

# МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

## ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№20/524

ШУС, НУС

2019

### ИНТЕРНЕТ ОРЧНЫ АУДИО КОНТЕНТЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ (монгол хэл дээр бэлтгэгдсэн подкастын жишээ дээр)

Б.Түвшинтөр\*

\*ХУИС-ийн Сэтгүүл зүй, медиа технологийн тэнхимийн эрхлэгч, магистр (МА)

**Түлхүүр үг:** Аудио подкаст, онлайн радио, аудио контент, реклам сурталчилгааны шинэ боломж

**М**эдээллийн нийгэмд хэрэгслүүд хийгээд тэмдэгтүүд хоорондын нэгдэлшил улам бүр төгөлдөржиж үүнийг дагаад олон нийтийн мэдээлэл харилцаанд ч мэдэгдэхүйц өөрчлөлтүүд гарч байна. Мэдээллийн хэрэглэгчдийн худалдан авах чадвар, мэдээлэл хэрэглэх зан төлөв, технологийн боломж, түүний ашиглалт гээд олон хүчин зүйлийн уялдаа, нөлөө энд буй.

Эл судалгааны ажлаар хэрэглээний хувьд үлэмж хялбаршсан онлайн радиогийн нэг төрөл гэж үзэж болох аудио подкастын өнөөгийн байдлыг монгол хэлтний жишээн дээр тодорхойлохыг зорилоо.

Судалж буй хэрэгслийн онцлог давуу тал нь нэгд, хэрэглэгч интернетэд үргэлж холбоотой байх шаардлагагүй, хоёрт, хэрэглэгчийн реклам сурталчилгаанаас зайлсхийх боломж бага, гуравт, рекламыг хэрэглэгчийн удаан хугацаанд төвлөрч сонссон нэвтрүүлэгч уншдагаас илүү итгэл төрүүлэхүйц байдаг гэх мэт. Мөн түүнчлэн сонин, сэтгүүл эсвэл дэлгэц ширтэн урт нийтлэл, ярилцлагууд унших шаардлагагүй. Үнэгүй цэгцтэй мэдээ мэдээлэл болон

ихэнх тохиолдолд академик мэдээлэл олж авна.

Подкаст гэдэг нь хэрэглэгчид цахим орчинд шууд үзэх, сонсохоос гадна хэрэглэж буй төхөөрөмждөө татаж аван хэрэглэхэд зориулагдсан дижитал аудио, видео цуврал нийтлэлийг хэлнэ<sup>1</sup> хэмээн тодорхойлжээ. Энэ ухагдахуун нь англи хэлний IPOD+BROADCAST хэмээх үгний нийлбэр. Эхнийх нь “хөгжим тоглуулагч” бичил төхөөрөмж нөгөөх нь “радиоогоор дамжуулах, мэдээлэх” гэсэн хоёр үгнээс үүссэн байна.

Подкастуудыг ихэнхдээ вэб хуудас, аппликэйшн эсвэл блогуудад байршуулдаг. Подкастыг үргэлжлэх хугацаагаар нь 2-4 минут, 18-25 минут, 30-45 минут болон 1 цагаас-2цаг гэж ангилан үзэж болохоор байна. Тухайлбал 2-4 минутын подкаст нэг зүйлийг товч тодорхой танилцуулах, 1-2 цагийнх нь олон зочин урьж оролцуулан асуулт хариулт, хэлэлцүүлэг маягаар өрнүүлэн хүргэдэг онцлогтой юм. Подкаст нь 1980-аад онд “audioblogging” нэртэй байсан. 2004 оноос эхлэн зөөврийн жижиг тоглуулагч хэрэглээнд орсноор илүү өргөн хэрэглэгддэг болсон. Өнөөгийн байдлаар 115 мянга гаруй подкаст интернет орчинд англи хэл дээр сонсоход бэлэн байна. Олон тооны сайт эдгээр подкастыг байр-

шуулж дамжуулахдаа үнэгүй, аль эсвэл багахан хэмжээний төлбөрийг сонсогч болон подкастуудаас авдаг байна.

