

Б. Болд-Эрдэнэ

МОНГОЛЫН МЭДЭЭЛЛИЙН ОРЧИН: ТӨРИЙН СУРТАЛЧИЛГААНЫ МАШИНААС ТӨРӨӨР ТЭТГҮҮЛЭХ СЭТГЭЛГЭЭНД

Мэдээллийн эрин компьютерийг сонгож байна. Энэ бол өнөөгийн бидний, монголын нийгмийн уриа реклам гэлтэй. Хаа сайгүй Интернет кафе нээгдэж, компьютерийн сургалт, худалдаа, сурталчилгааны дуу хоолой өндөрсөж, эрснээ Интернетээс олж, И-мейл бичиж, хүмүүс болоод байгууллагууд Веб-сайттай болцгоож байна. Эрх баригчдаасаа эрхээ бариулагчид хүртлээ мэдээллийн нийгэм, мэдээллийн эрин, мэдээллийн зуун гэсэн үг, цолоор биесээ чимэх болов. Одоо бүр гар утсаа мэдээллийн сүлжээнд холбоно гэнэ. Ийнхүү тоочвол олныг өгүүлэх биз.

Энэ бүхэн нь нэг талаар бидний дэвшил мөн боловч нөгөө талаас мэдээллийн орон зай хэмээх ойлголт, асуудлыг нухацтай авч үзэх, өнөөгийн төлөв байдал, мөн чанарыг тодорхойлохын ач холбогдлыг харуулж байгаа юм. Өөрөөр хэлбэл, сэтгүүлзүй, хэвлэл мэдээллийн судалгаа шинжилгээ, судлагдахууны хамрах хүрээнд олон нийтийн соёл, нийгмийн сэтгэлзүй, орчин үеийн хүний нийгэмч дүр төрх хандлага гэх зэрэг ойлголт асуудал нэмэгдэж байна гэсэн үг. Тиймээс мэдээ хэмээх ойлголтыг бичлэгийн төрөл зүйл, сэтгүүлчийн ур чадвар, найруулгазүйн хүрээнд тодорхойлохоос гадна нийгмийн үнэт зүйл, шоу бизнесийн мэдээлэл, реклам сурталчилгааны "тулах цэг" хэмээн үзэх хэрэгтэй болжээ. Харилцаа, үр нөлөө талаасаа ч тэр гол асуудал Юуг, Яаж мэдээллэхдээ бус харин Ямар орчинд мэдээллэх нь чухал болоод байна.

Өнөөгийн манай мэдээллийн хэрэгсэл түүний техник технологи боловсронгуй болсоор буйг ч бид олон жишээгээр нотолж болно. Телевизийн хувьд л гэхэд Монгол телевиз тоон системд шилжих тухай яригдаж, Ийгл телевизээр CNN мэдээллийн хөтөлбөрийг монгол хэлээр сонсон үзэж, Интернетээс орос монгол англи хэлээр шинжлэх ухааны судалгааны өгүүллээс дуулиан шуугиант мэдээг хүртэл уншиж, 10 гаруй богино долгионы радио, тооны үзүүлэлтээр бол 1000 гаруй сонин сэтгүүлтэй боллоо. Түүнчлэн янз бүрийн төсөл, бусад үйл ажиллагааны хүрээнд гарч буй хэвлэл болоод электрон сонин, Веб сайтуудыг тооцох юм бол багагүй хүрээ үзүүлэлт гарах биз ээ. Өөрөөр хэлбэл, 1990 оноос хойш бидний мэдээлэл авах, мэдээллийн орон зайд нэвтрэх нөхцөл боломж эрс дээшилжээ.

Мэдээллийн орон зайн ойлголт нь нэг талаас хялбар мэт боловч олон хүчин зүйлийг нэгтгэн тусгах шаардлагатай учир нилээд ярвигтай зүйл болно. Гэхдээ мэдээллийн орон зай нь обектив буюу мэдээллийн хэрэгслийн хөгжил, өнөөгийн тогтолцоо, хууль эрх зүйн орчин болоод субектив болох олон нийтийн ухамсар санаа бодлыг агуулагч цогц ойлголт болой. Доктор профессор

