

МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖИЙН АНГИЛЛЫН АСУУДАЛД

Т. Оюунбилэг*

* «Номун далай» дээд сургуулийн захирал, МУИС-ийн Сэтгүүл зүйн тэнхмийн докторант

Түлхүүр үг: баримт, мэдээллийн эх сурвалж, эх сурвалжийн ангилал, мэдээллийг хуримтлуулагч.

Сэтгүүлчийн үйл ажиллагааг мэдээллийн эх сурвалжгүйгээр төсөөлөхөд бэрх юм. Чухамхүү эх сурвалж л сэтгүүлчийг мэдээллээр хангаж, улмаар олон нийтийн мэдээллийн цангааг тайлахад дам оролцож байдаг. Мэдээллийн эх сурвалж бол аливаа үйл явдал, үзэгдлийн талаар чухал, шаардлагатай мэдээллээр сэтгүүлчийг хангаж байдаг объектив (баримт, материаллаг орчин) ба субъектив (хүн) хүчин зүйл юм. Эдгээр эх сурвалжийг тус тусад нь авч үзье.

1. Баримт мэдээллийн эх сурвалж болох нь

Өнөөдөр «баримт» гэдэг үгийг хоёр үндсэн утгаар ойлгож, тайлбарладаг. Юуны түрүүнд баримт гэдэг бол «мэдээллийг цаг хугацаа болон орон зайд дамжуулах зорилгоор тэмдэглэсэн материаллаг биет» гэж үздэг. Өөрөөр «эзэмшигч нь ямар нэг зүйлийг эзэмшдэг, ямар нэг үйл явдлыг бататгасан хууль-эрх зүйн хувьд хүчин төгөлдөр бичиг»¹ гэж үзэх нь ч бий.

Мэдээж, бид баримт гэдгийг эхний утгаар нь авч үзэх болно.

Аливаа баримт мэдээллийн онцгой эх сурвалжийн хувьд чухал болохыг судлаачид тэмдэглэсэн байдаг. Баримт бол нэн өргөн хүрээний ухагдахууныг өөртөө агуулсан ойлголт юм. Сэтгүүл зүй судлаач Г.В.Лазутина: «Сэтгүүлч үйл ажиллагааныхаа зорилтоос хамааран мэдээллийн баримтат эх сурвалжуудын олон хэлбэрийг ашигладаг»² болохыг тэмдэглэсэн байдаг.

«Баримт» гэх «хайрцаг»-аас сэтгүүлч хүссэн мэдээллээ олж болно. Энд хууль болон төр засгийн дээд байгууллагуудын тогтоол, шийдвэрээс авахуулаад эрдэм шинжилгээний суурь бүтээл, судалгаа, үйл явдал, үзэгдэл, хүмүүсийн тодорхойлолт, дүрслэл хүртэл багтах юм.

Мэдээллийн баримтат эх сурвалжийг ашиглах явдал тэдгээрийг эрж хайхаас эхэлдэг. Өнөөдөр, «мэдээллийн дэлбэрэлт»-ийн үед энэ нь сэтгүүлчээс ихээхэн мэдлэг, ур чадвар шаардаж байна. Тухайлбал: аливаа баримтын төрөл, хэлбэр, итгэл даах чадвар, ач холбогдол зэргийг сэтгүүлч мэддэг байхаас гадна үнэлэлт дүгнэлт өгч чаддаг байх хэрэгтэй.

Сэтгүүл зүйд түгээмэл ашиглагдаг баримтуудыг дараах төрлүүдэд хувааж болно. Үүнд:

1. Төр-захиргааны,
2. Үйлдвэрлэл-аж ахуйн,
3. Нийгэм-улс төрийн,
4. Шинжлэх ухааны,
5. Техникийн,
6. Мэдээлэл-лавллагааны,
7. Уран сайхны.

Энэ бол тухайн баримтын агуулгаас хамаарч хийсэн ангилал юм. Мөн баримт ямар хүрээнд эргэлдэж байгаагаас нь үүдэн дараах гурван төрөлд хуваадаг:

1. Үйлдвэрлэлийн,
2. Олон нийтийн байгууллагын,
3. Ахуйн³.

