

ӨМНӨТГӨЛ	Өмнөх үг	
НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ	1.1	Үндэслэл6
МОНИТОРИНГИЙН ЗОРИЛГО	1.2	Төслийн зорилго7
	1.3	Төслийн зорилт7
ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ	2.1	Нэвтрүүлгийн зорилго 10
ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЦИЙН СУДАЛГАА	2.2	Нэвтрүүлгийн хэлбэр 12
	2.3	Нэвтрүүлгийн агуулга 13
	2.4	Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг 15
	2.5	Үйлдвэрлэлийн бүтэц /гарал үүсэл/ 17
	2.6	Бүлгийн дүгнэлт 18
ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ	3.1	Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн агуулгын судалгаа..... 20
МЭДЭЭ, МЭДЭЭЛЛИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН	3.1.1	Мэдээний давтамж, хугацаа, газар зүйн хамрах хүрээ 20
БОЛОН МЭДЭЭЛЛИЙН ЧАНАРТАЙ	3.1.2	Мэдээний төрөл зүйл 21
НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН СУДАЛГАА	3.1.3	Мэдээний сэдэв, асуудал 22
	3.1.4	Мэдээний эх сурвалжийн тэнцвэрт байдал 24
	3.1.5	Дүрстэй болон дүрсгүй эх сурвалж 26
	3.1.6	Нэрлэсэн нэрлээгүй тодорхойгүй эх сурвалж. 26
	3.2	Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаа 27
	3.3	Бүлгийн дүгнэлт 28
ДӨРӨВДҮГЭЭР БҮЛЭГ	4.1	Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хүртээмж ба материаллаг хангамж 31
ОЛОН НИЙТИЙН САНАЛ АСУУЛГЫН	4.2	ОНРТ болон ОНРТ-ийн хуулийн талаарх олон нийтийн ойлголт 34
СУДАЛГАА	4.3	МҮОНТ-ийн хүртээмж ба үзэгчдийн оргил цаг 35
	4.4	МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамжийн түвшин 39
	4.5	МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамжийн түвшин 41
	4.6	МҮОНТ-ийн санхүүжилт, хураамжийн талаарх олон нийтийн ойлголт, хандлага 45
	4.7	МҮОНТ-ийн гаралт 46
	4.8	Бүлгийн дүгнэлт 46
ТАВДУГААР БҮЛЭГ	5.1	Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны арга зүй 49
МОНИТОРИНГИЙН АРГАЧЛАЛ	5.2	Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны арга зүй 58
	5.3	Олон нийтийн санал асуулгын судалгааны аргачлал 67
ЗУРГАА ДУГААР БҮЛЭГ	6.1	Хараат бус үйл ажиллагаа 70
ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ	6.2	Олон нийтийн санхүүжилт, олон нийтийн хяналт..... 71
	6.3	Нийт иргэдэд ижил тэгш үйлчлэх.....72
	-	Газар нутгийн хувьд.....72
	-	Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр 72
	-	Агуулгын өргөн хүрээ.....74
ТӨГСГӨЛ		Товчилсон үгсийн жагсаалт 76
		Хүснэгт, график, зургийн жагсаалт..... 77
		Ном зүй..... 79

Өмнөх үг

“МҮОНТ-ийн шилжилтийн үеийн хөтөлбөрийн бүтэц, мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын мониторинг” сэдэвт 2006 оны сүүлээс 2008 оны эхний улирал дуустал урт хугацаанд хэрэгжсэн судалгааны үр дүнг Та бүхэнд толилуулж байгаадаа туйлын баяртай байна. Учир нь, Монголын олон нийт төрийн статустай байсан телевизийн мэдээ, нэвтрүүлэг тэдний эрх ашгийг хэрхэн хангаж, хөтөлбөр агуулгаа хэрхэн өөрчлөн сайжруулж байгаа талаар бодитой мэдээлэл авах эрхтэй. Ийм мэдээллийг бий болгосноор олон нийтийн телевиз хуулийн хүрээнд ажиллаж, олон нийтэд үйчлэх үүрэг зорилгоо биелүүлж буй эсэхийг нийтээрээ хянах боломж бий болох юм.

Дээрх хэрэгцээ шаардлагын улмаас энэхүү төслийг хэрэгжүүлэгч байгууллага буюу Хэвлэлийн хүрээлэнгийн санаачилгыг дэмжиж, хамтран ажиллаж, уг мониторингийн судалгааг санхүүжүүлсэн Нээлттэй нийгэм форум, тус байгууллагын захирал Л.Эрдэнэжаргал, менежер Н.Мөнхсоёл, Д.Гантуяа, Д.Аюуш нарт судалгааны багийн өмнөөс талархал илэрхийлье.

2007 оны турш улирлын давтамжтайгаар гурван удаа хийсэн судалгааны дүнд ОНТ-ийн хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн талаар иж бүрэн суурь мэдээллийн бааз бүрдлээ. Судалгааны мэдээлэлд үндэслэсэн анхны дүгнэлтүүд гарлаа. Эдгээрт суурилж илүү нарийвчилсан судалгаа явуулах боломжийг мэргэжлийн судлаач төдийгүй, тус телевизийн уран бүтээлийн болон менежментийн багт бий болголоо.

Тиймээс, “МҮОНТ-ийн шилжилтийн үеийн хөтөлбөрийн бүтэц, мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын мониторинг” сэдэвт судалгааг амжилттай гүйцэтгэхэд хувь нэмрээ оруулсан хүн бүрт, тэр дундаа мэргэжлийн судлаачдын багийн гишүүд, зөвлөх, МҮОНТ-ийн удирдлага, орчуулагч С.Баяр нарт гүн талархал дэвшүүлж байна.

Иргэний нийгмийн идэвхтэй оролцоотойгоор эрх зүйн үндэс нь бүрдэж, үйл ажиллагаагаа эхэлсэн ОНТ-ийн хамт олон, удирдлагад энэхүү судалгааны мэдээллүүд дор дорын ажлынх нь луужин болох болтугай!

*Р.Оюунцэцэг, Төслийн зохицуулагч, Хэвлэлийн хүрээлэнгийн дэргэдэх
“Сэтгүүлч” коллежийн захирал, сэтгүүл зүйн докторант*

ᠶᠡᠭᠡᠨ ᠮᠡᠳᠡᠯᠡᠯ ᠠᠨ ᠶᠡᠭᠡᠨ

ᠶᠡᠭᠡᠨ ᠮᠡᠳᠡᠯᠡᠯ ᠠᠨ ᠶᠡᠭᠡᠨ

1

1.1 Үндэслэл

Иргэд өргөн хүрээтэй бодит мэдээлэл авч чадаж буй нөхцөлд жинхэнэ ардчилал хөгждөг. Иргэний ардчилсан нийгэмд энэхүү үүргийг төрийн, эсвэл арилжааныхаас илүүтэйгээр олон нийтийн статустай мэдээллийн хэрэгсэл гүйцэтгэдэг байна.

1990 оноос хойш төрийн мэдлийн МҮРТ-ийн статусыг өөрчлөх, эрх зүйн орчин бүрдүүлэх асуудал яригдаж эхэлсэн бөгөөд 1991 онд Монгол Телевизийн захирал асан З.Алтай "Монгол Телевизийн бүтэц, зохион байгуулалт программын бодлогод өөрчлөлт оруулах хөтөлбөр" боловсруулж тухайн үеийн баазад тулгуурлан олон нийтийн болон төрийн статустай хоёр өөр төрлийн телевизтэй болох, 1994 онд Х.Наранжаргал тэргүүтэй Монгол телевизийн хэсэг уран бүтээлч "Монгол Телевизийн бүтэц, зохион байгуулалтыг өөрчлөх тухай төслийн санал"-ыг Засгийн газар, Радио Телевизийн Хэрэг Эрхлэх Газарт өргөн барьж байжээ. Мөн ерөнхийлөгч асан П.Очирбат, УИХ-ын гишүүн Т.Ганди зэрэг хүмүүс дүрмийн болон хуулийн төсөл боловсруулан УИХ, Засгийн газарт өргөн барьсан ч бүгд дэмжлэг авч чадаагүй байна. Эдгээр оролдлогууд нь төр, засгийн эрх баригчдад удаа дараа сануулга болсны дүнд 1998 онд Хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөөний тухай хууль батлагдсан гэж үздэг.

Уг хуулиар "Төрийн байгууллага өөрийн мэдэлд хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлтэй байхыг хориглоно" /4 дүгээр зүйл/ хэмээн зааж, хуулийн дагуу УИХ-ын тогтоол гарч засгийн газрын мэдэлд байгаа Монголын радио, телевизийн хэрэг эрхлэх газрыг Олон нийтийн радио, телевиз болгон өөрчлөн байгуулахаар тогтжээ. Энэ хуулийн заалт хэрэгжихгүй байсаар долоон жилийн дараа 2005 оны 01 сарын 27-ны өдөр "Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хууль" батлагдаж 2005 оны 07 сарын 01-ний өдрөөс эхлэн уг хуулийг мөрдөж эхэлсэн.

Хуулийн үзэл санааг хэрэгжүүлэх зорилгоор ОНРТ нь удирдлагын тогтолцоо, бүтэц, зохион байгуулалтын өөрчлөлт хийж, хараат бус, бие даасан үйл ажиллагаа явуулах шилжилтийн үеийг өнөөдөр туулж байна. Шинэ статустайгаар хэвлэл мэдээллийн өрсөлдөөнтэй орчинд дасан зохицох шаардлага ОНРТ-ийн өмнө тулгарсан. Энэхүү өрсөлдөөний гол шалгуур нь хөтөлбөрийн оновчтой бодлого, түүний маркетинг юм. Учир нь, ОНРТ-ийн нэн тэргүүний зорилго нь олон нийт, монголын ард түмний нийтлэг эрх ашиг, тэдний хэрэгцээ, сонирхолд нийцсэн мэдээ, нэвтрүүлгийн өргөн тогтолцоог бүрдүүлснээр тэдэнд хүрч ажиллах явдал. Энэхүү зорилгоо хэрхэн биелүүлж буй нь юуны өмнө мэдээ, нэвтрүүлгийн болоод хөтөлбөрийн бүтэц, агуулгын

шинэчлэлийг хэрхэн хийж буйгаар илэрнэ. Мөн олон нийтийн телевизийн мэдээ, нэвтрүүлэг нь сэтгүүл зүйн стандартад хэр нийцэж, олон нийт болоод нийгмийн тодорхой бүлгийн хэрэгцээ шаардлагыг хэр хангаж буйгаар ОНРТ-ийн мөн чанар хэмжигдэнэ.

Тиймээс, хөтөлбөрийн шилжилтийн үеийн дүр зургийг шинжлэх ухааны арга зүйд тулгуурлан гаргах үүднээс Монголын Хэвлэлийн Хүрээлэн “МҮОНТ-ийн шилжилтийн үеийн хөтөлбөрийн бүтэц, мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын мониторинг” төслийг ННФ-ын дэмжлэгтэйгээр хэрэгжүүллээ.

1.2 Төслийн зорилго

Төсөл нь Монголын үндэсний олон нийтийн телевизийн /цаашид ОНТ гэнэ/ хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн өнөөгийн байдалд “Олон Нийтийн Радио Телевизийн хууль” болон “Сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандарт”-ын үүднээс мониторинг хийж, үнэлгээ өгөх зорилготой. Монголын олон нийтийн эрх ашгийн тусын тулд ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтэц, агуулга, өргөн нэвтрүүлгийн дамжуулалт, хариуцлагын тогтолцоог сайжруулах талаар зөвлөмж гаргах нь мөн төслийн нэг чухал зорилго болно.

1.3 Төслийн зорилт

Зорилгоо хэрэгжүүлэхийн тулд төслийн хүрээнд гурван төрлийн судалгаа явууллаа. Үүнд:

1.3.1 ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн судалгаа

Судалгаа нь ОНТ нь олон түмний өмнө хүлээсэн үүргээ хэрхэн биелүүлж буйд үнэлгээ өгөх зорилготой. Үүний тулд Олон улсын туршлага болон Монголын онцлогт тулгуурлан телевизийн хөтөлбөрийн бүтцийн ангиллын стандартыг шинээр боловсрууллаа.

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

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

8.2.2. улс төр, шашин, нийгэм, эдийн засгийн олон ургальч үзэл бодлыг хүндэтгэж, тэдгээрийг тэгш илэрхийлэх.

8.2.6. хувь хүний болон нийгмийн хөгжлийг дэмжих, ялангуяа хүүхэд, залуучуудын оюуны болон бие бялдрын хөгжилд онцгой анхаарах.

8.2.7. үндэстний цөөнх, эмэгтэйчүүд, хүүхдүүд, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд зэрэг нийгмийн бүлэг, давхаргын болон олон нийтийн эрэлт хэрэгцээг тэнцвэртэй хангахыг эрмэлзэх.

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

1.3.2 Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаа

Судалгаа нь ОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгүүд “ОНРТ-ийн хууль” болон “Сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандарт”-ад нийцэж байгаа эсэхэд үнэлгээ өгөх зорилготой.

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

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

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

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

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

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

1.3.3 Олон нийтийн санал асуулгын судалгаа

Судалгаа нь ОНТ-ийн өргөн нэвтрүүлгийн талаарх олон нийтийн санал бодол, үүний дотор олон нийтийн телевизийн талаарх тэдний ойлголтыг үнэлэх зорилготой.

“ОНРТ-ийн хууль”-иас:

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

ᠣᠮᠣᠨᠲᠤ ᠶ᠋ᠢᠨ ШИЛЖИЛТИЙН ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЭЦ, МЭДЭЭ, МЭДЭЭЛЛИЙН ЧАНАРТАЙ НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ

ᠣᠮᠣᠨᠲᠤ ᠶ᠋ᠢᠨ ШИЛЖИЛТИЙН ҮЕИЙН ХӨТӨЛБӨРИЙН БҮТЭЦ, МЭДЭЭ, МЭДЭЭЛЛИЙН ЧАНАРТАЙ НЭВТРҮҮЛГИЙН АГУУЛГЫН МОНИТОРИНГ

2

ОНТ-ийн олон ургальч байх зарчим нь хөтөлбөрийн бүтцийн хувьд мэдээ, нэвтрүүлгийн янз бүрийн хэлбэр, зорилтот бүлгийн олон давхарга, агуулга, сэдвийн өргөн хүрээгээр илэрдэг. Тиймээс ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийг зорилго, хэлбэр, агуулга, зорилтот бүлэг, гарал үүсэл гэсэн таван хэмжүүрээр ангилан судаллаа.

Улирлын онцлогийг харгалзан 2007 оны 04, 08, 11 саруудад ОНТ-ийн тус бүр 14, нийт 42 хоногийн хөтөлбөрийг шинжлэн судаллаа /Техникийн болон үйл ажиллагааны доголдлын улмаас хөтөлбөрийн нийт бичлэгийн 2 хувь орхигдсон ба дунджаар 98 хувийн найдвартай бичлэгт энэхүү судалгаа тулгуурласан болно/.

ОНТ-ийн эфирийн цагийн бодлого тогтвортой ба улирлаар төлөөлүүлэн авсан саруудын өдрийн эфирийн цаг дунджаасаа хазайлт бага байв.

Хүснэгт 1. Эфирийн цаг ба үргэлжлэх хугацаа

1	Огноо	Эфир эхэлсэн цаг	Эфир дууссан цаг	Хоногийн эфирийн дундаж цаг
1	4-р сар		00:00, 01:00, 01:20	15,7 цаг
2	8-р сар	07:30*, 08:00**, 18:00***	23:31, 00:00, 01:30	15,4 цаг
3	11-р сар		00:04, 00:30, 00:46	15,8 цаг
	Дундаж		00:00, 00:30, 01:00	15.6 цаг

* Мягмар – Баасан гаригуудад

** Бямба, Ням гаригуудад

*** Даваа гаригт

ОНТ-ийн нэг өдрийн эфирийн үргэлжлэх хугацаа харьцангуй тогтвортой бол эфир эхлэх цагийг 7 хоногийн тодорхой гарагуудаар ялгаатай төлөвлөдөг байна. Эфирийн дуусах цаг нь харилцан адилгүй 00:00-01:00 цаг байсан бөгөөд дулааны улиралд эфир ойролцоогоор 1 цагийн хойно дуусах тохиолдол ажиглагдсан. Эдгээр нь эфирийн үргэлжлэх дундаж цагт нөлөөлөөгүй байна. Харин ОНТ-ийн хөтөлбөрийн эхлэх цаг тодорхой, дуусах цаг зөрүүтэй байгаа үзэгдэл бол эфирийн цагийн сахилга сул байгааг харуулж байна.

Хүснэгт 2. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, нэвтрүүлгийн тоо

1	Хөтөлбөрийн бүтэц	Огноо			Нийт
		4-р сар	8-р сар	11-р сар	
	Ажиглалтын нэгж	591	645	621	1857
1	Түүнээс мэдээ, нэвтрүүлэг, киноны тоо	391	396	406	1193

Хөтөлбөрийн бүтцийн нийт ажигласан нэгж ба бие даасан мэдээ, нэвтрүүлэг, кино хооронд гарч буй 664 нэгжийн зөрүү нь ОНТ-ийн эфирийн эхлэл ба төгсгөл, өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, арилжааны болон бусад зар сурталчилгаа байлаа.

2.1 Нэвтрүүлгийн зорилго

Хөтөлбөрийн анхдагч илэрхий зорилго, чиглэлийг хэмжих үзүүлэлт нь нэвтрүүлгийн зорилго бөгөөд мониторингийн дунд үед /8 сард/ ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцэд мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ буурч, цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлгүүд нэмэгдсэн.

Ерөнхийдөө ОНТ-ийн хөтөлбөрийн зорилго жилийн турш хэлбэлзэл бага байлаа.

Хүснэгт 3. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилгоор

Нэвтрүүлгийн зорилго	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	4-р сар	8-р сар	11-р сар
1. МЭДЭЭЛЭХ	28.7	26.0	26.2
1.1 Засгийн газрын болон албан ёсны мэдээлэл	1.3	1.2	1,1
1.2 Цэвэр мэдээ	17.5	14.7	14,9
1.3 Мэдээлэн цэнгүүлэх	4.4	3.8	4,0
1.4 Зөвлөгөө, сэрэмжлүүлэх мэдээлэл	0.8	1.2	0,6
1.5 Мэдээлэх зорилготой бусад	4.7	5.2	5,6
2. ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ	14.8	9.4	15.0
2.1 Боловсрол сургалт	2.3	1.2	5,6
2.2 Бүх нийтийн гэгээрэл, танин мэдэхүй	9.7	4.9	8,0
2.3 Танин мэдүүлэх зорилготой бусад	2.8	3.3	1,4
3. ЦЭНГЭЭН ЗУГААЦУУЛАХ	40.9	48.8	45.6
3.1 Цэвэр цэнгээн	35.1	44.2	40,2
3.2 Цэнгээнт мэдээлэл	5.1	4.6	3,2
3.3 Цэнгээх зорилготой бусад	0.7	0.0	2,3
4. ӨӨРИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СУРТАЛЧИЛГАА	0.4	0.8	0,4
4.1 Өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, анонс	0.4	0.8	0,4
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	1.1	0.6	1.0
5.1 Арилжааны мэдээлэл	0.5	0.3	0,3
5.2 Нийгмийн чанартай сурталчилгаа	0.5	0.1	0,5
5.3 Арилжааны цэвэр сурталчилгаа	0.1	0.2	0,2
5.4 Улс төрийн цэвэр сурталчилгаа	0.0	0.0	0,0
6. БУСАД ХОЛИМОГ	14.2	14.4	11.7
6.1 Бусад холимог	14.2	14.4	11,7
Нийт	100.0	100.0	100,0

ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтэцэд цэнгээн зугаацуулах зорилготой нэвтрүүлгийн хэмжээ харьцангуй өндөр байна. Уран сайхны болон хүүхэлдэйн кино, клип, концерт, “Найм дахь аялгуу”, “ХИТ” зэрэг хөгжмийн нэвтрүүлэг, “Тусгай салаа”, “Хамтдаа” зэрэг реалити, тоглоомт болон ток шоу маягийн цэнгээх зорилготой нэвтрүүлэг ОНТ-ийн эфирийн цагийн дунджаар 45 хүртэлх хувийг эзэлсэн байна. Цэнгээх зорилготой нэвтрүүлгүүдийн дийлэнх хувь нь (90 орчим хувь) кино, клип, концерт зэрэг цэвэр цэнгээх зорилготой нэвтрүүлэг байна. Харин цэнгээнт мэдээлэл мониторингийн эхнээс тогтмол буурчээ.

ОНТ-ийн эфирийн цагийн дунджаар 27 хувийг “Цагийн хүрд”, “Үдшийн мэдээ”, 11, 13, 15, 18 цагуудын мэдээ, “7 хоног хөтөлбөр”, “MN-Today”, “Спортын мэдээ” зэрэг мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрүүдээс гадна “Цагдаагийн мэдээ”, “Парламентын хэлэлцүүлэг”, “Нээлттэй засаг” зэрэг мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд эзэлсэн байна. Мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгүүдийн эфирийн цаг цэнгээх зорилготой нэвтрүүлгүүдээс бага байгаа ч тэдгээр нь тогтмол цагуудад, харьцангуй олон давталттайгаар үзэгчдэд хүрчээ. Мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгийн 60 орчим хувийг цэвэр мэдээ, мэдээний хөтөлбөр эзэлж байна.

“Аялалын цаг”, “Шинжлэх ухааны баримтат дэлгэц”, англи, орос хэлний хичээл болон танин мэдүүлэх зорилготой бусад нэвтрүүлгүүд дунджаар 13.1 хувийг эзэлж байгаа нь цэнгээнт нэвтрүүлгүүдээс 3 дахин, мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгүүдээс 2 дахин бага хэмжээтэй байна. Олон нийтэд мэдээлэх, тэднийг хөгжөөн цэнгээх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий “Гэрэлтэй цонх”, “Өглөө” хөтөлбөр зэрэг холимог нэвтрүүлгүүд дээрхтэй ойролцоо буюу 13.4 хувьтай байв.

ОНТ өөрийн нэвтрүүлгийн (0.4 хувь) болон бусад зар сурталчилгааг (0.9 хувь) бага хэмжээгээр нэвтрүүлж байна. Зар сурталчилгааны дийлэнх хувийг нийгмийн шинжтэй сурталчилгаа эзэлж байгаа бол улс төрийн сурталчилгаа нэвтрээгүй байна.

ОНТ-ийн ойн арга хэмжээтэй холбоотойгоор 8-р сард өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаа хоёр дахин өсч 11-р сард эргээд буурсан байна. Үүний эсрэгээр зар сурталчилгаа 8-р сард буурч 11-р сард дахин өсчээ.

Хүснэгт 4. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн зорилго_цагийн хуваариар

Эфирийн цаг	Огноо	Хөтөлбөрийн зорилго							Бусад	Нийт
		Мэдээлэх	Танин мэдүүлэх	Цэнгээн зугаацуулах	Н нэвтрүүлгийн суртал	Зар суртал	Л-шилгээ	Бусад		
07:00-13:59 (9 хувь)*	4-р сар	25,6	11,1	38,8	0,5	0,1	23,9	100,0		
	8-р сар	23,9	7,7	41,8	0,7		25,9	100,0		
	11-р сар	27,5	17,3	36,2	0,3		18,7	100,0		
14:00-17:59 (9 хувь)*	4-р сар	21,7	28,3	45,3	0,1	0,6	4,0	100,0		
	8-р сар	17,8	14,1	65,6	1,0	0,2	1,2	100,0		
	11-р сар	17,4	9,3	71,1	0,3	0,3	1,6	100,0		
18:00-19:59	4-р сар	33,8	24,8	36,9	0,3	3,6	0,6	100,0		

(33 хувь)*	8-р сар	18.5	26.3	53.0	0.8	1.4		100.0
	11-р сар	31,9	40,0	22,4	1,1	4,7		100,0
20:00-21:59 (57 хувь)*	4-р сар	55,1	11,1	29,3	0,1	2,2	2,2	100,0
	8-р сар	50.8	0.4	44.5	0.9	1.6	1.8	100.0
	11-р сар	36,4	5,4	57,1	0,3	0,7		100,0
22:00-23:59 (44 хувь)*	4-р сар	7,4		63,9	0,7	0,2	27,8	100,0
	8-р сар	13.8		49.9	0.3		36.1	100.0
	11-р сар	13,4		41,4	0,2	3,5	41,6	100,0
00:00-06:59 (2 хувь)*	4-р сар	16,2				3,2	80,7	100,0
	8-р сар	6.5			1.0		92.5	100.0
	11-р сар	10,9					89,1	100,0

* Тухайн цагийн интервалд багтах цаг тус бүрийн үзэгчдийн дундаж хувь бөгөөд нийт үндэсний хэмжээний үзүүлэлт болно.

Нэвтрүүлэгт өгч буй ач холбогдлыг түүний нэвтэрсэн цагийн хуваариар нь тодорхойлж болдог. Тухайлбал, телевиз үзэгчдийн оргил цагт буюу үдшийн 20 – 22 цагт хуваарилагдсан нэвтрүүлгийг үндэсний хэмжээнд нийт хүн амын 57 хүртэлх хувь нь үзнэ. Харин шөнийн 24 цагаас өглөөний 7 цаг хүртэлх хугацаанд гарсан нэвтрүүлгийг нийт хүн амын 2 хувь нь л үздэг. ОНТ-ийн эфийрийн нийт цагт эзэлж буй хувийн жингээрээ олон нийтийг цэнгээх зорилготой нэвтрүүлэг давамгайлж байв. Энэ байдал нь 11-р сард оргил цаг руу хүртэл хальж, цэнгээн зугаацуулах зорилготой хөтөлбөр илт давамгайлсан байлаа. Түүнчлэн танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд оргил цагийн өмнө буюу 18 – 20 цагийн хооронд илүү төвлөрч байна. Энэ цагийн хүртээмж нь үндэсний хэмжээнд 33 хувьтай байдаг. Эхний мониторингоос хойш танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгүүдийг оргил цагт ойр цагуудад байршуулах болсон нь сайшаалтай хэрэг билээ.

Зар сурталчилгаа, түүн дундаа ялангуяа арилжааны зарууд нь 18 – 22 цагийн хооронд мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн өмнө, хойно ихээр гарч байсан.

Харин ОНТ өөрийн нэвтрүүлгийн сурталчилгаагаа хөтөлбөрийн нийт цагуудад ерөнхийдөө жигд байрлуулдаг аж.

2.2. Нэвтрүүлгийн хэлбэр

Нэвтрүүлгийн хэлбэр загвар нь тухайн нэвтрүүлгийн зорилго, чиглэлээс үл хамаардаг ч хөтөлбөрийн бүтцийг тодорхойлох нэг чухал үзүүлэлт болдог.

4 дүгээр сараас хойш урлагийн тоглолт давамгайлсан нэвтрүүлэг тогтмол өсөлттэй байсан бол цэнгээнт шоу, холимог хэлбэрийн нэвтрүүлгийн хувийн жин багассан. Уран сайхны кино дангаараа ОНТ-ийн эфийрийн цагийн бараг дөрөвний нэг хувийг бүрдүүлж байна. Тэгвэл ОНТ-ээр 4, 8 саруудад “Цэрэг эрс”, “Охидын салаа” зэрэг реалити шоуунууд гарч эфийрийн цагийн дунджаар 6 хүртэлх хувийг эзэлж байсан бол 11 сард реалити шоу гарсангүй.

Харин мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр эфирийн нийт цагийн тавны нэгийг эзэлсэн бол баримтат, дүн шинжилгээтэй хандсан болон хэлэлцүүлэг, мэтгэлцээн өрнүүлсэн нэвтрүүлгүүд эфирийн цагийн 8 орчим хувийг эзэлж байна.

