

МОНГОЛЫН АРИЛЖААНЫ ТЕЛЕВИЗҮҮДИЙН ДОТООД ОРЧИН ДАХЬ
ТУЛГАМДСАН ЗАРИМ АСУУДАЛ

Т.Өнөрсайхан*, Д.Нарантуяа**

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн ахлах багш, доктор (Ph.D)

** МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн докторант

Түлхүүр үг: телевиз, арилжааны телевиз, сэтгүүлч, бүтээл, нэвтрүүлэг, цалин, нийгмийн даатгал

Телевиз хүмүүсийн өдөр тутмын амьдралд нэвтэрснээр оюун санаа, хандлага, зан араншин, амьдралын хэв маягт нь нөлөөлж, нийгмийн нийтлэг үнэт зүйлсийг төлөвшүүлэхэд өвөрмөц шинж чанараараа дамжуулан чухал үүрэг гүйцэтгэсээр байна. Тиймээс телевизийн салбарын үйл ажиллагаа, хөгжил аливаа улс орны бодлогын түвшинд авч үздэг асуудлын нэг билээ. Телевизийг технологийн хөгжил, төрөл бүрийн үйл ажиллагааг дамжуулагч, бизнес эсвэл урлагийн нэг төрөл гэх зэргээр зөвхөн аль нэг талыг нь давамгайлан авч үзэх нь учир дутагдалтай юм. Үзэгч юу хүсэж байна түүнийг сэтгүүл зүйн үүрэг, нийгмийн түгээмэл үнэт зүйлсийн хүрээнд бүтээх нь үндсэн онцлогийг илэрхийлнэ. Энэ гол “цөм”-ийг дээрх олон талт ойлголтууд тойрч, хамсан телевизийн талаарх цогц ойлголтыг бүрдүүлдэг. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл өмчийн ямар ч хэлбэрт байсан энэ зорилго, үүргээсээ ухрах учиргүй. Арилжааны телевиз гэхээр үнэн худал нь мэдэгдэхгүй, батлагдаагүй шуугиант мэдээлэл цац-

даг, дуу хөгжим, киноноос өөр үзэх зүйлгүй хэмээн “шар” өнгөөр тодорхойлон, мөнгөө төлсөн бол хэн нь юугаа ч гаргаж болдог дэлгэц гэж тайлбарлах нь ерөөсгөл юм. Сонирхолтой, үр ашигтай мэдээлэл агуулсан бүтээлийг олон нийтэд хүргэсний дараа л бизнесийн байгууллагын үйл ажиллагаа яригдана.

Манайд анх телевиз байгуулахдаа ЗХУ-ын жишгийг харгалзан техник, хүний нөөц, бүтээлийн сонголтуудыг хийж байв. “Авторитари зохицуулалтын ерөнхий зарчим нь радио, телевиз хуучин мэдээллийн хэрэгслүүдийн нэгэн адил төр засгийн эрх ашгийг хамгаалж, төрийн улс төр, соёлын зорилтуудыг биелүүлэхэд туслах үүрэгтэй”¹ гэсэн тухайн нийгмийн онцлог Монгол телевизийн бодлогын үндсэн чиг баримжаа болж байлаа. 1990-ээд оны ардчиллын үйл явц ОНМХ-ийн хөгжлийн шинэ үеийг эхлүүлэн, түүхэн үйл явдлын онцлог, нийгмийн захиалга, хэрэгцээ шаардлагаас улбаалж анхны хувийн телевизүүд байгуулагдсан билээ. Энэ нь яваандаа телевизийн бие даасан салбар бүрэлдэн тогтох эхлэл болсон юм. Шинээр байгуулагдсан телевизүүдийг дагаад хүмүүсийн хандлага өөрчлөгдөж, телевиз бол олон ургалч байдлын илэрхийлэл, зугаа-

цуулах хэрэгсэл, бизнесийн нэг төрөл юм байна гэсэн шинэ ойлголтууд бий болов.

Гэхдээ цөөн хэдэн жилийн дотор олноор байгуулагдсан арилжааны телевизүүд мэдээллийн их урсгал, технологийн шинэчлэлүүдэд барьц алдаж, нэгдсэн бодлого чиглэлгүй олон жил явлаа. Үзэгчдийг татахын тулд Олон нийтийн телевиз шиг бүх төрлийн бүтээл хийх ёстой юу, улсын телевиз шиг санхүүжүүлэгч талын үзэл суртлын хэрэгсэл, нам, хүчний мэдээлэгч хэлбэрээр ажиллах уу, эсвэл бизнесийн байгууллага учраас шууд хөрөнгө оруулалт авчрах бүтээлийн хэлбэрийг сонгох уу гээд олон салаа замын дунд төөрч, будилсан байдал илт байгаа юм. Телевиз өмчийн ямар ч хэлбэрт байсан сэтгүүл зүйн үүргээ умартах ёсгүй билээ. Гэтэл өөрийн өмчийг хэрхэн захиран зарцуулах нь эзний мэдэх хэрэг гэсэн байдал яваандаа үүсэж, нийгэмд шууд тусгалаа олдог телевизийн бүтээлийн агуулга нийтийн өмнө хүлээсэн үүргээ биелүүлэхгүй, мэргэжлийн түвшний зааг хэмжээ алдагдан, засаглалыг хянах үүрэг гээгдэж улс төрчдийн “дуу хоолой” болох, үйл ажиллагааны доголдол, буруу зохион байгуулалтаас болж олноор дампуурах хүртэл таагүй үзэгдлүүд ажиглагдаж байна. 2011 онд “Телевиз, радиогийн зохицуулалтын ерөнхий нөхцөл шаардлага”, 2019 онд “Өргөн нэвтрүүлгийн тухай” хууль батлагдсанаар дэлгэцээр юуг хэзээ гаргах, гаргаж болохгүй талаар чиг баримжаатай болсон нь нэг талаар сайшаалтай. Гэхдээ энэ бол зөвхөн чиглүүлэгч, бодлогын талаас нь ерөнхийлсөн баримжаа өгч байгаа асуудал юм. Цаана нь яригдаагүй, шийдэгдээгүй телевизийн сэтгүүл зүй, сэтгүүлчийн ур чадвар, хөдөлмөрийн үнэлэмж, редак-

цын үйл ажиллагаа зэрэг нарийн төвөгтэй олон асуудал хэвээр байна.

