



**ХЭВЛЭЛИЙН  
ХҮРЭЭЛЭН**



**НЭЭЛТТЭЙ НИЙГЭМ  
ФОРУМ**

**“МУОНТ-ИЙН ШИЛЖИЛТИЙН  
ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН  
БҮТЭЦ, МЭДЭЭ, НЭВТРҮҮЛГИЙН  
АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ-3”**

**2011**



---

**ЭНЭХҮҮ СУДАЛГААГ НЭЭЛТТЭЙ НИЙГЭМ  
ФОРУМЫН САНХҮҮГИЙН ДЭМЖЛЭГТЭЙГЭЭР  
ХЭРЭГЖҮҮЛЭВ**

**ТӨСЛИЙН БАГИЙН ГИШҮҮД:**

**Удирдагч:**

М.Мөнхмандах Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн Гүйцэтгэх захирал, (Ph.d)

**Зохицуулагч:**

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

**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

Б.Ёндондүйчир ХХ-ийн дэргэдэх “Сэтгүүлч” коллежийн багш, докторант

Б.Одсүрэн ХХ-ийн МСА-ны сэтгүүл зүйн судлаач, сэтгүүлзүйн магистр

Л.Өнөржаргал ХХ-ийн дэргэдэх “Сэтгүүлч” коллежийн багш, докторант

**Техник хариуцсан:**

Д.Пунсанцогвоо ХХ-ийн МСА-ны ажилтан, социологич

П.Түмэнцэцэг ХХ-ийн МСА-ны судлаач, социологич

**Эх бэлтгэл:**

Ш.Уламбаяр

**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](mailto:pim@pressinst.org.mn)

# “МҮОНТ-ИЙН ШИЛЖИЛТИЙН ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЭЦ, МЭДЭЭ, НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ - 3” СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН

## ГАРЧИГ

## ӨМНӨТГӨЛ

### НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ

#### МҮОНТ-ИЙН ХАРААТ БУС БАЙДАЛ

- 1.1 Нэвтрүүлгийн хараат бус байдлыг хангах мэргэжлийн шалгуур үзүүлэлт . . . 10
- 1.2 Нэвтрүүлгийн хараат бус байдал ба хөндлөнгийн санхүүжилт . . . . . 14

### ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ

#### ИРГЭДЭД ИЖИЛ ТЭГШ ҮЙЛЧЛЭХ БАЙДАЛ

- 2.1 Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр . . . . . 20
- 2.2 Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж . . . . . 25
- 2.3 Агуулгын өргөн хүрээ . . . . . 28

### ТӨГСГӨЛ

- Дүгнэлт, зөвлөмж . . . . . 35
- Хүснэгт, график, зургийн жагсаалт . . . . . 40
- Товчилсон үг . . . . . 40
- Нэр томъёоны тайлбар . . . . . 41
- Хавсралт . . . . . 42

## **ӨМНӨТГӨЛ**

### ***Мониторингийг хэдий хугацаанд хэрэгжүүлэв?***

МҮОНТ-ийн шилжилтийн үеийн хөтөлбөрийн бүтэц, мэдээ, нэвтрүүлгийн агуулгын мониторингийг Нээлттэй Нийгэм Форумын санхүүжилтээр 3 дахь удаагаа хэрэгжүүлсний үр дүн, тайланг толилуулж байна. Энэхүү судалгаа нь Олон нийтийн телевизийн нэвтрүүлэгт хийсэн цуврал судалгааны бүрэлдэхүүн хэсэг юм.

- **2007 онд:** 4, 8, 11-р сарын тус бүр 14 хоног, нийт 42 өдрийн хөтөлбөрт анализ хийж, шинжлэн судалсан бөгөөд судалгааны үр дүнд тулгуурласан зөвлөмжийг тус байгууллагын удирдлагад болон олон нийтэд хүргэсэн.
- **2010 онд:** 2 дахь шатны мониторингоор тухайн оны 4, 9-р сарын тус бүр 14 хоног, нийт 28 өдрийн хөтөлбөрийг шинжилсэн бөгөөд өмнөх шатны мониторингоос гарсан зөвлөмж, үр дүнтэй харьцуулж өөрчлөлт, ахиц дэвшлийг тодорхойлов. Үүн дээр тулгуурлан хууль тогтоогч, бодлого боловсруулагч нарт болон МҮОНРТ-ийн Үндэсний зөвлөл, МҮОНТ-ийн Программын хэлтэс, менежментийн баг, “ММ” агентлагийн удирдлагууд тус бүрт хандсан зөвлөмжийг хүргүүлсэн.
- **2011 онд:** 4, 9-р сарын хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээний дүнг 2007, 2010 оны мэдээлэлтэй харьцуулан, өмнөх шатны зөвлөмжийн хэрэгжилтийг дүгнэлээ.

### ***ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтэц, агуулгад мониторинг хийх нь яагаад чухал вэ? ОНТ-ийн шалгуурыг томъёолох нь***

Иргэд өргөн цар хүрээний олон ургальч мэдээлэл авч чадаж буй эсэх нь ардчилсан хөгжлийн тулгуур үзүүлэлтүүдийн нэг байдаг. Иргэний ардчилсан нийгэмд олон нийтийн телевиз нь үнэн зөв, хараат бус, олон талт мэдээллийг түгээж, иргэдийн мэдээлэл авах эрхийг баталгаажуулдаг. Энэ үүргээ гүйцэтгэж чадаж буй эсэхэд хяналт тавих нь “Монгол улсад чөлөөт, бие даасан, олон ургальч хэвлэл мэдээллийг хөгжүүлэхэд дэмжлэг үзүүлэх” эрхэм зорилт бүхий Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн хийвэл зохих ажлын нэг билээ.

МҮОНТ нь дээрх үүргээ хэрхэн гүйцэтгэж буйг хянах зорилгоор ОНТ нь дараах шалгуурыг хэрэгжүүлбэл зохистой хэмээн төслийн хүрээнд томъёолсон бөгөөд эдгээр шалгуурын үндсэн агуулга нь ОНРТ-ийн тухай хуулинд ч тусгалаа олсон байдаг.

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 нийт газар нутагт хүлээн авах техникийн боломжийг 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.

### ***Тэгвэл МҮОНТ дээрх шалгуурыг хангаж ажиллаж чадаж байна уу?***

Мониторингийн судлагдахууныг дараах байдлаар томъёолов.

1. МҮОНТ-ийн хараат бус байдал
  - Нэвтрүүлгийн хараат бус байдлыг хангах мэргэжлийн шалгуур
  - Нэвтрүүлгийн хараат бус байдал ба хөндлөнгийн санхүүжилт
2. Иргэдэд ижил тэгш үйлчлэх байдал
  - Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр
  - Хандаж буй бүлгийн олон ургальч байдал
  - Агуулгын хүрээ

### ***Мониторингийн зорилго юу вэ?***

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 оноос хойш гарсан эерэг болон сөрөг өөрчлөлтийг тодорхойлох зорилгоор хэрэгжүүлэв.

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 аргачлалыг томъёолох нь**

### *1. Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны аргачлал*

Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны 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 хэмжээст шалгуураар ангилж, олон улсын хэмжээнд харьцуулах боломжтой мэдээлэл бүрдүүлдэгээрээ онцлог билээ.

Телевизийн нэвтрүүлгийг тодорхой шинж тэмдгээр ангилан бүлэглэхэд ангиллын тодорхойлолт, зааг ялгаа тодорхой бус байдгийн 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 хэмжээст ангиллын шалгуур үзүүлэлтүүд буюу хэмжүүр нь тухайн нэвтрүүлгийг

- Зорилго
- Хэлбэр
- Агуулга
- Зорилтот бүлэг
- Үйлдвэрлэлийн бүтэц буюу нэвтрүүлгийн гарал үүслээр<sup>1</sup> ангилна.

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

№	Нэвтрүүлэг / Үйлчилгээ	Зорилго	Хэлбэр	Агуулга	Зорилтот бүлэг	Үйлдвэр- лэлийн 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:

- 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 тухайн нэвтрүүлгийг “бусад” хэмээх ангилалд хамаатуулахын өмнө илүү давамгайл байгаа утгын ангилалд хамааруулсан болно.
- Нэвтрүүлэг аль ч түвшинд багтах боломжгүй тохиолдолд хамгийн ойр ангилалд багтах, эсвэл огт боломжгүй бол “бусад, холимог” гэсэн ангилалд оруулсан.

<sup>1</sup>Ангилал тус бүрийн талаарх дэлгэрэнгүй тайлбарыг Хавсралтаас үзнэ үү.

2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд

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. Мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны аргачлал

Мэдээ, 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<sup>2</sup>.

### Тоон хэмжүүр:

- Мэдээний дараалал
- Хөтөлбөрийн бүтэц дэх мэдээний байршил
- Мэдээний үргэлжлэх хугацаа
- Мэдээний төрөл, жанр
- Мэдээний сэдэв, асуудал
- Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ
- Сэтгүүлзүйн мэргэжлийн стандартын үнэлгээ
- Эх сурвалж:
  - a. Эх сурвалжийн тоо /0,1,2 гм.../
  - b. Эх сурвалжийг дүрстэй үзүүлсэн эсэх /Дүрстэй, Дүрсгүй/
  - c. Эх сурвалжийг нэрлэсэн эсэх /Нэрлэсэн, Нэрлээгүй, Тодорхойгүй/
  - d. Ямар төрлийн эх сурвалжийг ашиглав /Албан ёсны, намын гм.../
- Баримт, үзэл бодлыг ялгасан эсэх

### Чанарын хэмжүүр:

- Далд сурталчилгаа мөн эсэх
- Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандсан эсэх
- Тухайн асуудалд хамаарах сэтгүүлчийн ёс зүйн зарчим

<sup>2</sup>Хэмжүүр тус бүрийн талаарх дэлгэрэнгүй тайлбарыг Хавсралтаас үзнэ үү



### Мониторингийн түүвэр

2007 онд МҮОНТ-ийн 04, 08, 11-р сарын тус бүр 14 хоногийн хөтөлбөр буюу нийт 42 өдрийн хөтөлбөрийг шинжлэн судалж байсан бол, 2010, 2011 онуудад 04, 09-р сарын тус бүр 14 хоногийн нийт 28 өдрийн хөтөлбөрийг судаллаа.

