

**МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ**  
**ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ**

№20/524

ШУС, НУС

2019

**ЭДИЙН ЗАСГИЙН СЭТГҮҮЛ ЗҮЙН ТУЛГАМДСАН ЗАРИМ АСУУДАЛ,  
БОЛОВСРОНГУЙ БОЛГОХ АРГА ЗАМ**

Ч.Энхбат\*

\*МУБИС-ийн Сэтгүүл зүйн тэнхимийн багш, доктор (Ph.D)

**Түлхүүр үг:** Эдийн засгийн сэтгүүл зүй, мэдээллийн боловсруулалт, визуаль хэрэглэгдэхүүн, нийтлэлийн бодлого, сонины технологи

**Д**ижитал эрин үеийн чиг хандлага, түүнийг дагасан мэдээлэл харилцааны салбар дахь технологийн өөрчлөлт, шинэ цаг үеийн иргэдийн мэдээлэл хүлээн авах хандлага, хэрэгцээ сонирхолтой уялдан уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл мэдээллийн зах зээл, орон зайд олон асуудал, бэрхшээл тулгарах боллоо. Нийгэм, цаг үеийн энэ байдал сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаа, үйлчилгээ, харилцаа, тэр ч бүү хэл мэдээллийн чанарт бодитоор нөлөөлсөөр байна. Цаасан сонин цахим хувилбарт шилжих, тоон дэвшилтэт технологийг бүрэн утгаар ашиглах, орчин үеийн “цахимжиж буй” иргэдийн мэдээлэл хүлээн авах арга хэлбэр, сэтгэлгээний болон хэрэглээний онцлогт нийцүүлж сонины мэдээллийг боловсруулан түгээх технологийн шинэчлэл хийх нэн шинэ шаардлага тавигдах болжээ.

Шинэ нөхцөл, хэрэгцээ нь статистик, тоо, дүрслэл, үзүүлэлт голлодог эдийн засгийн мэдээллийг шинэ түвшинд бэлтгэн боловсруулах замаар уншигч, хэрэглэгчдэд хүргэдэг

арга техникт шилжихийг шаардаж байна.

Энэ нөхцөлд сонин хэвлэлийн эдийн засгийн мэдээллийг судалсны үндсэн дээр ямар сорилт, асуудал бэрхшээл тулгамдаж байгааг тодорхойлж, сэтгүүл зүйн орчин цагийн чиг хандлага, олон улсын жишиг туршлагыг харгалзан цаашид боловсронгуй болгох арга замуудыг санал болгож байна. Сонины эдийн засгийн мэдээллийн буюу эдийн засгийн сэтгүүл зүйн практикт тулгарч буй асуудлуудыг тодорхойлохдоо энэ чиглэлээр дагнан бичдэг сэтгүүлчдээс чанарын судалгааг анкет, асуулгын аргаар авсан юм. Ингээд эдийн засгийн мэдээллийн өнөөгийн байдал, үйл ажиллагаанд тулгарч буй асуудлыг *мэргэшил, нийтлэлийн бодлого, мэдээллийн боловсруулалт, чанар, сонины технологийн хүрээнд* тулгамдаж буй асуудал гэсэн дөрвөн зүйлээр авч үзлээ.

**Мэргэшлийн хүрээнд тулгамдаж буй асуудал, арга зам.** Эдийн засгийн албыг чадавхжуулах, мэргэшсэн сэтгүүлчдийг бэлтгэх, давтан бэлтгэх шаардлагатай байна. Эдийн засгийн сэтгүүл зүйгээр мэргэшсэн сэтгүүлчид дутмаг байгаа нь судалгаанд ашигласан сонинуудын бичвэрийн ур чадвар болоод тэдгээр нь олон

өөр зохиогчтой буюу ихэнхдээ тохиолдлын байдлаар өөр өөр сэтгүүлч бичиж байгаа нь чанарт нөлөөлж байна.

Сонины эдийн засгийн чиглэлээр бичдэг, тухайн албанд харьяалагддаг сэтгүүлчдийн дунд бичил судалгааг асуулгын аргаар хийж, зарим асуудлыг тодруулсан юм. Судалгааг 25 сэтгүүлчээс авсан бөгөөд туршлага талаас нь сэтгүүлчээр ажилласан жил, эдийн засгийн чиглэлээр ажилласан жилийг нь тодорхойлоход дараах сонирхолтой дүр зураг гарлаа. Үүнд 1-4 жил сэтгүүлчээр ажиллаж байгаа нь 3, 5-9 жил ажиллаж байгаа нь 10, 10-14 жил ажиллаж байгаа нь 8, 15-аас дээш жил ажиллаж байгаа сэтгүүлч 4 байсан юм. Эндээс үзвэл эдийн засгийн чиглэлээр сэтгүүлчээр ажиллаад 1-4 жил болсон залуу сэтгүүлчид бараг ажилладаггүй бол 5-аас дээш жил ажилласан туршлагатай сэтгүүлчид энэ чиглэлээр мэргэших хандлагатай байдаг ажээ. Үүнийг нотлохын тулд “Эдийн засгийн чиглэлээр (албанд) ажиллаад хэдэн жил болж байна вэ?” гэсэн асуултад 1-4 жил ажилласан нь 11, 5-9 жил ажилласан нь 8, 10-14 жил ажилласан нь 2, 15-аас дээш жил ажилласан сэтгүүлч 2 байгаа нь эдийн засгийн чиглэлээр бичиж туршлага хуримт-луулсан сэтгүүлчид тал хувийг нь эзэлж, сэтгүүлчийн ажлын туршлага дээрээ тулгуурлан эдийн засгийн албаруу хуваарилагддаг болохыг харуулж байна.