Е.П.Прохоров "мэдээллийн орон зайн тэргүүлэх үүрэг нь иргэдийн мэдээлэл олж авах таатай нөхцөл орчинг бий болгох явдал гэжээ. Тиймээс мэдээллийн орон зайн хөгжил төлөвшил нь нийгмийн тогтворт байдал, улс төр эдийн засгийн төлөв байдал болоод олон нийтийн хандлага сэтгэлгээнээс хамаарах аж. Энэ утгаараа үр нөлөөт, таатай мэдээллийн орчинг бүрдүүлэх нь өнөөгийн манай төр засаг, олон нийтийн байгууллага, ХМХ-ийн гол асуудал болж байна. Энд эрхзүйн төдийгүй татвар, банк санхүүгийн таатай орчин хийгээд иргэд олон нийтийн идэвхи оролцоо гээд олон хүчин зүйлийг авч үзэх ёстой. Ийнхүү нэгтгэн үзвэл мэдээллийн орон зай нь нийгэм эрх зүй эдийн засаг, техник технологийн хөгжил төвшинөөс шалтгаалан глобал өргөн хүрээнээс хувь хүнийг хүртэл бүхий л харилцааны орчин дахь байр суурь үүргээр ялгаа бүхий объект субъект хоорондын харьцаа тэдгээрийн үйл ажиллагааны цогц орчин юм. Гэхдээ дээрх тодорхойлолт нь мэдээллийн орон зайн тухай бүрэн төгс дүгнэлт тодорхойлолт хараахан биш ээ. Үүнд олон хүчин зүйл буй агаад үндсэн гол дараахь ойлголт асуудлыг авч үзэх ёстой болно.

- Мэдээллийн орон зай нь шууд утгаараа бодит мэдээллийн нөөц санд түшиглэсэн мэдээллийн хэрэгсэлийн нөлөөллийн хүрээ, газар нутаг, орон зайн тухай ойлголт юм.

- Мэдээллийн орон зайг мэдээлэгч болоод хэрэглэгч хоорондын тогтвортой харилцаа, үүнд мэдээллийн хэрэгсэлд хүрэх нээлттэй чөлөөт нөхцөл орчинтой холбон үзэх ёстой.

- Мэдээллийн орон зай нь хэрэгсэл болоод олон нийт хоорондын хэм хэмжээ тухайлбал, мэдээллийн сан нөөцөд харьцах нэгдмэл зарчим зүй зохист үйл ажиллагаа, хандлагаар тодорхойлогдоно.

- Мэдээллийн орон зайн үүрэг нь иргэдийг мэдээллээр хангах, тэдний эрэлт хэрэгцээнд үйлчлэх, мэдээллийн хэрэгслийн талаас шуурхай, бодит, бүрэн дүүрэн мэдээллийг түгээн дамжуулах болно.

- Мэдээллийн орон зайн хэмээх ойлголт нь хэрэглэгчдийг дээдлэх, өөрөөр хэлбэл, эрх зүйн орчноор дамжуулан иргэдийн мэдээллийн эрх ашиг сонирхлыг хохироох аливаа сөрөг үйл ажиллагааг хязгаарлаж буй тогтолцоотой холбон ойлгож болно. Эцэст нь тэмдэглэхэд мэдээллийн орон зай нь эрх зүйт нийгэм, өндөр хөгжилтэй эдийн засаг бүхий улс оронд жинхэнэ утгаараа оршин тогтнодог аж.

Харин манайд байдал өөр байна? Монголд 1992 оноос хойш гарсан хуулиудын 90 гаруйд нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн тухай, энэ талын эрх чөлөөтэй холбоотой томъёолол заалтууд оржээ. Тойруу замаар холбогдох хуулиудыг оролцуулбал бүр их тоо гарах эдгээр эрхзүйн актын сул талыг гавъяат хуульч доктор профессор Б.Чимэд «...Хуулиудын биелэлт тааруу, суурь хуулиас өмнө ба дараа гарсан нь илүү хязгаар бас хийдэлтэй байна. Хамгийн хүчтэй хэрэгсэл болох үндэсний радио телевиз дээр нь 52 сонин сэтгүүл засаг төрийн өмчинд буюу эрх мэдэлд байна» гэжээ. Өөрөөр хэлбэл,