Сэтгүүл зүй нийгмийн институт болохын хувьд бүтэц үүргийн судалгааны үүднээс макро, мезо, микро гэсэн гурван түвшинд хувааж тайлбарлана. Макро түвшинд хэвлэл мэдээллийн байгууллагыг үүсгэн байгуулагчид, редакц, түгээгч, тэдний үйл ажиллагааг нэгтгэн зангидаж буй зохицуулалтууд, хүлээн авагчид зэрэг эдийн засаг, соёл, эрх зүйн гадаад хүчин зүйлүүд багтана. Микро түвшинд тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллагатай нягт уялдаа холбоотой ажиллах, хүлээн авагчид хоорондын харилцаанд шууд нөлөө үзүүлэх хангагч нийлүүлэгч (хүлээн авагчдын эрэлт хэрэгцээнд нийцсэн бүтээл үйлдвэрлэхэд шаардлагатай техник технологи, мэдээллийн эх сурвалж) байгууллагын үйл ажиллагаа, зохион байгуулалт зэрэг дотоод хүчин зүйлүүд багтдаг. Макро түвшинд микро орчин хамаарах хэдий ч тодорхой асуудлуудын учгийг бусдаас бус өөрөөсөө хайх нь хамгийн оновчтой шийдвэр юм. Тиймээс арилжааны телевизүүдийн дотоод орчин, нөхцөл байдлыг тодорхойлохын тулд хүний нөөц, редакцын дотоод бүтэц, зохион байгуулалт, үйл ажиллагаанд тулгуурлав.

Байгууллагын бүтэц, зохион байгуулалт. Үйл ажиллагааны онцлогоос шалтгаалж телевизийн ажиллагсдын 50 орчим хувь нь инженер, техник, захиргаа, үйлчилгээний ажилтнууд байдаг. Өнөөдөр манайд үйл ажиллагаа явуулж буй телевизүүдийн бүтцийг тодорхойлохын тулд өргөн нэвтрүүлгийн, сувгийн, орон нутгийн 15 телевизийг санамсаргүй түүврийн аргаар сонгож их олонлогийн дүр зургийг тодруулахыг зорилго. Судалгаанаас харахад манайд үйл

ажиллагаа явуулж буй телевизүүдээс зөвхөн МҮОНТ мэдээллийн болон нэвтрүүлгийн алба гэсэн үйл ажиллагааны чиглэлээс гадна, сэдвийн хувьд Шинжлэх ухаан, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгийн алба, Нийгэм, эдийн засгийн нэвтрүүлгийн алба, Залуучуудын нэвтрүүлгийн алба, Кино, орчуулгын нэвтрүүлгийн алба гэх мэтээр хувааж байна. Арилжааны телевизүүд үйл ажиллагааны цомхон хэлбэрээр, зардлаа хэмнэхийг зорьдог учраас мэдээллийн алба, нэвтрүүлгийн алба гэсэн үндсэн хоёр бүтэцтэй ажилладаг. Мэдээллийн албаны сэтгүүлчид өдөр тутмын мэдээ сурвалжилгаа бэлдэхээс гадна цаг үеийн шинжтэй шуурхай нэвтрүүлгүүд хийж байна. Нэвтрүүлгийн албаны сэтгүүлчид хөтөлбөрийн сүлжээнд багтсан, тогтсон нэвтрүүлгүүдээ хариуцан ажилладаг. Ихэнхдээ кино, нэвтрүүлгийн алба тусдаа боловч зардал хэмнэх зорилгоор цөөн тохиолдолд хамтатгасан байна.

Өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүд журмын зохицуулалтдаа мэдээллийн хөтөлбөр явуулах үүрэг хүлээсэн. Тийм учраас зайлшгүй мэдээллийн албатай байна. Харин суваг телевизүүдийн хувьд төрөлжсөн чиглэлээрээ илүү дагнахыг зорьж нэгдсэн редакцын дор үйл ажиллагаа явуулж байна. Мэдээллийн хөтөлбөртэй байлаа гэхэд тус албанд нь харьцангуй цөөн хүн 2-4 сэтгүүлч ажилладаг, хөтөлбөрийн цагийн хэмжээ нь 30 минутаас хэтрэхгүй, ер нь дотоод үйл явдлын мэдээгээр хязгаарлагдаж байв. Орон нутгийн телевизүүдийн хувьд санхүүгийн чадамж, хүний нөөцийн хомсдол зэргээс шалтгаалж тодорхой чиглэлд редакц болон хуваагдах боломжгүй юм. Ерөнхийдөө 4-7 хүн, дарга, найруулагч, зураглаач, 1-

2 сэтгүүлч гэсэн бүтэцтэйгээр үйл ажиллагаа явуулж байна.

