



МОНГОЛЫН ХЭВЛЭЛИЙН ХҮРЭЭЛЭН



НЭЭЛТТЭЙ НИЙГЭМ ФОРУМ

“МУОНТ-ИЙН ШИЛЖИЛТИЙН ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЭЦ, МЭДЭЭ, НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ – 2”



2010 он

ЭНЭХҮҮ СУДАЛГААГ НЭЭЛТТЭЙ НИЙГЭМ ФОРУМЫН САНХҮҮГИЙН ДЭМЖЛЭГТЭЙГЭЭР ХЭРЭГЖҮҮЛЭВ.

ТӨСЛИЙН БАГИЙН ГИШҮҮД:

Удирдагч:

М.Мөнхмандах Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн Гүйцэтгэх захирал, Сэтгүүл зүйн доктор

Зохицуулагч:

Г.Гүнжидмаа Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн Мэдээлэл судалгааны албаны дарга,
Социологич, (МВА)

Ахлах судлаач:

Н.Ганчимэг Хэвлэлийн хүрээлэнгийн Мэдээлэл судалгааны албаны судлаач,
Социологич

Судлаач, мэргэжилтний баг:

Ч.Базар УИХ-ын ТГ-ын Судалгааны төвийн референт- шинжээч, сэтгүүл зүйн доктор
Н.Батзориг ХХ-ийн МСА-ны ахлах судлаач, социологийн магистрант
Д.Лхагвадорж ХХ-ийн сэтгүүл зүйн багш, боловсролын магистр
Ж.Мөнхцэцэг ХХ-ийн дэргэдэх “Сэтгүүлч” коллежийн багш, сэтгүүлзүйн докторант
Д.Нямдорж “ХХП зуун интернэшнл” ХХК-ний судлаач, статистикч
Б.Одсүрэн ХХ-ийн МСА-ны сэтгүүл зүйн судлаач, сэтгүүлзүйн магистр
Л.Өнөржаргал ХХ-ийн дэргэдэх “Сэтгүүлч” коллежийн багш, докторант
Д.Пунсанцогвоо ХХ-ийн МСА-ны ажилтан, социологич

Техник хариуцсан:

П.Түмэнцэцэг ХХ-ийн МСА-ны гэрээт судлаач, социологич
Н.Цэндзаяа ХХ-ийн МСА-ны гэрээт судлаач

Хэвлэлийн Хүрээлэн

Их тойруу 11Б,
ш.х. 20/347 Улаанбаатар, Монгол улс
Утас: 350002, 70113475
Факс: 350002
Вэб: <http://www.pressinst.org.mn>
И-мэйл: pim@pressinst.org.mn

**“МҮОНТ-ИЙН ШИЛЖИЛТИЙН ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЭЦ, МЭДЭЭ,
НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ - 2”
СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН**

ГАРЧИГ

ӨМНӨТГӨЛ

Хураангуй тайлан	3
Мониторингийн зорилго, зорилт	8
Мониторингийн аргачлал	10

НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ

**МҮОНТ-ИЙН ХАРААТ БУС
БАЙДАЛ**

1.1 Нэвтрүүлгийн хараат бус байдал	15
1.2 Эдийн засгийн хараат бус байдал	18

ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ

**ИРГЭДЭД ИЖИЛ ТЭГШ ҮЙЛЧЛЭХ
БАЙДАЛ**

2.1 Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр	23
2.2 Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж	27
2.3 Агуулгын өргөн хүрээ	30

ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ

**ОЛОН НИЙТИЙН САНХҮҮЖИЛТ,
ОЛОН НИЙТИЙН ХЯНАЛТ**

3.1 Олон нийтийн санхүүжилт, олон нийтийн хяналт	47
---	----

ТӨГСГӨЛ

Дүгнэлт, зөвлөмж	50
Хүснэгт, график, зургийн жагсаалт	57
Товчилсон үг	58
Нэр томъёоны тайлбар	59
Хавсралт	66

ХУРААНГУЙ ТАЙЛАН

Энэхүү судалгааг Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн /цаашид МҮОНТ гэх/ хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн өнөөгийн байдал “Олон Нийтийн Радио Телевизийн хууль” болон сэтгүүлзүйн мэргэжлийн стандартад нийцэж буй эсэхийг үнэлж, 2007 онд хийсэн мониторингийн дүнтэй харьцуулан ахиц, дэвшлийг тодорхойлох зорилгоор хэрэгжүүлэв.

Судалгааны зорилгыг биелүүлэх үүднээс хоёр түвшний судалгааг хийсэн. Үүнд:

Нэгдүгээрт, МҮОНТ нь ОНРТ-ийн тухай хууль болон олон нийтийн телевизийн нийтлэг үүргийг хэрхэн биелүүлж буйг тогтоох зорилгоор тус телевизийн **хөтөлбөрийн бүтцийг задлан шинжлэв.**

Хоёрдугаарт, ОНРТ-ийн нэвтрүүлгүүд хараат бус, тэнцвэртэй, олон ургальч, мэргэжлийн түвшинд бэлтгэгдсэн байх шаардлагыг хэрхэн биелүүлж буйг тандах зорилгоор тус телевизийн **мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгыг задлан шинжлэв.**

Хөтөлбөрийн бүтцийг задлан шинжлэх аргачлалыг Европын Радио, Телевизүүдийн Холбооны “**ESCORT ангилал**”-ын системд түшиглэн боловсруулсан болно. Харин мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын шинжилгээны аргачлалыг боловсруулахдаа сэтгүүлзүйн мэргэжлийн нийтлэг зарчмыг үндэс суурь болголоо. Эдгээр аргачлалыг 2007 онд ННФ-ын дэмжлэгтэйгээр хэрэгжүүлсэн мониторингийн судалгааны үеэр Дани улсын Аархусын Их сургуулийн профессор Пол Эрик Нилсэнтэй хамтран боловсруулсан бөгөөд энэ удаагийн судалгаанд зарчмын өөрчлөлтгүйгээр давтан ашиглав.

Мониторингийн хүрээнд 2010 оны 04, 09 дүгээр сарын тус бүр 14 хоног, нийт 28 өдрийн хөтөлбөрийг шинжлэн судаллаа. Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаагаар 1224 нэгж мэдээлэл бүрдсэний 69.4 хувь нь бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино байв. Үлдэж буй 30 орчим хувь өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, зар сурталчилгаа болон нэвтрүүлгийн эхлэл, төгсгөл байв.

Энэ нь 2007 оны үзүүлэлттэй ижил төстэй байгаа юм.

Судалгааны явцад бүрдүүлсэн тоон болон чанарын мэдээллийг үнэлж дүгнэхийн тулд Олон нийтийн телевизийн шалгуур үзүүлэлтийг дараах байдлаар томъёолов:

Олон нийтийн телевиз нь

1. Улс төр, эдийн засгийн зэрэг аливаа ашиг сонирхлоос хараат бус үйл ажиллагаа явуулж, олон нийтийн эрх ашигт үйлчилнэ.
2. Иргэдийн ОНТ-ээр үйлчлүүлэх эрхийг ижил тэгш хангана. Үүний тулд ОНТ-ийн нэвтрүүлгийг Монгол улсын нийт газар нутагт хүлээн авах техникийн боломжийг бүрэн хангахаас гадна
 - Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр
 - Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж
 - Агуулгын өргөн хүрээг эрхэмлэн хангаж ажиллах
3. Олон нийтээс санхүүжиж, тэдний хяналтан дор ажиллаж, тэдний өмнө хариуцлага хүлээнэ.

Эдгээр шалгуур нь ОНРТ-ийн тухай Монгол улсын хуулинд ч тусгагдсан байдаг. МҮОНТ эдгээрийг хэрхэн биелүүлж буйг мониторингийн хүрээнд бүрдүүлсэн мэдээлэлд үндэслэн дараах байдлаар дүгнэснийг товчлон танилцуулж байна.

Нэг. МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хараат бус байдал

ОНТ хараат бус ажиллаж чадаж буй эсэх нь маш олон хүчин зүйлээс шалтгаалдаг ч уг мониторингоор нэвтрүүлгийн түвшинд, ялангуяа мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн түвшинд МҮОНТ-ийн хараат бус байдал хэрхэн хангагдаж буйг авч үзлээ. Үүний тулд мэдээ, нэвтрүүлгийн хийгээд, улс төр, эдийн засгийн хараат бус байдалд дүн шинжилгээ хийв.

Мэдээ, мэдээллээр дамжуулан хэн нэгний үзэл бодол, ашиг сонирхлыг өрөөсгөл байдлаар дамжуулан түгээхээс зайлсхийх мэргэжлийн аргуудын нэг бол эх сурвалжийн олон эшт байдлыг хангах явдал байдаг. Сүүлийн гурван жилийн хугацаанд МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтрүүлсэн нэг эх сурвалжтай мэдээллийн тоо 2 орчим хувиар буурсан хэдий ч нийт мэдээний тал орчим хувь нь буюу хоёр мэдээний нэг нь дан ганц эх сурвалжийн мэдээлэлд тулгуурласан хэвээр байна. Нөгөө талаар, МҮОНТ-ийн сэтгүүлчдийн нэрлэж буй эх сурвалжийн дийлэнх буюу 34.6 хувь нь албаны эх сурвалж, юун түрүүнд Засгийн газар, төрийн байгууллагын эх сурвалж байна. Иргэн, иргэний холбоо, хөдөлгөөний төлөөллийг эх сурвалжаар сонгосон байдал өмнөх мониторингтой харьцуулахад нэмэгдэж, мөн улс төрийн намууд, үүн дотроо МАН (МАХН)-ыг, түүнчлэн бизнесийн бүлгийн төлөөллийг эх сурвалжаа болгох тохиолдол ихэссэн хэдий ч, үйл явдал, нөхцөл байдлыг үр дагавар хүртэгсдийн байр суурь, үзэл бодлыг тусгах нь харьцангуй ховор байна.

МҮОНТ-ээр нэвтрүүлсэн мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн 90 гаруй хувь нь баримтад тулгуурласан, сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодлоос зайлсхийж чадсан мэргэжлийн хувьд эерэг үзүүлэлт юм.

Телевизийн хөтөлбөрийн хараат бус байдлыг хэмжих өөр нэгэн үзүүлэлт бол нэвтрүүлгийн гарал үүсэл. Тухайн нэвтрүүлгийг бэлтгэх, бүтээх шатанд телевизийн өөрийн бодлого, редакцийн хяналт хэдий хэмжээнд хэрэгжсэнийг нэвтрүүлгийн гарал үүсэл илэрхийлдэг. Гадны санхүүжилт болон захиалгаар өөрийн редакцид бэлтгэсэн, мөн гадны санхүүжилтээр гадны

редакцид бэлтгэсэн нэвтрүүлгийн агуулга, хэлбэрийг тухайн телевиз бүрэн хянах боломж хязгаарлагдмал байдаг бол өөрийн редакцид өөрийн хөрөнгөөр босгосон нэвтрүүлэг нь тухайн телевизийн өөрийн бодлогоор, өөрийн хяналтан дор бэлтгэгдсэн байх нь гарцаагүй.

МҮОНТ-ийн хувьд 2007 онд өөрийн хөрөнгөөр хийсэн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь 43.6 хувь байсан бол 2010 онд 84.5 хувь болжээ. Энэ нь өмнөх жилүүдэд бие даасан уран бүтээл буюу хувийн студиудээс худалдан авч байсан нэвтрүүлгийн тоо буурсантай шууд холбоотой.

2007 оны судалгааны дүнтэй харьцуулахад гарал үүсэл нь тодорхойгүй, хамтарсан болон телевизийн өөрийн бүтээл боловч хөрөнгийн эх үүсвэр нь тодорхойгүй бүтээлүүд багассан боловч байсаар байна. Эдгээр гарал үүсэл нь тодорхойгүй нэвтрүүлгийн 47.6 хувь нь мэдээлэх, 52.4 хувь нь танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд байгаа нь тус телевизийн итгэл үнэмшилд сөргөөр нөлөөлж болзошгүй байна.

Мэдээллийн хараат бус, тэнцвэрт байдлыг алдагдуулж буй өөр нэг хүчин зүйл бол цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи үндэсний хэмжээний мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд”-ийн дундуур ил, далд сурталчилгаа явуулахын зэрэгцээ тус хөтөлбөрийг ивээн тэтгүүлж байгаа явдал байна. Энэ нь ОНРТ-ийн тухай хуулийг төдийгүй сэтгүүлзүйн мэргэжлийн зарчмыг зөрчиж, олон нийтийн эрх ашгийг хөндсөн сөрөг үзүүлэлт юм.

Тиймээс зөвхөн мэдээллийн хөтөлбөр төдийгүй улс, нийгмийн шинжтэй үйл явдал, нөхцөл байдлын талаар олон нийтэд мэдээлж, санаа бодлыг бүрэлдүүлэх зорилго мэдээллийн шинжтэй бусад нэвтрүүлгийг арилжааны байгууллагаар ивээн тэтгүүлэх, аль нэг хэсгийг санхүүжүүлэхээс зайлсхийхийн чухлыг онцлон тэмдэглэж байна.

Хоёр. Иргэдэд ижил тэгш үйлчлэх

Монгол улсын иргэн бүрт ижил тэгш үйлчлэх үүргийг хуулиар хүлээсэн мэдээллийн байгууллагын хувьд МҮОНТ газар зүйн хувьд иргэн бүрт хүртээмжтэй байхаас гадна нэвтрүүлгийн олон хэлбэр, хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж, агуулгын өргөн хүрээгээр иргэдийн шаардлага хэрэгцээг хангаж ажиллах үүрэгтэй байдаг.

Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр

Хүүхдийн болон мэдээлэл, танин мэдэхүйн шинжтэй нэвтрүүлэг тэр бүр үзэгчдийг бүхэлд нь байлдан дагуулаад байдаггүй тул “ашигтай” нэвтрүүлгийн тоонд ордоггүй, тиймээс арилжааны телевизүүд ийм нэвтрүүлгийг орхигдуулж, шоу, цэнгээнт нэвтрүүлэг, спорт, кинонд өндөр ач холбогдол өгөх хандлагатай байдаг. Харин нийгмийн тусын тулд үйлчилгээ эрхлэх үүрэг бүхий олон нийтийн телевиз мэдээлэх, танин мэдүүлэх болон хүүхдийн нэвтрүүлгийг нэвтрүүлгийнхээ бодлогын гол цөм болгож, мэдээллийн зах зээл дэх тэнцвэрийг хадгалж байдгаараа онцлогтой. Ийнхүү зах зээлийн орлогын хувьд тийм ч ашигтай биш байж болох ч

нийгмийн оюуны амьдралд хэрэгтэй чухал нэвтрүүлгүүдийг олон улсад “Нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг” хэмээн тодорхойлох нь бий.

2007 оны мониторингоор МҮОНТ-ийн мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий “нийгмийн ашиг сонирхлын” нэвтрүүлэг эфирийн цагийн 45 орчим хувийг эзэлж байсан бол гурван жилийн хугацаанд 40 орчим хувь болж буурчээ. Энэ үзүүлэлтийг орон даяар нэвтрүүлгээ цацдаг арилжааны бусад телевизүүдтэй харьцуулж үзэхэд, МҮОНТ бусдаас ялгарах зүйлгүй байв. (Боловсрол сувгаар цацаж буй мэдээлэл, танин мэдэхүй, хүүхдийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь 56.1 хувь, UBS телевизэд 43.6 хувь байв).

МҮОНТ-ийн хувьд үзэгчдийн оргил цагт цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлэг давамгайлах хандлага 2007 оны мониторингоор ажиглагдаж байсныг анхаарч, өөрчлөхийг зөвлөж байсан. Тэгвэл 2010 онд оргил цагаар буюу 20:00-22:00 цагийн хооронд цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлэг цацах нь эрс буурч 43.6 хувиас 3.8 хувьд хүрсэнийг эерэг үзүүлэлт хэмээн тэмдэглэж байна.

Хандаж буй бүлгийн олон ургальч байдал

МҮОНТ эфирийнхээ цагийн дийлэнх буюу 80 орчим хувийг нийт үзэгчдэд зориулж байгаа бөгөөд энэ нь гурван жилийн өмнөхтэй ижил төстэй байна. Иргэдийн хэрэгцээ шаардлагыг ижил тэгш хангахын тулд үүний зэрэгцээ нийгмийн тодорхой хэсэг бүлэгт онцгойлон хандаж, тэдэнд тусгайлан зориулсан нэвтрүүлгийг бэлтгэж цацах нь чухал байдаг. Ийнхүү тусгайлан хандвал зохих бүлэгт хүүхэд залуучууд, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд, үндэстний цөөнх, оршин сууж буй газрын байршлаараа бусдаас ялгарах бүлэг зэрэг багтаж болно.

Хүүхэд, залуучуудын нэвтрүүлгийн хувьд МҮОНТ эфирийн цагийнхаа 17 орчим хувийг ийм нэвтрүүлэгт зориулж байгаа бөгөөд энэ нь гурван жилийн өмнөхтэй ижил байгаа билээ. Бусад улс оронтой харьцуулахад энэхүү хувь хэмжээ харьцангуй өндөрт орж буй юм. Гагцхүү “хүүхэд залуучууд” хэмээх бүлэгт багтах үзэгчдийн насны ялгааг харгалзсан нэвтрүүлгүүд, жишээ нь өсвөр насныханд хандсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ тогтвортой бус байсныг өмнөх мониторингоор онцолж байсан хэдий ч дорвитой өөрчлөлт гараагүй байна.

Нийгмийн цөөнх болон ажил мэргэжлийн бүлэгт хандсан, орон нутгийн иргэдэд зориулсан нэвтрүүлгийг харьцангуй тогтмол цацаж байгаа бол хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд, эмэгтэйчүүдэд онцгойлон хандсан нэвтрүүлэг дутагдалтай байна.

Хэдийгээр хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд тусгайлан зориулж, тэдний хэрэгцээ, шаардлагыг тусгасан нэвтрүүлэг гарахгүй байгаа хэдий ч улс орны шинжтэй мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд”-ийг дохионы хэлтэйгээр тогтмол нэвтрүүлж байгаа нь МҮОНТ-ийн бусад арилжааны телевизүүдээс ялгарах гол онцлог болж байна.

Агуулгын өргөн хүрээ

ОНТ нэвтрүүлгийн олон хэлбэрийг ашиглан нийгмийн гишүүн бүрт хүрч үйлчлэх зорилгоо биелүүлэхийн тулд сэдвийн өргөн хүрээг хамарч ажиллах нь чухал байдаг.

Мониторинг хийсэн онуудад МҮОНТ нэвтрүүлгийн агуулгын хувьд харьцангуй өргөн цар хүрээг хамарч буй нь харагдлаа.

Хөтөлбөрийн бүтцээс ажихад мэдээ, дотоод үйл явдал, нийгэм, эдийн засгийн асуудал хөндсөн нэвтрүүлгээс гадна түүх хүмүүнлэгийн, урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл, аялал жуулчлалын талаарх мэдээлэл 2007 оноос хойш нэмэгджээ. 2010 оны 9 дүгээр сард “Ногоон орчин-Бидний ирээдүй” нэвтрүүлгийг гаргасан, “Аврал эрсэн эх дэлхий” телевизийн бүтээлийн уралдааныг зарласантай холбоотой байгаль хүрээлэн буй орчны сэдэвт мэдээллийн хөтөлбөрийн бүтцэд эзлэх хувь хэмжээ 2010 оны 04-р сараас 2.9 хувиар нэмэгджээ.

Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрөөр хамгийн их хөндөгдсөн сэдэв нь эдийн засаг, хүрээлэн буй орчин, олон улсын үйл явдал байсан бөгөөд улс төр, гэмт хэрэг, шударга ёсны асуудлыг хөндсөн мэдээлэл 2007 оныхоос эрс буурчээ. Авилгал, хээл хахууль, ядуурал зэрэг монголын нийгмийн тулгамдсан асуудлын талаар эргэцүүлсэн, задлан шинжилсэн мэдээлэл харьцангуй бага байв.

