

НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЭЛ ХАРИЛЦААНЫ "ХУВЬСЛЫН ОНОЛ"

Б.Болд-Эрдэнэ*

* МУИС, НШУС-ийн Сургалтын албаны дарга, доктор (Ph.D.), дэд профессор

Түлхүүр үг: мэдээлэгч, мэдээлэл, хэрэгсэл, хэрэглэгч, үр нөлөө

Нийгмийн оршин тогтнохуй, хөгжил өөрчлөлт, зөрчлийн уг үндэс, мөн чанарыг нэгдүгээрт: хүнээс, хоёрдугаарт: нийгмийн дэг журам, эрэмбэ, үзэл сэтгэлгээнээс, гуравдугаарт: харилцаа, соёл, итгэл үнэмшлээс эрэлхийлэх нь ончтой бөгөөд харьцангуй зөв үнэлэлт дүгнэлттэй болох хандлага юм.

Гэхдээ сэтгүүл зүй хэмээх олон нийтэд цаг үеийн мэдээллийг (соёл, харилцаа, итгэл үнэмшил мэдээлэлдээ багтана) түгээдэг хэрэгслийн (сонин хэвлэл, радио, телевиз г. м.) үр нөлөөг судалдаг миний хувьд дээр өгүүлсэн нийгмийн мөн чанарын гурав дахь нь илүү анхаарах ёстой, ач холбогдолтой хүрээ асуудал болой.

Мэдээж, хүний тухай өгүүлэхгүйгээр бас болохгүй. Ер харилцаа ба хүн хоорондын бие биеэ нөхөн тодорхойлох зайлшгүй учир холбогдлын тухай олон үзэл тайлбар байдаг нь ч санаандгүй хэрэг бус. Хүний сэтгэж буйгаа ухамсарладаг оюуны чанар, төгс бусаа мэддэг ч мөнхийн, туйлын бүхнийг нэгтгэгч байхыг хүсдэг тэмүүлэл, өөрийгөө таньж ойлгохуйн эрэлхийлэл зэрэг нь харилцаа байхуйн, нийгэм олон нийтэд нөлөөлөхуйн үндэс мөн

билээ. Өөрөөр хэлбэл, хүний харилцааны ертөнц нь зөвхөн хүнд байдаг хэл, сэтгэхүй, нийгэмч зөн сэтгэлгээтэй холбоотой гэсэн үг. Тиймээс хүн харилцаа үгүйгээр хэн ч биш байх төдийгүй, өнөөгийн соёл иргэншил, хөгжил дэвшил ч гэж үгүй байх сан билээ. Хэл яриа л гэхэд ерөнхий утгаар нь дүгнэх юм бол хүнийг байгалиас хараат, орон зай, цаг хугацаанд хүлэгдэгч, өчүүхэн дорой адгуус байх "нүгэл зовлонгоос гэтэлгэсэн" агуу хүчин билээ. Хэл яриа хүний төсөөлөл, сүсэг бишрэлийн "ухаан"-ыг тэжээж, мэдлэг чадварыг үеэс үед илүү боловсронгуй болгон уламжлуулан үлдээсэн гол "хэрэгсэл" гэдэг. Цаашилбал хэл ярианы тэмдэгт – бичиг үсэг үүссэнээр улс аймаг төрөн бэхжиж, худалдаа арилжаа өргөжин, соёл, утга зохиол хөгжиж цэцэглэсэн түүхтэй. Энэ бүхнийг тоймлон нуршихын учир нь тэр бүхэнд хүний нийгмийн харилцаа оршин байж, зайлшгүй чанар болж ирсэнд оршино.

Ийнхүү хүн гэгч өөрийн "ертөнц" болох нийгмийг бүтээсэн хэрэг. Нийгэм нь оюун ухаант хүний бүтээл учир өөрийн дэг журам (хууль, зарлиг, өршөөл, шийтгэл), эрэмбэ (удирдагч, дагагсад), үзэл сэтгэлгээг (ертөнцийг үзэх үзэл, шашин) бий болгон, цаг үе, нөхцөл байдалдаа зохицуулан, басхүү

аюул мөхөл, сэргэлт өөрчлөлтийг тээж ирсэн хэрэг. Энэ бүхэнд ч харилцаа улам бүр өргөжин гүнзгийрч, олон талт болон, хүнийг ч тэр, түүний бүтээл нийгмийг ч тэр эрхшээн эзэгнэх болсон. Тэгээд ч "Хүн нийгмийн эзэн үү?", "Нийгэм хүний эзэн үү?" гэдэг асуулт үүдсэн байх. Маргаан эргэлзээн нийгмийн нууц нь ч "харилцаа" хэмээх нэг бодлын холбогч "гүүр" нь ч юм шиг, нөгөө бодлын аль алиных нь "зайлшгүй" чанар ч болох эрхшээгч хүчинд байгаа юм. Тэгээд ч харилцаа нь хүй нэгдэл, анхдагч нийгмийн үеийн энгийн аман хэлбэрээс өнөөгийн тоон, даяар сүлжээний технологийг эзэмших хүртлээ хүн болоод нийгмийн өөрчлөлт хувьслыг тээж, басхүү тэрхүү өөрчлөлт хувьслын ч гол шалтгаан, хөдөлгүүр нь болж байсан юм. Тиймээс ч харилцааны тухай олон мянган ном бүтээл, эш онол гарч, нийгэм, хүмүүнлигийн бүхий л салбарын анхаарал, тайлбарын төвд орших болов. Гэхдээ харилцааны онол сэтгэлгээний томоохон төлөөлөгч Харолд Лассуэл нийгэмч чанар, соёл, уламжлалын талаас харилцааны үүргийг "Хэн-юуны тухай-ямар хэрэгслээр-хэнд-ямар зорилгоор"¹ гэсэн загварт тулгуурлан тодорхойлсон нь энгийн боловч чухал үндэслэлийн эхлэлийг тавьсан юм. Энд "хэн" гэдэгт мэдээлэгч буюу харилцааны чиглэл хандлага, үр нөлөөний асуудлыг, "юу" гэдэгт агуулга мэдээллийн үүрэг, шинж чанарыг, "хэрэгсэл" гэдэгт арга хэлбэр, түүний хэрэглээний орчныг, "хэнд" гэдэгт мэдээлэл хүртэгч, хэрэглэгчийн байр суурийг, "зорилго" гэдэгт үр нөлөө, эргэх холбоог авч үзсэн байгаа юм.