«Үйлдвэрлэлийн баримтад хөдөлмөрийн хамт олны мэргэжлийн үйл ажиллагаа, төрийн болон үйлдвэрлэлийн хүрээн дэх захиргааны мэдээллийн хэрэгцээг хангахад чиглэгдсэн эх бичвэрүүдийн цогцыг (өргөдөл, тайлбар бичиг, илтгэл, хүсэлт гэх мэт хувийн шинж чанартай баримтууд ч үүнд адилхан хамаарна) хамааруулж үздэг»⁴. Үйлдвэрлэлийн баримтын нэг онцлог нь тэдгээрийг зайлшгүй тэмдэглэж, бүртгэж байдаг оршино. Манай улсад энэ төрлийн баримтад нэвтрэх сэтгүүлчдийн эрх тодорхойгүй, хуульчлагдаагүй, заримдаа «байгууллагын нууц» гэсэн ангилалд хамаарчихдаг тул тэр бүр хүртээжтэй байдаггүй. Тиймээс ХМХ-ийн ажилтнууд албаны хүмүүсийн хориг саадтай тулгарах нь түгээмэл юм. Улмаар сэтгүүлч танил тал хайх, эдгээр мэдээллийг хориотой аргаар олох зэрэг арга хэрэглэхэд хүрдэг.

Олон нийтийн байгууллагын баримтад нэвтрэх, олох нь харьцангуй

нээллттэй, чөлөөтэй байдаг. Энэ төрөлд янз бүрийн нам, эвсэл, хөдөлгөөн, байгууллагын үйл ажиллагаанд хамаарах баримтууд багтдаг. Олон нийтийн аливаа байгууллага өөрийгөө аль болох таниулах, сурталчлах зорилготой байдаг учир сэтгүүлчдэд тэр бүр хориг тавьж, саад учруулдаггүй.

Хүний өдөр тутмын амьдралд хамаарах албан ёсны болон хувийн шинж чанартай баримтуудыг «ахуйн» гэсэн ерөнхий ангилалд багтааж үздэг. Эдгээр баримт ямар ч бүртгэлгүй бадаг учир мэдээллийн эх сурвалжийн хувьд эрж хайхад хамгийн хүндрэлтэй. Учир нь ахуйн баримт эзэмшигчийнхээ хувийн өмч байдаг тул сэтгүүлчдэд өгөх эсэх нь түүний сонирлоос шалтгаалдаг. Захиа, өдрийн тэмдэглэл, тэмдэглэгээ зэргийг мэдээллийн эх сурвалж болгож ашиглахын тулд сэтгүүлч эзэмшигчээс нь зайлшгүй зөвшөөрөл авах шаардлагатай тулгардаг.

Социологийн үүднээс сэтгүүл зүйн хүрээнд эргэлддэг баримтыг дараах төрөлд хуваасан байдаг:

1. Мэдээллийг тэмдэглэгдэх аргаар нь гар бичмэл, хэвлэмэл баримт, кино-, фото-, соронзон хальсан дээрх бичлэг;

2. Зохиогчийн статусыг харгалзан хувийн ба нийтийн (өргөдөл, дурсамж, хамт олны хурлын протокол г. м.);

3. Баримтын эх сурвалжийг харгалзан албан ёсны ба албан ёсны бус (засгийн газрын тогтоол, өдрийн тэмдэглэл г. м.);

4. Эмпирик материалд хэр ойр байгаагаас нь шалтгаалж анхдагч (тухайлбал, социологийн судалгааны явцад бөглөгдсөн анкет) ба хоёрдогч (бөглөгдсөн анкетуудыг нэгтгэж

боловсруулсны үндсэн дээр бичсэн тайлан г. м.);

5. Бүтээгдсэн шалтгаанаар нь ерийн (захиалга өгөхөөс өмнө байсан) ба захиалгат (хэн нэгний, тухайлбал, сэтгүүлчийн захиалгаар хийгдсэн судалгаа, албан байгууллага, хүний тодорхойлолт г. м.)⁵.