манай эрхзүйн орчин мэдээллийн орон зайн үүрэг зорилгын талаас сөрөг бүр хэтрүүлбэл дарангуйлагч агуулга хэлбэртэй байна гэсэн үг. Хууль бол нийгмийн харилцааг зохицуулах магтвал эерэг таатай болгох зорилго бүхий хэм хэмжээний цогц болой. Гэтэл бидэнд мэдээллийн таатай бүү хэл, ердийн орчин үгүй байгаа нь харамсалтай. Энэ утгаараа манай мэдээллийн орчин төлөвшин хөгжих эрх зүйн орчинг бий болгох хэрэгтэй гэдэг нь аль ч утгаараа тодорхой асуудал юм. Тэгээд ч өнгөрсөн 70-аад жилийн ухуулагч, гэгээрүүлэгч социалист мэдээллийн орон зайн эрхзүйн тогтолцоо задарсны дараа дээрхи хямрал бүр ч гүнзгийрчээ.

Мэдээллийн орон зайг тодорхойлогч өөр нэгэн хүчин зүйл нь олон нийтийн ухамсар санаа бодол юм. Харин ухамсрыг тодорхойлогч гол хүчин зүйл нь нийгмийн амьдрал билээ. Гэтэл бид шинэ ертөнцөд хуучнаараа амьдарч буй мэт. МАХН-ын Төв Хорооны ерөнхий нарийн бичгийн дарга-ерөнхий сайдаар, АИХ-ын депутатаа-УИХ-ын гишүүнээр, Улс төрийн товчооны гишүүдээ-Засгийн газрын гишүүдээр гэх зэргээр хуучин дүрх ойлголтын мөн чанар хэвээр хэлбэр нэр солигдсон төдий байх юм. Энэ тухай судлаач С.Амаржаргал «Хувийн өмчийг үүсгэн бий болгохдоо бусдын хөлсний үнэртэй өмчийг хувьд эзэмшүүлэх оролдлого болсноор нэгдүгээрт асар их хэмжээний хөрөнгө устаж, хоёрдугаарт эзний сэтгэл зүй төлөвших болтол хугацаа алдаж, гуравдугаарт амар хялбараар өмчтэй болох сэтгэлгээ үүсч хөгжсөн төдийгүй хардаж сэрдэх, залилан мэхлэх хуйвалдах зэрэг сэтгэл зүйн сөрөг гаж шинжүүд бүрэлдсэн » хэмээжээ. Түүнчлэн тэрээр “нийгмийн сэтгэл зүйд амиа бодох, эрхэмнэл хүндлэлийн үнэт чанар алдагдах, гүтгэлэг гүжирдлийн мэдээлэл ноёрхох зэрэг сөрөг шинж тэмдэг байна” гэсэн нь тун зүйтэй юм. Энэхүү дүр зураг ч олон нийтийн санаа бодол, мэдээллийн үнэлэмж хандлагад агуулагдсаар буй билээ. Ерөөс манайд төр засгийн хараат хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл оршин тогтнох үндсийн нэг нь төрөөр тэтгүүлэгч, төрд бүхнээ даатгагч олон нийтийн санаа бодол, ухамсартай холбоотой. Тиймээс ч төр засгийн бодлого үйл ажиллагааг шууд мэдээлдэг, сурталчилдаг ХМХ-ийн эрэлт хэрэгцээ нөлөө бодитой байна. 1998 онд МХХ-ийн явуулсан судалгаагаар хүмүүсийн 76% нь төр засаг ХМХ-тэй байх ёстой гэсэн хариулт өгсөн ч учиртай. Хэдийгээр энэхүү судалгааны тоо баримтад зарим нэг тайлбар зүүлт хийх хэрэгтэй боловч ерөнхийдөө бодитой дүн үзүүлэлт юм.

Олон нийтийн санаа бодол нь нийгмийн амьдралыг зохицуулах нөлөөлөх эрмэлзлэл бүхий байдаг гэдэг. Энэхүү хандлага манай олон нийтийн хүрээнд бүр ч хүчтэй байна. Судлаач С.Амаржаргал «Нийгмийн сэтгэл зүй 1990-1994 оны үед шүүмжлэлт маргаан мэтгэлцээний шинжтэй эргэлзээ гайхшрал, айдас түгшүүр хосолсон туйлшрал бухимдлын өнгө аястай байлаа гээд 1994 онд ШУА-ын ФСЭХ-ийн явуулсан судалгаагаар олон нийтийн санаа зовоож буй асуудалд үнийн өсөлт 58.9, ядуурал 32.4, ажилгүйдэл 32.6 хамгийн өндөр давтамжтай байлаа. Энэхүү хандлага өдгөө хүртэл ч оршсоор байна» гэжээ.

