

МЭДЭЭЛЛИЙН ШИНЭ ТЕХНОЛОГИ БА УЛАМЖЛАЛТ СЭТГҮҮЛ ЗҮЙ

М. Зулькафиль*

* МУИС, НШУС, Сэтгүүл зүйн тэнхимийн эрхлэгч, шинжлэх ухааны доктор, профессор

Түлхүүр үг: мэдээллийн шинэ технологи, мэдээллийн хэрэгслийн интер-актив шинж, цахим засаглал, кибер сэтгүүл зүй, мэдээллийн цахим сүлжээ

Мэдээллийн шинэ технологийн хөгжил нийгмийн амьдралын олон салбарт томоохон өөрчлөлт, шинэчлэлийн эх суурийг тавьж, бид бараг өдөр тутам урьд өмнө үзэж, сонсож байгаагүй цөөнгүй үзэгдэл, үйл явдлын гэрч болж байна. Гэрээсээ гаралгүй дэлхийн аль ч оронтой мэдээлэл солилцож, худалдаа наймаа хийж, цахим сургалтад хамрагдаж, мэдлэг боловсролоо дээшлүүлж, тодорхой мэргэжил эзэмшиж, шаардлагатай мэдээ мэдээллийг хоромхон зуур авах боломж бүрдсэн. Цахим засаглал, цахим үйлчилгээний цэг, мобайл банк, цахим дэлгүүр, телешопинг, HD (дээд зэргийн ялгарал), цахим сургалт, цахим карт, мэдээллийн нийгэм зэрэг үгс бидний үгийн санд нэвтрээд удаж байна.

Өнөөдөр мэдээллийн шинэ технологийн ачаар эрчимтэй хөгжиж, асар хурдацтай өөрчлөгдөж, тэр хэмжээгээр нийгэмд гүйцэтгэх үүрэг нь эрс өсөн нэмэгдэж буй нийгмийн институт бол сэтгүүл зүй гэдгийг хэн ч хүлэн зөвшөөрөх болсон. Энэхүү мэдээллийн шинэ технологийн ачаар уламжлалт

сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаанд байгаагүй олон зүйл орчин үеийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн практикт нэвтэрч, түүний хөгжил, хандлагыг тодорхойлж байна. Бид орчин үеийн сэтгүүл зүйн өвөрмөц онцлогийг тодорхойлж буй интерактив шинж, мэдээллийн тухайн цаг мөчийн мэдрэмж, хувь хүний оролцооны сэтгүүл зүй зэрэг цөөн хэдэн зүйлийн талаар тогтож ярья.

Мэдээллийн шинэ технологийн хамгийн гол онцлогийн нэг бол түүний интерактив шинж бөгөөд энэ нь хуучин тогтолцооны үеийн “хэлж болно, хариулж болохгүй” гэсэн зарчмаас эрс өөр юм. Энэхүү ОНМХ-ийн интерактив шинж нь судлаачид өөрсдийн хэвлэл мэдээллийн шугаман загварын үр нөлөөний тухай үзэл баримтлал, арга барилаас татгалзахад хүргэж байна. Учир нь өнөөдөр мэдээллийн харилцаанд оролцогчдыг мэдээллийг дамжуулагчид ба хүлээн авагчид гэж хуваадаг уламжлалт ойлголт учир утгаа алдсан. Шинэ технологийг ашиглана гэдэг бол үнэн хэрэг дээрээ маш идэвхтэй, ажил хэрэгч байна гэсэн үг юм. Интерактив бол том боломж, чадавхийг өөртөө агуулдаг боловч түүний хөгжил эрс эргэлтийн замаар бус, харин хувьсан хөгжих замаар явж байна. Үүнийг юуны өмнө ахуйн хүрзэн дэх жирийн хэрэглэгчдийн идэвхгүй

сэтгэл зүйтэй холбон тайлбарлаж болно.

Энгийнээр тайлбарлавал интерактив гэдгийг өргөн утгаар нь мэдээллийг дамжуулагчийн болон хүлээн авагчийн зүгээс харилцааны үйл явцад тавигдах хяналтыг илэрхийлдэг цахим харилцааны шинж чанар юм. Интерактивын угийн хэв шинж бол хоёр хүний хоорондох энгийн яриа юм. Энэ бол харилцааны нийтлэг үйл явц бөгөөд аль ч тал нь яриагаа тасалж, сэдвийг өөрчилж, шинэ санаа дэвшүүлж болно. Олон нийтийн харилцааны цахим, эсвэл өөр хэрэгслүүд нь гол төлөв интерактив бус юм. Учир нь ихэнх тохиолдолд мэдээллийг үйлдвэрлэгчээс олон нийтэд хандсан нэг талын харилцаа байдаг. Эргэх холбоо тогтоох аргуудын хүрээ хязгаарлагдмал, бас уян хатан биш нэлээд болхи юм. Тухайлбал, сонины газарт ирсэн захидал, рейтингийн судалгаа, хэвлэгдэх хувийн талаарх мэдээлэл зэргийг нэрлэж болно. Сонин сэтгүүл, ном, кино үйлдвэрээс гарсны дараа огт өөчлөгдөхгүй таваар болон хувирдаг тул хүлээн авагч түүнд анхаарлаа хандуулж, бас огт хандахгүй байх нь энгийн үзэгдэл. Сонины, эсвэл номын нэг материалаас хүн болгон өөр өөр санаа олж авдаг боловч мэдээллийн агуулга огт өөрчлөгдөхгүй.

Мэдээллийн шинэ хэрэгсэл нь хувь хүнийг интерактив ярианд татан оролцуулахад хүчтэй нөлөөлдөг. Энд гол үүрэг гүйцэтгэж буй хүчин зүйл бол цахим харилцааны хоёр талт шинж, шуурхай чанар, нягт харилцаа холбоо, мэдээллийг дамжуулагч болон хүлээн авагчдын зүгээс тухайн үйл явцад тавих хяналт өсөн нэмэгдэж байгаа явдал юм. Тухайлбал, видео тоглоом-

нуудад бүрэн хэмжээний зохиол байхгүй бөгөөд хүлээн авагчдын зан байдлаас шалтгаалан байнга өөрчлөгдөж байдаг. Зохиогч ба оролцогч цахим төхөөрөмжийн тусламжтайгаар үйлдлүүдээ хянаж, харилцан тайлбарлаж, харилцан нөлөөлдөг онцлогтой.