Мөн үүнээс гадна баримтыг хамгийн өргөн утгар нь агуулгынх нь хувьд социологийн, археологийн, утга зохиолын, түүхийн, сэтгэл зүйн, криминалистикийн гэх мэтээр ангилдаг.

Баримтыг өөрийн болгох, эзэмших сэтгүүлчийн үйл явц баримтыг олох, боловсруулах, тэмдэглэх гэсэн гурван үе шатыг дамждаг⁶. Эхний шатанд сэтгүүлч баримтын олонлиг дотроос

өөрт хэрэгтэй, өөрийн хайсан мэдээллийг түргэн шуурхай хайж олох үүрэгтэй. Дараагийн шатанд сэтгүүлч олсон мэдээллээ агуулгынх нь хувьд задлан шинжилж, үнэлэлт дүгнэлт өгөх ёстой. Ингэхдээ энэхүү мэдээлэл хэр чухал, ач холбогдолтой, шаардлагатай болохыг сэтгүүлч тогтооно. Хамгийн хариуцлагатай үе шат бол боловсруулсан баримтаа тэмдэглэх (бичих) юм. Ур чадварын хэр өндөр төвшинд баримтыг тэмдэглэхээс сэтгүүлчийн нийтлэлийн «хувь заяа» шалтгаална. Ингэснээр цоо шинэ хэлбэрийн баримт төрж байна гэж судлаачид үзэх тохиолдол ч бий.

Баримт үнэн магадтай болохыг тогтоох явдал бол ихээхэн хариуц-

лагатай ажил юм. Энэ нь хоёр талтай: баримт өөрөө баталгаатай болохыг тогтоохын зэрэгцээ баримтад орсон мэдээллүүд үнэн бодитой гэдгийг бас тогтоох хэрэгтэй. Учир нь баримтыг бүхэлд нь дууриалган үйлдэхээс гадна худал хуурмаг, шалгагдаагүй мэдээллийг баталгаатай мэтээр оруулах тохиолдол цөөнгүй гардаг. Аливаа баримт үнэн бодитой эсэхэд өчүүхэн ч гэсэн эргэлзээ төрөхөд түүнийг магад-

лах шаардлагатай тулгардаг. Баримтыг өнгөн хэлбэрээс нь, өөрөөр хэлбэл гадна талаас нь хараад дууриалгаж үйлдсэн эсэхийг тогтоох нь тун ч ярвигтай ажил. Ихэнхдээ ийм төрлийн ажлыг сэтгүүлч бус, харин мэргэжлийн шинжээч хийдэг. Ба-

римтыг магадлаагүй, шалгаагүйгээс болж сэтгүүлч буруу ташаа мэдээлэл дамжуулах, улмаар шүүхийн хаалга татах явдал практик дээр цөөнгүй гардаг. Баримтыг баталгаажуулаагүйгээс сэтгүүлчийн мэргэжлийн ёс зүйн ноцтой алдаа үүсэх нь ч бий⁷.

Эх сурвалжийг ашиглахдаа сэтгүүлч үнэн магадтай нь тогтоогдсон баримт, «мэдээлэл бүхий» гэгддэг эх сурвалж хоёрын аль нь болохыг нийтлэл, нэвтрүүлэгтээ тодорхой зааж өгнө. Хэрэв тухайн баримтыг сэтгүүлч өөрөө биечлэн шалгаагүй, эх сурвалжид найдсан бол үүнийгээ тусгайлан заах хэрэгтэйг сэтгүүл зүйчид тэмдэглэсэн байдаг⁸.

«

Баримт үнэн магадтай болохыг тогтоох явдал бол ихээхэн хариуцлагатай ажил юм. Энэ нь хоёр талтай: баримт өөрөө баталгаатай болохыг тогтоохын зэрэгцээ баримтад орсон мэдээллүүд үнэн бодитой гэдгийг бас тогтоох хэрэгтэй.

