

МЭДЭЭЛЛИЙН АППЕТИТ БУЮУ ВИДЕО МЭДЭЭ БЭЛДЭХ ХЭРЭГЦЭЭ  
ШААРДЛАГЫН АСУУДАЛД

Д.Идэржаргал\*

\*МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, магистр (МА)

**Түлхүүр үг:** цахим хувьсгал, сошиал медиа, мэдээлэл хүлээн авах зуршил, видео контент, мэдээллийн хэлбэр

**М**эдээллийн технологи, хэвлэл мэдээллийн зах зээлийг тодорхойлох хамгийн гол хүчин зүйл бол цахим хувьсгал, үүнд хэрхэн ажиллах тухай юм. Монголчууд биднийг ч тойролгүй эзэлж буй энэ хувьсгалд хэвлэл мэдээллийн салбарынхан бэлэн үү? Энэ асуултад хариулахын тулд манай хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд өнөө цагийн хэрэглэгчдийн мэдээлэл хүлээн авах зан байдалд хэрхэн анхаарч байна вэ гэдгийг судлах ёстой.

Цахим хувьсгалын гол хэсэг болсон сошиал медиагийн тэсрэлт нь мэдээллийн хэрэглээнд асар их нөлөөлж байна. Сошиал медиа мэдээллийг түгээх үйл ажиллагаанд нөлөөлснөөр юу мэдээ болох, мэдээг хэрхэн боловсруулахаас эхлээд хэрхэн хүлээж авахад хүртэл шийддэг болж. Ингэснээр өнөө цагийн хүмүүс уламжлалт сэтгүүл зүйнхээс тэс өөр зуршлаар мэдээлэл хүлээн авдаг болов. Манай улсын гурван хүн тутмын хоёр нь

интернет хэрэглэгч бөгөөд тэдний 82% нь гар утсаараа буюу хөдөлгөөнт интернет ашиглаж байна<sup>1</sup>. Монголчууд интернет ордог гол зорилгоо тодорхойлохдоо 70% фэйсбүүк орох, 49% мэдээлэл унших, 31% мессенжердэх, 30% зугаацах хэмээн үзжээ. Өмнөх хүмүүс уламжлалт мэдээллийн хэрэгсэл болох телевиз, радио, сонин хэвлэлээс мэдээлэл хүлээн авдаг байсан болодоо маш олон платформоос сонгох болсныг интернетийн хэрэглээний судалгаанууд баталж байна<sup>2</sup>. 2014 онд монголчуудын интернетэд өнгөрүүлэх цаг телевиз үзэх цагаас бага байсан бол 2015 ондажлын өдрүүдэд дунджаар 189 минутыг интернетэд өнгөрүүлж 134 минутыг телевиз үзэхэд зарцуулдаг болсон байна. Амралтын өдрүүдээр 246 минутыг интернетэд, телевиз үзэхэд 200 минутыг зарцуулах болов. Эндээс харьцуулахад телевиз үзэхэд зориулдаг цагаас интернетэд өнгөрүүлэх цаг давж гарсан. Тэгэхээр монголчууд мэдээллийг гол төлөв интернетээс авдаг болжээ.

