

ОЛОН НИЙТИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ХАРИЛЦАА СЭТГҮҮЛ ЗҮЙН СУДЛАЛЫН ШИНЭ СУДЛАГДАХУУН БОЛОХ НЬ

М.Зулькафиль*

* МУИС, НШУС, Сэтгүүл зүйн тэнхмийн эрхлэгч, шинжлэх ухааны доктор (Sc.D.), МУИС-ийн тэргүүлэх профессор, Монгол Улсын Соёлын гавьяат зүтгэлтэн

Түлхүүр үг: олон нийтийн мэдээллийн харилцаа, масс медиа, Шэнноны гинж, мэдээллийн харилцааны математик онол, интерактив сүлжээ, медиа үйл явц.

Сүүлийн жилүүдэд ОНМХ-ээс илүү олон нийтийн мэдээллийн харилцаа буюу Mass communication хэмээх нэр томъёог нийгмийн шинжлэх ухааны салбар болон олон нийтийн мэдээллийн үйл ажиллагаанд өргөн хэрэглэх болсон юм. Үүнийг сэтгүүл зүй судлаачид судалгааны шинэ объект, шинэ үзэгдэл гэж нэрлэдэг бөгөөд орчин үеийн мэдээлэл харилцааны шинжлэх ухааны нэрт төлөөлөгч болох Амстердамын их сургуулийн профессор Дэннис Маккуэйлийн тодорхойлсноор “олон нийтийн мэдээллийн харилцаа” хэмээх нэр томъёо XX зууны гучаад оны сүүлчээр үүсчээ¹. Энэ бол орчин үеийн шинжлэх ухааны талбарт цоо шинэ судлагдахуун үүсч бий болсны илрэл байв.

Гэхдээ олон нийтийн мэдээллийн харилцааны үзэгдлийг судлах нь дараах

хэд хэдэн шалтгааны улмаас ихээхэн бэрхшээлтэй, нарийн төвөгтэй үйл ажиллагаа гэдгийг судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг. Энэ бол олон нийтийн мэдээллийн харилцаа маш өргөн хүрээг хамарч, орчин үеийн нийгмийн аль ч салбарт гүнзгий нэвтэрсэн, олон талт үүрэг зорилгыг биелүүлдэг, ихэнх тохиолдолд нийгэмд болон хувь хүмүүст үзүүлж буй нөлөө нь далд хэлбэрээр явагддагтай холбоотой юм. Энэ үйл явц мэдээллийн салбарт цахим ХМХ хүчтэй нэвтэрч эхэлснээр улам чухал, улам нарийн төвөгтэй болсон билээ.

Аливаа асуудлыг судлахаас өмнө судалгааны хүрээг оновчтой тодорхойлж, судалж буй үзэгдлийн тодорхойлолтыг өгөх нь зарчмын чухал ач холбогдолтой байдаг. Энэ нь олон нийтийн мэдээллийн харилцааны хувьд онцгой ач холбогдолтой. Учир нь олон нийтийн мэдээллийн харилцааны тухай ойлголт янз бүрийн утга агуулга бүхий элементүүдийг агуулсан, түүнийг бүрдүүлж буй нэгж болгон өөрийн гэсэн онцлогтой, тодорхойлолттой байдаг. Мэдээллийн

харилцаа буюу Communication гэсэн нэр томъёог ч өнөөдөр хүртэл судлаачид нэг мөр тодорхойлж чадаагүй байна. Гэхдээ ихэнх судлаач АНУ-ын Пенсильванийн их сургуулийн дэргэдэх Анненбергийн сургуулийн захирал, профессор Жон Гербнерийн "мэдээллээр дамжуулан явагдаж буй нийгмийн харилцан нөлөөлөл (интеракци)"² гэсэн тодорхойлолтыг дэмждэг. Хэдийгээр ийм боловч тухайн үзэгдлийн ерөнхий шинж чанар, дүр төрхийг илэрхийлэх боломж олгохуйц нэгдмэл ойлголт тодорхой хэмжээгээр байгааг хэлэх хэрэгтэй.

"Media" (латины medium – дамжуулагч, дундыг баримтлагч) гэдэг нэр томъёо ХҮ зууны үед анх англи хэлэнд тодорхой ойлголтын төвшинд бий болж, ХҮII зуунд философийн хэлэнд, ХҮIII зуунаас олон нийтийн мэдээлэл харилцааны анхны хэрэгсэл болох сонинд хэрэглэж эхэлжээ. XIX зууны дунд үеэс "media" гэдэг үгийг орчин үеийн буюу харилцаа холбооны тусгай техник хэрэгслүүдийн (шуудан, цахилгаан мэдээ) тусламжтайгаар мэдээлэл түгээх гэсэн утгаар хэрэглэх болжээ. Сониныг зар сурталчилгаа түгээгч гэсэн утгаар XX зууны эхэнд Media-д хамруулж байсан бол радио (XX зууны 20-иод он), телевиз (XX зууны 40-өөд он) үүсч хөгжсөнөөр энэ ойлголтын цар хүрээ тэлж, Mass Media гэсэн арай өргөн утгаар хэрэглэж эхэлсэн³ түүхтэй юм.

Communication (латины communicare - холбох, нийтийнх болгох) гэсэн үгийг англи хэлэнд ХҮ зуунаас ямар нэгэн зүйлийг мэдээлэх, эсвэл дамжуулах ерөнхий үйл явцыг илэрхийлэх утгаар хэрэглэж байсан бол ХҮII зуунд хүмүү-

сийг болон бараа таваарыг зөөх, тээвэрлэх гэсэн арай өөр утгаар хэрэглэх болжээ. Мөн зам харилцаа, суваг, сүүлд төмөр замын харилцаа зэрэг мэдээлэл харилцааг илэрхийлдэг үйлдэл, биеийн хөдөлмөрийн төрөл хэлбэрийг давхар илэрхийлдэг болсон ажээ.

"Мэдээлэл харилцаа" гэсэн ойлголтыг орчин үеийн утгаар нь анх Чикагогийн сургуулийн нэрт төлөөлөгчдийн нэг болох Чарльз Кули 1909 онд өөрийн "The Significance of Communication" хэмээх өгүүлэлд хэрэглэж, мэдээллийн харилцаа бол "хүний оюун санаан дахь нэгдмэл ертөнцийн хязгаарлагдмал дүр зургийг дамжуулах хэрэгсэл мөн"⁴ гэж тодорхойлжээ. Тэрбээр XX зууны эхний үеийн харилцааг зохион байгуулах хэрэгслийн хувьд сонин, шуудан, цахилгаан мэдээ, төмөр зам болон боловсролыг нэрлэжээ.

Сүүлд нийгмийн мэдээллийг дамжуулах шинэ арга хэрэгсэл үүсч хөгжсөнөөр бидний дээр дурдсан хоёр ойлголт нэгдэж, тогтмол хэвлэлийн нийтлэл ба радио, телевизийн нэвтрүүлгийн аль алиныг илэрхийлэх болсон. Хэрэв олон нийтийн мэдээллийн харилцаа нь мэдээлэх, харилцах механизм, харилцан үйлдлийн үйл явц бол мэдээлэл гэдэг нь харилцааны явцад дамжуулж буй зүйлийн агуулгын илэрхийлэл юм. Орчин үед Mass Media (Масс медиа) гэдгийг ОНМХ, олон нийтийн мэдээллийн харилцаа гэдгийг мэдээллийг тусгай техник хэрэгслийн тусламжтайгаар нэгэн зэрэг хэсэг бүлэг хүмүүст дамжуулах үйл явц гэж ойлгодог байна.

