

FEATURES AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE MONGOLIAN PERIODICAL PRESS

Zulkaphil Maulet*Dr.Sc. in Historical Sciences, Professor,
Department of Journalism and Mass Communications,
National University of Mongolia, Mongolia, Ulaanbaatar***Nyamsuren Bazarbyamba***Doctoral student in the Department of Journalism and Mass Communications,
National University of Mongolia, Mongolia, Ulaanbaatar***ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОНГОЛЬСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ****Зулькафиль Маулет***Доктор исторических наук,
профессор Кафедры журналистики и массовой коммуникации,
Национальный университет Монголии, Монголия, Улан-Батор***Нямсүрэн Базарбямба,***Докторант Кафедры журналистики и массовой коммуникации,
Национальный университет Монголии, Монголия, Улан-Батор
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15220797>***Abstract**

This article attempts to identify the features, trends, current state, and challenges of the development of Mongolian periodical press using specific examples of modern newspapers and magazines. Despite the problems pertaining to the development of periodicals due to the advancement of new information technologies, newspapers and magazines are actively working to maintain their positions in the information market and modernize their activities. The author provides an overview of these topics in the article and suggests ways to addressing the pressing problems.

Аннотация

В данной статье предпринята попытка выявить особенности, тенденции, современное состояние и проблемы монгольской периодической печати на конкретных примерах современных газет и журналов. Несмотря на трудности, с которыми сталкивается развитие периодических изданий в связи с развитием новых информационных технологий, газеты и журналы ведут активную работу по сохранению своих прежних позиций на информационном рынке и модернизации своей деятельности. Автор обобщает все это в статье и предлагает пути решения насущных проблем.

Keywords: periodical press, local newspapers, public television, multi-party system, pluralism, publicity, media convergence

Ключевые слова: периодическая печать, местные газеты, общественное телевидение, многопартийная система, плюрализм, гласность, конвергенция СМИ

Введение. Основы монгольской журналистики были заложены 112 лет назад, когда 6 марта 1913 года в Урге впервые вышла в свет газета “Шинэ Толь хэмээх бичиг” (“Новое зеркало”). Первая революционная газета “Монголын үнэн” (“Монгольская правда”) была издана 10 ноября 1920 года в Иркутске (Россия) и является единственной газетой, которая непрерывно издавалась на протяжении более 100 лет. В 1923 году был издан первый в Монголии журнал “Монгол ардын нам” (“Монгольская народная партия”) [2, с.189], и с этого времени начали издаваться газеты, специализирующиеся на профессиях и темах читателей, включая военные, женские, детские и юношеские, профсоюзные, педагогические, а также литературные и юмористические. Монгольское информационное агентство, ныне известное как МОНЦАМЭ, было создано 19 июля 1921 года. Радиожурналистика зародилась 1 сентября 1934 года, когда на всю страну вышла в эфир первая радиопередача.

Основы киножурналистики были заложены в 1935 году, когда при участии советских специалистов был снят первый документальный фильм. С 1942 года началось издание газет в аймаках и местностях, а к 1948 году газеты появились во всех аймаках. С созданием Монгольского телевидения 27 сентября 1967 года в 1970-х годах по сути была создана система средств массовой информации (СМИ) Монголии [4, с.86].

В 1994 году компания Датаком начала свою деятельность в Интернете, создав возможности для быстрого развития электронных СМИ и социальных сетей [1, с.93]. В 2005 году был принят Закон об общественном радио и телевидении, который предоставил крупнейшему государственному СМИ-Монгольскому радио и телевидению-статус “национального общественного”, что ознаменовало начало развития общественных СМИ в Монголии.

С 1960 года Национальный университет Монголии осуществляет подготовку национальных

журналистов. С 1990-х годов частные университеты, колледжи готовят журналистов, и сегодня 11 государственных и частных университетов готовят журналистов в различных областях СМИ. С 1994 года введена иерархическая система образования: бакалавриат, магистратура и докторантура по журналистике. Значительно возросло и число профессиональных и неправительственных организаций, занимающихся вопросами журналистики. Среди них активны такие организации, как Конфедерация монгольских журналистов, Пресс институт, НО “Глоб интернетшл”, Консул по этике журналистов.