2011 онд МҮОНТ-ийн эфир Даваагаас Баасан гаригуудад өглөө 7:00, Бямба, Нямд 7:30 цагаас эхэлж, бүх өдрүүдэд 00:00-01:00 цагийн үед төгсөж байна. Нэг өдрийн эфирийн үргэлжлэх хугацаа дунджаар 17-18 цаг байна. Энэ нь өмнөх онуудынхаас өөрчлөгдөөгүй байна.

Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны хүрээнд 2011 онд хийсэн 2 удаагийн мониторингоор 1653 нэгж мэдээлэл бүрдсэний 70.7 хувь нь бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино байна. Бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны эзлэх хувь 2007 онд 64.2 хувь, 2010 онд 69.4 хувийг эзэлж байв. Бусад нэгж мэдээлэл нь тус телевизийн нэвтрүүлгийн эхлэл ба төгсгөл, өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа анонс, арилжааны болон бусад зар сурталчилгаа байна.

Хүснэгт 1. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, нэвтрүүлгийн тоо

№	Он	Ажиглалтын нэгж	Түүнээс мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны тоо	Мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны эзлэх хувь
1	2007 он	1857*	1193	64.2%
2	2010 он	1224	850	69.4%
3	2011 он	1653	1168	70.7%

\*3 удаагийн мониторингоор бүрдсэн ажиглалтын нэгжийн тоо

Харин МҮОНТ-ээр нэвтэрсэн 11:00, 13:00, 15:00, 18:00 цагийн болон “Үдшийн мэдээ”, “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөрийн тоо, тэдгээрээр цацагдсан нэгж мэдээний тоо дараах байдлаар бүртгэгдсэнийг толилуулж байна.

Хүснэгт 2. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, мэдээллийн тоо

№	Нэгж	Огноо		
		2007 он	2010 он	2011 он
1	Мэдээллийн хөтөлбөрийн тоо	222*	147(136)**	153
2	Мэдээ, мэдээллийн тоо	2609	1460	1419***

\*3 удаагийн мониторингоор бүрдсэн мэдээлэл

\*\*Зарим мэдээллийн хөтөлбөрийн бичлэг шаардлага хангаагүй

\*\*\* Спортын мэдээ нь 2007, 2010 онд Цагийн хүрд хөтөлбөрийн нэг хэсэг болж нэвтэрдэг байсан бол 2011 оны 9-р сарын мэдээллийг шинжлэх үед “Цагийн хүрд” нэвтрүүлэг гарч дууссаны дараа тусдаа мэдээ болж нэвтэрч эхэлсэн учир 2011 онд спортын мэдээ мэдээллийн хөтөлбөрт багтаан бүртгээгүй болно.

2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд

Мөн мэдээллийн шинжтэй, цаг үеийн үйл явдал, нөхцөл байдлын талаар мэдээлэх зорилго бүхий 36 нэвтрүүлэг бүртгэж, 26 нэвтрүүлэгт агуулгын судалгааг хийлээ.

Хүснэгт 3. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт нэвтрүүлгийн тоо

№	Нэгж	Огноо		
		2007 он	2010 он	2011 он
1	Оргил цаг ба түүний ойролцоо гарсан мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн тоо	22	32	36
2	Агуулгын судалгаа хийсэн нэвтрүүлгийн тоо	18	28	26

Эдгээр мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгээс заримыг дурдвал: “Зохиогчийн хөтөлбөр”, “Сүлд”, “Олоннийтийн цаг”, “Нээлттэй засаг”, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг”, “Эрх зүйн хөтөч”, “Цаг үе-Үзэл бодол”, “Парламентын хэлэлцүүлэг” зэрэг нэвтрүүлгүүд байна.

# НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ

## МҮОНТ-ИЙН ХАРААТ БУС БАЙДАЛ

ОНТ-ийн шалгуур: Улс төр, эдийн засгийн зэрэг аливаа ашиг сонирхлоос хараат бус үйл ажиллагаа явуулж, олон нийтийн эрх ашигт үйлчилнэ.

Олон нийтийн телевиз хараат бусаар ажиллаж буй эсэх нь маш олон хүчин зүйлээс хамаардаг. Энэхүү судалгааны хүрээнд нэвтрүүлгийн түвшинд, нэн ялангуяа мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн түвшинд МҮОНТ-ийн хараат бус байдал хэрхэн хангагдаж буйг шинжиллээ. Ингэхдээ хараат бус байдал хэмээх ойлголтыг дараах түвшинд авч үзлээ.

### 1.1 НЭВТРҮҮЛГИЙН ХАРААТ БУС БАЙДЛЫГ ХАНГАХ МЭРГЭЖЛИЙН ШАЛГУУР ҮЗҮҮЛЭЛТ

Мэдээ, мэдээллээр дамжуулан хэн нэгний үзэл бодол, ашиг сонирхлыг өрөөсгөл байдлаар түгээхээс зайлсхийх мэргэжлийн аргууд бол:

- Эх сурвалжийн олон эшт байдлыг хангах /тоо, төлөөлөл/
- Эх сурвалжийг зөв, алдаагүй нэрлэх
- Баримт, үзэл бодлыг зааглах зэрэг явдал байдаг.

2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд

### Нэг эх сурвалжтай болон эх сурвалжгүй мэдээний хувь хэмжээ өндөр байна

2007, 2010 онуудад нэг эх сурвалжтай мэдээ нийт мэдээний 40 орчим хувийг эзэлж, мэдээллийн эх сурвалжийн олон эшт байдал хангалтгүй байгааг анхааруулж байв. Харин 2011 онд энэ байдалд эерэг өөрчлөлт орсон байна. Тухайлбал нэг эх сурвалжтай мэдээллийн нийт мэдээнд эзлэх хувь хэмжээ 11 орчим хувиар буурчээ.

График 1. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, хувиар



Харин МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтрүүлсэн эх сурвалжгүй мэдээлэл 2007 онд нийт мэдээний 10.3 хувь, 2010 онд 7 хувийг эзэлж байсан бол 2011 онд энэ байдал онц өөрчлөгдсөнгүй, 8 хувьтай байна.

Өмнөх онуудтай харьцуулахад нэг эх сурвалжтай мэдээний тоо хэдийгээр буурсан ч, эх сурвалжгүй болон нэг эх сурвалжтай мэдээ нийт мэдээний 38 хувийг эзэлж байна. Өөрөөр хэлбэл бараг гурван мэдээ тутмын нэг нь нэг бол баталгаагүй, эс бөгөөд нэг талын эх сурвалжид тулгуурлаж байгаа нь олон нийтийн телевизийн хувьд онцгой анхаарууштай зүйлийн нэг болж байна.

Ерөнхийдөө 2007 оноос хойш нэг эх сурвалжтай мэдээний хувь хэмжээ буурч, хоёр ба түүнээс дээш эх сурвалжтай мэдээний тоо нэмэгдэж буй эерэг хандлагыг энд тэмдэглэж, энэхүү үйл явцыг бодлгоор дэмжин хурдасгаж, мэдээний эх сурвалжийн олон эшт байдлыг хангах замаар мэдээллийн тэнцвэрт байдлыг сайжруулахыг зөвлөж байна.

**Нэгж мэдээний эх сурвалжийн төлөөлөл хангалтгүй байна.**

Эх сурвалжийн тоог төлөөлөх түвшинд харгалзуулан авч үзвэл дараах дүр зураг харагдаж байна. /Хүснэгт 4/

Хүснэгт 4. Мэдээний сурвалжийн төлөөлөл хувиар

Эх сурвалжийн тоо	Огноо	Эх сурвалжийн төрөл										
		Албан ёсны	Нам	Бизнесийн бүлэг	Иргэний Хөдөлгөөн, ТББ, ОУБ	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага	Бусад байгууллагын төлөөлөгч	Иргэн	Бичгийн эх сурвалж	Гадаад эх сурвалж	Бусад, тодорхойгүй	Нийт
1 эх сурвалжтай	2007	38.0	2.7	6.0	5.7	2.3	22.3	3.0	10.0	4.3	5.7	100.0
	2010	35.8	0.7	6.0	15.1	1.9	25.2	8.0	3.2	3.3	0.8	100.0
	2011	56.2	3.2	8.3	9.0	1.6	12.6	5.5	3.1	0.6	-	100.0
2 эх сурвалжтай	2007	37.3	1.3	4.7	12.7	2.0	21.3	6.0	4.0	8.3	2.6	100.0
	2010	35.4	4.1	8.7	7.0	-	18.5	13.3	7.4	4.5	1.0	100.0
	2011	37.9	1.8	7.0	10.4	3.5	22.0	8.4	2.8	6.2	-	100.0
3 эх сурвалжтай	2007	33.7	1.3	5.7	6.0	3.0	28.0	13.7	7.4	4.5	1.0	100.0
	2010	40.3	0.5	8.5	7.3	1	16.4	14.6	6.1	3.5	1.8	100.0
	2011	36.2	1.9	8.1	7.3	5.1	19.1	15.4	1.6	5.4	-	100.0
4 эх сурвалжтай	2007	30.7	0.3	11.7	3.0	-	26.3	16.7	3.7	4.3	2.3	100.0
	2010	30.8	-	10.6	7.1	1.5	18.7	22.2	5	2.5	1.6	100.0
	2011	21.4	1.5	5.6	6.7	7.2	20.7	28.4	3.6	4.8	-	100.0
5-аас дээш эх сурвалжтай	2007	33.3	2.3	4.3	5.3	1.3	13.3	33.3	3.7	2.7	0.6	100.0
	2010	29.4	4.7	11.0	6.3	0.5	9.7	33.7	3.1	0.5	1.1	100.0
	2011	31.8	4.7	2.1	4.7	0.9	27.4	24.7	2.2	1.4	-	100.0

Өмнөх 2 удаагийн мониторингоор МҮОНТ-ийн мэдээний хөтөлбөрт албаны эх сурвалжийг /тухайлбал Ерөнхийлөгч, Засгийн газрын болон УИХ-ын гишүүд, төрийн байгууллагын албан тушаалтнууд гэх мэт/ ашиглах явдал хэт түгээмэл байгаад шүүмжлэлтэй хандаж байсан. Энэ удаад ч шийдвэр гаргагч талын мэдээлэл давамгайлж, харин тэдгээр бодлого, шийдвэрийн үр дагаврыг хүртэгсдийн дуу хоолойг сонсох явдал дутагдалтай хэвээр байгаа нь мониторингийн явцад ажиглагдлаа.