Сант Марал сангийн 2000 оны 11 дүгээр сард явуулсан судалгаагаар, ажилгүйдэл 25,4 ядуурал 18,2 амжиргааны түвшин 12,3 үйлдвэрлэлийн уналт 11,7 хувиар тус тус нийгэм-эдийн засаг, улс төрийн тулгамдсан 10 асуудлыг "тэргүүлжээ". Нарийвчилсан үзүүлэлтээр бол амьдралын төвшин сайнтай муутай гэж 37, тааруухан гэж 41, муу хэмээн 8 хувь нь хариулсан байх. Гэвч хамгийн сонирхолтой нь ийм муу нийгэм эдийн засгийн орчинг бий болгосон Засгийн газрыг сэтгэлд нийцдэг хэмээн 52 хувь нь хариулж, хамгийн том амжилт нь цалин тэтгэвэр, "Мянганы зам" гэж буй нь төрөөр тэтгүүлэгч сэтгэлгээний илэрхийлэл, басхүү "хүсэлт" гэлтэй. Энэ бүхэн нь мэдээллийн орчинд хандах олон нийтийн санаа бодол нэг талаас төрөөр тэтгүүлэх эрмэлзэлтэй нөгөө талаас эдийн засаг нийгмийн асуудлаар төрөөр шийдвэрлүүлэх ёстой гэсэн хандлагатай байгаагийн шалтгаан, үндэслэл болно. Тиймээс ч манай өнөөгийн мэдээллийн тогтолцоо дээрхи хандлага сэтгэлгээг хөхүүлэн тэтгэж буй юм.

Мэдээллийн хүртээмжээрээ хамгийн хүчтэй гэгдэх Монгол телевизийн ММ агентлагийн хөтөлбөр л гэхэд төр засгийн бодлого шийдвэр, эрх баригчдын үзэл тайлбар, хандив тусламж, хурал семинар зөвлөгөөнөөр дүүрч буйг бид мэдэх билээ. Өөрөөр хэлбэл, манай томоохон мэдээллийн хэрэгслүүдийн агуулга нь олон нийтийн төрөөр тэтгүүлэгч сэтгэлгээ санаа бодлыг хөхүүлэн баталгаажуулж буй гэсэн үг юм. Нөгөө талаар олон нийтийн санаа бодолд америкжих хандлага хүчтэй буйг хэлэх хэрэгтэй. Өнөөгийн монгол хүүхдийн үлгэр, залуусын киноны дүр баатрууд, Боролдой хүү, Хөхөө Намжил, Түвдэнгийн Бороос Симба, Антц, Шварцнегр, Брад Пит болж өөрчлөгдлөө. Өөрөөр хэлбэл, өнөөгийн үлгэр, киноноос нийтлэл өгүүлэл хүртэлх олон нийтийн мэдээллийн агуулгад америкжих хандлага бодитой оршиж байна гэсэн үг.

Нэн ялангуяа 2001 оны 9-р сарын 11-нд Нью-Йорк хотын Дэлхийн худалдааны төвийг сүйтгэсэн алан хядах үйл ажиллагааны дараа дэлхийн мэдээллийн орчинд америкжилтийн нөлөө улам ч хүчтэй боллоо. Хэдийгээр энэхүү нөлөө бидэнд нээлттэй ардчилсан нийгмийн үнэт зүйлийг төлөвшүүлэх, олон нийтийн сэтгэл зүйн таатай орчинг бий болгох зэрэг эерэг таатай үр нөлөө үзүүлж байгаа ч нүүдэлчний соёл иргэншилтэй, коммунист үзэл суртлын мэдээллийн орчинд 70-аад жил байсан улс орны хувьд сэтгэлгээ, сэтгэлзүйн хямрал, хоосрол бий болгож байгааг хэлэх хэрэгтэй. Энэ бүхнээс хамгийн ноцтой нь залуус өсвөр үеийнхэнд нийгэм цаг үеэ бодитой харах, ойлгох үзэл хандлагыг бий болгож чадахгүй байгаад оршино. Өөрөөр хэлбэл, мэдээллийн орчинд тусгагдаж буй монголын нийгэм нэг талаас олон нийтийн төрөөр тэтгүүлэх сэтгэлгээг дэвэргэсэн амлалт сурталчилгааны, нөгөө талаас соёл иргэншил хөгжлийн хувьд бидний бодит байдлаас тэс өөр ертөнцийг тусгах болжээ. Товчоор хэлбэл, нийгмийн амьдрал болоод түүнийг тодорхойлж буй мэдээллийн орчин хооронд эрс ялгаа байна. Энэ бүхнийг нэгтгэвээс, 1990-ээд