Хүний нөөц. “Өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалт, нөхцөл шаардлага”-ын наймдугаар зүйлд тусгаснаар Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулж буй өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн найруулагч, сэтгүүлч, нэвтрүүлэгч, зураглаач, эвлүүлэгчийн тоо 25, инженер техникийн ажилтны тоо тав, орон нутагт нийт дөрөв байна гэж заасан байна. Суваг телевизүүдийн хувьд нийслэлд 12, орон нутагт дөрвөн хүн байна гэж хамгийн доод тоог нь заажээ.² Нэг хоногт бэлтгэн нэвтрүүлэх хөтөлбөрийн хамгийн бага хугацааг 12-14 цаг байна гэж заасан учраас дээрх тооны ажиллагсад ачааллыг тодорхой хэмжээгээр даах боломжтой гэж үзсэн байна. 2017 оны байдлаар Монголын телевизийн салбарт нийт 2664 хүн ажиллаж байна гэж бичжээ. Монголын хэвлэлийн хүрээлэнгийн судалгаагаар телевизийн ажиллагсдын 2371 нь Улаанбаатар хотод, 293 нь хөдөө орон нутагт ажилладаг байна.³ Тэдний 1171 нь бүтээлч ажилтнууд буюу найруулагч, зураглаач, сэтгүүлч, эвлүүлэгч ажээ. “Улаанбаатар” телевиз 2014 онд 200 хүнтэй, “TV9” телевиз 78, “ETV” 71, “TM” телевиз 47, “MN25-р суваг” телевиз 100, “Star” телевиз 49, “TV8” телевиз 30 ажилтантай байв. Гэхдээ энэ тоо тогтворгүй, байнга өөрчлөгдөж байгаа учраас бүрэн судалгаа хийх боломж хомс юм.

Бие биеэ нөхөж, өдөөж ажиллаж чаддаг нэг багийн амжилтаас бүтээлийн чанар шууд шалтгаална. АНУ-ын телевизүүдийн нийтлэг жишгээр мэдээллийн алба тухайн өргөн нэвтрүүлгийн телевизийн өнгө төрх, онцлогийг тодорхойлдог. Ийм төрхийг бүрдүүлэхэд сэтгүүлчид чухал үүрэгтэй юм. Манай арилжааны телевизүүдийн

мэдээллийн хөтөлбөрүүдэд багаараа, чухал нөлөө үзүүлэхүйц хүчтэй холио сэлгээ хийгдэлгүй таваас дээш ажилласан нь “UBS” телевиз байна. Бусад телевизийн хувьд уран бүтээлийн гол баг нь байнгын хөдөлгөөнд байдаг. Дээд тал нь 2-3 жил ажиллаад янз бүрийн шалтгаанаар ажлаасаа гардаг ажээ.

Тухайлбал, өдөрт 60 минутын мэдээллийн хөтөлбөр бэлтгэж байгаа “VTV” телевиз гурван сэтгүүлчтэй, 2,5 цагийн мэдээллийн хөтөлбөр бэлтгэж байгаа “TV5” телевизийн мэдээллийн хөтөлбөрт үндсэн 4-5 сэтгүүлч, “Монгол” телевизийн мэдээллийн албанд таван сэтгүүлч, “TV9” телевизийн мэдээнд дөрвөн сэтгүүлч 2018 оны байдлаар ажиллаж байв. Уг хөтөлбөрүүдийнхээ үргэлжлэх хугацаа, орох нэгж мэдээнд тааруулж бодвол маш хангалтгүй тоо юм. Өмнө нь ч мэдээнд ажилладаг сэтгүүлчдийн тоо 7-10 хооронд хэлбэлзэж байж ажлын хуваарилалт, бодит ачаалал үүсдэг байжээ. Хөдөө орон нутгийн телевизүүдэд ерөнхийдөө 1-2 сэтгүүлч ажиллаж байна.

2010-2011 оны үеэс эхлэн суваг телевизүүд олноор байгуулагдаж, телевизүүдийн хүний нөөц тархах хандлагатай болсон. Өмнө нь Монголын үндэсний олон нийтийн телевиз эсвэл өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдэд цөөн жил ажиллаж дадлагажсан мэргэжилтнүүдийг шинээр байгуулагдсан суваг телевизүүд өөртөө татан авч ажиллуулах болсон. Нэг талаар залгамж халааг бэлтгэх сайн талтай боловч нөгөө талаар багаар ажилладаг онцлогтой телевизийн цөм байдлыг задалсан юм. Суваг телевизүүдийн хувьд ерөнхийдөө салбартаа нэлээн хэдэн жил ажиллаж танигдсан, туршлагатай 1-2 сэтгүүлчийг удирдах

албан тушаалд авч, бусад орон тоогоо шинэ сэтгүүлчдээр нөхөх сонирхолтой байв. Дөнгөж сургууль төгссөн залуу сэтгүүлчдэд харьцангуй бага цалин өгөх, аль нэг нам хүчний талын мэдээллийг бэлтгэж маргаан үүсгэхгүй, хөдөлмөрийн хууль, холбогдох журам тогтоомжуудыг ихэнх нь тааруу мэддэг учраас нийгмийн даатгал төлөхгүй байх, илүү цагаар ажиллуулах, томилолтгүй явуулах зэрэг аль болох зарлага хэмнэх зорилгоор уран бүтээлийн багийг бүрдүүлж байлаа. Нөгөө талаар олон телевиз гэнэт байгуулагдаж, 2012 онд гэхэд 132, 2013 онд 142 телевиз бүртгэлтэй байсан нь сэтгүүлчид хувьд ажлын байраар хангагдах боломжтой болсон юм.