Дөрвөөс дээш эх сурвалжтай мэдээлэлд иргэдийн дуу хоолой давамгайлж буйг тэмдэглүүштэй. Ийм мэдээлэл нь ихэнхдээ ерөнхийлөгч, УИХ-ын гишүүд, сайд нарын иргэдтэй хийсэн уулзалт, мөн шинээр баригдсан, сайжруулж засварласан

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

сургууль, эмнэлгийн барилгын талаар болон уралдаан тэмцээн, үзэсгэлэнд оролцсон иргэдийн сэтгэгдэлд тулгуурласан байв.

Багцлан дүгнэвэл нэг сэдэв, асуудлын тухай мэдээлэхдээ тухайн асуудлыг мэргэжлийн, ашиг сонирхлын болон үр дагавар хүртэгсдийн байр сууринаас харуулахаасаа илүү нэг л байр суурийг бататгах байдлаар мэдээлэх явдал түгээмэл байна.

2010 онд хийсэн мониторингоор улс төрийн намын төлөөллийг эх сурвалж болгохдоо тодорхой намын төлөөллийг давуу байдлаар нэвтрүүлж байсныг анхааруулж байв. Тухайлбал 2010 оны 4,9 дүгээр сард улс төрийн намын төлөөлөл бүхий эх сурвалжтай 16 нэгж мэдээ цацагдсаны 11 нь МАН-ын эх сурвалжид тулгуурласан, 4-д нь АН-ын, нэг нь ИЗН-ын төлөөллийг эх сурвалж болгон ашигласан байсныг дурдаад ОНТ-ийн хувьд мэдээллийн эх сурвалжийн тэнцвэрт байдлыг мэргэжлийн үүднээс төдийгүй хөтөлбөрийн бодлогын үүднээс хангаж ажиллах нь чухал болохыг сануулж байсан. Харин 2011 онд улс төрийн намын төлөөлөл бүхий 31 нэгж мэдээ цацагдсаны 17 нь буюу талаас илүү хувь нь (54.8 хувь) АН, 9 (29 хувь) нь МАН, 16.1 хувь нь бусад намын төлөөлөл байв. Нэг жилийн хугацаанд төрийн эрх барьж буй улс төрийн хүчний харьцаа өөрчлөгдөөгүй хэдий ч олон нийтийн телевизээр цацагдаж буй мэдээнд аль нэг намын давамгайлах үүрэг ээлжлэн солигдож буйг мэдээллийн хөтөлбөрт улс төрийн тэнцвэр барих бодлого үгүйлэгдэж буйтай холбож үзэж байна.

***Баримтад тулгуурласан мэдээллийг түгээж байна.***

ОНТ-ийн хараат бус, тэнцвэртэй мэдээлэл түгээж буй эсэхийн бас нэгэн чухал шалгуур нь мэдээллийг баримтад тулгуурлаж, хувийн үзэл бодлын үүднээс дүгнэлт хийхгүй, баримт үзэл бодлын зааг ялгааг гаргаж өгөх явдал юм.

*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

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

2010 онд МҮОНТ-ээр нэвтрүүлсэн мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн 90 гаруй хувь нь баримтад тулгуурласан, сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодол ороогүй байсан бол 2011 онд энэ үзүүлэлт 94 хувьд хүрсэн эерэг үр дүн гарчээ. Энэ нь ОНТ гэдэг утгаараа бусад арилжааны телевизүүдэд үзүүлбэл зохих үлгэр дууриаллын нэг мөн.

## 1.2 НЭВТРҮҮЛГИЙН ХАРААТ БУС БАЙДАЛ БА ХӨНДЛӨНГИЙН САНХҮҮЖИЛТ

### *Ивээн тэтгэлгээр хийсэн, төлбөрт нэвтрүүлгүүд нэмэгджээ*

Телевизийн хөтөлбөрийн хараат бус байдлыг хэмжих зорилгоор өмнөх мониторингоор тухайн нэвтрүүлгийг бэлтгэх, бүтээх шатанд зарцуулсан хөрөнгийн гарал үүслийг нь тодорхойлж байсан билээ.

2010 онд МҮОНТ-ийн өөрийн редакцид хийсэн өөрийн бүтээлийн эзлэх хэмжээ 84.5 хувьтай байсан бөгөөд үүнээс орчуулгын киног хасвал 61.4 хувьтай байв. 2011 онд энэ үзүүлэлт 58.8 хувьд хүрсэн байна.

*Хүснэгт 5. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц*

Нэвтрүүлгийн гарал үүсэл	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	2010 онд дунджаар	2011 онд дунджаар	Өөрчлөлтийн хувь
<b>1. ӨӨРИЙН БҮТЭЭЛ</b>	<b>61.4</b>	<b>58.8</b>	<b>-2.6</b>
Ивээн тэтгэлгээр хийсэн	2.0	6.5	+4.5
Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн	59.4	52.3	-7.1
<b>2. БИЕ ДААСАН УРАН БҮТЭЭЛ /СТУДИ/</b>	<b>6.7</b>	<b>4.6</b>	<b>-2.1</b>
<b>3. ОРЧУУЛГЫН БҮТЭЭЛ</b>	<b>22.2</b>	<b>21.8</b>	<b>-0.4</b>
<b>3. ХАМТАРСАН БҮТЭЭЛ</b>	<b>2.5</b>	<b>11.7</b>	<b>+9.2</b>
Төлбөрт буюу захиалгат	0.7	2.3	+1.6
Ивээн тэтгэлгээр хийсэн	1.2	8.7	+7.5
Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн	0.6	0.7	+0.1
<b>4. СОЛИЛЦООНЫ БҮТЭЭЛ</b>	<b>0</b>	<b>0.3</b>	<b>+0.3</b>
<b>5. ТОДОРХОЙГҮЙ</b>	<b>6.8</b>	<b>2.9</b>	<b>-3.9</b>
<i>Нийт</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	

2010 оноос хойш хамтарсан бүтээл буюу ивээн тэтгэлэгт, төлбөрт нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ нэмэгдсэн байна. Мөн гарал үүсэл нь тодорхойгүй, хамтарсан болон телевизийн өөрийн бүтээл боловч хөрөнгийн эх үүсвэр нь тодорхойгүй бүтээлүүд багассан хэдий ч байсаар байна.

Зарим төлбөрт нэвтрүүлгээс дурдвал: “Өөрөөсөө ундарсан эрч хүч” цуврал нэвтрүүлэг мөн “Орон нутгийн оролцоо - тогтвортой хөгжлийн үндэс” нэвтрүүлгийг “Энержи ресурс ХХК”-ний захиалгаар, “Olloo” LED&LCD зурагтын сугалаат худалдааны нээлтийн үйл ажиллагааг харуулсан нэвтрүүлэг, “Монгол Даатгал ХХК”-ний супер хонжворын тохирол, “5 байр 5 азтан” “Юнител групп”-

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

ийн азтан шалгаруулах, “Мобиком корпораци”-н азтан шалгаруулах “Мобилотто”, “Пепси ХХК”-ний саятан тодруулах “1 минут 1 сая” зэрэг нэвтрүүлгийг дурдаж болно.

***Нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгүүдийг ивээн тэтгүүлэх тохиолдол гарсан хэвээр байна.***

Мэдээллийн, хүүхдийн болон танин мэдэхүйн нэвтрүүлгүүдийг Public interest programs буюу нийгэмд хэрэгтэй, нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлэг хэмээн үздэг. Учир нь эдгээр нэвтрүүлгүүд нь нийгмийн оюун санаа, олон нийтийн санаа бодол бүрэлдэн төлөвшихөд чухал ач холбогдолтой учир анхааралдаа авах нь зүйтэй юм.

Хэдийгээр ОНРТ-ийн хуулиар ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлгийн төрөл, хэмжээг хязгаарлаагүй ч олон улсын чиг хандлага, өөрийн итгэл үнэмшил, ОНТ-ийн хэв шинжийг хадгалж үлдэх үүднээс ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлгийн талаар өөрийн редакцийн бодлоготой болох, ингэхдээ нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгүүдийг ивээн тэтгүүлэхээс зайлсхийж, ивээн тэтгэлгийг зөвхөн урлаг, уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлгийн хүрээнд хязгаарлахыг эрхэмлэхийг өмнөх мониторингийн тайлангуудад зөвлөж байсан.

2011 онд мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгийн 12.1 хувь, танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгийн 23.7 хувь нь ивээн тэтгэлэгт буюу төлбөрт нэвтрүүлэг байна. Мөн хүүхэд, залуучуудын нэвтрүүлгийн 18 орчим хувийг ивээн тэтгэлгээр бэлтгэжээ. Ивээн тэтгэлэгт болон төлбөртэй нэвтрүүлэг нь тухайн байгууллагын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ, үйл ажиллагааг сурталчлахад түлхүү анхаарч, танин мэдүүлэх, хараат бусаар мэдээлэх зорилгод нөлөөлөх буюу хязгаарлах магадлалтай байдаг учир энэхүү асуудалд ийн ач холбогдол өгч байгаа юм.

Ивээн тэтгэлэгт нэвтрүүлгээс заримыг дурдвал: “Та хариулахгүй ч байж болно” нэвтрүүлгийг Капитал банк, “Залуу зохион бүтээгч” нэвтрүүлгийг “Талх чихэр ХХК”, “Интерпресс ХХК”, “Кингс кроун ХХК” г.м, “Залуус” хөтөлбөрийг МЗХ, “ЛГБТ төв” ТББ, “Үндэсний дэлгэц” нэвтрүүлгийг “Тэнгэрийн хишиг ХХК”, “Талст” нэвтрүүлгийг “Хаан банк сан”, “ХХ зуун-100 жил” нэвтрүүлгийг “Оюутолгой ХХК”, “Мазаахай” хүүхдийн нэвтрүүлгийг “Витсамо”, “БОСА ХХК”, “Нууц товчоонд нэвтрэхүй” нэвтрүүлгийг “Зэс эрдэнийн хувь” ХХК, “Аз хур” ХХК, Озэки Харумафүжи, “АБА Зан Сан”, “Эрүүл монгол - Эрүүл ирээдүй” нэвтрүүлгийг “UFC групп”, “АСК” нэвтрүүлгийг “UFC групп”, “НАМОХ”, “Интерпресс ХХК”, “БСШУЯ”, “Аз жаргалын эхлэл” нэвтрүүлгийг Монгол туркийн хамтарсан сургууль, “Эмпати төв” гэх мэт.



