

## МОНГОЛЫН ӨДӨР ТУТМЫН СОНИНУУДЫН ФОРМАТЫН АСУУДАЛД

Б.Баярмаа\*

\*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, магистр (МА)

**Түлхүүр үг:** өдөр тутмын сонин, сонины зах зээл, сонины дизайн, сонины формат, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн менежмент

**М**онголын олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн системд чухал байр суурьтай өдөр тутмын сонины тоо жил бүр буурсаар байна. 2011 онд 11 өдөр тутмын сонин хэвлэгдэн гарч байсан бол 2017 онд 10, 2019 онд ес болж буурсан. Харин 2020 онд “Ардчилал таймс”, “Засгийн газрын мэдээ” сонинууд хаалгаа барьж, “Монголын мэдээ” сонин долоо хоногт 1-2 дугаар гаргаж буй. 2020 оны 12 дугаар сарын байдлаар “Өнөөдөр”, “Өдрийн сонин”, “Монголын Үнэн”, “Зууны мэдээ”, “Өглөөний сонин”, “Үндэсний шуудан” гэсэн зургаан сонин өдөр тутамд үйл ажиллагаа явуулж байна.

Өдөр тутмын чанартай сонины тоо, борлуулалт, орлогын хэмжээ буурч байгаа нь зөвхөн Монголд ажиглагдаж байгаа үзэгдэл биш. АНУ-ын өдөр тутмын сонины тоо 1989-2019 он хүртэлх 30 жилд 20 хувиар буурч, 1283 болжээ. Мөн БНХАУ-ын сонинуудын реклам сурталчилгааны орлого 2018-2019 онд 24 хувиар багасав<sup>1</sup>. Дэлхий нийтээр технологийн дэвшил, сонин хэрэглэгчдийн зан байдлын өөрчлөлт, эдийн засгийн хямрал зэрэг

олон хүчин зүйлээс шалтгаалан сонины зах зээл агшиж байна. Дэлхийн сонинуудын холбоо (WAN-IFRA)-ны судалгаагаар 2018-2019 онд сонинуудын хэвлэлтийн тоо гурван хувиар буурсан дүн гарчээ. Харин энэ дүн 2014-2019 он хүртэлх таван жилд хоёр хувиар буурсан байна. Хэвлэмэл сонины борлуулалт 2014 онд 607.9 сая байсан нь 2019 онд 598.6 сая болж буурав<sup>2</sup>. Харин “PwC” судалгааны байгууллагын “Дэлхийн энтертайнмент болон мэдээллийн хэрэгслийн төлөв 2019-2023” судалгааны тайланд эдгээр онуудад сонин болон төрөлжсөн сэтгүүлүүдийн борлуулалт ойролцоогоор дөрвөн хувиар буурна гэж таамаглажээ.

Цахим мэдээллийн хэрэгслүүд, нийгмийн сүлжээнд түшиглэсэн платформуудын хэрэглээний өсөлт, сонинуудын борлуулалтын орлого буурч буйгаас шалтгаалан сонин эрхлэн гаргагчид болон хэрэглэгчдэд сонин ирэх жилүүдэд оршин тогтнох эсэхэд эргэлзэх хандлага түгээмэл байна. Гэхдээ сонин нь 400 жилийн түүхтэй, улс орнуудын олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн системд чухал бөгөөд бат бөх байр суурь эзэлсээр ирсэн, өөрийн гэсэн онцлогтой хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл гэдгийг тодотгоё.

Түүх сөхвөл, сонины салбарын өөрчлөлт, хөгжилт нь тав арав биш, тавь, зуун жилээр хэмжигдэж иржээ.

1609 онд анхны сонин хэвлэгдсэнээс хойших 100 гаруй жилд сонинууд дөнгөж “хэлд, хөлд” орсон бол 1800-1900-гаад онд эдийн засгийн хувьд бэхжин төрөлжиж, мэдээллийн зах зээлийг байлдан дагуулсан хүчирхэг мэдээллийн хэрэгсэл болсон. Харин 1900-гаад оноос хойш буюу 20, 21-р зуунд мэргэжлийн үйл ажиллагаа, ёс зүйг имижээ болгосон нийгэм, улс төр, эдийн засгийн чухал агент болов. Сонин нь мэдээллийн хэрэгцээг хангах хэрэгсэл гэхээсээ илүү суурьшмал, хотожсон амьдралын нэг хэсэг, соёл болж төлөвшсөн хэрэгсэл<sup>3</sup> юм.