Судалгаанд хамрагдсан 25 сэтгүүлчийн 18 нь эдийн засгийн тодорхой чиглэлээр мэргэших дамжаа, сургалтад хамрагдсан бол 7 нь огт мэргэшээгүй гэж хариулжээ. Мэргэшсэн сэтгүүлчдийн 15 нь уул уурхай, 8 нь банк санхүүгийн чиглэлээр мэргэших сургалтад хам-рагджээ. Үүнээс үзвэл эдийн засгийн салбарт сүүлийн үед

хамгийн эрчимтэй хөгжиж байгаа салбарт нь сэтгүүлчдийг мэргэшүүлэх сургалтууд явагдаад бусад чиглэл орхигдож байгаа нь ажиглагдлаа. Харин хөрөнгийн зах зээл, хөдөө аж ахуй, төсвийн чиглэлээр мэргэшсэн сэтгүүлч 4 байсан нь тэр бүр сэтгүүлчид бичдэггүй чиглэлээр улам нарийн мэргэшсэн нь давуу тал байна. Судалгаанд оролцогсдын 5 нь огт мэргэшээгүй байгаа нь энэ чиглэлээр бичдэг сэтгүүлчдийн мэргэшлийн хувьд асуудал байгааг илтгэж байв.

**Х**арин өөрийгөө үнэлэх үнэлгээн дээр 14 нь “дунд зэрэг” гэсэн хариулт өгсөн байхад, 11 нь “сайн” гэсэн хариулт өгчээ. “Маш сайн”, эсвэл “тааруу” гэсэн хариулт байсангүй. Эндээс сэтгүүлчдийн өөрийн үнэлгээний хувьд дунд зэрэг буюу цаашид гүнзгийрэн мэргэших шаардлагатай гэсэн үнэлгээг өөрсддөө өгчээ. “Сайн” гэсэн хариултын хувьд өөрсдийг ур чадвар, мэргэшсэн байдалд итгэлтэй байгаа нь тал хүрэхгүй хувьтай байна.

Судалгааны “Эдийн засгаар мэргэшсэн сэтгүүлчдийг хэрхэн бэлтгэвэл зохих вэ?” гэсэн асуултад 3 төрлийн саналыг дэвшүүлсэн байгааг бүлэглэн авч үзье.

*Мэргэшүүлэх давтан сургалт хийх.* Энэ саналыг 10 сэтгүүлч өгч ажлын байран дээрээ эдийн засгийн чиглэлээр мэргэших боломжийг дээшлүүлэх, давтан сургах нь үр ашигтай арга гэж үзжээ. Эдгээрээс онлайн сургалт, клуб байгуулах, мэргэшсэн байгууллагууд дэргэдээ сэтгүүлчийг мэргэшүүлэх сургалт явуулах зэрэг хэрэгжиж байгаа, хэрэгжих боломжтой чухал санаануудыг дурдсан байна.

*Нарийн мэргэшүүлэх чиглэлээр* чухал санал гарсан бөгөөд эдийн засгийн чиглэл дотроо нарийн мэргэших, тодорхой чиглэлийг барьж мэргэших нь

сэтгүүлчдийн хувьд чухал болохыг илэрхийлжээ. Тухайлбал, “Эдийн засгийн суурь ойлголтыг өгөх сургалтад хамруулах”, “Тодорхой нэг чиглэлд сургаж, мэргэшүүлэх”, “Чиглэл чиглэлээр нь сургалтад хамруулж, байнга хөгжүүлэх”, “Томоохон компаниуд сэтгүүлчдийг мэргэших сургалтад бие даалган суралцуулах нь чухал” гэх мэт. Ийнхүү нарийн мэргэшүүлэхэд эдийн засагчид болон чиглэлийн байгууллагуудын оролцоо чухал болохыг сэтгүүлчид санал болгожээ.

Харин *их дээд сургуулийн сургалтын хөтөлбөрийг сайжруулах, эдийн засгийн сэтгүүлчийг бэлтгэхэд анхаарах талаар* “Оюутан үед нь чиг баримжааг нь тогтоож, илүү мэргэжлийн түвшинд хичээл орох”, “Эдийн засгийн сэтгүүл зүйн хичээлийг тогтмол оруулах”, “Сэтгүүлч болохоор суралцаж байгаа оюутнууд цаашид аль чиглэлээр ажиллахаа шийдвэрлэж, тухайн чиглэлээрээ мэргэших нь чухал”, “Сэтгүүлчдээ хөгжүүлэх сургалтанд сайн хамруулж байх”, “Ажлын хажуугаар нь цаг завьг нь зохицуулан бэлтгэх нь үр дүнтэй” гэсэн хариултууд ирүүлсэн байв.

**Э**нд сэтгүүлч бэлтгэж байгаа сургуулиудад эдийн засгийн чиглэлээр сонгон болон заавал судлах байдлаар хичээлүүдийг төлөвлөгөөнд тусгах, цагийг нэмэгдүүлэх, чанарыг сайжруулах асуудлыг дэвшүүлэн тавьсан байна. Харамсалтай нь их, дээд сургуулиудад энэ чиглэлийн хичээл сургалтын төлөвлөгөөнд цаг нь багасч, зөвхөн сонгон судлах хичээл болж орж байгаа нь сэтгүүлчийг мэргэшүүлэх асуудал сургалтын бодлогын түвшинд алдагдсаныг илтгэж байна.