Харин энэхүү өгүүлэлд нийгмийн хөгжил өөрчлөлт болон харилцааны шалтгаант холбоог дээр томъёолсон загварын жишгээр тодорхойлохыг

зорилоо. Үнэхээр ч харилцааны хүчин зүйлсийн үүрэг нөлөөний өсөлт, бууралт нийгмийн (соёл иргэншил, дэг журам, хэм хэмжээний) өөрчлөлт хөгжлөөр тодорхойлогдож ирсэн нь маргашгүй юм. Тэгээд ч "...байгалийн ч бай, нийгмийн ч бай аливаа биетийн хөгжил нь нэг талаар түүний салбар хэсэг бүрийн бие даасан үүрэг улам гүнзгийрч байгаагаар, нөгөө талаар тэдгээрийн хоорондын харилцан уялдаа нэгдэл улам батжиж байгаагаар илэрдэг"² зүй тогтлыг баримжаалсан хэрэг.

Анхны соёл иргэншил, үндэстэн бүрэлдэх үеийн нийгмийн харилцаа нь "мэдээлэгч"-ийн ноёрхол, шууд нөлөөний эрин байсан юм. Байгаль ертөнцийн мөн чанарыг таних, ахуй амьдралдаа нэгтгэн ойлгох гэсэн сүсэг бишрэл, бөөгийн зан үйлийн харилцааны бүхий л утга учир, зорилго, үр нөлөө мэдээлэгчээс "хараат" байсан хэрэг. Мэдээлэгчийн зан үйл, байр суурь, үүрэг нь ч дээд тэнгэр, байгаль ертөнцийн чанад нууцад нэвтрэх, аюул зовлонгоос гэтэлгэх, хүнс хоол, ирэх ялалтыг дуудах үйл, зорилгод оршиж, нийгэм олонд итгэл үнэмшил дагуулж байв. Энэ цаг үед сүсэг бишрэл, домог яриа, бөө мөргөл нь нийгмийн оюун санаа, орь хүслийг төлөвшүүлэгч гол харилцааны жишээ байсан нь гарцаагүй ба тэр ч үүрэг, чанараараа хувцас эдлэлээс амьдралын хэв маягт хүртэл нөлөөлж байсан хэрэг. Энэ тухай ч Ж.Ж.Фрэйзер бүр 1922 онд хүн төрөлхтний оюун ухаан, сэтгэлгээний хөгжлийн талаас нэгтгэн "...бүхий л цаг үед бүхий л ард түмэнд хүний үндсэн хэрэгцээнүүд мөн чанартаа ялгагдаггүй... хүний сэтгэлгээний давших хөдөлгөөн ерөнхий бүхэл шинжтэйнхээ хувьд илбэ домоос шашнаар дамжин

шинжлэх ухаан руу чиглэх байдлаар явагджээ”³ хэмээн тэмдэглэсэн нь бий. Өөрөөр хэлбэл, нийгмийн дэг журам, хэм хэмжээ (удирдагчийн үүрэг, зарлиг, эрх мэдэл) хүний ертөнцийг үзэх үзэл зэрэгт аман харилцааны ноёлох утга мэдээллийг бөө, номлогч, ахмад туршлагатай нэгэн тодорхойлж байлаа гэсэн үг. Энэ үе нь ч мэдээлэгчийн хувьд үр нөлөө, оролцоо талаасаа хамгийн хүчтэй байсны жишээ үлгэр домог, аман зохиолоос элбэг олдох болно.

Монгол орон, монголчуудын нийгэм нь аман зохиол, утга соёлын арвин сантай баялаг, уламжлалт хийгээд өдгөө хүртэл бусдын яриаг мэдээллийн эх сурвалж болгодог хандлага амь бөхтэй байгаа билээ. Тиймээс нэг бодлын өнөөгийн Монголын сэтгүүл зүйд мэдээлэгчийн буюу сэтгүүлчийн ур чадвар, нэр хүнд нь хэрэгсэл, агуулгаасаа чухал үнэтэй анхаарагдах асуудал болоод байна. Нөгөө талаас ярилцлага давамгайлсан буюу мэдлэг ухаантай, олны танил, итгэл хүндэтгэл хүлээсэн “мэдээлэгч-хүн”-ий дээдзллийн сэтгүүл зүйн чиг хандлага ноёрхож байгаа юм. Тиймээс манай ихэнх телевизийн нэвтрүүлгийн цаг, орон зайг ярицлага эзэлж (40-60 хувь)⁴ байгаа бөгөөд тэдгээрийн дийлэнхийг цөөн тооны улс төрч, бизнесмен, олны танил хүн эзэлж буй нь дээрх дүгнэлтийн бас нэг нотолгоо юм.

Өөрөөр хэлбэл Монголын нийгэм нь уламжлал, нүүдэлчдийн соёлын өв нөлөөгөөр хүн төрөлхтний эхэн үеийн мэдээлэгч, номлогч, илтгэгчдийн

ноёрхлын харилцааг тээсээр гэсэн үг. Энэ нь ч яриа, хэлэлцүүлэг, мэдэгдэл, тайлбараар дүүрсэн телевиз, радио, сонины агуулгын шалтгаан болой.

Харин “мэдээлэл”-ийн ноёрхлын харилцааны эрин үеийг Өрнө дахины аж үйлдвэржилтийн эхэн үеэс тоолж болохоор байгаа юм. Энэ нь бичгийн соёл, тэр дундаа сонины хүчирхэгжилээр эхэлсэн хэрэг. Олон нийтийн

хямд хэвлэл (бийн ний нэрлэдгээр “шар” сонин) нийгмийн харилцаанд томоохон байр суурь эзэлж, тэр утгаараа тэргүүлэг бизнес, ашиг орлогын “эзэн” болж байлаа. Цаг үеийн сонин хачин, дуулиан шуугианыг энгийн бичлэг, агуулгад нэгтгэн арил

«

Монголын нийгэм нь уламжлал, нүүдэлчдийн соёлын өв нөлөөгөөр хүн төрөлхтний эхэн үеийн мэдээлэгч, номлогч, илтгэгчдийн ноёрхлын харилцааг тээсээр байна гэсэн үг. Энэ нь ч яриа, хэлэлцүүлэг, мэдэгдэл, тайлбараар дүүрсэн телевиз, радио, сонины агуулгын шалтгаан болой.

