

Гарчиг

Өмнөтгөл

Сонгуулийн сурталчилгааны үеийн ТВ-ийн нэвтрүүлгийн мониторинг

- 1.1. Сурталчилгааны давтамж
- 1.2. Сурталчилгааны хугацаа
- 1.3. Сурталчилгааг захиалагч субъект
- 1.4. Сурталчилгааны төрөл, хэлбэр
- 1.5. Сурталчилгааны агуулга
- 1.6. Далд сурталчилгаа

Өмнөтгөл

УИХ – ын 2004 оны сонгуультай холбоотойгоор Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн Мэдээлэл Судалгааны албанаас Конрад Аденауэрын сантай хамтран Улаанбаатар хотын хэмжээнд “Сонгуулийн сурталчилгаа ба телевиз үзэгчид” олон нийтийн санал асуулга, мөн “Сонгуулийн сурталчилгааны үеийн телевизийн нэвтрүүлгийн мониторинг” сэдэвт уялдаа холбоо бүхий хоёр судалгааг амжилттай хэрэгжүүллээ.

Судалгааны гол зорилго нь сонгогчдыг үнэн зөв, тэнцвэрт мэдээллээр шуурхай хангах үүргээ Улаанбаатар хотод нэвтрүүлэг цацаж буй телевизүүд хэрхэн биелүүлж буйг тодорхойлох явдал байлаа.

Судалгаа нь нэг талаар сонгуулийн сурталчилгаа телевизээр хэрхэн явагдаж буйд ажиглалт хийж, нөгөө талаар энэхүү сурталчилгаанд үзэгчид хэрхэн хандаж буйг тандан судалсан цогц хэлбэрээрээ шинэлэг юм. Учир нь үзэл бодлын өөр өөр өнцөгөөр харагч сонгогч олныхоо санал бодлыг судлан тодорхойлохын зэрэгцээ телевизийн сурталчилгааны өнгө аясыг өнөөгийн байдалд судлан харьцуулах боломжтой болсноор харилцан бие биеэ хянах, шинжлэх, батлах, үгүйсгэх нөхцөл бүрдсэн.

Олон нийтийн санал асуулгын судалгаа, мониторингийн судалгааны тайланг тус, тусд нь бие даасан тайлангийн хэлбэрээр та бүхэндээ толилуулж байна. Ингэснээр уншигч Та судалгааны дүнд өөрийн үнэлгээ, дүгнэлтээ өгч, эргэцүүлнэ хэмээн найдаж байна.

Энэ ташрамд уг судалгаануудыг явуулахад санхүүгийн харамгүй тусламж үзүүлэн, монголын хэвлэл мэдээллийн эрх чөлөө, ардчилсан сэтгүүл зүй төлөвшин хөгжихөд ихээхэн хувь нэмэр оруулж буй Конрад Аденауэрын санд талархсанаа илэрхийлье.

ТЕЛЕВИЗИЙН СОНГУУЛИЙН СУРТАЛЧИЛГААНЫ МОНИТОРИНГ

(судалгааны тайлан)

Судалгааны талаар товчхон

Хэвлэлийн Хүрээлэнгийн Мэдээлэл судалгааны алба, Конрад Аденауэрын Сангийн санхүүгийн дэмжлэгтэйгээр Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулж буй 5 телевизийн (МҮТВ, UBS, МН25-р суваг, ТВ5, ТВ9) сонгуулийн сурталчилгааны үеийн нэвтрүүлэгт мониторинг хийх төслийг хэрэгжүүлж дууслаа.

Судалгааны төслийн зорилго нь 2004 оны Улсын Их Хурлын сонгуулийн сурталчилгааг хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл тэр дундаа ТВ-үүд хэрхэн сурталчлан нэвтрүүлж байна, мөн намуудын тэнцвэрийг хэр хангаж буйд задлан шинжилгээ хийх явдал юм.

Ингэснээр ТВ-үүдийн сонгуулийн сурталчилгаанд зарцуулж буй нэвтрүүлгийн цаг, сурталчилгааны төрөл, агуулга, давтамж зэргийг тодруулж сонирхогч байгууллага, хувь хүмүүс, олон нийтийг энэ талын мэдээллээр хангах, анализ хийх боломжийг олгох юм.

Барууны хөгжингүй орнуудад ТВ-үүд намуудад зориулсан тусгай цаг, нэвтрүүлэгтэй, намууд нь суваг болгон дээр нэг нэг өөрийн нэвтрүүлэгтэй байдаг аж.

Намуудын өөрсдийн бэлтгэж буй нэвтрүүлгийн цаг бусдынхтай тэнцүү байх, сэтгүүлчид нэвтрүүлэг бэлтгэхдээ аль нэг талыг баримтлахгүй байх, хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл намуудын сурталчилгааг тэнцвэртэй ижил түвшинд нэвтрүүлэх зэрэг олон төрлийн шалгуур шаардлагыг хангах ёстой байдаг байна. Тэгвэл эдгээр шалгуур шаардлага манайд хэр хангагдаж буйг дараах тоон үзүүлэлтээс харж болох юм

Мониторингоор дараах асуудлуудыг тодруулахыг зорьлоо. Үүнд:

1. Сонгуулийн сурталчилгаанд зарцуулж буй хугацаа /тухайн ТВ-ийн нийт цагт эзлэх хувь/
2. Судалгааны долоо хоногт аль ТВ-ээр ямар намын сурталчилгаа нийт хэдэн удаа явав.
3. Ямар сурталчилгааг хэзээ нэвтрүүлж байна. /тухайн ТВ-ийн оргил цаг эсэх/
4. Сурталчилгааны цаана хэн байна вэ? /нам, сэтгүүлч, хэвлэл мэдээллийн байгууллага, хувь хүн/
5. Сурталчилгааг ТВ-ээр нэвтрүүлэхдээ ямар төрлийг түлхүү ашиглаж байна. /захиалгат, далд, төлбөрт гэх мэт/
6. Сурталчилгаагаар юун тухай өгүүлж байна. / агуулгаар/

