



ЦАХИМ ХӨГЖИЛ, ИННОВАЦ,
ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ ЯАМ



ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН КОНТЕНТ МОНИТОРИНГ СУДАЛГАА

ТАЙЛАН

УЛААНБААТАР
2024

Товч танилцуулга

Судалгааны нэр: Өргөн нэвтрүүлгийн контент мониторинг судалгаа

Захиалагч: Цахим хөгжил, инноваци, харилцаа холбооны яам

Хугацаа: 1 сар

Гүйцэтгэгч: Гоё Монголын Төлөө ТББ

Үр дүн: Өргөн нэвтрүүлгийг хөгжүүлэхэд шаардлагатай үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд танин мэдэхүйн радио, телевизийн контент, үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр, радио, телевизийн бүтээл үйлдвэрлэлийн талаар судалгааны тайлан

Агуулга

Талархал.....	5
Судалгааны арга зүй:.....	6
БҮЛЭГ 1. ӨНӨӨГИЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ.....	8
1.1 Монгол Улсын өргөн нэвтрүүлгийн хөгжлийн түүхэн замнал.....	8
1.2 Монгол Улсад үйл ажиллагаа явуулж буй радио, телевизийн контент үйлдвэрлэлийн чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй аж ахуйн нэгж, байгууллага.....	9
БҮЛЭГ 2. ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН САЛБАРЫН ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙ, БОДЛОГО, ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ОРЧИН.....	32
2.1 Өргөн нэвтрүүлгийн салбарын эрх зүйн үндэс.....	32
2.2 Радио, телевизийн контентын агуулга, чанар, олон талт байдал, холбогдох дүрэм журам, стандарт нийцэж байгаа эсэх.....	33
2.3 Дэлхийн зарим орны жишээ, холбогдох зохицуулалт,	34
БҮЛЭГ 3. ҮЙЛДВЭРЛЭХЭД ӨРТӨГ ӨНДӨР КОНТЕНТЫН СУДАЛГАА.....	39
3.1 Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл.....	39
3.2 Судалгааны үр дүн.....	40
Дүгнэлт	47
Санал.....	48
Зураг 1. МҮОНТ-ийн хөтөлбөр.....	10
Зураг 2. Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг (Улаанбаатар).....	13
Зураг 3. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг (Улаанбаатар).....	14
Зураг 4. 25-р суваг ТВ-ийн хөтөлбөр.....	15
Зураг 5. Монгол ТВ-ийн хөтөлбөр.....	17
Зураг 6. Central TV-ийн хөтөлбөр	19
Зураг 7. NTV-ийн хөтөлбөр	21
Зураг 8. Боловсрол ТВ-ийн хөтөлбөр	22
Зураг 9. Контент үйлдвэрлэгч-Боловсрол ТВ	23
Зураг 10.5 Телевизийн хөтөлбөр	25
Зураг 11. Контент үйлдвэрлэгч-5 телевиз	25
Зураг 12. Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг (Орон нутаг)	28
Зураг 13. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг (орон нутаг)	29
Зураг 14. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг (орон нутаг).....	29
Зураг 15. Эрхэлж буй ажил	39
Зураг 16. Үйл ажиллагааны чиглэлэ	39
Зураг 17. Танай байгууллага ихэнхдээ контентоо хэрхэн бүтээдэг (цуглуулдаг) вэ?	40
Зураг 18. Танай байгууллагын бүтээсэн контентын хамгийн өртөг өндөр нь хэдэн төгрөг байсан вэ?	41

Зураг 19. Дотоодод үйл ажиллагаа явуулдаг студийн бүтээсэн нэг контентыг дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалдан авдаг вэ? (Студийн хувьд дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалддаг вэ?)	42
Зураг 20.Гадаадад бүтээсэн нэг контентыг дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалдан авдаг вэ?	42
Зураг 21. Таны бодолоор Монгол Улсад өртөг өндөртэй контент бүтээхэд хэдэн төгрөгийг зарцуулах ёстой гэж үзэж байна вэ?	43
Зураг 22. Танай байгууллага өртөг өндөртэй контент бүтээж байсан уу?.....	44
Зураг 23. Монгол Улсад өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлага хэр их байгаа гэж үзэж байна вэ? Яагаад?.....	44

Хүснэгт 1. МҮОНТ-Контент үйлдвэрлэгч.....	10
Хүснэгт 2. Улаанбаатар хотод өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид	12
Хүснэгт 3. 25р суваг ТВ-Контент үйлдвэрлэгч.....	16
Хүснэгт 4. Контент үйлдвэрлэгч- Монгол ТВ	17
Хүснэгт 5. Контент үйлдвэрлэгч- Central TV.....	20
Хүснэгт 6. Контент үйлдвэрлэгч-NTV.....	21
Хүснэгт 7.Орон нутагт өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид	27
Хүснэгт 8. Эрх зүйн зохицуулалтууд.....	32
Хүснэгт 9. Агуулга, чанар олон талт байдал.....	33
Хүснэгт 10. Судалгаанд оролцогчид.....	39
Хүснэгт 11. Төлөөлсөн байгууллага	39
Хүснэгт 12. Өөрсдөө бие дааж контент бүтээхэд хамгийн өндөр өртөг шингэдэг 3 зардлыг бичнэ үү?.....	42
Хүснэгт 13. Хэрвээ тийм бол, танай байгууллага ямар төрлийн контентыг өртөг өндөртэй бүтээсэн вэ? (өртөг өндөр олон контент бүтээсэн бол тоог бичнэ үү).....	44
Хүснэгт 14.Та бүхний бүтээсэн эсвэл гар бие оролцсон контентоос үзэгч, сонсогчдод хамгийн их хүрсэн контентыг нэрлэнэ үү.....	45
Хүснэгт 15.Контент/нэвтрүүлгийн өртөг	46
Хүснэгт 16. Студийн контент үйлдвэрлэлийн өртөг	46

Талархал

Энэхүү судалгааны ажлыг гүйцэтгэх боломж олгосон Цахим хөгжил, инноваци, харилцаа холбооны яамны хамт олонд талархал илэрхийлье.

Судалгааны арга зүй:

1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Өргөн нэвтрүүлгийн үндэсний контент үйлдвэрлэгч, нийлүүлэгч, дамжуулагчийн өнөөгийн байдал болон өргөн нэвтрүүлгийн контентыг амжилттай хөгжүүлж байгаа улс орнуудыг судлан шинжилж, олон улсын хөгжлийн чиг хандлагатай уялдуулан, үндэсний контент үйлдвэрлэлийг хөгжүүлэх бодлогын судалгааг боловсруулна.

2. СУДАЛГААНЫ МАТЕРИАЛ

- Энэхүү судалгааны ажлын хүрээнд дараах мэдээллийг ашиглаж, суурь судалгаанд ашиглана:
 - Телевизийн өргөн нэвтрүүлгийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн мэдээлэл, жагсаалт,
 - Үндэсний түүх, соёл, уламжлал, танин мэдэхүйн болон хүүхдийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн тайлан /2024 оны эхний хагас жил/,
 - Өргөн нэвтрүүлгийн салбарт хэрэгжиж буй эрх зүйн зохицуулалт,
 - Олон улсын туршлага, зохицуулалт,
 - Контент үйлдвэрлэгчээс авсан судалгаа.

3. СУДЛАГДАХУУН

Дээрх мэдээллийг үндэслэж дараах зүйлсийг судална:

- Монгол Улсад үйл ажиллагаа явуулж буй радио, телевизийн контент үйлдвэрлэлийн чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй аж ахуйн нэгж байгууллага, үйлдвэрлэгдсэн контент,
- Радио, телевизийн контентын агуулга, чанар, олон талт байдал, холбогдох дүрэм журам, стандартад нийцэж байгаа эсэх,
- Үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлага,
- Үйлдвэрлэхэд өртөг контентын судалгаа.
- Радио, телевизийн контентын хөгжлийн чиг хандлага.
 - Их Британи: BBC агентлагийн туршлага.
 - Канад: Канадын Хэвлэл мэдээллийн сангийн туршлага
 - БНСУ: KBS телевизийн туршлага.
 - Дээрх орнуудын өргөн нэвтрүүлгийн салбарт үйлдвэрлэгдсэн хамгийн үзэгч ихтэй контентыг жишээ болгон судална.

4. СУДАЛГААНЫ ҮЕ ШАТ

Судалгааны ажлын гүйцэтгэхэд дараах судалгааны аргуудыг түлхүү ашиглана:

- Нөхцөл байдлын судалгаа хийх
- Харьцуулсан судалгаа хийх

- Дүн шинжилгээ хийх
- Дүгнэлт боловсруулах

5. СУДАЛГААНЫ ХЯЗГААРЛАГДМАЛ БАЙДАЛ

Өргөн нэвтрүүлгийн контент мониторинг судалгааг гүйцэтгэхэд салбарын онцлогоос шалтгаалан хязгаарлагдмал байдал, хүндрэл учирч байсан. Үүнд:

1. *Салбарын динамик шинэж чанар*: Медиа салбар байнга өөрчлөгдөж, технологи, платформ, үзэгчдийн зан төлөвт тасралтгүй шинэчлэл явагддаг. Үүний улмаас ажилтнуудын үүрэг, ажлын эрэмбэ, үйл ажиллагааны чиглэл тогтмол өөрчлөгдөж байдаг тул тогтвортой мэдээлэл цуглуулахад хэцүү болгож байсан.

2. *Хувийн үзэл бодол*: Медиа салбарын ажилтнуудын хандлага, үзэл бодол нь тэдний үүрэг, мэргэжлийн онцлогоос ихээхэн хамаардаг. Энэ нь судалгааны асуултуудыг олон янзаар тайлбарлахад хүргэж, хариултын нэгдмэл байдлыг бууруулсан.

3. *Ажлын ачаалал ба стресс*: Хурдтай, шахуу ажлын орчин нь ажилтнуудад судалгаа бөглөхөд хангалттай цаг, эрч хүч гаргах боломжийг хязгаарладаг. Тиймээс тэд судалгааг дутуу бөглөх эсвэл оролцохоос татгалзах асуудал маш их тулгарсан.

4. *Хариултын нөлөөллөөс айх айдас*: Судалгаа нь байгууллагын дотоод үйл ажиллагаа, эсвэл эмзэг сэдвүүдтэй холбоотой байх тохиолдолд ажилтнууд өөрсдийн хариулт нь нэр хүнд эсвэл ажлын байрандаа сөргөөр нөлөөлөх вий гэж санаа зовниж байсан.

5. *Үүрэг ба ур чадварын олон төрөл*: Медиа салбар нь сэтгүүлч, редактор, техникийн ажилтан, удирдлага гэх мэт олон төрлийн үүрэгтэй. Энэ нь бүх оролцогчдод хамааралтай, утга учиртай судалгаа зохион байгуулахад хүндрэл учруулж байсан.

6. *Хандлага ба объектив чанар*: Медиа салбарын ажилтнууд шүүмжлэлт сэтгэлгээтэй байдаг тул судалгааны зорилго, ач холбогдолд эргэлзэх хандлагатай. Тэдний хувийн туршлагаас үүдэлтэй хандлага нь хариултад туйлширсан хандлагыг бий болгож болзошгүй байсан.

7. *Нууцлалын асуудал*: Харилцаа холбоо, мэдээлэл дамжуулалтад төвлөрсөн энэ салбарт ажилтнуудын хариултыг нууцлахгүй байж магадгүй гэсэн айдас байсан.

8. *Соёл ба байгууллагын ялгаа*: Медиа байгууллагуудын соёл, зорилго, үйл ажиллагааны практик нь ихээхэн ялгаатай тул стандартчилагдсан судалгаа зохион байгуулахад хүндрэл учруулж байсан.

БҮЛЭГ 1. ӨНӨӨГИЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ

1.1 Монгол Улсын өргөн нэвтрүүлгийн хөгжлийн түүхэн замнал

Монгол Улсын өргөн нэвтрүүлгийн түүх нь улс орны улс төр, соёл, технологийн хөгжилтэй нягт холбоотой байдаг. Өргөн нэвтрүүлгийн үүсэл хөгжлийг дараах байдлаар хувааж авч үзэж болно. Үүнд:

Эхэн үе (1930-аад - 1940-өөд он)

- 1934 он: Ардын хувьсгалт засгийн газар Монголд анхны радио нэвтрүүлгийн үйлчилгээг эхлүүлэв. Анхны нэвтрүүлгүүд нь зөвхөн засгийн газрын мэдээ, зарлалд төвлөрч байв.
- 1935 он: Монголын Радио Хороог байгуулж, радиогийн нэвтрүүлгийн албыг албан ёсоор зохион байгуулсан.

Өргөжилт ба стандартжуулалт (1950-аад - 1970-аад он)

- 1950-аад он: Дэлхийн II дайны дараа радиогийн нэвтрүүлэг өргөжиж эхэлсэн. Богино долгионы технологи нэвтрүүлгийг хөдөө орон нутагт хүргэх боломжийг олгов.
- Агуулгын хөгжил: Радио нэвтрүүлгүүдэд соёлын болон боловсролын хөтөлбөрүүд, тухайлбал, ардын дуу хөгжим, үлгэр домог, бичиг үсгийн боловсрол зэрэг багтжээ.
- 1967 он: Монгол Улсад анхны телевизийн нэвтрүүлэг эхэлж, Монголын Үндэсний Телевиз (МҮТ) байгуулагдав. Энэ нь өргөн нэвтрүүлгийн түүхэнд чухал үйл явдал болсон.
- Төрийн хяналт: Бүх нэвтрүүлэг төрийн мэдэлд байж, социалист үзэл суртлын хүрээнд хяналт тавьдаг байв.

Орчин үе ба олон ургалч байдал (1980-аад - 1990-ээд он)

1980-аад он: Технологийн дэвшил нь нэвтрүүлгийн чанарыг сайжруулж, өнгөт телевизийн нэвтрүүлгийг нэвтрүүлэв. Хот, суурин газрын иргэд мэдээлэл авах илүү өргөн боломжтой болсон.

1990-ээд он: Монголд 1990 онд ардчилсан хувьсгал явагдаж, өргөн нэвтрүүлгийн салбарт дараах өөрчлөлтүүд гарсан:

Хэвлэлийн эрх чөлөө: Төрийн өмчийн монополь хэвлэлийн тогтолцоо дуусгавар болж, хувийн хэвшлийн өргөн нэвтрүүлгүүд бий болов.

Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио Телевиз (МҮОНРТ): Төрийн мэдлийн суваг олон нийтийн үйлчилгээний хэлбэрт шилжиж, шударга, олон ургалч агуулга нэвтрүүлэх болжээ.

Хувийн нэвтрүүлэгчид: “TV5,” “TV9,” “Eagle TV” зэрэг хувийн радио, телевизийн сувгууд үйл ажиллагаагаа эхлүүлж, өрсөлдөөн, олон талт байдлыг бий болгов.

Дижитал хувьсал (2000-аад оноос өнөө үе хүртэл)

- 2000-аад он: Дижитал технологийн хөгжил нь Монголын өргөн нэвтрүүлгийн салбарт хувьсгал хийсэн.
 - Хиймэл дагуулын нэвтрүүлэг: Улс орон даяар, тэр дундаа алслагдсан малчин бүс нутгуудад хүртээмжийг нэмэгдүүлсэн.
 - Онлайн платформууд: Нэвтрүүлэгчид агуулгаа интернетэд байршуулж эхэлсэн нь цахим сүлжээний хэрэглээ нэмэгдсэнтэй холбоотой байв.

- Медиа олон янз байдал: Монгол болон үндэсний цөөнхийн хэлээр олон суваг, радио нэвтрүүлэг гарч эхэлсэн.
 - 2010-аад он: Дижитал телевизийн шилжилт эхэлж, нэвтрүүлгийн чанар, хүртээмж сайжрав.
 - 2015 оноос-: Монгол Улс дижитал технологид бүрэн шилжиж, дэлхийн стандарттай нийцсэн.
- Олон нийтийн болон тусгайлан нэвтрүүлэг: Боловсрол, энтертайнмент, шашин, бизнес зэрэг төрөлжсөн сувгууд бий болсон.

1.2 Монгол Улсад үйл ажиллагаа явуулж буй радио, телевизийн контент үйлдвэрлэлийн чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй аж ахуйн нэгж, байгууллага

Монгол Улсад өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхэлж буй байгууллагын талаар бичихэд юуны түрүүнд Монгол Үндэсний Олон Нийтийн Телевизийн талаар бичих нь зүйтэй.

Одоогоос 56 жилийн өмнө буюу 1967 оны 7 дугаар сарын 10-ны өдөр Монголын үндэсний телевиз албан ёсны нээлтээ хийгээгүй байсан авч Монголын зурагт радиогийн дэлгэц Монгол айлд анх түгэж туршилтын нэвтрүүлэг хийснээр эхэлсэн байна.

1981-1990 он. 1981 онд анхны өнгөт нэвтрүүлгээ бэлтгэн эфирт гаргаж, 1988 оны 12 дугаар сард телевизийн шинэ төв ашиглалтад орсноор өнгөт дүрсийн системээр нэвтрүүлгээ цацах боломж бүрэн хангагдсан. Мөн радио релений өргөтгөсөн сүлжээг ашиглалтад оруулснаар Үндэсний телевиз улс орныхоо нийт нутаг дэвсгэр хүн амын 90 гаруй хувьд хүрч үйлчлэх болсон.