оноос хойшхи монголын мэдээллийн орчин дараахь 3 үе шатыг туулжээ гэж болно. Үүнд:

Социалист үзэл сурталын зохион байгуулалтад төвлөрсөн мэдээллийн орчин задарсан үе Энэхүү үеийн гол шинж нь ОНМХ үзэл сурталын хэрэгсэл байх хууль эрх зүй, хяналтын тогтолцоо үгүй болсон, олон нийтийн санаа бодол хандлага төрийг дээдлэх бус харин төрийг эрс шүүмжлэх болон өөрчлөгдсөнд оршино. Гэвч нэгэнт үгүй болсон социалист мэдээллийн орчныг нөхөн хөгжүүлэх зүй зохист бодлого тэр бүү хэл баримжаа нийгмийн ямар ч түвшин хүрээнд тодорхойгүй байлаа. Энэ ч өнөөгийн бидний мэдээллийн орчны зөрчил хямралын эхлэл байв.

Хоёрдохь үе шат нь хямралын гэж тодорхойлж болох бөгөөд 1994-2000 оныг хамарч буй Энэ үеийн онцлог нь орон нутгийн ХМХ-үүд олон нийтийн болох нэрийдлээр тарж бутарч, хэвлэх үйлдвэрүүд нь хувьчлагдаж, төвийн сонин хэвлэлүүд орон зайгаа алдаж улмаар татан буугдах зэрэг хямралд автагдаж, олон тооны давхардсан мэдээллийн асуудлыг хөндсөн хууль гарсанд оршино. Гэхдээ хамгийн гол үзэгдэл нь хувийн сонин хэвлэлүүд олноор үүсч, энэ хүрээнд олон нийтийн сэтгэлзүй, эрэлт хэрэгцээ, сонирхол жинхэнэ утгаараа зах худалдаа, өрсөлдөөний шалгуур болж, нэг талаас шүүмжлэл нөгөө талаас гадаадын төсөл, санхүүжилтээс, төр засгийн сурталчилгааны нэгэн “агуулга” болсонд оршино. Түүнчлэн мэдээллийн хэрэгслийн тогтолцоонд шинэ хэлбэр, хэв маяг болох цахим сонин, хувийн телевиз студи, FM -ийн болон дижитал радио бий боллоо. Харин олон нийтийн санаа бодол төрийг эрс шүүмжлэх бус төрөөр тэтгүүлэх эрмэлзлэл хандлагатай болов. Энэ нь төр засаг, бизнесийн лидер нэр бүхий хүмүүсийн хувийн амьдрал, тэдний тухай элдэв шуугиант мэдээллээс УИХ, засгийн газрын бодлого шийдвэр гээд бүхий л агуулгын сонголт боловсруулалтын үндэс болж байв.

Харин гуравдахь үе шат нь “шинэ төмөр хөшиг”-ийн үе хэмээж болно. Энэ нь өнөөгийн бидний мэдээллийн орчин юм. Мэдээллийг хянах, зохион байгуулалттайгаар түгээх, төр засгийн үйл ажиллагааг сурталчлах шинэ хэв маяг төлөвшиж буй нь “шинэ төмөр хөшиг”-ийн үеийн гол онцлог болой. 1998 онд УИХ-аас баталсан “Хэвлэлийн эрх чөлөөний хууль”-ийн төр засаг ХМХ-ийг эзэмшихгүй байх тухай заалт мартагдаж, Монгол телевиз, Монголын Радио илт шууд, томоохон сонин хэвлэлүүд далд байдлаар төрийн хараа хяналтанд орших болов. Ерөөс эдийн засаг, улс төрийн хүчнээс хараат бус томоохон сонин хэвлэл ч гэж үгүй болов. Хамгийн чөлөөт гэж болох сонин хэвлэлүүдийн эзэд хүртэл ямар нэг учир шалтгаанаар 1996-2000 оны үеийнх шиг нийгмийн санаа бодолд нөлөө бүхий байж чадахаа болжээ. Энэ бол мэдээллийн шинэ хэлбэрийн хяналтын тогтолцоо ажиллаж эхэлний үр дүн юм. Түүнчлэн УИХ, төр засаг, яам хороо бүгд хэвлэл мэдээлэл олон нийтийн харилцааны албатай болж, УИХ-ын гишүүд, сайд дарга нарын албан томилолт,

