

# МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

## ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№ 16/438

ШУС, НУС

2015

### ДАЯАРШЛЫН ЭРИН ДЭХ ОЛОН НИЙТИЙН ХАРИЛЦААНЫ ЗАРИМ ОНЦЛОГ

#### 3.Серик\*

\* Японы Кобегийн их сургуулийн докторант, социологич

**Түлхүүр үг:** соёлын даяаршил, медиаимпериализм, кока-колоницлол, үндэстэн дамжсан корпораци, технологийн хувьсгал, виртуаль орон зай

**XX** -XXI зууны зааг дээр дэлхий даяар эрчимтэй өрнөж эхэлсэн даяаршлын үйл явц бол орчин үеийн хүн төрөлхтний соёл иргэншлийг бүрдүүлж буй янз бүрийн улс орнуудын хоорондох харилцан хамаарал, харилцаа холбоог улам хүчтэй болгож байна. Өнөөдөр ямар ч орон эдийн засгийн хувьд ч, улс төрийн хувьд ч, соёлын хувьд ч өөрөө өөрийгөө бүрэн хангаж, төгс төгөлдөр болж чадахгүй гэдэг нь тодорхой болсон. Даяаршлын үр дүнд орчлон ертөнц улам бүр нэгдмэл шинжтэй болж байгааг бид алхам тутамдаа ажиглаж байна.

Даяаршил бол ихээхэн зөрчилтэй үйл явц юм. Энэ бол нэг хэсгийнхний хувьд боломж, хэтийн төлөвийг өргөтгөж байгаа бол нөгөө хэсгийнхний хувьд асар их эрсдэл дагуулж, амьдралын нөхцөл байдал улам муудахад нөлөөлж байна. Даяаршил нийгмийн амьдралын бүх талыг хамарч байгаа тул эдийн засгийн, улс төрийн болон соёлын даяаршлын тухай ярих бүрэн боломжтой юм.

Эдийн засгийн даяаршил бол нэгдсэн глобаль эдийн засгийг төлөвшүүлэхийг илэрхийлдэг. Ийм глобаль эдийн засаг бол “үндэсний эдийн засгийг хөрөнгийг шинээр амархан шилжүүлэх боломж, дэлхий дахины мэдээллийн нээлттэй байдал, технологийн хувьсгал, үйлдвэржсэн хөгжингүй орнуудын зүгээс таваар болон хөрөнгийн хөдөлгөөнийг либералчлахыг дэмжих, тээврийн хэрэгслүүдийн шинэ төрлүүд, телехарилцааны технологи... зэрэг харилцааны хөдөлгөөнд үндэслэгдсэн дэлхий дахины нэгдмэл системд нэгтгэх”<sup>1</sup> -ийн үр дүнд төлөвшдөг байна.

Даяаршлагдсан эдийн засгийн гол хөдөлгөгч хүч нь үндэстэн дамжсан корпорацийн хөгжил байдаг. Үндэстэн дамжсан корпораци гэдэг нь дэлхий дахины янз бүрийн улс орнуудад өөрсдийн салбаруудыг байгуулсан арилжааны байгууллагууд юм. Энэ бол хэдэн мянган ажилчинтай, ашиг орлого нь хэдэн тэрбум доллараар хэмжигддэг асар том үйлдвэрүүд ч, эсвэл харьцангуй жижиг пүүс, компаниуд ч байж болно. Бүр 1996 онд 400 үндэстэн дамжсан корпораци 10 гаруй тэрбум долларын эргэлтийн хөрөнгөтэй байжээ. Тэгвэл өнөөдөр тийм үндэстэн дамжсан корпорациудад олон улсын

нийт худалдааны гуравны хоёр нь ногдож байна. Тийм корпорациудын тоо жилээс жилд тогтмол өсөж байгаа бөгөөд Кока-Кола, Женерал Моторс, Форд, Кодак, Мицубиши, IBM, Нестле, Тойота, Ниссан, Эксон, Юнивелер зэрэг корпораци дэлхийд тэргүүлэх байр эзэлдэг. Юнивелер компани дэлхийн 70 гаруй оронд 500 салбартай бол Эксон компани өөрийнхөө орлогын 75 гаруй хувийг АНУ-аас гаднах салбаруудаас олдог. Үндэстэн дамжсан корпорациудад олон үндэстэн ястны төлөөлөл ажилладаг учраас тэднийг үндэсний гэж нэрлэх нь учир дутагдалтай юм. Тэд улс орны хилээр хязгаарлагдсан үндэсний эдийн засгийн бус чухамхүү даяаршлагдсан эдийн засгийн субъектууд юм. Үйлдвэрийг өөр орны нутаг дэвсгэрт шилжүүлэн байрлуулдаг нь үйлдвэрлэлийн бүтээмжийг дээшлүүлэх, хямд ажиллах хүчнийг болох, тээврийн зардлыг эрс багасгах, татварыг бууруулах, зах зээлийг өргөтгөх зэрэг олон хүчин зүйлтэй холбоотой.