“2013 оны намрын байдлаар сэтгүүлч мэргэжлээр боловсон хүчин бэлтгэдэг 17 их дээд сургууль байна. Эдгээр сургуулиудад 1900 орчим оюутан суралцаж байна.”⁴ Энэ тоог телевизүүдийн тоотой харьцуулан харахад эрэлт нийлүүлэлт таарсан мэт боловч телевизүүдийн удирдлагууд хүний нөөцийн дутагдалд орсон, чадварлаг боловсон хүчин хомс байгаа талаар байнга ярьсаар байгаа юм. 2014 оны хоёрдугаар сард болсон “Монголын телевизүүдийн чуулган”-ы үеэр “Монгол” HD телевизийн удирдлагын зүгээс “Боловсон хүчний хомсдолд орсон, телевиз авьяаслаг хүмүүсийн үйл ажиллагаан дээр тогтдог. Ийм авьяастай хүмүүс ховор болсон” гэж хэлж байлаа. Үнэхээр телевизүүдийн удирдлагуудын яриад байгаа шиг хүний нөөцийн дутагдалд орсон уу гэдэг асуудлыг шууд тайлбарлахад учир дутагдалтай. Хэд хэдэн үндэслэлээр ажил олгогчдын гаргаж буй энэ ярианд хариулт олж болно.

Юуны түрүүнд цалин хөлсний асуудлаас шалтгаална. Цалин, шан

харамж нь хүмүүсийн ажилд орох, эсвэл таслах, хэр зэрэг бүтээмжтэй ажиллах, ер нь энэ байгууллагаас гарч явах хэрэг байна уу үгүй юу гэдгийг шийдэхэд ихээхэн нөлөөлдөг. Түүнчлэн ажил хийдүүлэх болон боловсон хүчний тогтвор суурьшилтай ажиллах нь урамшуулал, шан харамжтай шууд холбоотой байдгийг Эдуард Е.Лаулер⁵ болон Ж.Миннер нарын эрдэмтэд судалжээ. Байгууллага хэрэв цалин хөлсийг хүмүүсийн өрсөлдөх чадварыг харгалзан тогтоосон хэмжээгээр төлдөггүй бол, мөн тэднийг тухайн ажлын байранд ажиллахад урамшуулагч шан харамжийн шаталсан тогтолцоог эс хэрэглэвэл ажиллах хүчийг өөртөө тогтоон барьж чадахгүй юм. Хэвлэл мэдээллийн салбарт ажиллаж буй сэтгүүлчдийн дундаж цалин 790 мянган төгрөг⁶ байна гэсэн судалгаа гарчээ. Телевизийн сэтгүүлчдийн цалин мэргэжил нэгтнүүдээ бодвол харьцангуй бага байдаг. Телевизүүд цалингийн үндсэн хоёр системээр ажиллаж байна. Шууд тогтмол болон бүтээмжээр олгох цалин юм. Тухайн телевизүүдийн сэтгүүлчдийн аман эх сурвалжийн мэдээллээр, 2016 оны байдлаар “MN25-р суваг” телевиз 450-480 мянга, “SBN”, “ETV” телевизийн сэтгүүлчид тогтмол 600 мянга, “EAGLE” телевиз 600-700 мянга, “UBS” телевиз 700 мянган төгрөгийн тогтмол цалин тооцдог байна. Ижил төрлийн үйл ажиллагаа явуулдаг телевизүүдээс харьцангуй өндөр цалинтай нь “Bloomberg” телевиз байгаа юм. 800 орчим мянган төгрөг үүнээс дээш цалин өгдөг байна.

Бас нэг хувилбар нь бүтээмжийн цалин юм. Өөрөөр хэлбэл, үндсэн цалин гэж амьжиргааны баталгаажих доод түвшнээс бага зэрэг ахиу тогтоож, үүн дээрээ хийсний хэрээр өгнө гэсэн журам баримталдаг. Нэгж мэдээг

тогтсон үнээр үнэлж, нэвтрүүлгийг минутын тарифт шилжүүлэн тооцдог байна. Зарим телевизүүд үндсэн цалингийн тогтолцоогүй хийснээр олгох журам баримталдаг. “TV5” телевиз нэгж мэдээ сурвалжилгын үнэлгээний системээр цалинжуулж, мэдээнд явсан сэтгүүлч цалингаа авна, яваагүй нь авахгүй гэсэн журамтай байна. Цалингийн хэмжээ сард дунджаар 400-500 орчим мянган төгрөг гэж сэтгүүлчдийн аман эх сурвалж баталж байна. Гэхдээ энэ бол хүчээр дундчилж байгаа үзүүлэлт. Тухайлбал, ажилд ороод удаагүй 1-2 жил болж байгаа сэтгүүлчид сард амьдралын баталгаажих доод түвшин буюу 185,300⁷ (тухайн үеийн мэдээлэл) –аас дөнгөж давсан цалин авдаг. Тэднийг туршлагагүй гэж үзэн мэдээ, сурвалжилгад бага явуулдаг, мөн ажиллаад удаагүй гэсэн үндэслэлээр удирдлагын зүгээс цалингийн субъектив хандлага үйлчилж байна. Тогтвор суурьшилтай ажиллаад удсан, эсвэл өөр газар ажиллаж байсан туршлагатай сэтгүүлчдийг ахлах редактораар томилдог учраас хөтөлбөр хариуцан ажиллаж, арай ахиу цалин 600-700 мянган төгрөг авдаг ажээ.