*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

*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;*

Түүнчлэн улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд” нэвтрүүлгийг ивээн тэтгүүлэх явдал 2011 онд нэмэгджээ. 2010 оны мониторингийн хугацаанд “ММ агентлагийн технологийн түнш” хэмээн “Summit компьютер”-ийн сурталчилгааг тус нэвтрүүлгээр тогтмол явуулж байсан бол 2011 онд үүн дээр нэмэгдэн “Капитал банк”, “Талх чихэр ХХК”, “Говь” ХК, “Юнител” группээр тус хөтөлбөрийг ивээн тэтгүүлж байна. Ингэхдээ нэвтрүүлгийн туршид, эсвэл цаг агаарын мэдээний хэсэгт ивээн тэтгэгчийн логог байршуулах, цаг агаарын мэдээний арын фон дээр байгууллагын бараа бүтээгдэхүүн, үйлдвэрлэх явцыг харуулж байна.



***Хуулиар хориглосон зар сурталчилгаа нэвтэрсэн хэвээр байна.***

*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

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

Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаагаар нэвтрүүлгийн хооронд явсан зар сурталчилгааг тооцоход нийт эфирийн цагийн 0.8 хувийг эзэлж байсан бөгөөд энэ нь 2010 онтой ижил байна. Тийнхүү нэвтрүүлэг хооронд цацсан нийт сурталчилгааны 12 хувь нь арилжааны сурталчилгаа байсан бол 2011 онд энэ

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

үзүүлэлт 43 хувь болж өсчээ. Эдгээр нь “Grundig”, “IT zone”, “Top Net”, “Es-rii”, “Gogo.mn”, “Pepsi”, “Анар жүүс”, “Шинэ сонголт” тавилгын их дэлгүүр, “Номин стандарт”, “Скайтел”, “Юнител”, “Монголын санхүүгийн групп”-ийн сурталчилгаа байлаа.

Арилжааны сурталчилгааны заримыг уран сайхны киноны эхэнд нэвтрүүлэх байдал ажиглагдлаа. Өдөрт 2-3 удаа уран сайхны киног гаргаж байгаа бөгөөд кино бүрийн өмнө “Кино урлагийг дэмжигч Grundig”, “Таны агуу ирээдүйн төлөө Монголын санхүүгийн групп” гэсэн тус бүр нь 10 секунд үргэлжлэх зар сурталчилгаа явж байв.

*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

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

Өмнөх мониторингийн дүнгээр нэвтрүүлэг хооронд явсан сурталчилгааны 24 хувийг нийгмийн шинжтэй сурталчилгаа эзэлж байсан бол энэ онд 43 хувьд хүрсэн байна. Жишээлбэл “Тал түймрээс сэргийлье”, “Мод тарья”, “Эхчүүд, хүүхдүүдэд зориулсан бичил тэжээл”, “Намрын ногоон өдрүүд”, “Хүүхдийн эрхийг хамгаалъя”, “Усаа хамгаалъя” болон “Утааг бууруулах зуух, халаагуур, машины SHP-600 төхөөрөмж” зэрэг сурталчилгааг дурьдаж болно.

Нэвтрүүлэг хооронд явсан зар сурталчилгааны 14 хувь нь “Чөлөөт бөхийн АШТ-ний зар” гм-ийг байршуулсан бусад сурталчилгаа байв.

*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

*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;*

Зар сурталчилгаа нэвтрэх байдлыг цагийн интервалаар авч үзвэл 2010 онд оргил цагт /20:00-21:59/ төвлөрч байжээ. Харин 2011 онд оргил цагаас гадна мөн оргил цагийн өмнөх /18:00-19:59/ болон дараах /22:00-23:59/ цагуудад тархах хандлага ажиглагдаж байна.

График 2. Зар сурталчилгаа нэвтрэх байдал, цагийн интервалаар /хувиар/



Өөрөөр хэлбэл улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн хөтөлбөр болох 20:00 цагийн “Цагийн хүрд” нэвтрүүлгийн дундуур, түүний өмнө болон нэвтрүүлэг дууссаны дараах цагт сурталчилгааг төвлөрүүлж байна.

“Цагийн хүрд” хөтөлбөрийн дундуур явж буй сурталчилгааны 50 хувь нь “Юнител”, “Мах маркет”, “Gogo.mn”, “Summit” зэрэг арилжааны сурталчилгаа байгаа бол 50 хувь нь “Хамгаалалтын бүсээ зүүцгээ”, “Нийгмийн даатгалд хамрагдъя”, “Бүх нийтийн хөдөлмөрийн өдөр”, “ЖДҮГ”, “Хоршоолол” зэрэг нийгмийн шинжтэй сурталчилгаа байна.

Мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур нэвтэрсэн сурталчилгаа нь хөтөлбөрийн нийт үргэлжилсэн хугацааны 1 хувийг эзэлж байсан бөгөөд энэ нь 2010 оноос 1,6 хувиар бага байна.

### **Далд сурталчилгаа буурсангүй.**

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

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

Өмнөх мониторингийн тайланд “Цагийн хүрд” мэдээллийн хөтөлбөрөөр далд сурталчилгаа нэвтрүүлж буйг анхааруулж байсан. Тухайн үед мэдээллийн хөтөлбөрийн санамсаргүй нэг өдөрт дор хаяж нэг далд сурталчилгаа гарч байв.

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

Энэ удаад ч далд сурталчилгааг нэвтрүүлэх байдал буурсангүй. Мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуурх далд сурталчилгаанаас дурдвал:

- “Сэрүүн сервис ХХК” орон сууцны салхивч, агаар сэлгэгч төхөөрөмжийг санал болгож байна 2011.04.27
- Да хүрээ захаас 100%-ийн лизингээр автомашин авах боломжийг “Монголын санхүүгийн групп” олгож байна. 2011.04.28
- Нийгмийн хариуцлагатай “Витафит ХХК” витаминжуулалтын аян зарлаж, С витаминаар баялаг “Зөөлөн” шүүсийг 110 мянган хүүхдэд тараах ажээ. 2011.05.04
- “Эрэл ХХК” бетон зуурмагийг хамгийн хямд үнээр нийлүүлж байна. 2011.05.04
- “Mongolian Star Melchers ХХК” дээр уул уурхай, барилгын салбарын бүх л төрлийн бүтээгдэхүүний бэлэгтэй, хямдралтай худалдаа явагдаж байна 2011.05.04
- “Мобиком корпораци” Үндэсний бичиг үсгийн өдөрт зориулан өдөртөө 25 мянган хүн үйлчлүүлдэг Теди төвд үзэсгэлэн гаргажээ. 2011.05.06
- Олон улсын нэр хүндтэй байгууллагуудаас Монголын №1 банк гэсэн үнэлгээ авч буй “Хаан банк”-ны талархлын баярын азтанууд тодорлоо. 2011.05.07
- Айл гэрийн гал голомтыг урладаг “Kitchen all” сүлжээ дэлгүүр залуу хосуудад “Hansa” брэндийн цахилгаан зуухыг бэлэглэлээ. 2011.09.09

# ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ

## ИРГЭДЭД ИЖИЛ ТЭГШ ҮЙЛЧЛЭХ БАЙДАЛ

**ОНТ-ийн шалгуур:** Иргэдийн ОНТ-ээр үйлчлүүлэх эрхийг ижил тэгш хангана. Ингэхдээ

- Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр
- Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж
- Агуулгын өргөн хүрээг эрхэмлэн хангаж ажиллана

### 2.1 НЭВТРҮҮЛГИЙН ОЛОН ХЭЛБЭР

*Нийгмийн ашиг сонирхлын нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ өсчээ.*

ОНТ-ийн хөтөлбөрт 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 нийгмийн ашиг сонирхлын буюу мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлэгт зориулах чиг баримжаатай байхыг өмнөх мониторингийн тайлангуудад зөвлөж байв. Учир нь урлаг, уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлэг нь мэдээллийн нэвтрүүлгээс илүү “ашигтай”-д тооцогддог тул арилжааны телевизүүд зугаацуулан цэнгүүлэх төрлийн нэвтрүүлэгт илүү их анхаарал хандуулах хандлагатай байдаг. Харин Олон нийтийн телевиз энэхүү чиг хандлагыг тэнцвэржүүлж, нийгмийн оюун санаанд хэрэгтэй бөгөөд тустай нэвтрүүлгийн хувь хэмжээг хөтөлбөрийн бодлогын түвшинд анхаарч байх нь нийтийн эрх ашигт нийцнэ.

2007 онд МҮОНТ-ийн мэдээлэх зорилго бүхий нэвтрүүлэг нийт эфирийн цагийн 45.6 хувийг эзэлж байсан бөгөөд энэ үзүүлэлт 2010 онд 39.5 хувьд хүрч буурсан тохиолдол гарч байв. Үүнтэй холбоотой цэнгээн зугаацуулах хэлбэрийн нэвтрүүлгээс аль болох татгалзаж, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийг

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

нэмэгдүүлэхийг зөвлөж байв. Харин 2011 онд тус нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ 47.7 хувь болж нэмэгдсэн эерэг үзүүлэлт гарчээ. Энэ нь шинжлэх ухаан, түүх, танин мэдэхүйн баримтат киног ихээр гаргах болсон, бусад мэдээллэх хэлбэрийн нэвтрүүлгийн тоо өссөнтэй холбоотой байна.

Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлэг дотор дүн шинжилгээ бүхий баримтат нэвтрүүлэг, телесэтгүүл, үйл явдлын тайлбар нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ бага зэрэг буурсан үзүүлэлттэй байна. Дэлгэрэнгүйг Хүснэгт 6-аас харна уу.

