



Нээлттэй
нийгэм форум

ШУДАРГА СОНГУУЛИЙН ТӨЛӨӨ
ИРГЭНИЙ НИЙГМИЙН ХЯНАЛТ СҮЛЖЭЭ



"Глоб Интернэшнл"
ТББ

2016 ОНЫ УИХ-ЫН СОНГУУЛИЙН ҮЕЭР ХИЙСЭН ТЕЛЕВИЗИЙН МОНИТОРИНГ

Улаанбаатар хот

2016 он

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн мониторингийг Нээлттэй Нийгэм Форумын санаачилгаар байгуулагдсан “Шударга сонгуулийн төлөө иргэний нийгмийн хяналт сүлжээ”-ний хүрээнд гурав дахь удаа хийв.

Манай төслийг санхүүжүүлсэн Нээлттэй Нийгэм Форумд талархал илэрхийлье.

Бэлтгэсэн:

Х.Наранжаргал

Б.Онон

Д.Мөнхбүрэн

Д.Амарсайхан

Ж.Энхтуул

Д.Мэндбаяр

Г.Дуламсүрэн

Д.Саруул

Ц.Цэнд

Г.Ганцэцэг

“Глоб Интернэшнл” ТББ

Чингэлтэй дүүрэг , VI хороо, Логос төвийн 902 тоот

Улаанбаатар – 15141, Шуудангийн салбар - 211138, ш/х 102, Монгол улс

Утас: 324627, 324764 **Утас/Факс:** 324764

Цахим шуудан: hnaran@globeinter.org.mn
globenews@globeinter.org.mn
globe@globeinter.org.mn

Вэб сайт: www.globeinter.org.mn

ГАРЧИГ

Товчилсон нэр

Өмнөтгөл

НЭГ. ТОВЧ АГУУЛГА

ХОЁР. ЭРХ ЗҮЙН ОРЧИН

ГУРАВ. МОНИТОРИНГИЙН АРГА ЗҮЙ

3.1. Мониторингийн арга зүй

3.2. Мониторингийн аргачлал

ДӨРӨВ. МОНИТОРИНГИЙН ҮР ДҮН

4.1. Сонгуулийн мэдээлэл

4.2. Сонгуулийн сурталчилгаа

4.2.1. Цаг хуваарилалт

4.2.2. Мэдээний хөтөлбөр

4.3. Эмэгтэй нэр дэвшигчдэд цаг ногдуулсан байдал

4.4. Мэдээллийн өнгө аяс

4.5. Шууд ба шууд бус эх сурвалж

4.6. Оргил цагийг хуваарилсан байдал

4.7. Далд сурталчилгаа

4.8. Хамгийн их сурталчилгаа явуулсан нэр дэвшигчид

4.9. Сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл

ТАВ. СОНГУУЛИЙН СУРТАЛЧИЛГАА ЗОГССОН ӨДРИЙН АЖИГЛАЛТ

ЗУРГАА. ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

6.1. Дүгнэлт

6.2. Зөвлөмж

Хавсралт: Мониторингийн үр дүн (Телевиз тус бүрээр)

Товчилсон нэр

МҮОНТ	Монголын Үндэсний олон нийтийн телевиз
УИХ	Улсын Их Хурал

НАМ, ЭВСЛИЙН НЭР:

МАН	Монгол ардын нам
АН	Ардчилсан нам
ТТЭНЭ	Тусгаар тогтнол, эв нэгдлийн намын “Тусгаар тогтнол, эв нэгдэл” эвсэл
ИЗНН	Иргэний зориг ногоон нам
МУНН	Монголын Уламжлалын нэгдсэн нам
ХСЭ	Монголын Либерал нам, Хөгжлийн хөтөлбөр намын “ХААН сонголт” эвсэл
БНН	Бүгд найрамдах нам
МСДН	Монголын Социал демократ нам
ЭЧХН	Эрх чөлөөг хэрэгжүүлэгч нам
ИХН	Иргэний хөдөлгөөний нам
МАХөдН	Монголын ардчилсан хөдөлгөөний нам
МАХН	Монгол ардын хувьсгалт нам
ЭОНЭ	Эх орончдын нэгдсэн намын “Эх орончдын нэгдсэн эвсэл”
МКН	Монголын консерватив нам
АТХН	Ард түмнээ хайрлая нам
БД	Бие даан нэр дэвшигч

ӨМНӨТГӨЛ

“Глоб Интернэшнл төв” төрийн бус байгууллага 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр үндэсний хэмжээнд өргөн нэвтрүүлэг эрхэлдэг таван телевизийн сонгуулийн сурталчилгаанд хийсэн мониторингийн тайланг та бүхэнд толилуулж байна. Энэ мониторингийг Нээлттэй Нийгэм Форумын санаачилгаар байгуулагдсан “Шударга сонгуулийн төлөө иргэний нийгмийн хяналт сүлжээ”-ний хүрээнд гурав дахь удаа хийв.

Ардчилсан сонгуульд хэвлэл мэдээлэл үзэл бодлын чөлөөт индэр болж, нэр дэвшигч, улс төрийн нам, эвслийн байр суурийг олон нийтэд ойлгуулах, зөв сонголт хийхэд тусладаг чухал үүрэгтэй билээ.

ХМХ олон түмэнд санал бодлоо солилцох, мэтгэлцэх, сөргөлдөх, шүүмжлэх боломж олгогч индэр болохын зэрэгцээ сонгуульд нэр дэвшигчид болон улс төрийн нам, эвслийн үзэл бодлыг олон нийтэд сайтар ойлгуулах үйлсэд үйлчлэх учиртай. Мөн иргэдэд сонгуулийн үйл явцын талаар нэг талыг бариагүй, туйлшраагүй мэдээлэл түгээх үүрэгтэй. Өрсөлдөгч нам, эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөр, үзэл бодол, хэтийн төлөвлөгөө, ирээдүйг харах чадвар зэргийг тайлбарлан таниулах үүргийг хэвлэл мэдээлэл чухам сонгуулийн үеэр л гүйцэтгэдэг.

Үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх зарчмын дагуу сэтгүүлч, редактор, продюсер, ХМХ-ийн эзэд өөрсдийн түгээж буй мэдээллийн агуулга, хэлбэр, гарах үр дагаврыг хариуцах үүрэгтэй. Сонгуулийн мэдээллийг нийтэлж, нэвтрүүлэхдээ аливаа айлган сүрдүүлэлт, хязгаарлалт, ялгаварлал, цагдан хяналтгүйгээр бодит мэдээллийг олж авах, түгээх эрхийг төрөөс баталгаажуулах ёстой. Төрийн эрх мэдэлтнүүд сонгуульд нөлөөлөх зорилгоор сэтгүүлч, ХМХ-ийн ажилтнуудын үйл ажиллагаанд хөндлөнгөөс оролцох ёсгүй. ХМХ-ийн менежер, эзэд сэтгүүлчийн ёс зүй, хараат бус байдлын зарчмыг хүлээн зөвшөөрч, ажилтнууддаа эдгээр зарчмаас гажихад хүргэх дарамт үзүүлэх ёсгүй юм. Ялангуяа өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгсэл онцгой хариуцлагатай мэдээлэх үүрэгтэй. Учир нь радио, телевиз нь тусгай зөвшөөрлийн үндсэн дээр үйл ажиллагаагаа явуулдгийн зэрэгцээ хамгийн нөлөөтэй ХМХ тул аль нэгэн улс төрийн хүчин, нэр дэвшигч, тэдний хувийн ашиг сонирхолд бус харин сонгогч олон түмний ашиг сонирхолд үйлчлэх ёстой билээ.

Сонгуулийн үеийн нөхцөл байдлыг ерөнхийд нь шинжлэн дүгнэх үйл ажиллагааны чухал хэсэг нь хэвлэл мэдээллийн мониторинг юм. Энэ нь төр болон өрсөлдөгч улс төрийн хүчнүүд хэвлэл мэдээлэлд хэрхэн хандаж байгаа хийгээд өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгсэл сонгуульд өрсөлдөгчдийг ямар байдлаар харуулж буйг тооцон үнэлэх үр ашигтай арга юм. Итгэл үнэмшилтэй, баримтжуулсан хэвлэл мэдээллийн мониторингийн төслүүд нь олон нийтээс сонгуулийн үйл явц бүхэлдээ шударга байгаа эсэхийг тунгаан шүүхэд чиглүүлэгчийн үүрэг гүйцэтгэдэг.

Та бүхэнд толилуулж буй тайлан нь мониторингийн үндэслэл, эрх зүйн орчин, мониторингийн арга зүй, аргачлал, мониторингийн дүн, дүгнэлт, зөвлөмж гэсэн үндсэн хэсгүүдээс бүрдсэн болно. Тайланд мониторингид хамрагдсан өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгсэл тус бүрийн дэлгэрэнгүй мэдээллийг хавсаргасан болно.

Энэ дашрамд манай төслийг санхүүжүүлсэн Нээлттэй Нийгэм Форумд болон шударга, чөлөөт сонгуулийн төлөө энэ ажилд гар бие оролцсон мониторингийн багийн гишүүдэд талархал илэрхийлье.

Тэргүүн Х.Наранжаргал

НЭГ. ТОВЧ АГУУЛГА

Монгол Улсын Их хурлаас 2015 оны 12 дугаар сарын 25-ны өдөр Сонгуулийн тухай хууль, 2016 оны 05 дугаар сарын 05-ны өдөр Сонгуулийн тухай хуульд нэмэлт өөрчлөлт оруулах тухай хууль баталсан. Сонгуулийн тухай хуулиар өмнө тус тусдаа хуулиар зохицуулж байсан УИХ, Ерөнхийлөгч, орон нутгийн сонгуулийг нэгтгэсэн зохицуулалт хийж, сонгуулийг хамтатган явуулав.

2016 онд УИХ-ын болон аймаг, нийслэлийн ИТХ-ын сонгууль нь олонхийн /мажоритар/ тогтолцоогоор анх удаа хамтатган зохион байгуулагдлаа. Монгол улсын Сонгуулийн тухай хуулийн 16 дугаар зүйлийн 16.3 дахь хэсэгт “Ээлжит сонгуулийн санал авах өдрийг санал авах өдрөөс 150-иас доошгүй хоногийн өмнө тогтооно” гэж заасны дагуу УИХ-ын 2016 оны нэгдүгээр сарын 29-ний өдрийн 9 дүгээр тогтоолоор Монгол Улсын Их Хурлын болон аймаг, нийслэлийн иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын ээлжит сонгуулийн санал авах өдрийг 2016 оны 06 дугаар сарын 29-ний өдөр байхаар тогтоосон.

Сонгуулийн сурталчилгааг Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.1 дэх хэсгийг үндэслэн 2016 оны 06 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал нийт 18 хоногийн хугацаанд буюу харьцангуй богино хугацаагаар явуулж, сонгуулийн санал хураалтыг 2016 оны 6 дугаар сарын 29-ний өдрийн Лхагва гарагт явууллаа. УИХ-д нэр дэвшигчээр 12 нам, 3 эвслээс 429 хүн, бие даан нэр дэвшигч 69 хүн, нийт 498 нэр дэвшигч үнэмлэхээ авчээ. Нийт нэр дэвшигчдийн 129 буюу 26% эмэгтэй, 69 буюу 14% нь бие даан нэр дэвшигч байв. Нэр дэвшигчээ бүртгүүлсэн 15 улс төрийн нам, эвслүүдээс зөвхөн Ардчилсан нам (АН) болон Монгол ардын нам (МАН)-аас нэг мандат бүхий 76 тойрогт бүгдэд нь өрсөлдлөө. Бүртгэгдсэн нэр дэвшигчдийн 129 нь эмэгтэйчүүд байгаа хэдий ч эмэгтэй нэр дэвшигчгүй 27 тойрог хуваарилсан нь 76 суудлынхаа хувьд тооцоолоход 35 хувьд нь эмэгтэй нэр дэвшигч суудал авах боломжийг огт байхгүй болгов.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа хууль эрх зүйн шинэ орчинд явагдсанаараа онцлог болсон юм. 2015 оны 12 дугаар сарын 25-нд баталсан Сонгуулийн тухай хуульд “Олон нийтийн радио телевизээс бусад радио, телевизээр сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цагаас илүүгүй байна” /§82.4/ гэсэн зохицуулалт шинээр орсон бөгөөд энэ заалтыг үндэслэн СЕХ, ХХЗХ хамтарсан тогтоолоороо “Радио, телевизээр сонгуулийн сурталчилгаа нэвтрүүлэх, хяналт тавих журам” баталж хэрэгжилтэнд хяналт тавих үүргийг ХХЗХ хүлээсэн юм.

“Шударга сонгуулийн төлөө иргэний нийгмийн хяналт сүлжээ”-ний гишүүн байгууллагын нэг Глоб Интернэшнл Төв нь УИХ-ын 2016 оны сонгуулийн үеэр телевизийн мониторинг хийж гүйцэтгэв.

Мониторингийн зорилго нь УИХ-ын 2016 оны сонгуулийн үеэр ХМХ-ийн гүйцэтгэх үүргийг сайжруулах, ХМХ-ээр явуулж буй сурталчилгааны тэгш, тэнцвэрт байдал хэрхэн хангагдаж буйг олон нийтэд ойлгуулах, далд сурталчилгааг илрүүлэх, Сонгуулийн тухай хууль болон “Радио телевизээр сонгуулийн сурталчилгаа нэвтрүүлэх, хяналт тавих” журмын хэрэгжилтэд хөндлөнгийн ажиглалт хийх явдал юм.

Мониторингид МҮОНТ, UBS, MN25, ТВ9, ТВ5, гэсэн 5 телевизийг хамруулахаар сонгов. Дээрх телевизүүдийг сонгохдоо олон нийтийн санхүүжилт ашигладаг, хамгийн хүртээмжтэй, орон даяар цацагддаг, үзэгчдийн тоо, рейтинг өндөр, зах зээлд 4-өөс доошгүй жил тогтвортой үйл ажиллагаа явуулж буй зэрэг шалгуурыг үндэслэв.

Телевизийн мониторинг сонгуулийн сурталчилгааны өмнөх үе буюу 6 дугаар сарын 8-10 өдөр, хуульд заасан сурталчилгааны үе буюу 6 дугаар сарын 11-27-ны өдөр, сурталчилгаа зогссон үе буюу 6 дугаар сарын 28-ны өдөр гэсэн үндсэн гурван үечлэлээр хийгдсэн болно. Энэ тайлангаар сонгуулийн хуульд заасан сурталчилгааны үе буюу 6 дугаар сарын 11-28-ны өдрүүдийн мониторингийн нэгдсэн дүнг толилуулж байна.

СЕХ-ноос баталсан УИХ-ын сонгуулийн хуулийг хэрэгжүүлэх ажлын цаг хугацааны хуваарьт үндэслэн дээрх үечлэлээр 6 дугаар сарын 8-наас 28-ны өдрийн хооронд сонгуулийн мэдээлэл, сурталчилгааны явцад мониторинг хийж дүнг гурван удаа хэвлэлийн бага хурал хийж, олон нийтэд танилцууллаа.

Мониторингийг 2008, 2012 оны УИХ-ын, 2005, 2009 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн үеэр хийсэн хэвлэл мэдээллийн мониторингийн аргачлалд тулгуурлан 2015 оны Сонгуулийн тухай хууль, 2006 оны Сонгуулийн төв байгууллагын тухай хууль, 2016 оны СЕХ, ХХЗХ-ны хамтран баталсан “Радио, телевизээр сонгуулийн сурталчилгаа нэвтрүүлэх журам, хяналт тавих журам”-д нийцүүлэн боловсруулсан арга зүйн дагуу хийж, мэдээллийг SPSS17, EXCEL программд оруулан нэгтгэн боловсруулав. Мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах, дүн шинжилгээ хийх, мөн зөвлөхөөс бүрдсэн 10 хүний бүрэлдэхүүнтэй баг ажиллаж, сургалтад хамрагдсан хүмүүстэй гэрээ байгуулан, “Мониторчийн ёс зүйн зарчим”-ыг баримтлан ажиллав.

Мониторингоор сонгуулийн нийт мэдээлэл, түүнд нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн сурталчилгааны эзлэх хувь, мэдээллийн өнгө аяс, оргил цагийг нэр дэвшигч субъектуудад хуваарилсан байдал болон мэдээний хөтөлбөрт нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн тухай мэдээллийн эзлэх хувь, өнгө аяс, мөн далд сурталчилгаа, төлбөртэй нэвтрүүлгийн хуулийн хязгаарлалтын хэрэгжилт, сонгуулийн сурталчилгаанд эрэгтэй, эмэгтэй нэр дэвшигчдийн эзлэх хувь зэрэг үзүүлэлтийг гаргасан юм.

Мониторингийн ерөнхий дүнгээс харахад, телевизүүд 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн кампанит ажлын үеэр сонгуулийн сурталчилгааны талаарх хуулийн хэрэгжүүлэх журмыг СЕХ, ХХЗХ-той хамтран баталж, хэрэгжилтэд албан ёсоор мониторинг хийн, өдөр бүрийн цаг хэтрэлтийн талаар телевизүүдэд сануулга өгч ажилласнаар илт тэнцвэргүй, шударга бус ажиллах байдал бага ажиглагдсан. Далд сурталчилгааны шинжтэй мэдээлэл хийсэн, мэдээний хөтөлбөр нь нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн сурталчилгаа болон хувирсан, хуульд заасан сурталчилгааны цагийн хязгаарыг хэтрүүлсэн зэрэг өмнөх сонгуулиудын сурталчилгааны явцад гарч байсан зөрчлүүд мөн давтагдсан байна.

Мониторингийн хугацаанд таван телевизийн эфирийн нийт 1626 цаг 41 минут 46 секундын хөтөлбөрт ажиглалт хийснээс 294 цаг 32 минут 15 секундыг сонгуультай холбоотой мэдээлэлд зарцуулсан байна.

МҮОНТ-ийн сонгуулийн сурталчилгаа явуулах эрх зүйн зохицуулалт нь бусад телевизээс ялгаатай учир ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн эфирийн цагийг

тусад нь нэгтгэж үзвэл, ажиглалт хийсэн нийт эфир нь 1299 цаг 8 минут 27 секунд болжээ. Үүнээс 161 цаг 33 минут 5 секундыг сонгуульд зориулсан нь нийт эфирийн 12 хувийг эзэлж байна.

МҮОНТ-ийн нийт 310 цаг 32 минут 44 секундын бичлэгт мониторинг хийснээс 132 цаг 59 минут 10 секундыг сонгуулийн талаарх мэдээлэлд зарцуулжээ. МҮОНТ энэ хугацаанд сонгуульд нэр дэвшсэн 16 субъектийг бүгдийг нь хамруулан мэдээлсэн боловч нам тус бүрт оноосон цаг нь ялгаатай байв. Хуульд заасан сурталчилгааны энэ хугацаанд тус телевизээр намуудад цаг хуваарилсан байдлыг шинжлэвэл МАН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн их гарсан нь 19%-ийг эзэлжээ. Харин эрх баригч АН-д 17%-тай тэнцэх цаг оногдов. МАХН, бие даагчдад адил тэнцүү 13%-ийг оноосон бол ТТЭНЭ 10%-ийг эзэлж байна.

Ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн сонгуулийн нийт мэдээллийн 50%-ийг МАН, 43%-ийг АН-ын талаарх мэдээлэл эзэлсэн бөгөөд бусад нам, эвсэл, бие даагчдад үлдсэн 7%-тай тэнцэх цаг оногджээ.

Мониторингид хамрагдсан арилжааны телевизүүдээс MN25 телевиз хамгийн олон удаа мэтгэлцээний нэвтрүүлэг явуулсан учир сонгуулийн мэдээллийнхээ 37 хувийг сонгогчдын боловсролд зориулсан эерэг үр дүнтэй харагдаж байна. Сонгогчдын боловсролд хамгийн бага цаг зарцуулсан телевиз нь UBS юм. Сонгуулийн сурталчилгааны үеэр хэвлэл мэдээлэлд сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн болох хараат бус мэдээ, мэдээлэл бага, мэдээний хөтөлбөрт далд сурталчилгааны шинж агуулсан мэдээ их байлаа.

Сонгуулийн тухай хуулиар сонгуулийн төлбөртэй сурталчилгааг хоногт /60 минут/ нэг цагаас хэтрүүлэхгүй байхаар хязгаарласныг арилжааны телевизүүд зөрчсөн байна.

Телевизүүд сонгуулийн сурталчилгаа санал авах өдрөөс 24 цагийн өмнө албан ёсоор зогссон буюу 6 дугаар сарын 28-ны өдөр хууль зөрчсөн сонгуулийн ямар нэгэн сурталчилгаа нэвтрүүлээгүй болно.

Тайланд мониторингийн дүнг телевиз тус бүрээр нь хавсаргав.

ХОЁР. ЭРХ ЗҮЙН ОРЧИН

“Монгол Улсад засгийн бүх эрх ард түмний мэдэлд байна. Монголын ард түмэн төрийн үйл хэрэгт шууд оролцож, мөн сонгож байгуулсан төрийн эрх барих төлөөлөгчдийн байгууллагаараа уламжлан энэхүү эрхээ эдэлнэ” хэмээн Монгол Улсын Үндсэн хуулийн 3 дугаар зүйлээр баталгаажуулсан. Монгол Улсын Үндсэн Хуульд зааснаар Их Хурал бол төрийн эрх барих дээд байгууллага мөн. Монгол Улсын Их Хурал нь нэг танхимтай, 76 гишүүнтэй байна. УИХ-ын гишүүдийг Монгол Улсын сонгуулийн эрх бүхий иргэд нийтээрээ, чөлөөтэй, шууд сонгох эрхийн үндсэн дээр саналаа нууцаар гаргаж, дөрвөн жилийн хугацаагаар сонгоно.

Монгол Улсын Үндсэн Хуульд иргэдийн үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх, мэдээлэл хайх, хүлээн авах, хэвлэн нийтлэх, үг хэлэх, тайван замаар жагсах, цуглах эрхийг баталгаажуулахын зэрэгцээ ардчилсан сонгуулийн суурь зарчмуудыг тусгасан.

Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг тунхагласан Хүний эрхийн түгээмэл тунхаглал, Иргэний болон улс төрийн эрхийн олон улсын Пактын 19-р зүйл Монгол Улсын Үндсэн хуулийн дагуу дотоодын хууль адил үйлчлэх ёстой.

Монгол Улсад хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, сэтгүүлчийн үйл ажиллагааг нарийвчлан зохицуулсан хууль байхгүй. Харин 2002 оны тавдугаар сарын 30-ны өдөр батлагдсан Зар сурталчилгааны тухай хуулийн 3 дугаар бүлэгт “мэдээлэх хэрэгсэл” гэсэн тодорхойлолт байдгийг Улсын Дээд Шүүх тайлбар гаргахдаа үндэс болгодог. “Мэдээлэх хэрэгсэл” гэж телевиз, радио, холбооны шугам сүлжээ, компьютерийн сүлжээ, тусгай програм, хэвлэл болон бусад арга хэрэгсэл” гэсэн утгаар ойлгоно.

Хэвлэлийн эрх чөлөөг баталгаажуулсан хууль тогтоомж

Монгол Улсад Үндсэн хуулиас гадна дор дурдсан хуулиар хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөг баталгаажуулсан байдаг.

- **Хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөний тухай хууль**

1998 оны 8 дугаар сарын 28-ны өдөр батлагдсан энэ хуулиар аливаа хэлбэрийн цензур, мөн төрөөс олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл өмчлөхийг хориглож, хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нь өөрийн нийтэлж, нэвтрүүлж байгаа зүйлийнхээ төлөө хариуцлага хүлээх үүрэг ногдуулсан. Мөн УИХ-аас хэвлэлийн эрх чөлөөг хязгаарласан хууль батлахгүй байхаар заажээ.

- **Олон нийтийн радио телевизийн тухай хууль**

2005 оны 7 дугаар сарын нэгний өдрөөс хэрэгжиж эхэлсэн энэ хуулиар Монголын ард түмэнд үйлчлэх олон нийтийн радио, телевизийн үйл ажиллагааны зарчим, эрх зүйн үндсийг тогтоож, хөтөлбөрийн бодлогыг тодорхойлсон. Хуулиар редакцийн хараат бус байдал, мэдээлэл олж авах эрх зэрэг чухал эрх, эрх чөлөөг мөн баталгаажуулсан.

Олон нийтийн радио, телевизийн үзэл баримтлал, үндсэн зарчмыг тус хуулийн §4.1-д “...үйл ажиллагаандаа хараат бус байх, бодит мэдээлэл олж авах, иргэний эрхийг хүндэтгэх, олон урьгалч үзэл, ил тод байдлыг эрхэмлэх, аж ахуйн нэгж, байгууллага, албан тушаалтан, хувь хүн, улс төрийн намын эрх ашгийг бус нийт үндэсний эрх ашгийг дээдлэх үндсэн зарчмыг баримтална” хэмээн заажээ.

- **Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль**

УИХ-ын чуулганы 2011 оны 6 дугаар сарын 16-ны өдрийн нэгдсэн хуралдаанаар Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль батлагдсанаар анх удаа Монгол улсад төрийн байгууллагуудад мэдээллээ нээлттэй байлгах үүрэг ногдуулж, иргэн, хуулийн этгээд төрийн байгууллагаас мэдээлэл авах эрхийг баталгаажуулсан юм. Энэ хуулийг 2011 оны 12 дугаар сарын нэгний өдрөөс дагаж мөрдөж эхэлсэн билээ.

Өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгслийн үйл ажиллагааг зохицуулсан хууль тогтоомж
--

Монгол Улсад сонин хэвлэл, өргөн нэвтрүүлгийн үйл ажиллагааг зохицуулсан тусгай хууль байхгүй. Харин өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгсэл буюу радио, телевизийн үйл ажиллагаатай холбоотой зарим зүйлийг дор дурдсан хуулиар зохицуулж байна.

- **Харилцаа холбооны тухай хууль**

Зохицуулах хороо нь радио давтамж, радио давтамжийн зурвас ашиглах тусгай зөвшөөрөл олгох, түүний нөхцөл шаардлагын биелэлтэд хяналт тавих, гэрээ байгуулах бүрэн эрхтэй. Тусгай зөвшөөрлийг 20 хүртэл жилийн хугацаатайгаар олгоно.

Зар сурталчилгаа зохицуулсан хууль тогтоомж
--

- **Зар сурталчилгааны тухай хууль**

2002 оны 5 дугаар сарын 30-ны өдөр батлагдсан Зар сурталчилгааны тухай хуулийн 3-р бүлэгт “Мэдээлэх хэрэгсэл” гэж телевиз, радио, холбооны шугам сүлжээ, компьютерийн сүлжээ, тусгай программ, хэвлэл болон бусад арга хэрэгсэл” гэсэн утгаар ойлгоно” гэж заажээ.

Хуулийн §6.1-д “Зар сурталчилгаа үнэн, хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй байж, агуулга, хэлбэр, түүнийг түгээж байгаа арга хэрэгслээс үл хамааран зар сурталчилгаа гэж ойлгогдохоор байна.”

- Энэ хуулийн §6.1-д заасныг зөрчсөн, хэрэглэгчийн ухамсарт шууд бусаар нөлөөлөх зар сурталчилгааг далд сурталчилгаа гэж тооцно /§7.5/
- Улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаарх тогтмол мэдээллийн дундуур зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхийг хориглоно /§11.3/
- Мэдээлэх хэрэгсэл ашиглан сурвалжлага, мэдээ, тоймчийн нийтлэл болон зар сурталчилгааны бус хэлбэрээр зар сурталчилгаа байрлуулсан, түгээсний төлбөр авахыг хориглоно /§18.1/ гэж тус тус заасан байна.

- **Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хууль**

Энэ хуулийн 13 дугаар зүйлийн 13.1 дэх хэсгээр Олон нийтийн радио, телевизээр арилжааны болон далд зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхийг хориглосон.

Сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн үйл ажиллагааг зохицуулсан хууль тогтоомж

Сонгуулийн тухай хууль

2015 онд Сонгуулийн тухай хууль баталж, энэ хуулиар Монгол Улсын Их Хурал, Монгол Улсын Ерөнхийлөгч, түүнчлэн аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн иргэдийн Төлөөлөгчдийн хурлын сонгууль, үндсэн зарчим, журмыг тодорхойлж, эдгээр сонгуулийг зохион байгуулж явуулахтай холбогдсон харилцааг зохицуулах болсноороо энэ удаагийн сонгуулийн эрх зүйн орчин онцлогтой юм.

2015 оны 12 дугаар сарын 25-ны өдөр тусдаа байсан хэд хэдэн сонгуулийн хуулийг нэгтгэн, Сонгуулийн тухай хууль шинээр батлав. Энэ хуулийн “Сонгуулийн сурталчилгаа” гэсэн 9 дүгээр бүлэг нь бүхэлдээ нам, эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөр, түүний агуулгын хяналт, хэвлэмэл болон радио телевиз, цахим орчноор мэдээлэл түгээхтэй холбогдсон зохицуулалтыг оруулсан.

Хуулийн 68.3 дахь зүйлд сонгуулийн сурталчилгааны арга хэлбэрийг тусгайлан зохицуулж, үүнд сонгуулийн сурталчилгааны материал хэвлүүлэх, сонгогчдод тараах /§68.3.1/, радио, телевизийн сурталчилгааны нэвтрүүлэг ашиглах /§68.3.6/, цахим хуудас ашиглах /§68.3.7/ тухай заасан.

2016 оны 6-р сарын 29-ний өдөр УИХ-ын болон аймаг, нийслэлийн ИТХ-ын сонгууль нэгэн зэрэг болж байгаа тул зохицуулалтын болон практик зохион байгуулалт, сурталчилгаа, түүнийг иргэд олон нийтийн зүгээс хүлээн авах зэрэгт өмнөх сонгуулиас ялгаатай, ойлгомжгүй, тодорхойгүй зүйлүүд байсныг СЕХ, ХХЗХ зэрэг байгууллагаас журам батлан, түүгээрээ дамжуулан хуулийг тайлбарлан хэрэглэсэн нь шүүмжлэхүйц, эрх хэмжээний асуудал мөн эсэхэд эргэлзэхүйц байдлыг бий болгов.

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.1 дэх хэсэгт “сонгуулийн сурталчилгааг санал авах өдрөөс арван найм хоногийн өмнө эхлүүлж санал авах өдрөөс нэг хоногийн өмнө дуусгана” гэж заасны дагуу сонгуулийн сурталчилгаа албан ёсоор 2016 оны 6 дугаар сарын 11-ний өдөр эхэлж, 27-ний өдөр дуусгавар болсон тул мониторингийн арга зүйг сурталчилгааны өмнөх үе, сурталчилгааны үе, сурталчилгаа зогссон үе гэж ангилж хийсэн юм.

Харин Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.6 дахь хэсэгт “Сонгуулийн сурталчилгааг санал авах өдрөөс 24 цагийн өмнө буюу санал авах өдрийн өмнөх өдрийн

00.00 цагаас өмнө зогсооно” гэсэн заалтын дагуу 2016 оны 6 дугаар сарын 28-ны өдөр буюу санал авахын өмнөх өдрийн телевизүүдийн эфирт ажиглалт хийв.

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.3.6 дахь хэсэгт сонгуулийн сурталчилгааны арга, хэлбэрийн нэг нь “радио, телевизийн сурталчилгааны нэвтрүүлэг ашиглах” гэдгийг тодорхойлж, нарийвчлан заажээ.

Хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.7 дахь хэсэгт Сонгуулийн сурталчилгааны аливаа материалын доод хэсэгт захиалсан этгээдийн эх сурвалжийг заавал дурдаж, захиалагчийн нэрийг тодорхой харагдахуйц байдлаар товчлохгүй бичих ба энэ нь телевизийн нэвтрүүлгийн нийт хугацаанд хамаарах ба радиогийн нэвтрүүлгийн тухайд эхлэл, төгсгөлд захиалагчийн нэрийг дурдана.

Харин **Сонгуулийн сурталчилгаанд радио, телевиз ашиглах нарийвчилсан зохицуулалтыг 82 дугаар зүйлд заасан.** Олон нийтийн радио, телевиз нь сурталчилгааны нэвтрүүлгийг сонгуулийн төв байгууллагаас сонгуульд оролцогч нам, эвсэл тус бүрээр ижил нөхцөл, боломж, тэнцүү хугацаа ногдохоор тооцож, сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхээс таваас доошгүй хоногийн өмнө баталсан хуваарь, цагийн дагуу зөвхөн үнэ төлбөргүй нэвтрүүлнэ. Сонгуулийн энэ шинэ хуулиар УИХ-ын болон орон нутгийн сонгуульд хувь нэр дэвшигчид тэнцүү цаг хуваарилахгүй бөгөөд үүнийг сонгуульд оролцогч улс төрийн нам, эвсэл дагаж мөрдөнө. Харин Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хувьд нэр дэвшигч тус бүрт тэнцүү цаг хуваариална гэсэн үг. Түүнчлэн ижил цаг олгох нь ижил тэгш нөхцөл, ижил боломж олгох хуулийн шаардлагууд юм. Олон нийтийн радио, телевизээс бусад радио, телевиз нь сурталчилгааны нэвтрүүлгийг гэрээний үндсэн дээр нэвтрүүлнэ. Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг /60 минут/-аас илүүгүй байна. Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн хоногт гарах нийт хугацаа /60 минут/-ны хорин таваас илүүгүй хувь /15 минут/ нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдоно.

Энэхүү радио, телевизийн сурталчилгааны нэг цагийн хязгаарлалтыг хэрхэн ойлгох талаар нарийвчилсан зохицуулалт хуульд байхгүйгээс УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчдэд хоногт нэг цаг, аймаг нийслэлийн ИТХ-д нэр дэвшигчийн хувьд хоногт нэг цаг гэж хуваарилж, сурталчилгааны хуваариа телевизүүд батлуулсан.

