

БЛОГ БА МОБЛОГ ОЛОН НИЙТИЙН ХАРИЛЦААНЫ
ШИНЭ ҮЗЭГДЭЛ БОЛОХ 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: мобайл сэтгүүл зүй, веблог, дискурс, интерактив медиа, сүлжээний сэтгүүл, онлайн комьюнити, мэдээллийн шинэ дэг журам, мэдээллийн урсгал, смартфонс

Орчин үеийн сэтгүүл зүйг мэдээллийн шинэ технологийн хөгжилгүйгээр төсөөлөх боломжгүй юм. ОНМХ-ийн аль ч салбар, чиглэлд мэдээллийн шинэ технологи эрчимтэй нэвтэрснээр хүн төрөлхтний мөрөөдөл байсан маш олон зүйл өнөөдөр биеллээ олж, ихэнх нь бодит зүйл болж хувирсан билээ. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээ, мобайл сэтгүүл зүй, радио телевизийн тоон технологи хөгжсөнөөр нэвтрүүлгийн сувгийн тоо эрс нэмэгдэж, нэвтрүүлгийн дуу, дүрсний чанар сайжирч, хүлээн авагч, хэрэглэгчидтэй харилцах шууд ба эргэх холбооны боломж буюу интерактив шинж, Интернетэд холбогдох болон улсын хэмжээний төдийгүй олон улсын хэмжээний хурал, хэлүүлцүүлэг явуулах боломж бүрдсэн юм.

1993 онд АНУ-д онлайн сониныг Интернетэд байршуулснаар цахим сонины түүх эхэлж, өнөөдөр дэлхий дахины сэтгүүл зүйн практикт бодит

үзэгдэл болж, маш эрчимтэй хөгжиж байна. Цахим сэтгүүл зүй нэвтэрснээр мэдээллийн багтаамж, шуурхай чанар, хүртээмж эрс сайжирч, цаг хугацаа орон зайн хязгаар үгүй болж, олон нийтийн мэдээлэл хүлээж авах боломж нь эрс дээшилсний зэрэгцээ хүний заяамал эрхийн нэг болох иргэдийн мэдэх, мэдээлэлтэй байх, мэдээлэл хүлээж авах, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх, эрх чөлөөг эдлэх, мөн мэдээллийн нийгэм байгуулахад онцгой чухал үүрэг гүйцэтгэх боллоо. Өөрөөр хэлбэл НҮБ-ын ивээл дор 2003 онд зохион байгуулагдсан Мэдээллийн нийгмийн дэлхийн чуулга уулзалтаар батлагдсан тунхаглалын "...Мэдээлэл харилцаа бол нийгмийн суурь үйл явц, анхан шатны хэрэгцээ, нийгмийн байгууллагын үндэс юм. Энэ бол мэдээллийн нийгмийн гол зүйл мөн. Хэн ч, хаана ч оролцох боломжтой байвал зохино. Хэн ч мэдээллийн нийгмийн ашиг тусыг хүртэхээс хоцорч үл болно"¹ гэсэн зарчмыг хэрэгжүүлэх гол хүчин зүйлсийн нэг болж байна.

Өнөөдөр манай оронд 200-гаад Web site ажиллаж, 60 гаруй нь идэвхтэй хэлбэрт буюу мэдээллийн сайтын төрөлд хамрагдаж байна. Мөн

Интернетийн сүлжээнд 10 мянга орчим домэйн нэр, 200 мянга гаруй жиргээчин, нэг сая орчим фэйсбүүкчин, 70 орчим мянган блогчид байна². Мөн Интернетийн тархалт, мэдээлэл татаж авах хурд, насанд хүрсэн иргэдийн боловсролоос эхлээд хүн амын гар утасны хэрэглээ, энэ салбарт хөрөнгө оруулагчдын тоо зэрэг олон шалгуураар 144 орныг судалж харьцуулсан Дэлхийн эдийн засгийн чуулганы 2014 оны тайланд Монгол Улс 61 дүгээр байранд оржээ. Мэдээлэл харилцаа холбооны технологийн салбарт хүн амын тоотой харьцуулахад хамгийн олон патент авсан, цахим — шинэ санаачилгын зангилаа болсон, бүх айл өрхийн 90 хувь нь Интернетэд холбогдсон үзүүлэлтээр Финлянд тэргүүлсэн бол Англи 85, АНУ 70, Монгол Улс 14-д оржээ³. Энэ бол манай орны хувьд цахим мэдээллийн хүрээнд шийдвэрлэх асуудал их байгааг харуулж буй баримт мөн.