7. Сурталчилгаанд нэр дэвшигчдийн эзлэх давтамж ямар байна. Хэн хамгийн олон удаа ТВ-ээр сурталчилгаа хийв.
8. Мэдээллийн хөтөлбөр дэх сонгуулийн сурталчилгааны давтамж ямар байна.
9. ТВ-ийн нэвтрүүлэгт эзлэх далд сурталчилгаа

СУДАЛГААНЫ АРГАЧЛАЛ

Судалгааг сонгуулийн сурталчилгааны дунд үеийн /2004 оны 06 сарын 11-ны Баасан гарагаас 2004 оны 06 сарын 17-ны Пүрэв гараг хүртэл/ нэг долоо хоногийн ТВ-ийн нэвтрүүлгийг сонгон авч явуулав.

Ингэхдээ дараах цагийн хуваарийн дагуу ажиллаа.

Судалгаанд хамруулсан хугацааг гарагаар харуулбал:

Гараг	Эхэлсэн цаг	Дууссан цаг	Үргэлжилсэн хугацаа / өдөрт
Даваа	18.00	24.00	6 цаг
Мягмар	18.00	24.00	6 цаг
Лхагва	18.00	24.00	6 цаг
Пүрэв	18.00	24.00	6 цаг
Баасан	18.00	24.00	6 цаг
Бямба	08.00	24.00	16 цаг
Ням	08.00	24.00	16 цаг
Нийт цаг			62 цаг

Жич: МҮТВ гэхэд 24 цагаас хойш сонгуулийн сурталчилгаа явуулж байсан тул үүнийг алдалгүй бүртгэх, 25-р суваг телевиз Бямба, Ням гарагуудад 12 цагаас эхэлдэг зэргээс шалтгаалан зарим тохиолдолд дээрх хуваарь алдагдах тохиолдол гарч байв. Гэхдээ бусад бүх тохиолдолд дээрх хуваарийг чандлан баримталсан болно.

Судалгаанд хамруулсан хугацааг ТВ тус бүрээр тодруулбал:

Гараг	Үргэлжилсэн хугацаа / өдөрт / дунджаар	Үргэлжилсэн хугацаа / 7 хоногт / дунджаар
МҮТВ	8.40 цаг	61 цаг
UBS	8.50 цаг	62 цаг
25-р суваг ТВ	7.40 цаг	54 цаг
TV5	8.50 цаг	62 цаг
TV9	8.50 цаг	60 цаг
Нийт	41.3 цаг	299 цаг

Дээрх хүснэгтэд дурьдсанчлан судалгаанд хамрагдсан телевизүүдийн нэг долоо хоногийн нийт 299 цагийн нэвтрүүлгийг ажиглан тоололт хийсэн болно. Мэргэжлийн 5 судлаач тус бүр нэг нэг ТВ-ийн нэвтрүүлгийг ажиглан мэдээллийг бүрдүүлсэн болно. Судлаачдын нэг долоо хоногийн турш тэмдэглэн бүртгэсэн мэдээллийг нэгтгэн дүгнэж дараах тоо баримтыг гаргалаа.

СУДАЛГААНЫ ДҮНГЭЭС

1. Телевизүүдийн сонгуулийн сурталчилгаанд зарцуулсан нийт цаг

Телевизүүдийн сонгуулийн сурталчилгаанд зарцуулсан цагийг гаргахдаа тухайн ТВ-ийн нэг долоо хоногийн нийт нэвтрүүлгийн цагт эзлэх хувиар тооцлоо.

№	Телевиз	Ажиглалт хийсэн 7 хоногийн нэвтрүүлгийн нийт цаг (минутаар)	Захиалгат болон далд сурталчилгаа хийсэн хугацаа цаг (минутаар)	7 хоногийн нэвтрүүлэгт сурталчилгааны эзлэх хувь
1.	MYTV	3660	963	26.3%
2.	UBS	3720	445	12.0%
3.	25-р суваг TE	3240	479	14.8%
4.	ТВ5	3720	292	7.8%
5.	ТВ9	3600	640	17.8%
	Нийт	17940 мин	2819 мин	

1.1 Сонгуулийн сурталчилгааны давтамж / ТВ тус бүрээр

№	Телевиз	Судалгааны 7 хоногт цацагдсан нийт сурталчилгааны тоо / давтамжаар	Улаанбаатарын ТВ-үүдээр явуулсан нийт сурталчилгаанд эзлэх хувь
1.	MYTV	253	33.1%
2.	UBS	60	7.8%
3.	25-р суваг ТВ	166	21.7%
4.	ТВ5	127	16.6%
5.	ТВ9	159	20.8%
	Нийт	765	100%

Сурталчилгааны давтамжийн хувьд MYTV, 25-р суваг ТВ болон ТВ9 телевизээр Улаанбаатар хотын хэмжээнд нэвтэрсэн нийт сурталчилгааны 20-оос дээш хувийг эзэлж байна. Харин UBS телевизийн давтамж бусад ТВ-үүдээс харьцангуй бага байв.