Өнөөдөр эдийн засгийн чиглэлээр сэтгүүлчдийг мэргэшүүлэхийн

тулд “Монгол банк”-наас эдийн засгийн сургалтыг жил бүр зохиож байгаа. Энэхүү сургалтад хамрагдах хүсэлтэй сэтгүүлч олон байдаг ч ажлын цаг зав чөлөөнөөс болоод төдийлөн хамрагдаж чадахгүй байна. Мөн “The Mongolian Mining Journal” сэтгүүлийн дэргэдэх “Хөгжлийн төлөө сэтгүүл зүй” төрийн бус байгууллагаас эдийн засгаар мэргэшиж буй сэтгүүлчдэд зориулсан хөтөлбөрийг тогтмол биш ч явуулдаг. Эдгээр сургалтыг эс тооцвол цаг наргүй ажилладаг сонины сэтгүүлчдийн тухайд ажлынхаа хажуугаар өөрийгөө хөгжүүлэх боломж нөхцөл дутмаг юм. Тиймээс редакцын бодлогоор сэтгүүлчдийг чадавхжуулахад анхаарах нь зүйтэй юм.

Сэтгүүлчид эдийн засгийн мэдлэг болосролоо дээшлүүлж, мэргэшихэд зарим нэг олон улсын эдийн засгийн боловсролын байгууллагын хэрэгжүүлж байгаа үйл ажиллагаанд оролцох, түүнээс суралцах зайлшгүй шаардлагатай юм. АНУ-д л гэхэд Эдийн засгийн боловсролын зөвлөл, Эдийн засгийг заан сургах сан, “Өсвөр насныхны амжилт” зэрэг төв үйл ажиллагаа явуулж байна. Эдгээр байгууллагууд нь АНУ-ын Холбооны нөөцийн системийн үйл ажиллагааг чиглүүлэн эдийн засгийн боловсролыг олгодог. Манайд ийм мэргэжлийн байгууллагуудтай редакц, сэтгүүлчид хамтын ажиллагаагаа хөгжүүлэх шаардлага тулгарч байна.

**Нийтлэлийн бодлогод тулгамдаж буй асуудал.** Эдийн засгийн мэдээллийн багтаамжийг нэмэгдүүлэх, зай талбай, агуулгыг өргөжүүлэх хэрэгтэй байна. Учир нь зарим сонин эдийн засгийн тогтсон нүүр, булантай ч төдийлөн ач холбогдол өгөхгүй, тогтмолжуулахгүй байгаа нь судалгааны явцад ажиглагдав. “Засгийн газрын

мэдээ” сонины хувьд эдийн засгийн мэдээлэлд өгч буй нийтлэлийн бодлогын ач холбогдол өндөр байгааг эс тооцвол бусад сонинд энэ төрлийн мэдээллийг бусад асуудлын дараа тавьж байна. Энэ нь улс орны эдийн засгийн ээдрээтэй өнөө цаг үед сонины нийтлэлийн бодлогын сул тал болж байна.

“2012 онд өдөр тутмын сонинд 10 орчим хувь эзэлж байсан эдийн засгийн мэдээллийн орон зай 2017 онд 30 хувь хүрсэн байна. Тиймээс эдийн засгаар бичдэг тоймчдыг чадавхжуулан бэлдэх, эдийн засгийн мэргэжилтнүүдийг татан оролцуулж ажиллах нь үр дүнтэй арга зам юм. Олон улсын хэвлэлийн практикт эдийн засгийн мэдээллийн эзлэх хувь 50 хувь байна”<sup>1</sup>. Тэгвэл бидний судалгаагаар өдөр тутмын сонины сэтгүүл зүйн мэдээлэлд оногдох зай талбайн 25-30 хувь эдийн засгийн мэдээлэл байгаа нь боломжийн үзүүлэлт хэдий ч олон улсын жишигт хүрэхгүй байгаа бөгөөд сэдэв, асуудал сонгож хөндөх, задлан шинжилж тайлбарласан томоохон бичвэрүүд дутагдалтай болох нь харагдаж байв.

Орчин үед эдийн засгийн мэдээлэл улс төр, нийгмийн бусад салбарын мэдээллээс ч илүү чухлаар тооцогдох болсон. Иргэдийн амьжиргаа, ажил хөдөлмөр эрхлэлт, улс орны хөгжил эдийн засаг дээр тогтдог болсон өнөө цагт сонин хэвлэл энэ чухал хэрэгцээт мэдээллийг боловсруулж бэлтгэн бүтээгдэхүүн болгож түгээх мэдээллийн бизнесийг сайтар хөгжүүлснээр ашиг орлого, байр суурийг олж авах ач холбогдолтой. Эдийн засгийн мэдээлэл хувь хүний төдийгүй шийдвэр гаргах түвшинд ч тодорхой хэмжээнд нөлөөлдөг. Энэ бүхнээс үзэхэд эдийн засгийн мэдээллийн эзлэх хувийг хасаж, багасгах бус эсрэгээрээ

тэлж, нэмэгдүүлэх мэдээллийн эрэлт, хэрэг-цээ бий.

**Я**лангуяа эдийн засгийн мэдээллийн талаарх *нийтлэлийн бодлогод шинэчлэл хийх* хэд хэдэн арга зам байна.

1. Зах зээлээ тэлэх бодлого барих гэтэл сонины зах зээл бодит байдал дээр ихээхэн хумигдаж байна. Өдөр тутмын сонинуудын захиалга, борлуулалт жилээс жилд эрс буурч байгаа нь интернетийн хэрэглээний эрчимтэй өсөн нэмэгдсэн хурдтай шууд хамааралтай юм. Товчоор хэлбэл уншигчид цаасан сонин унших нь эрс багасч, цахим орчинд мэдээлэл хүлээн авахыг гол хэрэглээгээ болгож байна. Гэвч үүнийг сөрөг хүчин зүйл гэхээсээ илүүтэй, эергээр ашиглах бодлогыг барих нь чухал юм. Эдийн засгийн мэдээллийг ганцхан удаа уншаад өнгөрөх биш боловсролтой хэрэглэгчид авч хадгалах, харьцуулалт хийх, байнга ажиглаж байхыг эрмэлздэг тул өдөр тутмын сонинд эдийн засгийн мэдээллийг цахим хувилбараар түгээж, тусгай дата бүрдүүлж ажиллавал сонины зах зээлд шинэ гарц болно.