Энэхүү тоон технологийн хөгжил, Интернетийн өргөн сүлжээ нэвтэрсэн нь уламжлалт ОНМХ болох тогтмол хэвлэл, радио, телевиз медиагийн шинэ хэлбэрүүдийн зүгээс хүчтэй өрсөлдөнтэй тулгарч, үйл ажиллагааныхаа арга барилыг өөрчлөх, мэдээллийн нийгмийн хөгжлийн өнөөгийн хэрэгцээг хангах зэрэг олон асуудлыг шийдвэрлэх шаардлагатай болсон. Гэхдээ энд бидний яриа сонин, сэтгүүлийн цахим хувилбар, эсвэл тогтмол хэвлэлийн бүтцийн шинжүүдийг давтдаг онлайн ХМХ-үүдийн тухай биш, харин зөвхөн Интернетийн хөгжлийн үр дүнд бий болсон олон нийтийн харилцааны салшгүй хэсэг болон хувирсан шинэ хэлбэрүүдийн тухай өрнөх болно. Шинэ ба хуучин медиагийн төрлүүдийн хоорондох үндсэн ялгаа бол уламжлалт ОНМХ-

ийн агуулгыг мэргэжлийн сэтгүүлч, уран бүтээлчид бүтээдэг бол интер-актив цахим медиагийн агуулгыг гол төлөв Интернет хэрэглэгчид, хүлээн авагчид гэж нэрлэгддэг тэр мэргэжлийн бус хүмүүс бүтээдэгт оршино. Энэ бол орчин үеийн цахим мэдээллийн хэрэгслийн хөгжлийг тодорхойлж буй гол хүчин зүйлийн нэг бөгөөд үүнийг Интернет сэтгүүл зүйг судлаачид онцлон тэмдэглэдэг нь ажиглагддаг. Медиагийн тийм интерактив хэлбэрт дараах чиглэлийн хэрэгслүүдийг багтааж болно. Үүнд:

- Хувь хүний өдрийн тэмдэглэл, хамтын зохиогчдын цаг үеийн янз бүрийн мэдээллийг багтаасан бичвэрүүдийг агуулдаг веблогууд;
- Хэвлэлийн газрын санаачилгаар, эсвэл ОНМХ-үүдийн сайтуудтай хамтран ажилладаг сэтгүүлчид, уншигчдын хөтлөн явуулдаг блогууд;
- Онлайн комьюнити (бүлэг, групп);
- “Сэтгүүл зүйн оролцоо”-ны зарчмын үндсэн дээр үүссэн гиперлокаль мэдээний сайтууд;
- Гар утасны тусламжтайгаар Интернетэд оруулсан товч мэдээлэл болон фотозурагнуудаас бүрдсэн мобайл блогууд юм.

Медиагийн шинэ төрлүүдийн хамгийн гол онцлогуудын нэг бол эх бичвэрийн зохиогч, уншигч хоёрын хоорондох ялгааг арилгасан явдал юм. Хүн болгон зохиогч болж, өөрийнхөө эх бичвэрийг олон нийтэд хүргэх орон зайг олж чаддаг боллоо. Хүлээн авагч бүр уншиж буй эх бичвэрийг өөртэй нь адилхан хүмүүс бичсэн гэдгийг мэдээд жирийн уншигчаас зохиогч болох хүсэл сонирхол төрдөг нэг ёсны хариу үйлдэл хийх гинжийн хэлхээ үүссэн гэж хэлж болно. Интернетийн материалуудад уламжлалт ОНМХ-д байдаг “зохиогч-

уншигч” гэсэн харилцаа үгүй болж, оронд нь “зохиогч-зохиогч” гэсэн цоо шинэ харилцаа бий болсон юм. Интерактив ХМХ-ийг үүсгэн байгуулагчид, блогийн үйлчилгээнгий газрын эзэд гол төлөв уншигч, үйлчлүүлэгчдийг өөрсдийн хүссэн мэдээ материалуудыг бичих хүсэл сонирхлыг дэмжин урамшуулахыг чухалчилдаг. Энэ бол ямар ч уншигч тухайн хүний бичсэн үйл явдлын гэрч болох боломжтой гэсэн үг. Блог эсвэл интерактив мэдээллийн хэрэгсэлд мэдээ материал их байх тусам чухал, сонирхолтой зүйл их байх магадлал өндөр байдаг.

Интерактив мэдээллийн хэрэгслийн зохиогчид нь гол төлөв мэргэжлийн сэтгүүлчид биш учраас сэтгүүл зүйн онолын үндэс, эх бичвэрийн бичлэгийн төрөл зүйлийн системийн талаарх мэдлэг, төсөөлөл дутмаг, сурвалжлах эсвэл бичих арга барилыг эзэмшиж чадаагүй гэдэг нь түгээмэл ажиглагддаг. Эх бичвэрийн хэл найруулга, бичлэгийн ур чадвар ч тааруу гэдэг нь тодорхой. Энэ бол зүй ёсны хэрэг юм. Тиймээс тэд материалын хэлбэр биш, агуулгыг тэргүүн зэрэгт тавьдаг. Нөгөө талаар мэдээллийн агуулга нь илүү их субъектив шинжтэй болдог. Өөрөөр хэлбэл зохиогчид мэдээллийн агуулгыг илэрхийлэхийн зэрэгцээ өөрийнхөө тухайн асуудал, баримтын талаарх үзэл бодол, үнэлэлт дүгнэлтийг чөлөөтэй илэрхийлдэг.

Уламжлалт ОНМХ-ийн мэдээллийн судлагдахуун нь юуны өмнө тухайн мэдээллийн хэрэгслийн бодлого, хүлээн авагчдын хэрэгцээ сонирхлоос шууд шалтгаалдаг. Тэгвэл интерактив медиагийн судлагдахуун нь тухайн цаг мөчид зохиогчид сонирхолтой мэт санагдсан, ямар нэгэн сэтгэгдэл төрүүлсэн зүйл байдаг онцлогтой. Энэ

бол уламжлалт болон интерактив шинэ медиагийн агуулгын нэг гол ялгаа мөн.