Тогтмол хэвлэл болон нэвтрүүлгийн дээрх үйл явцаас ялгагдах хамгийн гол онцлог бол харилцааны хэрэгсэл өөрөө хүлээн авагчдын үйлдлийг хянаж, тэдний тухай мэдээллийг хадгалж, түүнд хариу нөлөө үзүүлдэг. Мэдээлэл харилцааны цахимжсан тогтолцоо хүлээн авагчдын санал бодлыг харгалзан үзэх шинэ аргуудыг нэвтрүүлж эхэлсэн. Тухайлбал, мэдээллийн алба хүлээн авагчдын өмнө нь саналын дагуу мэдээллээ сонгох, сургалтын нэвтрүүлгийн хурд, хэмнэл, түвшнийг хэрэглэгчдийн талаарх "мэдлэг"-т үндэслэн тохируулах зэргийг нэрлэж болно.

Сүүлийн жилүүдэд эх бичвэрийг болон дүрүүдийг "ухаантай" цахим мэдээллийн хэрэгслүүдээр дамжуулах нь зохиолчид, зураачдын анхаарлыг ихээхэн татах болсон. Учир нь мэдээллийн цоо шинэ харилцаа соёлын салбарт шинэ чиглэлийг бий болгоход нөлөөлж байна. Зохиолч уншигчдад өгүүлэмжийг өөрчлөх, өөр альтернатив хувилбарыг сонгох, тухайн бүтээлийг бичих үйл явцад оролцохыг санал болгодог. Зураачид уран зургийн хэлбэр, өнгийг тодорхой хэмжээгээр өөрчлөх боломж олгодог. Мөн хүлээн авагчдын тусламжтайгаар бүтээгдсэн цахим ном, жүжиг, кинонууд гарч эхэлсэн нь соёлын салбар дахь шинэ үзэгдэл юм.

Хүмүүс интерактив шинжийг ихэнх тохиолдолд үзэл бодлоо илэрхийлэх,

сонголт хийх боломж гэж үзээд дуртай хүлээж авдаг болсон. Тэдэнд өөрсдийн үзэл бодлоо илэрхийлэх, сурталчилгааны клипүүдийг гүйлгэж харах, олон сувгаас хамгийн шаардлагатайг сонгож үзэх, мэргэжлийн баримт, мэдээллийг олох зэрэг нь таалагддаг. Сонин унших, телевиз үзэхийг амралт, зугаацах үйл явцтай хослох нь түгээмэл үзэгдлийн нэг юм. Сонирхлын журмаар сонины нүүрийг эргүүлэх болон мэдээлэл эрж хайх хоёрын хоорондох ялгаа арилж, зан байдлын энэ хоёр хэвшмэл үйлдэл үндсэндээ нэгдмэл нэг үйл явц болон хувирсан гэж хэлж болно.

Интерактив үйлдэл бол хүмүүсийн хоорондох жирийн харилцааны шинжүүдийг тодорхой хэмжээгээр агуулдаг мэдээллийн харилцааны үйл явц юм. Хүмүүсийн хоорондох харилцаанд дамжуулагч болон хүлээн авагч мэдээлэл солилцогчийн үүргийг ээлжилж гүйцэтгэдэг бөгөөд оролцогч болгон эргэх холбоог ямар нэг хэлбэрээр шуурхай, бас бүрэн гүйцэд тогтоож чаддаг онцлогтой. Жирийн харилцаа болгон интерактив харилцаа болж чадахгүй. Учир нь нэг талын харилцаа бол хүлээн авагч болгоныг шуурхай, бүрэн гүйцэд эргэх холбоогоор хангах зорилго тавихгүй. Олон нийтийн мэдээлэл дамжуулагч өөрийнхөө хүлээн авагч юу хийж, юу бодож, мэдэрч буйг мэдэхгүй, мөн хүлээн авагч болгон эх сурвалжид хандаж өөрийн эерэг ба сөрөг үйлдлийг илэрхийлж чадахгүй.

Түүнчлэн интерактив үйлдлийг харилцааны агуулгад хамтран хяналт тавих үйл явц гэж ойлгож болно. Тухайлбал, хүмүүсийн хоорондох

харилцаанд оролцогчид ярианы сэдвийг өөрчлөх, үл зөвшөөрөх замаар харилцааны үйл явц, агуулга, өнгө аяст нөлөөлж болно. Одоохондоо харилцааны ямар ч "шинэ" технологи хүмүүсийн хоорондох энэхүү өргөн боломж бүхий интерактив үйлдэлд ойртож чадаагүй. Гэхдээ зарим тохиолдолд энэ ялгаа аажим аажмаар арилах хандлага ажиглагдаж буйг судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг.

Интерактивын үндэс суурийг дижитализаци болон дохионы нягтралын аргууд бүрдүүлдэг. Өөрөөр хэлбэл, дохиог тооны хэлбэрт болон нягтралд шилжүүлнэ гэсэн үг юм. Тэднийг шилэн кабельтэй хослох замаар системийг 500 буюу түүнээс дээш сувгаар дамжуулж чаддаг байна. Гэхдээ мэргэжилтнүүд интерактивын ирээдүйд янз бүрийн үзэл бодлоор ханддаг бөгөөд шинжээчид түүний хөгжлийн хоёр хувилбарыг санал болгодог. Нэг дэх хувилбар нь хүмүүс худалдаа хийх зэрэг бусад ажлаар гадаа гарахын оронд гэр орондоо телевизийн өмнө хамаг цагаа өнгөрөөх болно. Телевизийн шопингийн ачаар хүмүүс хаана ч, ямар ч цагт "амьгүй албат" болж хувирна. Тэд суудлаасаа босохгүйгээр тусгай нүдний шил зүүж, чихэвч хэрэглэн янз бүрийн үйл явдлын "амьд" гэрч болж, янз бүрийн улс оронд "аялах" болно. Тэдний хувьд бодит бус орчин бодит орчин болж хувирна гэсэн үг. Арай өөр "өөдрөг" хувилбараар бол телевиз хүмүүсийн хоорондох жирийн харилцааны хэрэгцээг орлож, бас дуртай телецуврал, эсвэл хөлбөмбөгийн тэмцээнээс төрдөг давдагдашгүй мэдрэмж, таашаалыг хэзээ ч үгүй хийж чадахгүй гэдэг нь тодорхой юм.