Основная часть

Газета “Шинэ Толь”, изданная 6 марта 1913 года, была первым периодическим изданием Монголии. Начиная с 1920-х годов газеты и журналы стали более разнообразными по слоям населения, профессиям читателей и освещаемым темам. Например, начали издаваться журнал “Манай зам” (“Наш путь”, 1923) для молодёжи, газета “Манай үнэн” (“Наша правда”, 1924), военные издания “Ардын цэрэг” (“Народный солдат”, 1924), газета “Улаан од” (“Красная звезда”, 1924), “Харилцан туслалцах хоршооны сонин” (“Кооперативная газета”, 1924) для кооперативных и торговых работников, журнал “Худалдааны мэдээлэл” (“Новости торговли”, 1924), журнал “Бүсгүйчүүдийн санал” (“Мнение женщины”, 1925) для женщин, журнал “Залгамжлагч” (“Наследник”, 1926) для детей и др. До демократической революции 1990 года издавалось всего 84 газеты и журнала [3, с.173].

В соответствии с принятым в 1998 году Законом «О свободе прессы» в 1999 году все государственные периодические издания были приватизированы и переданы под контроль редакций, и за короткий срок было издано много новых частных газет и журналов.

По данным на 2024 год, в Монголии действуют 486 средств массовой информации, из них 125 телевизионных (16 вещательных, 71 кабельное телевидение и т. д.), 72 радио (3 общенациональных, 5 региональных, 23 столичных, 41 местного значения) и 201 периодическое издание (111 газет, 90 журналов). Кроме того, существует более 150 новостных сайтов, из которых около 70 относительно активны в плане слежки за пользователями¹. Из более чем 200 газет и журналов 5 являются ежедневными. Сегодня в каждом аймаке издается 2-3 периодических издания. Кроме того, большинство крупных и влиятельных газет и журналов теперь имеют свои собственные онлайн-версии. Число газет и журналов, размещающих рекламу, также растёт.

Интенсивное развитие интернет-журналистики и социальных сетей оказывает существенное влияние на количество подписчиков и объёмы продаж периодических изданий. Например, объём продаж газет снизился на 17

процентов по сравнению с 2022 годом и на 25 процентов по сравнению с 2024 годом [7, с.39]. Это общая тенденция, наблюдаемая в развитии периодических изданий не только в Монголии, но и во всем мире.

Периодические издания на протяжении многих лет занимают центральное место в системе СМИ Монголии и ныне по-прежнему продолжают сохранять свои позиции. Невозможно представить журналистику в Монголии без газет и журналов, равно как и рассматривать газеты без развития других СМИ. Поэтому, чтобы определить тенденции развития современных газет и журналов, необходимо кратко остановиться на основных факторах, влияющих на развитие журналистики в целом.

В результате демократической революции 1990 года была заложена основа свободной и демократической журналистики, в результате которой система монгольской журналистики трансформировалась в совершенно новую систему, а СМИ стали трибуной плюрализма и гласности. Следующие факторы способствовали становлению свободной журналистики в Монголии:

- В результате демократической революции изменилась вся общественная система и страна перешла от однопартийной к многопартийной системе.

- С упразднением Агентства по контролю за печатью (Главлита) в конце 1980-х годов цензура за содержанием публикаций и программ была ликвидирована.

- Была принята новая Конституция 1992 года, провозгласившая свободу слова и выражения мнения граждан или плюрализм.

- В 1992 году с утверждением новых правил создания средств массовой информации в соответствии с Постановлением правительства № 267 любой гражданин получил возможность создать СМИ.

- 26 августа 1998 года был принят Закон «О свободе прессы», вступивший в силу 1 января 1999 года, что позволило государственным СМИ приватизироваться и развиваться самостоятельно.

В результате вышеперечисленных факторов была заложена основа свободной демократической журналистики в Монголии, а также произошли серьезные изменения в следующих пяти направлениях:

1. Вся система СМИ изменилась. Переход от однопартийной системы к многопартийной привел к появлению различных типов и форм СМИ, а плюрализм и гласность стали реальностью.

2. Произошли существенные изменения в содержании публикаций и программ СМИ. Расширился круг тем, освещаемых в газетах и программах, а также увеличилось количество статей, которые ранее были табуированы, поднимая вопросы и критикуя темы.