1.2 Сонгуулийн сурталчилгааны давтамж / Нам тус бүрээр

№	Телевиз	Судалгааны 7 хоногт цацагдсан нийт сурталчилгааны тоо	Нийт сурталчилгаанд эзлэх хувь
1.	Монгол Ардын Хувьсгалт Нам	500	65.4%
2.	Эх орон-Ардчилал Эвсэл	214	28.0%
3.	Бүгд Найрамдах Нам	2	0.8%
4.	Монголын Үндэсний Эв Нэгдлийн Нам	10	1.3%
5.	Монголын Либерил Нам	1	0.1%
6.	Монголын Уламжлалын Нэгдсэн Нам	15	2.0%
7.	Монголын Ногоонтоны Нам	8	0.7%
8.	Бие даан нэр дэвшигчид	7	0.9%
9.	Бусад (Сонгуулийн Ерөнхий хороо, Сонгогчдын ЭАХХөдөлгөөн гэх мэт)	11	1.4%
	Нийт	765	100%

Судалгааны долоо хоногт гарсан сонгуулийн сурталчилгааны 65.4 хувийг дан ганц МАХН эзэлж байна. Харин Эх-Орон Ардчилал эвслийн сурталчилгаа МАХН-аас хоёр дахин бага, бусад намынх тун бага хувийг эзэлж байв.

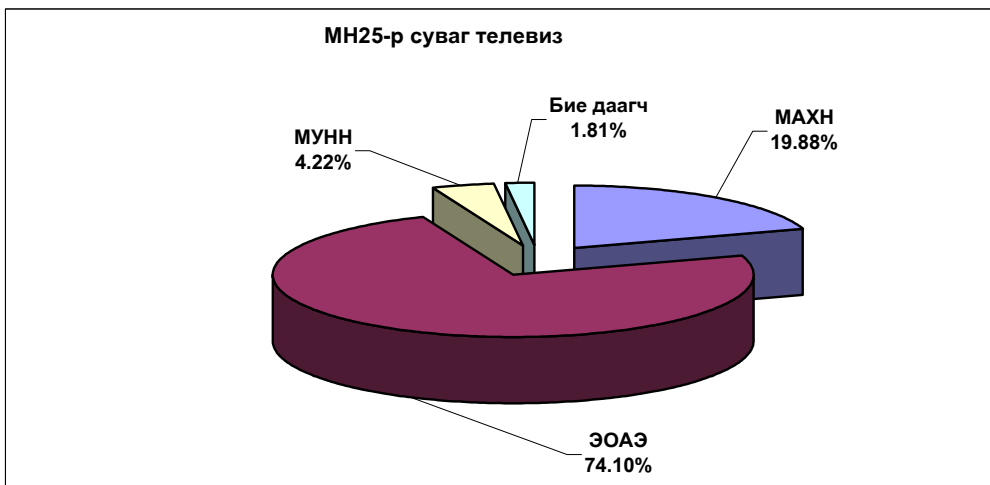
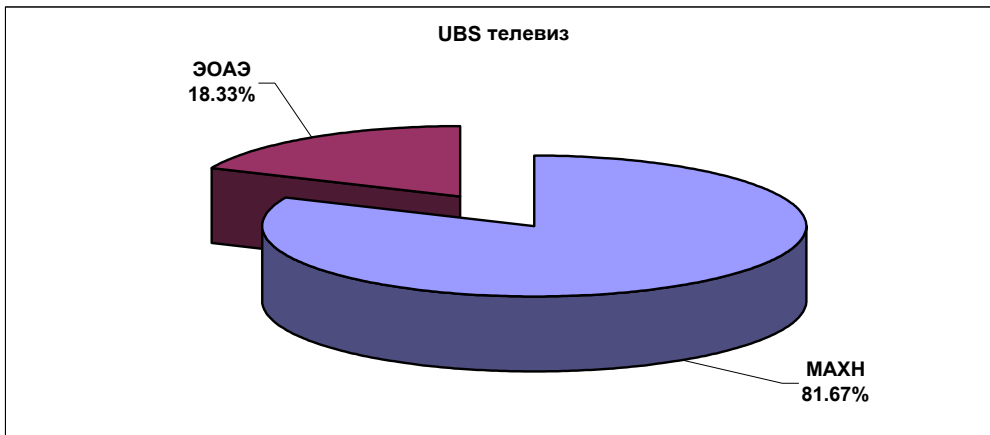
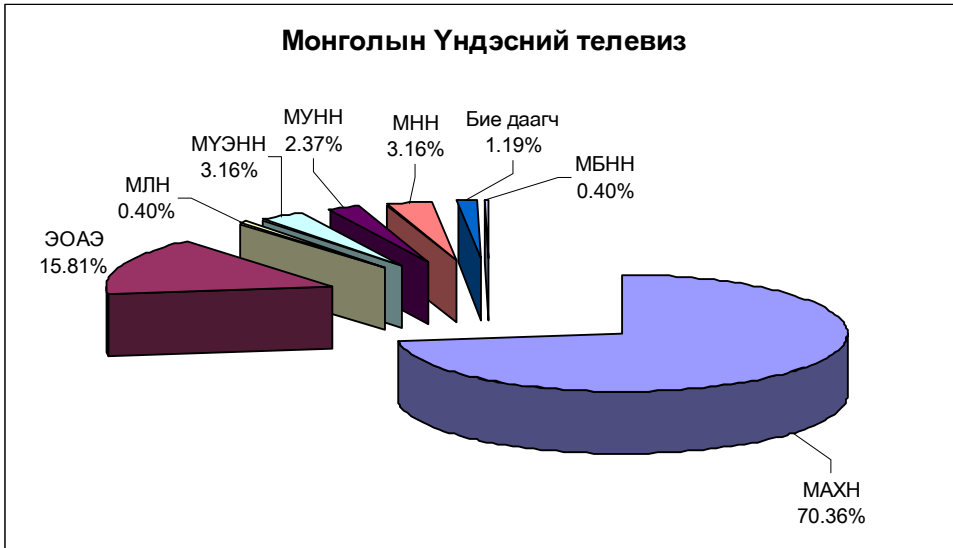
1.3 Сонгуулийн сурталчилгааны давтамж / телевиз болон намаар