**Ү**ндэстэн дамжсан корпорациудын хүчин чадал нь эрс нэмэгдэх нь төр засгийн зүгээс тавих хяналтаас хамаарах боломжийг улам бүр багасгадаг. Эсрэгээр төр засаг гадны хөрөнгийг татах, ажлын байрыг нэмэгдүүлэх сонирхолтой учраас тэдний шаардлагыг нааштай хүлээн авч, тааламжтай нөхцөл, орчныг бий болгохыг эрмэлздэг.

Эдийн засгийг даяаршлах үйл явц нь олон улсын хөдөлмөрийн хуваарилалтын системийг тогтооход нөлөөлдөг. Хөдөө аж ахуйн, аж үйлдвэрийн, өндөр технологийн гэх мэт янз бүрийн бүтээгдэхүүнийг дагнан үйлдвэрлэдэг төрөлжсөн улс орон, бүс нутаг бий болдог онцлогтой. Олон улсын хөдөлмөрийн хуваарилалт, худалдааны

нөхцөлөөс шалтгаалан улс орнуудын хооронд тэнцвэргүй байдал үүсч, тэр нь даяаршлын үйл явцад улам гүнзгийрдэг байна. Энэ талаар нэрт социологич Э.Гидденс: “XX зууны туршид дэлхийн хүн амын хамгийн баян дөрөвний нэгний орлого зургаа дахин, хамгийн ядуу хэсгийн орлого гурав дахин нэмэгдэхэд хүргэсэн. Үүнээс даяаршил цөөн хэдэн улс орны гарт ашиг орлого, нөөц баялгийг төвлөрлүүлэхэд нөлөөлөх замаар энэ хандлагыг улам тод илэрхийлсэн гэсэн сэтгэгдэл төрж байна. Дэлхийн эдийн засгийн нэгдэл болон өсөлтийн хурд маш хүчтэй идэвхжиж байна. Энэ үйл явцын тэг дунд нь асар эрчимтэй хөгжиж буй олон улсын худалдаа байна. Зөвхөн 1990-1997 онд түүний хэмжээ 6.5 хувиар нэмэгдсэн. Гэхдээ үүнээс хөгжиж буй орнуудын өчүүхэн хэсэг нь л хожсон, харин тэдний дийлэнх олонх нь “гологдож хаягдсан” юм. ...Дэлхийн банкны судалгаанаас үзэхэд хөгжиж буй 93 үндэстний зөвхөн 23 нь л дэлхийн эдийн засагт “хурдацтай нэгдэж буй” үндэстний тоонд багтжээ. Үүнээс үзэхэд үндэсний эдийн засгийн өсөлт шаардлагатай орнуудын ихэнх нь даяаршил хөгжих тусам улам бүр хоцрох аюул тулгарч байна”<sup>2</sup>.

Даяаршлагдсан эдийн засаг өрсөлдөөнийг улам хүчтэй болгож байна. Энэ бол дэлхий дахины янз бүрийн өнцөг булангийн хооронд шуурхай холбоо тогтоодог харилцааны шинэ технологийн хөгжилгүйгээр хэрэгжих боломжгүй юм.

Улс төрийн даяаршлын бодит илрэл нь олон улсын харилцаанд төрийн болон төрийн бус (мэргэжлийн, экологийн, буяны, шашны, эрх зүйн г.м.) олон улсын янз бүрийн байгууллагын үүрэг эрс нэмэгдэж байгаа явдал юм. Олон улсын харилцааны нэг гол

субъект бол үндэстэн дамжсан корпораци гэдэг нь тодорхой. Үүнээс шалтгаалан олон улсын харилцаа болон олон улсын бодлогын үндсэн субъект болох улс орнуудын ач холбогдол тодорхой хэмжээгээр буурах хандлага ажиглагдах болсон. Зарим судлаач даяаршлын үйл явцын үр дүнд үндэсний төр засаг мөхөж, тэдний байр суурийг улс төрийн өөр нэгжүүд эзлэх болно гэсэн таамаглал дэвшүүлэх болсон нь санамсаргүй зүйл биш юм.

