

ОРЧИН ҮЕИЙН МЕДИА ОРОН ЗАЙ ДАХЬ
РАДИОГИЙН ХӨГЖЛИЙН ЗАРИМ АСУУДАЛ

Б.Цэвэлмаа*

* МҮОНРТ-ийн нэвтрүүлэгч, МУИС-ийн докторант

Түлхүүр үг: радио өргөн нэвтрүүлэг, радио аудитори, хөтөлбөр, FM радио, мэдээлэл технологийн хөгжил, нийгмийн сүлжээ, медиа орон зай

Хураангуй

Хүн төрөлхтний зохион бүтээсэн гайхамшигт ололтын нэг болох радио нь мэдээллийг асар уудам орон зайд маш хурдтай нэвтрүүлж чаддаг хамгийн шуурхай мэдээллийн хэрэгсэл төдийгүй дуу авиа, сонсохуйн урлагийн өвөрмөц үйлдвэрлэл болдог. Хаа сайгүй нэвтэрч чадах түүний онцлог даяаршлын эрин, мэдээлэл-технологийн үсрэнгүй хөгжлийн өнөө үед ч радиог нийтийн харилцаа мэдээллийн голлох сувгийн нэг болгож байна. Тиймээс дэлхий нийтийг хамарсан цахим орон зайн мэдээллийн зах зээлд радио ямар байр суурь эзлэх, түүний бүтэц тогтолцоо, хэв шинж, үүрэг функц хэрхэн өөрчлөгдөн шинэчлэгдэх зарим асуудлыг энэхүү судалгааны өгүүлэлд тусгахыг оролдов. Ингэхдээ орчин үеийн радиогийн хөгжлийн талаарх сэтгүүл зүйн эрдэмтэн, судлаачдын бүтээл туурвилыг судлан шинжилсний үндсэн дээр авч үзсэн болно.

Оршил

Радио бол хэвлэл мэдээллийн нэгэн хүчирхэг хэрэгсэл төдийгүй дуу авианы урлагийн өвөрмөц төрөл зүйлд тооцогддог. Тиймээс ч радио өргөн нэвтрүүлэг нь мэдээллийн суваг, соёлын хэрэглүүр гэсэн үндсэн хоёр чиглэлээр хөгжсөөр байна. Мэдээж радиогийн хөгжил радио анх үүсэж хөгжсөн цагаас эхлэн харилцаа холбооны техник технологийн дэвшилд суурилан түүнтэй салшгүй холбоотой хөгжиж ирсэн нь хэнд ч ойлгомжтой билээ.

Радио нь хүний сонсохуйн мэдрэхүйгээр дамжуулан хүрээлэн буй орчныг таньж мэдэх, улмаар сэтгэл оюундаа тухайн дүр, дүрслэлийг буй болгох боломж олгодог дуу авианы соёлын өвөрмөц үйлдвэрлэл юм. Энэхүү дуу авианы соёлын уг үндэс нь эртний Грек, Ромын соёл, тодруулбал, илтгэх урлагийн ид шидээс гарвалтай хэмээн үздэг.

Харин радио өргөн нэвтрүүлэг нь хамрах хүрээ, хүртээмж, олон нийтэд хүрч нэвтрэх шинж чанараараа орчин үед хүний амьдралын нэгэн чухал хэрэглээ болсон юм. XXI зуунд цахим ертөнц дэх Интернет технологийн

хүчтэй өрсөлдөөнтэй тулгарснаар радио өргөн нэвтрүүлгийн ирээдүй тун бүрхэг байх болно гэсэн гадаадын зарим судлаач, шинжээчийн үнэлэлтийг зөвтгөх аргагүй юм. Учир нь асар их хурдацтай хөгжиж байгаа мэдээлэл технологийн хөгжлийн үсрэнгүй ололт амжилт нь эргээд радио өргөн нэвтрүүлгийн хаа сайгүй нэвтэрч нийтэд хүрэх давуу талыг улам бүр хангаж, хөгжүүлсээр байгаа бөгөөд үүгээрээ радиог нийтийн харилцааны голлох сувгуудын нэг болгож байна. Тиймээс “Орчин үед нийтийн харилцааг илүү өргөн илэрхийлж буй хэрэгсэл нь радио өргөн нэвтрүүлэг юм. Сансрын холбоо, Интернетийн сүлжээний хөгжил дэвшил нь радиогийн хөгжилд шинэ түлхэц болж, түүнийг хаа сайгүй нэвтрэх чадвартай болголоо. Интернетийн тусламжтайгаар радиог хамгийн алс холын оронд ч чөлөөтэй сонсож болох бөгөөд харин сансрын холбоо, тоон үзүүлэлтийн формат нь дэлхийн ямарч өнцөг буланд радиостуди байгуулж ажиллуулах ихээхэн үр нөлөөтэй бизнес болгож байна”¹ хэмээн сэтгүүл зүйн нэрт судлаач, доктор, профессор Я.Н.Засурский радиогийн хөгжилд нөлөөлж буй технологийн хүчин зүйлийн чухлыг онцлон тэмдэглэжээ.