Харилцаа Холбооны Зохицуулах Хорооны мэдээлснээр Монгол Улсын

нийт интернетийн хэрэглээний 60% нь видео контентод зарцуулагддаг байна. Нийт датаны 41 хувь зөвхөн Youtube үзэхэд хэрэглэгдэж байгаа аж. Харин веб хөтчүүдээр дамжин хэрэглэгдэж байгаа интернет хэрэглээ ердөө 30% байна. Эдгээр судалгаанууд монголчуудын байнга ашигладаг, мэдээлэл хүлээн авдаг хамгийн гол суваг нь сошиал медиа (тэр дундаа Facebook, Youtube) бөгөөд тэнд видео контентод хамгийн их цаг зарцуулж буйг харуулж байгаа юм. Хэлбэр төдий харвал монголчууд мэдээлэл хүлээн авах суваг, хэлбэрийн тухайд олон улсын жишгээр төлөвшиж байна гэж дүгнэж болохоор. Үнэхээр олон улсын сэтгүүл зүйд видео контент үйлдвэрлэлийн тэсрэлт болж байгаа. Энэ нь орчин үеийн мэдээлэл хэрэглэгчид уламжлалт үеийнхээс залуу болсонтой хол-боотой гэсэн нийтлэг шалтгаанаар тайлагдаж болох юм. Мэдээллийн олон суваг, хэлбэрүүд, хэрэглэгчдийн мэдээлэл түгээхэд оролцох байдал, мэдээллийн хувьчилсан орон зай (хэрэглэгч өөрийн сонирхолд нийцүүлэн мэдээллийн эх сурвалжуудаа дагах) болон мэдээлэл өөрийг нь олоод ирнэ гэсэн итгэл дүүрэн байдал үүнд нөлөөлж байна. Мөн хэрэглээний гол суваг болсон нийгмийн сүлжээ сайтууд видео

форматыг дэмжих (video auto play-2015, live-2016) болсон нь видео мэдээлэл хэрэглээний үсрэлтэд чухал нөлөөснийг онцлох ёстой.

Үнэхээр бидний мэдээлэл хүлээн авах зуршлыг цахим хувьсгал хүссэн хүсээгүй глобальчилж байна уу? Сэтгүүл зүйн бүтээлүүд маань орчин үеийн хэрэглэгчийн мэдээлэл хүлээн авах зуршилд нийцэж байна уу? Интернет сэтгүүл зүйн гол тоглогчид, үйл ажиллагаагаа идэвхитэй явуулж буй 70 гаруй мэдээллийн сайт<sup>3</sup> хэрэглэгчдийнхээ хамгийн ихээр ашиглаж буй мэдээллийн форматад анхаарч байна уу? гэдэг асуултууд анхаарал татна. Зохиогч эдгээр асуултуудад хариулахыг оролдож нийлүүлэлт болон хэрэглэгчдийг бичил хүрээнд суд-

«

*Хэлбэр төдий харвал монголчууд мэдээлэл хүлээн авах суваг, хэлбэрийн тухайд олон улсын жишгээр төлөвшиж байна гэж дүгнэж болохоор. Энэ нь орчин үеийн мэдээлэл хэрэглэгчид уламжлалт үеийнхээс залуу болсонтой холбоотой гэсэн нийтлэг шалтгаанаар тайлагдаж болох юм. Мэдээллийн олон суваг, хэлбэрүүд, хэрэглэгчдийн мэдээлэл түгээхэд оролцох байдал, мэдээллийн хувьчилсан орон зай (хэрэглэгч өөрийн сонирхолд нийцүүлэн мэдээллийн эх сурвалжуудаа дагах) болон мэдээлэл өөрийг нь олоод ирнэ гэсэн итгэл дүүрэн байдал үүнд нөлөөлж байна*

»

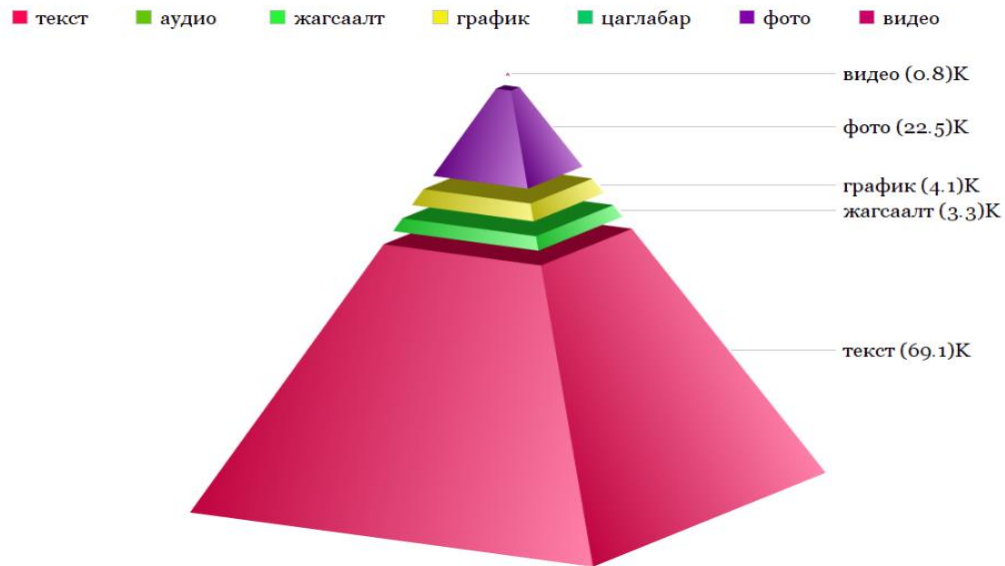
лав.