**С**оёлын даяаршил гэдэг нь янз бүрийн улс орнуудын хоорондох соёлын солилцоог идэвхжүүлэхэд оршино. Хэдийгээр ОНМХ эдийн засгийн болон улс төрийн даяаршилд чухал үүрэгтэй боловч соёлын даяаршлыг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн үйл ажиллагаагүйгээр төсөөлөх боломжгүй юм. ОНМХ даяаршлын үйл явцад эдийн засаг, соёлын субъектын хувьд ч, мэдээллийн зуучлагчийн хувьд ч оролцдог бөгөөд түүний тусламжтайгаар орчин үеийн хүн төрөлхтөн улам ихээр нэгдэн нягтарч байна.

Даяаршлын салшгүй нэг хэсэг нь ОНМХ-ийн даяаршил юм. Медиагийн үйлчилгээний зах зээл эрчимтэй даяаршлагдаж байгаа бөгөөд ингэхдээ янз бүрийн ОНМХ-үүдийг нэгтгэсэн үндэстэн дамжсан асар том корпорациудыг бий болгох замаар нэгдэх үйл явц ажиглагдаж байна. Мэдээллийн болон харилцааны боловсронгуй технологийн ачаар ОНМХ дэлхийн янз бүрийн өнцөг булан дахь хүлээн авагчдад цаг хугацаа, орон зайг үл харгалзан мэдээлэл түгээх боломжтой болсон юм.

Өнөөдөр хэвлэмэл болон цахим мэдээллийн янз бүрийн хэрэгслүүд мэдээллийн даяар орон зайг бий болгож, түүнд хамрагдах нь ихэнх

хүний хувьд өөрийнхөө соёлын уламжлалд хамрагдахаас дутахааргүй ач холбогдолтой болж байна.

Орчин үеийн цөөнгүй судлаач шинэ мянганы эхэнд медиагийн даяар дэг журам бий болж байгааг онцлон тэмдэглэх болжээ. Э.Гидденс<sup>3</sup> Д.Хелдээс иш татах замаар тийм дэг журам төлөвшихөд нөлөөлж буй үндсэн хүчин зүйлсийг тодорхойлсон байдаг. Үүнд:

- Өмчийн төвлөрлийн үр дүнд олон улсын ОНМХ цөөн тооны үндэстэн дамжсан корпорацийн мэдэлд орж, жижиг медиа компаниуд устаж үгүй болж байна.

- Эдийн засгийн либералчлал болон төрийн зохицуулалт эрс багассантай холбоотой ОНМХ хувийн, арилжааны мэдээллийн хэрэгсэл болон хувирч байна.

- Үндэстэн дамжсан медиа компаниудын тоо нэмэгдэж байна.

- ОНМХ-ийн янз бүрийн төрлүүдийг нэгтгэсэн медиа компаниудын мэдээллийн бүтээгдэхүүнийн төрөл, хэлбэр эрс нэмэгдэх болсон.

- Ижил төрлийн медиа компаниуд нэгдэх, төрөлжсөн медиа нэгтгэлийн тоо өсөх явдал юм.

Даяар медиа дэг журмын урьдач нөхцөл нь аажим аажмаар тогтож, төлөвшсөн түүхтэй. Үндэстэн дамжсан, даяаршлагдсан ОНМХ төлөвших үйл явц олон улсын цахилгаан мэдээний агентлаг байгуулагдсан явдалтай шууд холбоотой гэж үздэг.

Шарль Гавасын анхны цахилгаан мэдээний агентлаг 1835 онд Парист байгуулагдсан түүхтэй. 1940-өөд оны эцэст Гаваст ажиллаж байсан хоёр ажилтан Жулиус Рейтер, Бернард Вольф нар хоорондоо өрсөлдөөнтэй хоёр агентлагийг Лондон, Берлин хотод байгуулжээ. 1882 онд анхны санхүүгийн цахилгаан агентлагийг Доу

Жонс байгуулсан бол ХХ зуунд мэдээллийн зах зээлд бусад мэдээллийн агентлагууд, түүний дотор Америкийн агентлагууд хүч түрэн орж ирсэн. Өнөөдөр өөрийнхөө мэдээллийг бараг дэлхий даяар худалдаж буй хамгийн нөлөө бүхий мэдээллийн агентлагууд бол *Havas, Associated Press, Reuters, France Press, UPI* юм.

Радио үүсч, дэлхий даяар өргөн тархаж эхэлсэн нь олон улсын мэдээллийн радио албад бий болгоход нөлөөлсөн бөгөөд тэднийг гол төлөв суртал нэвтрүүлгийн зэвсэг болгон ашиглаж байв. *BBC World Service, Voice of America, Liberty, Free Europe* зэрэг радиостанцуудыг ЗХУ болон Дорнод Европын орнуудад нууцаар сонсож байсан нь Зөвлөлтийн үзэл суртал нурж унахад томоохон хувь нэмэр оруусан юм.