Түүнчлэн радио нь өөрийн хөгжлийн явцад сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл зүйлийг радиогийн сонсохуйн онцлогтой уялдуулан бүтээлчээр хөгжүүлэн баяжуулж ирснээр сонсогчдод нийгэм, улс төр, эдийн засгийн мэдээлэл хийгээд урлаг, уран сайхан, танин мэдэхүй, боловсрол гэгээрэл, соёл хүмүүжлийн мэдээллийг өргөн цар

хүрээтэй, шуурхай хүргэдэг цогц суваг болж чадсан юм.

Радиогийн сонсогчдын аудитори үнэхээр зах хязгааргүй гэж хэлж болно. Яагаад гэвэл дэлхийн өнцөг булан бүрт сая сая сонсогчид орон гэртээ, амралт зугаалгаар, автомашин, бусад тээврийн хэрэгслээр зорчихдоо радио сонсож байдаг. Энэ нь радиог мэдээллийн бусад хэрэгслийг бодвол ашиглахад илүү энгийн хялбар, авсаархан болгодог байна.

Радиогийн олон нийтийн сэтгэхүйд нөлөөлөх онцлог, хүчин чадал асар их байдаг. Түүгээрээ ч радио нь хамгийн өргөн хэрэглэгчтэй, мэдээллийн хүчирхэг, нөлөөтэй хэрэгсэл байсаар байгааг үгүйсгэх аргагүй юм. Чухамдаа сонсохуйн мэдээлэл нь уншихуй, үзэхүйн мэдээллээс илүүтэйгээр хүний дүрслэн бодох сэтгэлгээнд нөлөөлдөгийг эрдэмтэн мэргэд судлан тогтоосон байдаг. Тиймээс радио нь хүний сэтгэхүйн мэдрэмж, хийсвэр сэтгэлгээг өдөөн зохицуулж, ухамсарт нөлөөлдөг далд увидас, ид шидтэй хэрэгсэл юм. “Үгээр зөвхөн бодит юмсыг биш бас оюун бодол, сэтгэл санаа гэх мэт хийсвэр зүйлийг ч илэрхийлж болдог нь радиод дүрийн дотоод ертөнцийг нээхэд тусалж, хүний сэтгэхүйд төсөөллийг шууд бий болгодог онцлогтой”² хэмээн радио судлаач, доктор Л.Амарзаяа тэмдэглэжээ. Радиогийн сонсохуйн урлагийн энэхүү өвөрмөц онцлогийн талаарх судалгаа манайд нэн ховор байдаг бөгөөд 2015 онд СУИС-д урлаг судлалын докторын зэрэг хамгаалсан Г.Болорын “Радио нэвтрүүлгийн дуун найруулгын онцлог”

сэдэвт судалгаа анхдагч нь болж байна.

Радио сонсохуйн урлагийн төрөл зүйл болох талаас нь Г.Болор судалсан бол радио сэтгүүл зүйн онол, практикийн хүрээнд хийгдсэн судалгаа цөөнгүй байдаг. Тухайлбал, доктор (Sc.D), профессор Л.Норовсүрэн, доктор, профессор Д.Дагиймаа, доктор Л.Амарзаяа, Н.Ариунзаяа зэрэг эрдэмтэд радиогийн хөгжлийн түүхийн асуудал, радио сэтгүүл зүйн бичлэгийн төрөл зүйл, радиогийн хэл найруулга, радио жүжиг, уран сайхны нэвтрүүлгийн онцлог зэрэг асуудлаар докторын түвшний судалгаа хийжээ. Гэсэн хэдий ч Монголын нийгмийн хөгжлийн нэлээд онцлог үе болох шилжилтийн үе, ардчилсан өөрчлөлтийн жилүүд болон ялангуяа мэдээлэл-технологийн үсрэнгүй хөгжлийн шинэ зууны үе дэх радиогийн хөгжлийн хувьсал, өөрчлөлтийн талаарх судалгаа бараг байхгүй байна. Иймд багахан багтаамжтай боловч асар их чихцэлдсэн манай медиа орон зай дахь мэдээллийн хэрэгслийн ширүүн өрсөлдөөнд радио өргөн нэвтрүүлэг маань ямар байр суурь эзлэн цаашид хэрхэн яаж хөгжих вэ гэсэн асуудлыг авч үзэж байгаа юм.

