

ОРЧИН ҮЕИЙН ӨМНӨД СОЛОНГОСЫН  
ХЭВЛЭЛИЙН БҮТЭЦ, ХЭВ ШИНЖ

Ч.Чойсамба\*

\* МУИС, НШУС, Сэтгүүл зүйн тэнхмийн багш, доктор (Ph.D.), МУИС-ийн дэд профессор

**Түлхүүр үг:** тогтмол хэвлэл, өдөр тутмын хэвлэл, үндэсний хэмжээний сонин, орон нутгийн хэвлэл, эдийн засгийн сонин, таблоид сонин, гадаад хэл дээр гардаг сонин, үнэгүй сонин, сэтгүүл.

Өмнөд Солонгосын хэвлэлийн өнөөгийн тогтолцоо тус орны төрийн төлөвшил, нийгэм-улс төрийн хөгжлийн явцад бүрэлдэн тогтжээ. Дэлхийн хоёрдугаар дайнд Япон ялагдаж, үг дуугүй бууж өгөх гэрээнд гарын үсэг зурснаар Солонгосын ард түмэн өөрийн төөрөг, хувь тавилангаар хөгжих боломж бүрдсэн байна. Гэвч XX зуунд хоёр дахь удаагаа гадны гүрнүүд солонгосчуудын амьдралд хутгалдаж, өөрийн дур зорогийг нялзаасан юм. Улс орон үхлийн тэмцэлд татагдсан орсон хоёр хэсэгт талцан дайтаж, он

удаан жил үргэлжилсэн цэргийн дарангуйллын дэглэмүүд тогтож, энэ бүх хугацаанд сөрөг хүчин нээлттэй, ардчилсан нийгмийн төлөө тууштай тэмцэж, эцсийн дүндээ ялалтанд хүрсэн билээ.

Чухам ийм л нөхцөлд Өмнөд Солонгосын хэвлэл хөгжиж, боловсронгуй болж байв. Энэ бол зөвхөн төрийн тусгаар тогтнол, хэвлэлийн эрх чөлөө, ардчилал, ил тод байдлын төлөө төдийгүй, мөн өөрийн оршин тогтнолын төлөөх тэмцэл байлаа. Энэ тэмцэл хохиролгүй байсангүй. Цэргийн дэглэм, хэвлэлийн цензур үгүй болсон энх тунх үед ч сонин, сэтгүүл гаралтаа зогсоож байв. Эдийн засгийн хямрал нүүрлэхээс өмнө, тогтмол хэвлэл цэцэглэн хөгжих бүхий л нөхцөл бүрдчихээд байсан 1990-ээд оны эхний хагаст ч шинэ сонин гарахаасаа хаагдах нь илүү байлаа. Тухайлбал, 1995 онд Өмнөд Солонгост 9720 тогтмол

хэвлэл гарч байсан бол энэ тоо 1996 онд 8222, 1997 онд 7490, 1998 онд 6785, 1999 онд 5930 болтлоо буурч, дурдсан хугацаанд 39%-иар цөөрсөн байна. Гагцхүү 2000 оноос л тогтмол хэвлэлийн тоо өсч эхэлжээ. 2000 онд 6468, 2001 онд 6916, 2002 онд 7033 тогтмол хэвлэл гарч байв. Өдөр тутмын хэвлэл хямралын хүнд хэцүү жилүүлийг туулсны эцэст мөн тооны хувьд нэмэгдэж эхэлжээ. 1997 онд өдөр тутмын 105 сонин гарч байсан бол 1999 онд 112, 2000 онд 117, 2002 онд 124 болтлоо нэмэгдсэн юм. Гэхдээ 1995 оныхоо төвшинд (148 сонин) хүрээгүй байна. Энэ тоонд үнэгүй түгээгддэг сонинууд ороогүй аж. Тухайлбал, 2002 оны 12-р сард төлбөртэй 124 сониноос гадна үнэгүй түгээгддэг 430 хэвлэл гарч байв<sup>1</sup>.

Тогтмол хэвлэл бол солонгосчуудын өдөр тутмын амьдралын салшгүй нэг хэсэг юм. Өмнөд Солонгост хэвлэгдэж буй сонинуудын дийлэнх хэсэг нь үүргийн худалдаагаар бус, харин захиалгаар тардаг. Өдөр тутмын сониныг жилээр захиалахад дундаж солонгос иргэний сарын цалингийн ердөө 7-8-хан хувь шаардагддаг. Өөрөөр хэлбэл, сарынхаа цалингаар үндэсний хэмжээний 11 сониныг бүгдийг нь бүтэн жилээр захиалсан ч цаана нь өөр хэвлэл худалдан авах мөнгө үлдэнэ гэсэн үг. Сүүлийн жилүүдийн байдлаар Өмнөд Солонгосын

нийт өрхийн 2/3 нь сонин захиалан уншиж байна.

Азийн энэ жижигхэн улс дэлхийд хамгийн их сонин уншдаг орны тоонд зүй ёсоор ордог. Өдөр тутмын сонины уншигчдынхаа тоогоор Өмнөд Солонгос дэлхийн хөгжингүй олон орныг ардаа орхидог. Статистикийн мэдээнээс үзэхэд, 2001 оны байдлаар мянган хүн тутамд өдөр тутмын 454 ширхэг сонин ногдож байв. Энэ үзүүлэлтээрээ Өмнөд Солонгос зөвхөн Япон (664), Скандинавын орнуудын дараа (Финлянд, Шведэд тус бүр 543) орж, Европ, Ази, Хойд Америкийн өндөр хөгжилтэй орнуудыг ардаа хол орхижээ. Харьцуулахад 2001 оны байдлаар АНУ-д мянган хүн тутамд 274, Германд 371, Францад 180 ширхэг сонин ногдож байсан юм<sup>2</sup>.

Орчин үеийн Өмнөд Солонгосын сонинууд шуурхай мэдээ, задлан шинжилсэн нийтлэл, төрөл бүрийн рекламаас бүрдсэн, чанарын өндөр төвшинд хийгдсэн байдаг. Хямралын үед нүүрний тоо нь цөөрсөн ч 2000 оноос хойш сонинууд дахин зузаарч эхэлжээ.

2003 он гэхэд хамгийн томоохон сонинууд 7 хоногт 304-374 нүүрээр гарч байв. Өдөр тутмын сонинууд (англи хэл дээр гардаг гурван хэвлэлийг эс тооцвол) солонгос хэл дээр гардаг. Өмнөд Солонгосын хэвлэлийн гол цөм

нь улс орны мэдээлэл-хэвлэлийн цөм болсон Сөүлд төвлөрдөг. 2003 оны байдлаар нийслэлд 9250 сэтгүүлч, бусад ажилтан орон тоотой байсан нь өдөр тутмын хэвлэлд ажилладаг нийт боловсон хүчний 64% юм.

Бүтцийн хувьд Өмнөд Солонгосын өдөр тутмын хэвлэлийг үндэсний хэмжээний, орон нутгийн, эдийн засгийн, таблоид, үнэгүй, гадаад хэл дээрх гэж ангилдаг. Эдгээр нь тус бүртээ өөр өөрийн онцлогтой бөгөөд улс орны мэдээллийн орон зайд зохих байр сууриа нэгэнт эзэлжээ.