¹ www.gov.mn — Официальный сайт Комитета по регулированию телекоммуникаций Монголии.

3. Произошли изменения в навыках и мастерстве работников СМИ. Журналисты начали писать и думать свободно, освободившись от ограничений и стереотипов, начали внедряться в практику СМИ западные методы журналистики.

4. Произошли серьезные изменения в жанрах публикаций периодической печати и программ радио и телевидения. Общее количество жанров сократилось, информационные жанры стали доминирующими, художественно-публицистические жанры стали редкими, стали заметны признаки слияния жанров СМИ и т. д.

5. Произошли серьезные изменения в менеджменте и маркетинге СМИ. Произошло радикальное изменение подхода к управлению СМИ, при этом решающую роль стал играть информационный рынок [5, 231].

Сегодня тенденции развития журналистики в мире и в Монголии определяют четыре основных процесса или фактора. Это:

- Глобализация (*globalization*). Ключевую роль в этом играют новые информационные технологии, интернет-журналистика, новые средства коммуникации и новые направления журналистики.

- Демассовизация (*demassification*). Число потребителей традиционных СМИ сократилось, они разделились на множество групп, а при расширении выбора аудитории стало невозможным идентифицировать целевых получателей.

- Конгломерация (*conglomeration*). Наблюдается тенденция к централизации СМИ в руках одного человека или одной компании, а одна и та же информация передается по нескольким каналам.

- Конвергенция (*convergeration*). Это процесс, в котором новые медиа сближаются и конвергируют, новые технологии сокращают разрыв между новыми и традиционными медиа, а новые и традиционные медиа используются в сочетании. Можно также сказать, что в этом процессе отдельный медианоситель одновременно включает в себя характеристики нескольких медиа.

Теперь кратко обсудим, как вышеперечисленные факторы влияют на монгольскую журналистику, в том числе на развитие газет и журналов.

С 1999 года все государственные СМИ были приватизированы и переведены в систему свободной прессы, в которой они действуют независимо.

- Виды и типы СМИ стали богаче, и они начали диверсифицироваться в соответствии с потребностями аудитории и определенными темами, а количество СМИ резко возросло за короткий срок.

- В практику журналистики начали активно входить такие новые направления, как журналистские расследования, экологическая, гражданская, экономическая, парламентская журналистика, интернет-журналистика (мобильная журналистика и т. д.), реклама для СМИ. Кабельное телевидение и

радиостанции ультракоротких волн (FM) также стали реальностью.

- Что касается тенденций развития СМИ, то количество телевизионных и электронных изданий неуклонно растет и интенсивно развивается, в то время количество периодических изданий и число подписчиков сокращаются. В сельской местности число радиослушателей осталось стабильным, в центральных и городских районах оно начало резко сокращаться.

- Появились новые формы и виды СМИ, конкуренция между ними за подписчиков, рекламу и информационные рынки стала реальностью, а оперативность и доступность информации резко возросли. Это новое явление, никогда ранее не наблюдавшееся в Монгольской журналистике.

- В результате развития новых информационных технологий, которые являются осязательным проявлением вышеупомянутой глобализации, онлайн журналистика получила интенсивное развитие, а социальные сети стали повседневной необходимостью. Оперативность, доступность и насыщенность журналистской информации возросли, став не ограниченными пространством и временем. Также мобильная журналистика начала набирать популярность. Количество новостных сайтов постоянно увеличивается, а число пользователей растет с каждым днем. Это приводит к сокращению числа потребителей традиционных медиа, уменьшению числа подписчиков и существенному изменению структуры пользователей.

Газеты и журналы активно работают над тем, чтобы минимизировать влияние этой тенденции и сохранить свои старые позиции. Эта тенденция также начала оказывать сильное влияние на монгольские газеты и журналы, и сегодня на информационном рынке доминируют три типа газет: качественные газеты, таблоиды и периодические издания, сочетающие в себе характеристики качественных и таблоидных газет. Количество таблоидных газет уменьшается с каждым днем, а количество газет, сочетающих в себе характеристики как таблоидных, так и качественных газет, увеличивается. Наблюдается тенденция к сокращению числа ежедневных газет, их слиянию друг с другом и выпуску в разных форматах и цветах. Значительно возросло количество проблемных, критических и расследовательских статей. Это попытка привлечь внимание читателей посредством более глубокого изучения фактов и проблем, освещаемых в оперативных новостях других СМИ, анализа событий и проблем, привлечших внимание общественности, указания причин и следствий, и их поиска решений. Увеличивается также число субботних и воскресных приложений ежедневных газет и рекламных газет для досуга и отдыха читателей.