Өнөөгийн медиа орон зай

Медиа орон зай гэдэг томъёолол нь цахим ертөнц, нийгмийн сүлжээ, Интернет гэсэн ойлголттой салшгүй

холбоотой. Нийгмийн сүлжээ буюу сошиал ертөнц гэдэг нь хүмүүс хоорондын харилцаа, оролцооноос бүрддэг цахим үйлчилгээ, ялангуяа зураг, видео, аудио, бичвэр, дуу хөгжим зэрэг мэдээлэл солилцох бүхий л нөхцлийг хангасан хязгааргүй том виртуаль талбар юм. Тиймээс энэхүү нийгмийн сүлжээнд идэвхтэй оролцогч нэгэн хүчирхэг субъект нь ХМХ болдог бөгөөд онлайн сонин, телевиз, радио, цахим мэдээллийн сайтууд зэрэг нь өөрийн гэсэн томоохон медиа орон зайг бүрдүүлж байгаа юм. Үүнтэй уялдан хүмүүсийн цахим ертөнц дэх Интернетийн хэрэглээ нэмэгдэж, уламжлалт ХМХ-ийн хөгжил ч бас хувьсан өөрчлөгдсөөр байна.

2015 оны байдлаар Монголын мэдээллийн зах зээлд нийт 411 ХМХ идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байгаагаас нийт 72 радио, түүнээс үндэсний

хэмжээнд гурван радио, бүсийн хэмжээнд таван радио үйл ажиллагаагаа явуулж байна. Зөвхөн цахим мэдээллийн сайт гэхэд 200 гаруй, орон нутагт 50 гаруй бүртгэлтэй байдаг байна. Эдгээрээс идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байгаа мэдээллийн 100 орчим сайт байна гэсэн тооцоо байдаг.

Хөгжлийн 80 гаруй жилийн түүхэн замналтай Монголын радио эдүүгээ олон нийтийн статустай МҮОНР болж, орон даяар нэвтрүүлдэг өргөн

«

Нийгмийн сүлжээ буюу сошиал ертөнц гэдэг нь хүмүүс хоорондын харилцаа, оролцооноос бүрддэг цахим үйлчилгээ, ялангуяа зураг, видео, аудио, бичвэр, дуу хөгжим зэрэг мэдээлэл солилцох бүхий л нөхцлийг хангасан хязгааргүй том виртуаль талбар юм

»

нэвтрүүлгийн 1, 2-р суваг (Алтан сан радио), хэт богино долгионы FM-106, P-3 болон англи, хятад, орос, япон, монгол 5 хэлээр нэвтрүүлдэг “Монголын дуу хоолой” гадаад нэвтрүүлгийн радиотой, хамрах хүрээ, бүтэц бүрэлдэхүүний хувьд ч, хүний нөөц, чадавх, өргөн нэвтрүүлгийн бодлого, төлөвлөлт, урын сангийн хувьд ч бусад радиогоос хол давуу байгаа билээ. Гэсэн хэдий ч МҮОНР өнөөгийн мэдээллийн зах зээлд өөрийн байр сууриа бэхжүүлэн хөгжүүлэхийн тулд мөн ялгаагүй өөрчлөгдөн шинэчлэгдэх шаардлагатай юм. Юуны түрүүнд сонсогчдынхоо хүрээг алдахгүй байхын тулд тэдний эрэлт хэрэгцээнд үндэслэсэн уян хатан төлөвлөлт, шуурхай байдлаа дээшлүүлж, зах зээлийн мэдрэмжтэй маркетингийн бодлого боловсруулж хэрэгжүүлэх нь чухал юм. Хөтөлбөрийнхөө бүтэц, чиглэлд ч өөрчлөлт хийж, мэдээлэл давамгайл-сан хэрнээ илүү иргэнлэг, олон нийтэд чиглэсэн, тэдний эрх ашгийг хамгаас илүүтэйгээр хөндөж хамгаалдаг байхад анхаарлаа чиглүүлэх хэрэгтэйг Интернетийн орчин дахь нийгмийн сүлжээнд гарч байгаа нийтийг хамарсан зарим асуудал бэлхнээ харуулж байна.