»

Эх сурвалжаас авсан мэдээлэл дэх баримт хэр үнэн бодитойг тогтоохын тулд сэтгүүлч хүн социологийн шинжлэх ухаанд өргөн хэрэглэгддэг аргыг ашигладаг. Тухайлбал:

1. Үйл явдлыг дүрсэлсэн байдал болон тэдгээрийн тайлбарыг, өөрөөр хэлбэл баримт, үзэл бодлыг зааглах.

2. Мэдээллийг бүрдүүлсэн хүн ямар эх сурвалжийг ашигласан, тэрхүү мэдээлэл анхдагч, хоёрдогчийн аль нь болохыг тогтоох.

3. Баримт бичгийг бүрдүүлсэн хүн чингэхдээ ямар зорилготой байсныг илрүүлэх.

4. Тухайн баримт бичгийг ямар нөхцөл байдалд бүрдүүлснийг тунгаан бодох шаардлагатай тулгардаг⁹.

Түүнчлэн баримтыг бусад эх сурвалжийг мэдээлэлтэй харьцуулж үзэх, хэрэв эдийн засаг, нийгэм-улс төрийн чухал сэдвээр нийтлэл, нэвтрүүлэг бэлдэж байгаа бол тодорхой салбарт хүлээн зөвшөөрөгдсөн мэргэжилтэн, шинжээчийн санал, зөвлөгөөг сонсоход илүүдэхгүй.

2. Материаллаг орчин мэдээллийн эх сурвалж болох нь

Материаллаг орчин хэмээх ойлголтыг хамгийн өргөн утгаар нь авч үзвэл бидний эргэн тойронд буй биет зүйлсийн цогц юм. Заримдаа биет зүйлс бидэнд ямар ч хүнээс дутуугүй мэдээллийг өгдөг. бид гагцхүү тэрхүү мэдээллийг тайлж унших, ойлгох чадвартай байх хэрэгтэй. Сэтгүүлч хамгийн түрүүнд эдгээр эх сурвалжийг хаанаас олох вэ гэсэн асуулттай тулгардаг.

Сэтгүүлчдийг мэдээлэлжүүлэх тогтолцоо

Өнөөдөр манай оронд ОНМХ-ийн ажилтнуудад мэдээлэл өгдөг бүхэл бүтэн тогтолцоо бүрдчихээд байна. Маш олон хэлбэртэй энэхүү тогтолцооны заримаас дурдвал:

1. Брифинг. Тодорхой нэг асуудлаар засаг захиргаа, удирдлагын байгууллагууд ямар байр суурь баримталж байгааг сэтгүүлчдэд мэдээлдэг богино хэмжээний уулзалт-хэлэлцүүлэг.

2. Презентаци. Төрийн, олон нийтийн, эсвэл хувийн байгууллагын төлөөлөгч олон нийтэд, тэдгээрийн дотор сэтгүүлчдэд ямар нэг үйл явдлын тухай ёслол төгөлдөр бүхий нөхцөлд мэдээлэл өгдөг арга хэмжээ.

3. Пресс-конференци буюу хэвлэлийн бага хурал. Төрийн, эсвэл олон нийтийн байгууллагын зүтгэлтнүүд, шинжлэх ухаан, урлаг, соёл, спорт зэргийн төлөөлөгчид тулгамдсан асуудлаар сэтгүүлчдэд байр сууриа илэрхийлж, тэдний сонирхсон асуултаудад хариулт өгдөг арга хэмжээ.

4. Пресс-релиз. Хэвлэлийн зохиол албадаас бэлтгэсэн, тодорхой салбар дахь үйл ажиллагаатай холбоотой чухал баримт, үйл явдлын талаарх ОНМХ-д зориулсан мэдэгдэл.

5. Хэвлэлийн албад, мэдээллийн агентлагуудын бэлтгэсэн тодорхой салбарын үйл ажиллагааг тусгасан мэдээллийн тусгай товхимлууд.

6. Төрийн болон олон нийтийн байгууллагын хэвлэлийн албад, хэвлэлийн төлөөлөгчдөөс факс, цахилгаан шуудангаар ОНМХ-ийн редакци, студид ирүүлдэг шуурхай мэдээлэл.