1991 он. Монголын Үндэсний телевиз анх удаа Азиасат системээр нэвтрүүлэг цацах боломжтой болж, улмаар телевизүүдийн нэвтрүүлгүүдийг Монгол орны алслагдсан бүс нутаг хязгаарт хүргэх, хилийн чанадад нэвтрүүлгээ цацах боломж хангагдсан юм.

1997 оны 1 дүгээр сар. Монголын Үндэсний телевиз, Ази Номхон далайн орнуудын өргөн нэвтрүүлгийн холбоо (ABU)-ны бүрэн эрхт гишүүнээр сонгогдсон. Манай телевизийн уран бүтээлчид, тус холбооноос зохион байгуулсан удаа дараагийн уралдаанд амжилттай оролцож шагналуудыг хүртэж байсан билээ.

2005 оны 2 дүгээр сар. Олон нийтийн радио, телевиз (ОНРТ)-ийн тухай хууль батлагдан гарснаар Монголын Үндэсний телевиз түүхэндээ анх удаа “Олон нийтийн” гэсэн статустай болж өргөн олон нийт, ард иргэддээ хараат бус мэдээллээр тэгш үйлчлэх хууль зүйн орчин бүрдсэн юм. Ийнхүү олон нийтийн статустай, үндэсний хэмжээний телевиз үүсэн бий болсон нь Монголын хэвлэл мэдээллийн түүхэнд гарсан чухал үйл явдал том эргэлт болжээ.¹

ОНРТ тухай хуулийн 4 дүгээр зүйл. Олон нийтийн радио, телевизийн үйл ажиллагааны үндсэн зарчимд:

4.1.Олон нийтийн радио, телевиз үйл ажиллагаандаа хараат бус байх, бодит мэдээлэл олж авах иргэний эрхийг хүндэтгэх, олон ургальч үзэл, ил тод байдлыг эрхэмлэх, аж ахуйн нэгж, байгууллага, албан тушаалтан, хувь хүн, улс төрийн намын эрх ашгийг бус нийт үндэсний эрх ашгийг дээдлэх үндсэн зарчмыг баримтална.

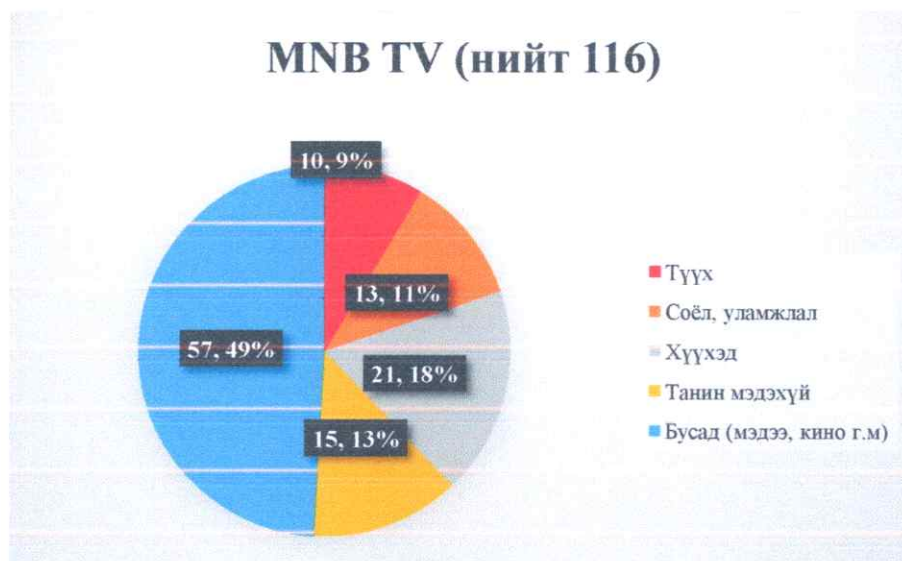
4.2.Олон нийтийн радио, телевиз дараахь үйл ажиллагаа явуулна:

¹ Эх сурвалж: <https://mn.wikipedia.org/wiki/>

- 4.2.1.үндэсний хэмжээнд радиогийн өргөн нэвтрүүлэг;
- 4.2.2.үндэсний хэмжээнд телевизийн өргөн нэвтрүүлэг;
- 4.2.3.гадаад хэлээр явуулах радио, телевизийн нэвтрүүлэг, гэж заасан.

Судалгааны баг МҮОНТ-ийн өнөөгийн контент, хөтөлбөрт анализ хийх зорилгоор тус телевизийн 8 ХОНОГ-ийн хөтөлбөрт анализ хийв.

Зураг 1. МҮОНТ-ийн хөтөлбөр



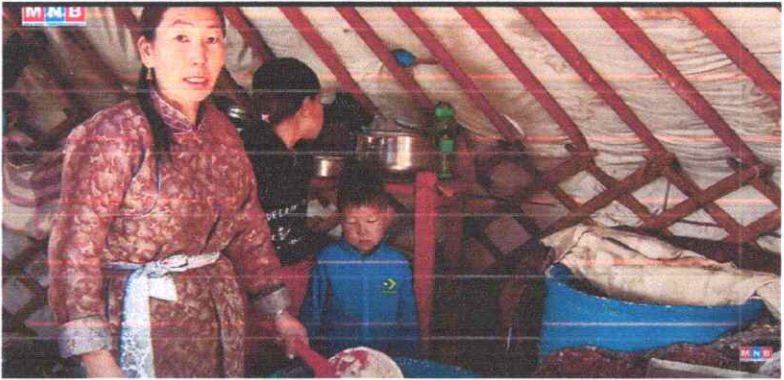
Эх сурвалж: "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН МҮОНТ-ийн хөтөлбөрийг Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу ангилан шүүж, нийт 116 мэдээний агуулгад анализ хийсэн. Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 10 буюу 9%, соёл уламжлалтай холбоотой 13 буюу 11%, хүүхдийн 21 буюу 18%, танин мэдэхүйн 15 буюу 13%, бусад (мэдээ, кино г.м) 57 буюу 49%-ийн контентууд эзэлж байна.

Эдгээр ангиллын контентыг гадаад, дотоод үйлдвэрлэгчээр ангилж доорх хүснэгтэд үзүүлэв.

Хүснэгт 1. МҮОНТ-Контент үйлдвэрлэгч

№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 10 буюу 100%. Монголын гээгдсэн түүх; Монголын түүх: Зүчи хаан гэх мэт.

		
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 13 буюу 100% Монгол өв соёл: Нэрмэл архи; Эх өв: Өндөр хөхийн нутгаар. 
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 12 буюу 57,2% “Алиса гайхамшгийн оронд” хүүхэлдэйн кино; “Тори-Тори” хүүхэлдэйн кино; Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 9 буюу 42,8% “Оюундалай” хүүхдийн нэвтрүүлэг, “Онцгой амралт” реалити шоу. 
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 16 буюу 100%



Эх сурвалж: “Гоё Монголын Төлөө” мониторингийн алба, 2024

МҮОНТ-ийн түхийн контент, соёл уламжлал, танин мэдэхүйн контентууд 100% дотоодод үйлдвэрлэгдсэн байгаа бол хүүхдийн нийт 21 контентын 12 буюу 42,8% нь гадаад контент үйлдвэрлэгчийнх бөгөөд эдгээр нь бүгд хүүхэлдэйн кино байна. Хүүхдийн контентын 9 буюу 42,8% үндэсний үйлдвэрлэгчийн² бүтээл буюу реалити шоу байна

Судлаачийн дүгнэлт: Үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн хүүхэлдэйн кино контент тус телевизээр огт гараагүй нь хэрэгцээ шаардлага, орон зай нь үгүйлэгдэж байгааг харуулж байна.

Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхэлж буй телевизүүд:

Монгол Улсын Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 7 дүгээр зүйл. Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх нийтлэг журмын 7.1-д Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээг Харилцаа холбооны зохицуулах хорооноос олгосон тусгай зөвшөөрлийн дагуу эрхэлнэ гэж заасан.

2024 оны 10 дугаар сарын 10-ны байдлаар Улаанбаатар хотод өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшиж буй нийт 18 ТВ үйл ажиллагаа явуулж байна. Эдгээр ТВ-ийн жагсаалтыг Хүснэгт-1.1-д харуулав.

Хүснэгт 2. Улаанбаатар хотод өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид

№	ТВ нэр	Эзэмшигч
1	25-р суваг	АЭ энд Жааг ХХК
2	UBS	Улаанбаатар телевиз ХХК
3	TB5	Гэгээн далай ХХК
4	ТМ	Алсын гэрэл ХХК
5	SBN	Супервижи медиа групп ХХК

² Үндэсний үйлдвэрлэгч гэж тухайн телевиз эсвэл бие даасан студи аль алиныг хэлж байна.

6	TV8	Суваг ти ви найм ХХК
7	C1	Чаннел-Уан ХХК
8	TB9	Медиа холдинг ХХК
9	Central television	Тэнгэрлэг эх орон ХХК
10	NTV	Эн Ти Ви Бродкастинг ХХК
11	Eagle News	Ийгл Бродкастинг ХХК
12	Монгол ТВ	Монгол телевиз ХХК
13	VTV/TenGer	Про медиа нетворк ХХК
14	Star	Юнайтед бродкастинг корпорэйшн ХХК
15	ETV	Имерж медиа ХХК
16	Боловсрол суваг	Медиа боловсрол суваг ХХК
17	Малчин	Малчин удмын хийморь ХХК
18	Сүлд	Улс сүлд ХХК

Эх сурвалж: Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны цахим хуудас <https://www.crc.gov.mn/pages/show/ulaanbaatar-hotyn-rg-n-nevt-lgijn-televizijn-ilchilgeenij-tusgaj-z-vsh-r-l-ezemshigchid>.

Улаанбаатар хотын өргөн нэвтрүүлгийн телевиз нь жилд 200 цагаас багагүй үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг бэлтгэн нэвтрүүлэх үүрэгтэй бөгөөд 2023 оны хагас жилд өргөн нэвтрүүлгийн 18 телевизээр нийт 1490 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлж байсан бол 2024 оны хагас жилийн байдлаар 1702 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлж 231 цагаар өссөн үзүүлэлттэй байна. 2023 оны жилийн эцсээр нийт 3299 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн байгаа ба энэ оны хагас жилийн дүнгээс харахад жилийн эцсээр нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн нийт цаг нэмэгдэх хандлагатай байна.

Зураг 2. Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг (Улаанбаатар)



Танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн хувьд жилд 180 цагаас багагүй нэвтрүүлэг нэвтрүүлнэ гэж заасан. 2023 оны хагас жилд нийт 2014 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн бол 2024 оны хагас жилд 2259 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлж 245 цагаар өссөн үзүүлэлттэй байна. 2023 оны жилийн эцсээр нийт 4053 цагийн танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нэвтрүүлжээ. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн цагийг нэмэгдүүлсэн телевизүүдээс Стар телевиз 2023 оны нийт дүнгээр 141 цаг нэвтрүүлсэн бол 2024 оны

эхний хагас жилд 171 цаг нэвтрүүлсэн нь өнгөрсөн оноос өссөн үзүүлэлттэй буюу бүтээл үйлдвэрлэлтэд анхаарч ажиллаж байгаа нь харагдаж байна.

Зураг 3. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг (Улаанбаатар)



Хүүхдийн нас, бие, сэтгэхүйн онцлогт тохирсон хүүхдийн хөгжил, хүмүүжил, төлөвшилд чиглэсэн танин мэдэхүйн боловсрол балчир буюу +3 насны ангилалтай нэвтрүүлэг жилд 90 цагаас багагүй, бага, өсвөр насны буюу +6, +12 насны ангилалтай нэвтрүүлэг жилд 130 цагаас багагүй хугацааны нэвтрүүлэг нэвтрүүлнэ гэж заасан. 2023 оны хагас жилийн байдлаар өргөн нэвтрүүлгийн 18 телевизээр нийт 434 цагийн +3 насны ангилалтай нэвтрүүлэг, 978 цагийн +6, +12 насны ангилалтай нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн нь 2024 оны хагас жилтэй харьцуулахад 239 цаг, 220 цагаар тус тус өссөн байна. (Эх сурвалж: Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг, хүүхдийн нэвтрүүлэг, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн тайлан, 2024 оны эхний хагас жил, ХХЗХ)

Тэгвэл, судалгааны баг дээрх телевизүүдийн үйлдвэрлэж буй контентын агуулгад анализ, дүгнэлт хийх зорилгоор 25-р суваг ТВ, Central TV, Монгол ТВ, NTV, Боловсрол ТВ-ийг сонгон авч, 2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН хөтөлбөрт нь анализ хийж үзэв. Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзсэн. ТВ-үүдийг дараах үндэслэлээр сонгож авсан. Үүнд:

25-р суваг ТВ: Монголын анхны хувийн чөлөөт телевиз 1996 оны 09 дүгээр сарын 27 - ны 19.00 цагаас дециметрйин долгионы 25 дугаар суваг / 502 - 510 Мгц / - аар өнгөт телевизийн PAL системийг ашиглан анхны нэвтрүүлгээ цацсан. 2005 - оны есдүгээр сарын 15 - аас эхлэн Америкийн сансрын Intelsat хиймэл дагуулаар дамжуулан орон даяар шууд дамжуулан үзүүлж эхэлсэн.

Монгол ТВ: 2008 оны 08 дугаар сарын 10-ны өдөр Монголын анхны HD телевиз болон байгуулагдсан. Гадаад, дотоодын контентыг оюуны өмчийн эрхийн дагуу худалдан авч, чанартай, хууль ёсны байдлаар үзэгчдэд хүргэдэг. Жишээ нь, "The Voice of Mongolia", "Shark Tank Mongolia" зэрэг олон улсын шилдэг форматыг албан ёсны

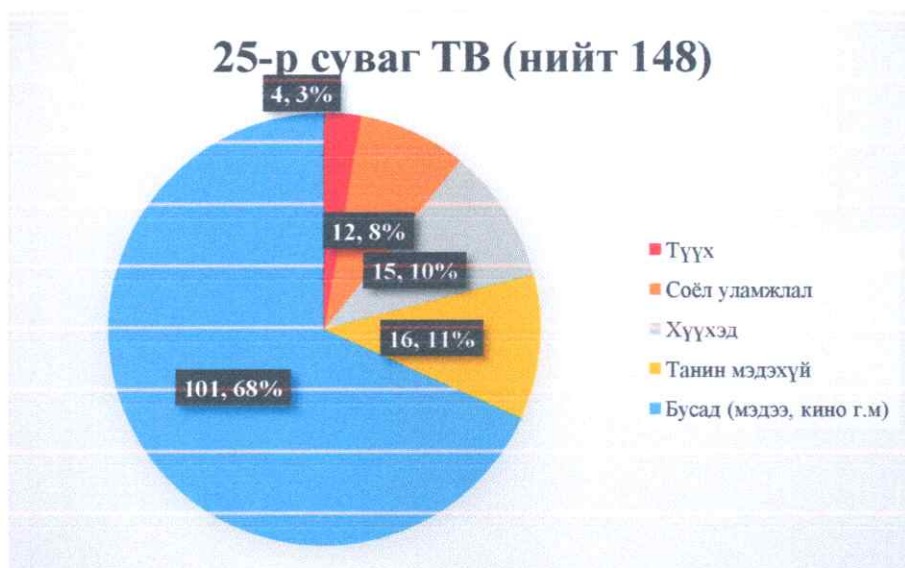
эрхтэйгээр гаргасан нь үзэгчдийг тус телевизийг сонгох гол хүчин зүйл болсон. Монгол HD телевиз нь шинэ үеийн үзэгчдийн хэрэгцээ шаардлагад нийцсэн контент бүтээж, залууст чиглэсэн бүтээлч, шинэлэг нэвтрүүлгүүдийг санал болгодогдоороо онцлог. Түүнчлэн, Монгол HD телевиз нь үндэсний соёл, өв уламжлалыг дэмжсэн нэвтрүүлэг, шоу, олон ангит кино зэргийг үйлдвэрлэж, Монголын хэв маягийг хадгалсан контентыг онцолдог.³

Central TV: 2005 оноос эхлэн үйл ажиллагаа явуулж байна. Соёл, урлаг, спорт, шинжлэх ухаан, танин мэдэхүй нэвтрүүлэг хөтөлбөрөөр гоо зүйн боловсрол олгох зорилготой бүрэн энтертайнмент суваг сүүлийн үед бүтээсэн контентоороо үзэгчдийн талархлыг хүлээж буй телевиз юм.

NTV: 2006 оноос үйл ажиллагаагаа явуулж эхэлсэн. Нас насныханд зориулсан түүх, соёл урлаг, боловсрол, цэнгээнт, шоу нэвтрүүлгүүд бэлтгэн, улс төр, нийгэм, эдийн засгийн цаг үеийн мэдээ мэдээллээс чухлыг нь онцлон үзэгчдэд хүргэн ажиллаж байна. Тус ТВ-ийн “Orange” студи кино, контент үйлдвэрлэлээр сүүлийн жилүүдэд идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байна.