Дээр дурдсанаас үзэхэд орчин үеийн ОНМХ-ийн хөгжлийн хамгийн гол онцлогийн нэг бол түүний интерактив шинж мөн гэдэг нь тодорхой байна. Сэтгүүлчийн хүлээн авагчидтай хийх харилцан яриа нь зөвхөн тухайн цаг мөчид явагддаг онцлогтой. Үүнийг судлаачдын үгээр илэрхийлбэл,

“интерактив сэтгүүл зүйн агуулгын онцлог шинж, давуу тал нь харилцан яриа тухайн цаг мөчид явагдах буюу зорилтот хүлээн авагчийн сэтгэгдэлтэй холбоотой мэдээллийг үйлдвэрлэх, боловсруулах, түгээх, хянах үйлдлүүд хоорондоо нягт харилцан улдаа холбоо-

той явагддаг”¹ юм. Интерактив сэтгүүл зүйн боломж нь олон хэсэг бүлэгт хуваагдсан зорилтот хүлээн авагчид болон мэдээллийн олон хувилбарт эх сурвалжтай тогтоох мэдээллийн харилцааг тэдний онцлогт тохируулах (персонификаци) болон бодгальчлах зарчимтай шууд холбоотой юм.

Орчин үеийн сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаанд интерактив шинж давамгайлж байгаа боловч уламжлалт сэтгүүл зүйг үгүйсгэж чадахгүй гэдэг нь ойлгомжтой. Гэхдээ мэдээллийн харилцааны шинэ хэв маягийг, мөн үүнийг дагасан сэтгүүлчийн шинэ хэв маягийг бий болгож байгаа гэдгийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй. Мэдээлэл харилцааны шинэ технологийн үр дүнд сэтгүүл зүйн мэдээлэл эрс даяаршиж байгааг бид ямар ч мэдээллийн хэрэгслээс ажиглаж болно. Энэ нь

олон улсын шинжтэй аливаа үйл явдлыг дэлхий даяар маш богино хугацаанд дамжуулах боломж олгож байгаагийн зэрэгцээ ийм үйл явдлыг тусгах үйл явцад хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Гэхдээ сүүлийн үед ийм шуурхай мэдээллээс үзэгч тухайн үйл явдлын утга учир, мөн чанарын талаар

бүрэн мэдээлэл авч чадах уу гэсэн асуудал зүй ёсоор тавигдах болсон. Жижигхэн хайрцаганд багтдаг хиймэл дагуулын таваг, тоон технологийн дүрс бичлэгийн магнитофон, эвлүүлгийн иж бүрэн техник зэрэг нь дамжуулж буй мэдээний

«

Интерактив сэтгүүл зүйн боломж нь олон хэсэг бүлэгт хуваагдсан зорилтот хүлээн авагчид болон мэдээллийн олон хувилбарт эх сурвалжтай тогтоох мэдээллийн харилцааг тэдний онцлогт тохируулах (персонификаци) болон бодгальчлах зарчимтай шууд холбоотой юм.

»

шинж чанарыг эрс өөрчилсөн гэж хэлж болно. Ялангуяа мэдээллийн албадын хоорондох ширүүн өрсөлдөөн, тааруухан менежмент ба ихэнх тохиолдолд техник хэрэгслүүдийг оновчгүй байрлуулах зэрэг нь үйл явдлын халуун цэгээс дамжуулж буй сурвалжлагын мөн чанарыг үндсээр нь өөрчилсөн. Өнөөдөр зарим сэтгүүлч мэдээллийг шууд дамжуулах, түүний онгой шинжид (экссклюзив) гол анхаарлаа хандуулах явцад үйл явдлын зарим тодорхой шинж алдагдаснаас болж хүлээн авагчид бүрэн ойлгохгүй байх гэж болгоожилдог болсон. Гэхдээ мэдээллийн байгууллагууд ашиг орлогын төлөө (орчин үед телемэдээний бизнес 3 тэрбум доллараар үнэлэгддэг болсон) улам олон хэсэг бүлэгт хуваагдаж байгаа хүлээн авагчдын асар өргөн хүрээг маш хурдан хамрахын тулд үйл

явдлын ямар ч үнэ цэн, ач холбогдлыг золиосонд гаргах болсон. Үүнээс болж сэтгүүл зүй ба зар сурталчилгааны хоорондох зааг ялгаа улам бүр арилсаар байна.

Орчин үед харьцангуй өндөр боловсролтой хүмүүсийн дунд хиймэл дагуул өргөн дэлгэрч, хүчтэй нөлөө үзүүлэх болсон нь сэтгүүлчдийн ажлыг сүйрэлд хүргэх аюултай гэсэн үзэл бодол давамгайлдаг. Гэхдээ мэдээж ганцхан хиймэл дагуул биш үүн дээр мэдээллийг цуглуулах, сонгох, боловсруулах хэрэгсэл, өндөр хүчин чадалтай компьютер, дүрс бичлэгийн магнитофон чухал гэдэг нь ойлгомжтой. Мэдээж “амьд”, эсвэл “бараг амьд” байдлаар үзүүлэх гэсэн оролдлого мэдээлэлтэй ажиллах сэтгүүл зүйн уламжлалт арга барилыг үндсээр нь өөрчлөгдөхөд хүргэж байна. Сэтгүүл зүй судлаач Элих Катц өнөөдөр маш хурдан өөрчлөгдөж байгаа үйл явдал, мэдээллийг шуурхай үзүүлэхийн тулд мэргэжлийн редактор, эсвэл ярилцлага хийдэг хүнээс татгалзах болсон, товчоор хэлбэл “уламжлалт утгаар нь ойлгож ирсэн сэтгүүл зүйн төгсгөлийн эхэнд зогсож байна”² гэдгийг онцлон тэмдэглэсэн байдаг. Шинэ технологи мэдээллийг хэт шуурхай дамжуулж байгаа учраас түүнийг боловсруулах, бичих, эвлүүлэхэд цаг хугацаа хүрэлцэхгүйн дээр сувгуудын хоорондох өрсөлдөөн хүлээн авагчдад өөрийн эрхгүй тухайн үйл явдлын оролцогч мэт сэтгэгдэл төрүүлдэг болсон.