»

жаалах болсон нь хотжилт, олон нийтийн соёл, хэрэглээний зан сэтгэлгээний түрэлт өсөлттэй шууд холбоотой. Их хотын олон түмний дунд буй ганцаардсан хүний адилсах, дагандууриах нийгэмч чанар ба машин үйлдвэрлэлийн бодит үр дагавар болсон бөөний үйлдвэрлэл хэрэглээний өсөлт зэрэг нь туйлын төгс, бүхний нэгтгэгч номлогч, тайлбарлагчийн (мэдээлэгчийн) нөлөөг үгүйсгэх хэрэг. Тийнхүү “одоо, энд” гэсэн үндэслэл, эрэлт, үнэ цэнийн шалгуураа хэрэглээний зан сэтгэлгээнд нийцэх (даган дууриах, адилсах) мэдээлэл агуулгыг эрэлхийлэх болсон хэрэг. Өөрөөр хэлбэл, бүхнийг арилжаа хэрэглээний болгох нь мэдээллийн зорилго болсон гэсэн үг. Тийм мэдээлэл нь ч дуулиан шуугиан, сонин

хачин, хов жив байсан гэдэг. Гэхдээ өргөн утгаар нь үзвэл ном бичиг, үргэлжилсэн үгийн зохиол, шашны номлол нь нийгмийн амьдралын хэм хэмжээ, дэг журмыг зохицуулж ирснийг тэмдэглэх хэрэгтэй. Парламентийн бүгд найрамдах засаглал либерал үзэл суртлын түгэлт, түрэлт нь ч хууль хэмээх "мэдээлэл"-ийн эрх мэдлийг өргөжүүлэн бататгах зорилгод бүрэн үйлчилж байв. Ийнхүү нийгэм, улс төр, мэдээллийн бүхий л хүрээ, орчинд "мэдээлэл" бүхнийг тодотгогч эрхшээгч хүч болов. Хүмүүс сонин, ном, роман уншиж, зохиолч яруу найрагчид нийгмийн харилцааны "од, олны алдартан" болж, улс төрийн тогтолцоо байгууламжийг өөрчлөх үзэл номлол түгэн бүр бодит үйл хэрэг болон өргөжиж, хууль журам, стандарт, тоо баримт эдийн засаг, санхүүгийн амьдралын гол хөдөлгүүр, хүчин зүйлд үнэлэгдэж эхлэв.

Бичиг үсэг бүх нийтээр сурах, мэдэх эрэлт шаардлага ч өсөн, машинт үйлдвэрлэлийн эрин үеийн улс төр, эдийн засаг, санхүүгийн байгууламжийн эх үндэс болсон нь мэдээллийг дээдлэх нийгмийн харилцааг төлөвшүүлжээ. Үнэхээр ч нийгмийн харилцааг мэдээлэгч буюу хүн тодорхойлох бус, харин мэдээлэл хэмээх зөвшилцөл, зохицол гээд ямар нэг зарчмыг тээгч, нэгтгэн эмхлэх байр суурь нөлөө бүхий "эрхшээгч"-ийн зиндаанд хүрсэн нь үндэсний үйлдвэрлэл, стандарт, төмөр замын сүлжээ, улс төрийн сонгууль, хууль дээдлэх зарчмаас үүдэлтэй үйл явц билээ.

Ийнхүү сонинд дуулиан шуугианаас гадна задлан шинжилгээний нийтлэл өгүүлэл, сэтгүүлд түүхэн, шинжлэх ухааны тайлбар нийтлэгдэх болж "сонгодог хэвлэл" гэсэн урсгал чиглэл бий болсон юм. Энэ нь дээр өгүүлсэн

мэдээллийн ноёрхол, эрхшээл бүхий харилцааны ул мөр, нөлөө байв. Зохиолчид, нийгэм-улс төрийн зүтгэлтнүүд ч олноор сонин хэвлэлд ажиллах, нийтлэл бүтээлээ хэвлүүлэх болж, сэтгүүл зүйн дээд загвар, эрхэмлэлийг тоймч, эсээчдээр төлөөлүүлэх хандлага төлөвшлөө. Ийм цаг үе ч Монголын сэтгүүл зүйд саяхныг болтол бодит оршиж, ХХ зууны томоохон эрдэмтэн, зохиолчид гол төлөөлөл болж байсан юм. Д.Нацагдорж, С.Буян-нэмэх, Ц.Дамдинсүрэн, Б.Ринченгээс эхлээд өнөөгийн Л.Түдэв, Т.Баасансүрэн хүртэл "зохиолч-сэтгүүлчдийн үе" үргэлжилсээр буйн жишээ ч "мэдээлэл" буюу бичгийн соёл давамгайлж байсны бодит нотолгоо мөн. Тэр бүү хэл телевиз, радиод ч зохиолч, яруу найрагчид нэгэн бүтэн үеийг төлөөлж, тэрхүү чанараараа "яруу найраг"-ийн хэл найруулга, утга уянгын төлөв хандлагыг төлөвшүүлж ирсэн нь өнөө хүртэл хадгалагдсаар буй билээ. Тиймээс ч Монголын өнөөгийн сэтгүүл зүйг харилцааны талаас аман болоод бичгийн буюу мэдээлэгч ба мэдээллийн нөлөө, эрхшээлийн шинж чанар бүхий онцлогтой хэмээн тодорхойлж болно. Энэхүү онцлог нь реклам сурталчилгаа, пиар (PR), кино жүжиг, олон нийтийн харилцаа (mass communication) гээд бүхий л хүрээнд ноёрхон байгааг нэмж тэмдэглэмээр байна. Тодруулбаас хошин шог зохиомжит реклам, жүжигчин-хөтлөгчийн нэвтрүүлэг, яриа өгүүлэмж зонхилсон телевизийн олон ангит кино (бараг пиар), төлбөрт лекц, уран илтгэл гээд аман харилцаа, мэдээлэгчийн ур чадварт тулгуурласан утга уянгын мэдээлэл хүч түрэн байгаагийн учир шалтгаан нь өнөөгийн бидний "мэдээлэгч-мэдээллийн" давамгай нийгмийн оюун санаа зонхилж байгаагаар тайлбарлагдана.

