловч олон нийтийн шинжийг тодорхой хэмжээгээр агуулдаг байна. “Орчин үеийн “задрал” өөрийн гэсэн харилцааны онцлогтой. Энэ нь нэг талаар дэлхийн соёлын глобаль хүрээнд интернетчлэгдэж буй үйл явцтай, нөгөө талаар, шинэ технологийн хөгжлийн үр дүнд тод мэдрэгдэж буй цахим-мэдээллийн хувьсгалын зөрчил ба парадоксуудтай холбоотой юм”⁵.

ОНМХ-ийн мэдээлэл, бусад материалуудыг төрөлжүүлж, төрөл хэлбэрийг баяжуулж байгаа нь төр засаг болон томоохон корпорацуудын зүгээс телевизэд тавих хяналтыг алдаж буй хэрэг биш юм. Эсрэгээр сүүлийн арван жилд үүний эсрэг хандлага ажиглагдах болсон. Бизнес

дэх өрсөлдөөн болон төвлөрлийн шууд үр дүнд хүлээн авагчид олон хэсэгт хуваагдаж, төрөлжин өргөжих үед телевиз улам их арилжааны шинжтэй болж, даяар түвшинд цөөн тооны телевиз ноёрхох хандлага ажиглагдаж байна.

Сүүлийн үед задралын үйл явц Монголын сэтгүүл зүйд ч эрчимтэй явагдаж эхэлсэн. Өнөөдөр сонголт хийх боломж эрс нэмэгдсэнээс шалтгаалан ОНМХ-үүдийн хүлээн авагчид олон хэсэгт хуваагдаж, нас, мэргэжил, боловсрол, нийгмийн давхаргаар ялгарах, төрөлжих хандлага хүчтэй явагдаж байна. Онлайн сэтгүүл зүй хөгжил тогтмол хэвлэлийн уншигчдын тоо аажим аажмаар багасахад нөлөөлөх болсон. Ялангуяа сонин, сэтгүүл уншдаг залуучуудын тоо эрс багассан. Тэдний гол хэрэглээ интернет, телевизийн хөгжөөнт, цэнгээнт нэвтрүүлэг болж байна. Өдөр тутмын чанартай сонинуудыг гол төлөв нас тогтсон, харьцангуй өндөр боловсролтой хүмүүс уншдаг бол долоо, арав хоногийн сонинуудыг орон нутгийн иргэд болон харьцангуй бага боловсролтой хүмүүс унших нь түгээмэл болжээ. Өнөөдөр хамгийн олон хувиар хэвлэгддэг өдөр тутмын сонин хэвлэгдэх хувь нь ердөө 13-15 мянга байхад томоохон мэдээллийн сайтуудын өдрийн хандалтын тоо зарим үед 60 мянгад хүрч, мэдээллийн сайтуудын өдрийн дундаж хандалтын тоо 35-40 мянга байна. Энэ үзүүлэлт сүүлийн жилүүдэд байнга өсөх хандлагатай байгаа нь мэдээллийн технологийн дэвшил манай хүлээн авагчдад хэр зэрэг хүчтэй нөлөөлж байгаагийн бодит илрэл юм.

Мөн **блогчид** өөрийн гэсэн уншигчтай болж, өдрөөс өдөрт нэмэгдэж буй сайтууд (сайтын тоо 30000,

идэвхтэй мэдээллийн сайтуудын тоо 150 хүрсэн) хүмүүсийн анхаарлыг ихээр татах болсон. Сүүлийн үед өнгөт, танин мэдэхүйн шинжтэй сэтгүүлийн тоо эрс нэмэгдсэн нь уламжлалт хүлээн авагчдын тодорхой хэсгийг байлдан дагуулж байна. Радио орон нутгийн, ялангуяа малчин, тариаланчдын мэдээлэл хүлээж авах гол хэрэгсэл хэвээр байна. Өнөөдөр манай орны нийт хүн амын 94 хувь нь радио сонсож, 75 хувь нь телевиз үзэх боломжтой болсон. Энэ бол өндөр үзүүлэлт мөн гэдгийг дэлхийн олон нийтийн мэдээллийн харилцааг судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг. Орчин үеийн мэдээллийн хэрэгслийг хэрэглэгчид сонирхсон ямар ч мэдээллийг бие даан сонгож, ямар ч мэдээллийн хэрэгсэлд чөлөөтэй, саад бэрхшээлгүй хандах болсноор энэхүү задрал, хүлээн авагчдын хоорондох ялгарал улам гүнзгийрч, мэдээллийг түгээгч, хүлээн авагчдын хоорондох харилцаа шинэ агуулгаар баяжин өргөжих болсон. Энэ хандлага цаашид улам эрчимтэй явагдах болно.