Боловсрол ТВ: 2007 оноос эхлэн бүх насныханд зориулсан соёл урлаг, танин мэдэхүй, цэнгээнт шоу гэх мэт өргөн хүрээг хамарсан уран бүтээлийн үйл ажиллагаа явуулж ирсэн. Дэлхий дахины үзэх дуртай шоу нэвтрүүлгүүдийг оюуны өмчийн эрхтэйгээр үзэгчдэд хүргэдгээрээ үзэгчдэд танигдсан бөгөөд танин мэдэхүй, хүүхдийн контент үйлдвэрлэлийг амжилттай хэрэгжүүлж байна.

Зураг 4. 25-р суваг ТВ-ийн хөтөлбөр



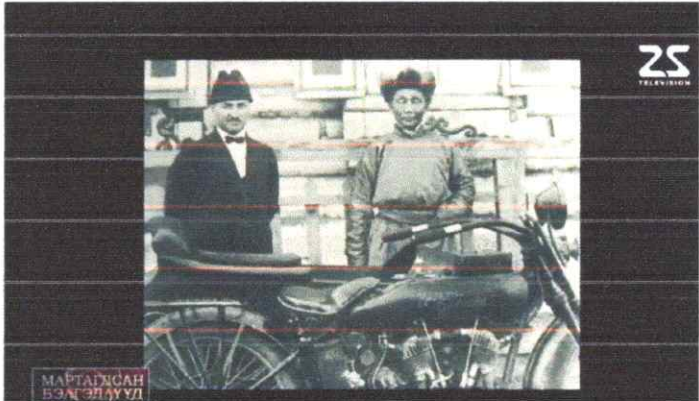
Эх сурвалж: “Тоё Монголын Төлөө” мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН 25-р суваг ТВ-ийн хөтөлбөрт Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 148 мэдээ мэдээлэл гарсан.

³ www.mongolhd.tv

Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 4 буюу 3%, соёл уламжлалтай холбоотой 12 буюу 8%, хүүхдийн 15 буюу 10%, танин мэдэхүйн 16 буюу 11%, бусад (мэдээ, кино г.м) 101 буюу 68%-ийн контентууд эзэлж байна.

Хүснэгт 3. 25р суваг ТВ-Контент үйлдвэрлэгч

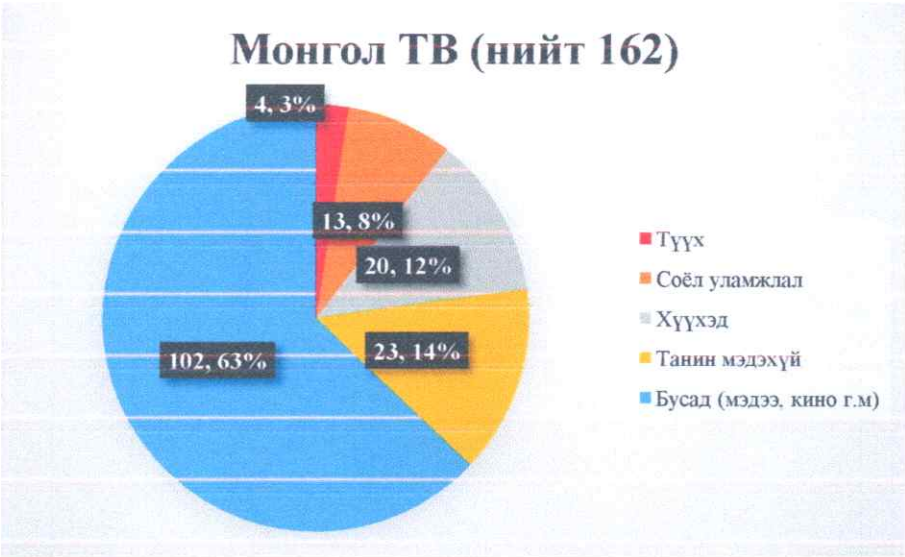
№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 4 буюу 100% “Мартагдсан бэлгэдэлүүд” нэвтрүүлэг; “Амьдрал тэтгэсэн зам” УБТЗ-ын 75 жилийн нэвтрүүлэг. 
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 12 буюу 100% “Дуугаар жигүүрлэсэн 50 жил”, “New wave” нэвтрүүлэг 
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 15 буюу 100% “Хүндийн хүчний уналт” хүүхэлдэйн, Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 0
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 12 буюу 75% “Аяллын амт” баримтат кино. Үзэсгэлэнт Япон орноор” баримтат кино. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 4 буюу 25%.

Эх сурвалж: “Тоё Монголын Төлөө” мониторингийн алба, 2024

25-р дугаар суваг телевизийн түүх, соёл уламжлалын контентууд нь 100% үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байгаа бол хүүхдийн 15 контент 100% гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд байна. Танин мэдэхүйн контентын 12 буюу 75% гадаад контент үйлдвэрлэгчийнх бол 4 буюу 25 хувь нь үндэсний үйлдвэрлэгчийн контент байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээсэн хүүхдийн контент, хүүхэлдэйн кино огт байхгүй байгаа нь энэ контенты хэрэгцээ шаардлага, орон зай байгааг харуулж байна. Мөн тус телевизийн хувьд танин мэдэхүйн контент үйлдвэрлэлд үндэсний контент бага байна.

Зураг 5. Монгол ТВ-ийн хөтөлбөр



Эх сурвалж: "Гоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН Монгол ТВ-ийн хөтөлбөрт Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 162 мэдээ мэдээлэл гарсан. Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 4 буюу 3%, соёл уламжлалтай холбоотой 13 буюу 8%, хүүхдийн 20 буюу 12%, танин мэдэхүйн 23 буюу 14%, бусад (мэдээ, кино г.м) 102 буюу 63%-ийн контентууд эзэлж байна.

Хүснэгт 4. Контент үйлдвэрлэгч- Монгол ТВ

№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 4 буюу 100% "Гэрэл зураг түүх өгүүлнэ" нэвтрүүлэг;

		
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 13 буюу 100% "Миний Монголын соёл" нэвтрүүлэг. "Заншлын хэлхээ" нэвтрүүлэг. 
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 13 буюу 65% "Брико" хүүхэлдэйн кино; "Хар хаймран гутал" хүүхэлдэйн кино. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 7 буюу 35% "Тог тог тог" хүүхдийн нэвтрүүлэг; "5 настнуудын нууцлаг ертөнц" нэвтрүүлэг 
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 16 буюу 69,6% "Дэлхийн хязгаарт" баримтат кино; "Галилео" баримтат кино. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 7 буюу 30,4%

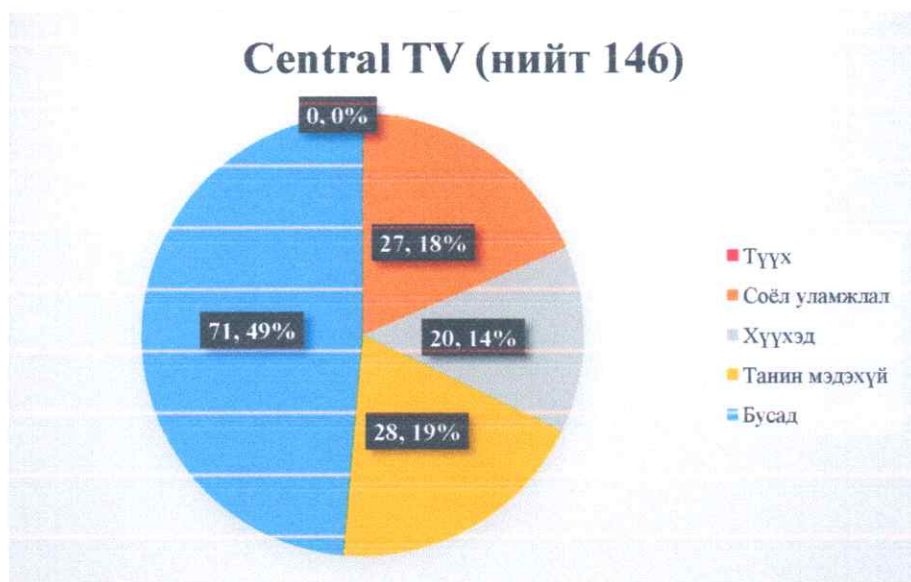


Эх сурвалж. "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

Монгол ТВ-ийн түүх, соёл уламжлалтай холбоотой контентууд нь 100% үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байгаа бол хүүхдийн 20 контентын 13 буюу 65% нь гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд, 7 буюу 35 хувь нь үндэсний үйлдвэрлэгч буюу Монгол ТВ-ийн өөрийн үйлдвэрлэсэн контентууд байна. Танин мэдэхүйн 23 контентын 16 буюу 69,6% гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл бол 7 буюу 30,4 хувь нь үндэсний үйлдвэрлэгч буюу Монгол ТВ-ийн өөрийн контент байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээсэн хүүхдийн контент, хүүхэддэйн кино огт байхгүй байгаа нь энэ контентын хэрэгцээ шаардлага, орон зай байгааг харуулж байна. Мөн тус телевизийн хувьд танин мэдэхүйн контент үйлдвэрлэлд үндэсний контент бага байгаа харагдаж байна.

Зураг 6. Central TV-ийн хөтөлбөр



Эх сурвалж. "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН Central TV-ийн хөтөлбөрт Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 146 мэдээ мэдээлэл гарсан.

Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 0, соёл уламжлалтай холбоотой 27 буюу 18%, хүүхдийн 20 буюу 14%, танин мэдэхүйн 28 буюу 19%, бусад (мэдээ, кино г.м) 71 буюу 49%-ийн контентууд эзэлж байна.

Хүснэгт 5. Контент үйлдвэрлэгч- Central TV

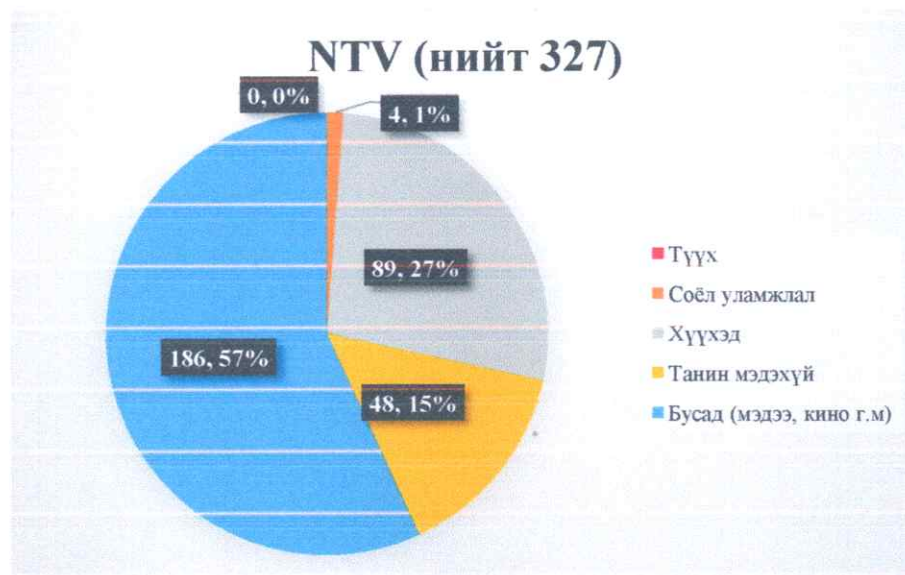
№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	0
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 27 буюу 100% Монгол өв соёл, "Мөнх өв" баримтат кино 
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 13 буюу 65% "Сайн уу, Даггий?" хүүхэддэйн кино, Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 7 буюу 35% Арван хоёр жилийн үлгэр: Туулай /3+/ 
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 16 буюу 57,1% ДВ-"Эрүүл хэв маяг" нэвтрүүлэг; Never too small архитектурын нэвтрүүлэг Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 12 буюу 42,9% "The Daily Show" өдрийн хөтөлбөр, "Улаан нүдэн гараг" цуврал нэвтрүүлэг.

Эх сурвалж: "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

Central TV-ээр түүхийн холбогдолтой контент гараагүй. Тэгвэл, соёл уламжлалтай холбоотой 27 контент нь бүгд үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Хүүхдийн 20 контентын 13 буюу 65% нь гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд, 7 буюу 35 хувь нь үндэсний үйлдвэрлэгч буюу өөрийн үйлдвэрлэсэн контентууд байна. Танин мэдэхүйн 28 контентын 16 буюу 57,1% гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл бол 12 буюу 42,9 хувь нь үндэсний үйлдвэрлэгч буюу өөрийн контент байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээсэн хүүхэлдэйн кино мөн л огт байхгүй байгаа нь энэ контенты хэрэгцээ шаардлага, орон зай сул байгааг харуулж байна. Мөн тус телевизийн хувьд танин мэдэхүйн контент үйлдвэрлэлд үндэсний контент хангалтгүй байгаа харагдаж байна.

Зураг 7.NTV-ийн хөтөлбөр



Эх сурвалж. "Гоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН NTV-ийн хөтөлбөрт Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 327 мэдээ мэдээлэл гарсан. Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 0, соёл уламжлалтай холбоотой 4 буюу 1,2%, хүүхдийн 89 буюу 27,9%, танин мэдэхүйн 48 буюу 14,6%, бусад (мэдээ, кино г.м) 186 буюу 56,8%-ийн контентууд эзэлж байна.

Хүснэгт 6. Контент үйлдвэрлэгч-NTV

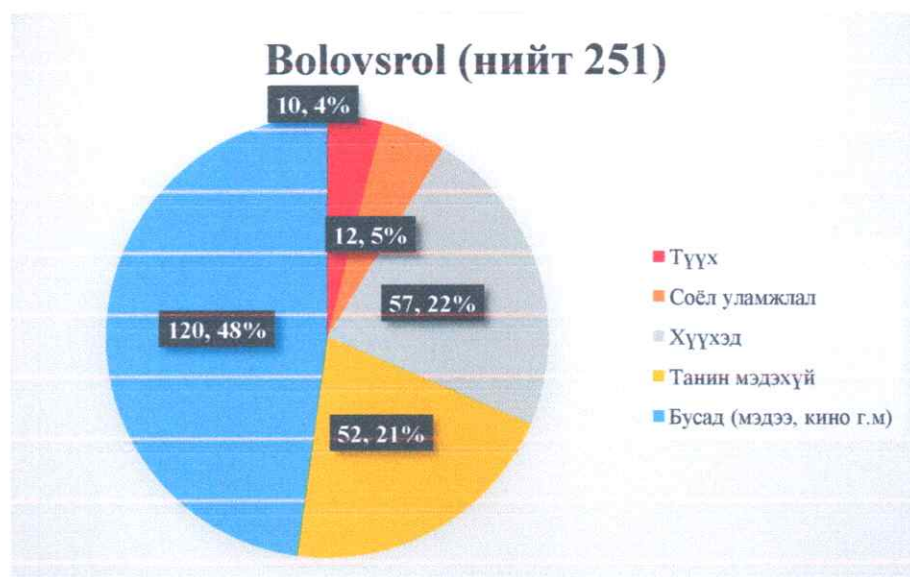
№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	0
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 4 буюу 100% Монгол бахархал "Жирэмсний хорио цээр"; "Талын их дууч" нэвтрүүлэг.
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 54 буюу 60,7% "Номонд дуртай баавгайнууд" хүүхэлдэйн кино, "Супер далавчнууд" хүүхэлдэйн кино. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 35 буюу 39,3% "Мөнх, Тунх" хүүхэлдэйн кино, "Хүүхдүүдээ наашаа" хүүхдийн нэвтрүүлэг.

		
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 30 буюу 62,5% “Япон амьдралын хэв маяг”, DW “Германд үйлдвэрлэв” нэвтрүүлэг. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 18 буюу 37,5% “Cash cab Mongolia” шоу; “Инновацын эзэд” шоу. 

Эх сурвалж. “Гоё Монголын Төлөө” мониторингийн алба, 2024

NTV-ээр түүхийн холбогдолтой контент гараагүй. Тэгвэл, соёл уламжлалтай холбоотой 4 контент нь бүгд үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Хүүхдийн 89 контентын 54 буюу 60,7% нь гадаад контент үйлдвэрлэгч, 35 буюу 39,3% нь үндэсний үйлдвэрлэгчийн контентууд байна. Танин мэдэхүйн 48 контентын 30 буюу 62,5% гадаад контент үйлдвэрлэгч, 18 буюу 37,5% нь үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд байна. NTV телевизээр хүүхдүүдэд хүрч буй “Мөнх, Тунх” хүүхэлдэйн кино нь үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээсэн бусад хүүхэлдэйн кинонууд нь гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд байна.

Зураг 8. Боловсрол ТВ-ийн хөтөлбөр



Эх сурвалж. "Гоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН Боловсрол ТВ-ийн хөтөлбөрт Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 251 мэдээ мэдээлэл гарсан. Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 10 буюу 4%, соёл уламжлалтай холбоотой 12 буюу 5%, хүүхдийн 57 буюу 22%, танин мэдэхүйн 52 буюу 21%, бусад (мэдээ, кино г.м) 120 буюу 48%-ийг эзэлж байна.

Зураг 9. Контент үйлдвэрлэгч-Боловсрол ТВ

№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 10 буюу 100% "Чингис хаан музей" нэвтрүүлэг; "Монголчууд нийгэм журамд давшин орсон нь" нэвтрүүлэг. 
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 12 буюу 100%

		"A Sound & Lemons-Live music concert"; "Artger-Boodog boys" нэвтрүүлэг. 
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 41 буюу 72% “Бариарай! Тинипин” хүүхэлдэйн кино, “Ноён Бийн” хүүхэлдэйн кино. Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 16 буюу 28% “Зуузуугийн найзууд” хүүхэлдэйн кино; “Булцгар” хүүхэлдэйн кино. 
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 52 буюу 100% "Үүнийг хэрхэн хийдэг вэ?" нэвтрүүлэг, "Шинжлэх ухаан" нэвтрүүлэг. 