2. Олон улсын практикт дэлгэрч байгаа нэг чухал арга зам болох *англи хэлээр эдийн засгийн мэдээллийн цахим хувилбар гаргах* явдал юм. Үүний жишээ нь “Олон улсын зах зээлд гарахаар илүү олон хэл дээр контент үйлдвэрлэж байна. “FT China” л гэхэд 1.7 сая захиалагчтай”<sup>2</sup> ажээ. Монголын эдийн засгийн мэдээллийг даяар сүлжээнд түгээх хувилбарт шуурхай шилжих нь зах зээлээ тэлэх нэг чухал алхам. Ингэснээр монголын эдийн засгийг сонирхогчид, хөрөнгө оруулагчид, олон улсын зах зээлд оролцогч гол тоглогчид төдийгүй эдийн засгийн мэдээллийн өндөр боловсролтой уншигчдыг татах хүчин зүйл бүрдэнэ.

3. *Сонины нүүр, булангийн зохион байгуулалтыг шинэчилж эдийн засгийн мэдээллийн хувь хэмжээг нэмэгдүүлэх, ач холбогдлыг өсгөх бодлого барих.* Өнөөгийн сонины уншигчдын дийлэнх нь боловсролтой, буурьтай, нийгмийн элит түвшний хэрэглэгчид болсон. Тэдний хувьд улс орны нийгэм-эдийн засгийн болон байгууллага, компани, хувийн бизнесийн ач холбогдолтой, хэрэгцээтэй эдийн засгийн мэдээллийг сониноос авч байдаг.

**Эдийн засгийн мэдээллийн боловсруулалт, чанарт тулгамдаж буй асуудал.** Хамгийн ихээр тулгамдаж буй энэ асуудлын гол шалтгаан нь хоёр зүйлтэй холбоотой байгаа нь судалгаагаар харагдлаа.

1. Эдийн засгийн холбогдолтой зүйл, шинэ соргог сэдвүүд тайлбар, задлан шинжилгээ шаардахын дээр төрөл бүрийн тоон, статистик үзүүлэлтүүдийн утгыг тайлах, түүний үр нөлөө, учир шалтгааныг тайлбарлах зэргээр гүнзгий боловсруулалт хийж мэдээлэхэд анхаарах хэрэгтэй байна. Үүний тулд сонинууд болон энэ чиглэлээр бичдэг сэтгүүлчид орчин үеийн дэвшилтэт технологийг эзэмшиж ашиглах, тэдгээрийг байнгын хэрэглээ болгох шаардлагатай байна. Тухайлбал, “Pocket CAS Mathematics Toolkit”, “Economic Growth”, “Khan Academy-iTunes U”, “Bloomberg-Yahoo Finance”, “Econ Ed Mobile”, “Oanda Forex Trading”

зэрэг аппликэйшнийг ашигласнаар сэтгүүлчид эдийн засгийн мэдээллийг боловсруулах мэдлэг чадвараа дээшлүүлэх, өдөр тутмын үйл ажиллагаандаа ашиглаж, эдийн засгийн мэдээллийг боловсруулж үр дүнг нь тооцох, үнэлэн дүгнэх боломжтой юм.

“Pocket CAS Mathematics Tool kit” - Өөрийн дата мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийж, тооцоолон бодоход хамгийн хэрэгтэй апп. 2D, 3D зургийн төсөл байгуулах нэмэлт хувилбартай, тооцоолон бодох үйлдлийг гүйцэтгэх, альгебрийн томъёо, өгөгдлийг хувиргах олон сонголтуудтай. Статистик тоон үзүүлэлтийг бичвэртээ ашиглах нь хэрэглэгчдэд илүү тохиромжтой гэж сэтгүүлчид үздэг.

“Economic Growth” нэртэй аппликэйшн нь эдийн засаг хэрхэн өсдөг болон эдийн засгийн өсөлтийг хэрхэн хэмждэг талаарх суурь мэдээллийг багтаасан

байдаг. Түүнчлэн бодит амьдрал дээр эдийн засгийн өсөлт ямар зарчимаар явагдаж байгааг хялбарчлан ойлгож болох мэдээлэл өгдөг. “Khan Academy-iTunes U” апптай адилхан энэ апп нь онлайнаар дамжуулан эдийн засгийн суурь мэдлэгтэй болоход ялангуяа микро эдийн засгийн мэдээллийг боловсруулахад тохиромжтой. “Bloomberg- Yahoo Finance”-тай эн зэрэгцэх нэр хүндтэй санхүүгийн аппын нэг нь “Блүүмберг” юм. Энэ апп нь бизнес, санхүүгийн мэдээний, зах



*Эдийн засгийн холбогдолтой зүйл, шинэ соргог сэдвүүд тайлбар, задлан шинжилгээ шаардахын дээр төрөл бүрийн тоон, статистик үзүүлэлтүүдийн утгыг тайлах, түүний үр нөлөө, учир шалтгааныг тайлбарлах зэргээр гүнзгий боловсруулалт хийж мэдээлэхэд анхаарах хэрэгтэй байна. Үүний тулд сонинууд болон энэ чиглэлээр бичдэг сэтгүүлчид орчин үеийн дэвшилтэт технологийг эзэмшиж ашиглах, тэдгээрийг байнгын хэрэглээ болгох шаардлагатай байна*





зээлийн дата, багцыг мөшгих гэх зэрэг хэсэгтэй. Багцыг мөшгих хэсэг нь л гэхэд ашигтай мэдээллээр дүүрэн байх бол мэдээний хэсэгт нь энэ салбарт хамгийн сүүлд болсон үйл явдал, түүний дүгнэлт, үзэл бодлоо илэрхийлэх гэх зэрэг талбартай байдаг.