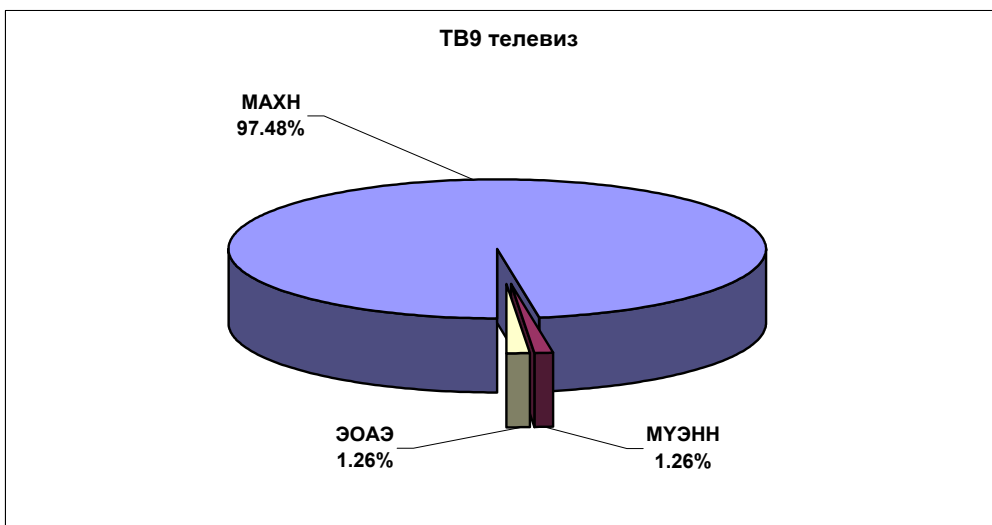
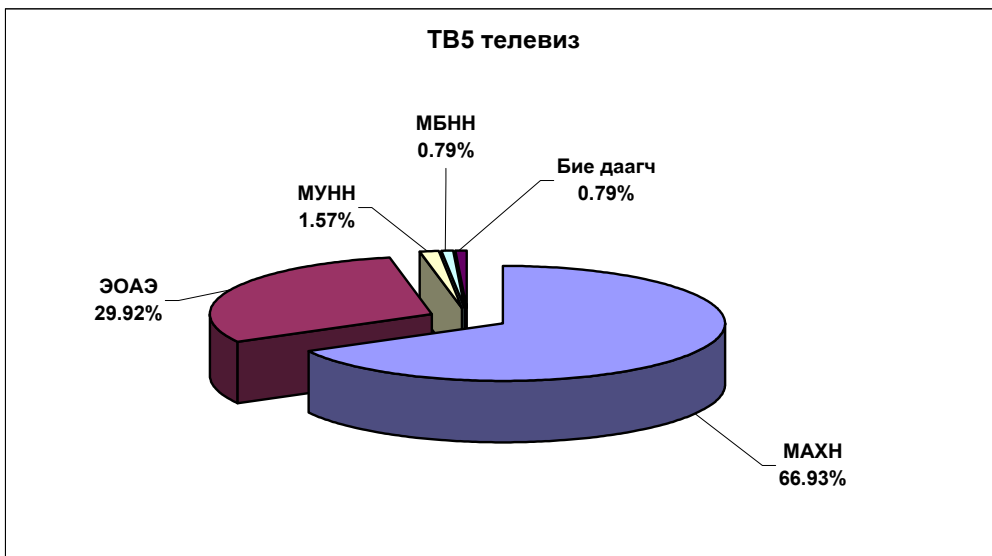
Судалгааны долоо хоногт нэвтрүүлсэн намын сурталчилгааны давтамжийг телевиз тус бүрээр харуулбал:

(давтамжаар)

Телевиз	Улс төрийн хүчнүүд / нам эвсэл							
	МАХН	ЭОАЭ	БНН	МҮЭНН	МЛН	МУНН	МНН	Бие даагч
МҮТВ	178	40	1	8	1	6	8	3
UBS	49	11	0	0	0	0	0	0
25-р суваг ТВ	33	123	0	0	0	7	0	3
ТВ5	85	38	1	0	0	2	0	1
ТВ9	155	2	0	2	0	0	0	0
Нийт	500	214	2	10	1	15	8	7

Сурталчилгааны давтамжийг ТВ тус бүрээр харвал МАХН болон Эх орон-Ардчилал Эвслийн сурталчилгаа тухайн долоо хоногт жинтэй байр эзэлж байв. МҮТВ, UBS, ТВ5 болон ТВ9-өөр МАХН-ын сурталчилгаа, 25-р суваг ТВ-ээр Эх орон-Ардчилал эвслийн сурталчилгаа дийлэнхдээ явж байв. Бусад намууд болон бие даан нэр дэвшигчдийн сурталчилгааны хувьд МҮЭНН, МУНН-ыг эс тооцвол долоо хоногт нэгээс бага удаа ТВ-ээр сурталчилгаа хийсэн байна.