Төслийн хүрээнд 2007 оны 11 сард үндэсний хэмжээнд хийсэн олон нийтийн санал асуулгын судалгаа болон Хэвлэлийн хүрээлэнгийн 2003 оноос хойш сар тутам явуулж буй “Хэвлэл мэдээллийн хэрэглэгчдийн судалгаа”-наас үзвэл олон нийт цэнгээнт шоу хэлбэрээр хийсэн мэдээ, нэвтрүүлгийг илүү таашаадаг нь тогтоогдсон.

Хүснэгт 5. ОНТ-ийн 7 хоногийн нэвтрүүлгийн төрөл

Нэвтрүүлгийн хэлбэр	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	4-р сар	8-р сар	11-р сар
1. МЭДЭЭЛЛИЙН	45.2	42.0	49.5
1.1 Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр	16.2	15.3	14,9
1.2 Телесэтгүүл	10.1	9.0	9,5
1.3 Үйл явдлын тайлбар	4.9	5.3	10,1
1.4 Баримтат нэвтрүүлэг (Дүн шинжилгээний)	5.1	1.8	4,3
1.5 Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн	3.6	3.5	5,1
1.6 Лекц, Яриа, Танилцуулга	3.1	1.5	1,8
1.7 Баримтат драм	1.1	5.5	3,6
1.8 Бусад мэдээлэх хэлбэрийн	1.1	0.2	0,3
2. ЦЭНГЭЭНТ / ШОУ	12.6	11.6	5.6
2.1 Ток шоу, ярилцлага	2.8	1.2	2,0
2.2 Тоглоомт шоу	2.3	2.7	0,0
2.3 Багийн хөгжөөнт шоу	1.3	0.9	1,2
2.4 Хошин шог	0.0	0.0	0,4
2.5 Реалити шоу	4.4	6.8	0,0
2.6 Бусад цэнгээх хэлбэрийн	1.7	0.0	2,0
3. ЖҮЖИГ, ЗОХИОЛ, УРАН САЙХНЫ	27.5	31.4	26.4
3.1 Уран сайхны кино	24.7	24.6	19,6
3.2 Уран сайхны жүжиг	0.0	1.7	0,9
3.3 Зохиомж, үлгэр	0.6	1.7	1,1
3.4 Хүүхэлдэйн кино	1.1	3.4	2,4
3.5 Бусад жүжиг, уран зохиол, уран сайханы	1.1	0.0	2,4
4. УРЛАГИЙН ТОГЛОЛТ	4.9	5.7	11.4
4.1 Гоцлол тоглолт	0.9	0.7	3,2
4.2 Ансамбль	1.0	3.4	0,3
4.3 Холимог	1.4	0.8	1,2
4.4 Урлагийн бусад тоглолт	1.7	0.9	6,6
5. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	1.1	0.6	1.0
5.1 Зар сурталчилгаа	1.1	0.6	1,0
6. БУСАД ХОЛИМОГ	8.7	8.6	6.0
6.1 Бусад холимог хэлбэр	8.7	8.6	6,0
Нийт	100.0	100.0	100,0

2.3 Нэвтрүүлгийн агуулга

Тодорхой зорилго бүхий нэвтрүүлгийг улс төр, эдийн засаг, хүрээлэн буй орчин зэрэг аль нэг сэдвийн хүрээнд задалж, хөтөлбөрийн янз бүрийн хэлбэр ашиглан бүтээдэг бөгөөд энэ нь нэвтрүүлгийн агуулгыг тодорхойлоход дөхөмтэй байдаг.

Эфирийн цагийн хэмжээгээр уран сайханы кино, мэдээ ба дотоод үйл явдал зэрэг нь бусад сэдвээс илт өндөр хувьтай байна. Олон нийтийн санал асуулгын судалгаанд ороцогсдын хувьд мэдээ ба дотоод үйл явдал нь тэдний чухалчилж буй эхний сэдэв байсан бол үүний дараа эрүүл мэнд; боловсрол; улс төр, нийгэм эдийн засаг; байгаль хүрээлэн буй орчны сэдвүүдийг уран сайхны киноноос илүү ач холбогдолтойд тооцжээ.

Хүснэгт 6. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_ агуулгаар

Нэвтрүүлгийн агуулга	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	4-р сар	8-сар	11-р сар
1. УРАН САЙХНЫ БУС, МЭДЭЭЛЛИЙН	38.8	38.1	42.3
1.1 Мэдээ ба дотоод үйл явдал	17.3	19.0	18,3
1.2 Хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдэв	.7	0.8	2,5
1.3 Улс төр, нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлэг	6.5	5.3	6,1
1.4 Шашин гүн ухааны	0.0	0.0	0.0
1.5 Боловсрол	2.6	4.2	4,2
1.6 Урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл	1.7	0.6	0.9
1.7 Түүх, хүмүүнлэгийн	4.5	1.0	1,2
1.8 Шинжлэх ухаан, технологи	.8	1.7	2,9
1.9 Анагаах ухаан, эрүүл мэндийн	.4	0.6	1,7
1.10 Байгаль, хүрээлэн буй орчны	2.4	2.4	2,3
1.11 Үйл явдал тохиолдол /ойн баяр, яармаг, худалдаа гм/	.2	0.0	0,1
1.12 Дэд бүтэц, харилцаа холбоо	0.0	0.0	0.0
1.13 Хүний сонирхол /хов, цуурхал, шар мэдээ/	.2	0.9	0,9
1.14 Зар сурталчилгаа	1.1	0.6	1,0
1.15 Бусад мэдээллийн агуулгатай	.4	0.9	0.2
2. ЧӨЛӨӨТ ЦАГ, СОНИРХОЛ, АМЬДРАЛЫН ХЭВ МАЯГ	5.5	1.2	3.4
2.1 Нийт үзэгчдэд хандсан зөвлөгөө	.4	0.0	0,0
2.2 Компьютер технологи	0.0	0.0	0,0
2.3 Хоол, хүнс	0.0	0.0	0,0
2.4 Гэр ахуй, цэцэрлэг	0.0	0.0	0,0
2.5 Сонирхол	0.0	0.0	0,0
2.6 Машин, техник	.4	0.0	0,0
2.7 Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл	2.4	0.4	1,5
2.8 Аялал жуулчлал	.3	0.8	1,0
2.9 Бусад чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг	2.0	0.0	0,9
3. СПОРТЫН БҮХ ТӨРӨЛ	3.1	1.6	7.5
3.1 Үндэсний спорт	.4	0.8	1,3
3.2 Олон улсын спорт	1.8	0.3	6,2
3.3 Бусад спортын	.9	0.8	0,0
4. УРАН САЙХНЫ	25.3	29.0	20.9
4.1 Кино	24.7	27.8	20,9
4.2 Жүжиг	.7	1.3	0.0
5. АМРАЛТ, НАРГИАН, ЦЭНГЭЭН	6.6	8.7	0.8

5.1 Асуулт хариулт, тааварт болон маргаант тэмцээн		2.1		1.4		0,0
5.2 Танилцах		0.0		0.0		0,0
5.3 Реалити шоу		2.5		6.6		0,0
5.4 Яриа хөөрөө		.4		0.3		0,0
5.5 Хошин шог		0.0		0.0		0,0
5.6 Тоглоомын		1.4		0.4		0,0
5.7 Бусад амралт, наргиан, цэнгээний		.2		0.0		0,8
6. ХӨГЖМИЙН	4.8		6.2			12.8
6.1 Үндэсний хөгжмийн		.3		0.6		1,6
6.2 Нийтийн хөгжмийн		2.6		2.7		4,4
6.3 Сонгодог хөгжим		0.0		1.5		0,3
6.4 Хөгжмийн бусад		2.0		1.2		6,5
7. БУСАД ХОЛИМОГ	16.0		15.2			12.3
7.1 Бусад мэдээлэл		16.0		15.2		12,3

Харин ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцэд тэдгээр сэдвийг хамарсан нэвтрүүлгүүдийн зохистой харьцаа ажиглагдаагүй.

Мониторингийн хугацаанд хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдэв, боловсрол, шинжлэх ухаан технологи, анагаах ухаан эрүүл мэнд, аялал жуулчлал, үндэсний спорт, нийтийн болон үндэсний хөгжмийн сэдэвт нэвтрүүлгүүдийн эфирийн цаг тогтвортойгоор нэмэгдсэн бол асуулт хариулт зэрэг тааварт болон маргаант тэмцээн, амралт цэнгээнт яриа, тоглоомт шоу, холимог сэдэвт нэвтрүүлгүүдийн эфирийн цагийн хэмжээ тогтмол буурчээ. Харин шашин гүн ухаан, дэд бүтэц харилцаа холбоо, компьютер технологи, хоол хүнс, гэр ахуй цэцэрлэгжилт, хобби сонирхол, хошин шог зэрэг сэдэвтэй бие даасан нэвтрүүлгүүд гарсангүй.

2.4 Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг

Тухайн нэвтрүүлгээр нэн тэргүүнд хандаж буй үзэгчдийн бүлэг болох зорилтот бүлэг хэдий чинээ тодорхой байна, төдий чинээ нэвтрүүлэг үр ашигтай байх болно хэмээн үздэг.

Хүснэгт 7. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилтот бүлгээр

Нэвтрүүлгийн зорилтот бүлэг	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь		
	4-р сар	8-р сар	11-р сар
1. НИЙТ ҮЗЭГЧ	77.1	83.5	81.4
1.1 Нийт үзэгч	77.1	83.5	81,4
2. НАСНЫ БҮЛЭГ	21.2	14.8	15.2
2.1 11 хүртэлх насны хүүхдүүд	3.3	2.7	1,8
2.2 12-15 насны хүүхдүүд	0.6	2.0	1,5
2.3 16-18 насны хүүхдүүд	1.5	0.9	0,7
2.4 Холимог насны бүлэг	3.8	2.0	4,6
2.5 Залуучууд, насанд хүрэгсэд	11.9	7.2	6,6
3. НИЙГМИЙН ЦӨӨНХ	0.7	0.5	1.1
3.1 Үндэстэн, ястан	0.4	0.0	0,2
3.2 Шашны бүлэг	0.0	0.0	0,5
3.3 Хэлний бүлэг	0.3	0.5	0,4

4. АЖИЛ МЭРГЭЖЛИЙН БҮЛЭГ	0.2	0.0	0.7		
4.1 Малчид, тариаланч		0.2	0.0	0.0	0,6
4.2 Мэргэжлийн бусад бүлэг		0.0		0.0	0.1
5. ТУСГАЙ БҮЛЭГ	0.6	0.0	0.2		
5.1 Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд		0.6	0.0	0.0	0,2
6. ЖЕНДЕР	0.0	0.0	0.0	0.0	
6.1 Эрэгтэй / Эмэгтэй		0.0		0.0	0.0
7. ГАЗАР ЗҮЙН БҮЛЭГ	0.3	0.0	0.0	0.0	
7.1 Орон нутгийн		0.3		0.0	0.0
8. БУСАД	0.0	1.3	1.5		
8.1 Бусад		0.0	1.3	1.3	1,5
Нийт	100.0	100.0	100.0		

ОНТ-ийн эфирийн цагийн 80 гаран хувь буюу үнэмлэхүй хэсгийг нийт үзэгчдэд зориулсан нэвтрүүлгүүд эзэлж байв.

“Цоглог хөтөлбөр”, “Хүүхэлдэйн кино”, “Маамуу нааш ир”, “Үлгэрийн бороо” зэрэг нэвтрүүлгүүд хүүхдийн нэвтрүүлгийн дийлэнх хувийг эзэлж байсан.

Харин ОНТ нь үндэсний цөөнх болох казакуудад “ТВ толкин”; малчдад “Малчид нүүдэлсээр байх уу”; шашны бүлэгт “Эх орон мину зэ”; хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд “Энэрэх асрах хүний ёсон”, “Энэ тухай”; орон нутгийнханд “Эргэх дөрвөн цаг”; тусгай хэлний бүлэгт “MN-Today”; ажил мэргэжлийн бүлэгт “Ээлтэй эмнэлэг” зэрэг нэвтрүүлгүүдийг бэлтгэн хүргэж байлаа. Гэсэн хэдий ч эдгээр нэвтрүүлэг судалгааны хугацаанд тогтмол гараагүй бөгөөд эфирийн нийт цагт эзлэх дундаж хувь нь маш бага байна.

Сүүлийн жилүүдэд хүйсийн тэгш байдлыг хангах асуудал ихээхэн яригдаж байгаа ч энэ сэдэв ОНТ-ийн хөтөлбөрт туссангүй. Мөн 4 дүгээр сараас хойш орон нутгийнхан болон хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд зориулсан нэвтрүүлгийн хэмжээ тогтмол буурч тэг үзүүлэлттэй болжээ.

Нэвтрүүлгийн агуулгаар харьцуулбал нийт үзэгчдэд зориулсан нэвтрүүлэг нь улс төр, нийгэм, эдийн засаг, байгаль орчин, шинжлэх ухаан технологи зэргээр өргөн хүрээг хамарсан байхад хүүхдийн нэвтрүүлэгт боловсрол, хүүхэлдэйн кино зонхилж байна.

Мэдээ ба дотоод үйл явдал, улс төр эдийн засаг, чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маягийг харуулсан нэвтрүүлгүүдийг залуучууд, насанд хүрэгсдэд зориулсан байхад малчид тариаланч, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд хандсан нэвтрүүлгүүдэд нийгэм, улс төр, эдийн засгийн агуулга зонхилж байлаа.

Харин нэвтрүүлгийн хэлбэрийн хувьд нийт үзэгчдэд хандсан нэвтрүүлгүүд нь мэдээ, мэдээний хөтөлбөр, телесэтгүүл зэрэг мэдээллийн болон холимог хэлбэрээр, хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгүүд нь тоглоомт шоу, багийн шоу зэрэг шоу/цэнгээн, зохиомж, үлгэр, хүүхэлдэйн кино зэрэг жүжиг уран сайхны хэлбэртэй байсан бол бусад бүлэгт зориулсан нэвтрүүлгүүдийг ихэвчлэн мэдээллийн хэлбэрээр бэлтгэжээ. Хөтөлбөрийн цагийн хуваарийг зорилтот бүлгээр ангилж доорх хүснэгтэд харуулав.

Хүснэгт 8. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн цагийн хуваарь, зорилтот бүлгээр/хувь/

Цаг	Огноо	Хөтөлбөрийн зорилтот бүлэг												
		Нийт үзэгч	11 хүртэлх насны хүүхэд	12-15 насны хүүхэд	16-18 насны хүүхэд	Хүүдийн насны холимог бүлэг	Залуучууд, насанд хүрэгсэд	Үндэстэн, ястан	Хэлний бүлэг	Шашны бүлэг	Малчид, тариаланчид	Ажил мэргэжлийн бүлэг	Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд	Орон нутгийнхан
07:00-13:59 (9 хувь)*	4-р сар	79,4	4,3		0,4	5,7	8,1	0,5			0,0	0,8	0,7	
	8-р сар	85,3	3,8	1,7	1,4	1,5	5,4							0,7
	11-р сар	78,8	1,5	1,5	1,7	6,8	7,6		1,2	0,6				0,3
14:00-17:59 (9 хувь)*	4-р сар	72,5	4,2		6,4	2,7	11,4	1,2				1,6		
	8-р сар	84,8	3,3	1,5	1,6	3,0	4,6							1,2
	11-р сар	89,8	3,5			1,4	3,8	0,9						0,6
18:00-19:59 (33 хувь)*	4-р сар	59,6	6,7	4,6	0,6	8,7	18,5			1,2				
	8-р сар	65,7	4,6	7,5	14,5	5,5								2,2
	11-р сар	55,6	3,3	7,1		12,2	12,1			1,2	1,2	1,6		5,8
20:00-21:59 (57 хувь)*	4-р сар	79,8			0,1		18,7		1,4					
	8-р сар	83,4					11,5		2,5					2,5
	11-р сар	89,0					6,8	1,9		1,3				1,1
22:00-23:59 (44 хувь)*	4-р сар	91,5					7,8		0,6					
	8-р сар	99,7					0,1							0,3
	11-р сар	95,3							1,1					3,6
00:00-06:59 (2 хувь)*	4-р сар	91,9					8,1							
	8-р сар	99,0												1,0
	11-р сар	100,0												

* Тухайн цагийн интервалд багтах үзэгчдийн дундаж хувь бөгөөд нийт үндэсний хэмжээний үзүүлэлт болно.

Тодорхой бүлэгт чиглэсэн нэвтрүүлгүүдийн хүртээмжийг олон нийтийн санал асуулгын судалгааны дүнд үндэслэн тооцоход 11 хүртэлх насныхны 48 хүртэлх хувь, 12-16 насныхны 35 хүртэлх хувь, 17-18 насныхны 35 хүртэлх хувь, залуус насанд хүрэгсдийн 57 хүртэлх хувь нь нэвтрүүлгээ хүлээн авч үзэх бололцоотой байв.

Малчид, хөдөө орон нутгийнхны 30 хүртэлх хувь нэвтрүүлгээ хүлээн авч үзэх бололцоотой байна.

Харин нийт хүн амд хүрэх хүртээмжийг тооцвол нийгмийн цөөнх болох үндэстэн ястан, шашны бүлэг, орон нутгийнханд зориулсан нэвтрүүлгийг хүн амын 9 хүртэлх хувь, хэлний бүлэгт зориулсан нэвтрүүлгийг 57 хүртэлх хувь, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд болон тодорхой ажил мэргэжлийн бүлэгт зориулсан нэвтрүүлгийг 33 хүртэлх хувь, хүүхэд залууст зориулсан нэвтрүүлгийг 33 хүртэлх хувь хүлээн авч үзэх бололцоотой байдаг аж.

2.5 Нэвтрүүлгийн үйлдвэрлэлийн бүтэц (гарал үүсэл)

Нэвтрүүлгийн гарал үүсэл буюу үйлдвэрлэлийн бүтэц нь хөтөлбөрийн ангиллын системд чухал байр суурь эзлэх бөгөөд тус хэмжүүрээр нэвтрүүлгийг санаачлан бүтээгчид болон нэвтрүүлэг бүтээхэд зарцуулсан хөрөнгийн эх үүсвэрийг мэдэж болно.

Хүснэгт 9. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц

Нэвтрүүлгийг бүтээсэн эзэн, хэлбэр болон санхүүжилт	Эфирийн нийт цагт эзлэх хувь					
	4-р сар		8-р сар		11-р сар	
1. ӨӨРИЙН БҮТЭЭЛ	55.1		30.8		47.8	
1.1 Ивээн тэтгэлгээр хийсэн		7.7		3.1		18.8
1.2 Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн		19.9		1.3		16.6
1.3 Тодорхойгүй		27.5		26.4		12.4
2. БИЕ ДААСАН УРАН БҮТЭЭЛ /СТУДИ/	42.0		58.1		51.0	
2.1 Ивээн тэтгэлгээр худалдаж авсан		0.9		14.1		31.2
2.2 Өөрийн хөрөнгөөр худалдаж авсан		11.6		19.0		17.6
2.3 Худалдаж аваагүй				11.7		
2.4 Тодорхойгүй		29.5		13.3		2.2
3. ХАМТАРСАН БҮТЭЭЛ	1.8		1.1		0.1	
3.1 Төлбөрт буюу захиалгат		0.6		0.1		
3.2 Ивээн тэтгэлгээр хийсэн		0.9				0.1
3.3 Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн						
3.4 Тодорхойгүй		0.3		0.9		
4. СОЛИЛЦООНЫ БҮТЭЭЛ			1.0	1.0		
5. ТОДОРХОЙГҮЙ			8.5	8.5		
6. ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА	1.1	1.1	0.6	0.6	1.0	1.0
Нийт	100.0		100.0		100.0	

ОНТ нь “ММ-Агентлаг”, нэвтрүүлгийн 7 редакц, 9 студийн бүтэцтэйгээр ажиллаж байгаа бөгөөд “ММ-Агентлаг”, “редакциуд” нь ОНТ-ийн өөрийн үндсэн бүрэлдэхүүн хэсэгт орж, харин “Студиуд” нь бие даасан үйл ажиллагаатай бөгөөд бэлтгэсэн нэвтрүүлгээ ОНТ-д борлуулдаг аж.

“ММ-Агентлаг”, редакциуд ихэвчлэн мэдээ, мэдээллийн, хүүхдийн, танин мэдэхүйн хөтөлбөр бэлтгэж, харин зугаа цэнгээн, хөгжим, спорт, аялал жуулчлал, амьдралын хэв маягийн нэвтрүүлгүүдийг бие даасан студиудээс худалдаж авдаг байна.

ОНТ-ийн өөрийн бэлтгэсэн нэвтрүүлгийн хувийн жин мониторингийн хугацаанд тогтмол буурсан үзүүлэлттэй байгаа бол бие даасан студиудээс худалдан авдаг нэвтрүүлгүүд бага зэргийн хэлбэлзэлтэй байна.

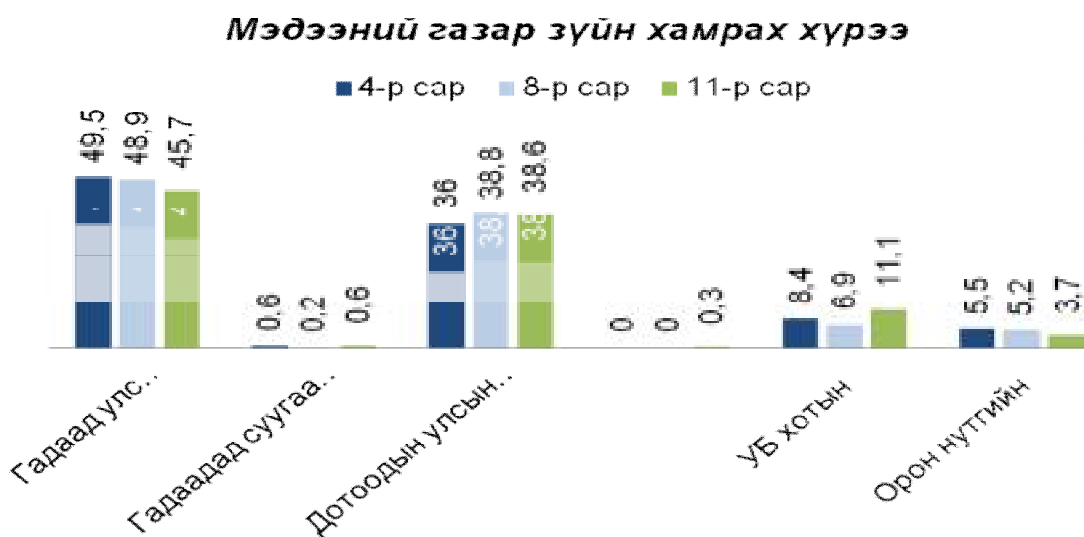
2.6 Бүлгийн дүгнэлт

- ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцэд хөгжөөн цэнгээх нэвтрүүлэг илт давамгайлж, оргил цагт төвлөрөх сөрөг хандлага ажиглагдаж байна.

- ОНТ-ийн хувьд үзэгчдийн оргил цагт буюу үдшийн 20 – 22 цагийн хооронд мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлэг дийлэнх хувийг эзэлж, танин мэдүүлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд оргил цагийн өмнө буюу 18 – 20 цагийн хооронд илүү төвлөрсөн эерэг үзүүлэлттэй байна.
- Арилжааны болон далд сурталчилгаа хэдийгээр бага хувьтай байгаа ч ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн салшгүй хэсэг хэвээр байна.
- ОНТ-ийн хөтөлбөрт нэвтрүүлгийн олон хэлбэрийн зохистой харьцааг одоогоор хадгалж чадаж байгаа боловч уран сайхны, цэнгээнт нэвтрүүлэг давамгайлах хандлага гарч болзошгүй байна. Мэдээллийн болон цэнгээнт, уран сайхны хэлбэрийн нэвтрүүлгийн хэмжээ бараг тэнцүү байгааг хөтөлбөрийн бодлогын түвшинд анхаарч, уран сайхны бус хэлбэрээр бэлтгэсэн нэвтрүүлгийн хэмжээг цаашид багасгахгүй байх нь зүйтэй. Цэнгээнт шоу хэлбэрийн нэвтрүүлэг хэдийгээр илүү олон хүнд хүрдэг ч, асуудлын ач холбогдлыг багасгаж, олон нийтэд өнгөц ойлголт төлөвшүүлдэг хэмээн судлаачид үздэг.
- Нэвтрүүлгийн агуулгын хувьд шашин, эрүүл мэнд, хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдвээр бэлтгэдэг бие даасан нэвтрүүлгүүд доогуур хувьтай байсан. Түүнчлэн хүнсний аюулгүй байдал, тусгаар тогтнол, хууль бус лиценз олголт, хүний наймаа, инфляци зэрэг нийгмийн тулгамдсан олон асуудалд хүрч, хөндөж байгаа ч тэдгээрийг ул суурьтай судалж, шинжилж, тэдгээрээс ангижрах арга замыг заасан нэвтрүүлэг цөөн байна. Авлига, ядуурал, ажилгүйдэл, жендер зэрэг суурь асуудлаарх нэвтрүүлэг тохиолдлын чанартай байна.
- Нийгмийн цөөнх болох үндэстэн ястан, шашны бүлэг ба тусгай бүлгүүдэд зориулсан ОНТ-ийн нэвтрүүлгүүд төслийн хугацаан тогтвортой яваагүйн улмаас эфирийн цагт эзлэх дундаж хэмжээ нь бага гарлаа.
- Нийт нэвтрүүлгийн тал орчим хувийг л өөрсдийн хүчээр хийж байгаа ч тэдгээрийг цэвэр өөрийн хөрөнгөөр босгож чадахгүй байна. Өөрөөр хэлбэл нэвтрүүлгийн хараат бус байдал санхүүгийн хувьд баталгаатай биш байна.
- Хамтарсан болон солилцооны уран бүтээл тун бага хувийг эзэлж байсан. Мониторингийн хугацаанд ОНТ-ийн хөтөлбөрт ивээн тэтгэлгээр хийсэн болон худалдан авсан уран бүтээлийн эзлэх хувийн жин нэлээд өссөн үзүүлэлттэй байна. Түүнчлэн хэний хөрөнгөөр хийсэн нь тодорхойгүй уран бүтээлүүд ч их байлаа. Ихэнхдээ ивээн тэтгэлэгт, захиалгат нэвтрүүлгийг бизнесийн болон төр засгийн байгууллагуудын санхүүжилтээр хийж байна.

Нэгж мэдээллийн хөтөлбөрийн тэн хагасыг гадаад мэдээ, мөн тэн хагасыг дотоод мэдээ эзэлж байна. Нарийвчилбал, ойролцоогоор мэдээний 48 хувийг дэлхий дахины, 38 орчим хувийг дотоодын улсын хэмжээний мэдээлэл, 0.1 хувийг Монголд суугаа гадны иргэдийн, 11 хувийг Улаанбаатар хотын, 5 орчим хувийг орон нутгийн чанартай мэдээ бүрдүүлж байсан. Мониторингийн явцад гадаад мэдээ болон орон нутгийн мэдээллийн хувийн жин бага багаар буурснаас гадна 11 сар буюу зөвхөн сүүлийн мониторингоор Монголд суугаа гадны иргэдийн тухай мэдээлэл бүртгэгджээ.

График 1.*



* Хувиар

Нэгж мэдээний дундаж хугацаа 1 минут 30 секунд үргэлжлэх бөгөөд гадаад мэдээний үргэлжлэх хугацаа дунджаар 54 секунд бол дотоод мэдээнийх 125 секунд байна. Үүнээс үзвэл дотоод, гадаад мэдээний давтамж ойролцоо байгаа ч дотоод мэдээ нь хугацааны хувьд 2.5 дахин урт байна. Олон улсын жишгээр телевизийн нэг мэдээ дунджаар 30-60 секунд үргэлжилдэгтэй харьцуулбал ОНТ-ийн нэгж мэдээ нэлээд урт, өөрөөр хэлбэл нэг мэдээллийн хөтөлбөрт багтах мэдээний тоо харьцангуй цөөн, улмаар мэдээллийн багтаамж сул байх хандлага ажиглагдаж байна.