XX зууны эхний үеэс эрчимтэй хөгжиж эхэлсэн мэдээлэл харилцааны

техник, технологийн хөгжил мэдээлэлд өөрөөр хандахыг шаардах болсон. Үүнд хариулт өгсөн зүйл бол К.Э.Шэнноны 1940-өөд оны үед боловсруулж, 1948 онд өөрийн "Мэдээлэл харилцааны математикийн онол" (В.Уивертэй хамтран бичсэн) бүтээлд тусгасан мэдээллийн онол юм. Эрдэмтэн К.Шэннон мэдээлэл гэж дамж XX зууны эхний үеэс эрчимтэй хөгжиж эхэлсэн мэдээлэл харилцааны техник, технологийн хөгжил мэдээлэлд өөрөөр хандахыг шаардах болсон. Үүнд хариулт өгсөн зүйл бол К.Э.Шэнноны 1940-өөд оны үед боловсруулж, 1948 онд өөрийн "Мэдээлэл харилцааны математикийн онол" (В.Уивертэй хамтран бичсэн) бүтээлд тусгасан мэдээллийн онол юм. уулж буй зүйлийг бус, харин зөвхөн хүлээн авагчийн хувьд тодорхой бус зүйлийг багасгаж буй зүйлийг ойлгохыг санал болгожээ. К.Шэнноны математикийн онолын гол зорилго нь мэдээллийг дамжуулах боломж бүхий хамаарлыг эрж хайх буюу техникийн системийн туйлуудын хооронд мэдээлэл дамжуулах боломжийг эрж хайхад оршиж байв.

Олон нийтийн харилцааны үйл явцыг Шэнноны гинж (Shannon chain) гэж нэрлэгддэг бүдүүвчээр үзүүлж болно. Үүнийг бас мэдээлэл дамжуулах олон зорилтот загвар гэж нэрлэдэг байна. Энэ бол:

- Мэдээллийн эх сурвалж буюу мэдээлэл үйлдвэрлэгч (тухайлбал, утсаар дамжуулсан яриа);

- Дамжуулагч буюу кодлогч. Энэ бол мэдээллийг дохио болгон хувиргах үйл явц (хүний ярианы авиаг цахилгаан дохио болгон өөрчлөх);

- Суваг буюу дохиог дамжуулах хэрэгсэл (утасны кабель);

- Декодер буюу дохиог өөрчилж дахин мэдээлэл болгон хувиргах хэрэгсэл;

- Хүлээн авагч – мэдээллийг хүлээн авч буй аппарат эсвэл хүн юм.

Энэхүү судлаач К.Шэнноны шугаман гинж нь мэдээлэл дамжуулах үйл явцтай холбоотой бүхий л онолын үндсийг бүрдүүлдэг. Харин зөвхөн Интернет л мэдээл-

«

XX зууны эхний үеэс эрчимтэй хөгжиж эхэлсэн мэдээлэл харилцааны техник, технологийн хөгжил мэдээлэлд өөрөөр хандахыг шаардах болсон. Үүнд хариулт өгсөн зүйл бол К.Э.Шэнноны 1940-өөд оны үед боловсруулж, 1948 онд өөрийн "Мэдээлэл харилцааны математикийн онол" (В.Уивертэй хамтран бичсэн) бүтээлд тусгасан мэдээллийн онол юм.

»

лийг дамжуулах, түгээх сүлжээний аргыг ашигладаг онцлогтой.

Орчин үед Шэнноны загварыг нийгмийн шинжлэх ухаанд өргөн ашиглах болсон нь мэдлэгийг түгээн дэлгэрүүлэх, нэмэгдүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэж байна. Түүнчлэн энэ загварыг Л.Фон Берталанфийн системийн онол, Н.Винерийн үзэл санаагаар баяжуулсан нь олон нийтийн харилцааны улс төрд гүйцэтгэх үүрэг, зорилго, үйл ажиллагаанд дүн шинжилгээ хийх, үр дүнг боловсруулах шинэ боломж олгосон юм.

Өнгөрсөн зууны 50-иад оны үед анх Америкийн улс төр судлаач Карл Дейч мэдээллийн онолыг олон улсын харилцааг судлахад ашигласан бол арваад жилийн дараа Америкийн өөр нэг эрдэмтэн Дэвид Истон улс төрийн системийг харьцуулан судлахад хэрэглэж томоохон амжилтанд хүрч байв. Мөн Францын судлаач Абрахам Молийн мэдээлэл харилцааны цогц орчныг судлахад зориулагдсан судалгааны төсөлд мэдээллийн математик онолыг Н.Винерийн кибернетикийн аргатай хослон хэрэглэхийг оролдсон нь эрдэмтдийн анхаарлыг татах болжээ.

Хэдийгээр олон нийтийн харилцааны үйл явцын талаарх үзэл бодол, тайлбар олон янз, заримдаа бүр эсрэг тэсрэг шинжтэй боловч энэ загвар өнөөдөр хүртэл олон нийтийн харилцааны үр нөлөө, үйл ажиллагаанд дүн шинжилгээ хийхээс эхлээд хэл шинжлэлийн бүтэц, үг зүйн онол хүртэлх орчин үеийн мэдээлэл харилцааны бүхий л шинжлэх ухааны үндэс суурь хэвээрээ байна.

“Массовый” буюу “олон нийтийн” хэмээх нэр томьёо томоохон салбар, эзлэхүүн, эсвэл тархалтын хэмжээг (тухайлбал, хүмүүс эсвэл үйлдвэрлэл) илэрхийлдэг бол “мэдээллийн харилцаа” гэдэг нь утга агуулга бүхий мэдээллийг бүтээх, тусгаж авах, мэдээллийг дамжуулах, хүлээж авах үйл явцад хамаардаг. Гэхдээ мэдээллийн харилцааг орчин үеийн практикт гол төлөв мэдээллийг дамжуулах үйл явцыг илэрхийлэх гэсэн утгаар хэрэглэдэг нь олон түмэнд зөвхөн мэдээллийг дамжуулж буй этгээдийг хэлж байгаа мэт сэтгэгдэл төрүүлдэг. Энэ бол ойлголтын бодит агуулгыг

явцууруулж буй хэрэг бөгөөд зүй нь мэдээлэл дамжуулах үйл явцад оролцогч, харилцан үйлдэл, шууд ба эргэх холбоо, хүмүүсийн санал бодол зэрэг бүх зүйлийг хамрах учиртай юм.

XX зууны 40-60-аад оноос буюу бараг энэ үзэл баримтлал бий болсон үеэс Медиа-г янз бүрийн нэрээр бүлэглэх хандлага ажиглагдах болсон. Тухайлбал, Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер нар Медиа-гийн нөлөөгөөр явагдах хамт олны үйлдлийг илэрхийлэх зорилгоор “соёлын аж үйлдвэрлэл” хэмээх үг хэллэгийг бий болгосон бол Луи Альтюссер Медиа-г гэр бүл, сүм хийд, боловсролын системтэй нэгтгэж, үүнийг “төрийн үзэл суртлын аппаратууд” гэж нэрлэжээ. Мөн Английн социологич Тони Беннет зөвхөн нэр томьёоны хувьд төдийгүй, агуулгын хувьд ч өөрөөр тайлбарласан байдаг.