Канадын нэрт социологич, олон нийтийн харилцааны онолч Херберт Маршалл Маклюэн бүр 1960-аад оны үеийн ОНМХ-д дүн шинжилгээ хийх явцад “мэдээллийн жинхэнэ агуулга нь мэдээлэгч өөрөө мөн”⁴ гэсэн гайхамшигтай дүгнэлт хийсэн байдаг. Энэ бол орчин үеийн интерактив медиагийн мөн чанарыг илүү тодорхой, бүр бодитойгоор урьдчилж илэрхийлж чадсан гүн гүнзгий учир утгатай тодорхойлолт юм. Блог бол тухайн зохиогчийн үзэл бодлыг илэрхийлэх мэдээллийн бүтээлийн өвөрмөц хэлбэр юм. Өөрөөр хэлбэл мэдээллийг бүтээхэд зохиогч, түүний үзэл бодол, үнэт зүйлс гэж үзэх тэр зүйлийн систем гол үүрэг гүйцэтгэж байна гэсэн үг.

Интерактив мэдээллийн хэрэгслийн уламжлалт мэдээллийн хэрэгслээс ялгарах өөр нэг гол онцлог нь зохиогчид нь тодорхой нэг хүрээ, орон зайд баригдахгүй хүссэн зүйлээ чөлөөтэй илэрхийлэх явдал юм. Уламжлалт ОНМХ-ийн зохиогчид ийм боломж хязгаарлагдмал бөгөөд тэд ихэнх тохиолдолд тухайн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн бодлого, уншигчийн хэрэгцээ, сонирхолд баригдах болно. Интерактив мэдээллийн хэрэгслийн зохиогчдын хувьд тухайн эх бичвэрийн авчрах ашиг орлого, эсвэл реклам олгогчдын хүсэл сонирхол чухал биш. Энэ бол хоёрдугаар зэргийн асуудал байдаг. Тэдэнд хяналт тавьдаг, өөрсдийн бодлогыг тулган шаарддаг эрхлэгч ч, хэвлэн нийтлэгч ч алга. Материалын хэмжээ, чанар, бэлэн болгох цаг хугацааны хувьд ямар ч хязгаар, шахалт шаардлага байхгүй. Мөн интерактив медиагийн ихэнх нь зохиогчдод өөрсдийн материалыг хянан найруулах, хүсэл сонирхлын

дагуу нэмж, хасахыг зөвшөөрдөг. Ийм боломж уламжлалт ОНМХ-д байхгүй. Хэрэв уламжлалт ОНМХ-д материал болгон бүрэн төгс боловсруулсан бие даасан бүтээл байдаг бол интерактив медиагийн эх бичвэр болгон санал бодол солилцох, маргаан мэтгэлцээн, хэлэлцүүлэг өрнүүлэх эх сурвалж, хүчин зүйл болдог. Энэ бол бас л уламжлалт ОНМХ-д байгаагүй боломж юм. Интерактив медиагийн уншигчдын санал бодол мэдээллийн хамгийн анхны агуулгыг үндсээр нь өөрчилж болно. Тийм учраас

Интернет медиагийн хувьд бүрэн дууссан, төгс боловсруулсан эх бичвэрийн тухай ярих боломжгүй юм. Учир нь мэдээлэл болгоныг шинэ баримт, санаагаар баяжуулах, хянан найруулах, зарим хэсгийг авч хаях бүрэн боломжтой. Түүнчлэн тухайн мэдээл-

лийн агуулга нь зөвхөн эх бичвэрээр хязгаарлагдахгүй, тухайн мэдээлэлтэй холбоотой янз бүрийн зураг, хүснэгт, диаграмм, аудио болон видео бичлэг хавсаргах нь энгийн үзэгдэл юм. Тийм нэмэлт мэдээллийн ихэнх хэсгийг зохиогчид өөрсдөө бэлтгэдэг. Сүүлийн жилүүдэд уламжлалт ОНМХ-ийн нийтлэл, нэвтрүүлгийг ч янз бүрийн инфографик, фото болон гар зургаар баяжуулах хандлага ажиглагдаж байгаа боловч сонин, хэвлэлийн багтаамж, нэвтрүүлгийн цаг хугацаа зэрэг хүчин зүйлээс шалтгаалан туйлын хязгаарлагдмал байна. Ийм хандлага хэчнээн эрчимтэй нэвтэрсэн ч интерактив медиагийн боломжийн түвшинд хүрэх-

гүй гэдэг нь ойлгомжтой. Шинэ медиагийн өөр нэг чухал шинж бол гипер эх бичвэр буюу түүнд гиперилшлэл нэмэх замаар мэдээллийг өргөтгөх, гүнзгийрүүлэх боломж юм.