Мөн “Oanda Forex Trading” нь эдийн засгийн боловсрол олгох, зугаацуулах шилдэг аппын нэг юм. Үзүүлэн таниулах хувилбараар хуурамч мөнгөн тэмдэгтээр хөрөнгө оруулалт хийж бодит мөнгөн тэмдэгтийг худалдан, худалдан авах, оруулсан хөрөнгө оруулалт нь хэр амжилттай явааг мөшгих зэргээр эдийн засгийн боловсролыг хүртдэг. Эрсдэлгүйгээр хөрөнгө оруулалт хийх суурь мэдлэгтэй болоход чиглэгддэг.

**Э**дгээр цахим хэрэгслийг ашиглаж сэтгүүлчид эдийн засгийн мэдээллийг боловсруулах тал дээр туршлага хуримтлуулахын дээр үйл ажиллагаандаа хэвшил болгож чадвал мэдээллийн боловсруулалт, чанарт ахиц гарах гарц болох нь ойлгомжтой.

2. Сүүлийн үед сонин хэвлэлээр мэдээллийг текст, тайлбар хэлбэрээр хүргэх нь төдийлөн үр дүнгүй болжээ. Ялангуяа мэдээллийн технологийн дэвшлийг дагаад эдийн засгийн мэдээллийг боловсруулан хүргэхэд дата ашиглах, визуаль мэдээлэл болгон боловсруулах явдал чухал байна. Судалгааны явцад сонины визуаль мэдээлэл ашиглалтын түвшингээр “Засгийн газрын мэдээ” сонин хамгийн өндөр төдийгүй, технологийн талаасаа шилдэг туршлага болж байна. Сонин хэвлэлүүд бичвэртээ визуаль хэрэглэгдэхүүнийг тодорхой хэмжээнд түлхүү ашиглаж байгаа нь судалгааны явцад ажиглагдсан. Ингэхдээ хүснэгт, график, диаграм, инфографик зэргийг

өөрсдөө боловсруулж, зохиож байгаа нь ховор бөгөөд албаны эх сурвалжуудаас шууд авч хэрэглэдэг нь илт байлаа.

Бидний сэтгүүлчдийн дунд хийсэн судалгаанд “*Та эдийн засгийн бичвэртээ дата мэдээллийг хэрхэн ашигладаг вэ?*” гэсэн асуултанд 22 нь “ашигладаг” гэж хариулсан бол 3 нь хариулт өгөөгүй байна. Харин хэрхэн ашигладаг талаар “*Статистик, төсөв, Сангийн яамны вэб хуудас, ҮСХ-ны мэдээ, мэдээлэл авах*”, “*Олон эх сурвалжаас дүгнэлт хийдэг*”, “*Монгол-банк, Сангийн яам, Уул уурхайн яам, Азийн хөгжлийн банкны эдийн засгийн төлөв гээд дата мэдээллүүдийг ашигладаг*”, “*Эх сурвалж болон салбартаа мэргэшсэн эдийн засагчдаас авдаг*”, “*маш сайн ашигладаг*”, “*дүн шинжилгээ хийдэг*” зэргээр хариулсан бол нэг сэтгүүлч “*Ашиглахыг маш их эрмэлздэг. Гэвч мэдлэг чадвар байнга дутагддаг*”, өөр нэг нь “*боломжоороо*” гэж хариулсан нь эдийн засгийн сэтгүүлчдийг дата мэдээллийн сургалтад хамруулах зайлшгүй шаардлагатайг илэрхийлжээ.

Эдийн засгийн сэтгүүл зүйн арга хэрэглүүрүүдийг илүү өргөн хүрээнд ашиглах шаардлагатай байна. Текстийн дунд хэт олон тоо баримт дурдах, зарим тохиолдолд визуаль хэрэглэгдэхүүнийг ашиглахдаа уйтгартай, уламжлалт байдлаар илэрхийлсэн дутагдал байв.

Мөн эдийн засгаар бичдэг сэтгүүлчдээс авсан судалгаанд Үндэсний Статистикийн Хорооны датаа мэдээллийг хувиргадаг программыг ашигладаг, тэрхүү программ хамгийн шилдэг хэрэглүүр болдог талаар бичсэн байгаа юм. Эдийн засгийн сэтгүүлчид энэ программыг тэр бүр ашигладаггүй ч сонинууд ҮСХ-оос гаргасан эдийн засгийн үзүүлэлтийг илтгэх визуаль

мэдээллийг шууд авч ашигладаг болох нь ажиглагдлаа. Гэхдээ хэвлэлүүд визуаль мэдээллийг боловсруулан бэлтгэх өөрийн гэсэн туршлагыг хуримтлуулж мэдээлэл, бичвэртээ тогтмол ашигладаг болох нь чухал байна. Сонинд нийтлэгдсэн визуаль хэрэглэгдэхүүнүүд нь олон улсын зарчимд нийцэхгүй байгаа нь ажиглагдлаа. Тиймээс дата мэдээллийг боловсруулах арга ухаанд суралцах, бусад улс орнуудын сонин хэвлэлийн туршлагыг судлах шаардлагатай юм.