Еще одной тенденцией развития периодической печати Монголии является то, что все крупные и влиятельные газеты и журналы теперь имеют электронные версии. Электронная версия обычно публикуется после того, как бумажное издание становится доступным для общественности, и в ней содержатся наиболее важные материалы из газеты

того дня, которые могут привлечь внимание общественности. Это один из основных способов, с помощью которых периодические издания привлекают читателей и подписчиков.

Конгломерация является ярко выраженной тенденцией в глобальной информационной коммуникации, и она также быстро проникает в современную монгольскую журналистику. В руках одной компании сосредоточено от 4 до 10 СМИ, наблюдается процесс слияния СМИ. Такие медиакомпании, как “Монгол Ньюс”, “Монгол Масс медиа”, “Масс медиа”, “Эрхэт гоёо”, группа “Женко” и “Медиа” имеют ежедневные газеты, журналы, веб-сайты, телевизионные станции и радиостанции ультракоротких волн (FM), что является яркими примерами этого [6, с.198]. Большинство СМИ, принадлежащих вышеуказанным компаниям, являются периодическими изданиями, что свидетельствует о том, что газеты и журналы не утратили своих позиций в Монголии и остаются одним из основных средств получения информации для граждан.

Наблюдается тенденция к конвергенции или слиянию СМИ, когда границы между СМИ постепенно стираются и одно СМИ вбирает в себя характеристики нескольких других СМИ. Сегодня все основные газеты и журналы имеют электронные версии, радио- и телестанции подключены к Интернету, открыты вторые и третьи каналы, что влияет на диверсификацию СМИ в зависимости от информационных потребностей, интересов, возраста, пола и профессии их потребителей.

Еще одной четко наблюдаемой тенденцией является демассовизация, когда СМИ все больше диверсифицируют свою аудиторию по возрасту, полу, профессии, интересам и основным темам, отказываясь от возможности охватить большую аудиторию одновременно. Это важно для достижения больших результатов за относительно короткий период времени и привлечения потребителей.

Сегодня появились специализированные каналы по образованию, спорту, кино, музыке, моде, экологии и были созданы вторые и третьи каналы крупных телестанций. Газеты и журналы также начали диверсифицироваться по тематике, возрасту читателей, полу, профессиональному и образовательному уровню. Примером этого является распространение в последние годы привлекательных печатных и электронных журналов, которые издаются в относительно короткие сроки. Подавляющее большинство из более чем 90 журналов нашей страны являются именно такими специализированными журналами. Число читателей периодических изданий сократилось, число подписчиков электронных изданий и зрителей телевидения увеличилось, а число слушателей радио осталось стабильным. Наблюдается тенденция к росту числа специализированных СМИ в соответствии с потребностями и интересами аудитории. Это общая тенденция, наблюдаемая не только в монгольской журналистике, но и в мировой журналистике, и эта тенденция будет продолжать усиливаться в будущем.

Исследователи массовой коммуникации полагают, что новая эра потребления медиа началась с

появлением цифровой журналистики, социальных сетей и Интернета в качестве повседневных средств использования. Это происходит по нескольким причинам:

- Благодаря развитию информационных технологий сфера применения СМИ расширилась, а ее доступность повысилась до нового уровня.

- На информационном рынке существуют различные типы и формы СМИ, и конкуренция между ними усилилась.

- Оперативность передачи информации возросла, и она больше не зависит от времени и пространства.

- В результате глобализации доступ людей к информации резко возрос.

- Развитие многополярных международных отношений расширило возможности получения информации из мировых СМИ на разных языках по множеству каналов.

- Наряду с развитием общества постоянно растут осведомленность, культура и уровень образования потребителей, что привело к иному подходу к СМИ. Это заставляет нас пересматривать роли, цели и методы работы СМИ и работать по-другому.