Өмнөд Солонгосын өдөр тутмын хэвлэлийн хамгийн нөлөө бүхий, нэр хүндтэй, олон уншигчтай нь **үндэсний хэмжээний сонинууд** юм. Үндэсний хэмжээний сонинууд бүгд

Сөүлд гардаг бөгөөд улс орон даяар түгдэг. Энэ ангилалд нийт 11 сонин багтдаг. Эдгээр нь «Чосон ильбо» (англи бичлэгээр «Chosun Ilbo»), «Чүнан ильбо» («Joongang Ilbo»), «Тона ильбо» («Dong-A Ilbo»), «Хангүк ильбо» («Hankook Ilbo»), «Кёнхан синмүн» («Kyung-hyang Shinmun»), «Хангере синмүн» («Hankyoreh Shinmun»), «Кореа синмүн»

(«Korea Shinmun»), «Сегие ильбо» («Segye Ilbo»), «Мүнхва ильбо» («Munhwa Ilbo»), «Күкмин дэйли» («Kukmin Daily»), «Наиль синмүн» («Naeil Shinmun») юм. Эдгээр сонины хэвлэгдэх хувь харилцан адилгүй ч бүгд нийлээд өдөр тутмын сонинуудын нийт хэвлэгдэх хувийн 60 гаруй хувийг эзэлдэг. Үндэсний хэмжээний сонинудаас хамгийн олон уншигчтай нь «их гурвал» гэгддэг «Чосон ильбо» (хэвлэгдэх хувь 2,7 сая, уншигчдын тоо 3,9 сая), «Тона ильбо»

(2,2 сая — 3,4 сая), «Чүнан ильбо» (2,1 сая — 3,2 сая) юм. Бусад нь «их гурвал»-аас хэвлэгдэх хувь, уншигчдынхаа тоогоор нэлээн хоцордог. Тухайлбал, «Хангүк ильбо»-гийн хувьд дээрх үзүүлэлт нь 1,4 сая, 1,8 саятай, «Кёнхан син-

мүн»-ий хувьд 1,2 сая, 1,4 саятай тэнцэх аж.

Үндэсний хэмжээний сонинууд («Хангере синмүн»-ээс бусад нь) барууны чиглэлийн бөгөөд төрийн эрх баригч элитийн бодлогыг хамгаалдаг ч мэдээллийн зах зээл дээр байр сууриа хадгалж үлдэхийн тулд бие биентэйгээ

«

*Бүтцийн хувьд Өмнөд Солонгосын өдөр тутмын хэвлэлийг үндэсний хэмжээний, орон нутгийн, эдийн засгийн, таблоид, үнэгүй, гадаад хэл дээрх гэж ангилдаг. Эдгээр нь тус бүртээ өөр өөрийн онцлогтой бөгөөд улс орны мэдээллийн орон зайд зохих байр сууриа нэгэнт эзэлжээ.*

»

ширүүн өрсөлддөг. Тэгэхдээ шаардлага гарвал засгийн газрыг ч шүүмжилнэ.

Ер нь Өмнөд Солонгосын хэвлэл төдийгүй, улс төрийн намууд барууны, зүүний гэж хуваагддаг. Тус орны улс төрийн амьдралын нэг өвөрмөц онцлог бол намуудын гайхмаар тогтворгүй байдал билээ. Өмнөд Солонгос байгуулагдаад 50 орчим жилийн хугацаа өнгөрч байхад арваас илүү олон жил оршин тогтносон нам үгүй. Ихэнх тохиолдолд ээлжит сонгуулийг угтан байгуулагдсан нам дараагийн сонгуулиас өмнө тарж бутардаг. Мөн чанартаа Өмнөд Солонгосын улс төрийн намууд бол томоохон улстөрчдийн эвслүүд бөгөөд нэгдэж нягтрах, салж сарнихдаа маш амар.

Гэхдээ тус орныг үзэл суртлын зөрчилгүй улс гэж ойлгож болохгүй. Орчин үеийн Өмнөд Солонгос бол харин ч хоёр хэсэгт талцсан, тэгэхдээ маш цөөн төвийг сахигчтай орон юм. Нийгэмд барууныхан илүү хүч, нөлөөтэй. Барууны чиглэлийнхэн Хойд Солонгост таагүй ханддаг, АНУ-тай стратегийн түншлэлээ бэхжүүлэхийг зорьдог, чөлөөт зах зээлийг эрхэмлэж, томоохон концернуудыг хөгжүүлэхийг дэмждэг. Тэгвэл зүүнийхэн Пхеньянтай харилцаагаа сайжруулахыг чухалчилдаг, америкчуудыг элдвээр харааж зүхдэг, Европын орнуудын жишгээр нийгмийн хамгааллын тогтолцоотой болохыг эрхэмлэдэг (Өмнөд Солонгост

ийм тогтолцоо үгүй гэж хэлж болно), томоохон концернуудыг бүтцийн өөрчлөлтөнд оруулах, болж өгвөл тараах зорилготой. Гэхдээ барууныхан ч, зүүнийхэн ч угтаа үндсэрхэх үзэлтнүүд юм.

Сүүлийн үед гарах болсон «Хангере синмүн», «Күкмин дэйли» (1988 оноос), «Сегие ильбо» (1989 оноос), «Мүнхва ильбо» (1991 оноос) нь ахмад сонинуудын нэгэнт хуваачихсан зах зээлд өөрийн орон зайг эзлэхийн тулд ихээхэн чармайж байгаа ч тэдний хэмжээнд хүрэх болоогүй байна. Үүнийг дараах үзүүлэлтээс харж болно. Сүүлд гарсан хэвлэлүүдээс хамгийн олон уншигчтай нь болох «Хангере синмүн» 0,5 сая хувиар хэвлэгдэж, жилийн орлого нь 51 сая ам. доллартай тэнцэж байхад «Чунан ильбо» 359 сая, «Чосон ильбо» 319 сая, «Тона ильбо» 255 сая ам. долларын ашигтай ажилладаг байна.

Өмнөд Солонгосын нөлөө бүхий сонинуудын агуулгын тухайд яривал дийлэнх материал нь дотоод бодлого, түүний дотор эдийн засгийн асуудалд зориулагдсан байдаг. Сонинуудыг нэгтгэдэг нэг зүйл бол олон улсын харилцаа, хилийн чанад дахь үйл явдлуудад төдийлөн анхаарал тавьж, ач холбогдол өгдөггүй явдал юм. Өдөр тутмын сонин дунджаар 30 орчим нүүртэй гээд бодвол ердөө 2 орчмыг нь л гадаад мэдээлэлд зориулдаг. Гэхдээ

энэ мэдээлэл олон улсын үйл явдлуудыг бус, харин эдийн засгийн амьдралыг тусгасан байдгаараа онцлогтой. Тэгэхдээ экспорт, импортоос ихээхэн хамааралтай байдаг Өмнөд Солонгосын эдийн засагтай ямар нэг байдлаар холбоотой мэдээлэл түлхүү нийтлэгддэг. Үүний зэрэгцээ дотоод бодлогын асуудлууд, парламент доторх зөрчил, сайд нарын сөргөлдөөн, намуудын нэгдэл, задралыг нэн тодорхой, дэлгэрэнгүй тусгадаг.

Өмнөд Солонгосын өдөр тутмын сонины тогтолцоог **орон нутгийн хэвлэл**гүйгээр төсөөлөхийн аргагүй. Тэдгээрийн тоо байнга хэлбэлзэж байдаг бөгөөд 2000 оны байдлаар 64 сонин энэ ангилалд хамаарч байв. Үндэсний хэмжээний хэвлэлүүдтэй харьцуулбал орон нутгийн сонинуудын нөлөө, үүрэг бага юм. Учир нь орон нутгийнхан үндэсний хэмжээний сониныг захиалж уншихыг эрхэмлэдэг. Энэ тал дээр Өмнөд Солонгос АНУ-тай бус, харин Японтой төстэй. Хэрэв АНУ-д орон нутгийн хэвлэлүүд нөлөөтэй байдаг («Вашингтон пост», «Нью-Йорк таймс», «Лос-Анжелес таймс» г. м.) бол Японд үндэсний хэмжээний сонинууд хүчтэй байдаг.