ажлын тухай мэдээлэл нэвтрүүлэг, ярилцлага гээд сурталчилгааны шинжтэй үйл ажиллагаа идэвхжиж эхэллээ. Энэ бүхэн нь олон нийтийн төрөөр тэтгүүлэх сэтгэлгээ зайлшгүй зүй ёсны үзэгдэл хэмээн тунхаглахад хүргэв. Шинэ хэлбэрийн хяналтын тогтолцооны нэг онцлог нь бүх мэдээлэл агуулгад бус харин нийгэм олон нийтийн эрх ашиг сонирхлын хүрээний онцгой чухал асуудалд үйлчилж буйд юм. Энэ нь нууцын тухай хуулиуд болон бусад эрх зүйн актуудын цоорхой, тодорхойгүй байдал зэргээс шалтгаалж байгаа төдийгүй эрх мэдэлтнүүдийн бодлого сонирхолтой ч холбоотой билээ. Ийм мэдээллийн жишээнд Алт дилерийн хэргээс Сэргээн босголт банк, С.Зоригийн үхлийн мөрдөн шалгалт, Центропоинтын хэрэг зэрэг олныг хэлж болно. Мэдээллийн орчныг тодорхойлох өөр нэгэн асуудал нь агуулгын нөлөө юм. Өнөөгийн нөлөө бүхий мэдээллийн агуулга нь дараахь төлөв хэлбэрт байгаа юм. Үүнд:

Гутранги үзлийн нөлөө. Төрөөр тэтгүүлэх сэтгэлгээний хамгийн хүчтэй үзэл суртал нь гутранги үзэл болж байна. Ажилгүйдэл, ядуурал, тэнэмэл хүүхэд, үндэсний үйлдвэрлэлийн уналт зэрэг асуудлын нөлөөллийн цөм нь гутранги үзэл болой. Түүнчлэн бэлэнчлэх сэтгэлгээ, тусламж хандив зэрэг мэдээллийн орон зайн агуулгад ч гутранги үзэл хүчтэй байна. Өнөөгийн Монгол кино, нийтийн дуу, хошин шог хөтөлбөрт хүртэл гутранги үзэл давамгайлах болжээ. Профессор Почепцов “Зөвлөлтийн сэтгүүл зүй нийгмийн амьдралыг өөдрөг, хувь хүнийхийг гутранги байдлаар үзүүлж байсан бол шилжилтийн өнөө үед нийгмийнхийг гутранги, хувь хүнийх өөдрөгөөр болжээ” гэжээ. Энэхүү дүгнэлт ч манай ХМХ-ийн хүрээнд бодитой болно.

Ирээдүйгээ дээдлэх. Энэхүү мэдээллийн үр нөлөө нь социалист сэтгүүл зүйн ухуулга сурталчилгааны үеэс улбаатай төдийгүй өдгөө төр засгийн мэдээлэлд хүртэл хамгийн хүчтэй түгээмэл буй үзэл суртал болжээ. Төр засгийн элдэв тогтоол шийдвэр, бодлого, үйл ажиллагааны тухай мэдээллээс “Мянганы зам” хүртэлх бүхий л мэдээллийн үндсэн санаа нь ирээдүйн тухай амлалт юм. Ирээдүйг дээдлэх нь аливаа үйл явдал үзэгдлийг өнөөгийн бодит байдлын талаас биш харин өнгөрсөн ирээдүй талаас авч үздэгээрээ олон нийтийн сэтгэл зүйд хүчтэй нөлөөтэй төдийгүй өнөөгийн төр засгийн бодлогод ихэд нийцэж байгаад юм.