Хүснэгт 11. Мэдээний давтамж, газар зүйн хамрах хүрээ мэдээллийн хөтөлбөрийн байршлаар

Цагийн байршил	Дундаж хугацаа /минут /	Нэгж мэдээний хөтөлбөрийн агуулж буй мэдээллийн дундаж тоо								
		4-р сар			8-р сар			11-р сар		
		Дотоод мэдээ	Гадаад мэдээ	Нийт	Дотоод мэдээ	Гадаад мэдээ	Нийт	Дотоод мэдээ	Гадаад мэдээ	Нийт
11 цаг	11	5	6	11	4	6	10	5	5	10
13 цаг	10	4	6	10	4	5	8	4	5	9
15 цаг	10	4	6	9	4	5	9	4	7	11
18 цаг	20	6	6	13	6	6	12	6	6	12
20 цаг	42	13	5	18	14	7	21	12	5	17
23 цаг	10	4	6	10	3	5	9	4	5	9

“Цагийн хүрд” болон “7 хоногийн тойм” хөтөлбөрийн үргэлжлэх хугацаа бусад мэдээний хөтөлбөрөөс даруй 4 дахин урт бол мэдээллийнх нь багтаамж 2 дахин илүү байна.

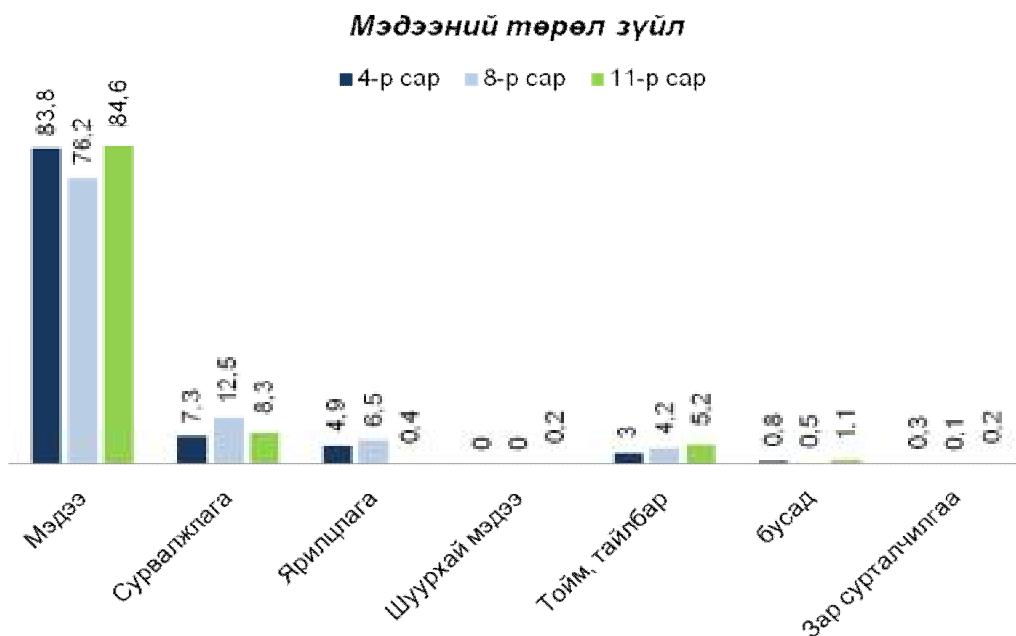
ОНТ-ийн өглөө (11:00), өдөр (13:00), үд (15:00), үдшийн мэдээ (23:00), мэдээллийн хөтөлбөрүүдээр гадаад мэдээ давамгайлж байгаа бол орой 18:00 цагийн мэдээнд тэнцвэртэй, 20:00 цагийн мэдээнд дотоод мэдээ давамгайлж байна.

3.1.2 Мэдээний төрөл зүйл

Сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл зүйлийн хувьд мэдээ дийлэнх хувийг эзэлж, сурвалжлага, ярилцлага, тойм тайлбар зэрэг нь мэдээнээс эрс бага байна. Шуурхай /урьдчилж бэлтгээгүй, шууд эфирт ордог, тухайлбал гамшиг, гэнэтийн аюул ослын талаарх/ мэдээ 11 сард 0.2 хувьтай байгаа бол бусад төрлийнх нь бараг 2 - 5 дахин илүү б байна.

Хэрэв мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийг цаг агаарын мэдээгээр зааглаж үзвэл, цаг агаарын мэдээний өмнө буюу мэдээний хөтөлбөр дундуур нийгмийн шинжтэй зар сурталчилгаа явсан тохиолдол дунджаар 0.2 хувьтай байна.

График 2. *



* Хувиар

3.1.3 Мэдээний сэдэв, асуудал

Мэдээний сэдвийн дийлэнхийг улс төр, хүрээлэн буй орчин, эдийн засаг, олон улсын үйл явц ба чиг хандлага, нийгмийн асуудал бүрдүүлж байна. Харин давтамжийн хувьд олон улсын үйл явдал ба чиг хандалга, улс төр, хүрээлэн буй орчин, гэмт хэрэг, шударга ёсны сэдэв өндөр хувийг эзэлж байв.

Хүрээлэн буй орчны сэдэвт цаг агаарын мэдээг хамруулсантай холбоотой мэдээллийн давтамж хэмжээ өндөр гарсан бөгөөд түүний дараа агаарын бохирдол, байгалийн гамшиг, ургамал амьтны талаарх мэдээ оржээ.

Улс төрийн сэдвийн хүрээнд 4 сард УИХ-ын талаарх мэдээлэл илүү давамгайлах хандлагатай байсан бол түүнээс хойш засгийн газар, ерөнхийлөгчийн үйл ажиллагааны тухай мэдээлэл илт дээгүүр гарсан. Хууль тогтоох, гүйцэтгэх засаглалтай харьцуулахад шүүх засаглалын үйл ажиллагаатай холбоотой мэдээлэл үлэмж бага цацагдаж байна. Мөн парламентад цөөн суудалтай намуудын тухай бага, суудалгүй намуудын тухай мэдээлэл гарсангүй.

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

1	Мэдээний сэдэв	Мэдээний эфрийн нийт цагт эзлэх хувь			Нийт мэдээний тоонд эзлэх хувь		
		4-р сар	8-р сар	11-р сар	4-р сар	8-р сар	11-р сар
1	Хүрээлэн буй орчин	10.8	14.6	13,6	9.9	13.6	14,4
2	Улс төр	21.9	15.5	23,2	17.0	11.4	15,4
3	Эдийн засаг	10.1	20.6	11,5	7.2	12.2	7,6
4	Боловсрол	5.7	5.2	4,6	4.1	3.8	4,1
5	Эрүүл мэнд, анагаах ухаан	3.8	3.2	6,6	3.0	2.6	5,0
6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	4.7	2.3	5,6	6.0	2.3	7,0
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	19.8	16.5	10,3	33.4	36.9	23,9
8	Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спорт	2.6	3.4	3,6	3.3	2.5	3,4
9	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн	4.7	6.4	4,5	3.2	4.8	4,4
10	Хүний сонирхол	0.2	0.6	0,4	0.5	0.5	0,4
11	Шинжлэх ухаан, технологи	2.1	1.1	2,0	1.4	0.9	2,2
12	Нийгмийн асуудал	11.5	8.6	9,4	8.6	5.5	6,3
13	Зар сурталчилгаа	0.7	0.2	0,2	1.0	0.7	0,2
14	Бусад холимог	1.5	1.7	4,5	1.3	2.3	5,6
Нийт		100.0	100.0	100,0	100.0	100.0	100,0

Мониторингийн эхэн үед нийгмийн асуудлаар хүүхдийн хөдөлмөр, бэлгийн дарамт зэрэг эмзэг сэдвүүд харьцангуй илүү хөндөгдөж дэд бүтэц, харилцаа холбоо, ажил эрхлэлт, хөгжлийн асуудлууд, аваар осол, шашин гүн ухааны сэдэв удаалж байсан бол мониторингийн сүүлд эсрэг дүр зураг гарч байна.

Эдийн засгийн сэдэвт 4 сард эрчим хүч, барилга зэрэг аж үйлдвэр, газар тариалан, мал аж ахуй зэрэг хөдөө аж ахуйн сэдэв давамгайлж байсан бол 11 сард төсөв, мөнгөний бодлого, уул уурхайн асуудал давамгайлах хандлага ажиглагдав. Уул уурхайн сэдэвт голдуу “Оюу толгой”, “Таван толгой” зэрэг томоохон уурхайн төсөл, хуулийн хэлэлцүүлэг, гар аргаар алт олборлогчид, уурхайчдын ажил хаялтын тухай зэрэг мэдээлэл илүү гарч байсан бол бусад олборлогчдын тухай мэдээлэл тун бага хувьтай байсан.

Авилгал хээл хахууль, ядуурал зэрэг монголын нийгмийн тулгамдсан асуудлын талаарх мэдээлэл тун дульмаг байна. Тухайлбал, ОНТ-ийн тогтмол мэдээллийн хөтөлбөрөөр Орос, Бразил, Япон, Англи зэрэг гадны орнуудад гарч буй авлигын хэргийг дотоодын авлигатай холбоотой мэдээллээс илүү давтамжтай цацаж байна. Мониторингийн хугацаанд “САПУ шүүгчид авлига өгөхийг завдав”, “Авлигатай тэмцэх хөтөлбөрийн тухай”, “АТГ-ын дарга авлигатай холбоотой 90 гаруй хэргийг шүүхэд шилжүүлэх гэж байсан тухай Ша.Батбаярын мэдээлэл” зэрэг цөөн хэдэн сэдэв гарчээ. Эрүүл мэнд, анагаах ухаан, чөлөөт цаг сонирхол, амьдралын хэв маягийн сэдвүүд 4-р сараас хойш нэмэгдэх хандлагатай байна.

Хүснэгт 13. ОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээний хөтөлбөр, түүний газар зүйн хамрах хүрээ, сэдэв.

1	Мэдээний сэдэв	Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ														
		Гадаад улс орон, дэлхий дахины			Гадаадад суугаа монголчуудын			Дотоодын улсын хэмжээний мэдээлэл			УБ хотын			Орон нутгийн		
		4 сар	8 сар	11 сар	4 сар	8 сар	11 сар	4 сар	8 сар	11 сар	4 сар	8 сар	11 сар	4 сар	8 сар	11 сар
1	Хүрээлэн буй орчин	2	3	8			20	20	28	23	11	7	18	12	14	14
2	Улс төр	13	8	14				25	15	22	6	22	10	16	2	3
3	Эдийн засаг	3.	1	3	17		20	10	24	15	10	7	2	18	34	14
4	Боловсрол	0.7		0,3				5	5	7	11	17	10	16	11	7
5	Эрүүл мэнд, анагаах ухаан	0.7	1.	2				5	4	7	10.	2	9	2	11	17
6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	6	3	9	50			7	1	5	1	8	6			10
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	67	73	54		50	20	0.3	2	0,3		3				
8	Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спорт	2	3	2		50		4	2	4	4	5	7	8		7
9	Хэвлэл мэдээлэл ба цэнгээн	0.7	4	3	17			5	4	4	8	7	14	4	16	7
10	Хүний сонирхол	1.	.5	0,3					.6	0,7						
11	Шинжлэх ухаан, технологи	0.7	1	2			20	2	.9	3	4		2			
12	Нийгмийн асуудал	2	2	2	16.7		20	11	6	8	33	20	17	16	11	17
13	Зар сурталчилгаа	0.2						1.2	1.5			2	2	8		
14	Бусад холимог			,8				3	6	2			2	2		3

* 11 сард монголд суугаа гадны иргэдэд хамаатай асуудлаар мэдээллэсэн бөгөөд энэ нь гэмт хэрэг шударга ёстой холбоотой сэдэв байв. Харин 4, 8-р саруудад мэдээлэл гараагүй юм.

Хүрээлэн буй орчны сэдэв аль ч хүрээний хувьд тэргүүлж байгаа бол улс төр, эдийн засаг улсын хэмжээнд, боловсрол улаанбаатарт, нийгмийн сэдэв орон нутагт удаалж байна.

Гадаад орон дэлхий дахины мэдээлэлд олон улсын үйл явдал, чиг хандлагаас гадна, дайн терроризм, гэнэтийн аюул гамшиг, өвчин зовлонгийн тухай мэдээлэл зонхилох хувийг эзэлж байгаа бол “Монгол улс Иракт энхийг сахиулах цэрэг илгээж байна”, “Японы Сумогийн Холбооноос Их аварга Давагдоржийг эх орондоо амрах зөвшөөрөл өгөв” зэрэг Монголын болон монголчуудын тухай олон улсын мэдээлэл бага хэмжээгээр гарч байлаа.

3.1.4 Мэдээний эх сурвалжийн тэнцвэрт байдал

ОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрөөр нэвтрүүлж буй нэгж мэдээний эх сурвалжийн тоо дунджаар хоёр байна. Эх сурвалжгүй эсвэл нэг эх сурвалжтай мэдээний тоо харьцангуй олон байгаа ба үүнийг 3 ба түүнээс дээш эх сурвалжтай мэдээтэй харьцуулбал хоёр дахин их байна.

График 3.



* Гадаад мэдээний эх сурвалжийг тоолоогүй болно.

Мэдээллийн тэнцвэрт байдлыг зөвхөн ашигласан эх сурвалжийн тоо харуулахгүй бөгөөд олон эх сурвалжтай мэдээний эх сурвалжийн төлөөллийг харьцуулан авч үзэх нь зүйтэй байдаг.

Хүснэгт 14. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, төлөөлөл_хувиар

Эх сурвалжийн тоо	Огноо	Мэдээний эх сурвалжийн төлөөлөл												
		Албан ёсны	Нам	Бизнесийн б үлэг	Иргэний холбоо, хөдөлгөөн	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага	Бусад нийгмийн байгууллагын төлөөлөгч /эмч, багш, цэрэг гм/	Иргэн	Бичгийн эх сурвалж	Гадаад эх сурвалж	Бусад	Тодорхойгүй	Нийт	
1 эх сурвалжтай	4 сар	38	2	9	10	2	30	3	1	2	-	5	100	
	8 сар	48	3	4	2	3	17	3	3	10	6	1	100	
	11 сар	28	3	5	5	2	20	3	26	1	3	2	100	
2 эх сурвалжтай	4 сар	32	1	6	15	3	22	8	3	6	-	4	100	
	8 сар	32	1	3	10	3	24	7	5	14	1	-	100	

3 эх сурвалжтай	11 сар	48	2	5	13	-	18	3	4	5	-	3	100
	4 сар	31	3	3	1	1	33	21	1	6	-	1	100
	8 сар	22	1	8	13	7	30	5	2	12	-	-	100
	11 сар	48	-	6	4	1	21	15	4	2	-	-	100
4 эх сурвалжтай	4 сар	28	1	15	7	-	31	12	1	-	-	4	100
	8 сар	33	-	14	2	-	20	21	2	4	3	-	100
	11 сар	31	-	6	-	-	28	17	8	9	-	-	100
5-аас дээш	4 сар	32	7	2	4	1	20	23	5	5	-	1	100
	8 сар	33	-	6	6	1	11	36	4	3	1	-	100
	11 сар	35	-	5	6	2	9	41	2	-	-	-	100
Нийт	4 сар	31	3	6	8	1	25	13	2	4	5	3	100
	8 сар	38	1	6	6	3	19	12	3	9	2	0	100
	11 сар	38	1	5	6	1	16	17	11	2	1	1	100

Мониторингийн үр дүнгээс үзэхэд Ерөнхийлөгч, Засгийн газар, УИХ, Нийслэлийн болон орон нутгийн бусад төрийн байгууллагууд, шүүх байгууллагууд зэрэг албан ёсны эх сурвалж давамгайлж, түүн дотроо Засгийн газар, УИХ-ын төлөөлөл манлайлж байсан. Албан ёсны эх сурвалжийн дараагаар эмч, багш, иргэн зэрэг нийгмийн бусад төлөөлөгч орж байв.

Мөн улс төрийн намаас илүүтэйгээр иргэний холбоо, хөдөлгөөн эх сурвалж болж байсан нь сонирхолтой үзүүлэлт байлаа.

3.1.5 Дүрстэй болон дүрсгүй эх сурвалж

Эх сурвалжийн үнэмлэхүй хэсэг дүрстэй байгаа бөгөөд дүрсгүй эх сурвалжийн тоо 2 дахин буурсан эерэг үзүүлэлтүүд мониторингийн явцад харагдлаа. Дүрсгүй эх сурвалжид гол төлөв хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд, зарим албаны эх сурвалж, бизнесийн бүлэг зэрэг хамарч байв.

График 4.

Дүрстэй, дүрсгүй эх сурвалж



3.1.6 Нэрлэсэн, нэрлээгүй, тодорхойгүй эх сурвалж

Эх сурвалжийг тодорхой, нэр устай хэлснээр тухайн мэдээллийн бодит чанар өөрөө нэмэгддэг. Энэ утгаар дийлэнх тохолдолд аман эх сурвалжийг ОНТ ашиглаж байгаа боловч бичиг баримт болон аль нэг намыг эх сурвалж болгон авахдаа нэрлэхгүй байх нь харьцангуй илүү ажиглагдлаа. Харин энэ хугацаанд нэрлээгүй болон тодорхойгүй эх сурвалжийн тоо буураагүй байна.

График 5.

Нэрлэсэн, нэрлээгүй, тодорхойгүй эх сурвалж



3.2 Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаа

Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаанд ОНТ-ээс оргил цаг ба түүний ойролцоо (19:00-22:30) нэвтрүүлсэн мэдээнээс бусад мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийг хамруулсан бөгөөд эдгээрийг хүртээмжийнх нь хувьд харьцуулан шинжлэхийг зорилоо. Учир нь эдгээр нэвтрүүлгүүд зөвхөн мэдээлэх бус тодорхой тулгамдсан асуудал, үйл явдалд олон нийтийн анхаарлыг илүү хандуулах, төвлөрүүлэх, улмаар хэлэлцэгдэж буй асуудлаар гүнзгий ойлголт өгөх, түүнийг зөв шийдэхэд нөлөөлөх боломж олгодог гэж үздэг.

Мониторингийн хугацаанд “Би Монгол хүн”, “Нээлттэй засаг”, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг”, “Олон нийтийн цаг”, “Сүлд хөтөлбөр”, “Та хариулахгүй ч байсан болно” зэрэг давхардсан тоогоор нийт 22 нэвтрүүлэг гарснаас 18-д нь агуулгын судалгаа хийсэн.

Хүснэгт 15. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт нэвтрүүлгийн тоо

Агуулга	Огноо			Нийт
	4-р сар	8-р сар	11-р сар	
Оргил цаг ба түүний ойролцоо гарсан мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн тоо	9	7	6	22
Агуулгын судалгаа хийсэн нэвтрүүлгийн тоо	6	6	6	18

ОНТ-ийн оргил цагийн нэвтрүүлгүүд дунджаар 12-60 минут үргэжилдэг бөгөөд тэдгээр нь эдийн засаг, нийгмийн асуудлын сэдэвт илүү төвлөрчээ.

Хүснэгт 16. Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн сэдэв

1	Агуулга	Эфирийн цаг (Минут)	Эфирийн цаг (Хувь)
1	Хүрээлэн буй орчин	14,0	3,2
2	Улс төр	8,3	1,9
3	Эдийн засаг	118,0	27,4
4	Боловсрол	6,0	1,4
5	Эрүүл мэнд	74,7	17,3

6	Гэмт хэрэг, шударга ёс	9,6	2,2
7	Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага	86,3	20,0
8	Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл	33,5	7,8
9	Хүний сонирхол, шар мэдээ	7,9	1,8
10	Нийгмийн асуудал	73,0	16,9
Нийт		431,4	100,0

Тухайлбал, “Нээлттэй засаг” нэвтрүүлгээр засгийн газрын үйл ажиллагааны “Эрүүл монгол хүн” хөтөлбөр; төрийн байгууллагуудын хүнд суртал; Улаанбаатар хотын гэмт хэргийн нөхцөл байдал; төмөр замын хүндрэл, түүнийг шийдэх арга зам, “Би монгол хүн” нэвтрүүлгээр биеээ үнэлэгчид болон гэр бүл төлөвлөлт; Оюу толгой, Таван толгойн хөрөнгө оруулалт, тогтвортой байдлын гэрээ, Монгол улсын тусгаар тогтнол, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг” нэвтрүүлгээр эмэгтэйчүүдийн эрх, үнийн өсөлт, инфляци, эмч нарын авлигын асуудал; архивалт, түүний үр дагавар, салах арга зам зэрэг асуудлыг тус тус хөндсөн байна. Эдгээр нэвтрүүлгийн дийлэнхийг мэргэжилтэн болон энгийн иргэд, албаны хүмүүсийн байр суурийг харуулсан хэлэлцүүлгийн хэлбэрээр бэлтгэжээ.

Хүснэгт 17. Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн төрөл зүйл

¹	Нэвтрүүлгийн нэр	Тоо	Төрөл зүйл
1	“Би Монгол хүн”	3	Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн
2	“Олон нийтийн цаг”	5	Шууд микрофон
3	“Нээлттэй засаг”	3	Телесэтгүүл
4	“Нээлттэй хэлэлцүүлэг”	4	Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн
5	“Сүлд хөтөлбөр”	2	Телесэтгүүл
6	“Та хариулахгүй ч байсан болно”	1	Ярилцлага
Ерөнхий дундаж		18	

Мониторингийн туршид оргил цагаар нэвтэрсэн мэдээллийн чанартай нийт 18 нэвтрүүлгийн төрөл зүйл хязгаарлагдмал бөгөөд эдгээрт хэлэлцүүлэг, мэтгэлцээн давамгайлж байна. Тухайлбал, хэлэлцүүлэг мэтгэлцээн 39, шууд микрофон /хүмүүсийн санал бодлыг шууд нэвтрүүлэх хэлбэр/ ба телесэтгүүл тус бүр 28, ярилцлага 5 хувьтай байна.

Эдгээр нь олон талын байр суурь, хувь хүмүүсийн үзэл бодлыг үзэгчдэд элдэв тайлбаргүйгээр хүргэх сайн талтай ч уг хэлэлцүүлэг мэтгэлцээнийг мэргэжлийн түвшинд аль аль талын байр суурийг тэнцвэржүүлж удирдан чиглүүлж чадаагүй нөхцөлд сөрөг үр дагавар давамгайлж болзошгүй байдаг гарна. Нэвтрүүлгийн явцад тухайлбал сэтгүүлч зарим оролцогч руу илт дайрах, түүнийг үгүйсгэх, эсвэл эх сурвалжийн өмнөөс тайлбар хийх зэрэг мэргэжлийн бус хандлага ажиглагдаж байсан.

ОНТ-ийн оргил цагийн ойролцоо гарсан эдгээр мэдээллийн чанартай цөөн нэвтрүүлгийн 48 хувьд баримт, 52 /баримт үзэл бодлыг зааглаагүй, холилдсон, зааг хязгаар нь тодорхойгүй/ хувьд нь сэтгүүлчийн үзэл бодол давамгайлжээ.

Мөн “Нээлттэй засаг” нэвтрүүлгийн 23 хувьд, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг” нэвтрүүлгийн 14 хувьд далд сурталчилгаа илт ажиглагдсан.

Хэлэлцүүлэг мэтгэлцээн болон шууд микрофоны эх сурвалжийн дундаж тоо 11, телесэтгүүл болон ярилцлагын эх сурвалжийн дундаж тоо 4.5-тай байна. Эх сурвалжийг төлөөллөөр нь авж үзвэл иргэд 56 хувь, бусад нийгмийн байгууллага ба түүний төлөөлөгчид 15 хувь, засгийн газар 13 хувь, иргэний холбоо ба хөдөлгөөнөөс нийт эх сурвалжийн 8 хувийг бүрдүүлж байгаа нь мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн хэлбэр, төрөл зүйлээс шууд хамааралтай юм.

3.3 Бүлгийн дүгнэлт

А. Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн хувьд:

- ОНТ нь гадаад болон дотоод мэдээний давтамжид адил ач холбогдол өгч буй боловч тухайн хөтөлбөрийн нэгж мэдээний үргэлжлэх хугацааны хувьд дотоод мэдээ илүү урт байна. Олон улсын жишгээр телевизийн нэг мэдээ дунджаар 30-60 секунд үргэлжилдэг бол ОНТ-ийн дотоодын нэг мэдээ дунджаар 125 секунд үргэлжилж байв. Өөрөөр хэлбэл нэг мэдээллийн хөтөлбөрт багтах мэдээний тоо харьцангуй цөөн, улмаар мэдээллийн багтаамж сул байх хандлага ажиглагдаж байна.
- Нийслэлээс алслагдсан хөдөө, орон нутгийн хүн ам, гадаадад суугаа монголчуудад хамаатай мэдээлэл болон Монголд суугаа гадны иргэдийн тухай мэдээллийн давтамж, хугацаа бага байна. Ялангуяа Монгол улсын хүн амын талаас илүү хувь нь нийслэлээс алслагдмал газар амьдарч байхад нийт мэдээллийн 5 хувь нь л бусад аймаг, орон нутгийн асуудлыг хөндөж буй нь нийт иргэдэд адил тэгш үйлчлэх ОНТ-ийн үүрэг зорилготой харшилж байна.
- Товч мэдээнээс бусад мэдээллийн төрөл зүйл болох сурвалжлага, ярилцлага, тойм тайлбар зэргийг бага ашиглаж байгаа нь хөтөлбөрийг нэгэн хэвийн, хэлбэрийн хувьд сонирхолгүй болгож байна.
- Мэдээний хөтөлбөрийн эхлэл, төгсгөлийг нарийн зааглах шаардлагатай байна. Ингэснээр ОНТ мэдээний хөтөлбөр дундуур нийгмийн чанартай зар сурталчилгаа явуулж байна гэсэн шүүмжлэлийг эцэс болгоно.
- Улс төр, эдийн засаг, олон улсын үйл явц ба чиг хандлага, нийгмийн зэрэг асуудал илт давуу хөндөгдөж байгаа нь сайшаалтай. Гэхдээ тэдгээрийг нарийвчлан задалж, олон нийтэд хамаатуулан авч үзэх нь ховор, ихэнхдээ ерөнхий асуудлын хүрээнд үйл явдал тойрч ярьж байна. Түүнчлэн зарим сэдвийн мэдээлэл үлэмж бага, тухайлбал хууль тогтоох, гүйцэтгэх засаглалтай харьцуулахад шүүх засаглалын үйл ажиллагаатай холбоотой мэдээлэл болон парламентад цөөн суудалтай намуудын тухай бага, суудалгүй намуудын тухай мэдээлэл огт гарсангүй.

- ОНТ-ийн мэдээний хөтөлбөрөөр нэвтрүүлж буй нэгж мэдээний эх сурвалжийн дундаж тоо хоёр байгаа нь эерэг үзүүлэлт боловч, тэдгээр нь төлөөллийн хувьд тухайн мэдээллээ тэнцвэржүүлж чадахгүй байна. Мөн эх сурвалжгүй эсвэл нэг эх сурвалжтай мэдээний тоо харьцангуй олон, тэдгээрт албан ёсны эх сурвалж давамгайлж байна.
- Улс төрийн нам, хүчнүүдээс илүүтэйгээр иргэний холбоо, хөдөлгөөн, тэдний төлөөллийн байр суурь мөн давамгайлж байна.
- Нэгж мэдээний эх сурвалжийн байр суурь, үзэл бодлыг бусад эх сурвалжаар юмуу баримт бичгээр баталгаажуух нь ховор байна. Баримт бичгийн эх сурвалж ашигласан цөөн тохиолдолд ашигласан баримтаа нэрлэхгүй байх явдал түгээмэл байв.