Яаралгүй боловсруулж, оройн хөтөлбөр хүртэл хойш нь тавьсан мэдээ эфирт огт гарахгүй байх магадлал маш өндөр байдаг. Учир нь хорин дөрвөн цагийн турш тасралтгүй явагдаж буй мэдээллийн урсгал тасалж

өгөх зарчим дээр үндэслэгддэг бөгөөд хамгийн сүүлийн үеийн “амьд” мэдээ өмнөх, харьцангуй “хуучин” мэдээнүүдийг хойш нь шахсаар байгаад хөтөлбөрөөс бүрмөсөн гаргах нь энгийн үзэгдэл юм. Тиймээс сэтгүүлчид бэлтгэсэн мэдээг аль болох тухайн цаг мөчид дамжуулахыг эрмэлздэг. Харин манайд мэдээллийн технологийн түвшин хараахан ийм хэмжээнд хүрээгүй байгаа учраас “амьд”, “бараг амьд” мэдээний тоо хязгаарлагдмал юм.

CNN маягийн сэтгүүл зүйг дэмжигчид үзэгчид өөрөө редакторлах боломж өгч байгаагаар сайн талтай гэж үздэг бол шүүмжлэгчид үүнийг мэргэжлийн хүн хийх ёстой гэж үздэг байна. Мөн сурвалжлагчид алдаа гаргах, алдаатай үзэл бодлыг түгээх боломж нэмэгдэхийн зэрэгцээ товч мэдээ ба нийгэм-улс төрийн үйл явцын хоорондох цаг хугацааны ялгаа эрс нэмэгдэх болно гэдгийг мэргэжилтнүүд хүлээн зөвшөөрдөг. Тиймээс шинэ сэтгүүл зүйн тухайн цаг мөчид дамжуулахыг эрхэмлэдэг шинж болон уламжлалт сэтгүүл зүйн хоорондох харилцаа, уялдаа холбоог нэлээд нухацтай судлах шаардлага тулгарч байна. Товчоор хэлбэл эхнийх нь хоёр дахийг шахан гаргах уу, эсвэл нэг нь нөгөөгийн дутагдлыг нөхөж ажиллах уу гэсэн асуулт хариултаа хүлээж байна.

Мэдээллийн үйл явдлын хамгийн түгшүүртэй, зөрчилтэй буюу хүчирхийлэл, сөрөг талыг тусгасан тухайн цаг мөчийн мэдрэмж нь хүлээн авагчдад, ялангуяа мэдээллийн хэрэгслээс ёс бус таашаал авах сонирхолтой хүмүүст ямар ч зүйлийг үл тоох, мэдрэмжгүй хандах, “хамт олныг аймшигтай ёс суртахууны доройтол”-д оруулахад нөлөөлөх

болно. Орчин үеийн гадаад, дотоодын мэдээллийн хөтөлбөрийг үзээд хорвоо ертөнц хяналтнаас гарсан гэсэн дүгнэлт хийж болно. Мэдээллийн албад үйл явдлыг улам бүр ичгүүр сонжуургүй үзүүлэх болж, хүчирхийллийн тухай тоогоо алдсан мэдээлэл нийгмийн тулгамдсан асуудлуудыг шийдвэрлэхэд ихээхэн хүндрэл учруулах болсныг судлаачид нэг бус удаа тэмдэглэсэн байдаг.

Үүнтэй холбоотой хүлээн авагчдын дэлгэцэн дээр гарч байгаа ямар ч эмгэнэлт үйл явдлыг үл тоосон, ялгаагүй ханддаг байдлыг илэрхийлдэг "өрөвдөх сэтгэлгүй болгох" гэсэн нэр томъёог түгээмэл хэрэглэх болжээ. Үүний гол шалтгаан нь сэтгүүлч ямар ч асуудлыг тусгахдаа адилхан ханддагтай шууд холбоотой юм. Хамгийн сүүлийн үеийн техник хэрэгслээр зэвсэглэсэн сурвалжлах групп хямралын халуун цэгээс хүн төрөлхтний хамгийн харгис хэрцгий, аймшигт хэргийн талаар шууд дамжуулдаг, харин редакцийн газар энэ бол "мэдээ" биш гэдгийг тэр болгон мэдэрдэггүй. "Өрөвдөх сэтгэлгүй болох" гэдэг нь үзэгч, уншигчдын зүгээс тийм аймшигт үйл явдлыг үзсээр байгаад гэм буруутныг, хүчирхийллийг ойлгох мэдрэмж, сонирхлыг аажим аажмаар алдахыг илэрхийлдэг юм.

Телевизээр тийм бодит болон бодит бус хүчирхийллийг байнга үзүүлдэг нь хүмүүс бодит хүчирхийлэлд хандах мэдрэмжээ алдаж, хүний амьдралд тохиолддог эмгэнэлт явдлыг үл тоож, ямар ч ялгаагүй хандах хүйтэн сэтгэлтэн болж хувирахад нөлөөлөх аюултай гэсэн Зарим социологичийн дүгнэлтийг хүлэн зөвшөөрөхөөс өөр аргагүй юм.

Хорин дөрвөн цагийн туршид тасралтгүй мэдээлэл цацдаг дэлхийн хамгийн том медиасуваг болох CNN даяаршлын гол хөтөчийн нэг мөн. Түүний зэрэгцээ кибер орон зайг байлдан дагуулагчид болох Рейтер, Майкрософт зэрэг толгой медиакорпорациуд цахим сэтгүүл зүйн ертөнцийг эзэлсээр байна. Цахим сэтгүүл зүй орон зай, цаг хугацааны хүчин зүйлээс үл хамаарах бөгөөд түүнд нийгмийн соёлын системийн хүрээнд мэдээллийг сонгох, цуглуулах, үзүүлэх, дамжуулах эрс өөр загвар оршин тогтдог. Цахим сэтгүүл зүй болон уламжлалт сэтгүүл зүйн мэдээллийг цуглуулах аргын хооронд асар том ялгаа байгаа бөгөөд үүнийг "мэдээний тухай мэдлэг"³ гэсэн ойлголтыг жинхэнэ утгаар нь дахин авч үзэх замаар тайлбарлавал ойлгоход арай дөхөм болно.

