

МЭДЭЭГ ЗАДЛАН ШИНЖЛЭХ АСУУДАЛД

Ч.Чойсамба*, Д.Одончимэг**

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

** Улаанбаатарын их сургуулийн Сэтгүүл зүйн тэнхимийн багш, сэтгүүл зүйн магистр, докторант

Түлхүүр үг: мэдээ, мэдээний мөн чанар, мэдээлэл цуглуулах үйл явц, аудитори, төрөл зүйл, зохион байгуулалтын, төрөл зүйлийн болон нийгэмсоёлын хүчин зүйл, медиагийн хөндлөнгийн оролцоо

« Мэдээ гэж юу вэ?» гэсэн асуултанд сэтгүүлчид, хэвлэн нийтлэгчид, судлаачид олон төрлийн хариулт өгсөн байдаг¹. Мэдээ гэж чухам юу болохыг зарим сэтгүүлч тэр бүр тодорхойлж чаддаггүй бөгөөд үүний тулд зөн билигтээ, мэдрэмждээ, дотоод итгэл үнэмшилдээ хөтлөгдөх ёстой гэдэг. Гэхдээ энэ асуултанд хариулахын тулд ОНМХ-ийг задлан шинжилснээр эерэг, тодорхой үр дүнд хүрч болох юм. Орчин үеийн социологийг үндэслэгчид нь мэдээний мөн чанарыг тогтоохын тулд өөрсдийн туршлагыг ашигласан мэргэжлийн сэтгүүлчид байв. АНУ-ын зохиолч, сэтгүүлч, улс төрийн тоймч Уолтер Липпманн мэдээлэл цуглуулах үйл явцад гол анхаарлаа хандуулсан бөгөөд мэдээ бол «үйл явдлыг тодорхойлж буй бодит, тодорхой дохио мөн», улмаар «мэдээ бол нийгмийн толь бус, харин түүний товойн гарсан

ямар нэг талын тухай мэдээлэл юм»² гэж тодорхойлжээ. Энэ үүднээс хандвал аудиторид мэдэгдэхүйц, анхаарал татахуйц явдлыг стандарт хэлбэрээр дамжуулсан мэдээлэл нь мэдээ болно гэсэн үг. Тийм ч учраас сэтгүүлчид мэдээний анхны шинж тэмдэг илэрч болох хууль хамгаалах байгууллагууд, шүүх, эмнэлэг мэтийн байгууллагатай нягт холбоотой ажилладаг.

Өнгөрсөн зууны сүүлээр мэдээлэл харилцааны судалгааны цар хүрээ өргөжин тэлсэн нь масс-медиагийн агуулгыг шинжлэх ухааны үүднээс сонирхох явдлыг улам нэмэгдүүлжээ. Контент-анализын нэгж нь төрөл зүйл (жанр) болсон байна. Төрөл зүйлийн олон тодорхойлолт байдаг ч нэг нь ч төгс төгөлдөр бус гэж судлаачид үздэг. Тухайлбал, Л. Е. Кройчик төрөл зүйл бол «агуулга, хэлбэрийн ижил төстэй шинжээр нэгтгэгдсэн нийтлэлүүдийн тогтвортой бүлгүүд»³ гэж тодорхойлсон бол Г. П. Бакулев «соёлын бараа бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл, хэрэглээнй асуудлаар “найруулагчид”, “жүжигчид”, “үзэгчид” үг хэлгүйгээр тохиролцох»⁴ гэж үзжээ.