**Я**поны дарангуйллын үед орон нутгийн хэвлэл элдвийн дарамт хавчлагад өртөж, Дэлхийн хоёрдугаар дайны он жилүүдэд бүгд хаагдаж байсан ба гагцхүү Солон-

гос орон харийн түрэмгийлэгчдээс чөлөөлөгдсөнөөр дахин гарч эхэлжээ. Эдгээрээс хамгийн ахмад нь «Кёеннам ильбо» («Gyeongnam Ilbo») бөгөөд аль 1909 онд Солонгосын хойгийн өмнөд хэсэгт орших эртний түүхт Чинжү хотхонд үндэслэгдсэн байна. Өнөөдөр Өмнөд Солонгост гарч байгаа орон нутгийн өдөр тутмын бусад бүх сонин 1945 оноос хойш гарах болсон юм. Тухайлбал, 1945 онд «Канвон ильбо» (Чхунчхон хот), «Чежү синмүн» (Чежү), «Ённам ильбо» (Тэгү), 1946 онд «Пусан ильбо» (Пусан), «Мэйль синмүн» (Тэгү), «Чхунчхон дэйли ньюз» (Чхонжү), «Кённам синмүн» (Чханвон) гарах болжээ. Хожим орон нутгийн өдөр тутмын хэвлэл жил бүр шинэ сониноор баяжсаар байгаад бүхэл бүтэн тогтолцоо бий болсон байна.

Орон нутгийн хэвлэл угаасаа хязгаарлагдмал хүрээний уншигчдад зориулагдсан байдаг учир цөөн тооны аудиторио авч үлдэхийн тулд өөр хоорондоо ширүүн өрсөлдсөөр өдийг хүрчээ. Цэргийн дэглэмүүдээс тогтоосон элдэв хязгаарлалт, хоригийг даван туулж үйл ажиллагаагаа явуулах нь орон нутгийн хэвлэлүүдийн хувьд маш хүнд сорилт байлаа. Нийслэлийн сонинуудтай харьцуулбал ажлын нөхцөл байдал тааруухны зэрэгцээ хөдөлмөрийн хөлс ч хамаагүй бага байв. Энэ зөрүү хэт их

байсан учир үе үеийн үйлдвэрчний эвлэлүүд шийдэх гэж ихээхэн зүтгэж, чармайсаар иржээ. Хэрэв 1970-аад оны эхээр Сөүлийн буюу үндэсний хэмжээний сонины ажилтан сард дунджаар 33 мянга 156 воны (тухайн үеийн ханшаар 83 ам. доллар) цалин авч байсан орон нутгийн хэвлэлүүд сурвалжлагч нартаа дунджаар ердөө 18 мянга 693 воны цалин (46,6 ам. доллар) олгож байжээ. Сэтгүүлчийн эрхэлж байсан ажлыг иш үндэс болговол хөдөлмөрийн хөлсний зөрүү бүр ч их болно. Тухайлбал, үндэсний хэмжээний сонинд редакцийн өгүүлэл бичдэг сэтгүүлч сард дунджаар 74,9 мянган воны (183,6 ам. доллар) цалин авч байсан бол орон нутгийн сонинд мөн ажил хийдэг сэтгүүлч 32,4 мянган вон (81 доллар) авч байв<sup>3</sup>.

Зөвхөн сэтгүүлчдийн төдийгүй, хэвлэх үйлдвэрийн ажилтнуудын хөдөлмөрийн хөлс ихээхэн зөрүүтэй байлаа. Тийм ч учир Солонгосын хэвлэх үйлдвэрийн холбоо байгуулагдсан нь сонины эзэд, төр засгийн түшмэдтэй хэлэлцээр хийж эхэлжээ. Хэдийгээр хэвлэх үйлдвэрийн ажилтнуудын тэмцэл сэтгүүлчдийн дэмжлэгийг олоогүй ч эцсийн дүндээ үр дүнгээ өгсөн юм. Хэвлэлийн эзэд хэвлэх үйлдвэрийн олон мянган ажилтнуудын дуу хоолойг огоорон явж болохгүйгээ ойлгож, зарим нэг буулт хийсэн байна.

1997-1998 оны эдийн засгийн хямрал орон нутгийн хэвлэлийг бүхэлд нь сөхрүүлжээ. Хар шуурга мэт энэ хүнд бэрх жилүүдэд олон сонин дампуурч, гаралтаа зогсоохоос өөр аргагүйд хүрсэн юм. Тэсч үлдсэн хэвлэлүүд аажмаар хуучин байр сууриндаа эргэж очиж байгаа ч хямралын өмнөх төвшиндөө хүрч чадаагүй л байна. Тухайлбал, 1997 оны эхээр орон нутгийн сонинууд 7 хоногт дунджаар 138 нүүрээр хэвлэгддэг байсан бол 1999 он гэхэд энэ үзүүлэлт 109 хүртлээ буурчээ. 2001 онд 127 нүүр болж өссөн ч жилийн дараа дахин буурч, 119 болсон байна. Редакциудын орон тоо ч цомхотголд өртжээ. Хямралын өмнө тохоохон сонинуудад 400-600 бүтээлч болон техникийн ажилтан ажиллаж байсан бол 2002 оны байдлаар 250-400 хүний л орон тоотой болсон юм.

Гэсэн ч өнөөдрийн Өмнөд Солонгосын орон нутгийн өдөр тутмын хэвлэл бол чанарын өдөр төвшинд гардаг, өөрийн гэсэн хүрээний уншигчидтай, тулгамдсан асуудлуудаар хурц, шүүмжлэлтэй нийтлэлүүдийг аудиторидоо толилуулдаг сонин болж чаджээ.

Орон нутгийн сонинууд дотроо «Пусан ильбо» манлайлдаг байна. Өмнөд Солонгосын хоёр дахь том хотод гардаг тус сонин 1946 онд үндэслэгджээ. Солонгосын дайны үед Ардчилсан Солон-

госын арми Сөүлийг эзлэхэд тэндээс нүүсэн сонинууд «Пусан ильбо»-гийн материаллаг бааз дээр тулгуурлан гаралтаа үргэлжлүүлж байв. Өнөөдөр «Пусан ильбо» БНСУ-ын өмнөд хэсэгт гарч байгаа хамгийн нөлөө бүхий хэвлэл болж чаджээ. Тус сонин 7 хоногт 216 нүүрээр гарах бөгөөд орон тооны 366 хүн ажиллаж байна. Түүнээс гадна «Пусан ильбо» нь гадаадад сурвалжлагчаа суулгасан орон нутгийн цөөн хэвлэлийн нэг юм. Токиод байрлах сурвалжлагчдын цэг зөвхөн Японы тухай төдийгүй, бусад орны тухай элдэв төрлийн мэдээлэл цуглуулж, редакци руугаа илгээдэг. «Пусан ильбо»-гийн ерөнхийлөгчөөр Ким Сан Хун ажилладаг. Тэрээр 1973 онд тус сонинд сурвалжлагчаар орсон цагаас хойш ажил амьдралаа холбосон бөгөөд 1997 онд ерөнхийлөгчөөр сонгогджээ.