Энэхүү судалгааны ажлаар уламжлалт радио болон цахим хэрэгслийн нэгдэл болох онлайн радиогийн нэгэн төрөл аудио подкастын хөгжил Монголд ямар түвшинд байгааг илрүүлж, тэдний үйл ажиллагаа нь дэлхийн жишигт хэрхэн нийцэж байгааг судлагаагаар харуулахыг зорилоо. Уг

судалгаагаар Монгол Улсад 2014 онд хамгийн анхны подкаст гарч эхэлсэн бөгөөд 2017 оноос өнөөдрийг хүртэл буурсан үзүүлэлттгүй, эрчимтэй хөгжиж байна.

**С**удалгааг хийхэд апп болон вэбсайт, сошиал медиа, блог, хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдээр шүүн үзэж одоогийн байдлаар монгол автортай 31 орчим подкаст байна.

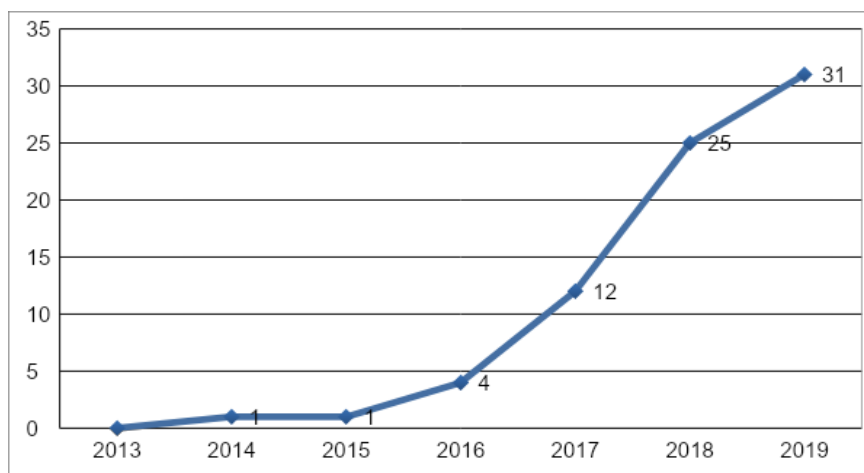


График 1. Жил бүр шинээр нэмэгдсэн подкастын тоо.

Эдгээр 31 подкастыг дотор нь тогтмол буюу тогтмол бус гэж ангилж авч үзсэн. Учир нь, одоогоор үйл ажиллагаа явуулахгүй зогсонги байдалтай байсан тул тогтмол бус гэж тодруулан авч үзлээ. Судалгаагаар 26 подкаст буюу 83.8 хувь тогтмол гарч байгаа нь сайшаалтай юм. Харин тодруулсан хүснэгт нь тогтмол бус 5 подкаст буюу 16.2 хувь нь тогтмол бус байна. Мөн тус бүрт нь тухайн подкастуудыг агуулга, хэмжээ, давтамжаар нь ангилан авч үзсэн.

Судалгаа хийсэн 31 подкастыг хэлбэр ба сэдвээр нь ангилан авч үзвэл дараах төрлүүдэд ангилж болохоор байна.

Хэлбэр:

- Ярилцлага
- Мэдээлэл

• Нийтлэл

Ярилцлага хамгийн их байгаагийн шалтгаан нь мэдээлэл түгэх хамгийн түгээмэл хэлбэр, мөн хүч хөдөлмөр бага зардаг мөртлөө баялаг мэдээллийг найдвартай эх сурвалжаас нь шууд авдаг давуу талтай холбоотой байх. Подкастуудын ярилцлага дийлэнх нь сэтгэл зүйч, эмч, сурган хүмүүжүүлэгч зэрэг хүмүүстэй яриа өрнүүлэн сонсогчдод хэрэгтэй мэдээлэл, түгээж байгаа нь ажиглагдсан.

Сэдэв:

- Зөвлөмж, сургамж
- Эрүүл мэнд
- Бизнес, эдийн засаг
- Соёл, шашин
- Хичээл
- Чөлөөт

Үүнээс үзэхэд дан зөвлөгөө өгдөг подкаст ч багагүй хувийг эзэлж байгаа нь энэ их мэдээллийн урсгал дунд

хүмүүст эрэлттэй, хэрэгтэй байгаа зүйлийн нэг нь зөвлөгөө, сургалт байгаа гэж таамаглаж байна.