Сонин ч бай, телевиз ч бай, радио ч бай, цахим сүлжээ ч бай нийтлэл,

нэвтрүүлгийн цөм нь мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр байдаг. Роберт Парк мэдээг задлан шинжлэхдээ өөр нэг «мэдлэгийн хэлбэр» болох түүхтэй харьцуулсан байна. Түүх бол болж өнгөрсөн үйл явдлыг тоочихдоо тодорхой дараалал баримталдаг шинжээрээ сэтгүүл зүйтэй төстэй юм. Тэрээр мэдээ, түүх хоёрыг харьцуулан задлан шинжлээд дараах үндсэн дүгнэлтэнд хүрчээ. Үүнд:

- Мэдээ хамгийн сүүлийн үеийн, эсвэл давтамж бүхий үйл явдлыг тусгадаг шуурхай шинжээрээ ялгардаг.
- Мэдээ системчлэгдээгүй байдаг. Мэдээ нь өөр хоорондоо холбоогүй, хэсэг бусад үйл явдлуудыг тусгадаг бөгөөд тэдгээрийг тайлбарлахыг зорилго болгодоггүй.
- Мэдээ богино настай. Тухайн үйл явдал олны анхаарлыг татаж буй эгшинд л мэдээ «амьд» байдаг. Дараа нь тэрхүү мэдээг өөр бусад «мэдлэгийн хэлбэр» орлож, олны анхаарлыг эзэмддэг.
- Мэдээний сэдэв болсон үйл явдал нь ер бусын, үгүй гэхэд гэнэтийн байх учиртай. Мэдээний эдгээр чанар нь түүний «жинхэнэ ач холбогдол»-оос илүү чухал байдаг.
- Мэдээ нь ихэнхдээ анхаарал хандуулвал зохих зүйл рүү чиглүүлэх, зүг чиг заах зорилготой байдаг бөгөөд мэдлэгийг орлуулагч болдоггүй.
- Мэдээг урьдчилан хэлэх боломжтой. Энэхүү жигтэй, өдөөн хатгасан дүгнэлтээ Парк: «Хэрэв үйл явдал болдог гэдэг утгаараа гэнэтийн бол мэдээ болно гэдэг утгаараа гэнэтийн биш юм. Өнгөрсөн цаг үед ч, ирээдүйд ч мэдээ болсон бөгөөд болох үйл

явдал нь үндсэндээ урьдчилан хэлэх боломжтой байдаг... ер нь олон нийт золгүй тохиолдол, явдалд бэлэн байдаг... Хүмүүсийн айж байдаг, хүмүүсийн итгэж байдаг тэр зүйл мэдээ болдог»⁵ гэж тайлбарлажээ.

Хожим энэхүү байр суурь мэдээний «шинэлэг зүйл» бол «хуучирсан зүйл» мөн гэсэн илүү товч тодорхойлолт гарч ирсэн байна. Мэдээлэл цуглуулах, мэдээ үйлдвэрлэх стратегийг авч үзвэл дээрх тодорхойлолт зүйтэй мэт байж болно. Үүний тулд уншигчид, үзэгчид, сонсогчид өнгөрсөн туршлага дээрээ тулгуурлан ямар үйл явдал мэдээний нүүрэнд хэвлэгдэхийг урьдчилан харах чадвартай болсон байдгийг сэтгүүлчид ашиглаж, тэдний хүлээлтийг талаар өнгөрөөхгүйн төлөө ажиллахад л хангалттай гэдэг⁶.

Мэдээг ерөнхий байдлаар тодорхойлохыг олон судлаач оролдож байв. Тэд энэхүү бичлэгийн төрөл зүйлийг «худалдагддаг», «өнгөц», «энгийн», «объектив», «хөдөлгөөнтэй», «сонирхолтой», «хуулбарласан», «сэрэмжилсэн» мэтээр ангилсан нь бий. Түүнчлэн мэдээг шинэлэг зүйл ба мэдээ; хүнд ба энгийн (мэдээлэл олох гэдэг утгаараа); мэдээлэл ба хүний сонирхол зэрэг өөр өнцгөөс ч харж байлаа.