Кибернетикийн онолын үзэл баримтлалтай салшгүй холбоотой компьютерийн техникийг өргөн ашиглаж байгаа мэдээллийн хэрэгслийн хөгжлийн энэхүү цоо шинэ үеийг харилцааны шинжлэх ухаанд киберсэтгүүл зүй гэж нэрлэх болсон. Үүнийг судлаачид "телевиз болон Интернет хүлээн авагчдыг мэдээллийн даяаршлагдсан сэдэвт сургаж байна"⁴ гэж тайлбарладаг байна.

Кибернетик гэдэг бол амьд организм, машин, нийгэм дэх удирдлагын болон мэдээллийг дамжуулах үйл явцуудын ерөнхий зүй тогтлуудын тухай шинжлэх ухаан юм. Тиймээс мэдээллийн техникийн ололтыг дээд зэргээр ашиглаж буй орчин үеийн ОНМХ-ийн тогтолцоог кибер сэтгүүл зүй гэж нэрлэх нь зүй ёсны хэрэг мөн.

Мэргэжлийн сэтгүүл зүйн түвшинд конвергенци буюу ижилсэл ОНМХ-

үүдийг хооронд нь нэгтгэхэд нөлөөлж байна. Нэг мэдээллийн хэрэгслийн үүргийг нөгөөд нь шилжүүлсний үр дүнд ижил агуулга бүхий мэдээллийг янз бүрийн сувгаас хүлээн авах боломж нэмэгдэж, харилцааны болон мэдээллийн сувгуудын тухай хуучин төсөөлөл үндсээр нь өөрчлөгдөх болсон. “Хуучин” мэдээллийн хэрэгслүүдийн ирээдүй улам бүдэг, тодорхой бус болж байна⁵. Гэхдээ судлаачдын тэмдэглэснээр нийгмийн түүхэн дэх мэдээллийн харилцааны нэг өвөрмөц онцлог нь харилцааны шинээр бий болсон хэрэгслүүд нь хуучин хэрэгслүүдийг үндсээр нь үгүйсгэж байгаагүй юм.

Харин өмнөх үеийн мэдээллийн хэрэгслүүдийн давуу талыг оновчтой ашиглаж, шинэ арга барилтай хослон хэрэглэж ирсэн түүхтэй юм. Өнөөдөр технологийг хавсран хэрэглэх, ялангуяа янз бүрийн мэдээллийн хэрэгслийн ажлын арга барилыг нэгтгэн хэрэглэх талаар сүлжээний хэвлэлүүд эрчимтэй ажиллаж, томоохон амжилтад хүрч байгаа нь үүний тод жишээ юм.

Янз бүрийн мэдээллийн хэрэгслүүд хоорондоо ойртох, нэгдэн нийлэх, янз бүрийн сувгуудын хувьд нийтлэг мэдээллийн бүтээгдэхүүн бий болж эхэлсэн нь нийтлэг цомтхогч шинжтэй шинэ бичлэгийн төрлүүд үүсэхэд нөлөөлж байна. Өнөөдөр манай хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдэд янз бүрийн бичлэгийн төрөл, зүйлүүдийн шинжийг агуулсан холимог шинжтэй бичлэгийн төрөл, зүйл түгээмэл үзэгдэх болсныг үүгээр тайлбарлаж болно. Мэргэжилтнүүд энэ үйл явцад янз бүрийн үзэл бодлоор ханддаг байна. Зарим нь үүнд нэлээд өөдрөг үзлээр ханддаг байна.

Тухайлбал, Оросын телесэтгүүл зүй судлаач В.Егоров бичлэгийн төрлүүдийн харилцан нөлөөлөл болон өөрчлөн шинэчлэгдэх нь “амьд үйл явц”⁶ гэж нэрлэсэн бол Л.Землянова зэрэг судлаачид эсрэг бодолтой байна. Сүүлийн жилүүдэд харилцааны онолоор мэргэшиж буй судлаач Л.М.Землянова: “Энэ бол эцсийн эцэст ОНМХ-ийн нийтийг хамрах мэдээллийн харилцааны чадавх болон түүнийг хүмүүс хувьдаа ашиглах хэлбэрийн хоорондох харьцаа алдагдахад нөлөөлж, ОНМХ-ийн олон нийтэд үйлчлэх зорилгыг ямар ч утга учиргүй болгоход хүргэнэ. Өөрөөр хэлбэл, ХМХ-ийн олон нийтэд үйлчлэх зорилго нь арилжааны “популизм”-аар, нийгмийн мэдээлэл нь “инфотейнмент” ба “политейнмен”-ээр (янз бүрийн үйл явдал болон улс төрийн тухай мэдээллийг арилжааны, сурталчилгааны, цэнгээнт хөгжөөнт нэвтрүүлгийн шинжийг агуулсан холимог хэлбэрээр өгөх) солигдох болно”⁷ гэж үзсэн байдаг. Орчин үед конвергенци сэтгүүл зүйн өмнө ийм асуудлыг тавьж эхэлсэн нь тодорхой. Үүнийг бид цахим хэвлэл буюу сүлжээний мэдээллээс амархан ажилглаж болно. Өнөөдөр ямар ч материалыг захын хүн цахим сүлжээнд оруулдаг болсон, түүнийг нэг сайт “мэдээллийн”, өөр сайт “зугаацуулах материал”, гурав дахь нь “сурталчилгаа” гэж үздэг нь энгийн үзэгдэл. Одоохондоо цахим сүлжээнд оруулсан захын уншигчийн материалыг сэтгүүл зүйн мэргэжлийн материалаас ялгахад амархан боловч чухам ямар бичлэгийн төрөлд оруулах тогтсон шалгуур алга байна. Тийм шалгуур тогтоох боломж ч байхгүй юм.