Телевизийн сэтгүүлчдийн цалингийн нөхцөл байдлын талаарх маргаан 2010 оноос үйл ажиллагаагаа явуулсан “Шинэ Дэлхий” телевизэд 2014-2015 оны хооронд үргэлжилсэн юм. Санхүүгийн чадамжгүйгээс эзэмшигчид нь УИХ-ын гишүүн асан Н.Номтойбаярт тус телевизийг худалдсан байна. Олонх ажилтан нь хэвээр үлдэж, үйл ажиллагаа явуулж байжээ. Шинэ захиралтай болсноор хэдэн сар цалин аваагүй “Шинэ дэлхий” телевизийн ажилтнууд удаа дараа шаардлага тавьснаар ажилласан саруудынх нь мөнгийг бодож олгожээ. Гэхдээ амьдралын баталгаажих доод түвшний

хэмжээгээр өгсөн байна. Хүмүүс шүүх байгууллагад хандана, хууль зөрчиж байна хэмээн гомдол гаргаж ороход цалин өгсөн, ямар ч шүүхийн маргаан гарах боломжгүй, явах хүсэлтэй нь халагдаж болно гэж мэдэгдсэн байдаг. “BTV” телевизэд мөн ийм маргаан үүсчээ. “Их Асгат түрүү” компанийн харьяа, тухайн үеийн УИХ-ын гишүүн Ц.Батбаярын дүү нарын эзэмшдэг байсан тус телевиз 2009 онд байгуулагдсан. 2012 оноос санхүүгийн чадамжгүй байдал улам хурцдаж, гүйцэтгэх захирал эзэмшигчдийн хооронд маргаан үүссэнээс менежментийн багийг гурван удаа сольсон байдаг. Ингэхдээ 2012 онд цалин алдаг оног тавьсан, ажилтнуудын нийгмийн даатгал олон жил төлөгдөөгүй зэрэг зөрчил гарчээ. Үйл ажиллагаагаа цэгцлэх зорилгоор 2012 оны 10 дугаар сард дахин багийн удирдлагаа солин цалингийн шинэ тогтолцоо нэвтрүүлжээ. Үүнээс өмнө сэтгүүлчдийн цалин 400 мянган төгрөг, мэдээллийн албаны даргын цалин 900 мянган төгрөг байв. Шинэ журмаар тогтмол болон бүтээмжийн цалингийн нэгдсэн хувилбар хэрэгжүүлж байсан байна. Гэсэн ч долоо хоногийн таван өдөр, орой 20.00 цагаас ганц удаа мэдээллийн хөтөлбөр явдаг, дотоод үйл амьдралын сурвалжилга 20-30 минут үргэлжилдэг байсан зэрэг нь

бүтээмжийн цалин авах боломж бараг олгохгүй байжээ. Цалингаа авалгүй гурван сар болсон тус байгууллагын ажилтнууд өргөдөл өгөн ажлаасаа гарч байсан байна. Санхүүгийн чадамж муудсан телевизүүд ажилтнууддаа өөрсдөө цалингаа олох үүрэг өгч байв. Тухайлбал, 2014 онд “SBN” телевиз 621 сая төгрөгийн орлого олжээ. 2012 онд 2,4 тэрбум, 2013 онд 1,9 тэрбум төгрөгийн орлоготой ажилласантай харьцуулбал огцом буурсан үзүүлэлт юм. Санхүүгийн чадамж буурсан учраас цалин тавихад хүндрэлтэй болсон гэж ажилтнууддаа мэдэгдэн сард авах цалингийн зардлынхаа 50 хувийг өөрсдөө олох шаардлага тавьсан байна. Сонгуулийн жилийн үеэр телевизүүдийн орлого нэмэгдэж, дараа нь огцом буурдаг нь давтагддаг үзүүлэлт юм.

Судлаач А.Маслоугийн хүний хэрэгцээнй шатлалыг харуулсан гурвалжингийн

хамгийн доод талд хоргодох байр, хоол унд, хувцас зэрэг хамгийн наад захын хэрэглээг дурдсан байдаг.⁸ Сэтгүүлчдийн хөдөлмөрийн хөлс ядаж амьдралын наад захын хэрэгцээг нь хангах боломж бололцоог бүрдүүлэх ёстой. Ингэж чадахгүй бол хэрэгцээндээ шахагдан бухимдал үүсэж, хандлага өөрчлөгдөнө. Энэ бол телевизүүдийн дотоодод болдог, гаднын хүмүүс тэр бүх мэддэггүй үйл явдал юм.



Телевизүүд нэг талаар бизнесийн компани. Тиймээс цалингийн тогтолцоогоо олон нийтээс нууцлаг байлгадаг.

Ихэнх нь татвар, аудитын шалгалтаас “зугтах”, нөгөө талаар өндөр цалин амлаж гаднын чадварлаг мэргэжилтнийг татах зорилгоор ажилтнуудынхаа цалинг бодит өгдгөөсөө хэд дахин өндөр хэлдэг. Гэтэл өнөөдөр нийт арилжааны телевизүүдийн дундаж цалин 500-700 мянган төгрөгөөс хэтрэхгүй байгааг сэтгүүлчид нь баталж байгаа юм



Телевизүүд нэг талаар бизнесийн компани. Тиймээс цалингийн тогтолцоогоо олон нийтээс нууцлаг байлгадаг. Ихэнх нь татвар, аудитын шалгалтаас “зугтах”, нөгөө талаар өндөр цалин амлаж гаднын чадварлаг мэргэжилтнийг татах зорилгоор ажилтнуудынхаа цалинг бодит өгдгөөсөө хэд дахин өндөр хэлдэг. Гэтэл өнөөдөр нийт арилжааны телевизүүдийн дундаж цалин 500-700 мянган төгрөгөөс хэтрэхгүй байгааг сэтгүүлчид нь баталж байгаа юм. Үүнээс ч бага цалин авч байгаа, цалингаа хэдэн сараар тавьдаггүй байдал олон байна. Телевизүүдийн төлбөртэй мэдээ, зар сурталчилгаа зэрэг орлого олдог эх үүсвэрүүдэд татварын албанаас байнга хяналт тавих боломжгүй юм. Ихэнх төлбөртэй мэдээ, нэвтрүүлгүүдийн санхүүжилт шууд бэлэн мөнгөөр төлөгддөг. Санхүүгийн шалгалт орж ирэхэд татвар бусад хэлбэрээс зайлсхийх зорилгоор ажилтнууддаа өгөөгүй цалинг өгсөн болгож хуурамч баримт бичиг үүсгэн гарын үсэг зуруулах тохиолдол бий. Ийм үед тухайн ажилтан өндөр цалин, шагнал урамшуулал авсан болж цаасан дээр буудаг. Энэ бол өргөн нэвтрүүлгийн телевизүүдийн дундаж цалингийн тогтолцоо юм. Суваг телевизүүдийн хувьд цалингийн хэмжээ харилцан адилгүй 300-500 мянган төгрөгийн хооронд хэлбэлздэг. Тэр тусмаа цалингаа цаг тухайд нь тавьдаггүй байдал суваг телевизүүдэд элбэг байна.