Агуулгыг нь мэргэжлийн бус жирийн иргэд бүтээдэг олон нийтийн харилцааны шинэ хэрэгслүүд хүлээн авагчдын сонирхлыг татах, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгцээ, шаардлагыг хангах талаар “чанартай” гэсэн тодотгол зүүдэг уламжлалт ОНМХ-ээс дутахгүй, зарим тохиолдолд хэрэг-

лэгчдийн дунд илүү нэр хүндтэй, олон хэрэглэгчтэй байдаг нь ажиглагддаг. Хэрэв манай хамгийн нөлөө бүхий өдөр тутмын сонины нэг удаагийн хэвлэгдэх хувь нь 25 мянгаас хэтрэхгүй бол мэдээллийн сайт, хувь хүмүүсийн блогийн өдрийн тандалтын тоо түү-

нээс 2-3 дахин их байна. Үүнийг янз бүрийн өнцгөөс тайлбарлах боломжтой боловч шинэ медиагийн хөгжил, олон нийтэд нөлөөлөх боломж нь илүү байгаагийн илрэл гэдэг нь маргаангүй үнэн юм.

Ихэнх интерактив медиа тооны хувьд их, бага өөрийн гэсэн хүлээн авагчтай болж, тэд аливаа шинэ мэдээллийг соргогоор мэдэрч, “хаяггүй” уламжлалт ОНМХ-тэй харьцуулахад “өөрсдийн” медиад илүү их анхааралтай хандах болсныг тэдний практик үйл ажиллагаанаас түвэггүй ажиглаж болно. Энэ бол интерактив медиагийн хөгжилд ажиглагдаж буй бас нэг шинэлэг хандлага мөн.



Хэрэв уламжлалт ОНМХ-д материал болгон бүрэн төгс боловсруулсан бие даасан бүтээл байдаг бол интерактив медиагийн эх бичвэр болгон санал бодол солилцох, маргаан мэтгэлцээн, хэлэлцүүлэг өрнүүлэх эх сурвалж, хүчин зүйл болдог. Энэ бол бас л уламжлалт ОНМХ-д байгаагүй боломж юм



Орчин үед дэлхий дахины интер-актив медиагийн практикт сонгодог утгаараа редакци байдаггүй бөгөөд зөвхөн хэрэглэгчдийн бүтээсэн мэдээллийн урсгалыг ашиглах, тэдний бүтээсэн ямар ч мэдээллийг амархан олох боломжоор хангах, үүнийг оновчтой зохион байгуулах удирдлага, хамт олонтой байх нь түгээмэл юм. Тэдний гол зорилго нь тухайн интерактив медиаг улс төрийн үйл явдал, нийгмийн үйл явцын учир шалтгааныг тайлбарлахад чиглэгдсэн бүх төрлийн мэдээллийн талбар болгох, жирийн иргэдийг мэдээ мэдээллийг үйлдвэрлэгч болгон хувиргах, албан ёсны ОНМХ-ийн материалыг дахин нийтлэхээс татгалзах, жирийн иргэдийн хувийн үзэл бодлыг дэмжих, урамшуулахад оршдог байна. Энэ бол иргэний сэтгүүл зүйг хөгжүүлэхэд онцгой анхаарал тавьж буйн бодит жишээ юм. Харин манай сайтуудын агуулгын ихэнх хувийг янз бүрийн сонин хэвлэлээс ямар ч зөвшөөрөлгүй авсан материал, эсвэл орон тооны хэдэн сэтгүүлчийн бүтээл эзэлж байна. Энэ бол дэлхий дахинд аль хэдийд бодит үзэгдэл болж маш эрчимтэй хөгжиж байгаа иргэний сэтгүүл зүй эхлэл төдий, манай шинэ медиагийн удирдлагуудын иргэний сэтгүүл зүйн үүрэг, зорилго, ач холбогдлын талаарх мэдлэг, төсөөлөл нь дутмаг байгаагийн илрэл юм.

Одоо манай орны хувьд бараг цоо шинэ үзэгдэл болох моблогийн (moblog, mobile phone log — гар утасны өдрийн тэмдэглэл) тухай товч өгүүлье.

Интернетийн “Чөлөөт нэвтэрхий толь”-д “Моблог гар утас, PDA зэрэг зөөврийн төхөөрөмжөөс веб-д байрлуулсан контентийг агуулдаг. Моблог ширээний компьютерийг алхасч зөөврийн төхөөрөмжөөс контентийг

шууд хэвлэх боломжтой технологийг ашигладаг”⁵ гэж моблогийн ажиллагааг товч тодорхойлжээ. Моблогийг анх Японд буюу зураг авдаг гар утсыг (камерафон) олон нийт өргөн хүрээнд хэрэглэж чадсан тэр оронд үүсчээ. Гар утаснаас анх 2000 оны тавдугаар сард Интернетэд мэдээлэл дамжуулсан хүн бол Данийн иргэн Том Вильмер байв. “Моблогинг” (moblogging) хэмээх нэр томъёог анх 2002 онд Адам Гринфильд хэрэглэж эхэлсэн бол моблогингийн анхны олон улсын бага хурал 2003 оны долдугаар сард Токиод зохион байгуулагдсан түүхтэй юм. Чухам энэ үеэс мобайл медиа дэлхий дахины өнцөг буланд эрчимтэй нэвтэрч эхэлжээ.