Монголын сэтгүүл зүйн нэрт эрдэмтэн, доктор, профессор М.Зулькафилийн тэмдэглэснээр “нийгмийн сүлжээ бол бүхэлдээ мэдээллийн хэрэгсэл биш. Олон нийтийн үзэл бодлын индэр... Цахим мэдээлэл хөгжиж байгаа нь сайн. Иргэний сэтгүүл зүйд нөлөөлж байгаа нь үнэн. Гэхдээ Фейсбүүк, Твиттерт бичсэн бүхнийг иргэний сэтгүүл зүйн илрэл гэж болохгүй”³.

Үнэхээр цахим мэдээллийн хөгжил уламжлалт ХМХ-ийн үйл ажиллагаанд зохих нөлөө үзүүлж байгаа хэдий ч сонгодог сэтгүүл зүйн онол, практикийн үндэс, үүрэг функци орчин үед хэвээр хадгалагдан үлдэх бөгөөд гагцхүү хөгжлийн онцлогийг тусгасан шинэ агуулгаар баяжин хөгжих болно.

Мэдээллийн зах зээл дэх радиогийн үнэлэмж

Орчин үеийн радио өргөн нэвтрүүлгийн хөгжлийн түвшинг нэг талаас, улс төрийн эрх мэдлээс харьцангуй ангид, эдийн засгийн хувьд бие даасан байдлаар нь дүгнэх боломжтой байгаагийн зэрэгцээ нөгөө талаас, нийтлэл нэвтрүүлгийн ур хийц, чанар чансаа, уран бүтээлчдийн ур чадварын түвшингээр нь сонсогчид үнэлдэг. “Радио сонсогч буюу (радиоаудитори)-ийн тухай ойлголт бол радио сэтгүүл зүйн чухал асуудлын нэг мөн. Радио нэвтрүүлэг зөвхөн сонсогчдод зориулагддаг учраас тэдний хүсэл сонирхол, эрэлт хэрэгцээ, боловсрол, нийгмийн байдал зэргийг нарийвчлан судлах нь радио нэвтрүүлгийн үр нөлөөний чухал хүчин зүйл болдог”⁴ хэмээн доктор Л.Норовсүрэн, Н.Ариунзаяа нар тэмдэглэсэн байдаг. Монголын радио өргөн нэвтрүүлгийн талаарх сонсогчдын тогтмол явуулдаг, дагнасан судалгаа хэдийгээр байхгүй боловч зарим судалгааны дүнгээс радио сонсогчдын үнэлэмжийн талаар тоймтой мэдээлэл авах боломжтой юм. Тухайлбал, Монголын хэвлэлийн хүрээлэнгээс жил бүр тогтмол явуулдаг ХМХ-ийн мониторингийн судалгааны 2015 оны тайланд дурдснаар:

Нийслэл Улаанбаатар хотод хамгийн түгээмэл сонсдог радио гэвэл:

1. FM 104.5 долгионы “Гэр бүлийн радио”,
2. FM 95.7 долгионы “Арга билэг” радио,
3. FM 99.7 долгионы “Их монгол” радио юм.

Харин хөдөө орон нутагт хамгийн илүүтэй сонсдог радио нь:

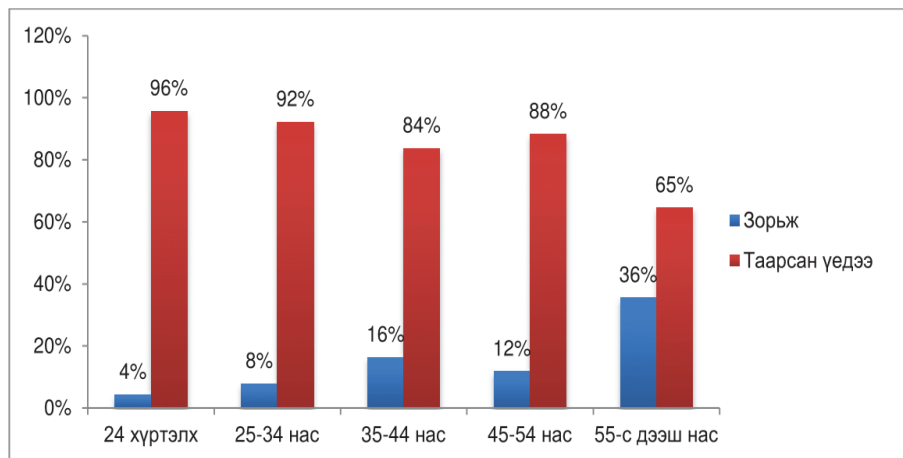
1. МҮОНР (FM) 106 долгионоор,
2. FM 104.5 долгионы “Гэр бүлийн радио”,
3. FM 97.5 долгионы “Лавайн эгшиг” радио тус тус эзэлжээ.