Б. Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн хувьд

- ОНТ-ийн мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгүүдийн эх сурвалжийн тоо болон түүний төлөөлөл харьцангуй сайн үзүүлэлттэй харагдаж байгаа ч хэлэлцүүлэг мэтгэлцээн нь олон хүний оролцоо угаас шаарддаг учир үүнийг мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэг дэхь эх сурвалжийн тэнцвэр хангалттай гэж үзэхэд хэцүү.
- Оргил цагийн үеэр мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлгүүд л зонхилж баримт, дүн шинжилгээтэй хандаж, асуудал хөндсөн цэвэр сэтгүүл зүйн бүтээл нэг ч гарсангүй. Учир нь ардчилсан нийгэмд сэтгүүл зүй, тэр дундаа ОНТ олон ургальч үзлийн талаар мэдээлэхийн зэрэгцээ тэдгээрт мэргэжлийн байр сууринаас хандаж тайлбарласнаар олон нийтийн санаа бодлыг төлөвшүүлэх чухал үүргийг давхар хүлээж байдаг. Энэ утгаар баримт, дүн шинжилгээтэй хандсан, асуудал хөндсөн сэтгүүл зүйн бүтээлүүд ОНТ-ийн нүүр царайг илэрхийлэх учиртай. Харамсалтай нь ийм нэвтрүүлэг оргил цагийн үеэр мониторингийн явцад гарсангүй.

Төслийн хүрээнд явуулсан олон нийтийн санал асуулгын арга зүйг боловсруулахдаа үр дүн нь үндэсний хэмжээнд төлөөлөх чадвартай байхаар тооцоолсон юм. Иймд, судалгааны үр дүнг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн ашиглалтад нөлөөлдөг гол хүчин зүйл болох хүн амын байршлаар голлон харьцуулж бэлтгэлээ.

Судалгаанд хамруулсан хүмүүсийн нас, хүйс, боловсрол, ажил эрхлэлт, гэр бүлийн байдал, орлогын түвшин зэрэг нь улсын дундажтай ойролцоо байсны зэрэгцээ Халх (83 хувь), Үзэмчин (0,1 хувь), Дархад (0,2 хувь), Баяд (0,7 хувь), Дөрвөд (1,2 хувь), Буриад (1,6 хувь), Захчин (8 хувь), Цаатан (0,1 хувь), Урианхай (0,8 хувь), Торгууд (1,2 хувь), Тува (0,1 хувь), Өөлд (0,7 хувь), Хотгойд (0,1 хувь), Казак (0,3 хувь) зэрэг олон ястны төлөөлөл, Бөө мөргөл (3 хувь), Будда (56 хувь), Христ (1,8 хувь), Исламын (0,6 хувь) зэрэг шашний шүтлэгтнүүдийг хамарч чадсан.

Тайлангийн дөрөвдүгээр бүлэгт хүн амын хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн материаллаг хангамж ба түүний ашиглалт, хүртээмж; иргэдийн ОНРТ-ийн талаарх ойлголт, хуулийн талаарх мэдлэг; МҮОНТ-ийн мэдээ, нэвтрүүлгийн хүртээмж, чанарт өгч буй үнэлгээ, хэрэгцээ шаардлага; телевиз үзэгчдийн оргил цаг; МҮОНТ-ийн хураамжийн талаарх олон нийтийн байр суурь зэрэг мэдээллийг тусгалаа.

4.1 Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн материаллаг хангамж ба ашиглалт, хүртээмж

2006 оны Үндэсний статистикийн газрын мэдээллээр 362500 ширхэг зурагт ашиглагдаж байна хэмээн бүртгэгджээ. Түүнчлэн шугамын радио цэг 72000, персонал компьютерын тоо 99606 ширхэг байсан байна. 2003-2006 оны хооронд жилд дунджаар зурагтын тоо 47500 ширхэгээр, персонал компьютерын тоо 16000 ширхэгээр нэмэгдсэн байхад шугамын радио цэгийн тоо 7200-аар буурчээ.

2007 оны 11 сард Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн хийсэн судалгаагаар нийт өрхийн 69 хувь нь буюу 436.425 өрх өнгөт зурагттай, 25,7 хувь нь буюу 162.500 өрх хар цагаан зурагттай (зарим өрхөд өнгөт, хар цагаан аль аль нь байдаг тул шууд нэмж зурагтын тоог гаргах боломжгүй), 12,7 хувь нь буюу 80.328 өрх шугамын радиотой, 27,4 хувь нь буюу 173.305 өрх компьютертай, 4,3 хувь нь буюу 27.198 өрх гэртээ интернэт сүлжээтэй байна гэсэн тоо гарсан юм.

Өрхийн мэдээллийн хэрэгслийн хангамж нь хүн амын газар нутгийн байршлаар харилцан адилгүй байна. Тухайлбал, хөдөөгийн малчид салхин сэнс, бага оворын цахилгаан үүсгүүр ашиглан зурагтаа ажиллуулдаг тул цахилгаан бага зарцуулдаг хар цагаан зурагт, түүнчлэн цахилгааны хомсдолоос шалтгаалан зайгаар ажилладаг зөөврийн радио, кассетны хөгжим зэргийг ихэвчлэн ашигладаг байна.

Хүснэгт 18. Мэдээллийн хэрэгслийн материаллаг хангамж

1	Хэрэгсэл	Өрхийн байршил				Ерөнхий
		Улаанбаатар	Аймгийн төв	Сумын төв	Хөдөө	
1	Машины радио	28,2	25,2	20,1	12,5	22,5
2	Зөөврийн радио	17,6	24,1	15,4	59,0	28,1
3	Шугамын радио	20,3	13,3	6,1	5,1	12,7*
4	Өнгөт зурагт	86,0	85,6	76,6	18,3	68,9
5	Хар цагаан зурагт	14,4	16,3	23,8	54,9	25,7
6	CD тоглуулагч	40,1	44,8	43,5	19,8	37,1
7	VCD тоглуулагч	44,1	44,8	29,9	18,7	36,0
8	DVD тоглуулагч	28,8	27,4	9,8	5,9	19,9
9	MP3, MP4	42,3	25,9	9,3	1,8	23,6
10	IPOD	9,9	8,1	2,3	0,7	6,1
11	Систем хөгжим	46,6	45,6	24,3	9,9	34,1
12	Кассетны хөгжим	37,4	41,1	36,0	42,5	39,1
13	Компьютер	44,6	38,1	12,1	0,7	27,4
14	Интернет сүлжээ	6,8	7,0	1,4	0,0	4,3
15	Кабелийн сүлжээ	31,5	44,8	2,8	0,0	22,4
16	Гэрийн утас	37,2	36,3	18,2	1,5	25,5
17	Гар утас	80,9	83,7	34,6	6,2	56,3
18	Зөөврийн утас	5,9	5,2	2,8	0,7	4,0

* Түүврийн нэгжийг өрхөөр төлөөлүүлэн ойлгоно. Тухайлбал, Монгол улс нийт 632500 өрхтэй бөгөөд тэдгээрийн 12,7 хувь нь буюу 80328 өрх шугамын радиотой байна. 2006 оны статистикийн мэдээллээр 72000 шугамын радио цэг байв.

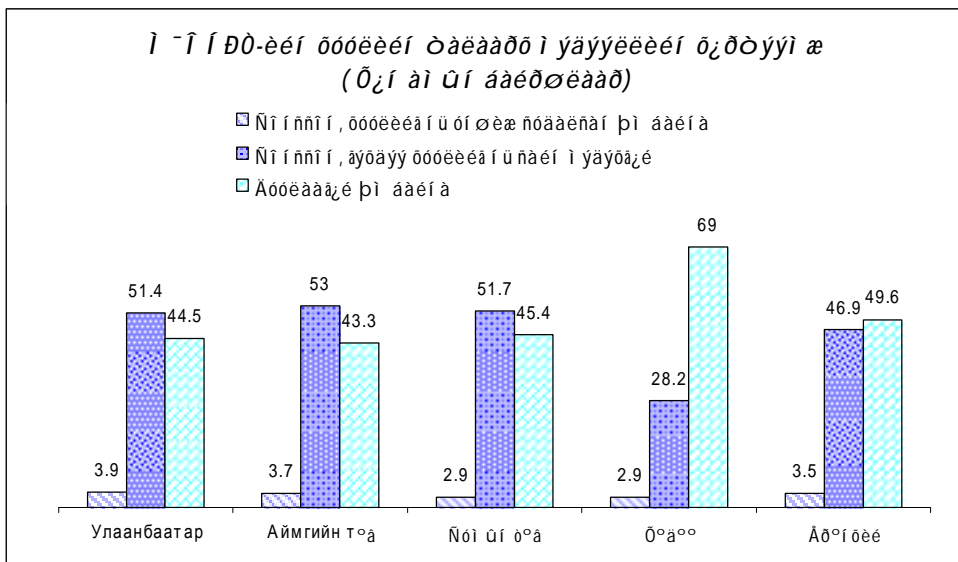
* Түүврийн төлөөллийн алдаа түүврийн хэмжээнээс хамааран ± 3.5 хувьтай хэмээн үзвэл шугамын радиотой өрхийн хэмжээ 58190-ээс 102465-ын хооронд байх ба ийм байх магадлал 100-д 99 тохиолдоно.

Хүн амын мэдээлэл авдаг гол эх сурвалжид нэгдүгээрт телевиз, хоёрдугаарт гэр бүлийн хүмүүс, гуравдугаарт сонин орж байгаа байгаа боловч, хот, хөдөөгийн хооронд нэлээд ялгаатай байна.

хувь), олон нийтийн өмнө нээлттэй, ил тод ажиллах (6 хувь), үндэсний соёл, эрх ашгийг дээдэлдэг байх (2 хувь), олон нийтийн дуу, хоолой байх (2 хувь) зэрэг хариултуудыг өгч байсан. Эдгээр хариултаас үзэхэд иргэд “Хараат бус”, “Олон ургальч” байх ОНРТ-ийн бодлого, үйл ажиллагааны үндсэн зарчмуудыг зөв ойлгодог аж.

МҮОНРТ-ийн хуулийн талаарх мэдээллийн хүртээмжийг судалж үзэхэд нийт хүн амын 3 хувь нь л “ОНРТ-ийн хууль” батлагдсан талаар сонссон бөгөөд хуулийг уншиж танилцсан, 47 хувь нь хууль батлагдан гарсан талаар сонссон ч уншиж танилцаагүй, 50 хувь нь энэ талаар огт мэдээлэлгүй гэжээ.

График 9.

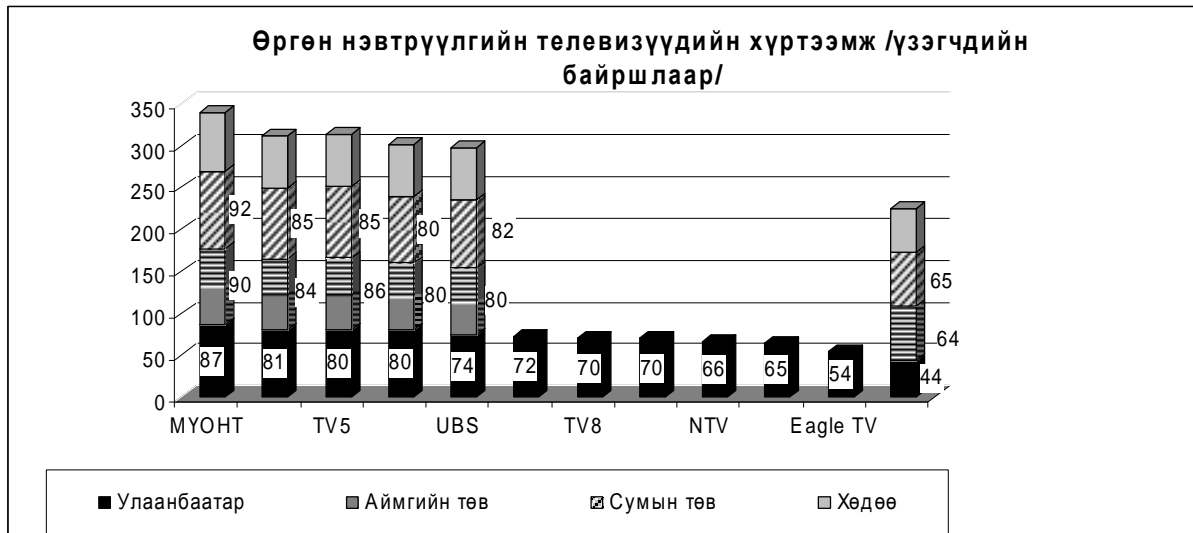


Ялангуяа хөдөө орон нутагт амьдарч буй иргэд, малчдын дийлэнх хувь нь (70 хувь) хууль батлагдаад, мөрдөгдөж буй талаар огт мэдээлэлгүй байна. Хуулийг уншиж судалсан бөгөөд мэдээлэл харьцангуй сайтай иргэд ихэнхдээ боловсролын түвшин өндөр хүмүүс, төрийн албан хаагчид болон тэтгэврийнхэн байв.

4.3 МҮОНТ-ийн хүртээмж ба үзэгчдийн оргил цаг

МҮОНТ-ийн хүртээмжийг үндэсний хэмжээнд бодитоор тооцон гаргахын тулд өргөн нэвтрүүлгийн бусад телевизүүдийг харьцуулан судалсан билээ. Одоогийн байдлаар 6 телевиз үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлгээ цацаж байгаагаас МҮОНТ, Боловсрол суваг телевизүүд өдөр тутам, MN25, TV5, TV9, UBS телевизүүд хоёр хоногт нэг удаа гарч байна.

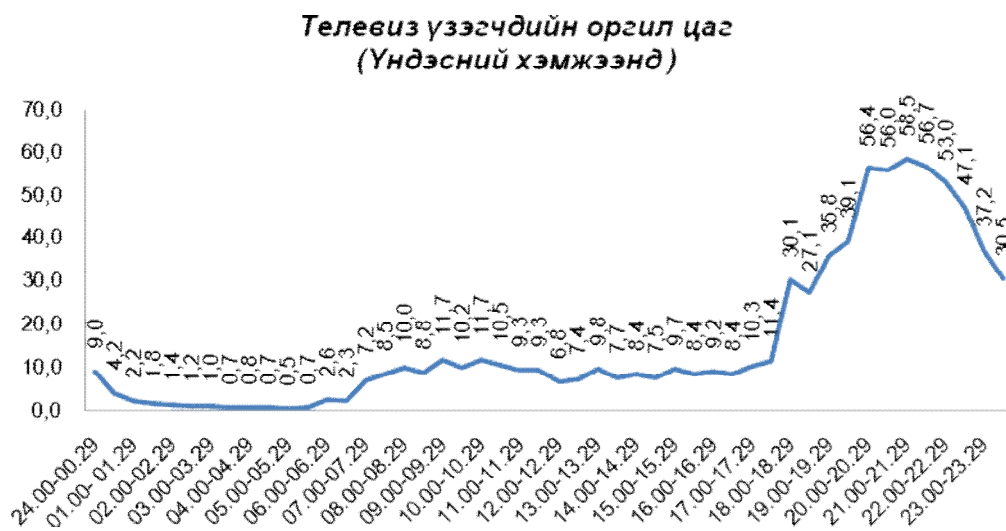
График 11.



Телевизийн хөтөлбөрийн зохистой менежмент хийхэд нөлөөлөх чухал мэдээллийн нэг нь үзэгчдийн оргил цагийн тухай мэдээлэл байдаг. Түүнд үндэслэн хүн амд бүхэлд нь хүргэх эсвэл тодорхой нас, хүйсийнхэнд зориулах, мэдээ, нэвтрүүлгүүдийн цагийн хуваарийг боловсруулдаг.

Үзэгчдийн телевиз үзэх цагийг 30 минутын интервалтайгаар үнэлбэл үндэсний хэмжээнд 21:00-21:30 нь үзэгчдийн оргил цаг бөгөөд энэ хугацаанд нийт хүн амын 59 хүртэлх хувь нь телевиз үздэг.

График 12.



* 30 минутын интервалаар

Телевиз үзэгчдийн оргил цаг нь хот хөдөөгөөр ялгаатай. Улаанбаатарт 21:00-21:30-д хүн амын 61 хүртэлх хувь, аймгийн төвд 22:00-22:30 цагт хүн амын 60 хүртэлх хувь нь телевиз үздэг. Харин сумын төвийн иргэдийн 67 хувь, хөдөөгийн хүн амын 52 хувь нь 20:00-20:30 цагийн хооронд телевиз үздэг аж.

Өөрөөр хэлбэл хот, суурин газрын болон хөдөө орон нутгийн иргэдийн телевиз үздэг оргил цаг бүтэн хоёр цагийн зөрүүтэй байна.

График 13.



Хамгийн олон хүн телевизийн өмнө цуглардаг цагуудыг үндсэндээ 6 бүлэгт хувааж болохоор байна. 20:00-21:59 нь оргил цаг бөгөөд энэ хооронд цагтүндэсний хэмжээнд нийт хүн амын 57 хүртэлх хувь нь телевиз үздэг. Түүний дараа 22:00-23:59 цагийн хооронд нийт хүн амын 44 хүртэлх хувь телевиз үзэх боломжтой. Энэ цаг нь Улаанбаатар, аймгийн төв, сумын төвийн хүн амын хувьд телевиз үзэх илүү боломжтой хоёрдугаар цаг болно. Харин хөдөөгийн хүн амын хувьд энэ нь гуравдугаар цаг бөгөөд хоёрдугаар цаг нь 18.00-19.59 байлаа. 18.00-19.59 цагийн хооронд нийт хүн амын 33 хувь, хөдөөгийн хүн амын 29 хувь телевиз үзэх боломжтой байдаг.

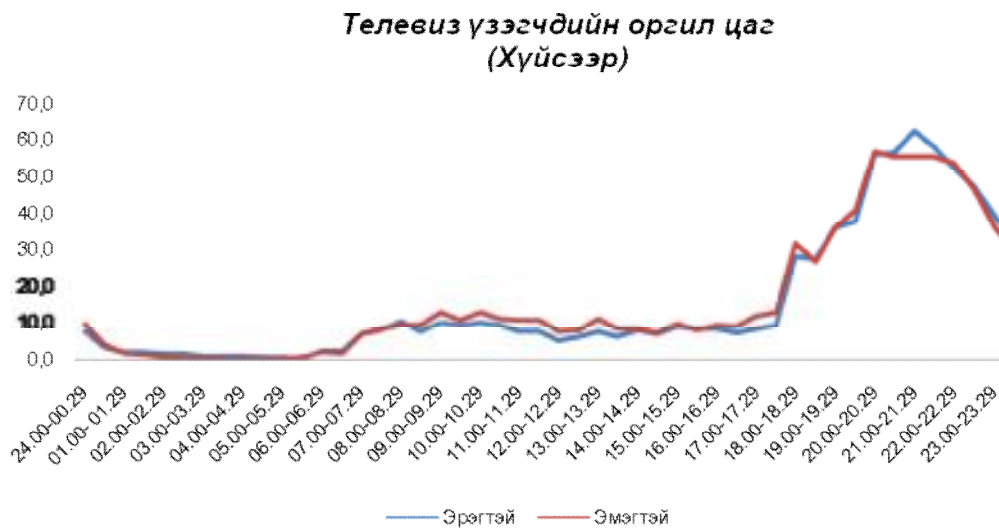
Хүснэгт 19. Тухайн цагийн интервал дахь нэгж цагийн үзэгчдийн хувь, байршлаар

1	Цаг	Байршил				Ерөнхий
		Улаанбаатар	Аймгийн төв	Сумын төв	Хөдөө	
1	00:00-06:59	3,0	2,1	2,7	0,2	2,1
2	07:00-13:59	8,8	9,6	13,9	5,9	9,2
3	14:00-17:59	11,2	8,5	9,9	5,9	9,2
4	18:00-19:59	32,8	30,6	42,2	28,8	33,1
5	20:00-21:59	56,6	58,1	63,7	50,7	56,9
6	22:00-23:59	48,6	44,9	45,1	25,7	44,0

Өглөөний 7 цагаас оройн 6 цагийн хооронд цагт дунджаар хүн амын 9 хүртэлх хувь телевиз үздэг байна. Үүнийг хүн амын байршлаар харьцуулбал үдээс өмнө буюу 07.00-13:59 хооронд аймаг, сумын төвд амьдарч буй хүмүүс илүү үдээс хойшхи буюу 14:00-17:59 цагаас харьцангуй илүү үзэгчтэй байдаг байна. Харин Улаанбаатарын хувьд эсрэгээрээ байв.

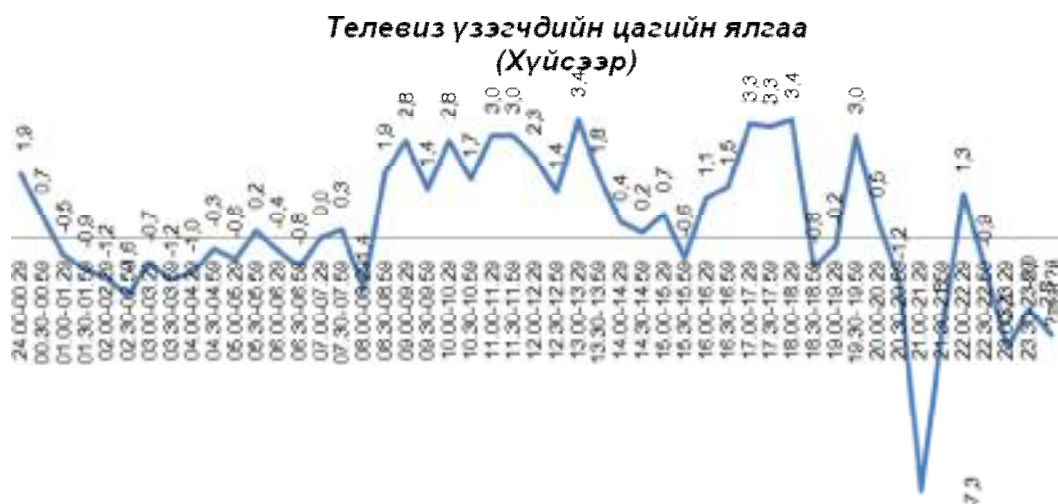
Телевиз үзэгчдийн оргил цагийг үзэгчдийн хүйсээр харьцуулахад 21:00-21:30 нь эрэгтэйчүүдийн телевиз үздэг оргил цаг байсан ба нийт эрчүүдийн 63 хүртэлх хувь нь энэ цагт телевиз үздэг байна. Харин эмэгтэйчүүдийн телевиз үздэг оргил цаг эрэгтэйчүүдийнхээс 1 цагаар эрт буюу 20:00-20:30 байдаг бөгөөд энд эмэгтэйчүүдийн 57 хүртэлх хувь телевиз үзэх боломжтой байдаг.

График 14.



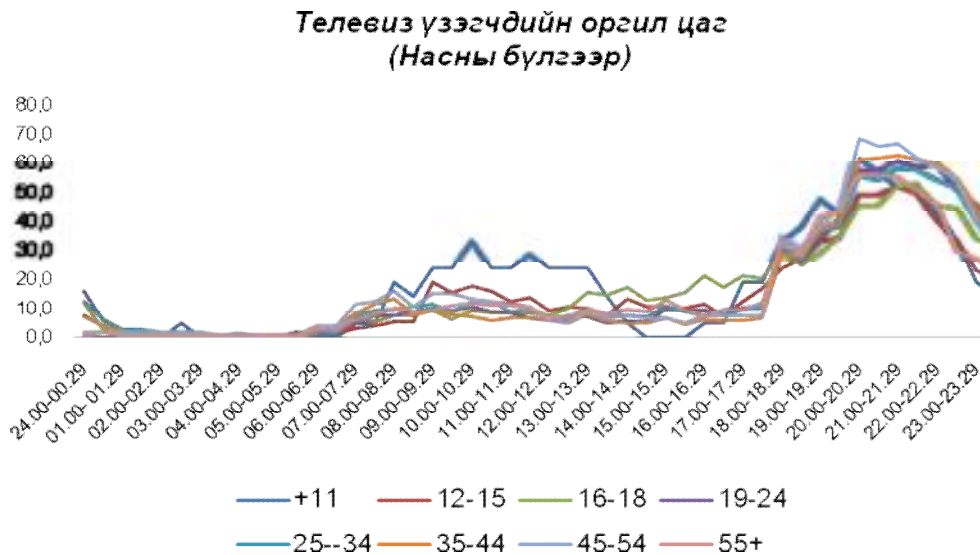
Түүнчлэн 00:00-01:29, 08:30-19:59 хүртэлх цагуудад эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс илүү ихээр телевиз үздэг. График 10-аас эрэгтэйчүүд, эмэгтэйчүүдийн телевиз үздэг цагийн ялгааг илүү тод харах боломжтой. Тухайлбал, 21:00-21:30-д эрэгтэйчүүдийн телевиз үзэх нь эмэгтэйчүүдийнхээс 7,3 хувь илүү байдаг бол 19:30-19:59-д эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс 3 хувь илүү үздэг байна.

График 15.



20:00-20:30-д 11 хүртэлх насныхан болон 45 ба түүнээс дээш насныхны телевиз үздэг оргил цаг болно. Харин 21:00-21:30-ын хооронд 12-15, 19-45 насныхны телевиз ид үздэг оргил цаг бол 21:30-21:59 нь 16-18 насныхны телевиз идэвхтэй үздэг оргил цаг нь аж.

График 16.



4.4 МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамж

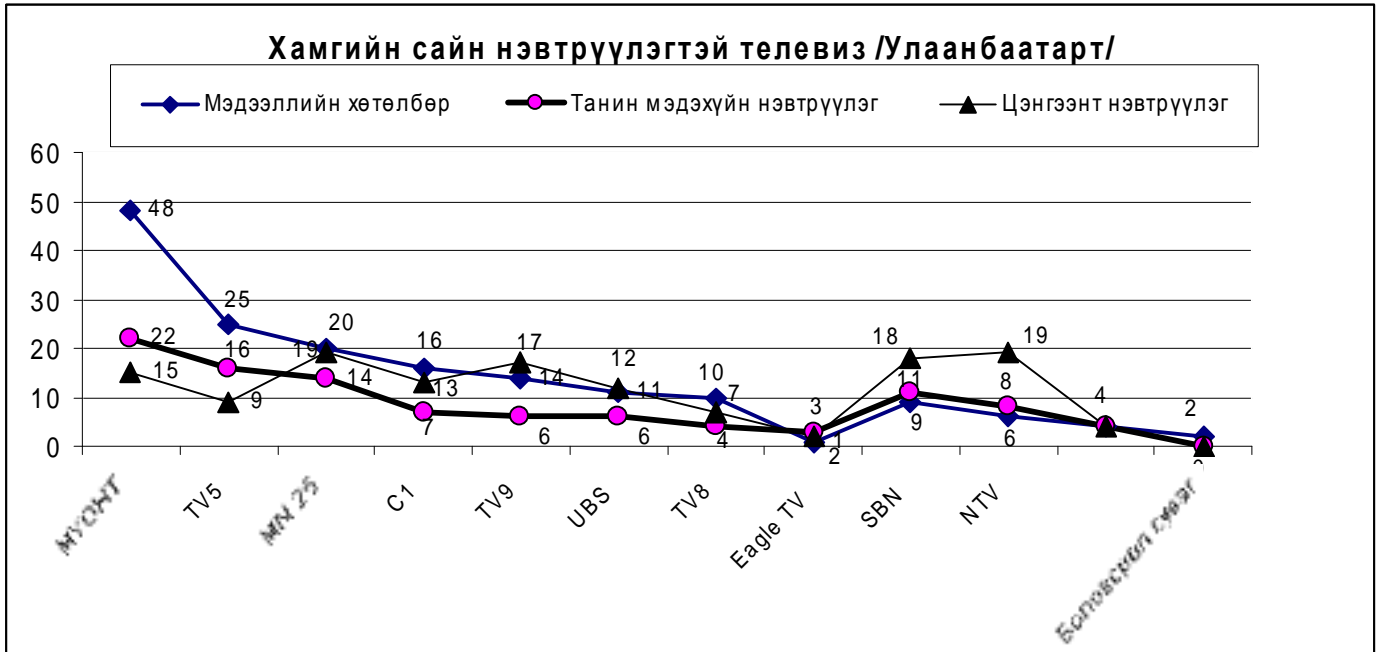
МҮОНТ-ийн хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн чанар нь ОНТ болсноос хойш сайжирч байгаа гэж нийт хүн амын 40 хүртэлх хувь нь үзжээ. Харин нэвтрүүлгийн чанар өөрчлөгдөөгүй хэмээн хүн амын 20 хувь үзсэн бол муудсан гэж 4 хувь нь, мэдэхгүй болон хариулаагүй хүмүүс 36 хувийг эзэлж байсан.