Олон нийтийн мэдээллийн харилцааны үйл явц, “Масс Медиа” хоёр бол ижил утгатай нэр томьёо биш. Гэхдээ өдөр тутмын практикт ойролцоо утгатай нэр томьёо гэж ойлгох явдал түгээмэл юм. Сүүлийн үед ОХУ болон бусад социализмын системд байсан орнуудад ОНМХ гэдгийг шууд Масс Медиа гэж ойлгох, хэрэглэх тохиолдол өргөн дэлгэрчээ. Энэ бол тун саяхан хүртэл бидний хамгийн өргөн хэрэглэж байсан олон нийтийн мэдээллийн ба суртал нэвтрүүлгийн хэрэгсэл гэсэн нэр томьёог мартах гэсэн оролдлоготой холбоотой байж болох юм.

Масс Медиа бол олон нийтийн мэдээллийн харилцааны боломжийг хангах зорилгоор зохион байгуулагдсан технологи бөгөөд энэ технологийг хувийн, зохион байгуулалтын зэрэг янз

бүрийн зорилгоор ашиглаж болно. Энэхүү Медиа нь олон түмэнд хүртээмжтэй бүх төрлийн мэдээллийг, түүний дотор хувь хүний зарлал, суртал нэвтрүүлгийн шинжтэй зүйл, тус дэмжлэг үзүүлэхийг хүссэн санал хүсэлт, зар сурталчилгаа зэрэг хязгааргүй олон төрлийн мэдээллийг хүргэдэг онцлогтой. Д.Маккуэйлийн тэмдэглэснээр энэ онцлог нь мэдээллийн харилцааны технологиудын нэгдэн нийлэх үед онцгой чухал бөгөөд энэ үед олон нийтийн ба хувийн, өргөн ба явцуу хүрээний мэдээлэл харилцааны сүлжээний хоорондох зааг ялгаа багасч, ялгагдахгүй болох⁵ юм.

Уламжлал ёсоор олон нийтийн мэдээллийн харилцааны дараах үндсэн онцлог шинжийг тодорхойлж болох бөгөөд Шэннон үүнийг өөрийн математикийн гинжийн тусламжтайгаар нийгмийн үйл явцыг судлах гол эх сурвалж болгож авчээ.

- *Суваг.* Олон нийтийн мэдээллийн харилцааны явцад сувгаар мэдээлэл дамжуулдаг, мэдээллийг үйлдвэрлэх, түгээх нэлээд нарийн төвөгтэй технологийн системийг өөртөө агуулдаг.

- *Мэдээллийг дамжуулагч.* Энэ бол нийгмийн институтын төлөөлөгч болох зохион байгуулалттай хэсэг, бүлэг байдаг бөгөөд өөрийн үндсэн үүргээс гадна мэдээлэл харилцаанд үл хамаарах зорилтуудыг давхар биелүүлдэг онцлогтой. Ямар ч мэдээллийн бүтэц тодорхой систем бүхий байгууллага байж, тухайн нийгмийн онцлогт тохирсон мэдээллийг үйлдвэрлэх, түгээх үйл явцыг зохицуулах хэм хэмжээнд захирагддаг.

- *Мэдээлэл.* Тодорхой сувгаар дамжуулагчийн өгч байгаа (дамжуулж буй)

мэдээлэл нь олон нийтийн үйлдвэрлэлийн үр дүн байдаг.

Хүлээн авагч тал нь хэдийгээр хувь хүн байдаг боловч, ямагт тодорхой нэг бүлгийн шинжийг агуулдаг тул түүний салшгүй нэг хэсэг гэж үздэг байна. Өөрөөр хэлбэл, олон нийтийн мэдээллийн харилцаа бол мэдээллийг өөрсдөө сонгодог, хүлээж авдаг, эсвэл хүлээж авахаас татгалздаг, нэр хаяг нь тодорхой бус хэрэглэгчдээс бүрддэг харьцангуй олон (өргөн хүрээг хамарсан) хүлээн авагчид мэдээлэл түгээх үйл ажиллагаа юм.

Орчин үеийн Медиа-г ойлгоход түүний техникийн тал буюу мэдээллийг түгээх суваг чухал ач холбогдолтой. Тийм ч учраас Маршал Маклюэн "Мэдээллийг дамжуулах хэрэгсэл бол мэдээлэл мөн" ("Media is a Message", 1967) хэмээх алдарт бүтээлдээ хүн төрөлхтний хөгжлийн үе шатыг мэдээллийг дамжуулах хүрээнд гарсан өөрчлөлттэй холбон тайлбарласан байдаг.

Судлаачид Масс Медиа-гийн түүхийг гол төлөв Иоганн Гутенбергийн зохион бүтээсэн ном хэвлэх шинэ технологийн үндсэн дээр XVIII зууны дунд үед үүссэн орчин үеийн хэвлэлийн сониноос эхэлсэн гэж үздэг. ОНМХ-ийн дуу авиагаар мэдээлэл дамжуулах төрөл нь ч XIX зууны эцэст томоохон техникийн шинэчлэлийн үр дүнд бий болжээ. Энэ бүхнээс үзэхэд техникийн хөгжил хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн нөлөөг өргөтгөж, түүний нийгэмд гүйцэтгэх үүргийг өөрчлөхөд хүргэсэн гэсэн дүгнэлт хийж болох байна.

Мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг асар их хэмжээгээр үйлдвэрлэх, олшруулах

боломж олгож буй орчин үеийн ОНМХ-ийн технологийн шинж нь энэхүү үйл ажиллагааг улам бүр олон нийтийн шинжтэй болгож буй үйлдвэрлэлийн өвөрмөц онцлогийг илэрхийлж байна. Тиймээс ч орчин үеийн Английн судлаач Д.Баррат “орчин үеийн телевизийн хөтөлбөр болон сонины үйлдвэрлэл ахуйн хэрэглээний бараа бүтээгдэхүүний үйлдвэрийг санагдуулдаг нь гайхалтай. Энд хөдөлмөрийн хуваарилалт, нарийн зохион байгуулалтын бүтэц, асар их хэмжээний хөрөнгө оруулалт бидний нүдэнд илт байна”⁶ гэж бичсэн байдаг. Үүнээс гадна ОНМХ-ийн хэрэглэгчид аж үйлдвэрийн таваарыг хэрэглэгчдийн нэгэн адил мэдээллийн зах зээлд байгаа саналуудаас сонгох шаардлагатай байгаа нь тодорхой. Аль ч зах зээлд хэрэглэгчдэд өгч байгаа мэдээллийн бүтээгдэхүүний чанарыг шалгах, эсвэл хянах бодит боломж маш бага байдаг.