Сонгуулийн тухай хуулийн 70 дугаар зүйлд хууль бус сурталчилгааг хориглосон бөгөөд хэвлэл мэдээллийн хориглосон үйл ажиллагаа нь:

- хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, цахим орон зай, мессеж ашиглан улс төрийн чансаа тогтоох зорилго бүхий аливаа хэлбэрийн шалгаруулалт зохион байгуулах, бусдыг гүтгэн доромжлох, хуурамч мэдээлэл тараах /§70.1.6/;
- сонгуульд оролцохоос татгалзах, сонгуулийн болон бусад хууль тогтоомж зөрчихийг уриалсан агуулга бүхий сурталчилгаа явуулах /§70.5.7/;
- сонгуулийн сурталчилгааны нэвтрүүлэг, материалд шашны холбогдолтой аливаа дуу, зураг хэвлэх, нийтлэх, нэвтрүүлэх /§70.5.9/;
- сонгуулийн сурталчилгааны явцад бусдыг гүтгэх, доромжлох, гутаах, хуурамч мэдээ, мэдээллийг төрөл бүрийн хэлбэрээр тараах /§70.5.13/;

- Аливаа хэвлэл мэдээллийн байгууллага сонгуулийн сурталчилгааны үеэр сонгуульд оролцогч аль нэг талын талаар бүх төрлийн мэдээ, мэдээлэл гаргах, гаргахгүй байхаар амлалт авах, гэрээ байгуулахыг хориглоно /§70.7/

Сонгуулийн тухай хуулийн зарим зүйл заалтыг зөрчсөн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд хариуцлага хүлээлгэнэ. Тухайлбал,

- Сонгуульд оролцогч нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар хуурамч буюу худал мэдээ, мэдээлэл тараасан, нийтэлсэн, цацсан нь шүүхийн шийдвэрээр тогтоогдвол сонгуульд зарцуулсан хөрөнгийг нь гэм буруутай этгээд нөхөн төлнө /§70.8/
- Хуулийн §70.1.6-д заасныг зөрчсөн цахим хуудасны хандалтыг шударга өрсөлдөөний асуудал хариуцсан төрийн захиргааны байгууллагын дүгнэлтийг үндэслэн Харилцаа холбооны зохицуулах хороо зургаан сарын хугацаагаар түдгэлзүүлнэ /§70.18/
- Радио, телевизээр сонгуулийн сурталчилгаа нэвтрүүлэх энэ хуульд заасан журмам зөрчсөн радио, телевизэд нэг удаа сануулах арга хэмжээ авах бөгөөд дахин давтал санал авах өдөр хүртэл үйл ажиллагааг нь тухайн зөвшөөрлийг олгосон байгууллага зогсооно /§82.19/.
- Энэ хуулийн тодорхой заалтуудыг зөрчсөн хэвлэл мэдээллийн байгууллагын үйл ажиллагаа эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны дүгнэлтийг үндэслэн тухайн зөвшөөрөл олгосон байгууллага зөрчил гарсан өдрөөс эхлэн зургаан сар хүртэл хугацаагаар түдгэлзүүлнэ /§82.21/
- Зөрчсөн хэвлэл мэдээллийн байгууллагын ажилтан, аливаа этгээдийг олж тогтоох боломжгүй бол Харилцаа холбооны зохицуулах хороо тухайн цахим хуудасны Монгол Улсаас хандах хандалтыг сонгуулийн санал хураалтын хугацаа дуустал хязгаарлана /§83.7/
- Радио, телевизээр сонгуулийн сурталчилгааг нэвтрүүлэх, хяналт тавих журмыг сонгуулийн төв байгууллага, Харилцаа холбооны зохицуулах хороо хамтран энэ хуульд нийцүүлэн баталж, мөрдүүлнэ /§82.17/.
- Радио, телевизээр нэвтрүүлэх сонгуулийн сурталчилгаанд Харилцаа холбооны зохицуулах хороо хяналт тавьж ажиллах ба энэ хуульд заасан зөрчил гаргахгүй байх, гарсан зөрчлийг нэн даруй зогсоох арга хэмжээг цагдаагийн болон сонгуулийн байгууллага, мэргэшсэн төрийн бус байгууллагатай хамтран хэрэгжүүлж болно /§82.18/.

Дээрх зохицуулалтын хувьд ХХЗХ нь засгийн газрын агентлагийн бүтцэд орж байгаа өнөөгийн нөхцөл болон Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газрыг оролцуулж байгаа нь Хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөний хуулийн аливаа хэлбэрийн цагдан хяналт тавихыг хориглосон заалттай зөрчилдөж, хэвлэл мэдээлэлд төрийн цагдан хяналт тогтоож байна.

Монгол Улсад иргэний нэр төрийг Иргэний болон Эрүүгийн хуулиар хамгаалдаг. Төрийн, төрийн бус, бизнесийн болон бүхий л төрлийн байгууллагууд эдгээр хуулийг

ашиглан нэр төр, алдар хүндээ сэргээлгэх боломжтой байгаа нь хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөг хязгаарлахад урвуулан ашиглагдаж байна.

Иргэний хуулийн 497 дугаар зүйлд зааснаар “Бусдын эрх, амь нас, эрүүл мэнд, нэр төр, алдар хүнд, ажил хэргийн нэр хүнд, эд хөрөнгөд хууль бусаар санаатай буюу болгоомжгүй үйлдэл /эс үйлдэхүй/-ээр гэм хор учруулсан этгээд уг гэм хорыг хариуцан арилгах үүрэгтэй”.

Мөн хуулийн 511 дүгээр зүйлд зааснаар “Бусдын нэр төр, алдар хүнд, ажил хэргийн нэр хүндийг гутаасан мэдээ тараасан этгээд түүнийгээ бодит байдалд нийцэж байгааг нотолж чадахгүй бол эд хөрөнгийн хохирол арилгасныг үл харгалзан, эдийн бус гэм хорыг мөнгөн болон бусад хэлбэрээр арилгах үүрэг хүлээнэ”.

Нэр төр сэргээлгэх тухай Иргэний хуулийн зохицуулалтын нэг асуудалтай тал нь нийтийн албанд хамаарах байгууллагад нэр төр сэргээх боломж олгодогт байна. Өөр нэг тулгамдсан асуудал нь, Иргэний хуулийн дагуу иргэн, хуулийн этгээдийн нэр төр, алдар хүнд, ажил хэргийн нэр хүндийг гутаасан мэдээ тараасан бол түүнийхээ "бодитой", "үнэн зөв" гэдгийг нотлохыг мэдээ тараагчид ногдуулсан. Энэ заалт нь хариуцагчид ихээхэн үүрэг ногдуулж байгаа бөгөөд хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөг хязгаарлах нөлөө үзүүлж байна.

Сонгуулийн төв байгууллагын тухай хуулийн 14 дүгээр зүйлд зааснаар сонгуулийн үеэр орон тооны бус Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл байгуулж ажиллахыг үүрэг болгосон. “Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл нь хэвлэл, мэдээллийн мэргэжлийн байгууллага, төрийн бус байгууллагын төлөөлөл болон сонгуульд оролцож буй нам, эвслийн тэгш төлөөллөөс бүрдсэн байна”/14.2/, “Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл нь нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн хэвлэл мэдээллийн сурталчилгааны тэнцвэрт байдалд хяналт тавих бөгөөд энэ асуудлаар нам, эвсэл, нэр дэвшигч, хуулийн этгээд, иргэнээс ирүүлсэн өргөдөл, гомдлыг хянан үзэж, санал дүгнэлт гаргаж Хороонд танилцуулах чиг үүрэгтэй” /14.3/ байхаар хуульчилсан ч тухайн сонгуулийн зохион байгуулалтыг нарийвчлан зохицуулсан хуулиудад хяналт мониторинг болон хэвлэл мэдээллийн эсрэг гаргасан гомдлыг хүлээн авч, шийдвэрлэх үүргийг ШӨХТГ, ХХЗХ зэрэг төрийн байгууллагуудад олгосон нь давхардлыг бий болгож, өөрийн зохицуулалтын дээрх механизмыг сулруулах нөлөө үзүүлсэн. Харин 2016 оны сонгуулийн үеэр ийм зөвлөлийг байгуулаагүй нь СЕХ-ноос хуульд заасан үүргээ биелүүлээгүй зөрчил боллоо гэж үзэж байна.

ГУРАВ. МОНИТОРИНГИЙН АРГА ЗҮЙ

МОНИТОРИНГИЙН АРГА ЗҮЙ

Зорилго

Телевиз нь сонгуулийн сурталчилгааг нэвтрүүлэхдээ редакцийн хараат бус байдлыг ханган, сэтгүүл зүйн мэргэжлийн зарчим, ёс зүйн хэм хэмжээг баримтлан ажиллаж, Сонгуулийн тухай хуульд заасны дагуу бүх нэр дэвшигч, нам эвсэлд тэгш хандаж, олон нийтэд үнэн зөв, бодит мэдээллийг хүргэх үүргээ хэрхэн гүйцэтгэж буйг сонгуулийн сурталчилгааны туршид тандах зорилгоор хийв.

Зорилт

Энэхүү зорилгын хүрээнд дараах зорилтуудыг дэвшүүлсэн. Үүнд:

1. МҮОНТ нь сонгуулийн сурталчилгааг Сонгуулийн ерөнхий хорооноос баталсан хуваарь, цагийн дагуу зөвхөн төлбөргүй нэвтрүүлж байгаа эсэх
2. Нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн талаар тэнцвэртэй сурталчилгаа явуулж буй эсэх
 - Цаг хуваарилалт
 - Мэдээллийн өнгө аяс
3. Олон нийтийн телевизээс бусад телевизийн сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цагаас илүүгүй, хорин таваас илүүгүй хувь нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдож байгаа эсэх.
4. Телевиз нь мэдээний хөтөлбөрөөр нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлж байгаа эсэх
5. Сонгогчдын боловсролд зориулсан тусгай хөтөлбөр
6. СЕХ, ХХЗХ-оос хамтран баталсан журмын 3.17-д заасныг зөрчиж аливаа хэлбэрийн далд сурталчилгаа явуулж байгаа эсэхийг илрүүлэх зэрэг болно.

Мониторингийн баг

Мониторингийн баг дүн шинжилгээ хийх нэг, мэдээлэл цуглуулах тав, мэдээлэл боловсруулах нэг, зөвлөх зэрэг 10 хүний бүрэлдэхүүнтэй ажиллалаа. Мониторингийн багийн гишүүдийн дөрөв нь УИХ-ын сонгуулийн 2008 оны өмнөх хэвлэл мэдээллийн мониторинг, УИХ-ын 2008 оны, Ерөнхийлөгчийн 2009 оны сонгуулийн хэвлэл мэдээллийн мониторингийн багт ажилласан туршлагатай хүмүүс юм. Мониторчид хоёр өдрийн сургалтад хамрагдан “Мониторчийн ёс зүйн зарчим”-ыг хүлээн зөвшөөрч, гэрээ байгуулан ажиллав.

Мониторингийн хамрах хүрээ

Хэвлэлийн хүрээлэнгийн судалгаагаар 2015 онд Монгол улсад үйл ажиллагаа явуулж буй 493 хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл байв. Сүүлийн хоёр жилд онлайн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн тоо хоёроос гурав дахин нэмэгдсэн байна. Одоо www.imedia.mn

цахим хуудаснаас 8 сонин, www.sonin.mn цахим хуудаснаас 34 сонин уншиж, tv.onair.mn цахим хуудсаар 39 телевизийн сувгийг шууд болон нөхөн үзэх боломжтой болсон байна¹.

Үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлгээ цацдаг телевизийн тоо 16-д хүрчээ.

УИХ-ын 2016 оны сонгуулийн сурталчилгааны үеэр:

- Олон нийтийн буюу төсвийн санхүүжилт ашигладаг.
- Хамгийн хүртээмжтэй, орон даяар цацагддаг
- Үзэгчдийн тоо, рейтинг өндөр
- Зах зээлд удаан хугацаагаар оршин тогтнож, үйл ажиллагаагаа явуулж буй
- Зөвхөн агаарын долгион ашигладаг гэсэн шалгууруудыг үндэслэн дараах таван телевизийг сонгож, мониторинг хийв. Үүнд:
- 1. Монголын үндэсний олон нийтийн телевиз
 2. ТВ9 телевиз (I суваг)
 3. ТВ5 телевиз (I суваг)
 4. UBS (I суваг)
 5. 25-р суваг телевиз (I суваг)

Жич: *Хамгийн олон үзэгчтэй телевизээр, “Боловсрол суваг”, “Монгол HD” телевиз эхний хоёрт жагссан боловч Боловсрол суваг телевиз нь цаг үеийн мэдээний хөтөлбөр нэвтрүүлдэггүй, Монгол HD телевиз нь УИХ-ын Сонгуулийн үеэр сурталчилгаа нэвтрүүлэхгүй албан ёсоор зарласан тул жагсаалтын дараагийн дугаарт байсан телевизүүдээс сонгосон болно/*

Мониторингийн хугацаа

Мониторингийг 2016 оны 6 дугаар сарын 08-28-ны өдрийг дуустал буюу УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхийн өмнөх 3 хоног, сонгуулийн сурталчилгааны үе буюу хуулиар зөвшөөрөгдсөн 17 хоног, сурталчилгааг зогсоосон сонгуулийн санал авахын өмнөх өдөр буюу 6 дугаар сарын 28-ны өдрийг оролцуулан нийт 22 өдөрт хийж гүйцэтгэв.

Мониторингийн үр дүнг 2 удаагийн хэвлэлийн бага хурал болон “Сонгуулийн шөнө” арга хэмжээний үеэр нийтэд танилцуулсан болно.

МОНИТОРИНГИЙН АРГАЧЛАЛ

Глоб Интернэшнл Төвийн 2008, 2012 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэрх хэвлэл мэдээллийн мониторингид ашиглаж байсан “Мемо 98” Словакийн байгууллагын аргачлал дээр үндэслэн 2015 оны 12 сарын 25-ны өдөр батлагдсан Сонгуулийн тухай хуульд нийцүүлэн мониторингийн арга зүйг боловсруулав.

Мониторингид ашигласан нэр томъёо

Сонгуулийн мэдээлэл гэж сонгуулийн кампанит ажлын нийт хугацаанд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр нийтэлж, нэвтрүүлсэн сонгуультай холбоотой аливаа мэдээллийг

¹Хэвлэлийн эрх чөлөөний тайлан, 2015 он, 4 тал

хэлнэ. Үүнд сонгуулийн үйл явдлын тухай мэдээ, сурвалжлага, сонгогчдын боловсролд зориулсан материал, СЕХ-ны мэдэгдэл, мэдээлэл, сонгуулийн сурталчилгааг хамруулж ойлгоно.

Сонгуулийн сурталчилгаа гэж улс төрийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдээс сонгогчдын сэтгэл санаанд нөлөөлж, аль болох олон санал авахын тулд хэвлэл мэдээллээр нийтэлж, нэвтрүүлсэн аливаа материалыг хэлнэ. Үүнд сонгуулийн мөрийн хөтөлбөр, үйл ажиллагаа, нэр дэвшигчдийн намтар, эрхэлж буй ажил зэргийг танилцуулах, тайлбарлах зорилгоор сэтгүүл зүй, пи-арын аргыг хослуулан бэлтгэсэн хэвлэл мэдээллийн төлбөрт материал, зар сурталчилгааг хамруулж ойлгоно.

Мониторингийн баг нь мэдээлэл цуглуулах, баримтжуулах, мэдээлэл боловсруулах, мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийх гэсэн гурван хэсэгт хуваагдаж ажилласан.

Сэтгүүл зүйн хараат бус нэвтрүүлэг гэж аливаа нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн захиалгат бус, хараат бус, редакцийн өөрийн бэлтгэсэн мэдээ, сурвалжлага, ярилцлага зэрэг сэтгүүл зүйн төрөлд хамаарах нэвтрүүлэг юм.

Мэдээлэл цуглуулах, баримтжуулах

Хэвлэл мэдээллийн мониторингийн мэдээллийг тусгайлан боловсруулж, сайжруулсан маягт бөглөх аргаар цуглуулав. Мониторингид хамрагдсан 5 телевизийн өглөөний 07 цагаас шөнийн 02 цаг хүртэлх хугацааны эфирийг бичиж, архивлан бүх нэвтрүүлэгт ажиглалт хийсэн. Энэ удаагийн мониторингийн давуу тал нь форс-мажор буюу эфирийн явцад цахилгаан, кабель тасрах зэргээс шалтгаалж бичлэг тасалдах явдал харьцангуй бага гарав. Учир нь бичлэг хийхээр гэрээ байгуулсан “Эн Эс Эм Эй” ХХК хоёр газар зэрэг бичлэг хийж байсан тул бичлэгийг нөхөж өгөх боломжтой байв. Түүнчлэн “UNIVISION” кабелийн сувагтай гэрээлэн ажилладаг тул алдагдсан бичлэгийг гурван өдрийн дотор авах боломжтой, түүнчлэн tv.onair.mn цахим хуудсаар нөхөн үзэв.

Мэдээлэл боловсруулах, дүн шинжилгээ хийх

Мэдээлэл боловсруулагчид ажиглагчдаас авсан мэдээллийг SPSS17, EXCEL программд оруулан нэгтгэн боловсруулав. Түүнийг нь хүлээж авсан дүн шинжилгээ хийгч нэг бүрчлэн тулган нягталж анализ хийж байлаа.

1. Сурталчилгааны тэнцвэртэй байдлын мониторингийн аргачлал

2008 оны УИХ-ын сонгууль, 2009 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн хэвлэл мэдээллийн мониторингийн үеэр ашигласан нам, нэр дэвшигчдэд зориулсан цагийг тоон болон чанарын үзүүлэлтээр хэмжих аргаар сурталчилгааны тэнцвэртэй байдалд дүн шинжилгээ хийв.

Тоон шинжилгээ

Тоон шинжилгээгээр нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн сурталчилгаанд зориулсан эфирийн цагийг хэмжив. Цаг хэмжихдээ дуу, дүрсний аль алиныг нь цаг, минут, секунд (00:00:00)-ээр тооцсон. Нэр дэвшигчийн тухай сэтгүүлч, эсвэл өөр нэгэн этгээд, эсвэл өрсөлдөгч нь нэг өгүүлбэрт багтаан дурдаад өнгөрөх, эсхүл гурван секундээс илүүгүй бол автоматаар нэг секунд гэж тооцсон. Дэлгэц дээр нэг нэр дэвшигч ярьж байхад цаана нь өөр нэр дэвшигч санаандгүй байдлаар гарсан дүрсийг ч хэмжиж байлаа.

Цагийг хэмжихдээ эхэлсэн цагийг тухайн нэвтрүүлэг өдрийн хэдэн цагаас хэдэн цагийн хооронд гарсныг (жишээ нь: 21:00-21:30); тухайн цагийг тус нэвтрүүлэг бүхэлдээ хэдэн цаг үргэлжилсэн хугацааг нь (жишээ нь: 30 мин) тэмдэглэсэн.

Үргэлжилсэн хугацааг тоолохдоо нам, эвсэл, нэр дэвшигчидтэй холбоотой дуу, дүрс 3 секунд гарвал шууд 1 секунд гэж тооцох; Хэрэв 1 болон 2 секунд яриагүй дүрс нь гарвал гарсанд тооцохгүй. Дөрөв болон түүнээс дээш секунд үргэлжилвэл хугацааг байгаагаар нь тооцов. Жишээ нь: 4 секунд бол “4” секунд, 15 секунд бол “15” секунд гэж тэмдэглэнэ.

Мониторингийн бас нэгэн үзүүлэлт нь тухайн телевизээс нам эвсэл, нэр дэвшигчдэд хуваарилсан цагийг оргил болон оргил бус цаг гэж ангилсан юм. Үүнд: 19:00-23:00 цагийг оргил цаг гэж үзэв.

Чанарын шинжилгээ

Чанарын шинжилгээгээр сонгуульд өрсөлдсөн улс төрийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн талаарх мэдээллийн агуулга эерэг, сөрөг, төвийг сахисан /нейтрал/ ямар өнгө аястай байсныг үнэлсэн юм. Энэ нь тухайн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл сонгуульд өрсөлдсөн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд аль хэр шударга хандсаны үнэлгээ юм. Үнэлгээ нь хэт их магтаж сайшаасан бол 1, эерэг хандлагаар илэрхийлсэн бол 2, төвийг сахисан байдлаар илэрхийлсэн бол 3, сөрөг хандлагаар илэрхийлсэн бол 4, доромжилсон буюу хэт муучилсан бол 5 гэсэн үнэлгээг өгөв.

Дээрх таван шатлалыг ашиглаж эерэг, сөрөг, төвийг сахисан гэсэн гурван түвшингээр дүгнэв. Учир нь мониторчид тухайн этгээдийн талаарх мэдээллийн өнгө аясыг үнэлэхдээ хэт туйлшрах, эргэлзэх зэрэг байдалд хүргэхгүйн тулд ийнхүү таван шатлалд хуваасан юм.

Мөн нэр дэвшигчдэд ногдуулсан цагийг хүйсийн харьцаа /эрэгтэй эмэгтэй/, шууд ба шууд бус эх сурвалжийн байдал гэх мэтээр өргөн хүрээнд авч үзлээ.

2. Төлбөртэй/төлбөргүй сурталчилгааг хянах аргачлал

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлд сонгуулийн сурталчилгааг МҮОНТ зөвхөн төлбөргүй нэвтрүүлэх бол арилжааны телевизүүд гэрээний үндсэн дээр төлбөртэй нэвтрүүлэхээр зохицуулсан. Тиймээс телевизүүдийн төлбөртэй болон төлбөртэй шинж агуулсан нэвтрүүлгийг тооцохдоо арга зүйн хувьд бага зэрэг ялгаатай байв.

СЕХ-оос баталсан 2016 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгааг МҮОНТ-ээр нэвтрүүлэх хуваарийг баримтлав.

Дараах тохиолдолд төлбөртэй буюу төлбөртэй шинж агуулсан нэвтрүүлэг гэж үзсэн юм.

- Төлбөртэй, захиалгатай гэж тэмдэглэсэн
- Намын нэр, лого, таних тэмдэгтэй
- Нам, нэр дэвшигчийн реклам, шторк, ролик
- Нам, намын мөрийн хөтөлбөрийн дагнасан сурталчилгаа
- Сүлжээний нэвтрүүлэгт намын төлөөлөл, нэр дэвшигч дагнан оролцсон

- Сүлжээний нэвтрүүлэг биш боловч намын төлөөлөл, нэр дэвшигч оролцсон
- Нэр дэвшигчийн хөрөг нэвтрүүлэг
- Хамтран бэлтгэсэн нэвтрүүлэгт намын төлөөлөл, нэр дэвшигч оролцсон
- Намын төлөөлөл, нэр дэвшигч, арилжааны, нийгмийн сурталчилгаанд оролцсон

3. Далд сурталчилгаанд мониторинг хийсэн аргачлал

Далд сурталчилгаа гэж сонгуулийн сурталчилгаа гэдгээ онцолж тодотгоогүй, улс төрийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчийг сурталчилж байгаагаа ил тод тайлбарлаж ойлгуулаагүй, сонгогчдын ухамсар, сонголтод шууд бусаар нөлөөлөх мэдээ, мэдээлэл, нэвтрүүлэг зэргийг хэлнэ.

Хуулийн дараах заалтыг үндэслэн далд сурталчилгаанд тооцов.

1	70.5.9.Сонгуулийн сурталчилгааны нэвтрүүлэг, материалд шашны холбогдолтой аливаа дуу, зураг хэвлэх, нийтлэх, нэвтрүүлэх; <i>Энэ ангилалыг сонгохдоо дараах заалтыг анхаарна уу.</i> <i>70.6. Сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрт туссан иргэдийн шүтэх, эс шүтэх эрх чөлөө, төр, сүм хийдийн харилцаа, шашны талаарх бодлого, үзэл баримтлалыг сонгогчдод тайлбарлан таниулах үйл ажиллагааг шашны зан үйл ашигласан гэж үзэхгүй.</i>
2	70.5.10.сонгогчдын саналыг татах зорилгоор өөрөө болон бусдаар дамжуулан, эсхүл хүмүүнлэгийн, буяны, шашны байгууллага болон төрийн бус байгууллага, сангийн нэрээр халхавчлан сонгогч, түүний гэр бүлийн гишүүн, насанд хүрээгүй хүн, байгууллага, хамт олонд техник хэрэгсэл, тоног төхөөрөмж, мөнгө, эм тариа, хүнсний болон бусад эд бараа төлбөргүй тараах, хөнгөлөлттэй үнээр худалдах, цалин хөлс, урамшуулал, тэтгэлэг олгох;
3	70.12. Нам, эвслийн дарга, түүнчлэн нэр дэвшигч нь сонгуулийн сурталчилгаа эхэлсэн өдрөөс хойш санал хурааж дуустал сонгуулийн сурталчилгааны бус бие даасан нэвтрүүлэг, хөтөлбөр, ярилцлагад орохыг хориглох бөгөөд сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхээс өмнө хийгдсэн аливаа нэвтрүүлэг, хөтөлбөр, ярилцлагыг нэвтрүүлэх, нийтлэхийг мөн хориглоно.

Сонгогчдын боловсролд зориулсан нэвтрүүлэг

Дараах тохиолдолд “Сонгогчдын боловсролд зориулсан нэвтрүүлэг” гэж үзэв.

- Сонгогчдын боловсролд гэсэн нэр эсвэл бичвэртэй
- Сонгуулийн Ерөнхий хорооны захиалгаар гэсэн тодотголтой
- Сонгуулийн тухай хуулийг тайлбарласан
- Сонгуульд оролцох эрх, үүргийн тухай тайлбарласан
- Саналаа хэрхэн өгөхийг тайлбарласан
- Санал өгөхийг уриалсан сурталчилгаа
- Мөрийн хөтөлбөрийн талаар хараат бус шинжээч оролцуулсан нэвтрүүлэг

- Амлалтын хэрэгжилтийг хараат бус шинжээчид тайлбарласан, дүн шинжилгээ хийсэн

Мөн хуулиар зөвшөөрсөн мэтгэлцээний цагийг сонгогчдын боловсролд зориулсан гэж тооцов.

ДӨРӨВ. МОНИТОРИНГИЙН ҮР ДҮН

4.1. СОНГУУЛИЙН МЭДЭЭЛЭЛ

Сонгуулийн тухай хуульд сурталчилгаа явуулахаар заасан 17 хоногийн хугацаанд таван телевизийн эфирийн нийт 1626 цаг 41 минут 46 секунд буюу 97601 минутын хөтөлбөрт ажиглалт хийв. Үүнээс 294 цаг 32 минут 15 секунд буюу 17672 минутыг сонгуультай холбоотой мэдээлэлд зарцуулсан байна.

МҮОНТ-ийн нийт 310 цаг 32 минут 44 секундын буюу 18633 минутын бичлэгт мониторинг хийснээс 132 цаг 59 минут 10 секунд буюу 7979 минутыг сонгуулийн мэдээлэлд зарцуулжээ. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 42,8 хувийг эзэлж байна. МҮОНТ энэ хугацаанд сонгуульд нэр дэвшсэн 16 субъектийг бүгдийг нь хамруулан мэдээлсэн боловч нам тус бүрт оноосон цаг нь ялгаатай байв. СЕХ-ноос баталсан хуваарьт нэвтрүүлэг 92 хувь, сонгогчдын боловсролд зориулсан 5 хувь, далд сурталчилгаа 2 хувь, сурталчилгааны бусад тооцогдох ажлаа ярьсан мэдээлэл 1 хувь буюу 59 минут цацагджээ.

	Телевизийн нэр	MNB	
	Цаг	Минут	Хувь
1	Эфирын нийт цаг	18633	100%
2	Сонгуультай холбоотой мэдээлэл гарсан нийт хугацаа	7979	100%
2.1	Далд сурталчилгаа	148	2%
2.2	Сонгогчдын боловсрол	422	5%
2.3	Төлбөргүй	7350	92%
2.4	Сурталчилгааны бус мэдээлэл	59	1%
3	Нийт эфирт эзлэх хувь	42,8	

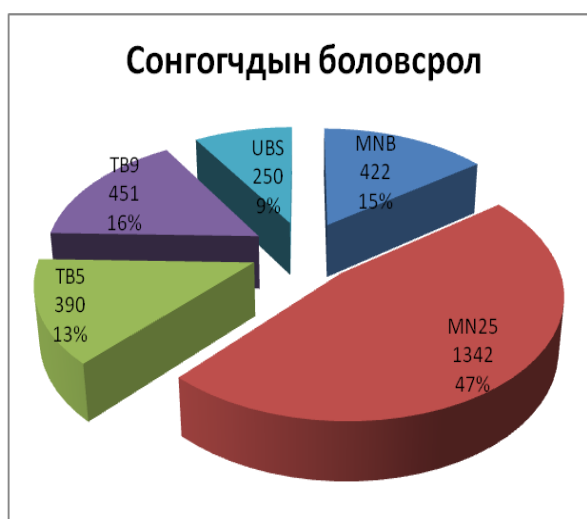
Хуульд заасан сурталчилгааны энэ хугацаанд тус телевизээр намуудад цаг хуваарилсан байдлыг шинжлэвэл МАН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн их гарсан нь 19%-ийг эзэлжээ. Харин эрх баригч АН-д 17%-тай тэнцэх цаг оногдов. МАХН, бие даагчдад адил тэнцүү 13%-ийг оноосон бол ТТЭНЭ 10%-ийг эзэлж байна. Үлдсэн субъектүүд 1-2 хувийг тус тус зарцуулжээ.

МҮОНТ-ийн сонгуулийн сурталчилгаа явуулах эрх зүйн зохицуулалт нь бусад телевизээс ялгаатай учир ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн эфирийн цагийг тусад нь нэгтгэж үзвэл, ажиглалт хийсэн нийт эфир нь 1299 цаг 08 минут 27 секунд буюу

77948 минут болжээ. Үүнээс 9693 минутыг сонгуулийн мэдээлэл эзэлж байгаа нь нийт эфирийн 13,1 хувьтай тэнцэж байна. Ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн сонгуулийн нийт мэдээллийн 3940 минут буюу 40,7 хувь нь төлбөртэй/захиалгат мэдээлэл, 3038 минут буюу 31,4 хувь нь далд сурталчилгааны шинжтэй, 2434 минут буюу 25,1 хувь нь сонгогчдын боловсролд зориулсан, үлдсэн 2,8 хувь буюу 275 минут нь мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа ярьсан буюу хуулийн заалтаар сурталчилгааны бус мэдээлэлд тооцогдох агуулга нэвтрүүлжээ.

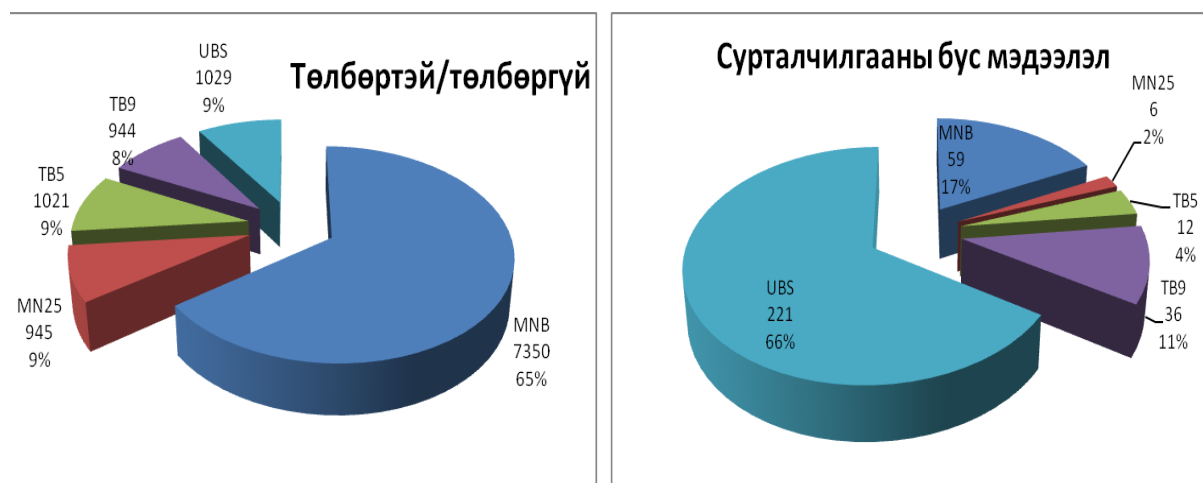
Хүснэгт 1. Телевизүүдийн сонгуулийн мэдээлэлд зориулсан хугацаа /минутаар/

	Телевизүүд	MN25		TB5		TB9		UBS		НИЙТ	
		Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь
1	Эфирын нийт цаг	17786	100%	18613	100%	19130	100%	18150	100%	73678	100%
2	Сонгуультай холбоотой мэдээлэл гарсан нийт хугацаа	3605	100%	1876	100%	2532	100%	1674	100%	9687	100%
2.1	Далд сурталчилгаа	1312	36%	452	24%	1100	43%	174	10%	3038	31,4%
2.2	Сонгогчдын боловсрол	1342	37%	390	21%	451	18%	250	15%	2434	25,1%
2.3	Төлбөртэй	945	26%	1021	54%	944	37%	1029	61%	3940	40,7%
2.4	Сурталчилгааны бус мэдээлэл	6	0%	12	1%	36	1%	221	13%	275	2,8%
3	Нийт эфирт эзлэх хувь	20,3		10,1		13,2		9,2			



Таван телевизийн нийт сонгуулийн мэдээллийг дотор нь ангилж харьцуулж үзвэл, далд сурталчилгаа хамгийн их явуулсан телевиз нь MN25 телевиз нийт 1312 минут буюу 41 хувийг, TB9 телевиз 1100 минут буюу 35 хувийг явуулсан бол хамгийн бага далд сурталчилгаа явуулсан телевиз МҮОНТ 148 минут буюу 5 хувь болж байна.

Харин сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээллийг хамгийн их явуулсан телевиз MN25 телевиз (1342 минут буюу 47 хувь), хамгийн багыг UBS телевиз (250 минут буюу 9 хувь) явуулсан нь илэрчээ.