**Т**иймд ойрын жилүүдэд цаасан сонин хэвлэл мэдээллийн зах зээлээс устаж алга болно гэсэн зарим мэргэ-жилтний таамаглал нь

бодитой бус гэдгийг судалгааны дүнгүүд болон зах зээлийн өнөөгийн байдал харуулж байна. Хэдийгээр өдөр тутмын цаасан сонины тоо, борлуулалт буурч байгаа ч энэ уналт нь аажмаар үргэлжилж буйг доорх судалгаа (график1) харуулна. Сонинуудын дижитал хувилбарын борлуулалт, онлайн захиалга ойрын жилүүдэд нэмэгдсэн ч цаасан хэвлэлээ гүйцэхэд хол байгаа юм. 2019 онд дэлхий дахины сонинуудын цаасан хэвлэлт 598.6 саяар хэмжигдсэн бол дижитал хувилбар нь үүний долоон хувьтай тэнцэх буюу 42.3 сая байгааг “PwC” судалгааны байгууллагын “Дэл-хийн энтертайнмент болон мэдээллийн хэрэгслийн төлөв 2019-2023” судалгааны тайланд тэмдэглэжээ.



График 1. Дэлхийн сонинуудын нэг өдрийн цаасан хэвлэлтийн тоо.

Сонины редакцуудын хувьд сонин оршин тогтнох уу, эс оршин тогтнох уу гэсэн эргэлзээг хойш тавьж, зах зээлийн агшиж буй хандлагыг хэрхэн сөрөх, тулгарч буй бэрхшээлүүдийг хэрхэн даван туулах вэ гэдэгт анхаарлаа хандуулж байна. Тодруулбал, сонинууд өнөөгийн зах зээлд бизнесийн моделио өөрчилж, менеж-

ментийн шинэчлэл хийснээр оршин тогтнох боломж бүрэн бийг улс орон бүрд өдөр алгасалгүй хэвлэгдэн гарч буй өдөр тутмын сонинууд харуулна. Сонины редакцууд цахим захиалга авах, цахим хэрэгслүүдийг мэдээллээ түгээх суваг болгон ашиглах зэргээр технологийн дэвшлүүдийг ашиглаж буй. Мөн цахим хувилбартай болох, бүр

мөсөн электрон сонин болох зэргээр янз бүрийн арга хэрэглэн туршсаар байна.

Өнөөдөр дэлхийн аль ч улс оронд шинэ өдөр тутмын сонин гарах нь маш ховор үзэгдэл болсон. Харин үүний оронд хоорондоо нэгдэн нийлж эсвэл хуучин сониныг агуулга, дизайны хувьд шинэчлэх (redesign) явдал дэлхий даяар үргэлжилж байна. Австралийн Күйслэндийн Их Сургуулийн Технологи, сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн судлаач Брайан МакНайр “Өрсөлдөөн нэмэгдэж байгаа хэдий ч чанар амжилтын үндэс хэвээр байна. Чанартай бүтээгдэхүүн гаргахыг зорьж байгаа зарим сонин өмнөхөөс илүүтэйгээр дизайнаа шинэчлэх шаардлагатай болсон” гэж “News and Journalism in the UK” (2009) номдоо тодотгожээ. Сониноо өөрчлөх гэж буй редакцын хувьд дараах сонголтууд байж болно. Үүнд,

- Сонины агуулгыг өөрчлөх
- Сонины дизайн, форматыг өөрчлөх
- Сонины агуулга, форматыг хамтад нь өөрчлөх. Ингэхдээ нэг удаад огцом, бүрэн хэмжээгээр өөрчлөх эсвэл аажмаар өөрчлөх аргуудыг ашиглаж болно.