**Ө**мнөд Солонгосын үсрэнгүй хөгжлийн гол үндэс нь эдийн засаг юм. Тийм ч учир **эдийн засгийн сонинууд** тус улсын ОНМХ-ийн тогтолцоонд чухал байр суурь эзэлдэг. Энэ бол бизнесмен, санхүүч, эдийн засагч, түшмэд зэрэг ажил хэрэгч хүмүүст зориулагдсан чанартай хэвлэл юм. Энэ ангилалд ердөө 6 сонин хамаардаг. Эдгээр нь «Сөүл кьёнже ильбо» («Seoul Economic Daily»), «Хангүк кьёнже ильбо» («Korea Economic Daily»),

«Мэиль кьёнже синмүн» («Maeil Business Newspaper»), «Нэйвэй кьёнже ильбо» («Naeway Economic Daily»), «Чеиль кьёнже ильбо» («Jeil Economic Daily»), «Файнэншл ньюз дэйли» («Financial News Daily») юм. Хамгийн ахмад нь 1960 онд байгуулагдсан «Сөүл кьёнже ильбо», хамгийн отгон нь 2000 оноос гарч эхэлсэн «Файнэншл ньюз дэйли» байна. Тодорхой тогтчихсон зах зээлийн төлөө эдгээр хэвлэл өөр хоорондоо өрсөлдөж, өөрийн гэсэн өнгө төрхтэй болжээ. Аажимдаа «Хангүк кьёнже ильбо», «Мэиль кьёнже синмүн» хоёр салбарынхаа манлайлагч болж тодорсон юм. Энэ хоёр сонин хоёулаа 1960-аад онд үндэслэгдсэн бөгөөд өнөөдөр эдийн засгийн хэвлэлүүдээс хамгийн олон уншигчтай, хамгийн олон ажилтантай нь болжээ. Тухайлбал, «Мэиль кьёнже синмүн»-д 505, «Хангүк кьёнже ильбо»-д 565 хүн ажиллаж байна. Нүүрнийх нь тоог аваад үзвэл «Хангүк кьёнже ильбо» 7 хоногт 348 нүүрээр гардгаараа тэргүүлж, «Мэиль кьёнже синмүн» 320 нүүрээр удаалжээ.

Өмнөд Солонгосын эдийн засаг өсч, гадаад харилцаа өргөжсөнөөр ажил хэрэгч хүмүүс гадаад орнууд дахь бизнес, санхүүгийн үйл ажиллагааны асуудлуудыг илүүтэй сонирхох болсон байна. Тэгвэл эдийн засгийн сонинууд энэхүү эрэлт хэрэгцээг нь хангахад

нийтлэлийн бодлогоо чиглүүлдэг бөгөөд гадаадын мэдээллийн агентлаг болон хилийн чанадад суугаа сурвалжлагчдынхаа ирүүлсэн мэдээллийг нийтэлдэг ажээ. Гадаад ертөнцтэй хамгийн сайн холбоотой сонинууд бол мэдээж салбартаа манлайлагч хэвлэлүүд бөгөөд аль аль нь Нью-Йорк, Вашингтон, Токио, Бээжинд сурвалжлагчтай. Үүнээс гадна «Хангүк кьёнже ильбо» Парист, «Мэиль кьёнже синмүн» Лондонд сурвалжлагчтай байна. Эдийн засгийн бусад хэвлэлээс гадаадад сурвалжлагчтай нь зөвхөн «Файнэншл ньюз дэйли» (Токиод), «Сөүл кьёнже ильбо» (Нью-Йоркд) юм.

Эдийн засгийн сонинд нэг талаас мэргэжлийн ур чадвартай, нөгөө талаас эдийн засгийн нарийн ширийн асуудалд нэвтэрсэн тийм сэтгүүлчид ажилладаг. Тухайлбал, «Мэиль кьёнже синмүн»-ий ерөнхийлөгч 52 настай Чан Тэ Хван Америкийн хэд хэдэн их сургуульд сурч, боловсрол эзэмшсэн, тэндээ лекци уншиж байсан, Солонгостой эргэж ирээд төлөвлөлтийн асуудал хариуцсан томоохон алба хашиж,

дараагаар нь бизнесийн хөгжлийн салбарыг толгойлж байгаад 1986 оноос тус сониныг удирдах болжээ. Түүний удирдлаган дор «Мэиль кьёнже синмүн» эдийн засгийн хямралыг тэсч гарсан төдийгүй, байр сууриа улам бататгасан байна. Тус сонин 1990-ээд оны сүүлээр Эм-Би-Эн (MBN — Maeil Business News) хэмээн алдаршсан 24 цагийн кабелийн тусгай суваг нээсэн нь үүнд ихээхэн нөлөөлсөн юм. «Хангүк кьёнже ильбо»-г 59 настай, нэртэй сэтгүүлч Ким Ён-ен удирддаг. Тэрээр Сөүлийн нэгэн их сургуулийг дүүргээд «Чосон ильбо»-д ажиллаж байгаад

«Хангүк кьёнже ильбо»-д 1989 онд ирж, албан тушаал ахисаар эцэстээ ерөнхийлөгчийн суудалд заларсан юм.

Өнөөдөр эдийн засгийн сонинууд зүй ёсоор өндөр үнэлэгддэг. Эдгээр хэвлэлийн байр суурь, үзэл бодлыг ажил хэрэгч хүмүүс төдийгүй,

улстөрчид хүртэл сонсдог байна. 10 жилийн өмнө эдийн засгийн хямрал дэгдэхэд тааж мэдсэнгүй хэмээн олон нийт энэ сонинуудыг зэмлэж, буруу тохож байсан нь арга ч үгүй байсан юм.

«

**Өмнөд Солонгосын эдийн засаг өсч, гадаад харилцаа өргөжсөнөөр ажил хэрэгч хүмүүс гадаад орнууд дахь бизнес, санхүүгийн үйл ажиллагааны асуудлуудыг илүүтэй сонирхох болжээ. Тэгвэл эдийн засгийн сонинууд энэхүү эрэлт хэрэгцээг нь хангахад нийтлэлийн бодлогоо чиглүүлдэг бөгөөд гадаадын мэдээллийн агентлаг болон хилийн чанадад суугаа сурвалжлагчдынхаа ирүүлсэн мэдээллийг нийтэлдэг.**

»

Тиймээс эдгээр хэвлэл өмнөх алдаагаа давтахгүйн тулд чадах бүхнээ хийж, орчин үеийн эдийн засаг, санхүүгийн байдлыг үнэлж дүгнэхдээ зөвхөн засгийн газрын түшмэдийн мэдэгдэлд хөтлөгдөхөө нэгэнт больжээ.

Олон нийтийн унших дуртай өөр нэг төрлийн хэвлэл бол **таблоид сонинууд** юм. Энэ ангилалд хамаарах сонинууд гол төлөв залуучуудад зориулагдсан, өнгө төрх, агуулга зэргээрээ Баруун Европ, АНУ-ын гудамжны буюу шар хэвлэлтэй адил байдаг.

1960-аад оны сүүлээр гарч эхэлсэн спортын хэвлэлүүд Өмнөд Солонгосын анхны таблоид сонинууд болжээ. Анхны таблоид болох спортын өдөр тутмын «Дэйли спортс»-ыг «Хангүк ильбо» 1969 онд гаргасан байна. Хожим «Дэйли спортс Сөүл» (1985 онд гарсан, 2002 онд нэрээ «Спортс Сөүл 21» болгож өөрчилсөн, эрхлэн гаргагч нь «Сөүл синмүн» сонин), «Спортс Чосон» (1990, «Чосон ильбо»), «Спортс түдэй» (1999, «Күкмин дэйли») гарах болжээ. «Дэйли спортс» анхандаа цэвэр спортын сонин шиг гарч байв. 1980-аад онд «Дэйли спортс Сөүл», «Спортс Чосон» гарах болсноор тэдгээрийн хооронд зах зээлийн төлөөх өрсөлдөөн эхэлж, илүү олон уншигчийг өөртөө татахын тулд мэргэжлийн шаардлагаа эрс бууруулж, дуулиан шуугиан хөөцөлдөх болжээ.