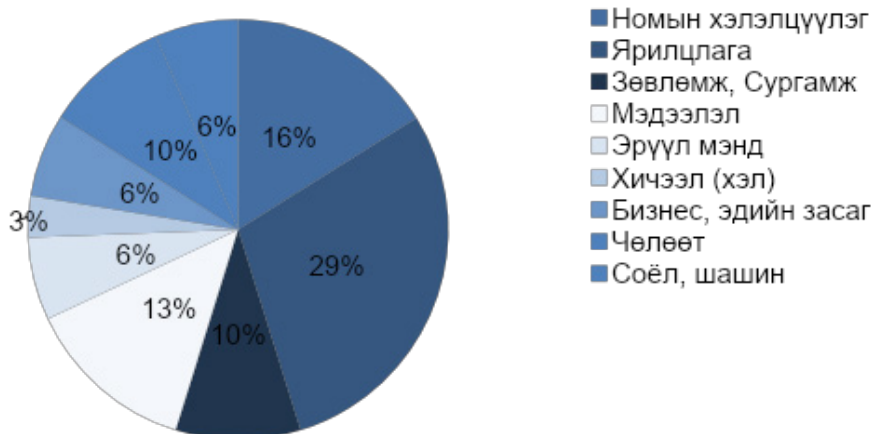


График 2. Подкастыг хэлбэр ба сэдвээр нь ангилав.

Тэгвэл аудио подкастын давтамжийг таван хэсэгт хуваан авч үзсэн. Нэг дугаар гаргадаг гурван подкаст байгаа бол сард дунджаар хоёроос таван дугаар гаргадаг подкаст ч бий. Долоо хоногт нэг дугаар гаргадаг 25 подкаст

буюу 80 хувь нь байна. Тэгвэл сард 15-18 дугаар гаргадаг подкаст нь Jargal DeFacto<sup>2</sup> юм. Түүний подкаст сэдвээрээ бизнес, эдийн засгийн ангилалд багтана.

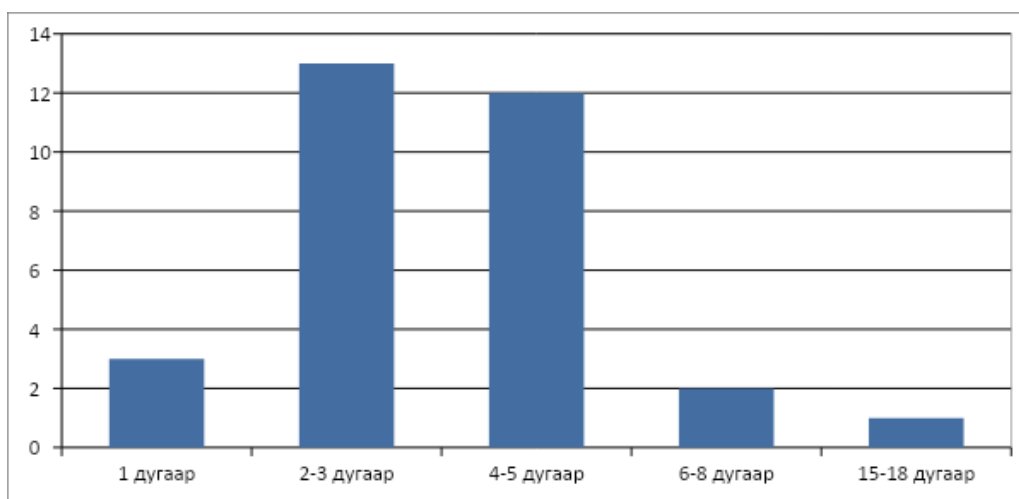


График 3. Подкастын давтамж.

**А**удио подкастууд ихэнхдээ 2-4 минут, 18-25 минут, 30-45 минут болон 1-2 цаг хүртэл үргэлжлэх хугацаанаас хамааран өөр өөр байдаг. Тухайн нийтлэгчийн өөрийнх нь дур бөгөөд агуулга хэлбэр, хэв маягийг нь тодорхойлох нэгэн хэлбэр юм. Жишээ

нь, 2-4 минутын подкаст нэг зүйлийг товч тодорхой танилцуулах, 1-2 цагийнх нь зочин урьж оролцуулан асуулт хариулт, хэлэлцүүлэг маягаар өрнүүлэн хүргэдэг. Тэгвэл монгол автортай аудио подкастуудын 16 буюу 51,6 хувь нь 30-45 минут үргэлжилдэг байна.