### **Видео хэлбэрээр мэдээлэл хүлээн авах нь илүү хүртээмжтэй гэв**

Хэрэглэгчид олон улсын жишиг болж буй видео хэлбэрээр мэдээлэл хүлээн авахыг илүүд үздэг эсэх тухай дөрвөн асуулттай судалгааг 120 хүнээс анкетын аргаар авлаа. Мэдээллийн вэб сайтуудаас хүлээн авч буй мэдээлэл дийлэнхдээ ямар хэлбэртэй

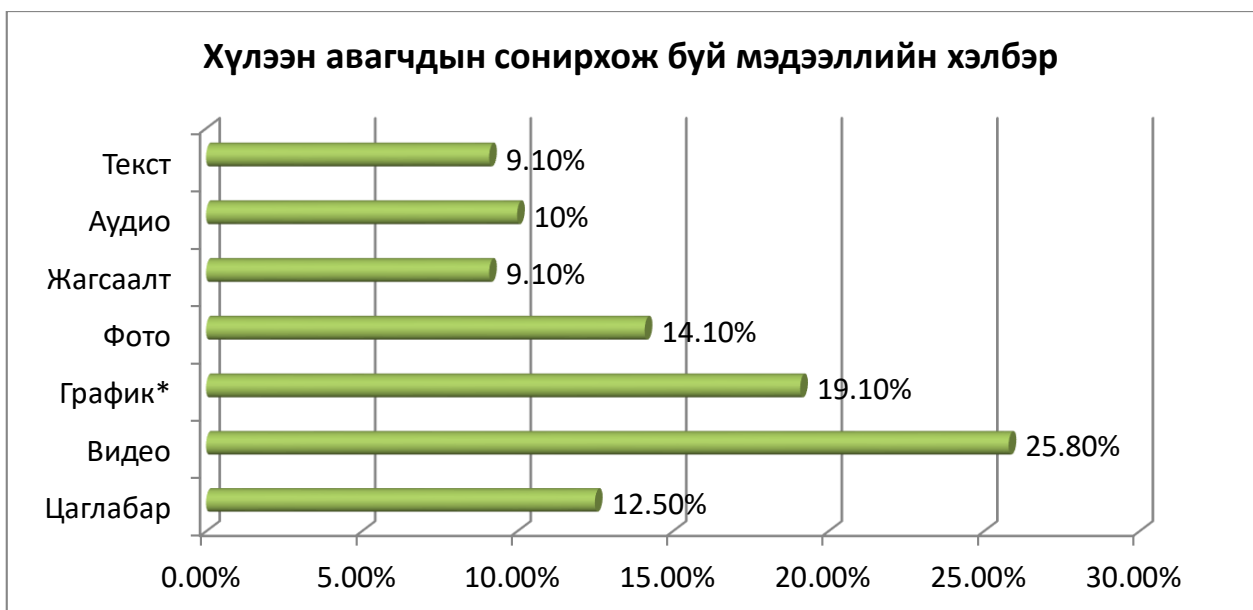
байдаг вэ гэсэн асуултад респондентүүдийн 70 орчим хувь нь текст хэмээн хариулжээ. Сайтуудаас хүлээн авдаг