Нийгмийн харилцааны хөгжлийн гурав дахь үеийг хэрэгслийн нөлөө, ноёрхлын үе хэмээж болох ба ХХ зууны 30-аад оноос радио сэтгүүл зүйн түүхээс эхэлнэ. Ийнхүү томьёолохын учир нь нийгмийн харилцаа нь хэрэгслийн нөлөө, шинж чанараас бүрэн хамаарал бүхий орчин болон өөрчлөгдсөнд оршино. Үүнийг ч орчин үеийн сэтгүүл зүйг "телевиз төвт Интернетийн орчин" хэмээн тодорхойлсноор эш болгон тайлбарлаж болно. Өнөөгийн сансрын болон тоон технологийн телевизийн нөлөө байр суурь төдийгүй, түүний хамрах хүрээ, хурд, агуулга тэмдэгтийн боломж багтаамж нь урьд өмнө байгаагүй (бараг мөрөөдөж ч байгаагүй) түвшинд хүрч, мэдээллийн бусад хэрэгслийг нэгтгэх, чиг хандлага зорилгыг нь тодорхойлох болсон нь энэ цагийн үнэн. Телевизийн хүний далд ухамсар, сэтгэл зүй догдлол мэдрэмжид нөлөөлдөг, мэдээлэл агуулгаа дүр бэлгэдэл, дүрслэлээр үзүүлдэг, олон нийтийн даган дууриах, түүний төлөөлөл байх эрмэлзэл сонирхлыг хөхиүлэн дэмждэг зэрэг онцлог аж үйлдвэржилтийн дараах үеийн хэрэглээ, материаллаг баялгийг дээдлэгч нийгмийн харилцааны зонхилогч хэрэгсэл болсны шалтгаан болой. Гэхдээ телевизжилтийн гол шалтгаан нь нэг талаас үндэстэн дамнасан үйлдвэрлэгчдийн даяар зах хэрэглээний орчин хүрээг төлөвшүүлэх зорилго, нөгөө талаас банк санхүүгийн тогтолцооны ноёрхол нөлөөгөөр буй болсон хэт бэлгэдэл, зээл, мөнгөний нийлүүлэлтийн эдийн засгийг дэг журмыг хадгалах эрх ашигт байгаа юм. Ийнхүү шууд дүгнэхийн үндэслэл ч бодитой байна. Юуны өмнө тоон телевиз, Интернет, даяар сүлжээний "хаа сайгүй, эгшин зуурын" мэдээллийг түгээх боломж нөхцөл нь олон нийтийн

болон хүн хоорондын харилцааны "хил зааг"-ийг бүдэгрүүлж, шууд хэрэглээ, арилжааг бодит хэрэг болгон, түүгээрээ материаллаг бус эрэлт үнэлэмжийг нэмэгдүүлэх болсон юм.

Тиймээс "брэндчилэл", хэт бэлгэдэл-санхүүгийн эдийн засаг, даяар олон нийтийн нийгэм гэсэн ойлголтууд бий болж, тэрхүү нийгэм хүний мөн чанарын өөрчлөлтийг чиглүүлэгч, төлөвшүүлэгч үүргийг мэдээллийн хэрэгсэл тээж байна. Телевизээр дамжин Интернет даяар сүлжээний орчинд хүмүүс худалдаа арилжаа, банк санхүүгийн үйлчилгээ, захиалга, шууд хэрэглээний олон янзын үйлчилгээг авч, материаллаг баялгаас илүү үнэлэмж, бэлгэдэл, төсөөлөл бүхнийг эрхшээж, тэр хүрээ утгаараа хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн түвшин, эдийн засаг, цаашилбал нийгмийн мөн чанарыг "ээрхэгч" болтлоо өөрчлөгдсөн хэрэг.

Энд онцлон буй хэрэглээг дээдлэх, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжид тулгуурлах гэсэн ойлголт нь шууд хэрэгслийн (ITV, IPAD, IPHONE) нөлөө, эрхшээл дор сая бодит зүйл болдог нийгэм-эдийн засгийн хэв маяг болой. Өөрөөр хэлбэл хэрэгслийн агуулга мэдээллийн үнэ цэн нь уламжлалт нийгмийнх шиг дэг журам, хэм хэмжээний түвшинд бус, харин хэрэглээний байхад оршиж, мэдээлэгчийн байр суурь нь хэрэгслийн шинэ чанар, нөлөөнд автагдах болсон гэсэн үг. Тэгээд ч хэрэгслийн технологи, хэрэглээний хөгжил нь эгшин зуур, хаа сайгүй, шууд сонголт хайлтын эрэлт зорилгод илүү үйлчлэх болсноор хүн хоорондын, төрөлх харилцааны орчныг бий болгоход чиглэж байна. Энэ нь хүний мөн чанар, нийгмийн орь хүсэлд хэрэгслийн нөлөө бодитой бөгөөд баттай байр суурь

эээлсэн төдийгүй, хэтрүүлэн дүгнэвэл төсөөлөл бэлгэдлийн "хүн-нийгэм"-ийг бүтээсэн гэсэн үг. Энэхүү хэрэгслийн буй болгосон "хүн-нийгэм" бидний хэн байхыг, юуг дээдлэхийг, хэрхэн аж төрөхийг зааж, үндэстэн дамнасан "даяар үнэлэмж"-ийн бэлгэдэл бүхий хэрэглээний, материаллаг бус баялгийн орь хүсэл, түүний жишиг, шүтээн болох "соёл"-ыг арилжаалж байна. Эртний нийгмийн зан үйл, сүсэг бишрэл болоод аж үйлдвэржилтийн эрин үеийн шашин, төгс эрхэмлэлийн номлол өдгөө материаллаг баялгийн үнэлэмж, сэтгэл ханамжид нэвчин идээшжээ. Хүн гэгч эрт үедээ байгаль ертөнцөд, дараа нь далд итгэл үнэмшил, бурханд, харин өнөөдөр бол хэрэгслийн "хүч нөлөө"-нд бүхнээ даатгах болж, хэдий чинээ төгс, мөнхийн, туйлын бүхнийг хүснэ, төдий чинээ улам бүр өчүүхэн, хоосон, зуурдын болохоо ухаарч байгаа болно. Хүн мэдээллийн технологи, хэрэгслийн нөөц боломжийг улам бүр боловсронгуй, төгс болгох тусмаа төдийчнээ түүнийхээ эрхшээл нөлөөнд автах болсон нь энэ үеийн бодит байдал мөн.