Моблогийн гол онцлог шинж бол мэдээллийн үндсэн санааг илэрхийлдэг эх бичвэр, зураг хоёрыг хослон дамжуулах явдал бөгөөд мэдээллүүд нь хүлээн авагчдад шууд хандсан байдаг. Энэ бол оролцогчид нь ярианы нийтлэг соёл, ертөнцийн тухай ойролцоо төсөөлөлтэй, тодорхой нөхцөлд явагддаг ярианы өвөрмөц харилцаа юм. Тийм яриаг судлахдаа дамжуулагч ба хүлээн авагчийн онцлог, харилцааны нөхцөл, орон зай, цаг хугацаа, харилцааны сувгийг харгалзан үзэх хэрэгтэй. Харилцах орчин, цаг хугацаа бол тодорхой бус урсгал шинжтэй бол суваг (гар утас, Интернетэд байгаа хувийн хуудас г. м.) харилцагчдын хоорондох шууд харилцааг илэрхийлэхгүй. Гол төлөв ярианд үзсэн харсан, мэдэрсэн зүйлийн талаарх өөрсдийн төсөөлөл, удирдамжийн шинжтэй зүйл, төрсөн сэтгэгдэл, мэдрэмжээ ил тод илэрхийлэх зэрэг ярианы хэв маягийг түлхүү ашигладаг.

Моблог бол жинхэнэ утгаараа ОНМХ биш, харин орчин үеийн олон нийтийн харилцааны салшгүй хэсэг мөн гэдэг нь

тодорхой. Тэгвэл моблог үүсэж бий болоход ямар шалтгаан, хүчин зүйл нөлөөлсөн бэ? Наад зах нь хоёр гол шалтгаан байна. Нэг дэх нь мэдээж шинжлэх ухаан техник, технологийн дэвшил, хоёр дахь нь хүнд хандах харилцааны өөрчлөлт юм. Хүн бол зөвхөн иргэн төдийгүй бие хүн учраас нийгмийн байр сууринаас үл шалтгаалан өөрийн гэсэн онцлогтой, сонирхолтой, өвөрмөц орчин гэж хэлж болно. Урьд өмнө ил гарах боломжгүй байсан олон сэдэв өнөөдөр олон нийтийн анхаарлыг татах болсон нь чухам үүнтэй холбоотой юм. Гурав дахь мянган жилд хүн өөрийн тухай ярих, үзэл бодлоо чөлөөтэй хуваалцах, фото зураг, видеороликийн тусламжтайгаар өөрийгөө илэн далангүй танилцуулах боломж олгосон харилцааны цоо шинэ хэрэгслүүд бий болсон. Смартфон харилцааг улам амар хялбар болгож, зохиогч бүрийг мэдээллийн үйл явцын идэвхтэй оролцогч болгон хувиргаж байна. Энэ талаар Америкийн нэрт социологч Г.Рейнгольд: “Смартмобс” (smartmobs — “ухаантай бүлэг”, “ухаантай бөөгнөрөл”) хэмээх хүмүүсийн цоо шинэ нийтлэг үүсч, тэд шинэ технологийн тусламжтайгаар өөрсдийн медиаорчныг бий болгох замаар мэдээллийн нийгмийн ач холбогдлыг тодорхойлж байна”⁶ гэж тэмдэглэсэн нь хүлээн зөвшөөрөхөөс аргагүй дүгнэлт юм. Түүнчлэн 2006 онд Москвад хуралдсан “Moscow Moblog 2006” конгресст “Тогтмол хэвлэлийн хувьд моблог бол *citizen journalism*-ийг хөгжүүлэх хэрэгсэл, өөрөөр хэлбэл сонинд зориулсан контентийг бүтээхэд уншигчийг татан оролцуулах арга мөн”⁷ гэж тэмдэглэсэн нь санамсаргүй зүйл биш юм.

Иргэний сэтгүүл зүй бол орчин үеийн олон нийтийн харилцааны салшгүй

хэсэг мөн. Өнөөдөр ихэнх уламжлалт ОНМХ өөрийнхөө сайтад блог болон моблогийг байршуулж, тэднийг редакцийн мэргэжлийн уран бүтээлчдээс гадна бусад мэргэжлийн хүмүүс хөтөлдөг нь эрс нэмэгдсэн. Мэргэжлийн бус хүмүүстэй хамтран ажиллах нь тухайн өдрийн мэдээллийг шуурхай тусгах боломж олгодог. Тухайлбал, Лондоны метро дахь дэлбэрэлт, Японы атомын цахилгаан станцид гарсан аваар осол, Индонези дэх цунами, ОХУ Сирид цэрэг оруулсан зэрэг үйл явдлын талаарх мэдээллийг өөр мэргэжлийн хүмүүсийн тусламжтайгаар илүү дэлгэрэнгүй, шуурхай мэдээлэл өгч байсныг бид сайн мэднэ.