Судлаач С. Холлын үзэж буйгаар мэдээний үндсэн гурван шинж байдаг ажээ. Үүнд: үйл явдал, эсвэл болсон явдалтай холбоотой байх, шинэлэг байдал хийгээд мэдээллийн үнэ цэн, мөн ямар нэг чухал үйлдэл, эсвэл хүнтэй хамааралтай байх юм. Мэдээ нь яваандаа «зөвшилцөл»-ийн мэдлэг бий болгодог, мэдээллийн үнэ цэнийг ОНМХ өөрөө таньж мэддэг, аудитори энэ чигээр нь хүлээн авдгийг тэрээр онцолжээ. «Сонины гэрэл зураг, эх

бичвэрт агуулагдаж буй үзэл суртлын онолын баримтлалууд нь дэлхий ертөнцийн талаар ямар нэг шинэ мэдээлэл агуулдаггүй. Харин дэлхий ертөнцийг бид хэрхэн хүлээн авч сурсан, тэр маягаар бидэнд ойлгуулдаг»⁷ гэсэн санааг С. Холл дэвшүүлжээ.

Мэдээний агуулгыг судалсан олон судлаач дараах дүгнэлтэнд хүрсэн байдаг. Улс орон, ОНМХ-ийн төрөл, улс төр, үзэл суртал болон соёлын бусад хязгаарлалт, редакци, студийн дотоод журам, шаардлага, зохион байгуулалтын төлөвлөгөөнөөс хамаараад мэдээ нь янз бүр байж болох боловч ерөнхийдөө тогтвортой, урьдчилан хэлж болох бүтэцтэй гэдэг дээр судлаачид санал нэгддэг.

Мэдээний бүтцийн тогтвортой байдлыг зохион байгуулалтын, төрөл зүйлийн болон нийгэм-соёлын гэсэн гурван үндсэн хүчин зүйлийг илрүүлэх, харилцан холбох замаар тайлбарладаг. *Зохион байгуулалтын хүчин зүйлүүд* илүү түгээмэл, гэтлэхэд бэрх бөгөөд «үзэл суртал»-ын тодорхой үр дагаварт хүргэдэг. Тиймээс мэдээллийн агентлаг, хэрэгслүүд томоохон цар хүрээтэй, эсвэл ач холбогдол бүхий үйл явдалд илүүтэй анхаарлаа хандуулдаг. Түүнчлэн ойлгомжтой, цаг хугацааны хувьд үйлдвэрлэлийн ердийн хүснэгтэнд багтахуйц (өөрөөр хэлбэл, нэг өдрийн дотор болж өрнөсөн), аудиторид танил, мэдээлэхэд энгийн, соёлын хувьд түүнд ойр үйл явдлыг илүүтэй таашаадаг.

Төрөл зүйлийн онцлогтой холбоотой хүчин зүйлд аудиторийн хүлээлтэнд

нийцэхүйц (урьд мэдээлэгдсэн үйл явдлын үргэлжлэл болсон) үйл явдлыг сонгох, гэнэтийн болон шинэлэг зүйлд таашаал өгөх (гэхдээ танигдах хэмжээнд), мэдээний хувьд үнэ цэнтэй болохоо нотолж чадсан тийм төрлийн үйл явдлуудыг тусгахыг эрхэмлэх, бүхий л төрлийн үйл явдлыг тэнцвэржүүлэх явдал хамаардаг.

Нийгэм-соёлын хүчин зүйлийг онцгойлон авч үздэг. Үүнд нийгмийн элитийн төлөөлөгчид, дэлхийн тэргүүлэх гүрнүүд болон сөрөг явдалтай холбоотой мэдээнүүд хамаардаг.

Эдгээр гурван хүчин зүйл ямар үйл явдал мэдээ болж чадах, ямар нь мэдээллийн хөтөлбөрт багталгүй гадна нь үлддэгийг тайлбарлана. Улмаар мэдээг шигшихэд нэг ерөнхий хандлага байгааг илтгэнэ. Тухайлбал, улс төр, эдийн засгийн хувьд ач