Сонгуулийн төлбөртэй эсвэл төлбөргүй сурталчилгааны хувьд нэр дэвшигч бүрт 15 минутын цаг оноосонтой холбоотойгоор МҮОНТ илт давамгайл харагдаж байна. Нөгөө талаас арилжааны бусад телевизийн хувьд төлбөртэй сурталчилгаанд хоногт нэг цагаар хязгаарласан нь 4 телевиз нийлээд 35 хувьтай харагдуулахад хүргэв. Эндээс дүгнэвэл нийт сонгуулийн сурталчилгаанд зориулсан 11291 минутын 65 хувийг МҮОНТ-ээр дамжуулагджээ.

Мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа ярьсан буюу сурталчилгааны бус мэдээлэлд хуулийн дагуу тооцогдож байгаа мэдээлэл нь UBS телевиз (221 минут буюу 66 хувь)-ээр хамгийн их, MN25 телевиз (6 минут буюу 2 хувь)-ээр хамгийн бага цацагдсан үр дүн харагдлаа.

4.2. СОНГУУЛИЙН СУРТАЛЧИЛГАА

Сонгуулийн тухай хуулийн 82² дугаар зүйлийн 82.2 дахь хэсэгт “Олон нийтийн радио, телевиз нь сурталчилгааны нэвтрүүлгийг сонгуулийн төв байгууллагаас сонгуульд оролцогч нам, эвсэл тус бүрээр тогтоосон хуваарь, цагийн дагуу зөвхөн үнэ төлбөргүй нэвтрүүлнэ” гэсэн заалтыг үндэслэн боловсруулсан МҮОНРТ-ийн саналыг үндэслэн СЕХ-ны 2016 оны 6 дугаар сарын 08-ны өдрийн 169 дүгээр тогтоолын хавсралтаар Монгол Улсын Их Хурлын болон Аймаг, нийслэлийн Иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын 2016 оны сонгуулиар Олон нийтийн радио, телевизээр нэвтрүүлэх сонгуулийн сурталчилгааны хуваарь, цагийг батлав.

4.2.1. ЦАГ ХУВААРИЛАЛТ

МҮОНТ

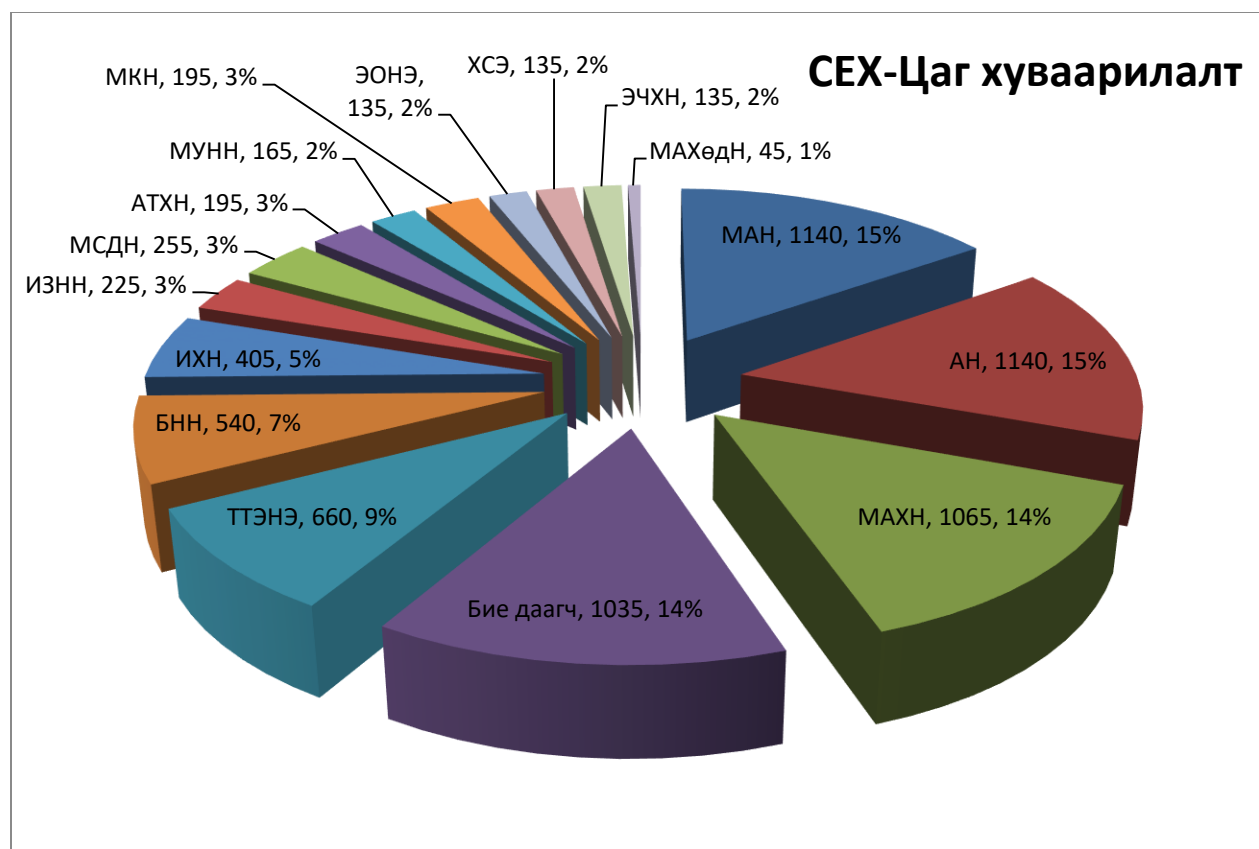
²Сонгуулийн тухай хууль, §82. Сонгуулийн сурталчилгаанд радио, телевиз ашиглах

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.2 дахь заалтыг үндэслэн сонгуульд нэр дэвшигчдэд ижил нөхцөл, боломж, тэнцүү хугацаа ногдохоор тооцож сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхээс гурав хоногийн³ өмнө СЕХ баталсан.

Сонгуулийн сурталчилгаа явуулахыг зөвшөөрсөн 17 хоногийн хугацаанд СЕХ-ноос хуваарилсан цагийн дагуу МҮОНТ нь 12 нам, 3 эвсэл болон 69 бие даагчид нийтдээ 124 цаг 30 минут буюу 7470 минут зарцуулахаар төлөвлөжээ. Цагийг хуваарилахдаа намаас нэр дэвшигчид болон бие даагч /498 нэр дэвшигч/ тус бүрт сурталчилгааны хугацаанд 15 минут ногдохоор төлөвлөсөн байна.

Судалгааны явцад СЕХ-оос батлан гаргасан хуваарийн дагуу тулгалт хийхэд МАХөдН-д оногдсон цагаас бусад нь ямар ч зөрөөгүй нэвтрүүлсэн. Нэр дэвшигчид сурталчилгаанд хуваарилсан 15 минутын хугацаагаа зарим үед бүхлээр нь буюу 15 минутаар нь ашиглаагүй учир хуваарилсан 7470 минутаас 7350 минутыг сурталчилгаа гэж шууд танигдахуйц, лого, таних тэмдэгтэйгээр ашигласан үр дүн харагдав.

График. СЕХ-ноос цаг хуваарилсан тогтоол /минутаар/



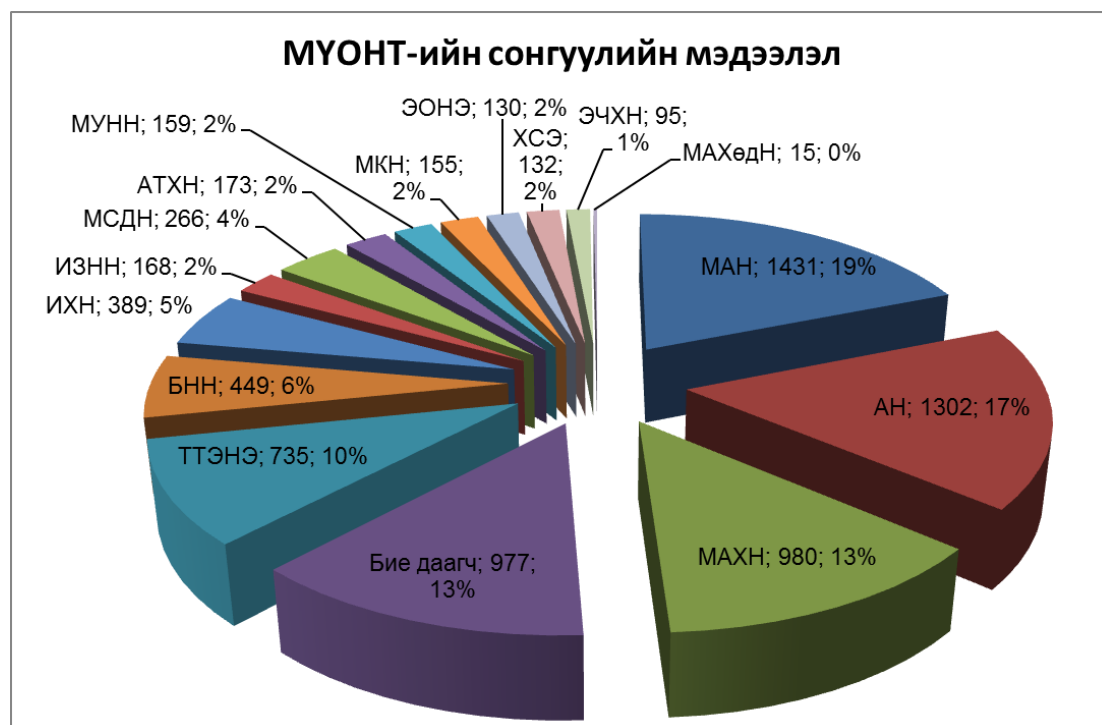
³Сонгуулийн тухай хууль, §82.3 дахь хэсэгт "...сурталчилгаа эхлэхээс таваас доошгүй хоногийн өмнө батална" гэсэн заалтыг зөрчсөн.

Тайлангийн хугацаанд МҮОНТ нь нийт 132 цаг 59 минут 10 секунд буюу 7979 минутыг сонгуулийн мэдээлэлд зориулжээ. Үүнээс 422 минут сонгогчдын боловсролд, үлдсэн нийт 7557 минутыг аль нэг нам, эвсэл, бие даан нэр дэвшигчид зориулжээ. Үүнийг нарийвчлан харуулбал, 7350 минут нь төлбөргүй буюу СЕХ-ноос хуваарилж өгсөн сурталчилгааны цагийг намуудад зориулсан, 59 минутыг сурталчилгааны бус ажлаа тайлагнасан 148 минут далд сурталчилгааны шинжтэй мэдээлэл эзэлж байна.

МҮОНТ энэ хугацаанд сонгуульд нэр дэвшсэн 16 субъектийг бүгдийг нь хамруулан мэдээлсэн боловч нам тус бүрт оноосон цаг нь ялгаатай байв.

Хуульд заасан сурталчилгааны энэ хугацаанд тус телевизээр зарцуулсан 7557 минутыг намуудад хуваарилсан байдлыг шинжлэвэл МАН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн их гарсан нь 19%-ийг эзэлжээ. Харин эрх баригч АН-д 17%-тай тэнцэх цаг оногдов. МАХН, бие даагчдад адил тэнцүү 13%-ийг оноосон бол ТТЭНЭ 10%-ийг эзэлж байна. Ийнхүү буурсаар БНН-д зарцуулсан цаг нь 6% байсан бол ИХН 5%, МСДН 4% болжээ. Түүнчлэн АТХН, МКН, ЭОНЭ, ХСЭ, МУНН, ИЗНН-д ногдсон цаг нь тус бүр 2%-ийг эзэлж байна. ЭЧХН-д оноосон 1%-ийг эзэлж МАХөдН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн бага буюу 14 минут 41 секунд байсан нь намуудад хуваарилсан нийт цагтай харьцуулахад 1%-д ч хүрсэнгүй.

График. Цаг хуваарилсан байдал /минутаар/



МҮОНТ нь 17 хоногийн хугацаанд хамгийн бага цагийг МАХөдН-д (15 минут), хамгийн их цагийг МАН (1431минут), АН (1302 минут) тус тус зарцуулав. МАХөдН-д нийт 45 минутыг хуваарилсан хэдий ч 15 минутыг нь тэд ашиглаж, үлдсэн минутыг ашиглаагүй өнгөрөөжээ.

МҮОНТ нь бие даагчдад 977 минут буюу 12.93 хувьтай тэнцэх⁴ цагаа зориулжээ.

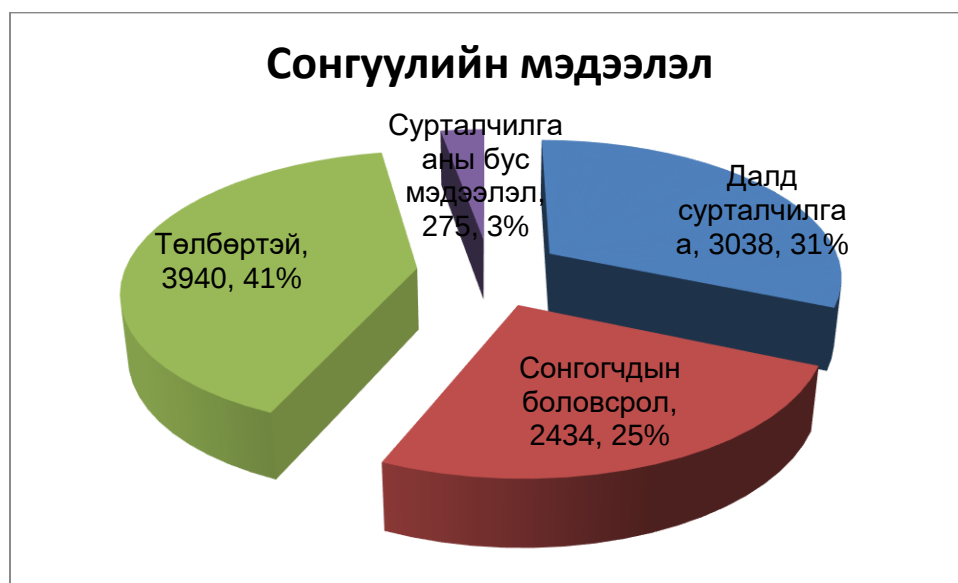
Бусад телевиз

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.13 дахь хэсэгт “сурталчилгааны нэвтрүүлэг нэвтрүүлэх радио, телевиз нь сонгуульд оролцогч бүх нэр дэвшигч, нам, эвсэлд тэгш хандах үүрэгтэй” гэж зааж өгсөн.

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.4 дэх хэсэгт зааснаар олон нийтийн радио, телевизээс бусад радио, телевиз нь сурталчилгааны нэвтрүүлгийг нэвтрүүлэх хуваарийг СЕХ-нд ирүүлсэн. Ирүүлсэн хуваарийг 82 дугаар зүйлийн 82.5, 82.6 дахь хэсэгт заасны дагуу сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг (60 минут)-аас илүүгүй ба үүний хорин таваас илүүгүй хувь (15 минут) нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдох ерөнхий зарчмыг баримтлан аль нэг нам, эвсэл, бие даагч гэж ялгахгүйгээр УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа (60 минут), НИТХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа (60 минут) гэж хуваарилсан.

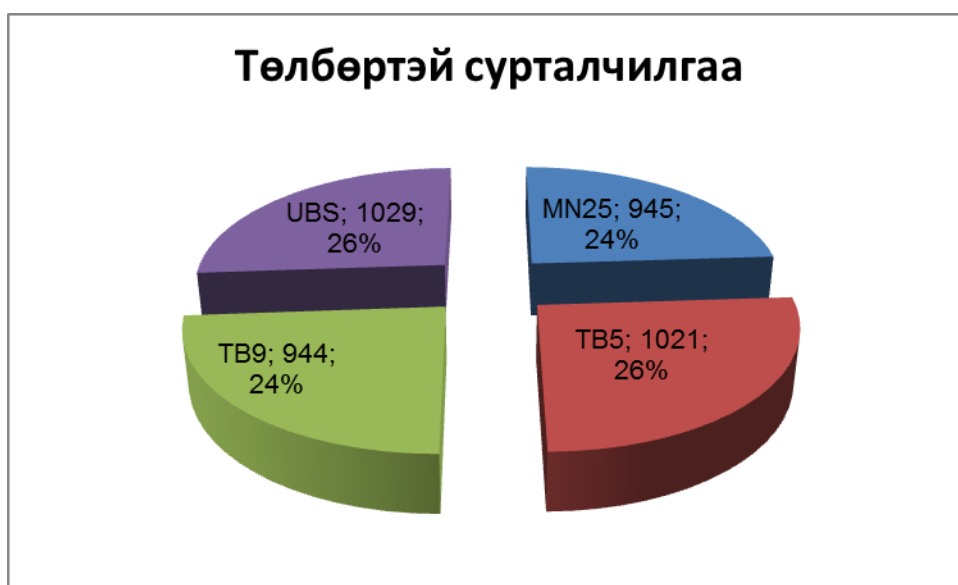
Арилжааны телевизүүдээр сонгуулийн мэдээлэлд нийт 9687 минутыг зарцуулснаас нийт 3940 минут буюу 41 хувийг төлбөртэй сонгуулийн сурталчилгаа эзэлж байна.

Зураг. Арилжааны телевизүүдийн сонгуулийн мэдээлэл /хэлбэрээр/



Телевизүүдийн төлбөртэй сурталчилгаанд зориулсан хугацааг минут ба хувиар харьцуулбал, дараах график харагдаж байна. Сонгуулийн төлбөртэй сурталчилгааг нэвтрүүлэхдээ нэг цагийн хязгаарлалтаа баримтлахыг хичээсэн тул харьцангуй ойролцоо цаг буюу 24-26 хувийг зарцуулсан болох нь харагдаж байна.

⁴Тухайн телевизийн сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд эзлэх хувь



Харин арилжааны телевизүүд субъектүүдэд цагаа хэрхэн хуваарилсныг нягтлахад улс төрийн гол 3 хүчин болон бие даан нэр дэвшигчдэд дийлэнх цаг ногдсон байна.

Хүснэгт 2. Телевизүүдийн нам, эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдэд хуваарилсан цаг /хувиар/

НАМ	UBS		25ТВ		ТВ9		ТВ5		Нийт	Дундаж
	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	хувиар
МАН	676	47,2	1236	35,0	570	24,4	917	53,9	3398	37,74
АН	633	44,2	1129	32,0	583	24,9	533	31,3	2878	31,96
МАХН	14	1,0	165	4,7	786	33,6	47	2,8	1013	11,25
Бие даагч	12	0,8	554	15,7	198	8,5	105	6,1	868	9,64
ТТЭНЭ	29	2,0	212	6,0	91	3,9	17	1,0	348	3,87
ИЗНН	61	4,3	163	4,6	20	0,8	3	0,2	247	2,74
БНН	0	0,0	58	1,6	11	0,5	16	1,0	85	0,95
ИХН	0	0,0	0	0,0	28	1,2	23	1,4	51	0,57
ЭОНЭ	0	0,0	1	0,0	7	0,3	25	1,5	34	0,37
МУНН	0	0,0	0	0,0	29	1,2	0	0,0	29	0,32
АТХН	0	0,0	15	0,4	7	0,3	0	0,0	22	0,25
МКН	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	0,9	16	0,17
МСДН	0	0,0	0	0,0	8	0,3	0	0,0	8	0,09
ХСЭ	5	0,4	1	0,0	1	0,0	0	0,0	7	0,07
ЭЧХН	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,00
МАХөдН	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,00
Нийт	1430	100	3534	100	2339	100	1701	100	9004	100

Бусад телевизүүд нийт 9004 минутыг нэр дэвшигч субъектүүдэд зарцуулсан бөгөөд үүнийг 16 субъектээр хамгийн ихээс бага руу жагсааж үзвэл МАН-д 3398 минут буюу 37,74%, АН-д 2878 минут буюу 31,96%, МАХН-д 1013 минут буюу 11,25%, бие даагчдад 868 минут буюу 9,64%, ТТЭНЭ-д 348 минут буюу 3,87%, ИЗНН-д 247 минут буюу 2,74%, БНН-д 85 минут буюу 0,95%-ийг зориулжээ. Үлдсэн ИХН-д 51 минут, ЭОНЭ-д 34 минут, МУНН-д 29 минут, АТХН-д 22 минут, МКН-д 16 минут, МСДН-д 8 минут, ХСЭ-д 7 минут тус

тус зарцуулсан нь 1 хувьд ч хүрсэнгүй. Харин ЭЧХН, МАХөдН-д секунд ч зориулаагүй байна.

Бусад телевизийн хувьд MN25, UBS, TB5 телевизүүд ижилхэн хамгийн их цагаа, МАН-д, дараа нь АН-д хуваарилсан байхад ТВ9 телевиз хамгийн их хугацааг МАХН-д зориулсан нь 786 минут буюу тус телевизээр нэвтрүүлсэн сонгуулийн сургалчилгааны 33,6%-ийг эзэлсэн юм.

Телевизүүд бие даагчдад харилцан адилгүй цаг хуваарилснаас хамгийн их нь MN25 телевиз 554 минут (15,67%), ТВ9 телевиз 198 минут (8,5%), ТВ5 телевиз 105 минут (6,1%) зарцуулсан бол хамгийн бага болох UBS телевиз 12 минут (0,8%)-ыг зарцуулжээ.

МҮОНТ-ээс бусад телевизүүдийн хувьд сонгуулийн хуулийн дагуу сурталчилгаа хийх өдрөөр тооцвол нэг телевиз сонгуулийн сурталчилгаанд буюу төлбөртэй сурталчилгаа хийх 17 цаг буюу 1020 минутаас илүүгүй байх ёстой.

Бусад телевизүүд нэг нэр дэвшигчид ногдох 15 минутын хязгаарыг маш сайн барьсан хэдий ч өдрийн 60 минутаас хэтрэхгүй байх хязгаарыг зарим өдрүүдэд зөрчиж байв. Нэг нэр дэвшигчид 15 минут ногдох хязгаарыг зөрчсөн цорын ганц тохиолдол бүртгэгдсэн нь ТВ5 телевизээр 6 дугаар сарын 23-ны өдөр нэр дэвшигч С.Бямбацогт 2 минут 30 секундын илүү цаг зарцуулжээ.

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь заалтыг зарим өдрүүдэд зөрчсөн үзүүлэлт харагдаж байна. Телевизүүдээс хамгийн их хязгаарыг зөрчсөн өдрийн тоогоор ТВ5 телевиз (13 хоног), хамгийн олон минутын зөрчил гаргасан телевиз нь UBS (16248 секунд буюу 126 минут 48 секунд) байв. MN25 телевиз нийт 5 хоног, ТВ9 телевиз 7 хоног, UBS телевиз 12 хоног, ТВ5 13 хоногт хамгийн багадаа хоногт 6 секундээс ихдээ 1 цаг 26 минут 3 секундийн зөрчил гаргасан.

Ялангуяа сонгуулийн хуульд заасан сурталчилгааны сүүлийн өдөр буюу 6 дугаар сарын 27-ны өдөр бүх телевизүүд хугацаа хэтрүүлсэн байдал ажиглагдав. Тухайлбал, ТВ9 телевиз 4 минут 15 секунд (255 секунд), ТВ5 телевиз 6 минут 7 секунд (367 секунд), MN25 1 цаг 5 минут 52 секунд (3952секунд), UBS 1 цаг 26 минут 3 секундээр (5163 секунд) хэтрүүлсэн нь анхаарал татахуйц байна.

Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд нийт цаг хэтрүүлсэн байдлыг телевиз тус бүрийг харьцуулбал, ТВ9 телевиз 14 минут 37 секунд, MN25 телевиз 52 минут 28 секунд, ТВ5 телевиз 58 минут 10 секунд, UBS телевиз 126 минут 48 секундын зөрчил гаргасан нь илрэв.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)																		
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		
UBS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Нийт
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /секундээр/	5209	5752	3959	1186	4129	3012	3833	2175	3665	3310	3256	4785	4070	5715	4145	5423	8763	72387
0 минутаас илүү гарсан хугацаа	1609	2152	359	Байхгүй	529	Байхгүй	233	Байхгүй	65	Байхгүй	Байхгүй	1185	470	2115	545	1823	5163	16248
5 минутаас илүү гарсан нь	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		
MN25	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Нийт
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /секундээр/	1951	4075	969	3972	3134	3203	3134	3430	3196	1752	3488	3379	4079	2930	3101	3606	7552	56951
0 минутаас илүү гарсан хугацаа	Байхгүй	475	Байхгүй	372	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	479	Байхгүй	Байхгүй	6	3952	5284
5 минутаас илүү гарсан нь	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		
TB9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Нийт
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /секундээр/	3766	3834	1442	2834	3793	3303	3366	3153	3645	3226	3674	3610	3595	3474	3086	3497	3855	57153
0 минутаас илүү гарсан хугацаа	166	234	0	Байхгүй	193	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	45	Байхгүй	74	10	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	255	977
5 минутаас илүү гарсан нь	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		
TV5	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Нийт
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /секундээр/	3136	3835	4603	3112	4001	4019	3570	3874	3701	4604	2594	5298	4109	4507	3803	4289	3967	67022
0 минутаас илүү гарсан хугацаа	Байхгүй	235	1003	Байхгүй	401	419	Байхгүй	274	101	1004	Байхгүй	1698	509	907	203	689	367	7810
5 минутаас илүү гарсан нь	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байсан
Бямбацогт													150					150

4.2.2. МЭДЭЭНИЙ ХӨТӨЛБӨР

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэснийг үндэс болгон мэдээний хөтөлбөрт тусад нь ажиглалт хийж дүнг гаргав.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр телевизүүд мэдээний хөтөлбөрийн тэнцвэрт байдал, Сонгуулийн хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан эсэхийг нягтлав.

Сонгуулийн сурталчилгааны үеэр хэвлэл мэдээлэлд сэтгүүл зүйн өөрийн бүтээгдэхүүн буюу сэтгүүл зүйн хараат бус мэдээ, мэдээлэл бага, мэдээний хөтөлбөр нь хүртэл сурталчилгааны шинж агуулсан далд сурталчилгаа болон хувирсан байгаа нь ажиглагдав.

Телевизүүдийн мэдээний хөтөлбөрт сонгуулийн сурталчилгаа давамгайлсан нь харагдаж байна.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		Нийт
MNB	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	319	764	217	616	353	566	659	470	726	693	1114	1498	918	1487	1376	1244	3013	16033
5 минут илүү гарсан нэр дэвшигч	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	
С.Одонтуяа												23с						
М.Энхболд																15с		
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		Нийт
UBS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	1830	1208	536	1286	947	820	1256	2524	1105	1345	1540	1431	780	943	1027	1390	2247	22215
5 минут илүү гарсан нэр дэвшигч	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	Байхгүй	
З.Энхболд															35сек			
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		Нийт
MN25	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	2747	4721	3285	3511	6791	5794	4254	4488	3973	4401	4910	4860	5168	7452	6171	4317	6180	83023
5 минут илүү гарсан нэр дэвшигч	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй					Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй			Байхгүй	Байхгүй	
Б.Амарсанаа МАН				72	95	6												
Б.Ганзориг МАХН				14														
Л.Эрдэнэчимэг АН					805	75	72											
О.Магнай						165												
О.Содбилэг МАН				41	187	212												
Х.Бат-Ялалт Бие даагч					330													
Ц.Цогзолмаа МАН				24														
М.Батчимэг														58				
Л.Оюун-Эрдэнэ														106	103			
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		Нийт
TB9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	2156	2769	1984	3205	2921	1857	3210	2018	5359	2567	2479	3083	3616	6344	2873	9460	5763	61664
5 минут илүү гарсан нэр дэвшигч	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй			Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	
Л.Мөнхсайхан МАХН				223														223
Л.Эрдэнэчимэг АН					128													128
Л.Элдэв-Очир													82					82
Нийт				223	128								82					433
2016 оны 6 дугаар сарын 11-нээс 27-ны өдрийг дуустал хугацаанд /өдрөөр/																		Нийт
TB5	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	1592	963	870	1141	1184	1189	1455	1718	2122	1462	1793	1553	2002	2167	3028	1925	4214	30378
5 минут илүү гарсан нэр дэвшигч	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй			Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй	Байхгүй		Байхгүй		
Л.Эрдэнэчимэг					136													136
О.Цолмон						51												51
Д.Сарангэрэл									63сек						12			12
З.Энхболд									35									35
Л.Амгалан																	86	86
Нийт					136	51			35						12		86	320

МҮОНТ-ийн мэдээний хөтөлбөрт шинжилгээ хийхэд 4 цаг 27 минут 13 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн байна. Энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 3%-ийг эзэлж байгаа юм. Мэдээний хөтөлбөрийг агуулгаар нь ангилан үзвэл сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 1 цаг 33 секунд (23%), далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 2 цаг 27 минут 53 секунд (55%), сурталчилгааны бус мэдээлэл буюу хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 58 минут 47 секундыг (22%) эзэлсэн юм.

Мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа тайлагнаж болох 5 минутын хязгаарыг телевизүүд сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд нэлээд барьж ажилласан ч хэд хэдэн зөрчил илэрсэн.

МҮОНТ нь 2 удаа, UBS телевиз 1 удаа, ТВ9 телевиз 3 удаа, ТВ5 телевиз 6 удаа зөрчсөн тохиолдол бүртгэгдсэн бол хамгийн их зөрчсөн телевиз нь MN25 телевиз байлаа. Тус телевиз нийт 6 өдрийн 16 нэр дэвшигчийн зөрчил бүртгэгдсэн нь анхаарал татахуйц болов.

Хүснэгт . Мэдээний хөтөлбөрт нам, эвсэл бие даагчдын эзлэх хувь

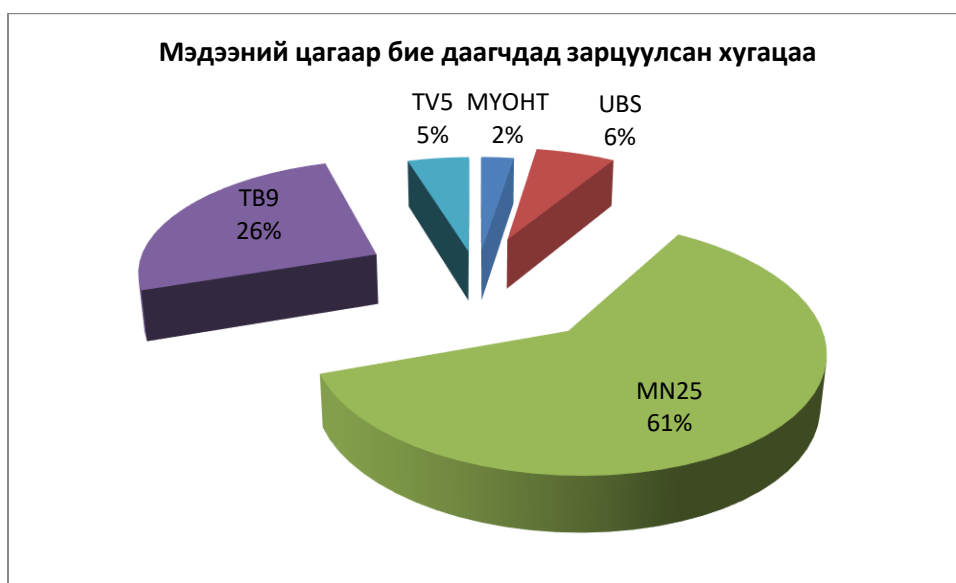
2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

Телевиз	МҮОНТ		UBS		MN25		TB9		TB5		НИЙТ	
Намын нэр	Сек	Хувь	Сек	Хувь	Сек	Хувь	Сек	Хувь	Сек	Хувь	Цаг	Хувь
МАН	4882	39,4	9243	49,0	34 907	44,2	15018	27,9	14735	57,5	21:53:05	41,51
АН	7137	57,6	7494	39,7	31 123	39,4	14123	26,2	7904	30,8	18:49:41	35,71
ТТЭНЭ	0	-	185	1,0	1 883	2,4	2336	4,3	258	1,0	1:17:42	2,46
ИЗНН	0	-	812	4,3	130	0,2	527	1,0	170	0,7	0:27:19	0,86
МУНН	0	-	0	-	12	0,0	26	0,0	0	-	0:00:38	0,02
ХСЭ	0	-	45	0,2	30	0,0	52	0,1	0	-	0:02:07	0,07
БНН	30	0,2	0	-	207	0,3	120	0,2	97	0,4	0:07:34	0,24
МСДН	0	-	0	-	13	0,0	30	0,1	0	-	0:00:43	0,02
ЭЧХН	0	-	0	-	9	0,0	4	0,0	0	-	0:00:13	0,01
ИХН	0	-	0	-	12	0,0	676	1,3	0	-	0:11:28	0,36
МАХөдН	0	-	0	-	9	0,0	0	-	0	-	0:00:09	0,005
МАХН	121	1,0	494	2,6	5 079	6,4	18149	33,7	2024	7,9	7:11:07	13,63
ЭОНЭ	0	-	15	0,1	54	0,1	440	0,8	0	-	0:08:29	0,27
МКН	0	-	0	-	9	0,0	0	-	0	-	0:00:09	0,005
АТХН	0	-	0	-	9	0,0	52	0,1	0	-	0:01:01	0,03
Бие даагч	230	1,9	566	3,0	5 567	7,0	2330	4,3	433	1,7	2:32:06	4,81
Нийт	12400	100	18854	100	79053	100	53883	100	25621	100	52:43:31	100

Мэдээний цагаас нийт 52 цаг 43 минут 31 секундыг сонгуульд зарцуулсан бөгөөд үүнээс нийлбэр дүнгээр МАН хамгийн их буюу 21 цаг 53 минут 5 секундыг, дараа нь АН-д 18 цаг 49 минут 41 секундыг зарцуулж, харин МАХН-д 7 цаг 11 минут 7 секунд, бие даагчдад 2 цаг 32 минут 6 секунд, ТТЭНЭ-д 1 цаг 17 минут 42 секундыг тус тус зарцуулсан ба бусад нам, эвсэлд 9 секундээс 27 минут 19 секунд хүртэл цаг буюу нийт мэдээний цагийн 1 хүрэхгүй хувийг зориулжээ.