Сүлжээний сэтгүүл зүй ихэнх тохиолдолд бусад мэдээллийн хэрэгс-

лүүдэд байдаг нийтлэг шинжүүдийг харгалздаг боловч аажим аажмаар өөрийн гэсэн дуу хоолой, өнгө аяс, материалыг бичих, байрлуулах арга барилыг бий болгохыг хичээдэг нь ажиглагддаг. Шинэ мэдээллийн хэрэгсэл өөрийн гэсэн онцлогтой болохын тулд тодорхой цаг хугацаа шаардлагатай гэдэг нь ойлгомжтой. Тухайлбал, олон нийтийг хамарсан сонин хэвлэл 50 гаруй жилийн дараа буюу 1880-аад оны эцэст л орчин үеийн сонины дүр төрхийг олсон байдаг. Телевиз анх үүссэн үед түүний мэдээллийн нэвтрүүлэг нь сонины эх бичвэрийг эфирт шууд унших ажлаар хязгаарлагддаг байсан. Зөвхөн дүрс бичлэг эрчимтэй хөгжиж, өргөн нэвтэрч эхэлсэн үеэс л телевизийн сэтгүүлчид нэвтрүүлгийг бэлтгэх, дамжуулах өөрсдийн арга барилыг бий болгосон юм.

Харин нэг зүйлийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй. Энэ бол дэлхий дахиныг хамарсан мэдээллийн цахим сүлжээ бий болсноор сэтгүүлчид өөрсдийн мэдлэг, ур чадварыг чөлөөтэй туршиж үзэх, хүссэн мэдээллийг олох, бусдаас суралцах, бусад мэдээллийн хэрэгсэлд байдаг олон янзын хязгаарлалтаас ангид, чөлөөтэй байх боломжоор хангагдсан юм.

Мэдээлэл харилцааны технологийн эрчимтэй хөгжлийн үр дүнд медиа-сувгуудын тоо эрс нэмэгдэж, ялангуяа Интернет хэрэглэгчдийн тоо урьд өмнө байгаагүй түвшинд хүрч, сүүлийн арван жилд уламжлалт сэтгүүл зүйн үндэс суурь ганхаж эхэлсэн гэж хэлж болно. Барууны зарим нөлөө бүхий сэтгүүлд бичсэнээр олон нийтийг хамарсан мэдээллийн хэрэгслийн үе дуусч, хувь хүний оролцооны буюу партиципатори

мэдээллийн хэрэгслийн үе эхэлсэн байна⁸.

Шинэ мэдээллийн хэрэгслийн үед хүлээн авагчдын тоо аажим аажмаар багасах хандлага улам тод ажиглагдсаар байна. Хүмүүсийн анхаарлын төлөө цөөн тооны томоохон, баян мэдээллийн компани бус, харин жижиг пүүс, хувь хүмүүс хамтарч, бас ганц ганцаараа тэмцдэг онцлогтой. Өөрсдийн бүтээж буй мэдээллийн бүтээгдэхүүний ачаар тэдний зарим нь баяждаг, зарим нь дампуурдаг. Гэхдээ үүнд санаа зовж, сүйд болохгүй, учир нь тэдний зорилго, шалтгаан нь өөр өөр юм. Учир нь хэмжигдэхүүний нэг талд нь байгаа хүмүүс мэдээллийг өөрсдийн нэр алдар, нийгэмд эзлэх байр суурийн төлөө бүтээдэг бол, нөгөө талд нь бие хүний супербрэндийг бүтээхийг эрмэлздэг байна.

Орчин үеийн мэдээллийн зах зээлд хүмүүс шинэ мэдээллийн хэрэгслийг (мөн орлогын үндсэн эх үүсвэр болсон рекламь) идэвхтэй "ашиглаж", түүний үйл ажиллагаанд идэвхтэй оролцдог болсон нь мэдээллийг тодорхой түвшинд ямар ч хэлбэрээр, ямар ч хэмжээгээр бүтээж байгаагийн илрэл юм. Судалгаанаас үзэхэд Америкийн өсвөр насныхны тэн хагасаас илүү нь Интернетэд эх бичвэрээс эхлээд зураг, дүрс бичлэг, хөгжим зэрэг бүх төрлийн контентүүдийг зохиодог байна.

Хувь хүний оролцоо давамгайлсан мэдээллийн хэрэгслийн гол онцлог бол хүлээн авагч ба зохиогчийн хоорондох зааг ялгааг арилгахад чиглэгдсэн байдаг. "Нэг хүн олон хүнтэй" харилцдаг уламжлалт сэтгүүл зүйн "багшийн лекци" маягийн харилцаа өнөөдөр хувь хүмүүсийн хоорондох "яриа" болон хувирч байна. Энэ

өөрчлөлт уламжлалт сэтгүүл зүйн үндсэн зарчмуудыг өөрчлөхөд нөлөөлж эхэлсэн. Өнөөдөр залуучуудын ихэнх хэсэг нь, ирээдүйд хүмүүсийн тодорхой хэсэг нь юу үнэн, юу худал вэ гэдгийг өөрсдөө шийдэх болно. Үүнд олон хүчин зүйл нөлөөлөх нь тодорхой. Тэд заримдаа мэргэжлийн редакторуудын сонголтод итгэх, заримдаа өнөөдөр бий болж байгаа шинэ технологи, хамтын ажиллагааны шүүлтүүрээр тунаж үлдсэн хамт олны санаа бодлыг эрхэмлэх болно.

Орчин үед бараг хувь хүн болгон өөрийн блогтой болж, сэтгүүл зүй тогтсон номлол биш хүмүүсийн хоорондох яриа болж хувирсныг бид алхам тутамдаа ажиглаж байна. Өнөөдрийн Интернет сэтгүүл зүй зөвхөн уламжлалт сэтгүүл зүйн цахим хувилбар биш, блог (blogs) ба иргэний сэтгүүл (citizen journalism) хэмээх хоёр хэлбэрээр оршиж буй сэтгүүл зүйн өвөрмөц төрөл юм. Өөрөөр хэлбэл, блог хувь хүний цахим өдрийн тэмдэглэл, иргэний сэтгүүл зүй бол хүссэн хүн бүхэн өөрийнхөө бүтээлийг сайтад оруулах боломж гэсэн үг юм. Энэхүү уран бүтээлийн хамтын ажиллагааны шинэ төрлийг редакторууд өөрсдийн бүтээлүүдэд түгээмэл ашигладаг таксономи буюу дээрээсээ доошоо чиглэгдсэн үйл ажиллагааны төрлөөс өөрөөр буюу фольксономи гэж нэрлэдэг болжээ. Америкийн соёлын нэрт зүтгэл-тэн Энди Уорхолын хүн болгон "15 минутын алдар хүнд" олох эрхтэй хэмээх алдарт үгийг иргэний

сэтгүүл зүйтэй холбон хүн болгон "15 мегабайт алдар хүнд" олох эрхтэй гэж найруулж болох юм.