Орчин үеийн мэдээллийн хэрэгслүүдийн ихэнх нь нэг чиглэлийн мэдээллийг цацдаг онцлогтой. Өөрөөр хэлбэл, ОНМХ-ийн харьцангуй цөөн тооны ажилтан нийгэм даяар хэрэглэх мэдээллийн бүтээгдэхүүн бэлтгэдэг. Энэхүү мэдээллийн урсгалын нэг чиглэлт шинж нь мэдээлэл дамжуулах уламжлалт технологийн шугаман хэлбэртэй холбоотой юм. Энэ нь олон нийтийн мэдээллийн харилцаа тасалдсан (мэдээллийг гинжин хэлхээний нэг үзүүрт бүтээдэг, түүнийг нөгөө үзүүрт нь хэрэглэдэг) шинжтэй дээрх хэсгүүдийн хооронд бодит эргэх холбоо (feedback) алдагдахад хүргэдэг.

Олон нийтийн мэдээллийн харилцааны ийм тасалдсан байдал мэдээллийн

үйлдвэрлэлд олон нийтийн зүгээс хяналт тавих боломжгүй болгох, хүлээн авагчид мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэгчдийн хүсэн хүлээж байгаагаас эрс өөрөөр хүлээж авах зэрэг тоолж баршгүй олон асуудлыг бий болгодог байна.

Өнөөдөр шинэ технологийн, юуны өмнө Интернетийн хөгжил олон нийтийн мэдээллийн харилцааны уламжлалт тасалдсан байдлыг арилгахад маш хүчтэй нөлөө үзүүлж байна. Ялангуяа Интерактив сүлжээний мэдээллийн хэрэгслийн хүрээнд мэдээллийн урсгалыг зөвхөн үйлдвэрлэгчид төдийгүй, хэрэглэгчид өөрсдөө зохицуулдаг болсон. Өөрөөр хэлбэл, эргэх холбоо болон хэрэглэгч бүр хоорондоо холбогдох боломж бүрдсэн нь мэдээллийг бүтээх, түгээх үйл явцын шинэ зохицуулагчийн үүргийг гүйцэтгэж байна гэсэн үг. Мэдээллийг ямар ч зохион байгуулалтгүйгээр бүтээгчид буюу блогчид (блоггерүүд) үүссэн нь мэдээллийн дүр төрх, газар зүйг өөрчлөхөд хүчтэй нөлөө үзүүлж эхэлснийг судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг.

Гэхдээ үүнтэй холбоотой маш олон асуудал үүсч байгааг хэлэх хэрэгтэй. Юуны өмнө сүлжээний ОНМХ гэж юу вэ? Интернетэд байрлуулсан болгон ОНМХ-ийн мэдээлэл мөн үү? Сүлжээний мэдээллийн хэрэгслүүдэд мэдээллийн тусгай бичлэгийн төрөл байх ёстой юу? Энэ бүхэн нь өнөөдөр судлаачдаас хариугаа хүлээж буй асуулт гэдэг нь тодорхой.

Масс Медиа буюу ОНМХ-ийн хөгжлийн түүх бол зөвхөн техникийн хөгжил, шинэчлэлийн түүх гэж ойлгох нь учир

дутагдалтай гэдэг нь тодорхой. Учир нь түүний төлөвшил нийгмийн томоохон өөрчлөлт шинэчлэлтэй салшгүй холбоотой юм.

ОНМХ бол нийгмийн харьцангуй шинэ институт бөгөөд түүний үүрэг нь хамгийн өргөн утгаар нь мэдлэгийг үйлдвэрлэх, түгээхэд оршино. Үүнийг тодруулахын тулд судлаачдын дунд нэлээд өргөн дэлгэрсэн дараах хэдэн тодорхойлолтыг иш татаж болно. Судлаач М.Яновиц: "Олон нийтийн мэдээллийн харилцаа бол янз бүрийн институтууд болон техникийг хамардаг бөгөөд тэдний тусламжтайгаар төрөлжсөн хэсэг, бүлгүүд асар том, өргөн хүрээнд оршдог хүлээн авагчдад бэлгэдлийн шинжтэй агуулгыг түгээхийн тулд технологийн хэрэгслүүдийг (хэвлэл, радио, кино г. м.) ашигладаг"⁷ гэсэн бол Жон Томпсон "Олон нийтийн мэдээллийн харилцаа бол институтчлагдсан үйлдвэрлэл болон нэвтрүүлэг, мэдээллийг хуримтлуулах замаар бэлгэдлийн шинжтэй материалуудыг олон нийтэд тараах явдал мөн"⁸ гэж тодорхойлсон байдаг. Мөн ОНМХ-ийн нийгмийн институт болох онцлогийг Д.Баррат, О.Бойда-Баррель, П.Брем зэрэг эрдэмтэд өөрсдийн бүтээлд тодорхой тусгасан байдаг. Дээр дурдсан эрдэмтдийн санал бодол, дүгнэлтийг үндэслэн энэхүү нийгмийн институтын онцлог шинжийг дараах байдлаар тодорхойлж болно. Үүнд:

- Орчин үеийн ихэнх институтын нэгэн адил ОНМХ бол нэг талаар институтын шинж чанарыг, нөгөө талаар түүний зохион байгуулалтын онцлогийг

зэрэг агуулсан институтчлан зохион байгуулагдсан нэгдэл мөн.

- Дэлхий ертөнцийн тодорхой дүр зургийг харуулах, бусад нийгмийн институтуудын үйл ажиллагааг тусгах замаар нийгмийн мэдээллийг бүтээдэг зөвхөн ОНМХ-д байдаг өвөрмөц үүргийг бие лүүлдэг.

- Олон нийтийн мэдээллийн харилцаа олон нийтийн үзэл бодлын индэр болох, хүмүүсийн томоохон хэсэг, бүлэгт нөлөөлөх, зохион байгуулах үйл ажиллагааны үр дүнд орчин үеийн улс төрийн үйл явцад онцгой үүрэг гүйцэтгэдэг.

ОНМХ-ийн хөгжил бол нийгмийн оюун санааны өөрчлөлттэй салшгүй холбоотой юм. Тухайлбал, ХҮИХ зууны үед анхны сонин хэвлэлүүд үүссэн нь улс төрийн талбарт хөрөнгөтний шинэ анги гарч ирсэнтэй шууд холбоотой бөгөөд тэдний хувьд сонин хэвлэл эдийн засгийн, улс төрийн, соёлын зорилтуудыг хэрэгжүүлэх хэрэгсэл болж байв.

Чухам энэ үед Английн зохиолч Г.Филдинг, улс төрийн гүн ухаантан Э.Бёрк нар сонин хэвлэлийн нийгэм дэх томоохон ач холбогдлыг үнэлж, "дөрөв дэх засаглал"-ын үзэл баримтлалыг анх дэвшүүлэн тавьсан юм. Аажим аажмаар ОНМХ либераль эдийн засаг, үндсэн хуулийн ардчилал, тэр ч байтугай хүнд суртлын эдийн засгийн, улс төрийн авторитар, тоталитар дэглэм тогтооход шаардлагатай урьдач нөхцөл болсон эдийн засаг, улс төрийн харилцан нөлөөлөл болон зөрчлүүдийн гол хэрэгсэл болон хувирсан юм.