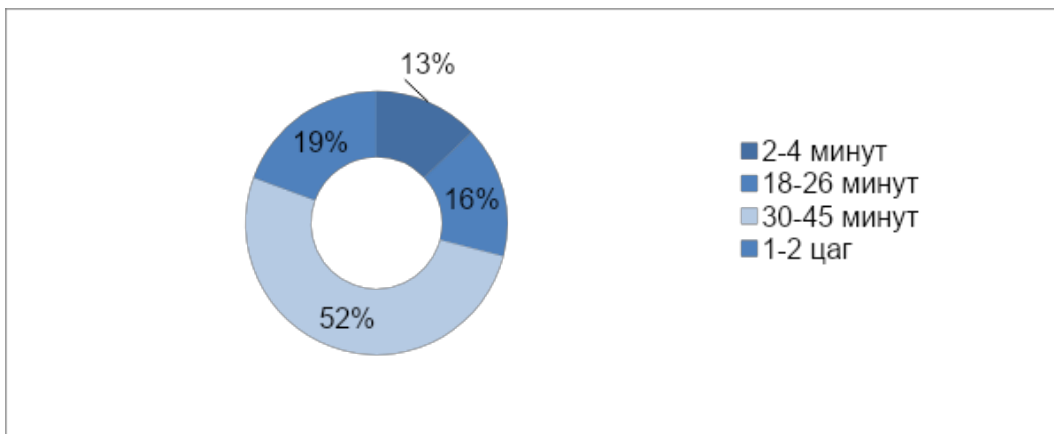


График 4. Подкастын үргэлжлэх хугацаа.

**Аудио подкастын агуулга, хэмжээ, давтамжийг харьцуулсан судалгаа**

Нийт 31 подкастаас хамгийн олон дугаартай зургаан подкастыг харьцуулан авч үзэхэд “Mongolian National

Radio”<sup>2</sup> подкаст нь сард 4-5 дугаарын давтамжтай нийт 245 дугаар гаргадаг байна. Гэсэн хэдий ч сонсогчдын хандалт бага байгааг харж болно.

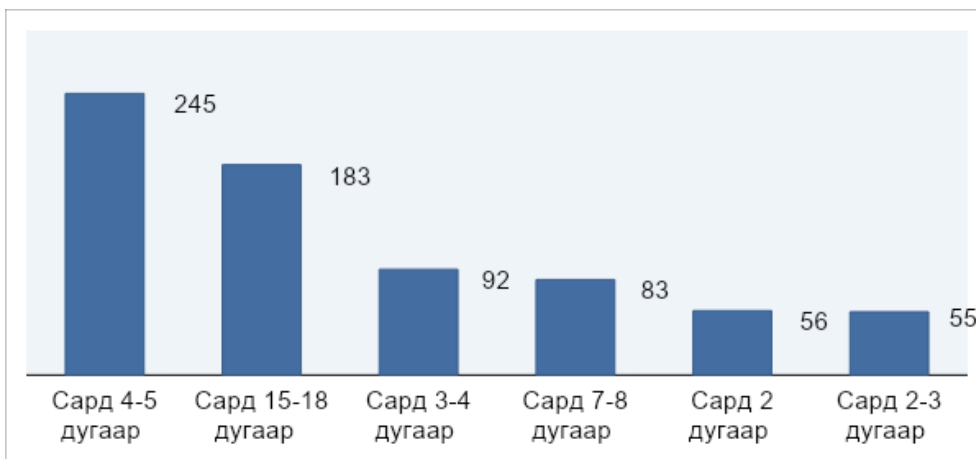


График 5. Хамгийн олон дугаартай подкастууд.

Харин эсрэгээрээ UNLOCK подкаст<sup>3</sup> сард хамгийн бага давтамжтай буюу 2-3 дугаар цацдаг хэдий ч сонсогчдын хандалтын тоогоороо тэргүүлж байна. Энэ нь тоонд бус чанарт илүү анхаарсан байдал нь ажиглагдсан.

Тэгвэл хамгийн их сонсолттой подкастуудын эхний зургаад UNLOCK подкастын дугаарууд байсан бол долоод амьдралын хэв маягийн тухай ярьцдаг SEHEETEN<sup>4</sup> подкаст оржээ. Үргэлжлүүлэн удаах байруудыг ч гэсэн unlock подкастын дугаарууд тэргүүлсэн

байна. Үүнээс үзэхэд номын хэлэлцүүлэг, ярилцлагын шинжтэй подкаст сонсогчдод хамгийн их таалагддаг нь харагдаж байна.