Иргэний сэтгүүл зүйн нэг давуу тал нь бүтээж буй контент нь орон нутгийн, хамгийн ойр орчны шинжтэй (гиперлокальность) байдаг оршино. Өөрөөр хэлбэл зохиогчид сургуулийн спортын тэмцээн зэрэг орон нутгийн сонины

хувьд ч жижиг, ач холбогдол багатай мэдээллийг санал болгох нь энгийн үзэгдэл. "Yahoo!"-гийн сонирхогчдын материалаас бүрдсэн мэдээллийн булан нь хэмжээний хувьд орон нутгийн томоохон сонинуудын дараа ордог

АНУ-ын бүх орон нутгийн мэдээллийг агуулсан гол провайдер байдаг нь чухам үүнтэй хобоотой юм.

Нийгмийн хувьд блогчдаас эхлээд иргэн-сэтгүүлч хүртэлх бүхий л авьяастнуудын хувь нэмэр онцгой чухал гэдэг нь ойлгомжтой. Учир нь иргэний ардчилсан нээлттэй, мэдээллийн нийгмийн үнэ цэн нь олон ургальч үзэл, ил тод байдалд оршдог онцлогтой юм.

Зарим судлаач тогтмол хэвлэлийн өнөөгийн байдлыг хараад түүний ирээдүйд ихээхэн гутрангуй үзлээр хандах болжээ. Тухайлбал, долоо хоногийн Commentary сэтгүүлд Жозеф Эпстейн сонины ямар ч зай тэжээлгүй ажиллаж байгааг шүүмжилж, хэрэв энэ байдлаар үргэлжлээд байвал сонин урьдын адил ялааны цохиур болон загас бооход л хэрэгтэй зүйл болж үлдэнэ гэж тоглоом шоглоом болгон

«

Өнөөдрийн Интернет сэтгүүл зүй зөвхөн уламжлалт сэтгүүл зүйн цахим хувилбар биш, блог (blogs) ба иргэний сэтгүүл (citizen journalism) хэмээх хоёр хэлбэрээр оршиж буй сэтгүүл зүйн өвөрмөц төрөл юм.

»

бичсэн байдаг. Түүнээс гадна тэрээр хамгийн сүүлчийн сониныг хамгийн сүүлчийн уншигч 2040 онд унших болно гэсэн таамаглал дэвшүүлсэн нь сонирхол татаж байна. Хэрэв энэ нь үнэн байвал Гутенбергийн хэвлэлийн машин өөрийнхөө 600 жилийн ойд хүрэхээс 8 жилийн өмнө нүдээ аних болно гэсэн үг юм.

Гэхдээ өөрийгөө "ард түмний дуу хоолой" гэж үздэг мэргэжлийн сэтгүүлчид энэ асуудалд тийм ч гутрангүй үзлээр хандахгүй байгаа нь ажиглагддаг. Тэд ирээдүйд эрэн сурвалжлах сэтгүүл зүй яах вэ, баримт мэдээллийг яаж шалгах вэ? гэсэн асуулт тавьдаг. Одоохондоо хувь хүний оролцооны сэтгүүл зүйн бизнес-загварыг бүтээх оролдлого хийгдэж, хэвлэн нийтлэгчид өөрсдийнхөө уншигчдаа алдахгүй байхын тулд сонин хэвлэлийнхээ цахим хувилбаруудыг өөрчилж, янз бүрийн хэлбэрээр туршиж байна.

Өнөөдөр сонины үйлдвэрлэл маш хүнд үеийг даван туулж байна. Сүүлийн хорин жилд сонины хэвлэгдэх хувь эрс буурч эхэлсэн. Залуучуудын ихэнх хэсэг нь өдөр тутмын сонин уншихаа больсон. Шударга бус, ёс зүйгүй сэтгүүлчдийн талаарх хэрүүл маргаан, шүүмжлэл олон хүнд тогтмол хэвлэл мэдээллийн найдвартай эх сурвалж биш гэсэн сэтгэгдэл төрүүлж, итгэл алдрах хандлага хүчтэй ажиглагдах боллоо.

Гэхдээ хүнд байдалд орж эхэлсэн салбаруудын нэгэн адил энэ салбар дахь доройтолд ч давуу тал байгааг судлаачид тэмдэглэж байна. Хэвлэн нийтлэгчдийн үндсэн хөрөнгө болсон олон арван жил тасралтгүй ажиллаж байгаа хэвлэлийн машинууд шинэ хөрөнгө оруулалт шаардахгүйгээр элэг-

дэж, хуучирч байна. Тэр хэмжээгээр сонинууд хэвлэлийн бүтээгдэхүүний нүүр зэрэг хамгийн удамшилт элементүүдээс салж, цаас болон будаг зэрэг бүтээгдэхүүнүүдийг хэмнэх болсон. Тиймээс хэдийгээр сонин сэтгүүлийн хэвлэгдэх хувь нь буурч байгаа боловч 2004 онд Америкийн 12 томоохон сонины дундаж орлого нь Fortune сэтгүүлийн жагсаалтад орсон 500 компанийн 21 хувийг эзэлж, тэдний дундаж үзүүлэлтээс хоёр дахин их байсан ажээ.