ОНМХ-ийн хөгжил нийгмийн болон соёлын салбар дахь дэвшилтэй эн зэрэгцэж явагдах болов. Хотжилт, амьдралын төвшин дээшлэх, чөлөөт цаг нэмэгдэх, орчин үеийн түшмэл ёс төлөвших болох бусад өргөн хүрээг хамарсан нийгэм-соёлын дэвшлийг ОНМХ-гүйгээр төсөөлөх боломжгүй байв. Учир нь асуудлын гол нь ОНМХ зөвхөн орчин үеийн дэлхий ертөнцийн бэлгэдлүүдийн нэг төдий зүйл бус, харин нийгмийн бүхий л өөрчлөлтүүдийн маш идэвхтэй хурдасгагч байдагт оршино.

Тиймээс ОНМХ-ийн судалгааны түүх бол бидний авч үзэж буй судлагдахууны хөгжил, төлөвшлийн талаар чухал мэдээлэл өгөхийн зэрэгцээ түүнийг судлах явцад онолын хандлагад гарсан өөрчлөлтүүд олон нийтийн мэдээллийн харилцаа хэмээх нэлээд нарийн төвөгтэй үзэгдлийг ойлгох үндэс болно.

Дээр дурдсаныг нэгтгэж үзэхэд ОНМХ буюу Масс Медиа олон нийтэд чиглэгдсэн мэдээлэл харилцааны бүх хэлбэрийг илэрхийлж буй ерөнхий нэр томьёо гэдэг нь тодорхой байна. Үүнд уламжлал ёсоор сонин, сэтгүүл, кино, радио, телевиз, хялбаршуулсан утга зохиол болон хөгжим, сүүлийн хориод жилд орж ирсэн шинэ хэрэгсэл цахим мэдээллийн хэрэгсэл, түүний дотор Интернет багтдаг.

Барууны эрдэмтэд ОНМХ-ийн судалгааг буюу медиа-судалгааг социологийн

шинжлэх ухааны салбарт багтаадаг бөгөөд анх Америкийн социологид төлөвшиж, дараа нь Баруун Европын орнуудад хөгжсөн гэж үздэг байна. Үүнийг судлаачид сэтгүүл зүй нийгмийн бүх хүрээ, давхаргад үйлчилдэг нийтлэг хэрэгсэл, нийгмийн тусгал, нийгмийн өвөрмөц институт мөн гэсэн үндэслэлээр тайлбарладаг нь түгээмэл юм. Судлаачид ОНМХ-ийн судалгааны түүхийг гурван үндсэн үе шатыг дамжин хөгжиж ирсэн гэж үздэг.

«

ОНМХ-ийн хөгжил бол нийгмийн оюун санааны өөрчлөлттэй салилгүй холбоотой юм. Тухайлбал, ХҮШ зууны үед анхны сонин-хэвлэлүүд үүссэн нь улс төрийн талбарт хөрөнгөтний шинэ анги гарч ирсэнтэй шууд холбоотой бөгөөд тэдний хувьд сонин хэвлэл эдийн засгийн, улс төрийн, соёлын зорилтуудыг хэрэгжүүлэх хэрэгсэл болж байв.

»

Нэгдүгээр үе ХХ зууны эхэн үеэс Дэлхийн хоёрдугаар дайн хүртэл үргэлжилжээ. Энэ үеийн гол онцлог нь тухайн үеийн ОНМХ-үүдийн хүний итгэл үнэмшил ба зан байдалд нөлөөлөх хэмжээ хязгааргүй боломжийн тухай төсөөлөл байв. Ийм үзэл бодол төлөвшихэд шийдвэрлэх үүрэг гүйцэтгэсэн

зүйл бол Америкийн эрдэмтэн Харольд Лассуэлийн “Дэлхийн дайны үеийн суртал нэвтрүүлгийн техникүүд” (1927) номонд дэлгэрэнгүй дүн шинжилгээ хийсэн Дэлхийн нэгдүгээр дайны үед Антантын их гүрнүүдийн суртал нэвтрүүлгийн амжилтууд байлаа. Хоёр жилийн дараа энэ ном орос хэл дээр ЗХУ-д хэвлэгдэн гарч, богино хугацаанд олон нийтийн анхаарлыг татаж байжээ. Лассуэлийн тодорхойлсноор “суртал нэвтрүүлэг бол “зориуд удирдаж буй

олон нийтийн мэдээллийн харилцаа"⁹ бөгөөд өөрийнхөө үр дүнгийн хувьд шууд хүч хэрэглэснээс ч илүү хүчтэй улс төрийн зорилгыг хэрэгжүүлэгч хэрэгсэл юм. Суртал нэвтрүүлэг (латины *propaganda, propagare* - түгээн дэлгэрүүлэх) бол өргөн утгаар нь хүн амын өргөн хүрээнд үзүүлж буй үзэл санааны нөлөөлөл юм. 1633 онд Пап лам VIII Урбан католик шашныг түгээн дэлгэрүүлэх зорилгоор өөрийн шашны үйл ажиллагааг өргөтгөх үүднээс суртал нэвтрүүлгийн тухай бие даасан байгууллага хүртэл байгуулж байсан түүхтэй.

Лассуэл анх удаа ОНМХ-ийн суртал нэвтрүүлгийн нөлөөллийг олон нийтийн мэдээллийн харилцааны үндсэн үүрэг гэж үзээд, түүний идэвхгүй хүлээн авагчдад үзүүлэх нөлөөг эм тариа, эсвэл "ид шидтэй сум"-ын үзүүлэх нөлөөтэй адилтгаж байжээ.

Ийм хандлагыг гүн ухааны үүднээс үндэслэхэд Франкфуртын сургуулийн социологичид томоохон хувь нэмэр оруулж, Гитлер засгийн эрх авахад ОНМХ шийдвэрлэх үүрэг гүйцэтгэсэн гэсэн дүгнэлтэнд хүрчээ. Түүнээс гадна тэд Америкт ч ийм үйл явдал давтагдах болно, ОНМХ өөрийн арга, чиглэлээрээ олон нийтийн ухамсар, зан байдалд нөлөөлж ардчиллыг устгах, тоталитар дэглэм тогтоох урьдчилсан нөхцлийг бий болгоно гэж үзэж байв.

Франкфурктын сургуулийн онолчдын үзэл бодол эрс үгүйсгэсэн шинжтэй байв. Тэд Америкийн олон нийтийн соёлын бусад оронд, ялангуяа Европт өргөн дэлгэрсэн нь өрнөж байгаа үйл

явдлыг улам аюултай болгоно гэсэн саналтай байсан ажээ.

Мөн тэд ОНМХ хүмүүсийн ухамсар ба зан байдалд нөлөөлөх механизм болохын хувьд тэд хүмүүс ОНМХ-ийн худал хуурмаг нөлөөллийг ямар ч санаа бодолгүйгээр хүлээж авдаг гэсэн дүгнэлтэнд хүрчээ. Мөн Лассуэлийн адил ОНМХ-ийн мэдээллийг хувь хүний нэг талыг барьсан номлол учраас хүний ухамсарт шууд нэвтэрч, түүнийг бодитойгоор бодох, үндэслэлтэй дүгнэлт хийх боломжийг хязгаарладаг гэж үздэг байжээ.