Сайжирсан хэмээн үнэлж буйгаа ОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрийн багтаамж сайжирсан (26 хувь), шууд нэвтрүүлгийн тоо нэмэгдсэн (14 хувь), зар сурталчилгаа бараг явдаггүй болсон (13 хувь), хараат бус тэнцвэртэй мэдээлэл өгөхийн зэрэгцээ хүртээмжтэй болсон (9 хувь), боловсрол, танин мэдэхүй, эрүүл мэндийн нэвтрүүлгийн тоо нэмэгдсэн (9 хувь), нэвтрүүлгийн давталт багасаж хүүхэд, залууст зориулсан нэвтрүүлгийн тоо нэмэгдсэн (4 хувь), үндэсний соёл урлагийн нэвтрүүлэг нэмэгдсэн зэрэгтэй холбон тайлбарлаж байна.

Харин муудсан хэмээн сөргөөр үнэлж байгаа хүмүүсийн хувьд МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгүүд сонирхолгүй, уйтгартай, шинэлэг бус (27 хувь), өмнө нь гарч байсан зарим сайн нэвтрүүлгүүд нь гарахаа байсан (20 хувь), залууст зориулсан болон танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бага (10 хувь), нэг гарсан нэвтрүүлэг, кино нь олон дахин давтагддаг (6 хувь), мэдээллийн хөтөлбөр нь хугацаандаа гардаггүй, өргөн хүрээг хамарч чаддаггүй, шуурхай биш (6 хувь) зэрэг болон бусад хариултыг өгч байлаа.

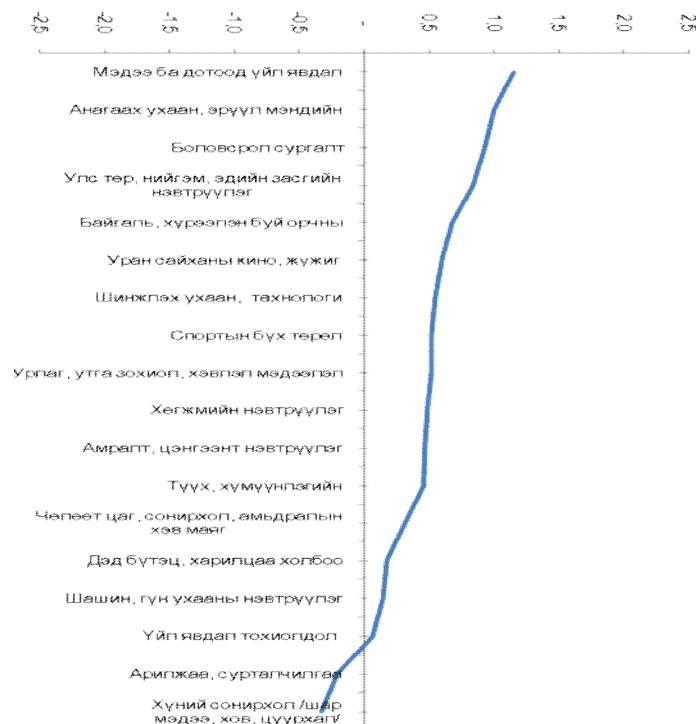
Хүн амын хувьд МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцэд олон нийтэд мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлэг давамгайлж (54 хувь); танин мэдүүлэх, гэгээрүүлэх (37 хувь); хөгжөөн цэнгээх нэвтрүүлгүүд (48 хувь) удаалж байхыг хүсч байв. Тэдгээр үзүүлэлтээр МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийг бусад өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдтэй харьцуулан үнэлүүлэхэд МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрийг бусад телевизүүдтэй харьцуулбал илүү сайн гэж үзсэн бол танин мэдэхүйн нэвтрүүлгээрээ 12 телевизээс ТМ телевизийн дараа 2-рт, цэнгээнт нэвтрүүлгээрээ MN25, NTV, SBN, TV9 телевизүүдийн дараа 5-рт эрэмбэлэгдсэн байна.

График 17.



МҮОНТ-ээр мэдээ ба дотоод үйл явдал, анагаах ухаан эрүүл мэнд, боловсрол сургалт, улс төр нийгэм эдийн засаг, байгаль, хүрээлэн буй орчны сэдэв агуулгатай нэвтрүүлэг үзэхийг үзэгчид хүсдэг байна. Эдгээр сэдэв нь эхний 5 байрт бичигджээ.

График 18. Олон нийтийн чухалчилж буй нэвтрүүлгийн сэдэв*



* Маш чухал +2, Огт чухал биш -2

Хүн амын сонирхож буй сэдвийг багцлан олон хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд тус бүр ялгаатай 5 бүлэг үүсч байгаа ба нэг бүлэгт багтсан сэдвүүдэд хүмүүс ижил ач холбогдол өгдөг хэмээн ойлгож болно. Тэдгээрийг дараахь матрицэд харуулав.

Хүснэгт 20. Хүчин зүйлийн шинжилгээний матриц_нэвтрүүлгийн сэдэв агуулгаар

	Component				
	1	2	3	4	5
1 Амралт, цэнгээнт нэвтрүүлэг	,888		,125		,107
Уран сайханы кино, жүжиг	,859			,198	,103
Хөгжмийн нэвтрүүлэг	,820	,106	,193	,216	
Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг	,439	,392	,337	,118	,181
2 Түүх, хүмүүнлэгийн		,668	,217	,422	
Урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл	,290	,662	,118	,197	,187
Дэд бүтэц, харилцаа холбоо		,635	,286	,177	
Спортын бүх төрөл	,554	,573			,158
3 Арилжаа, сурталчилгаа			,823	,130	
Бусад	,105	,142	,744	,159	-,232
Хүний сонирхол	,181	,284	,579	-,226	,365
Үйл явдал, тохиолдол	,193	,418	,558		,301
Шашин, гүн ухааны нэвтрүүлэг		,432	,506	,223	,132
4 Байгаль, хүрээлэн буй орчны		,120	,343	,706	,197
Анагаах ухаан, эрүүл мэндийн	,311	,142		,694	,289
Боловсрол сургалт	,208	,502		,633	
Шинжлэх ухаан, технологи	,215	,411	,142	,566	,202
5 Мэдээ ба дотоод үйл явдал	,182			,193	,780
Улс төр, нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлэг		,160		,232	,759

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 8 iterations.

Тухайлбал, мэдээ ба дотоод үйл явдал болон улс төр, эдийн засаг, нийгмийн нэвтрүүлгүүдэд хүмүүс харьцангуй ижил ач холбогдол өгч байна. Түүний нэгэн адил байгаль хүрээлэн буй орчин, анагаах ухаан, эрүүл мэнд, боловсрол сургалт, шинжлэх ухаан технологи зэрэг сэдэв нь нийт хүн амын хувьд ижил ач холбогдолтой байгаа юм.

МҮОНТ-ийн хөтөлбөрт боловсрол, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг (25 хувь), хүүхэд, залуус амралт чөлөөт цагаа зөв боловсон өнгөрүүлэхэд зориулсан нэвтрүүлэг (8 хувь), үндэсний соёл зан заншлаа сурталчилж, түүнийг хадгалан хамгаалах тухай нэвтрүүлэг (5 хувь), байгаль орчин, бага насны хүүхэд болон ахмадуудад зориулсан нэвтрүүлгүүд дутагдалтай байгаа талаар олон хүн саналаа хэлсэн.

4.5 МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамж

МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн хүртээмжийг үндэсний хэмжээнд үнэлэхдээ мөн бусад өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдтэй харьцуулсан юм. МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн өдрийн хүртээмж нь 60 орчим

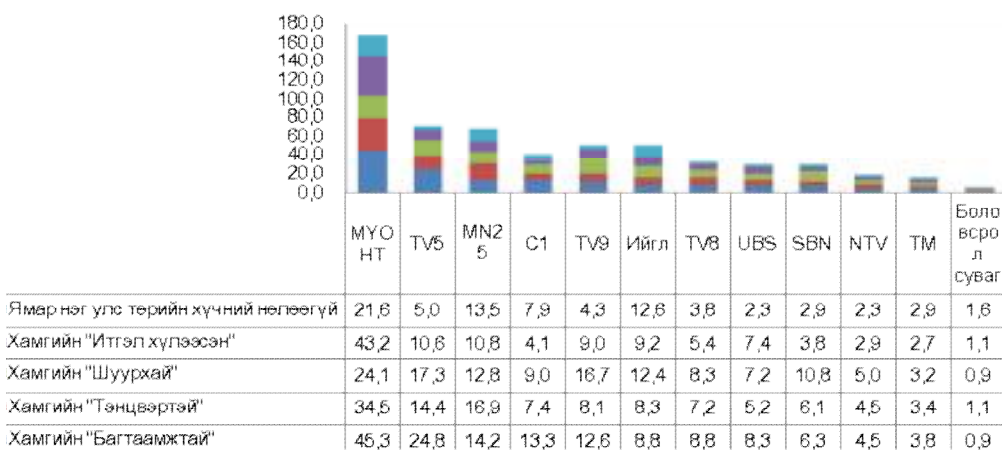
График 20.



Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийг улс төрийн ямар нэг хүчний нөлөөгүй, итгэлтэй байдал, шуурхай байдал, тэнцвэрт байдал, багтаамж зэрэг шалгуур үзүүлэлтүүдийн тусламжтайгаар олон нийтээр үнэлүүлэхэд нийлбэр оноогоороо МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт олон нийт илүү эерэг үнэлгээ өгч байна. Түүний дараагаар TV5, MN25, Ийгл, TV9 телевизүүд эхний тавд багтаж байлаа. Олон нийтийн үнэлгээгээр МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн чанар харьцангуй илүү байгаа ч ямар нэг улс төрийн хүчний нөлөөгүй байдал, мэдээллийн шуурхай байдал зэргийг олон нийт харьцангуй бага оноо өгчээ.

График 21.

Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн чанарт өсч буй олон нийтийн үнэлгээ (Улаанбаатарт)



Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр нь улс төрийн ямар нэг хүчний нөлөөгүй телевиз гэдэгт МҮОНТ-ийн дараа MN25, Ийгл телевиз, олон нийтийн итгэл хүлээсэн гэдэгт МҮОНТ-ийн дараа MN25, TV5 телевиз, шуурхай гэдэгт МҮОНТ-

ийн дараа TV5, MN25 телевиз, тэнцвэртэй гэдэгт МҮОНТ-ийн дараа MN25, TV5 телевиз, Багтаамжтай гэдэгт МҮОНТ-ийн дараа TV5, MN25 телевизүүд орж байна.

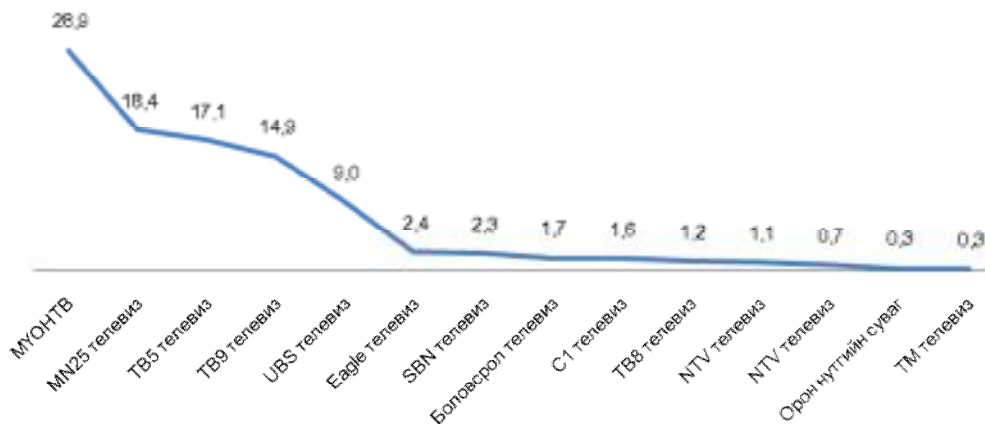
МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрүүд нь улс төрийн ямар нэг хүчний байр суурийг илт давуу илэрхийлж байсан эсэх талаар олон нийтээс лавлахад тийм илэрхийлж байсан гэсэн хариулт 20 хувь, эргэлзээтэй гэсэн хариулт 39 хувь, үгүй илэрхийлж байгаагүй гэсэн хариулт 32 хувь байсан бол үлдсэн 10 хувь нь хариулт өгөхөөс татгалзсан. Боловсролын түвшин өндөр хүмүүс илүү сөрөг үнэлгээ өгч байсныг дурьдах нь зүйтэй.

Олон нийтийн телевизийн статустай болсноос хойш МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрт аль нэг улс төрийн хүчний байр суурийг илт давуу илэрхийлэх байдал өөрчлөгдсөн эсэх талаар лавлахад багассан (30 хувь) гэсэн хариултын хувь, өөрчлөгдөөгүй (17 хувь) болон ихэссэн (10 хувь) гэсэн хариултаас харьцангуй илүү байсан нь сайшаалтай үзүүлэлт билээ.

Өмнөх жилүүдтэй харьцуулахад иргэдийн МҮОНТ-д итгэх итгэлийн түвшин нэмэгдсэн гэсэн хариулт (27 хувь) сөргөөсөө (5 хувь) харьцангуй илүү байлаа.

График 22.

Олон нийтэд хэрэгцээтэй чухал сэдвийг хөндөж, задлан шинжилж, хэлэлцүүлэг явуулж чаддаг телевиз



Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгүүд нь олон нийтийн хэрэгцээтэй чухал сэдвийг хөндөж, задлан шинжилж, хэлэлцүүлэг өрнүүлж чаддаг телевизүүдийн жагсаалтыг мөн л МҮОНТ тэргүүлж (29 хувь), MN25 телевиз удаалж (18 хувь) байна.

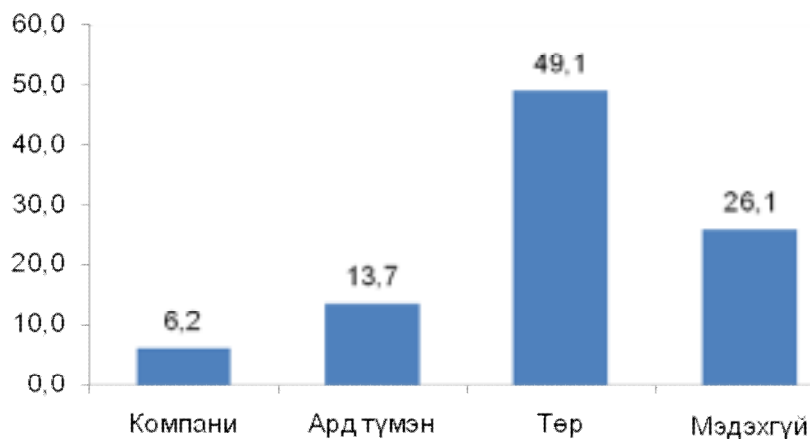
Иргэдээс МҮОНТ-ээс хамгийн их таалагддаг нэвтрүүлгүүдийг нь нэрлүүлэхэд 200 орчим нэвтрүүлэг нэрлэсэн бөгөөд тэдгээр нэвтрүүлгийн эхний аравд "Цагийн хүрд", "Гэрэлтэй цонх", "Аялалын цаг", "Спортын нэвтрүүлэг", "Өглөө хөтөлбөр", "Агшин", "Цоглог хөтөлбөр", "ХИТ", "8 дахь аялгуу", "Элсэн цаг" зэрэг хөтөлбөрүүд багтаж байлаа.

4.6 МҮОНТ-ийн санхүүжилт, хураамжийн талаарх олон нийтийн ойлголт, хандлага

МҮОНТ-ийг хүн амын 49 хувь нь төрөөс санхүүжих нь зүйтэй, 14 хувь нь ард түмнээс санхүүжих нь зүйтэй гэжээ. Энэ 13 хувийн цаана гол төлөв нийслэлд оршин суудаг, мөн дээд боловсролтой иргэд байна.

График 23.

МҮОНТ-ийг ямар эх үүсвэрээс санхүүжүүлэх нь зүйтэй вэ



МҮОНТ-д төрөөс санхүүгийн дэмжлэг үзүүлж байгаа нь зөв хэмээн нийт хүн амын тэн хагас нь үзжээ. Харин буруу гэж 12 хувь нь үзсэн ба түүний учир шалтгааныг төрөөс санхүүжвэл төрийн эрхэнд гарсан аль нэг улс төрийн хүчний гар хөл болж хараат болно, олонх иргэдэд хураамжийг нь тогтмол төлөх чадвар байхгүй зэрэгтэй холбон тайлбарлаж байсан бол төрөөс санхүүжих зүйтэй гэсэн иргэд Монгол улсын нүүр царай болсон телевиз учраас төрөөс дэмжлэг үзүүлэх нь зөв, үйл ажиллагааг нь тасалдалгүй явуулах үүднээс зэрэг тайлбар өгч байлаа.

Иргэдээс МҮОНТ-ийн хураамж төлж буй эсэхийг лавлахад 54 хувь нь тийм, төлж байгаа гэсэн бол 20 хувь нь мэдэхгүй, 16 хувь нь үгүй, 10 хувь нь хариулт өгөөгүй. Үүнийг хүн амын байршлаар харьцуулбал, Улаанбаатар хотын иргэдийн 60 хувь, аймгийн төвийн иргэдийн 77 хувь, сумын төвийн иргэдийн 76 хувь, хөдөөгийн иргэдийн 29 хувь нь төлж байгаа гэснээс үзэхэд хураамж төлөлтийн байдал Улаанбаатар хотын иргэд ба хөдөө малчдын хувьд хангалтгүй байдал харагдаж байна.

Хураамж төлөхгүй байгаа шалтгаанаа иргэд ихэвчлэн орлогын бололцоо байдаггүй, байцаагч нар нь хураамжаа хугацаанд нь ирж эсвэл бүр ирж авдаггүй (энэ хариулт ялангуяа хөдөө орон нутагт их байна), цахилгаан байхгүйгээс эсвэл МҮОНТ-ийг үздэггүйгээс зэрэгтэй холбож тайлбарлаж байсан.

Харин хураамжаа төлдөг иргэдийн хувьд 42 хувь нь хугацаандаа төлдөг, 21 хувь нь хугацаандаа төлж амждаггүй, 37 хувь нь ямар нэг хариулт өгөөгүй. Сонирхолтой нь Улаанбаатартай харьцуулбал орон нутгийн хэрэглэгчид төлбөрөө хугацаандаа төлөх нь илүү сайн байдаг байна.

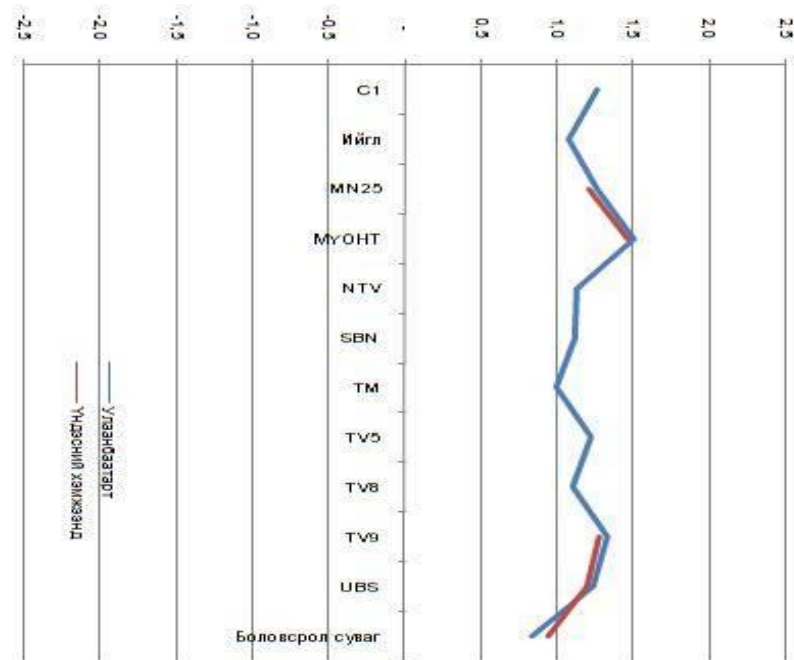
МҮОНТ-ийн хураамж төлдөг иргэд ихэнхдээ сар тутам төлдөг. Ерөнхийдөө иргэдийн хураамжаа төлж буй хугацаа нь сар, улирал, хагас жил, жилийн зайтай байдаг бөгөөд төлбөрийн хэмжээгээ янз бүр хэлж байсан нь МҮОНТ-ийн хураамжийн тогтолцоо зүгширч амжаагүй байгааг харуулж байна.

Түүнчлэн нийт хүн амын 2 хувь нь МҮОНТ-ийн үйл ажиллагааны 2006 оны тайланг сониноос уншжээ.

4.7 МҮОНТ-ийн гаралт

МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийн гаралт нийслэл болон үндэсний хэмжээнд өргөн нэвтрүүлгийн бусад сувгуудтай харьцуулхад сайн байна. МҮОНТ-ээс гадна TV9, TV5, UBS, MN25, C1 телевизүүд сайн гардаг. Харин Боловсрол суваг телевизийнх харьцангуй гаралт муутай болох нь харагдаж байна.

График 24.



* Шкал байгуулах симиантик дифференциаль арга. (Маш чухал +2, Огт чухал биш -2)

4.8 Бүлгийн дүгнэлт

- Өрхийн мэдээллийн хэрэгслийн хангамж нь голлон цахилгааны хэрэглээ, хангамж, дэд бүтэц, мэдээлэл түгээх механизмын доголдолтой холбоотойгоор янз бүр байна. Тодруулбал, хот, суурийн газраас алслагдах тусам мэдээллийн хэрэгслийн ашиглалт багасаж байна.

- Телевиз, сонин, радио зэрэг нь хамгийн хүртээмжтэй гол гурван хэрэгсэл боловч хот хөдөөгийн хооронд ялгаатай, тухайлбал хөдөөд Улаанбаатар, аймаг, суурин гарзыг бодвол радиог илүү их ашиглаж байна.
- Хүн амын дийлэнх хувь нь ОНРТ-тэй болсныг чухалчлан үзэж байгаа хэдий ч ОНРТ-ийн бодлого, үйл ажиллагааны зарчмын талаар бараг ойлголтгүй байна.
- ОНРТ-ийн хууль батлагдсанаас хойш 2 жил гаруй хугацаа өнгөрсөн хэдий ч хүн амын тэн хагас нь хууль батлагдсан тухай дуулаагүй байв. Ийнхүү ОНРТ-ийн хуулийн тухай огт дуулаагүй иргэдийн дийлэнх нь хөдөө орон нутагт амьдарч буй иргэд, малчид байв.
- МҮОНТ-ийн нэвтрүүлгийг Монгол улсын газар нутгийн 99 хувьд саадгүй хүлээн авах боломжтой байна. Үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлэг цацдаг “Боловсрол суваг” ТВ Баянхонгор аймгийн Баян-Овоо, Архангай аймгийн Чулуут, Булган, Тариат, Хайрхан, Цэнхэр, Булган аймгийн Могод, Хишиг-Өндөр, Дундговь аймгийн Өндөршил, Завхан аймгийн Төгөл, Увс аймгийн Өлгий, Өмнөговь, Бөхмөрөн, Марзийн, Түргэн, Тариалан, Хархорин сумдад гаралт муутай байна. Өргөн нэвтрүүлгийн бусад сувгууд /ТВ9, ТВ5, MN 25/ үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлгээ өдөр бүр цацдаггүйн улмаас эдгээр телевизийн хүртээмж МҮОНТ-ийнхээс доогуур байна. Өөрөөр хэлбэл МҮОНТ үндэсний хэмжээнд, хүн амын газар зүйн байршлаас үл хамааран нийтэд ижил тэгш хүрч чадаж байгаа цорын ганц суваг мөн.
- Телевиз үзэгчдийн оргил цаг үдшийн 21 – 21.30 цагийн хооронд байна. Энэ үед үндэсний хэмжээнд нийт хүн амын 59 хүртэлх хувь нь телевиз үздэг. Хөдөөгийн иргэд, мөн эмэгтэйчүүд ба 11 хүртэлх насныхан болон 45 ба түүнээс дээш насныхны хувьд телевиз үздэг оргил цаг нь дээр дурьдсанаас 1 цагийн өмнө буюу 20 -20:30 цагийн хооронд байна.
- Хүн амын олонхи нь МҮОНТ-ийн хөтөлбөр, нэвтрүүлгийн чанар нь төрийн харъяаллаас гарснаас хойш сайжирч байгаа гэж үзэж байна. Тухайлбал МҮОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрийн багтаамж нэмэгдснээс гадна илүү тэнцвэртэй мэдээлэл өгдөг болсон, иргэдийн ороцоог хангасан, асуудал хөндсөн шууд нэвтрүүлгийн тоо нэмэгдсэн, зар сурталчилгаа бараг явдаггүй болсон зэрэг эерэг өөрчлөлтүүдийг иргэд онцолж байна.
- Үзэгчид ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцэд мэдээлэх зорилготой нэвтрүүлэг давамгайлж; танин мэдүүлэх, гэгээрүүлэх; хөгжөөн цэнгээх нэвтрүүлгүүд удаалж байхыг хүсч байв. Үүнд ялангуяа мэдээ ба дотоод үйл явдал, эрүүл мэндийн нэвтрүүлэг, сургалт, улс төр нийгэм эдийн засаг, байгаль хүрээлэн буй орчны сэдэв агуулгатай нэвтрүүлэг үзэхийг хүсдэг байна. Түүнчлэн танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг, хүүхэд, залуус амралт чөлөөт цагаа зөв боловсон өнгөрүүлэхэд зориулсан нэвтрүүлэг, үндэсний соёл, зан заншлыг сурталчилсан нэвтрүүлэг, байгаль орчин, бага насны хүүхэд болон ахмадуудад зориулсан нэвтрүүлэг дутагдалтай байгааг үзэгчид дурьдаж байв.

- ОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр бусад телевизтэй харьцуулбал хамгийн олон үзэгчтэй байсаар байна. Үзэгчид ОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийг илүү итгэл үнэмшилтэй, харьцангуй тэнцвэртэй хэмээн бусад телевизийн мэдээллийн хөтөлбөрөөс арай илүү өндрөөр үнэлж байна.
- Бусад телевизтэй харьцуулхад ОНТ-ийн мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгүүд нь олон нийтийн хэрэгцээтэй чухал сэдвийг хөндөж, задлан шинжилж, хэлэлцүүлэг өрнүүлж чаддаг хэмээн үзэгчид үнэлсэн.
- ОНТ-ийг хүн амын харьцангуй өндөр хувь нь (49 хувь) нь төрөөс санхүүжих нь зүйтэй хэмээн үзэж буй бол нийслэлд оршин суудаг, мөн дээд боловсролтой иргэдийн дийлэнх нь (14 хувь) олон нийтээс санхүүжих нь зүйтэй гэж үзсэн.
- Өрхүүдийн тэн хагас нь ОНТ-ийн хураамжийг төлж байгаа гэсэн мэдээлэл өгсөн бөгөөд энэхүү үзүүлэлтийг хүн ам зүйн байршлаар ялгаж үзвэл аймаг, сумын төвийн иргэдийн хураамж төлөлт харьцангуй сайн, харин Улаанбаатар хотын гэр хорооллынхон болон суурин газраас алслагдмал амьдарч буй хөдөөгийн иргэд хураамж төлөх нь хангалтгүй байдаг дүр зураг гарсан.