Олон нийтийн харилцааны өөр нэг сонирхолтой төрөл бол блог буюу сүлжээний сэтгүүл юм. Блогийн эх бичвэрийн бичлэгийн төрөл, зүйл тодорхой бус, хүн болгон өөрийн хүссэнээр бичдэг. Блог нэг талаар уламжлалт өдрийн тэмдэглэлийн, шастирийн шинжийг, нөгөө талаар олон тооны хүлээн авагч уншихад зориулагдсан хүртээмжтэй, нийтлэг бичлэг болон хувирч байна. Тодруулж хэлбэл, блогийн намтарчилсан, хувь хүний сэтгэгдэл голлосон, зохиогч өөртөө хандсан, хүмүүсийн тодорхой хэсэг, бүлэгт зориулагдсан, уран зохиолын тодорхой шинжийг агуулсан, өдрийн тэмдэглэлийн өнгө аяс, хал найруулга нэвт шингэсэн, тухайн цаг мөчийн мэдрэмжийг сэтгэлийн хөдөлгөөнөөр илэрхийлсэн, амьд мэдрэмж, тухайн үеийн нөхцөл байдал, дүр төрхийг тэр чигээр нь буулгах гээд оролдсон, цаг үеийн чухал асуудлыг шуурхай мэдээлэхийг хичээсэн, цаг хугацаанд үл захирагдах шинжтэй, сургаал айлдсан, эргэцүүлэн бодсон, хэвшмэл хэв загварт баригдсан, зарим тохиолдолд ургуулан

бодсон, зохиож бичсэн зэрэг цөөнгүй онцлогийн тухай ярьж болно. Энэ шинжүүдийн зарим нь блогийн давуу талыг, зарим нь сул талыг илэрхийлдэг. Гэхдээ тэдний нийлбэр нь блог хэмээх шинэ медиагийн нэгэн өвөрмөц хэлбэрийн мөн чанар, бусад төрлүүдээс ялгагдах онцлогийг илэрхийлдэг юм.

Блог буюу Интернет тэмдэглэлийн материалын бүтэц маш энгийн. Бичлэгийн цаг хугацаа, гарчиг, фото зураг, эх бичвэр (зургийн тайлбар, үйл явдлын сурвалжлага, ахуй амьдралын талаарх эрэгцүүлэл г.м.) зэрэг тоотой хэдэн зүйлээс бүрддэг бөгөөд энэ нь блогийг өдрийн тэмдэглэлд ойртуулж байгаагийн илрэл юм. Энэ талаар Оросын судлаач Г.Гусейнов: “Сүүлийн хэдэн жилд веблогууд (сүлжээний сэтгүүл) медиагийн шинэ үзэгдэл, баримтын тухай утга зохиолын шинэ бичлэгийн төрөл болж хувирсан. Үргэлжилсэн үгийн бэсрэг бүтээлүүдийн уламжлалт бичлэгийн зүйл болох шүүмжлэлт тайлбар (схолия), туурь, явган шог бүгд коммент, эсвэл түүний үндэс болох хариу сэтгэгдлийн цувралыг (тред) агуулсан постоор дамжин хоорондоо нэгдэн нийлсэн”⁸ гэж оновчтой, хүлээн зөвшөөрөхөөс аргагүй дүгнэлт хийжээ. Сүлжээний өдрийн тэмдэглэлийн бичлэгийн өнгө аяс бол нийтлэлийн, уран сайхны, мэдээллийн, ярианы зэрэг маш олон шинжийг агуулсан байдаг. Тиймээс фото зураг, видеоролик, зурмал зураг, смайлууд буюу эмотиконуудыг (emotional icons — хүний зан байдал, сэтгэлийн хөдөлгөөнийг илэрхийлсэн тэмдэгтүүд) өргөн ашигладаг. Зарим тохиолдолд хүлээн авагчдын анхаарлыг татахын тулд өвөрмөц үг хэллэг, нутгийн аялга, гадаад хэлний нэр томъёо, хар ярианы этгээд үг хэллэгийг түгээмэл хэрэглэ-

дэг. Энэ нь тухайн материалыг зориулж буй хэсэг, бүлгийн анхаарлыг татах, бусдаас ялгарах, сонирхолтой болгох гэсэн зохиогчийн зорилготой холбоотой юм. Судлаачийн “Интернет хүмүүсийн хоорондох харилцаа болон олон нийтийн харилцааны хоорондох ялгааг арилгахад чиглэгдсэн харилцааны шинэ “виртуаль” хэв маягийг бий болгосон”⁹ гэж тэмдэглэсэн нь үнэний ортой, анхаарч үзүүштэй дүгнэлт мөн.

Пост бол үнэхээр ярианы бүтээлийн үр дүн гэдэг нь тодорхой. Гэхдээ зөвхөн зураг агуулсан пост байдаг боловч энэ нь хараахан нийтлэг үзэгдэл болж чадаагүй юм. Пост бүтцийн хувьд нэр, янз бүрийн холбоосоор нэгтгэсэн үг хэллэг, санаа бодлын нэгдлээс бүрддэг. Зарим тохиолдолд нэргүй боловч “хөтөч”-ийн үүргийг эх бичвэрийн эхэнд бичигдсэн сар, өдөр бусад материалаас ялгаж өгөх аргаар биелүүлдэг.

Постыг бүрэн төгс эх бичвэр гэж үзэх нь үндэслэлгүй бөгөөд агуулга нь хэсэгчилсэн байдалтай, сэтгэлийн хөдөлгөөнийг илэрхийлсэн шинжээрээ уламжлалт ОНМХ-ийн материалуудаас ихээхэн ялгаатай юм. Өөрөөр хэлбэл өдрийн тэмдэглэлийн хэлбэрээр бичигдэж блогийн бусад материалаас хэлбэр төдий бүрэн илэрхийлэгдсэн шинжээр ялгардаг.