Цалинг бартер буюу бараа солилцоогоор тавих нь Монгол Улсын Хөдөлмөрийн хууль зөрчсөн үйлдэл билээ.⁹ Бэлэн мөнгөөр цалин олгох боломжгүй, 2-3 сар цалин тавиагүй телевизүүд бараа солилцооны арга ашиглаж байна. “UBS” телевиз урамшуулал хэлбэрээр гурил, будаа

зэрэг өргөн хэрэглээний хүнсний бүтээгдэхүүн олгодог. “BTV” шатахууны талон, хувцас өгсөн. Зарим телевиз электрон барааны дэлгүүртэй бартерын гэрээ хийж, зар сурталчилгаа цацсан бараа авах эрхээ ажилчдадаа цалингийн оронд санал болгосон байна. Амьжиргааны баталгаа болсон цалингийн хэмжээ зах зээлийн нийтлэг хэмжээнээс бага байгаа нь сэтгүүлчид тогтвор суурьшилтай ажиллах нөхцөл боломжийг хангахгүй байгаа юм.

Телевизэд ажилтнуудын нийгмийн даатгалын асуудал, бусад хуулиар олгогдсон эрхээ эдлэх асуудал ард хоцрогдсон нь нэгэнт ил болсон зүйл юм. “BTV” телевизэд ажилтнууддаа нийгмийн даатгалын хураамж гэж сар бүр цалингаас нь суутгадаг, тэд ч нийгмийн даатгалаа төлж байгаа гэсэн ойлголттой байжээ. Гэтэл даатгалаа ашиглах шаардлага гарч иртэл ямар ч төлбөр төлөгдөөгүй, эрүүл мэндийн болон бусад үйлчилгээ авах боломжгүй байсан байна. Нийгмийн даатгалд урт хугацааны өр үүсгэн, ажиллагсдынхаа цалингаас суутгасан төлбөрийг дотоодын эргэлтэнд ашиглаж байжээ. “Монгол” телевизийн хувьд ч нийт ажиллагсдын цөөн хувь нь нийгмийн даатгал төлдөг. Залуу ажилтнуудын хувьд 1-2 жил ямар ч даатгалгүй ажилласан тохиолдол байгааг эх сурвалжууд баталж байна. (Нийгмийн даатгалын хураамжаа цалингаасаа төлж байсан боловч эмнэлэгт хэвтэх, ажлаасаа гарах болоход ямар ч нийгмийн даатгалын дэвтэр нээгээгүй байсан тухай тус телевизүүдэд ажиллаж байсан гурван сэтгүүлч уулзалтын үеэр ярьж байв)

Хөдөө орон нутгийн болон гадаад томилолтоор ажиллахад хөдөлмөрийн хуулиар зам хоногийн тохирох хөлсийг тухайн байгууллага олгох журамтай.

Томилолт өгдөггүй, цаад тал мөнгө олгоно гэсэн тайлбартайгаар сэтгүүлчдийг явуулдаг. Хэрэв ямар нэгэн эрсдэлт байдал үүсвэл тухайн байгууллагаас томилолтоор явж байгааг батлах албан бичиг байхгүй, баталгаагүй байна. Нөгөө талаар хөдөлмөрийн гэрээ байхгүйгээс ажлаас халах, жирэмсний амралт эдлээд буцаад орох зэрэгт ажил олгогчдын зүгээс өөрийн үзэмжээр шийдэж, хөдөлмөрийн хуулийг үл тоох байдал түгээмэл байгаа юм. Хөдөлмөрийн хуульд дээрх тохиолдолд ажлын байрыг нь хадгалах журам бий¹⁰.

Телевизэд ажилтнуудын эрхийг хамгаалж, нийгмийн асуудлыг нь шийдвэрлэхэд үйлдвэрчний эвлэл чухал үүрэгтэй. Ажилгүй болчих вий, ажлаас халагдчихвий гэсэн айдас энэ салбарынхныг юу ч болсон хүлээн зөвшөөрч, эрхээ хамгаалуулах боломж олгохгүй байна. Доктор, дэд профессор Ч.Чойсамба энэ асуудлаар 32 хэвлэл мэдээллийн байгууллагын сэтгүүлчдийг хамруулсан судалгаа явуулсан байна. “Зөвхөн хоёрт нь л (МУОНТ, МОУНР) сэтгүүлчдийн Үйлдвэрчний хороо үйл ажиллагаа явуулж байсан нь чамлалттай үзүүлэлт юм.”¹¹ Эздээс эмээсэн, эрх ашгаа хамгаалж чаддаггүй нөхцөл байдал үүссэн нь тодорхой байна. Судалгаанд “Shuud” телевизийн ажилтнууд Үйлдвэрчний эвлэл байгуулах гэсэн оролдлого гаргасан тухай баримт дэлгэжээ. Захирлуудын маргаанаас болж эзэмшигчээ өөрчилж “шинэ удирдлага нь хуучин нэрээр “Shuud” телевизийн Үйлдвэрчний эвлэлийн хорооны идэвхтнүүдийг нэг нэгээр нь дуудан уулзаж, “Манайд Үйлдвэрчний эвлэл байж болохгүй, Үйлдвэрчний эвлэлийг бид хүлээн зөвшөөрөхгүй” гэж байр сууриа тодорхой илэрхийлжээ.”¹²