Төвлөрөл. Энэ бол хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд хоорондоо нэгдэн нийлэх, худалдан авах үйл явц бөгөөд үүний үр дүнд янз бүрийн масс-медиа цөөн тооны компанийн гарт төвлөрдөг. Үүнийг Бен Багдикян зэрэг шүүмжлэгчид масс-медиагийн өгч байгаа мэдээллийн төрөл, хэлбэрт сөрөг нөлөө үзүүлнэ гэж үздэг. Хэд хэдэн ХМХ-ийг эзэмшиж байгаа компани мэдээллийн материалуудыг бүтээх бүх үйл явцыг хянах боломжтой. Сэтгүүлд нийтлэгдсэн өгүүлэл ном болж, түүнийг үндэслэн өөрийнхөө телевизэд зориулан хөтөлбөр боловсруулдаг. Дараа нь энэ нь кино болж хувирдаг, түүнийг хөгжмийг хувийн дуу бичлэгийн студид бичиж, өөрийнхөө

кино театруудад гаргадаг. Гоцлол дуучны зургийг хувийн сэтгүүлийн хавтсанд нийтэлдэг. Мэдээж компани бусдын санал бодол болон бүтээгдэхүүнийг хүлээж авах сонирхолгүй, харин хүлээн авагчдын өргөн хүрээнд нэвтрүүлэхгүй байх зорилгоор хяналтаа хүчтэй болгодог.

Уламжлалт болон шинэ медиаг нэгтгэснээр хэрэглэгч ном, кино, сэтгүүл, хөгжим зэрэг өөрийнхөө хүссэн зүйлийг, телевиз, компьютер, гар утас, орчин үеийн утасгүй төхөөрөмж зэрэг ямар ч аргаар хүлээж авах боломжтой юм. Кабелийн сүлжээ интернетэд нэвтрэх өндөр хурдны сүлжээ болон хувирдаг. Урьд эфирийн станцууд кабелийн “бүтээгдэхүүний цуглуулга”-гаас хүртэхийг хичээдэг байсан бол өнөөдөр тэдний нэвтрүүлгүүд нь уламжлалт хөтөлбөрүүдийг интернеттэй хосолсны үр дүнд шинэ бүтээгдэхүүний нэг хэсэг болон хувирсан нь тэд өөрсдийн орлогын төлөө санаа зовоход хүргэх болсон. Судлаачид ирээдүйд телевиз ба интернетийн хороондох зааг ялгаа устаж үгүй болно гэж үздэг. Медиа корпорацуудын зорилго нь кабелийн сувгуудыг эхлээд хэрэглэгчийн анхаарлыг агуулгаар нь дамжуулан татах, дараа нь янз бүрийн таваарыг худалдан авах боломжоор хангах үүднээс тэднийг сайтуудад холбох замаар вэб-портал болгон хувиргахад оршино.

Сүүлийн жилүүдэд томоохон мэдээллийн хэрэгслүүд төвлөрлийн стратегийг оновчтой боловсруулж, үйл ажиллагааны гол чиглэлийг түүхийн урт удаан хугацаанд төлөвшиж тогтсон уламжлалт хүрээнд хандуулахыг чухалчлах болсон. Америкийн “Time Warner”, “AOL” хоёр хамтран дээрх

чиглэлээр амжилттай ажиллаж байгаа нь үүний тод жишээ юм.