ОНМХ-ийн судалгааны хоёр дахь үе шат нь 1940-өөс 1970-аад оны эхний хагасыг хамардаг. Энэ үед ОНМХ-д нэг үзэл бодлын үүднээс хандах хандлагаас ангижирч, түүний үр нөлөө хор уршигтай гэсэн дүгнэлтээс салж эхэлжээ. Энэ үед социологичид туршилтын судалгааны дүнд илүү их анхаарлаа хандуулж, юуны өмнө сонгогчдын зан байдал болон хэрэглэгчдийн сонголтыг харгалзан үздэг болжээ. Ийм судалгааны дүн ОНМХ-ийн зүгээс сонгогчид, хэрэглэгчдийн ухамсарт нөлөөлөх нь туйлын бага, эсвэл хүмүүсийн зан байдалд бараг нөлөөлөхгүй гэдгийг харуулжээ. Чухам энэ үед "эсэргүүцэгч хүлээн авагчид" хэмээх ойлголт бий болж, ОНМХ-ийн нөлөөллийн талаар боловсруулсан онолын төсөөллийг "хязгаарлагдмал нөлөөллийн үзэл баримтлал" хэмээх ерөнхий нэрээр нэрлэх болжээ. Орчин үед медиасудалгааны сонгодогууд гэж зүй ёсоор үнэлэгддэг Г.Лассуэл, Х.Ховленд, П.Лазарсфельд, Э.Катц, Б.Берельсон нарын судалгааны томоохон бүтээлүүд энэ үед бичигджээ.

Энэ үед ихэнх судлаач хувь хүний зан байдал, баримжаа нь ОНМХ-ийн нөлөөгөөр маш богино хугацаанд өөрчлөгддөг гэдгийг баримталж байсан бол Франкфуртын сургуулийн судлаачид ОНМХ-ийн нөлөөнд өртсөн хувь хүний зан байдал өөрт нь мэдрэгдэхгүйгээр аажим аажмаар удаан хугацаанд өөрчлөгддөг гэдгийг гол болгож байв. Хоёр дахь үеийн судлаачдын өмнөх үеийнхнээс ялгагдах өөр нэг гол онцлог нь тэд гол анхаарлаа дамжуулж буй үзэл санааны агуулгад бус, өөрийн гэсэн бүтэц бүрэлдэхүүнтэй, нэлээд нарийн төвөгтэй мэдээлэл харилцааны сүлжээг бий болгодог нийгмийн хэсэг, бүлгийн (найз нөхдийн, үе тэнгийнхний, хөршүүдийн г.м.) үүрэгт хандуулдаг байлаа. Энэ бүлгүүд ОНМХ-ийн дамжуулж буй мэдээллийг шүүн тунгаан, ялгаж авах механизмын үүргийг гүйцэтгэдэг. Зөвхөн ийм шүүлтүүрээр дамжсан, урьдчилж тунгаан боловсруулсан ОНМХ-ийн мэдээлэл хувь хүний ухамсарт нөлөөлж, өөрийн зорилгоо биелүүлдэг гэж үзэж байв.

Энэ бол ОНМХ-ийн үүрэг ба хүлээн авагчдын талаарх нэлээд эрүүл саруул, ухаалаг үзэл бодол гэдэг нь тодорхой юм. Учир нь өнөөдөр хүлээн авагчид тархай бутархай, тусгаарлагдсан хувь хүмүүсийн нийлбэр бус, өөрсдийн үзэл бодол, чиг баримжаа, ОНМХ-ийн нөлөөнд өртөх боломжоороо хуваарилагдсан янз бүрийн хэсэг, бүлгүүдийн нэгдэл байдаг. Өөрөөр хэлбэл, ОНМХ-ийн мэдээлэл ба хувь хүний хооронд социологичид зайлшгүй харгалзан үзэх ёстой маш олон шат дамжлага байдаг бөгөөд түүнд илэрч буй өөрчлөлтэд дүн шинжилгээ хийх замаар олон нийтийн

мэдээллийн харилцааны бодит нөлөөллийг харуулах ёстой юм. Тухайлбал, өөрийн гэсэн тогтвортой үзэл бодолтой, нийгмийн харилцаанд идэвхтэй оролцдог хүн тогтворгүй, үзэл бодол нь байнга өөрчлөгдөж байдаг, тусгаарлагдмал орчинд амьдардаг хүнтэй харьцуулахад ОНМХ-ийн нөлөөнд бага өртдөг байна.

Америкийн нэрт судлаач Ж.Клаппер хоёр дахь үеийн ОНМХ-ийн судалгааны онолын үзэл баримтлалыг нэгтгэн үзээд “олон нийтийн мэдээллийн харилцаа бол хүлээн авагчдад нөлөөлөх хангалттай, бас шаардлагатай шалтгаан биш, учир нь ОНМХ өөрөө олон төрлийн завсарын хүчин зүйл, шат дамжлагыг зайлшгүй дамжих замаар үйл ажиллагаагаа явуулдаг”¹⁰ гэсэн чухал дүгнэлт хийжээ.

Энэ үед ОНМХ-ийн нийгэмд эзлэх байр, үүрэг, үйл ажиллагааны талаарх нийтлэг үзэл бодлын үндсэн дээр ОНМХ-ийн социологийн судалгаанд идэвхтэй нэвтэрсэн хэд хэдэн үзэл баримтлалыг боловсруулсан байдаг. Тэдний дотроос Л.Фестингерийн когнитив зөрчлийн онол, “мэдлэгийн тэсрэлт”-ийн буюу мэдээллийн хомсдлын онол, хэрэгцээг хангах ба ашгийн онол, ОНМХ-ийн нөлөөллийн сэтгэл хөдлөлийн (психодинамикийн) загвар зэргийг онцлон нэрлэж болно.

Дээр дурдсан онолын дотроос зөвхөн сэтгэл хөдлөлийн загварын талаар товч өгүүлэе. Эрдэмтэн К.Ховлендын удирдсан судлаачдын багийн боловсруулсан энэ загварын гол онцлог нь олон нийтийн харилцааны нөлөөллийн гол шалгуур болгон мэдээллийг бус, хүлээн авагчдын сэтгэц ба мэдээллийн хоорон-

дох харилцан нөлөөлөл буюу зөвхөн хувь хүний хүлээж авч чадаж буй мэдээллийг авдагт оршино. Өөрөөр хэлбэл, сэтгэцийн бүтэц хүлээн авалтын хэв маягийг тодорхойлдог бөгөөд энэ нь олон нийтийн мэдээллийн харилцааны хувь хүн болон түүний зан байдалд нөлөөлдөг онцлогийг давхар илэрхийлдэг байна.

Дэлхийн хоёрдугаар дайны дараа Франкфуртын сургуулийн судлаачдын үзэл санаа ч К.Ховлендын үзэл баримтлалын ойролцоо хөгжсөн түүхтэй. Үүний тод жишээ бол Т.Адорно нарын алдарт бүтээл болох “Авторитар бие хүн” (1950) хэмээх судалгаа юм. Энэ бүтээлд тоталитар суртал нэвтрүүлгийн янз бүрийн хэлбэрт онцгой мэдрэмтгий бие хүний хэв маягийг илрүүлэх зорилгоор бие хүний бүтцийн онцлогийг гаргах оролдлого хийснээрээ ач холбогдолтой юм.