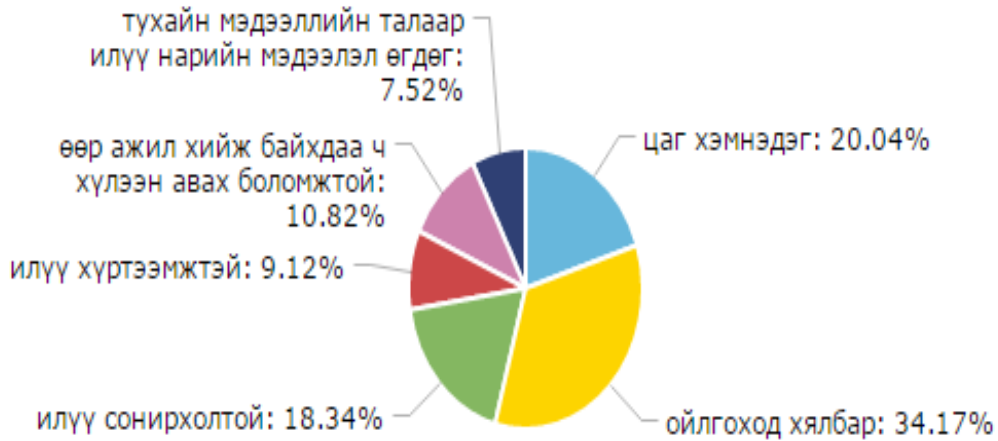
мэдээллүүдийн ердөө нэг орчим хувь нь видео хэлбэртэй байдаг гэв.



Интернет орчинд сэтгүүлч мэдээллээ ямар хэлбэрээр хүргэвэл илүү хүртээмжтэйг (тааламжтай) асуухад дийлэнх нь видео, график мэдээлэл хэмээн хариулжээ. Хэрэглэгчид ийм хэлбэрийн мэдээллийг илүүд үзэж буй шалтгаанаа ойлгоход хялбар, цаг

хэмнэдэг, илүү сонирхолтой хэмээн тайлбарлав. Судалгаанд оролцогчдын 85% нь мэдээллээ тааламжтай хэлбэрээр хүргэх нь тухайн сайтад дахин зочлох шалтгаан болдог гэж үзэж байна.