Тавдугаар бүлэг

Ì Î Í È Ò Ì Ð È Í Æ È É Í À Ð Ã Ä × Ë Æ È

5

5.1 МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны арга зүй

ОНТ-ийн хөтөлбөрийн бүтцийн мониторингийн арга зүй, аргачиллын системийг боловсруулахдаа Европын Радио, Телевизүүдийн Холбооны ESCORT ангиллын тогтолцоонд үндэслэсэн. Энэнь олон хэмжээст арга зүйн тогтолцоо бөгөөд түүгээр телевиз, радиогийн хөтөлбөрийн зорилго, агуулга, бүтэц, зорилтот бүлэг, үйлдвэрлэлийн бүтцийг логик зөрчилгүйгээр харьцангуй өндөр түвшинд хэмжих боломжтой байдаг. Тиймээс үүнийг Европын холбооны болон бусад хөгжиж буй орнууд өөрийн орны хэвлэл мэдээлэл, нийгэм, соёлын хөгжлийн түвшинд тохируулан өөрчилж хэрэглэдэг байна. Мониторингийн төслийн баг ч мөн арга зүйн системийг боловсруулахдаа тэдгээр онцлогийг тооцоолсон билээ.

5.1.1 Ангиллын системийг ашиглах нь:

ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн ангиллын шинэ стандартыг бий болгох үүднээс ОНТ-ийн нэвтрүүлэг тус бүрийг дараахь таван хэмжүүрт хамруулан судалсан болно. Үүнд:

- Зорилго
- Хэлбэр
- Агуулга
- Зорилтот бүлэг
- Үйлдвэрлэлийн бүтэц буюу нэвтрүүлгийн гарал үүсэл зэрэг багтана.

Хүснэгт 21. Жишээ: Нэвтрүүлгийг ангилалд хамруулах ерөнхий аргачлал

1	Нэвтрүүлгийн нэр	Зорилго	Хэлбэр	Агуулга	Зорилтот бүлэг	Үйлдвэрлэлийн бүтэц
1	Цоглог хөтөлбөр	1.1.3 Мэдээлэн цэнгүүлэх	2.1.2 Телесэтгүүл	3.1.6 Боловсрол	4.2.1 Хүүхэд	5.1.2 Өөрийн хөрөнгөөр хийсэн, өөрийн бүтээл

Хүснэгт 22. Жишээ: Нэвтрүүлгийг ангилалд хамруулах нарийвчилсан аргачлал

Шаардагдах түвшин	Санал болгох түвшин	Тухайлсан түвшин	Код
МЭДЭЭЛЛЭХ			1.1
	Засгийн газрын болон албан ёсны мэдээ, мэдээлэл		1.1.1
	Цэвэр мэдээ		1.1.2
	Мэдээлэн цэнгүүлэх		1.1.3
	Зөвлөгөө, сэрэмжлүүлэх мэдээлэл		1.1.4
ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ			1.2
	Боловсрол сургалт		1.2.1
	Бүх нийтийн гэгээрэл, танин мэдэхүй		1.2.2
...
БУСАД			1.6

Шалгуур тус бүрийн хувьд аль нэг ангилалд хамруулах шийдвэр гаргахдаа дараах зүйлсийг харгалзсан. Үүнд:

- Ангиллын тогтолцооны анхдагч түвшин болох шаардагдах түвшинд тохирсон нэвтрүүлгийг судлаач ангиллын дараа, дараагийн нарийвчилсан түвшин буюу санал болгох, тухайлсан түвшингүүдэд тохируулсан.
- Тохирох үндэслэл байвч нарийвчилсан ангилалд багтахгүй байх тохиолдолд судлаач тухайн ангилалд “бусад” гэсэн утгыг төлөөлж буй ерөнхий түвшинд нь оруулхын өмнө илүү давамгайл байгаа утгын ангилалд хамааруулсан болно.
- Нэвтрүүлэг аль ч түвшинд багтах боломжгүй тохиолдолд хамгийн ойр ангилалд багтах буюу огт боломжгүй бол “бусад, холимог” гэсэн ангилалд оруулсан билээ.

5.1.2 Ангилалд хэрэглэсэн ойлголт, нэр томъёоны тайлбар

Хүснэгт 23. Ерөнхий ойлголт

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

Хүснэгт 24. Тусгай ойлголт

Бүтцийн судалгааны хэмжүүр	Кодлолт	Ойлголт, хэмжүүрийн тайлбар
ЗОРИЛГО	1.	Хөтөлбөрийн анхдагч, илэрхий зорилго
Мэдээлэх	1.1	Энэ төрлийн нэвтрүүлэг нь болж буй үйл явдал, нөхцөл байдал, онолууд эсвэл урьдчилсан таамаглалуудын талаар мэдээлэх эсвэл тайлбар, зөвлөгөө өгөх зорилготой. Мэдээллийн нэвтрүүлэг нь удаан хугацаанд утга агуулгаа хадгалдаггүй. Өөрөөр хэлбэл уг нэвтрүүлгийг жишээ нь нэг жилийн дараа дамжуулахад ач холбогдол нь ихэнхдээ хэвээрээ байж чадахааргүй байх учиртай. Ийм нэвтрүүлэгт тухайн цаг үеийн сэдэвт мэдээ болон баримтат кино, хэрэглэгчдэд зориулсан мэдээ зэрэг орно.
	1.2	Энэ төрлийн хөтөлбөрүүд нь цаг үеийн бус зүйлүүдийн талаархи мэдлэгийг сургалтын болон сургалтын бус замаар нэмэгдүүлэх, танин мэдэхүйг хөгжүүлэх, шашны хэлбэрээр өдөөх зорилготой. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нь удаан хугацаанд утга учраа алдахгүй байх шинж чанартай. Өөрөөр хэлбэл нэг жилийн дараа дамжуулсан ч ач холбогдлоо алдаагүй байна. Жишээлбэл аялалын нэвтрүүлэг, дайны тухай баримтат кино, боловсролын тухай нэвтрүүлэг, шашны тухай хөтөлбөр.
Танин мэдүүлэх	1.3	Ийм төрлийн нэвтрүүлэг нь үзэгчдийг амрах, тааламжтай мэдрэмж төрүүлэх, гоо зүйн таашаал өгөхөд зориулагдана.
Цэнгээн зугаацуулах	1.4	Телевиз нь өөрийн нэвтрүүлгийн агуулгыг сурталчлах зорилготойгоор бүтээдэг.
Өөрийн Нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, анонс	1.5	Арилжааны бүтээгдэхүүн ба үйлчилгээний талаар хэрэглэгчдэд мэдээлэх зорилготой, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчид, үйлчилгээ эрхлэгчид өөрсдөө буюу тэдний захиалгаар хийсэн нэвтрүүлэг. Мөн халдварт өвчин, олон улсын төсөл хөтөлбөр, татвар зэрэг нийгмийн болон сонгууль, намуудын цэвэр улс төрийн зорилготой сурталчилгааг хамруулна.
Зар сурталчилгаа	1.6	Дээрх ангиллуудад хамруулхад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Бусад холимог	2.	Нэвтрүүлгүүдийг албан ёсны бүтцийн дагуу ангилахад энэ хэмжигдэхүүн ашиглагддаг. Өөрөөр хэлбэл нэвтрүүлэг нь ямар агуулгатай байхаас үл хамааран ямар хэлбэр загвартай байгааг тодорхойлон ангилна.
ХЭЛБЭР		
Мэдээллийн бүтэцтэй	2.1	Баримт, нөхцөл байдал, санал бодол, урьдчилсан таамаглал зэрэгтэй холбоотой нэвтрүүлгүүд
Цэнгээнт	2.2	Сонирхолтой ярилцлага болон тоглоомын, багийн хөгжөөнт, бодит амьдралын хэлбэрээр хийгдсэн бүх төрлийн шоу түүнчлэн хошин шогийг үүнд хамруулна.
	2.3	Утга зохиол яруу найргийн зохиомж бүхий нэвтрүүлэг. Ийм нэвтрүүлэгт зохиолыг жүжигчид урнаар унших болон, жүжигчилсэн хэлбэрээр үзүүлдэг. Мөн уран сайханы болон хүүхэлдэйн киног хамруулна.
Жүжиг/Зохиол/Уран сайханы	2.4	Хөгжим, бүжиг, бүжгэн жүжиг театрын тоглолт болон гоцлол, ансамбль урлагийн тоглолт давамгайлсан нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Урлагийн тоглолт	2.5	Улс төр, бизнес, нийгмийн зар, сурталчилгааг хамруулна.
Зар сурталчилгаа	2.6	Дээрх ангиллуудад хамруулахад төвөгтэй холимог нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Бусад холимог		

АГУУЛГА	3	Нэвтрүүлгүүдийг тэдгээрийн агуулга, эсвэл сэдвийн дагуу ангилах хэмжигдэхүүн. Хэлбэр загварын хэмжигдэхүүнээс ялгаатай нь нэвтрүүлгийг бүрэн үзэж, сонсож байж ангилна.
ЗОРИЛТОТ БҮЛЭГ	4	Нас, соёл / яс үндэс, мэргэжил зэргээр тодорхойлогдсон тусгай үзэгчдэд зориулагдсан нэвтрүүлэг
Нийт үзэгч	4.1	4 ба түүнээс дээш насны тухайн нутаг дэвсгэрийн бүх хүмүүст зориулагдсан байх.
Насны бүлэг	4.2	Тухайн нэвтрүүлэг нэн тэргүүнд зориулагдсан насны бүлгийн түвшин.
Нийгмийн цөөнх	4.3	Нэн тэргүүнд тухайн нийгэм дэх үндэстэн, ястны болон тусгай хэл, шашны бүлгүүдэд зориулсан нэвтрүүлгүүд орно.
Ажил мэргэжлийн бүлэг	4.4	Нэвтрүүлгийн нэн тэргүүнд зориулагдаж буй хэрэглэгчдийн ажил мэргэжил болно.
Бусад тусгай бүлэг	4.5	Тухайлбал хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд зориулсан бүх төрлийн нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
Жендер	4.6	Нэн тэргүүнд тухайн нэвтрүүлгийн зорилго нь тодорхой хүйсийнхэнд зориулагдсан байх тохиолдолд энэ ангилалд хамруулна.
Газар зүй	4.7	Нэвтрүүлгийг зориулан хандаж буй бүлгийнхээ газар зүйн онцлогийг нь чухалчлах тохиолдолд тус ангилалд хамруулна.
Бусад холимог	4.8	Дээрх ангиллуудад хамруулахад төвөгтэй, тодорхойгүй нэвтрүүлгүүдийг хамруулна.
ГАРАЛ ҮҮСЭЛ	5	Нэвтрүүлгийг санаачлан бүтээгчид болон нэвтрүүлэг хийхэд зарцуулсан хөрөнгийг хэнээс, ямар эх үүсвэрээс авсан тухай мэдээллийг хэмжинэ.

5.1.3 Хөтөлбөрийн бүтцийн судалгааны аргачилсан ангиллын систем

Хүснэгт 25. Зорилго / Intention

ХЭМЖҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	КОД
ЗОРИЛГО			1.
	МЭДЭЭЛЛЭХ		1.1
		Засгийн газрын болон албан ёсны мэдээ, мэдээлэл	1.1.1
		Цэвэр мэдээ	1.1.2
		Мэдээлэн цэнгүүлэх	1.1.3
		Зөвлөгөө, сэрэмжлүүлэх мэдээлэл	1.1.4
	ТАНИН МЭДҮҮЛЭХ		1.2
		Боловсрол сургалт	1.2.1
		Бүх нийтийн гэгээрэл, танин мэдэхүй	1.2.2
	ЦЭНГЭЭН ЗУГААЦУУЛАХ		1.3
		Цэвэр цэнгээн	1.3.1
		Цэнгээнт мэдээлэл	1.3.2
	ӨӨРИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СУРТАЛЧИЛГАА АНОНС		1.4
	ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА		1.5
		Арилжааны мэдээлэл	1.5.1
		Нийгмийн чанартай сурталчилгаа	1.5.2
		Арилжааны цэвэр сурталчилгаа	1.5.3
		Улс төрийн цэвэр сурталчилгаа	1.5.4
	БУСАД ХОЛИМОГ		1.6

Хүснэгт 26. Хэлбэр / Format

ХЭМЖҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	ТУХАЙЛСАН ТҮВШИН	КОД
ХЭЛБЭР				2.
	МЭДЭЭЛЛИЙН			2.1
		Мэдээ, мэдээний хөтөлбөр		2.1.1
			Текстэн мэдээлэл	2.1.1.1
		Телесэтгүүл		2.1.2
		Үйл явдлын тайлбар		2.1.3
			Шууд угас	2.1.3.1
		Баримтат нэвтрүүлэг		2.1.4
		Хэлэлцүүлэг, Мэтгэлцээн		2.1.5
			Шууд угас	2.1.5.1
		Лекц, Яриа, Танилцуулга		2.1.6
		Баримтат драм		2.1.7
	ЦЭНГЭЭНТ / ШОУ			2.2
		Ток шоу, ярилцлага		2.2.1
		Тоглоомт шоу		2.2.2
		Багийн хөгжөөнт шоу		2.2.3
		Хошин шог		2.2.4
		Реалити шоу		2.2.5
	ЖҮЖИГ, ЗОХИОЛ, УРАН САЙХНЫ			2.3
		Уран сайхны кино		2.3.1
		Уран сайхны жүжиг		2.3.2
		Зохиомж, үлгэр		2.3.3
		Хүүхэлдэйн кино		2.3.4
	УРЛАГИЙН ТОГЛОЛТ			2.4
		Гоцлол тоглолт		2.4.1
		Ансамбль		2.4.2
		Холимог		2.4.3
	ЗАР СУРТАЛЧИЛГАА			2.5
	БУСАД ХОЛИМОГ			2.6

Хүснэгт 27. Агуулга / Content

ХЭМЖҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН 1	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН 2	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	ТУХАЙЛСАН ТҮВШИН	КОД
АГУУЛГА					3.
	МЭДЭЭЛЛИЙН				3.1
		Мэдээ ба дотоод үйл явдал			3.1.1
			Мэдээ		3.1.1.1
				Өдөр тутмын мэдээ	3.1.1.1.1
				Шуухай мэдээ	3.1.1.1.2
				Цаг агаар, замын хөдөлгөөний урьдчилсан мэдээ	3.1.1.1.3
			Үйл явдал		3.1.1.2
			Бизнес мэдээ		3.1.1.3
			Спортын мэдээ		3.1.1.4
		Зар сурталчилгаа			3.1.2
		Хэрэглэгчдийн эрх ашигтай холбоотой сэдэв			3.1.3
		Улс төр, нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлэг			3.1.4
			Эдийн засаг, санхүү, бизнес, зах зээл		3.1.4.1
				Хөдөө аж ахуй	3.1.4.1.1
				Аж үйлдвэр	3.1.4.1.2
			Хууль, эрх зүй		3.1.4.2
			Нийгэм		3.1.4.3
			Улс төр		3.1.4.4
				Үндэсний парламентын хэмжээний асуудал	3.1.4.4.1

			Гадаад болон олон улсын	3.1.4.4.2
		Шашин, гүн ухаан		3.1.5
			Шашин	3.1.5.1
			Шашны бус гүн ухаан	3.1.5.2
		Боловсрол		3.1.6
		Урлаг, утга зохиол, хэвлэл мэдээлэл		3.1.7
		Түүх, хүмүүнлэгийн		3.1.8
			Хүмүүнлэгийн	3.1.8.1
			Соёл, уламжлал, хүн судлал, угсаатан зүй	3.1.8.1.1
			Түүхийн	3.1.8.2
			Дайн, мөргөлдөөн	3.1.8.2.1
			Архелоги	3.1.8.2.2
		Шинжлэх ухаан, технологи		3.1.9
		Анагаах ухаан, эрүүл мэндийн		3.1.10
		Байгаль, хүрээлэн буй орчны		3.1.11
			Байгаль	3.1.11.1
			Ургамал, амьтан	3.1.11.1.1
			Сансар огторгуй	3.1.11.1.2
			Хүрээлэн буй орчин	3.1.12.2
			Байгаль /Газар зүй	3.1.12.2.1
			Экологи	3.1.12.2.2
		Үйл явдал /ойн баяр, шоу, үзэсгэлэн, айлчлал/		3.1.13
		Дэд бүтэц, харилцаа холбоо		3.1.14
		Хүний сонирхол /цуурхал, шар мэдээ /		3.1.15
	ЧӨЛӨӨТ ЦАГ, СОНИРХОЛ, АМЬДРАЛЫН ХЭВ МАЯГ			3.2
		Нийт үзэгчдэд хандсан зөвлөгөө /зам хөдөлгөөний аюулгүй байдал, үзэгч, ажиллагчдад өгөх зөвлөгөө, өөрөө өөртөө туслах гм/		3.2.1
		Компьютер, технологи		3.2.2
		Хоол, хүнс		3.2.3
		Гэр ахуй, цэцэрлэг		3.2.4
		Сонирхол		3.2.5
		Машин, техник		3.2.6
		Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл		3.2.7
		Аялал жуулчлал		3.2.8
	СПОРТЫН БҮХ ТӨРӨЛ			3.3
		Үндэсний		3.3.1
			Үндэсний бөх	3.3.1.1
			Сур харваа	3.3.1.2
			Морин уралдаан	3.3.1.3
			Шагайн харваа	3.3.1.4
		Олон улсын		3.3.2
			Сумо	3.3.2.1
			Сагсан бөмбөг	3.3.2.2
			Хөл бөмбөг	3.3.2.3
			Гар бөмбөг	3.3.2.4
			Бокс	3.3.2.5
			Чөлөөт бөх	3.3.2.6
			Жүдо бөх	3.3.2.7
	УРАН САЙХАНЫ			3.4
		Жүжиг		3.4.1
		Кино		3.4.2
	АМРАЛТ,			3.5

НАРГИАН, ЦЭНГЭЭН		
	Асуулт хариулт, тааварт болон маргаант тэмцээн	3.5.1
	Танилцах	3.5.2
	Реалити	3.5.3
	Яриа хөөрөө	3.5.4
	Хошин шог	3.5.5
	Тоглоомын	3.5.6
ХӨГЖМИЙН		3.6
	Үндэсний	3.6.1
	Нийтийн	3.6.2
	Сонгодог	3.6.3
БУСАД ХОЛИМОГ		3.7

Хүснэгт 28. Зорилтот бүлэг / Target group

ХЭМЖҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	ТУХАЙЛСАН ТҮВШИН	КОД
ЗОРИЛТОТ БҮЛЭГ				4.
	НИЙТ ҮЗЭГЧ НАСНЫ БҮЛЭГ			4.1
		Хүүхэд		4.2
			+11	4.2.1.1
			12-15	4.2.1.2
			16-18	4.2.1.3
		Залуучууд, насанд хүрэгсэд		4.2.2
	НИЙГМИЙН ЦӨӨНХ			4.3
		Үндэстэн, ястан		4.3.1
		Шашны бүлэг		4.3.2
		Хэлний бүлэг		4.3.3
	АЖИЛ МЭРГЭЖЛИЙН БҮЛЭГ			4.4
		Малчид, тариаланч		4.4.1
		Цэрэг, цагдаа		4.4.2
		Багш		4.4.3
		Эмч		4.4.4
		Сурагч, оюутан		4.4.5
		Бизнесмен		4.4.6
		Боловсруулах үйлдвэрийн ажилчин		4.4.7
	БУСАД ТУСГАЙ БҮЛЭГ			4.5
		Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд		4.5.1
	ЖЕНДЕР			4.6
		Эрчүүдийг онцгойлсон		4.6.1
		Эмэгтэйчүүдийг онцгойлсон		4.6.2
	ГАЗАР ЗҮЙН			4.7
		Дэлхий нийтийн		4.7.1
		Тивийн		4.7.2
		Олон улсын		4.7.3
		Үндэсний		4.7.4
		Бүс нутгийн		4.7.5
		Орон нутгийн		4.7.6
	БУСАД ХОЛИМОГ			4.8

Хүснэгт 29. Үйлдвэрлэлийн бүтэц, гарал үүсэл / Origination

ХЭМЖҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН 1	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН 2	ТУХАЙЛСАН ТҮВШИН	КОД
ГАРАЛ ҮҮСЭЛ / ЗАХИАЛГА, ТЭТГЭЛЭГ					5.
	ӨӨРИЙН БҮТЭЭЛ				5.1

	ИВЭЭН ТЭТГЭЛЭГТ		5.1.1
		Төр, засгийн	5.1.1.1
		Улс төрийн намын	5.1.1.2
		Иргэний хөдөлгөөний	5.1.1.3
		Төрийн бус байгууллагуудын	5.1.1.4
		Бизнесийн байгууллагуудын	5.1.1.5
		Бусад мэдээллийн байгууллагууд	5.1.1.6
		Хувь хүний	5.1.1.7
	ӨӨРИЙН ХӨРӨНГӨӨР ХИЙСЭН		5.1.2
БИЕ ДААСАН УРАН БҮТЭЭЛ			5.2
	ТӨЛБӨРТ БУЮУ ЗАХИАЛГАТ		5.2.1
		Төр, засгийн	5.2.1.1
		Улс төрийн намын	5.2.1.2
			5.2.1.2.1
		МАХН	1
		АН	2
		ИЗНБНН	3
		БНН	4
		ЭОН	5
		АТН	6
		Иргэний хөдөлгөөний	5.2.1.3
		Төрийн бус байгууллагуудын	5.2.1.4
		Бизнесийн байгууллагуудын	5.2.1.5
		Бусад мэдээллийн байгууллагууд	5.2.1.6
		Хувь хүний	5.2.1.7
	ИВЭЭН ТЭТГЭЛЭГТ		5.2.2
		Төр, засгийн	5.2.2.1
		Улс төрийн намын	5.2.2.2
		Иргэний хөдөлгөөний	5.2.2.3
		Төрийн бус байгууллагуудын	5.2.2.4
		Бизнесийн байгууллагуудын	5.2.2.5
		Бусад мэдээллийн байгууллагууд	5.2.2.6
		Хувь хүний	5.2.2.7
ХАМТАРСАН БҮТЭЭЛ			5.3
	ТӨЛБӨРТ, ЗАХИАЛГАТ		5.3.1
		Төр, засгийн	5.3.1.1
		Улс төрийн намын	5.3.1.2
			5.3.1.2.1
		МАХН	1
		АН	2
		ИЗНБНН	3
		БНН	4
		ЭОН	5
		АТН	6
		Иргэний хөдөлгөөний	5.3.1.3
		Төрийн бус	5.3.1.4

		байгууллагуудын	
		Бизнесийн	5.3.1.5
		байгууллагуудын	
		Бусад мэдээллийн	5.3.1.6
		байгууллагууд	
		Хувь хүний	5.3.1.7
		ИВЭЭН ТЭТГЭЛЭГТ	5.3.2
		Төр, засгийн	5.3.2.1
		Улс төрийн намын	5.3.2.2
		Иргэний хөдөлгөөний	5.3.2.3
		Төрийн бус	5.3.2.4
		байгууллагуудын	
		Бизнесийн	5.3.2.5
		байгууллагуудын	
		Бусад мэдээллийн	5.3.2.6
		байгууллагууд	
		Хувь хүний	5.3.2.7
		ӨӨРИЙН	5.3.3
		ХӨРӨНГӨӨР ХИЙСЭН	
	СОЛИЛЦООНЫ		5.4
	БҮТЭЭЛ		
	ХУДАЛДАЖ		5.5
	АВСАН		
		ИВЭЭН ТЭТГЭЛЭГТ	5.5.1
		Төр, засгийн	5.5.1.1
		Улс төрийн намын	5.5.1.2
		Иргэний хөдөлгөөний	5.5.1.3
		Төрийн бус	5.5.1.4
		байгууллагуудын	
		Бизнесийн	5.5.1.5
		байгууллагуудын	
		Бусад мэдээллийн	5.5.1.6
		байгууллагууд	
		Хувь хүний	5.5.1.7
		ӨӨРИЙН	5.5.2
		ХӨРӨНГӨӨР ХИЙСЭН	
	ТОДОРХОЙГҮЙ		5.6
	ЗАР СУРТАЛ-		
	ЧИЛГАА		5.7

5.2 МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны арга зүй, аргачлал

Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын шинжилгээг социологийн тоон болон чанарын судалгааны арга болох контент анализын аргаар хийсэн бөгөөд шалгуур үзүүлэлтүүдээ Монголын сэтгүүлчдийн ёс зүйн зарчим, Америкийн сэтгүүл зүйн зарчим, Олон улсын сэтгүүлчдийн холбооны тунхаглал, Радио телевизийн мэдээллийн агентлагуудын захирлуудын холбооноос гаргасан сэтгүүлчдийн ёс зүйн дүрэм, Европын холбооны улсуудын сэтгүүлчдийн үйл ажиллагааны зарчим болон ШУА, МУИС, МУБИС, Сэтгүүлч коллеж, Глоб интернэшнл ТББ, Данийн сэтгүүл зүйн сургууль зэргээс тус судалгааны зорилгын хүрээнд ирүүлсэн гадаад, дотоодын мэдээллийг харьцуулан шинжилж боловсруулсан. Арга зүй, ойлголтын зөрүүтэй байдлаас сэргийлж хувьсагч буюу шалгуур үзүүлэлтүүдээ тоон хэлбэрээр илэрхийлэхийг зорьсон.

5.2.1 Агуулгын судалгааны хэмжүүр

Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэгт үнэлгээ өгөхдөө тоон хэмжүүрийг түлхүү хэрэглэж, чанарын хэмжүүрийг хавсрага хэлбэрээр тайлбартайгаар хэрэглэсэн. Үүнд:

Тоон хэмжүүрүүд:

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

Чанарын хэмжүүрүүд:

3. Далд сурталчилгаа байгаа эсэх
4. Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж байгаа эсэх
5. Бусад зөрчилтэй асуудал

5.2.2 Агуулгын судалгааны хэмжүүрийг ашиглах нь

Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгүүдийг нэг арга зүйгээр үнэлсэн болно. Гэхдээ шалгуур үзүүлэлтүүдийг тодорхой зааг ялгаатай хэрэглэв. Үүнд:

Мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр:

- Давталт болон MN today хөтөлбөрийг судалгаанд хамруулаагүй.
- Тоон болон чанарын бүх шалгуур үзүүлэлтээр үнэлгээ өгсөн.
- Нэгж хөтөлбөрийн мэдээ тус бүрийг үнэлсэн.
- Гадаад мэдээг сэтгүүл зүйн мэргэжлийн стандартын үнэлгээнд хамруулаагүй.
- Чанарын хэмжүүрүүдийг баримт, жишээ, тайлбартайгаар хэрэглэв.

Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэгт

- Оргил цаг болон түүнтэй ойролцоо цагуудаар гарч буй мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийг шинжилгээнд хамруулав.
- Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэгт бүхэлд нь үнэлгээ өгсөн болно.
- Судлаачид чанарын үнэлгээг голлож ажиллав.

5.2.3 Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаанд хэрэглэгдэх ойлголт, нэр томъёоны тайлбар_Хүснэгт 30.