Сонины хамгийн түгээмэл хэрэглэгддэг формат нь бродшийт (749x597 мм), берлинер (470x315 мм), таблойд (430x280 мм) юм. Гэхдээ эдгээр форматын хэмжээг сонинууд яг таг баримталдаггүй бөгөөд тухайн сонины имиж, хэвлэх машин, цаасны хэмжээ зэргээс хамааран бага зэрэг зөрүүтэйгээр хэрэглэж байна. Сонины формат нь зөвхөн дизайны асуудал биш бөгөөд сонины менежментийн хувьд чухал шийдэл болдог. Чанартай сонины дүр төрхийг хадгалсан бродшийт, хэрэглэхэд дундаж хэмжээтэй берлинер, авч явахад хялбар бөгөөд олон хуудаастай таблойд сонин байх уу гэдэг хэрэглэг-

чийн сонголт, борлуулалт, сонины байр суурьт нөлөөлсөөр ирсэн. Барууны өдөр тутмын сонинууд дунд таблойд хэмжээтэй нь түгээмэл бол Азийн ихэнх оронд бродшийт буюу том хэмжээтэй өдөр тутмын сонин элбэг.

2000 оны зааг дээр Европын чанартай сонинууд жижиг форматад шилжиж эхэлсэн. Их Британийн сонины салбарт энэ үзэгдэл 2003-2006 оны хооронд эрчимтэй явагдав. Хамгийн анх 2003 онд “The Independent” сонин таблойд, 2005 онд “The Guardian” таблойдоос берлинер форматад шилжив. “The Observer” сонин 2006 онд мөн берлинер хэмжээтэй болсон. Өнөөдөр Их Британийн ихэнх сонин том хэмжээнээс татгалзаж, жижиг форматад шилжээд байна. Зөвхөн “Daily telegraph”, “Financial Times”, “Sunday Times” сонинууд чанартай сонины имиж болсон том хэмжээгээ өөрчлөөгүй. Финландын хувьд 2011 онд “Helsingin Sanomat” өдөр тутмын сонин таблойд болсон бөгөөд “Myllärniemi” (2011), “Härmä” (2012) зэрэг хэд хэдэн сонин нь даган дуурайжээ. Ийм форматын шилжилт тус улсын чанартай сонины салбарт өнөө хүртэл үргэлжилж байгаа бөгөөд судлаачид сонинуудын ихэнх нь энэ форматаа жижгэрүүлэх шийдвэрийг дагах хандлагатай байгааг тэмдэглэжээ<sup>4</sup>.

Сонин форматаа огцом өөрчлөх нь мэдээлэл, технологийн салбарын шилжилтийн, тэсрэлтийн энэ үед эрсдэлтэй. Бродшийт хэмжээ нь гурван зуун жилийн турш чанартай, өдөр тутмын сонины дүр төрх болж ирсэн. Тиймээс ийм имижээ өөрчлөхөд хэрэглэгчид хэрхэн хүлээж авах нь улс орон бүрд ялгаатай байна. Өдөр тутмын чанартай сонин гэнэт “шар сонин”-ы түгээмэл хэлбэр болох таблойд болбол хэрэглэгчдийн тухайн

сонинд итгэх итгэл, найдвартай эх сурвалж гэж үзэх хандлага хэвээр үлдэх үү гэдгийг одоогоор хэн ч тодорхой хариулж, дүгнэж чадаагүй. Сонинуудын хувьд зах зээлийн онцлогоос хамааран үр дүн нь ялгаатай гарч буй. Үүний оронд бродшийтээс берлинер буюу дундаж хэмжээнд шилжээд, дараа нь таблойд болох эсэхээ шийдэх нь зүйтэй гэдэг нь сонинуудын туршлагаудаас харагддаг. Улс орон бүрийн хэрэглэгчийн соёл, хандлага өөр учраас гаднын сонинг дуурайн огцом шийдвэр гаргахаас илүү хэрэглэгчээ бага багаар дасгах нь зүйтэй гэдэг нь Монголын өдөр тутмын сонинуудын форматын шилжилтээс ч тод харагдаж буй.