Тийнхүү тоон технологи, квант чип, ухаалаг дэлгэцийн хэрэгслийн ноёрхлын үе ид цэцэглэж буй өнөө үед хөгжлийн дараагийн шат болох хэрэглэгчийн нөлөө ноёрхлын нийгмийн эхлэл тодорч эхлэв. Үүний энгийн жишээнд блог хөтлөгчид, сүлжээний гэрээт ажиллагсад (outsourcing), нийгмийн сүлжээний түгэлт зэргийг нэрлэж болно. Түүнчлэн Интернет телевизийн интерактив чанар (эргэх холбоот, сонголт, хайлтын), дүр, үйл явдлын сонголтоор зохиомж агуулгаа өөрчилдөг кино, реклам сурталчилгаа, цахим тоглоомын хүний биеийн хөдөлгөөн, хариугаар харьцдаг болсон шинэ үе (XBOX-төхөөрөмж) зэрэг нь

ирээдүйн сэтгүүл зүйд хэрэглэгч, үзэгч, уншигчийн шууд оролцоо, хэрэглээ зонхилох хүчин зүйл болж байгааг харуулж байна. Өөрөөр хэлбэл нийгмийн мэдээллийн хэтийн дүр зураг нь хэрэглэгчдийн эрэлт хэрэгцээ, сонголтын төдийгүй, түүний хүсч, бодож, итгэж буй агуулга хэлбэрийн "хайлт-хариу"-гаар тодорхойлогдох болно гэсэн үг. Мэдээллийн хэрэгсэл, технологи ч тэр, үйлдвэрлэл түгээлт ч тэр дээр өгүүлсэн хэрэглэгчийн шууд эрхшээл, сонголтоор "хариу өгдөг" харилцаа, боломжийг бий болгоход чиглэх болно. Тэгээд ч өнөөгийн мэдээллийн технологид "on demand" хэмээн томъёолж буй чиглэлийн судалгаа туршилт, бүтээгдэхүүн эрчээ аван хөгжиж байна. Энэ технологийн хөгжлийн үрээр ч "даяар сүлжээний бодгалчлал" буюу хэрэглэгчийн хайлт, сонголтод шууд хариу үзүүлдэг дэг, хэмнэл бүхий нийгмийн харилцаа ноёрхох болно. Мэдээж энэхүү өөрчлөлт эдийн засаг, улс төр, соёл, оюун санааны хүрээнд шинэ хандлага, үнэлэмж, эрэлт хэрэглээг бий болгох нь ойлгомжтой.

Ю уны өмнө хүмүүсийн амьдралд технологийн хөгжлөөс үүдсэн хэрэглээний үнэлэмж, эрэлт хэрэгцээ өсч, банк санхүүгийн тогтолцооны байр суурь, эрх мэдэл нь үйлдвэрлэл, борлуулалт, түгээлт, хөрөнгө оруулалт гээд бүгдийг нэгтгэсэн болоод хувь хүний сонголт захиалгыг чиглүүлэгч ончтой удирдлага, нөлөөллийн түвшинд хүрнэ. Ийнхүү хэрэглээний ахуй хэв маяг нь бүхэлдээ орон зай, цаг хугацааны төдийгүй, сэтгэл зүйн ханамж, зан сэтгэлгээний нэгдмэл цогц тогтолцоо болно.

Бие хүний дотоод ертөнц, мөн чанар ч хэдий чинээ "сонголт, хайлтын"

харилцаа нийгмийн дэг, хэм хэмжээний эрхшээлд байна, төдий чинээ бодит бус, сэтгэл ханамжид дулдуйдсан хэрэглээний дарамт нөлөөнд автана. Энэ нь ч мэдээллийн хэрэгслийн хувьд агуулга, тэмдэгт хэрэглээний өргөн цар хүрээ, нөлөөллийн утга учир шалтгаан байх болно. Энгийнээр томьёолбол эдийн засаг, санхүүгийн хэт өсөлт, эрэлтийн тулгуур хүч нь мэдээллийн хэрэгслийн нөлөө байх ба гэхдээ энэ нь өнөөгийнх шиг агуулгынх бус, харин хэрэглэгчдийн "хайлт-хариу"-ны үр нөлөө, хуримтлалын үр дагавар байх болно. Нийгмийн ухамсар сэтгэлгээнд ч "даяаршил", "дэлхийчлэл" хэмээх ойлголтоос татгалзах, үгүйсгэх хандлага эрчимжиж, илүү "хувь бодгал"-ийн эрхэмлэл, дээдлэл ноёрхоно. Гэхдээ энэхүү ноёрхол нь жинхэнэ, бодит хувь бодгалийн биш, цаад мөн чанараараа даяар хэрэглээ, бэлгэдлийн санхүү зээл, материаллаг баялгийн үнэлэмжийг эрэлхийлэгч, эдийн засгийн нийгмийн харилцааны хэрэглэгчдийн "нийгэмлэг"-ийн сонголт, хайлтын эрхшээл байх болно.

Мэдээллийн хэрэгслийн технологи, агуулгын үйлдвэрлэл бизнесийн нэгдэлшил болоод хөгжил ч даяаршсан хэрэглээний нийгмийн аргагүйдсэн, ганцаардсан хувь хүний хуурмаг бие даасан байдлын эрэлт хайлтад үйлчлэх зорилгод оршино. Энд хэрэглэгч өөрөө сонгож, хийж буй мэт боловч тэрхүү эрэлт хүсэмжлэл нь нэг талаас даяаршин, хавтгайжсан хэрэглээний нийгмийн зайлшгүй болон нөгөө талаас "нэгдмэл, ухаалаг технологи"-ийн удирдлагын тогтолцооны шахалт хүчирхийлэл дор бодит үйл хэрэг байх болно. Гэхдээ үүнийг үгүйсгэж, гутранги үзэл сэтгэлгээгээр дүгнэж болохгүй бөгөөд угаас хүн төрөлхтний буй

болгож бүтээсэн жам ёсны соёл, дэг журам, хэм хэмжээ хэмээн ойлговоос зохилтой. Хүний бүтээж, итгэж, эрхэмлэж, эцэст нь түүнийхээ хараат, эрхшээлд автагдсан бүхэн төгс, туйлын байх орь хүсэл, хэмжээлшгүй их хүсэл шаардлага, тэдгээрийг ухаарч ойлгох ухамсарт байсан, байсаар ч байх болно. Хүн хүслээ гүйцээх бүр улам хүсэгч болж, басхүү хоосрох ганцаардаж буйгаа илүү мэдрэх тусам хайж эрэлхийлж, тэр чинээгээрээ өөрөө өөрийнхөө дутагдал, дутуугийнхаа эрхшээлд эзлэгдэнэ. Энэ бол хэрэглэгчийн ноёрхол, давамгайллын үеийн нийгмийн харилцааны хүний мөн чанарын гол дүр зураг болой. Энгийнээр хэлбэр шүтэж бус, шүтүүлж амьдрах гэсэн мөнхийн хүслийнхээ оройд нь гарсан хүн тэрхүү оргилд ямар ч сэтгэл татам зүйлгүйг ухаарч цор ганцаар үлдсэнээ ойлгох болно. Тэр хүн бүхий олноор нэгэн зүйл баярлан бахдаж, хөөрөн догдолой байсан хэрэгслийн ноёрхлын нийгмийн харилцааны үеийнхэнд атаарха болно. Гэхдээ тэр бүхнийг далд нууцлагдмал нэгтгэн ивээгч харилцаа (ОНМХ үүнд багтана) хэмээх агуу эзэн бүхнийг (мэдээлэгч-мэдээлэл-хэрэгсэл, хэрэглэгч-үр нөлөө) нэгтгэж буйг мэдэхгүй байгаа нь нэг талаас төөрөгдөл ч нөгөө талаас баяр баясгалан, итгэл найдвар нь байх болно.