**Хамгийн олон хэрэглэгчид хүрсэн подкастын жагсаалт:**

Үүнээс үзэхэд хүмүүсийн хандлага тухайн подкаст урт байх нь тийм ч хамаагүй. Хамгийн гол нь сонирхолтой, хүртээмжтэй байж чадвал нэг цагийн подкастыг төвөгшөөлгүй сонсож чадна. Харин бага минуттай ч сонирхолгүй,

чанаргүй байвал хүмүүс тийм ч их ойшоохгүй байгаа нь харагдлаа.

Аудио подкаст нь дэлхийн зах зээлд эргэж байгаа рекламны өртөг нь сүүлийн таван жилд 85%-ийн өсөлттэй байгаа. Подкаст сонсож байгаа хэрэглэгчдэд хүрсэн рекламны мөнгөн дүн хэд дахин өссөн.

Хугацаа	Өсөлт
2016 vs 2015	+72%
2017 vs 2016	+85%
2018 vs 2017	+80%
2019 vs 2018	+50%

**Хүснэгт 1.** Дэлхийн зах зээлд эргэж байгаа подкастын рекламны өртөг.

#### Podcast рекламны онцлог:

- Рекламыг хэрэглэгчийн удаан хугацаанд төвлөрч сонсогч нэвтрүүлэгч уншдаг болохоор илүү итгэл төрүүлэхүйц байдаг,
- Бусад төрлийн рекламаас харьцангуй урт хугацаатай учир илүү их мэдээлэл дамжуулах боломжтой,
- Сонсогч тухайн рекламаас зайлсхийх боломж бараг үгүй,
- Реклам чухам хэдийд явахыг урьдчилан тааварлах боломжгүй.

**А**НУ-ын 2009 оноос 2017 оны хооронд подкаст сонсогчдын тоо 180%-иар өссөн ба нийт сонсогчийн дийлэнх нь 18-34 насныхан байна. Мөн 45 минут үргэлжлэх нэг подкастын 3.3% буюу 90 секунд нь зар сурталчилгаа байх нь илүү зохимжтой гэж “FORBES” сэтгүүлийн албан ёсны сайтад<sup>5</sup> онцолжээ. Харин манай оронд шинэ тутам хөгжиж буй эл хэрэгслийн боломжийг бизнесийн байгууллагууд дутуу үнэлж байна.

2019 оны байдлаар Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулдаг нийт FM

Радио шүүн авч үзлээ. Нийт 25 радио байснаас бүгд facebook хуудастай байна. Түүний гурван FM нь давхар подкаст платформ ашиглаж байна.

Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио 80 гаруй жилийн туршлагатай, мэргэжлийн үүднээс энэ салбарт манлайлагч байх ёстой хэдий ч онлайн радиогийн нэгэн төрөл болох аудио подкаст нь сонсогчдод бүрэн таалагдах хэмжээний сонирхолтой шинэлэг байж чадахгүй байгаа нь дээрх зурагнаас харагдаж байна.

Учир нь, радиогоор явж байгаа мэдээ мэдээлэл, нэвтрүүлгээ ямар ч цензургүй, подкастандаа давхар оруулж байгаа нь сонсогчдод сайшаалтай биш юм. Радиогоор явсан контентыг давхар утсандаа суулган сонсох хүн ховор болов уу хэмээн таамаглаж байна.

Аудио, видео контент үйлдвэрлэдэг мэргэжлийн байгууллагуудын үйл ажиллагаа дутмаг байна. Үүнээс шалтгаалж тус хэрэгслийн сэдэв явцуурах талтай.

#### Дүгнэлт

Дэлхий дахинаа эрчимтэй хөгжиж буй онлайн радиогийн нэгэн төрөл болох аудио подкаст монгол оронд ямар түвшинд байгаа, тэдгээр аудио подкастын өнөөгийн байдал үйл ажиллагаа нь дэлхийн жишигт хэрхэн нийцэж байгааг нь судалгаагаар харуулахыг зорьсон.

Монгол оронд уламжлалт радио болон цахим хэрэгслийн нэгдэл болох онлайн радиогийн нэгэн төрөл аудио подкаст 2014 оноос танигдсан ба 2017 оноос өнөөдрийг хүртэл буурсан үзүүлэлтгүй эрчимтэй хөгжиж 31 орчим подкаст байгаа нь тодорхой боллоо.