График дүн шинжилгээ бүхий дата визуальийг агуулгадаа тохиромжтой загварт оруулах шаардлагатай. Тааламжтай харагдаж байгаа ч гэсэн нарийн төвөгтэй загвар нь тухайн мэдээллийг ойлгомжгүй болгож орхидог. Ийм учраас загварчилсан хэсгүүдэд дата мэдээллийг үнэн зөв оруулахаас гадна ойлгомжтой, сонирхол татахуйц байх шаардлагатай. Үүний тулд дизайнерууд нь дата мэдээлэлд сайтар дүн шинжилгээ хийж, мэдээллийн нэн чухлын дарааллаар нь ангилах, тэдгээрийн утга нь бичвэртэй нийцэж байгаа эсэхийг нягтлах хэрэгтэй.

Мөн Фрейдман “Дата визуальийн гол зорилго нь мэдээллийг нөлөө бүхий графикаар дамжуулан зөв мэдээллийг хүргэх явдал”<sup>3</sup> гэсэн байдаг. Энэ нь дата визуаль нь үүрэг зорилгын дагуу хэт энгийн байх эсвэл хэтэрхий гоёдсон байна гэсэн үг биш. Санаагаа үр нөлөөтэй болгох, гоо зүйн хэлбэр, үүрэг зорилгыг хамтад нь нэгтгэхийг хэлж байгаа юм.

Эдийн засгийн сэтгүүлч тоо томшгүй олон баримт, албаны мэдээг хөнгөн бичлэг, энгийн үг хэллэгээр жирийн уншигчдад амар уншигдахаар бичих ур чадвартай байх хэрэгтэй. Ур чадвар гэж онцолж байгаагийн учир нь

сэтгүүлч хүн ямар ч баримт мэдээллийг жирийн буюу дундаж боловсролтой хүн ойлгохоор хэмжээнд боловсруулж бас хүү утга санааг алдагдуулж болохгүй гэсэн сэтгүүл зүйн зарчимтай юм. Эдийн засгийн сэтгүүлчийн нийтлэл, нэвт-рүүлгийн сэдэв хэзээд тоо баримт, санхүү, бизнесийн үг хэллэг гэх мэт уншигчдад амар хялбар ойлгуулахад бэрх баримт сэлтээр дүүрэн байдаг. Тэдгээр баримтыг боловсруулан уншигчдад хүргэх нь эдийн засгийн сэтгүүлчээс мэргэжлийн өндөр ур чадвар шаарддаг.

График, дүрст тэмдэгтийн зохиомж, илэрхийлэл нь мэдээллийн гол чухал баримт үзэл санааг тодотгохоос эхэлнэ. Энд нэг талаас уншигчдад юуны тухай график дүрс вэ гэдгийг ойлгоход хялбар тодорхой байхыг нөгөө талаас агуулга мэдээллийн илэрхийллийг үндэслэн тэмдэгтийг сонгох аж. Үүнээс гадна дүрс, графикийн билэгдэл нь үйл явдал үзэгдэлтэй яв цав нийцэж байх, харьцуулалт байгаа бол оновчтой, логик холбоотой байх, өнгө, байршил, хэмжээ нь тодорхой, уншигчдад сэтгэгдэл төрүүлэхүйц байх эдгээр зарчмыг санах учиртай. Ер нь бол график дүрст тэмдэгтийг зөвхөн тоон үзүүлэлтийг илэрхийлэх талаас авч үзэх нь буруу бөгөөд унших, мэдээлэл байхыг чухалчлах нь зүйтэй билээ<sup>4</sup>.

Дээр дурдсанчлан манай сэтгүүлчид үндэсний мэргэжлийн ганц хоёрхон эх сурвалжаас эдийн засгийн мэдээллийг визуаль хэлбэрт оруулснаар авч ашигладаг байна. Мөн ашиглаж байгаа эх үүсвэрүүд нь цөөхөн байдаг тул харьцуулалт, боловсруулалтын чанарт учир дутагдал үүсэх шалтгаан болдог ажээ.

Сэтгүүлчид “Эдийн засгийн бичвэртээ визуаль хэрэглэгдэхүүн

ашигладаг уу?” гэсэн асуултад бүгд “ашиглаж байгаа” гэж хариулсан бөгөөд “инфографик, график, фото болон хүснэгтэн хэлбэрээр бэлтгэж ашигладаг” гэсэн байлаа. Гэвч “Визуаль хэрэглэгдэхүүнээ ямар программ дээр боловсруулдаг вэ?” гэсэн асуултанд “Сониныхоо эх бэлтгэгчдээр туслуулдаг” гэж 4 сэтгүүлч хариулсан бол, Exsel, Indesign, Photoshop, Word, PDF зэрэг хэвлэлийн эх бэлтгэл, оффис програмуудаас ашигладаг гэж 8 сэтгүүлч хариулжээ. Харин “Зарим нэгийг олон улсын бэлэн темплетүүд ашиглаж боловсруулна”, “ЗҮСХ-ны шууд хувиргадаг программ ихээхэн үр дүнтэй, таалагддаг”, “Интернетийн зарим үнэгүй аппликэйшнүүд ашигладаг” хэмээн нэлээд бүтээлч хандлагатай хариултуудыг өгсөн байна. Эндээс манай сэтгүүлчид визуаль мэдээлэл боловсруулах арга, туршлагад суралцаж байгаа гэж дүгнэж болох ч мэдлэг, чадварыг тусгайлан эзэмшүүлэхэд анхаарах хэрэгтэй гэж үзлээ.