Мэдээний цагаар нам, эвсэлд зарцуулсан цагийг телевиз тус бүрээр авч үзвэл, МҮОНТ нь АН-д 57,6%, МАН-д 39,4%-ийг зориулав. Бусад телевизийн хувьд UBS телевиз МАН-д (49,0%), АН-д (39,7%), MN25 телевиз МАН-д (44,2%), АН-д (39,4%), TB9 телевиз МАХН-д (33,7%), МАН-д (27,9%), АН-д(26,2%), TB5 телевиз МАН-д (57,5%), АН-д (30,8%), МАХН-д (7,9%)-ийг зарцуулсан байна.

Телевизүүдээс мэдээний цагаар бие даагчдад MN25 телевиз хамгийн их буюу 93 минут, МҮОНТ хамгийн бага буюу 3 минут 50 секундыг зарцуулжээ.



4.3. ЭМЭГТЭЙ НЭР ДЭВШИГЧДЭД ЦАГ НОГДУУЛСАН БАЙДАЛ

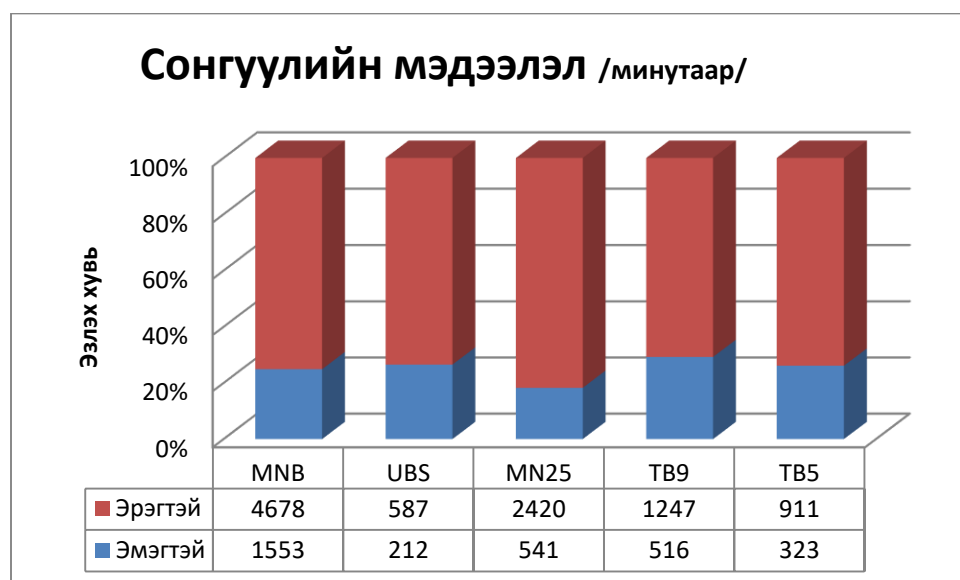
УИХ-ын сонгуулийн тухай хуулийн 126 дугаар зүйлийн 126.2 дахь хэсгийн "Нам, эвслээс нэр дэвшиж байгаа нэр дэвшигчийн 30-аас доошгүй хувь нь аль нэг хүйсийн нэр дэвшигч байна" гэсэн заалтыг 2016 оны 5 дугаар сарын 5-ны өдрийн Сонгуулийн тухай хуульд нэмэлт, өөрчлөлт оруулах тухай хуулиар "30-аас" гэснийг "20-иос" болгож өөрчилсөн. Ингэснээр УИХ-ын сонгуульд 498 нэр дэвшигч СЕХ-нд бүртгэгдсэний 129 нь буюу 26 хувь нь эмэгтэй, 396 нь буюу 74% нь эрэгтэй нэр дэвшигч байж нэр дэвшигчийн үнэмлэхээ авчээ.

Хүснэгт 12. Эмэгтэй, эрэгтэй нэр дэвшигчдийн сурталчилгааны цаг /хувиар/

	Эмэгтэй		Эрэгтэй		НИЙТ	Эмэгтэй	Эрэгтэй
Хүйс	минут	хувь	минут	хувь	минут	эзлэх хувь	эзлэх хувь
MYONT	1553	49,4	4678	47,5	6231	24,9	75,1
UBS	212	6,7	587	6,0	799	26,5	73,5
MN25	541	17,2	2420	24,6	2961	18,3	81,7
ТВ9	516	16,4	1247	12,7	1763	29,3	70,7
ТВ5	323	10,3	911	9,3	1234	26,2	73,8
НИЙТ	3145	100	9843	100	12988		

Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд аль нэг нэр дэвшигчийн тухай 12988 минутын мэдээлэл цацагджээ. Нийт эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тухай 3145 минутын мэдээлэл цацагдсаныг телевизээр нь хооронд нь харьцуулж үзвэл MYONT хамгийн их буюу 49,4 хувийг явуулжээ. Энэ нь MYONT нь нэр дэвшигч бүрт ижил тэнцүү 15 минутын цаг хуваарилсантай шууд хамааралтай. Бусад телевизийн хувьд тухайн өдөрт ногдох

минутын зохицуулалтаас өөр зохицуулалт байхгүй, нөгөө талаас эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тоо цөөн байгаатай мөн хамааралтай юм.



Телевиз тус бүрээр эмэгтэй нэр дэвшигчдэд хэрхэн цагаа хуваарилсныг харуулбал, МҮОНТ нь 24,9%, UBS 26,5%, MN25 18,3%, TB9 29,3%, TB5 26,2% хувийг тус тус эмэгтэй нэр дэвшигчдэд зориулжээ.

Нэгэнт эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тоо 26 хувь байсан тул нэр дэвшигч бүрийн тоотой уялдуулбал дээрх дүр зураг харагдах нь тодорхой буюу эмэгтэй нэр дэвшигчдэд зарцуулсан цаг бага мэт харагдаж байгаа юм.

Иймд эрэгтэй, эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тооны зөрүүг гаргахын тулд телевиз тус бүрийн хуваарилсан цагийг нэр дэвшигчдийн тоотой харьцуулж тооцвол дараах харьцаа харагдаж байна.

Хүйс	Эмэгтэй		Эрэгтэй	
Телевиз	Нийт минут	Нэг нэр дэвшигчид ногдох минут	Нийт минут	Нэг нэр дэвшигчид ногдох минут
МҮОНТ	1553	12,0	4678	11,8
UBS	212	1,6	587	1,5
MN25	541	2,1	2420	3,1
TB9	516	4,0	1247	3,1
TB5	323	2,5	911	2,3
НИЙТ	3145	24,4	9843	24,9

Өөрөөр хэлбэл, МҮОНТ нэр дэвшигч бүрт адил 15 минутыг хүйс харгалзахгүй ногдуулсан. UBS, МҮОНТ-ийн хувьд эрэгтэй, эмэгтэй нэр дэвшигчдэд ногдуулсан цагийг авч үзвэл харьцангуй бага ялгаатай байв. Харин хамгийн их зөрүүтэй цагийг MN25

телевиз ногдуулсан бөгөөд эмэгтэй нэр дэвшигчдэд хамгийн бага буюу дунджаар нэг эмэгтэй нэр дэвшигчид 2,1 минут, нэг эрэгтэй нэр дэвшигчид дунджаар 3,1 минутыг ногдуулсан нь илэрчээ. МҮОНТ, UBS, ТВ9, ТВ5 телевизүүдийн хувьд эмэгтэй нэр дэвшигчдэд цаг хуваарилсан харьцаа нь эрэгтэйгээсээ илүү байгаа нь судалгаагаар илэрсэн юм.

Хүснэгт . Телевизүүдийн мэдээллийн өнгө аяс хүйсийн харьцааг харуулав /эзлэх хувь/

		Өнгө аяс		
Телевиз	Хүйс	Эерэг	Төвийг сахисан	Сөрөг
МҮОНТ	Эмэгтэй	19,3%	80,5%	0,3%
	Эрэгтэй	27,4%	71,8%	0,8%
UBS	Эмэгтэй	89,9%	7,3%	2,8%
	Эрэгтэй	77,3%	16,7%	6,0%
MN25	Эмэгтэй	77,5%	18,1%	4,4%
	Эрэгтэй	71,4%	22,9%	5,7%
ТВ9	Эмэгтэй	78,7%	15,4%	5,9%
	Эрэгтэй	70,8%	19,6%	9,6%
ТВ5	Эмэгтэй	18,5%	81,2%	0,2%
	Эрэгтэй	32,0%	66,7%	1,3%

Хүйсийн хувьд хэрхэн мэдээлснийг өнгө аясаар нь ангилан үзвэл МҮОНТ, ТВ5 телевиз эрэгтэй, эмэгтэй нэр дэвшигчдийн талаар илүү төвийг сахисан байдлаар, UBS, MN25, ТВ9 телевиз аль алиныг нь илүү эерэг өнгө аястайгаар мэдээлсэн болох нь харагдаж байна.

Эмэгтэй нэр дэвшигчдийг хэрхэн мэдээлснийг харьцуулан илэрхийлвэл, хамгийн их эерэг мэдээллийг UBS (89,9%), төвийг сахисан мэдээллийг ТВ5 (81,2%), сөрөг мэдээллийг ТВ9 (5,9%) телевизүүд тус тус явуулсан бол хамгийн бага эерэг мэдээллийг ТВ5 (18,5%), төвийг сахисан мэдээллийг UBS (7,3%), сөрөг мэдээллийг мөн ТВ5 (0,2%) телевизүүд явуулжээ.

Эрэгтэй нэр дэвшигчдийн хувьд, хамгийн их эерэг мэдээллийг UBS (77,3%), төвийг сахисан мэдээллийг МҮОНТ (71,8%), сөрөг мэдээллийг ТВ9 (9,6%) телевиз тус тус явуулсан бол хамгийн бага эерэг мэдээллийг МҮОНТ (27,4%), төвийг сахисан мэдээллийг UBS (16,7%), сөрөг мэдээллийг мөн МҮОНТ (0,8%) телевиз явуулсан нь илрэв.

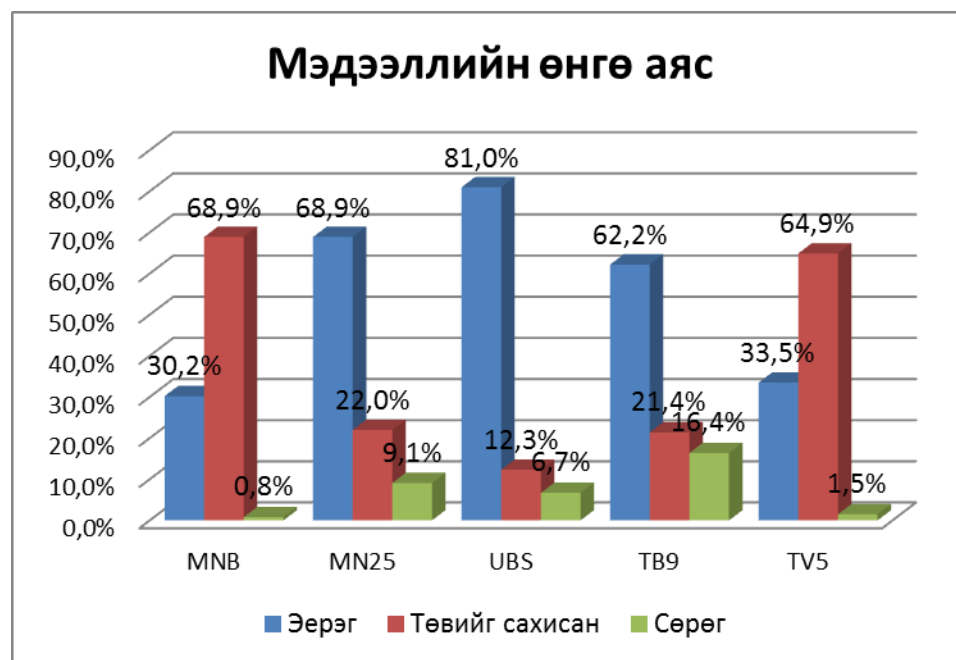
4.4. МЭДЭЭЛЛИЙН ӨНГӨ АЯС

Мэдээллийн чанар тухайн ХМХ нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд аль хэр шударга хандсаныг илэрхийлэх үзүүлэлт болдог тул сонгуулийн мэдээллийн өнгө аясыг эерэг, төвийг сахисан буюу нейтрал, сөрөг хэмээн ангилж үзэв. Мэдээллийн чанар нь сонгогчдын сэтгэл санаа, сонголтод ихээхэн нөлөөтэй байдаг.

Төвийг сахисан мэдээлэл тухайн ХМХ нам, эсвэл, нэр дэвшигчдэд аль хэр шударга хандсаныг илэрхийлэх үзүүлэлт болдог. Эерэг хэт магтсан мэдээлэл үзэгчдэд сайхан сэтгэгдэл төрүүлж, тухайн нам, нэр дэвшигчийг биширч, мөрийн хөтөлбөрийн биелэх эсэхэд шүүмжлэлтэй хандах чадварыг сулруулдаг бол сөрөг, хэт муулсан мэдээлэл үзэгчдэд таагүй сэтгэгдэл төрүүлж, тухайн нам, нэр дэвшигчийг буруушаах, эсэргүүцэх, хичнээн сайн боловсруулсан байсан ч мөрийн хөтөлбөрийг нь үгүйсгэхэд хүргэдэг.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр таван телевизээр нэвтрүүлсэн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн талаар эерэг буюу магтаж сайшаасан болон төвийг сахисан мэдээллийн эзлэх хувь өндөр гарсан байна. Таван телевизээр нийт 17672 минутын сонгуулийн мэдээлэл цацагдсанаас 276 цаг 1 минут 28 секундын буюу 16561 минут нь нэр дэвшигч субъектүүдийн талаарх мэдээлэл байв. Үүний 55,2% эерэг, 37,9% төвийг сахисан, үлдсэн 6,9 хувь нь сөрөг өнгө аястай мэдээлэл байжээ.

График 2. Мэдээллийн өнгө аяс /телевиз тус бүрээр/



Мэдээллийн өнгө аясыг баллаар дүгнэсэн бөгөөд нэг буюу нэр дэвшигчийг хэт магтсан, тав буюу хэт муулж доромжилсон гэж үнэлсэн.

Эерэг мэдээлэлд сайшааж, боломжийн хэмээн үзсэн, сөрөг мэдээлэлд муучилж дарсан, сөрөг сэтгэгдэл төрүүлсэн байж болох мэдээллүүд оруулсан юм. Мэдээллийн өнгө аясыг нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн зөвхөн төлбөртэй нэвтрүүлгийг дамжуулсан цагтай холбон авч үзэх нь учир дутагдалтай юм. Учир нь нэр дэвшигч субъект өөрт оногдсон төлбөртэй цаг дээрээ өөрийнхөө давуу талыг сурталчлах эерэг мэдээлэл нэмэгдэх магадлал өндөр байдаг.

Эерэг мэдээлэл

Таван телевизийн бүгд 16561 минутын нэр дэвшигч субъектүүдийн мэдээлэл цацагдсанаас сонгуулийн мэдээллийн 55,2 % буюу 9142 минутын эерэг өнгө аястай мэдээлэл эзэлж байна.

Нийт таван телевизээр цацагдсан эерэг мэдээллийн 29,4 хувийг UBS телевиз, 25 хувийг MN25 телевиз, 22,6 хувийг ТВ9 телевиз, 12,1 хувийг ТВ5 телевиз, 10,9 хувийг МҮОНТ-ээр тус тус дамжуулсан.

Хүснэгт 3. Эерэг өнгө аястай мэдээлэлд нам, эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдийн эзлэх хувь

	MNB	UBS	MN25	ТВ9	ТВ5
МАН	38%	87%	75%	64%	21%
АН	41%	79%	70%	55%	52%
ТТЭНЭ	40%	75%	53%	70%	14%
ИЗНН		34%	15%	30%	
МУНН	14%			50%	
ХСЭ	10%	88%	43%		
БНН	28%		30%	25%	33%
МСДН	3%		20%	25%	
ЭЧХН	14%				
ИХН	28%			60%	100%
МАХөдН					
МАХН	22%	21%	62%	73%	33%
ЭОНЭ	8%		43%	64%	100%
МКН					50%
АТХН	3%			20%	
Бие даагч	28%	85%	38%	60%	57%

МҮОНТ-ээр АН (41%), ТТЭНЭ (40%), МАН (38%)-ийн мэдээлэл илүү эерэг байв. МАХөдН-ын талаар эерэг мэдээлэл бүх телевизээр яваагүй байна.

UBS телевизийн эерэг өнгө аястай мэдээллийн эзлэх хувь бусад телевизийнхээс өндөр байна.

Телевизүүдийн хамгийн их мэдээлэл явуулсан АН, МАН, МАХН, бие даан нэр дэвшигчдийн хувьд эерэг мэдээллийг харьцуулан авч үзье.

UBS телевизийн нийт 40541 секундын МАН-ын мэдээллийн 87 хувь, бие даагчдийн 726 секундын 85 хувь, АН-ын 37958 секундын 78,5 хувь нь тус тус эерэг мэдээлэл байв.

MN25 телевизийн 74135 секундын МАН-ын мэдээллийн 75 хувь, 67762 секундын АН-ын мэдээллийн 69,8 хувь, 12695 секундын ТТЭНЭ-ийн мэдээллийн 52,6 хувь, 33213 секундын бие даагчдын мэдээллийн 38,1 хувь нь эерэг байна.

ТВ5 телевизийн нийт 55043 секундын МАН-ын мэдээллийн 20,6 хувь нь эерэг, 31959 секундын АН-ын мэдээллийн 52,2 хувь нь, 2810 секундын МАХН-ын мэдээллийн 33,3 хувь, 6270 секундын бие даагчдын мэдээллийн 57,1 хувь нь эерэг байлаа.

TB9 телевизийн нийт 47177 секундын МАХН-ын мэдээллийн 72,5 хувь 34997 секундын АН-ын мэдээллийн 54,8 хувь, 34180 секундын МАН-ын мэдээллийн 63,7 хувь, 11896 секундын бие даагчдын мэдээллийн 60,4 хувь нь тус тус эерэг байв.

Сөрөг мэдээлэл

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаанд сөрөг өнгө аястай мэдээлэл бага байлаа. Таван телевизээр бүгд 1142 минутын сөрөг өнгө аястай мэдээлэл нэвтрүүлсэн нь нийт субъектүүдэд ногдох сонгуулийн мэдээллийн 6,9%-тай тэнцэж байна.

Нийт таван телевизээр цацагдсан сөрөг мэдээллийн 47,5 хувийг TB9 телевиз, 26,4 хувийг MN25 телевиз, 19,4 хувийг UBS телевиз, 4,3 хувийг TB5 телевиз, 2,3 хувийг МҮОНТ-ээр тус тус дамжуулсан нь илрэв.

Хүснэгт 4. Сөрөг өнгө аястай мэдээлэлд нам эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдийн эзлэх хувь

Сөрөг					
	MNB	UBS	MN25	TB9	TV5
МАН	1,60%	7,00%	3,70%	23,70%	1,60%
АН	0,80%	6,00%	16,10%	23,70%	1,70%
ТТЭНЭ		12,50%	3,40%	6,20%	
ИЗНН		5,30%			
ИХН				13,30%	
МАХН		8,30%	6,40%		
Бие даагч	2,10%	7,70%	11,50%	11,90%	

Бүх телевизээр МАН, АН-ын талаар сөрөг өнгө аястай мэдээлэл цацагдсан хэдий ч хамгийн их сөрөг өнгө аястай мэдээллийг TB9 телевиз нэвтрүүлжээ.

TB5 телевизээс бусад телевизүүд бие даан нэр дэвшигчдийн талаар ямар нэг байдлаар сөрөг мэдээлэл явуулсан. МАХН-ын талаар сөрөг мэдээлэл UBS, MN25 телевизээр, ИХН-ын талаар сөрөг мэдээлэл TB9 телевизээр, ИЗНН-ийн талаарх сөрөг мэдээлэл UBS телевизээр, ТТЭНЭ-ийн талаарх сөрөг мэдээлэл UBS, MN25, TB9 телевизүүдээр тус тус гарчээ. Харин TB9 телевизээр МАХН-ын талаарх сөрөг мэдээлэл огт цацагдаагүй нь илрэв.

Төвийг сахисан мэдээлэл

2016 оны УИХ-ын сонгуулиар мониторингид хамрагдсан таван телевиз төвийг сахисан байдлаар ажиллаж чадаагүй нь мониторингийн дүнгээс харагдаж байна. Таван телевизийн нэр дэвшигч субъектүүдэд ногдох сонгуулийн мэдээллийн 37,9 % буюу 6277 минутын төвийг сахисан мэдээлэл эзэлж байна. Түүнчлэн төвийг сахисан мэдээлэл нь нэр дэвшигч субъектуудад ч харилцан адилгүй оногдсон юм. Таван телевизээр нэвтрүүлсэн

төвийг сахисан нийт мэдээллийн 36,4%-ийг МҮОНТ, 34,2 хувийг ТВ5 телевиз, 11,6 хувийг MN25 телевиз, 11,3 хувийг ТВ9 телевиз явуулсан бол хамгийн бага буюу 6,5 хувийг UBS телевиз цацжээ.

Хүснэгт 5. Төвийг сахисан мэдээлэлд нам эвсэл, бие даан нэр дэвшигчдийн эзлэх хувь

Төвийг сахисан					
	MNB	UBS	MN25	TV9	TV5
МАН	60,7%	5,6%	21,2%	12,5%	77,8%
АН	58,3%	15,0%	14,1%	21,5%	46,2%
ТТЭНЭ	60,3%	12,5%	44,0%	23,7%	85,7%
ИЗНН	100%	60,5%	85,0%	70,4%	100%
МУНН	85,7%		100%	50,0%	
ХСЭ	90,0%	11,8%	57,1%	100%	
БНН	72,1%		70,0%	75,0%	66,7%
МСДН	97,3%		80,0%	75,0%	
ЭЧХН	85,7%		100%	100%	
ИХН	72,2%		100%	26,7%	
МАХөдН	100,0%		100%		
МАХН	78,5%	70,8%	31,4%	27,5%	66,7%
ЭОНЭ	91,7%	100%	57,1%	36,4%	
МКН	100%		100%		50,0%
АТХН	97,5%		100%	80,0%	
Бие даагч	69,5%	7,7%	50,4%	27,7%	42,9%

Төвийг сахисан мэдээллийг нарийвчлан үзвэл, МАН-ын талаарх мэдээллийн МҮОНТ (60,7%), ТВ5 телевиз (77,8%)-ээр, АН-ын талаарх мэдээллийн МҮОНТ (58,3%), ТВ5 телевиз (46,2%)-ээр, МАХН-ын талаарх мэдээллийн МҮОНТ (78,5%), ТВ5 телевиз (66,7%), UBS телевиз (70,8%)-ээр дийлэнхдээ төвийг сахисан өнгө аястай мэдээлэгджээ.

4.5. ШУУД БА ШУУД БУС ЭХ СУРВАЛЖ

Телевизээр нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн сонгуулийн сурталчилгаа нэвтрүүлэхдээ эх сурвалж ашигласан байдлыг шууд ба шууд бус гэж ангилсан. Телевизийн нэвтрүүлэгт аливаа нэр дэвшигч өөрөө оролцон өөрийн дуу хоолойгоор мэдээлэл өгч байгаа тохиолдолд шууд эх сурвалж, сэтгүүлч, өрсөлдөгч нэр дэвшигч, өөр хэн нэгэн хүн тухайн нэр дэвшигчийн талаар мэдээлэл өгч байвал шууд бус эх сурвалж гэж үзэв.

Зураг . Мэдээллийн эх сурвалж ашигласан байдал

Телевиз	Хүйс	Эх сурвалж	
		Шууд	Шууд бус
МҮОНТ	Эмэгтэй	26,9%	21,1%
	Эрэгтэй	73,1%	78,9%
UBS	Эмэгтэй	23,3%	33,5%
	Эрэгтэй	76,7%	66,5%
MN25	Эмэгтэй	23,0%	26,0%
	Эрэгтэй	77,0%	74,0%
TB9	Эмэгтэй	31,0%	28,0%
	Эрэгтэй	69,0%	72,0%
TB5	Эмэгтэй	25,3%	32,8%
	Эрэгтэй	74,7%	67,2%

Мэдээллийн эх сурвалжийн хувьд нийтлэг ажиглагдаж буй зүйл нь шууд болон шууд эх сурвалжийн аль алинд нь эрэгтэй хүйс давамгайлж байгаа юм.

4.6. ОРГИЛ ЦАГИЙГ ХУВААРИЛСАН БАЙДАЛ

Нийт 5 телевиз эфирийнхээ оргил цагийг сонгуулийн мэдээлэлд зарцуулсан байдлыг харахад 3116 минут буюу 34,8 хувийг МАН-д, 2638 минут буюу 29,5 хувийг эрх баригч АН-д, харин МАХН-д 936 минут буюу 10,5 хувийг цаг хуваарилжээ.

Оргил цагийг хуваарилсан байдлыг шинжилбэл, хуулиар хүлээсэн үүргийн дагуу МҮОНТ нь нэр дэвшигч 16 субъектийг бүхэлд нь хамруулсан байна.

Хүснэгт 9. Оргил цагийг нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд ногдуулсан байдал

	МҮОНТ		UBS		MN25		TB5		TB9		Нийт	
НАМ	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь	Минут	Хувь
МАН	470	19,78	658	49,03	868	37,25	716	60,40	402	23,63	3116	34,85
АН	498	20,95	576	42,90	758	32,52	409	34,51	396	23,25	2638	29,50
ТТЭНЭ	302	12,69	24	1,75	126	5,39	4	0,36	78	4,58	533	5,96
ИЗНН	34	1,43	61	4,54	95	4,06	3	0,24	13	0,76	205	2,29
МУНН	43	1,79	0	-	0	0,01	0	-	29	1,69	72	0,80
ХСЭ	45	1,91	5	0,40	0	0,02	0	-	1	0,04	52	0,58
БНН	135	5,68	0	-	36	1,56	2	0,14	11	0,63	184	2,06
МСДН	37	1,57	0	-	0,2	0,01	0	-	8	0,45	45	0,50
ЭЧХН	14	0,58	0	-	0	0,00	0	-	0	-	14	0,16
ИХН	87	3,64	0	-	0,1	0,01	0	-	26	1,55	113	1,26
МАХөдН	0	0,00	0	-	0	-	0	-	-	-	0	-
МАХН	245	10,32	6	0,42	84	3,62	33	2,80	568	33,33	936	10,47
ЭОНЭ	43	1,79	0	0,02	1	0,03	0	-	6	0,36	50	0,55
МКН	67	2,80	0	0,02	0	0,00	6	0,47	-	-	73	0,81
АТХН	30	1,25	0	0,02	15	0,63	0	-	7	0,42	52	0,58
Бие даагч	329	13,82	12	0,90	347	14,89	13	1,09	159	9,31	860	9,61
НИЙТ	2379	100	1342	100	2331	100	1186	100	1703	100	8941	100

Бусад телевизтэй харьцуулахад зөвхөн МҮОНТ эрх баригч АН-д арай илүү цагийг ногдуулсан гэж харагдах ч МАН-д ногдуулсан цагаас 28 минутаар л их байна. Харин UBS, MN25 телевиз МАН-д арай илүү хувийн цагийг ногдуулсан байхад TB5 телевизийн МАН-д хуваарилсан цаг нь АН-д ногдуулсан цагаас бараг 2 дахин их байв. TB9 телевизийн хувьд МАН, АН-д бараг ижил шахуу буюу 23 хувьтай тэнцэх цаг хуваарилсан ч, 33 хувь буюу цагийнхаа 1/3-тэй тэнцэх хувийг МАХН-д зориулжээ.

Телевизүүд улс төрийн гол 2 хүчнээс бусад субъектүүдийн талаар мэдээлсэн байдлыг нягтлан үзвэл, UBS телевиз ИЗНН (4.5%), ТТЭНЭ (1.7%)-ийн талаар мэдээлэл хүргэж, бусад субъектийн тухай мэдээлэл 1 хувьд хүрсэнгүй. MN25 телевизээр бие даагчдын талаарх мэдээлэл хамгийн их явсан ба 347 минут буюу 14,9%-тай тэнцэв.

4.7. ДАЛД СУРТАЛЧИЛГАА

Сонгуулийн үеэр УИХ, ЗГ, түүний харьяа агентлаг, төрийн захиргааны байгууллагын үйл ажиллагаа идэвхжиж, үүнийгээ сонгуулийн сурталчилгаанд ашиглах нь илүүтэй ажиглагддаг. Өөрөөр хэлбэл нэр бүхий албан тушаалтнуудад өөрийгөө сурталчлах боломж нь бусад нэр дэвшигчидтэй харьцуулахад илүү байдаг. Өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгслүүд тэдний үйл ажиллагааг төвийг сахисан байдлаар бус, магтан сайшаах, эсвэл эсэргүүцэн муулах зэргээр нөлөө оруулдаг. Мөн зарим телевиз сонгуульд оролцож буй улс төрийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчийг янз бүрийн үйл явдал, асуудалд үндэслэлтэй ба үндэслэлгүйгээр зориудаар хамаатуулсан нэвтрүүлэг бэлтгэдэг. Түүнчлэн тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллага, сэтгүүлчид улс төрийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн талаар дагнан сурталчилсан улс төрийн захиалгатай, төлбөртэй нэвтрүүлгийг сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн хэлбэрээр бэлтгэх зэргээр сэтгүүл зүйн хэм хэмжээг зөрчих явдал тохиолддог.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

Монгол улсад Зар сурталчилгааны хуулиар далд сурталчилгаа явуулахыг хориглодог. Мөн СЕХ, ХХЗХ-ны хамтарсан журмаар зохицуулсан боловч далд сурталчилгаа гэж юу болох, түүнийг таних шинж чанарыг хэт ерөнхий тодорхойлсон юм.

Далд сурталчилгааны хэлбэр болон хэмжээг Сонгуулийн тухай хуулийн хориглосон заалтуудаар шалгуур болгож гаргав.

Далд сурталчилгааны хэлбэр	MNB	UBS	MN25	TB9	TB5
70.5.9. / шашин/		0:00:10		00:04:23	
70.5.10. / хандив, тэтгэлэг/					
70.12. / сүлжээний нэвтрүүлэг/		01:19:45.		4:02:51	0:37:35
Мэдээний дундуур далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл явуулсан	2:27:53	1:34:13	21:51:32	14:12:48	6:54:34

Үүнээс дүгнэвэл, телевизүүд дийлэнх далд сурталчилгааг мэдээний хөтөлбөрийн дундуур явуулсан ба хамгийн их нь MN25 телевиз байв.

УИХ-ын 2016 оны сонгуулийн сурталчилгааны үеэр мониторингид хамрагдсан таван телевизийн бүгд 17672 минутын сонгуулийн мэдээллийн 3186 минут (буюу 53 цаг 5 минут 44 секунд) буюу 18%-д далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл цацагдсан. Үүнийг телевиз тус бүрээр нь харьцуулахад хамгийн их далд сурталчилгаа явуулсан нь MN25 телевиз (41,2%) ба хамгийн бага хувийг МҮОНТ (4,6%) явуулсан байна.

Хүснэгт. Телевизүүдийн далд сурталчилгаа явуулсан байдал /хувиар/

телевиз	MNB	UBS	MN25	TB9	TB5	Нийт минут	Нийт хувь
субъект	(хувиар)						
МАН	44,0	45,2	44,4	27,8	62,1	1312	41,2
АН	52,7	46,8	39,1	29,6	28,0	1125	35,3
ТТЭНЭ		0,1	2,39	3,9	0,6	77	2,4
ИЗНН		2,4	0,2	0,8	0,6	18	0,6
МУНН			0,02			0	0,01
ХСЭ			0,04			1	0,02
БНН	0,3		0,3	0,1	0,4	7	0,2
МСДН			0,02			0	0,01
ЭЧХН			0,01			0	0,00
ИХН			0,02	1,0		11	0,3
МАХөдН			0,01			0	0,00
МАХН	1,4	4,0	6,5	30,6	6,8	461	14,5
ЭОНЭ			0,1	0,6		8	0,2
МКН			0,01			0	0,00
АТХН			0,01			0	0,00
Бие даагч	1,6	1,5	7,07	5,5	1,6	166	5,2
Нийт	100	100	100	100	100	3186	100

Далд сурталчилгааны 41,2 хувийг МАН, 35,3 хувийг АН, 14,5 хувийг МАХН-ын мэдээлэл эзэлж байгаа ба ТТЭНЭ 2,4 хувь, бие даагч 5,2 хувь ногдсон бол үлдсэн 11 субъектүүдийнх 1 хувьд хүрээгүй юм.

MN25 телевиз бүх субъектүүдийн талаар ямар нэг байдлаар дурьдсан байна.

Далд сурталчилгааг MN25 (1312 минут), болон МҮОНТ (148 минут) 100 хувь мэдээний хөтөлбөрөөр явуулсан. Харин UBS телевизийн 1312 минутын далд сурталчилгааны 53,8% нь мэдээний хөтөлбөрөөр, 46,2% нь бусад сүлжээ нэвтрүүлгээр, харин ТВ9 телевизийн 1100 минутын далд сурталчилгааны 21,9% нь сүлжээ нэвтрүүлгээр, 77,6% нь мэдээний хөтөлбөрөөр, ТВ5 телевизийн 452 минутын далд сурталчилгааны 91,7 хувь нь мэдээний хөтөлбөрөөр, 8,3 хувь нь сүлжээ нэвтрүүлгээр цацагджээ. ТВ9 телевиз далд сурталчилгааныхаа 0,5%-д реклам хэлбэрийг ашигласан нь илрэв. /Ном сурталчлах замаар нэр дэвшигчийг сурталчилсан болно./

4.8. ХАМГИЙН ИХ СУРТАЛЧИЛГАА ЯВУУЛСАН НЭР ДЭВШИГЧИД

2016 оны УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн 498 нэр дэвшигчээс дараах нэр дэвшигчдийн талаар мэдээлэл сурталчилгаа хамгийн их цацагдсан байна.