Өдгөө мэдээллийн магнатууд хүртэл медиахувьсгалын давуу талыг ухамсарлаж, хүлээн зөвшөөрч эхэлсэн. Руберт Мёрдок: "Мэдээллийн үйлдвэрлэл үндэслэлгүй хангалуун зан гараж байна... Сонины сайтууд харилцан ярианы орон зай болох ёстой. Тоон ертөнцийн оршин суугчид одоо сонины эрхлэгчид захиа илгээхгүй, зөвхөн Интернетэд орж өөрсдийн блогийг хөтлөх болно. Харин бид эдгээр блогчдын захидлыг хүлээж суух хүн болох ёстой"⁹ гэж тэмдэглэсэн байдаг. Тиймээс ч Мёрдок залуучуудын дунд нэлээд алдартай, нөлөө бүхий блогчдын сайт болох MySpace-ийг худалдан авсан юм.

Сонинууд өөрсдийн цахим хувилбаруудад шинэ арга барилаар хандаж, шинэ хандлагуудыг туршиж үзэх шаардлага тулгач байна. Нэгдүгээрт, нийтлэл болгон түүний агуулгыг тодорхой хэмжээгээр илэрхийлдэг, уншигчид товч мэдээлэл өгч чадахуйц ишлэлтэй байх ёстой бөгөөд үүнд редакцийн газар оцгой анхаарах шаардлагатай. Уншигч цахим хэвлэлийг уншихдаа ердийн сонин шиг нэгдүгээр нүүрнээс эхлэхгүй, харин шууд өөрт нь хэрэгтэй нүүрийг нээдэг

учраас тэднийг тухайн хэвлэлд бүхэлд нь нэвтрэх, мөн нүүр болгонд нэвтрэх арга, хэрэгслээр хангаж өгөх хэрэгтэй. Өөрөөр хэлбэл уншигчийн анхаарлыг шууд татах элемент байх ёстой. Хоёрдугаарт, нүүр болгонд байгаа материалд уншигчийг татан оролцуулахад нөлөөлөх урамшууллын аргыг олох нь чухал. Энэ бол нийтлэл болгоны рейтингийг тогтоох like, эсвэл од маягийн тусгай тэмдэгт байж болох бөгөөд идэвхтэй оролцогчид зохиогчтой яриа, мэтгэлцээн өрнүүлэх зорилгоор булан, цонх нээж өгч болно. Зарим тохиодолд янз бүрийн сөрөг үйлдлээс зайлсхийхийн тулд оролцогч бүртгүүлэх шаардлагатай гэдэг нь ойлгомжтой. Ийм боломж нэмэгдэх тусам цахим сонинууд блогийн шинжийг, блогууд сонины шинжийг агуулах болно. Энд асуудлын гол нь "иргэний сэтгүүл зүй" бий болж байгаад биш юм. Харин сэтгүүл зүй уламжлалт шинжийг алдаж эхэлснээр төр засгийн институтуудын зүгээс тавих мэргэжлийн мониторинг, хяналт зогсох боломж бүрдэж байгаад оршино. Өөрөөр хэлбэл, ардчилсан нийгэмд хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл юуны төлөө оршдогийг харуулах боломж бүрдэх болно.

Орчин үеийн медиахувьсгал бол өмнөх үеийн мэдээллийн хувьсгалын нэгэн адил бидний үгийн санд содон, шинэ нэр томьёонуудыг нэвтрүүлсээр байна. XX зууны эхэнд Manchester Guardian сонины эзэн, редактор Чарльз Скотт телевиз (television) гэдэг үгийг хагас грек, хагас латин гаралтай үг гэж ихээхэн шүүмжлэлтэй хандаж байсан бол өнөөдөр түүнээс ч содон, өвөрмөц нэр томьёо энгийн үзэгдэл болжээ. Тухайлбал,

блог гэдэг үгийг анх Merriam-Webster хэвлэлийн үйлдвэр 2004 онд оруулж ирсэн бол 2005 онд Америкийн New Oxford American Dictionary-д подкаст, дараа нь фольксономи зэрэг үгийг оруулсан жишээтэй. Ийм хандлага манай сэтгүүл зүйд ч энгийн үзэгдэл болсон. Өнөөдөр цахим хэвлэл, онлайн сэтгүүл зүй, блог, иргэний сэтгүүл зүй, кибер сэтгүүл зүй, контент, коммент г.м. нэр томьёо бидний өдөр тутмын хэрэглээ болсон нь үүний тод жишээ юм.

Ишлэл

¹ Горохов В., Гринберг Т. 2000. Интерактивная журналистика: Путь в будущее // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М., с. 80-81.

² Katz E. 1992. The End of Journalism? Notes on Watching the War // Journal of Communication. № 42(3). p. 9.

³ Ишлэлийг: Бакулев Г. П. 2010. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М., с. 159.

⁴ Землянова Л. М. 1999. Пресс-бизнес в условиях развития кибержурнализма // Вестник МГУ. Серия "Журналистика". №3, с. 71.

⁵ Вартамова Е. Л. 2000. Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М., с. 40.

⁶ Егоров В. 1999. Телевидение между прошлым и будущим. М., с. 360.

⁷ Землянова Л. М. 2000. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков // От книги до Интернета..., с. 64-65.

⁸ 2006. Economist. April 20.

⁹ Цит. по книге: Бакулев Г. П. 2010. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М., с. 163.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Бакулев Г. П. 2010. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М.

2. Горохов В. И. и др. 2000. От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М.

3. Егоров В. 1999. Телевидение между прошлым и будущим. М.

4. Касьянов В. В. 2010. Социология массовой коммуникации. М.

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

6. Черных А. А. 2004. Мир современных медиа. М.

7. Болд-Эрдэнэ Б. 2010. Интернет сэтгүүл зүй. УБ.

8. Зулькафил М. 2007. Орчин үеийн сэтгүүл зүй. УБ.

9. Зулькафил М. 2010. Монголын олон нийтийн мэдээлэл: нэг үзэл суртлаас олон ургальч үзэл хүртэл. УБ.

10. Зулькафил М. 2012. Сэтгүүл зүйн онолын зарим асуудал (IV дэвтэр).

11. Katz E. 1992. The End of Journalism? Notes on Watching the War // Journal of Communication. № 42(3).

12. Economist. 2006. April 20.

Summary

This article analyzes the impact of rapidly developing information technology on the activities of traditional journalism. The article explains the interactive, immediate, and participatory nature of journalism which has developed as a result of new information technology, and discusses the emergence of such journalism in Mongolia.