Цэргийн дэглэмүүдийн үед хянагчид сонинуудын нийтлэлийн улс төрийн агуулга төдийгүй, хэвлэлтэнд орж буй бүхий л материалуудыг хянадаг байсан юм. Улмаар баримтгүй нийтлэл, хов жив, элдэв цуу яриа, нэртэй хүмүүсийн хувийн амьдрал, гэмт хэрэг, садар самуун гээд өнөөгийн шар хэвлэлийн хувьд ус, агаар нь болсон тэр мэдээлэл шууд хасагддаг байв. Харин 1980-аад оны сүүлээс байдал өөрчлөгдөж, урьд хориотой байсан тэр мэдээлэл сонин, сэтгүүлийн хуудсыг дүүргэжээ. Шар хэвлэл «спортын» гэх халхавчин дор гарах болсон бөгөөд энэ онцлогоороо Японы сэтгүүл зүйтэй төстэй.

**Т**аблоид сонинууд нүүрнийхээ тоог нэмснээр спортын ертөнц дэх үйл явдлын тухай дэлгэрэнгүй мэдээлсэн хэвээр боловч хов жив, оддын хувийн амьдрал, сенсацид түлхүү анхаарах болсон байна. Тиймийн учир залуучуудын ёс суртахуунд буруу нөлөө үзүүлж байна хэмээн зарим байгууллага спортын хэвлэлүүдийг буруушааж, харин Хэвлэлийн ёс зүйн хороо сенсацийн хойноос хэт хөөцөлдөж байгааг нь 1990 оны 7-р сард сануулжээ<sup>4</sup>. Гэсэн ч байдал дээрдээгүй бөгөөд 1990-ээд он гарсаар спортын таблоид хэвлэлүүд мэргэжлийн ёс зүйгээ зөрчих нь бүр ч гаарчээ. Долоо хоногт 240-270

нүүрээр гардаг эдгээр хэвлэлийг өнөөдөр залуучууд шимтэн уншиж байна<sup>5</sup>.

Сүүлийн жилүүдэд шинэ төрлийн таблоид сонинууд уншигчдыг байлдан дагуулж эхэлжээ. Энэ бол спортын сэдвээс хол хөндий, элдэв төрлийн зугаацуулах материал бүхий хэвлэл юм. Эдгээр таблоидыг ням гаригт гардаг «Сандэй пэйпер», «Сагоный нэмак» («Sageonui naemak»—«Дотоод түүх») тэргүүлдэг. Энэ төрлийн хэвлэлийг сенсаци хөөдөг, ёс зүйгүй гэж шүүмжлэх хүн олон бий. Гэхдээ үүний сацуу амтархан уншдаг хүн бүр ч илүү. «Сагоный нэмак» 1998 онд анхны дугаараа гаргахдаа 80 мянган хувиар түгэж байжээ. «Сагоный нэмак»-ийн эзэн, туршлагатай сэтгүүлч бүсгүй Ким Ён-йон таблоидуудад найман жил сурвалжлагчаар ажилласны эцэст хувьдаа сонинтой болохоор шийдсэн байна. Тэрээр өөрийн хэвлэлд ёс зүйн ямар нэг хориг, хязгаарлалт байх ёсгүйг зарлаж, манай сонин «дөрөв дэх засаглал»-ын үүрэг гүйцэтгэх зорилго тавиагүй гэж ил тод мэдэгджээ. Томоохон компаниуд «Сагоный нэмак»-д рекламаа нийтлүүлэх нь гутамшиг гэж үздэг учир тус сонин орлогынхоо 90%-ийг борлуулалтаасаа олдог байна. Ийм сонин гарч байгаад нийгмийн хуучныг баримтлагч хэсэг бухимдаж, дургүйцдэг ч Ким Ён-йон зах зээл дээр манай хэвлэл заавал өөрийн

гэсэн орон зайтай байх ёстой гэж үздэг. Сонины агуулгыг аваад үзвэл сенсаци, дээдсийн амьдрал, элдэв хов жив, сексийн тухай мэдээллээр дүүрсэн байдаг. Сексийн тухай мэдээллийн хувьд гэвэл хүмүүс үеийн үед бэлгийн харилцааны асуудлыг сонирхсоор ирсэн, тиймээс энэ сэдвийг аль болох сонирхолтой, зугаатай тусгах хэрэгтэй гэж Ким Ён-йон нэгэн ярилцлагадаа өгүүлсэн нь бий. Хэдий тийм ч «Сагоный нэмак» алхам тутамдаа ямар нэг хүндрэл бэрхшээлтэй тулгардаг. Тухайлбал, Залуучуудыг хамгаалах тухай хуулиар сонинд нүцгэн хүний зураг нийтлэхийг хориглосон байдаг. Харин «Сагоный нэмак»-ийг ийм зураггүйгээр төсөөлөхийн аргагүй учир байнга гомдол, анхааруулга, эсэргүүцлийн бичиг хүлээн авдаг байна<sup>6</sup>.

Таблоид сонинд нийгэм, ялангуяа сэхээтний давхарга шүүмжлэлтэй, үл тоомсорлосон янзтай ханддаг. Эдгээр хэвлэлд ажилладаг сэтгүүлчид ч хийж буй ажлаасаа санаа зовж, ичиж явдаг ажээ. Хэдэн жилийн өмнө явуулсан судалгаагаар, тэдний 70 гаруй хувь нь ажлаа сольж, өөр хэвлэлд сурвалжлагчаар орохыг хүсдэг байна<sup>7</sup>.



дөр тутмын хэвлэлийн нэгээр хэн хэсгийг гадаад хэл дээр гардаг сонинууд эзэлдэг. Тодруулбал, англи хэл дээр гардаг гуравхан сонин энэ ангилалд хамаардаг.

Цөөн хувиар хэвлэгддэг эдгээр сонин өргөн аудиторийг хамарч чаддаггүй бөгөөд гадаадын бизнесмен, дипломатч, жуулчдад зориулагддаг. Тэднээс гадна англи хэлтэй солонгосчууд ч энэ хэвлэлүүдийг худалдан авч, захиалж уншдаг.

Англи хэл дээрх анхны сонин «Кореа таймс» («The Korea Times») Солонгосын дайн эхэлснээс хойш 4 сар гаруйн дараа буюу 1950 оны 11-р сарын 1-нд хэвлэгдэн гарчээ. Тухайн үед төрийн эрх баригчид болж буй үйл явдлуудад Өмнөд Солонгосын засгийн газар хэрхэн хандаж буйгаа тайлбарлах, байр сууриа дэлхий нийтэд хүргэх зайлшгүй шаардлагатай тулгараад байжээ. Тиймээс «Кореа таймс» гарсан цагаасаа эхлэн Өмнөд Солонгост дайтаж буй НҮБ-ын дивизиудийн байлдагчид болон гадаадын иргэдэд шаардлагатай мэдээлэл түгээх ухуулга сурталчилгааны чухал хэрэгсэл болсон юм. Тус сонин засгийн газрын дэргэдэх Олон нийтийн мэдээллийн хэлтэс, түүний захирал Гелен Кимийн шууд оролцоотойгоор гарч байжээ. Дайн дууссаны дараа «Кореа таймс»-ыг хувьд шилжүүлжээ. Хожим нэрд гарсан «Хангүк ильбо» ба бусад хэвлэлийг үндэслэсэн бизнесмен Чан Кей-ен 1953 онд тус сониныг худалдан авсан байна.