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

00000000000000000000,3- + Мэдээний эх сурвалжийн тоо	8	Үүнд тухайн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлэгт дүрсгүй болон дүрстэй дамжуулан үзэгчдэд хүргэж буй бүх нэрлэсэн, нэрлээгүй, тодорхойгүй эх сурвалжуудыг хамруулж тооцно
Дүрстэй болон дүрсгүй эх сурвалж	9	Мэдээ дүрстэй, дүрсгүй эсэх нь тухайн мэдээний онцлогтой холбоотойгоор өөр, өөр өнцгөөс үнэлэгдэнэ. Тухайлбал нэг тохиолдолд Ерөнхийлөгч төрийн албан ёсны айлчлал хийсэн тухай мэдээлэлд тухайн улс орноор айлчилж буй ерөнхийлөгчийг эх сурвалж болгон харуулахдаа ерөнхийлөгчийн айлчлалыг синхрон хэлбэрээр харуулж, сэтгүүлч зөвхөн өөрөө тайлбарлан ярьхад дүрстэй эх сурвалж болж байхад нөгөө тохиолдолд ерөнхийлөгчийн байр суурийг сэтгүүлч өөрөөр нь бодитоор үзүүлэлгүйгээр синхрон хэлбэрээр дүрсийг үзүүлж, сэтгүүлч өөрөө ерөнхийлөгчийн байр суурийг тоймлон хүргэсэн тохиолдолд хэдийгээр синхрон явж ерөнхийлөгчийн дүрс гарсан ч гэсэн энэ нь дүрсгүй эх сурвалж болно. Дүгнэж хэлбэл орон байр, тухайн бодит асуудлыг харуулахдаа синхрон, сэтгүүлчийн тайлбар 2 байхад л дүрстэй гэж үзэх бол хэн нэг хүний үзэл бодол, байр суурийг зөвхөн сэтгүүлч тайлбарлан хүргэсэн тохиолдолд энэ нь дүрсгүй эх сурвалж болно.
Эх сурвалжийг нэрлэсэн эсэх	9	Нэрлэсэн эх сурвалж - Ерөнхийлөгч Н.Энхбаяр хэлэхдээ "... Нэрлээгүй эх сурвалж - Засгийн газрын томоохон албан тушаалтны үзэж байгаагаар , Тодорхойгүй– Нэгэн эх сурвалжийн мэдээгээр ... гэх мэтээр ойлгоно.
Эх сурвалжийн төлөөлөл	9	Албан ёсны, нам, бизнесийн бүлэг, иргэний холбоо хөдөлгөөн, хэвлэл мэдээллийн байгууллага, бусад нийгмийн байгууллагын төлөөлөгчид, иргэн, бичгийн эх сурвалж, гадаад эх сурвалж зэрэг болно.
Баримт, үзэл бодол	10	"... Ардчилсан намын үзэж байгаагаар" гэх зэрэг мэдээлэл нь үзэл бодол бус баримтыг өгүүлж буй хэрэг юм. Харин сэтгүүлч тухайн асуудлаар өөрийн таамаглал дэвшүүлэх, санаа бодлоо шууд илэрхийлэх, өөрийн үнэлгээ дүгнэлт өгөх зэрэг нь баримт бус үзэл бодол болно. Мөн баримт, үзэл бодол нь холимог мэдээ таарах учраас тэдгээрийг баримт үзэл бодлыг тодорхой заагласан, зааг нь тодорхойгүй хэмээн ялгаж ангилах хэрэгтэй.
Далд сурталчилгаа	11	Аль нэг байгууллагын үйлчилгээ, үйл ажиллагааны талаар ямар нэгэн ижил төрлийн байгууллага, үйлчилгээтэй харьцуулалгүйгээр, зөвхөн тухайн сонирхлын бүлгийн талд ашигтайгаар өгүүлсэн, ингэхдээ илт магтах өнгө аястай, үйлчилгээ, үйл ажиллагаанд уриалан дуудсан мэдээ, мэдээллийг далд сурталчилгаанд хамруулна.
Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж байгаа эсэх	12	Тухайн эх сурвалжийн мэдээллийг тэнцвэржүүлэх үүднээс асуулт тавьж, эсвэл өөр баримттай, харьцуулж, илүү бодит байдалд нийцүүлэх, өөрөөр хэлбэл эх сурвалжид хөтлөгдөхгүй байх, сөрөг, эсвэл олон нийтийн өмнөөс хандсан асуулт тавьж чадаж байвал тухайн эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж буйн илрэл гэж үзнэ.
Бусад зөрчилтэй асуудал	13	Үүнд сэтгүүлчийн ур чадвар / хэл найруулга, дэлгэцний соёл, сурвалжлах, асуулт тавих чадвар /, сэтгүүлчийн ёс зүй / хүний нэр төрд халдсан, аливаа ялгаварлан

гадуурхсан шинж илэрсэн, сэтгүүлч өөрөө мэдээллийн эх сурвалжид шударга бус хандсан гэх мэт / -тэй холбоотой асуудлуудыг баримт тайлбартайгаар тэмдэглэнэ.

5.2.4 Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны аргачилсан ангиллын тогтолцоо_ Хүснэгт 31.

B1. Мэдээний дараалал /1-р, 2-р, 3-р мэдээ гэх мэтээр тэмдэглэнэ/ B2-B3 Хөтөлбөрийн бүтэц дэх мэдээний байршил B2. Эхэлсэн хугацаа 13:15:15 B3. Дууссан хугацаа 13:16:15 гэх мэт
B4 Мэдээний үргэлжлэх хугацаа 1 минут * 60=60 сек /Секундээр бодно: Минут*60=Секунд, Цаг*3600=Секунд/
B5 Мэдээний төрөл, жанр 1. Мэдээ 2. Сурвалжлага 3. Ярилцлага 4. Шуурхай мэдээ 5. Тойм, тайлбар 6. Бусад 7. (Асуудал хөндсөн болон баримтат нэвтрүүлэг / Peature and documentaries - (Асуудал хөндсөн нэвтрүүлэг, Хөрөг , Мэдээллийн чанартай бусад нэвтрүүлэг, Редакцийн тайлбар гэх мэт)) 8. Зар сурталчилгаа /Цаг агаарын мэдээний өмнө гарсан/
B6 Мэдээний сэдэв, асуудал / хүснэгт 34-өөс үзнэ үү!/ B7 Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ 1. Гадаад улс орон, дэлхий дахины 2. Дотоодын улсын хэмжээний мэдээлэл 3. УБ хотын 4. Гадаадад суугаа монголчуудын 5. Монголд суугаа гадны иргэдийн 6. Орон нутгийн
B8 Мэдээ, нэвтрүүлгийн эх сурвалжийн нийт тоо 1, 5, 10 гэх мэтээр тоогоор илэрхийлнэ

B9. Эх сурвалжийн тоо, дүрслэл, нэрлэсэн эсэх, төлөөлөл_Хүснэгт 32

ХЭМЖҮ ҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН 1	ШААРДАГДА Х ТҮВШИН 2	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН 3	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	ТУХАЙЛСАН ТҮВИН	КОД
Эх сурвалжийн тоо, дүрс, нэр, төлөөлөл						9
	Эх сурвалжгүй					9.1
	Нэг					9.2
		Дүрстэй				9.2.1
			Эх сурвалж нэрлэсэн			9.2.1.1
				Албан ёсны		9.2.1.1.1
					Ерөнхийлөгч	9.2.1.1.1.1
					Засгийн газар	9.2.1.1.1.2
					УИХ	9.2.1.1.1.3

		Нийслэлийн ЗД, ИТХ	9.2.1.1.1.4
		Орон нутгийн засаг дарга, төрийн байгууллагууд	9.2.1.1.1.5
		Хууль, шүүх, хяналтын	9.2.1.1.1.6
	Нам		9.2.1.1.2
		МАХН	9.2.1.1.2.1
		АН	9.2.1.1.2.2
		ИЗБНН	9.2.1.1.2.3
		БНН	9.2.1.1.2.4
		ЭОН	9.2.1.1.2.5
		АТН	9.2.1.1.2.6
	Бизнесийн бүлэг		9.2.1.1.3
	Иргэний, хөдөлгөөн		9.2.1.1.4
	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага		9.2.1.1.5
	Бусад нийгмийн байгууллага		9.2.1.1.6
	Иргэн		9.2.1.1.7
	Бичгийн		9.2.1.1.8
	Гадаад		9.2.1.1.9
	Эх сурвалжаа нэрлээгүй		9.2.1.2
	Албан ёсны		9.2.1.2.1
		Ерөнхийлөгч	9.2.1.2.1.1
		Засгийн газар	9.2.1.2.1.2
		УИХ	9.2.1.2.1.3
		Нийслэлийн ЗД, ИТХ	9.2.1.2.1.4
		Орон нутгийн засаг дарга, төрийн байгууллагууд	9.2.1.2.1.5
		Хууль, шүүх, хяналтын	9.2.1.2.1.6
	Нам		9.2.1.2.2
		МАХН	9.2.1.2.2.1
		АН	9.2.1.2.2.2
		ИЗН	9.2.1.2.2.3
		БНН	9.2.1.2.2.4
		ЭОН	9.2.1.2.2.5
		АТН	9.2.1.2.2.6
	Бизнесийн бүлэг		9.2.1.2.3
	Иргэний хөдөлгөөн		9.2.1.2.4
	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага		9.2.1.2.5
	Бусад нийгмийн байгууллага		9.2.1.2.6
	Иргэн		9.2.1.2.7
	Бичгийн		9.2.1.2.8
	Гадаад		9.2.1.2.9
	Эх сурвалж тодорхойгүй		9.2.1.3
	Дүрсгүй		9.2.2
	Эх сурвалж нэрлэсэн		9.2.2.1
	Албан ёсны		9.2.2.1.1
		Ерөнхийлөгч	9.2.2.1.1.1
		Засгийн газар	9.2.2.1.1.2
		УИХ	9.2.2.1.1.3
		Нийслэлийн ЗД, ИТХ	9.2.2.1.1.4
		Орон нутгийн засаг дарга, төрийн байгууллагууд	9.2.2.1.1.5
		Хууль, шүүх, хяналтын	9.2.2.1.1.6
	Нам		9.2.2.1.2
		МАХН	9.2.2.1.2.1

		АН	9.2.2.1.2.2
		ИЗБНН	9.2.2.1.2.3
		БНН	9.2.2.1.2.4
		ЭОН	9.2.2.1.2.5
		АТН	9.2.2.1.2.6
	Бизнесийн бүлэг		9.2.2.1.3
	Иргэний хөдөлгөөн		9.2.2.1.4
	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага		9.2.2.1.5
	Бусад нийгмийн байгууллага		9.2.2.1.6
	Иргэн		9.2.2.1.7
	Бичгийн эх сурвалж		9.2.2.1.8
	Гадаад		9.2.2.1.9
	Эх сурвалжаа нэрлээгүй		9.2.2.2
	Албан ёсны		9.2.2.2.1
		Ерөнхийлөгч	9.2.2.2.1.1
		Засгийн	9.2.2.2.1.2
		УИХ	9.2.2.2.1.3
		Нийслэлийн ЗД, ИТХ	9.2.2.2.1.4
		Орон нутгийн засаг дарга, төрийн байгууллагууд	9.2.2.2.1.5
		Хууль, шүүх, хяналтын	9.2.2.2.1.6
	Нам		9.2.2.2.2
		МАХН	9.2.2.2.2.1
		АН	9.2.2.2.2.2
		ИЗН	9.2.2.2.2.3
		БНН	9.2.2.2.2.4
		ЭОН	9.2.2.2.2.5
		АТН	9.2.2.2.2.6
	Бизнесийн бүлэг		9.2.2.2.3
	Иргэний хөдөлгөөн		9.2.2.2.4
	Хэвлэл мэдээллийн байгууллага		9.2.2.2.5
	Бусад нийгмийн байгууллага		9.2.2.2.6
	Иргэн		9.2.2.2.7
	Бичгийн эх сурвалж		9.2.2.2.8
	Гадаад эх сурвалж		9.2.2.2.9
	Эх сурвалж тодорхойгүй		9.2.2.3
	Хоёр / 2 Sources		9.3

	Гурваас дээш		9.4.2.3

V10-V13. Эх сурвалжийн баримтжуулалт ба чанарын үзүүлэлтүүд_Хүснэгт 33

Баримт үзэл бодлыг ялгасан эсэх		10
	Баримт	10.1
	Сэтгүүлчийн үзэл бодол	10.2

	Холимог	10.3
	Баримт үзэл бодлыг тодорхой заагласан	10.3.1
	Зааг нь тодорхойгүй	10.3.2
Далд сурталчилгаа байгаа эсэх		11
	Байна	11.1
	Байхгүй байна	11.2
Сэтгүүлч эх сурвалжид шүүмжлэлтэй хандаж байгаа эсэх		12
	Тийм	12.1
	Үгүй	12.2
Бусад зөрчилтэй асуудал		13
	Байна	13.1
	Байхгүй байна	13.2

В6. Мэдээний сэдэв, асуудал_Хүснэгт 34

ХЭМЖ -ҮҮР	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН 1	ШААРДАГДАХ ТҮВШИН	САНАЛ БОЛГОХ ТҮВШИН	ТУХАЙЛСАН ТҮВШИН	КОД
					6
	Хүрээлэн буй орчин				6.1
		Газар зүй			6.1.1
		Байгалийн аюул гамшиг			6.1.2
		Сансар огторгуй			6.1.3
		Ургамал, амьтан			6.1.4
		Экологи			6.1.5
			Агаар		6.1.5.1
				Бохирдол	6.1.5.1.1
				Цэвэршүүлэх асуудал	6.1.5.1.2
			Хөрс		6.1.5.2
				Эвдрэл, сүйтгэл	6.1.5.2.1
				Нөхөн сэргээлт	6.1.5.2.2
			Ус		6.1.5.3
				Нөөц	6.1.5.3.1
				Бохирдол	6.1.5.3.2
				Хамгаалалт	6.1.5.3.3
			Дэлхийн дулаарлын асуудал		6.1.5.4
	Улс төр				6.2
		Төр			6.2.1
			Хууль тогтоох байгууллагууд		6.2.1.1
				УИХ	6.2.1.1.1
				НИТХ	6.2.1.1.2
				Орон нутгийн ИТХ	6.2.1.1.3
			Гүйцэтгэх байгууллагууд		6.2.1.2
				Засгийн газар	6.2.1.2.1
				Нийслэлийн засаг, захиргаа	6.2.1.2.2
				Орон нутгийн засаг, захиргаа	6.2.1.2.3
			Шүүх байгууллагууд		6.2.1.3
			Ерөнхийлөгч		6.2.1.4
		Улс төрийн намууд			6.2.2
			МАХН		6.2.2.1

		АН	6.2.2.2
		ИЗН	6.2.2.3
		БНН	6.2.2.4
		ЭОН	6.2.2.5
		АТН	6.2.2.6
	Иргэн, иргэний нийгмийн байгууллага		6.2.3
		Иргэний холбоо, хөдөлгөөн	6.2.3.1
		Иргэд, хохирогчдын жагсаал цуглаан	6.2.3.2
	Олон улсын		6.2.4
Эдийн засаг			6.3
	Дотоодын		6.3.1
		Төсөв, мөнгөний бодлого	6.3.1.1
		Үнэт цаас, хувьцаа, мөнгөний ханш	6.3.1.2
		Банк санхүү	6.3.1.3
		Хөдөө аж ахуй	6.3.1.4
		Газар тариалан	6.3.1.4.1
		Мал аж ахуй	6.3.1.4.2
	Аж үйлдвэр		6.3.1.5
		Эрчим хүч	6.3.1.5.1
		Барилга	6.3.1.5.2
		Уул уурхай	6.3.1.5.3
		Хөнгөн үйлдвэр	6.3.1.5.4
		Хүнс	6.3.1.5.5
		Худалдаа, наймаа	6.3.1.6
	Олон улсын		6.3.2
Боловсрол			6.4
	Сургалт		6.4.1
		Албан	6.4.1.1
		Албан бус	6.4.1.2
	Гэгээрэл		6.4.2
Эрүүл мэнд, анагаах ухаан			6.5
	Анагаах ухаан		6.5.1
	Эмнэлгийн үйлчилгээ		6.5.2
	Нийгмийн эрүүл мэнд		6.5.3
		Хоол, хүнсний эрүүл ахуй	6.5.3.1
		Орчны эрүүл ахуй	6.5.3.2
	Өвчлөл		6.5.4
	Эм тариа		6.5.5
	Төрөлт, эх, нялхасын эндэгдэл, үр хөндөлт		6.5.6
Гэмт хэрэг, шударга ёс			6.6
	Улс төрийн гэмт хэрэг		6.6.1
		Авилгал	6.6.1.1
	Эдийн засгийн гэмт хэрэг		6.6.2
		Авилгал	6.6.2.1
	Хүчирхийлэл		6.6.3
	Хулгай		6.6.4
	Мансууруулах бодис		6.6.5
	Түүр саатуулга		6.6.6
	Хүний наймаа		6.6.7
	Хүний эрхийн зөрчил		6.6.8
Олон улсын үйл явдал ба чиг хандлага			6.7
	Дайн, терроризм		6.7.1
	Аюул гамшиг, өвчин зовлон		6.7.2
	НҮБ болон бусад олон улсын байгууллагууд		6.7.3

	Монголын болон монголчуудын тухай олон улсын мэдээ		6.7.4
Чөлөөт цаг, сонирхол, амьдралын хэв маяг, спорт			6.8
	Зөвлөгөө /хөдөлгөөний аюулгүй байдал, өөрөө өөртөө туслах гм/		6.8.1
	Компьютер, технологи		6.8.2
	Хоол, хүнс		6.8.3
	Гэр ахуй, цэцэрлэг		6.8.4
	Сонирхол		6.8.5
	Машин, техник		6.8.6
	Хувь хүний амьдралын хэв маяг, гэр бүл		6.8.7
	Аялал жуулчлал		6.8.8
	Бүх төрлийн спорт		6.8.9
Мэдээлэл, цэнгээн			6.9
	Хэвлэл мэдээлэл		6.9.1
	Зугаа цэнгэл, хөгжим		6.9.2
	Урлаг соёл		6.9.3
	Үйл явдал тохиолдол		6.9.4
		Ойн арга хэмжээ	6.9.4.1
		Баяр ёслол	6.9.4.2
		Үзэсгэлэн, худалдаа	6.9.4.3
Хүний сонирхол			6.10
Шинжлэх ухаан, технологи			6.11
Нийгмийн асуудал			6.12
	Аваар осол		6.12.1
	Шашин, гүн ухаан		6.12.2
		Шашин	6.12.2.1
		Шашны бус гүн ухаан	6.12.2.2
	Дэд бүтэц, харилцаа холбоо		6.12.3
	Ядуурал		6.12.4
	Ажил эрхлэлт		6.12.5
	Хөгжлийн асуудлууд		6.12.6
	Эмзэг сэдэв		6.12.7
		Хүүхэд	6.12.7.1
			Хүүхдийн хөдөлмөр
			Тэнэмэл хүүхэд
		Жендер	6.12.7.2
		Бэлгийн дарамт	6.12.7.3
Зар сурталчилгаа			6.13
	Арилжааны мэдээлэл		6.13.1
	Нийгмийн чанартай сурталчилгаа		6.13.2
	Арилжааны цэвэр сурталчилгаа		6.13.3
	Улс төрийн цэвэр сурталчилгаа		6.13.4
Бусад холимог			6.14

5.3 Олон нийтийн санал асуулгын судалгааны аргачлал

5.3.1 Зорилго ба зорилт

Тус судалгаа нь ОНТ-ийн өргөн нэвтрүүлгийн талаарх олон нийтийн санал бодол, сэтгэл ханамжийн түвшин, үүний дотор ОНТ-ийн талаарх тэдний ойлголтыг үнэлэх зорилготой. Судалгаагаар дараахь асуудлуудыг тандахыг зорьсон. Үүнд:

- Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хүртээмж ба ашиглалт
- ОНРТ болон ОНРТ-ийн тухай хуулийн талаарх олон нийтийн ойлголт
- МҮОНТ-ийн хүртээмж ба үзэгчдийн оргил цаг
- МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамжийн түвшин
- МҮОНТ-ийн мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн талаарх олон нийтийн сэтгэл ханамжийн түвшин
- МҮОНТ-ийн санхүүжилт, хураамжийн талаарх олон нийтийн ойлголт, хандлага
- Телевиз, мэдээллийн хэрэгслийн ашиглалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлс

Дээрх үзүүлэлтүүдийг нийслэл, аймгийн төв, сумын төв, хөдөөгийн зэргээр газар зүйн хүчин зүйлээр мөн шаардлагатай үзүүлэлтүүдийг хүн ам зүй, нийгэм эдийн засгийн болон соёлын хүчин зүйлсээр харьцуулав.

5.3.2 Мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах арга

Анхдагч мэдээллийг социологийн тоон судалгааны арга болох стандартчилагдсан сурвалжлагын анкетаар бүрдүүллээ. Мөн хайгуулын судалгааны явцад орон нутгийн зарим иргэд болон экспертүүдтэй гүнзгийрүүлсэн ярилцлага хийсэн.

Анхдагч мэдээллийг Excel программд нэгтгэж техникийн болон логик алдааг магадлан, боловсруулалтад SPSS.15, EViews 3.1 програмуудыг ашиглав. Мэдээллийн дүн шинжилгээнд социологийн энгийн бүлэглэх, төвийн үзүүлэлтүүдийг тооцоолох аргуудаас гадна урьдчилан хэв маяг үүсгэх логик арга, логик квадратын арга, олон хүчин зүйлийн шинжилгээний аргууд, хүчин зүйл хоорондын хамаарлыг судлах корреляцийн аргуудыг хослуулан хэрэглэв.

5.3.3 Түүврийн аргачлал

А. Түүврийн хэмжээ:

Судалгааны түүврийн хэмжээг тогтоохдоо социологийн судалгаанд хэрэглэгддэг статистик болон эмпирик аргуудыг хослуулан хэрэглэлээ. Үүнд:

Эмпирик арга: Монгол улсын нийт 2576575 /эх олонлог/ суурин хүн амаас 1300 төлөөлөгчийг судалгаанд хамруулснаар эх олонлогийн тухай бүрэн

мэдээлэл авах юм. Улсын хэмжээнд хийгддэг цаг үеийн болон тогтмол судалгаануудаас үзвэл түүврийн дундаж хэмжээ нь 1100 байна. Түүнчлэн Олон улсын жишгээр, эх олонлогийг төлөөлж чадахуйц түүврийн хэмжээг тогтоохдоо 5000:1 гэсэн харьцааг сонгох нь түгээмэл байдаг. Бидний тогтоосон түүврийн хэмжээний дагуу 1 хүн 1982 хүнийг төлөөлж байгаа ба үр дүн нь төлөөллийн хувьд олон улсын дундаж жишгээс харьцангуй дээгүүр байна.

Статистик тооцооны арга: Статистик аргаар түүврийн хэмжээг тодорхой алдааны хязгаарын дотор тодорхой итгэх магадлалтайгаар тогтоох боломжтой. Тус судалгааны түүврийн хэмжээг олон шатат, буцаалтгүй энгийн санамсаргүй түүврийн аргаар тогтоосон. Иймд 1200 респондент нь ± 3.5 хувийн алдааны хязгаарын дотор эх олонлогийн тодорхой шинж тэмдгийг 99.7 хувийн итгэлтэйгээр төлөөлөх чадвартай байв. Тооцоололд дараах томъёог хэрэглэв.

$$n = \frac{t^2 \cdot w \cdot (1-w) \cdot N}{N \cdot \Delta_p^2 + t^2 \cdot w \cdot (1-w)}$$

Б. Түүврийн бүтэц ба нэгжийн сонголт:

Судалгааны үр дүн бодит байдалд ойр байж, төлөөлөх чадвар нь хэр зэрэг өндөр байх нь түүврийн хэмжээнээс гадна түүврийг хэрхэн сонгосон, түүврийн бүтцийг хэр оновчтой бүрдүүлсэн арга зүйгээс ихээхэн хамаардаг. Судлаачийн хувийн үзэл бодол, үзэмжийн нөлөөг багасгаж, нөгөөтэйгүүр хүн амын социологийн бүтцийг төлөөлж чадахуйц үр дүнд хүрэх үүднээс судалгааны түүврийг санамсаргүй түүвэрлэлтийн Киш-Грид болон Квотын хосолмол аргуудаар бүрдүүллээ.

Монгол улсын 2576575 хүнийг төлөөлөх чадвар бүхий 1200 хүнийг сонгохдоо, бүх хүн судалгаанд хамрагдах бүрэн боломжтой байхаар тооцоолох нь чухал. Өөрөөр хэлбэл монгол улсад амьдарч буй аль нэг хүн судалгаанд хамрагдах эсэх нь судлаачаас юм уу тухайн айл өрхийн байршлаас шалтгаалах ёсгүй.

Тиймээс түүврийг сонгохын тулд:

3 Монгол улсын хүн амыг газар нутгийн хувьд жигд хамруулах

4 Сонгогдсон газар нутагт айл өрхийг сонгож судалгаанд хамруулахад судлаачийн хувийн үзэмжийн нөлөөг багасгах бодлого баримтлах нь чухал.

Монгол улс засаг, захиргааны нэгжийн хувьд 21 аймаг, нийслэл Улаанбаатар хот гэсэн 22 үндсэн нэгжид хуваагддаг. Нийт 1.5 сая км² газар нутагтай, хүн амын нягтшил бага таруу суурьшдаг. Мөн хүн амын 59 хувь нь нийслэл Улаанбаатар болон аймгийн төвд, 15 хувь нь сумын төв, хот тосгонд, 26 хувь нь хөдөө орон нутагт амьдардаг. Хүн амын 64 хүртэлх хувийг 35 хүртэлх насны залуучууд эзэлдэг, 20 гаруй угсаатан ястантай, хөдөө аж ахуй, нүүдлийн уламжлалт соёл, хотын буюу орчин үеийн иргэншсэн суурин соёл зэрэгцэн оршсон хүн ам зүй, соёлын өвөрмөц онцлогтой ард түмэн юм. Улс төр, эдийн засгийн систем шинэчлэгдэх үйл явцтай холбоотойгоор ажилгүйдэл, ядуурал, архидалт, хээл хахууль, чанаргүй боловсрол зэрэг нийгмийн олон асуудлууд оршоор байна. Хүн амын эдгээр онцлогуудыг харгалзан Үндэсний Статистикийн Төв Газар болон Иргэний Бүртгэл Мэдээллийн Төвийн хүн амын тооллого, бүртгэлийн дүнд түшиглэн түүврийн бүтцийг бүрдүүллээ.

Дараахь хүснэгтээс Монгол улсын хүн амын байршил, судалгаанд хамруулсан аймаг, нийслэлийн хүн амын бүтэц болон түүнтэй пропорционалиар тогтоосон түүврийн бүтэц, хэмжээг харна уу.

Хүснэгт 35. Монгол улсын суурин хүн амын тоо, байршлаар

1	Байршил	Нийт хүн ам		Судалгаанд хамруулбал зохих	Судалгаанд хамруулсан	
		тоо	хувь		тоо	Хувь
1	Улаанбаатар хот	987192	38,3	459	444	37,0
2	Аймгийн төв	539270	20,9	252	270	22,5
3	Сумын төв, тосгон	388299	15,1	181	214	17,8
4	Хөдөө	661814	25,7	308	273	22,7
	Нийт	2576575	100,0	1200	1201	100,0

Мөн арга зүйн алдаанаас сэргийлж сорилын судалгааг хийсэн бөгөөд үүнд Улаанбаатарт 4-р сард, 5-р сарын сүүлээр Хөвсгөлийн Мөрөн, Арбулаг сумын төв болон хөдөөний малчин өрхийг хамруулав.

ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн чанарт, нэн ялангуяа мэдээллийн хөтөлбөрт мэргэжлийн стандартын үүднээс хийсэн үнэлгээнээс үзвэл зарим зайлшгүй анхаарах, цаашид сайжруулах зүйлс ажиглагдсан.

Ямар ч мэдээллийг хэн нэгний ашиг сонирхолд хөтлөгдөлгүйгээр олон ургальч байр суурьнаас олон нийтэд хүргэхэд эх сурвалжийн олон эшт байдал чухал байдаг. ОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрөөр дамжуулсан нийт мэдээний тал шахам хувь нь нэг эх сурвалжийн мэдээлэлд үндэслэсэн байсан нь хангалтгүй үзүүлэлт юм. Хоёр ба түүнээс дээш эх сурвалж ашигласан мэдээлэл нийт мэдээний мөн л тал орчим хувийг эзэлж байгаа боловч, эх сурвалжийн дийлэнх нь Ерөнхийлөгч, Засгийн газар, УИХ зэрэг төрийн байгууллагуудын төлөөлөл байна. Мэргэжлийн байгууллагын төлөөлөгчдийг эх сурвалж болгон ашиглах нь мөн нэлээд түгээмэл байсан. Харин мэдээллийг гурван түвшний эх сурвалжаар баталгаажуулж, тэнцвэржүүлэх нь нэлээд ховор, өөрөөр хэлбэл мэдээллийн бодит байдлыг хангах мэргэжлийн стандартыг тэр бүр биелүүлэхгүй байв.