Энэ удаагийн мониторингоор нийгмийн эмзэг бүлгийн талаарх мэдээлэлд нарийвчилсан шинжилгээ хийхээр төлөвлөсөн боловч мониторингийн хугацаанд шинжилгээ хийх хангалттай мэдээлэл бүрдсэнгүй. Өөрөөр хэлбэл мониторингийн хугацаанд МҮОНТ-ээр нийгмийн эмзэг бүлгийн /ажилгүйчүүд, амжиргааны түвшнээс доогуур орлоготой иргэд, өрх толгойлсон эмэгтэйчүүд, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд гэх мэтийн/ талаар ул суурьтай судалгаатай, асуудал хөндсөн, бодлого шийдвэрт хүрч нөлөөлөхөөр нэвтрүүлэг цацагдаагүй байна.

Мэдээлэх зорилго бүхий нэвтрүүлгийн төрөлд эдийн засаг, нийгмийн асуудлыг хөндсөн нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ 2010 онд өндөр байв.

МОНИТОРИНГИЙН ЗОРИЛГО

Энэхүү судалгааг Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн /цаашид МҮОНТ гэх/ хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн өнөөгийн байдал “Олон Нийтийн Радио Телевизийн хууль” болон сэтгүүлзүйн мэргэжлийн стандартад нийцэж буй эсэхийг үнэлж, 2007 онд хийсэн мониторингийн дүнтэй харьцуулан ахиц, дэвшлийг тодорхойлох зорилгоор хэрэгжүүлэв.

Зорилт

Зорилгодоо хүрэхийн тулд дараах хоёр түвшний судалгааг хэрэгжүүлэх зорилт тавьж ажиллалаа. Үүнд:

1. Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаа

ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаа нь ОНТ-ийн хөтөлбөрт багтаж буй нэвтрүүлгүүдийн зорилго, хэлбэр, агуулга, хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинжийг тандах замаар хуулиар хүлээсэн дараах үүргээ хэрхэн биелүүлж буйг тогтоох зорилготой.

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

8.1. Олон нийтийн радио, телевиз улс төр, эдийн засаг, шинжлэх ухаан, боловсрол, соёл, урлаг, спорт зэрэг нийгмийн амьдралын олон талыг хамарсан хөтөлбөрийг техникийн болон мэргэжлийн өндөр түвшинд бэлтгэж нийтийн хүртээл болгоно.

2. Мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаа

Судалгаа нь ОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөр, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгүүд “ОНРТ-ийн хууль” болон сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандартад нийцэж байгаа эсэхэд үнэлгээ өгөх зорилготой.

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

9.1. Олон нийтийн радио, телевизийн хөтөлбөр нь үнэн бодит мэдээлэл агуулсан, мэргэжлийн өндөр түвшинд бэлтгэгдсэн, нэг талыг баримтлаагүй, сэтгүүлчийн ёс зүйн зарчмыг баримталсан, шуурхай байна.

9.2. Олон нийтийн радио, телевизийн тухайн өдрийн хөтөлбөрт мэдээ, мэдээллийн болон сонсогч, үзэгчдийн танин мэдэхүйн хэрэгцээг хангахад чиглэгдсэн нэвтрүүлэг зохистой харьцаагаар тусгагдсан байна.

9.3. Олон нийтийн радио, телевизээр аливаа нийтлэл, нэвтрүүлгийг түгээхийн өмнө түүний агуулга, үүсэл, үнэн бодит байдлыг тухайн нийтлэл, нэвтрүүлгийг бэлтгэсэн сэтгүүлч, редакци шалгах ёстой бөгөөд тухайн мэдээ, мэдээлэл хуурамч болох нь илт мэдэгдэж байгаа, хуурамч гэдгийг мэдсэн, хуурамч гэж тооцох бодитой үндэслэл байгаа гэж үзвэл түүнийг түгээхгүй.

9.4. Олон нийтийн радио, телевиз хэвлэл, мэдээллийн бусад байгууллагын мэдээ, мэдээлэл, нэвтрүүлгийг дамжуулж байгаа бол эх сурвалжийг заавал дурдана.

МОНИТОРИНГИЙН АРГАЧЛАЛ

1. Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны аргачлал

Хөтөлбөрийн бүтцийн мониторингийн арга зүй, аргачлалыг боловсруулахдаа Европын Радио, Телевизүүдийн Холбооны “**ESCORT ангилал**”-ын тогтолцоог үндэс болгон ашиглав. Энэхүү аргачлалын онцлог нь хөтөлбөрт багтаж буй нэвтрүүлэг тус бүрийг олон хэмжээт шалгуураар ангилж, олон улсын хэмжээнд харьцуулах боломжтой мэдээлэл бүрдүүлдэгээрээ онцлог билээ.

Телевизийн нэвтрүүлгийг судалгааны хүрээнд тодорхой шинж тэмдгээр ангилан бүлэглэхэд ангиллын тодорхойлолт, зааг ялгаа тодорхой бус байдгийг улмаас тухайн нэвтрүүлгийг судлаачийн үзэмжээс хамаарч өөр өөр ангилалд хамруулах тохиолдол түгээмэл ажиглагддаг. Энэхүү дутагдлыг ESCORT ангиллын тогтолцоо арилгаж чадаж буй юм. Тухайлбал: МҮОНТ-ийн Соёл-Эрдэнэ теле сэтгүүлийг утга агуулгаар нь Түүх соёл урлагийн хэмээх ангилалд хамруулж болно. Гэтэл энэ нэвтрүүлэг соёл урлагийн талаарх мэдээлэл өгдөг, мэдээ мэдээллийн хөтөлбөр байх жишээтэй.

Олон хэмжээт ангиллын шалгуур үзүүлэлтүүд буюу хэмжүүр нь тухайн нэвтрүүлгийг

- Зорилго
- Хэлбэр
- Агуулга
- Зорилтот бүлэг
- Үйлдвэрлэлийн бүтэц буюу нэвтрүүлгийн гарал үүслээр¹

ангила.

Дээрх олон хэмжээт ангиллын дагуу “Шинжлэх ухаан танин мэдэхүй” нэвтрүүлэг дээр хийсэн ангиллыг харуулбал:

№	Нэвтрүүлэг / Үйлчилгээ	Зорилго	Хэлбэр	Агуулга	Зорилтот бүлэг	Үйлдвэрлэлийн бүтэц
1	“Шинжлэх ухаан танин мэдэхүй”	Танин мэдүүлэх	Телесэтгүүл	Шинжлэх ухаан, технологи	Нийт үзэгч	Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн, өөрийн бүтээл

Хэмжүүр тус бүрээр тухайн нэвтрүүлгийг аль нэг ангилалд хамруулахдаа дараах зүйлсийг харгалзсан. Үүнд:

¹ Ангилал тус бүрийн талаарх дэлгэрэнгүй тайлбарыг Хавсралт 1-ээс үзнэ үү.

- Тухайн нэвтрүүлгийг юун түрүүнд ангиллын тогтолцооны анхдагч түвшинд /шаардагдах түвшинд/ хамруулсаны дараа дараагийн нарийвчилсан түвшинг тодотгон ангилсан.
- Тохирох үндэслэл байвч нарийвчилсан ангилалд багтахгүй байх тохиолдолд судлаач тухайн ангилалд “бусад” гэсэн утгыг төлөөлж буй ерөнхий түвшинд нь оруулахын өмнө илүү давамгай байгаа утгын ангилалд хамааруулсан болно.
- Нэвтрүүлэг аль ч түвшинд багтах боломжгүй тохиолдолд хамгийн ойр ангилалд багтаах, эсвэл огт боломжгүй бол “бусад, холимог” гэсэн ангилалд оруулсан.

Ангилалд хэрэглэгдэх зарим ойлголтын тайлбар

Хэмжүүр	Зорилго, Хэлбэр, Агуулга, Зорилтот бүлэг, Гарал үүсэл буюу үйлдвэрлэлийн бүтэц
Шаардагдах түвшин	Ангиллын тогтолцооны анхдагч тодорхойлолт, түлхүүр кодыг ашиглан тайлагнахад хэрэглэнэ
Санал болгох түвшин	Ангиллын тогтолцооны хоёрдогч тодорхойлолт, түлхүүр кодыг ашиглан тайлагнахад хэрэглэнэ
Тухайлсан түвшин	Энэ томъёолол нь нэвтрүүлгийг шаардагдах түвшин болон зөвлөмж болгох түвшинд тохируулан ангилахад туслах зориулалттай мэдээлэл юм

2. Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны аргачлал

Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын шинжилгээг контент анализын (тоон болон чанарын) аргаар хийсэн бөгөөд хэмжүүр буюу шалгуур үзүүлэлтүүдээ сэтгүүлзүйн мэргэжлийн нийтлэг зарчимд тулгуурлан боловсруулсан болно. Мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлэгт үнэлгээ өгөхдөө тоон хэмжүүрийг түлхүү хэрэглэж, чанарын хэмжүүрийг хавсарга хэлбэрээр ашиглав. Судалгаанд дараах хэмжүүрүүдийг ашиглалаа. Үүнд:²

Тоон хэмжүүр:

- Мэдээний дараалал
- Хөтөлбөрийн бүтэц дэх мэдээний байршил
- Мэдээний үргэлжлэх хугацаа
- Мэдээний төрөл, жанр
- Мэдээний сэдэв, асуудал
- Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ
- Сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандартын үнэлгээ

1. Эх сурвалж:

- Эх сурвалжийн тоо /0, 1, 2 гм .../
- Эх сурвалжийг дүрстэй үзүүлсэн үү /Дүрстэй, Дүрсгүй/

² Хэмжүүр тус бүрийн талаарх дэлгэрэнгүй тайлбарыг Хавсралт 2-оос үзнэ үү

- с. Эх сурвалжийг нэрлэсэн үү /Нэрлэсэн, Нэрлээгүй, Тодорхойгүй/
 - д. Ямар төрлийн эх сурвалжийг ашиглав /Албан ёсны, Намын гм .../
2. Баримт үзэл бодлыг ялгасан эсэх

Чанарын хэмжүүр:

- 1. Далд сурталчилгаа байгаа эсэх
- 2. Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж байгаа эсэх
- 3. Тухайн асуудалд хамаарах сэтгүүлчийн ёс зүйн зарчим

Мониторингийн түүвэр

2007 онд МҮОНТ-ийн 04, 08, 11-р сарын тус бүр 14, нийт 42 өдрийн хөтөлбөрт шинжилгээ хийсэн бол 2010 онд 04, 09-р сарын тус бүр 14 хоногийн хөтөлбөр буюу нийт 28 өдрийн хөтөлбөрийг шинжлэн судаллаа.

Гурван жилийн өмнө МҮОНТ-ийн эфир Даваа гарагт оройн 18:00, Мягмараас Баасан гарагт өглөөний 7:30, Бямба, Нямд өглөөний 8:00 цагт эхэлдэг байсан бол 2010 оны байдлаар Даваагаас Баасан гарагуудад өглөө 7:00, Бямба, Нямд 7:30 цагаас эхэлдэг болж нэг өдрийн эфирийн цаг ойролцоогоор 30 минутаар уртасжээ.

/4-р сард хийсэн мониторингийн үеэр Даваа гарагийн эфир 18:00 цагт эхэлж байв/ Харин эфир дуусах цаг нь 2007 онтой адил 00:00-01:00 цагийн үед төгсөж байв. Эфир эхлэх цаг долоо хоногийн туршид ижил, жигд болсон нь үзэгчдийн хувьд тодорхой, хэрэглээг хялбаршуулсан өөрчлөлт болжээ.

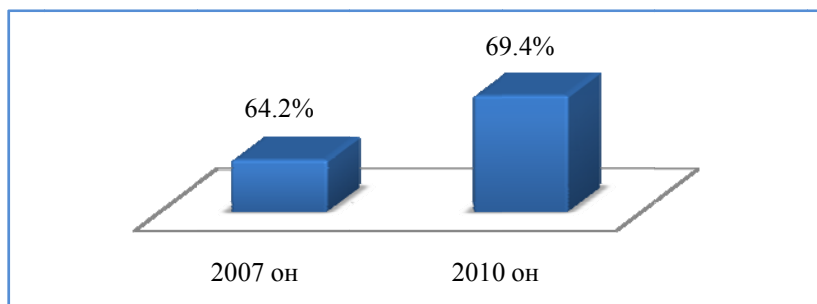
Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаагаар 2007 онд 1857 нэгж мэдээлэл (3 удаагийн мониторингоор) бүрдэж үүний 64.2 хувь нь бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино байсан бол 2010 онд хийсэн 2 удаагийн мониторингоор нийт 1224 нэгж мэдээлэл бүрдсэний 850 нь буюу 69.4 хувь нь бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино байв. Бусад нэгж мэдээлэл нь тус телевизийн эхлэл ба төгсгөл, өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа анонс, арилжааны болон бусад зар сурталчилгаа байлаа.

Хүснэгт 1. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, нэвтрүүлгийн тоо

№	Хөтөлбөрийн бүтэц	2010 он		Нийт
		4-р сар	9-р сар	
1	Ажиглалтын нэгж	596	628	1224
2	Түүнээс мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны тоо	424	426	850

Товчоор хэлбэл, нийт хөтөлбөрт бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино давтамжийн хувьд 2007 оноос 5.2 хувиар өссөн байна.

График 1. Нийт ажиглалтын нэгж дэх бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны эзлэх хувь



МҮОНТ-ийн хамгийн хүртээмжтэй, рейтинг өндөртэй нэвтрүүлгийн нэг нь “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөр юм.³ Энэхүү хөтөлбөрийг сэтгүүл зүйн мэргэжлийн хувьд хэрхэн бэлтгэж буйг үнэлэх зорилгоор шинжилсэн болно.

Хүснэгт 2. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, мэдээллийн тоо

№	Агуулга	Огноо			
		2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
1	Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн тоо	74	68	75	72 (61)*
2	Мэдээ, мэдээллийн тоо	870	730	736	724

*Мониторингийн хугацаанд нийт 72 мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт анализ хийх байсан боловч бичлэг техникийн шаардлага хангаагүйтэй холбоотой 11 мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт анализ хийгээгүй болно.

Мониторингийн хугацаанд “Нээлттэй засаг”, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг”, “Сүлд”, “Олон нийтийн цаг”, “Ярилцъя” зэрэг цаг үеийн шинжтэй үйл явдал, нөхцөл байдлын талаар мэдээлэх зорилго бүхий 28 нэвтрүүлэг бүртгэж, агуулгын судалгаа хийлээ.

Хүснэгт 3. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт нэвтрүүлгийн тоо

Агуулга	Огноо			
	2007 онд нийт	2010 онд нийт	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
Оргил цаг ба түүний ойролцоо гарсан мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн тоо	22	32	20	12
Агуулгын судалгаа хийсэн нэвтрүүлгийн тоо	18	28	18	10

Судалгааны явцад ангилан бүртгэсэн тоон болон чанарын мэдээлэлд үнэлгээ өгөх үүднээс харьцуулах шалгуурыг Олон нийтийн телевизийн дараах нийтлэг шалгуурт үндэслэн тоёолов.

Олон нийтийн телевиз нь:

1. Улс төр, эдийн засгийн зэрэг аливаа өрөөсгөл ашиг сонирхлоос хараат бус үйл ажиллагаа явуулж, олон нийтийн эрх ашигт үйлчилнэ.

³ Хэвлэл мэдээлэл хэрэглэгчдийн судалгаа. 2010.04, 09-р сар. МХХ

2. Иргэдийн ОНТ-ээр үйлчлүүлэх эрхийг ижил тэгш хангана. Үүний тулд ОНТ-ийн нэвтрүүлгийг Монгол улсын нийт газар нутагт хүлээн авах техникийн боломжийг бүрэн хангахаас гадна
- Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр
 - Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж
 - Агуулгын өргөн хүрээг эрхэмлэн хангаж ажиллана.

ОНТ хараат бус ажиллаж чадаж буй эсэх нь эрх зүйн орчин, удирдлагыг сонгох, томилох механизм, санхүүжилтийн систем, дотоод ардчилал, сэтгүүлчдийн мэргэжлийн мэдлэг чадвар, ёс зүй зэрэг маш олон зүйлээс шалтгаалдаг. Харин бид уг мониторингоороо нэвтрүүлгийн түвшинд, нэн ялангуяа мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн түвшинд МҮОНТ-ийн хараат бус байдал хэрхэн хангагдаж буйг тандаж үзлээ.

1.1 НЭВТРҮҮЛГИЙН ХАРААТ БУС БАЙДАЛ

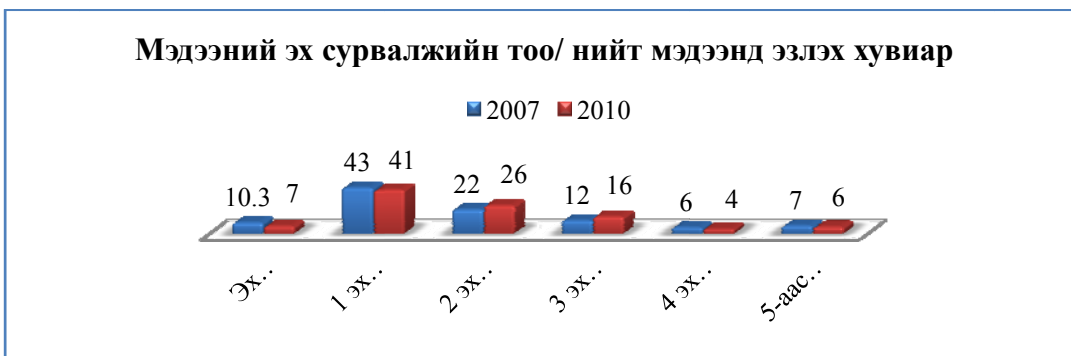
Шалгуур: Мэдээ, мэдээллээр дамжуулан хэн нэгний үзэл бодол, ашиг сонирхлыг өрөөсгөл байдлаар дамжуулан түгээхээс зайлсхийх мэргэжлийн аргуудын нэг бол эх сурвалжийн олон эшт байдлыг хангах явдал байдаг.

Товч дүгнэлт: МҮОНТ-ээр нэвтрүүлсэн мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн 90 гаруй хувь нь баримтад тулгуурласан, сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодлоос зайлсхийж чадсан байна. Гэсэн хэдий ч мэдээллийн эх сурвалжийн олон эшт байдал хангалттай бус байгаагийн улмаас мэдээний бодит, тэнцвэрт байдал алдагдаж байна. Үүнийг цааш нарийвчлан авч үзье.

Мэдээний эх сурвалжийн тэнцвэрт байдал

Сүүлийн гурван жилийн хугацаанд МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтрүүлсэн нэг эх сурвалжтай мэдээллийн тоо 2 орчим хувиар буурсан хэдий ч дан ганц эх сурвалжийн мэдээлэлд тулгуурласан мэдээний тоо өндөр хэвээр байна. Тодруулбал, нэг эх сурвалжтай мэдээ 2007 онд нийт мэдээний 43 хувийг эзэлж байсан бол энэ тоо 2010 онд 41 хувьд хүрч буурсан байна. Нийт мэдээний 52 хувь нь 2 ба түүнээс дээш эх сурвалжтай байна.

График 4. Мэдээний эх сурвалжийн тоо_хувиар



*Гадаад мэдээний эх сурвалжийг тоолоогүй болно.

Мэдээллийн тэнцвэрт байдал хангалттай эсэхийг дүгнэхэд эх сурвалжийн тооноос гадна эх сурвалжийн олон түвшинг оролцуулсан эсэхийг харгалзах шаардлагатай.