Америкжилтийн нөлөө. Манай хүүхэд залуусын мэдээллийн орчин нь өрнөдийн үнэт зүйл, эрхэмлэлд автагдах шинжтэй болжээ. Кино, урлаг, спорт гээд олон агуулга сэдэвт америкжилтийн нөлөө бодитой байна. Хүүхэд залуусын дуртай кино, нэвтрүүлэг, тэр бүү хэл компьютерийн тоглоомонд хүртэл америкжих эрмэлзэл сэтгэлгээ агуулагдаж байна. Сонин уншихаас телевиз үзэхийг, шатар нүүхээс SEGA тоглохыг эрхэмлэх болсон нь дээрхи үзэгдлийн нөлөө, хүрээг харуулах биз. Тиймээс хүүхэд залууст хаяглагдаж буй бүх мэдээлэл өрнөджих сэтгэлгээнд үйлчлэх боллоо.

Мэдээллийн домог. Улс төрийн мэдээллийн үр нөлөөтэй хэрэглүүр нь эртнээс нааш домог байжээ. Тиймээс ч сайн хаан, шударга шүүгч, баатар эрийн тухай өгүүлж байв. К.Юнгийн архетипийн онолоор өдгөө ч энэхүү хандлага манай олон нийтийн санаа бодолд хүчтэй хэвээр буй аж. Нэн ялангуяа улс төрийн сонгуулийн үед домгийн дуу хоолой өндөрсдөг нь гэм биш зан болжээ. Цогт эх оронч Л. Дашням, төрийг тэнцвэржүүлэгч Р. Гончигдорж, түмэн олны амгаланг хамгаалагч Н. Багабандийн сурталчилгааны уриа дүр нь нэг бодлын үлгэрийн баатрын шинж бус гэжүү. Социализмийн үед цагаан дээлт Дамдины хүү Сүхбаатараас, малчны хүү сансарт нислээ гээд үйлдвэр байгууллагын тэргүүний ажилчин, саальчин хүртэлх бүх мэдээллийн агуулгад домгийн нөлөө хүчтэй байв. Өнөөгийн мэдээллийн орчинд С. Зоригийн домог хамгийн хүчтэй байгаа нь 2000 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаагаар жишээлж болох юм. Мэдээллийн домогийн үр нөлөө нь а) олон нийтийн сэтгэл зүйд хүчтэй нөлөөлдөг, б) тодорхой нэг тохиолдлыг нийгмийн үзэгдэл үйл явдлыг нэгтгэгч учир шалтгаан тайлбарын эх сурвалж болгодог, в) хүний нийгэм цаг үеэ ойлгох төсөөлөл ойлголтын тулгуур байдаг зэрэгт оршино. Гэхдээ хамгийн гол нь олон нийтийн цаг үеэ ойлгох, тодорхойлох хялбар басхүү сэтгэлзүйн хөөрөлт нөлөө мэдээллийн домогт байдаг. Саяхан УИХ-ын дарга Л. Энэбишийн зуурдаар нас нөхцсөний эмгэнэл бараг 7 хоног үргэлжилж энэ нь нэг талаас төр нийгмийн зүтгэлтнийг хүндэтгэж буй хэрэг ч нөгөө талаас эрх баригч хүчний мэдээллийн сурталчилгаа төдийгүй олон нийтийн нийгэм цаг үедээ хандах байр суурь үнэлэмжинд нөлөөлөх сурталчилгаа боллоо.

Ийнхүү нэгтгэн дүгнэхэд бид өнөөгийнхөө мэдээллийн орчны талаар тун бүрхэг ойлголттой байгаа төдийгүй учир шалтгааныг нээх шаардлага нэгэнт бодитой болжээ. Энэ бол наанадаж монголын мэдээллийн орчны цаанадаж нийгмийн сэтгэл зүй санаа бодлын хөгжилд ач холбогдолтой. Үүнд юуны өмнө телевизийн тэр дундаа мэдээллийн хөтөлбөрт онцгой үүрэгтэй болно. Монголын мэдээллийн орчин төрөөр тэтгүүлэх сэтгэлгээнээс хүнийг дээдлэх гутранги үзлээс өөдрөг үзэлд, зөрчилт эрх зүйн тогтолцооноос зүй зохист хэм хэмжээнд амлалт ирээдүйн номлолоос бодит одоо өнөөгөө дээдэлсэн үед сая жинхэнэ нээлттэй ардчилсан мэдээллийн орчинг сая бий болгоно.