Хэрэглэгчийн нийгмийн харилцааны хүн тэр бүхнийг оюун ухаан, танин мэдэхүйгээр бус, харин догдлол, мэдрэмж, төсөөллөөр илүү ухаарах нь дамжиггүй. Тэгээд ч энэ үеийн харилцаа бүхий л утга чанараараа сэтгэл, далд ухамсар, догдлолынх байх болно. Нийгмийн дэг журам, хэм хэмжээнд ч оюун ухаан, эрүүл дүгнэлт, шинжлэх ухаанч чанар бус, харин сэтгэл догдлол, төсөөлөл, зөн мэдрэмж

тэргүүлэх байр суурь, нөлөөтэй болон өөрчлөгдөнө. Өөрөөр хэлбэл, шашинт шинжлэх ухаан, эсвэл шинжлэх ухааны шашин нийгмийн орь хүслийг тодорхойлох цаг ирнэ.

Сэтгүүл зүйн хөгжил дэвшлийн утга чанараар дүгнэвэл мэдээллийн эрэлт, хэрэглээ нь хэрэглэгчийн хайлт хүсэлтийн шууд, төгс хэрэглээнд нийцсэн эрэмбэлэл, тэгэхдээ бүрэн дүүрэн, цогц эрэмбэлэлийг бий болгосноор тодорхойлогдоно. Өнөөгийн шуурхай олон нийтийн санаа бодолд тулгуурлах, тэдний анхаарал сонирхолд үйлчлэх зэрэг мэдээллийн үйлдвэрлэл, түгээлтийн үйл зорилгын зарчим үндсээрээ шинэчлэгдэж, эгшин зуур эрэлтэд нийцсэн эрэмбэлэлийг хэрэглэгчийн хүсэлт хайлтын хариу болгон илгээх, дамжуулах, басхүү нэгтгэн байршуулахад орших болно. Энэхүү мэдээллийн нийгэм, харилцааны дэг, хэм хэмжээний эхлэл ч өнөө бодитой байгааг олон судлаач, нийтлэлч, мэргэжилтнүүд онцолж, тэр ч хүрээ нөлөөгөөр хавтгай дэлхий, даяарчлал, инновац, сүлжээний нийгэмлэг, хэт хэрэглээний соёл гэсэн ойлголт хүч түрэн, өсөн нэмэгдсээр байгаа билээ. Тэгэхлээр мэдээлэл ба эх сурвалжийн харьцаа, бодит байдлын шалгуур үнэлэмжийн хил зааг улам бүр бүдгэрч, хэрэглээ сонголтын давтамж, тоо хэмжээний “үнэ цэн” өсч, сан, архивын ач холбогдол нэмэгдэх нь тодорхой. Ийнхүү үйл явдал, баримт асуудлыг сурвалжилдаг, эх сурвалжийг үндэслэн мэдээллийг “бүтээдэг”, сэтгүүлчийн бус, харин мэдээллийн сан нөөцийг бүрдүүлэгч, эрэмбэлэгч, ангилагч үүрэг ажил бүхий мэргэжилтний (mediaman) эрин төлөвшиж байна. Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны мэдээллийн тохиолдлын, өөр хоорондоо холбоогүй, цогц бус, цаг үеийн

болоод орон зайн үндэслэл шалтгаанаар нэгтгэгддэг шинж чанарт ч өөрчлөлт гаран, нэгдмэл, уялдаат, зайлшгүй гэсэн өгөгдөл, эрэлтийн (хэрэглэгчийн хайлт, хүсэлт, давтамж) эрэмбэлэл бүхнийг “заан чиглүүлнэ”. Кино, нэвтрүүлэг, мэдээ, тайлбар, тэр бүү хэл хөгжим, спортод ч хэрэглэгчийн сонголт хайлтаар “эрэмбэлэгдэх” үнэ цэн, хэрэглээний эрэлт гол хүчин зүйл болж, орон зай, цаг хугацаанаас гадна “хайлтын үр дүн” гэх цоо шинэ хэмжүүр, бүтэц чухал нөлөө бүхий “хөдөлгүүр” болно.

Харин нийгмийн харилцааны цоо шинэ ирээдүй болох үр нөлөөний ноёрхол эрхшээлийн үед өдгөө дөнгөж “эхлэл, өнгө төрх” нь тодорч буй мэдээллийн орон зай, хэрэглээ дахин шинэчлэгдэх болно. Энгийнээр томъёолбол хэрэглэгчийн эрэлт сонирхол, сонголт хайлтын зорилго, үр дүнг урьдчилан тодорхойлж (өөрөөр хэлбэл ямар мэдээлэл хэрэгтэйг нь заах, санал болгох), түүндээ нийцсэн мэдээллийг эмхлэн эрэмбэлж, дамжуулах үйл зарчмаар ажиллана гэсэн үг. Хэрэглэгч өөрийн хэрэгцээтэй юм уу, эсвэл сонирхож буй мэдээлэл, асуудал, үйл явдлын талаар хүсэлтээ гарган, түүндээ нийцсэн үр дүн хариуг хүлээн авах замаар харилцаанд оролцоно. Тэр бүү хэл хэрэглэгчийн сэтгэл санаа, боловсрол, нас, хүйс болон тухайн цаг үеийн нөхцөл байдал зэргийг нэгтгэн тооцож (яг л өвчтөн үзэж буй эмч шиг) эрэлт хэрэгцээ, үр ашиг сонирхлыг нь тодорхойлон, түүнийгээ үндэслэн нийтлэл, нэвтрүүлэг, кино, тоглолт, үзүүлбэр санал болгоно. Өөрөөр хэлбэл, олон нийт хэрэглэгчийн эрэлт сонирхол, санаа бодолд тулгуурлан мэдээллийг бэлтгэн түгээдэг өнөөгийн зарчим үндсээрээ өөрчлөгдөж, хувь хүн бүрийн