Зарим шаардлагатай мэдээллийг сэтгүүлч редакци, студийнхээ өрөөнөөс ч гарахгүй олж болох нь эндээс харагдаж байна. Энэ шугамаар олсон мэдээллийн ихэнх нь ямар нэг тайлбар

сэлтгүй уншигч, үзэгч, сонсогчдод хүрдэг. Тухайлбал, улсын тэргүүн гадаад орнуудад хийж буй айчлалын талаар Ерөнхийлөгчийн хэвлэл мэдээллийн албанаас ирүүлсэн мэдээллийг тэр чигээр нь дамжуулах хэрэгтэй юм. Энэ тохиолдолд сэтгүүлч эрэн сурвалжлагчийн бус, бэлэг мэдээллийг дамжуулагчийн, өөрөөр хэлбэл мэдээллийг нийлүүлэгч (ХМА), хүлээн авагч хоёрын хооронд жуучлагчийн үүргийг гүйцэтгэдэг.

Манай оронд төрийн байгууллагууд мэдээллийн эх сурвалжийн хувьд онцгой байр суурь эзэлдэг. Аудиторийн зайлшгүй мэдэх ёстой мэдээллийг цаг алдалгүй, шуурхай дамжуулах нь аль ч ОНМХ-ийн хувьд тэргүүн зэргийн зорилт мөн билээ. Гадаад дотоодын томоохон мэдээллийн сувгууд өөрийн урианд «шуурхай» гэсэн үгийг оруулсан байдаг нь үүний илрэл гэж үзэж болно.

Энд «мэдээллийг хуримтлуулагч»-ийн тухай асуудал гарч ирдэг. Мэдээллийг хуримтлуулагч гэдэг нь ОНМХ-ийн сонирхсон мэдээллийг хадгалж, цуглуулж байдаг нийгмийн институт юм. Нийгмийн институтууд ихэнхдээ мэдээллийг ОНМХ-д зориулж хадгалдаггүй, гагцхүү өөрийн үйл ажиллагаа, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангах, нийгэм дэх хэв журмыг сахих үүднээс хуримтлуулдаг онцлогтой. Өөр нэг онцлог нь нийгмийн тухайн институт өөрийн үйл ажиллагааны мөн чанараас улбаалан ерөнхийдөө нэг хэв шинжийн мэдээллийг хуримтлуулдаг. Тухайлбал, цагдаагийн газрууд, ЗЦЕГ, гал команд, түргэн тусламж зэрэг байгууллага ихэнхдээ «сөрөг» мэдээллийн эх сурвалж болдог. Тэгвэл орон нутгийн засаг захиргааны

байгууллагууд гол төлөв «ээрэг», өөрөөр хэлбэл бүтээн байгуулалт, ололт амжилт зэргийг тусгасан мэдээллийн эх сурвалж болдог. Мэдээлэл бүртгэгдэх байдлыг үзвэл сөрөг нь эерэгийгээ бодвол илүү шуурхай, хурдан тэмдэглэгддэг байна.

Мэдээллийн чухал эх сурвалж болдог мэдээллийн агентлагийн тухай тогтож ярих нь зүйтэй. Мэдээллийн агентлаг албадын үйл ажиллагааны онцлог нь тэд ОНМХ-д «түүхий эд», тодруулбал баримтаар баялаг, «хуурай» мэдээллийг хүргэдэг, чингэхдээ аудиторитой харилцаанд ордоггүй. Энэхүү түүхий эдийг ОНМХ боловсруулж, хэрэглэгчдэд нийлүүлдэг.

Мэдээллийн агентлагийг байгуулах санаа анх Францын иргэн Шарль Гавасд төржээ. Тэрээр 1835 онд мэдээллийн анхны агентлагийг үүсгэн байгуулж, дэлхий даяар өөрийн төлөөлөгчдийг байршуулж, олсон мэдээллээ сонин хэвлэлд худалдаж, үйл ажиллагаагаа явуулах болсон юм¹⁰.