Энэ үеийн өөр нэг ололт бол олон нийтийн мэдээллийг хэрэгжүүлэх хоёр алхамт, эсвэл хоёр шатлалт үзэл баримтлал бөгөөд үүний гол утга нь эхний ээлжинд ОНМХ-ийн мэдээллийг нийгмийн утгаараа нэлээд идэвхтэй хүмүүс буюу үзэл бодлын манлайлагчид хүлээн авч, дараа нь энэ агуулгыг өөрчилж, хянан найруулж мэдээллийн хэрэгслүүдтэй шууд харьцдаггүй нийгмийн идэвх сул хүмүүст түгээдэгт оршино. Ийм байдлаар хэдийгээр өөрсдийн үзэл бодлын эх сурвалжийг ОНМХ-ийн мэдээллээс олж авдаг боловч олон нийтийн санаа бодлын хөдөлгөгч, үйлдвэрлэгч хүч нь үзэл бодлын манлайлагчид болдог. Гэхдээ энэ үзэл бодол нь хянан зассан, дахин

боловсруулагдсан, өөрийнхөөрөө тайлбарласан байдаг онцлогтой.

ОНМХ-ийн судалгааны гурав дахь үе нь өнгөрсөн зууны 70-аад оноос эхэлдэг бөгөөд гол онцлог нь урьд ноёрхож байсан бүтэц-үүргийн онолоос татгалзаж, олон хувилбарт (парадигмт) хандлага руу шилжих явдал байв. Өөрөөр хэлбэл, хэдийгээр ерөнхий судлагдахууны хүрээнд хоорондоо харилцан уялдаа холбоотой боловч судалгааны бие даасан янз бүрийн аргууд нэвтэрч эхэлснээрээ онцлогтой юм. Өмнөх үеийн судалгаатай харьцуулахад ОНМХ-ийн хүлээн авагчдад үзүүлэх үр нөлөөний асуудалд бага анхаарч, олон нийтийн мэдээллийн харилцааны үр нөлөө, үр ашгийн талаарх бүхнийг хамарсан, өргөн хүрээний төсөөллөөс татгалзаж эхэлсэн. Энэ бол нэг талаар, өмнөх үеийн судлаачдын хийсэн судалгааны үр дүнг үндэслэн ОНМХ-ийн үр нөлөө маш сул байдаг, эсвэл мэдээлэл харилцааны олон шат дамжлагаас болж хүлээн авагчдад хүрээгүй байхад замхарч алга болдог гэсэн дүгнэлттэй, нөгөө талаар, нийгмийн хөгжлийг дагаад өмнөх үеийн ОНМХ-ийн хүлээн авагчид олон хэсэг, бүлэгт хуваагдсан учир тус бүрийг тусгайлан судлах, интерактив мэдээллийн хэрэгсэл шинэ хүлээн авагчдыг бий болгож, тэдний холимог шинж нь судлахад ихээхэн хүндрэл учруулж байгаатай холбоотой юм.

Энэ үед ажиглагдсан хоёр дахь чухал хандлага бол ОНМХ-ийн мэдээллийн агуулгыг судлахад анхаарч эхэлсэн явдал байв. Энэхүү хандлагыг практикт хэрэгжүүлэх явцад ОНМХ-ийн нийтлэл, нэвтрүүлгийн агуулгыг судлах янз

бүрийн аргууд бий болж, ялангуяа 80-аад оны үеэс улам эрчимтэй хөгжсөн юм. Гэхдээ судлаачдын нийтлэл, нэвтрүүлгийн агуулгыг судлах туршлага дутмаг, ийм хандлага эхлэл төдий байсан учраас багагүй саад бэрхшээлтэй тулгарч байв.

Орчин үеийн ОНМХ-ийн судалгааны хөгжлийн гурав дахь гол хандлага бол ОНМХ-ийн байгууллагуудыг тэдний дотоод бүтэц, зохион байгуулалтын асуудалтай уялдуулан авч үзэх, нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн байгууллагуудын дотор эзлэх байр суурийн үүднээс судлах, мөн энэхүү зохион байгуулалтын хүрээнд мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг бэлтгэх, түгээх үйл явцыг судлах явдал байсан юм.

ОНМХ ба нийгмийн байгууллагуудын хоорондох харилцан нөлөөллийн асуудал бол судлахыг шаардсан хамгийн чухал, бас маш өргөн хүрээг хамарсан асуудал гэдгийг орчин үеийн медиа судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг. Өмнөх үеийн судлаачид гол анхаарлаа ОНМХ-ийн мэдээллийн хүлээн авагчдад үзүүлэх нөлөө ба эх бичвэрийн агуулгыг судлахад хандуулж байсан бөгөөд эх бичвэрийг бүтээх үйл явц судалгааны гадуур үлдсэн байв. Гол төлөв эх бичвэр бол бэлэн зүйл учир хүлээн авагчдад нөлөөлөх ёстой гэсэн үзэл бодол давамгайлж, эх бичвэрийг хэн бэлэн болгодог вэ гэдгийг огт анхаардаггүй байжээ. Энэ асуултад хариулахын тулд юуны өмнө эх бичвэрийг бэлтгэдэг байгууллагыг, түүний нийгэмд гүйцэтгэж буй үйл ажиллагааг судлах хэрэгтэй байдаг.

Энд хоёр гол зүйлд анхаарлаа хандуулах шаардлагатай. Нэгдүгээрт, ОНМХ-ийн бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл ба түүний нийгмийн агуулга. Хоёрдугаарт, мэдээллийн үйлдвэрлэлийн дотоод бүтэц. Эхлээд нэгдүгээр асуудлыг авч үзье. Ер нь аливаа нийгэмд хамгийн наад зах нь мэдээллийн үйлдвэрлэлд нөлөөлдөг дараах нийгмийн бүтцийн элементүүдийг нэрлэж болно. Энэ бол төр засаг, эрх зүйн тогтолцоо, мэдээллийн зах зээл, ОНМХ-ийн үйл ажиллагааны үзэл суртлын орчин, хүн амын амьдралын төвшин, санхүүгийн болон үйлдвэрийн янз бүрийн бүлэглэлүүдийн зүгээс хяналт тавих боломж ба өмч, ОНМ-ийн хүрээнийхний мэргэжлийн төвшин, өрсөлдөх чадвар бүхий мэдээллийн байгууллагууд байх, мэдээллийн технологийн хөгжлийн төвшин, ОНМ-ийн хүрээн дэх хөдөлмөрийн хуваарилалтын төвшин, иргэний нийгмийн хөгжлийн төвшин ба ОНМХ-ийн ажилтнуудын олон нийтийн байгууллагууд байгаа эсэх зэрэг болно.

Энэ бол ОНМХ-ийн үйл ажиллагааны орчны зөвхөн ерөнхий шинж юм. Бидний дээр дурдсан тодорхой зүйл бүхнийг хэд хэдэн дотоод хэсэгт хувааж болно. Тухайлбал, “эрх зүйн тогтолцоо” хэмээх зүйл нь ОНМХ-ийн үйл ажиллагааг Үндсэн хуулиар баталгаажуулсан эсэх, ОНМХ-ийн тухай хууль бий эсэх, ОНМХ-ийн үйл ажиллагаанд тавих прокурорын хяналт бий эсэх, шүүхийн үйл ажиллагаа ОНМХ-д нээлттэй, хүртээмжтэй эсэх г. м. олон асуудлыг агуулдаг.