Сэтгүүлчийн ажил мэргэжлийн боловсролоос гадна өргөн мэдлэг, мэдээлэл шаардсан туршлага дээр тулгуурлаж бүтдэг онцлогтой. Энэ бол сэтгүүлч амьдралын асуудалд гүн гүнзгий орж, туршлага хуримтлуулж, өөрийн гэсэн үзэл бодолтой байж гэмээнэ олны сэтгэлийг хөндсөн, нийгмийн чухал асуудлыг гаргаж ирж чаддаг болно гэсэн санаа юм. Телевизүүдэд 30-аас дээш насны хүмүүсийг ажилд авах сонирхол бага байдаг. Радио, телевизийн салбарын ажилтнуудын 43% нь 18-29 насныхан, 31% нь 30-39 насныхан, 40-өөс дээш насныхан 25% -ийг эзэлж байна.¹³ Мэдээллийн буюу нэвтрүүлгийн албаны тодорхой албан тушаалтан эсвэл гол хариуцсан редакторууд л 30-аас дээш насныхан байдаг. Цалин хөлс бага хөдөлмөрийн хуулийн дагуу эрх, үүргээ мэддэг байдал нь ажил олгогчдыг 30-аас дээш насныхныг ажилд авахыг хүсэхгүй байгаа шалтгаан юм. Дөнгөж ширээний араас боссон туршлагагүй залуу сэтгүүлчдийг бага цалингаар, эсвэл огт цалин өгөхгүйгээр туршилтын хугацаа зааж, хугацаа нь дуусангуут тэнцээгүй нэрээр явуулж, дараагийн хүнийг мөн л туршилтаар ажиллуулах зэргээр зардал хэмнэх оролдлого тэд хийж байна.

Орчин үеийн чөлөөт зах зээлд телевиз бүтээгч, нэвтрүүлгүүд нь бүтээгдэхүүн болдог. Чанартай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэж байж хэрэглэгчдийг татан ашиг орлогоо нэмэгдүүлнэ. Манайд үйл ажиллагаа явуулж буй телевизүүдэд энэ нөхцөл байдал урвуу хамааралтай байна. Эхлээд “мөнгөө ол дараа нь хий” гэсэн зарчмаар сэтгүүлчдэд тулгадаг байдал элбэг юм. Сэтгүүлч ямар нэг нэвтрүүлэг хийх хэрэгтэй бол зардал ашгаа өөрөө олох шаардлагатай болдог. Үүнийг

телевизийн удирдлагын зүгээс үүрэг болгож байна.

Цалин хөлс багатай телевизүүд “төлбөртэй мэдээний хувь” гэсэн орлогын эх үүсвэрийг бүрдүүлдэг. Сэтгүүлч их хэмжээний зар сурталчилгаа, сонгуулийн үед нэр дэвшигчтэй хамтран ажиллах гэрээ, төлбөртэй нэвтрүүлгүүд олж ирвэл түүнээс орох орлогын 10%-ийг авдаг бичигдээгүй дүрэм телевизийн салбарт үйлчилж байна. Сэтгүүлчийг менежер болгож, төлбөрөө л өгсөн бол тухайн байгууллагын талаар дуугарах эрхгүй, бүр тал татан ажиллах нөхцөлийг бий болгож байгаа өрөөсгөл хандлага юм. Цалин багатай сэтгүүлчид амьдралын хэрэгцээнд шахагдаж мэргэжлийн ёс зүйгээ зөрчиж, орлогын эх үүсвэр бүрдүүлж буй олон үйлдлийн нэг нь энэ билээ.

Телевизийн хүний нөөц, цалин урамшуулалтай холбоотой энэ мэт жишээг бүрэн батлахад бэрхшээлтэй. Гэхдээ дээрх асуудлууд энэ салбарт байсаар байна. Сэтгүүлчид нөлөө бүхий улс төрчдийн хэвлэлийн төлөөлөгч, пиар менежерээр нууц хэлбэрээр ажиллаж, давхар цалингийн эх үүсвэртэй болдог нь салбарын хувьд хэдийн нууц асуудал биш болжээ. Тэд телевиздээ ажиллан парламентын сурвалжлагчаа давхар хийж, телевизийн дүрслэлийн онцлогийг ашиглан, тухайн улс төрчийнхөө дүрс ярилцлагыг илүү гаргах, үзэл санааг нь бусдаас давуулж мэдээлэх зэрэг олон талт үйл ажиллагаа явуулдаг. Энэ бол телевизийн салбарт түгээмэл байдаг сөрөг үзэгдлийн жижиг жишээ юм.

Цалин болон нийгмийн хангамж муу байгаа нь ажилтнуудын тогтвор суурьшилтай ажиллах боломжийг үгүйсгэж байгаа нэг тал юм. Нөгөө тал нь телевизийн салбарт тогтсон хөгжлийн загвар, тусгай

зөвшөөрөл олгох мэргэжлийн шалгуур байхгүй байгаагаас хэн дуртай нь телевиз нээж, ажиллуулж чадахаа болимогц бие биедээ арилждаг жишиг тогтжээ. Ингэхдээ өмнөх үйл ажиллагааны залгамж халаа байхгүй, ажиллагсдаа шууд халан дахин баг бүрдүүлэх хувилбарыг илүү сонгож байна. Энэ нь тухайн салбарт гаршсан мэргэжлийн хүний нөөц бий болоход сөрөг нөлөөлж байгаа юм. Телевизүүдийн тодорхой албан тушаалтнуудтай уулзаж ярилцахад, мэргэжлийн алдаа гаргасан сэтгүүлчдэд хариуцлага тооцох тогтолцоо байхгүй, өдөр тутмын эфир хянах мэргэжлийн алба байдаггүй байна. Олны анхаарал татсан, үзэгчдийн шүүмжлэл илт мэдэгдсэн тохиолдолд цалингийн 5-10 хувь, цаашлаад 20 хувь хасах тогтмол бус шийтгэл байдаг аж. Ерөнхийдөө бодлогын шинжтэй алдаа гаргаагүй бол бусад талаар сэтгүүлчдэд анхааруулга өгөх тогтолцоо алга байна.