**М**эдээллийн болон харилцааны технологийн дэвшил, түүний дотор сансрын телевиз үүссэн нь эдийн засгийн хүчин зүйлсийн хамт медиагийн мэдээллийн даяар зах зээлийг бий болгоход онцгой үүрэг гүйцэтгэсэн юм. Орчин үед дэлхийн мэдээллийн зах зээлд хэд хэдэн мегакомпаниуд ноёрхдог бөгөөд тэд үндэстэн дамжсан 500 томоохон

корпорацийн жагсаалтыг тэргүүлдэг байна. Энэ бол *America Online-Time Warner, Walt Disney Co, Vivendi Universal Viacom, Bertelsmann, News Corporation* зэрэг компани юм. Мөн нөлөө бүхий мэдээлэл түгээгчдийн тоонд *Washington Post, Bloomberg, Reuters, BBC, New York Times, Dow Jones & Co* багтдаг байна.

Даяар ОНМХ-ийн түгээж байгаа бүтээгдэхүүн нь телевизийн болон радиохөтөлбөрүүд (мэдээллийн, аналитик, зугаацуулах г.м.), фильм, олон ангит теле кино, нийтэд зориулагдсан хөгжим зэрэг нийтийн соёлын бүтээгдэхүүнүүд, түүнчилэн реклам сурталчилгаа байна. Реклам сурталчилгаа бас л даяаршлагдаж байна. Томоохон рекламн агентлагуудын бүтээгдэхүүнүүд дэлхийн зах зээлд чиглэгдсэн байдаг.

Кабелийн болон сансрын телевиз үүссэн нь янз бүрийн соёлд харьяалагддаг, янз бүрийн хэл дээр ярьдаг сая сая хүлээн авагчийг хамарсан бүс нутгийн болон глобаль теле сувгууд бий болоход нөлөөлсөн юм. Теле-сувгууд мэдээллийн, цэнгээнт, спортын, шинжлэх ухааны хялбаршуулсан зэрэг мэдээллийн бүтээгдэхүүний янз бүрийн хэв маягаар төрөлжиж байна.

Глобаль болон бүс нутгийн томоохон теле сувгууд<sup>4</sup>

Мэдээллийн	Шинжлэх ухааны хялбаршуулсан	Зугаацуулах
<b>Мэдээллийн универсаль шинжтэй даяар телесувгууд</b> CNN International BBC World	<b>Универсаль</b> National Geographic Discovery	<b>Хөгжмийн телесувгууд</b> MTV, VY-18, Mezzo
<b>Бүс нутгийн мэдээллийн универсаль сувгууд</b> Euronews Deutsche Wel AL-Jazeera ANN	<b>Сэдэвчилсэн</b> Discovery Travel and Adventure Travel	<b>Кино болон телефильмийн сувгууд</b> TNT, TCM, MGM, Hallmark

<b>Санхүү-эдийн засгийн даяар теле сувгууд</b> CNBC Bloomberg	Discovery Civilization Discovery Scince Animal Planet	<b>Хүүхдийн теле сувгууд</b> Nickelodeon Fox Kids Cartoon Network
<b>Спортын даяар сувгууд</b> ESPN International	-	<b>Бүс нутгийн универсаль теле сүлжээ</b> BBC Prime
<b>Бүс нутгийн мэдээлэл болон цэнгээнт нэвтрүүлгийн сувгууд</b> TV5, TVE, BBC America, MBC	-	<b>Бусад</b> Fashion TV Reality TV

ОНМХ-ийн даяаршлын салшгүй нэг бүрэлдэхүүн хэсэг бол мэдээллийн даяаршил юм. Мэдээллийг үйлдвэрлэх,

түгээх үйл ажиллагааг янз бүрийн ОНМХ эрхэлдэг. Тэдний хамгийн нөлөө бүхий зарим нэгээс нь дурдвал:

Шинэ мэдээлэл түгээгч нөлөө бүхий глобаль ОНМХ-үүд

Мэдээллийн агентлагууд	Мэдээллийн теле сүлжээнүүд	Радио албад	Олон улсын тогтмол хэвлэл
Reuters	CNN	BBC World Service	Financial Times
Associated Press	BBC World	Voice of America	International Herald Tribune
Havas	Euronews	Deutsche Welle	USA Today
France Press	Bloomberg TV	France International	Wall Street Journal
ИТАР-ТАСС	CNBC	Liberty	Time
Интерфакс	Sky News	Free Europe	Newsweek
Bloomberg	Deutsche Welle	Free Asia	Economist
Дра	AL-Jazeera	Голос России	-
РИА “Новости”	Eurosportnews	RAL International	-

Өнөөдөр глобаль ОНМХ-ийн дунд Баруун Европын болон Америкийн мэдээллийн хэрэгслүүд гол байр эзэлдэг. Өрнөдийн ОНМХ-ийн ноёрхол бол мэдээллийн болон соёлын давуу тал, хүн төрөлхтний төлөө “орчлон ертөнцийн дүр төрх”-ийг бүхэлд нь бий болгоход эзэлж буй байр сууриас урган гарсан эдийн засаг, технологийн хөгжил дэвшилтэй шууд холбоотой юм.