Хүснэгт 5. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, төлөөлөл_хувиар

Эх сурвалжийн тоо	Огноо	Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ											Нийт
		Албан ёсны	Нам	Бизнесийн бүлэг	Иргэний хөдөлгөөн	Хэвлэл м-ийн байгууллага	Бусад нийгмийн байгууллагын төлөөлөгч	Иргэн	Бичгийн эх сурвалж	Гадаад эх сурвалж	Бусад	Тодорхойгүй	
1 эх сурвалжтай	2007	38	2.7	6	5.7	2.3	22.3	3	10	4.3	3	2.7	100
	2010	35.8	0.7	6	15.1	1.9	25.2	8	3.2	3.3	-	0.9	
2 эх сурвалжтай	2007	37.3	1.3	4.7	12.7	2	21.3	6	4	8.3	0.3	2.3	100
	2010	35.4	4.1	8.7	7.0	-	18.5	13.3	7.4	4.5	0.5	0.5	
3 эх сурвалжтай	2007	33.7	1.3	5.7	6	3	28	13.7	2.3	6.7	-	0.3	100
	2010	40.3	0.5	8.5	7.3	1	16.4	14.6	6.1	3.5	0.6	1.2	
4 эх сурвалжтай	2007	30.7	0.3	11.7	3	-	26.3	16.7	3.7	4.3	1	1.3	100
	2010	30.8	-	10.6	7.1	1.5	18.7	22.2	5	2.5	1	1	
5-аас дээш	2007	33.3	2.3	4.3	5.3	1.3	13.3	33.3	3.7	2.7	0.3	0.3	100
	2010	29.4	4.7	11.0	6.3	0.5	9.7	33.7	3.1	0.5	-	0.6	
Нийт	2007	35.7	1.7	5.7	6.7	1.7	20	14	5.3	5	2.7	1.3	100
	2010	34.6	2	9.2	8.4	0.6	17.7	18.1	5.4	2.7	0.3	0.8	

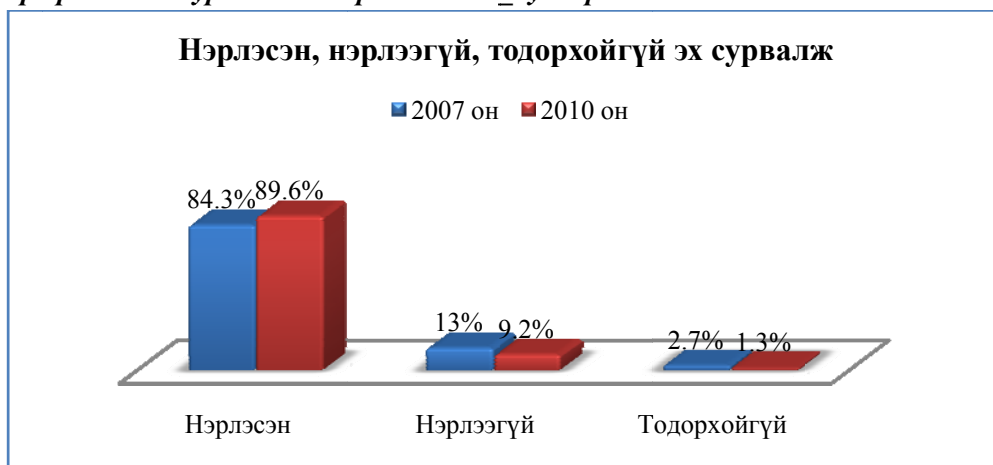
Хүснэгтээс харахад МҮОНТ-ийн сэтгүүлчид албаны эх сурвалжийг (засгийн газар, ерөнхийлөгч, УИХ, нийслэлийн болон орон нутгийн төрийн байгууллагууд) гол эх сурвалжаа болгох нь түгээмэл байна. Иргэн, иргэний холбоо, хөдөлгөөн, бизнесийн бүлгийнхний байр суурь, мэдээллийг тусгасан байдал гурван жилийн өмнөхөөс нэмэгдсэн байв. Харин гадаад эх сурвалжийн тоо багассан бол бичгийн эх сурвалжийг ашиглах байдал өмнөх онтой ижил хувьтай байна. Улс төрийн намууд, үүн дотроо МАН-ыг (хуучин МАХН) төлөөлөх эх сурвалжийг мэдээллийн хөтөлбөрт илүүтэй хамруулсан байдал ажиглагдлаа.

Тухайлбал, 2010 оны 4, 9 дүгээр сард улс төрийн намын төлөөлөл бүхий эх сурвалжтай 16 нэгж мэдээ цацагдсаны 11-нь МАН /хуучнаар МАХН/-ын эх сурвалжид тулгуурласан, 4-д нь АН-ын, нэг нь ИЗН-ын төлөөллийг эх сурвалж болгон ашигласан байв. Хэдийгээр цаг хугацааны хувьд, үйл явдлын өрнөлөөс шалтгаалж аль нэг улс төрийн хүчний дуу хоолой илүү гарах тохиолдол байж болох ч ОНТ-ийн хувьд мэдээллийн эх сурвалжийн тэнцвэрт байдлыг мэргэжлийн үүднээс төдийгүй нэвтрүүлгийн бодлогын үүднээс хангаж ажиллах нь чухал юм.

Сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандартыг баримталсан байдал

Мониторингийн хугацаанд задлан шинжилсэн мэдээний дийлэнхэд сэтгүүлч, сурвалжлагчид эх сурвалжаа нэрлэж, албан тушаал, овог, нэрийг бүтнээр, хэл зүйн ямар нэгэн алдаагүйгээр нэвтрүүлсэн байна. 2010 онд эх сурвалжаа нэрлээгүй тохиолдол 3.8 хувиар, эх сурвалж нь тодорхойгүй байх тохиолдол өмнөх мониторингийн дүнгээс 1.4 хувиар буурсан эерэг үзүүлэлт гарчээ.

График 6. Эх сурвалжаа нэрлэсэн эсэх_хувиар



ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

9.1. Олон нийтийн радио, телевизийн хөтөлбөр нь үнэн бодит мэдээлэл агуулсан, мэргэжлийн өндөр түвшинд бэлтгэгдсэн, нэг талыг баримтлаагүй, сэтгүүлчийн ёсзүйг баримталсан, шуурхай байна.

Аливаа мэдээ, мэдээллийг дамжуулахдаа сэтгүүлчид өрөөсгөл ашиг сонирхолын үүднээс хандаж хувийн үзэл бодол, дүгнэлтийг үндсэнд мэдээлэлтэй хольж түгээх тохиолдолд мэдээллийн тэнцвэрт байдал алдагдаж, ашиг сонирхолын зөрчилтэй мэдээлэл болж хувирдаг. Иймд ОНТ-ийн хараат бус, тэнцвэртэй мэдээлэл түгээж буй эсэхийн бас нэгэн чухал шалгуур нь мэдээллийг баримтад тулгуурлаж, баримт, үзэл бодлын ялгаа зааг ялгааг гаргасан эсэх явдал байна.

МҮОНТ-ээр нэвтрүүлсэн мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн 90 гаруй хувь нь баримтад тулгуурласан, сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодлоос зайлсхийж чаджээ.

1.2 ЭДИЙН ЗАСГИЙН ХАРААТ БУС БАЙДАЛ

Шалгуур: Телевизийн хөтөлбөрийн хараат бус байдлыг хэмжих өөр нэгэн үзүүлэлт бол нэвтрүүлгийн гарал үүсэл. Тухайн нэвтрүүлгийг бэлтгэх, бүтээх шатанд телевизийн өөрийн бодлого, редакцийн хяналт хэдий хэмжээнд хэрэгжсэнийг нэвтрүүлгийн гарал үүсэл илэрхийлдэг. Гадны санхүүжилт болон захиалгаар өөрийн редакцид бэлтгэсэн, мөн гадны санхүүжилтээр гадны редакцид бэлтгэсэн нэвтрүүлгийн агуулга, хэлбэрийг тухайн телевиз бүрэн хянах боломж хязгаарлагдмал байдаг бол өөрийн редакцид өөрийн хөрөнгөөр босгосон нэвтрүүлэг нь тухайн телевизийн өөрийн бодлогоор, өөрийн хяналтан дор бэлтгэгдсэн байх давуу талтай.

Товч дүгнэлт: МҮОНТ-ийн эфирээр цацагдаж буй өөрийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ хоёр дахин нэмэгдсэн байна. Өөрөөр хэлбэл өөрийн бодлогын хүрээнд, өөрийн хяналтан дор бэлтгэн цацаж буй нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ нэмэгдсэн аж. Гэсэн хэдий ч гарал үүсэл нь тодорхойгүй мэдээлэх болон танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлэг гарсаар байгаа нь тухайн нэвтрүүлгийг хэн, хаана, ямар санхүүжилтээр бэлтгэснийг бүрхэг болгож, тус телевизийн итгэл үнэмшилд сөргөөр нөлөөлж болзошгүйг анхаарах нь зүйтэй байна.

2007 онд өөрийн редакцид хийсэн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь 43,6 хувь байсан бол 2010 онд 84,5 хувь болжээ. МҮОНТ-ийн өөрийн редакцид бэлтгэсэн нэвтрүүлгийн дийлэнхийг нь буюу 96.6 хувийг өөрийн хөрөнгөөр бүтээсэн байна.

Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь ийнхүү огцом нэмэгдсэн нь өмнөх жилүүдэд бие даасан уран бүтээл буюу хувийн студиудээс худалдан авч байсан нэвтрүүлгийн тоо буурсантай шууд холбоотой.

Хүснэгт 6. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц

Нэвтрүүлгийн гарал үүсэл	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь	
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар
1. ӨӨРИЙН БҮТЭЭЛ	43.6	84.5
Ивээн тэтгэлгээр хийсэн	9.7	2
Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн	12.3	81.6
Тодорхойгүй	21.6	0.9
2. БИЕ ДААСАН УРАН БҮТЭЭЛ /СТУДИ/	49.3	6.8
Ивээн тэтгэлгээр худалдаж авсан	15.1	0.5
Өөрийн хөрөнгөөр худалдаж авсан	15.7	6.2
Худалдаж аваагүй	3.8	0
Тодорхойгүй	14.7	0.1
3. ХАМТАРСАН БҮТЭЭЛ	0.9	3.7
Төлбөрт буюу захиалгат	0.2	0.7

Ивээн тэтгэлгээр хийсэн	0.3	1.2
Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн	0	0.6
Тодорхойгүй	0.4	1.2
4. СОЛИЛЦООНЫ БҮТЭЭЛ	0.7	0
5. ТОДОРХОЙГҮЙ	5.6	4.6
<i>Нийт</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

2007 онд тус телевиз нь “ММ-Агентлаг”, нэвтрүүлгийн 7 редакци, 9 студитэйгээр ажиллаж байсан бол 2010 онд дээрх бие даасан гэрээт студийн бүтцийг өөрчилж, редакцийн зохион байгуулалтад оруулжээ. Ингэснээр “ММ-Агентлаг” болон уран бүтээлийн 5 нэгдэлтэйгээр үйл ажиллагаагаа явуулж байна. 2010 оны байдлаар “Тараг”, “Хит”, “Дуулга”, “Дуудлага”, “Соно” зэрэг студиас бүтээлүүдийг нь авч нэвтрүүлсэн хэвээр байна.

2007 оны судалгааны дүнтэй харьцуулахад гарал үүсэл нь тодорхойгүй, хамтарсан болон телевизийн өөрийн бүтээл боловч хөрөнгийн эх үүсвэр нь тодорхойгүй бүтээлүүд багассан боловч байсаар байна. Эдгээр гарал үүсэл нь тодорхойгүй бүтээлүүдийн 47.6 хувь нь мэдээлэх, 52.4 хувь нь танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд байна.

Мэдээллийн, хүүхдийн болон танин мэдэхүйн нэвтрүүлгүүдийг шинжээчид “*нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгүүд*” хэмээн нэрлэдэг бөгөөд эдгээр нь нийгмийн оюун санаа, олон нийтийн санаа бодол бүрэлдэн төлөвшихөд чухал ач холбогдолтой, тиймээс ОНТ анхааралдаа заавал авах учиртай гэж үздэг. Олон нийтийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгийг хөндлөнгийн нөлөөллөөс аль болох ангид байлгах үүднээс арилжааны байгууллага, улс төрийн нам эвслээр ивээн тэтгүүлэх, санхүүжүүлэхээс зайлсхийхийг мэргэжилтнүүд зөвлөдөг. МҮОНТ- ээр нэвтэрч буй нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн асуудлаар мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий болон хүүхэд залуучуудын нэвтрүүлгийг арилжааны байгууллагын ивээн тэтгэлгээр бэлтгэж цацах явдал гарч байсныг өмнөх мониторингийн зөвлөмжөөр сануулж байсан.

2007 онд хүүхэд, залуучуудын нэвтрүүлгийн 21 орчим хувийг ивээн тэтгэлгээр хийж байсан бол 2010 онд 18 хувь болсон байна. Ивээн тэтгэлэгт, төлбөрт буюу захиалгат нэвтрүүлгээс заримыг дурдвал, 2010 оны 9-р сарын 18, 19, 20-ны өдрүүдэд гарсан “Гүмүда цэцгийн эрэлд” нэвтрүүлгийг “Талх чихэр” ХХК, “Химон констракшн” ХХК-ний ивээн тэтгэлгээр, 9-р сарын 11, 12, 13-нд МАСЗХ-ны бүсийн чуулга уулзалтын талаарх нэвтрүүлгийг МАСЗХ-ны захиалгаар, “Төгс ертөнц” нэвтрүүлгийг Гоёо ХХК-ний дэмжлэгтэйгээр, 9-р сарын 13-нд “Итгэл дагуулсан зүтгэл” хэмээх “Монос” группын 20 жилийн ойд зориулсан захиалгат нэвтрүүлгүүдийг цацжээ. Түүнчлэн гарал үүсэл нь тодорхойгүй нэвтрүүлгүүдээс заримыг дурдвал “Уурхайчдын шилэн ордон-2”, “Ухаа худгийн цахилгаан станц”, “Орон нутгийн хөгжилд бидний оролцоо” зэрэг нэвтрүүлгүүд байлаа.

Мөн хөтөлбөрт албан ёсоор зарлаагүй нэвтрүүлгүүд гарсан бөгөөд эдгээр нь 2010.09.12-ны 18:40 цагаас “Бороогийн хөндийн бодит байдал”, 2010.09.08-ны 19:45 цагаас “УИХ-ын дарга Д.Дэмбэрэл зүүн бүс нутгаар”, 2010.09.11, 12, 13-нд МАСЗХ-ны бүсийн чуулга уулзалтын талаарх нэвтрүүлэг тус тус гарсан байна.

Зар сурталчилгаа

Зар сурталчилгааны орлого нь Олон нийтийн телевизийн хувьд санхүүгийн нэг чухал эх үүсвэр байх бөгөөд төсвийн санхүүжилтээс хэт хараат байдлыг багасгах, мөн зах зээлийн эрэлт хэрэгцээнд тулгуурласан нэвтрүүлгийн бодлогын хөшүүрэг болж өгөх ач холбогдолтой. Гэхдээ зар сурталчилгааны орлого олох сонирхлыг Олон нийтийн ашиг сонирхолд үйлчлэх зарчмаар тэнцвэржүүлж, редакцийн мэдээ, мэдээллээс тусгаарлахгүй бол ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хараат бус байдал алдагдах эрсдэлтэй.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

13.3. Олон нийтийн радио, телевизээр нэвтрүүлэх зар сурталчилгааны нийт хугацаа тухайн өдрийн нэвтрүүлгийн цагийн хоёр хувиас хэтрэхгүй байна.

Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаагаар мониторингийн туршид нэвтрүүлэг хооронд явсан зар сурталчилгааг тоолсон бөгөөд энэ нь нийт эфирийн цагийн 0.8 хувийг эзэлж байв. Нийт сурталчилгааны 12 хувь нь Summit компьютер, JCI байгууллагын чуулган болох тухай болон "Петровис лото"-г байршуулсан арилжааны сурталчилгаа байгаа бол, 24 хувь нь нийгмийн чанартай сурталчилгаа /Үүнд: анхны тусламж хэрхэн үзүүлэх, халдварт өвчнөөс урьдчилан сэргийлэх, вакцинд хамрагдахыг уриалсан, захиргааны хэргийн шүүхэд хэрхэн хандах, хүнсний аюулгүй байдалд анхаарах зэрэг мэдээлсэн сурталчилгаанууд/, 64 хувь нь бусад хэлбэрийн буюу тус телевизээс Швейцарийн хөгжлийн агентлагтай хамтран зарласан ТВ-ийн шилдэг бүтээл шалгаруулах уралдааны зар болон, хөтлөгч нэвтрүүлэгч шалгаруулж авах тухай зар байв.

Харин мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур нэвтэрсэн зар сурталчилгаа нь мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн нийт үргэлжилсэн хугацааны 2.6 хувийг эзэлж байгаа нь 2007 оны байдлаас 2.2 хувиар өсжээ. Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн дундуур болон нэвтрүүлэг хооронд цацагдсан зар сурталчилгааны эфирийн нийт цагт эзлэх хувь нь 2010 оны 4-р сард 0.6 хувь байсан бол 9-р сард 0.9 хувь болж өсөв. Энэ нь бизнесийн байгууллагын сурталчилгааны шинжтэй захиалгат нэвтрүүлгийг тооцохгүйгээр эфирийн нийт цагийн 2 хувиас хэтрээгүй байна.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

13.1. Олон нийтийн радио, телевизээр арилжааны болон далд зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхийг хориглоно.

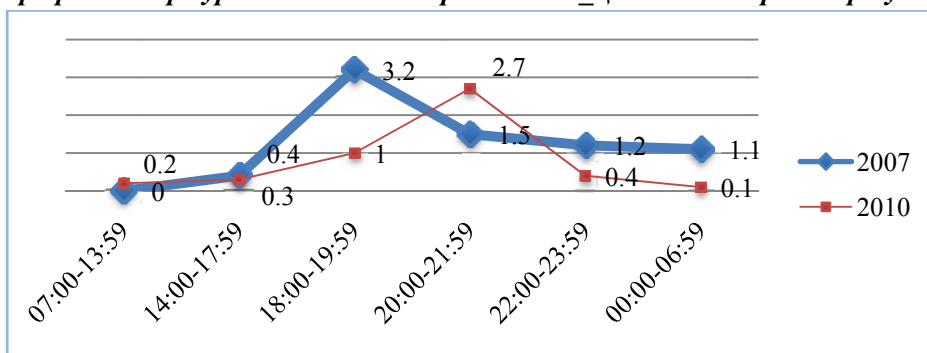
Нэвтрүүлэг хооронд цацсан зар сурталчилгааны 12 хувь нь, мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэг дундуур нэвтэрсэн зар сурталчилгааны 53 хувь нь арилжааны сурталчилгаа байлаа.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

13.2.2. Улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхгүй байх, мөн ийм мэдээллийн нэвтрүүлэгч зар сурталчилгаа бэлтгэх, бүтээх, дамжуулахад оролцохгүй байх;

2007 онд эфирийн нийт цагт эзлэх зар сурталчилгааны хэмжээ оргил цагийн өмнө дээд хэмжээндээ хүрч байсан бол 2010 оны байдлаар оргил цагт төвлөрч байгааг графикаас харж болно.

График 7. Зар сурталчилгаа нэвтрэх байдал_цагийн интервалаар/хувиар



Мэдээллийн хөтөлбөр, ялангуяа 20:00 цагийн “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур зар сурталчилгаа ихээр явж байна. Арилжааны шинжтэй зар сурталчилгаа нь Adidas фирм, Summit компьютер, Жаст группын зэрэг сурталчилгаа байгаа бол нийгмийн чанартай нь Захиргааны хэргийн шүүхэд хандах эрхийн тухай болон Боксын аварга шалгаруулах тэмцээний зар сурталчилгаа байв.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

15.4. Улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн хөтөлбөрийг ивээн тэтгэхийг болон хуулиар сурталчлахыг хориглосон бараа, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэдэг, ажил үйлчилгээ эрхэлдэг хуулийн этгээд аливаа нэвтрүүлгийг ивээн тэтгэхийг хориглоно.