Ийм хоёр түвшний шинэ бүтцэд ХМХ-үүд гол анхаарлаа агуулгад хандуулдаг бөгөөд түүнийг зөвхөн уламжлалт масс-медиагаас гадна интернет болон цахим харилцааны бусад сувгуудаар дамжуулах зорилгоор бэлтгэдэг болсон. Орчин үед масс-медиагийн үйлдвэрлэлийг теле харилцааны салбар, ахуйн техник хэрэгсэл, мэдээллийн технологи, персонал компьютерийн программ хангамжийн үйлдвэрлэлтэй хамтран, нэгтгэн ажиллах хандлага хүчтэй явагдаж байна. Үүний үр дүнд мультимедиагийн үйлчилгээ, сүлжээний үйлчилгээ болон программын бүтээгдэхүүнүүдийг үйлдвэрлэх үйл ажиллагаа хоорондоо нягт уялдсан цоо шинэ нэгдмэл зах зээл үүсч байна.

Төвлөрөл бол Монголын сэтгүүл зүйн практикт 1990 оноос хойш ажиглагдах болсон шинэ үзэгдэл. Өнөөдөр “Монгол ньус” компани, “Женко”, “Масс Медиа”, “Монгол Масс Медиа”, “Монгол медиа” групп зэрэг мэдээллийн томоохон компаниуд үйл ажиллагаа явуулж байна. Тухайлбал, “Монгол ньус” компанийн мэдэлд “25-р суваг” телевиз (1, 2-р суваг), “Өнөөдөр”, “Таван цагираг”, “UB Post”, “Ням гариг” сонин, “Гэрэг”, “Миний гэр” сэтгүүл, Хэвлэлтүгээнборлуулах “АБМ” компани, “САС pictures” студи үйл ажиллагаа явуулж байгаа бол “Монгол Масс медиа” группт “Боловсрол”, “Ийгл”, “Dream” телевиз, “Boxnetwork” ХХК (Box sport, Box movie, Box music), “News agency” ХХК, “Ардынэрх” сонин, News.mn сайт, “Тойм” сэтгүүл, “Монголкомикс” ХХК харьяалагддаг байна. Ийм нэг байгууллагын мэдэлд 5-10 мэдээллийн хэрэгсэл төвлөрөх нь

энгийн үзэгдэл болж, цаашид улам нэмэгдэх хандлага ажиглагдаж байна. Сүүлийн үед санхүү бизнесийн томоохон байгууллагууд ч хэд хэдэн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлтэй болж, энэ салбарт хөрөнгө оруулах хандлага нэмэгдэж байна. Үүний тод жишээ бол Худалдаа хөгжлийн банкны мэдэлд “Bloomberg” телевиз, “Засгийн газрын мэдээ” сонин үйл ажиллагаа явуулж, “New York Times” сонины монгол хувилбарыг эрхлэн гаргаж эхэлсэн явдал юм.

Зарим томоохон телевизүүд орон нутагт салбараа байгуулж, 2, 3 дахь сувгаа нээн ажиллуулж байна. Өнөөдөр мөнгөтэй, эрх мэдэлтэй хүн болгон телевиз байгуулж, сонин гаргадаг болсон. Монгол Улсын Ерөнхийлөгчөөс эхлээд УИХ-ын гишүүн, Засгийн газрын гишүүдээс цөөнгүй хүн томоохон ХМХ-үүдийн эзэн байгаа нь үүний тод жишээ юм. Мөн бэл бэнчинтэй компаниуд алдагдалтай ажиллаж буй сонин, телевизүүдийг худалдан авах, мэдээллийн хэд хэдэн сайтыг нэгэн зэрэг байгуулах үйл явц нэлээд хүчтэй явагдаж байна. Үүний тод жишээ бол “Ийгл”, “Эх орон” телевиз, “Монголын мэдээ” сонин юм. Ийм төвлөрөл эерэг ч, сөрөг ч үр дагавартай гэдэг нь ойлгомжтой бөгөөд цаашид энэ асуудлын хүрээнд эрх зүйн зохицуулалт зайлшгүй шаардлагатай юм.

Конвергенци буюу ижилсэл.