холбогдол багатай оронд өрнөсөн үйл явдал аудиторийн сонирхлыг тэр бүр татахгүй (төрийн эргэлт, иргэний дайн, асар өргөн цар хүрээтэй гал усны гамшиг г. м. онцгой үйл явдал биш бол). Тиймдээ ч Африк, Карибийн тэнгисийн бүс нутаг, Номхон далайн арал-улсуудад өрнөсөн үйл явдлын тухай бид ОНМХ-ээс хэрэгслээс уншиж, үзэх нь нэн ховор. Гэтэл дээрх гурван бүсэд дэлхийн нийт орнуудын талаас илүү нь оршиж байна. Түүнчлэн дэлхий даяар хүлээн зөвшөөрөгдөөгүй байгууллага, нийгэмлэг, холбоо, үзэл санаа, нийгмийн институт, мөн сунжирсан, олныг сэрдхийлгэх зүйлгүй үйл явдал (тухайлбал, шинэтгэл) мэдээний сэдэв болдоггүй. Гайхалтай



Судлаач С. Холлын үзэж буйгаар мэдээний үндсэн гурван шинж байдаг ажээ. Үүнд: үйл явдал, эсвэл болсон явдалтай холбоотой байх, шинэлэг байдал хийгээд мэдээллийн үнэ цэн, мөн ямар нэг чухал үйлдэл, эсвэл хүнтэй хамааралтай байх юм



нь ийм сэдвийн тоонд «сайн мэдээ» ч ордог ажээ. Энд Францын «Ла бон Нүвэль» («Сайхан мэдээ») сонины тухай дурдахад хангалттай. Зөвхөн эерэг мэдээлэл нийтэлдэг энэ сонин 18 дугаар гаргаад дампуурч, гаралтаа зогсоосон түүхтэй.

Дээр дурдсан гурван хүчин зүйл нь объектив чанар болон үнэн бодит байх, тодорхой байх зэрэг түүний коррелятууд (өөр ойлголттой харьцуулж байж агуулга нь тодорхой болдог ойлголт)-ыг тойрон өнгөрсөн гэж зарим судлаач шүүмжилдэг. Үнэхээр ч мэдээний үнэ цэнийн тухай саналууд харьцангуй бөгөөд тухайн мөч дэх сэтгүүлчийн мэдрэмж дээр суурилж байдаг субъектив тал хүчтэй байдаг. Учир нь сэтгүүлчид аудиторид илүү чухал, илүү ач холбогдолтой, илүү хэрэгтэй зүйлийг мэдээндээ тэр бүр онцолдоггүй. Мэдээнд субъектив шинж ямар нэг байдлаар агуулагдсан байдгийг судлаач Жорж Гербнер «мөн чанартаа мэдээллийг цуглуулах, мэдээг хүргэх үзэл сурталжаагүй, улс төржөөгүй, улс төрөөс ангид арга гэж үгүй»⁸ гэж тодорхойлсонтой санал нийлэхгүй байхын аргагүй.

Канадын судлаач Дэнис Маккуэйл мэдээ үйлдвэрлэх дөрвөн бүрдүүлэгч хэсэг бүхий хоёр хувилбарын тухай өгүүлсэн байдаг. Эдгээрт үйл явдал, мэдээг үнэлэх болон шилэх шалгуур, аудиторийн сонирхол, мэдээ орох бөгөөд дараалал нь өөр өөр байна. ОНМХ-ийн өнцгөөс харвал дараалал нь ийм байна:

*үйл явдал — мэдээний шалгуур — мэдээ
— аудиторийн сонирхол*

Энэхүү гинжин хэлхээний эхэнд амьдралын хэвийн явцыг алдагдуулдаг урьдчилан хэлж боломгүй үйл явдлууд

бий. Мэдээллийн агентлаг, хэрэгслүүд өөрийнх нь аудиторид тэрхүү үйл явдал хэр зэрэг ач холбогдолтой болохыг тодорхой шалгуураар цэгнэж үзээд, нийтэлж нэвтрүүлэхээ шийддэг. Улмаар сэтгүүлчдийн бэлгэсэн мэдээг аудиторид сонирхон уншдаг, эсвэл үл тоомсорлон орхидог. Ингэснээр сэтгүүлчид, ОНМХ-үүд мэдээлэл цуглуулах, мэдээ бэлтгэх арга барилдаа засвар хийдэг. Өөр хувилбар нь дараах дараалалтай:

*аудиторийн сонирхол — мэдээний
шалгуур — үйл явдал — мэдээ*

Удаах загварт гарааны цэг нь аудиторийн сонирхлыг юу татаж байна вэ? гэх эмпирик төсөөлөл юм. Энэ нь мэдээнд тавигдах нэлээн тогтвортой бөгөөд бат бөх цогц шалгуурын (эдгээрийн дотор зохион байгуулалтын болон төрөл зүйлийн шаардлага орно) бүрэлдэхүүн хэсэг болдог. Шилэлтийн шалгуурт нийцэж чадсан тохиолдолд л үйл явдал нь мэдээ болж чадна. Мэдээллийн тухайн хэрэгслийн шалгуур, шаардлага, стандарт арга барилыг удирдамж болгон мэдээг бэлтгэдэг болохоос үйл явдлын бодит мөн чанар, эсвэл аудиторийн хүсэл таалал, эрэлт хэрэгцээг тэр бүр харгалзан үздэггүй. Энэ хоёр загварын аль нь ч ертөнцийн бодит тусгалыг хангаж чадахгүй гэж Маккуэйл онцлон тэмлэглэсэн байдаг⁹.

Мэдээний хэлбэр нь баримтан дээр тулгуурлах, эсвэл бодит байдалд нийцэх гэсэн утгаараа объектив чанарыг хангахыг хэр тэмүүлж буйгаас ихээхэн шалтгаалдаг. Мэдээнд үйл явдлыг товч, тодорхой дүрсэлдэг «шугаман хэл» ашигладаг. Үүн дээр тайлбар мэдээлэл, дүрслэл, ишлэл, үзэл бодол нэмэгдэх нь бий. Гагцхүү мэдээ нь олон ургальч үзлийн индэр байж болохгүй.

Хэрэв аудитори үнэн бодит байдалд нь итгэхгүй байгаа бол тэрхүү мэдээ зугаа цэнгэлийн мэдээлэл, эсвэл ухуулга сурталчилгаанаас өөрцгүй. Мэдээ тэнцвэртэй байх нь түүний үнэн бодит байдалтай шууд холбоотой гэж үзэх нь ч бий.

1970-1980-аад оны судлаачдын анхаарлыг татсан үйл явдлуудыг тусгасан байдлыг задлан шинжлэхэд орчин үеийн сэтгүүл зүйн мэдээнд дөрвөн түгээмэл зүй тогтол ажиглагджээ¹⁰.

Персонификаци (хүнжүүлэлт). Бүлэг хүн, эсвэл нийгмийн институттэй холбоотой мэдээнээс тодорхой нэг хүний тухай мэдээг аудиторийн дийлэнх хэсэг нь унших сонирхолтой байдаг нь тогтоогджээ. Үйл явдалд оролцогч тодорхой нэг хүнтэй өөрийгөө тулгаж үзсэнээр аудиторийн гишүүн мэдрэмж, үзэл санаагаа шууд нийгмийн амьдрал руу шилжүүлдэг байна. Улмаар хүнжүүлэлт нь алс хол ч хамаагүй өрнөж буй үйл явдал өөрт нь хамааралтай болохыг мэдрүүлдэг.

Д*раматизаци (жүжигжүүлэлт).* ОНМХ-ийн бусад бүтээгдэхүүний нэг адил мэдээг гоёмсог баглаа, боодолд хийж борлуулах хэрэгтэй бөгөөд хамгийн зөв арга юм. Сайтын мэдээллийн хөтөлбөрийн нэг редактор шударга байдал, хариуцлагыг зөрчилгүй мэдээг хачирлах, жүжигжүүлэх хэрэгтэй болохыг онцолсон байдаг. Ийм маягаар бичигдсэн мэдээнд зөрчил, асуудал, тайлал, өрнөх болон намжих үйл явдал, эхлэл, дунд үе, төгсгөл байх ёстой гэж үздэг. Эдгээр нь жүжгийн төдийгүй, аливаа хүүрнэсэн зохиолын бүрэлдэхүүн хэсгүүд юм. Гэхдээ ийм маягаар мэдээ бичихийг шүүмжилдэг судлаачид бий.