Өнөөдөр дэлхийн мэдээллийн зах зээл дээр АНУ-ын «Associated Press», «United Press International», Францын «Agence France Press», Их Британийн «Reuters», Оросын ИТАР-ТАСС агентлагийн «бүтээгдэхүүн» хамгийн эрэлттэй байна. Мэдээллийн эдгээр агентлаг хамгийн хүчирхэг, хамгийн найдвартай, хамгийн шуурхайд тооцогдож, дэлхийн ихэнх оронд өөрийн төлөөлөлтэй болжээ. Оросын судлаач С.Г.Корконосенкогийн тооцоолсноор Европын зах зээл дахь мэдээллийн нийт бүтээгдэхүүний 80 хувийг ганцхан «Associated Press» агентлаг нийлүүлж байна¹¹. Нэр бүхий агентлагийн бэлтгэж нийлүүлдэг мэдээллийн

хэмжээ асар их юм. Ганцхан ИТАР-ТАСС л гэхэд 24 цагийн дотор сонины 150 гаруй нүүр мэдээг гадаад дотоодын ОНМХ, агентлагуудад нийлүүлдэг.

Эдгээрийн зэрэгцээ бүс нутгийн шинжтэй мэдээллийн хүчирхэг агентлагууд ч бий. Тэдний тоонд БНХАУ-ын «Синьхуа», Австралийн «Australian Associated Press», Японы «Киодо Цусин» зэрэг агентлаг ордог.

Чухал мэдээллийг дэлхий даяар шуурхай дамжуулахын тулд томоохон агентлагууд холбооны харилцааны бүхий л хэлбэрийг (түүний дотор сансрын) ашиглаж, мэдээллийг бэлтгэх, боловсруулах, хадгалах компьютерийн хүчирхэг төвүүдийг ажиллуулж, шаардлагатай тохиолдолд өдөрт хэд хэдэн удаа мэдээллийн товхимол гаргаж байна.

Мэдээллийн агентлагуудын үйл ажиллагааны ачаар сэтгүүлчдийн өдөр тутмын ажил ихээхэн хөнгөвчлөгдөж, улмаар тэд хэмнэсэн цаг, зардлаа өөр төрлийн мэдээлэл олж авах, эх сурвалжтай харьцахад зарцуулах боломж бүрджээ.

3. Хүн мэдээллийн эх сурвалж болох нь

Хүн мэдээллийн эх сурвалжуудын тогтолцоонд онцгой байр эзэлдэг. Америкийн сэтгүүл зүй судлалд хүнийг «амьд эх сурвалж» гэж тодорхойлдог бөгөөд энэхүү статус нь түүний өвөрмөц байдлыг тодорхойлдог. Учир

нь баримтын болон материаллаг орчны эх сурвалжид байдаггүй «ашиг сонирхол» гэдэг хүчин зүйл хүнд байдаг. Г.В.Лазутинагийн тэмдэглэснээр, «хүн байгалийн болон нийгмийн үйл явцтай олон тооны хэлхээгээр холбогдсон байдаг учир мэдээллийн эх сурвалжийнхаа хувьд хязгааргүй юм»¹².

Хүн нэг талаас эргэн тойронд өрнөж буй үйл явдлуудын гэрч, эсвэл оролцогч байдаг, тиймээс өөртөө эдгээрийн тухай асар их хэмжээний мэдээллийг агуулж байдаг. Үүний зэрэгцээ хүн бусдын дамжуулсан, бусдаас хүлээн авсан мэдээллийг хадгалж байдаг. Гагцхүү сэтгүүлч энэхүү мэдээлэлд нэвтрэх, өөрөөр хэлбэл хүнийг эх сурвалж болохынх нь хувьд яриулах увдисыг

«

Мэдээллийн дийлэнх хэсгийг сэтгүүлч ярилцлагын аргаар олж авдаг. Ярилцлага гэдэг бол танин мэдэхүйн зорилго бүхий, зохион байгуулалт бүхий, сэтгүүлчийн удирдан чиглүүлдэг харилцааны нэг хэлбэр юм. Хөөрөлдөөн нь мэдээлэл солилцох зорилготой бол ярилцлага нь мэдээлэл авахад чиглэгддэг.