Мэдээллийн даяар сүлжээг эзэмшигчид хэдийгээр өөрсдийн Өрнөдийн бус хүлээн авагчдын соёлын онцлогт дасан зохицох гэсэн эрмэлзэлтэй байгаа ч мэдээллийн тэнцвэргүй байдал хүчтэй ажиглагдсан хэвээр

байна. Хөгжиж буй орнууд, хуучин “хоёр дахь”, “гурав дахь” ертөнцийн орнууд глобаль ОНМХ-үүдийн хараанд өртөх нь харьцангуй ховор бөгөөд зөвхөн Өрнөдийн орнуудын улс төрийн амьдралын томоохон үйл явдал, эсвэл үер, газар хөдлөлт, өлсгөлөн зэрэг онцгой үйл явдлын үед л анхаарлаа хандуулдаг нь түгээмэл юм. Тухайлбал, Катарын Al-Jazeera компанийн нөлөө бүхий глобаль мэдээллийн теле сүлжээний тоонд багтсан нь Өрнөдийн хүлээн авагчдын лалын ертөнцөд болж байгаа үйл явдалд хандах сонирхол нь эрс нэмэгдсэн, Өрнөдийн орнуудад үзүүлж буй террорист аюул занал

байнга нэмэгдэж байгаатай холбоотой юм.

Мэдээллийн нийгмийн асуудлаар мэргэшсэн эрдэмтэн Ф.Уэбстерийн судалгаанаас үзэхэд “Дэлхийн сонин хэвлэлийн олон улсын сэдвээр бичигдсэн нийт материалын 90 хувийн эх сурвалж нь Өрнөдийн дөрөвхөн мэдээллийн агентлаг бөгөөд тэдний хоёр нь Америкийн (UPI, Associated Press), үлдсэн хоёр нь Британийн Reuters, Францын France Press бөгөөд энэ нь мэдээллийн агуулгад ихээхэн нөлөөлдөг байна. UPI-гийн дамжуулж буй мэдээллийн 2/3 нь АНУ дахь үйл явдлыг, зөвхөн 2 хувь нь Африк дахь үйл явдлыг тусгадаг”<sup>5</sup> байна. Энэ бол даяаршлын эринд мэдээллийн тэнцвэрт байдал улам бүр алдагдаж байгаагийн бодит илрэл юм.

**Д**элхий дахины мэдээллийн зах зээл дэх энэхүү мэдээллийн тэнцвэргүй байдал, Өрнөдийн компаниудын ноёрхол “медиаимпериализм” хэмээх шинэ нэр томъёог бий болгож, өнөөдөр үүнийг олон нийтийн мэдээллийн харилцааны салбарт өргөн хэрэглэх болжээ. Энэхүү нэр томъёо нь эдийн засаг, улс төрийн хүрээн дэх Өрнөдийн (юуны өмнө Америкийн) ноёрхол глобаль ОНМХ-ийн үйл ажиллагаанд хүчтэй нэвтэрч, тэд хамгийн гайхамшигтай цорын ганц зүйл бол Өрнөдийн үнэт зүйлс, аж төрөх ёс гэдгийг дэлхий дахинд түгээн дэлгэрүүлж, сурталчилж байгааг илэрхийлдэг байна.

Судлаач В.В.Орлова орчин үеийн олон нийтийн харилцааг судлаачдын тодорхойлсон медиаимпериализмын дараах бүрэлдэхүүн хэсгүүдийг онцлон тэмдэглэсэн байдаг. Үүнд:

- Глобаль медиа үндэсний ОНМХ-үүдэд эдийн засгийн хувьд хөгжих боломж олгохоосоо илүү бусдаас

хараат байдалд оршиход хүчтэй нөлөөлдөг;

- Үндэстэн дамжсан ОНМХ-үүдийн түгээж буй мэдээллийн тэнцвэргүй урсгал соёлын бие даасан (автономит) байдлыг алдагдуулж, түүний хөгжлийг зогсонги байдалд оруулдаг;

- Мэдээллийн тэнцвэргүй байдал мэдээлэл түгээгч өндөр хөгжилтэй орнуудын дэлхий дахинд үзүүлэх нөлөөг улам хүчтэй болгож, буурай хөгжилтэй орнуудын үндэсний онцлогийг хадгалах, бэхжүүлэхэд сөрөг нөлөө үзүүлдэг;

- Глобаль медиа урсгал ихэнх хүмүүсийн бодит амьдралтай ямар ч холбоогүй соёлын хэлбэрүүдийг нэвтрүүлэх замаар соёлыг нэг агуулгатай, ижил төрөл хэлбэртэй болгоход хүргэдэг<sup>6</sup> байна.