Хүснэгт. МҮОНТ-ээр хамгийн олон цагийн сурталчилгаа явуулсан 10 нэр дэвшигч

	Нэр	Харьяалал	Хүйс	Хугацаа
1	М.Энхболд	МАН	Эр	1:30:32
2	Л.Гүндалай	АН	Эр	1:25:53
3	О.Бум-Ялагч	ТТЭНЭ	Эр	1:13:40
4	Б.Дэлгэрсайхан	МАН	Эр	1:07:01
5	Ч.Өлзийсайхан	МАХН	Эр	1:05:48
6	Ц.Ганхуяг	БНН	Эр	0:58:47
7	Б.Одсүрэн	БНН	Эр	0:58:36
8	Б.Батзориг	МАН	Эр	0:56:51
9	Б.Чойжилсүрэн	МАН	Эр	0:56:27
10	Г.Ганбат	ЭОНЭ	Эр	0:56:07

Хүснэгт . Бусад телевизээр хамгийн олон цагийн сурталчилгаа явуулсан 10 нэр дэвшигч

	Нэр	Харьяалал	Хүйс	Нийт хугацаа	Телевиз тус бүрийн зарцуулсан хугацаа			
					UBS	MN25	ТВ9	ТВ5
1	О.Магнай	АН	Эр	3:37:01		2:15:18	0:59:11	0:22:32
2	Д.Сарангэрэл	МАН	Эм	3:06:40	0:36:00	2:30:40		
3	О.Цолмон	МАХН	Эм	2:45:17			2:45:17	
4	Б.Батбаатар	ИЗНН	Эр	2:41:09		2:41:09		
5	Ж.Ганбаатар	МАН	Эр	2:36:10	2:01:06			0:35:04
6	Б.Чойжилсүрэн	МАН	Эр	1:59:32			1:05:02	0:54:30

7	Б.Болор	АН	Эр	1:38:54	0:49:35		0:49:19	
8	Б.Найдалаа	Бие даагч	Эр	1:37:34		1:37:34		
9	Д.Ганхуяг	АН	Эр	1:31:41			1:02:40	0:29:01
10	Т.Доржханд	Бие даагч	Эр	1:25:19		1:25:19		

4.9. СОНГОГЧДЫН БОЛОВСРОЛД ЗОРИУЛСАН НЭВТРҮҮЛЭГ

Сонгуулийн тухай хуулиар ХМХ-д сонгогчдын боловсролд зориулсан материал нийтлэх, нэвтрүүлэх тодорхой үүрэг ногдуулдаггүй. Харин олон улсын жишгээр олон нийтийн радио телевизээс гадна арилжааны телевизүүдэд ч ийм үүрэгтэй байдаг. ХМХ-ийн амин чухал үүрэг нь сонгогчдын эрх ашигт үйлчлэх явдал билээ. Иймд мониторингийн баг өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгслүүд сонгуулийн сурталчилгааны үед сонгогчдын боловсролд хэрхэн анхаарсан талаар дүн шинжилгээ хийсэн юм.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн тухай хууль сонгогчдын боловсролын тухай зүйл заалт ороогүй ч телевизүүд энэ удаагийн сонгуулийн үеэр сонгогчдын боловсролд анхаарал хандуулж ажилласан нь өмнөх сонгуулиудтай харьцуулахад дэвшилттэй байв.

Мониторингид хамрагдсан арилжааны телевизүүдээс MN25 телевиз хамгийн олон удаа мэтгэлцээний нэвтрүүлэг явуулсан учир сонгуулийн мэдээллийнхээ 37 хувийг сонгогчдын боловсролд зориулсан эерэг үр дүнтэй харагдаж байна. Сонгогчдын боловсролд хамгийн бага цаг зарцуулсан телевиз нь UBS юм. Сонгуулийн сурталчилгааны үеэр хэвлэл мэдээлэлд сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн болох хараат бус мэдээ, мэдээлэл бага, мэдээний хөтөлбөрт далд сурталчилгааны шинж агуулсан мэдээ их байлаа.

ТАВ. СОНГУУЛИЙН СУРТАЛЧИЛГАА ЗОГССОН ӨДРИЙН АЖИГЛАЛТ

Сонгуулийн тухай хуулийн “Сонгуулийн сурталчилгааг санал авах өдрөөс 24 цагийн өмнө буюу санал авах өдрийн өмнөх өдрийн 00:00 цагаас өмнө зогсооно. /68.6/” гэсэн заалтыг үндэслэн 6 дугаар сарын 28-ны өдөр мониторингид хамрагдсан таван телевизийн нийт 88 цаг 11 минутын бичлэгт мониторинг хийв.

Энэ хугацаанд хуулийн дээрх заалтыг зөрчсөн үйлдэл телевизүүдэд илрээгүй. 3 цаг 4 минут 41 секундын сонгогчдын боловсролд зориулсан нэвтрүүлэг цацсан байна.

МҮОНТ-д 11 минут 11 секунд сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрснээс 79 хувь нь сонгогчдын боловсрол, 21 хувь нь эрх баригч АН-ын талаарх хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл байв.

Бусад телевизийн хувьд мэдээлэл дараах байдлаар цацагдсан байна.

Телевиз	Нийт минут	Сонгогчдын	Ажлаа	Далд
---------	------------	------------	-------	------

		боловсролд	тайлагнасан	сурталчилгаа
UBS	00:23:46	00:23:00 (97%)	00:00:46 (3%)	-
MN25	00:31:56	00:31:56 (100%)	-	-
TB9	02:34:40	01:26:18 (%)	00:01:06 (3%)	01:07:16 (3%)
TB5	00:23:08	00:23:08 (100%)	-	-

TB5 телевизийн сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээллийн 94% нь мэдээгээр, 6% реклам хэлбэрээр цацагдсан.

ЗУРГАА. ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

6.1. ДҮГНЭЛТ

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа хууль эрх зүйн шинэ орчинд явагдсанаараа онцлог болсон юм.

Сонгуулийн тухай хуульд нэмэлт өөрчлөлт орох эсэх, сонгууль явуулах тов өөрчлөгдөх эсэх нь сонгуулийн жилийн эхний 4 сарын турш шийдвэр гаргах түвшинд тодорхой бус байсаар 2016 оны 5 сарын 5-ны өдөр буюу санал хураах өдрөөс 2 сар хүрэхгүй хоногийн өмнө Сонгуулийн тухай хуульд нэмэлт, өөрчлөлт оруулах тухай хуулийг УИХ-аас батлав. Уг нэмэлт өөрчлөлтөөр сонгуулийн сурталчилгаа хэсэгт шууд өөрчлөлт ороогүй ч, сонгуулийн тогтолцоо, эмэгтэй нэр дэвшигчдийн квот зэрэг өөрчлөгдсөн нь сонгуулийн сурталчилгаанд мөн нөлөөлсөн.

“Глоб интернэшнл төв” төрийн бус байгууллага энэ удаа үндэсний хэмжээнд өргөн нэвтрүүлэг эрхэлдэг телевизийн таван сувгийн нийт 1626 цаг 41 минут 46 секундын хөтөлбөрт ажиглалт хийхэд 294 цаг 32 минут 15 секундыг сонгуультай холбоотой мэдээлэлд зарцуулсан нь илэрсэн байна.

МҮОНТ-ийн сонгуулийн сурталчилгаа явуулах эрх зүйн зохицуулалт нь бусад телевизээс ялгаатай учир эфирийн цагийг тусад нь тооцоход, нийт 327 цаг 33 минут 19 секундын бичлэгт мониторинг хийхэд 132 цаг 59 минут 10 секундыг сонгуулийн талаарх мэдээлэлд зарцуулсан нь илрэв. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 42.8%-ийг эзэлж байна.

Ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн эфирийн цагийг нэгтгэвэл, нийт эфир нь 1299 цаг 8 минут 27 секунд болжээ. Үүнээс 161 цаг 33 минут 5 секундыг сонгуульд зориулсан нь нийт эфирийн цагийн 12% хувийг эзэлж байна. Ийнхүү 4 телевизийн сонгуулийн мэдээлэлд зарцуулсан хугацаа харьцангуй бага байсан нь Сонгуулийн тухай хуулиар сонгуулийн сурталчилгааг хоногт 1 цаг буюу 60 минутаар хязгаарласантай шууд холбоотой юм.

Ажиглалт хийсэн арилжааны 4 телевизийн сонгуулийн нийт мэдээллийн 50%-ийг МАН, 43%-ийг АН-ын талаарх мэдээлэл эзэлсэн бөгөөд бусад нам, эвсэл, бие даагчдад үлдсэн 7%-тай тэнцэх цаг оногджээ.

Мониторингид хамрагдсан телевизийн сувгууд Сонгуулийн тухай хуульд заасны дагуу улс төрийн нам, нэр дэвшигчдийн сонгуулийн сурталчилгаа явуулснаас гадна

мэдээний хөтөлбөр, мэтгэлцээн зэрэг сонгуулийн сэтгүүл зүйн төрөл хэлбэрээр сонгогчдод сонгуультай холбоотой мэдээлэл түгээв.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн кампанит ажлын үеэр арилжааны телевизүүд нэр дэвшигчдэд адил тэгш хандах үүрэг хүлээсэн.

Мэдээний хөтөлбөр нь нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн сурталчилгаа болон хувирч, хийсэн ажлаа тайлагнах байдлаар тухайн үед албан тушаал эрхэлж буй нэр дэвшигчдийн хувьд давуу талаа харуулах боломжийг Сонгуулийн тухай хуулиар хүлээн зөвшөөрсөн явдал нь өрсөлдөгч жижиг нам, бие даан нэр дэвшигчдийн хувьд ялгавартай байдлыг бий болгов.

Энэ удаагийн сонгуулийн хуульд сонгуулийн сурталчилгаа эхэлснээс хойш мэтгэлцээнд олон талын оролцоог хангах, тухайн телевизийн сүлжээний нэвтрүүлэгт нэр дэвшигч оролцохыг хориглосон, сонгуулийн сурталчилгаа эхлэх хугацааг тодорхой зааж, цагийн хязгаар босго тавьсан эерэг зохицуулалт хийх оролдлого байлаа. Гэсэн хэдий ч олон нэр дэвшигчтэй сонгуулийн хувьд хоногт нэг цагийн хязгаар тогтоосон нь нэр дэвшигчдэд өөрсдийгөө таниулах хангалтай боломж олгосонгүй. Мөн хуульд энэ тухай зохицуулаагүйгээс сонгуулийн жил эхлэснээс хойш болон өмнө сонгуульд нэр дэвшихээр горилогчийн хувьд хэвлэл мэдээллийн сүлжээ нэвтрүүлэгт оролцох, хөрөг нэвтрүүлэг, ярилцлага зэрэг сэтгүүл зүйн арга хэлбэрийг ашигласан өөрийгөө олон нийтэд таниулах, сурталчлах явдал түгээмэл байлаа.

Хуульд заасан сурталчилгааны цагийн хязгаарыг хэтрүүлсэн, мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа ярьж болох хугацааны хязгаарыг зөрчсөн зөрчлүүд мөн давтагдсан байна.

Мониторингийн үр дүнд тулгуурлан дараах зүйлүүдийг онцолж байна. Үүнд:

СОНГУУЛИЙН СУРТАЛЧИЛГААНЫ ТЭНЦВЭРТЭЙ БАЙДАЛ

Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд сурталчилгааны адил тэнцүү цаг хуваарилахын зэрэгцээ төвийг сахисан байр суурьтай мэдээлэл түгээхийг мэргэжлийн сэтгүүл зүйд тэнцвэртэй сурталчилгаа гэж ойлгоно. Хэт эерэг, сөрөг сурталчилгаа сонгогчдыг төөрөлдүүлж, сонголтоо хийхэд нөлөөлдөг.

Мониторингид хамрагдсан таван телевизийн сонгуулийн мэдээлэл тэнцвэртэй байж чадсангүй. Тухайлбал:

- ***МҮОНТ хуулийн дагуу нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд сурталчилгааны адил тэнцүү цаг хуваарилах хуулийн заалтыг баримтлан ажиллав***

МҮОНТ-ээр явуулах сонгуулийн сурталчилгааны төлбөргүй бөгөөд нэг нэр дэвшигчид 15 минут байх заалтыг баримтлан 7470 минутын хуваарийг СЕХ-ноос баталж мөрдөн ажиллав. Сонгуулийн төв байгууллага нь энэхүү хуваарийг сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхээс 5-аас доошгүй хоногийн өмнө батлах хуулийн заалтаа СЕХ зөрчиж, 3 хоногийн өмнө батлав. Судалгааны явцад СЕХ-оос батлан гаргасан хуваарийн дагуу тулгалт хийхэд МАХөдН-д ногдсон цагаас бусад нь ямар ч зөрөөгүй нэвтрүүлсэн. МАХөдН-д оногдсон 45 минутаас 30 минутыг нь ашиглаагүй. Нийлбэр дүнгээрээ нийт 7350

минутыг сурталчилгаа гэж шууд танигдахуйц, лого, таних тэмдэгтэйгээр ашигласан үр дүн илэрсэн буюу 90 минутын алдагдалтай харагдаж байгаа нь нэр дэвшигч бүр өөрт ногдох 15 минутыг бүрэн 15 минутаар нь ашиглаагүйгээс хамаарсан нь анхаарал татав.

Сонгуулийн мэдээлэлд зарцуулсан 7979 минутын 7350 минут буюу 92 хувийг сонгуулийн төлбөргүй сурталчилгаанд зарцуулсан.

Сонгуулийн мэдээлэл зарцуулсан хугацааг нь авч үзвэл МАН-д 19%, АН-д 17%, МАХН 13%, бие даагчдад 13%, үлдсэн цагийг бусад субъектүүдэд хуваарилсан байна.

- ***Арилжааны телевизүүд хуулиар ногдуулсан сурталчилгааны хязгаарлалтыг хэтрүүлжээ***

МҮОНТ-ээс бусад телевизэд хуулиар тэнцүү цаг хуваарилах тухай үүрэг ногдуулаагүй, зөвхөн хоногт 60 минут (үүнээс нэг нэр дэвшигчид 15 минутаас) илүүгүй сурталчилгааг зөвхөн төлбөртэй явуулахаар заасан тул телевизүүд нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдох нэг хоногийн хязгаарыг баримтлан аль нэг нам, эвсэл, бие даагч гэж ялгахгүйгээр УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа (60 минут), НИТХ-ын сонгуулийн сурталчилгаа (60 минут) гэж тооцсон хуваарийг СЕХ-нд ирүүлсэн. Ингэснээрээ цөөн нэр дэвшигчдэд давтамж олонтойгоор буюу ялгавартай цаг хуваарилж ажиллав. Мөн анхаарал татсан нэг асуудал нь мэдээний хөтөлбөрийн дундуур реклам хэлбэрээр сонгуулийн сурталчилгаа явуулах хуваарийг СЕХ-нд ирүүлж, түүнийг нь баталсан зөрчил илэрсэн.

Арилжааны телевизүүдийн сонгуулийн мэдээлэлд зориулсан 9687 минутын 3940 буюу 40,7% нь төлбөртэй гэдгээ хуульд заасны дагуу танигдахуйц тодорхойлсон мэдээлэл байв.

Арилжааны телевизүүд нэг нэр дэвшигчид ногдох 15 минутын хязгаарыг маш сайн барьсан хэдий ч өдрийн 60 минутаас хэтрэхгүй байх хязгаарыг зарим өдрүүдэд зөрчиж байв. Нэг нэр дэвшигчид 15 минут ногдох хязгаарыг зөрчсөн цорын ганц тохиолдол бүртгэгдсэн нь ТВ5 телевизээр 6 дугаар сарын 23-ны өдөр нэр дэвшигч С.Бямбацогт 2 минут 30 секундын илүү цаг зарцуулжээ.

Телевизүүдээс хамгийн их хязгаарыг зөрчсөн хоногийн тоогоор ТВ5 телевиз (13 хоног), хамгийн олон минутын зөрчил гаргасан телевиз нь UBS (16248 секунд буюу 126 минут 48 секунд) байв. Ялангуяа сонгуулийн сурталчилгааны сүүлийн хоногт бүх телевизүүд хугацаа хэтрүүлсэн. Тухайлбал, ТВ9 телевиз 4 минут 15 секунд, ТВ5 телевиз 6 минут 7 секунд, MN25 1 цаг 5 минут 52 секунд, UBS 1 цаг 26 минут 3 секундээр хэтрүүлсэн нь анхаарал татахуйц байна.

- ***Мэдээний хөтөлбөр нь ажлаа тайлагнах болон далд сурталчилгааны талбар болов***

Сонгуулийн хуулийн дагуу мэдээний хөтөлбөрөөр 5 минуутаас илүүгүй хугацаагаар ажлаа тайлагнахыг зөвшөөрсөн нь сэтгүүл зүйн өөрийн бүтээгдэхүүн буюу сэтгүүл зүйн хараат бус мэдээ мэдээлэл буурч, мэдээний хөтөлбөр нь хүртэл сурталчилгааны шинж агуулсан далд сурталчилгаа болон хувирах гол үндэслэл болсон нь харамсалтай.

Телевизүүдийн мэдээний хөтөлбөрт сонгуулийн сурталчилгаа давамгайлсан нь харагдаж байна.

Нийт 5 телевизийн мэдээний цагаас нийт 52 цаг 43 минут 31 секундыг сонгуульд зарцуулсан бөгөөд үүнээс нийлбэр дүнгээр МАН хамгийн их буюу 21 цаг 53 минут 5 секундыг, дараа нь АН-д 18 цаг 49 минут 41 секундыг зарцуулж, харин МАХН-д 7 цаг 11 минут 7 секунд, бие даагчдад 2 цаг 32 минут 6 секунд, ТТЭНЭ-д 1 цаг 17 минут 42 секундыг тус тус зарцуулсан ба бусад нам, эвсэлд 9 секундээс 27 минут 19 секунд хүртэл цаг буюу нийт мэдээний цагийн 1 хүрэхгүй хувийг зориулжээ.

МҮОНТ-ийн мэдээний хөтөлбөрт шинжилгээ хийхэд 4 цаг 27 минут 13 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрснээс далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 2 цаг 27 минут 53 секунд (55%), сурталчилгааны бус мэдээлэл буюу хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 58 минут 47 секунд (22%) болов.

Мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа тайлагнаж болох 5 минутын хязгаарыг телевизүүд сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд нэлээд барьж ажилласан ч хэд хэдэн зөрчил илэрсэн.

Тухайлбал, МҮОНТ нь 2 удаа, UBS телевиз 1 удаа, ТВ9 телевиз 3 удаа, ТВ5 телевиз 6 удаа зөрчсөн тохиолдол бүртгэгдсэн бол хамгийн их зөрчсөн телевиз нь MN25 телевиз ба нийт 6 хоногийн 16 нэр дэвшигчийн зөрчил бүртгэгдсэн юм.

- ***Эмэгтэй нэр дэвшигчдийн сурталчилгаа эрчүүдийнхээс зарим тохиолдолд их байв***

УИХ-ын сонгуульд СЕХ-нд бүртгүүлж, үнэмлэхээ авсан 498 нэр дэвшигчийн 129 нь буюу 26 хувь нь эмэгтэй, 396 эрэгтэй байлаа.

UBS, МҮОНТ эрэгтэй, эмэгтэй нэр дэвшигчдэд ногдуулсан цагийн бага ялгаатай байв. Хамгийн их зөрүүтэй цагийг MN25 телевиз ногдуулсан бөгөөд эмэгтэй нэр дэвшигчдэд хамгийн бага буюу дунджаар нэг эмэгтэй нэр дэвшигчид 2,1 минут, нэг эрэгтэй нэр дэвшигчид дунджаар 3,1 минутыг ногдуулсан нь анхаарал татаж байна. МҮОНТ, UBS, ТВ9, ТВ5 телевизүүдийн хувьд эмэгтэй нэр дэвшигчдэд цаг хуваарилсан харьцаа нь эрэгтэйгээсээ илүү байгаа нь судалгаагаар илрэв.

- ***Сурталчилгааны өнгө аясын хувьд эерэг буюу хэт магтаал давамгайлсан байна***

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр таван телевизээр нэвтрүүлсэн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийн талаар эерэг буюу магтаж сайшаасан болон төвийг сахисан мэдээллийн эзлэх хувь өндөр гарсан байна. Таван телевизээр нийт 17672 минутын сонгуулийн мэдээлэл цацагдсанаас 16561 минут нь нэр дэвшигч субъектүүдийн талаарх мэдээлэл байв. Үүний 55,2% эерэг, 37,9% төвийг сахисан, үлдсэн 6,9 хувь нь сөрөг өнгө аястай мэдээлэл байжээ.

МҮОНТ-ээр АН (41%), ТТЭНЭ (40%), МАН (38%)-ын мэдээлэл илүү эерэг өнгө аястай байв. Бүх телевизээр МАН, АН-ын талаар сөрөг өнгө аястай мэдээлэл цацагдсан хэдий ч хамгийн их сөрөг өнгө аястай мэдээллийг ТВ9 телевиз цацжээ.

Төвийг сахисан мэдээллийн хувьд субъектээр нарийвчлан үзвэл, МАН-ын талаарх мэдээлэл МҮОНТ (60,7%), ТВ5 телевиз (77,8%)-ээр, АН-ын талаарх мэдээлэл МҮОНТ (58,3%), ТВ5 телевиз (46,2%)-ээр, МАХН-ын талаарх мэдээлэл МҮОНТ (78,5%), ТВ5 телевиз (66,7%), UBS телевиз (70,8%)-ээр дийлэнхдээ төвийг сахисан өнгө аястай мэдээлэгджээ.

- **Сонгогчдын боловсролд зориулсан цаг нэмэгдсэн**

Арилжааны телевизүүдээс MN25 телевиз хамгийн олон удаа мэтгэлцээний нэвтрүүлэг явуулсан учир сонгуулийн мэдээллийнхээ 37%-ийг сонгогчдын боловсролд зориулсан эерэг үр дүнтэй харагдаж байна. Сонгогчдын боловсролд хамгийн бага цаг зарцуулсан телевиз нь UBS юм. Энэ жилийн хувьд хэдийгээр Сонгуулийн тухай хуульд сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээ нэвтрүүлгийн тухай зүйл заалт байхгүй байсан хэдий ч үр дүн нь өндөр хувьтай гарсан шалтгаан бол Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос журмаар шаардлага тавьсантай холбоотой ажээ.

Ерөнхийд нь дүгнэхэд сонгуулийн сурталчилгааны үеэр хэвлэл мэдээлэлд сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн болох хараат бус мэдээ, мэдээлэл бага, мэдээний хөтөлбөрт далд сурталчилгааны шинж агуулсан мэдээ их байлаа.

Телевизийн сонгуулийн сурталчилгаанд цагийн хязгаарлалт тогтоосон, сүлжээ нэвтрүүлгийг сонгуулийн сурталчилгаанд ашиглахыг хориглосон заалт нь сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл нэмэгдэхэд нөлөөлөв.

Мөн сонгуулийн жил эхэлснээс хойш хэвлэл мэдээллийн мэдээлэл сурталчилгааны нэр дэвшихээр горилогчдын оролцоог зохицуулаагүй, мөн мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа тайлагнах боломжийг олгож байгаа зэрэг нь томоохон нам, эвсэл, эсвэл санхүүгийн чадавхи бүхий нэр дэвшигчдэд давуу тал үүсгэж, гарааны адил тэнцүү нөхцлийг үгүйсгэсэн дүр зураг ажиглагдав.

6.2. ЗӨВЛӨМЖ

1. Хууль тогтоогч, боловсруулагчдад

Сонгуулийн тухай хууль дахь сонгуулийн сурталчилгааны зүйл заалтууд нь бүх сонгуульд нэгэн адил үйлчлэх нийтлэг тул дараагийн Ерөнхийлөгч, УИХ, орон нутгийн сонгуулийг зохион байгуулахаас өмнө сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн чөлөөтэй, шударга сурталчилгааг хөхиүлэн дэмжих зорилгоор хэвлэл мэдээлэлтэй холбоотой зохицуулалтыг илүү боловсронгуй болгох шаардлагатай байна. Үүний тулд хуульч, иргэний нийгэм, хэвлэл мэдээллийн төлөөллийг оролцуулан сонгуулийн хуулийн хэвлэл мэдээлэлтэй холбоотой заалтад харьцуулсан судалгаа хийх нь зүйтэй.

Сонгуулийн тухай хуулийн хэвлэл мэдээлэлтэй холбоотой зүйл заалтыг боловсронгуй болгох чиглэлээр

- Өмнөх сонгуулийн хуулиудад байсан “тэнцвэртэй сурталчилгаа”, “адил тэнцүү цаг хуваарилах” тухай заалтуудыг хасч, Сонгуулийн тухай хуулиар “адил тэгш хандана” гэж субъектив байдлаар томъёолсныг өөрчлөх
- Олон нийтийн телевизийн нам, эвсэл, нэр дэвшигчдэд төлбөргүй сурталчилгааны цаг хуваарилах зарчмыг илүү боловсронгуй болгох, СЕХ нь хуулиа баримталдаг байх, ирүүлсэн хуваарийг батлахаас өмнө хууль тогтоомжийг зөрчихгүй байх хяналтыг хэрэгжүүлэх
- Мэдээний хөтөлбөрөөр ажлаа тайлагнахыг сурталчилгаанд тооцохгүй гэсэн заалт орсон нь өрсөлдөгчдөд ялгавартай байдлыг бий болгож буй тул хүчингүй болгох, мэдээний хөтөлбөр нь цэвэр сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүн байх нөхцөлийг бүрдүүлэх
- Бие даагчдын сурталчилгааны тухай тусгай зохицуулалт бий болгох
- Нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн сурталчилгааны цагийн хязгаарыг тогтоосон нь сайн боловч энэ нь сонгогчдод зөв сонголтод туслах хангалттай мэдээлэл хүртэх боломжийг хаасныг өөрчлөх
- Далд сурталчилгааны нарийвчилсан тодорхойлолт, зохицуулалт бий болгох, далд сурталчилгаа явуулах, ялангуяа сонгуулийн жил эхэлснээс хойш сонгуульд нэр дэвшихээр зэхэж буй горилогч хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн сүлжээ нэвтрүүлэгт орохгүй байх зэргээр гарааны адил тэгш байдлыг хангах тухайд зохицуулалтыг нарийвчлах
- Нам, нэр дэвшигчдийн дунд халз мэтгэлцээн зохион явуулах зүйл заалт оруулах
- Радио телевизийн сурталчилгаа тэнцвэртэй эсэхийг хянах механизмыг журмаар бус хуулиар зохицуулах, аливаа зөрчлийг олон нийтэд ил тод, нээлттэй мэдээлэх, үр дүнтэй хараат бус хяналтын механизмыг бий болгох

Шинээр батлах хууль тогтоомжийн хувьд

Сонгуулийн үеэр хэвлэлийн эрх чөлөө, сэтгүүлчийн эрх, хэвлэл мэдээллийн нийгмийн өмнө хүлээх үүрэг, нэр төр, алдар хүнд, ХМХ-ийн үйл ажиллагаа, өмчлөл, төвлөрөл, зар сурталчилгаа гэх мэт олон асуудал хөндөгддөг. Иймээс Сонгуулийн тухай хуулийг боловсронгуй болгохын тул хэвлэл мэдээллийн эрх зүйн асуудлыг цогцоор нь авч үзэх шаардлагатай юм. Тухайлбал:

- Өргөн нэвтрүүлгийн буюу Радио, телевизийн тухай хуулийг батлах нь өмчлөл, санхүүжилт, өргөн нэвтрүүлэг түгээх хэлбэр нь өөр өөр олон тооны радио, телевизийн хувьд итгэл хүлээхүйц, шударга ажиллах боломжийг нэмэгдүүлэх, олон нийтэд үзүүлэх үйлчилгээг сайжруулах, нэвтрүүлгийн агуулгыг баяжуулах, зах зээлд шударга өрсөлдөх боломж олгох, тусгай зөвшөөрөл олгох үйл явцыг ил тод, шударга болгох зэрэг ач холбогдолтой.
- Сонгуулийн үеэр янз бүрийн өмч, эзэнтэй ХМХ ухуулга сурталчилгаа, өөр өөр арга хэлбэрээр, заримдаа эсрэг тэсрэг үзэл бодлыг илэрхийлж байдаг. Ийм тохиолдолд сонгогчид төөрөгдөлд ордог. Иймд сонгогчдын эргэлзээг тайлах үүднээс ХМХ-ийн өмчлөл нийтэд ил тод байх нь зүйтэй. Иймээс

холбогдох хуульд өмчлөл ил тод байх үүргийг баталгаажуулах, одоо үйлчилж буй ХХЗХ-ны журмыг эргэн нягталж хуульчлах нь чухал.

- Сонгуулийн хууль дахь гүтгэлэг, худал мэдээлэл түгээх зэргийг гэмт хэрэгт тооцож буйг бүрэн халж, хүчингүй болгох шаардлагатай. Ингэхгүйгээр сонгуулийн үеэр ХМХ, сэтгүүлчдэд тавих цензур арилах боломжгүй юм.

2. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, сэтгүүлчдийн байгууллагад

- а. Сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн баримтлах зарчим, сэтгүүл зүйн хэм хэмжээг боловсруулан дагаж мөрдөх
- б. Редакцийн хараат бус байдлыг баталгаажуулсан дотоод зохицуулалтын баримт бичиг боловсруулж гаргах, түүнийг дагаж мөрдөх, зөрчсөн тохиолдолд олон нийтэд ил тод болгон хэлэлцүүлж байх арга механизмыг бүрдүүлэх
- с. Цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрийг зөвхөн сонгогчдын эрх ашгийн төлөө бэлтгэн нэвтрүүлж, нам, эвсэл нэр дэвшигчдийн далд сурталчилгаа явуулах, эрх барьж буй эсвэл томоохон нам, эвслийн ажлаа тайлагнадаг талбар болж буй туршлагыг халах
- д. Сонгууль сурвалжлах, сурталчилах тухай сэтгүүлчдэд зориулсан сургалт явуулах
- е. Сонгуулийн сурталчилгааны үеэр цэвэр сэтгүүл зүйн бүтээгдэхүүний эзлэх хувийн жинг нэмэгдүүлэх

МҮОНТ

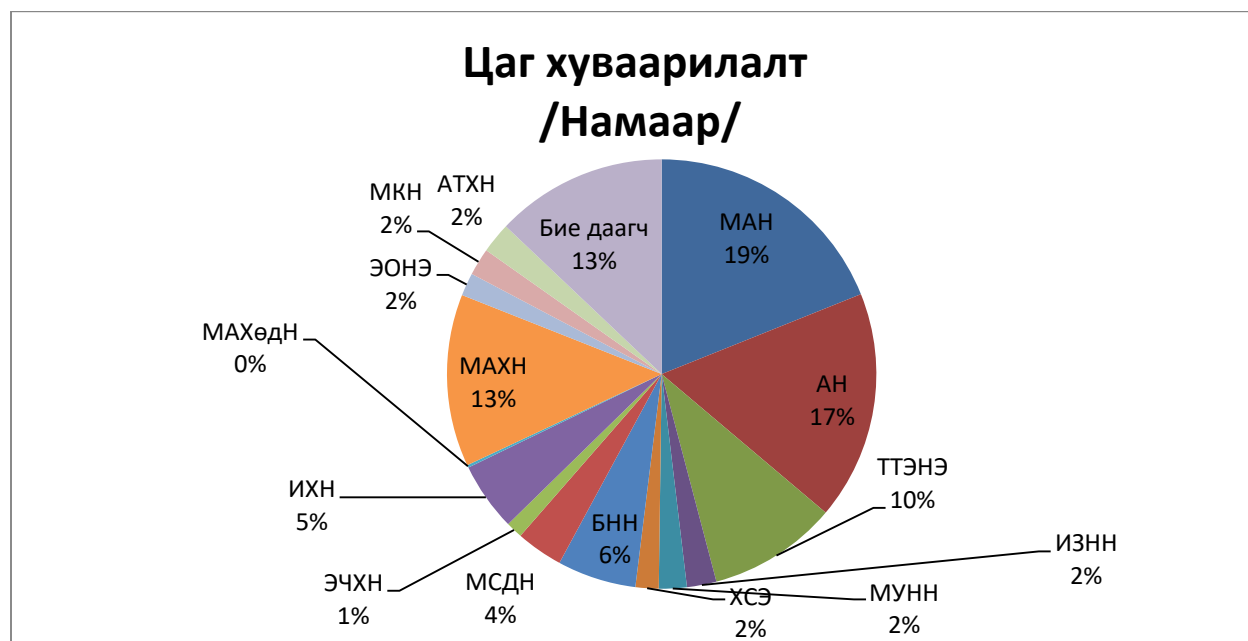
Мониторингийн нэгдсэн дүн

/6 дугаар сарын 11-27-ны өдрүүд/

Сонгуулийн сурталчилгаа явуулах 17 хоногийн хугацаанд СЕХ-ноос хуваарилсан цагийн дагуу МҮОНТ нь 12 нам, 3 эвсэл болон 69 бие даагчид нийтдээ 124 цаг 30 минут зарцуулахаар төлөвлөжээ. Цагийг хуваарилахдаа намаас нэр дэвшигчид болон бие даагч /498 нэр дэвшигч/ тус бүрт сурталчилгааны хугацаанд 15 минут ногдохоор төлөвлөсөн байна. Судалгааны явцад СЕХ-оос батлан гаргасан хуваарийн дагуу тулгалт хийхэд МАХөдН-д оногдсон цагаас бусад нь ямар ч зөрөөгүй нэвтрүүлж байв.