«Кореа таймс»-ыг худалдсаныхаа дараа засгийн газар англи хэл дээр гардаг, төрийн эрх баригчдын албан ёсны дуу хоолой болсон өдөр тутмын өөр сонинтой болохоор шийджээ. 1953 оны 8-р сарын 15-нд «Кореан рипаблик» («The Korean Republic») сонины анхны дугаар уншигчдын гар дээр очсон байна. Яг 12 жилийн дараа, 1965 оны 8-р сарын 15-нд тус сонин нэрээ «Кореа херэлд» («The Korea Herald») болгон өөрчилжээ. 1978 онд Солонгосын худалдааны нийгэмлэг худалдан авах хүртэл «Кореа херэлд» засгийн газрын хэвлэлд тооцогдож байв.

Хэдэн арван жилийн турш энэ хоёр сонин гадаад ертөнцийн өмнө Өмнөд Солонгосын дүрийг бүтээж, тэгэхдээ төр засагтай ямар нэг зөрчилт байдалд орохоос зайлсхийсээр ирсэн юм. Өмнөд Солонгост ажиллаж байсан гадаадын сэтгүүлчид улс төр, эдийн засаг, соёлын амьдрал, ямар нэг онцгой үйл явдлын тухай бичихдээ эдгээр хэвлэлийг мэдээллийн эх сурвалж болгон ашигладаг байв.

Хоёр зууны зааг дээр англи хэл дээрх гурав дахь сонин Сөүл хотод мэндэлжээ. Сүр дуулиантай рекламны кампанит ажил өрнүүлсний дараа 2000 оны 10-р сарын 17-нд «Чүнан ильбо» сонины англи хэл дээрх анхны дугаар

хэвлэгдэн гарсан байна. Энэ бол нөлөө бүхий сонины англи хувилбар байгаагүй бөгөөд бие даасан, өөрийн гэсэн бодлоготой хэвлэл байв. Шинэ сонины нэг онцлог бол түүнийг Америкийн «Интернэшнл херэлд трибюн»-тэй цуг түгээдэг явдал юм. Энэ шийдлээ тайлбарлан «Чүнан ильбо» компанийн захирал Хон Сок Хун олон улсын ба дотоодын мэдээг англи хэл дээр түгээх шинэлэг арга, Ази дахь анхны оролдлого бөгөөд амжилтанд хүрэх нь гарцаагүй гэж ярьсан байдаг<sup>8</sup>.

**С**этгүүл зүй өндөр төвшинд хүрсэн Өмнөд Солонгост гадаад хэл дээрх хэвлэл тааруухан хөгжсөн нь тохиолдлын хэрэг биш. Солонгосын нийгэм гадаад хэлийг, тэр дотроо англи хэлийг харийн соёлын нөлөө, элэг буруу үзэл суртлын хийгээд ёс суртахууны үнэт зүйлийг нялзаах оролдлоготой холбож үздэг. Үндэсний соёл, өвөрмөц онцлог, ахуй, уламжлалаа хадгалах нь солонгос хүн бүрийн сэтгэхүйд бат хадагдсан бөгөөд энэ нь тэдний үндэсний бодлого, зан байдлыг тодорхойлдог.

Гэвч сүүлийн жилүүдэд өндөр технологи үсрэнгүй хөгжиж, мэдээллийн нийгэм бүтээх оролдлого амжилтанд хүрч байгаа нь уламжлалт хандлага, хэвшмэл зарчмуудаасаа татгалзаж, англи хэлний асуудлыг шинээр авч үзэх

зайлшгүй шаардлагыг бий болгожээ. Өмнөд Солонгосын эдийн засаг, улс төр, боловсролын тогтолцоо даяаршлын үйл явцад эргэлт буцалтгүй татагдсан орсон нь англи хэлний мэдлэг бүхий дээд зэрэглэлийн мэргэжилтнүүдийн бүхэл бүтэн давхаргыг шаардах болов. Англи хэлд суралцахыг газар сайгүй уриалж, энэ хэлийг Өмнөд Солонгосын боловсролын салбар, нийгмийн амьдралын албан ёсны хоёр дахь хэлээр зарлахыг шаардах ч боллоо. Чухам энэ санааг 1998 оны 8-р сард англи хэл дээр гардаг Сөүлийн долоо хоног тутмын «Ньюз-ревью» анх дэвшүүлсэн байдаг. Энэ санааг ХМХ-үүд, олон нийт дэмжсэн юм. Тухайлбал, «Кореа херэлд» хэрэв Өмнөд Солонгос нийт Зүүн-Хойд Азийн мэдээллийн өдөр технологийн төв байхыг хүсч байгаа бол англи хэлийг мэдээлэл харилцааны бүхий л салбарт нэвтрүүлэх хэрэгтэй гэжээ.

Хүн амын хэт үндсэрхэх үзэлтэй бүлэг давхарга аливаа шинэлэг бүхнийг улайран эсэргүүцдэг. Тэд англи хэл Өмнөд Солонгост дэлгэрснээр тус болохоосоо ус болох нь их гэж үздэг. Гэтэл өнөөдөр зөвхөн Солонгосын хойгийн хүн ам төдийгүй, нийт дэлхий дахин цаашдынхаа хөгжлийг англи хэлтэй холбон үзэж байгаа нь нууц биш юм. Жил ирэх тусам англи хэл дээр гардаг сонинуудын ач холбогдол өсөн нэмэгдэх

нь гарцаагүй. Юутай ч өнөөдөр Өмнөд Солонгост «Ариранг» үндэсний телесуваг нэвтрүүлгээ англи хэл дээр цацаад хэдэн жилийн нүүр үзэж байна. Түүнчлэн Сөүлд «Уолл-стрит жорнэл», «Интернэшнл херэлд трибюн», «Файнэншл таймс», «Ньюзуик» зэрэг Америк, Англи хэвлэл гарч, мухлагнаас англи хэл дээрх олон нэр, төрлийн сонин, сэтгүүл худалдан авч болно. Үүний зэрэгцээ «Кореа таймс» Америкийн «Лос-Анжелес таймс» сонины редакцитай тохиролцсоны дагуу 2004 оноос эхлэн «Уорлд рипорт» гэдэг дөрвөн нүүр бүхий тусгай хавсралт гаргах болжээ. Энэ хавсралтын бүхий л мэдээллийг «Лос-Анжелес таймс»-ын сэтгүүлчид бэлтгэдэг учир солонгос уншигчид дэлхий дахинаа өрнөж буй үйл явдлуудыг Америк өнцгөөс харах боломжтой болсон юм.