Орчин үед үндэстэн дамжсан ОНМХ-ийн бий болгосон дэлхий дахины мэдээллийн нийтлэг орон зайн нөлөөгөөр шинэ глобаль соёл төлөвшиж, ОНМХ-д нэвтрэх боломтой хүн болгон түүний хэрэглэгч болон хувирч байна. Гэхдээ шинээр төлөвшиж буй глобаль соёл урьд тэмдэглэсэнчлэн гол төлөв Өрнөдөөс, түүний дотор Америкаас гаралтай бөгөөд түүний цөмийг Америкийн нийтийн соёл бүрдүүлдэг онцлогтой.

Өрнөдийн орнуудын эдийн засаг, улс төр, технологийн давуу тал нь тэдэнд дэлхий дахинд соёлын хувьд давамгайлах боломж олгож байна. Өрнөдийн соёлын нөлөөг түгээн дэлгэрүүлэхэд глобаль ОНМХ гол үүрэг гүйцэтгэж байна. Энэхүү байр суурийг тууштай дэмжигчдийн нэг бол Америкийн судлаач Герберт Шиллер юм. Түүний бодлоор глобаль ОНМХ-үүд Өрнөдийн улс орнуудын болон томоохон корпорацуудаас хараат оршиж байгаа тул тэд дэлхийн хамтын нийгэмлэгийн

одоогийн тэгш бус байдлыг хадгалахад хүчтэй нөлөөлдөг байна. Арилжааны глобаль ОНМХ-үүд юуны өмнө Өрнөдийн компаниудын үйлдвэрлэдэг таваарын эргэлт, борлуулалтыг хангахад чиглэгдсэн соёлын бүтээгдэхүүнийг түгээж, энэ нь эцсийн дүнд зах зээлийн системийг тогтооход нөлөөлдөг байна.

Зарим судлаач америкчлагдсан нийтийн соёлыг өргөн хүрээнд түгээж байгаад дүн шинжилгээ хийхдээ “кока-колоницлол”, “макдональдчилах” зэрэг нэр томъёог хэрэглэх болсон нь санамсаргүй зүйл биш юм. Энэ бол нийтийн соёл дахь хэрэглэгчийн үзэл суртлыг эзлэн түрэмгийлж байгаагийн тод илэрхийлэл мөн. Гэхдээ даяаршлагдсан соёлыг төлөвшүүлэх үйл явцыг америкчлагдсан нийтийн соёлыг идэвхгүй эзэмших явдалтай холбон тайлбарлах нь учир дутагдалтай юм. Америкийн болон Өрнөдийн соёлын нөлөө бусад улс оронд ч хүчтэй байгаа нь ойлгомжтой. Энэ нөлөө бол Өрнөдийн эдийн засаг, улс төр, технологийн давуу талтай шууд холбоотой гэдэг нь тодорхой. Гэхдээ глобаль соёлыг төлөвшүүлэх үйл явц бол Өрнөдийн нийтийн соёлын жишээг хуулбарлах төдий зүйл биш, ихээхэн ээдрээтэй, бас зөрчилтэй үйл явц гэдгийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй. Түүний үндсэн бүрэлдэхүүн хэсгүүдийн талаар товч дурдъя.

Нэгдүгээрт, глобаль ОНМХ-ийн ачаар тэдний хүлээн авагчдын соёлын мэдлэгийн хүрээ тэлж, мэдээлэл хүлээж авах боломж нь нэгдсэн.

Хүмүүс зөвхөн өөрсдийн соёлоор бий болсон ертөнцийн тухай төсөөллийн хүрээнээс гарах боломж олж авдаг. Хүний ертөнцийг хүлээж авах төсөөлөл ч өөр болсон. Хэрэв хүмүүс өчигдөр хөрш гудамж, өөрийн амьдардаг хот, цаашлаад улс оронд юу болж байгааг сонирхдог бол өнөөдөр дэлхий дахинд юу болж байгааг илүү ихээр сонирхдог болсон. Өөрөөр хэлбэл, Маклюэний “даяар тосгон” гэж нэрлэж байсан тэр зүйл улам бүр бодит үзэгдэл болсоор байна.