*Хүснэгт 6. МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хэлбэр, 7 хоногийн дундаж үзүүлэлт*

Нэвтрүүлгийн хэлбэр	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2011 онд дунджаар
<b>1. МЭДЭЭЛЛИЙН</b>	<b>45.6</b>	<b>39.5</b>	<b>47.7</b>
Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр	15.5	16.5	17
Телесэтгүүл	9.5	4.9	3.5
Үйл явдлын тайлбар	6.8	2.8	1.6
Баримтат нэвтрүүлэг (Дүн шинжилгээний)	3.7	6.6	4.3
Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн	4.1	2.8	4.7
Лекц, Яриа, Танилцуулга	2.1	0.3	0.4
Баримтат драм	3.4	3.1	6.4
Ярилцлага, тодруулга	-	-	2.6
Бусад мэдээллэх хэлбэрийн	0.5	2.5	7.4
<b>2. ЦЭНГЭЭНТ / ШОУ</b>	<b>9.9</b>	<b>18.8</b>	<b>16.8</b>
Ток шоу, ярилцлага	2	2.5	2
Тоглоомт шоу	1.7	1.8	1.4
Багийн хөгжөөнт шоу	1.1	1.9	1.1
Хошин шог	0.1	0	0
Реалити шоу	3.7	1.7	0.7
Бусад цэнгээх хэлбэрийн	1.2	11	11.6
<b>3. ЖҮЖИГ, ЗОХИОЛ, УРАН САЙХНЫ</b>	<b>28.4</b>	<b>25.4</b>	<b>23.1</b>
Уран сайхны кино	23	21.3	19.9
Уран сайхны жүжиг	0.9	1.8	0.4
Зохиомж, үлгэр	1.1	1.4	2.3
Хүүхэлдэйн кино	2.3	0.7	0.5
Бусад жүжиг, уран зохиол, уран сайхны	1.2	0.2	0

<b>4. УРЛАГИЙН ТОГЛОЛТ</b>	<b>7.3</b>	<b>3.1</b>	<b>2.2</b>
Гоцлол тоглолт	1.6	0	1.5
Ансамбль	1.6	0.5	0
Холимог	1.1	1.8	0.7
Урлагийн бусад тоглолт	3.1	0.8	0
<b>5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА</b>	<b>0.9</b>	<b>0.8</b>	<b>0.8</b>
Зар сурталчилгаа	0.9	0.8	0.8
<b>6. БУСАД ХОЛИМОГ</b>	<b>7.8</b>	<b>12.4</b>	<b>9.6</b>
Бусад холимог хэлбэр	7.8	12.4	9.6
<b>Нийт</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Зугаацуулан цэнгүүлэх зорилго, хэлбэр бүхий нэвтрүүлгийн тухайлбал жүжиг, зохиол, уран сайхны кино, урлагийн тоглолт, цэнгээнт болон холимог нэвтрүүлгийн эфирийн цагт эзлэх хувь хэмжээ нийтдээ найм орчим хувиар буурсан байна.

**Оргил цагаар нэвтрэх цэнгээнт нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ өсчээ.**

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

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

Гурван удаагийн мониторингоос харахад 2007 оноос хойшхи хугацаанд мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ аажмаар нэмэгдэж, харин зугаацуулан цэнгүүлэх нэвтрүүлэг багасч буй хандлага ажиглагдаж байна.

Хүснэгт 7. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, зорилгоор

<b>Нэвтрүүлгийн зорилго</b>	<b>Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь</b>		
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2011 онд дунджаар
1. МЭДЭЭЛЭХ	27.0	34.1	35.9
2. ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ	13.1	15.2	17.3
3. ЦЭНГЭЭН ЗУГААЦУУЛАХ	45.1	44.9	38.9
4. ӨӨРИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СУРТАЛЧИЛГАА	0.5	1.0	0.9

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	0.9	0.8	0.8
6. БУСАД ХОЛИМОГ	13.4	4.2	6.2
<b>Нийт</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгийн 46.2 хувь нь цэвэр мэдээ буюу 11:00, 13:00, 15:00, 18:00 цагийн мэдээний хөтөлбөр, “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 нэвтрүүлэгт “Алтан язгуур”, “Ариусахуйн Гүмүда”, “Аяллын цаг”, “Үндэсний хэл бичиг соёл”, “Урлагийн сүлжээ”, “Хүннү гүрэн”, “ХХ зуун-100 жил”, “Шинжлэх ухааны баримтаг дэлгэц”, “Шинжлэх ухаан танин мэдэхүй”, “Эко ертөнц” зэрэг нэвтрүүлгүүд багтаж байна. Мөн “Залуу зохион бүтээгч”, “Нууц товчоонд нэвтрэхүй” зэрэг танин мэдүүлэх, цэнгээнт нэвтрүүлэг гарчээ.

Цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлгийн 60 орчим хувийг уран сайхны болон хүүхэлдэйн кино, жүжиг эзэлж байна. Бусад цэнгээн зугаацуулах зорилго бүхий нэвтрүүлгүүд нь “1 минут 1 сая”, “Heу Heу”, “АСК”, “Music station” гэх мэт тогтмол гардаг болон “Мисс Монголиа” зэрэг цаг үеийн шинжтэй нэвтрүүлгүүд байна.

2010 оны мониторингоор оргил цагаар буюу 20:00-22:00 цагийн хооронд цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлэг цацах нь 2007 онтой харьцуулбал эрс багассаныг сайшаан тэмдэглэж байв. Учир нь үндэсний хэмжээнд цацагдаж, олон нийтээс санхүүждэг телевизийн хувьд эфирийн хамгийн үнэтэй цаг нь оргил цаг мөн бөгөөд энэ цагаар ашгийн төлөө ажилладаг арилжааны телевизуудээс ялгарч, мэдээлэх, танин мэдүүлэх, нийгэм дэх тулгамдсан асуудлыг хэлэлцүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлгүүдийг цацаж байхын чухлыг өмнөх судалгааны тайлантай холбоотойгоор зөвлөж байсан.



График 3. МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн зорилго, оргил цагаар /эзлэх хувиар/



Гэтэл 2011 онд оргил цагаар цэнгээнт нэвтрүүлэг цацах хандлага эрс нэмэгдэж, 3.8 хувиас 11.5 хувьд хүрчээ. Тухайлбал ажиглалтын хугацаанд “Амьдралд тавтай морил” УСК болон “Мисс Монголиа” цэнгээнт нэвтрүүлгийг оргил цагаар гаргаж байв.

**Мэдээллийн хөтөлбөрт сэтгүүлзүйн бичлэгийн олон төрөл зүйлийг ашиглахгүй байна**

МҮОНТ-ийн нэгж мэдээ тус бүрийг сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл зүйлээр ангилан харвал дийлэнх нь буюу 59.1 хувь нь мэдээ байна. Өмнөх онуудтай харьцуулахад мэдээний эзлэх хувь хэмжээ нэлээд буурсан нь Цагийн хүрд хөтөлбөрт Спортын мэдээ хамрагдахгүй болсонтой холбоотой.

График 4. Мэдээний төрөл зүйл\*



**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

Өмнөх мониторингийн дүнгээр Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт ярилцлага, тойм тайлбар, асуудал хөндсөн баримтат нэвтрүүлэг зэрэг бусад бичлэгийн төрөл зүйлийг ашиглах нь цөөн байгаа бөгөөд асуудлыг задлан шинжилсэн, эрэн сурвалжилсан, шийдлийг эрэлхийлсэн дүн шинжлэлт бүтээл дутагдалтай байгааг сануулж байсан. Энэ удаад ч өмнөх байдал өөрчлөгдсөнгүй. Харин зар сурталчилгаа хийгээд бусад төрлийн мэдээлэл нэмэгдсэн байна.

## **2.2 ХАНДАЖ БУЙ БҮЛГИЙН ОЛОН УРГАЛЬЧ БАЙДАЛ**

*Хүүхэд, өсвөр үеийнхэнд болон нийгмийн цөөнхөд хандсан нэвтрүүлгийн цаг өссөн байна.*

*“ОНРТ-ийн хууль”-иас:*

*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*

**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 бусдаасаа ялгарах бүлэг зэрэг багтаж болно.

2007, 2010 онд МҮОНТ-ийн эфирийн цагийн 80 орчим /80.7-78.6/ хувийг нийт үзэгчдэд зориулсан нэвтрүүлэг эзэлж байсан бол 2011 онд 86.2 хувьд хүрч нэмэгджээ.

2010 оны мониторингийн тайланд МҮОНТ-д хүүхдийн нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ харьцангуй өндөр байгаа хэдий ч ихэнх нь бага насны буюу 11-ээс доош насныханд зориулсан нэвтрүүлэг байгааг шүүмжилж байсан. Тэгвэл 2011 онд бага насныханд зориулж бэлтгэдэг “Мазаахай”, “Маамуу нааш ир” зэрэг нэвтрүүлгээс гадна өсвөр үеийнхэнд зориулсан “Дараагийн хуудас”, “Талст” зэрэг нэвтрүүлгүүдийг нэмсэн байна.

Хүснэгт 8. МҮОНТ-ийн 8 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, зорилтот бүлгээр

Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2011 онд дунджаар
<b>1. НИЙТ ҮЗЭГЧДЭД ЗОРИУЛСАН</b>	<b>80.7</b>	<b>78.6</b>	<b>86.2</b>
Нийт үзэгч	80.7	78.6	91.2
<b>2. НАСНЫ БҮЛЭГ</b>	<b>17.1</b>	<b>17.7</b>	<b>11.3</b>
11 хүртэлх насны хүүхдүүдэд зориулсан	2.6	1.7	2.6
12-15 насны хүүхдүүдэд зориулсан	1.4	0	0.3
16-18 насны хүүхдүүдэд зориулсан	1	0	0.1
Бүх насны хүүхдүүдэд зориулсан	0	3	2.2
Холимог насны бүлэгт зориулсан	3.5	4.6	0.2
Залуучууд, насанд хүрэгсдэд зориулсан	8.6	8.4	5.3
<b>3. НИЙГМИЙН ЦӨӨНХӨД ЗОРИУЛСАН</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>	<b>1.6</b>
Үндэстэн, ястан	0.2	0.2	0.2
Шашны бүлэг	0.2	0	0.6
Хэлний бүлэг	0.4	0.4	0.9
<b>4. АЖИЛ МЭРГЭЖЛИЙН БҮЛЭГТ ЗОРИУЛСАН</b>	<b>0.3</b>	<b>1.7</b>	<b>0.8</b>
Малчид, тариаланчдад	0.3	0.9	0.4
Мэргэжлийн бусад бүлэгт	0	0.8	0.4
<b>5. ТУСГАЙ БҮЛЭГТ ЗОРИУЛСАН</b>	<b>0.3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд	0.3	0	0
<b>6. ЖЕНДЕР</b>	<b>0</b>	<b>0.2</b>	<b>0</b>
Эрэгтэй / Эмэгтэй	0	0.2	0
<b>7. ГАЗАР ЗҮЙН БҮЛЭГ</b>	<b>0.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.2</b>
Орон нутгийн иргэдэд зориулсан	0.1	0.9	0.2
Гадаадын иргэдэд зориулсан	0	0.2	0
<b>8. БУСАД</b>	<b>0.9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Бусад	0.9	0	0
<b>Нийт</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Харьцангуй тогтвортой гардаг байсан залуучуудад зориулсан “Залуус” нэвтрүүлэг мониторингийн хугацаанд нэг л удаа гарчээ. Залуучуудад зориулсан энэ мэт нэвтрүүлгийг цаашид тогтвортой гаргахыг зөвлөж байна.