Сүүлийн үед уншигчдын талархлыг нэгэн шинэ төрлийн хэвлэл хүлээсэн нь өдөр тутмын **үнэгүй сонинууд** билээ. Эдгээр хэвлэлийг метроны зогсоолууд дээр түгээдэг. Ийм төрлийн анхны сонин 2002 оны 5-р сард бий болсон бөгөөд

«  
*Олон нийт метроны үнэгүй сонинуудыг улам илүү сонирхон шохоорох болжээ. Энэ төрлийн сонинд нухацтай, шүүмжлэлтэй, задлан шинжлсэн, эрэн сурвалжилсан материал нийтлэгддэггүй, тийм зорилго ч тавьдаггүй. Харин хамгийн гол нь чухал, шуурхай мэдээллээр дүүрэн байдаг. Дээр нь зорчигч ажил руугаа явах замдаа маш богино хугацаанд элдэв төрлийн олон мэдээллийг нэг дороос авдаг.*

»

«Метро» гэж нэрлэгддэг. Түүний араас «Дэйли фокус», «AM7», «Good Morning Seoul» зэрэг сонин гарах болжээ. «Метро» сонин анх 400 мянган хувиар түгэж байсан бол 2003 оны эцэс гэхэд энэ тоо 485 мянга болтлоо өссөн байна. Энэ сониныг Швейцарьт төвлөрдөг, дэлхийн 16 орны 26 хотод 14 хэл дээр нийт 15 сая хувиар түгдэг үнэгүй сонинуудыг ивээн тэтгэдэг олон улсын «Метро интернэшнл» компани санхүүжүүлдэг. Хэдийгээр ийм нөлөө бүхий ивээн тэтгэгчтэй ч «Метро» тэргүүлэгч байр сууриа удаан хадгалж чадаагүй юм. 2003 онд байгуулагдсан «Дэйли фокус» богино хугацааны дотор хэвлэгдэх хувиараа тэргүүлж, хэдхэн сарын дараа буюу 2004 оны эхэн гэхэд 662 мянган хувиар түгэж байв. Энэ төрлийн хэвлэл угаасаа үнэгүй тараагддаг учир зөвхөн рекламнаас олох ашгаараа л санхүүждэг. Гэхдээ энэ сонинууд маш цомхон бүтэц, бүрэлдэхүүнтэй, гагцхүү

метроны зогсоол дээр түгээгддэг учир ихээхэн хэмжээний зардал чирэгдэл

гаргахаас зайлсхийж, төсвөө хэмнэж чаддаг байна.

Олон нийт метроны сонинуудыг улам илүү сонирхон шохоорох болжээ. Энэ төрлийн сонинд нухацтай, шүүмжлэлтэй, задлан шинжилсэн, эрэн сурвалжилсан материал нийтлэгддэггүй, тийм зорилго ч тавьдаггүй. Харин хамгийн гол нь чухал, шуурхай мэдээллээр дүүрэн байдаг. Дээр нь зорчигч ажил руугаа явах замдаа маш богино хугацаанд (дунджаар 20 минутын дотор) элдэв төрлийн олон мэдээллийг нэг дороос авах боломж олгодог. Тэгээд энэ сониныг уншихад ямар нэг төлбөр төлөх шаардлагагүй гээд бодвол хүмүүс уншихыг хүсдэг нь арга ч үгүй юм.

**О**лон зуун мянган хувиар түгдэг үнэгүй сонинуудын бүхэл бүтэн тогтолцоо бүрдсэнийг нийгэм янз янзаар хүлээн авчээ. Тухайлбал, уламжлалт хэвлэл метроны сонинуудыг зах зээлээс нь хумсалж буй, уншигчдыг буруу юманд сургаж байгаа өрсөлдөгч мэтээр хүлээн авсан байна. Энэ нь ч ул үндэстэй юм. 2004 оны зун социологийн судалгаа явуулсан байгууллагын мэдээлснээр зөвхөн Сөүлд уламжлалт буюу төлбөрт сонины уншигчдын тоо 26%-иар буурсан байна. Үндэсний хэмжээний өдөр тутмын сонинуудын хэвлэгдэх хувь ялимгүй ч гэсэн мөн буурсан дүн гарчээ.

Тухайлбал, «Чосон ильбо» нэг жилийн хугацаанд (2002 оны сүүл-2003 оны сүүл) хэвлэгдэх хувиа 2,38 саяас 2,32 сая болтол бууруулсан бол «Чунан ильбо» 2,08 саяас 2,06 сая, «Тона ильбо» 2,09 саяас 2,07 сая болтол тус тус бууруулсан байна. Үнэгүй сонин зах зээлд гарч ирснээр хамгийн их хохирсон хэвлэл бол жижиг сонинууд юм. Учир нь жижиг сонинуудад реклам олгогчдыг метроны сонинууд булаан авч эхэлжээ. Тиймээс жижиг сонинууд арга буюу үүргийн худалдааны үнээ бууруулж, нүүрнийхээ тоог цөөлөх болсон байна.

Үнэгүй сонинууд гарч ирсэн нь зөвхөн уламжлалт хэвлэлийн эздийн төдийгүй, сонин, сэтгүүл борлуулах мухлагийн эзэд, худалдагч нарын жинхэнэ айдас түгшүүрийг хүргэх болжээ. Тэд үнэгүй сонин түгээх болсныг буруушааж, эсэргүүцлийн хөдөлгөөн өрнүүлсэн байна. «Метроны сонинууд биднийг ердөө л цусгүй алж байна» гэж тэд байр сууриа илэрхийлжээ. 2004 оны 6-р сард спортын үнэгүй «Спортс Хангүк» сонин гарах болсны дараа метроны зогсоолууд дээр байрлах сонины мухлагуудын худалдагчид «Хангүк ильбо» концерны төв байранд очиж, удирдлагаас нь шинэ сониноо төлбөртэй болгохыг шаардсан юм. Эерэг хариулт авч чадаагүй тэд хэд хоногийн дараа тус концернээс гаргадаг бүх хэвлэлийг борлуулахаа зогсоожээ.

Хожим өдөр тутмын үнэгүй «Зум» сонин гаргах болсон «Сегие ильбо»-гийн төв байрны өмнө хэвлэл борлуулагчид ирж, эсэргүүцлээ илэрхийлсэн байдаг<sup>9</sup>.

Үнэгүй сонинууд бий болсон нь хэдийгээр эсэргүүцэлтэй тулгарч, элдэв асуудал араасаа дагуулсан ч өдөр тутмын хэвлэлийн шинэ төрөл үүсч, олон зуун мянган уншигчдыг байлдан дагуулснаараа Өмнөд Солонгосын сэтгүүл зүйд нэгэн шинэ хуудас болжээ. Эдгээр хэвлэл метротой гурван хотод буюу Сөүл, Пусан, Тэгүд л тархаж байгаа ч онцгой үйл явдал болсон юм.

Өмнөд Солонгосын тогтмол хэвлэлд **сэтгүүлүүд** чухал байр суурь эзэлдэг. Тус улсын албан ёсны статистикаар, долоо хоногт нэгээс цөөн, жилд нэгээс олон удаа гардаг хэвлэмэл бүтээгдэхүүнийг сэтгүүл гэж үздэг. Улмаар долоо хоногт нэг удаа гардаг хэвлэл, жилд нэг удаа гардаг товхимолууд энэ ангилалд хамаарагддаггүй.

Орчин үеийн хэв загвар бүхий сэтгүүл Солонгост XIX зууны сүүлээр бий болжээ. XX зууны туршид сэтгүүлийн өнгө төрх нэг бус удаа хувьсан өөрчлөгдөж байсан ч нийгмийн улс төр, соёлын амьдралын салшгүй хэсэг, солонгос ахуйн чухал бүрэлдэхүүн болж чадсан юм. Сэтгүүлийн нэр төрөл жил ирэх тусам өсөн нэмэгдсээр 1995 он гэхэд 6705-д хүрсэн нь оргил цэг байлаа.

Дараа жилээс нь эхлэн сэтгүүлийн тоо буурч эхэлжээ. 1996 онд 5166, 1997 онд 4971 сэтгүүл үйл ажиллагаагаа явуулж байв. Эдийн засгийн хямрал тогтмол хэвлэлд том цохилт өгсөн бөгөөд 1999 оны сүүл гэхэд Өмнөд Солонгост ердөө 4564 сэтгүүл гарч байв. Гагцхүү 2000 оноос эхлэн сэтгүүлийн тоо нэмэгдэж эхэлжээ.