Эх бичвэрийг график, өнгөөр ялгаж өгөх, мөрийн хэмжээ, цагаан мөр, үсгийн шрифт, бэлэгдлийн тэмдэгтүүдийг (символ) ашиглах, тоо, содон цэг цэглэл, бичлэгийн өнгө аяс зэргийг эх бичвэрийн нэгдлийг хангах зорилго бүхий найруулгын арга болгон ашигладаг нь түгээмэл ажиглагддаг. Энэ бол постын сонин хэвлэлийн бичлэгээс ялгагдах нэг гол онцлог мөн.

Пост эх бичвэрийн бүтцийн бие даасан хэсэг болохын зэрэгцээ үргэлж

хүлээн авагчдын санал, сэтгэгдэл хамт явагддаг онцлогтой. Энэ утгаараа харилцан яриа эсвэл нэгэн зэрэг өрнөдөг олон ярианы нэг хэсэг болон хувирдаг. Товчоор хэлбэл эх бичвэр хүлээн авагчдын сэтгэгдэл нэмэгдэх хэмжээгээр дискурсын бодитой, интерактив нэгж болох онцлогтой юм. Ер нь интерактив медиагийн эх бичвэрүүдийг дискурсаас ялгаж үзэх боломжгүй юм. Тиймээс дикурсын тухай товч өгүүлэх нь зүйд нийцнэ.

Дискурс хэмээх үг латин хэлний яриа гэсэн утгатай *discursus* хэмээх үгнээс үүсэлтэй. Ихэнх тохиолдолд үүнийг эх бичвэр буюу текст гэсэн ойлголттой ижил утгаар хэрэглэж ирсэн боловч дискурс нь түүнээс арай өргөн утга санааг илэрхийлдэг байна. Өргөн утгаар нь дискурс гэдэг бол тодорхой нэг цаг хугацаа, орон зай, нөхцөлд яригч, сонсогч хоёрын хооронд явагдаж буй харилцааны цогц үйлдэл юм. Энэхүү харилцааны үйлдэл нь аман яриа, бичгийн аль ч хэлбэртэй вербаль ба вербаль бус бүрэлдүүлэгчтэй байж болно. Бүр энгийнээр илэрхийлбэл харилцан үйлдлийн бичгийн болон аман ярианы вербаль бүтээгдэхүүн, өгүүлбэрээс дээд түвшинд хамаарах бүх зүйлс мөн. Арай тодруулж хэлбэл “дискурс бол яригч/бичигчийн тодорхой цаг хугацаа, тодорхой байрлалд, тодорхой зорилгоор сонсогч/уншигчдад хандахдаа хэрэглэж буй хэлний нэгжүүдийн уялдаа холбоо бүхий дэс дараалал мөн”¹⁰.

Хүмүүс харилцааны явцад хар яриа, бүдүүлэг үг хэллэг ашиглах (инвектив), эелдэг буюу ёс зүйн хэм хэмжээг хадгалах, нөхцөл байдлыг ухаалгаар хүлээн авч хошин шог, егөөдөл ашиглах (рациональ-эвристик) зэрэг ярианы стратегийн гурван төрлийг

голлон хэрэглэдэг байна. Тэгвэл блогчид ярианы янз бүрийн стратеги, хэв маягийг ашигладаг бөгөөд ихэнх тохиолдолд бүгдийг хольж хэрэглэдэг нь түгээмэл юм. Товчоор хэлбэл блог, моблог бол нийтлэлийн, ярианы, уран сайхны найруулгын шинжийг нэгэн зэрэг агуулдаг, бие даасан эх бичвэрийн шинжийг хадгалсан Интернет бичлэгийн зүйл болохын зэрэгцээ гипербичлэгийн хэсэг, дискурсэд өгсөн “хариу үг”-ийн илэрхийлэл байдаг.

Дүгнэж хэлэхэд блог, моблог нь шинэ медиагийн өвөрмөц хэлбэр бөгөөд иргэний сэтгүүл зүйг хөгжүүлэх, олон ургальч үзлийг өргөжүүлэх, ил тод байдлыг хангах, шууд ба эргэх холбоо тогтоох, сэдэв, агуулгын хувьд маш өргөн хүрээний мэдээллийг шуурхай дамжуулдаг шинэ медиагийн энгийн бөгөөд хүртээмжтэй төрөл, орчин үеийн олон нийтийн харилцааны хөгжлийн хандлагыг тодорхойлогч хүчин зүйлсийн нэг, түүний салшгүй бүрэлдэхүүн хэсэг юм.