Мөн “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур “ММ агентлаг”-ийн технологийн түнш хэмээн “Summit компьютер”-ийн сурталчилгааг тогтмол нэвтрүүлж байна.

Мөн энэ удаагийн мониторингийн анхаарал татсан нэг асуудал бол “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөрөөр далд сурталчилгаа нэвтрүүлэх байдал илт ажиглагдаж байгааг анхааралдаа авах шаардлагатай байна. Мониторингийн хугацаанд гарсан мэдээллийн хөтөлбөрийн санамсаргүй нэг өдөрт дор хаяж нэг далд сурталчилгаа оногдож байв.

Жишээлбэл, “Төв аймгийн Эрдэнэ суманд мод тарих ажлыг “Cass town” дэмжив”, “Шатахууны үнэ өсч байгаа энэ үед Магнай трейд ХХК литр тутамд 15 төгрөг буулган зарж байна”, “Прайм даатгал ХХК газар хөдлөлтийн даатгалын үйлчилгээг бий болголоо”, “Airmarket нислэгийн тийзний сугалаат аян зарлалаа”, “Сүү ХХК үнээний шингэн сүүг тетрапак технологиор савлаж эхэллээ”, “Гоёо ХХК намар өвлийн шинэ загвараа худалдаанд гаргалаа”, “Төрийн банкны санхүүгийн үйлчилгээ иргэдэд хүрч байна”, “Хаан банк уул уурхайн салбарын компаниудтай ойрхон ажиллах хамгийн боломжтой банк юм” гэх зэргийг дурьдаж болно.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

15.3. Ивээн тэтгэж байгаа аж ахуйн нэгж, байгууллага, иргэний бараа, ажил, үйлчилгээг худалдан авахыг тухайн нэвтрүүлгийн үеэр уриалах, сурталчлахыг хориглоно.

ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хараат бус байдлыг алдагдуулах хүчин зүйлд мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийг арилжааны байгууллагаар ивээн тэтгүүлэх, далд сурталчилгааг цаг үеийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр цацах зэргээс гадна захиалгат нэвтрүүлгийн эфирт эзлэх хувь хэмжээ болон агуулга хэлбэр орно. 2010 оны байдлаар захиалгат нэвтрүүлэг эфирийн цагийн 2.1 хувийг эзлэж байсан бөгөөд үүнд “Мобиком” корпорацийн азтан шалгаруулах “Моби марафон”, “Монос” группын “Итгэл дагуулсан зүтгэл”, “Энержи ресурс” ХХК-ийн “Уурхайчдын шилэн ордон”, “Ухаа худгийн цахилгаан станц”, “Бороогийн хөндийн бодит байдал”, “МАСЗХ-ны чуулга уулзалт” зэргийг нэрлэж болох юм.

ИРГЭДЭД ИЖИЛ ТЭГШ ҮЙЛЧЛЭХ БАЙДАЛ

Монгол улсын иргэн бүрт ижил тэгш үйлчлэх үүргийг хуулиар хүлээсэн мэдээллийн байгууллагын хувьд МҮОНТ газар зүйн хувьд иргэн бүрт хүртээмжтэй байхаас гадна нэвтрүүлгийн олон хэлбэр, хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж, агуулгын өргөн хүрээгээр иргэдийн шаардлага хэрэгцээг хангаж ажиллах үүрэгтэй байдаг.

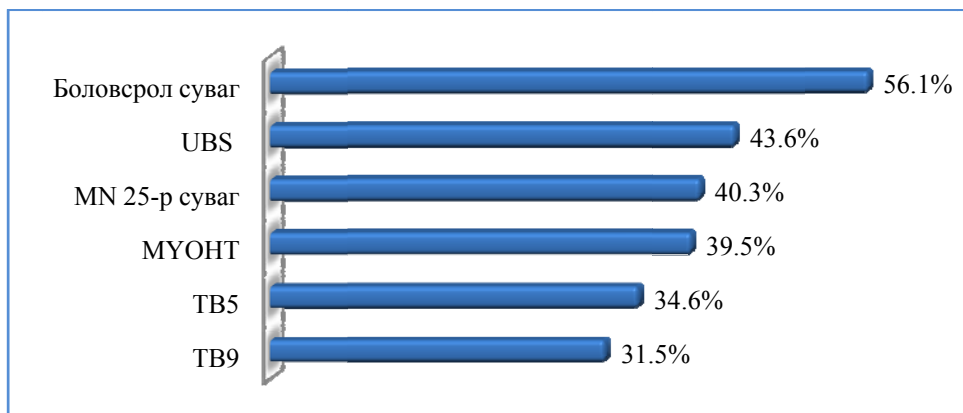
2.1 НЭВТРҮҮЛГИЙН ОЛОН ХЭЛБЭР

Хүүхдийн болон мэдээлэл, танин мэдэхүйн шинжтэй нэвтрүүлэг тэр бүр үзэгчдийг бүхэлд нь байлдан дагуулаад байдаггүй тул “ашигтай” нэвтрүүлгийн тоонд ордоггүй, тиймээс арилжааны телевизүүд ийм нэвтрүүлгийг орхигдуулж, шоу, цэнгээнт нэвтрүүлэг, спорт, кинонд өндөр ач холбогдол өгөх хандлагатай байдаг. Харин нийгмийн тусын тулд үйлчилгээ эрхлэх үүрэг бүхий олон нийтийн телевиз мэдээлэх, танин мэдүүлэх болон хүүхдийн нэвтрүүлгийг нэвтрүүлгийнхээ бодлогын гол цөм болгож, мэдээллийн зах зээл дэх тэнцвэрийг хадгалж байдгаараа онцлогтой. Ийнхүү зах зээлийн орлогын хувьд тийм ч ашигтай биш байж болох ч нийгмийн оюуны амьдралд хэрэгтэй чухал нэвтрүүлгүүдийг олон улсад “Нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг” хэмээн тодорхойлох нь бий.

ОНТ арилжааны мэдээллийн хэрэгслээс ялгарч, олон нийтийн ашиг сонирхолд үйлчлэх үүргээ хэрэгжүүлж буйн нэг илрэл нь “нийгмийн ашиг сонирхлын” нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ байж болох юм. Зарим шинжээч “нийгмийн ашиг сонирхлын” нэвтрүүлэг ОНТ-ийн эфирийн цагийн дор хаяж тал хувийг эзэлж байвал зохино хэмээн зөвлөх нь бий.

2007 оны мониторингоор МҮОНТ-ийн мэдээлэх, танин мэдүүлэх болон хүүхдийн нэвтрүүлэг эфирийн цагийн 45 орчим хувийг эзэлж байсан бол 2010 онд 40 орчим хувь болж буурчээ. Энэ үзүүлэлтийг орон даяар нэвтрүүлгээ цацдаг арилжааны бусад сувгуудтай харьцуулж үзэхэд, МҮОНТ арилжааны бусад өргөн нэвтрүүлгийн телевизээс ялгарах зүйлгүй байв.

График 8. Телевизүүдийн хөтөлбөрийн бүтэц дэх нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгийн эзлэх хувь



ОНТ-ийн нэвтрүүлэгт мэдээллийн болон уран сайхны нэвтрүүлгийн харьцаа яг хэд байх тухай хатуу тогтсон стандарт байдаггүй. Гэхдээ ОНТ-ийн арвин туршлагатай, өндөр хөгжилтэй улс орны жишигт тулгуурлан МҮОНТ хөтөлбөрийнхөө талаас илүүгүй хувийг урлаг, уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлэгт зориулах чиг баримжаатай байхыг зөвлөж байна.

Нэвтрүүлгийн хэлбэрт гарсан өөрчлөлтийг нарийвчлан дурдвал:

2007 онд уран сайхны кино дангаараа эфирийн цагийн ¼ -ийг бүрдүүлж байсан бол 2010 онд уран сайхны кино, жүжиг зэрэг уран сайхны төрөлд хамрагдах бүх нэвтрүүлэг нийлээд эфирийн цагийн 25.4 хувийг эзэлж байв. Өөрөөр хэлбэл уран сайхны киноны хэмжээ 3 жилийн өмнөхөөс буурч, жүжиг, зохиолын эзлэх хувь бага зэрэг өсчээ. Мөн эфирийн нийт цагт эзлэх урлагийн тоглолтын хэмжээ 4.2 хувиар буурчээ.

Хүснэгт 7. МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хэлбэр 7 хоногийн дундаж үзүүлэлт/

Нэвтрүүлгийн хэлбэр	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь	
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар
1. МЭДЭЭЛЛИЙН	45.6	39.5
Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр	15.5	16.5
Телесэтгүүл	9.5	4.9
Үйл явдлын тайлбар	6.8	2.8
Баримтат нэвтрүүлэг (Дүн шинжилгээний)	3.7	6.6
Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн	4.1	2.8
Лекц, Яриа, Танилцуулга	2.1	0.3
Баримтат драм	3.4	3.1
Бусад мэдээлэх хэлбэрийн	0.5	2.5
2. ЦЭНГЭЭНТ / ШОУ	9.9	18.8
Ток шоу, ярилцлага	2	2.5
Тоглоомт шоу	1.7	1.8
Багийн хөгжөөнт шоу	1.1	1.9
Хошин шог	0.1	0
Реалити шоу	3.7	1.7
Бусад цэнгээх хэлбэрийн	1.2	11
3. ЖҮЖИГ, ЗОХИОЛ, УРАН САЙХНЫ	28.4	25.4

Уран сайхны кино	23	21.3
Уран сайхны жүжиг	0.9	1.8
Зохиомж, үлгэр	1.1	1.4
Хүүхэлдэйн кино	2.3	0.7
Бусад жүжиг, уран зохиол, уран сайханы	1.2	0.2
4. УРЛАГИЙН ТОГЛОЛТ	7.3	3.1
Гоцлол тоглолт	1.6	0
Ансамбль	1.6	0.5
Холимог	1.1	1.8
Урлагийн бусад тоглолт	3.1	0.8
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	0.9	0.8
Зар сурталчилгаа	0.9	0.8
6. БУСАД ХОЛИМОГ	7.8	12.4
Бусад холимог хэлбэр	7.8	12.4
<i>Нийт</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

2010 оны 4 дүгээр сард хийсэн судалгаагаар мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн эфирийн нийт цагт эзлэх хэмжээ 2007 онтой харьцуулахад харьцангуй тогтвортой байсан хэдий ч 9 дүгээр сард хийсэн судалгаагаар 44.3 хувиас 34.7 хувьд хүрч огцом буурчээ. Энэ нь теле сэтгүүл, үйл явдлын тайлбар, хэлэлцүүлэг мэтгэлцээн, лекц яриа танилцуулга, баримтат драмын эзлэх хувь буурсантай холбоотой.

“АСК”, “Өглөөний одод”, “Неу Неу”, “Би Улаанбаатар хотын иргэн” болон бусад цэнгээнт нэвтрүүлгүүд хөтөлбөрийн бүтцийн 18.8 хувийг эзэлж, 2007 оныхоос 2 дахин өссөн үзүүлэлттэй гарчээ. Бусад цэнгээх хэлбэрийн нэвтрүүлэгт хошин шог, реалити шоу, багийн хөгжөөнт, тоглоомт, ток шоу зэрэг дурдагдсан ангилалд хамаарахгүй боловч үндсэндээ цэнгээх хэлбэрээр хийгдсэн (спортын сэдэвт сумо, жүдо, чөлөөт бөхийн ДАШТ, хурдан морины уралдаан болон бусад) нэвтрүүлгийг тооцсон болно.

2010 оны 9 дүгээр сард хийсэн судалгаагаар нэвтрүүлгийн олон янзын хэлбэрийг агуулсан холимог нэвтрүүлгийн (Гэрэлтэй цонх, Өглөө г.м) эзлэх хувь хэмжээ 4 дүгээр сарынхаас 2 дахин буурч 2007 оны дундажтай ижил хэмжээнд очжээ.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

3.2. Олон нийтийн радио, телевизийн зорилго нь үндэсний хэмжээнд өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхэлж, сонсогч, үзэгчдэд зориулсан төрөл бүрийн мэдээлэл, сургалт, танин мэдэхүй, хөгжөөн цэнгээх хөтөлбөр, нэвтрүүлэг бэлтгэх, нийтийн хүртээл болгоход оршино.

2010 онд мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлэг гурван жилийн өмнөхөөс 7 хувиар өсөж, харин цэнгээнт нэвтрүүлгийн хувь хэмжээнд бараг өөрчлөлт гарсангүй. Түүнчлэн өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа 2 дахин нэмэгдсэн бол зар сурталчилгааны хэмжээнд өөрчлөлт гарсангүй.

Хүснэгт 8. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилгоор

<i>Нэвтрүүлгийн зорилго</i>	<i>Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь</i>			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сард	2010 оны 9-р сард
1. МЭДЭЭЛЭХ	27	34.1	37.8	30.3
2. ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ	13.1	15.2	14.7	15.6
3. ЦЭНГЭЭН ЗУГААЦУУЛАХ	45.1	44.9	40.3	49.5
4. ӨӨРИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СУРТАЛЧИЛГАА	0.5	1	1.4	0.5
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	0.9	0.8	0.7	0.8
6. БУСАД ХОЛИМОГ	13.4	4.2	5.1	3.3
<i>Нийт</i>	100	100	100	100

Мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгийн тал орчим буюу 48.5 хувь нь цэвэр мэдээ буюу 11:00, 13:00, 15:00, 18:00, 23:00 цагийн мэдээний хөтөлбөр, 20:00 цагийн “Цагийн хүрд”, “Долоо хоног” хөтөлбөр, спортын мэдээ, англи хэлээр явагддаг “ММ-Today” байв. Мэдээлэх зорилго бүхий бусад нэвтрүүлгийн жишээнд Нээлттэй засаг, Дуудлага, Сүлд зэргийг дурьдаж болно.

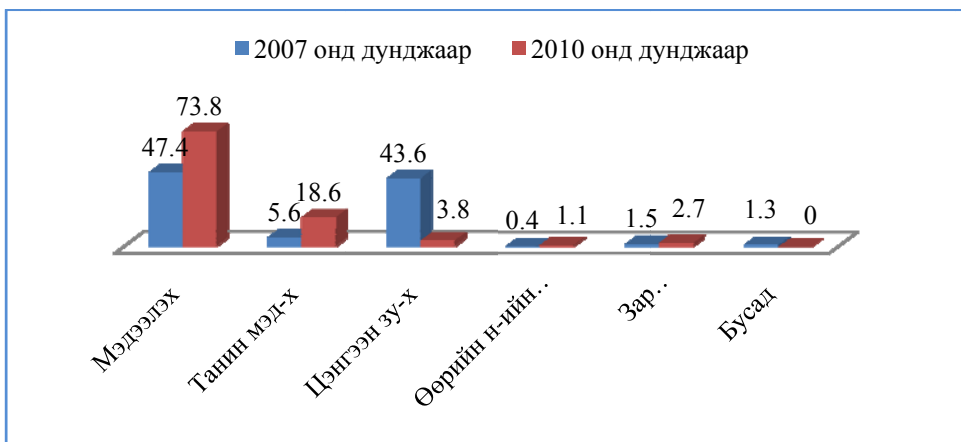
Танин мэдүүлэх зорилгоор бүтээсэн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь 2010 онд 2 орчим хувиар нэмэгдэж 15.2 хувьд хүрчээ. Үүнд “Аяллын цаг”, “Шинжлэх ухаан танин мэдэхүй”, “Үндэс язгуураа бүү мартсугай”, “Дэлхийн суут хүмүүс” зэрэг нэвтрүүлгүүдээс гадна 2010 оны 9-р сард “Ногоон орчин бидний ирээдүй”, “Цэнхэр гараг” баримтат цуврал нэвтрүүлэг багтаж байв. 2010 оноос МҮОНТ-ийн санаачлагаар “ХХ зуун-100 жил” цуврал түүхийн товчоон бүтээн цацаж цувралыг мөн энэ ангилалд хамруулав.

2007 оны нөхцөл байдалтай нэгэн адил цэнгээн зугаацуулах зорилгоор бүтээсэн нэвтрүүлгүүдийн дийлэнх хувийг уран сайхны болон хүүхэлдэйн кино, клип, концерт, “ХИТ”, “АСК”, “Өглөөний одод”, “Неу Неу” зэрэг хөгжмийн, уралдаант цэнгээнт нэвтрүүлгүүд эзэлжээ. Түүнчлэн 2010 оны 9-р сард “Би Улаанбаатар хотын иргэн” хэмээх давхар танин мэдүүлэх зорилго бүхий реалити шоу, МҮОНТ-ийн Алтан сан хөмрөг дэх “Санан санан дурсана”, “Шинэ байшинд” жүжиг зэргийг нэвтрүүлжээ.

2007 онд МҮОНТ үзэгчдийн оргил цагт цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлгийг түлхүү цацах хандлага давамгайлж байсныг анхааралдаа авч, олон нийтэд үйлчилэх үүрэг бүхий телевизийн хувьд мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилгод оргил цагаа зориулахыг зөвлөж байв. 2010 оны мониторингийн дүнгээс харахад оргил цагаар буюу 20:00-22:00 цагийн хооронд цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлэг цацах нь эрс буурч 43 хувиас 4 орчим хувь болтлоо буурсан байв.

2010 онд оргил цагаар гарч буй мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ эрс нэмэгдсэн нь “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөр 60 минутаар гардаг болсонтой холбоотой аж. Харин танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлэг 5.6 хувиас 18.6 хувь, зар сурталчилгаа 1.5 хувиас 2.7 хувь болтол өсчээ.

График 9. МҮОНТ -ийн хөтөлбөрийн зорилго_оргил цагаар /Эзлэх хувиар

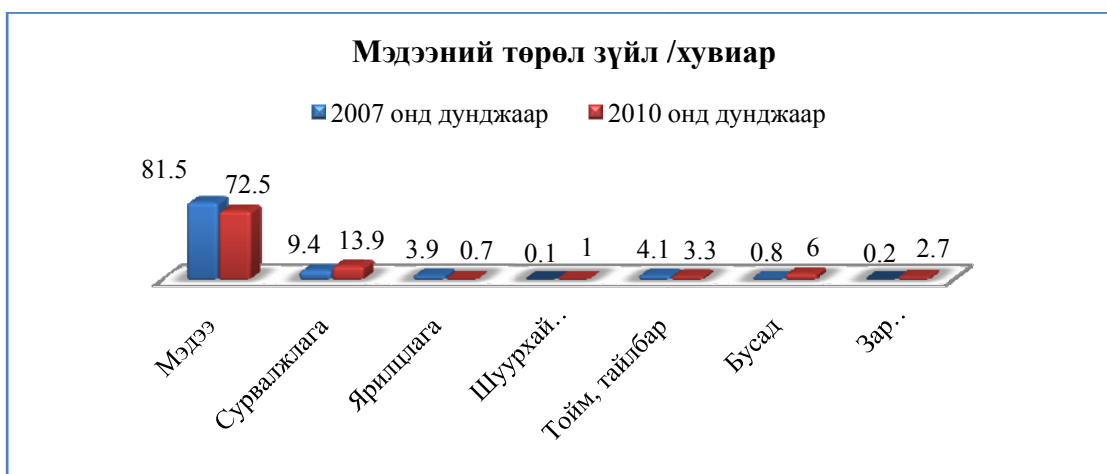


Мэдээний төрөл зүйл

МҮОНТ-ийн хөтөлбөрт багтаж буй нэвтрүүлгийн олон хэлбэрийг тандаж үзэхийн зэрэгцээ мэдээллийн хөтөлбөрт багтаж буй мэдээний төрөл зүйлийг шинжиллээ.

МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн нэгж мэдээ тус бүрийг сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл зүйлээр ангилан харвал дийлэнх нь буюу 72.5 хувь нь цаг үеийн, шуурхай мэдээ байв. Энэ нь 2007 онтой харьцуулбал 9 хувиар буурсан үзүүлэлт юм. Харин сурвалжлага 4.5 хувиар өсчээ. Ярилцлага, тойм тайлбар, асуудал хөндсөн баримтат нэвтрүүлэг зэрэг бусад бичлэгийн төрөл зүйлийг ашиглах нь цөөн хэвээр байна. Өөрөөр хэлбэл мэдээллийн хөтөлбөрөөр цаг үеийн үйл явдлыг мэдээлэх зорилго бүхий нэгж мэдээнд үндсэн анхаарлаа хандуулж байгаа бөгөөд асуудлыг задлан шинжилсэн, эрэн сурвалжилсан, шийдлийг эрэлхийлсэн дүн шинжлэлт бүтээл дутагдалтай байна.

График 2. Мэдээний төрөл зүйл_оноор



2.2 ХАНДАЖ БУЙ БҮЛГИЙН ОЛОН УРГАЛЬЧ БАЙДАЛ

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

8.2. Олон нийтийн радио, телевиз хөтөлбөрөө бэлтгэж түгээхдээ дараах бодлого баримтална.
8.2.7. Үндэстний цөөнх, эмэгтэйчүүд, хүүхдүүд, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд зэрэг нийгмийн бүлэг, давхаргын болон олон нийтийн эрэлт хэрэгцээг тэнцвэртэй хангахыг эрмэлзэх

Шалгуур: ОНРТ-ийн хуулиар иргэдийн хэрэгцээ шаардлагыг нас, хүйс, нийгмийн гарал үүслээс үл хамааран ижил тэгш хангах үүрэгтэй. Энэ үүргээ биелүүлэхийн тулд ОНРТ нэвтрүүлгийн олон хэлбэрийг ашиглаж, өргөн хүрээний сэдвийг хамрахаас гадна нийгмийн тодорхой хэсэг бүлэгт онцгойлон хандаж, тэдэнд тусгайлан зориулсан нэвтрүүлгийг бэлтгэж цацах нь чухал байдаг. Ийнхүү тусгайлан хандвал зохих бүлэгт хүүхэд залуучууд, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд, үндэстний цөөнх, оршин сууж буй газрын байршлаараа бусдаас ялгарах бүлэг зэрэг багтаж болно.

Товч дүгнэлт: Мониторингийн дүнгээс харахад, 2007 оны адил МҮОНТ эфирийн цагийн дийлэнх хувийг нийт үзэгчдэд зориулж байна. Нийгмийн цөөнх, ажил мэргэжлийн болон газар зүйн бүлэгт хандсан нэвтрүүлэг харьцангуй тогтмол нэвтэрч байгаа хэдий ч түүн дотроо тухайлсан бүлэгт, жишээ нь өсвөр насныханд хандсан нэвтрүүлэг огт гарсангүй. Сайшаалтай нь сонсголын бэрхшээлтэй иргэдэд зориулан мэдээллийн хөтөлбөрийг дохионы хэлтэйгээр тогтмол нэвтрүүлж байгаа явдал бөгөөд мөн уран сайхны кинонд насны бүлэгт харгалзуулсан таних тэмдэглэгээг ашиглан хүүхдийг эрсдэлтэй мэдээллээс хамгаалж буй сайн туршилага юм.

Эдгээрийг дэлгэрүүлвэл:

2010 онд МҮОНТ-ийн эфирийн цагийн 80 орчим хувийг нийт үзэгчдэд зориулсан нэвтрүүлэг эзэлж байв.

Хүснэгт 9. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилтот бүлгээр

Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
1. НИЙТ ҮЗЭГЧДЭД ЗОРИУЛСАН	80.7	78.6	74.5	82.7
Нийт үзэгч	80.7	78.6	74.5	82.7
2. НАСНЫ БҮЛЭГ	17.1	17.7	22.2	13.2
11 хүртэлх насны хүүхдүүдэд зориулсан	2.6	1.7	1.9	1.4
12-15 насны хүүхдүүдэд зориулсан	1.4	0	0	0
16-18 насны хүүхдүүдэд зориулсан	1	0	0	0
Бүх насны хүүхдүүдэд зориулсан	0	3	3.8	2.1
Холимог насны бүлэгт зориулсан	3.5	4.6	5	4.2
Залуучууд, насанд хүрэгсдэд зориулсан	8.6	8.4	11.4	5.5
3. НИЙГМИЙН ЦӨӨНХӨД ЗОРИУЛСАН	0.8	0.6	0.3	0.8
Үндэстэн, ястан	0.2	0.2	0.2	0.2

Шашны бүлэг	0.2	0	0	0
Хэлний бүлэг	0.4	0.4	0.1	0.6
4. АЖИЛ МЭРГЭЖЛИЙН БҮЛЭГТ ЗОРИУЛСАН	0.3	1.7	2.1	1.4
Малчид, тариаланчдад	0.3	0.9	1.5	0.3
Мэргэжлийн бусад бүлэгт	0	0.8	0.6	1.1
5. ТУСГАЙ БҮЛЭГТ ЗОРИУЛСАН	0.3	0	0	0
Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд	0.3	0	0	0
6. ЖЕНДЕР	0	0.2	0.5	0
Эрэгтэй / Эмэгтэй	0	0.2	0.5	0
7. ГАЗАР ЗҮЙН БҮЛЭГ	0.1	1.2	0.4	1.9
Орон нутгийн иргэдэд зориулсан	0.1	0.9	0.2	1.6
Гадаадын иргэдэд зориулсан	0	0.2	0.2	0.3
8. БУСАД	0.9	0	0	0
Бусад	0.9	0	0	0
<i>Нийт</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Олон нийтийн телевизийн хувьд тусгайлан хандах нэг чухал зорилтот бүлэг бол хүүхэд залуучууд байдаг. 2007 оны мониторингоор МҮОНТ эфирийн цагийнхаа 17 орчим хувийг хүүхэд, залуучуудад зориулж байсан нь өдгөө ч өөрчлөгдөөгүй байна. Энэ нь ОНТ-ийн хувьд хангалттай үзүүлэлт болохыг өмнө дурдаж байсан.

Гагцхүү “хүүхэд залуучууд” хэмээх бүлэгт багтах үзэгчдийн насны ялгааг харгалзсан нэвтрүүлгүүд, жишээ нь өсвөр насныханд хандсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ тогтвортой бус байсан бол энэ удаад огт гарсангүй. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгийн дийлэнх нь 11 хүртэлх насныханд хандсан “Өглөөний одод”, “Маамуу нааш ир”, “Мазаахай” болон бүх насны хүүхдүүдэд зориулсан “Би Улаанбаатар хотын иргэн”, “Ногоон орчин-Бидний ирээдүй” нэвтрүүлгүүд байна.

Үндэстний цөөнхөд зориулан гаргадаг “ТВ-Толхын” нэвтрүүлэг эфирийн цагийн 0.2 хувийг эзэлж, мониторингийн хугацаанд харьцангуй тогтвортой цацагдсаныг сайшаан тэмдэглэж байна.

Үзэгчдийн хэсэг бүлэгт хандсан бусад нэвтрүүлгүүдийн хувьд залуучуудад зориулсан “Өнөөгийн залуус”, малчид, тариаланчдад зориулсан “Эргэх дөрвөн цаг”, “Эрүүл хүнсийг эх орны хөрснөөс”, орон нутгийн иргэдэд хандсан “Тогтвортой амжиргаа”, “Хөдөөгийн сургууль”, “Нүүдлийн цэцэрлэг ирж явна” зэрэг нэвтрүүлгийг дурьдаж болно. Мөн тусгай хэлний бүлэгт “ММ-Today”, ажил мэргэжлийн бүлэгт “Менежмент ба тоглоом” зэрэг нэвтрүүлгийг зориулжээ. “Эргэх дөрвөн цаг”, “ММ-Today” нь 2007 оны мониторингийн үеэр гарч байсан, бусад нэвтрүүлгүүдээ бодвол харьцангуй тогтмол давтамжтай нэвтрүүлгүүд юм.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

9.6. Олон нийтийн радио, телевизийн мэдээллийн болон сонгуулийн сурталчилгааны нэвтрүүлэг нь дохионы хэлний орчуулгатай гарах ба урсгал мэдээлэл явуулах, бичгэн мэдээллийг хараагүй иргэнд зориулан нэвтрүүлж байна.

Хэдийгээр хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд тусгайлан зориулсан нэвтрүүлэг гарахгүй байгаа ч улс орны шинжтэй мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд”-ийг дохионы хэлтэйгээр тогтмол нэвтрүүлж байгаа нь МҮОНТ-ийн бусад арилжааны телевизүүдээс ялгарах гол онцлог болж байна.

Нэвтрүүлгийн хэлбэрийн хувьд нийт үзэгчдэд хандсан нэвтрүүлгүүд нь мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр, баримтат нэвтрүүлэг зэрэг мэдээллийн болон холимог хэлбэрээр, хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг уралдаант цэнгээнт шоу, зохиомж, үлгэр, кино хэлбэрээр гарчээ.

Мөн мониторингийн туршид ажил мэргэжлийн болон нийгмийн цөөнх, бусад бүлэгт зориулсан нэвтрүүлэг нь ихэвчлэн мэдээллийн хэлбэрээр зорилтот бүлэгт хүрчээ.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

9.5. Хуулиар хориглоогүй боловч хүүхэд, залуучуудын бие махбодь, оюун санаа, зан суртахуунд сөргөөр нөлөөлж болохуйц агуулга бүхий нэвтрүүлэг, баримтат болон уран сайхны киноны дамжуулах цагийг зохицуулах, эсхүл техникийн бусад арга хэмжээг ашиглах замаар хязгаарлалт тогтоож болно.

Залуучууд, насанд хүрэгсдэд зориулсан нэвтрүүлгийг 22:00 цагаас хойш илүүтэй нэвтрүүлж байна. Мөн ОНТ-ийн цацаж буй уран сайхны кинонд насны бүлэгт харгалзуулсан таних тэмдэглэгээ ашиглаж байна.

2.3 АГУУЛГЫН ӨРГӨН ХҮРЭЭ

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

8.1 Олон нийтийн радио, телевиз улс төр, эдийн засаг, шинжлэх ухаан, боловсрол, соёл, урлаг, спорт зэрэг нийгмийн амьдралын олон талыг хамарсан хөтөлбөрийг техникийн болон мэргэжлийн өндөр түвшинд бэлтгэж нийтийн хүртээл болгоно.

Шалгуур: МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн агуулгын хүрээг тодорхойлохын тулд:

- Нэвтрүүлгийн хөтөлбөрийн бүтэц
- Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр
- Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгүүд тус бүрийн агуулгыг судаллаа.

Товч дүгнэлт: МҮОНТ нэвтрүүлгийн агуулгын хувьд өргөн цар хүрээг хамарч чадаж байгаа нь 2007 оны болон 2010 оны мониторингоор тогтоогдлоо. Хөтөлбөрийн бүтэц, мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр болон, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгыг задлан шинжилж үзэхэд

ерөнхийдөө нийгэм, эдийн засаг, улс төр, олон улсын үйл явдлын талаарх мэдээлэл давамгайлж байна. Харин Монголын нийгмийн тулгамдсан асуудал болох авилгал, хээл хахууль, ядуурал зэрэг зөрчил, бэрхшээлтэй асуудлыг хөндсөн мэдээлэл, нийгмийн эмзэг бүлэгт хандаж, асуудал хөндсөн, төр засгийн бодлого шийдвэрт нөлөөлөхөөр бие даасан нэвтрүүлэг, хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдвийг харьцангуй бага хөндсөн байв.

Хүснэгт 10. Мэдээ, нэвтрүүлгээр голлон хөндсөн сэдэв

Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр	Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлэг
<u>2007 онд</u>	<u>2007 онд</u>
- Эдийн засаг	-Эдийн засаг
- Улс төр	- Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага
- Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	- Нийгмийн асуудал
<u>2010 онд</u>	<u>2010 онд</u>
- Эдийн засаг	-Нийгмийн асуудал
- Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	- Эдийн засаг
- Чөлөөт цаг, амьдралын хэв маяг	- Хүрээлэн буй орчин

Хөтөлбөрийн бүтэц

МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн бүтцийн мэдээллээс харахад 2007 болон 2010 онд дотоод үйл явдал, улс төр, нийгэм, эдийн засгийн асуудал хөндсөн нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ бусдаас давамгайлж байв.

Хүснэгт 11. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_агуулгаар

Нэвтрүүлгийн агуулга	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
1. УРАН САЙХНЫ БУС, МЭДЭЭЛЛИЙН	39.7	43.1	45.1	41.2
Мэдээ ба дотоод үйл явдал	18.2	15.7	14.8	16.5
Хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдэв	1.3	0.3	0	0.5
Улс төр, нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлэг	6	8.2	10.2	6.2
Шашин гүн ухааны	0	0.6	0	1.3
Боловсрол	3.7	4	5.6	2.5
Урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл	1.1	4.8	5.4	4.2
Түүх, хүмүүнлэгийн	2.2	3.6	5	2.2

Шинжлэх ухаан, технологи	1.8	1.2	1.5	0.9
Анагаах ухаан, эрүүл мэндийн	0.9	0.7	0.7	0.8
Байгаль, хүрээлэн буй орчны	2.4	2.5	1	3.9
Үйл явдал тохиолдол /ойн баяр, яармаг, худалдаа гм/	0.1	0.6	0.6	0.6
Дэд бүтэц, харилцаа холбоо	0	0.2	0.1	0.2
Хүний сонирхол /хов, цуурхал, шар мэдээ/	0.7	0.3	0	0.7
Бусад мэдээллийн агуулгатай	1.4	0.4	0.2	0.6
2. ЧӨЛӨӨТ ЦАГ, СОНИРХОЛ, АМЬДРАЛЫН ХЭВ МАЯГ	3.4	3.3	5.3	1.2
Нийт үзэгчдэд хандсан зөвлөгөө	0.1	0.1	0	0.1
Компьютер технологи	0	0	0	0
Хоол, хүнс	0	0	0	0
Гэр ахуй, цэцэрлэг	0	0	0	0
Сонирхол	0	0	0	0
Машин, техник	0.1	0	0	0
Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл	0.4	0.6	0.9	0.3
Аялал жуулчлал	0.7	1.2	2.4	0
Бусад чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг	1	1.4	2	0.8
3. СПОРТЫН БҮХ ТӨРӨЛ	4.1	6.8	2.6	11
Үндэсний спорт	0.8	0.6	0.4	0.7
Олон улсын спорт	2.3	6.1	2.2	10.1
Бусад спортын	0.6	0.1	0	0.2
4. УРАН САЙХНЫ	25.1	23.4	19.6	27.2
Кино	24.5	21.6	19.6	23.7
Жужиг	0.7	1.8	0	3.5
5. АМРАЛТ, ЦЭНГЭЭН	5.4	4.5	4.1	4.9
Асуулт хариулт, тааварт болон маргаант тэмцээн	1.2	1.4	1.3	1.5
Танилцах	0	0	0	0
Реалити шоу	3	1.7	0	3.4
Яриа хөөрөө	0.2	0	0	0
Хошин шог	0	0	0	0
Тоглоомын	0.6	1.3	2.7	0
Бусад амралт, наргиан, цэнгээний	0.3	0	0.1	0
6. ХӨГЖМИЙН	7.9	4.6	6.1	3.2
Үндэсний хөгжмийн	0.8	0.8	0.6	1
Нийтийн хөгжмийн	3.2	1.8	2.8	0.7
Сонгодог хөгжим	0.6	0.2	0	0.3
Хөгжмийн бусад	3.2	1.9	2.7	1.2
7. БУСАД ХОЛИМОГ	14.5	14.3	17.2	11.3
Бусад мэдээлэл	14.5	14.3	17.2	11.3

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

- 8.2. Олон нийтийн радио, телевиз хөтөлбөрөө бэлтгэж түгээхдээ дараахь бодлого баримтална.
- 8.2.3. Үндэсний соёл, урлаг, түүх, ёс заншил, уламжлалыг хүндэтгэх, үндэсний эв нэгдлийг эрхэмлэн дээдлэх, хүрээлэн байгаа орчноо хамгаалахыг дэмжих
- 8.2.6. Хувь хүний болон нийгмийн хөгжлийг дэмжих, ялангуяа хүүхэд, залуучуудын оюуны болон бие бялдрын хөгжилд онцгой анхаарах

Гурван жилийн өмнөх байдалтай харьцуулахад МҮОНТ түүх хүмүүнлэгийн, урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл, аялал жуулчлалын талаарх мэдээллийнхээ хувь хэмжээг нэмсэн байна. 2010 оны 9 дүгээр сард “Ногоон орчин-Бидний ирээдүй” нэвтрүүлгийг гаргасан, “Аврал эрсэн эх дэлхий” телевизийн бүтээлийн уралдааныг зарласантай холбоотой байгаль хүрээлэн буй орчны сэдэвт мэдээллийн хөтөлбөрийн бүтцэд эзлэх хувь хэмжээ 2010 оны 04-р сараас 2.9 хувиар нэмэгджээ.

Мөн дэлхийн аварга шалгаруулах жүдо, чөлөөт бөхийн тэмцээн энэ оны 9 дүгээр сард тохиосонтой холбоотой олон улсын спортын мэдээллийн хэмжээ өндөр гарчээ. Боловсрол, эрүүл мэнд, нийт үзэгчдэд хандсан зөвлөгөө, хувь хүний амьдралын хэв маяг, бусад төрлийн спортыг хамарсан мэдээллийн хэмжээ 2007 оныхтой төстэй байна. Харин хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой, шинжлэх ухаан технологи, чөлөөт цаг, амьдралын хэв маягийг хөндсөн, амралт, наргиан, цэнгээн, хөгжмийн зэрэг сэдэвт мэдээллүүд гурван жилийн өмнөхөөс буурчээ.

Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр

Мэдээллийн хөтөлбөрт багтсан нэгж мэдээ бүрийг давтамж болон үргэлжилсэн хугацаагаар нь харьцуулж үзвэл дийлэнх нь эдийн засаг, хүрээлэн буй орчин, олон улсын үйл явдлыг хамарсан мэдээлэл байна. Харин хүрээлэн буй орчин, эдийн засаг, чөлөөт цаг, амьдралын хэв маягийг харуулсан сэдэв нь хамгийн олон давталттай байлаа. 2007 онтой харьцуулбал улс төр, гэмт хэрэг, шударга ёсны асуудлыг хөндсөн сэдэвтэй мэдээлэл эрс буурчээ.