1980-аад оны сүүл-1990-ээд оны эхээр сэтгүүлийн нэр төрөл олширсон нь нарийн мэргэжил, чиглэлийн мэдлэг үгүйлсэн уншигчдын арми бий болсонтой холбоотой. Тэдний эрэлт хэрэгцээг даган гэрийн аж ахуй, спорт, аялал жуулчлал, амралт, чөлөөт цаг, орчин үеийн хувцасны загвар, уран зохиол, урлаг, шинжлэх ухаан, техник болон эрүүл мэнд, анагаах ухааны асуудлуудад зориулагдсан гэх мэт чиглэлийн маш олон тооны сэтгүүл ар араасаа цувран гарчээ.

**Э**дгээр сэтгүүлийг янз бүрийн пүүс, хувьцаат компани, банкууд эрхлэн гаргадаг. Сэтгүүл нь сониныг бодвол нарийн хүрээний аудиторид зориулагдсан байдаг бөгөөд тэдний эрэлт хэрэгцээг хангахад чиглэгдсэн байдгаараа онцлогтой. 1990-ээд оны сүүлээр «эмэгтэйчүүдийн» сэтгүүлүүд олноор гарч, өөрийн гэсэн уншигчидтай болжээ. Энэ бол гол төлөв зузаан, том форматтай, өнгөлөг

зургуудтай сар тутмын хэвлэл байдаг. Гэр бүлгүй бүсгүйчүүдэд зориулагдсан, нөхөрт хэрхэн гарах, хамтын амьдралаа яаж зохиох тухай зөвлөгөөгөөр дүүрэн сэтгүүл ч олон бий. Ер нь эмэгтэйчүүдийн сэтгүүлүүд маш олон төрлийн мэдээлэл агуулсан байдаг онцлогтой. Алдартай эмэгтэйчүүдийн хөргөөс авахуулаад гэр бүлийн харилцааны тухай социологийн судалгааны дүн, хоол хийх жор, гоо сайхны зөвлөгөө, хувцас эсгэхэд анхаарах зүйл, хүүхдүүдээ хүмүүжүүлэхэд баримтлах мөрдлөгө, амралтаа зөв зүйтэй зохион байгуулах, амжилтанд хүрэх аргууд гээд юуны ч тухай уншиж болно.

Сэтгүүл дотроо хамгийн нэр хүндтэйд жижиг форматтай, гэхдээ 400-600 нүүртэй «зузаан сэтгүүл»-үүд тооцогддог. Ийм сэтгүүлийг ихэвчлэн томоохон корпорациудаас эрхлэн гаргадаг. Өмнөд Солонгосын сэтгүүлд утга зохиол маш бага нийтлэгддэг. Харин улс төр, нийгэм, эдийн засгийн мэдээлэл зонхилдог юм.

**Ө**өр нэг хэсэг буюу «нимгэн сэтгүүл»-үүд медиабүлгүүдэд хамаардаггүйгээрээ ялгардаг.

Энэ бол гол төлөв улс төр, нийгэм-улс төрийн чиглэлийн, илүү өндөр боловсролтой, төр засгийн гадаад болон дотоод бодлогыг сонирхдог хотын аудиторид зориулагдсан хэвлэл байдаг. Ийм сэтгүүлүүд тодорхой байр суурийг

илэрхийлж, улс төрийн ямар нэг хүчнийг дэмжиж байдаг. Тухайлбал, «Маль» («Үг») зүүний чиглэлийн, үндсэрхэх, Америкийн эсрэг сэтгүүл бол «Хангүк нондан» («Солонгосын индэр») хэт барууны, консерватив байр суурийн индэр болсон хэвлэл юм<sup>10</sup>.

Сэтгүүлийн дийлэнх хэсэг нь Сөүлд гардаг. Үүнд мэргэжилтнүүд төдийгүй, улстөрчид ч шүүмжлэлтэй ханддаг байна. Засгийн газар нийслэлд төвлөрсөн сэтгүүлүүдийн нягтралыг бага ч атугай сааруулахын тулд зарим нэг арга хэмжээ авсан байдаг. 2000 онд засгийн газраас санал болгосноор Солонгосын хэвлэн нийтлэгчдийн эвлэл сар тутмын 1500 орчим нэр төрлийн сэтгүүлийг төлөөлсөн үзэсгэлэн зохион байгуулсан байна. Сэтгүүлийн бизнест орон нутгийн хэвлэн нийтлэгчдийг татан оролцуулахын тулд үзэсгэлэнг 3-р сард Тэжонд, 5-р сард Каньонд, 9-р сард Чхунчхонд зохион байгуулжээ<sup>11</sup>. Гэсэн хэдий ч Сөүл Өмнөд Солонгосын хэвлэлийн бизнесийн төв байсан, одоо ч хэвээр байгаа юм.

## Ишлэл

<sup>1</sup> The Korea Press 2004, p. 167.

<sup>2</sup> Ланьков А. Н. Печатная демократия по-корейски. // «Русский журнал». 23 окт. 2003.

<sup>3</sup> *Son Chu-Whan*. 1994. Journalism and Unionization: A Comparative Study of Korean and Foreign Press. Seoul, p. 66.

<sup>4</sup> Korea Annual 1991, p. 274.

<sup>5</sup> Ланьков А. Н. 2000. Корея: будни и праздники. М., с. 361.

<sup>6</sup> Круглов Е. В. 2005. Пресса Южной Кореи, М., с. 120.

<sup>7</sup> Ланьков А. Н. Печатная демократия по-корейски. «Русский журнал». 23 окт. 2003.

<sup>8</sup> JoongAng Ilbo English Edition. Seoul, 17 Oct. 2000, p. 1.

<sup>9</sup> Korea Now, Seoul, 21 Aug. 2004, p. 29.

<sup>10</sup> Ланьков А. Н. Корея: будни и праздники, с. 362-363.

<sup>11</sup> Korea Annual 2001, pp. 203-204.

### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Круглов Е. В. 1993. Средства массовой информации Южной Кореи в условиях обновления и демократизации // «Вестник Московского университета», серия журналистика, № 3.

2. Круглов Е. В. 2003. СМИ Южной Кореи // Зарубежная журналистика накануне XXI века. Часть 3. М.

3. Круглов Е. В. 2005. Пресса Южной Кореи. М.

4. Круглов Е. В. 2000. Печать Восточной и Юго-Восточной Азии в условиях азиатского экономического кризиса (1997-1999 гг.) // «Вестник Московского университета», серия журналистика, № 1.

5. Ланьков А. Н. 2000. Корея: будни и праздники. М.

6. Ланьков А. Н. Печатная демократия по-корейски. // «Русский журнал». 23 окт. 2003.

7. Ли Же Хек. 1995. Особенности демократизации южнокорейской прессы в современных условиях (1987-1994 гг.). Автореф. канд. дисс. М.

8. Ткачёва Н. В. 2003. Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. М.

9. Chang Young-Soo. 2003. Freedom of the Press: Foundation of the News Media // Korea Focus, Seoul, № 3.

10. The History of Korean Press Movement // The 24<sup>th</sup> IFJ World Congress in Seoul. Seoul, 2001.

11. Press Freedom Situation in South Korea. — [www.freemedia.at/pin\\_Korea.htm](http://www.freemedia.at/pin_Korea.htm)

### Резюме

Данная статья посвящена ежедневной периодической печати современной Южной Кореи — Страны, которая достигла больших успехов и достижений в области масс-медиа за короткий срок. Сегодня общепринята следующая типология ежедневной южнокорейской прессы: национальные, региональные, экономические, таблоиды, бесплатные и на иностранном языке. Каждому из вышеперечисленных видов автор уделяет особое внимание.