- СМИ стали больше концентрироваться на вопросах менеджмента и маркетинга, отдавая приоритет информационным потребностям и желаниям потребителей в рыночных условиях.

- Если до 1990 года руководящие органы знали, что будет писать СМИ, то сегодня потребители в основном определяют политику в отношении публикаций и программ медиа. Ни одна СМИ не может работать без учета информационных потребностей и предпочтений своей аудитории.

- В обществе рыночной экономики невозможно выжить без рекламы, и сегодня, помимо рекламных газет, радио- и телеканалов, реклама занимает 25–40% ежедневных газет Монголии.

- Количество монгольских СМИ сократилось вдвое за последние 15 лет, СМИ объединяются, а несколько СМИ концентрируются в руках одного человека или одной компании, что также связано с потребительскими факторами. С другой стороны, это естественное явление в рыночном обществе.

- Сегодня также происходят серьезные изменения в возрастной и социальной структуре пользователей СМИ. Примером этого является то, что число читателей периодических изданий сокращается, число потребителей электронных СМИ увеличивается, а среди постоянных читателей газет и журналов преобладают зрелые интеллектуалы и пожилые люди, в то время как основными пользователями телевидения и веб-сайтов являются молодые люди, а радио в основном слушают скотоводы, фермеры и водители.

Поскольку монгольские СМИ не проводят опросы удовлетворенности потребителей, большинство СМИ работают рутинно, без четкой политики или ориентации в отношении медиа контента. В будущем необходимо создать исследовательские отделы в крупных медиаорганизациях или

поручить исследователям, неправительственным организациям, работающим в сфере СМИ проводить опросы удовлетворенности пользователей и действовать на основе полученных рекомендаций. Это окажет существенное влияние на улучшение деятельности СМИ, содержания и мастерства публикаций и программ, а также расширение их жанров.

Принимая во внимание текущее состояние монгольской медиаиндустрии в целом можно сказать, что чрезмерное количество СМИ по сравнению с общей численностью населения привело к потере информационного баланса, сосредоточению внимания на нескольких банальных темах, повторению друг друга, доминированию мнения авторов. Все это серьезно влияет на качество публикаций и программы, на ухудшение мастерства журналистов и приведение к сплетням и сенсационности. В будущем возникнет острая необходимость перехода от количества к качеству.

Заключение. Глобальные тенденции в журналистике оказали сильное влияние на современную монгольскую журналистику, что привело к серьезным изменениям в медиасистемах, содержании, мастерстве и жанрах СМИ. Это пример того, что наша журналистика находится на правильном пути, идя в ногу с развитием свободной и демократической журналистики мира. Монгольская журналистика начала делать явный шаг к переходу от либертарианской журналистики к социально ответственной журналистике. Несмотря на то, что количество СМИ достаточно, они значительно отстают от по-

требностей и запросов общества и требований времени. Поэтому необходимо предпринять целенаправленные, масштабные и решительные шаги по переходу от количества к качеству. Необходима четкая государственная политика в отношении журналистики, улучшение правовой среды независимой прессы, развитие ответственной и этичной журналистики. Также важно и дальше совершенствовать подготовку и переподготовку журналистов, развивать журналистские исследования и критику СМИ. Принятие мер по улучшению социальных вопросов и условий труда журналистов является одним из актуальных вопросов.

Список литературы:

1. Болд-Ердене Б. Интернет журналистика. УБ.: Изд-во МонГУ. 2009. (На монг. языке).
2. Делег Г. Исторические очерки о монгольских газет. УБ.: Госиздат, 1965. (На монг. языке)
3. Делег Г. Монгольская печать. Том II. УБ.: Госиздат, 1912. (На монг. языке).
4. Зулькафил М. Современная Монгольская журналистика. УБ., 2018. (На монг. языке).
5. Зулькафил М. Журналистские исследовательские труды. Том III. УБ., 2021. (На монг. языке).
6. Зулькафил М. Проблемы теории и практики журналистики в демократическом обществе. Том I, УБ.: Изд-во МонГУ. 2024. (На монг. языке).
7. Мунхмандах М. и др. СМИ Монголии сегодня-2024. Мониторинговые исследования. УБ.: Пресс институт Монголии. 2024. (На монг. языке).