хүсэлт хайлтыг урьдчилан тогтоон "бүтээгдэхүүн нийлүүлэх" замаар "ирээдүйн сэтгүүл зүй" хөгжинө гэсэн үг. Гэхдээ энэ нь хэрэглэгч олон нийт, хүнийг "робот" болгон юу хүсч, хийхийг нь заана хэмээсэн хэрэг огт бус бөгөөд харин ч эсрэгээрээ нийгмийн сэтгэл зүй, санаа бодол бүхнийг эрхшээн эзэгнэнэ гэж ойлгох хэрэгтэй. Хэдийгээр нэг талаас хэрэглэгчийн судалгаанд үндэслэн мэдээллийн орон зайн дэг журам, үр нөлөө тодорхойлогдож буй мэт боловч нөгөө талаас "судалгааны суурь, үр дүн" болох олон нийтийн санаа бодол, нөлөөллийн хүчтэй, цогц, "үр ашигтай" орчныг бий болгосон нөхцөлд л сая "үр нөлөөний эрхшээлт" нийгмийн харилцаа

бодит үйл хэрэг болно. Тэгэхлээр хэрэглэгчдийн нийгэмлэг хүрээний нөлөө, байр суурь урьдынхаас илүү тэр дундаа үр ашиг, "хурд"-ын хувьд бүрэн дүүрэн эгшин зуурын, шууд харилцааны тогтолцоо болох төлөв харагдаж байгаа юм.

Нөгөө талаар хүний оюун санаа, сэтгэл зүйн эрэлт хэрэгцээ, төлөв байдлын эмх журамтай цогц, нэгдмэл орон зайг мэдээлэл, харилцааны ертөнц буй болгож, илүү үр ашигтай нөлөө, зорилгын тогтолцоо бодит зүйл болно.

Гэхдээ хүний мөн чанар, сэтгэлгээ, дотоод ертөнцийн хувьд ямар нэгэн төгс, хязгаарт хүрнэ гэсэн үг биш бөгөөд түүний шавхагдашгүй, орь хүсэлт, тэмүүлэлт төсөөлөл, ахуй улам

бүр гүнзгийрэн өргөжинө. Энэ нь мэдээж цоо шинэ соёл иргэншил, амьдралын хэв маягийн хөгжил, төлөвшлийн суурь үндэс болж, хүн төрөлхтний түүхийн үргэлжлэл тасрахгүй байхын бат ноттой итгэлийн дагуулж байна. Энэ цаг үеийн сэтгүүл зүйн гол мэдээлэл агуулгад хэрэглэгч

бүрийн сэтгэл зүйн эрэлт сонирхол, хүсэлтэд шууд "харилцсан" цаг үеийн "баримтат" эрэмбэлэл, хавсаргын "гүн бүтэц" бүхий нийтлэл, нэвтрүүлэг зонхилно.

Ток-шоу нэвтрүүлэг гэхэд үзэгч хэрэглэгч шууд асуулт тавин, түүний хүсэлт, сонирхолд хариу болохуйц мэдээлэл тайлбарыг эгшин зуурт эрэмбэлэн үзүүлэх зарч

«
*Хэдийгээр нэг талаас
хэрэглэгчийн судалгаанд
үндэслэн мэдээллийн орон зайн
дэг журам, үр нөлөө
тодорхойлогдож буй мэт
боловч нөгөө талаас
"судалгааны суурь, үр дүн" болох
олон нийтийн санаа бодол,
нөлөөллийн хүчтэй, цогц, "үр
ашигтай" орчныг бий болгосон
нөхцөлд л сая "үр нөлөөний
эрхшээлт" нийгмийн харилцаа
бодит үйл хэрэг болно.*

»

маар хэрэгслийн "төв"-өөс зохион байгуулна. Энд үзэгчийн сэтгэл зүй нас, боловсрол, "цаг үеийн эрэлт сонирхлын өгөгдөл"-ийг "төв"-д боловсруулан нэвтрүүлгийн зохиомж, оролцогч, асуудал, хэлбэрийг сонгон шууд "эргэх холбоо"-г, бодит харьцааны орчныг бүрдүүлэх "сэтгүүл зүй" хөгжинэ лавтай. Мэдээллийн хөтөлбөр нэвтрүүлгийн хувьд ч үзэгч хэрэглэгчийн хүсэлт, эрэлт хайлтын дагуу мэдээ тайлбарын багц агуулгыг тухайн эгшинд хүргэх зарчмаар "ажиллана".

Ийнхүү мэдээлэл харилцааны хүрээнд өнөөгийн нийтлэл, янз бүрийн эрэмбэ дараалал үгүй, хэрэглэгчийн эрэлт сонирхлоос ангид их хэмжээний агуулгыг түгээх үйл явц хумигдан "хэрэглэгч бүрийн хүсэлт, хайлт"-а

нийцсэн, үр ашигтай цогц уялдаат "үйлчилгээ"-гээр өрсөлдөх болно. Түүнчлэн хэрэглэгчийн сэтгэл зүй, оюуны чадавхи, боломж, цаг үеийн нөхцөл байдал зэргийг хамтад нь авч үзсэн, эргэн магадлах, тодотгох, шинэ, өөр мэдээллийг хүсэх гээд хэрэглээ, сонголтын олон эргэх холбоот боломжийг агуулсан, "хүн хоорондын харилцаа"-ных шиг хэв маяг сэтгүүл зүйд зонхилно.

Хүний нийгмийн мэдээлэл харилцааны хөгжил өөрчлөлт нь өргөн хүрээтэй, олон хүчин зүйлээс шалтгаалах цогц үйл явц гэдэг нь ойлгомжтой. Гэхдээ харилцааны үйл явц, оролцогсод, хэрэгсэл, зорилгын нөлөө байх сууринаас түүний мөн чанар, хэв маяг болоод нийгэм, хүнд үзүүлэх эрхшээл, хамаарал ихээхэн хэмжээгээр өөрчлөгдөх, шалтгаалах нь ойлгомжтой юм. Нөгөө талаар харилцааны бүх хүчин зүйл (мэдээлэгч, мэдээлэл, хэрэгсэл, хэрэглэгч, үр нөлөө) аль ч цаг үеийн нийгмийн дэг журам, хэм хэмжээ, хүний мөн чанар, дотоод ахуйд өөр өөрийн түвшин, байр сууриар нөлөөлж байсан нь тодорхой. Өөрөөр хэлбэл, нийгэм, харилцаа, хүн гэж байсан цагт мэдээлэгч, мэдээлэл, хэрэгсэл, хэрэглэгч, үр нөлөөний эрхшээл, байр суурь оршоор ирсэн гэсэн үг. Мөн тодорхой цаг үе, нөхцөл шалтгаанаар аль нэг нь тэргүүлэх, оройлох байр суурь "эрх мэдэл"-ийг эзэлж байсан хэрэг. Хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөний тухай ойлголт, үзэл баримтлал л гэхэд мэдээллийн буюу хэвлэлийн ноёрхол хүчирхэгжлийн үед либерал хандлага болох хувь хүний үзэл бодолтой байх, үзэл бодлоо илэрхийлэх, үнэнийг мэдэх гэсэн суурь, төрөлх эрхийн хүрээнд томъёологдсон байлаа. Бас үзэл бодлыг тулгах, төөрөгдүүлэх, зохион байгуулалттай төлөвшүүлэх, өөр санаа

бодлыг хянах хязгаарлах, туйлын төгс үзэл номлолыг эрэлхийлэх, дээдлэх нийгмийн "угшил" бодит зүйл болсон хэрэг.