Фрагментаци (хэсэгчлэл). Ердийн сонин, эсвэл мэдээллийн хөтөлбөр гол төлөв үйл явдлын тухай нийгмийн дүр

зургийг буулгасан гэрэл зургийг санагдуулам товчхон мэдээнүүдээс бүрддэг. Үйл явдлыг тус тусад нь, бие биенээс нь салангид өгүүлдэг. Мэдээллийн хөтөлбөрүүд мэдээг булангуудад хуваарилснаар уншигчид үйл явдлын хоорондын уялдаа холбоог тэр бүр тайлж чаддаггүй. Баримт, байр суурийг нэг нь нөгөөгөө үгүйсгэх, зөрчил бүхий эх сурвалжуудаас авдаг, дараа нь тэдгээрийг эвлүүлдэг учир уншигчид ихэнхдээ бие даан тайлбар хийх чадваргүй байдаг.

Нормализаци (хэвийн болгох). Онцгой байдал, эсвэл олон нийтийн байгууллагуудын зүгээс авч хэрэгжүүлж буй арга хэмжээний тухай мэдээнүүд болзолт аюулыг царан зайлуулж, нөхцөл байдлыг хэвийн болгодог. Нэр хүнд бүхий, ухамсартай, учир мэдэх, аюулыг цаг алдалгүй царан зайлуулж, нийгмийн амьдралыг хэвийн гольдролд оруулж чадах хүмүүс мэтээр дүрслэгддэг засаглал, элитийн төлөөлөгчид онцгой байдалд тайлбар хийх, олон нийтийн байгууллага, иргэний хөдөлгөөнүүдийн үйл ажиллагаа хууль ёсонд нийцэх эсэхэд эргэлзэж буйгаа илэрхийлэх боломжоор хангагддаг.

Социологичид мэдээ бүтээх үйл явцыг задлан шинжлэх хойгуур улс төр судлаачид ОНМХ улс төрд хөндлөнгөөс оролцох явдал улам бүр хүчээ авч байгааг судалж байлаа. Судлаачдын анхаарлын төвд улс төрийн намуудын нэр хүндийг унагааснаас авахуулаад сонгуулийн үеэр сонгогчдын идэвхийг бууруулсан ялд унасан телевиз байв. Энэ бүхний үр дүнд өдгөө *медиагийн хөндлөнгийн оролцоо* гэж нэрлэгдсэн ойлголт, хандлага бий болсон байна. Уг үзэл санааг авч үзвэл нэр дэвшигчдийг дэвшүүлэх үйл явцыг хяналтандаа байлгадаг, сонгогчид сонгууль-

даа бөөнөөрөө оролцох идэвхийг хангадаг, товчхондоо сонгуулийн кампанит ажлыг удирдан залдаг улс төрийн намууд 1962 он хүртэл АНУ-ын бодлогыг үр ашигтай чиглүүлж байжээ. Хэдийгээр энэ тогтолцоонд сул талууд байсан ч давуу тал нь хавьгүй их байсан гэж судлаачид үздэг. Намыг ажилдаа үнэнч, туршлагатай улс төрчид толгойлж байсан бөгөөд нэр дэвшигчдийг нарийн шалгуурын дагуу шалгаруулдаг байв. Гэтэл медиагийн хөндлөнгийн оролцооны үр дүнд сонгогчид нэр дэвшигчийн хувийн чанар гэхээс илүүтэй үс засалт, хувцаслалт зэрэгт анхаарлаа хандуулах болжээ.