Эх сурвалж: “Тоё Монголын Төлөө” мониторингийн алба, 2024

Боловсрол телевизээр түүхийн холбогдолтой 10 контент гарсан нь бүгд үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Соёл уламжлалтай холбоотой 12 контент нь бүгд үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Хүүхдийн 57 контентын 41 буюу 72% нь гадаад контент үйлдвэрлэгч, 16 буюу 28% нь үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Танин мэдэхүйн 52 контент нь үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд байна.

Дээрх 5 телевиз (25 дугаар суваг, Монгол ТВ, Central TV, NTV, Боловсрол ТВ)-ийн 2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГ-ийн хөтөлбөрт хийсэн анализыг нэгтгэж үзвэл:

Зураг 10. 5 Телевизийн хөтөлбөр



Эх сурвалж: "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хуулийн 20.1.2.үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр үндэсний түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн хүргэх гэж заасны дагуу мэдээ мэдээллийг ангилан шүүж үзэхэд нийт 1034 мэдээ, мэдээлэл гарсан. Үүнээс, түүхийн холбогдолтой 18 (2%), соёл уламжлалтай холбоотой 68 (7%), хүүхдийн 201 (19), танин мэдэхүйн 167 (16%), бусад (мэдээ, кино г.м) 580 (56%) контент байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Телевизүүдээр түүх, соёл уламжлалын контентууд бэлтгэгдэн, гарч байгаа ч тооны хувьд харьцангуй бага, хийцийн хувьд хөтлөгчийн яриа голлосон, насанд хүрэгчдэд чиглэсэн байна. Тэгвэл, хүүхдүүдийг түүхээ мэддэг, түүхдээ хайртай болгож өсгөх нь үндэсний дархлаа, соёлын залгамж чанарыг хадгалахад чухал үүрэгтэй. Иймд, түүх, соёл, уламжлалтай холбоотой контентыг хүүхдэд зориулсан, комик, анимэийн хэлбэрээр шинэлэг байдлаар хийж хүргэх нь түүхээ мэддэг, үндэсний үнэт зүйлсээ эрхэмлэн дээдэлдэг, ирээдүйн шийдвэр гаргахад ухаалаг, хариуцлагатай хандах чадвартай иргэд төлөвшихөд дэмжлэг болно.

Зураг 11. Контент үйлдвэрлэгч-5 телевиз

№	Ангилал	Үйлдвэрлэгч
1	Түүх	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 18 буюу 100%
2	Соёл уламжлал	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 0 Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 68 буюу 100%
3	Хүүхэд	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 136 буюу 67,6%

		Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 65 буюу 32,4%
4	Танин мэдэхүй	Гадаад контент үйлдвэрлэгч: 74 буюу 44,3%
		Үндэсний контент үйлдвэрлэгч: 93 буюу 55,7%

Эх сурвалж: "Тоё Монголын Төлөө" мониторингийн алба, 2024

Сонгогдсон дээрх 5 телевиз (25 дугаар суваг, Монгол ТВ, Central TV, NTV, Боловсрол ТВ)-ээр нийт 1034 контент гарсан. Үүнээс, түүхийн 18 (100%) контент бүгд үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Соёл уламжлалтай холбоотой 68 (100%) контент нь мөн үндэсний үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Хүүхдийн 201 контентын 136 (67,6%) нь гадаад контент үйлдвэрлэгч, 65 (32,4%) нь үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл байна. Танин мэдэхүйн 167 контентын 74 (44,3%) гадаад контент үйлдвэрлэгч, 93 (55,7%) үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд байна. Үүнээс харахад түүх, соёл уламжлалын контентыг үндэсний контент үйлдвэрлэгч дагнан бэлтгэж байгаа нь харагдаж байна.

Тэгвэл хүүхдийн контентын 3/2-ыг гадаадын контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлүүд эзэлж байгаа бөгөөд эдгээр нь голдуу хүүхэлдэйн кино контент байна. Хүүхэлдэйн киноны хувьд үндэсний контент бүтээгчийн 3 ("Зуузуугийн найзууд" хүүхэлдэйн кино; "Булцгар" хүүхэлдэйн кино; "Мөнх, Тунх" хүүхэлдэйн кино,) бүтээл байсан. Танин мэдэхүйн контентын хувьд талаас илүү хувийг үндэсний контент үйлдвэрлэгчийн бүтээл эзэлж байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Хүүхэлдэйн кино контентын хувьд 21 гадаад контент (149 удаа) бүтээгчийнх, 3 (30 удаа) нь үндэсний контент бүтээгчийнх байна. Энэ нь хүүхэлдэйн киногоор дамжуулж бага насны хүүхдэд эх орон ч үзэл төлөвшил, түүх, соёл, өв уламжлалаа таньж мэдэх зэрэг Монгол хүүхдийн хувьд хүмүүжлийн чухал сэдвүүд орхигдож байгаа нь харагдаж байна. Иймд энэ чиглэлд контент бүтээх, түгээх хэрэгцээ шаардлага их байна.

Танин мэдэхүйн контентын хувьд, үндэсний контент үйлдвэрлэгчдийн бүтээл нь голдуу аялал, танин мэдэхүйн цэнгээнт нэвтрүүлэг, сургалт, зэрэг контентууд байна.

Засгийн газраас 2014 онд Тэргүүлэх ач холбогдолтой мэргэжлийн чиглэлийг баталж, улс орны хөгжилд нэн шаардлагатай мэргэжлийн жагсаалтыг гаргасан. Байгаль орчин, ногоон хөгжил, боловсрол, мэдээллийн технологи, суурь шинжлэх ухаан, тэргүүлэх технологи зэрэг 11 чиглэлийн 30 гаруй мэргэжлийг уг жагсаалтад оруулжээ. Гэвч Азийн топ 100 сургуулийн нэг болох алсын хараатай МУИС-д дээрх чухал ач холбогдолтой зарим мэргэжлээр бэлтгэх боловсон хүчний залгамж халаа тасарч байна гэхэд хэтрүүлсэн болохгүй. МУИС-ийн математик, физик, хими, археологич, ойн үйлдвэрийн техник технологи зэрэг байгалийн ухааны мэргэжлээр элсэн суралцах оюутан үгүй болжээ.⁴

Залуу үеийг шинжлэх ухаанч болгож, шинжлэх ухаанд дуртай болгох нь ирээдүйн хөгжлийн чухал хэсэг юм. Үүнийг дэмжихийн тулд сонирхол татахуйц хөтөлбөрүүд зохион байгуулах, шинжлэх ухааны үзүүлэн, туршилт хийх өдөрлөг зохион байгуулах, их

⁴ Эх сурвалж: <https://gogo.mn/r/30xm7>

сургууль, шинжлэх ухааны хүрээлэн, лабораториудтай хамтран контент бэлдэх зэрэг арга хэмжээнүүдийг шат дараатайгаар авах нь чухал байна.

2024 оны 10 дугаар сарын 10-ны байдлаар Орон нутагт өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшиж буй нийт 45 ТВ үйл ажиллагаа явуулж байгаа бөгөөд Хүснэгт-1.2-д харуулав.

Хүснэгт 7.Орон нутагт өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид

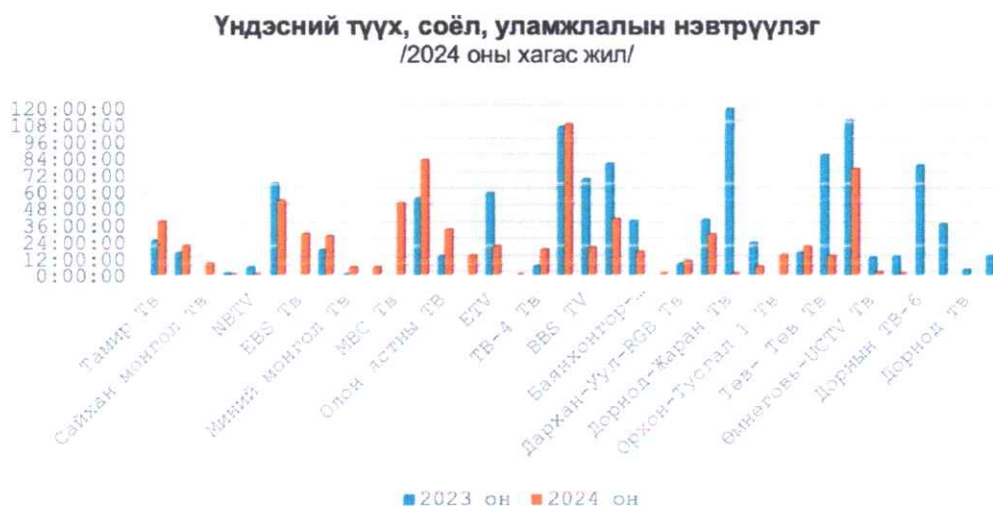
№	ТВ нэр	Эзэмшигч
1	Саян ТВ /өргөн/	Эм Юу Ти Эй ХХК
2	Ховд телевиз /өргөн/	Огторгуйн асар нийтийн мэдээллийн төв НҮТББ
3	Олон ястны телевиз /өргөн/	Некст дэвшил ХХК
4	Ойрад ТВ /өргөн/	Ойрад телевиз ХХК
5	MBC ТВ /өргөн/	Хоса ТВ ХХК
6	Увс ТВ /өргөн/	Сама-Увс ХХК
7	Хөвсгөл ТВ /өргөн/	Өсөх прогресс ХХК
8	Далай ээж ТВ /өргөн/	Хөвсгөл мэдээллийн төв НҮТББ-ын Далай ээж телевиз
9	Алтай телевиз /өргөн/	Ногоон замын эхлэл ХХК
10	Говийн наран ТВ /өргөн/	Говийн долгион мэдээллийн төв ТББ
11	UCTV /өргөн/ говь телевиз	Ёл цуурай ХХК
12	Алтан говь ТВ /өргөн/	Түвдэнгийн Бор Интернешнл ХХК
13	DTV /өргөн/	Ди медиа агентлаг ХХК
14	DS ТВ /өргөн/	Дадишуар гоёл ХХК
15	Номгон ТВ /өргөн/	МТД ХХК
16	Баянхонгор ТВ /өргөн/	Өлзийтийн хийморь өөдөө ХХК
17	AIR 1 ТВ /өргөн/	Завхан толь сонин ХМХ
18	AB ТВ /өргөн/	Ар Би Эм Ти ХХК
19	Тамир ТВ /өргөн/	Үлэмж медиа ХХК
20	Гэгээнтэн ТВ /өргөн/	Жудаг медиа пресс ХХК
21	Хас ТВ /өргөн/	Хас Өрлөг ТББ
22	Сайхан Монгол ТВ /өргөн/	Сайхан Монгол ЭИАК НҮТББ
23	Өндөрхаан ТВ /өргөн/	Өндөрхаан цахим ертөнц НҮТББ
24	Жаран ТВ /өргөн/	Шинэ зураг ХХК
25	Дорнод ТВ /өргөн/	Ашдын нөхөр ХХК
26	Мижиг ТВ /өргөн/	Гэгээн гэгээ ХХК
27	Талын анир ТВ /өргөн/	Тамсаг мэнэнгийн тал ХХК
28	Дорнын ТВ6 /өргөн/	Дорнын хэрлэн тал НҮТББ
29	SB TV /өргөн/	Морьтын ширээ ХХК
30	BBS TV /өргөн/	Датуком ХХК
31	Миний монгол тв /өргөн/	Миний Монгол Энтертаймэнт ХХК
32	NBTV /New broadcasting Television/ өргөн	Номин Макс ХХК

33	ETV /өргөн/	Эрдэнэт таймс сонин ХМХ
34	Тусгал 1 телевиз /өргөн/	Очирроуд ХХК
35	Эрдэнэт ТВ /өргөн/	Эрдэнэт үйлдвэр ТӨҮГ
36	Мэдээллийн бирж телевиз /өргөн/	Асгатын гол ХХК
37	EBS TV /өргөн/	Ишилан ХХК
38	Тэнгэр ТВ /өргөн/	БУНАДО ХХК
39	DBS TV /өргөн/	Дархан мэдээлэл төв ХХК
40	RGB TV /өргөн/	Аа жи би ти виз ХХК
41	Буян телевиз /өргөн/	Буян налайх ХХК
42	TBS /өргөн/	Төв ньюс ХХК
43	Төв ТВ /өргөн/	Очир арвай төв ХХК
44	X Television /өргөн/	Хийморь телевиз ХХК
45	TV24 /өргөн/	Фило ХХК

Эх сурвалж: Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны цахим хуудас <https://www.crc.gov.mn/pages/show/ulaanbaatar-hotyn-rg-n-nevtr-leijn-televizijn-jichilgeenij-tusgaj-z-vsh-r-l-ezemshigchid>.

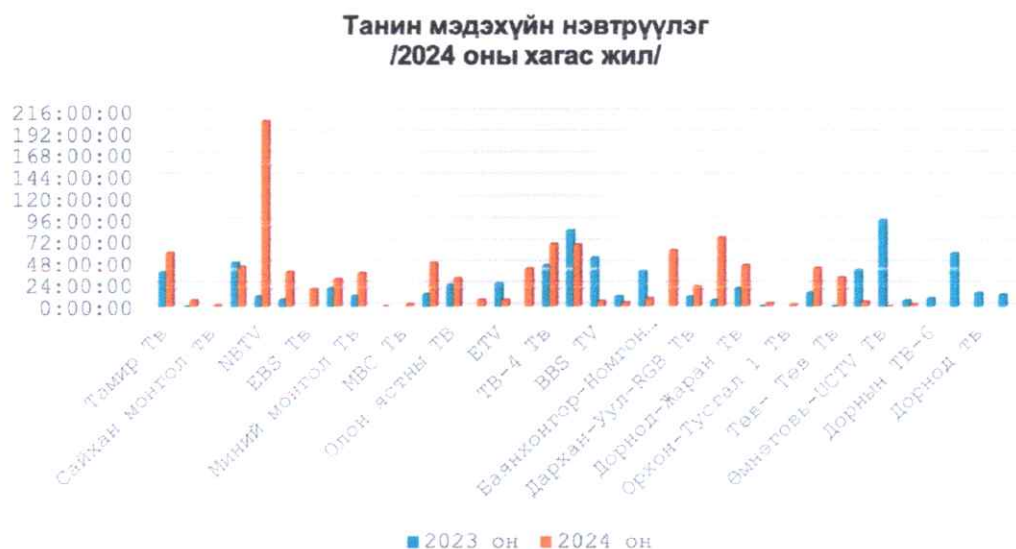
Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны 2021 оны 01 тоот тогтоолоор батлагдсан “Телевизийн хөтөлбөрт тавигдах шаардлага” -ын 3.12.1-д заасны дагуу Орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн телевиз нь жилд 180 цагаас багагүй хугацааны үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг бэлтгэн нэвтрүүлэх үүрэгтэй. 2023 оны хагас жилд орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн 27 телевизээр 1105 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн бол 2024 оны хагас жилийн байдлаар өргөн нэвтрүүлгийн 29 телевизээр 754 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлжээ. 2024 оны хагас жилийн хяналт, мониторингийн дүнгээс харахад өнгөрсөн оноос 274 цагаар бага байна. Энэ жилийн хувьд Монгол Улсын Их хурлын сонгууль болсонтой холбогдуулан орон нутгийн телевизүүдийн хөтөлбөрт сонгуулийн сурталчилгааны цаг түлхүү төлөвлөгдсөн тул үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлгийн цаг багассан байна. Орон нутгийн телевизүүдийн хувьд жилийн туршид мониторингид хамрагддаггүй тул хагас жилийн нийлбэр дүнгээр хөтөлбөрийн шаардлага хангасан эсэхийг дүгнэх боломжгүй юм.

Зураг 12. Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг (Орон нутаг)



Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны 2021 оны 01 тоот тогтоолоор батлагдсан “Телевизийн хөтөлбөрт тавигдах шаардлага” -ын 3.12.3-т заасны дагуу орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн телевиз нь жилд 90 цагаас багагүй хугацааны танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг бэлтгэн нэвтрүүлэх үүрэгтэй. 2023 онд 26 телевизээр 722 цагийн танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн бол 2024 оны эхний хагас жилийн байдлаар 30 телевизээр 1028 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн байна. Энэ нь өмнөх оны нэвтрүүлгийн цагтай харьцуулахад 306 цагаар нэмэгдсэн үзүүлэлттэй байна. Тухайлбал, 2023 онд Орхон аймгийн NBTV телевиз 11 цагийн, Дорноговь аймгийн DTV телевиз 7 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлж байсан бол энэ оны хагас жилээр NBTV телевиз 205 цагийн, DTV телевиз 75 цагийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн нь өнгөрсөн оноос өссөн үзүүлэлттэй гарч бүтээл үйлдвэрлэлтэд түлхүү анхааран ажиллаж байгаа нь харагдаж байна.