Хүснэгт 12. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээний хөтөлбөр, түүний сэдэв, хөндсөн асуудлууд давтамж, цагаар

№	Мэдээний сэдэв	Мэдээний эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		Нийт мэдээний тоонд эзлэх хувь	
		2007	2010	2007	2010
1	Хүрээлэн буй орчин	5.2	5.9	3.8	4.4
2	Улс төр	20.2	7.8	14.6	8.5
3	Эдийн засаг	14.1	15.4	9.0	22.1
4	Боловсрол	5.2	3.1	4.0	3.8
5	Эрүүл мэнд	4.5	2.5	3.5	2.9
6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	4.2	2.7	5.1	3.7
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	15.5	22.8	31.4	11.7
8	Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спорт	3.2	14.1	3.1	15.2
9	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн	5.2	4.4	4.1	4.7
10	Хүний сонирхол	0.4	0.4	0.5	0.2
11	Шинжлэх ухаан, технологи	1.7	0.9	1.5	0.8
12	Нийгмийн асуудал	9.8	7.6	6.8	9.9
13	Зар сурталчилгаа	0.4	2.6	0.6	0.9
14	Бусад	10.4	9.8	13.3	9.9
Нийт		100	100	100	100

Эдийн засгийн сэдвийн хүрээнд оны туршид уул уурхай, төсөв мөнгөний бодлого, эрчим хүчний асуудлыг илүүтэйгээр хөндсөнөөс гадна 2010 оны 9-р сард улирлын шинжтэй мэдээлэл,

тухайлбал өвөлжилтийн бэлтгэл, малчид хадлангаа базааж буй тухай, малаас гарч буй түүхий эдээр гарын доорх материал хийж буй тухай, мөн тариаланчид ургацаа хурааж буй тухай мэдээллийг түлхүү хөнджээ.

Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлагад Шанхай хотноо болж буй экспо, НҮБ-ын чуулга уулзалт болж, олон орны төрийн тэргүүнүүд цугласан тухай гэх зэрэг мэдээллүүдийг агуулжээ.

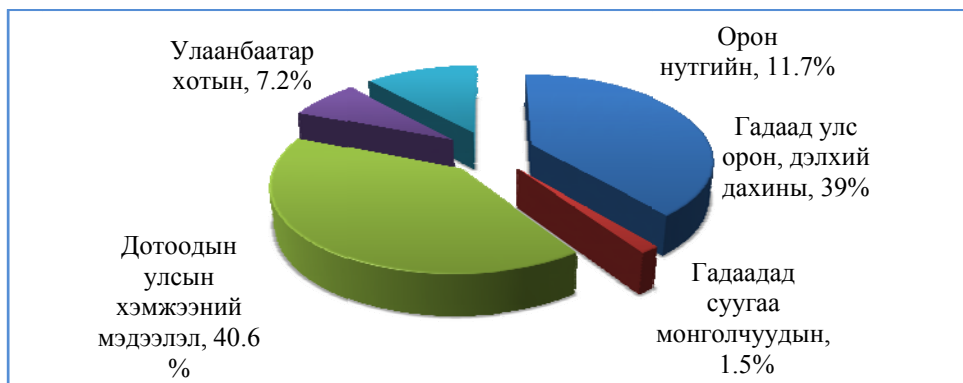
Бусад хэмээх ангилалд цаг агаарын мэдээг хамруулсантай холбоотой мэдээллийн давтамж хэмжээ өндөр гарсан.

Энэ удаагийн судалгааны хүрээнд нийгмийн эмзэг бүлгийн тухай мэдээлэлд нарийвчилсан шинжилгээ хийхээр төлөвлөсөн боловч мониторингийн хугацаанд шинжилгээ хийх хангалттай тооны мэдээлэл бүрдсэнгүй. Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн талаарх цөөн мэдээлэл нь гол төлөв цаг үеийн үйл явдлын шинжтэй, тухайлбал, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн холбоо ерөнхийлөгчөө сонгосон, Вербист хүүхдийн төвд Германы ЭСЯ-наас тусламж үзүүлсэн, хүүхдийн хөдөлмөр эрхлэлтийн талаар болсон уулзалт тухай мэдээлэл байв. Харин эмзэг бүлгийн /хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд, өрх толгойлсон эмэгтэчүүд, амжиргааны түвшнээс доогуур орлоготой иргэд гэх мэтийн/ талаар асуудал хөндсөн, шинжлэн дүгнэсэн, бодлого шийдвэрт нөлөөлөх зорилго бүхий мэдээлэл үндсэндээ гарсангүй.

Түүнчлэн авилгал, хээл хахууль, ядуурал зэрэг монголын нийгмийн тулгамдсан асуудлын талаарх мэдээлэл бага байв.

Газар зүйн хамрах хүрээний хувьд мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтэрч буй мэдээний дийлэнх нь улсын хэмжээний (40.6 хувь) мэдээлэл байсан бол мөн тэр хэмжээнд гадаад улс орон, дэлхий дахины мэдээллийг цацаж байв (39 хувь). Хөдөө орон нутгийн аж амьдрал, ахуйн асуудлыг хөндсөн мэдээлэл 2007 оны байдлаар мэдээллийн нэг хөтөлбөрт орсон нийт мэдээний 5 орчим хувийг эзэлж байсан бол 2010 онд 12 орчим хувь болж нэмэгджээ. Эдгээр нь өвөлжилт хүндэрснээр малчид малаа алдаж, малын сэг зэмээ устгаагүйгээс өвчин үүсч магадгүй тухай, малчид ядуурч байгаа, өргөн хэрэглээний барааны үнэ өсч малчид 1.5 сая төгрөг авахыг хүсч байгаа тухай мэдээлэл гарч байсан бол 9-р сард малын шүлхий өвчин гарсан, хадлан тэжээлээ бэлтгэж буй тухай зэрэг мэдээлэл байв. Үүнээс гадна малчид малынхаа ашиг шимийг хүртэж, түүхий эдээр нь гар урлалын зүйлс хийж байгаа тухай мэдээлэл ч байна. Мөн хөдөө сумдын сургууль, дотуур байранд засвар хийсэн, орчноо тохижуулж мод тарьж байгаа цаашлаад авто зам тавьсан, цахилгаантай болсон зэрэг мэдээлэл түгээмэл байна.

График 10. Мэдээний газар зүйн байршил_Эзлэх хувиар



Гадаад улс орон, дэлхий дахины мэдээллийг 2010 онд нэлээд өндөр давтамжтай цацаж байсан нь 2007 онтой ижил байна.

Хэмжээний хувьд 2007 оны мониторингоор улсын хэмжээний дотоод мэдээлэлд улс төрийн сэдэвт мэдээлэл зонхилж байсан бол 2010 онд эдийн засгийн сэдэвт мэдээлэл дийлэнх хувийг эзэлж байв.

МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрт багтах нэгж мэдээ ойролцоогоор 125 секунд үргэлжилж буй нь олон улсын дундаж жишгээс 2-3 дахин урт байгаа юм. Өөрөөр хэлбэл задлан шинжлэл бүхий дэлгэрэнгүй мэдээлэлд төдийлөн анхаарал хандуулахгүй хэдий ч товч мэдээнд ийн урт хугацаа зарцуулж буй нь мэдээллийн хөтөлбөрийн чанар, мэдээллийн багтаамжийн талаарх сайнгүй үзүүлэлт мөн.

Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлэг

Дунджаар 12 – 60 минут үргэлжилдэг эдгээр нэвтрүүлэг эдийн засаг, нийгмийн асуудлыг илүүтэйгээр хөндсөн байна. Олон улсын үйл явдал, эрүүл мэнд, гэр бүл, шар мэдээ, хувь хүний амьдралын хэв маягийг хөндсөн нэвтрүүлэг 2007 онд нэг бус удаа гарч байсан бол 2010 оны мониторингийн үеэр ийм нэвтрүүлэг гарсангүй. Харин улс төр, хүрээлэн буй орчин, гэмт хэрэг, шударга ёсны сэдэвт нэвтрүүлэг 2007 оныхоос өссөн үзүүлэлттэй байна.

Хүснэгт 13. Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн сэдэв_үргэлжилсэн хугацаагаар

Д/д	Агуулга	Эфирийн цаг (Хувь)	
		2007	2010
1	Хүрээлэн буй орчин	3.2	10.7
2	Улс төр	1.9	9.4
3	Эдийн засаг	27.4	35.0
4	Боловсрол	1.4	3.5
5	Эрүүл мэнд	17.3	0
6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	2.2	8.1
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	20.0	0
8	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн	0	0.8
9	Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл	7.8	0

10	Хүний сонирхол, шар мэдээ	1.8	0
11	Шинжлэх ухаан, технологи	0	0.6
12	Нийгмийн асуудал	16.9	31.9
	Нийт	100,0	100,0

Эдийн засагтай холбоотой асуудлыг төсөв мөнгөний хуримтлал, зарцуулалт, ургац хураалтын талаарх урьдчилсан мэдээ, ургацаа хадгалах газар, нөөц сав байдаг эсэх, бизнесийн орчны шинэтгэлийн жилийн үйл явц, уул уурхайн хөрөнгө оруулагчдын чуулга уулзалт, эдийн засгийн хөгжилд хөрөнгийн биржийн үүрэг оролцоо зэрэг сэдвийн хүрээнд хөндсөн байв.

Харин нийгмийн асуудлаар бэлтгэсэн нэвтрүүлгүүд хөндсөн сэдэв нь нийгмийн халамж, нийтийн тээвэр, ба осол аваар, хөдөө орон нутагт Хятадууд ихээр суурьшиж байгаа тухай, мөн нийслэлийн зам засварын ажил, газрын асуудал, хог, орчны бохирдлын тухай зэрэг асуудлыг хөндсөн байлаа.

ОНРТ-ийн тухай хуулиас...

17.1. Олон нийтийн радио, телевизийн санхүүжилт дараах эх үүсвэрээс бүрдэнэ:

17.1.1. радио, телевизийн нэвтрүүлгийн үйлчилгээний хөлс;

17.1.2. зар сурталчилгаанаас олсон орлого;

17.1.3. тоног төхөөрөмж, бусад эд хөрөнгөө түрээслүүлсэний орлого;

17.1.4. Монгол Улсын болон гадаадын иргэн, хуулийн этгээд, харъяалалгүй хүнээс өгсөн хандив, тусламж;

17.1.5. улсын төсвийн дэмжлэг;

17.1.6. хууль тогтоомжид заасан бусад эх үүсвэр.

ОНТ олон нийтээс санхүүжиж, олон нийтийн өмнө хариуцлага хүлээхийн тулд юун түрүүнд иргэд өөрсдөө Олон нийтийн телевизийн тухай, хураамж төлөх үүрэг болон хураамж төлснийхөө төлөө олон нийтийн телевизээс юу хүлээх, юу шаардах эрхтэйгээ сайн мэддэг байх учиртай.

2007 онд хэрэгжүүлсэн мониторингийн нэг бүрэлдэхүүн хэсэг нь Улаанбаатар хот, 6 аймгийн 1200 хүнийг хамруулсан олон нийтийн санал асуулгын судалгаа байлаа. Энэ удаагийн мониторингоор олон нийтийн санал асуулгын судалгаа хийж, олон нийтийн хандлага, нөхцөл байдлын өөрчлөлтийг тандах боломж хараахандаа гараагүй байна. Иймээс гурван жилийн өмнө явуулсан судалгааны дүнд тулгуурлан зарим анхаарал татсан зүйлийг дор тэмдэглэв.

Уг судалгаагаар ОНТ-ийн тухай болон хураамжийн тухай иргэдийн мэдлэг ойлголт дараах түвшинд байгаа нь тогтоогджээ.

- Хүн амын 3 хувь нь ОНРТ-ийн тухай хуулийг олж үзсэн
- Иргэдийн тал хувь нь ОНРТ-ийн тухай хууль гарсаныг огт мэдээгүй
- ОНТ-ийн мөн чанарын тухай хүн амын 15 хувь нь л ямар нэг төсөөлөлтэй
- ОНРТ-ээс олон нийтэд зориулж гаргасан тайланг нийт иргэдийн 2 хувь нь олж үзсэн
- Иргэдийн тал хувь нь ОНТ-ийн хураамжаа “төлж байгаа” хэмээн хариулсан
- “Цахилгаан тасалддаг тул хураамж төлдөггүй, төлөх ч шаардлагагүй” хэмээн олон иргэн үзэж байсан
- Хураамжийн хэмжээ, хэзээ хэрхэн төлдөгөө мэдэхгүй хүн цөөнгүй байв.

Өөрөөр хэлбэл ОНТ-ийн үндсэн шинж чанар болох “иргэдээс санхүүжих, иргэдийн хяналтан дор ажиллах” нөхцөл биелэх үндэс суурь нь бүрэн бүрэлдээгүй байгааг уг судалгааны дүгнэлтэд дурьдаж цаашид анхаарч хийх зарим зүйлийг санал болгосон билээ.

ОНТ-ийн мөн чанар, үүрэг хариуцлагын талаар иргэд нэлээн сайн ойлголттой болсон цагт л олон нийтийн хяналт, санхүүгийн дэмжлэг бүрэн утгаараа бий болно. Тиймээс иргэдэд ОНТ болон хураамжийн учир шалтгааны талаар нэгдмэл ойлголт өгөх дорвитой ажил зохион байгуулах хэрэгтэйг зөвлөж байсан.

ОНТ-д өөрийн онцлог, давуу тал, үнэт зүйлсийн талаар олон нийтэд хандсан мэдээлэл сурталчилгаа, нэвтрүүлэг явуулж, олон нийтийн дэмжлэгийг дээшлүүлэх нь ОНТ мөн чанараа хэрэгжүүлэхэд нь тустай. Энэ удаагийн мониторингийн 28 өдрийн нэвтрүүлэгт “ОНРТ-ийн хураамжийн тухай, тус хураамжийг цахилгааны үнэд оруулж тооцох болсон тухай” сурталчилгаа нэг удаа явжээ. Мөн “Олон нийтийн цаг” нэвтрүүлгээр хөтөлбөрөө хэрхэн сайжруулах талаар иргэдийн санал хүсэлтийг сонсож байсан хэдий ч эдгээр нь тогтмол биш, тохиолдлын чанартай байна. Иймд өөрийн онцлогийг таниулж сурталчилсан, иргэдэд ОНТ-тэй байхын ач холбогдлыг ойлгуулсан, ОНРТ-ийн тухай хуулийг сурталчилсан мэдээлэл сурталчилгааг тогтмол, системтэй, цэгцтэй өгч байхыг дахин сануулж байна.

МҮОНТ-ийн өөрийн мэдээлэл сурталчилгаанаас гадна байгууллагын вэб сайт, нээлттэй утас зэргийг тогтмол ажиллуулж, олон нийтийг хамарсан сурталчилгааны кампанит ажлыг тогтмол зохион байгуулж байх шаардлагатай.

Түүнчлэн хөндлөнгийн хараат бус, мэргэжлийн судалгааны байгууллагаар ОНРТ-ийн хуулийн талаарх мэдлэг ойлголт, олон нийтийн хяналт, ОНТ-ийн мөн чанар, үйл ажиллагааны талаарх мэдлэг хандлагыг тогтмол давтамжтай судалж, өнгөрсөн жилүүдтэй харьцуулан цаашид анхаарах зүйлээ тодруулан хэрэгжүүлж байхад ихээхэн тус дөхөмтэй юм.

МОНИТОРИНГИЙН ДҮГНЭЛТ

Эерэг өөрчлөлт, үр дагаварууд

- 2007 оны мониторингийн дүнтэй харьцуулахад цаг үеийн мэдээллийн хөтөлбөрийн сэтгүүлзүйн мэргэжлийн түвшин бага зэрэг дээшилсэн байна: эх сурвалжаа нэрлэх байдал өмнөхөөс нэмэгдсэнээс гадна баримт, үзэл бодлыг зааглан ялгаж, мэдээнд сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодол оруулахаас зайлсхийж байгаа нь тодорхой байна.
- МҮОНТ-ийн эфирээр цацагдаж буй өөрийн нэвтрүүлгийн хувийн жин хоёр дахин нэмэгджээ. Энэ нь МҮОНТ бие даасан гэрээт студийн бүтцийг өөрчилж, нэвтрүүлгийн албанд шууд харъяалагдах редакцийн зохион байгуулалтанд орсонтой холбоотой. Ингэснээр бие даасан студиудээс худалдан авдаг нэвтрүүлгийн тоо буурч, нэвтрүүлэгт тавих редакцийн хяналт дээшилсэн хэмээн үзэж болно.
- МҮОНТ-ийн хувьд үзэгчдийн оргил цагт цэнгээн зугаацуулах зорилго бүхий нэвтрүүлэг давамгайлж, нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг буурах хандлага 2007 оны мониторингоор ажиглагдаж байсныг анхааруулж байсан. 2010 онд оргил цагаар буюу 20:00-22:00 цагийн хооронд цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлэг цацах нь эрс буурч, мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлэг илтээр давамгайлах болсон зэрэг өөрчлөлтийг тэмдэглэж байна.
- Хүүхэд залуучууд, үндэстний цөөнх, Монгол дахь гадаад иргэд, хөдөөгийн иргэд гэх зэргээр нийгмийн хэсэг бүлгийн хэрэгцээ шаардлагыг тусгайлан хангах зорилго бүхий нэвтрүүлгийг илүү тогтмол явуулж байна. Үүнээс гадна цаг үеийн мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд”-ийг дохионы хэлээр нэвтрүүлж байгаа нь МҮОНТ-ийн бусад арилжааны телевизүүдээс ялгарах гол онцлог, давуу тал нь болж байна.
- МҮОНТ-ийн нэвтрүүлэг агуулгын өргөн цар хүрээг хамарч чадаж байгаа бөгөөд ерөнхийдөө нийгэм, эдийн засаг, улс төр, олон улсын үйл явдлыг хамарсан мэдээ, нэвтрүүлэгт түлхүү анхаарал хандуулж байна.

Сөрөг үзүүлэлтүүд

- МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрт багтах нэгж мэдээ ойролцоогоор 125 секунд үргэлжилж буй нь олон улсын дундаж жишгээс 2-3 дахин урт байгаа юм. Өөрөөр хэлбэл

задлан шинжлэл бүхий дэлгэрэнгүй мэдээлэлд төдийлөн анхаарал хандуулахгүй хэдий ч товч мэдээнд ийн урт хугацаа зарцуулж буй нь мэдээллийн хөтөлбөрийн чанар, мэдээллийн багтаамжийн талаарх сайнгүй үзүүлэлт мөн

- Ойролцоогоор хоёр мэдээний нэгийг дан ганц эх сурвалжийн мэдээлэлд тулгуурлаж бэлтгэсэн байгаагийн зэрэгцээ албаны эх сурвалж, юун түрүүнд засгийн газар, төрийн албан тушаалтны мэдээллээр мэдээ бэлтгэх явдал түгээмэл байна.
- Мэдээлэх зорилго бүхий хоёр нэвтрүүлэг тутмын нэгний гарал үүсэл нь тодорхой бус байгаа тул өөрийн редакцийн нэвтрүүлгийг ивээн тэтгэлэгт болон захиалгат нэвтрүүлгээс ялгаж салгах боломж хязгаарлагдмал байна.
- МҮОНТ-ээр нэвтэрч буй зар сурталчилгааны хэмжээ эфирийн цагийн 2 хувиас хэтрээгүй байгаа боловч мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур арилжааны болон далд сурталчилгаа нэвтрүүлж, мэдээллийн хөтөлбөрийг ивээн тэтгүүлж байгаа нь ОНРТ-ийн тухай болон Зар сурталчилгааны тухай хуулийг төдийгүй сэтгүүлзүйн мэргэжлийн зарчмыг зөрчиж байна.
- Мэдээлэх, танин мэдүүлэх нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ /45 хувиас 40 болж/багасч зугаацуулан цэнгээх нэвтрүүлгийн хэмжээ нэмэгдэх арилжааны чиг хандлага сүүлийн гурван жилд илүү хүчтэй болсон байна.
- Хэдийгээр хүүхэд залуучуудад зориулсан нэвтрүүлэгт хангалттай цаг зарцуулж байгаа ч “хүүхэд, залуучууд”-ын бүлэгт багтах үзэгчдийн насны ялгааг харгалзахгүй байна. Жишээ нь 2007 онд өсвөр насныханд хандсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ тогтворгүй байгааг анхааруулж байсан бол 2010 онд ч энэ байдал өөрчлөгдөөгүй байна.