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

Үндэстний цөөнхөд зориулан гаргадаг “ТВ-Толхын” нэвтрүүлэг өмнөх жилийн адил тогтмол гарч байсан бөгөөд 2011 онд үндэстний цөөнхөд хандсан 2-р сувагтай болж, нийтлэл нэвтрүүлгээ түгээж эхэлснийг сайшаан дэмжиж байна.

Малчид, тариаланчдад зориулсан “Эргэх дөрвөн цаг”, “Ногоон хөгжил” нэвтрүүлгүүд гарч байна. Орон нутгийн иргэдэд зориулсан “Тогтвортой амжиргаа”, “Та санаачил, бид дэмжье”, Улаанбаатар хотын иргэдэд зориулсан “Цэвэр агаар мэдээллийн хөтөлбөр” тус тус нэвтэрчээ. Гадаадын иргэдэд болон эмэгтэйчүүдэд зориулсан нэвтрүүлэг гарсангүй. “Эргэх дөрвөн цаг”, “Тогтвортой амжиргаа” зэрэг нэвтрүүлгүүд тогтмол давтамжтай гарч байгаа ч ажиглалтын үеэр өмнө нь гарч байсан цаг үеийн шинжтэй, нэг удаагийн нэвтрүүлэг цацаагүйтэй холбоотой юм.

Хэдийгээр хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд тусгайлан зориулсан нэвтрүүлэг гарахгүй байгаа ч улс орны шинжтэй мэдээллийн хөтөлбөр болон “Цагийн хүрд”-ийг дохионы хэлтэйгээр тогтмол нэвтрүүлж байгаа нь МҮОНТ-ийн бусад арилжааны телевизүүдээс ялгарах онцлог хэвээр байна. Цаашид нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн асуудлаар мэдээлэх зорилго бүхий бусад зарим нэвтрүүлгийг дохионы хэлээр нэвтрүүлж байх зөвлөгөөг энэ удаа давтан хүргэж байна.

Уран сайхны кинонд насны бүлэгт харгалзуулсан таних тэмдэглэгээг өмнө ашиглаж байсан бол 2011 онд ийм тэмдэглэгээ ашигласангүй.

## 2.3 АГУУЛГЫН ӨРГӨН ХҮРЭЭ

“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.

МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн агуулгын хүрээг дараах 3 түвшинд тодорхойллоо.

- Нэвтрүүлгийн хөтөлбөрийн бүтэц дэх агуулга
- Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн агуулга
- Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулга

**МҮОНТ-ийн нэвтрүүлэг агуулгын өргөн цар хүрээг хамарч байна.**

Нэвтрүүлгийн бүтцийн мэдээллээс харахад 2007, 2010 онуудад дотоод үйл явдал, улс төр, нийгэм, эдийн засгийн асуудал хөндсөн нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ давамгайлж байв. Энэ байдал 2011 онд ч давтагдсан бөгөөд ийм агуулга бүхий нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ 6.8 хувиар нэмэгдсэн дүн гарчээ.

Хүснэгт 9. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, агуулгаар

Нэвтрүүлгийн агуулга	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	2007 онд дунджаар	2010 онд дунджаар	2011 онд дунджаар
<b>1. УРАН САЙХНЫ БУС, МЭДЭЭЛЛИЙН</b>	<b>39.7</b>	<b>43.1</b>	<b>49.8</b>
Дотоод үйл явдал	18.2	15.7	19.2
Хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдэв	1.3	0.3	0.2
Улс төр, нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлэг	6.0	8.2	8.7
Шашин гүн ухааны	0	0.6	0.6
Боловсрол	3.7	4	4.8
Урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл	1.1	4.8	3.1
Түүх, хүмүүнлэгийн	2.2	3.6	5.3
Шинжлэх ухаан, технологи	1.8	1.2	3.4
Анагаах ухаан, эрүүл мэндийн	0.9	0.7	1.1
Байгаль, хүрээлэн буй орчны	2.4	2.5	2.0
Үйл явдал тохиолдол /ойн баяр, яармаг, худалдаа гм/	0.1	0.6	1.6

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

Дэд бүтэц, харилцаа холбоо	0	0.2	0
Хүний сонирхол /хов, цуурхал, шар мэдээ/	0.7	0.3	0
Бусад мэдээллийн агуулгатай	1.4	0.4	0
<b>2. ЧӨЛӨӨТ ЦАГ, СОНИРХОЛ, АМЬДРАЛЫН ХЭВ МАЯГ</b>	<b>3.4</b>	<b>3.3</b>	<b>4.7</b>
Нийт үзэгчдэд хандсан зөвлөгөө	0.1	0.1	0.2
Компьютер технологи	0	0	0
Хоол, хүнс	0	0	0.6
Гэр ахуй, цэцэрлэг	0	0	0
Сонирхол	0	0	0
Машин, техник	0.1	0	0
Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл	0.4	0.6	2.7
Аялал жуулчлал	0.7	1.2	0.6
Бусад чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг	1	1.4	0.8
<b>3. СПОРТЫН БҮХ ТӨРӨЛ</b>	<b>4.1</b>	<b>6.8</b>	<b>3.1</b>
Үндэсний спорт	0.8	0.6	0.7
Олон улсын спорт	2.3	6.1	0
Дотоодын тэмцээн, уралдаан	-	-	2.4
Бусад спортын	0.6	0.1	0
<b>4. УРАН САЙХНЫ</b>	<b>25.1</b>	<b>23.4</b>	<b>21.0</b>
Кино	24.5	21.6	20.6
Жүжиг	0.7	1.8	0.4
<b>5. АМРАЛТ, ЦЭНГЭЭН</b>	<b>5.4</b>	<b>4.5</b>	<b>5.0</b>
Асуулт хариулт, тааварт болон маргаант тэмцээн	1.2	1.4	1.8
Танилцах	0	0	0
Реалити шоу	3	1.7	0
Яриа хөөрөө	0.2	0	0
Хошин шог	0	0	0
Тоглоомын	0.6	1.3	0.2
Бусад амралт, наргиан, цэнгээний	0.3	0	3.1
<b>6. ХӨГЖМИЙН</b>	<b>7.9</b>	<b>4.6</b>	<b>5.4</b>
Үндэсний хөгжмийн	0.8	0.8	1.8
Нийтийн хөгжмийн	3.2	1.8	1.0

Сонгодог хөгжим	0.6	0.2	0.2
Хөгжмийн бусад	3.2	1.9	2.5
<b>7. БУСАД ХОЛИМОГ</b>	<b>14.5</b>	<b>14.3</b>	<b>11.2</b>
Бусад мэдээлэл	14.5	14.3	11.2

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

8.2. Олон нийтийн радио, телевиз хөтөлбөрөө бэлтгэж түгээхдээ дараах 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

Түүх хүмүүнлэгийн, шинжлэх ухаан технологийн, чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, амралт цэнгээн, хөгжмийн нэвтрүүлгийн эфирийн нийт цагт эзлэх хувь хэмжээ нэмэгджээ.

“Шинжлэх ухааны баримтат дэлгэц” нэвтрүүлэг, мөн шинжлэх ухаан, технологи, түүх хүмүүнлэгийн сэдэвт баримтат киног олон давтамжтайгаар гаргасантай холбоотой тус ангиллын нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ өссөн байна. “Юнител”, “Мобиком”, “Хаан банк”, “Монгол даатгал” гэх зэрэг бизнесийн байгууллагуудын азтан шалгаруулах нэвтрүүлгийг дамжуулах болсоноор үйл явдал, тохиолдол /ойн баяр, яармаг, үзэсгэлэн худалдаа/-г хамарсан сэдэвт мэдээллийн хувь хэмжээ нэмэгджээ. Мөн аль нэг салбарт амжилт гаргаж яваа алдартан, зүтгэлтний амьдралыг сурвалжилсан “Мартагдашгүй ачтан”, “Үгүйлэн санана” зэрэг нэвтрүүлгүүд гарсан нь хувь хүний амьдралын хэв маяг сэдэвт мэдээлэл өсөхөд хүргэжээ.

Харин спортын болон уран сайхны, бусад агуулгат нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ өмнөх онтой харьцуулахад буурсан байна.

**Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт нийгмийн асуудлыг тусгасан, асуудал хөндсөн, эрэн сурвалжилсан мэдээлэл харьцангуй ховор байна.**

Мэдээллийн хөтөлбөрт багтсан нэгж мэдээ бүрийг давтамж ба үргэлжилсэн хугацаагаар нь авч үзвэл эдийн засаг, олон улсын үйл явдал ба чиг хандлагыг агуулсан мэдээлэл дийлэнх хувийг эзэлж байна.

Үргэлжилсэн хугацаагаар нь өмнөх онтой харьцуулан авч үзвэл улс төр, хэвлэл мэдээлэл ба үйл явдал, тохиолдлын тухай мэдээллүүд нэмэгджээ.

Улс төрийн сэдэвт мэдээлэлд улс төрийн намуудын хөдөө орон нутагт зохион

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

байгуулж буй аян, иргэний хөдөлгөөн, холбоодын үйл ажиллагаа, ерөнхийлөгч, сайд нар, УИХ-ын гишүүдийн иргэдтэй хийсэн уулзалт, тойрогтоо ажилласан тухай мэдээллүүд багтаж байна. Өмнөх онуудтай харьцуулахад иргэний холбоо хөдөлгөөн, намуудын үйл ажиллагааны тухай мэдээллийг ихээр нэвтрүүлсэн нь тус сэдэвт мэдээлэл нэмэгдэхэд хүргэжээ.