Өнөөдөр манай хүлээн авагчид, ОНМХ-ийн практик ажилтнуудын дунд блог, моблогийг мэдээллийн хэрэгсэл гэж хүлээн авч, түүнд хэт шүүмжлэлтэй хандах, сэтгүүл зүйн мэргэжлийн түвшинд сөрөг нөлөө үзүүлж буй хүчин зүйл гэж тайлбарлах хандлага түгээмэл юм. Энэ бол ихээхэн буруу ойлголт бөгөөд Интернетээр дамжин олон нийтэд хүрч байгаа зүйл болгон сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн биш гэдгийг ялгаж салгаж ойлгох хэрэгтэй. Блог, моблог бол ОНМХ биш, харин мэдээллийн шинэ технологийн тусламжтайгаар олж авсан хүмүүсийн хоорондох мэдээлэл солицох, үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх боломж юм. Тиймээс блог, моблог болон шинэ медиагийн бусад төрлүүдэд бидний дээр дурдсан эерэг шинжүүдээс гадна цөөнгүй дутагдал,

сөрөг тал байгааг үгүйсгэж болохгүй. Гэхдээ манай оронд медиагийн шинэ төрлүүд дөнгөж хөгжиж эхлэх төдий байгаа бөгөөд цаашид улам боловсронгуй болж, тооноос чанарт шилжиж, жинхэнэ утгаараа төлөвших хүртэл багагүй цаг хугацаа шаардагдах нь тодорхой юм.

Моблог ба блог ОНМХ биш боловч mediated communication-ийг бий болгоход тусалдаг бөгөөд энэ нь хүн болгон орчин үеийн нийгмийн ахуй амьдралыг тусгахад оролцох боломж олгодог олон нийтийн харилцааны салшгүй хэсэг юм.

Энд нэг зүйлийг тодруулж хэлэхэд бид медиа гэдэг үгийг мэдээллийн хэрэгсэл гэсэн утгаар бус, мэдээллийг дамжуулагч, зуучлагч гэсэн утгаар буюу үгийн “дамжуулагч” гэсэн уг язгуур утгаар нь авч хэрэглэсэн болно. Учир нь интерактив мэдээллийн хэрэгсэл бол одоохондоо жинхэнэ утгаараа ОНМХ болж чадаагүй, бас тэгж хэлэх үндэслэл ч алга байна. Тиймээс медиагийн шинэ төрлүүдийн тухай ярихдаа “медиа” гэсэн нэр томъёог ашиглах нь зөв юм.

Ишлэл

¹ Цахим эрх чөлөө (Монгол Улсын Хүний эрхийн комисс) // “Монголын үнэн”. 2014.05.16, №094.

² Мөн тэнд.

³ *Жаргалсайхан Д.* Цахим Монгол Улс // “Өнөөдөр”. 2014.05.07. №237

⁴ *McLuhan M., Fiore Q.* 1967. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects.* — N.Y.: Random House, p. 86.

⁵ <http://www.wiki.ru>

⁶ *Rheingold H.* *Smart Mobs. The Next Social Revolution* // http://smartmobs.com/book/book_toc.html.

⁷ www.Korolevstvo.narod.ru

⁸ *Гусейнов Г.* 2005. Берлога веблога. М., с. 68.

⁹ *Дедов О. В.* 2004. О специфике компьютерного дискурса // *Русский язык: исторические судьбы и современность.* М., с. 388.

¹⁰ 2012. Дискурсийн үндсэн ойлголтууд (Орч. Д.Хонгорзул). УБ., х. 20.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. *Болд-Эрдэнэ Б.* 2014. Интернет сэтгүүл зүй. УБ.

2. *Жаргалсайхан Д.* Цахим Монгол Улс // “Өнөөдөр”. 2014.05.07. №237.

3. *Зулькафиль М.* 2004. Монголын олон нийтийн мэдээлэл: нэг үзэл суртлаас олон ургальч үзэл хүртэл. УБ.

4. *Зулькафиль М.* 2010, 2012. Сэтгүүл зүйн онолын зарим асуудал. Цуврал № 4, 5. УБ.

5. *Зулькафиль М., Чойсамба Ч.* 2015. Журналистика Монголии: от первой газеты до онлайн прессы. Иркутск.

6. Цахим эрх чөлөө (Монгол Улсын Хүний эрхийн комисс) // “Монголын үнэн”. 2014.05.16, №094.

7. 2012. Дискурсийн үндсэн ойлголтууд (Орч. Д.Хонгорзул). УБ.

8. *Гусейнов Г.* 2005. Берлога веблога. М.

9. *Дедов О. В.* 2004. О специфике компьютерного дискурса // *Русский язык: исторические судьбы и современность.* М.

10. *Ким М. Н.* 2013. Основы теории журналистики. М.

11. *Назаров М. М.* 2002. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.

12. *Уэбстер Ф.* 2004. Теория информационного общества. М.

13. *Черных А.* 2004. Мир современных медиа. М.

14. *McLuhan M., Fiore Q.* 1967. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects.* N.Y.: Random House.

15. *Rheingold H.* *Smart Mobs. The Next Social Revolution* //

http://smartmobs.com/book/book_toc.html.

16. www.Korolevstvo.narod.ru

Резюме

Статья посвящена одному из важных вопросов современной массовой комму-

никации — новым формам новой медиа, в том числе блогам и моблогам. Автор, анализируя особенности контентов блогов и моблогов, делает вывод, что они являются Интернет-жанрами, совмещающими в себе разные черты стилей, обладающими особенностями самостоятельного текста и представляющими

собой часть гипертекста и “реплику” дискурса. Блог, моблоги не являются самостоятельными СМИ, но помогают создать новое явление в нашей жизни — медиатизацию коммуникации (mediated communication) и являются новым медиумом и новой литературой факта.