Далд сурталчилгаа, ивээн тэтгэлэг, төлбөртэй нэвтрүүлэг зэрэг нь нэвтрүүлгийн бодлогын хараат бус байдал, итгэл үнэмшлийг алдагдуулах нэг хүчин зүйл болдог. Тийм ч учраас ялангуяа мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийг ивээн тэтгэлгээр хийх, ийм нэвтрүүлэг дундуур зар сурталчилгаа явуулахаас зайлсхийхийг мэргэжилтнүүд зөвлөдөг. МҮОНТ хүүхдийн, танин мэдэхүйн, мэдээллийн хөтөлбөрөө өөрөө бэлтгэж, харин спорт, аялал жуулчлал, хөгжим, шоу цэнгээний нэвтрүүлгийг бие даасан студиудээс худалдаж авч буй нь сайшаалтай. Мэдээллийн, хүүхдийн болон танин мэдэхүйн нэвтрүүлгүүдийг шинжээчид public interest programs буюу “олон нийтийн ашиг сонирхолын нэвтрүүлгүүд” хэмээн нэрлэдэг бөгөөд эдгээр нь нийгэмд хэрэгтэй, тиймээс Олон нийтийн телевиз анхааралдаа заавал авах учиртай гэж үздэг. Чухамхүү “олон нийтийн ашиг сонирхолын нэвтрүүлгүүдийн” хувийн жин, чанараар нь Олон нийтийн телевизийн нүүр царай, нэвтрүүлгийн бодлогыг дүгнэдэг. Тиймээс МҮОНТ эдгээр нэвтрүүлгийг өөрийн нэвтрүүлгийн бодлого, мэргэжлийн хяналтад хамруулж, өөрсдөө бэлтгэдэг нь чухал үзүүлэлт мөн. Гагцхүү эдгээр нэвтрүүлгийг ивээн тэтгэлгээр хийх, дундуур нь ил, далд сурталчилгаа нэвтрүүлэх явдал гарсаар байгааг тэмдэглэх нь зүйтэй. Тухайлбал нийгмийн тулгамдсан асуудлуудыг хөндөж, олон нийтийн санаа бодлыг төлөвшүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэх учиртай “Нээлттэй засаг”, “Нээлттэй хэлэлцүүлэг” зэрэг нэвтрүүлгийн дундуур далд сурталчилгаа явуулж байснаас гадна Мэдээллийн чанартай болон хүүхдийн, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийг ивээн тэтгэлгээр хийх явдал түгээмэл, тухайлбал хүүхэд залуучуудын нэвтрүүлгийн 21 орчим хувийг ивээн тэтгэлгээр, үүний 17 хувийг бизнесийн байгууллагын ивээн тэтгэлгээр бэлтгэсэн байв. Энэ нь тухайн нэвтрүүлгийн хараат бус байдал, итгэл үнэмшилд сөргөөр нөлөөлж буйг нэвтрүүлгийн бодлого төлөвлөгчид анхааралдаа авна биз ээ.

2. ОНТ нь олон нийтээс санхүүжиж, тэдний хяналтан дор ажиллаж, тэдний өмнө хариуцлага хүлээнэ

МҮОНТ олон нийтээс санхүүжиж, олон нийтийн өмнө хариуцлага хүлээхийн тулд юун түрүүнд иргэд өөрсдөө Олон нийтийн телевизийн тухай, хураамж төлөх

үүрэг болон хураамж төлснийхөө төлөө олон нийтийн телевизээс юу хүлээх, шаардах эрхтэйгээ сайн мэддэг байх учиртай.

Судалгааны дүнгээс үзэхэд, хүн амын дөнгөж 3 хувь нь ОНРТ-ийн тухай хуулийг олж үзсэн бол иргэдийн тал хувь нь ийм хууль гарсан тухай огт мэдээлэлгүй байв. Түүнчлэн ОНРТ-ийн мөн чанарын тухай хүн амын 15 хувь нь л ямар нэг төсөөлөлтэй байсан, цаашилбал ОНРТ-ээс олон нийтэд зориулж гаргасан тайланг нийт иргэдийн 2 хувь нь л олж үзсэн байв. Мөн иргэдийн тал хувь нь ОНТ-ийн хураамжаа “төлж байгаа” гэсэн хариулт өгсний зэрэгцээ маш олон иргэн, ялангуяа хөдөөгийн иргэд “цахилгаан тасалддаг тул хураамж төлдөггүй, төлөх ч шаардлагагүй” хэмээн үзэж байсан, хураамжийн хэмжээ, хэзээ хэрхэн төлдөгөө мэдэхгүй хүн ч олон байв.

Өөрөөр хэлбэл ОНТ-ийн үндсэн шинж чанар болох “иргэдээс санхүүжих, иргэдийн хяналтан дор ажиллах” нөхцөл биелэх үндэс суурь нь бүрэн бүрэлдээгүй байна. ОНТ-ийн мөн чанар, үүрэг хариуцлагын талаар иргэд нэлээд сайн ойлголттой болсон цагт л олон нийтийн хяналт, санхүүгийн дэмжлэг бүрэн утгаараа бий болно. Тиймээс иргэдэд ОНТ-ийн телевиз болон хураамжийн учир шалтгааны талаар нэгдмэл ойлголт өгөх дорвитой ажил зохион байгуулах нь ОНТ-ийн оршин тогтнох үндэс суурьтай шууд холбоотой байна.

3. ОНТ нь Монгол Улсын газар нутаг дээр амьдарч буй нийт иргэдийн ОНТ-ээр үйлчлүүлэх эрхийг ижил тэгш хангана.

ОНТ-ийн нэвтрүүлгийг Монголын нийт газар нутагт хүлээн авах техникийн боломж

Олон нийтийн телевизийн нэвтрүүлгийг Монгол улсын газар нутгийн 99 хувьд саадгүй хүлээн авах боломжтой байна. Сүүлийн жилүүдэд үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлэг цацдаг телевизүүдийн тоо олширч, Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн монополь байдал задарч байгаа талаар багагүй ярьж байгаа. Гэсэн хэдий ч бусад телевизүүдтэй харьцуулбал нэвтрүүлэг хүлээн авах техник боломж, гаралтын чанарын хувьд МҮОНТ давуу байгаа учир энэ телевизийн нэвтрүүлгийн хүртээмж хамгийн өндөр хэвээр байна.

Бусад сувгуудын хувьд Үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлэг цацдаг “Боловсрол суваг” ТВ Баянхонгор аймгийн Баян-Овоо, Архангай аймгийн Чулуут, Булган, Тариат, Хайрхан, Цэнхэр, Булган аймгийн Могод, Хишиг-Өндөр, Дундговь аймгийн Өндөршил, Завхан аймгийн Төгөл, Увс аймгийн Өлгий, Өмнөговь, Бөхмөрөн, Марзийн, Түргэн, Тариалан, Хархорин сумдад гаралт муутай байна. Өргөн нэвтрүүлгийн бусад сувгууд /ТВ9, ТВ5, MN 25/ үндэсний хэмжээнд нэвтрүүлгээ өдөр бүр цацдаггүйн улмаас эдгээр телевизийн хүртээмж МҮОНТ-ийнхээс доогуур байна.

Өөрөөр хэлбэл МҮОНТ үндэсний хэмжээнд, хүн амын газар зүйн байршлаас үл хамааран нийтэд ижил тэгш хүрч чадаж байгаа цорын ганц суваг мөн болох нь судалгааны дүнд тогтоогдсон.

Нэвтрүүлгийн олон хэлбэр

ОНТ-ийн хөтөлбөрт нэвтрүүлгийн олон хэлбэрийн зохистой харьцааг одоогоор хадгалж чадаж байна гэж хэлж болно. Гэхдээ мэдээллийн болон цэнгээнт, уран сайхны хэлбэрийн нэвтрүүлгийн хэмжээ бараг тэнцүү байгаагаас гадна уран сайхны, цэнгээнт нэвтрүүлэг давамгайлах хандлага гарч болзошгүй хөтөлбөрийн бодлогын түвшинд анхаарах нь зүйтэй.

Ниймгийн чухал асуудлыг цэнгээнт нэвтрүүлгийн хэлбэрээр хөндөж, илүү олон хүнд хүрэх боломж байдаг хэдий ч энэ нь тухайн асуудлын ач холбогдлыг багасгаж, олон нийтэд өнгөц ойлголт төлөвшүүлдэг хэмээн судлаачид үздэг. Нөгөө талаар олон улсын жишгээс харахад, мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий “нийгмийн ашиг сонирхолын” нэвтрүүлгүүд өндөр хөгжилтэй улс орны олон нийтийн телевизийн хөтөлбөрт дор хаяж 51 ба түүнээс дээш хувийг эзэлдэг, үүгээрээ ч арилжааны бусад телевизүүдээс ялгардаг. Тэгвэл Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн мэдээлэх, танин мэдүүлэх нэвтрүүлэг нь дунджаар эфирийн цагийн 45 орчим хувийг эзэлж байгаа нь олон улсын жишгээс доогуур байгаагаас гадна дотоодын арилжааны телевизүүдээс ялгарах зүйл бага байна. Тухайлбал MN 25 суваг телевизийн “олон нийтийн ашиг сонирхолын” нэвтрүүлгийн хувийн жин 49 хувь, UBS телевизийнх 42 хувьтай байна. Мэдээжийн хэрэг нэвтрүүлгийн хэлбэрийн талаарх тоон үзүүлэлтээс гадна чанар маш чухал. Тийм ч учраас олон нийтийн телевизийн нэвтрүүлэгт мэдээллийн болон уран сайхны нэвтрүүлгийн харьцаа яг хэд байх тухай хатуу тогтсон стандарт байдаггүй. Гэхдээ олон нийтийн телевизийн хөгжлийн хэдэн арван жилийн түүхийг элээж, үлгэр дууриал болохуйц хэмжээнд хөгжсөн өндөр хөгжилтэй улс орны жишгийг дагах үүднээс МҮОНТ хөтөлбөрийнхөө талаас илүүгүй хувийг урлаг, уран сайхны болон цэнгээнт нэвтрүүлэгт зориулах чиг баримжаатай байвал зохих болов уу.

Түүнчлэн зугаацуулан цэнгүүлэх зорилгыг нэгдүгээрт тавьдаг арилжааны телевизүүдээс ОНТ ялгарах нэг онцлог нь мэдээлэх зорилго бүхий нэвтрүүлэгт илүү өндөр ач холбогдол өгч, үзэгчдийн оргил цагийг “нийгмийн ашиг сонирхолын” нэвтрүүлэгт зориулах явдал байж болох юм. ОНТ-ийн нэвтрүүлэгт хийсэн ажиглалтаас харахад, ОНТ мэдээлэх, танин мэдүүлэх зорилго бүхий нэвтрүүлгийг ихэвчлэн оргил цагт нэвтрүүлж байсан эерэг хандлага тогтоогдсон. Сүүлийн жилүүдэд дэлхийн хэмжээнд телевизийн зах зээлд арилжааны чиг хандлага хүчтэй нөлөөлж, олон нийтийн телевизүүд ч оргил цагийнхаа дийлэнх хувийг цэнгээнт нэвтрүүлэг, шоу, кинонд зориулж байгааг нэлээд шүүмжилж байгаа. Өнөөгийн ийм нөхцөлд Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз мэдээлэх, танин мэдүүлэх нэвтрүүлэгт чухал ач холбогдол өгч, арилжааны сувгуудын нэгэн адил оргил цагаа шоу, цэнгээний нэвтрүүлгээр дүүргээгүй байгаа нь сайшаалтай. Харамсалтай нь мониторингийн төгсгөлийн үед шатанд шоу цэнгээнт нэвтрүүлэг оргил цагаар нэвтрэх хандлага тэмдэглэгдсэн. Цаашид олон нийтийн телевизийн онцгой үүрэг, хариуцлагыг тууштай хэрэгжүүлэхийн тулд мэдээлэх, танин мэдүүлэх нэвтрүүлгийг хэзээ, ямар хэмжээгээр, хэрхэн нэвтрүүлэх тухай нарийвчилан тогтоосон нэвтрүүлгийн бодлого боловсруулж, хэрэгжүүлэх нь чухал ач холбогдолтой юм.

Хандаж буй бүлгийн олон ургальч шинж

ОНТ нийгмийн янз бүрийн бүлэг, давхаргын хэрэгцээ, сонирхолыг ижил тэгш хангах үүрэгтэй. Олон улсын жишгээс харахад ялангуяа хүүхэд, залуучуудад зориулсан нэвтрүүлэгт онцгой чухал ач холбогдол өгч, зарим улс ОНТ-ийн тухай хуулиндаа хүүхэд залуучуудын нэвтрүүлгийн эзлэх хувь хэмжээг хүртэл тодорхой зааж өгдөг. Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз хүүхэд залуучуудад эфирийн цагийнхаа 17 орчим хувийг зориулдаг нь хангалттай өндөр үзүүлэлт юм. Гагцхүү хүүхэд, залуучуудын янз бүрийн бүлэгт /тухайлбал бага насны, өсвөр насны, 16 –аас дээш насны залуучуудад гэх мэт/ зориулсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ нь байнга өөрчлөгдөж байсан нь нэвтрүүлгийн бодлогын түвшинд баримтлах тодорхой стандарт тогтоогоогүй байдагтай холбоотой болов уу. Тухайлбал 16-18 насны залуучуудад зориулсан нэвтрүүлэг 2007 оны 4 сард эфирийн цагийн 1,5 хувийг эзэлж байсан бол 11 сард даруй хоёр дахин багассан. Хүүхэд, залуучуудын нэвтрүүлгийн талаар ихэнх улс оронд хуулиар, эсвэл нэвтрүүлгийн бодлогын баримт бичгээр тогтоосон хувь хэмжээ, зарчим, тавих шаардлагыг тодорхойлсон байдаг тул үүнийг Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн удирдлага анхааралдаа авна хэмээн найдаж байна.

ОНТ үндэсний цөөнх болох казакуудад “ТВ толкин”; малчдад “Малчид нүүдэлсээр байх уу”; шашны бүлэгт “Эх орон мину зэ”; орон нутгийнханд “Эргэх дөрвөн цаг”; тусгай хэлний бүлэгт “MN-Today”; ажил мэргэжлийн бүлэгт “Ээлтэй эмнэлэг” зэрэг нэвтрүүлгүүдийг бэлтгэн хүргэж байна. Эдгээр нэвтрүүлгийн ихэнх нь /MN today-ээс бусад нь/ судалгааны хугацаанд тогтмол гараагүй учир эфирийн цагт эзлэх дундаж хувь нь бага байна. Мөн 4 дүгээр сараас хойш орон нутгийнхан болон хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдэд зориулсан нэвтрүүлгийн хэмжээ буурсаар тэг үзүүлэлттэй болжээ.

Дээрх нэвтрүүлгүүдийг хөтөлбөрт байршуулсан цагийн хуваарийг ажиглахад, телевиз үзэгчдийн судалгаа, хандаж буй бүлгийн онцлогт тохируулж төлөвлөх нь зарим талаар хангалтгүй байв.

Ерөнхийд нь дүгнэхэд, нийгмийн тусгай бүлэгт хандсан нэвтрүүлгийн хувь хэмжээ үндсэндээ хүлээн зөвшөөрөхүйц байна. Гэхдээ тухайн бүлэгт орж буй нэвтрүүлгүүд тогтвортой явахгүй байгаа нь нэг талаас шилжилтийн нөхцөл байдалтай холбоотой байж болох ч, нөгөө талаар ОНТ-ийн нийгмийн бүхий л давхаргад хандаж ажиллах үүрэг хариуцлагыг хэрэгжүүлэх нэвтрүүлгийн бодлого, стандарт дутагдалтай байна гэж дүгнэж болох юм. Тиймээс ОНТ-ийн удирдлага цаашид бодлогын ийм баримт бичигт /түүний хэрэгжилтэд/ анхаарлаа хандуулах нь чухал байна.

Агуулгын өргөн хүрээ

Нэвтрүүлгийн агуулгын хувьд ОНТ харьцангуй өргөн цар хүрээг хамардаг болох нь харагдсан. Гэсэн хэдий ч шашин, эрүүл мэнд, хэрэглэгчдийн эрх ашиг, хоол хүнс зэрэг орчин үед нэлээд түгээмэл сэдэвт орох, нийт иргэдийн ашиг, сонирхолтой холбоотой асуудлуудыг хөндсөн бие даасан нэвтрүүлэг нэлээд бага хувийг эзэлж байв. Түүнчлэн хүнсний аюулгүй байдал, тусгаар тогтнол, хууль бус лиценз олголт, инфляци зэрэг нийгмийн тулгамдсан олон асуудалд

хүрч, хөндөж байгаа ч тэдгээрийг ул суурьтай судалж, шинжилж, тэдгээрээс ангижрах арга замыг заасан, асуудал дэвшүлсэн нэвтрүүлэг цөөн байна.

Хөдөө орон нутгийн аж амьдрал, ахуйн асуудлыг бага хөндөж байна. ОНТ-ийн мэдээллийн хөтөлбөрт хийсэн шинжилгээнээс үзэхэд, тухайн мэдээллийн нэг хөтөлбөрт орсон нийт мэдээний 5 орчим хувийг л хөдөө орон нутгийн асуудалд зориулж байгааг тэмдэглэх нь зүйтэй. Сүүлийн үед МҮОНТ аймгуудаар аялж, редакци – үзэгчдийн уулзалт хийх болсон нь үзэгчдэд МҮОНТ-ийг илүү ойртуулахад чухал хувь нэмэр оруулаад зогсохгүй, тухайн аймгаас дэлгэрэнгүй мэдээлэл, сурвалжлага бэлтгэх, ингэснээр хөдөө орон нутгаас бэлтгэсэн мэдээллийн хувь хэмжээг нэмэгдүүлэхэд ч тодорхой үүрэг гүйцэтгэж байна. Гагцхүү ийм аяллаар бэлтгэсэн нэвтрүүлгүүд нь ихэвчлэн сурталчилгааны шинжтэй байгааг дурьдахгүй байж боломгүй.

ОНТ-ээр улс төр, эдийн засаг, олон улсын үйл явц ба чиг хандлага зэрэг асуудалд нэлээд анхаарал хандуулдаг. Гэхдээ тэдгээрийг нарийвчлан задалж, иргэдийн ашиг сонирхолын үүднээс авч үзэх нь ховор, ихэнхдээ ерөнхий асуудлын хүрээнд, болж өнгөрсөн үйл явдлыг тойрч мэдээлэх хандлага ажиглагдаж байна.

Нэвтрүүлгийн агуулгатай холбоотой асуудлыг, нэн ялангуяа сэдвийн хүрээг баримт бичиг, стандартаар нарийн тогтоох нь ярвигтай байдаг. Учир нь тухайн үеийн нийгмийн хөгжил, чиг хандлага, тулгадмаж буй асуудал байнга өөрчлөгдөж байдаг тул нэвтрүүлгийн сэдвийн хүрээг цаг үеийн мэдрэмж, шаардлага хэрэгцээтэй холбоотойгоор тогтоох нь чухал. Гэхдээ ОНТ-ийн нэвтрүүлгийн бодлогын хүрээнд агуулгын цар хүрээний үнэлгээг тогтмол давтамжтайгаар хийж, түүндээ дүгнэлт хийж байвал зохино. Энэхүү төслийн хүрээнд ашигласан судалгааны аргачлалыг Олон улсын стандартын дагуу боловсруулсан тул үүнд үндэслэн дараа дараагийн судалгааг өөрийн нөөц бололцоогоор хийж байх бүрэн бололцоотой юм.

Улаанбаатар 2008 оны 5 дугаар сар

Товчилсон үгсийн жагсаалт

МҮОНРТ	Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио Телевиз
МҮОНТ	Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Телевиз
ОНРТХ	Олон Нийтийн Радио Телевизийн Хууль
ОНТ	Олон Нийтийн Телевиз
ОНР	Олон Нийтийн Радио
ХМХ	Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл
МХХ	Монголын Хэвлэлийн Хүрээлэн

Хүснэгт, график, зургийн жагсаалт

- Хүснэгт 1. Эфирийн цаг ба үргэлжлэх хугацаа
Хүснэгт 2. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, нэвтрүүлгийн тоо
Хүснэгт 3. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилгоор
Хүснэгт 4. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн зорилго_цагийн хуваариар
Хүснэгт 5. ОНТ-ийн 7 хоногийн нэвтрүүлгийн төрөл
Хүснэгт 6. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_ агуулгаар
Хүснэгт 7. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн бүтэц_зорилтот бүлгээр
Хүснэгт 8. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн цагийн хуваарь, зорилтот бүлгээр /хувь/
Хүснэгт 9. ОНТ-ийн 7 хоногийн хөтөлбөрийн гарал үүсэл, үйлдвэрлэлийн бүтэц
Хүснэгт 10. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт мэдээ, мэдээллийн тоо
Хүснэгт 11. Мэдээний давтамж, газар зүйн хамрах хүрээ мэдээллийн хөтөлбөрийн байршлаар
Хүснэгт 12. ОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр, түүний сэдэв, хөндсөн асуудлууд давтамж, цагаар
Хүснэгт 13. ОНТ-ийн 7 хоногийн мэдээ, мэдээний хөтөлбөр, түүний газар зүйн хамрах хүрээ, сэдэв.
Хүснэгт 14. Мэдээний эх сурвалжийн тоо, төлөөлөл_хувиар
Хүснэгт 15. Мониторингийн судалгаанд хамруулсан нийт нэвтрүүлгийн тоо
Хүснэгт 16. Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн сэдэв
Хүснэгт 17. Мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн төрөл зүйл
Хүснэгт 18. Мэдээллийн хэрэгслийн материаллаг хангамж
Хүснэгт 19. Тухайн цагийн интервал дахь нэгж цагийн үзэгчдийн хувь, байршлаар
Хүснэгт 20. Хүчин зүйлийн шинжилгээний матриц_нэвтрүүлгийн сэдэв агуулгаар
Хүснэгт 21. Жишээ: Нэвтрүүлгийг ангилалд хамруулах ерөнхий аргачлал
Хүснэгт 22. Жишээ: Нэвтрүүлгийг ангилалд хамруулах нарийвчилсан аргачлал
Хүснэгт 23. Ерөнхий ойлголт
Хүснэгт 24. Тусгай ойлголт
Хүснэгт 25. Зорилго / Intention
Хүснэгт 26. Хэлбэр / Format
Хүснэгт 27. Агуулга / Content
Хүснэгт 28. Зорилтот бүлэг / Target group
Хүснэгт 29. Үйлдвэрлэлийн бүтэц, гарал үүсэл / Origination
Хүснэгт 30. Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгаанд хэрэглэгдэх ойлголт, нэр томъёоны тайлбар
Хүснэгт 31. Мэдээ, мэдээллийн чанартай нэвтрүүлгийн агуулгын судалгааны аргачилсан ангиллын тогтолцоо
Хүснэгт 32. Эх сурвалжийн тоо, дүрслэл, нэрлэсэн эсэх, төлөөлөл
Хүснэгт 33. Эх сурвалжийн баримтжуулалт ба чанарын үзүүлэлтүүд
Хүснэгт 34. Мэдээний сэдэв, асуудал
Хүснэгт 35. Монгол улсын суурин хүн амын тоо, байршлаар
Зураг 1. Монгол улсын газрын зураг дээр сонгосон аймгуудын байршлыг харуулав

- График 1. Мэдээний газар зүйн хамрах хүрээ
- График 2. Мэдээний төрөл зүйл
- График 3. Эх сурвалжийн тоо
- График 4. Эх сурвалжийн дүрслэл
- График 5. Эх сурвалжийг нэрлэсэн эсэх
- График 6. Хүн амын мэдээлэл авдаг гол эх сурвалжууд
- График 7. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хүртээмж /Үндэсний хэмжээнд/
- График 8. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн өдрийн хүртээмж /Байршлаар/
- График 9. МҮОНРТ-ийн хуулийн талаарах мэдээллийн хүртээмж /Байршлаар/
- График 10. Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн хүртээмж
- График 11. Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн хүртээмж_Байршлаар
- График 12 . Телевиз үзэгчдийн оргил цаг
- График 13. Телевиз үзэгчдийн оргил цаг_Байршлаар
- График 14. Телевиз үзэгчдийн оргил цаг_Хүйсээр
- График 15. Телевиз үзэгчдийн цагийн ялгаа_Хүйсээр
- График 16. Телевиз үзэгчдийн оргил цаг_Насны бүлгээр
- График 17. Хамгийн сайн нэвтрүүлэгтэй телевиз_Улаанбаатарт
- График 18. Олон нийтийн чухалчилж буй нэвтрүүлгийн сэдвүүд*
- График 19.Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн хүртээмж
- График 20. Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн 7 хоногийн хүртээмж
- График 21.Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийн чанарт өгч буй олон нийтийн үнэлгээ
- График 22. Олон нийтэд хэрэгцээтэй чухал сэдвийг хөндөж задлан шинжилж чаддаг телевиз
- График 23.МҮОНТ ямар эх үүсвэрээс санхүүжих нь зүйтэй вэ
- График 24. Эфирийн гаралт

Ном зүй

1. Хэвлэмэл материалууд

- **Монгол хэл дээрх**

АНУ-ын элчин сайдын яам, Пакт Монгол, Хэвлэлийн хүрээлэн “Монгол дахь мэдээллийн эрх чөлөө” УБ, 2005

Глоб интернейшнл ТББ “Хэвлэл мэдээлэлтэй холбогдолтой Монгол улсын хууль, түүвэр”. УБ, 2001

Глоб интернейшнл ТББ “Ардчилсан сонгууль ба хэвлэл мэдээлэл” УБ, 2001

Глоб интернейшнл ТББ “Олон нийтийн өргөн нэвтрүүлэг” УБ, 2002

Глоб интернейшнл ТББ “Олон нийтийн радио телевизийн тухай Монгол улсын хуулийн төслийн талаархи санамж бичиг” УБ, 2003

Глоб интернейшнл ТББ “Ардчилалд шилжиж буй орнуудын сонгуулийн өргөн нэвтрүүлэг хийх удирдамж” УБ, 2004

Глоб интернейшнл ТББ “Хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөө монголын өнөөгийн байдал” УБ, 2006

Дэлгэрцэцэг М, “Телевиз” УБ, 2006

Жаргал С, “Соёлын хөгжилд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн гүйцэтгэх үүрэг” УБ, 2002

Жаргал С, “Олон нийтийн соёл ба Монголын үндэсний телевиз” УБ, 2004

Зулькафиль М, “Орчин үеийн монголын сэтгүүл зүй” УБ, 1997

Зулькафиль М, “Сэтгүүл зүйн онолын үндэс” УБ, 2004

Зулькафиль М, “Сэтгүүл зүйн тайлбар толь” УБ, 2005

Монгол Улсын Засгийн Газар, Хүний аюулгүй байдлыг хангах Сайн засаглал хөтөлбөр “Засаглалын нэр томъёоны тайлбар толь” УБ, 2003

МҮСТГ “XXI зуун хүн ам” УБ, 2005

МҮСТГ “2005 оны статистикийн эмхтгэл” УБ, 2006

Наранжаргал Х, “Телевизийн сэтгүүл зүй, үндсэн ойлголт, Зөвлөмж” УБ 2006

Нээлттэй Нийгэм Форум “Чанарын удирдлагын тогтолцоо: Өргөн нэвтрүүлгийн компани, интернэт болон хэвлэл мэдээллийн байгууллагын үйл ажиллагаанд ISAS BC-9001:2003, ISAS P-9001:2005 олон улсын стандартыг дагаж мөрдөх удирдамж” УБ, 2006

“Олон нийтийн радио телевизийн тухай Монгол улсын хууль” УБ, 2005

Олон нийтийн телевиз “7 хоног тутмын хэрэглэгчдийн судалгаа”

Хэвлэлийн хүрээлэн “Мэдээний машин” УБ, 1996