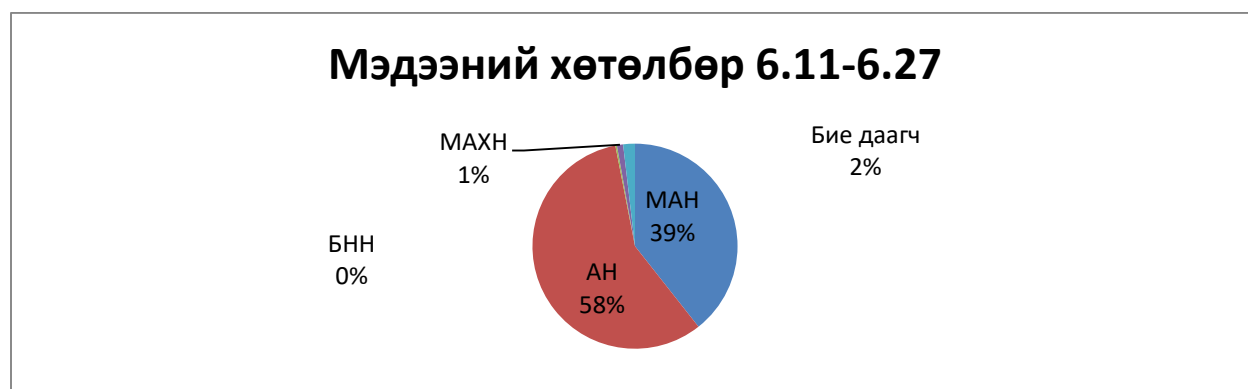
1. Тайлангийн хугацаанд МҮОНТ-ийн 310 цаг 32 минут 22 секундын бичлэгт мониторинг хийхэд 132:59:10 секундыг сонгуулийн талаарх мэдээлэлд зарцуулсан нь илрэв. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 42%-ийг эзэлж байна.

МҮОНТ энэ хугацаанд сонгуульд нэр дэвшсэн 16 субъектийг бүгдийг нь хамруулан мэдээлсэн боловч нам тус бүрт оноосон цаг нь ялгаатай байв. Хуульд заасан сурталчилгааны энэ хугацаанд тус телевизээр намуудад цаг хуваарилсан байдлыг шинжлэвэл МАН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн их гарсан нь 19%-ийг эзэлжээ. Харин эрх баригч АН-д 17%-тай тэнцэх цаг оногдов. МАХН, Бие даагчдад адил тэнцүү 13%-ийг оноосон бол ТТЭНЭ 10%-ийг эзэлж байна. Ийнхүү буурсаар БНН-д зарцуулсан цаг нь 6% байсан бол ИХН 5%,МСДН 4% болжээ. Түүнчлэн АТХН, МКН, ЭОНЭ, ХСЭ, МУНН, ИЗНН-д ногдсон цаг нь тус бүр 2%-ийг эзэлж байна. ЭЧХН-д оноосон 1%-ийг эзэлж МАХөдН-ын талаарх мэдээлэл хамгийн бага буюу 14минут 41 секунд байсан нь намуудад хуваарилсан нийт цагтай харьцуулахад 1%-д ч хүрсэнгүй.



2. Тус телевизээр цацагдсан сонгуультай холбоотой мэдээллийг төрөлжүүлэн үзвэл захиалгат нэвтрүүлэг 122:30:27 секунд, сонгогчдын боловсролд зориулсан нэвтрүүлэг 07:02:03 секунд, далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 02:27:53 секунд, сурталчилгааны бус мэдээлэл 00:58:47 секундыг тус тус эзэлжээ. Үүнийг тус телевизийн нийт сонгуультай холбоотой мэдээлэлтэй харьцуулан хувиар илэрхийлбэл захиалгат нэвтрүүлэг 92%, сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 5%, далд сурталчилгаа 2% байна. Харин сурталчилгааны бус хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл нь нийт мэдээлэлтэй харьцуулахад 1%-д ч хүрээгүй юм.

3. Мэдээний хөтөлбөрт шинжилгээ хийхэд 04:27:13 цагийн сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн байна. Энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 3%-ийг эзэлж байгаа юм.



Мэдээний хөтөлбөрөөр улс төрийн нам, нэр дэвшигчтэй холбоотой мэдээлэл 03:26:40 секунд цацагдсаны 58% нь АН, 39% нь МАН, 1% нь МАХН, 2% нь Бие даагчдын талаарх мэдээлэл байв. БНН-д 30 секунд оногдсон бол бусад субъектын талаар мэдээлэл нэвтрүүлээгүй байна.

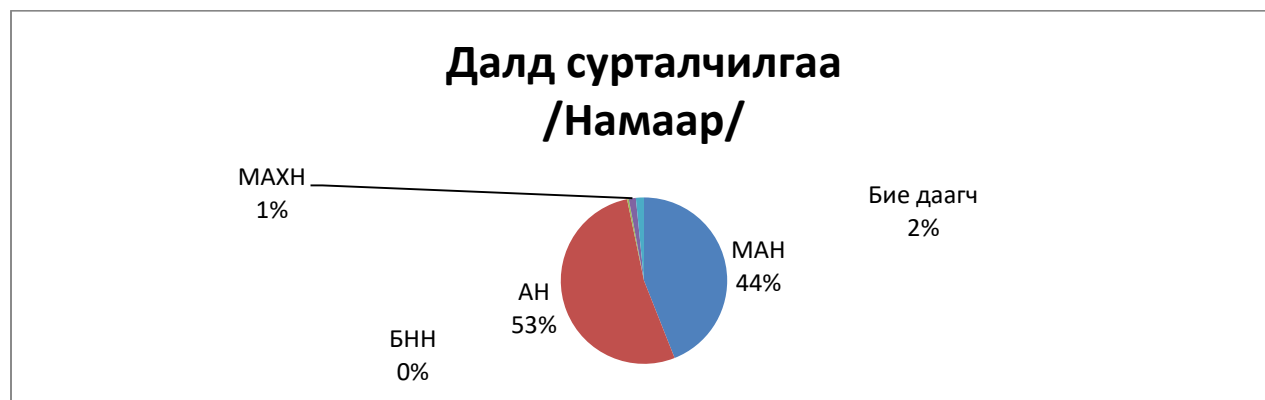
Мэдээний хөтөлбөрийг агуулгаар нь ангилан үзвэл сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 01:00:33 секунд (23%), далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 02:27:53 секунд (55%), сурталчилгааны бус мэдээлэл буюу хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 00:58:47 секундыг (22%) эзэлсэн юм.

4. МҮОНТ-д нам, эвсэл, нэр дэвшигчдийг гол төлөв төвийг сахисан байр сууринаас мэдээлсэн нь 69% байна. Эерэг буюу магтаж сайшаасан мэдээлэл 30%-д хүрч, сөрөг шинжийг агуулсан мэдээлэл үлдсэн 1%-ийг эзлэв.



5. Тайлангийн энэ хугацаанд МҮОНТ-ээр далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 02:27:53 секунд нэвтрүүлсэн нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 2%-тай тэнцэж байна. Далд сурталчилгааг хэлбэрийн хувьд ангилан үзвэл энэ нь бүхэлдээ цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр цацагдсан болох нь илэрчээ.

Далд сурталчилгаанд намуудын эзэлсэн цагийг хувиар илэрхийлбэл 53% нь эрх баригч АН-д, 44% нь МАН-д, 1% нь МАХН-д, 2% нь бие даагчдад тус тус ногджээ. Түүнчлэн БНН-ын талаар 00:00:30 секундын далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл нэвтрүүлсэн байна.



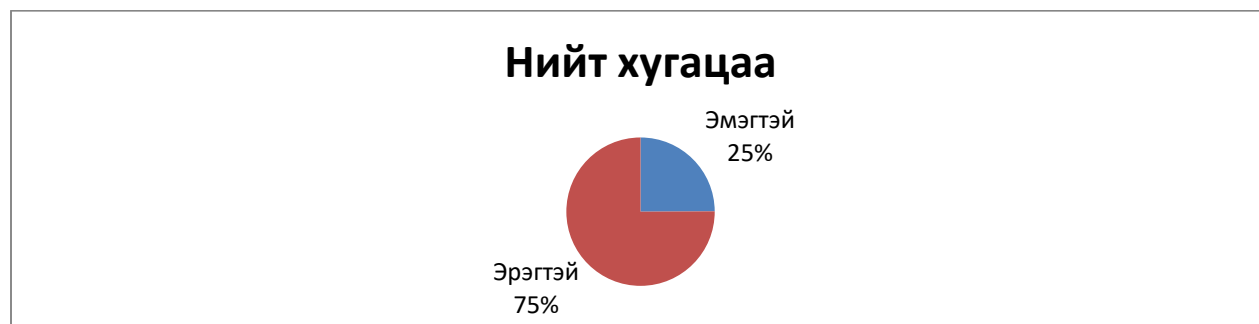
6. Хуулийн хязгаарлалт

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэсэн заалтыг үндэслэн хянахад 6 дугаар сарын 22, 26-ны өдрүүдэд зөрчил илэрсэн нь АН-аас нэр дэвшигч С.Одонтуяа 00:00:23 секунд, МАН-аас нэр дэвшигч М.Энхболд 00:00:15 секундээр хэтрүүлсэн байна.

Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6 дугаар сарын 11-19-ны өдрүүд								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Мэдээний цаг өдөр тус бүрээр	319	764	217	616	353	566	659	470	726
5 хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-	-	-	-

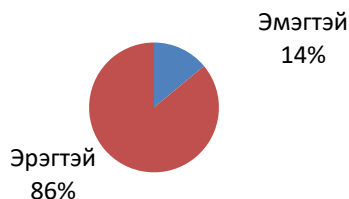
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6 дугаар сарын 20-27-ны өдрүүд								
	20	21	22	23	24	25	26	27	
Мэдээ /секундээр/	693	1114	1498	918	1487	1376	1244	3013	
5 минут хэтэрсэн эсэх	-	-	00:00:23	-	-	-	00:00:15	-	

7. МҮОНТ-ийн нэр дэвшигчидтэй холбоотой мэдээллийг хүйсийн хувьд ангилан үзвэл 25:52:51 секунд нь буюу 25% нь эмэгтэй, 77:57:51 секунд буюу 75% нь эрэгтэйчүүдийн тухай мэдээлэл байв.



Харин цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэр дэвшигчтэй холбоотой мэдээлсэн хугацааг хувиар илэрхийлбэл эрэгтэйчүүдэд 86% ногдсон бол, эмэгтэйчүүдэд үүнээс 6 дахин бага буюу 14%-тай тэнцэх цаг оноожээ.

Мэдээний хөтөлбөрт эзлэх хугацаа



Тус телевиз эрэгтэйчүүдийг илүү эерэг хандлагаар мэдээлсэн нь 27% хүрсэн бол 71% нь төвийг сахисан өнгө аястай байв. Харин сөрөг мэдээлэл 1% хүрчээ. Эмэгтэйчүүдийн талаарх мэдээллийг өнгө аясаар нь үзэхэд эерэг мэдээлэл нь эрэгтэйчүүдийнхээс бага буюу 19% байж төвийг сахисан мэдээлэл давамгайлж 81%-д хүрчээ. Сөрөг хандлагатай мэдээлэл бараг илрээгүй буюу 0,3 эзэлж байна.

8. Мониторингийн бас нэгэн үзүүлэлт нь тухайн телевизээс нам эвсэл, нэр дэвшигчдэд хуваарилсан цагийг оргил болон оргил бус цаг гэж ангилсан юм. Тухайлбал 19:00 цагаас шөнийн 23:00 хүртэлх цагийг оргил цаг гэж үзэв.

МҮОНТ-ийн сонгуулийн холбогдолтой мэдээллийг гол төлөв оргил бус цагаар нэвтрүүлжээ. Нам, эвслийн мэдээллийг оргил болон оргил бус цагаар ангилан хувиар илэрхийлбэл МКН-ын тухай мэдээллийн 43% оргил цагаар нэвтрүүлсэн нь бусдаасаа хамгийн өндөр үзүүлэлт байна.

МҮОНТ		
НАМ	НИЙТ ЦАГ	ОРГИЛ ЦАГТ ЭЗЛЭХ ХУВЬ
МАН	23:50:36	33%
АН	21:42:14	38%
ТТЭНЭ	12:15:28	41%
ИЗНН	02:48:03	20%
МУНН	02:38:32	27%
ХСЭ	02:11:36	35%
БНН	07:29:10	30%
МСДН	04:26:28	14%
ЭЧХН	01:35:04	15%
ИХН	06:28:55	22%
МАХөдН	00:14:41	0%
МАХН	16:20:19	25%
ЭОНЭ	02:10:21	33%

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

МКН	02:35:27	43%
АТХН	02:53:26	17%
Бие даагч	16:16:47	34%

9. Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд тус телевизээр хамгийн их сурталчилгаа нэвтрүүлсэн 10 нэр дэвшигчийг доорх хүснэгтээс харна уу.

МҮОНТ							
	Нэр	Харьяала л	Хүйс	Хугацаа	Эерэг	Төвийг сахисан	Сөрөг
1	М.Энхболд	МАН	Эр	1:30:32	34.3%	57.1%	8.6%
2	Л.Гүндалай	АН	Эр	1:25:53	8.3%	91.7%	0%
3	О.Бум-Ялагч	ТТЭНЭ	Эр	1:13:40	16.7%	83.3%	0%
4	Б.Дэлгэрсайхан	МАН	Эр	1:07:01	10.9%	89.1%	0%
5	Ч.Өлзийсайхан	МАХН	Эр	1:05:48	.0%	100.0%	0%
6	Ц.Ганхуяг	БНН	Эр	0:58:47	33.3%	66.7%	0%
7	Б.Одсүрэн	БНН	Эр	0:58:36	.0%	100.0%	0%
8	Б.Батзориг	МАН	Эр	0:56:51	33.3%	66.7%	0%
9	Б.Чойжилсүрэн	МАН	Эр	0:56:27	85.7%	14.3%	0%
10	Г.Ганбат	ЭОНЭ	Эр	0:56:07	.0%	100.0%	0%

6 сарын 28-ны өдрийн хөтөлбөрийн ажиглалт

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.6 дахь хэсэгт “Сонгуулийн сурталчилгааг санал авах өдрөөс 24 цагийн өмнө буюу санал авах өдрийн өмнөх өдрийн 00.00 цагаас өмнө зогсооно” хэмээн заасан. Энэ заалтыг үндэс болгон 6 дугаар сарын 28-ны өдрийн хөтөлбөрт ажиглалт хийв.

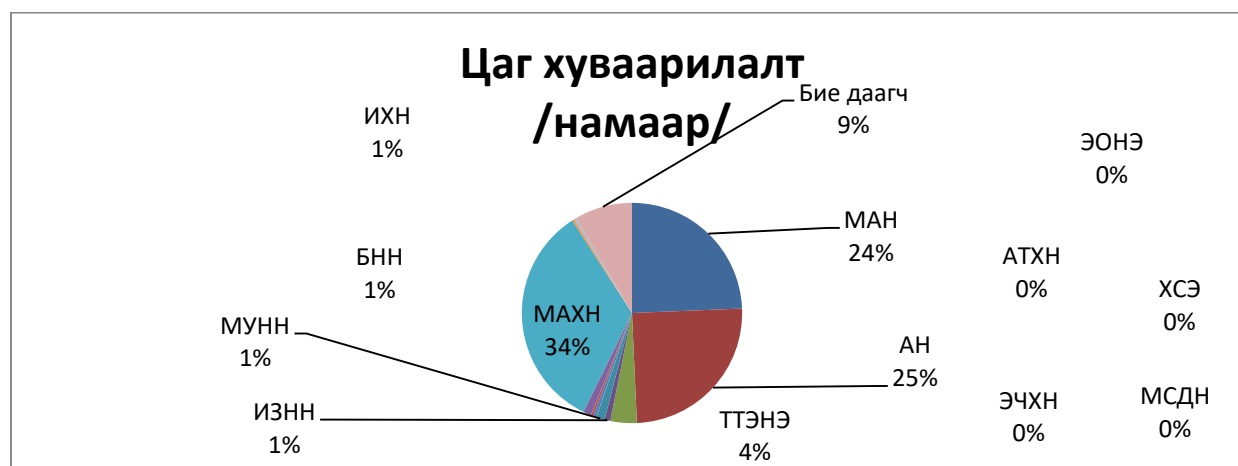
Энэ өдөр зөвхөн цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр 00:11:11 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрчээ. Үүний 00:08:49 секунд нь буюу 79% нь сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл байв. Харин үлдсэн 21% буюу 00:02:22 секунд нь эрх баригч АН-ын талаарх сонгуулийн сурталчилгааны бус, хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл байв. Ажиглалт хийхэд ямар нэгэн хууль зөрчсөн үйлдэл илрээгүй болно.

“TV9” ТЕЛЕВИЗ**Мониторингийн нэгдсэн дүн**

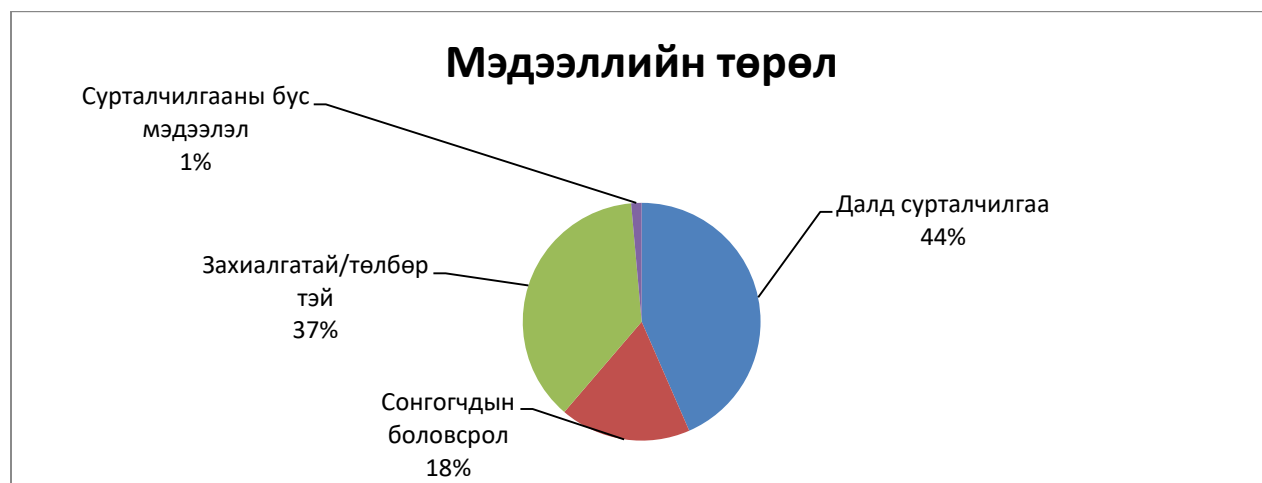
/6 дугаар сарын 11-27-ны өдөр/

1. Сурталчилчилгааны хугацаанд “TV9” телевизийн 318:50:12 цагийн бичлэгт мониторинг хийснээс **42:11:35** цаг нь сонгуультай холбоотой мэдээлэл байна. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 13.2%-тай тэнцэж байна.

Тус телевиз сонгуульд нэр дэвшсэн 14 субъектийг хамруулан мэдээлэл түгээжээ. Хамгийн их хугацааг МАХН-д зориулсан нь 34% хүрсэн бол АН-д 25%, МАН-д 24%, ТТЭНЭ-д 4% тус тус оногджээ. БНН, МУНН, ИЗНН, ИХН-д зарцуулсан цаг нь тус бүр 1%-ийг эзэлсэн бол бие даагчдад оноосон цаг нь 9%-д хүрсэн юм. Харин МКН, МАХөдН-ын талаар ямар ч мэдээлэл нэвтрүүлээгүй.

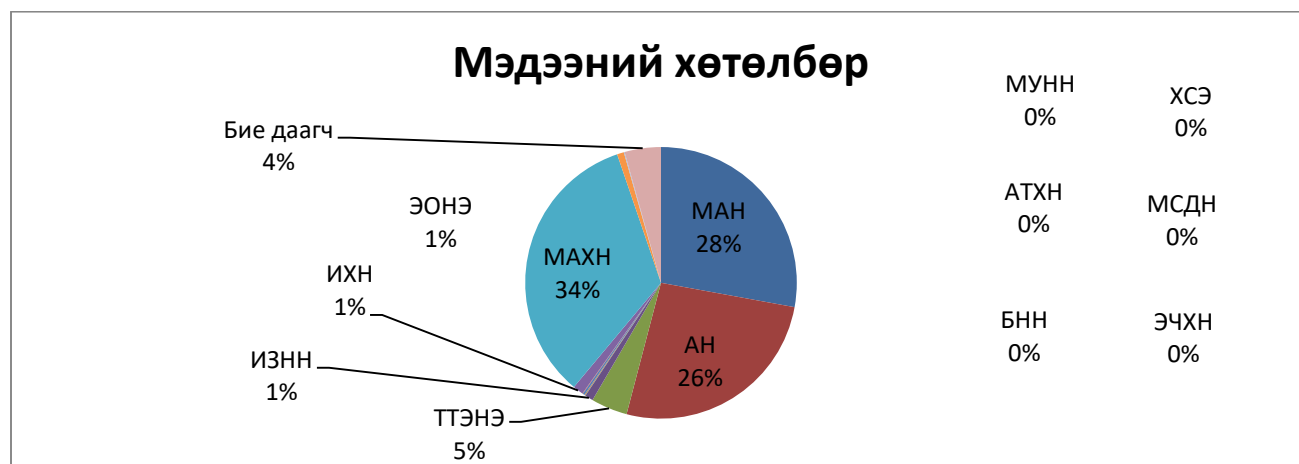


2. “TV9” телевизийн хувьд далд сурталчилгаанд хамгийн их цаг зарцуулж, энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 43% буюу 18:20:02 секундыг эзлэв. Түүнчлэн захиалгатай төлбөртэй нэвтрүүлэг 15:44:21 секунд буюу 37%, сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 07:31:15 секунд буюу 18%, сурталчилгааны бус ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 00:35:57 секунд буюу 1%-ийг тус тус эзлэв.



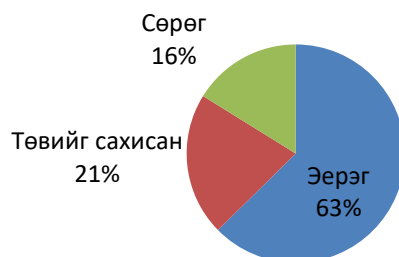
3. Мэдээний хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээгээр 17:07:44 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илрэв. Энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 41%-ийг эзэлж байна.

“TV9” телевиз мэдээний хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, бие даагчдыг харилцан адилгүй нэвтрүүлж дийлэнх цагийг гурван намд хуваан оноосон нь МАХН хамгийн их буюу 34%, МАН 28%, АН 26%-ийг тус тус эзэлсэн байна. Түүнчлэн ТТЭНЭ-д 4%, Бие даагчдад 4%-тай тэнцэх цаг оноосон нь бусдаасаа илүү байна. Харин ЭОНЭ, ИЗНН, ИХН-д адилхан 1%-тай тэнцэх цаг оногдож бусад намуудын талаар 1 минут ч хүрэхгүй хугацаанд мэдээлсэн нь 1%-д ч хүрсэнгүй.



4. “TV9” телевизэд эерэг хандлагатай мэдээлэл давамгайлж 63% болжээ. Харин төвийг сахисан мэдээлэл 21%, сөрөг өнгө аястай мэдээлэл 16% байсан нь бусад телевизтэй харьцуулахад өндөр үзүүлэлт юм.

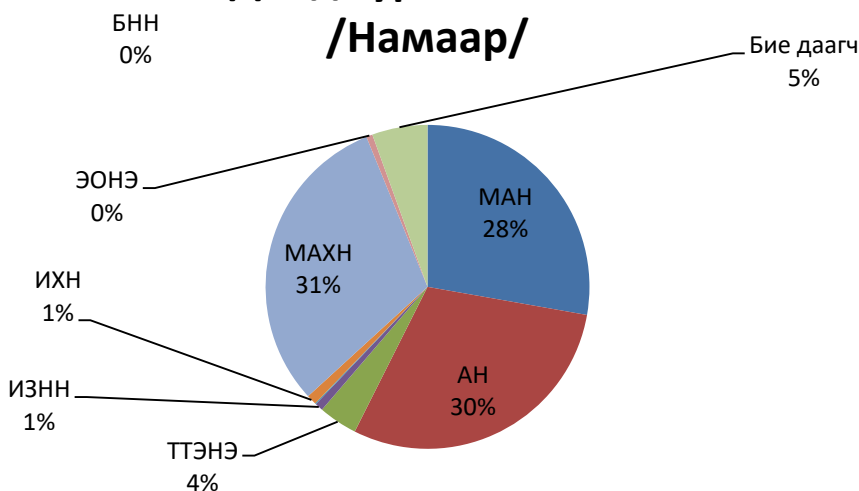
Мэдээллийн өнгө аяс



Тус телевизээр хамгийн их мэдээлсэн 6 субъектийн мэдээллийн өнгө аясыг шинжлэн үзвэл МАХН-ын мэдээллийн 72% нь эерэг, 28% нь төвийг сахисан өнгө аястай ба сөрөг мэдээлэл илрээгүй байна. Харин АН, МАН-ын сөрөг мэдээлэл адилхан 24%, МАН-ын мэдээллийн 64% эерэг, 12% нь төвийг сахисан, АН-ын мэдээллийн 55% эерэг, 21% төвийг сахисан өнгө аястай байв. ТТЭНЭ-ийн мэдээллийн 70% нь эерэг, 24% нь төвийг сахисан, 6% нь сөрөг өнгө аястай байлаа. Бусад телевизийн хувьд хамгийн их мэдээлсэн намын тоонд ИЗНН орж байсан бол, TV9 телевизийн хувьд МУНН-д илүү цаг оноосон байна. МУНН-ын мэдээллийн 50% эерэг 50% төвийг сахисан өнгө аястай болов. Бие даагчдын талаар цацсан мэдээллийн 60% нь эерэг, 28% нь төвийг сахисан, 12% нь сөрөг хандлагатай байна.

5. Сонгуулийн тухай хуулийн тодорхой заалтуудыг зөрчсөн, далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан 18:20:02 секундын мэдээлэл цацагджээ. Үүний 31%-ийг МАХН, 30%-ийг АН эзэлсэн нь хоорондоо ойролцоо байсан бол, 28% нь МАН-д, 4% нь ТТЭНЭ-д оногдов. Харин ИХН, ИЗНН-д адилхан 1%-тай тэнцэх цаг оногдож, үлдсэн 5% нь бүхэлдээ бие даагчдын талаарх мэдээлэл байв.

Далд сурталчилгаа /Намаар/



“TV9” телевиз далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэлцаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөрөө хамгийн нэвтрүүлжээ. Энэ нь 14:12:48 секунд буюу 78%-ийг эзлэв. Харин Сонгуулийн тухай хуулийн 70 дугаар зүйлийн 70.12 дахь заалтыг зөрчсөн мэдээлэл 04:02:51 секунд буюу 22%-ийг эзэлж, энэ зүйлийн 70.5.9 дахь заалтыг зөрсөн мэдээлэл 00:04:23 секунд болсон нь бүхэл дүнгээр 1% хүрээгүй юм. Харин 70 дугаар зүйлийн 70.5.10 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол илэрсэнгүй.

6. Хуулийн хязгаарлалт:

6.1. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэснийг үндэс болгон үзвэл доорх зөрчил илэрлээ.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16–ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Мэдээ /сек/	2156	2769	1984	3205	2921	1857
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Л.Мөнхсайхан МАХН	-	-	-	00:03:43	-	-
Л.Эрдэнэчимэг АН	-	-	-	-	00:02:08	-

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Мэдээ /сек/	3210	2018	5359	2567	2479	3083
5 минут хэтэрсэн эсэх						
	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Мэдээ /сек/	3616	6344	2873	9460	5763	-
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Л.Элдэв-Очир	00:01:22	-	-	-	-	-

6.2. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг /60 минут/-аас илүүгүй байна”, 82.6 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн хоногт гарах нийт хугацаа /60 минут/-ны хорин таваас илүүгүй хувь /15 минут/ нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдоно” гэснийг үндэс болгон ажиглан хянав.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /сек/	3766	3834	1442	2834	3793	3303
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:02:46	00:03:54	-	-	00:03:13	-
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	3366	3153	3645	3226	3674	3610
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	00:00:45	-	00:01:14	00:00:10
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

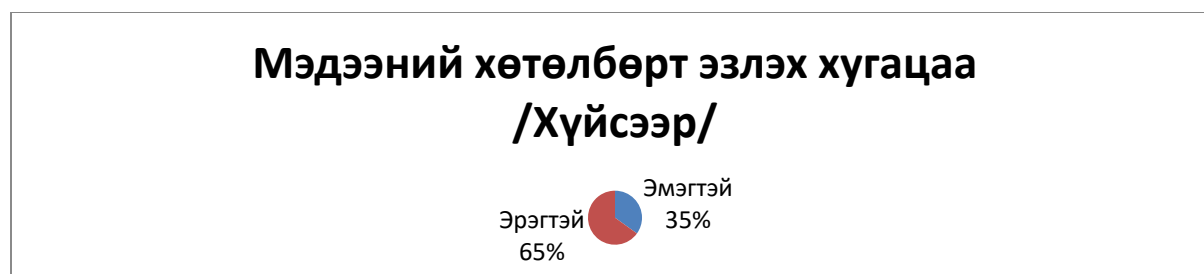
2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	3595	3474	3086	3497	3855	
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-		00:04:15	
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

Дээрх хүснэгтээс харахад TV9 телевиз нь хэд хэдэн өдөр Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол харагдаж байна. Гэвч 00:00:10 - 00:04:15 секунд хэтэрсэн нь бусад телевизтэй харьцуулахад харьцангуй бага хугацаа юм. Түүнчлэн мөн зүйлийн 82.6 дахь заалтыг огт зөрчөөгүй юм.

7. “TV9” телевизийн нэр дэвшигчидтэй холбоотой мэдээллийг хүйсийн хувьд ангилбал 08:36:08 секунд буюу 29% нь эмэгтэйчүүд, 20:47:18 секунд буюу 71% нь эрэгтэйчүүдийн тухай мэдээлэл байв.



Харин цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэр дэвшигчдийн талаар мэдээлсэн хугацааг хувьчлан илэрхийлбэл эрэгтэйчүүдэд 65%, эмэгтэйчүүдэд 35%-тай тэнцэх цаг оноожээ.



Эмэгтэйчүүдийн талаарх мэдээллийн 79% нь эерэг, 15% нь төвийг сахисан, үлдсэн 6% нь сөрөг хандлагатай байлаа. Харин эрэгтэйчүүдийн эерэг мэдээлэл 71%, төвийг сахисан мэдээлэл 20% болж, сөрөг хандлагатай мэдээлэл 9%-тай байна.

8. “TV9” телевиз нам, эвсэл бие даагчдын талаарх мэдээллийн дийлэнх хувийг оргил цагаар нэвтрүүлжээ. Энд ИЗНН-ын мэдээллийн 66%-ийг оргил цагаар нэвтрүүлсэн нь бусад намуудтай харьцуулахад хамгийн бага үзүүлэлт болно.

НАМ	НИЙТ ЦАГ	ОРГИЛ ЦАГТ ЭЗЛЭХ ХУВЬ
МАН	09:29:40	71%
АН	09:43:17	68%
ТТЭНЭ	01:30:41	86%
ИЗНН	00:19:33	66%
МУНН	00:28:48	100%
ХСЭ	00:00:52	75%
БНН	00:11:00	97%
МСДН	00:07:58	96%
ИХН	00:27:55	94%
МАХН	13:06:17	72%
ЭОНЭ	00:07:20	84%
АТХН	00:07:22	97%
Бие даагч	03:18:16	80%

9. Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд тус телевизээр хамгийн их сурталчилгаа нэвтрүүлсэн 10 нэр дэвшигчийг доорх хүснэгтээс харна уу.

“TV9” телевиз							
	Нэр	Харьяалал	Хүйс	Хугацаа	Эерэг	Төвийг сахисан	Сөрөг
1	О.Цолмон	МАХН	Эм	2:45:17	85.2%	14.8%	0%
2	Б.Чойжилсүрэн	МАН	Эр	1:05:02	93.5%	0%	6.5%
3	Д.Ганхуяг	АН	Эр	1:02:40	100.0%	0%	0%
4	О.Магнай	АН	Эр	0:59:11	84.8%	8.7%	6.5%
5	Б.Болор	АН	Эр	0:49:19	69.4%	30.6%	0%
6	Л.Эрдэнэчимэг	АН	Эм	0:44:45	40.8%	26.5%	32.7%
7	Ц.Гарамжав	МАН	Эм	0:38:57	97.6%	0%	2.4%
8	Г.Баярсайхан	АН	Эр	0:36:42	82.5%	17.5%	0%
9	Г.Уянга	ТТЭНЭ	Эм	0:35:18	61.4%	27.3%	11.4%

10	Ж.Бат-Эрдэнэ	МАН	Эр	0:31:50	100.0 %	0%	0%
----	--------------	-----	----	---------	---------	----	----

6 дугаар сарын 28-ны өдрийн ажиглалт

“TV9” телевиз сонгуулийн сурталчилгаа албан ёсоор зогссон 6 дугаар сарын 28-ны өдөр 02:34:40 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл нэвтрүүлжээ. Энэ нь бусад арилжааны телевизүүдтай харьцуулахад хамгийн өндөр үзүүлэлт байсан юм.

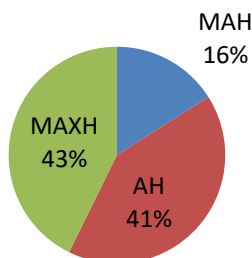
Тухайн өдрийн мэдээлэл бүхэлдээ 3 намыг л хамарсан байна. Тухайлбал МАХН дангаараа 68%-ийг эзэлсэн бол, эрх баригч АН 24%, МАН 8%-ийг тус тус эзэлжээ.



Мэдээллийн төрлийн хувьд үзвэл 01:26:18 секунд буюу 56% нь сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл, 01:07:16 секунд буюу 43% нь далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан, үлдсэн 1% буюу 00:01:06 секунд нь хуулийн дагуу ажлаа тайлагнасан сурталчилгааны бус мэдээлэл байв.

Цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр 1:47:42 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл нэвтрүүлсэн нь тухайн өдрийн мэдээллийн 70%-ийг эзэлжээ. Цаг хуваарилсан байдлыг танилцуулбал МАХН 43%, АН 41% эзэлсэн нь хоорондоо ойролцоо байсан ч, МАН-д 16%-тай тэнцэх цаг оногджээ.

Мэдээний цагаар намууд гарсан байдал



Эерэг өнгө аястай мэдээлэл давамгайлж 63%-д хүрч, төвийг сахисан мэдээлэл 21%, сөрөг өнгө аястай мэдээлэл 16%-ийг эзэлж байна. Түүнчлэн АН-ын мэдээллийн 74% нь эерэг, 26% нь сөрөг хандлагатай байсан бол, МАН-ын мэдээллийн 55% төвийг сахисан, 45% нь сөрөг өнгө аястай байлаа. Хоёр том намын талаар эерэг хандлагатай мэдээлэл нэвтрүүлээгүй юм. Харин МАХН-ын мэдээллийн 17% нь эерэг, 83% нь төвийг сахисан өнгө аястай байж, сөрөг хандлагатай мэдээлэл илэрсэнгүй.

Далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан 01:07:16 цагийн мэдээлэл илэрсний 00:36:13 секунд буюу 54% нь Сонгуулийн тухай хуулийн 70 дугаар зүйлийн 70.12 дахь заалтыг зөрчсөн, 00:28:03 секунд буюу 42% нь мэдээний хөтөлбөрөөр цацагдсан далд сурталчилгааны шинжтэй, үлдсэн 4% буюу 00:03:00 секунд нь уг хуулийн 70 дугаар зүйлийн 70.5.9 дахь заалтыг зөрчсөн мэдээлэл байв.

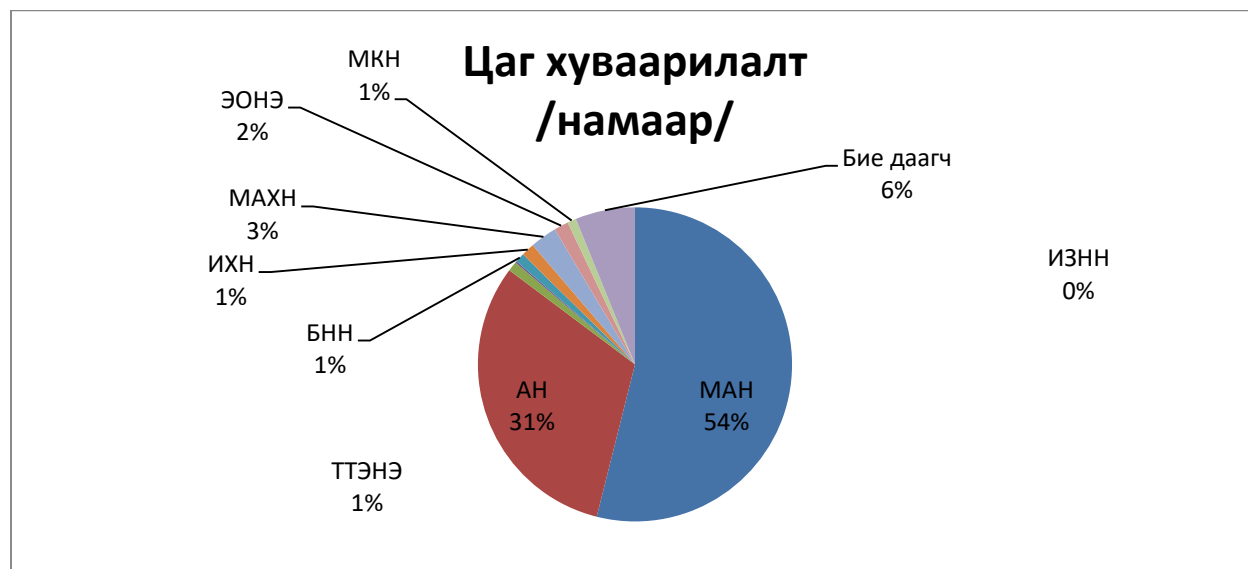
Далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээллийн 68% -ийг МАХН, 24%-ийг АН, 8%-ийг МАН эзэлсэн байна.

“TV5” ТЕЛЕВИЗ**Мониторингийн нэгдсэн дүн**

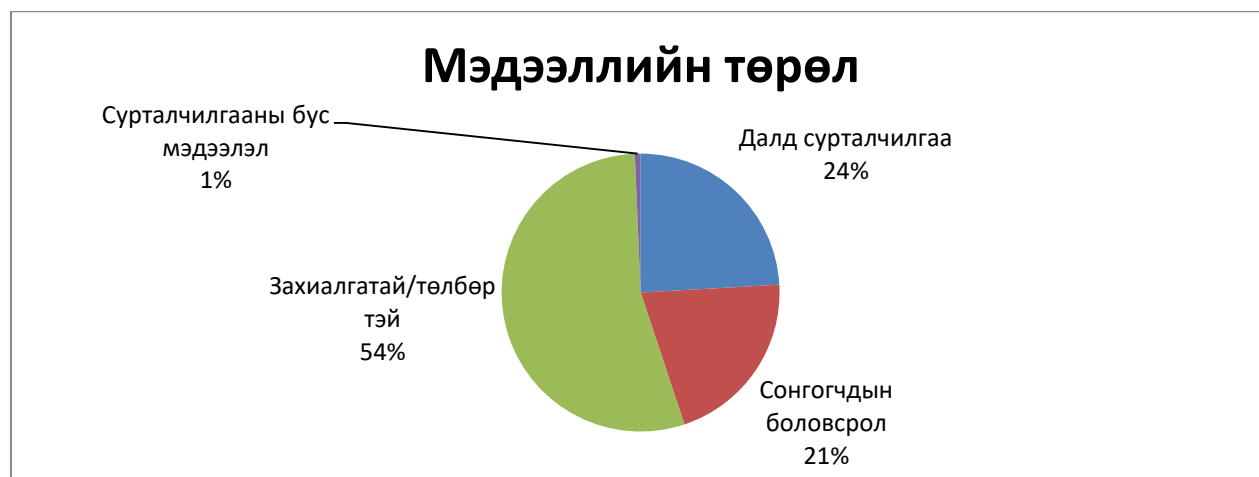
/6 дугаар сарын 11-27-ны өдөр/

Мониторингийн хугацаанд “TV5” телевизийн 310:12:41 цагийн бичлэгт мониторинг хийснээс 31:16:13 цаг буюу 10.1% нь сонгуулийн холбогдолтой мэдээлэл байлаа.

“TV5” телевиз сонгуулийн хуульд заасан сурталчилгааны хугацаанд нийт 10 субъектийн талаар мэдээлэл нэвтрүүлжээ. Хамгийн их цаг МАН-д оногдож, дангаараа 54%-ийг эзэлсэн бол АН-д оноосон цаг нь 33% болов. Түүнчлэн МАХН-д 3%, ЭОНЭ-д 2%, ИХН, БНН, МКН, ТТЭНЭ-д адил тэнцүү 1%-тай тэнцэх цаг тус тус оноожээ. Бие даагчдад оноосон цаг 6% байсан нь бусад намуудтай харьцуулахад өндөр байна. Харин ИЗНН-ын талаар 00:02:50 секундын мэдээлэл нэвтрүүлсэн нь нь 1%-д ч хүрсэнгүй.

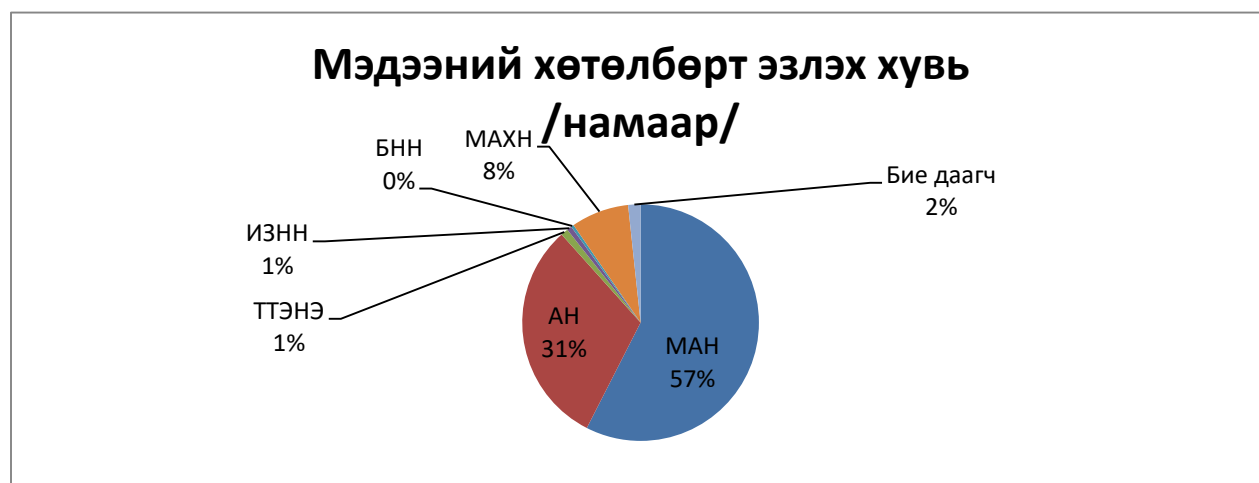


2. “TV5” телевизийн сонгуулийн сурталчилгаатай холбоотой мэдээллийг төрлөөр нь ангилбал захиалгатай төлбөртэй шинжийг агуулсан мэдээлэл давамгайлж 17:01:23 секунд буюу 54% болж байна. Харин далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 07:32:09 секунд буюу 24%, сонгогчдын боловсролд зориулсан хараат бус мэдээлэл 06:30:08 секунд буюу 21% эзэллээ. Харин ажлаа тайлагнасан сурталчилгааны бус мэдээлэл 00:12:27 секунд эзэлсэн нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн ердөө л 1%-ийг эзэлж байна.



3. Мэдээний хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээгээр 08:26:18 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 27%-ийг эзэлж байна.

“TV5” телевизийн цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээгээр сонгуультай холбоотой мэдээллийн дийлэнх цагийг мөн л МАН эзэлсэн (57%) байв. АН 31%-тай тэнцэх цаг, МАХН-д оногдсон цаг 8% хүрсэн нь бусдаасаа давуу байна. ИЗНН, ТТЭНЭ-д оноосон цаг нь ойролцоо байж, тус бүр 1% эзэлсэн бол, бие даагчдыг мэдээлсэн цаг 2%-тай



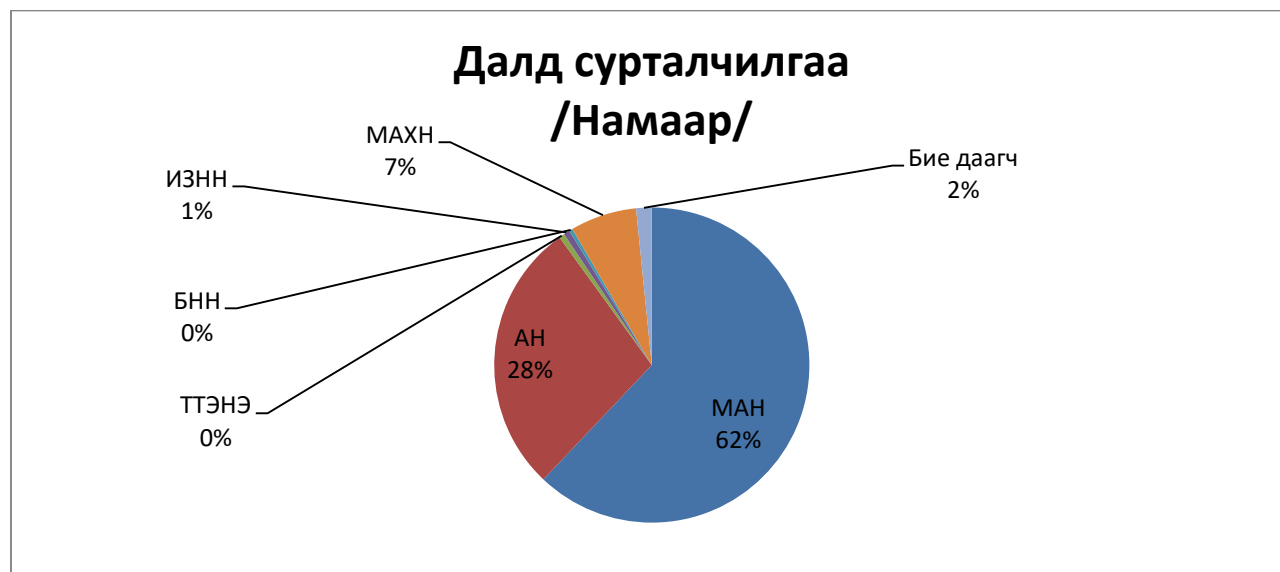
тэнцэв. Харин БНН-д хамгийн бага буюу 00:01:37 секунд зарцуулсан нь 1%-д хүрсэнгүй.

4. “TV5” телевизэд төвийг сахисан мэдээлэл давамгайлж 65% болсон нь арилжааны бусад телевизтэй харьцуулахад өндөр үзүүлэлт байв. Харин эерэг өнгө аястай мэдээлэл 34%, сөрөг хандлагатай мэдээлэл 1% эзэлж байна.



Хамгийн их мэдээлсэн 6 субъектийн мэдээллийн өнгө аясыг шинжлэхэд МАН-ын мэдээллийн 78%-нь төвийг сахисан, 21% нь эерэг, 1% нь сөрөг өнгө аястай байсан бол, эрх баригч АН-ын мэдээллийн 52% эерэг, 46% нь төвийг сахисан, үлдсэн 2% нь сөрөг өнгө аястай байв. МАХН-ын мэдээлэлд төвийг сахисан өнгө аяс давамгайлж 67% байсан бол эерэг мэдээлэл 33%-ийг эзэлж сөрөг өнгө аястай мэдээлэл илэрсэнгүй. ТТЭНЭ-ийн хувьд төвийг сахисан мэдээлэл дийлэнх байсан нь 86%, эерэг мэдээлэл үлдсэн 14%-ийг эзлэв. Харин ИЗНН-д оногдсон цаг нь 100% төвийг сахисан өнгө аястай байлаа. Бие даагчдын хувьд сөрөг мэдээлэл нэвтрүүлээгүй бөгөөд мэдээллийн 57% нь эерэг өнгө аястай, үлдсэн 43% нь төвийг сахисан өнгө аястай байв.

5. Далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан Сонгуулийн тухай хуулийн тодорхой заалтуудыг зөрчсөн 07:32:09 секундын мэдээлэл цацагджээ. Энэ нь 7 субъектэд хамаарч байна. Үүний 62%-нь дангаараа МАН-ын мэдээлэл байв. Харин АН-д 28%, МАХН-д 7%, ИЗНН-д 1%, Бие даагчдад 2% тус тус оногджээ. ТТЭНЭ, БНН-д хамаарах далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл нь 1%-д хүрсэнгүй.



“TV5” телевизийн далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээллийг хуулийн заалтын зөрчлөөр нь ангилан үзвэл 70 дугаар зүйлийн 70.12 дахь заалтыг зөрчсөн

мэдээлэл 00:37:35 секунд буюу 8%, мэдээний дундуур далд сурталчилгаа нэвтрүүлсэн хугацаа 06:54:34 секунд буюу 92%-ийг эзэлж байна. Харин хуулийн энэ зүйлийн 70.5.9, 70.5.10 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол илэрсэнгүй.

6. Хуулийн хязгаарлалт:

6.1. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэснийг үндэс болгон үзвэл доорх зөрчил илэрлээ.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Мэдээ /сек/	1592	963	870	1141	1184	1189
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Л.Эрдэнэчимэг /АН/	-	-	-	-	00:02:16	-
О.Цолмон /МАХН/	-	-	-	-	-	00:00:51

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Мэдээ /сек/	1455	1718	2122	1462	1793	1553
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Д.Сарангэрэл /МАН/	-	-	00:01:03	-	-	-
З.Энхболд /АН/			00:00:35	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Мэдээ /сек/	2002	2167	3028	1925	4214	
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Д.Сарангэрэл /МАН/	-	-	00:00:12	-	-	-
Л.Амгалан /МАН/	-	-	-	-	00:01:26	

6.2. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг /60 минут/-аас илүүгүй байна”, 82.6 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн хоногт гарах нийт хугацаа /60 минут/-ны хорин таваас илүүгүй хувь /15 минут/ нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдоно” гэснийг үндэс болгон ажиглан хянав.

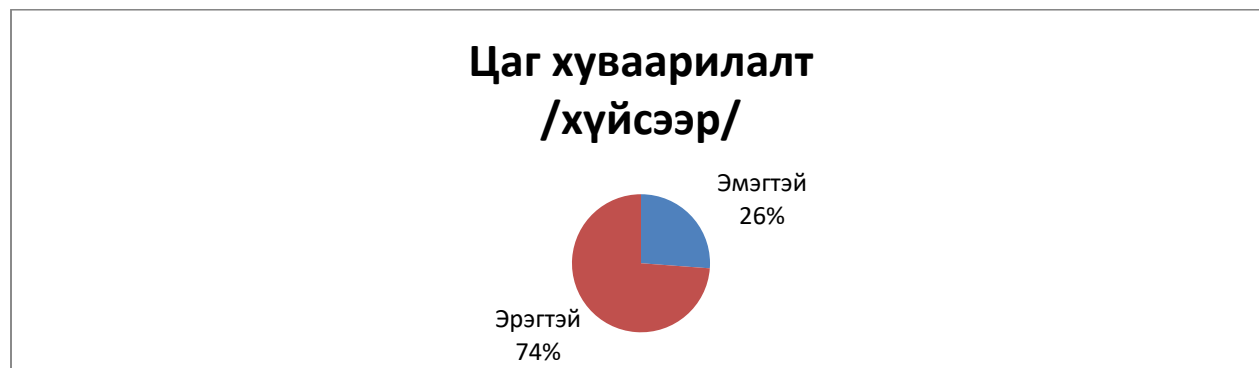
2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /сек/	3136	3835	4603	3112	4001	4019
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	00:03:55	00:16:43	-	00:06:41	00:06:59
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	3570	3874	3701	4604	2594	5298
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	00:04:34	00:01:41	00:16:44	-	00:28:18
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

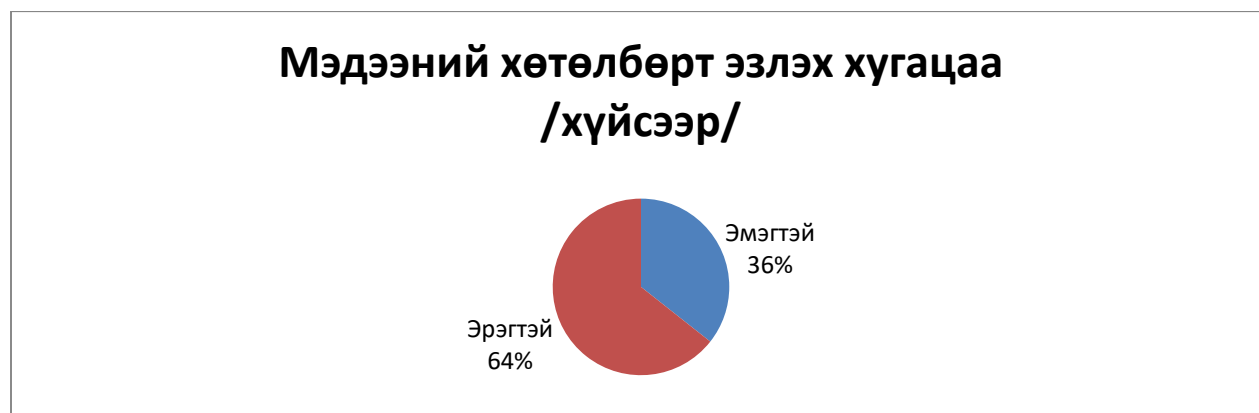
2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	4109	4507	3803	4289	3967	
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:08:29	00:15:07	00:03:23	00:11:29	00:06:07	-
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:02:30 (С.Бямбацогт)	-	-	-	-	-

Дээрх хүснэгтээс харахад тус телевиз Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь заалтыг ихэнх өдрүүдэд зөрчсөн харагдаж байна. Сурталчилгааны сүүлийн өдрүүдэд зөрчил тасралтгүйгээр гарав. Харин хуулийн энэ зүйлийн 82.6 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол зөвхөн 6 дугаар сарын 23-ны өдөр гарчээ.

7. “TV5” телевизийн нэр дэвшигчидтэй холбоотой мэдээллийг хүйсийн хувьд үзвэл 05:22:56 секунд буюу 26% нь эмэгтэйчүүд, 15:10:59 секунд буюу 74% нь эрэгтэйчүүдийн тухай мэдээлэл байв.



Харин цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэр дэвшигчдийн талаар мэдээлсэн хугацааг хувьчлан илэрхийлбэл, эрэгтэйчүүдэд 68%, эмэгтэйчүүдэд 32%-тай тэнцэх цаг оноожээ.



Мэдээллийн өнгө аясыг шинжлэн үзвэл эрэгтэйчүүдийн эерэг мэдээлэл давамгайл байв. Нарийвчлан танилцуулбал, эрэгтэйчүүдийн мэдээллийн 32% нь эерэг, 67% нь төвийг сахисан, 1% сөрөг хандлагатай, харин эмэгтэйчүүдийн мэдээллийн 19% эерэг, 81% төвийг сахисан өнгө аястай байлаа. Эмэгтэйчүүдийн талаар хэдэн секундын сөрөг хандалагатай мэдээлэл цацсан ч бүхэл хувиар илэрхийлэхэд 1% хүрээгүй юм.

8. “TV5” телевиз МАН, АН, МАХН гэсэн намуудын мэдээллийг гол төлөв оргил цагаар нэвтрүүлжээ. Харин ИЗНН-ын мэдээлэл 100% оргил цагаар гарсан боловч, энэ нь ердөө 00:02:50 минутын мэдээлэл байсан юм. Үүнийг бусад намд ногдсон цагтай харьцуулахад хамгийн бага хугацааг эзэлж байгаа юм.

“TV5” телевиз

НАМ	НИЙТ ЦАГ	ОРГИЛ ЦАГТ ЭЗЛЭХ ХУВЬ
МАН	15:17:23	78%
АН	08:52:39	77%
ТТЭНЭ	00:16:58	25%
ИЗНН	00:02:50	100%
БНН	00:16:20	10%
ИХН	00:23:09	0%
МАХН	00:46:50	71%
ЭОНЭ	00:25:12	0%
МКН	00:15:26	36%
Бие даагч	01:44:30	12%

9. Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд тус телевизээр хамгийн их сурталчилгаа нэвтрүүлсэн 10 нэр дэвшигчийг доорх хүснэгтээс харна уу.

	Нэр	Харьяалал	Хүйс	Хугацаа	Эерэг	Төвийг сахисан	Сөрөг
1	Д.Сарангэрэл	МАН	Эм	2:30:40	16.3%	83.7%	0%
2	М.Энхболд	МАН	Эр	1:12:56	24.3%	67.6%	8.1%
3	Б.Чойжилсүрэн	МАН	Эр	0:54:30	10.0%	90.0%	0%
4	Г.Батхүү	АН	Эр	0:40:04	36.1%	63.9%	0%
5	Ж.Оюунбаатар	АН	Эр	0:38:29	70.7%	29.3%	0%
6	З.Энхболд	АН	Эр	0:35:15	42.3%	57.7%	0%
7	Ж.Ганбаатар	МАН	Эр	0:35:04	58.1%	37.2%	4.7%
8	Б.Ундармаа	МАН	Эм	0:29:02	17.1%	82.9%	0%
9	Д.Ганхуяг	АН	Эр	0:29:01	11.1%	88.9%	0%
10	О.Магнай	АН	Эр	0:22:32	12.3%	87.7%	0%

6 дугаар сарын 28-ны өдрийн ажиглалт

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.6 дэх хэсэт заасны дагуу сонгуулийн сурталчилгаа зогссон өдөр буюу 6 сарын 28-ны өдрийн бичлэгт ажиглалт хийв.

Энэ өдөр 00:23:08 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн нь бүхэлдээ сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл байв. Үүний 00:01:25 секунд буюу 6% нь

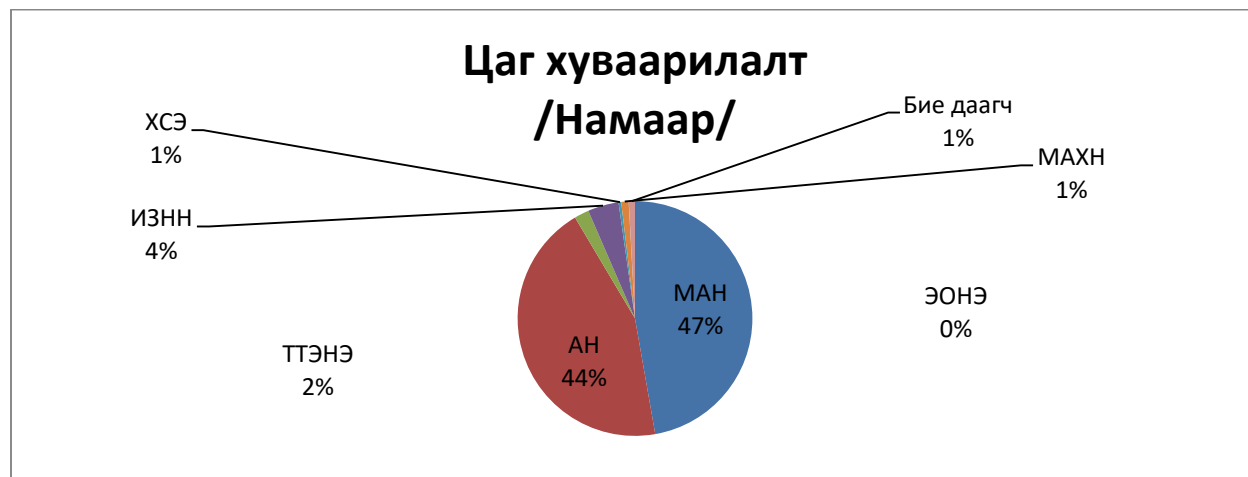
реклам хэлбэрээр, үлдсэн 00:21:43 секунд буюу 94% нь цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр цацагдав.

“UBS” ТЕЛЕВИЗ**Мониторингийн нэгдсэн дүн**

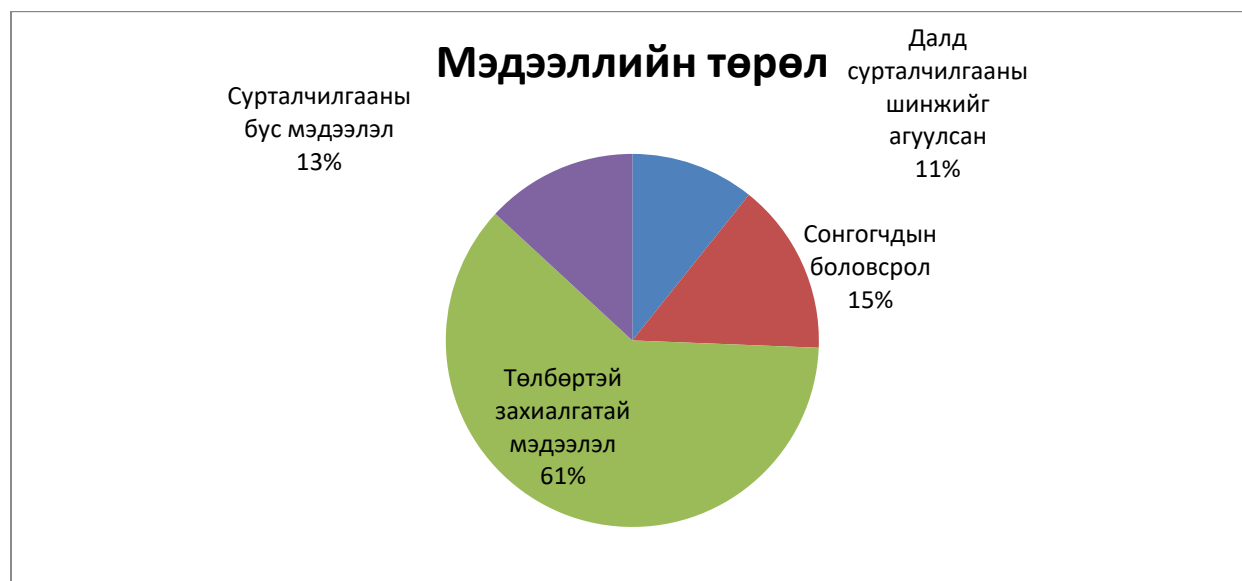
/6 дугаар сарын 11-27-ны өдөр/

Сонгуулийн тухай хуульд заасан сурталчилгааны хугацаанд “UBS” телевизийн 302:28:36 цагийн бичлэгт мониторинг хийснээс **28:00:27** секунд нь сонгуультай холбоотой мэдээлэл байна. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 9.3%-тай тэнцэж байна.

Тус телевиз сонгуульд нэр дэвшсэн 8 субъектийн талаар мэдээлэл түгээжээ. Гэвч цаг хуваарилалт нь харилцан адилгүй байна. Тухайлбал хамгийн их цагийг МАН-д зориулсан нь 47% хүрсэн бол АН-ын талаарх мэдээлэл 44% эзэлж байна. Бусад намуудад багахан цаг оноосон нь ИЗНН 4%, ТТЭНЭ 2%, МАХН 1%, ХСЭ 1% болжээ. ЭОНЭ-д 15 секунд оногдсон нь 1%-д ч хүрсэнгүй. Бие даагчдад оноосон цаг нь 1%-тай тэнцэж байна.

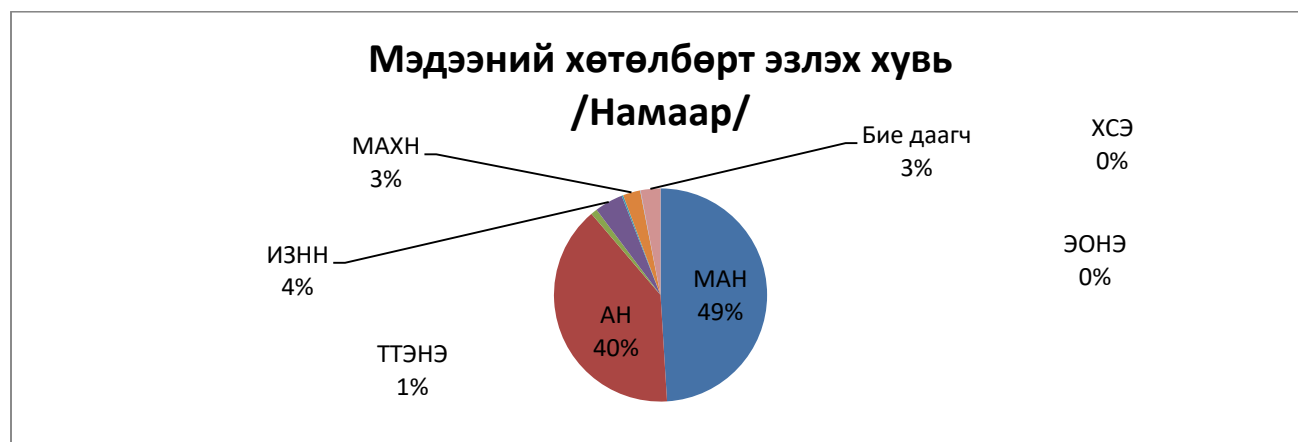


2. “UBS” телевизийн сонгуулийн сурталчилгаатай холбоотой мэдээллийг төрлөөр нь ангилж үзвэл захиалгатай төлбөртэй шинжийг агуулсан мэдээлэл давамгайлан 17:09:12 секунд буюу 61% болж байна. Харин сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 04:10:06 секунд буюу 15%, далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 03:00:33 секунд буюу 11%, сурталчилгааны бус буюу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 03:40:36 секунд эзэлсэн нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 13%-ийг эзэлж байна.



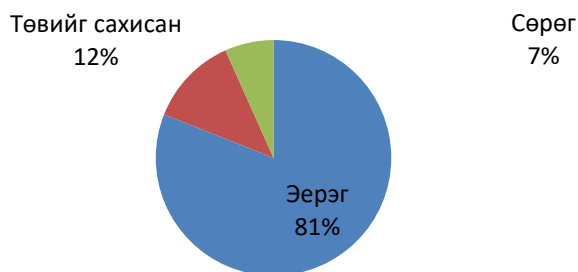
3. Мэдээний хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээгээр 06:10:15 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн байна. Энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 22%-ийг эзэлж байна.

“UBS” телевиз мэдээний хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, бие даагчдын талаар харилцан адилгүй мэдээлэв. Цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр гарсан намуудтай холбоотой мэдээллийн бараг тал буюу 49%-ийг МАН дангаараа эзэлжээ. Эрх баригч АН-д зарцуулсан цаг 40%-д хүрэв. Түүнчлэн ИЗНН-д 4%, МАХН-д 3%, ТТЭНЭ-д 1%, бие даагчдад 3% тус тус оноожээ. ХСЭ, ЭОНЭ-ийн талаар минут хүрэхгүй хугацаанд мэдээлсэн нь 1%-д ч хүрсэнгүй.



4. “UBS” телевизийн нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн дийлэнх буюу 81% нь зөрөг хандлагатай байна. Төвийг сахисан мэдээлэл тун бага буюу 12%-тай тэнцэж, үлдсэн 7% нь сөрөг өнгө аястай байв.