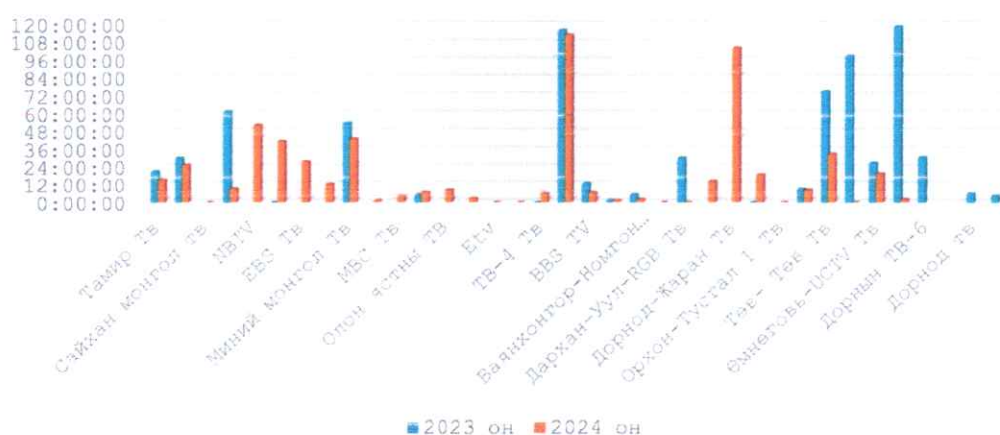
Зураг 13. Танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг (орон нутаг)



Орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн телевиз нь хүүхдийн нас, бие, сэтгэхүйн онцлогт тохирсон хүүхдийн хөгжил, хүмүүжил, төлөвшилд чиглэсэн танин мэдэхүйн боловсрол олгох нэвтрүүлгийг жилд 150 цагаас багагүй хугацаанд бэлтгэн нэвтрүүлэх үүрэгтэй. Орон нутгийн телевизүүдийн хувьд 2023 оны хагас жилд 18 телевизээр 702 цагийн хүүхдийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн бол 2024 оны эхний хагас жилийн байдлаар 29 телевизээр 1236 удаагийн давталттай 574 цагийн хүүхдийн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн байна.

Зураг 14. Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг (орон нутаг)

Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг



Эх сурвалж: Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг, хүүхдийн нэвтрүүлэг, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн тайлан, 2024 оны эхний хагас жил, ХХЗХ

Арилжааны радио телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид (Улаанбаатар)

1	Dreambox /хүүхэд, боловсрол/	Мөрөөдлийн суваг ТББ	28	NTN	Эн Ти Эн Эйч Ди Медиа Групп ХХК
2	Asar shop /теле-худалдаа/	Шууд Ти Ви ХХК	29	PREMIER-1	Премьер спортс нэтворк ХХК
3	Парламентын суваг	Парламентын суваг ХХК	30	Хөг-жим	Мюзик бокс ХХК
4	Channel 11	Эх гоёот медиа групп ХХК	31	ШОП Монголия /теле-худалдаа/	Эгон ХХК
5	TV9-2	Медиа холдинг ХХК	32	Масс ТВ	Масс Ти Ви ХХК
6	Өлзий телевиз	Өлзий медиа ХХК	33	ONTV	Монзах ХХК
7	Mon Plus	Эм Ви Эс ХХК	34	PREMIER-2	Премьер спортс нэтворк ХХК
8	Asian box	Эйшн бокс ХХК	35	PREMIER-3	Премьер спортс нэтворк ХХК
9	TB5-2 /теле-худалдаа/	Гэгээн далай ХХК	36	PREMIER-4	Премьер спортс нэтворк ХХК
10	Movie Box	Мөүвибокс ХХК	37	PREMIER-5	Премьер спортс нэтворк ХХК
11	Аист глобал	Форчун глобал ХХК	38	TV6	Сарны чулуу анар ХХК
12	Нийслэл	Эн Би Жи Кинг Монголиа ХХК	39	News channel	Маст технологи ХХК
13	7-р суваг	Эвергрийнлайф ХХК	40	Хөх Монгол	Буган соёл ХХК
14	Суваг 1	Эс Си Эйч ХХК	41	Бидний цөөхөн Монголчууд	Энтертайнмент интэрпрайс ХХК
15	Eco channel	Хатрек ХХК	42	Лакс ТВ Монгол	Лакс ТВ Монгол ХХК
16	MBO (Тэнгэр)	Ханлиг Өлзий ХХК	43	ABTO	Найс ти ви ХХК
17	Соён гэгээрүүлэгч	Модерн Кастл Модифаер ХХК	44	Си чаннель	Сичаннель ХХК

18	Блүүмберг суваг	Нэйшнл ньюс корпорэйшн ХХК	45	Их засаг	Малчин удмын хийморь ХХК
19	TV3	Ди Ви Продакшн ХХК	46	Mongolsat Кино	Монвсат нэтворк ХХК
20	MNC	Монголиан ньюс чаннел ХХК	47	Gandan TV	Жи суваг ХХК
21	Moviemax	Гэгээн далай ХХК	48	HIT	Түгээмэл дэлгэц энтертаймент ХХК
22	Live	Дэлхийн чимээ медиа групп ХХК	49	MNTV	Эм Эн Медиа Групп ХХК
23	Like	Реал Мастер линкс ХХК	50	TV2	Эм Ди Энтертэймент ХХК
24	Монгол тв 1+	Монгол телевиз ХХК	51	Цахим монгол ТВ	Төгс барчин хангай ХХК
25	Хөгжил телевиз	Хөгжил телевиз ХХК	52	GU телевиз	Гангын урсгал ХХК
26	Мянгат Malchin	Малчин телевиз ХХК	53	Попкорн	Трионикс мета вишн ХХК
27	Талын Монгол	Дөрөв кэй мүүв ХХК			

1	Тэргүүлэгч FM-101.7	Аггрегатор ХХК	19	Америкийн дуу хоолой FM-106.6	Стандарт Ви Оү Эй ХХК
2	Тойм FM-92.1	Смарт коммуни-кэйшн ХХК	20	Гэр бүлийн радио FM-104.5	Салхи Энтертейнмент ХХК
3	Цаг үе залуус FM-91.1	Монгол комикс ХХК	21	Инээмсэглэл FM-99.3	Нью медиа ХХК
4	Medeemn FM-88.8	СКОД ХХК	22	Стар ФМ 92.5	Тэргүүн медиа ХХК
5	Монголчуудын радио 102.1	Эм Эс Жи Эм Эл ХХК	23	Авто радио 96.3	Авторадио эфэм ерэн зургаа аравны гурав ХМХ
6	VIP радио FM 90.5	"Манай аялгуу Эф Эм Ар" ХХК	24	Элгэн нутаг FM-96.9	Эх элгэн нутаг ХХК
	Зохист аялгуу ФМ-89.7	Эх болсон зургаан зүйл НҮТББ	25	Хүүхэд FM-107.5	Билэг санаа ХХК
8	Аялгуу UBM ФМ-89.3	Сета тех ХХК	26	Хэмнэл радио FM-91.7	Хэмнэлт долгион медиа групп ХХК
9	Формула FM-98.1	Радиоком Монгол ХХК	27	Их Монгол FM-99.7	Билэгт дөлгөөн ХХК-ны 100% хөрөнгө оруулалттай
10	Эрүүл амьдралын радио FM 104	Ви Оү Эм ХХК	28	Бизнес радио 98.9 /100.5	
11	Эх дэлхий ФМ-107	И Зэт Эф Эм ХХК	29	МҮОНР-ийн 1-р суваг 106 давтамж	Монголын Үндэсний олон нийтийн радио, телевиз
12	Радио УБ 102.5	Бадруун ХХК	30	МҮОНР-ийн 2-р суваг 103.1 давтамж	Монголын Үндэсний олон нийтийн радио, телевиз
13	Kiss radio 100.1	РФ ХХК	31	МҮОНР-ийн 3-р суваг 100.9	Монголын Үндэсний олон нийтийн радио, телевиз
14	Арга билэг FM 95.7	Хүүхэд, ирээдүй, соёл, боловсрол сан ТББ	32	МҮОНР-ийн 4-р суваг 105.5	Монголын Үндэсний олон нийтийн радио, телевиз
15	Хамаг Монгол FM-95.1	Шүхэр ТББ	33	Эм Жи Эл Радио Ньюс ФМ-88.3	Эм Жи Эл Радио ньюс ХХК
16	Гийнгоо FM 100.5	НС Холбоо ХХК	34	Best FM-98.5	Монголын хараагүйчүүдийн үндэсний холбоо ТББ

17	Vibe 105.5	Чугу ХХК	35	Лавайн эгшиг FM-97.5, 89.9	Монголын бурхан шашинтны төв Гандантэгчэнлин хийд
18	Тэнгэрлэг радио FM-103.6	Медиа холдинг ХХК			

Арилжааны радио телевизийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид (Орон нутаг)

51	Цахим монгол ТВ	Ийст юу би өү ХХК
52	Дербес ТВ	Дербес ХХК
53	Жаргалант ТВ	Эхлэх шинэ жаргалант ХХК

БҮЛЭГ 2. ӨРГӨН НЭВТРҮҮЛГИЙН САЛБАРЫН ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙ, БОДЛОГО, ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ӨРЧИН

Монгол Улсын өргөн нэвтрүүлгийн салбар нь мэдээллийн хүртээмж, ёс зүйтэй агуулга түгээх, олон нийтийн эрх ашгийг хамгаалах үүрэг бүхий чухал салбар юм. Энэ салбар нь хуулийн зохицуулалт, бодлого, стандартын дагуу үйл ажиллагаагаа явуулдаг бөгөөд дараах үндсэн бүрэлдэхүүн хэсгүүдийг хамарна:

2.1 Өргөн нэвтрүүлгийн салбарын эрх зүйн үндэс

2.1.1 Үндсэн хууль

- Монгол Улсын Үндсэн хууль нь иргэдийн үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхийг баталгаажуулж, мэдээлэл хүлээн авах, түгээх эрхийг хамгаалдаг. Энэ нь өргөн нэвтрүүлгийн салбарын эрх зүйн зохицуулалтын суурь баримт бичиг юм.

2.1.2 Монгол Улсын өргөн нэвтрүүлгийн салбарын үйл ажиллагааг зохицуулдаг гол хуулиуд:

Хүснэгт 8. Эрх зүйн зохицуулалтууд

Эрх зүйн баримт бичгийн нэр	Зохицуулалт
Харилцаа холбооны тухай хууль (2001 он)	Харилцаа холбооны салбарын зохицуулалтыг тодорхойлж, өргөн нэвтрүүлгийн тусгай зөвшөөрөл олгох, үйлчилгээний стандарт тогтоох үндсийг тавьдаг.
Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хууль (2005 он)	• Олон нийтийн радио, телевизийг бие даасан, хараат бус байдлаар ажиллуулах нөхцөлийг хангах үүрэг бүхий хууль. • Агуулгын ёс зүйтэй байдлыг баталгаажуулах, санхүүжилтийн хараат бус байдлыг зохицуулдаг.
Зохиогчийн эрх болон түүнд хамаарах эрхийн тухай хууль (1993 он, шинэчлэгдсэн 2006 он)	Өргөн нэвтрүүлгээр цацагдах бүтээлийг хууль бусаар ашиглахаас сэргийлэх, зохиогчийн эрхийг хамгаалах зохицуулалтыг агуулдаг.
Реклам сурталчилгааны тухай хууль	Радио, телевизийн сурталчилгаа, рекламн стандарт, цагийн хязгаар, агуулгын зохицуулалтыг тодорхойлсон.
Хүүхдийн эрхийг хамгаалах тухай хууль	Хүүхдэд хор хөнөөл учруулж болзошгүй контентийг зохицуулах тусгай шаардлагуудыг тогтоосон.

Өргөн нэвтрүүлгийн тухай хууль (2019)	Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх эрх зүйн үндсийг тодорхойлж, зах зээлийн шударга өрсөлдөөний таатай орчныг бүрдүүлэх, үндэсний болон нийтийн ашиг сонирхолд нийцсэн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэхтэй холбогдсон харилцааг зохицуулдаг.
Өргөн нэвтрүүлэг хөгжүүлэх сангийн дүрэм	Сангийн чиг үүрэг, удирдлага зохион байгуулалтыг нарийвчлан зааж өгсөн.

Эх сурвалж: www.legalinfo.mn

2.1.3. Зохицуулалтын байгууллагууд

2.1.3.1. Харилцаа холбооны зохицуулах хороо (ХХЗХ) Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл олгох. Үйл ажиллагааны стандарт, журам боловсруулах. Агуулгын ёс зүйн хяналт тавих, гомдлыг шийдвэрлэх.

2.1.3.2. Олон нийтийн радио, телевизийн үндэсний зөвлөл Олон нийтийн радио, телевизийн хараат бус байдал, үйл ажиллагааны үр дүнг хянах. Агуулгын бодлогыг тодорхойлж, үндэсний соёл, үнэт зүйлсийг дэмжсэн контент боловсруулах чиглэл өгөх.

2.1.3.3. Мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн газар (МХХТГ) Радио, телевизийн техникийн дэд бүтцийн хөгжил, дижитал шилжилтийг дэмжих.

2.2 Радио, телевизийн контентын агуулга, чанар, олон талт байдал, холбогдох дүрэм журам, стандарт нийцэж байгаа эсэх

Радио, телевизийн контентын агуулга, чанар, олон талт байдал, мөн холбогдох дүрэм, журам, стандартад нийцэж байгаа эсэхийг үнэлэх нь олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн ёс зүй, чанарыг хангах үндэс болдог. Үүнийг тодорхойлохын тулд дараах зүйлсийг анхаарч үзнэ (Хүснэгт 9).

2024 оны 11 дүгээр сарын 10-наас 17-ны өдөр буюу 8 ХОНОГИЙН дээрх 5 телевиз (25 дугаар суваг, Монгол ТВ, Central TV, NTV, Боловсрол ТВ)-ийн хөтөлбөрт хийсэн анализ хийхэд:

Хүснэгт 9. Агуулга, чанар олон талт байдал

1.	Агуулга ба чанар Мэдээллийн бодит байдал: Хөтөлбөр нь үнэн зөв, найдвартай эх сурвалжид тулгуурлаж, үзэгчдэд тодорхой, ойлгомжтой мэдээлэл өгч байгаа эсэх. Соёл, боловсролын хувь нэмэр: Нэвтрүүлгүүд нь үзэгчдийн боловсрол, соёлын түвшнийг дээшлүүлэхэд эерэг нөлөө үзүүлж байгаа эсэх. Сонирхол татахуйц байдал: Контент нь үзэгчдийн анхаарлыг татахуйц, бүтээлч, шинэлэг аргаар бүтээгдсэн эсэх.	Тийм Тийм Тийм
2.	Олон талт байдал Нийгмийн олон бүлгийг хамрах: Тухайн хөтөлбөр нь үзэгчдийн нас, хүйс, соёл, сонирхлын олон талт байдлыг харгалзан үзэж, олон төрлийн контент санал болгосон эсэх. Үзэл бодлын тэнцвэр: Өөр өөр үзэл бодол, санал санаачилгыг тэгш байдлаар дэмжиж тусгасан эсэх. Бүс нутгийн онцлог: Хөтөлбөрт орон нутгийн онцлог, соёлын өвийг харгалзсан агуулга багтсан эсэх.	Тийм Тийм Тийм

3.	Холбогдох дүрэм, журам, стандартын хэрэгжилт • Хууль, журам мөрдөх: Контентод Монгол Улсын "Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хууль", "Хүүхдийн эрхийн тухай хууль" болон бусад зохицуулалтын шаардлагууд мөрдөгдсөн эсэх. • Ёс зүй ба зар сурталчилгаа: Ёс зүйг зөрчихгүйгээр, үзэгчдийн эрх ашгийг хамгаалсан агуулга, зохистой зар сурталчилгаа агуулсан эсэх. • Цагийн зохицуулалт: Насанд хүрээгүй үзэгчдэд тохиромжтой контентыг зохих цагт байршуулсан эсэх.	Тийм Тийм Тийм
----	---	----------------------------------

Сонгосон 5 телевизийн голлох контентыг санамсаргүйгээр түүвэрлэн анализ хийж үзэхэд, Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хуульд заасаг агуулгын ёс зүйтэй байдлыг хангах, Өргөн нэвтрүүлгээр цацагдах бүтээлийг хууль бусаар ашиглахаас сэргийлэх, зохиогчийн эрхийг хамгаалах зохицуулалтыг хэрэгжүүлж, хүүхдэд хор хөнөөл учруулж болзошгүй контентийг зохицуулах тусгай шаардлагууд хангаж контентыг бэлтгэсэн байна.

2.3 Дэлхийн зарим орны жишээ, холбогдох зохицуулалт,

2.3.1 Монгол Улсын Өргөн нэвтрүүлэг хөгжүүлэх сантай нэгил төстэй туршлага

Радио, телевизийн үйлчилгээний агуулга хөгжүүлэхийн тулд байгуулагдсан сан нь өндөр чанартай, олон янзын, инновацийн хөтөлбөрийг дэмжих зорилготой, тодорхой чиглэсэн санхүүгийн эх үүсвэр юм. Эдгээр сангууд нь ихэвчлэн засгийн газрууд, зохицуулах байгууллагууд эсвэл олон улсын байгууллагуудаар хэрэгжүүлэгддэг бөгөөд медиа болон радио, телевизийн экосистем доторх тодорхой зорилгод хүрэхэд тусалдаг.