Нийт 31 подкастаас хамгийн олон дугаартай подкастуудыг харьцуулан

авч үзэхэд “Mongolian National Radio” буюу МҮОНР-гийн FM106 эрхлэн гаргадаг подкаст нь сард 4-5 дугаарын давтамжтай нийт 245 дугаар гаргадаг байсан. Харин эсрэгээрээ “UNLOCK” подкаст сард хамгийн бага давтамжтай буюу 2-3 дугаар цацдаг хэдий ч сонсогчдын хандалтын тоогоороо тэргүүлж байгаа нь харагдсан. Аудио, видео контент үйлдвэрлэдэг мэргэжлийн байгууллагуудын үйл ажиллагаа дутмаг байна. Үүнээс шалтгаалж тус хэрэгслийн сэдэв явцуурах талтай.

Тэгвэл хамгийн их сонсолттой подкастуудын эхний зургаад “UNLOCK” подкастын дугаарууд байсан бол долоод амьдралын хэв маягийн тухай ярилцдаг “SEHEETEN” подкаст оржээ. Үргэлжлүүлэн удаах байруудыг ч гэсэн unlock подкастын дугаарууд тэргүүлсэн байна. Үүнээс үзэхэд номын хэлэлцүүлэг ярилцлагын төрөл аудио подкаст сонсогчдод хамгийн их таалагддаг нь давталтын судалгаагаар харагдсан.

2019 оны байдлаар Улаанбаатар хотод үйл ажиллагаа явуулдаг нийт FM радиог шүүн авч үзсэн. Нийт 25 радио байснаас бүгд facebook хуудастай ба гурван FM нь давхар подкастын технологийг ашиглаж байна. Тэдгээрийн нэг нь “Mongolian National Radio” байсан. Монголын Үндэсний Олон Нийтийн Радио 80 гаруй жилийн туршлагатай, мэргэжлийн үүднээс энэ салбарт манлайлагч байх ёстой хэдий ч аудио подкаст нь сонсогчдод бүрэн таалагдах хэмжээний сонирхолтой шинэлэг байж чадахгүй байна хэмээн дүгнэсэн.

Аудио подкастын дэлхийн зах зээлд эргэж байгаа рекламны өртөг нь сүүлийн таван жилд 85%-ийн өсөлттэй байгаа. Подкаст сонсогч хэрэглэгчдэд хүрсэн рекламны мөнгөн дүн хэд дахин өссөн үзүүлттэй байна.

Аудио подкаст нь хэрэглээний хувьд үлэмж хялбаршсан. Онцлог болон давуу тал нь подкаст хэрэглэгч байнга интернетэд холбоотой байх шаардлагагүй, рекламыг хэрэглэгчийн удаан хугацаанд төвлөрч сонсогч нэвтрүүлэгч уншдаг болохоор илүү итгэл төрүүлэхүйц байдаг, тухайн рекламаас зайлсхийх боломж бараг үгүй, реклам чухам хэдийд явахыг урьдчилан тааварлах боломжгүй хэмээн судлаачид авч үзсэн.

АНУ-ын 2009 оноос 2017 оны хооронд подкаст сонсогчдын тоо 180%-иар өссөн ба нийт сонсогчийн дийлэнх нь 18-34 насныхан байна. Мөн 45 минут үргэлжлэх нэг подкастын 3.3% буюу 90 секунд нь зар сурталчилгаа байх нь илүү зохимжтой гэж “FORBES” сэтгүүлийн албан ёсны сайтад онцолжээ. Харин манай оронд шинэ тутам хөгжиж буй эл хэрэгслийн боломжийг бизнесийн байгууллагууд дутуу үнэлж байна.

#### Ишлэл

1. <https://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>
2. <https://www.podparadise.com/Podcast/1455476044>
3. <https://soundcloud.com/mongol-podcast>
4. <https://www.seheeten.com/>
5. <https://www.forbes.com/#115ab2502254>

#### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)
2. [www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com)
3. [www.seheeten.com](http://www.seheeten.com)
4. [www.forbes.com](http://www.forbes.com)

#### Summary

Audio podcast programmes in Mongolian language were studied through its features, topics, frequency, engagement and as new opportunity of advertising and marketing. Author concludes that Mongolian business enterprises undervalue podcast's advantages to be compatible and observable.