1990 оноос гарч эхэлсэн Монголын чөлөөт хэвлэлүүдийн олонх нь бродшийт буюу хамгийн том хэмжээтэйгээр хэвлэгдсэн. Тухайн үед гарч байсан 2000 гаруй олон нийтийн буюу шар сонин бүгд (зарим төрөлжсөн сонинуудыг эс тооцвол) бродшийт хэмжээтэй байв. Энэ нь нэгд, редакцууд болон олон нийтэд сонин хэмжээний талаарх ойлголт зөвхөн бродшийтээр хязгаарлагдаж байсан, хоёрт техникийн боломж нь өөр хэмжээтэй хэвлэх боломжгүй байжээ. Одоо ч 10 хоног тутмын шар сонинууд бүгд бродшийт хэмжээтэй хэвлэгддэг. Нэг редакцаас эрхлэн гаргаж буй сонинуудын хувьд

нэр нь л өөр болохоос биш өнгө дизайн, булан, мэдээлэл нь ижил байна. Тухайлбал, “Байлдан дагуулагч”, “Болсон явдал”, “Алаг хорвоо”-гийн тэргүүн нүүрэн дэх сонин нэрээс бусад нь дизайны хувьд яг ижил<sup>5</sup> байгаа нь дэлхийн сонин дизайны чиг хандлагаас нэлээд хоцорсон, бүр эсрэг

зүгт байна гэж хэлж болно. Учир нь Монголын өдөр тутмын сонинууд орчин нөхцөлдөө зохицохын тулд жижиг хэмжээтэй болж байхад “шар сонин”-ы нийтлэг имиж болсон таблойд хэмжээтэй сонин Монголын “шар сонин” дунд байхгүй. Өнөөдрийн байдлаар мэргэжлийн, төрөлжсөн сонинуудыг эс тооцвол (“Open door” сонин таблойд хэмжээтэй гарсан ч хэвлэгдэхээ больсон) “Хөх толбо” сонин л ганцаараа таблойд хэмжээтэйгээр алдаг оног хэвлэгдэж буй юм.

Харин 2004 онд

“Өнөөдөр” сонин хэвлэх үйлдвэр дундаж хэмжээтэй сонин хэвлэх боломжтой болсноор Монголын өдөр тутмын сонинууд хэмжээгээ жижгэрүүлж эхэлсэн. 2009 онд анхны дугаараа гаргасан “Өдрийн шуудан” сонин гэхэд анхнаасаа дундаж хэмжээтэй, “Financial Times” сонин улбар ягаан цаастай гарч, Монголын өдөр тутмын сонинууд дунд дизайнаараа онцгойрч байлаа. 2014 онд “Өдрийн сонин” Английн хэвлэх машинаар



**Бродшийт хэмжээ нь гурван зуун жилийн турш чанартай, өдөр тутмын сонин дүр төрх болж ирсэн. Тиймээс ийм имижээ өөрчлөхөд хэрэглэгчид хэрхэн хүлээж авах нь улс орон бүрд ялгаатай байна. Өдөр тутмын чанартай сонин гэнэт “шар сонин”-ы түгээмэл хэлбэр болох таблойд болбол хэрэглэгчдийн тухайн сонинд итгэх итгэл, найдвартай эх сурвалж гэж үзэх хандлага хэвээр үлдэх үү гэдгийг одоогоор хэн ч тодорхой хариулж, дүгнэж чадаагүй. Сонинуудын хувьд зах зээлийн онцлогоос хамааран үр дүн нь ялгаатай гарч буй**



үйлдвэрээ шинэчилснээр мөн дундаж хэмжээтэйгээр сонин хэвлэх боломж бүрдсэн юм. 2020 оны 12 дугаар сарын байдлаар Монголын өдөр тутмын сонинууд “Өнөөдөр” сонин, “Соёмбо” болон “Чөлөөт хэвлэл сан”-гийн хэвлэх үйлдвэрүүдэд хэвлүүлж байна. Тиймд тус үйлдвэрүүдийн хэвлэх машин болон импортоор оруулж ирж буй цаасны хэмжээнээс шалтгаалан өдөр тутмын сонинуудыг 305 мм х 515 мм гэсэн нэг стандарттайгаар хэвлэж байна. Ганцхан “Зууны мэдээ” сонин бродшийт хэмжээтэй хэвлэгддэг. Тодруулбал, Монголын өдөр тутмын сонинуудын 80 гаруй хувь нь дундаж хэмжээтэй болсон байна. Энэхүү хэмжээний өөрчлөлт, шилжилт нь менежментийн шийдэл гэхээс дээр дурдсан технологийн хүчин зүйлтэй илүү холбоотой байв.