Тэгвэл, өртөг өндөр телевизийн контент ямар өртөгтэй бүтдэг вэ? гэж цахим орчноос хайж үзэхэд: "Өртөг нь контентийн төрөл болон хэрхэн хүргэгдэж байгаагаас хамааран ихээхэн ялгаатай байдаг. Телевизийн шоу бүтээх зардал маш өндөр байж болно. Жишээлбэл, The Rings of Power-ын эхний улирлыг зураглахад 226.4 сая доллар, мөн нэмэлтээр 124.3 сая долларыг эффектэд зарцуулсан байна. Харин 10 ангитай Shogun цувралын төсөв 250 сая доллар байжээ. Өөрөөр хэлбэл өртөг өндөр контент гэдэг нь тодорхой тогтоосон төсөв байхгүй гэж хэлж болно.

1. Их Британи, Умард Ирландын Нэгдсэн Вант Улс – BBC болон Олон нийтийн өргөн нэвтрүүлгийн сангууд

BBC-ийн контент хөгжүүлэх сан: BBC нь телевизийн лицензийн хураамж дээр суурилсан санхүүжилтээр өндөр чанартай олон нийтийн контент үйлдвэрлэх чиглэлээр тэргүүлдэг. BBC нь төрөл бүрийн үзэгчдэд зориулсан олон төрлийн, мэдээллийн болон боловсролын контент үйлдвэрлэх туршлагатай.

Олон нийтийн радио, телевиз (ОНРТ): Их Британийн засгийн газар болон Ofcom (зохицуулагч) нь Channel 4, ITV болон бусад ОНРТ-уудыг дэмжих тогтолцоог бүрдүүлдэг. Тэд үндэсний олон янз байдлыг тусгасан, боловсролын хөтөлбөрийг санал болгодог олон нийтийн ашиг сонирхолд нийцсэн контент бэлтгэх шаардлагатай байдаг.

Сангийн жишээ: Их Британид байгуулагдсан "Sound & Vision Fund" нь үндэсний онцлог, соёлын олон талт байдал, олон нийтийн сайн сайхныг сайжруулах контентод санхүүгийн дэмжлэг үзүүлдэг.⁵

BBC нь дотоодын үйлчилгээндээ зар сурталчилгаа явуулдаггүй ч BBC Studios болон бусад охин компаниудаар дамжуулан орлого олдог.

BBC Studios: Олон улсад контент бэлтгэн түгээдэг. Жишээ нь, Doctor Who, Sherlock зэрэг алдартай шоууудыг бэлтгэн зарсан.

Sherlock-ийн үйлдвэрлэлийн төсөв цуврал бүрд өөрчлөгдсөн боловч дараах ерөнхий тооцооллуудыг хийж болно:

1-р цуврал (2010): 85-90 минут үргэлжлэх 3 ангитай бөгөөд төсөв нь анги тус бүрд ойролцоогоор 1 сая фунт стерлинг байсан гэж таамаглаж байна.

2-р цуврал (2012): 85-90 минут үргэлжлэх 3 ангитай, төсөв бага зэрэг нэмэгдэж, анги тус бүрд 1.5 сая фунт стерлинг болсон гэж тооцогддог. Үзэгчдийн тоо нэмэгдсэнтэй зэрэгцэн үйлдвэрлэлийн чанар өссөн нь энэ төсвийг өсгөсөн.

3-р цуврал (2014): 85-90 минут үргэлжлэх 3 ангитай, төсөв анги бүрт 2 сая фунт стерлинг болж нэмэгдсэн гэж таамаглаж байна. Шоу үргэлжлүүлэн амжилттай явагдсанаар илүү их мөнгө зарцуулагдсан бөгөөд тусгай эффект, байршил, декорацийн зардал нэмэгдсэн.

4-р цуврал (2017): Төсөв улам өсч, сүүлчийн улиралд анги бүрийн төсөв 2.5 сая фунт стерлинг хүрсэн гэж зарим эх сурвалж мэдээлсэн. Тус цувралд алдартай зочин жүжигчид оролцсон бөгөөд томоохон зураг авалтууд хийгдсэн нь төсвийг нэмэгдүүлэхэд нөлөөлсөн.

5. Тусгай дугаар: 2016 онд гарсан Sherlock-ийн тусгай дугаар болох The Abominable Bride нь 93 минутын нэг ангитай бөгөөд 5 сая фунт стерлинг орчим төсөвтэй байсан гэж мэдээлэгдсэн бөгөөд энэ нь хэмжээ урт, түүхийн сэдэвт байсан учраас зардал өндөр байв. Яагаад төсөв өндөр байсан бэ? Үзэсгэлэнт газар, байршлууд, нарийвчлалтай декораци, өндөр чанартай тусгай эффектүүд (жишээ нь "Mind Palace" хэмээх үзэгдлүүд) зэргийг ашигласан байсан. Шоу нь бүрэн хэмжээний кино шиг техник, тоног төхөөрөмжөөр зураг авалт хийгдсэн нь их хэмжээний хөрөнгө оруулалтыг шаардсан. Нэг минут нь 53,753 фунт стерлинг буюу 234,516 төгрөг.

2. Канад – Канадын Хэвлэл мэдээллийн сан (CMF)⁶

Канад нь орон нутгийн контентыг хөгжүүлэхэд хүчтэй дэмжлэг үзүүлдгээрээ алдартай. CMF нь Канадын соёл, үнэт зүйлийг тусгасан төслүүдийг эрэмбэлэн Канадын телевиз, кино, дижитал медиа үйлдвэрлэлд санхүүжилт олгодог. Энэ нь албан ёсны аль алиных нь хэлээр (Англи, Франц) шинэлэг контентыг дэмжиж, олон талт байдлыг дэмжсэн програмчлалыг дэмждэг.

Шилдэг туршлага:

- Санхүүжилтийг засгийн газрын хувь, салбарын хураамжийн холимог хэлбэрээр олгож, тогтвортой загварыг баталгаажуулдаг.
- Канадын янз бүрийн бүс нутаг, хэл, соёлыг тусгасан контент бүтээхийг дэмждэг.

⁵ <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/licencefee>

⁶ <https://cmf-fmc.ca/about-us/our-policies/>

Сангийн жишээ: "Convergent Stream" нь Канадын телевиз болон дижитал медиа төслүүдийг дэмжих бөгөөд "Experimental Stream" нь инноваци, медиа шинэчлэлд дэмжлэг үзүүлдэг.

Шилдэг бүтээл: "Schitt's Creek" нь Канадын Медиа Сан (CMF) -ийн дэмжлэгтэйгээр бүтээгдсэн Канадын контентын шилдэг жишээ юм. "Schitt's Creek" нь Южин Леви болон түүний хүү, Даниель Леви нарын бүтээсэн Канадын телевизийн ситком шоу юм. Энэ нь хөрөнгө мөнгөө алдсан баян Роузын гэр бүлийн тухай өгүүлдэг бөгөөд тэд нэгэнтээ шоглоом болгож авсан Шиттс Крик (Schitt's Creek) хэмээх жижиг хотод амьдрах шаардлагатай болдог. Шоу нь гэр бүл, хамт олон, хувь хүний хөгжил зэрэг сэдвүүдийг хослуулан, инээдтэй бөгөөд сэтгэл хөдөлгөм байдлаар харуулдаг. Шилдэг жишээ болох шалтгаан: Шоу нь Канадын олон янз байдлын үнэт зүйлсийг тусгасан ЛГБТК+ төлөөллийг харуулсан бөгөөд энэ нь Канадын оролцооны болон олон янз байдлын үнэ цэнийг илэрхийлдэг. Олон улсын амжилт: Хэдий Канадын бүтээл байсан ч "Schitt's Creek" нь олон улсын зах зээлд, ялангуяа АНУ-д, томоохон амжилтанд хүрсэн бөгөөд Канадын контент дэлхийн хэмжээний үзэгчдэд хүрч чаддаг гэдгийг баталсан. Шагналууд: 2020 онд 9 удаа Primetime Emmy шагнал хүртсэн нь Канадын телевизийн салбарт тохиосон түүхэн мөч байлаа. Канадын контентод үзүүлэх нөлөө: "Schitt's Creek"-ийн амжилт нь Канадын контент өндөр чанартай, сайн бүтээгдсэн тохиолдолд хил хязгаарыг даван туулж чаддаг гэдгийг харуулдаг. Канадын Медиа Сангийн санхүүжилт нь ийм өндөр чанартай, Канадын бүтээл болох шоууг хөгжүүлж, тархаахад шаардлагатай санхүүгийн эх үүсвэрийг бүрдүүлэхэд тусалсан. Энэхүү жишээ нь Канадын Медиа Сан хэрхэн Канадын авьяасыг дэмжиж, инновацийн агуулга бүтээхэд чухал үүрэг гүйцэтгэж, орон нутгийн болон олон улсын түвшинд эх орныхоо телевизийн салбарыг танилцуулах боломжийг олгодог талаар илт харуулж байна.

3. Өмнөд Солонгос – Солонгосын Харилцаа Холбооны Хороо (КСС)⁷

Өмнөд Солонгосын Харилцаа Холбооны Хороо (КСС) нь контентын хөгжлийг дэмждэг Солонгосын өргөн нэвтрүүлгийг хөгжүүлэх санг удирддаг. Тус сан үндэсний соёлыг хөгжүүлэх, бүтээлч үйлдвэрлэлийг дэмжих, Солонгосын давалгааг (Халлю) дэлхий даяар дэмжсэн контентод ихээхэн хөрөнгө оруулалт хийдэг.

Шилдэг туршлага: "Контент хөгжлийн сан" нь уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон шинэ дижитал форматын аль алинд нь инновацийг дэмжих зорилготой юм.

Засгийн газар тус сангаар дамжуулан орон нутгийн контентыг дэлхийн зах зээлд, ялангуяа К-драма, К-поп зэрэг платформоор дамжуулан өрсөлдөхүйц байлгахын тулд тодорхой бодлого хэрэгжүүлсэн.

Шилдэг бүтээл: "Бяцхан оцон шувуу Попоро"-г Солонгосын Iconix Entertainment хүүхэлдэйн киноны студи Ocon Animation Studios, SK Broadband-тай хамтран засгийн газар болон Солонгосын өргөн нэвтрүүлгийн систем (KBS)-ийн дэмжлэгтэйгээр бүтээжээ. Энэхүү шоу нь сургуулийн өмнөх насны хүүхдүүдэд зориулсан хөгжилтэй, боловсролын агуулгатай байхаар анх бүтээгдсэн бөгөөд дур булаам дүрүүд, энгийн

⁷ <https://www.kcc.go.kr/user.do?page=E02010101&dc=E02010101>

хэрнээ сэтгэл татам үйл явдлуудын ачаар богино хугацаанд үндэсний болон олон улсын хэмжээнд амжилтад хүрсэн.

Хөгжүүлэлт ба хөдөлгөөнт үйл явц

1. Үзэл баримтлал ба дизайн: Поророгийн үзэл баримтлал нь хөгжилтэй, адал явдалт оцон шувуу болон түүний найзуудын санаанаас санаа авсан бөгөөд өхөөрдөм дүрүүд, дагаж мөрдөхөд хялбар адал явдлаар хүүхдүүдийн сонирхлыг татахыг зорьсон. Дүр бүрийг өвөрмөц зан чанартай байхаар нарийн зохион бүтээсэн нь залуу үзэгчдэд тэдэнтэй харилцахад хялбар болгосон.

2. Хөдөлгөөнт дүрслэх арга техник: Анимэйшн нь үндсэндээ CGI (компьютерээр бүтээгдсэн дүрслэл) бөгөөд 2003 онд анх гарахдаа хүүхдийн шоунд зориулж харьцангуй дэвшилтэт байсан. 3D загварчлалын программ хангамж ашиглан аниматорууд Пороро болон түүний найзуудын өнгөлөг, цастай ертөнцийг бүтээжээ. судалж, тоглож, сур. Хүүхэлдэйн киноны хэв маяг нь энгийн бөгөөд тод өнгө, бөөрөнхий хэлбэрийг ашиглан залуу үзэгчдэд таалагдах болно.

3. Боловсролын элементүүд: Поророгийн адал явдал нь анхнаасаа боловсролын нарийн элементүүдээр урласан байдаг. Анги бүр нь нөхөрлөл, хамтын ажиллагаа, сониуч зан, асуудал шийдвэрлэх зэрэг сэдвүүдийг онцолдог. Дүрүүд залуу үзэгчдийг бүтээлчээр сэтгэж, нийгмийн анхан шатны ур чадварт суралцахад түлхэц болох янз бүрийн сорилтуудтай тулгардаг.

4. Дууны жүжиглэлт ба хөгжим: Шоуны хөгжим нь сэтгэл татам сэдэвт дуу, хөгжөөнт уур амьсгалыг сайжруулсан дууны эффект агуулсан амьд бөгөөд мартагдашгүй юм. Солонгосын дуу хоолой жүжигчид хүүхдэд ээлтэй, илэрхийлэлтэй хоолойгоор дүрүүдийг амьдруулсан. Хожим нь шоу олон улсад нэр хүндтэй болсноор олон хэлээр дуулагдах болсон.

Төсөв ба санхүүжилт

Бяцхан оцон шувууны Поророгийн анхны төсөв эхний цуврал нь ойролцоогоор 3 сая ам.доллар байсан. Эхний цуврал тус бүр 5 минут үргэлжлэх 52 ангитай бүтээгдсэн. Энэ нь нэг минут нь 11,538 ам.доллар буюу 39,4 сая төгрөг болж байна. Энэ төсөв нь хүүхэлдэйн киноны үйлдвэрлэл, дуу хоолой, зохиол бичих, анхны түгээлтэд зарцуулагдсан. Санхүүжилтийг дараах эх үүсвэрээс бүрдүүлсэн:

1. Төрийн дэмжлэг: Солонгосын засгийн газар хүүхэлдэйн киноны үйлдвэрлэлийг дэмжих, Солонгосын соёлыг дэлхийн хэмжээнд экспортлох санаачилгын хүрээнд Поророгийн санхүүжилтийг олгосон. Пороро шиг хүүхэлдэйн шоуууд Солонгосын соёлын нөлөөг нэмэгдүүлэх замаар "зөөлөн хүч"-ийг бий болгох боломжтойг засгийн газар олж харсан.

2. Корпорацийн хөрөнгө оруулалт ба ивээн тэтгэгчид: Iconix Entertainment нь SK Broadband болон бусад корпорацын ивээн тэтгэгчдийн хамт боловсролын ач холбогдол, барааг борлуулах боломжийг олж харсан учраас шоунд хөрөнгө оруулалт хийсэн. Дүрийн дизайн, үзэл баримтлал нь брэндийн боломжуудтай сайн нийцэж байсан тул нэмэлт санхүүжилт татсан.

3. Худалдааны орлого: Хэдийгээр анхны үйлдвэрлэлийн төсөв харьцангуй бага байсан ч Пороро маш хурдан худалдааны гоц үзэгдэл болж хувирав. Тоглоом, ном, хувцас болон бусад брэндийн бүтээгдэхүүнээс олсон орлого нь санхүүгийн ихээхэн өгөөжийг бий болгож, дараагийн цувралуудад дахин хөрөнгө оруулалт хийх боломжийг

олгосон. Үнэн хэрэгтээ худалдааны ашиг нь анхны төсвөөс давж, орлогын томоохон эх үүсвэр болсон.

Үр нөлөө ба залгамжлал: "Бяцхан оцон шувуу Пороро" нь Өмнөд Солонгосын хамгийн амжилттай хүүхдийн шоуны нэг болж, өргөн тархсан учраас "Ерөнхийлөгч Пороро" гэсэн хоч авсан. Поророгийн амжилт нь Солонгосын хүүхэлдэйн киноны салбарт засгийн газраас илүү их дэмжлэг үзүүлж, бусад хүүхэлдэйн киноны төслүүдийг эхлүүлэхэд тусалсан.