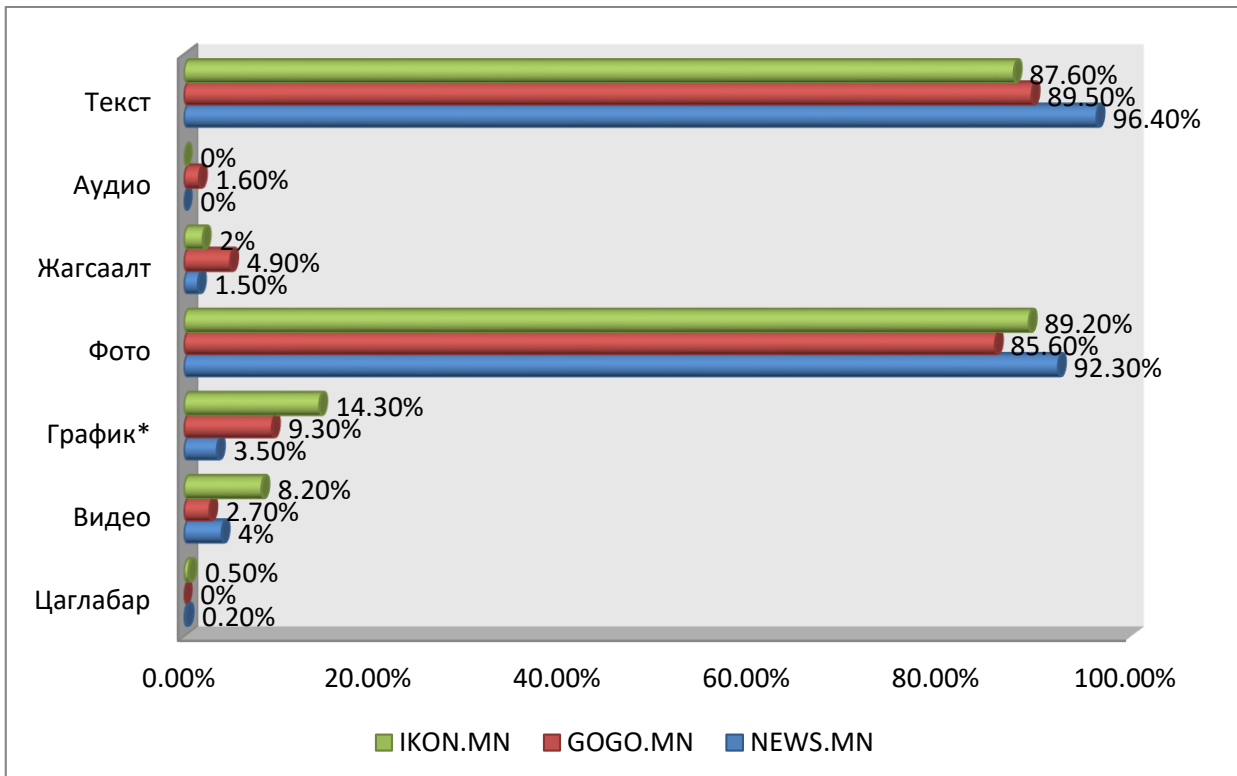




**Гол тоглогчид видео контентод бага анхаарч байна**

Хэрэглэгчдийнхээ тоогоор тэргүүлдэг топ сайтууд болох News.mn, Gogo.mn, Ikon.mn сайтууд ямар хэлбэрээр мэдээллээ бэлдэж буйг шинжлэхдээ 2017 оны дөрөвдүгээр сарын 1-5-ны







өдрийн контентуудыг судлав. Интернет сэтгүүл зүйн гол тоглогчид текст, фото хэлбэрээр дийлэнх мэдээгээ бэлдэж байгаа бол хүлээн авагчдын илүүд үздэг видео, график хэлбэрийн мэдээллийг тун бага нийтэлдэгийг харж болно.



## Хэрэглэгчдээ мэдэрснээр эргэх холбоог сайжруулна

Хэрэглэгчид үнэхээр илүүд үздэг хэлбэрээрээ мэдээлэл хүлээн авдаг эсэхийг баталгаажуулахаар сошиал медиад туршилт хийв. Нэг ижил мэдээг долоон өөр хэлбэрээр бэлдэж тус бүрийг нэг өдрийн хугацаанд нэг доллараар сурталчлав. Олон нийтийн

зүгээс хамгийн их хандалт авсан хэлбэр нь видео, фото болон график хэлбэрийн мэдээ шалгарчээ. График мэдээг 3400 хүн уншиж 436 хүн хариу үйлдэл үзүүлсэн бол фото мэдээ хүлээн авсан 2600 хүний 304 хүн хариу үйлдэл үзүүлжээ. Харин видео мэдээ 4000 хүнд хүрч 114 хүн хариу үйлдэл үзүүлсэн байна.

Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote
04/12/2017 6:14 am	 #Монгол улсын иргэд #визгүй зорчих орнууд	Document	Global	3.4K	416 20	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00
04/12/2017 6:05 am	 #Монгол Улсын иргэд #визгүй зорчих орнуудын жагсаалт #о	Text	Global	992	7 5	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00
04/12/2017 5:22 am	 Монгол Улсын иргэн визгүй зорчих орнуудын жагсаалтыг 20	Document	Global	2.6K	294 10	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00
04/12/2017 4:42 am	 Монгол Улсын иргэн визгүй зорчих орнуудын жагсаалтыг 20	Text	Global	1.9K	51 9	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00
04/12/2017 4:14 am	 #Монгол Улсын иргэд #визгүй зорчих улс орнууд	Document	Global	4K	93 21	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00
04/12/2017 3:02 am	 #Монгол Улсын иргэд #визгүй зорчих улс орнууд Монгол Улс	Text	Global	2.2K	74 10	<a href="#">View Results</a> Boosted: \$1.00