»

эзэмшсэн байх хэрэгтэй. Хэрэв баримтын эх сурвалжид сэтгүүлч хүссэн үедээ нэвтрэх боломжтой бол хүн хэмээх эх сурвалжид нэвтрэх нь хамгийн адармаатай бөгөөд ярвигтай ажил юм.

Мэдээллийн дийлэнх хэсгийг сэтгүүлч ярилцлагын аргаар олж авдаг. Мэдээлэл олж авах зорилготой ярилцлага жирийн харилцан яриа, хөөрөлдөөнөөс зарчмын ялгаатай. Ярилцлага гэдэг бол танин мэдэхүйн зорилго бүхий, зохион байгуулалт бүхий, сэтгүүлчийн удирдан чиглүүлдэг харилцааны нэг хэлбэр юм. Хөөрөлдөөн нь мэдээлэл солилцох зорилготой бол ярилцлага нь мэдээлэл авахад чиглэгддэг.

Ярилцлага авах гэж буй сэтгүүлч үндсэн зорилгоо тодорхойлчихсон, ямар мэдээлэл авахыг зорьж буйгаа тогтоочихсон байх хэрэгтэй. Ихэнхдээ ярилцлагын тусламжтайгаар баримт, тоон мэдээлэл, ямар нэг асуудал, үйл явдлын талаарх үзэл бодол, тайлбар, таамаг зэргийг гаргаж авдаг. Энэхүү мэдээлэл эерэг сөрөг агуулгатай байхаас гадна өнгөрсөн, одоо, ирээдүй цагт хамаарч болно.

Ярилцагч бол интернет биш, хүссэн хүн дуртай мэдээллээ авч болохгүй гэдгийг сэтгүүлч ямагт санаж байх хэрэгтэй. Тиймээс сэтгүүлч, хүнтэй харилцах, дотоод ертөнцөд нь нэвтрэх онцгой чадвар, мэдрэмжийг эзэмшсэн байвал зохино. Нэн ялангуяа харилцааны сэтгэл зүйн мэдлэгтэй болсон байх нь чухал. Учир нь сэтгүүлч ярилцагчаа хэр зэрэг яриулж чадсанаас хэр мэдээлэл авах нь шууд шалтгаална.

Туршлагатай сэтгүүлч бүр ярилцлага авах өөр өөрийн арга барилтай байдаг. Янз бүрийн асуултуудыг тавих дараалал, хувцаслалт, нүүр, биеийн хөдөлгөөн, дууны өнгө аяс, «өдөөн хатгалга» — энэ бүхэн нийлээд ярилцагчийн дотоод ертөнцөд нэвтрэх «багаж» болдог.

Судлаач В.Г.Лазутинагийн тэмдэглэснээр, дараах тохиолдолд ярилцлага амжилттай болно гэж үздэг.

1-рт, ярилцлагад сайтар бэлтгэсэн бол (ярилцлагын сэдэв, ярилцагчийн талаар мэдээлэл цуглуулсан),

2-рт, ярилцлагын явцыг хянаж сурсан, өөрөөр хэлбэл ярилцлагын хэвийн явц алдагдаж, мэдээллийн урсгалд саад учирч буйг ярилцагч цаг тухайд нь мэдэрч, үүнийг арилгах шуурхай арга хэмжээг авч сурсан бол,

3-рт, ярилцагчийг өдөөх, сонирхлыг нь төрүүлэх арга барилд суралцсан бол¹³.

Авьяаслаг сэтгүүлч Валерий Аграновский ярилцлага хийхийн тулд юун дээр анхаарах тал дээр ийн зөвлөсөн байдаг:

1-рт, жинхэнэ сэтгүүлч ярилцагч дээрээ тодорхой санаатай, мөн тодорхой санаа авахын тулд очих хэрэгтэй,

2-рт, ярилцлагыг үр өгөөжтэй болгохын тулд юуны түрүүнд ярилцагчийн сонирхлыг төрүүлэх нь чухал,

3-рт, сэтгүүлч өөрөө хувь хүнийхээ хувьд ярилцагчийн сонирхлыг татах хэрэгтэй¹⁴.