Хамгийн гол нь манай сэтгүүлчдийн дунд интернет дэх визуаль мэдээлэл бэлтгэдэг аппликэйшн, темплет, программ зэргийг төдийлөн мэдэхгүй, ашиглахгүй байгаа нь гол дутагдал юм. Тиймээс цахим орчинд эдийн засгийн мэдээлэл авч болох зарим нэг аппликэйшнийг ашиглаж эдийн засгийн сэтгүүлчид үйл ажиллагаандаа байнга хэрэглэж дадахыг зөвлөж байна. Үүнд “Economic Times”, “Yahoo Finance”, “Castbox”, “The Economist: UK and World news”, “Oanda currency converter”-ий жишээ-гээр ажиллаж болно.

**Сонины технологийн хүрээнд тулгамдаж буй асуудал.** Сонины хувьд эдийн засгийн сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааг өргөжүүлэх чиглэлээр манай сонинууд дорвитой ажлуудыг хийж, технологийн шинэ шатанд гарах

шаардлагатай болжээ. Ийм дөрвөн арга замыг саналд болгож байна.

1. Эдийн засгийн чиглэлээр мэдээлэл боловсруулан бэлтгэдэг компани байгуулж, хамтран ашиглах,
2. Эдийн засгийн боловсролтой уншигч-хэрэглэгчдээ бэлтгэх, төвлөрүүлэх,
3. Эдийн засгийн мэргэжлийн эх сурвалж, мэргэжилтнүүдийн идэвхтэн бичигчдийн сүлжээг байгуулах, ашиглах,
4. Сонины эдийн засгийн мэдээллийг цахим дата болгон хувиргах, сүлжээ үүсгэх, агуулгын хөгжүүлэлт хийх зэрэг юм.

Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд хамтран дата болон визуаль мэдээлэл боловсруулдаг компани байгуулж, хамтран ажиллах нь хамгийн тохиромжтой арга зам болжээ. Энэ чиглэлийн мэргэшсэн баг ийм байгууллага, нэгж байгуулж мэдээллийг орчин үеийн хэлбэрт боловсруулж хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдэд худалдах, нийлүүлэх туршлага томоохон улс орны мэдээллийн үйлдвэрлэлийн салбарт нэвтэрчихээд байна.

Эдийн засагч, графикч, сэтгүүлчдээс бүрдсэн баг төрийн болон бизнесийн байгууллагатай хамтран энэ төрлийн мэдээллийн урсгал бий болгож, түүнийг боловсруулж хэвлэлд худалддаг тогтолцоо бүрдсэн нь орчин үеийн загвар болжээ.

**О**лон нийтэд эдийн засгийн боловсрол олгох тал дээр зарим төрийн бус байгууллага болон Монголбанкны Олон нийтийн боловсрол, мэдээллийн төвийн сэтгүүлчдийг хамруулдаг сургалтыг эс тооцвол дутмаг юм. Судалгааны явцад зарим сонинд олон нийтэд эдийн засагтай холбоотой зарим зүйлийг танин



мэдүүлэх шинжтэй бичвэр мэр сэр нийтлэгдсэн байлаа.

Эдийн засгийн мэдээлэл хувь хүний төдийгүй шийдвэр гаргах түвшинд ч тодорхой хэмжээнд нөлөөлдөг. Энэ бүхнээс үзэхэд эдийн засгийн мэдээллийн эзлэх хувийг хасаж, багасгах бус эсэргээрээ тэлж, нэмэгдүүлэх шаардлагатай юм. Энэ төрлийн мэдээллийг зөвхөн мэргэжлийн хүмүүс ойлгох түвшинд биш бүх хүнд ойлгомжтойгоор цаг үеийн, дэлхий нийтийн мэдээллийг сэтгүүл зүйн ёс зүйн үүднээс илүү бодитой үнэн зөв, баримтад тулгуурлан түгээх нь зүйн хэрэг. “Хумигдаж байгаа зах зээлээс булаацалдах бус зах зээлийнхээ хэмжээг тэлэх шаардлагатай, технологийн хөгжлөөс цэрвэх бус ашиглах зайлшгүй шаардлага байна. Нийгмийн ойлголтыг өөрчлөх, сонины үнийг зохистой хэмжээгээр өсгөх замаар үнэ цэнийг нэмэгдүүлэх, мэдлэг болохуйц мэдээллийн хэмжээг өсгөх, өдөр тутмын сонинууд хоорондоо хамтрах”<sup>5</sup> зэрэг судлаачийн дүгнэлтийг ч анхаарч үзүүштэй. Үүнээс үүдэн эдийн засгийн сэтгүүл зүйн судалгааг эрчимжүүлж, судлаачид байнгын санал зөвлөмж, үнэлгээг хэвлэлийнхэнд хүргэж байвал зохис-той. Эдийн засгийн сэтгүүл зүйн судалгаа дутмаг байна. Энэ нь салбарын хөгжилд асар их үгүйлэгдэж байгаа зүйл юм. Эцэст нь олон улсын практикт дэлгэрч байгаа нэг чухал арга зам болох англи хэлээр цахим хувилбараар монголын эдийн засгийн мэдээллийг даяар сүлжээнд түгээх хувилбарт шуурхай шилжих нь зах зээлээ тэлэх эдийн засгийн мэдээллийн хэрэгцээ өндөр боловсролтой уншигчдыг татах хүчин зүйл мөн юм. Үүний жишээ гэвэл “Олон улсын зах зээлд гарахаар илүү олон хэл дээр контент үйлдвэрлэж

байна. “FT China” л гэхэд 1.7 сая захиалагчтай”<sup>6</sup> ажээ.

Сэтгүүлчид, худалдааны тайлан, захидал харилцаа, интернет, олон улсын байгууллагууд зэргээс мэдээлэл олж авах хүүхдэд ч, жижигхэн компанид ч, үндэсний цөөнхөд ч хамаатай байх, ихэнх хүмүүсийн анхааралгүй орхидог бүх төрлийн мэдээллийг гаргаж ирэх нь ур чадварын асуудал гэдгийг зарим эдийн засгийн онц сонирхолтой мэдээллийн жишээнээс харж болохоор байна.