Өнөөдөр Монголын хүлээн авагчид 150 орчим сувгаар нэвтрүүлэг үзэж, сая орчим хүн Интернет хэрэглэж байгаа нь дэлхийн ямар ч өнцөг булангаас мэдээлэл хүлээн авч, бас мэдээлэл дамжуулах

өргөн боломжийг бүрдүүлсэн. Энэ бол мэдээллийн шинэ технологийн үр дүнд ОНМХ эрчимтэй даяаршиж байгаагийн илрэл юм. Хүмүүс бусад улс орнуудын улс төр, эдийн засгийн амьдралын талаар хамаагүй өргөн мэдээлэл олж авдаг болсон. Глобаль ОНМХ-ийн тусламжтайгаар онцгой үйл явдлын талаарх мэдээллийг хоромхон зуур хүлээж авч байгаа нь шаардлагатай тус дэмжлэгийг цаг алдалгүй авахад нөлөөлж байна.

Хоёрдугаарт, глобаль ОНМХ хэдийгээр Өрнөдийн улс орнуудын үнэт зүйлс, хүсэл сонирхол давамгайлсан мэдээллийг түгээдэг ч бусад бүс нутгийн асуудалд анхаарлаа хандуулдаг нь тодорхой. Глобаль ОНМХ-ийн янз бүрийн төрөл, хэв маяг оршиж байгаа нь зөвхөн улс төрийн болон цэнгээнт



*Арилжааны глобаль ОНМХ-үүд юуны өмнө Өрнөдийн компаниудын үйлдвэрлэдэг таваарын эргэлт, борлуулалтыг хангахад чиглэгдсэн соёлын бүтээгдэхүүнийг түгээж, энэ нь эцсийн дүнд зах зээлийн системийг тогтооход нөлөөлдөг байна*



мэдээлэл төдийгүй, янз бүрийн улс орны түүх, соёл, шинжлэх ухааны сүүлийн үеийн ололт амжилттай танилцуулахад чиглэгдсэн шинжлэх ухааны хялбаршуулсан мэдээллийг түгээдэг. Кабелийн болон сансрын телевизийн хүртээмж нэмэгдэх тусам тэдний бүтээгдэхүүний төрөл, хэлбэр олширч, хүлээн авагчдын хувьд хөтөлбөр, нэвтрүүлгийг чөлөөтэй сонгох боломж нэмэгдэж байна.

Гуравдугаарт, ОНМХ-ийн сувгуудаар дамжин хүчтэй нэвтэрч байгаа “Өрнөдийн нөлөө” нь зөвхөн савангийн дуурь, зодоон хүчирхийллийн киногоор хязгаарлагдахгүй. Боловсрол, улс төрийн эрх чөлөө, хувь хүний санаачилга, хүний эрх, эмэгтэйчүүдийн эрхийн тэгш байдал, эрүүл аж төрөх ёс, технологийн хөгжлийн үнэт зүйлс ч уг гарлын хувьд Өрнөдийнх гэж хэлж болно. Гэхдээ тэднийг маш өргөн хүрээнд түгээн дэлгэрүүлж байгааг Өрнөдийн “хор хөнөөл агуулагч нөлөө” гэж үзэх нь учир дутагдалтай юм. Энгийн жишээ дурдахад Меккад очиж Каабад мөргөл үйлдэгчид хамаатан садан, найз нөхдөд энэхүү онцгой ач холбогдолтой үйл явдлын талаар мэдээлэхийн тулд гар утсыг маш идэвхтэй ашигладаг. Тэдний нэг нь ч гар утас ашиглах нь уламжлалт шашны номлолд харш гэж үзэж байгаагүй. Ийм жишээг хязгааргүй үргэлжлүүлж болно.

Дөрөвдүгээрт, орчин үеийн харилцаа, холбооны техник хэрэгслүүдийг өөрсдийн соёлын үнэт зүйлс, дэлхий дахины үйл явдал болон улс төрийн үйл явцыг тайлбарлахын тулд Өрнөдийн бус улс орнууд ч ашиглаж байна. Өнөөдөр глобаль болон бүс нутгийн томоохон ОНМХ-үүдийн дотор гарлын хувьд Өрнөдийн бус цөөнгүй компани идэвхтэй ажиллаж байна. Энэхүү үйл явдлыг идэвхжүүлэхэд олон улс орны

хувьд эдийн засаг, технологийн нөөц боломжийн дутагдал саад учруулж байна.

Тавдугаарт, Өрнөдийн соёлын нөлөө зөвхөн даган дуурайх, хуулбарлах үйл явцаар хязгаарлагдахгүй. Өрнөдийн соёлын загвар, төрөл хэлбэр өөр соёлын хөрсөнд бууж, тодорхой хэмжээгээр өөрчлөгдөх нь энгийн үзэгдэл болсон. Тухайлбал, Энэтхэгт олон ангит телекиноны төрлийг өөрийн уламжлалт соёлыг дэмжих зорилгоор ашигладаг бөгөөд эртний алдарт туульс “Рамаяна”-гаар олон ангит кино бүтээсэн нь олон нийтийн талархлыг хүлээж, томоохон амжилтанд хүрчээ. Ингэхдээ сүсэгтэн-энэтхэгчүүд анги болгоныг үзэхээс өмнө телевизийг цэцгийн баглаагаар чимж, хүжийн үнэрээр ариутгадаг байв.