*Хүснэгт 10. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр, түүний сэдэв, хөндсөн асуудлууд /давтамж, цагаар/*

№	Мэдээний сэдэв	Мэдээний эфирийн нийт цагт эзлэх хувь			Нийт мэдээний тоонд эзлэх хувь		
		2007	2010	2011	2007	2010	2011
1	Хүрээлэн буй орчин	5.2	5.9	6.6	3.8	4.4	5.3
2	Улс төр	20.2	7.8	<b>14.6</b>	14.6	8.5	8.5
3	Эдийн засаг	<b>14.1</b>	<b>15.4</b>	<b>17.0</b>	9.0	<b>22.1</b>	<b>11.4</b>
4	Боловсрол	5.2	3.1	5.0	4.0	3.8	3.9
5	Эрүүл мэнд	4.5	2.5	2.9	3.5	2.9	2.0
6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	4.2	2.7	2.1	5.1	3.7	1.5
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	<b>15.5</b>	<b>22.8</b>	<b>23.7</b>	<b>31.4</b>	<b>11.7</b>	<b>32.4</b>
8	Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спорт	<b>3.2</b>	<b>14.1</b>	1.3	<b>3.1</b>	<b>15.2</b>	1.2
9	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн, үйл явдал, тохиолдол	5.2	4.4	<b>15.7</b>	4.1	4.7	<b>12.1</b>
10	Хүний сонирхол	0.4	0.4	2.5	0.5	0.2	2.2
11	Шинжлэх ухаан, технологи	1.7	0.9	0.9	1.5	0.8	0.7
12	Нийгмийн асуудал	9.8	7.6	4.8	6.8	9.9	3.2
13	Зар сурталчилгаа	0.4	2.6	1.1	0.6	0.9	4.8
14	Бусад	10.4	9.8	1.7	13.3	9.9	10.8
<b>Нийт</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

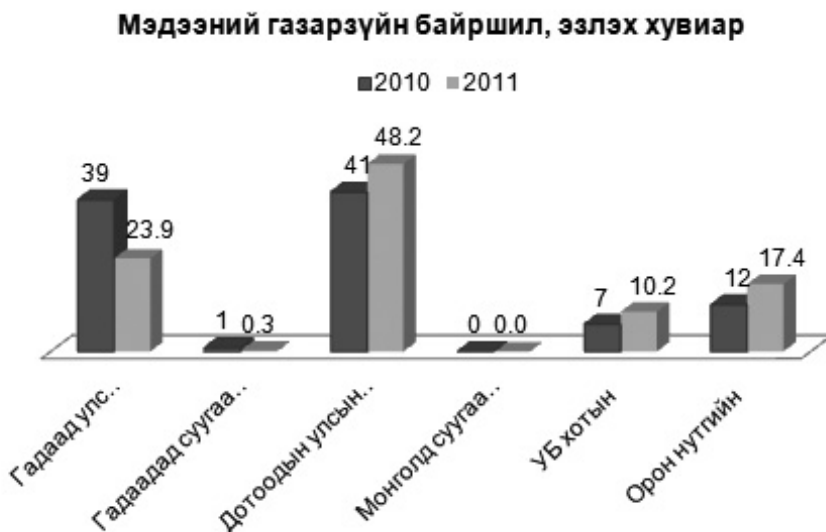
Мэдээний давтамж, үргэлжилсэн хугацаагаар нь харьцуулсан дүнгээс харахад МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрт нийгмийн асуудлыг тусгах нь багассан байна. Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спортын сэдэвт мэдээлэл огцом буурсан нь Цагийн хүрд нэвтрүүлэгт спортын мэдээг хамруулаагүйтэй холбоотой. Мөн цаг агаарын мэдээг хамруулсантай холбоотой бусад гэсэн ангиллын давтамж өндөр гарчээ.



Эдийн засгийн сэдвийн хүрээнд төсөв мөнгөний бодлого, уул уурхай, ашигт малтмал, үнэт цаас хувьцаа, мөнгөний ханш, мал төллөлт, ургац хураалтын талаарх сэдвийг илүүтэй хөнджээ.

Мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтэрч буй мэдээг газар зүйн байршлаар нь авч үзвэл мэдээний дийлэнх нь дотоодын, улсын хэмжээний мэдээлэл байна. 2010 онтой харьцуулахад улсын хэмжээний болон УБ хотын, орон нутгийн мэдээлэл тус бүр нэмэгдэж гадаад улс орон дэлхий дахины, гадаадад суугаа монголчуудын талаарх мэдээлэл буурсан дүнтэй байна.

График 5. Мэдээний газар зүйн байршил, эзлэх хувиар



Хөдөө орон нутгийн тухай, тэдний аж амьдрал, ахуйн асуудлыг хөндсөн мэдээлэл өмнөх онтой харьцуулахад 12 хувиас 17.4 хувь хүрч нэмэгджээ. Мэдээний агуулгын хувь урьдын адил цаг үеийн шинжтэй ургац хураалт, малын ашиг шимийн тухай мэдээлэл, мөн эмнэлэг, сургуулийн үйлчилгээ, байр савтай холбоотой мэдээллүүд байна. Гэвч хөдөө орон нутгийн мэдээллийг бэлдэхдээ ихэвчлэн Сайд нар, УИХ-ын дарга, гишүүдийн хөдөө орон нутаг, тойрогтоо хийсэн айлчлал, эс бөгөөс МАН болон АН-ын хөдөө орон нутагт хийж буй аяны хүрээнд бэлдсэн мэдээлэл байгаа нь анхаарал татаж байна.

Өмнөх мониторингоороо бид мэдээллийн хөтөлбөрт багтах нэгж мэдээний үргэлжлэх хугацаа олон улсын дундаж жишгээс 2-3 дахин урт байгааг дурдаад товч мэдээнд урт хугацаа зарцуулж буй нь мэдээллийн хөтөлбөрийн чанар, мэдээллийн багтаамжийн талаарх сайнгүй үзүүлэлт гэдгийг анхааруулж байсан. Гэтэл энэ удаад ч өөрчлөлт гарсангүй, нэгж мэдээний үргэлжлэх хугацаа урьдын адил 125 секунд орчим үргэлжилсэн хэвээр байна.

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

Түүнчлэн мэдээллийн хөтөлбөр бүрээр өмнөх хөтөлбөрөөр үзүүлсэн мэдээг дахин давтан үзүүлэх байдал нь мэдээний үнэ цэнэ, шуурхай байдлыг алдагдуулж байна. Тухайлбал өдрийн 13:00 цагийн Мэдээллийн хөтөлбөрөөр үзүүлсэн мэдээг 20:00 цагийн “Цагийн хүрд” хөтөлбөрөөр, 20:00 цагийн “Цагийн хүрд” хөтөлбөрөөр үзүүлсэн мэдээг “Үдшийн мэдээ”-гээр давтан гаргахын оронд хөндөгдөөгүй бусад сэдэв, асуудлыг хөндөж, мэдээллийн хөтөлбөрийг нэг талаар шуурхай, нөгөө талаар илүү баялаг болгохыг зөвлөж байна.

***Мэдээллийн шинжтэй бусад нэвтрүүлэгт цаг үеийн тулгамдсан асуудлыг түлхүү хөндөж байна.***

Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгээр хөндсөн сэдвийг үргэлжилсэн хугацаагаар нь хэмжиж үзвэл сүүлийн хоёр жилд нийгмийн асуудал, эдийн засаг, хүрээлэн буй орчинтой холбоотой сэдэв давамгайлж байна. Эдийн засгийн сэдэвт мэдээлэл өмнөх оноос 17 орчим хувиар буурсан ч зонхилох сэдвийн нэг хэвээр байна.

2010 онтой харьцуулахад улс төр, боловсрол, гэмт хэрэг шударга ёс, хэвлэл мэдээлэл, урлаг соёлыг хамарсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ нэмэгджээ. Энэ нь мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулга, хамрах хүрээ өргөжин тэлж байгааг харуулж байна.

*Хүснэгт 11. Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн сэдэв, үргэлжилсэн хугацаагаар*

Д/д	Агуулга	Эфирийн цаг (Хувь)		
		2010	2011	Өөрчлөлтийн хувь
1	Хүрээлэн буй орчин	10.7	12.0	+1.3
2	Улс төр	9.4	11.4	+2.0
3	Эдийн засаг	35.0	17.2	-17.8
4	Боловсрол	3.5	10.4	+6.9
5	Гэмт хэрэг, шударга ёс	8.1	10.9	+2.8
6	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн, урлаг соёл	0.8	2.4	+1.6
7	Шинжлэх ухаан, технологи	0.6	0	-0.6
8	Нийгмийн асуудал	31.9	35.7	+3.8
<b>Нийт</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Эдгээр нэвтрүүлэг нь цаг үеийн, тулгамдсан, шийдлээ хүлээж буй асуудлыг хөндөж, тухайн асуудлыг задлан шинжилж, гарах гарцыг хайж буйгаараа онцлог байж илүү олон талт байр суурь, мэдээллийг хүргэж чадаж байна.

Тухайлбал: “Нээлттэй хэлэлцүүлэг” нэвтрүүлгээр хичээлийн шинэ жил эхэлж буйтай холбогдуулан “Боловсролын шинэчлэлд иргэдийн оролцоо”, “Үйлдвэрлэлийн ослын улмаас амь үрэгдсэн ажилтны дурсгалыг хүндэтгэх өдөр”-ийг тохиолдуулан МУ-ын нөхцөл байдлын талаар албаны, иргэний нийгмийн байгууллагынхан болон иргэдийн дунд хэлэлцүүлэг хийж байв.

“Парламентын хэлэлцүүлэг” нэвтрүүлгээр тухайн үед парламентын түвшинд ярьж, хэлэлцэж эхэлж байсан “МУ-ын ерөнхийлөгчийн зүгээс санаачилсан дээд боловсролын санхүүжилт, суралцагсдын цалин, тэтгэмж, тэтгэлэг, нийгмийн баталгааны тухай хуулийн төсөл”, “Алслагдсан болон говийн бүсийн нэмэгдэл, хөнгөлөлт бий болгох тухай хуулийн төсөл”-ийн талаар, энэ хуулийг гаргахдаа УИХ ямар зарчим баримтлах, ямар зохицуулалт хийвэл зохих талаар санал бодол хуваалцсан нэвтрүүлэг байлаа.

Мөн “Зохиогчийн хөтөлбөр” буюу “Бодлогогүй бодлого” нэвтрүүлгээр утаа, хог хаягдал, хөрсний бохирдол, хот төлөвлөлт, газар олголт, ажилгүйдэл, ядуурал зэрэг асуудлын үүрүүлэх эзэн болоод буй гэр хорооллын асуудал, усны асуудлыг хөндөж байв.