2. Сурталчилгааг хэзээ нэвтрүүлж байна вэ? / Сурталчилгааны оргил цаг

(хувиар)

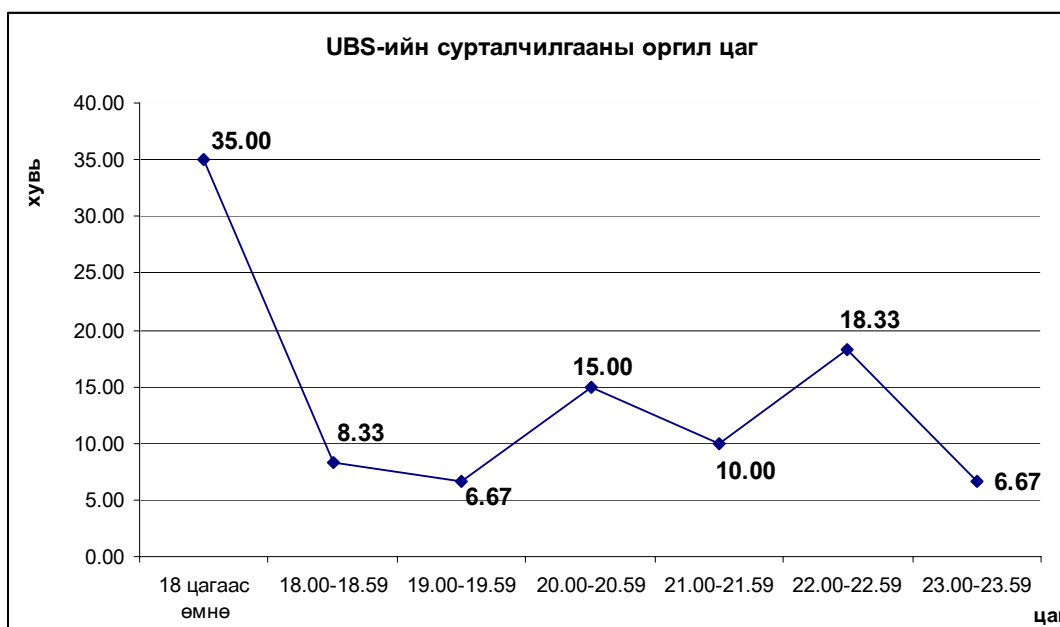
№	Цаг	МҮТВ	UBS	МН25-р суваг	ТВ5	ТВ9
1.	18 цагаас өмнө	12.3	35.0	0	13.4	0
2.	18.00-18.59	0.8	8.3	4.2	1.6	3.2
3.	19.00-19.59	14.2	6.7	27.7	26.8	28.9
4.	20.00-20.59	38.0	15.0	10.8	7.1	6.9
5.	21.00-21.59	9.0	10.0	30.2	24.4	38.4
6.	22.00-22.59	4.4	18.3	20.5	18.9	5.1
7.	23.00-23.59	5.5	6.7	6.6	7.0	17.6
8.	24 цагаас хойш	15.8	0	0	0.8	0

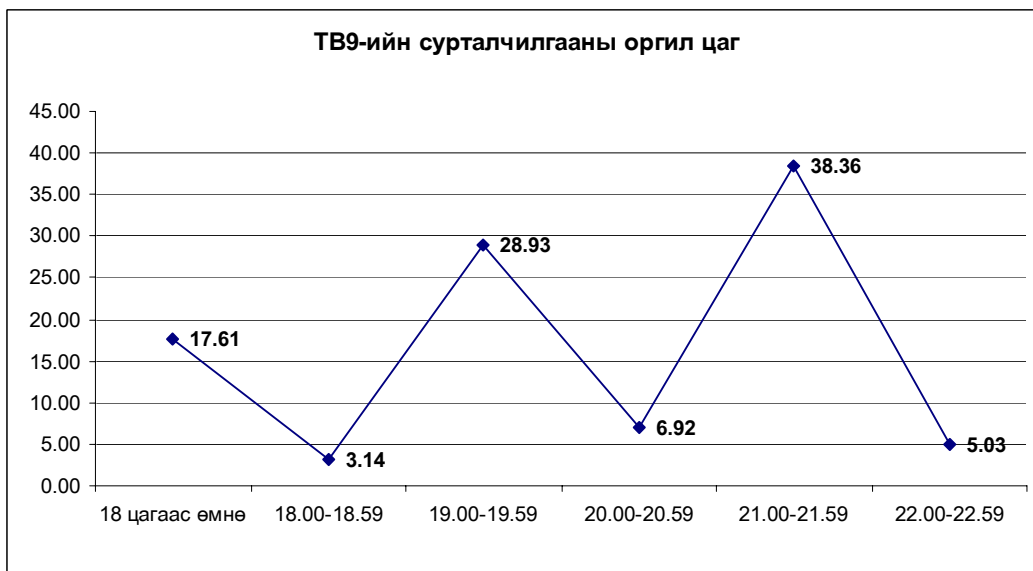
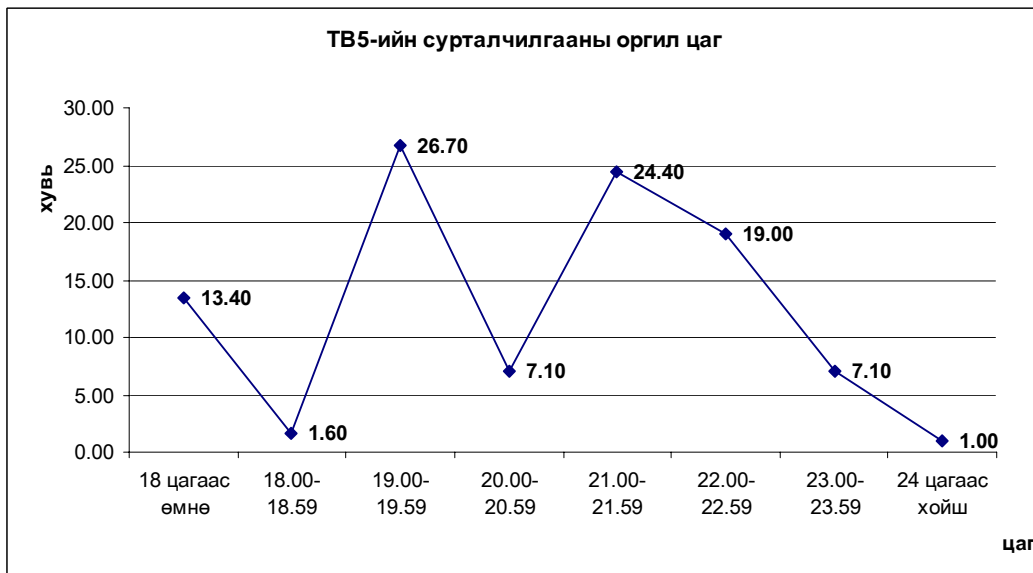
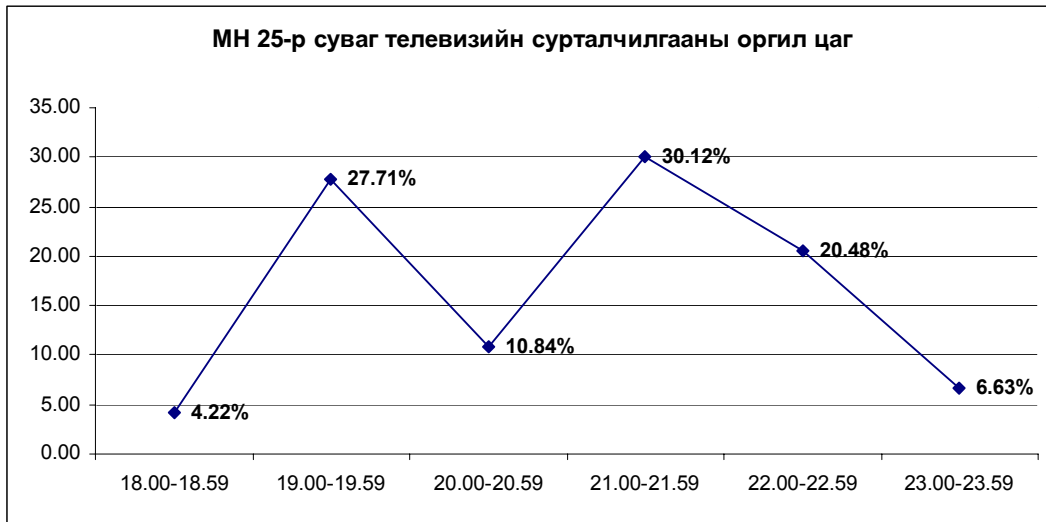
Хэвлэлийн Хүрээлэнгээс сар тутам явуулдаг “Улаанбаатар хотын Телевиз үзэгчдийн судалгаа”-гаар хүн амын 80 орчим хувь нь 21,00-22,00 цагийг телевиз үзэх хамгийн боломжтой цагаар сонгосон байдаг.