Байгууллагын чадавхын цаашдын үнэлгээг тогтооход ажилтнуудыг тодорхой хугацааны давтамжтай аттестачлалд оруулах шаардлагатай юм. Ингэснээр үр дүнг харгалзан аль чиглэлээр ажилтнуудаа давтан сургах шаардлагатай байгааг мэдэж, чадвартай боловсон хүчний багтай болох боломж бүрддэг. Одоогийн байдлаар “Боловсрол” телевизээс өөр ажилтнуудаа тогтмол аттестачлал явуулсан газар арилжааны телевизүүдийн дунд алга байна. Ийм төрлийн шалгалт явуулъя гэсэн ч тогтвортой ажиллагсад байдаггүй учраас шалгалтад орох хүмүүс байхгүй, орсон цөөн хүмүүсээ эдийн засгийн байдлаас шалтгаалж дахин сургалтад хамруулах боломжгүй байдаг байна.

Хосолмол менежментийн онцлогтой хэвлэл мэдээллийн салбарыг хэт

ашгийн төлөө, гэр бүлийн компанийн зарчмаар голлон ажиллуулж байгаа нь ажиллагсдын мэргэжлийн ур чадвар өсөх, цалин хөлсөө нэмэгдүүлэх боломжийг нь хязгаарладаг. Энэ нь цаашлаад арилжааны телевизүүдийн өсөлт, мэргэжлийн түвшний хөгжилд таагүй нөлөө үзүүлж буй хүчин зүйл болж байна.

Эшлэл

- ¹ Сиберт Ф.С, Шрамм У, Питерсон Т.2016. Хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онол. (Орч. М.Зулькафиль). УБ., х. 49.
- ² ХХЗХ. 2015. Өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалт, нөхцөл шаардлага. 8.1, 10.1.УБ.
- ³ Монголын хэвлэлийн хүрээлэн. 2017. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. УБ., х. 70.
- ⁴ Дагиймаа Д. 2013. Монголын сэтгүүл зүйн сургалтын өнөөгийн байдал, хандлага. Сэтгүүл зүй ЭШБ. №14 (393). УБ., х. 196.
- ⁵ Lawler E. 1972. Pay and organizational effectiveness: a psychological view. Journal article.
- ⁶ Монголын Хэвлэлийн хүрээлэн. 2017. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. УБ., х.73.
- ⁷ Монголын Үндэсний статистикийн хороо. 2017. Монгол Улсын нийгэм эдийн засгийн байдал 2017 оны эхний гурван сард тайлан.УБ.
- ⁸ Баярмаа Д. 2014. Маркетинг: Онол, хэрэглээ. УБ., х .145 .
- ⁹ Монгол Улсын Хөдөлмөрийн хууль. 1999. УБ. 4.61. Цалин хөлсийг төлөх хэлбэр.
- ¹⁰ Монгол Улсын Хөдөлмөрийн хууль. 1999. 35-р зүйл.Ажил үүргээ гүйцэтгээгүй үед ажил, албан тушаалыг хэвээр хадгалах. УБ.
- ¹¹ Чойсамба Ч. 2013. Сэтгүүлчдийн үйлдвэрчний эвлэлийн өнөөгийн байдал, тулгамдсан асуудлууд. Сэтгүүл зүй ЭШБ.№14 (393). х .172.
- ¹² Мөн тэнд

- ¹³ Монголын Хэвлэлийн хүрээлэн. 2017. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. УБ., х.72.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Баярмаа Д. Маркетинг: Онол, хэрэглээ. УБ., 2014.
2. Дагиймаа Д. Монголын сэтгүүл зүйн сургалтын өнөөгийн байдал, хандлага. Сэтгүүл зүй ЭШБ. №14 (393). УБ., 2013.
3. Монголын Үндэсний статистикийн хороо. Монгол Улсын нийгэм эдийн засгийн байдал 2017 оны эхний гурван сард тайлан. УБ.
4. Монголын хэвлэлийн хүрээлэн. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. УБ., 2017.
5. Монгол Улсын Хөдөлмөрийн хууль. УБ.,1999.
6. Өнөрсайхан Т. Монголын арилжааны телевизүүд: түүх, онол, арга зүй. УБ., 2019.
7. Сиберт Ф.С, Шрамм У, Питерсон Т. Хэвлэл мэдээллийн дөрвөн онол. (Орч. М.Зулькафиль). УБ., 2016.
8. ХХЗХ. Өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалт, нөхцөл шаардлага.УБ., 2015.
9. Чойсамба Ч. Сэтгүүлчдийн үйлдвэрчний эвлэлийн өнөөгийн байдал, тулгамдсан асуудлууд. Сэтгүүл зүй ЭШБ. №14 (393). УБ., 2013
10. Lawler E. 1972. Pay and organizational effectiveness: a psychological view. Journal article.

Summary

This article discussed current state of commercial televisions disadvantages influenced by both internal factors. Televisions human resources policy failure has led to a shortage of stable worker. Heavy professional pressure imposed upon journalists on the part of the editorial board, lack solution of their social issues and low salary and many other factors are resulted in failure of human resources policy of the media sector.