**С**айдыг дагалгүйгээр орлогын түвшин бага хүнийг дагаж хоолны газраар яв. Төв банкны захирлыг бус зүгээр л судлаач залууг дагаж мэдээлэл олж ав гэсэн дүрэм бий. Хэрвээ зах зээлийн тухай нийтлэл бичих гэж байгаа бол академик судлаачидтай ярилцах, тэдний ярилцлагыг уншихаас өөр сайн зүйл үгүй. Ихэнх эрхлэгч академичдийг үгүйсгэдэг боловч эдийн засгийн үйл явдлын талаар онолын хувьд болон практикийн хувьд асар их мэдлэгтэй байдаг. “Вол Стрийт” сэтгүүл л гэхэд “Гласс Сийгал гэсэн нэрийн дор академичдыг урьж ямар үйл явдал өрнөх талаар урьдчилсан таамгийг дэвшүүлж байдаг нь бодит байдлаас зөрдөггүйг манай эдийн засгийн сэтгүүлчид мөрдлөг болгох хэрэгтэй юм.

**Дүгнэлт.** Өнөөгийн сонинуудад эдийн засгийн мэдээллийг бэлтгэн хүргэх арга ухаан, туршлага бүрэн төлөвшихөд тулгарч буй асуудал цөөнгүй байна. Үүнд:

- Эдийн засгийн салбарын хөгжил, харилцаа, ээдрээтэй асуудлуудыг дагаад тайлбар шаардсан мэдээлэл их гарах болсон ч сонины бичвэрүүдийн чанараас харвал сэтгүүлчдийн эдийн засгийн мэдлэг боловсрол дутмаг байна. Үүнийг энэ чиглэлээр дагнан бичдэг сэтгүүлч-

дийн дунд хийсэн бидний судалгаан дахь мэргэшлийн байдал, нарийн мэргэших сонирхол, боловсронгуй болгох санал, өөрийн үнэлгээ зэрэг нь давхар нотолж байна.

- Технологийн хөгжил, шинэ мэдээллийн хэрэгслийн чиг хандлагыг даган хэрэглэгчдийн хувьсан өөрчлөгдөж буй сонирхолд нийцсэн визуаль хэрэглэгдэхүүн дата мэдээллийг зохистой, үр өгөөжтэй ашиглах хэрэгцээ шаардлагыг сонинууд тэр бүр хангаж чадахгүй байна.
- Эдийн засгийн мэдээллийг идэвхгүй шууд дамжуулах, “хатуу”, ойлгомжгүй хуурай байдлаар нийтлэх, макро түвшний мэдээллийн загварын далд утгыг орхигдуулах, эдийн засгийн мэдээллийн үндэс болох тоон утга, статистик үзүүлэлтийн цаад утга, агуулгыг нээн гаргахгүй мэдээлэх зэргээр боловсруулалтын алдаа дутагдал түгээмэл байна. Энэ нь сонинуудын хувьд эдийн засгийн мэдээллийг чанаржуулах, бэлтгэн боловсруулах талаар орчин үеийн уншигчдын түвшин, хэрэгцээ, сонирхолд нийцэхүйц дэвшилтэт технологи ашиглахгүй, санаачилга гаргахгүй байгаатай холбоотой юм.

#### Ишлэл

- <sup>1</sup> Жаргалмаа Г. (2017) “Олон улсын сонины зах зээл ба эдийн засгийн мэдээллийн ач холбогдол” илтгэл. УБ., Өдөр тутмын сонины форум. 2017 оны 9-р сарын 21.
- <sup>2</sup> Мөн тэнд.
- <sup>3</sup> Friedman V. (2008). Data Visualization and Infographics. Smashing Magazine.
- <sup>4</sup> Болд-Эрдэнэ Б. (2004), Сонины дизайн. УБ., х.59.
- <sup>5</sup> Жаргалмаа, Г., “Олон улсын сонины зах зээл ба эдийн засгийн мэдээллийн ач

холбогдол” илтгэл. УБ., Өдөр тутмын сонины форум. 2017 оны 9-р сарын 21.

<sup>6</sup> Мөн тэнд.

#### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд-Эрдэнэ Б. (2004) Сонины дизайн. УБ.
2. Жаргалмаа Г. “Олон улсын сонины зах зээл ба эдийн засгийн мэдээллийн ач холбогдол” илтгэл. Өдөр тутмын сонины форум. 2017 оны 9-р сарын 21. УБ.
3. Симон Баут нар. (2009) Эдийн засаг ба нийгмийн ардчилал // Фридрих-Эбертийн сангийн Улс төрийн боловсролын академиас эрхлэн гаргав. Бонн хот.
4. Пол Хемп. (1994) Хөгжиж буй орнуудад бизнес эдийн засгийн сурвалжлага хийх талаархи арван практик зөвлөгөө // Олон Улсын сэтгүүлчдийн төв. УБ.
5. Friedman V. (2008) Data Visualization and Infographics. Smashing Magazine.
6. De Melo M., Denizer C., Gelb A. (1996) Patterns of Transition from Plan to Market // The World Bank Economic Review, Vol.10, no.3.
7. Pandeli Pany (2016) Introduction to Business and Economic Journalism.

#### Summary

This paper based on survey of economic journalism as well as economic news. Research objectives were to improve quality of economic news as well as to identify problems to arrange economic news more useful to the receivers. The essence of the studies is results of the sample surveys and content analysis conducted in daily newspapers, as well as the results of the surveys conducted by journalists who are exclusively involved in economic journalism in the context of today's regular print.