Манай судлаачид ч гэсэн ярилцлага амжилттай болоход урьдчилсан бэлтгэл хэчнээн чухал болохыг тэмдэглэсэн байдаг. «Ярилцлага амжилтгүй болох олон шалтгаан байдаг. Ялангуяа сурвалжлагч ярилцлага авахад бэлэн биш байвал бүрч амжилтгүй болох нь гарцаагүй... Бэлтгэлгүй сурвалжлагч амархан будилж хүнд байдалд орохоос гадна олж авсан мэдээлэл нь өчүүхэн байдаг»¹⁵. Ярилцагч бол мэдээллийн хамгийн амаргүй, ярвигтай, субъектив эх сурвалж болох тухай дээр дурдсан. Тухайлбал, гэрчүүд нэг л үйл явдлын тухай өгүүлэхдээ өөр өөр, заримдаа бүр эсрэг тэсрэг байр суурьтай байх нь олонтаа¹⁶. Гэвч ямар ч байлаа сэтгүүлч өөрийн эрхийг хэтрүүлж, ярилцагчаа байцаах, яллах, буруутгах эрхгүй юм. Эцэст нь «Ухаантай хариулт авъя гэвэл ухаантай асуу» гэсэн цэцэн үгийг сэтгүүлч бүр санаж, мөрдлөгөө болгож явах хэрэгтэй.

Ишлэл

- ¹ 2000. Большой толковый словарь русского языка. СПб., с. 23.
- ² Лазутина Г. В. 2000. Основы творческой деятельности журналиста. М., с. 155.
- ³ Там же, с. 164.
- ⁴ Там же, с. 165.
- ⁵ Засорина Т. 1999. Профессия журналист. Ростов-на-Дону, с. 162-163.
- ⁶ Лазутина Г. В. Указ. соч., с. 166.
- ⁷ Чойсамба Ч. 2004. Сэтгүүлчийн ёс зүйн алдаа. УБ., 45 дахь тал.
- ⁸ Прохоров Е. П. 2000. Введение в теорию журналистики. М., с. 249.
- ⁹ Лазутина Г. В. Указ. соч., с. 166.
- ¹⁰ Зулькафиль М., Чойсамба Ч. 2005. Сэтгүүл зүйн түүх. УБ., 173 дахь тал.
- ¹¹ Корконосенко С. Г. 2001. Основы журналистики. М., с. 104.
- ¹² Лазутина Г. В. Указ. соч., с. 155-156.
- ¹³ Лазутина Г. В. Указ. соч., с. 169.
- ¹⁴ Аграновский В. 1988. Ради единого слова. М.
- ¹⁵ Зулькафиль М., Норовсүрэн Л. 2002. Ярилцлага. УБ., 55 дахь тал.
- ¹⁶ Засорина Т. Указ. соч., с. 125.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Аграновский В. 1988. Ради единого слова. М.,

2. 2000. Большой толковый словарь русского языка. СПб.
3. Засорина Т. 1999. Профессия журналист. Ростов-на-Дону.
4. Зулькафиль М. 2004. Сэтгүүл зүйн онолын үндэс. УБ.
5. Зулькафиль М., Чойсамба Ч. 2005. Сэтгүүл зүйн түүх. УБ.
6. Зулькафиль М., Норовсүрэн Л. 2002. Ярилцлага. УБ.
7. Корконосенко С. Г. 2001. Основы журналистики. М.
8. Лазутина Г. В. 2000. Основы творческой деятельности журналиста. М.
9. Прохоров Е. П. 2000. Введение в теорию журналистики. М.
10. Чойсамба Ч. 2004. Сэтгүүлчийн ёс зүйн алдаа. УБ.

Резюме

Автор в данной статье рассматривает теоретические аспекты такого стержневого понятия журналистики как источник информации. На основании своих исследований автор предпринимает попытку классифицировать источники исследования на следующие виды: документы, материальная среда и человек и даёт им краткую характеристику. Как считает автор, человек в силу своей специфики и сущности является особым источником информации и к нему нужен специальный подход.