Орчин үеийн мэдээллийн шинэ технологийн үр дүнд бүх масс-медиа технологийн хувьд өөрчлөгдөж, урьд нэг нь нөгөөгөөс эрс ялгардаг тэр онцлог шинжүүд аажим аажмаар арилсаар байна. Энэхүү нэг ХМХ нөгөө ХМХ-ийн шинжийг өөртөө агуулж, ижилсэж байгаа үйл явцыг конвергенци гэж нэрлэдэг. Тухайлбал, сонинууд

материалаа кабель болон утсаар дамжуулах замаар “цаасгүй сонин” – гоо туршиж эхэлсэн. Хүмүүс персональ компьютерийн тусламжтайгаар өөрийнхөө сонирхсон ямар ч мэдээлэлд нэвтрэх боломжтой болсон.

Компьютер, теле харилцаа болон ОНМХ техникийн хувьд нэгдэн нийлснээр бүс нутгийн асар том глобаль консорциумууд төлөвшиж, бас салж бутарч байна. Компьютерийн компаниуд, телефоны сүлжээнүүд, кабелийн теле станцууд, хиймэл дагуулын телевизийн албад шинэ зах зээл дэх аюулыг багасгахын тулд хүчтэй өөрсөлдөж, бас нэгдэн нийлэх нь энгийн үзэгдэл болсон.

Медиагийн ижилслийн нэг гол шалтгаан нь өрсөлдөгчид олон талаар хамтран ажиллах ашигтай гэдгийг ойлгож байгаатай холбоотой юм. Интернетийн хөгжлөөс шалтгаалан ижилсэх үйл явц масс-медиа дахь эрс өөрчлөлттэй ойролцоо утгыг агуулах болсон. Мэдээлэл-харилцааны хүрээнд явагдаж буй өөрчлөлтийн гол цөм нь өнгөцхөн харахад хоорондоо үр дагваруудын хувьд харилцан уялдаа холбоогүй янз бүрийн шинжүүдээр тайлбарлагдана. Конвергенцийн үл явц ойрын арван жилд зөвхөн ОНМХ-ийн болон харилцааны системийг төдийгүй, тэд нартай холбоотой янз бүрийн үйлдвэрлэлийг үндсээр нь өөрчлөх болно⁶ гэдгийг судлаачид хүлээн зөвшөөрч байна.

Харилцаа судлаачдын анхаарлын төвд байгаа өөр тулгамдсан асуудлуудын дотор масс-медиагийн статус буюу олон нийтийн харилцааны хэрэгслүүдийг зохицуулахтай холбоотой эсрэг тэсрэг байр суурийн асуудал, арилжааны сонирхолд хэт их автагдсан харилцааны хэрэгслүүд нийгмийн эрх

ашгийг төлөө үйлчлэх зорилгын эсрэг зогсож болзошгүй гэсэн үүргийн тухай асуудал чухал байр эзэл байна.

Ижилсэх хандлага ч Монголын сэтгүүл зүйд хүчтэй нэвтэрч эхэлснийг амархан ажиглаж болно. Энэ бол нэг мэдээллийн хэрэгсэл хэд хэдэн мэдээллийн хэрэгслийн шинжийг нэгэн зэрэг агуулж, түгээж буй мэдээлэл, түүнийг бэлтгэх үйл ажиллагаа нь ижилсэх үйл явц бөгөөд манай орны сэтгүүл зүйд 2000 оноос хүчтэй ажиглагдах болсон. Үүнд нөлөөлж буй хамгийн гол хүчин зүйл бол мэдээллийн шинэ технологи юм. Сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаанд тоон технологи нэвтэрснээр зөвхөн интернет кино ба телевизийн хөдөлгөөнт дүрсийг, радиогийн дуу чимээг, фото сэтгүүл зүйн хөдөлгөөнгүй дүрсийг, тогтмол хэвлэлийн эх бичвэрийн бүх хувилбарыг, цахим номыг, шуудан холбооны бүх боломжийг өргөн ашиглаж байна. Бараг бүх томоохон тогтмол хэвлэлүүд цахим хувилбартай болж, радио ба телевиз нэвтрүүлгээ интернетээр дамжуулах болсон. Энэ бүхэн нь мэдээлэлд орон зай, цаг хугацаа үгүй болж, шуурхай, хүртээмжтэй байх боломжийг эрс нэмэгдүүлж, мэдээллийн багтаамж мэдэгдэхүйц сайжирсны зэрэгцээ ХМХ-ийн *интерактив шинж* (хүлээн авагчидтай шууд ба эргэх холбоо тогтоох, санал бодлоо солилцох) энгийн үзэгдэл болж, *иргэний сэтгүүл зүйг* хөгжүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэж байна. Энэ бүхний үр дүнд:

- Сэтгүүл зүй ба сэтгүүлчийн мэргэжил мэдээллийн шинэ технологийн үр дүнд орон зай, цаг хугацааны хязгаараас үл хамааран маш *эрчимтэй даяарчлагдаж* байна. Сэтгүүл зүй болон сэтгүүлчийн мэргэжлийн тухай уламжлалт ойлголтын хамрах хүрээ, багтаамж үндсээр

нь өөрчлөгдөж, мэдээллийн шинэ технологи сэтгүүл-чийн мэргэжлийн агуулгыг улам өргөжүүлж, чанарын шинэ шаардлагуудыг тавих болсон. Сэтгүүл зүй, сэтгүүлчийн мэргэжил, журнализмтэй холбоотой мэдээлэгч, дамжуулагч, зуучлагч, илтгэгч, түгээгч, зохиогч, бүтээгч гэх мэт ойлголтуудын учир утга олон талтай, нэлээд нарийн түвэгтэй болж эхэлсэн бөгөөд үүнийг нэн даруй эргэж харах, мэдээллийн технологийн хөгжилтэй уялдуулан шинээр томъёолох шаардлага гарч байна. Сэтгүүлчийн мэргэжил шинэ медиагийн орчинд өөрийн бодит дүр төрхийг *хараахан олж чадаагүй, эрж хайх* шатандаа явна.

- Сэтгүүл зүйн мэргэжил сүлжээнд эргэлдэж буй олон нийтэд (масс) зориулсан мэдээллийн нэг хэвийн хэвшмэл бүтээгдэхүүнд *захирагдаж, стандартчлагдаж, нэг загвараар* ажиллах болсон. Гэхдээ сэтгүүлчийн мэргэжлийг улам бүтээлч, улам сонирхолтой, үр ашигтай болгох нөөц боломж, чадавх бий. Учир нь даяар сүлжээний харилцааны нөхцөлд бүтээлчээр ажиллах, нөөц боломжийг бүрэн дүүрэн дайчлах боломж асар их юм.
- Сэтгүүл зүй бие дааж оршин тогтнох нь улам багасч олон нийтийн мэдээллийн харилцаа буюу *Mass communication*-ний бүрэлдэхүүн хэсэг болж хувирсан. Орчин үед сүлжээний харилцаа, интернет-ОНМХ зэрэг мэдээллийн шинэ технологийн хөгжилтэй холбоотой *массмедиа* хэмээх нэр томъёог өргөн хэрэглэх болсон. Мөн энэ үгнээс гаралтай медиа зах зээл, медиа улс төр, медиа эдийн засаг зэрэг нэр томъёо ч бидний үгийн санд ороод удаж байна. Сэтгүүл зүйн шинэ чиглэлүүд (иргэний, экологийн, эрэн сурвалжлах,

эдийн засгийн, улс төрийн, аналитик, онлайн, визуаль, *мобайл сэтгүүл зүй* г.м.) нэвтэрч, энэ нь хүлээн авагчдыг төрөлжүүлэх, тодорхой хэсэг, бүлэгт хуваахад нөлөөлөх болсон.