Дээрх хүснэгтээс харвал ТВ-ээр гарч буй сонгуулийн сурталчилгааны дийлэнх хувь нь суваг бүрийн оргил цагтай давхацахын зэрэгцээ “мэдээллийн хөтөлбөр”-ийн цагт төвлөрч байв.

Тухайлбал: МҮТВ-ийн “Цагийн хүрд” нэвтрүүлэг 20,00-20,30 цагт гардаг. Тэгвэл МҮТВ-ээр гарсан нийт сурталчилгааны 38 хувь нь “Цагийн хүрд” нэвтрүүлгийн үеэр гарсан байна. Мөн 25-р суваг ТВ-ийн нийт сурталчилгааны 30 орчим хувь нь “25 цаг мэдээллийн хөтөлбөр”-ийн үеэр гарчээ.

ТВ тус бүрийн сурталчилгааны оргил цагийг графикаар харуулбал





3. Сурталчилгаанд оролцогчид

(хувиар)

Сурталчилгааны гол оролцогч	MYTB	UBS	МН25-р суваг	ТВ5	ТВ9
Нэр дэвшигч өөрөө	15.0	53.3	69.3	7.1	27.0
Сэтгүүлч	68.8	75.0	9.0	14.2	93.7
Намын удирдлага	20.9	58.3	1.8	3.1	1.3
Намын гишүүд	6.7	60.0	4.8	3.1	5.7
Урлаг соёлын одод / уран бүтээлчид	8.7	23.3	1.2	3.1	0
Гэр бүлийн гишүүд, найз нөхөд	9.9	28.3	1.8	1.6	0

Дээрх хүснэгтээс харахад нэр дэвшигч өөрөө болон сэтгүүлчид сурталчилгаанд голлох үүрэгтэй байна. Тухайлбал: MYTB, UBS, ТВ9, ТВ5-аар ямар нэгэн сурталчилгааг цацахдаа сэтгүүлчид дийлэнх хувийг эзэлж байгаа бол 25-р суваг ТВ-ээр нэр дэвшигч өөрөө сурталчилгаандаа түлхүү оролцсон байна.

4. Сонгуулийн үеийн телевизийн сурталчилгааны төрөл

Нам эвсэл холбоод болон нэр дэвшигчид телевизийн сурталчилгааны дараах хэлбэрээр сурталчлуулах нь түгээмэл байна.

(хувиар)

Сурталчилгааны хэлбэр	MYTB	UBS	МН25-р суваг	ТВ5	ТВ9
Клип	59.3	23.3	83.2	60.6	34.6
Шууд ярилцлага	0.8	15.0	2.4	2.4	1.3
Захиалгат нэвтрүүлэг	7.5	21.7	7.2	1.6	6.3
Сэтгүүлчийн бэлтгэсэн нэвтрүүлэг	13.5	15.0	1.8	1.6	2.5
Мэдээллийн хөтөлбөр дэх сурталчилгаа	17.4	25.0	5.4	32.3	54.7
СЕХ-оос олгосон хуваарьт нэвтрүүлэг	17.4	---	---	---	---

--- хуваарьт цаг байхгүй

Дээрх хүснэгтээс харахад бүх телевизийн хувьд клип сурталчилгааны хэлбэрийн дийлэнх хувийг эзэлж байна. Дараа нь мэдээллийн хөтөлбөрт дэх сурталчилгаа оржээ.