## **МОНИТОРИНГИЙН ДҮГНЭЛТ**

### **Эерэг өөрчлөлт, хандлага**

- 2010 онд МҮОНТ-ээр нэвтрүүлсэн мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн 90 гаруй хувь нь баримтад тулгуурласан, сэтгүүлчийн хувийн дүгнэлт, үзэл бодол ороогүй байсан бол 2011 онд энэ үзүүлэлт 94 хувьд хүрсэн эерэг үр дүн гарчээ. Энэ нь ОНТ гэдэг утгаараа бусад арилжааны телевизүүдэд үзүүлбэл зохих үлгэр дууриаллын нэг мөн.
- Гурван удаагийн мониторингоос харахад 2007 оноос хойшхи хугацаанд мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ аажмаар нэмэгдэж, харин зугаацуулан цэнгүүлэх нэвтрүүлэг багасч буй хандлага ажиглагдаж байна.
- Хүүхэд залуучууд, үндэстний цөөнх, монгол дахь гадаад иргэд, хөдөөгийн иргэд гэх зэргээр нийгмийн хэсэг бүлгийн хэрэгцээ шаардлагыг тусгайлан хангах зорилго бүхий нэвтрүүлэг тогтмол цацагдаж байна. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгийн насны ангилал нарийсч, бага насны хүүхдүүдэд зориулсан нэвтрүүлгээс гадна өсвөр үеийнхэнд зориулсан нэвтрүүлгийг нэмэх хандлага ажиглагдав. 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 хэвээр байна.
- МҮОНТ-ийн нэвтрүүлэг агуулгын өргөн цар хүрээг хамарч чадаж байгаа бөгөөд ерөнхийдөө улс төр, нийгэм, эдийн засаг, дотоод ба олон улсын үйл явдлыг хамарсан мэдээ, нэвтрүүлэгт анхаарлаа түлхүү хандуулж байна.
- МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрөөс илүүтэйгээр мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлэг нь цаг үеийн, тулгамдсан, шийдлээ хүлээж буй асуудлыг хөндөж, тухайн асуудлыг задлан шинжилж, гарах гарцыг хайж буйгаараа онцлог байж, илүү олон талт байр суурь, мэдээллийг хүргэж чадаж байна.

### **Сөрөг үзүүлэлт**

- Улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн хөтөлбөр болох “Цагийн хүрд” нэвтрүүлгийг ивээн тэтгүүлэх явдал 2011 онд нэмэгджээ.
- Эх сурвалжгүй болон нэг эх сурвалжтай мэдээ нийт мэдээний 38 хувийг эзэлж байна. Өөрөөр хэлбэл бараг гурван мэдээ тутмын нэг нь нэг бол баталгаагүй, эс бөгөөд нэг талын эх сурвалжид тулгуурласан байна.
- Нэгж мэдээн дэх эх сурвалжийн тоо нэмэгдсэн хэдий ч олон талыг тэр бүр

төлөөлж чадахгүй байна. УИХ, засгийн газар, төрийн албан тушаалтныг буюу шийдвэр гаргагчдыг эх сурвалж болгон ашиглах явдал түгээмэл хэвээр байгаа бол тухайн шийдвэр, өөрчлөлтийн үр дагаврыг хүртэгсэд болон хөндлөнгийн шинжээчдийн дуу хоолойг нийтэд хүргэх нь харьцангуй цөөн байна.

- Уран сайхны кинонд насны бүлэгт харгалзуулсан таних тэмдэглэгээг өмнө ашиглаж байсан бол 2011 онд ийм тэмдэглэгээг ашигласангүй.

- МҮОНТ-ээр нэвтэрч буй зар сурталчилгааны хэмжээ эфирийн цагийн 2 хувиас хэтрээгүй байгаа боловч мэдээллийн хөтөлбөрийн дундуур арилжааны болон далд сурталчилгааг нэвтрүүлж, мэдээллийн хөтөлбөрийг ивээн тэтгүүлж байна.

- Мэдээллийн хөтөлбөрт аль нэг байгууллагын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг сэтгүүлзүйн хэлбэр сурталчлах явдал буюу далд сурталчилгааны давтамж нэмэгдэхийн сацуу мэдээний арын фоныг ашиглаж сурталчилгаа хийх хандлага ажиглагдаж байна.

- Оргил цагаар нэвтэрч буй цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээ өссөн байна.

- МҮОНТ-ийн цаг үеийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтэрч буй мэдээ нь төрөл бүрийн сэдэв, агуулгыг хамарч буй хэдий ч эрэн сурвалжилсан, асуудал хөндсөн мэдээлэл ховор байна. Орон нутгийн мэдээллийг аль нэг төрийн албан хаагч, улс төрийн намынхны айлчлал, аяны хүрээнд бэлтгэн дамжуулах нь түгээмэл бөгөөд харин орон нутаг дахь нийгмийн асуудал, иргэдийн амжиргаа, тулгамдсан асуудлыг хөндөх нь цөөн байна.

- Мөн мэдээллийн хөтөлбөрт багтах нэгж мэдээний үргэлжлэх хугацаа олон улсын жишгээс 2-3 урт хэвээр, өмнөх мэдээллийн хөтөлбөрөөр үзүүлсэн мэдээг дахин давтаж гаргах явдал гарч байгаа нь мэдээллийн хөтөлбөрийн чанар, мэдээллийн багтаамжийг хязгаарлаж байна.

## **МОНИТОРИНГИЙН ЗӨВЛӨМЖ**

2010 оны 2 дахь шатны мониторингийн дүнд тулгуурлан хууль тогтоогч, бодлого боловсруулагч нарт болон МҮОНРТ-ийн Үндэсний зөвлөл, МҮОНТ-ийн Програмын хэлтэс, менежментийн баг, “ММ” агентлагийн удирдлагууд тус бүрт хандсан зөвлөмжийг хүргүүлсэн билээ. 2011 оны мониторингоор Олон нийтийн телевизийн хөтөлбөрт гарч буй өөрчлөлт, ахиц дэвшлийг шинжлэхэд зарим эерэг өөрчлөлт гарсан хэдий ч өмнөх зөвлөмжийг тууштай хэрэгжүүлэх шаардлага байсаар байгаа тул 2010 оны зарим зөвлөмжийг шинэчилж, давтан хүргэж байна.

### **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 Програмын 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 бүлгийнхний асуудлыг хөндөх, хүүхэд, өсвөр үеийнхэнд 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.

- 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.

- Уран сайхны кинонд насны бүлэгт харгалзуулсан таних тэмдэглэгээг ашиглаж хэвших.

### **ММ агентлагийн удирдлагад**

- Гурван 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 мэдээллийн 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.

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

- 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 байгааг анхаарах.
- “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.
- Хөдөө орон нутгийн мэдээллийг дамжуулахдаа аль нэг төрийн албан хаагч, улс төрийн намынхны айлчлал, аяны хүрээнд мэдээлэл бэлтгэх бус илүү эрэлч, хайгуулч байж тухайн орон нутаг дахь нийгмийн асуудал, иргэдийн амжиргаа, тулгамдсан асуудлыг хөндсөн мэдээлэл бэлтгэн хүргэхийг зөвлөж байна.
- Мэдээллийн хөтөлбөр бүрээр өмнөх хөтөлбөрөөр үзүүлсэн мэдээг дахин давтан үзүүлэх байдал нь мэдээний үнэ цэнэ, шуурхай байдлыг алдагдуулж байгаа тул, ийнхүү давтахын оронд хөндөгдөөгүй бусад сэдэв, асуудлыг хөндөж, мэдээллийн хөтөлбөрийг нэг талаар шуурхай, нөгөө талаар илүү баялаг болгохыг 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 эх сурвалжийн төлөөлөл, хувиар*

*Хүснэгт 5. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц*

*Хүснэгт 6. МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн хэлбэр, 7 хоногийн дундаж үзүүлэлт*

*Хүснэгт 7. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, зорилгоор*

*Хүснэгт 8. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, зорилтот бүлгээр*

*Хүснэгт 9. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц, агуулгаар*

*Хүснэгт 10. МҮОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр, түүний сэдэв, хөндсөн асуудлууд /давтамж, цагаар/*

*Хүснэгт 11. Мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн сэдэв, үргэлжилсэн хугацаагаар*

*График 1. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, хувиар*

*График 2. Зар сурталчилгаа нэвтрэх байдал, цагийн интервалаар /хувиар/*

*График 3. МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн зорилго, оргил цагаар /эзлэх хувиар/*

*График 4. Мэдээний төрөл зүйл*

*График 5. Мэдээний газар зүйн байршил, эзлэх хувиар*

## ТОВЧИЛСОН ҮГ

МҮОНТ – Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз

МҮОНРТ – Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио Телевиз

ОНТ – Олон Нийтийн Телевиз

ОНРТ – Олон Нийтийн Радио Телевиз

## **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<sup>3</sup>.

**“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.

---

<sup>3</sup>Зар сурталчилгааны тухай хууль, 15.1.

## ХАВСРАЛТ

### Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны ойлголтын тайлбар:

<b>Бүтцийн судалгааны хэмжүүр</b>	<b>Кодлолт</b>	<b>Ойлголт, хэмжүүрийн тайлбар</b>
<b>ЗОРИЛГО</b>	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 зориулагдана.
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.

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

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 <b>ХЭЛБЭР</b>	1.6	Дээрх ангиллуудад хамруулахад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
	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 <b>АГУУЛГА</b>	2.6	Дээрх ангиллуудад хамруулхад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
	3	Нэвтрүүлгүүдийг тэдгээрийн агуулга, сэдвийн дагуу ангилах хэмжигдэхүүн. Хэлбэр загварын хэмжигдэхүүнээс ялгаатай нь нэвтрүүлгийг бүрэн сонсож байж ангилна.
<b>ЗОРИЛТОТ БҮЛЭГ</b>	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.
<b>ГАРАЛ ҮҮСЭЛ</b>	5	Нэвтрүүлгийг санаачлан бүтээгчид болон нэвтрүүлэг хийхэд зарцуулсан хөрөнгийг хэнээс, ямар эх үүсвэрээс авсан тухай мэдээллийг хэмжинэ.

***Мэдээ, мэдээллийн шинжтэй нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны ойлголт, хэмжүүрийн жишээ тайлбар:***

<b><i>Агуулгын судалгааны хэмжүүр</i></b>	<b><i>Кодлолт</i></b>	<b><i>Ойлголт, хэмжүүрийн тайлбар</i></b>
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/

**2011 оны 04, 09 дүгээр сарууд**

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 дүрсгүй эх сурвалж	9	Мэдээ дүрстэй, дүрсгүй эсэх нь тухайн мэдээний онцлогтой холбоотойгоор өөр, өөр 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.

Эх сурвалжийг нэрлэсэн эсэх	9	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.
Эх сурвалжийн төлөөлөл	9	Албан ёсны, нам, бизнесийн бүлэг, иргэний холбоо хөдөлгөөн, хэвлэл мэдээллийн байгууллага, бусад нийгмийн байгууллагын төлөөлөгчид, иргэн, бичгийн эх сурвалж, гадаад эх сурвалж зэрэг болно.
Баримт, үзэл бодол	10	“... 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.
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.