- ХМХ-үүдийг удирдахаас эхлээд мэдээ, мэдээллийг бэлтгэх *барууны орнуудын арга барил, туршлага* манай сэтгүүл зүйн практикт нэвтэрч эхэлсэн. Иргэдийн үг хэлэх, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө бодит үзэгдэл болж, ХМХ-үүд ил тод байдал, *олон ургальч үзлийн индэр болох* өргөн боломж нээгдсэн. ОНМХ олон хэв маягтай, олон янзын дүр төрхтэй, төрөл хэлбэртэй болж чадсан бөгөөд хүлээн авагчдын хувьд сонирхолтой болж эхэлсэн. Сүлжээний мэдээлэл нийгмийн үйл ажиллагааны бүх хүрээ салбарт эрчимтэй нэвтэрч, *сэтгүүл-чийн үүргийн тодорхой хэсгийг блогчид гүйцэтгэх* болсон. Бас жиргээчид буюу нийгмийн мэдээллийн сүлжээг идэвхтэй ашиглагчид томоохон байр суурь эзэлдэг болж, *жиргээчид гэдэг нь бараг шинэ мэргэжлийн түвшинд* өргөмжлөгддөг болсон.
- Мэдээллийг дамжуулах өргөн боломж буюу кабель, сансрын хиймэл дагуулын тусламжтайгаар дамжуулах болсон нь *уамжлалт мэдээллийн хэрэгслийн мэдээлэл дамжуулах хязгаарлагдмал хүрээг* эрс өргөжүүлсэн. Шинэ мэдээ бэлтгэх нь *сэтгүүлчийн үүрэг биш* болж, үүнийг ямар ч сайт, ямар ч иргэн гүйцэтгэж чаддаг болсон. Өөрөөр хэлбэл, төвлөрлийг сааруулах буюу сонголт, санал хүсэлтийг зөвхөн мэдээллийг нийлүүлэгч тодорхойлох боломжгүй болсон. Аливаа *шинэ мэдээллийг агуулагч* эх сурвалж тоон технологийн тусамжтайгаар ямар ч

сэтгүүлчгүйгээр шууд дамжуулах болсон.

- Хэрэв хуучин юу бичих вэ гэдгийг удирдах байгууллага, ХМХ-ийн эрхлэгч нар мэддэг байсан бол өнөөдөр *хүлээн авагчид мэддэг* болсон. Өөрөөр хэлбэл, хүлээн авагчдын мэдээллийн эрэлт хэрэгцээг мэдэхгүйгээр хэвлэл мэдээллийн үйл ажиллагаа явуулах боломжгүй гэдэг нь улам бүр тодорхой болж байна. *Интерактив шинж гол байр эзлэх* болж, хүлээн авагчид өөрсдөө мэдээллийн агуулгыг бүтээгчид болон хувирсан. ОНМХ хүлээн авагчидтай шууд харилцах явдал бол өмнөх үетэй харьцуулахад энгийн үзэгдэл болсон. Хүлээн авагчидтай шууд харилцах буюу интерактив холбоо бол сүлжээний мэдээллийн хэрэгслийн үйл ажиллагааны салшгүй нэг хэсэг болж, энэ нь гол төлөв интернет болон бусад харилцаа холбооны хэрэгслүүдийн тусламжтайгаар хэрэгжиж байна.
- Намын харьяаллаас арай гэж салсан сэтгүүлчид өнөөдөр шууд *эдийн засгийн хараат байдалд*, өмнөхөөс ч илүү хатуу хяналтанд орсон. Төвийн нөлөө бүхий ОНМХ-үүд улстөрчид, олигархууд, улс төрийн нам эвсэл, томоохон бизнесийн бүлэглэлүүдээс хараат байдалд байгаа нь улам тод мэдрэгдэх болж, энэ нь эдийн засгийн, эсвэл улс төр-эдийн засгийн хараат байдлын шинжийг агуулж байна.
- Уламжлалт ОНМХ сэтгүүл зүйн *үнэн бодитой байх зарчмыг* хатуу баримталдаг байсан. Орчин үед интернет үнэн бодитой, хагас дутуу, буруу зөрүү, худал хуурмаг, заримдаа бусдыг гүтгэн гүжирдсэн мэдээллийн агуу их агуулах болж хувирсан. ХМХ-

ийн ихэнх хэсэг нь гудамжны *“шар” хэвлэлийн шинжийг* агуулах болж, *ёс зүйн хэмжээ, үнэт зүйлийн чиг баримжаа* үндсэндээ алдагдсан. Хяналт, өөрийн хяналт үгүй болж, захиалгат ба үзэл бодлын сэтгүүл зүй газар авч, нийгмийн хэт бараан тал руу хандах хандлага нэмэгдсэн. Нийтлэл, нэвтрүүлгийн бодлогыг *улс төр, эдийн засаг, бизнесийн бүлэглэлүүд тодорхойлох* болсон.