**И**йнхүү сонинууд дундаж буюу берлинер хэмжээтэй болсон нь загвар, дэглэлтийн хувьд дараах өөрчлөлтийг дагууллаа. Том хэмжээтэй сонин нь эх бичвэрийг зургаан баганад хуваадаг бол талбайн хэмжээ багассанаар сонинууд таван баганатай болсон. Ингэснээр илүү цөөн, нарийн баганад сонин дизайны үндсэн элементүүдээ дэглэх шаардлагатай болсон тул эх бэлтгэгчдээс илүү ур чадвар шаардана. Мөн нэг нүүрт ногдох тэмдэгтийн тоо 20 хувиар буурсан учир эх бичвэрийг илүү товч, тодорхой, богино бичих шаардлагыг сэтгүүлчдэд тавьж эхэлсэн. Харин шрифтийн хувьд сонинууд аль болох нэг мөрөнд олон үг багтаахын тулд нарийн шрифтүүдийг сонгож буй. Багана, шрифт, эх бичвэрийн хэмжээ зэрэг нь сонин харагдах байдал, дэглэлтийг илэрхийлдэг үндсэн элементүүдийн нэг билээ. Харин хэрэглэгчдийн талаас харвал авч явахад хялбар, загвар дэглэлтийн хувьд илүү сонир-

холтой болж байна. Гэхдээ Монголын өдөр тутмын сонинуудын хувьд дизайн, форматын архив, мэдээллийн сан байхгүй нэг дутагдал бий. Сонины салбарын эдийн засгийн байдлаас хамаарч эрхлэгчид болон эх бэлтгэгч нар богино хугацаанд солигдож байгаагаас сонинуудын загвар дэглэлт, формат хэдэн онд хэрхэн өөрчлөгдөж байсан тухай мэдээллүүд бүрхэг байна. Сонины дугаарууд биетээрээ байгаагаас бус тухайн сонин формат, дизайны элементүүдийн стандартыг баталсан, бичиж тэмдэглэсэн мэдээлэл ховор. Энэ нь дараа, дараагийн үеийн эрхлэгч, эх бэлтгэгч нарт тухайн сонин анхдагч, үндсэн дүр төрхийн талаарх мэдээлэл уламжлагдахгүй нөхцөлд хүргэх эрсдэлтэй. Тодруулбал, тухайн цаг үед ажиллаж буй боловсон хүчнүүд өөрсдийнхөөрөө загвар, дэглэлтийг өөрчилснөөр тухайн сонин дизайны амин сүнс, имиж болсон элементүүдийн хэлбэр, хэмжээ өөрчлөгдөх, мартагдах магадлал бий. Барууны томоохон сонинуудын редакцууд сонин дизайныг өөрчлөхдөө хэдэн онд юуг, хэрхэн өөрчилснийг тэмдэглэдэг загварын ном (style book) ашигладаг. Энэ нь шинэ боловсон хүчнүүд тухайн сонин анхны дүр төрхийн талаар нарийн мэдээлэлтэй болж, дизайны шинэчлэлийг харьцуулан дүгнэж, шийдвэр гаргахад нь тусалдаг. Тиймд сонин тогтмол элементүүдийг өөрчлөхөөр шийдсэн бол заавал нарийн хэмжээг нь тэмдэглэж, баримтжуулах нь чухал.

Монголын өдөр тутмын сонинуудын хувьд ашиг орлого, боловсон хүчин, формат, загвар дэглэлтийн хувьд огтлолцож буй хамгийн гол сорилт нь сонин шиг сонин хэвээр үлдэх явдал болоод байна. Олон нийтийн дунд цаасан хэвлэлүүд буюу сэтгүүл, сонин шилжилтийн эцсийн цэг нь

электрон хувилбар гэж таамаглаж байгаа ч сонинуудын хувьд өөр байр суурьтай байна.