Үнэхээр л телевиз хүчээ авахад улс төрийн намуудын нэр хүнд унаж, тэдгээрийг дэмжигчдийн тоо цөөрсөн нь судалгаагаар тогтоогдсон юм. Энэхүү хоёр үзэгдэл өөр хоорондоо холбоотой байж болох ч нотлоход бараг боломжгүй.

Медиагийн хөндлөнгийн оролцооны тухай онолыг баримтлагчид ОНМХ-үүд, сэтгүүлчид мэдээг хэт хүнжүүлж, жүжигжүүлж, хэсэгчилж өгснөөс болж хүмүүс улс төрийг ойлгохгүй байна, түүгээр үл барам улс төрийн хувьд ямар ч боловсролгүй сонгогчид болгон хувирч байна гэж шүүмжилдэг. Энэхүү зүй тогтлыг манай нийгэм ч тойрч гараагүй бөгөөд 2016 оны сонгуулийн өмнө медиагийн захиалгат хөндлөнгийн оролцоо бүр ч гаарах нь тодорхой.

Ишлэл

¹ Чойсамба Ч. 2000. Монгол сонины мэдээ. УБ., 8-12 дахь тал.

² Lippmann W. 1922. The Public Opinion. N. Y.

³ Кройчик Л. Е. 2000. Система журналистских жанров // Основы творческой

деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., с. 134.

⁴ Бакулев Г. П. 2005. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М., с. 104.

⁵ Park R. 1967. News as a Form of Knowledge // On Social Control and Collective Behavior / Ed. by R. H. Turner. Chicago, (Reprint of 1940 Article in American Journal of Sociology. No 45, p. 669-686.)

⁶ Бакулев Г. П. Указ. соч., с. 104.

⁷ Hall S. 1973. The Determination of News Photographs // The Manufacture of News / Ed. by S. Kohen and J. Yong. L., p. 176-190.

⁸ Бакулев Г. П. Указ. соч., с. 109.

⁹ McQuail D. 1987. Mass Communication Theory: An Introduction. Beverly Hills, p. 209.

¹⁰ Bennet W. L. 1988. News: The Politics of Illusion, 2nd ed. N. Y.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Anderson D., Itule B. 1983. Contemporary News Reporting. N. Y.

2. Bard R. 1993. Newswriting Guide. Washington.

3. Bennet W. L. 1988. News: The Politics of Illusion, 2nd ed. N. Y.

4. Hall S. 1973. The Determination of News Photographs // The Manufacture of News / Ed. by S. Kohen and J. Yong. L.

5. Kessler L., McDonald D. 1987. Uncovering the News. Belmont.

6. Lippmann W. 1922. The Public Opinion. N. Y.

7. McQuail D. 1987. Mass Communication Theory: An Introduction. Beverly Hills.

8. Mencher M. 1986. Basic News Writing. Iowa.

9. Park R. 1967. News as a Form of Knowledge // On Social Control and Collective Behavior / Ed. by R. H. Turner. Chicago, (Reprint of 1940 Article in American Journal of Sociology. No 45.)

10. Ward H. 1985. Professional Newswriting. Washington.

11. Бакулев Г. П. 2005. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.

12. Коппервуд Р., Нельсон Р. 1998. Как преподносить новости. М.

13. Кройчик Л. Е. 2000. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб.

14. *Чойсамба Ч.* 2000. Монгол сонины мэдээ. УБ.

Резюме

В статье автор, опираясь на труды западных социологов и исследователей журналистики, подвергает анализу новости, их структуру и новостные программы. Дав обзор общей характеристике новостей, автор подчёркивает

такие черты этого жанра, как стабильная и предсказуемая общая структура, которая является следствием основных факторов трёх типов: организационных, жанровых и социокультурных. Также автор упоминает о двух вариантах производства новостей, предложенных Д. Маккуэйлом и состоящих из четырёх одинаковых элементов: события, критериев оценки и отбора новостей, интереса аудитории и самих новостей.