Харин хэрэгслийн нөлөө, давамгайлал нийгмийн харилцааг тэргүүлэх болсноор нийгмийн мэдээлэл авах, мэдэх эрх, үүрэг хариуцлагыг чөлөөт хэвлэлийн үзэл номлолын хүрээнд онцлох эрэлт зайлшгүй бий болсон юм. Үүнийг ч нийгмийн өмнө хариуцлага хүлээдэг сэтгүүл зүйн олон үзэл тайлбар, номлол гарснаар жишээ татан нотолж болно. Тиймээс ч 1947 оны Р.Хатчинсын толгойлсон комиссийн "Чөлөөт болоод хариуцлагатай сэтгүүл зүй"-н тухай дэлгэрэнгүй тайлангийн дүгнэлтэд "...бүхий л цаг үед ямар ч нөхцөл тохиолдолд чөлөөт хэвлэлийн оршихуй нь нийгмийн үнэ цэнтэй байсан учир онол үзэл номлолоос илүүтэй бодит хэрэглээ ахуйтай холбоотой байсан"⁵ гэж тодотгожээ.

Гэтэл "хэрэглэгчийн" эрин үед дээрх эрх чөлөөний сонгодог загвар үйлчлэхээ больж, иргэний, хувь хүний (блог, нийгмийн сүлжээ болон хувь хүний сайт) нөлөө оролцоо илт өсөн, мэдээллийн үнэлэмж бус (бодит үнэн байх, олон нийтийн санаа бодолд нийцэх), харин эгшин зуурын байх, эргэх холбоог онцлох, хайлт эрэлтээр эрэмбэлэгдэх зэрэг зарчим, шалгуур чухал болжээ. Тэгээд ч үзэл бодлоо илэрхийлэх гэсэн дэврүүн, олон нийтийн эрхэмлэл дээдлэл, хүссэн, хэрэгтэй мэдээллээ хайж авах хэмээх илүү хэрэглээний хандлага, эрэлхийллээр өөрчлөгдөж байна.

Яг ийм шалтгаан, тайлбараар хэвлэл мэдээллийн хяналт, төр засгийн нөлөө байр суурийн өөрчлөлт, хууль эрх зүйн орчны шинэчлэлт зэрэг нийгэм, харилцааны олон өөрчлөлт хөгжлийг тодорхойлж болно. Түүнчлэн

өнөөгийн сэтгүүл зүй, мэдээлэл харилцааны байдал, хөгжлийн чиг хандлага, тулгамдсан асуудлыг нэгтгэх, тайлбарлах, задлан шинжлэх боломжтой төдийгүй, үнэ цэнтэй, чухал дүгнэлт ч гарна.

Эцэст нь тэмдэглэхэд нийгэм, хүний амьдрал, зорилго, мөн чанар, өөрчлөлт зэрэг олон үйл явц, "хөдөлгөөн" гэгч харилцаа түүний "элемент" болох оролцооны хүчин зүйлээр тодорхойлогддог нь өнөөгийн технологи, хэрэгслийн хөгжлөөр улам илт, бодитой болсоор байна. Тиймээс олон нийт, мэдээллийн харилцааны үзэл тайлбар, судалгаа улам бүр ач холбогдолтой, нийгмийн амьдралыг тайлбарлах дүгнэх чухал "арга зүйн хэрэглүүр"-ийн түвшинд хүрэх нь ойлгомжтой. Энэхүү үндэслэл, хандлагаар ч орчин үеийн сэтгүүл зүй, нийгмийн харилцааны олон асуултын хариуг олох, дүгнэх цаг болжээ.

Ишлэл

- ¹ Lasswell H. 1948. The Structure and Function. NY., p. 16.
- ² Маршалл А. 2011. Эдийн засгийн ухааны зарчмууд. УБ., 193 дахь тал.
- ³ Фрейзер Ж. 2011. Алтан гишүү. УБ., 777 дахь тал.
- ⁴ Монголын хэвлэл мэдээллийн мониторинг. 2009-2011 он. МХХ судалгааны дүнгийн дундаж.
- ⁵ 2005. Свободная и ответственная пресса. Общ. доклад о масс. Коммуникации. М., с. 116.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд-Эрдэнэ Б., Өнөрбаяр Г. 2010. Төрийн байгууллагын мэдээлэл харилцаа. УБ.
2. Маршалл А. 2011. Эдийн засгийн ухааны зарчмууд. УБ.
3. Монголын хэвлэл мэдээллийн мониторинг. 2009-2011 он. МХХ.
4. Фрейзер Ж. 2011. Алтан гишүү. УБ.
5. Блажнов Е. А. 1994. Паблик рилейшнз. М.
6. Блэк С. 2000. Паблик рилейшнз. М.
7. Катлип С. М., Центер А. Х., Брун Г. М. 2001. Паблик рилейшнз теория и практика. М.
8. Почепцов Г. Г. 2002. Паблик рилейшнз для профессионалов. Киев.
9. 2005. Свободная и ответственная пресса. Общ. доклад о масс. Коммуникации. М.
10. Green P. S. 1994. Winning PR Tactics. London.
11. Lasswell H. 1948. The Structure and Function. NY.

Резюме

В данной статье автор предпринял попытку охарактеризовать суть "теории эволюции" информации и коммуникации общества. Автор подробно останавливается на аспектах современных коммуникаций, культуры и убеждений, которые являются одновременно основой и сущностью существования и развития трансформаций и конфликтов нашего общества. Ближайшей целью "теории эволюции" информации и коммуникации общества является единая система - "человечество", которая строится в настоящее время и которая будет неизбежно сформирована.