Тэр цагаас хойш тус шоу олон цуврал кино, орлого болж өргөжсөн бөгөөд цувралын нэр хүнд өсөх тусам төсөв нь өсөх магадлалтай.⁸

⁸ <https://thxkorea.com/news/arts-and-culture-pororo-turns-20-how-a-penguin-transformed-koreas-animation-industry/>
https://world.kbs.co.kr/service/contents_view.htm?menu_cate=culture&board_seq=11772&page=126

БҮЛЭГ 3. ҮЙЛДВЭРЛЭХЭД ӨРТӨГ ӨНДӨР КОНТЕНТЫН СУДАЛГАА

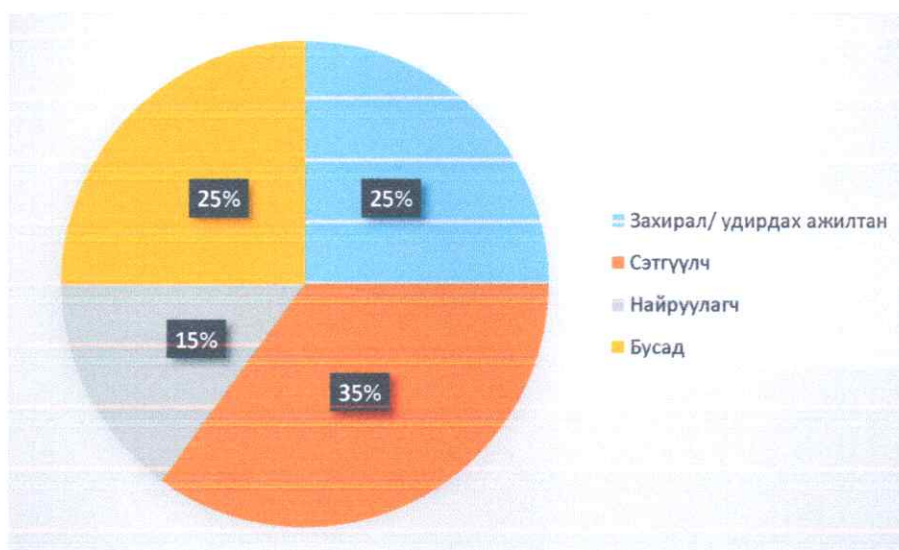
3.1 Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

Үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр контентын судалгаа, түүний хэрэгцээ шаардлага, өртгийн тооцоог хийхийн тулд судалгааны салбарын төлөөлөгчдөөс асуумж авах нь зүйтэй гэж үзсэн тул 15 асуулт бүхий асуумж боловсруулж өргөн нэвтрүүлэг, контент хөгжүүлэлтийн салбарт ажиллаж буй 20 төлөөллөөс судалгааг авсан. Эдгээр 15 асуултын 3 нь оролцогчдын ерөнхий мэдээллийн тухай байсан. Үүнд:

Хүснэгт 10. Судалгаанд оролцогчид

Төрөл	Захирал/ удирдах ажилтан	Сэтгүүлч	Найруулагч	Бусад
Тоо	5	7	3	5

Зураг 15. Эрхэлж буй ажил



Нийт 20 судалгаанд оролцогчдын 5 буюу 25% захирал, удирдах ажилтан, 7 буюу 35% сэтгүүлч, 3 буюу 15 нь найруулагч, 5 буюу 25% бусад албан тушаалтан байсан.

Судалгаанд хамрагдсан оролцогчид дараах байгууллагуудыг төлөөлсөн:

Хүснэгт 11. Төлөөлсөн байгууллага

UBS	МҮОНТ	Өглөө продакшн	МҮОНТ	Бүтэн бүлээн ТББ
Пролайн Пикчерс ХХК	Гэгээнтэн ТВ, Өвөрхангай аймаг	NTV	Том амжилт ХХК	25p ТВ
Eagle TV	MongolHD	SBN TV	TB9	Хөвсгөл тв
Guru media	Movie box	Star TV	MM studio LLC	Эрдэнэт тв

Эдгээр байгууллагуудыг үйл ажиллагааны чиглэлээр ангилвал:

Зураг 16. Үйл ажиллагааны чиглэл

Үйл ажиллагааны чиглэл



Судалгаанд хамрагдсан нийт 20 оролцогчдын төлөөлж буй байгууллагуудын 11 буюу 55% нь Улаанбаатар хотод өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгч, 6 буюу 30% хувийн студи/медиа байгууллага, 3 буюу 15% орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ эрхлэгч байсан.

3.2 Судалгааны үр дүн

Үйлдвэрлэхэд өртөг өндөр контентын судалгаа, түүний хэрэгцээ шаардлага, өртгийн тооцоог хийхийн тулд судалгааны салбарын төлөөлөгчдөөс асуумж авах нь зүйтэй гэж үзсэн тул судалгааны баг 15 асуулт бүхий асуумж боловсруулж өргөн нэвтрүүлэг, контент хөгжүүлэлтийн салбарт ажиллаж буй 20 төлөөллөөс судалгааг авсан. Эдгээр 15 асуултын 13 нээлттэй, хагас халттай асуултууд түлхүү орсон. Медиа салбарын онцлог, хязгаарлагдмал⁹ байдлаас шалтгаалан асуултыг ийнхүү олон төрөл байдлаар бэлдсэн.

Зураг 17. Танай байгууллага ихэнхдээ контентоо хэрхэн бүтээдэг (цуглуулдаг) вэ?

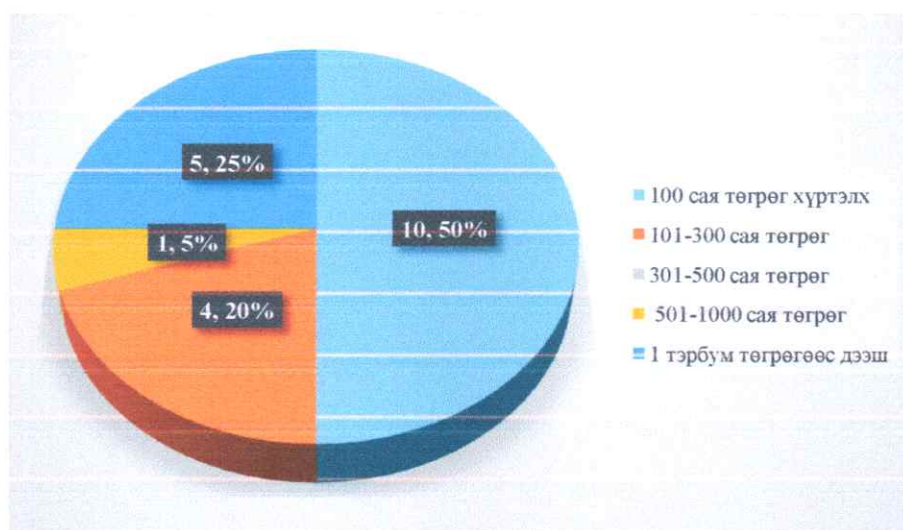
⁹ Судалгааны хязгаарлагдмал байдал хэсгийг үзнэ үү. Хуудас 6.



Нийт судалгаанд 20 төлөөлөл оролцсон бөгөөд бүгд өөрсдөө бие дааж бүтээдэг, 5 нь дотоодод үйл ажиллагаа явуулдаг студиес худалдаж авдаг, 7 нь гадаад контент үйлдвэрлэгчээс худалдаж авдаг гэжээ. 1 оролцогч хувь сэтгүүлчээс худалдаж авдаг гэсэн байна.

Судлаачийн дүгнэлт: ТВ, дотоодын контент үйлдвэрлэгчид дотооддоо контентоо бүтээдэг байна. Мөн студиес контент худалдаж авах нь бага байна.

Зураг 18. Танай байгууллагын бүтээсэн контентын хамгийн өртөг өндөр нь хэдэн төгрөг байсан вэ?



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөлөл оролцсон бөгөөд тэдгээрийн 10 буюу 50% нь хамгийн өртөг өндөртэй бүтээгдсэн контент нь 100 сая хүртэл төгрөг байсан, 4 буюу 20% нь 101-300 сая төгрөгийн өртөгтэй байсан, 1 буюу 5% нь 501-1000 сая төгрөг, 5 буюу 25% нь 1 тэрбум төгрөгөөс дээш өртөгтэй байсан гэж хариулжээ.

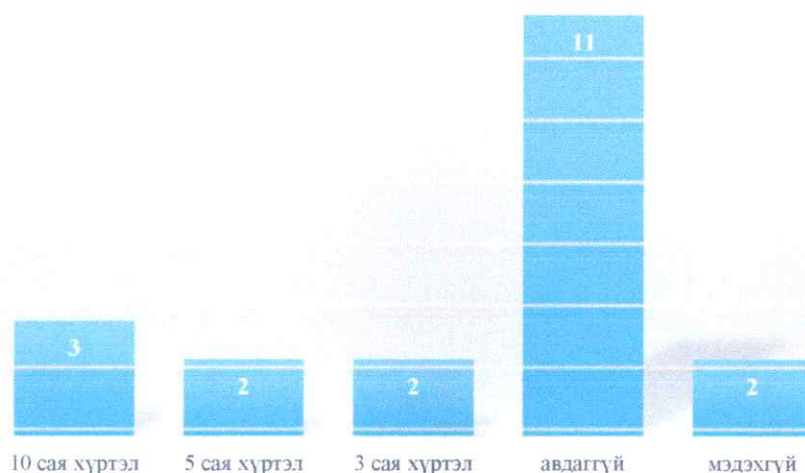
Судлаачийн дүгнэлт: Нийт оролцогчдын 70% 100-300 сая төгрөгийн контентыг хамгийн өндөр бүтээгдсэн контент гэжээ.

Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөлөл оролцсон бөгөөд контент бүтээхэд хамгийн өндөр өртөг шингэдэг зардлаар дараахыг нэрлэсэн байна. Үүнд:

Хүснэгт 12. Өөрсдөө бие дааж контент бүтээхэд хамгийн өндөр өртөг шингэдэг 3 зардлыг бичнэ үү?

○ Жүжигчдийн зардал, ○ Тоног төхөөрөмж, техник түрээс ○ Зохиолын санаа, ○ Эвлүүлэг, монтаж, ○ Объект түрээс,	○ Зураг авалт, ○ Маркетингийн зардал, ○ Боловсон хүчний зардал, ○ Урсгал зардал, ○ Зохиогчийн эрх, ○ Тээвэр, Шатахуун цахилгаан холбоо
--	---

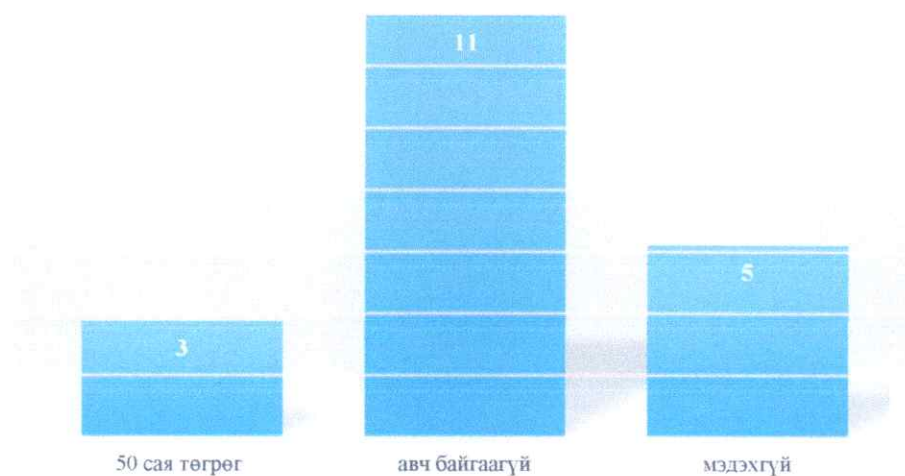
Зураг 19. Дотоодод үйл ажиллагаа явуулдаг студийн бүтээсэн нэг контентыг дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалдан авдаг вэ? (Студийн хувьд дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалддаг вэ?)



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөлөл оролцсон бөгөөд тэдгээрийн 3 оролцогч дотоодын контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлийг 10 сая хүртэл төгрөгөөр худалдаж авдаг, 2 оролцогч 5 хүртэл сая төгрөг, 2 оролцогч 3 сая хүртэл төгрөгөөр авдаг гэсэн бол 11 оролцогч авдаггүй, 2 оролцогч мэдэхгүй гэж хариулсан.

Судлаачийн дүгнэлт: Үүнээс, дүгнэхэд ТВ-үүд дотоодын контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлийг авах нь цөөн, авахдаа үнэлгээ багатай контент авдаг болох нь харагдаж байна.

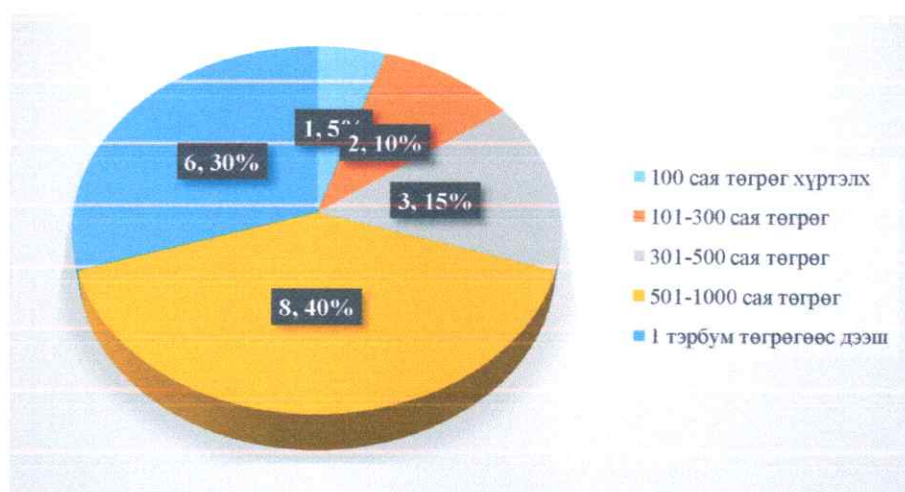
Зураг 20. Гадаадад бүтээсэн нэг контентыг дунджаар хэдэн төгрөгөөр худалдан авдаг вэ?



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөллөөс 3 оролцогч гадаад контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлийг 50 болон 50 сая хүртэл авдаг гэж хариулсан бол авч байгаагүй 11, мэдэхгүй гэж 5 оролцогч хариулжээ. Харин Монгол ТВ-ийн оролцогч “Авьяаслаг Монгол” шоу нэвтрүүлэг 1,5 сая төгрөгийн өртөгтэй бүтсэн гэж хариулжээ.

Судлаачийн дүгнэлт: Гадаад контентыг худалдаж авах нь харьцангуй бага байна.

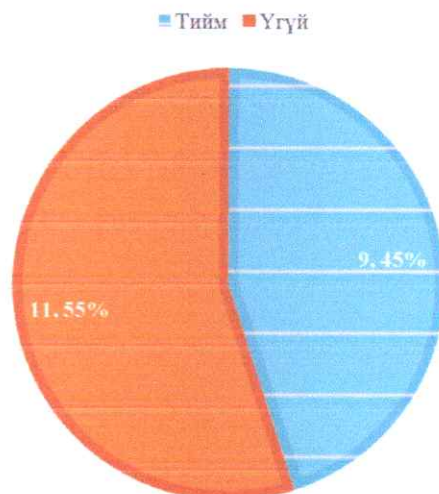
Зураг 21. Таны бодолоор Монгол Улсад өртөг өндөртэй контент бүтээхэд хэдэн төгрөгийг зарцуулах ёстой гэж үзэж байна вэ?



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөллөөс 1 оролцогч 100 сая төгрөгийг өртөг өндөртэй контент бүтээхэд зарцуулах ёстой гэсэн бол 2 оролцогч 101-300 сая төгрөг, 3 оролцогч 301-500 сая төгрөг, 8 буюу 40% нь 501-1000 сая төгрөг, 6 буюу 30% нь 1 тэрбумаас дээш төгрөгийг өртөг өндөртэй контент бүтээхэд зарцуулах ёстой гэж үзсэн байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Оролцогчдын 70% хувь 500 саяаас нэг тэрбум болон нэг тэрбумаас дээш төгрөгийн өртгийг сонгосон байгаа нь Монгол Улсын хувьд өртөг өндөр контентын бодит өртөг гэж авч үзэж болохоор байна.

Зураг 22. Танай байгууллага өртөг өндөртэй контент бүтээж байсан уу?



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөллөөс 11 буюу 55%-ийн оролцогч өртөг өндөртэй контент хийж байгаагүй гэсэн бол 9 буюу 45% нь бүтээж байсан гэжээ.

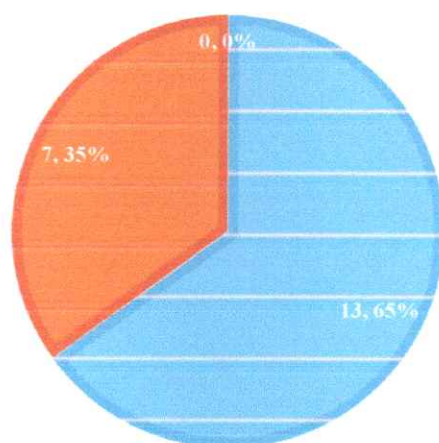
Хүснэгт 13. Хэрвээ тийм бол, танай байгууллага ямар төрлийн контентийг өртөг өндөртэй бүтээсэн вэ? (өртөг өнөөр олон контент бүтээсэн бол тоог бичнэ үү)

	Түүх	Соёл, уламжлал	Хүүхэд	Танин мэдэхүй	Бусад
UBS TV	-	-	-	-	+
МҮОНТ	+	+	+		+
Том амжилт ХХК	-	-	+	-	-
Монгол ТВ			+		+
Gugu медиа ХХК		+			+
Өглөө продакшн ХХК		+			
Эрдэнэт ТВ				+	

UBS TV уран сайхны кино, телевизийн олон ангит кино 1 тэрбум төгрөгийн өртөгтэй бүтээсэн. МҮОНТ-ийн хувьд түүх, соёл уламжлал, хүүхэд (Онцгой амралт-реалити шоу) болон бусад контентуудыг өртөг өндөртэй бүтээж байжээ. Том амжилт ХХК хүүхэлдэйн кино 300 сая төгрөгийн өндөртэй бүтээсэн бол Монгол ТВ-ийн хувьд хүүхэд болон бусад (Voice-нэг тэрбум, Авьяаслаг Монголчууд-1,5 сая) төрлийн контентыг өндөр өртгөөр бүтээсэн. Gugu медиа ХХК нь баримтат киног (800 сая төгрөг), Өглөө продакшн ХХК соёл уламжлалын контент, Эрдэнэ ТВ-ийн хувьд танин мэдэхүйн контентыг тус тус өндөр өртгөөр бүтээж байжээ.