- Сэтгүүл зүй даяар сүлжээнд эргэлдэж буй мэдээллийн нэгдмэл урсгалын *бүхий л зүй тогтлуудад захирагдаж*, мэдээллийн бусад хэв маягтай (зар сурталчилгааны, шинжлэх ухааны, ажил хэргийн, улс төрийн, уран сайхны, хувийн г.м.) харилцан хамааралтай, салшгүй холбоотой орших болсон. Үүний тод жишээ бол *ХМХ зар сурталчилгааны, PR-ын чухал хэрэгсэл* болж хувирсан явдал юм. Бараг бүх ХМХ-д арилжааны шинж нэвт шингэж, мэдээлэл сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүний хувьд улам бүр *бараа таваарын*, даяар сүлжээгээр үзүүлж байгаа бусад үйлчилгээний төрлүүдийн хамт *үйлчилгээний шинжийг* агуулах болж, үүнийг ихэнх ХМХ гол зорилго (№1) гэж үздэг болсон.
- ОНМХ дээд зэргээр шуурхай ажиллах болж, мэдээлэх, түүнийг хүлээн авах үйл явц *цаг хугацааны хувьд давхцах* нь энгийн үзэгдэл болсон. Сэтгүүл зүй мэдээллийг хүргэх эх бичвэр, бүдүүвч хүснэгт, өнгө, хөдөлгөөнт дүрс, дуу чимээ зэрэг янз бүрийн аргыг нэгтгэсэн нэгдмэл (*синтез*) *шинжтэй* болж байна. ОНМХ-ийн нийтлэл, нэвтрүүлэг *хэл найруулга, агуулга ба хэлбэрийн хувьд олон янз, нарийн түвэгтэй болох үйл явц идэвхтэй явагдаж* байна. Энэ бол

шинэ сэтгүүл зүйн бас нэг гол онцог шинж юм.

- Сэтгүүл зүй олон талт үйл ажиллагаатай болж, олон нийтийн мэдээллийн, танин мэдэхүйн хүрээг өргөжүүлэхээс эхлээд зугаацуулах хүртэлх янз бүрийн хэрэгцээ, сонирхлыг хангах, ямар ч үүргийг биелүүлэх чадвартай болох зэрэг шинж чанараар тодорхойлогдох болсон. Хүлээн авагчдын янз бүрийн хэсэг, бүлгийн *сонирхлоос шалтгаалан эрчимтэй төрөлжиж* байна.
- Сэтгүүл зүй өөрөө өөрийгөө хянах боломж нэмэгдэж байна. Эргэх холбооны тусламжтайгаар нийтэлж, нэвтрүүлсэн материалын талаарх санал бодлыг шуурхай хүлээж авдаг болж, *мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг хэрэглэгчдийн хүлээн авч байгаагаас шалтгаалан хянах, өөрчлөх боломж* бүрдсэн.
- Сэтгүүлчдийн мэдээллийг дамжуулах, ойлгох, дүн шинжилгээ хийх зорилгоор нийгмийн *мэдээллийн сүлжээг ашиглах боломж, мэдээлэл хүлээж авах орон зай эрс өргөжиж* байна. Үүнтэй холбоотой *сэтгүүл зүй мэдээллийн хоёр дахь эх сурвалж* болон хувирч эхэлсэн. Учир нь интернет-эх сурвалжууд объекттай шууд танилцах, нөхцөл байдлыг шууд ажиглах, үйл явдалд оролцогчидтой газар дээр нь ярилцах боломжийг хязгаарладаг. Мэдээллийн шинэ технологийн тусламжтайгаар олон нийтийн *үзэл бодол, сэтгэл зүйгээр тоглох, хүлээн авагчдад дарамт шахалт үзүүлэх боломж* нэмэгдсэн. Үүний зэрэгцээ хүлээн авагчид цахим сүлжээнээс мэдээллийг чөлөөтэй сонгох замаар *мэдээллийн дарангуйллын эсрэг зогсох* боломж бүрдэж байна.