## Дүгнэлт

- Монголын мэдээллийн сайтууд хэрэглэгчийн төлөө өрсөлдөж, хүлээн авагчдыг татахын тулд мэдээлэл бэлдэж буй хэлбэртээ шинэчлэл хийх цаг болжээ.
- Ингэхдээ хүлээн авагчид видео, график, фото хэлбэрээр мэдээлэл хүртэхийг илүүд үзэж буйг анхаарах ёстой. Энэ нь дээр дурдсан мэдээлэл хүлээн авах зуршилд нөлөөлж буй хүчин зүйлүүдтэй холбоотой.
- Гэтэл хэрэглэгчдэд нийлүүлж буй мэдээллүүд эсрэгээрээ тэдний хамгийн бага хүлээдэг текст

хэлбэрээр нийтлэгдэж байна. Эсрэг тэсрэг нөхцөл байдал нь видео мэдээлэл бэлдэхэд цаг хугацаа, хөрөнгө, хөдөлмөр их шаарддаг учраас сэтгүүлчдийн ажлын хуваарилалт, ур чадварын асуудал, цаашлаад редакцийн бодлого, хэрэглэгчдээ судалж буй байдлаас хамаарч байна.

- Хэдийгээр цөөн тоогоор бэлдэж байгаа ч тэдгээр видео мэдээллүүд чанарын шаардлага хангахгүй байна. News.mn сайтын видео мэдээллүүд нэг минут хүртэлх буюу богино байх шаардлагыг зөрчиж буй нь үр

нөлөөг бууруулж байна. Gogo.mn сайт “Хурц өнцөг” булангаараа ярилцлагыг олон хэлбэрээр зэрэг оруулж байгаа ч мультимедиа нийтлэлийн элементүүд агуулга давахгүй байх шаардлагыг зөрчсөн болон, хэтэрхий урт (40-150 минут) контентийг бүхэлд нь байршуулсан нь үр нөлөөг багасгаж байна.

- Мэдээллийн давалгаанд живж буй өнөө үед хэрэглэгчдээ судлах, тэдний хүссэн хэлбэрээр мэдээ, нийтлэл бэлдэх нь уншигчдыг татах, тогтмол хандалтын тоог нэмэгдүүлэх, сайтын нэр хүнд, ашиг орлогыг өсгөх зэрэг олон давуу талтай.

### Ишлэл

<sup>1</sup> <http://crc.gov.mn/k/2Qp>

<sup>2</sup> <http://www.mmcg.mn/posts/post/2325>

<sup>3</sup> Хэвлэлийн хүрээлэн. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. 2017. х.54-56

### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Болд-Эрдэнэ Б. 2009. Интернет сэтгүүл зүй. УБ.
2. Дэвид К. 2010. Фейсбүүк. УБ.
3. Cheney T. 2013. The development of journalism in the face of social media. Master thesis. University of Gothenburg.

4. Jenkins H. 2006. Convergence Culture: where old and new media collide. New York University Press.
5. Kaplan A, Haenlein M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, Vol 53, No1.
6. Харилцаа холбооны зохицуулах хороо. 2016. Жилийн тайлан. УБ.
7. Хэвлэлийн хүрээлэн. 2017. Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. УБ.
8. ЭмЭмСиЖи компани. 2016. Монголчуудын медиа хэрэглээний судалгааны тайлан. УБ.
9. [www.ikon.mn](http://www.ikon.mn)
10. [www.gogo.mn](http://www.gogo.mn)
11. [www.news.mn](http://www.news.mn)
12. [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

### Summary

This article will discuss how digital revolution changed modern users' behavior of news consumption. Particularly, how and why social media affected the Mongolians' way to receive information. Also, this article will attempt to determine what types of information does Mongolians prefer to receive and are news websites could supply their needs? A micro survey implemented by the methods of analyze, interview and experiment shows news websites are not considering about their readers' habits and needs of information.