Ер нь ОНМХ-ийн үйл ажиллагааг бүтэц зохион байгуулалтын үүднээс судална гэдэг бол нийгмийн амьдралын

бараг бүх асуудал, хүрээг судална гэсэн үг юм.

Наяад оноос эхлэн Барууны орнуудад ОНМХ-ийн нийгэмд гүйцэтгэх үүрэг, үйл ажиллагааг нухацтай судалсан олон арван бүтээл гарчээ. Харамсалтай нь ОНМХ-ийн хөгжилд чухал үүрэг гүйцэтгэх учиртай энэ асуудалд манай сэтгүүл зүй судлалд туйлын бага анхаарч байгааг хэлэх хэрэгтэй.

ОНМХ-ийн судалгааны хоёр дахь тал бол мэдээллийн үйлдвэрлэлийн дотоод бүтцийг судлах явдал бөгөөд энд ч зайлшгүй авч үзэх ёстой олон асуудал бий. Энд хамгийн гол асуудал бол ОНМХ бүрийн үйл ажиллагааны үндсэн зорилгын (арилжааны, мэдээллийн, үзэл суртлын, эсвэл суртал нэвтрүүлгийн аль нь ч байж болно) тухай асуудал юм. Ийм хандлага мэдээллийн тодорхой нэг хэрэгслийн дотоод бүтцийг төдийгүй, мэдээллийн үйлдвэрлэлийн үйл явцыг оновчтой тодорхойлох болно. Бид энэ үйл явцыг зөвхөн технологийн үйл явц төдий зүйл бус (гэхдээ энэ бол чухал асуудлын нэг), тодорхой утга санааг агуулдаг эх бичвэрийн үйлдвэрлэл гэж ойлгох ёстой юм. Учир нь энэ бол ОНМХ-ийн бүхий л мэдээллийн агуулгыг тодорхойлдог онцлогтой юм. ОНМХ-ийн байгууллагуудын дотоод үйл ажиллагаа нь шаталсан удирдлагатай байдаг нь ч үүнтэй холбоотой юм.

Хэдийгээр 1960-1980-аад оны үед ОНМХ-ийн үр нөлөөний асуудалд хандах хандлага нэлээд суларсан боловч судалгааны ажил хийгдсээр байна. Харин 90-ээд оноос Дорнод Европын болон хуучин ЗХУ-ын бүрэлдэхүүнд байсан орнуудад явагдсан нийгмийн

томоохон өөрчлөлтүүдтэй холбоотой судалгааны ажил нэлээд эрчимтэй явагдах хандлага ажиглагдаж байна. Энэ үйл явцын үед ОНМХ-ийг мэдээллийн хэрэгсэл бус, харин улс төр, эдийн засгийн тэмцлийн хэрэгсэл гэж үзэх хандлага гол байр эзэлж байв. Тухайлбал, Америкийн эрдэмтэн Томас Паттерсон 90-ээд оны эхэнд Зөвлөлтийн дараах орон зайд улс төрийн нам ба түүний үйл ажиллагаа хөгжөөгүй учраас ард түмнийг дайчлан зохион байгуулах ажлыг ОНМХ гардан гүйцэтгэдэг, тэр ч байтугай Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн дүнг хүртэл урьдчилан тодорхойлж байдаг гэсэн таамаглал дэвшүүлж байв.

Их гүрний задрал дэлхийн тогтвортой байдлыг эвдэж, хуваарилалтын шинэ үеийг эхлүүлснийг бид мэднэ. Энэ бол олон улсын тавцандах нөлөөллийн хүрээний хуваарилалт, нийгэм-улс төрийн бүтцийн хуваарилалт, эцэст нь бие даасан үндэсний эдийн засгийн хүрээн дэх өмчийн хуваарилалт байлаа. Цаг хугацаа, орон зайн өргөн хүрээг хамарсан энэ үйл явцад ОНМХ хамгийн үр ашигтай хэрэгслийн үүргийг гүйцэтгэж, зарим тохиолдолд хүчний байгууллагуудаас ч илүү үр нөлөөтэй байсан. Энэ нь ОНМХ-ийн үр нөлөөний асуудалд илүү их анхаарлаа хандуулахад нөлөөлсөн гол хүчин зүйл болсон гэдгийг орчин үеийн олон нийтийн мэдээллийн харилцааг судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг.

Ишлэл

¹ M c Q u a i l D. 2004. Mcquail's Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage. 4th ed.-ийг үзнэ үү.

² Цит. по: Черных А. 2007. Мир современных медиа. М., с.12.

³ Williams R. 1976. Keywords. A Vocabulary of Culture and Society. N.Y: Oxford University Press, p. 169-170.

⁴ Цит по: Черных А. Указ. соч., с.12.

⁵ McQual D. Op. cit., p. 11.

⁶ Barrat D. 1994. Media Sociology. L.-N.Y: Routledge, p. 15.

⁷ Janowitz M. 1968. The Study of Mass Communication. N.Y: Macmillan and Free Press, p. 52.

⁸ Thompson J. B. 1990. Ideology and Mass Culture. Oxford: Oxford University Press, p. 219.

⁹ Lasswell H. 1995. Propaganda. N.Y.: New York University Press, p. 4.

¹⁰ Klapper J. T. 1960. The Effects of Mass Communication. Glencoe, Il.: Free Press, p. 123.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд – Эрдэнэ Б. 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ.

2. Варустин Л. Э. 1995. Пресса и журналистика. М.

3. Войскунский А. Е. 2000. Гуманитарный Интернет// Гуманитарные исследования в Интернете. М.

4. Зулъяфиль М. 2007. Орчин үеийн сэтгүүл зүй. УБ.

5. Зулъяфиль М. 2005. Сэтгүүл зүйн тайлбар толь. УБ.

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

7. Черных А. 2007. Мир современных медиа. М.

8. Barrat D. 1994. Media Sociology. L.-N.Y: Routledge.

9. Janowitz M. 1968. The Study of Mass Communication. N.Y: Macmillan and Free Press.

10. Lasswell H. 1995. Propaganda. N.Y.: New York University Press.

11. Klapper J. T. 1960. The Effects of Mass Communication. Glencoe, Il.: Free Press.

12. McQual D. 2004. Mcquail's Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage. 4th ed.

13. Thompson J. B. 1990. Ideology and Mass Culture. Oxford: Oxford University Press.

14. Williams R. 1976. Keywords. A Vocabulary of Culture and Society. N.Y: Oxford University Press.

Резюме

Статья посвящена теоретико-практическим и историческим вопросам массовой коммуникации, являющейся относительно новым исследовательским феноменом современной науки. Автор, опираясь на теоретико-методические положения некоторых исследователей и практические аспекты тенденции развития массовой коммуникации, делает вывод, что трудности изучения массовой коммуникации связаны с одной стороны с ее поистине всеобъемлющим характером, проникновением во все сферы современного общества, с другой — со скрытостью роли и влияния, оказываемых на общество и индивид.

Также автор в статье на основе конкретных фактов и теоретических положений раскрывает сущность понятий "массовая коммуникация", "масс медиа" и новых подходов исследователей к информации, в том числе цепи Шэннона. В статье автор показывает главные особенности этапов развития медиа-исследований.