Өрнөдийн болон орон нутгийн, бүс нутгийн соёлын хэлбэрийн хоорондоо уусах, холилдох үзэгдлийг эрлийзжилт (гибридчлагдал) гэж нэрлэх болсон. Энэхүү соёлын эрлийзжилт бол Өрнөдийн хэв загварыг зүгээр нэг хуулбарлах төдий зүйл биш, харин соёлын даяаршлын хамгийн түгээмэл илрэл юм.

Манай телевизүүдээр тогтмол үзүүлж байгаа Солонгос, Латин Америкийн олон ангит кинонууд, хөгжим мэдээллийн янз бүрийн сувгууд энэ орнуудын болон Өрнөдийн соёлыг түгээхэд хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Өнөөдөр манай орны залуучуудын ахуй амьдралд “хангуг соёл” нэлээд идэвхтэй нэвтэрч байгааг цөөнгүй жишээ баримтаар тайлбарлаж болно.

Соёлын даяаршлын хамгийн чухал хүчин зүйлсийн нэг бол Интернет өргөн дэлгэрсэн явдал юм. Түүний тусламжтайгаар янз бүрийн соёлын уламжлалын төлөөллүүд шууд харилцаа холбоо тогтоож, өөрсдийн үзэл бодол,



үнэт зүйл ба итгэл үнэмшлийг түгээн дэлгэрүүлэх, санал бодлоо солилцох боломж олж авсан. Одоохондоо үндэстэн хоорондын харилцааны тэргүүлэх байр суурийг эзэлж байгаа хэл бол бодит байдалд ч, виртуаль орон зайд ч англи хэл хэвээрээ байна. Гэхдээ Интернетийн хэрэглээ Хятад, арабын орнууд, Энэтхэг, ОХУ-д маш эрчимтэй дэлгэрч байгаа нь бусад хэлний ач холбогдол өсөн нэмэгдэхэд хүргэж байна.

**Э**нэ бүхнээс үзэхэд соёлын даяаршлыг маш эрчимтэй, гэхдээ тэгш бус соёлын солилцоо, янз бүрийн соёлын хоорондох харилцан яриа гэж үзэх үндэстэй бөгөөд үүний үр дүнд нэгдмэл, нэг төрлийн бус соёл-мэдээллийн орон зай бий болж байна. Ийм орон зай бий болоход соёлын даяаршлын салшгүй бүрэлдэхүүн хэсэг болон хөгжиж буй үндэстэн дамжсан ОНМХ чухал нөлөө үзүүлж байгааг онцлон хэлэх хэрэгтэй.

#### Ишлэл

<sup>1</sup> Уткин А. М. 2002. Мировой порядок XXI века. М., с. 37.

<sup>2</sup> Гидденс Э. 2005. Социология. М., с. 72.

<sup>3</sup> Там же, с. 413-414.

<sup>4</sup> Орлова В. В. 2003. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М. //

<http://evartist.narod.ru/text5/70.html>

<sup>5</sup> Уэбстер Ф. 2004. Теории информационного общества. М., с. 178-179.

<sup>6</sup> Орлова В. В. 2003. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М. // <http://evartist.narod.ru/text5/70.html>

#### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд-Эрдэнэ Б. 2014. Нийгэм, Интернет, сэтгүүл зүй. УБ.

2. Зулькафиль М. 2011. Монголын олон нийтийн мэдээлэл: нэг үзэл суртлаас олон ургальч үзэл хүртэл. УБ.

3. Бек У. 2001. Что такое глобализация? М.

4. Гидденс Э. 2005. Социология. М.

5. Макаров М. М. 2000. Массовая коммуникация в современном мире. М.

6. Орлова В. В. 2003. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.

7. Уэбстер Ф. 2004. Теории информационного общества. М.

8. Straubhaar Joseph, LaRose Robert. 2000. Media now: Communications Media in the Information Age. Belmont.

#### Резюме

В данной статье автор, анализируя особенности процесса экономической, политической и культурной глобализации современного мира, показывает роль и значение массовой коммуникации в этом процессе. По мнению автора, составным элементом глобализации является глобализация СМИ. Также в статье рассказывается о влиянии глобальных транснациональных СМИ на формирование глобальной культуры и положительных и отрицательных факторах новой культуры на развитие национальной культуры разных стран мира.