5. Сурталчилгаагаар юун тухай өгүүлж байна / сурталчилгааны агуулга

Телевизээр гарч буй намууд / нэр дэвшигчдийн сонгуулийн сурталчилгаа ямар утга агуулга илэрхийлж байсныг тодруулбал:

(хувиар)

Сурталчилгааны агуулга	МҮТВ	UBS	25-р суваг ТВ	ТВ5	ТВ9
Намын түүхэн замнал	5.5	63.3	1.2	3.9	2.0
Намын онцлог давуу тал	9.5	70.0	12.7	6.3	29.6
Өрсөлдөгч намуудтай харьцуулсан	11.8	36.7	15.7	3.9	3.7
Өрсөлдөгч намуудын алдаа дутагдал	13.1	36.7	15.1	12.6	8.8
Нэр дэвшигчийн хувийн чанар	53.4	86.7	58.4	22.8	21.4
Хийсэн бүтээсэн ажил	37.2	93.3	16.9	32.3	39.0
Цаашид хэрэгжүүлэх мөрийн хөтөлбөр	37.5	91.7	59.6	24.4	8.2

Жич: Олон сонголттой хариулт

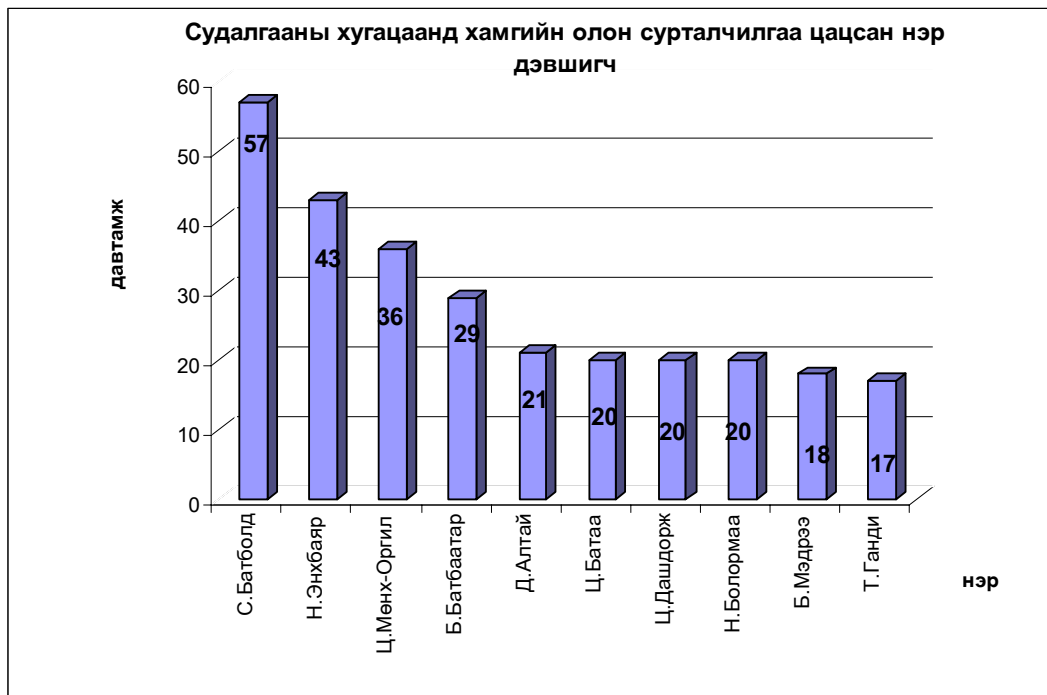
6. Сурталчилгаанд нэр дэвшигчдийн эзлэх давтамж

№	Нэр дэвшигч	Тойрог	Нам	Давтамж					
				МҮТВ	UBS	МН2 5	ТВ5	ТВ 9	Нийт
1.	Чулуунбаатар.Н	62	ЭОАЭ			1			1
2.	Галбадрах.Л	12	ЭОАЭ	1					1
3.	Галина.Г	59	БД	1					1
4.	Дамдинсүрэн.Л	57	БД	1					1
5.	Ганхуяг.П	15	ЭОАЭ	1					1
6.	Бат-Үүл.Э	34	ЭОАЭ				1		1
7.	Дашзэвэг.Н	74	МЛН	1					1
8.	Батхүү.Г	25	ЭОАЭ	1					1
9.	Баттулга.Х	9	ЭОАЭ	1					1
10.	Бат-Хуяг.Ж	18	ЭОАЭ	1					1
11.	Адъяа.Ж	20	МАХН	1					1
12.	Арвин.Д	49	МАХН	1					1
13.	Жаргалсайхан.Б	70	МБНН				1		1
14.	Бямбаа.Ч	40	ЭОАЭ	1					1
15.	Лүндээжанцан.Д	26	МАХН	1					1
16.	Очирхүү.Т	12	МАХН	1					1
17.	Одхүү.Д	55	БД	1					1
18.	Моломжамц.Д	23	МАХН	1					1
19.	Оюун.С	69	ЭОАЭ			1			1