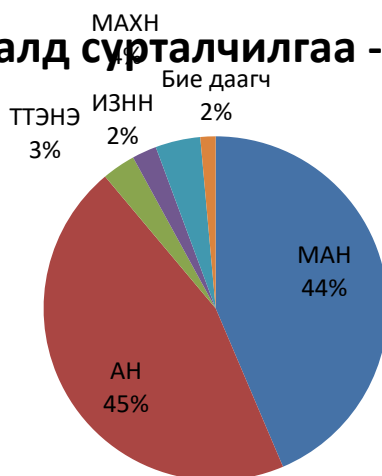
Нийт мэдээллийн өнгө аяс



Тус телевиз нэр дэвшигчдийг магтаж сайшаасан, эерэг хандлагаар мэдээлсэн нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна. Хамгийн их мэдээлсэн 6 субъектийн мэдээллийн өнгө аясыг шинжлэхэд, МАН-ын мэдээллийн 87% эерэг, 12% нь төвийг сахисан, 7% нь сөрөг өнгө аястай, харин эрх баригч АН-ын мэдээллийн 78% эерэг, 15% нь төвийг сахисан, үлдсэн 7% нь сөрөг өнгө аястай болов. МАХН-ын мэдээлэлд төвийг сахисан өнгө аяс давамгайлж 71%, эерэг мэдээлэл 21%, сөрөг өнгө аястай мэдээлэл 8%-ийг эзлэв. ТТЭНЭ-ийн хувьд эерэг хандлагатай мэдээлэл дийлэнх байсан нь 75% болж төвийг сахисан болон сөрөг мэдээлэл адил тэнцүү 12.5% эзэллээ. ИЗНН-ын тухайд төвийг сахисан мэдээлэл давамгайлан 61%-д хүрсэн бол, эерэг мэдээлэл 34%, сөрөг хандлагатай мэдээлэл 5% байна. Тус телевизийн бие даагчдад оноосон цаг харьцангуй бага боловч, эерэг өнгө аясаар мэдээлсэн нь 84% болжээ. Харин бие даагчдын талаарх төвийг сахисан болон сөрөг өнгө аястай мэдээлэл адил тэнцүү 8% байв.

5. Далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан Сонгуулийн тухай хуулийн тодорхой заалтуудыг зөрчсөн 03:00:33 секундын мэдээлэл цацагджээ. Энэ нь 6 субъектэд хамаарч байна. Үүний 45%-нь АН, 44% нь МАН-ын талаарх мэдээлэл бол, МАХН 4%, ТТЭНЭ 3%-ийг, ИЗНН 2%-ийг тус тус эзэлжээ. Харин далд сурталчилгаанд эзэлсэн бие даагчдад оногдсон цаг 1%-тай тэнцэж байна.

Далд сурталчилгаа -Нам



“UBS” телевизийн далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээллийг хуулийн заалтын зөрчлөөр нь ангилбал Сонгуулийн тухай хуулийн 70 дугаар зүйлийн 70.5.9 дэх заалтыг зөрчсөн мэдээлэл 00:00:10 секунд, энэ зүйлийн 70.12 дахь заалтыг зөрчсөн мэдээлэл 01:26:10 секунд, мэдээний дундуур далд сурталчилгаа нэвтрүүлсэн хугацаа 01:34:13 секунд байв. Харин энэ хуулийн 70 дугаар зүйлийн 70.5.10 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол илэрсэнгүй.

6. Хуулийн хязгаарлалт:

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэснийг үндэс болгон үзвэл доорх зөрчил илэрлээ.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16–ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Мэдээ /сек/	1830	1208	536	1286	947	820
5 минут хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Мэдээ /сек/	1256	2524	1105	1345	1540	1431
5 минут хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Мэдээ /сек/	780	943	1027	1390	2247	
5 минут хэтэрсэн эсэх						
3.Энхболд /АН/	-	-	00:0:35	-	-	-

6.2. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг /60 минут/-аас илүүгүй байна”, 82.6 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн хоногт гарах нийт хугацаа /60

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

минут/-ны хорин таваас илүүгүй хувь /15 минут/ нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдоно” гэснийг үндэс болгон ажиглан хянав.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /сек/	5209	5752	3959	1186	4129	3012
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:26:49	00:35:52	00:05:59	-	00:08:49	-
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

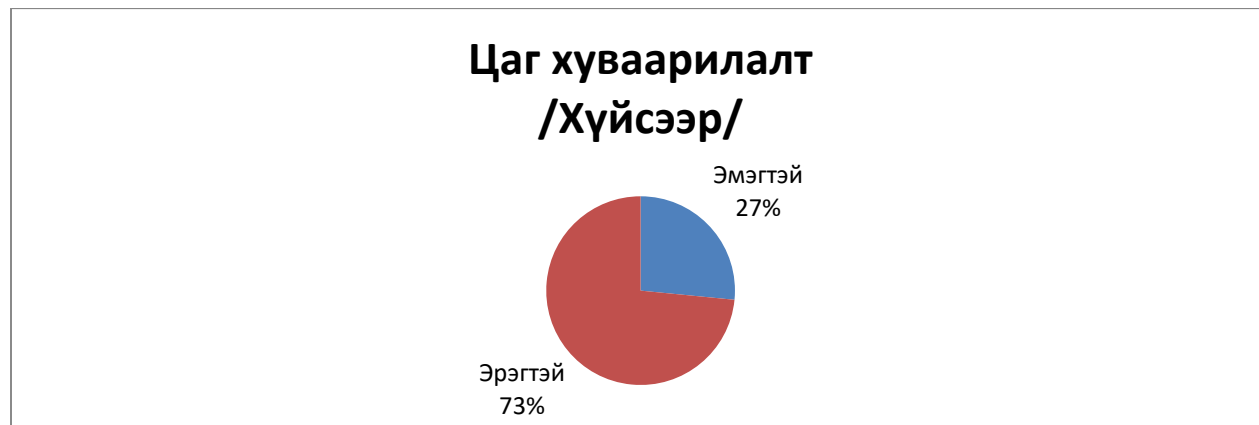
2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	3833	2175	3665	3310	3256	4785
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:03:53	-	00:01:05	-	-	00:19:45
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	4070	5715	4145	5423	8763	-
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:07:50	00:35:15	00:09:05	00:30:23	01:26:03	
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

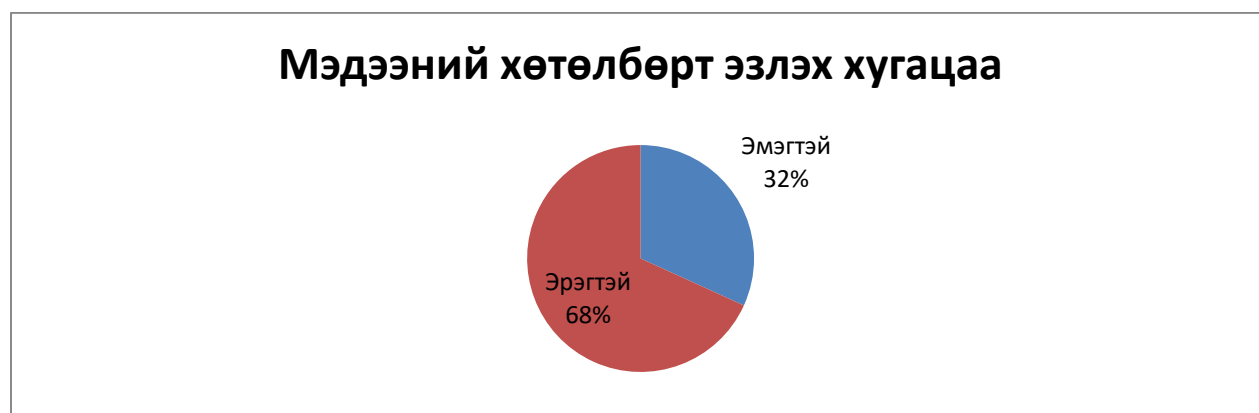
Дээрх хүснэгтээс харахад тус телевиз Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь заалтыг ихэнх өдрүүдэд зөрчсөн үзүүлэлт харагдаж байна. Ялангуяа сонгуулийн албан ёсны сурталчилгааны сүүлийн өдөр буюу 6 дугаар сарын 27-ны өдөр хамгийн их

хугацаагаар буюу 01:26:03 секунд зөрчсөн нь анхаарал татахуйц байна. Харин уг хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.6 дахь заалтыг зөрчсөн тохиолдол илэрсэнгүй.

7. “UBS” телевизийн нэр дэвшигчидтэй холбоотой мэдээллийг хүйсийн хувьд авч үзвэл 03:32:11 секунд буюу 27% нь эмэгтэйчүүд, 9:47:01 секунд буюу 73% нь эрэгтэйчүүдийн тухай мэдээлэл байв.



Харин цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэр дэвшигчдийн талаар мэдээлсэн хугацааг хувьчлан илэрхийлбэл эрэгтэйчүүдэд 68%, эмэгтэйчүүдэд 32%-тай тэнцэх цаг оноожээ.



Тус телевиз эмэгтэйчүүдийг илүү эерэг хандлагаар илэрхийлэв. Тухайлбал эмэгтэйчүүдийн тухай мэдээллийн 90% нь эерэг, 7% нь төвийг сахисан, үлдсэн 3% нь сөрөг өнгө аястай, харин эрэгтэйчүүдийн мэдээллийн 77% эерэг, 17% нь төвийг сахисан, үлдсэн 6% нь сөрөг хандлагатай байлаа.

8. UBS телевиз сонгуулийн холбогдолтой нэвтрүүлгийг гол төлөв оргил цагаар нэвтрүүлжээ. Энд МАХН-ын тухай мэдээллийн 39% нь оргил цагаар гарсан нь бусад нам, эвсэлтэй харьцуулахад бага байна.

“25 дугаар суваг” телевиз		
НАМ	НИЙТ ЦАГ	ОРГИЛ ЦАГТ ЭЗЛЭХ ХУВЬ

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

МАН	11:15:41	97%
АН	10:32:38	91%
ТТЭНЭ	00:28:55	81%
ИЗНН	01:00:57	100%
ХСЭ	00:05:20	100%
МАХН	00:14:29	39%
ЭОНЭ	00:00:15	100%
Бие даагч	00:12:06	100%

9. Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд тус телевизээр хамгийн их сурталчилгаа нэвтрүүлсэн 10 нэр дэвшигчийг доорх хүснэгтээс харна уу.

“25 дугаар суваг” телевиз							
№	Нэр	Харъяала л	Хүйс	Хугацаа	Эерэг	Төвийг сахиса н	Сөрөг
1	Ж.Ганбаатар	МАН	Эр	2:01:06	97.8%	2.2%	0%
2	Б.Болор	АН	Эр	0:49:35	91.7%	8.3%	0%
3	Г.Баярсайхан	АН	Эр	0:39:56	90.9%	6.5%	2.6%
4	Д.Сарангэрэл	МАН	Эм	0:36:00	100.0%	0%	0%
5	Ш.Түвдэндорж	АН	Эр	0:28:14	100.0%	0%	0%
6	Б.Саранчимэг	МАН	Эм	0:26:53	95.7%	4.3%	0%
7	Н.Мөнхдөш	АН	Эр	0:26:01	100.0%	0%	0%
8	Б.Ундармаа	МАН	Эм	0:24:54	93.2%	4.1%	2.7%
9	Ч.Сайханбилэг	АН	Эр	0:23:31	31.2%	68.8%	0%
10	З.Энхболд	АН	Эр	0:23:19	68.7%	19.4%	11.9%

6 дугаар сарын 28-ны өдрийн ажиглалт

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.6 дахь заалтыг үндэслэн сонгуулийн сурталчилгаа зогссон 6 дугаар сарын 28-ны өдрийн бичлэгт ажиглалт хийв.

Энэ өдөр 00:23:46 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсний 00:23:00 секунд буюу 97% нь сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл, үлдсэн 3% буюу 00:00:46 секунд нь хуулийн дагуу ажил тайлагнасан сурталчилгааны бус мэдээлэл байв.

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

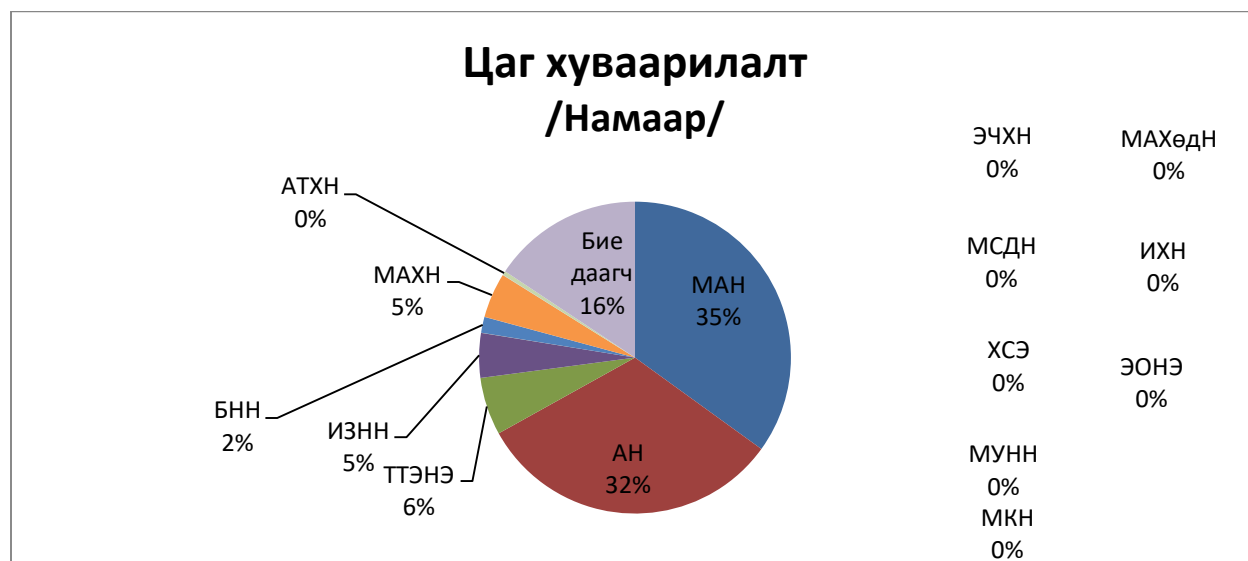
Цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нийт 00:12:46 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсний 00:12:00 минут нь сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл байв. Үлдсэн 00:00:46 секунд нь АН, МАХН-д оногджээ.

“25 ДУГААР СУВАГ” ТЕЛЕВИЗ**Мониторингийн нэгдсэн дүн**

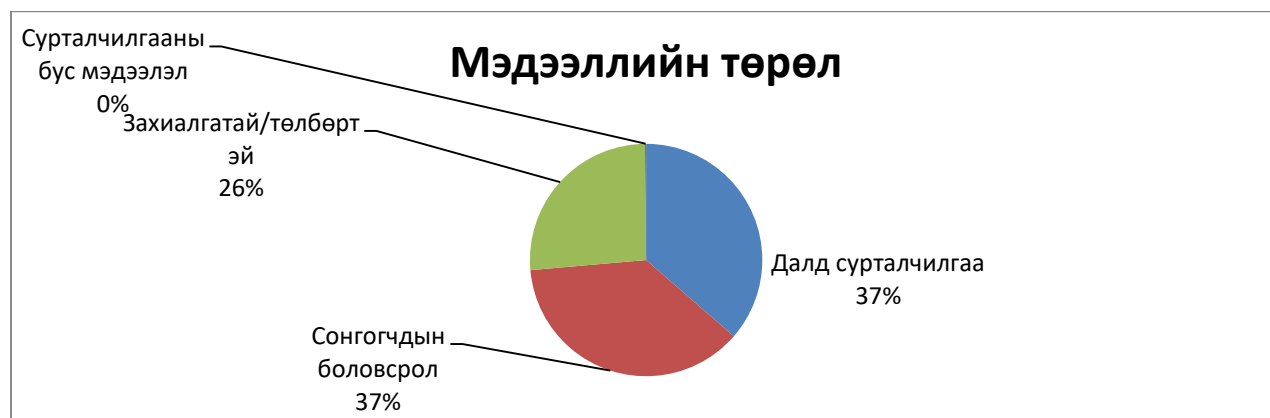
/6 дугаар сарын 11-27-ны өдөр/

Сурталчилгааны хугацаанд “25 дугаар суваг” телевизийн 296:25:29 секундын бичлэгт мониторинг хийснээс **60:04:50** секунд нь сонгуультай холбоотой мэдээлэл байна. Энэ нь нийт эфирийн цагийн 20.3%-тай тэнцэж байна.

Тус телевиз сонгуульд нэр дэвшсэн 16 субъектийг бүгдийг нь хамруулан мэдээлэл түгээсэн боловч, мэдээллийн дийлэнх хугацааг хоёр том нам эзэлсэн юм. МАН хамгийн их буюу 35%-тай тэнцэх цаг, АН-д оногдсон цаг 32% байна. Түүнчлэн ТТЭНЭ-д нийт цагийн 6%-ийг олгож, МАХН, ИЗНН-д адил тэнцүү 5% байна. БНН-д хуваарилсан цаг нь 2%-тай тэнцэж, үлдсэн бусад намд хуваарилсан цаг нь 1%-д ч хүрсэнгүй. Харин бие даагчдад оноосон цаг нь 16%-тай тэнцэж байна.

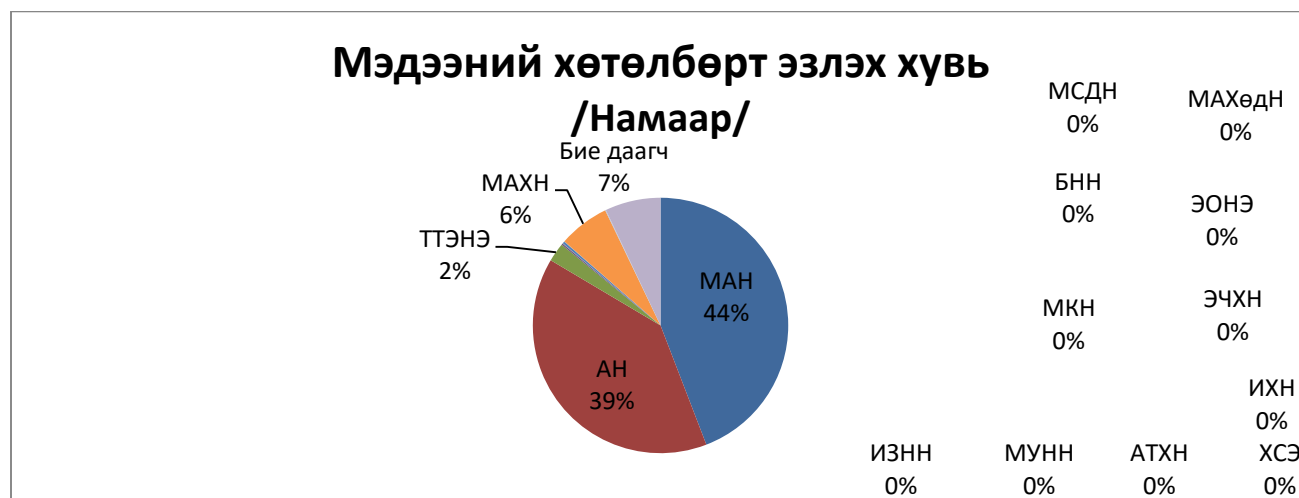


2. “25 суваг” телевизийн сонгуулийн сурталчилгаатай холбоотой мэдээллийг төрлөөр нь ангилбал сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл 22:22:06 секунд буюу 37%, далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл 21:51:32 секунд буюу 37%, захиалгатай төлбөртэй шинжийг агуулсан мэдээлэл 15:45:11 секунд буюу 26% эзэлсэн байна. Харин сурталчилгааны бус буюу ажлаа тайлагнасан мэдээлэл 00:06:01 секунд эзэлсэн нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 1%-д ч хүрээгүй байна.



3. Мэдээний хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээгээр 23:03:43 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн байна. Энэ нь нийт сонгуультай холбоотой мэдээллийн 38%-ийг эзэлж байна.

“25 дугаар суваг телевиз” мэдээний хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, бие даагчдын талаар харилцан адилгүй мэдээлсэн нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна. Тухайлбал МАН хамгийн их цаг эзэлж 44%-д хүрсэн бол, АН-д оноосон цаг нь 39% болжээ. Түүнчлэн МАХН-д 6%, ТТЭНЭ-д 2%-тай тэнцэх цаг ногджээ. Харин бие даагчдын эзэлсэн цаг 7%-тай тэнцэж байна. Бусад нам, эвслийн талаар мэдээлсэн боловч энэ нь дурьдах төдий байлаа.

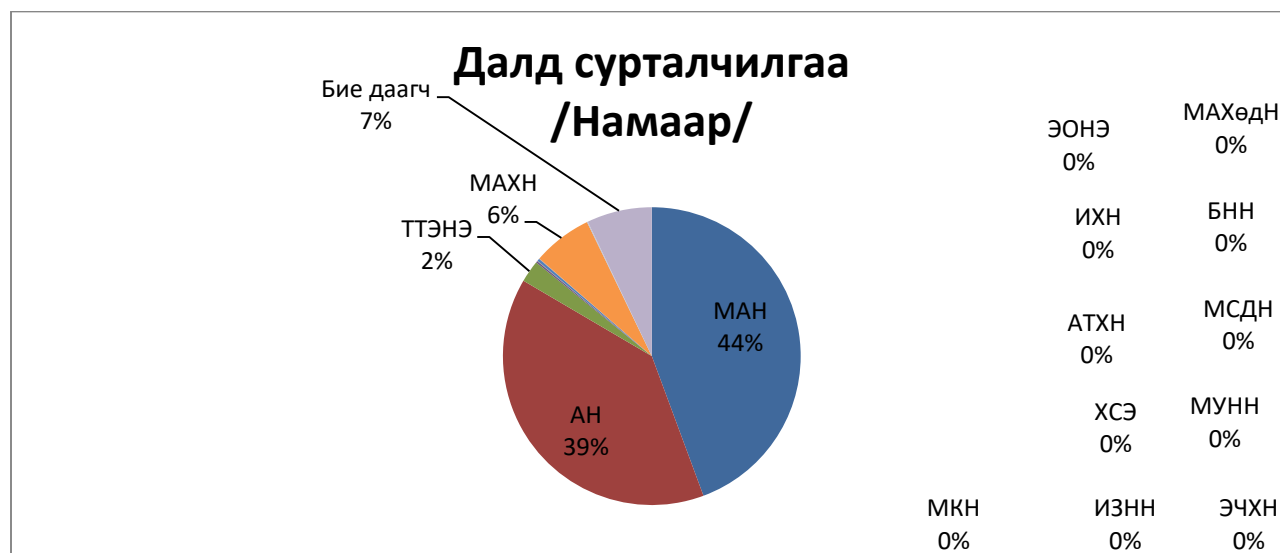


4. “25 дугаар суваг” телевизэд эерэг хандлагатай мэдээлэл давамгайлж 69% хүрчээ. Харин төвийг сахисан мэдээлэл 22%, үлдсэн 9% нь сөрөг өнгө аястай байв.



Тус телевизээр хамгийн их мэдээлсэн 6 субъектийн мэдээллийн өнгө аясыг шинжлэн үзвэл МАН-ын мэдээллийн 75% эерэг, 21% нь төвийг сахисан, 4% нь сөрөг аястай, эрх баригч АН-ын мэдээллийн 70% эерэг, 14% нь төвийг сахисан, үлдсэн 16% нь сөрөг өнгө аястай байсан нь анхаарал татахуйц байв. МАХН-ын мэдээллийн 62% эерэг, 31% нь төвийг сахисан, 6% нь сөрөг өнгө аястай, харин ТТЭНЭ-ийн талаарх мэдээллийн 53% нь эерэг, 44% нь төвийг сахисан, 3% нь сөрөг хандлагатай байжээ. Хамгийн их мэдээлэгдсэн намуудаас ИЗНН-ыг хамгийн төвийг сахисан байдлаар мэдээлсэн 85% болж үлдсэн 15% нь эерэг хандлагатай байв. Тус намыг сөрөг өнгө аясаар мэдээлээгүй юм. Харин бие даагчдын мэдээллийн 50% нь төвийг сахисан, 38% нь эерэг, 12% сөрөг байжээ.

5. Далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан Сонгуулийн тухай хуулийн тодорхой заалтуудыг зөрчсөн 21:51:32 секундын мэдээлэл цацагджээ. Үүний 44%-нь МАН, 39% нь АН-ын талаарх мэдээлэл бол МАХН 6%, ТТЭНЭ 2%-ийг тус тус эзэлжээ. Түүнчлэн бие даагчдад оногдсон далд сурталчилгааны цаг 7%-д болж байна. Бусад нам эвсэлд оногдсон цаг нь 00:03:27 секундээс 00:00:09 секунд байсан нь 1%-д хүрсэнгүй.



“25 дугаар суваг” телевизийн далд сурталчилгааны шинжийг агуулсан мэдээлэл нь бүхэлдээ /100%/ мэдээний хөтөлбөрөөр гарчээ. Өөрөөр хэлбэл Сонгуулийн тухай хуулийн

70 дугаар зүйлийн 70.5.9, 70.5.10, 70.12 дахь заалтуудыг зөрчсөн тохиолдол илрээгүй болно.

6. Хуулийн хязгаарлалт:

Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.14 дэх хэсэгт “Тухайн радио, телевиз мэдээллийн хөтөлбөрөөр нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн гаргасан мэдээ нь сонгуулийн сурталчилгаанд хамаарахгүй боловч нэг нам, эвсэл, нэр дэвшигчийн талаар гаргасан мэдээг хоногт таван минутаас хэтрүүлэхийг хориглоно” гэснийг үндэс болгон үзвэл доорх зөрчил илэрлээ.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Мэдээ /сек/	2747	4721	3285	3511	6791	5794
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Б.Амарсанаа-МАН	-	-	-	00:01:12	00:01:35	00:00:06
Б.Ганцэцэг-МАХН	-	-	-	00:00:14	-	-
Л.Эрдэнэчимэг АН	-	-	-	-	00:13:25	00:01:15
О.Магнай	-	-	-	-	-	00:02:45
О.Содбилэг-МАН	-	-	-	00:01:41	00:03:07	00:03:32
Х.Бат-Ялалт-Бие даагч	-	-	-	-	00:05:30	-
Ц.Цогзолмаа МАН	-	-	-	00:00:24	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Мэдээ /сек/	4254	4488	3973	4401	4910	4860
5 минут хэтэрсэн эсэх						
Л.Эрдэнэчимэг /АН/	00:01:12	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.14)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Мэдээ /сек/	5168	7452	6171	4317	6180	

5 минут хэтэрсэн эсэх						
М.Батчимэг /АН/		00:0:58	-	-	-	-
Л.Оюун-Эрдэнэ /МАН/	-	00:01:46	00:01.43	-	-	-

6.2. Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн нийт хугацаа нь хоногт нэг цаг /60 минут/-аас илүүгүй байна”, 82.6 дахь хэсэгт “Сурталчилгааны төлбөртэй нэвтрүүлгийн хоногт гарах нийт хугацаа /60 минут/-ны хорин таваас илүүгүй хувь /15 минут/ нь нэг нам, эвсэл түүнчлэн нэг нэр дэвшигчид ногдоно” гэснийг үндэс болгон ажиглан хянав.

2016 оны 6 дугаар сарын 11-16-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.11	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг /сек/	1951	4075	969	3972	3134	3203
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	00:07:55	-	00:06:12	-	-
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

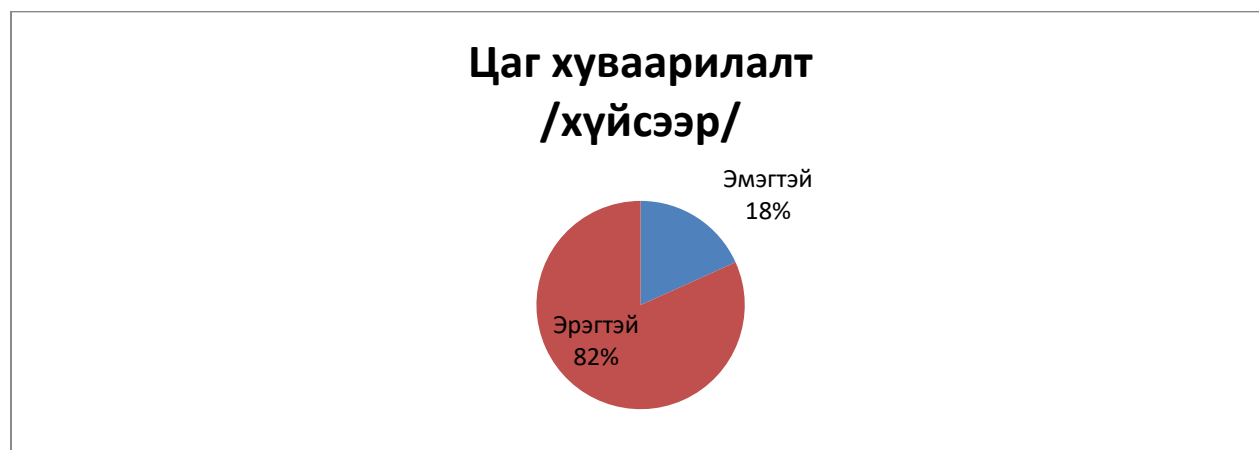
2016 оны 6 дугаар сарын 17-22-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.17	6.18	6.19	6.20	6.21	6.22
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	3134	3430	3196	1752	3488	3379
60 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-	-	-	-	-	-

2016 оны 6 дугаар сарын 23-27-ны өдөр						
Хуулийн хязгаарлалт (§82.5, §82.6)	6.23	6.24	6.25	6.26	6.27	-
Захиалгат нэвтрүүлгийн цаг/сек/	4079	2930	3101	3606	7552	-

60 минутаас хэтэрсэн эсэх	00:07:59	-	-	00:00:06	01:05:52	
15 минутаас хэтэрсэн эсэх	-					

Дээрх хүснэгтээс харахад тус телевиз Сонгуулийн тухай хуулийн 82 дугаар зүйлийн 82.5 дахь заалтыг зарим өдрүүдэд зөрчсөн үзүүлэлт харагдаж байна. Ялангуяа сонгуулийн хуульд заасан сурталчилгааны сүүлийн өдөр буюу 6 дугаар сарын 27-ны өдөр хамгийн их хугацаагаар буюу 01:05:52 секунд зөрчсөн нь анхаарал татахуйц байна.

7. “25 дугаар суваг” телевизийн нэр дэвшигчидтэй холбоотой мэдээллийг хүйсийн хувьд үзвэл 09:00:53 секунд буюу 18% нь эмэгтэйчүүд, 40:19:41 секунд буюу 82% нь эрэгтэйчүүдийн тухай мэдээлэл байв.



Харин цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэр дэвшигчдийн талаар мэдээлсэн хугацааг хувиар илэрхийлбэл эрэгтэйчүүдэд 73%, эмэгтэйчүүдэд 27%-тай тэнцэх цаг оноожээ.



Эрэгтэйчүүдийн талаарх мэдээллийн 71% нь эерэг, 23% нь төвийг сахисан, үлдсэн 6% нь сөрөг хандлагатай байлаа. Харин эмэгтэйчүүдийн эерэг мэдээлэл давамгайлж 78% хүрсэн бол, төвийг сахисан мэдээлэл 18%, сөрөг хандлагатай мэдээлэл 4%-тай байна.

8. “25 дугаар суваг” телевиз нам, эвсэл бие даагчдын талаарх мэдээллийн талаас дээш хувийг оргил цагаар нэвтрүүлжээ. Энд МАХН-ын мэдээллийн 51% оргил цагаар, үлдсэн 49% нь оргил бус цагаар нэвтрүүлсэн нь хамгийн бага үзүүлэлт байв.

“25 ДУГААР СУВАГ” телевиз		
НАМ	НИЙТ ЦАГ	ОРГИЛ ЦАГТ ЭЗЛЭХ ХУВЬ
МАН	20:35:35	70%
АН	18:49:22	67%
ТТЭНЭ	03:31:35	59%
ИЗНН	02:43:19	58%
МУНН	00:00:12	75%
ХСЭ	00:00:30	70%
БНН	00:57:58	63%
МСДН	00:00:13	77%
ЭЧХН	00:00:09	67%
ИХН	00:00:12	58%
МАХөдН	00:00:09	67%
МАХН	02:45:00	51%
ЭОНЭ	00:00:55	67%
МКН	00:00:09	67%
АТХН	00:14:49	100%
Бие даагч	09:13:33	63%

9. Сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд тус телевизээр хамгийн их сурталчилгаа нэвтрүүлсэн 10 нэр дэвшигчийг доорх хүснэгтээс харна уу.

“25 ДУГААР СУВАГ” телевиз							
№	Нэр	Харъяала л	Хүйс	Хугацаа	Эерэг	Төвийг сахиса н	Сөрөг

2016 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хийсэн телевизийн мониторинг

1	Б.Батбаатар	ИЗНН	Эр	2:41:09	0%	100.0%	0%
2	О.Магнай	АН	Эр	2:15:18	84.5%	6.0%	9.5%
3	Б.Найдалаа	Бие даагч	Эр	1:37:34	0%	100.0%	0%
4	Т.Доржханд	Бие даагч	Эр	1:25:19	23.1%	46.2%	30.8%
5	О.Содбилэг	МАН	Эр	1:19:22	85.9%	14.1%	0%
6	О.Алтангэрэл	Бие даагч	Эр	1:12:26	30.0%	70.0%	0%
7	Д.Гантулга	Бие даагч	Эр	1:08:09	0%	100.0%	0%
8	Б.Амарсанаа	МАН	Эр	1:06:37	69.6%	29.3%	1.1%
9	Б.Ганцэцэг	МАХН	Эм	1:06:33	78.8%	21.2%	0%
10	Н.Учрал	МАН	Эр	1:04:40	62.9%	34.3%	2.9%

6 дугаар сарын 28-ны өдрийн ажиглалт

Сонгуулийн тухай хуулийн 68 дугаар зүйлийн 68.6 дахь хэсэгт заасан сонгуулийн сурталчилгаа зогссон 6 дугаар сарын 28-ны өдрийн бичлэгт үзлэг хийв.

Энэ өдөр зөвхөн цаг үеийн мэдээний хөтөлбөрөөр 00:31:56 секундын сонгуультай холбоотой мэдээлэл илэрсэн нь бүхэлдээ сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл байв.