Зураг 23. Монгол Улсад өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлага хэр их байгаа гэж үзэж байна вэ? Яагаад?

■ А. Маш их ■ Б. Дунд ■ В. Шаардлагагүй



Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөллөөс 13 буюу 65% нь Монгол Улсад өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлагыг “маш их” гэж хариулсан бол 7 буюу 35% нь хэрэгцээ шаардлагыг “дунд” гэжээ. Огт шаардлагагүй гэж хариулсан оролцогч байхгүй байна.

Судлаачийн дүгнэлт: Судалгаанаас манай улсад өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлага байна гэж харагдаж байна.

Хүснэгт 14. Та бүхний бүтээсэн эсвэл гар бие оролцсон контентоос үзэгч, сонсогчдод хамгийн их хүрсэн контентыг нэрлэнэ үү.

Нийт судалгаанд 20 байгууллагын төлөөллөөс дараах контентыг онцолсон байна.
Хүснэгт 3.2

UBS TV	“Содура” УСК, “Бэрүүд” ОАК, “Говийн домог” УСК
МҮОНТ	“Хавдрын эсрэг үндэсний аян” ХААН банк 3 тэрбумаар санүүжүүлсэн.
Өглөө продакшн ХХК	“Монголоо хайсан Монгол” нэвтрүүлэг
МҮОНТ	“Тусгай салаа” ОАК
Бүтэн бүлээн ХХК	Байгаль хамгаалах чиглэлд олон нийтийн хандлагыг өөрчлөх зорилгоор танин мэдэхүйн мазаалай, хавтгайн тухай кино контент
Пролайн Пикчерс ХХК	“Аяллын тойрог” нэвтрүүлэг
Гэгээнтэн ТВ, Өвөрхангай аймаг	“Бидний шүтээн” нэвтрүүлэг
NTV	“Эхнэрийн заавраар” цэнгээнт нэвтрүүлэг
Том амжилт ХХК	“Мора” хүүхэддэйн кино
25-р суваг ТВ	“Би”, “Танайд хоноё” нэвтрүүлэг, “Урт цагааны гудамж”, “21” реалити шоу
Eagle TV	“Санчир гаригийн зочин” нэвтрүүлэг
Монгол ТВ	“Voice”, “Авьяаслаг Монголчууд” шоуунууд
SBN TV	“Хайрын хүч”, “Монголын өглөө” нэвтрүүлэг, “Нарру 31” нэвтрүүлэг
ТВ9	“Монгол коммент”, “Мөрөөдөл биелдэг юм” нэвтрүүлэг
Хөвсгөл ТВ	“Малчны хотонд”, “Дархадын 13 их овооны түүх” нэвтрүүлэг
Guru media Эрдэнэ	“Сэр сэр салхи”, “Чоно үүр шөнөөр ирдэг” баримтат кино

№	Телевизийн нэр	хугацаа	Нэгж үнэ		Нийт өртөг
			нэвтрүүлэг бэлтгэх	нэвтрүүлэг цацах	
1	MNB	1 мин	200,000	12,000	212,000
2	25-р суваг ТВ	1 мин	150,000	150,000	300,000
3	EagleTV	1 мин	200,000	100,000	300,000
4	UBS TV	1 мин	440,000	165,000	605,000
5	Малчин ТВ	1 мин	50,000	50,000	100,000
6	МонголТВ	1 мин	915,000	230,000	1,145,000
7	Сүлд ТВ	1 мин	150,000	30,000	180,000
8	TV5	1 мин	330,000	99,000	429,000
9	TV9	1 мин	200,000	250,000	450,000
10	NTV	1 мин	450,000	180,000	630,000
11	БоловсролТВ	1 мин	550,000	220,000	770,000
12	ETV	1 мин	150,000	120,000	270,000
13	Орон нутгийн телевизийн үйлчилгээний дундаж үнэлгээ	1 мин	80,000	15,000	95,000

Ох сурвалж: Гоё Монголын Төлөө ТББ

Судалгааны баг нэг контентын бэлтгэх өртгийг тооцох зорилгоор нийт 12 өргөн нэвтрүүлгийн телевизтэй утсаар холбогдож мэдээлэл цуглуулсан. Мөн орон нутгийн телевизүүдийн “Гал хөгжил холбоо” ТББ-аас гаргасан үйлчилгээний дундаж үнэлгээг авч анализ хийж үзсэн. Нэг нэвтрүүлэг бэлтгэх болон цацах нэг минутын өтгийн хамгийн бага үнийг авч үзсэн бөгөөд эдгээрийн дундаж үнэ өртгийг тооцож үзэхэд 422,000 мянган төгрөг болов. Тэгвэл нэг нэвтрүүлэг 30 минут үргэлжилнэ гэж үзвэл $422,000 \times 30 = 12,660,000$ төгрөг хамгийн багадаа болж байна. Үүнд, график дизайн, нарийн ур хийц шаардсан ажиллагаа, эвлүүлэг, зохиол, олны танил хүн, жүжигчинг урьж оролцуулах, тоног төхөөрөмж зэрэг өндөр өртөг шингэх зардлууд ороогүй гэдгийг онцлох нь зүйтэй.

Студийн контент үйлдвэрлэлийн өртгийг судлахад дараах байдлаар гарав.

Хүснэгт 16. Студийн контент үйлдвэрлэлийн өртөг

Студи нэр	Бүтээсэн контент	өртөг	хугацаа
Хангал	Орос Монголын найрамдлын 100 жилийн ойн баримтат кино	1,666,670	1 мин
G entertainment	Баримтат кино	900,000	1 мин
	Нэвтрүүлэг	1,000,000	1 мин
	Хүүхэлдэйн кино	1,700,000	1 мин
Econte	“Бумбардай” хүүхэлдэйн кино	4,066,670	1 мин
	“Бонго -ын адал явдал” цуврал хүүхдийн контент	806,923	1 мин
Вивид	Баримтат кино	1,000,000	1 мин
	3D animation	5,000,000	1 мин
	ТВ контент	800,000	1 мин
Пролайн пикчер	“Аяллын тойрог” баримтат нэвтрүүлэг	100,000,000	

Том амжилт	“Мора” хүүхэлдэйн кино	3,300,000	1 мин
Өглөө продакшн	“Монголоо хайсан Монгол” баримтат нэвтрүүлэг	100,000,000	

Уулзалт болон утсаар хийсэн ярилцлагын онцлох хэсгүүд:

EagleTV-ийн “Санчир гаригийн зочин” нэвтрүүлэг 30 минутын үргэлжлэх хугацаатай бөгөөд өртөг нь 16,000 сая, TV9-ийн “80 дугаар микрофон” нэвтрүүлэг 15 сая, 25-р суваг телевизийн “Би” нэвтрүүлэг 20 сая төгрөгийн өртөгтэй байна.

Монгол ТВ-ийн “Авьяаслаг Монголчууд” шоуны нэг улирлын дугаар 1,5 тэрбум төгрөг, Voice шоу нь тэрбум төгрөгөөр бүтсэн гэж судалгаанд оролцогч дурдсан бол, тус телевизийн маркетингийн мэргэжилтэн “Work with me” захиалгат нэвтрүүлгийн 30 минутын нэг дугаар 16,5 сая төгрөгийн өртөгтэй гэж мэдээлсэн.

Тэгвэл контент бүтээгч студийн хувьд, “Том амжилт” ХХК 90 минут үргэлжлэх “Мора” хүүхэлдэйн киног 300 сая төгрөгөөр бүтээсэн бөгөөд Солонгосын зах зээлд гаргасан боловч амжилтгүй олоогүй. Монголын телевизүүд тус киног худалдаж авах санхүүгийн чадамжгүй байдаг учир олон нийтэд хүргэж чадахгүй байгаагаа онцолж байсан.

Гуру медиа ХХК Австралийн Over Here Productions, Германы Chromosom Film-хамтран “Чоно үүр шөнөөр ирдэг” баримт кино 2023 онд бүтээсэн. Кино Баянхонгор аймгийн Бууцагаан сумын малчин залуу гэр бүл зуданд малаа алдаж, нийслэлийг зорьсоноор малчин хүн ямар бие сэтгэлийн хүнд сорилтыг давж байгааг үзүүлдэг бөгөөд киногоор дамжуулан цөлжилт хэрхэн хурдацтай ахиж буйг харуулсан. Тус кино 2:30 минут үргэлжлэх бөгөөд нийт 800 сая төгрөгийн өртөгтэй бүтсэн гэж Гуру медиа ХХК-ийн ассистанд продюсер уулзах үеээрээ дурдсан. Киноны санхүүжилтийг Over Here Productions, Германы Chromosom Film гаргасан бөгөөд Монголын талаас орон нутгийн зураг авалт, дүрийн судалгаа, зэргийг гүйцэтгэсэн байна. Мөн BBC өөрийн сувгаар хамгийн эхлээд гаргах гэрээтэйгээр хөрөнгө оруулалт хийсэн. Тус кино олон улсын хэд хэдэн кино фестивалд амжилттай оролцоод байгааг дурдвал, Toronto International Film Festival-ийн уралдаант хэсэгт шалгарсан, London Film Festival, Мокко улсын Marrakech Film Festival-д тус тус шалгараад байна.

Дүгнэлт

- Үндэсний түүх, соёл, уламжлалын нэвтрүүлэг, хүүхдийн нэвтрүүлэг, танин мэдэхүйн нэвтрүүлэг нэвтрүүлсэн тайлан (2024 оны эхний хагас жил, ХХЗХ)-д Улаанбаатар хотын өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн түүх, соёл, уламжлал, хүүхэд, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн цаг 2023 оны эхний хагас жилтэй харьцуулахад нэмэгдсэн байна. Орон нутгийн өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн хувьд танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн цаг нэмэгдэж, түүх, соёл, уламжлал, хүүхдийн нэвтрүүлгийн цаг буурсан үзүүлэлттэй гарсан байна.
- Телевизүүдийн 8 хөтөлбөрт анализ хийж үзэхэд түүх, соёл уламжлалын контентууд бэлтгэгдэн, гарч байгаа ч тооны хувьд харьцангуй бага, хийцийн хувьд хөтлөгчийн яриа, ярилцлага голлосон, насанд хүрэгчдэд чиглэсэн байна.
- Хүүхэлдэйн кино контентын хувьд 21 гадаад контент (149 удаа) бүтээгчийн, 2 (30 удаа) нь үндэсний контент бүтээгчийн байна. Энэ нь хүүхэлдэйн киногоор дамжуулж бага насны хүүхдэд эх орон ч үзэл төлөвшүүлэх, түүх, соёл, өв уламжлалаа таньж мэдэх зэрэг Монгол хүүхдийн хувьд хүмүүжлийн чухал сэдвүүд орхигдож байгаа нь харагдаж байна.

- Танин мэдэхүйн контентын хувьд, үндэсний контент үйлдвэрлэгчдийн бүтээл нь голдуу аялал, танин мэдэхүйн цэнгээнт нэвтрүүлэг, сургалт, зэрэг контентууд байна.
- Телевизүүд дотоодын контент үйлдвэрлэгчийн бүтээлийг авах нь цөөн, авахдаа үнэлгээ багатай контент авдаг болох нь харагдаж байна.
- Оролцогчдын 70% хувь нь 500 саяаас нэг тэрбум болон нэг тэрбумаас дээш төгрөгийг өртөг өндөртэй контент бүтээхэд зарцуулах ёстой гэж үзсэн.
- Монгол Улсад өртөг өндөр контентын хэрэгцээ шаардлага маш их байна гэдэг нь харагдаж байна.
- Контент бүтээхэд хамгийн их өртөг шингээдэг зардалд: Жүжигчдийн зардал, тоног төхөөрөмж, техник түрээс, зохиолын санаа, эвлүүлэг, монтаж, объект түрээс.
- Сонгосон 5 телевизийн голлох контентыг санамсаргүйгээр түүвэрлэн анализ хийж үзэхэд, Олон нийтийн радио, телевизийн тухай хуульд заасаг агуулгын ёс зүйтэй байдлыг хангах, Өргөн нэвтрүүлгээр цацагдах бүтээлийг хууль бусаар ашиглахаас сэргийлэх, зохиогчийн эрхийг хамгаалах зохицуулалтыг хэрэгжүүлж, хүүхдэд хор хөнөөл учруулж болзошгүй контентийг зохицуулах тусгай шаардлагууд хангаж контентыг бэлтгэсэн байна.
- Телевизийн төлөөлөлтэй хийсэн уулзалт, утсаар хийсэн ярилцлага болон асуумжаас дүгнэхэд өртөг өндөр контент хийх нь асар их зардалтай байдаг учир өөрсдийн нөөц боломжоор өртөг багатайг контентыг сонгож хийж байна.

Санал

Судалгааны хүрээнд нэн тэргүүнд дараахыг санал болгож байна. Үүнд:

- Хүүхдүүдийг түүхээ мэддэг, түүхдээ хайртай болгож өсгөх нь үндэсний дархлаа, соёлын залгамж чанарыг хадгалахад чухал үүрэгтэй. Иймд, түүх, соёл, уламжлалтай холбоотой контентыг хүүхдэд зориулсан, комик, анимэйн хэлбэрээр шинэлэг байдлаар хийж хүргэх нь түүхээ мэддэг, үндэсний үнэт зүйлсээ эрхэмлэн дээдэлдэг, ирээдүйн шийдвэр гаргахад ухаалаг, хариуцлагатай хандах чадвартай иргэд төлөвшихөд дэмжлэг болно.
- Хүүхэддэйн киногоор дамжуулж бага насны хүүхдэд эх орон ч үзэл төлөвшүүлэх, түүх, соёл, өв уламжлалаа таньж мэдэх зэрэг Монгол хүүхдийн хувьд хүмүүжлийн чухал сэдвүүд орхигдож байгаа нь харагдаж байна. Иймд энэ чиглэлд контент бүтээх, түгээх шаардлагатай.
- Засгийн газраас 2014 онд Тэргүүлэх ач холбогдолтой мэргэжлийн чиглэлийг баталж, улс орны хөгжилд нэн шаардлагатай мэргэжлийн жагсаалтыг гаргасан. Байгаль орчин, ногоон хөгжил, боловсрол, мэдээллийн технологи, суурь шинжлэх ухаан, тэргүүлэх технологи зэрэг 11 чиглэлийн 30 гаруй мэргэжлийг уг жагсаалтад оруулжээ. Гэвч Азийн топ 100 сургуулийн нэг болох алсын хараатай МУИС-д дээрх чухал ач холбогдолтой зарим мэргэжлээр бэлтгэх боловсон хүчний залгамж халаа тасарч байна гэхэд хэтрүүлсэн болохгүй. МУИС-ийн математик, физик, хими, археологич, ойн үйлдвэрийн техник технологи зэрэг байгалийн ухааны мэргэжлээр элсэн суралцах оюутан үгүй болжээ.¹⁰Залуу үеийг

¹⁰ Эх сурвалж: <https://gogo.mn/r/30xm7>

шинжлэх ухаанч болгож, шинжлэх ухаанд дуртай болгох нь ирээдүйн хөгжлийн чухал хэсэг юм. Үүнийг дэмжихийн тулд сонирхол татахуйц хөтөлбөрүүд зохион байгуулах, шинжлэх ухааны үзүүлэн, туршилт хийх өдөрлөг зохион байгуулах, их сургууль, шинжлэх ухааны хүрээлэн, лабораториудтай хамтран контент бэлдэх зэрэг арга хэмжээнүүдийг шат дараатайгаар авах нь чухал юм.

- Оролцогчдын 70% нь 500 саяас нэг тэрбум төгрөг буюу түүнээс дээш өртөгтэй контент бүтээхэд зарцуулах шаардлагатай гэж үзсэн нь Монгол Улсад контент үйлдвэрлэлийн үнэт зүйлс болон чанарыг улам бүр сайжруулах, олон улсын стандартад нийцсэн бүтээлүүдийг гаргах шаардлага байгаа гэсэн үг юм. Өртөг өндөртэй контент нь зөвхөн эдийн засгийн хувьд биш, мөн чанар, бүтэц, технологийн нөөц шаардсан томоохон хөрөнгө оруулалт юм. Үүний үр дүнд, олон улсын зах зээлд өрсөлдөх боломж нэмэгдэж, хэрэглэгчдэд сэтгэл ханамжтай, үр дүнтэй контент хүргэх боломжтой болно. Үүнээс гадна, контент бүтээхэд зөвхөн санхүүгийн хөрөнгө оруулалтаас гадна, бүтээлч сэтгэлгээ, судалгаа шинжилгээ, орон нутгийн соёл, технологийн шинэчлэлийг хамарсан иж бүрэн үйл ажиллагаа шаардлагатай гэдгийг ойлгох хэрэгтэй.
- Хувийн кино студи, контент студиуд хэдийгээр нэлээдгүй байгуулагдаж, үйл ажиллагаа явуулж байгаа ч өртөг өндөр контент дангаараа хийх чадамжтай нь байхгүй байна. Ганц нэг хийсэн бүтээлийг нь телевизүүд худалдаж авах чадахгүй байгаа нь энэ төрлийн салбар өргөжиж, хөгжихгүй байх нэг шалтгаан болж байна.