20.	Оюунбаатар.Ч	28	МАХН	1					1
21.	Сүхбаатар.А	29	МАХН	1					1
22.	Сайнбаяр.Ц	59	МЛН	1					1
23.	Содномдорж.Н	72	МАХН				1		1
24.	Хүрэлбаатар.Ү	73	МУНН	1					1
25.	Шаравдорж.Ц	15	МАХН	1					1
26.	Цанжид.А	13	МАХН	1					1
27.	Шатар.Б	3	МАХН	1					1
28.	Туяа.Д	22	МАХН	1					1
29.	Цэрэнжав.Л	48	МАХН	1					1
30.	Энхсайхан.М	47	ЭОАЭ				1		1
31.	Гантөмөр.Л	76	ЭОАЭ			2			2
32.	Батбаяр.Батж	65	ЭОАЭ			2			2
33.	Бат-Эрдэнэ.Б	50	МАХН	1			1		2
34.	Заяа.О	76	МУНН			1	1		2
35.	Пүрэвдорж.Л	43	МАХН	2					2
36.	Отгонбаяр.С	60	ЭОАЭ	2					2
37.	Төмөр-Очир.С	2	МАХН	2					2
38.	Энхболд.Н	38	МАХН	2					2
39.	Энхтөвшин.Ө	46	МАХН	2					2
40.	Баярцогт.С	32	ЭОАЭ	3					3
41.	Дэлгэрмаа.Б	61	ЭОАЭ	1			2		3
42.	Одончимэд.Л	14	МАХН	3					3
43.	Мөнхтуяа.Б	63	ЭОАЭ		2	1			3
44.	Сономпил.М	53	ЭОАЭ	1			2		3
45.	Улаан.Ч	30	МАХН	2				1	3
46.	Хулан.Х	57	ЭОАЭ	1			2		3
47.	Ням-Осор.Н	58	МҮЭНН	2				2	4
48.	Тэрбишдагва.Д	68	МАХН	3			1		4
49.	Батбаяр.Б	70	ЭОАЭ			1	4		5
50.	Нямдаваа.П	32	МАХН	5					5
51.	Балсандорж.Х	60	МАХН	3	3				6
52.	Амаржаргал.Р	64	БД			3	1		4
53.	Амарсайхан.Р	58	МАХН	1				1	2
54.	Бямбадорж.Ж	66	МАХН	1	2		1	2	6
55.	Отгонтөгс.Л	64	ЭОАЭ		3	3			6
56.	Хаянхярваа.Д	54	МАХН	6					6
57.	Басандорж.Д	40	МНН	7					7
58.	Батболд.Б	57	МУНН	2		6			8
59.	Цэвээнжав.Д	53	МАХН	8					8
60.	Эрдэнэчимэг.Ж	73	МАХН		3	1	4		8
61.	Ганзориг.Ч	1	МАХН	10					10
62.	Ганхуяг.Д	58	ЭОАЭ	3		7			10
63.	Батхишиг.Б	64	МАХН		1	2	5	3	11
64.	Сүрэн.О	63	МАХН		12				12
65.	Баяртсайхан.Н	61	МАХН	1		6		6	13
66.	Ганболд.Э	75	ЭОАЭ		6	3	6		15
67.	Эрдэнэ.С	65	ЭОАЭ			16			16
68.	Батболд.С	75	МАХН	12	6	5	11	23	57
69.	Энхбаяр.Н	65	МАХН	7	7		5	24	43
70.	Мөнх-Оргил.Ц	74	МАХН		5	6	2	23	36
71.	Батбаатар.Б	66	ЭОАЭ			29			29
72.	Алтай.Д	71	МАХН	6		8	2	5	21
73.	Батаа.Ц	73	ЭОАЭ	4		1	15		20
74.	Дашдорж.Ц	70	МАХН	12		5	1	2	20
75.	Болормаа.Н	69	МАХН	8	4		7	1	20
76.	Мэдрээ.Б	74	ЭОАЭ			18			18
77.	Ганди.Т	57	МАХН	1	4		1	10	17

Жич: МАХН=Монгол Ардын Хувьсгалт нам, ЭОАЭ=Эх Орон Ардчилал эвсэл, МБНН=Монголын Бүгд Найрамдах нам, МУНН=Монголын Уламжлалын Нэгдсэн нам, МЛН=Монголын Либерил нам, МҮЭНН=Монголын Үндэсний Эв Нэгдлийн нам, МНН=Монголын Ногоон нам, БД=Бие даагч

7. Хэн хамгийн олон удаа ТВ-ээр сурталчилгаа цацав



8. Далд сурталчилгаа

Сонгуулийн далд сурталчилгааг тоолохын тулд дараах шалгуураар шүүсэн болно. Сурталчилгааны шинж чанартай (сонгуульд оролцож буй улс төрийн хүчин, нэр дэвшигчийн талаар ямар нэгэн үнэлэлт өгсөн, байр суурь илэрхийлсэн, тэнцвэртэй биш, дагнасан мэдээлэл, танилцуулга агуулсан гэх мэт) мөртлөө ямар нэгэн арга хэлбэрээр тодорхой ойлгуулаагүй, хагас дутуу тайлбарласан, нууж хаасан, эргэлзээтэй байгаа бол далд сурталчилгаа гэж бүртгэсэн. Ингэхэд МҮТВ-ийн хувьд нийт сурталчилгааны 19 хувийг, UBS телевизэд 3 хувь, МН 25-р суваг телевизэд 9 хувь, ТВ5 телевизэд 21 хувийг, ТВ9 телевизэд 10 хувийг сонгуулийн далд сурталчилгаа эзэлж байв. Далд сурталчилгааны илрэх гол хэлбэр нь бүх телевизэд мэдээллийн хөтөлбөр байлаа. Энэ үеэр нам хүчин, нэр дэвшигчид өөрсдийн хийсэн бүтээснийг сурталчлах болон сонгуульд өрсөлдөгч нараа өдөөн хатгах, элдвээр хэлэх явдал түгээмэл байсан юм.