ЗӨВЛӨМЖ

Хууль тогтоогч, бодлого боловсруулагчдад

Олон нийтийн телевизийн нэвтрүүлгийн хараат бус байдалд нөлөөлж болох чухал хүчин зүйлсийн нэг нь эдийн засгийн хараат бус байдал байдаг.

Олон нийтийн буюу төсвийн санхүүжилт хэт давамгайлж, зах зээлийн орлогын үндсэн эх үүсвэр болох зар сурталчилгааны орлогыг хэт хязгаарласан одоогийн нөхцөл байдал нь ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хараат бус байдалд тодорхой хэмжээгээр нөлөөлж буй бөгөөд энэ нь мониторингийн дүнгээс ч харагдаж байгаа юм. Жишээлбэл мэдээллийн шинжтэй ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлэг, төлбөртэй мэдээ, далд сурталчилгаа нь орлогын нэмэлт эх үүсвэрийг эрчимтэй эрэлхийлж буйн нэг илрэл мөн.

ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн эдийн засгийн хараат бус байдлыг хангах нэг арга нь санхүүгийн **олон эшт** эх үүсвэрийн зохистой харьцааг тогтоож, хуульчлан баталгаажуулах явдал хэмээн үзэж байна. Өөөрөөр хэлбэл **олон нийтийн** болон **зах зээлийн** санхүүжилтийн эх

үүсвэрийг хослуулж, зохистой хувь хэмжээг тогтоон баталгаажуулах замаар ОНТ-ийн эдийн засгийн хараат бус байдлыг хангах эрх зүйн зохицуулалт хийхийг зөвлөж байна. Япон, Их Британи зэрэг нийгэм, эдийн засгийн хувьд өөрийн онцлог бүхий цөөн орныг эс тооцвол олон нийтийн телевизийн хүчтэй уламжлал бүхий Европын бараг бүх оронд санхүүжилтийн энэхүү хосолмол тогтолцоог ашигладаг. Арилжааны сурталчилгааны орлогыг ОНТ-д тодорхой хязгаартайгаар зөвшөөрөх нь нэг талаар ОНТ-ийн төсвийн талаарх улс төрийн шийдвэрээс хэт хараат байдлыг багасгах, нөгөө талаар зах зээлийн буюу үзэгчдийн эрэлт хэрэгцээнд тулгуурласан хөтөлбөрийн бодлого хэрэгжүүлэхэд хөшүүрэг болж өгдөг.

ОНРТ-ийн Үндэсний зөвлөлд

- ✓ МҮОНРТ-ийн Үндэсний зөвлөл ОНРТ-ийн тухай хуулийн 8.4-д заасны дагуу тус телевизийн хөтөлбөрийн бодлого хуульд нийцэж байгаа эсэхэд хяналт тавих үүрэгтэй. Энэхүү үүргээ үр дүнтэйгээр биелүүлэх үүднээс МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн мэдээллийг тогтмол хэлэлцэж, дүгнэж байхыг зөвлөж байна. Ингэхдээ МҮОНТ-ийн хөтөлбөр нь нийтдээ утга агуулга, нэвтрүүлгийн төрөл, хэлбэр болон хандах бүлгийн олон ургальч шинжийг хадгалж буй эсэхийг анхааран шинжиж байх нь чухал байна. Ялангуяа мэдээллийн болон танин мэдэхүйн шинжтэй нэвтрүүлгийн хувь хэмжээг цэнгээнт нэвтрүүлгийн хэмжээнээс багагүй байлгах, нийгмийн цөөнх, хүүхэд залуучууд, эмзэг бүлэгт хандсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ болон давтамжийг бодлогын хүрээнд тодорхойлж салбарын захирлуудад санал, зөвлөмж оруулах зэргээр Олон нийтийн телевизийн мөн чанар, арилжааны телевизээс ялгарах онцлогийг хадгалж, хөгжүүлэх бодлогыг баримтлах нь чухал байна.
- ✓ МҮОНРТ-ийн өвөрмөц үүрэг, арилжааны телевизээс ялгарах онцлогийг олон нийтэд ил тод, ойлгомжтой болгох үүднээс нэвтрүүлгийн бүтцийн мэдээллийг олон нийтэд тогтмол хүргэж, хөтөлбөрийн бодлогын олон ургальч шинжийг хадгалж хөгжүүлэхэд хэрэгжүүлсэн ажлыг танилцуулж байхыг зөвлөж байна.

МҮОНТ-ийн Менежментийн баг болон Программын хэлтэст

- ✓ Олон нийтийн телевизийн хөтөлбөрийн бодлогыг хэрэгжүүлэхдээ нэвтрүүлэг тус бүрийг зорилго, агуулга, хэлбэр, зорилтот бүлгийн хувьд тодорхойлох нэгдсэн шалгуурыг редакцийн түвшинд нэвтрүүлэхийг зөвлөж байна. Ингэхдээ МҮОНТ-ийн хөтөлбөрт уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ давамгайлах хандлагатай байгааг анхааралдаа авахын зэрэгцээ хөдөөгийн иргэдийн мэдээллийн хэрэгцээ шаардлагыг хангах, эмзэг бүлгийнхий асуудлыг хөндөх, хүүхэд, өсвөр

үеийнхэн зориулсан нэвтрүүлгийн насны ангиллыг илүү нарийвчлах зэрэг тодорхой хэмжээгээр орхигдож буй төрөл, хэлбэр, зорилтот бүлгийг харгалзахыг зөвлөж байна.

- ✓ МҮОНТ нэвтрүүлгээ хуульд заасанчлан “мэргэжлийн өндөр түвшинд” бэлтгэн нийлүүлж буй эсэхийг хянах стандарт шалгуурыг сэтгүүлч, уран бүтээлчдийн дунд сурталчлах, ялангуяа мэдээлэх болон танин мэдүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлэг бэлтгэдэг сэтгүүлч, уран бүтээлчдийг мэргэшүүлэх сургалтад тогтмол хамруулахын сацуу мэргэжлийн аттестатчиллыг тогтмол явуулах зэргээр сэтгүүлч, уран бүтээлчдийн мэргэжлийн ур чадвар, мэдлэгийг дээшлүүлэх.
- ✓ МҮОНТ-ийн эфирээр цацагдаж буй өөрийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувийн жин хоёр дахин нэмэгдсэнийг сайшаан дэмжиж, цаашид энэ чиг хандлагыг батжуулах.
- ✓ Хэдийгээр ОНРТ-ийн тухай хуулиар ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлгийн төрөл, хэмжээг хязгаарлаагүй ч олон улсын чиг хандлага, өөрийн итгэл үнэмшил, олон нийтийн телевизийн хэв шинжийг хадгалж үлдэх үүднээс ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлгийн талаар өөрийн редакцийн бодлого, журам боловсруулж, хэрэгжүүлэхийг зөвлөж байна. Энэхүү бодлого, журмаар ивээн тэтгэлгээр бэлтгэж болох, болохгүй нэвтрүүлгийн төрөл, хэлбэрийг тогтоож, ивээн тэтгэгчийн үүрэг оролцоог тодорхой болгож өгөх нь чухал. Ингэхдээ ялангуяа цаг үеийн мэдээллийн хөтөлбөр, нийгэм, улс төр, эдийн засгийн цаг үеийн асуудлаар мэдээлэл өгөх зорилго бүхий болон хүүхэд залуучуудын нэвтрүүлгийг ивээн тэтгүүлэхээс зайлсхийж, ивээн тэтгэлгийг зөвхөн урлаг, уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлгийн хүрээнд хязгаарлахыг эрхэмлэх нь ОНТ-ийн нэр хүнд, итгэл үнэмшилд онцгой чухал байна.
- ✓ Мэдээллийн хөтөлбөрийг дохионы хэлээр нэвтрүүлж буйг сайшаан тэмдэглэхийн сацуу энэхүү давуу талаа улам бататгаж, нийгэм, эдийн засгийн асуудлыг хөндсөн мэдээллийн шинжтэй тогтмол бусад нэвтрүүлгийг дохионы хэл болон титртэй болгох бодлого баримтлах.
- ✓ МҮОНТ агуулгын хувьд нийгэм, эдийн засаг, улс төр, олон улсын үйл явдал чиг хандлага зэрэг харьцангуй өргөн цар хүрээг хамарч байгаа ч Монголын нийгмийн тулгамдсан асуудлууд, тухайлбал авилгал, хээл хахууль, ядуурал зэргийг хөндөж, задлан шинжилсэн, шийдлийг эрэлхийлсэн аналитик шинжтэй бие даасан нэвтрүүлэг цөөн байгааг анхааруулж, энэ чиглэлийн нэвтрүүлгийн хувь хэмжээг нэмэхийг зөвлөж байна.

ММ агентлагийн удирдлагад

- ✓ Хоёр мэдээ тутмын нэг нь дан ганц эх сурвалжийн мэдээлэлд тулгуурласан байгааг яаралтай анхааралтай авч, эх сурвалжийн олон эшт байдлыг хангах редакцийн дүрэм, стандарт нэвтрүүлэхийг дахин зөвлөж байна.
- ✓ Олон эх сурвалж ашиглах тохиолдолд мэргэжлийн, сонирхлын, үр дагавар хүртэгсдийн түвшинг төдийлөн харгалзахгүй, нэг түвшний олон эх сурвалж ашиглах хандлага /дийлэнхдээ албаны эрх сурвалж/ давамгайлж буй нь мэдээллийг хөтөлбөрийн тэнцвэрт байдалд сөргөөр нөлөөлж байгаа учир эх сурвалжийн олон түвшинг ашиглах мэргэжлийн шалгуур стандартыг тодорхой болгож, тухайн стандартын биелэлтэд тавих дотоод хяналтын тогтолцоог бий болгохыг санал болгож байна.
- ✓ Мэдээллийн хөтөлбөрт сэтгүүлзүйн бичлэгийн олон төрөл зүйлийг төдийлөн ашиглахгүй, товч мэдээ зонхилох хувийг эзэлсэн хэвээр байгаа тул асуудал дэвшүүлсэн, задлан шинжилсэн бүтээл, сурвалжлага, ярилцлага гэх зэргийн хувь хэмжээг ихэсгэх замаар мэдээллийн хөтөлбөрийг илүү баялаг болгох боломж, шаардлага хэрэгцээ байгааг харгалзахыг зөвлөж байна.
- ✓ Нэгж мэдээний үргэлжлэх хугацаа хэт урт буюу олон улсын сонгодог жишгээс хоёр дахин илүү байгаа нь хөтөлбөрийн мэдээллийн багтаамжийг багасгаж байна.
- ✓ “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөр дундуур арилжааны болон далд сурталчилгаа явуулж, мэдээллийн хөтөлбөрийг ивээн тэтгүүлж байгаа нь хууль болон мэргэжлийн зарчмыг зөрчсөн төдийгүй олон нийтийн телевизийн нэр хүнд, итгэл үнэмшилд сөргөөр нөлөөлж буйг харгалзахыг зөвлөж байна.

ХҮСНЭГТ, ГРАФИК, ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ

- Хүснэгт 1. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, нэвтрүүлгийн тоо*
- Хүснэгт 2. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, мэдээллийн тоо*
- Хүснэгт 3. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт нэвтрүүлгийн тоо*
- Хүснэгт 4. Мэдээний давтамж, үргэлжлэх хугацаа, газар зүйн хамрах хүрээ_мэдээллийн хөтөлбөрийн байршлаар*
- Хүснэгт 5. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, төлөөлөл_хувиар*
- Хүснэгт 6. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц*
- Хүснэгт 7. МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хэлбэр: 7 хоногийн дундаж үзүүлэлт*
- Хүснэгт 8. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилгоор*
- Хүснэгт 9. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилтот бүлгээр*
- Хүснэгт 10. Мэдээ, нэвтрүүлгээр голлон хөндсөн сэдэв*
- Хүснэгт 11. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_агуулгаар*
- Хүснэгт 12. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээний хөтөлбөр, түүний сэдэв, хөндсөн асуудлууд давтамж, цагаар*
- Хүснэгт 13. Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн сэдэв_үргэлжилсэн хугацаагаар*

- График 1. Нийт ажиглалтын нэгж дэх бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны эзлэх хувь*
- График 2. Мэдээний төрөл зүйл_оноор*
- График 3. Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ_Оноор /хувиар*
- График 4. Мэдээний эх сурвалжийн тоо_хувиар*
- График 5. Эх сурвалж дүрстэй эсэх_хувиар*
- График 6. Эх сурвалжаа нэрлэсэн эсэх_хувиар*
- График 7. Зар сурталчилгаа нэвтрэх байдал_цагийн интервалаар/хувиар*
- График 8. Телевизүүдийн хөтөлбөрийн бүтэц дэх нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгийн эзлэх хувь*
- График 9. МҮОНТ -ийн хөтөлбөрийн зорилго_оргил цагаар /Эзлэх хувиар*
- График 10. Мэдээний газар зүйн байршил_Эзлэх хувиар*

ТОВЧИЛСОН ҮГ

МҮОНТ – Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз

ОНТ – Олон Нийтийн Телевиз

ОНРТ – Олон Нийтийн Радио Телевиз

МАН – Монгол ардын нам

МАХН – Монгол ардын хувьсгалт нам

АН – Ардчилсан нам

МАСЗХ – Монголын Ардчилсан Социалист Залуучуудын Холбоо

ЭСЯ – Элчин Сайдын Яам

НЭР ТОМЪЁОНЫ ТАЙЛБАР

“Сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандарт”. Сэтгүүлзүйн мэдээ, мэдээлэл бэлтгэхэд баримтлах мэргэжлийн нийтлэг зарчим (эх сурвалжийн олон эшт болон ил тод байдлыг хангах, мэдээнд үзэл бодол тусгахгүй байх гэх мэт.)

“Нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг” олон нийтэд мэдлэг, мэдээлэл өгч тэдний санаа бодлыг бүрэлдүүлж буй мэдээллийн, хүүхдийн болон танин мэдэхүйн нэвтрүүлгүүдийг Public interest programs буюу нийгэмд хэрэгтэй, нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг хэмээн үздэг.

“Зар сурталчилгаа” гэж иргэн, аж ахуйн нэгж, байгууллагаас бараа, ажил, үйлчилгээ, төсөл, үйл ажиллагаа /цаашид “бүтээгдэхүүн” гэх/-ны зах зээлийн эрэлтийг нэмэгдүүлэх, боломжит хэрэглэгчийн анхаарлыг татах, тухайн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг танил болгох, давуу талынх нь тухай итгүүлэн үнэмшүүлэх зорилгоор түгээсэн мэдээлэл /дүрс, дуу, авиа, үг/.

“Нийгмийн зар сурталчилгаа” гэдэгт иргэн, хуулийн этгээдээс нийтийн болон улсын эрх ашигт нийцсэн ашиг тустай үйлсийг дэмжин тэтгэх зорилгоор зар сурталчилгааг бүтээх, түгээх, эсхүл өөрийн хөрөнгийг энэхүү зар сурталчилгааг бүтээх, түгээхэд зориулан бусдад хариу төлбөргүйгээр шилжүүлэхтэй холбогдсон үйл ажиллагааг нийгмийн зар сурталчилгаанд хамааруулна.⁴

“Далд сурталчилгаа”. Аль нэг байгууллагын үйлчилгээ, үйл ажиллагааны талаар ижил төстэй байгууллага, үйлчилгээтэй харьцуулалгүйгээр, зөвхөн тухайн сонирхлын бүлэгт ашигтайгаар өгүүлэх, үзүүлэх замаар тухайн байгууллага, түүний үйлчилгээ, бараа бүтээгдэхүүнд зах зээлийн өрсөлдөөний давуу байдал олгохыг хэлнэ.

⁴ Зар сурталчилгааны тухай хууль, 15.1.

Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны ойлголтын тайлбар:

Бүтцийн судалгааны хэмжүүр	Кодлолт	Ойлголт, хэмжүүрийн тайлбар
ЗОРИЛГО	1.	Хөтөлбөрийн анхдагч, илэрхий зорилго
Мэдээллэх	1.1	Ийм төрлийн нэвтрүүлэг нь болж буй үйл явдал, нөхцөл байдал, онолууд эсвэл урьдчилсан таамаглалуудын талаар мэдээлэх эсвэл тайлбар, зөвлөгөө өгөх зорилготой. Мэдээллийн нэвтрүүлэг нь удаан хугацаанд утга агуулгаа хадгалдаггүй. Өөрөөр хэлбэл уг нэвтрүүлгийг жишээ нь нэг жилийн дараа дамжуулахад ач холбогдол нь ихэнхдээ хэвээрээ байж чадахааргүй байх учиртай. Ийм нэвтрүүлэгт тухайн цаг үеийн сэдэвтэй мэдээ болон баримтат кино, хэрэглэгчдэд зориулсан мэдээ зэрэг орно.
Танин мэдүүлэх	1.2	Ийм төрлийн хөтөлбөрүүд нь цаг үеийн бус зүйлүүдийн талаархи мэдлэгийг сургалтын болон сургалтын бус замаар нэмэгдүүлэх, танин мэдэхүйг хөгжүүлэх, шашны хэлбэрээр өдөөх зорилготой. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нь удаан хугацаанд утга учраа алдахгүй байх шинж чанартай. Өөрөөр хэлбэл нэг жилийн дараа дамжуулсан ч ач холбогдлоо алдаагүй байна. Жишээлбэл аялалын нэвтрүүлгүүд, дайны тухай баримтат кинонууд, боловсролын тухай нэвтрүүлгүүд, шашны тухай хөтөлбөрүүд.
Цэнгээн зугаацуулах	1.3	Ийм төрлийн нэвтрүүлэг нь үзэгчдийг амраах, тааламжтай мэдрэмж төрүүлэх, гоозүйн таашаал өгөхөд зориулагдна.
Өөрийн Нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, анонс	1.4	Телевиз нь өөрийн нэвтрүүлгийн агуулгыг сурталчлах зорилготойтойгоор бүтээдэг. Үүнд эфирийн эхлэл ба төгсгөл, тухайн 7 хоногт гаргахаас төлөвлөсөн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа хамаарна.
Зар сурталчилгаа	1.5	“Зар сурталчилгаа” гэж иргэн, аж ахуйн нэгж, байгууллагаас бараа, ажил, үйлчилгээ, төсөл, үйл ажиллагаа /цаашид “бүтээгдэхүүн” гэх/-ны зах зээлийн эрэлтийг нэмэгдүүлэх, боломжит

		хэрэглэгчийн анхаарлыг татах зорилгоор олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон бусад хэлбэрээр түгээсэн мэдээллийг хэлнэ
Бусад холимог	1.6	Дээрх ангиллуудад хамруулахад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
ХЭЛБЭР	2.	Нэвтрүүлгүүдийг албан ёсны бүтцийн дагуу ангилахад энэ хэмжигдэхүүн ашиглагддаг. Өөрөөр хэлбэл нэвтрүүлэг нь ямар агуулгатай байхаас үл хамааран ямар хэлбэр загвартай байгааг тодорхойлон ангилна.
Мэдээллийн бүтэцтэй	2.1	Баримт, нөхцөл байдал, санал бодол, урьдчилсан таамаглал зэрэгтэй холбоотой нэвтрүүлгүүд
Цэнгээнт	2.2	Сонирхолтой ярилцлага болон тоглоомын, багийн хөгжөөнт, бодит амьдралын хэлбэрээр хийгдсэн бүх төрлийн шоу түүнчлэн хошин шогийг үүнд хамруулна.
Жүжиг/Зохиол/Уран сайханы	2.3	Утга зохиол яруу найргийн зохиомж бүхий нэвтрүүлэг. Ийм нэвтрүүлэгт зохиолыг жүжигчид урнаар унших болон жүжигчилсэн хэлбэрээр үзүүлдэг. Мөн уран сайханы болон хүүхэлдэйн киног хамруулна.
Урлагийн тоглолт	2.4	Хөгжим, бүжиг, бүжгэн жүжиг театрын тоглолт болон гоцлол, ансамбль урлагийн тоглолт давамгайлсан нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Зар сурталчилгаа	2.5	Улс төр, бизнес, нийгмийн бүх төрлийн зар, сурталчилгааг хамруулна.
Бусад холимог	2.6	Дээрх ангиллуудад хамруулхад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
АГУУЛГА	3	Нэвтрүүлгүүдийг тэдгээрийн агуулга, сэдвийн дагуу ангилах хэмжигдэхүүн. Хэлбэр загварын хэмжигдэхүүнээс ялгаатай нь нэвтрүүлгийг бүрэн сонсож байж ангилна.
ЗОРИЛТОТ БҮЛЭГ	4	Нас, соёл / яс үндэс, мэргэжил зэргээр тодорхойлогдсон тусгай үзэгчдэд зориулагдсан

		нэвтрүүлэг
Нийт үзэгч	4.1	4 ба түүнээс дээш насны тухайн нутаг дэвсгэрийн бүх хүмүүст зориулагдсан байх.
Насны бүлэг	4.2	Тухайн нэвтрүүлэг нэн тэргүүнд зориулагдсан насны бүлгийн түвшнүүд. Дэд бүлэг бүрт хамаарах насны ангилал орон оронд бага зэрэг ялгаатай байж болно.
Нийгмийн цөөнх	4.3	Нэн тэргүүнд тухайн нийгэм дэх үндэстэн, ястны болон тусгай хэл, шашны бүлгүүдэд зориулсан нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Ажил мэргэжлийн бүлэг	4.4	Нэвтрүүлгийн нэн тэргүүнд зориулагдаж буй хэрэглэгчдийн ажил мэргэжил болно.
Бусад тусгай бүлэг	4.5	Тухайлбал хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд зориулсан бүх төрлийн нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Жендер	4.6	Нэн тэргүүнд тухайн нэвтрүүлгийн зорилго нь тодорхой хүйсийнхэнд зориулагдсан байх тохиолдолд энэ ангилалд хамруулна.
Газар зүй	4.7	Нэвтрүүлгийг зориулан хандаж буй бүлгийнхээ газар зүйн онцлогыг нь чухалчлах тохиолдолд тус ангилалд хамруулна.
Бусад холимог	4.8	Дээрх ангиллуудад хамруулхад төвөгтэй, тодорхойгүй нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
ГАРАЛ ҮҮСЭЛ	5	Нэвтрүүлгийг санаачлан бүтээгчид болон нэвтрүүлэг хийхэд зарцуулсан хөрөнгийг хэнээс, ямар эх үүсвэрээс авсан тухай мэдээллийг хэмжинэ.