Өдөр тутмын сонинуудын хувьд цахим хувилбартай болох эрмэлзэлтэй байгаа ч цаасаар хэвлэгддэг, өдөр тутмын чанартай сонин гэсэн имижээ хадгалах эрмэлзэлтэй байна. Хамгийн сүүлд 2019 онд “Засгийн газрын мэдээ” сонин таблойд хэмжээтэй болж хэмжээгээ өөрчилсөн нь өдөр тутмын сонинуудын хувьд шинэ үзэгдэл байлаа. Энэ нь бусад сониноос загвар, дизайнаараа ялгарах, хэрэглэхэд хялбар болгох, барууны хэв маягийн имижтэй болох зэрэг менежментийн олон зорилготой байсан. Харин өдөр тутмын сонинуудын хувьд ингэж хэмжээгээ огцом өөрчлөх, нэн ялангуяа монголчууд сэтгүүлийн хэмжээ гэж хүлээн авдаг таблойд форматтай болох нь маш том эрсдэл гэж үзэж байна. Таблойд хэмжээтэй болох нь “сонин шиг сонин байх” гэсэн зорилго, сорилтод нийцэхгүй гэж үзжээ. “Засгийн газрын мэдээ” сонин таблойд форматад шилжээд удаагүй байхдаа хаалгаа барьсан нь сонин эрхлэн гаргагч нарын дээрх үзэл, хандлагыг улам батжуулсан нь өнөөдөр хэвлэгдэж байгаа өдөр тутмын сонинууд бүгд форматаа таблойд хэлбэрт шилжүүлэхгүй гэсэн байр суурьтай болоход нөлөөлснийг үгүйсгэх аргагүй.

Монголын өдөр тутмын сонинуудын форматын хувьд дэлхийн чиг хандлагыг дагаж, дундаж хэмжээнд шилжээд байгаа нь менежментийн хувьд цаг үеэ олсон шийдвэр юм. Гэхдээ форматын өөрчлөлтийг дагаад дизайнаа сайжруулах, орчин үеийн уншигчдыг татах загвар дэглэлтийн шинэ, сонирхолтой элементүүдийг ашиглах шаардлагатай байна.

Монголын өдөр тутмын сонинууд дижитал шилжилт, цахим хувилбар,

онлайн захиалгад анхаарахаас гадна цаасан хэвлэлтийнхээ формат, загвар дэглэлтэд анхаарах нь сонины нэр хүнд, чанар, борлуулалтад эерэг нөлөөтэй юм.

#### Эшлэл

- <sup>1</sup> Дэлхийн сонины холбооны тайлан 2019. х.40
- <sup>2</sup> Дэлхийн сонины холбооны тайлан-2019. х. 13.
- <sup>3</sup> Schudson, M. 1978. *Discovering the News: A social history of American newspapers.* Basic Books, New York., p. 97
- <sup>4</sup> Jasso J. J. Lamberg. 2015. *Clothing the paper.* p 86.
- <sup>5</sup> МУИС, СЗОНХТ. Сэтгүүл зүйн шүүмжлэл: онол практик. УБ., 2019. х.146

#### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд-Эрдэнэ Б. 2004. Сонины дизайн. УБ.
2. Дэлхийн сонины холбооны тайлан-2019.
3. Дэлхийн энтертайнмент болон мэдээллийн хэрэгслийн төлөв 2019-2023.
4. МУИС, СЗОНХТ. 2019. Сэтгүүл зүйн шүүмжлэл: онол практик. УБ.
5. McNair B. 2009. *News and Journalism in the UK.*
6. Jasso J. J. Lamberg. 2015. *Clothing the paper.*
7. Schudson, M. 1978. *Discovering the News: A social history of American newspapers.*

#### Summary

The changes in the format of daily newspapers in Mongolia and its consequences are analyzed in this article. In addition, the recent trend in global newspapers formats is also reviewed. In the article, the author summarized the current situation of global newspaper market and its' prospect.