- Сэтгүүлчийн мэргэжил ихэнх тохиолдолд *“гэртээ” компьютертэй ажиллах ажил болон хувирч*, өмнөх үеийнх шиг заавал редакцид байнга байхыг шаардахгүй болсон. Орчин үеийн компьютерийн технологийг эзэмшихийг, гэхдээ нэлээд *өндөр түвшинд эзэмшихийг* шаардаж эхэлсэн.
- Либертари ба хариуцлагатай эрх чөлөөний онол нэвтэрч, сэтгүүлчид даяар сүлжээнд эргэлдэж буй янз бүрийн *байр суурь, үзэл бодолд тэвчээртэй, хүлээцтэй хандах* болсон. Сэтгүүлчийн ур чадвар, бичлэгийн төрөл зүйлд эерэг ч, сөрөг ч хандлага ажиглагдаж, үүнд олон хүчин зүйл нөлөөлж байна. Сэтгүүл зүй, уран зохиол хоёрыг зааг ялгааг тодорхой болгох асуудал хурцаар тавигдаж байна.

Энэ бүхэн нь дэлхийн сэтгүүл зүйн хөгжлийг тодорхойлж буй орчин үеийн гол чиг хандлагууд Монголын сэтгүүл зүйн хөгжилд хүчтэй нөлөөлж байгаагийн бодит илрэл юм.

Ишлэл

- ¹Баасансүрэн Т. Монголын хэвлэл мэдээллийн өнөөгийн байдал, цаашдын чиг хандлага // “Зуунымэдээ”. 2014. №102.
- ²Монголд интернет нэвтэрсний 20 жилийн ой тохиож байна // “Өнөөдөр”. 2016.01.05. №102.
- ³Жаргалсайхан Д. Тоон технологийн хөгжлийн товгүй унац //“Өнөөдөр” 2016.03.02.
- ⁴Тоффлер Э. 1999. Третья волна. М., с.226.
- ⁵Землянова Л.М. 2000. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия (Отв. ред. Я.Н.Засурский., Е.Л.Вартанова). М., с.64.

⁶ Вартанова Е. 2000. Конвергенция как неизбежность //От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия (Отв.ред. Я.Н.Засурский). М., с.39.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Баасансүрэн Т. 2014. Монголын хэвлэл мэдээллийн өнөөгийн байдал, цаашдын чиг хандлага // “Зууны мэдээ”. №102.
2. Вартанова Е. 2000. Конвергенция как неизбежность //От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия (Отв.ред. Я.Н.Засурский). М.
3. Жаргалсайхан Д. Тоон технологийн хөгжлийн товгүй унац //”Өнөөдөр” 2016.03.02.
4. Землянова Л.М. 2012. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже тысячелетия (Отв. Ред. Я.Н.Засурский., Е.Л.Вартанова). М.
5. Зулькафиль М. 2016. Орчин үеийн Медиа: шинэчлэл, чиг хандлага. УБ.
6. Зулькафиль М. 2017. Монголын олон нийтийн мэдээлэл: нэг намын үзэл суртлаас олон ургальч үзэл хүртэл. УБ.

7. Зулькафиль М. 2013. Сэтгүүл зүйн тайлбар толь. УБ., 2013.

8. Монголд интернет нэвтэрсний 20 жилийн ой тохиож байна // “Өнөөдөр”. 2016.01.05. №102.

9. Прохоров Е.П. 2004. Журналистика и демократия. М.

10. Тоффлер Э. 1999. Третья волна. М.

11. Черных А. 2007. Мир современных Медиа. М.

Резюме

Статья посвящена теоретико-практическим вопросам тенденции развития современных масс-медиа и на основе конкретных примеров автор показывает особенности глобализации, конвергенции, демассовизации и конгломерации СМИ. Автор делает вывод о том, что их взаимозависимость, взаимопереплетение имеют нелинейный, диалектический характер и ускоряющийся, расширяющийся научно-технический прогресс размывает границы между разными медиа. Также автор в статье на основе этих теоретических положений и примеров монгольских СМИ показывает влияние вышеназванных тенденций на современную монгольскую журналистику.