Мэдээ, мэдээллийн шинэжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны ойлголт, хэмжүүрийн жишээ тайлбар:

Агуулгын судалгааны хэмжүүр	Кодлолт	Ойлголт, хэмжүүрийн тайлбар
Мэдээний дараалал	1	Тухайн мэдээ, мэдээний хөтөлбөрөөр гарсан нэгж мэдээний дараалал /1-р, 2-р, 3-р мэдээ гэх мэт.../
Хөтөлбөрийн бүтэц дэх мэдээний байршил	2 - 3	Нэгж мэдээний эхэлсэн болон дууссан цаг. Эхэлсэн хугацаа 13:15:15 Дууссан хугацаа 13:16:15 гэх мэт
Мэдээний үргэлжлэх хугацаа	4	1 минут * 60=60 сек /Секундээр бодно: Минут*60=Секунд, Цаг*3600=Секунд/
Мэдээний төрөл,жанр	5	Мөн тухайн сэдэв, агуулгыг илэрхийлж буй бичлэгийн арга, хэлбэр бөгөөд Мэдээ, Сурвалжлага, Ярилцлага, Шуурхай мэдээ , Тойм, тайлбар, Бусад, (Асуудал хөндсөн болон баримтат нэвтрүүлэг - (Асуудал хөндсөн нэвтрүүлэг, Хөрөг , Мэдээллийн чанартай бусад нэвтрүүлэг, Редакцийн тайлбар гэх мэт)) зэрэг төрөл, жанрт хамруулна.
Мэдээний сэдэв, асуудал	6	Тухайн нэгж мэдээгээр хөндөгдсөн асуудлын сэдэв, агуулга.
Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ	7	Тухайн мэдээлэл нь газар зүйн цар хүрээний хувьд хэнд хамааралтайг илтгэнэ /Жишээ нь: УБ хотын утааны асуудал илүү УБ хотын оршин суугчдад хамааралтай бол ХЗХ-дын дампуурал, түүнтэй холбоотой жагсаал цуглаан нь хэдийгээр УБ хотод өрнөж буй ч нийт улсын хэмжээний асуудал гэж үзнэ/.
Мэдээний эх сурвалжийн тоо	8	Үүнд тухайн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэгт дүрсгүй болон дүрстэй дамжуулан үзэгчдэд хүргэж буй бүх нэрлэсэн, нэрлээгүй, тодорхойгүй эх сурвалжуудыг хамруулж тооцно
Дүрстэй болон	9	Мэдээ дүрстэй, дүрсгүй эсэх нь тухайн мэдээний онцлогтой холбоотойгоор өөр, өөр

дүрсгүй эх сурвалж		<p>өнцгөөс үнэлэгдэнэ. Тухайлбал нэг тохиолдолд Ерөнхийлөгч төрийн албан ёсны айлчлал хийсэн тухай мэдээлэлд тухайн улс орноор айлчилж буй ерөнхийлөгчийг эх сурвалж болгон харуулахдаа ерөнхийлөгчийн айлчлалыг синхрон хэлбэрээр харуулж, сэтгүүлч зөвхөн өөрөө тайлбарлан ярихад дүрстэй эх сурвалж болж байхад нөгөө тохиолдолд ерөнхийлөгчийн байр суурийг сэтгүүлч өөрөөр нь бодитоор үзүүлэлгүйгээр синхрон хэлбэрээр дүрсийг үзүүлж, сэтгүүлч өөрөө ерөнхийлөгчийн байр суурийг тоймлон хүргэсэн тохиолдолд хэдийгээр синхрон явж ерөнхийлөгчийн дүрс гарсан ч гэсэн энэ нь дүрсгүй эх сурвалж болно. Дүгнэж хэлбэл орон байр, тухайн бодит асуудлыг харуулахдаа синхрон, сэтгүүлчийн тайлбар 2 байхад л дүрстэй гэж үзэх бол хэн нэг хүний үзэл бодол, байр суурийг зөвхөн сэтгүүлч тайлбарлан хүргэсэн тохиолдолд энэ нь дүрсгүй эх сурвалж болно.</p>
Эх сурвалжийг нэрлэсэн эсэх	9	<p>Нэрлэсэн эх сурвалж - Ерөнхийлөгч Ц.Элбэгдорж хэлэхдээ ... , Нэрлээгүй эх сурвалж – Засгийн газрын томоохон албан тушаалтны үзэж байгаагаар ... , Тодорхойгүй– Нэгэн эх сурвалжийн мэдээгээр ... гэх мэтээр ойлгоно.</p>
Эх сурвалжийн төлөөлөл	9	<p>Албан ёсны, нам, бизнесийн бүлэг, иргэний холбоо хөдөлгөөн, хэвлэл мэдээллийн байгууллага, бусад нийгмийн байгууллагын төлөөлөгчид, иргэн, бичгийн эх сурвалж, гадаад эх сурвалж зэрэг болно.</p>
Баримт, үзэл бодол	10	<p>“... Ардчилсан намын үзэж байгаагаар” гэх зэрэг мэдээлэл нь үзэл бодол бус баримтыг өгүүлж буй хэрэг юм. Харин сэтгүүлч тухайн асуудлаар өөрийн таамаглал дэвшүүлэх, санаа бодлоо шууд илэрхийлэх, өөрийн үнэлгээ дүгнэлт өгөх зэрэг нь баримт бус үзэл бодол болно. Мөн баримт, үзэл бодол нь холимог мэдээ таарах учраас тэдгээрийг баримт үзэл бодлыг тодорхой заагласан, зааг нь тодорхойгүй хэмээн ялгаж ангилах хэрэгтэй.</p>

Далд сурталчилгаа	11	Аль нэг байгууллагын үйлчилгээ, үйл ажиллагааны талаар ямар нэгэн ижил төрлийн байгууллага, үйлчилгээтэй харьцуулалгүйгээр, зөвхөн тухайн сонирхлын бүлгийн талд ашигтайгаар өгүүлсэн, ингэхдээ илт магтах өнгө аястай, үйлчилгээ, үйл ажиллагаанд уриалан дуудсан мэдээ, мэдээлэл нь далд сурталчилгааг агуулж байдаг.
Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж байгаа эсэх	12	Тухайн эх сурвалжийн мэдээллийг тэнцвэржүүлэх үүднээс асуулт тавьж, эсвэл өөр баримттай, харьцуулж, илүү бодит байдалд нийцүүлэх, өөрөөр хэлбэл эх сурвалжид хөтлөгдөхгүй байх, сөрөг, эсвэл олон нийтийн өмнөөс хандсан асуулт тавьж чадаж байвал тухайн эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж буйн илрэл гэж үзнэ.
Бусад зөрчилтэй асуудал	13	Үүнд сэтгүүлчийн ур чадвар / хэл найруулга, дэлгэцийн соёл, сурвалжлах, асуулт тавих чадвар /, сэтгүүлчийн ёс зүй / хүний нэр төрд халдсан, аливаа ялгаварлан гадуурхсан шинж илэрсэн, сэтгүүлч өөрөө мэдээллийн эх сурвалжид шударга бус хандсан гэх мэт / -тэй холбоотой асуудлуудыг баримт тайлбартайгаар тэмдэглэнэ.

ХАВСРАЛТ

Зарим хүснэгтэн мэдээллийн дэлгэрэнгүй дүн

1. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилтот бүлгээр

Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
1. НИЙТ ҮЗЭГЧ	80.7	78.6	74.5	82.7
Нийт үзэгч	80.7	78.6	74.5	82.7
2. НАСНЫ БҮЛЭГ	17.1	17.7	22.2	13.2
11 хүртэлх насны хүүхдүүд	2.6	1.7	1.9	1.4
12-15 насны хүүхдүүд	1.4	0	0	0
16-18 насны хүүхдүүд	1	0	0	0
Бүх насны хүүхдүүд	0	3	3.8	2.1
Холимог насны бүлэг	3.5	4.6	5	4.2
Залуучууд, насанд хүрэгсэд	8.6	8.4	11.4	5.5
3. НИЙГМИЙН ЦӨӨНХ	0.8	0.6	0.3	0.8
Үндэстэн, ястан	0.2	0.2	0.2	0.2
Шашны бүлэг	0.2	0	0	0
Хэлний бүлэг	0.4	0.4	0.1	0.6
4. АЖИЛ МЭРГЭЖЛИЙН БҮЛЭГ	0.3	1.7	2.1	1.4
Малчид, тариаланч	0.3	0.9	1.5	0.3
Мэргэжлийн бусад бүлэг	0	0.8	0.6	1.1
5. ТУСГАЙ БҮЛЭГ	0.3	0	0	0
Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд	0.3	0	0	0
6. ЖЕНДЕР	0	0.2	0.5	0
Эрэгтэй / Эмэгтэй	0	0.2	0.5	0
7. ГАЗАР ЗҮЙН БҮЛЭГ	0.1	1.2	0.4	1.9
Орон нутгийн	0.1	0.9	0.2	1.6
Олон улсын	0	0.2	0.2	0.3
8. БУСАД	0.9	0	0	0
Бусад	0.9	0	0	0
Нийт	100	100	100	100

2. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн нэвтрүүлгийн хэлбэр

Нэвтрүүлгийн хэлбэр	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сар	2010 оны 9-р сар
1. МЭДЭЭЛЛИЙН	45.6	39.5	44.3	34.7
Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр	15.5	16.5	16.4	16.6
Телесэтгүүл	9.5	4.9	7.1	2.8
Үйл явдлын тайлбар	6.8	2.8	2.9	2.6
Баримтат нэвтрүүлэг (Дүн шинжилгээний)	3.7	6.6	8.4	4.8
Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн	4.1	2.8	4.1	1.5
Лекц, Яриа, Танилцуулга	2.1	0.3	0	0.7
Баримтат драм	3.4	3.1	4.8	1.3

Бусад мэдээллэх хэлбэрийн	0.5	2.5	0.6	4.4
2. ЦЭНГЭЭНТ / ШОУ	9.9	18.8	12.3	25.4
Ток шоу, ярилцлага	2	2.5	2.3	2.6
Тоглоомт шоу	1.7	1.8	2.8	0.8
Багийн хөгжөөнт шоу	1.1	1.9	2.1	1.7
Хошин шог	0.1	0	0	0
Реалити шоу	3.7	1.7	0	3.4
Бусад цэнгээх хэлбэрийн	1.2	11	5.1	16.8
3. ЖҮЖИГ, ЗОХИОЛ, УРАН САЙХНЫ	28.4	25.4	22	28.7
Уран сайхны кино	23	21.3	19.6	22.9
Уран сайхны жүжиг	0.9	1.8	0	3.5
Зохиомж, үлгэр	1.1	1.4	1.5	1.3
Хүүхэдэйн кино	2.3	0.7	0.6	0.8
Бусад жүжиг, уран зохиол, уран сайханы	1.2	0.2	0.3	0.1
4. УРЛАГИЙН ТОГЛОЛТ	7.3	3.1	4.1	2.2
Гоцлол тоглолт	1.6	0	0	0
Ансамбль	1.6	0.5	0.8	0.
Холимог	1.1	1.8	1.7	1.9
Урлагийн бусад тоглолт	3.1	0.8	1.5	0
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	0.9	0.7	0.5	1
Зар сурталчилгаа	0.9	0.7	0.5	1
6. БУСАД ХОЛИМОГ	7.8	12.4	16.8	8.1
Бусад холимог хэлбэр	7.8	12.4	16.8	8.1
<i>Нийт</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

3. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилгоор

Нэвтрүүлгийн зорилго	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2010 оны 4-р сард	2010 оны 9-р сард
1. МЭДЭЭЛЛЭХ	27	34.1	37.8	30.3
Засгийн газрын болон албан ёсны мэдээ, мэдээлэл	1.2	0.8	1	0.6
Цэвэр мэдээ	15.7	16.6	16.1	17
Мэдээлэн цэнгүүлэх	4.1	4.1	5.3	2.8
Зөвлөгөө, сэрэмжүүлэх мэдээлэл	0.9	1.2	1.5	0.9
Мэдээллэх зорилготой бусад	5.2	11.5	14	8.9
2. ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ	13.1	15.2	14.7	15.6
Боловсрол сургалт	3	0.5	0.6	0.3
Бүх нийтийн гэгээрэл, танин мэдэхүй	7.5	2.3	0.7	3.9
Танин мэдүүлэх зорилготой бусад	2.5	12.4	13.4	11.4
3. ЦЭНГЭЭН ЗУГААЦУУЛАХ	45.1	44.9	40.3	49.5
Цэвэр цэнгээн	39.8	12.5	7.9	17
Цэнгээнт мэдээлэл	4.3	7.2	9.7	4.7
Цэнгээх зорилготой бусад	1	25.2	22.7	27.7
4. ӨӨРИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СУРТАЛЧИЛГАА	0.5	1	1.4	0.5
Өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа анонс	0.5	1	1.4	0.5
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	0.9	0.8	0.7	0.8
Арилжааны мэдээлэл	0.4	0	0	0
Нийгмийн чанартай сурталчилгаа	0.4	0.2	0.2	0.1
Арилжааны цэвэр сурталчилгаа	0.2	0.1	0.1	0.1
Бусад сурталчилгаа	0	0.5	0.5	0.6
6. БУСАД ХОЛИМОГ	13.4	4.2	5.1	3.3

Бусад холимог	13.4	4.2	5.1	3.3
Нийт	100	100	100	100

4. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн зорилго_цагийн хуваариар

Эфирийн цаг	Огноо	Хөтөлбөрийн зорилго						
		Мэдээлэх	Танин мэдүүлэх	Цэнгээн зугаацуулах	Өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчлгаа	Зар сурталчлгаа	Бусад	Нийт
07:00-13:59 (9 хувь) ⁵	2007 дундаж	25.7	12.0	38.9	0.5	-	22.8	100
	2010 дундаж	25.8	16.9	32.7	1	0.2	23.4	100
14:00-17:59 (9 хувь)	2007 дундаж	19.0	17.2	60.7	0.5	0.4	2.3	100
	2010 дундаж	24.6	21.3	53	0.9	0.3	-	100
18:00-19:59 (33 хувь)	2007 дундаж	28.1	30.4	37.4	0.7	3.2	0.2	100
	2010 дундаж	50	25.9	21.7	1.4	1	-	100
20:00-21:59 (57 хувь)	2007 дундаж	47.4	5.6	43.6	0.4	1.5	1.3	100
	2010 дундаж	73.8	18.6	3.8	1.1	2.7	-	100
22:00-23:59 (44 хувь)	2007 дундаж	11.5	-	51.7	0.4	1.2	35.2	100
	2010 дундаж	13.6	1.1	64.4	0.4	0.4	20	100
00:00-06:59 (2 хувь)	2007 дундаж	11.2	-	-	0.3	1.1	87.4	100
	2010 дундаж	27.4	-	52.6	2.5	0.1	17.4	100

5. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн зорилго_цагийн хуваариар

Цаг	Огноо	Хөтөлбөрийн зорилготой бүлэг														
		Нийт үзэгч	11 хүртэлх насны хүүхэд	12-18 насны хүүхэд	Бүх насны хүүхдүүд	Холимог бүлэг	Залуучууд, насанд хүрэгсэд	Үндэстэн, ястан	Хэлний бүлэг	Малчид, тариаланчид	Ажил мэргэжлийн	Хөгжлийн бэрхшээлтэй	Эмгэгтэйчүүдийг онцгойлсон	Орон нутгийнхан	Олон улсын	Бусад
07:00-13:59	2007	81.2	3.2	2.3	-	4.7	7	0.6	-	0.2	-	0.3	-	0.2	-	0.3
	2010	85.6	0.7	-	4.2	2.1	4.9	0.3	-	0.8	0.7	-	-	0.7	-	-
14:00-17:59	2007	82.4	3.7	3.2	-	2.4	6.6	0.7	-	-	-	0.5	-	-	-	0.6
	2010	79.2	1	-	3.7	8.2	4.5	0.4	0.5	0.8	0.4	-	-	1.3	-	-
18:00-19:59	2007	60.3	4.9	11.4	-	8.8	10.2	-	-	0.8	0.4	0.5	-	-	-	2.7
	2010	66.5	0.3	-	3.3	16.4	2.7	-	1.8	1	0.6	-	2	3.4	2.1	-
20:00-21:59	2007	84.1	-	-	-	-	12.3	0.6	1.3	0.4	-	-	-	-	-	1.2
	2010	77.3	10.2	-	1.9	0.7	5.8	-	0.3	1.7	2.1	-	-	-	-	-
22:00-23:59	2007	95.5	-	-	-	-	2.6	-	0.6	-	-	-	-	-	-	1.3
	2010	80.3	-	-	-	1	16.6	-	0.2	0.7	1.2	-	-	-	-	-
00:00-	2007	97	-	-	-	-	2.7	-	-	-	-	-	-	-	-	0.3

⁵ Хэвлэл мэдээлэл хэрэглэгчдийн судалгаанаас харахад нийт хүн амын 9 хувь нь 07:00-13:59 цагт телевиз үздэг. 20:00-21:59 цагт нийт хүн амын 57 хувь нь телевиз үздэг байна.

06:59	2010	99.8	-	-	-	-	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	-
-------	------	------	---	---	---	---	---	---	---	---	-----	---	---	---	---	---