Орон нутагт хамгийн их сонсдог радиогоор тухайн нутаг оронд үйл ажиллагаа явуулдаг FM радио станцууд тэргүүлсэн байна. Үүнд:

1. Сайншандад “Миний нутаг” FM 101.5,
2. Дарханд “Лха тэнгэр” FM 107.5,
3. Ховдод “Залуусын FM 102.5”,
4. Өвөрхангайд “Ноён уул” FM 102.6,
5. Орхонд “Шинэ хэмнэл FM” 104.5,
6. Налайхад “Буян” FM 104.7,
7. Багануурт “Багануурын FM 102.5”.

Судалгаагаар радио сонсогчдын хувьд аливаа сонирхсон нэвтрүүлгээ тогтмол зорьж сонсдоггүй, таарсан үедээ буюу суваг солин сонгох үедээ таарч сонсох нь илүүтэй байдаг дүн гарчээ. Үүнийг сонсогчдын насны байдлаар тодруулан авч үзсэн хүснэгтийг харуулбал:

График 32. Радиог хэрхэн сонсдог, насаар



Дээрх хүснэгтээс 55-аас дээш насны сонсогчид ямарваа нэг радиогийн тухайлсан нэвтрүүлгийг тогтмол сонсохыг зорьдог бол харин 24 хүртэлх ба 25-34 насны залуус аливаа радио сувгийг хамгийн их сонсдог нь

харагдаж байна. Энэ байдлаас радио нь залуу болон ахмад насныханд илүү ойр байгаа нь радио өргөн нэвтрүүлгийн бодлого, хөтөлбөрийн бүтцийг боловсруулах, радио зах зээлийн менежмент, маркетингээ

оновчтой төлөвлөн медиа орон зайд өөрийн гэсэн өнгө төрх, байр сууриа эзэлж авахад тодорхой чиг баримжаа болох эерэг талтай үзүүлэлт юм.

Радиоогийн хөтөлбөрөөс ямар төрлийн нэвтрүүлгийг сонсогчид илүүтэй сонсдог талаарх судалгааны дүнг харвал:

График 33. Радиоогийн ямар төрлийн нэвтрүүлгийг сонсдог



Хүснэгтээс харахад сонсогчид радиогоор дуу хөгжим сонсох нь хамгийн их (70 хувь), мөн мэдээний нэвтрүүлгийг түлхүү сонсдог (29 хувь), зар сурталчилгаа сонсогчдод сайн хүрдэг (21 хувь) байна. Ялангуяа зар сурталчилгааг сайн сонсдог байдал тухайн арилжааны радиод ашигтай, давуу байдлыг буй болгох чухал хүчин зүйл болно. Харин Олон нийтийн радио өргөн нэвтрүүлгийн (ОНӨН) байгууллагын хувьд бол "must be financially independent" буюу санхүүгийн хараат бус олон эх үүсвэрээс санхүүжих ёстой хэмээн соёл, мэдээллийн талаарх ЮНЕСКО-гийн зөвлөмжид заасан байдаг. Учир нь ОНӨН нь төсвийн дэмжлэг, үзэгчдийн хураамж, ивээн тэтгэлэг, хамтын ажиллагаа болон программын худалдаанаас олох орлого, хандив тусламж зэрэг олон эх үүсвэрээс санхүүждэг бөгөөд энэ ч утгаараа газар нутгийн тархац, хамрах хүрээ, хүн ам, нийгмийн бүлэг, давхрагын хамгийн өргөн хүрээнд хүрч

үйлчилдэг, тэдний эрх ашгийн төлөөх нийтийн зориулалттай радио байдаг. Тиймээс ч ихэнх оронд ОНӨН-ийн радиод арилжааны зар сурталчилгаа явуулахыг хуулиар хориглодог.

Монголын үндэсний олон нийтийн радио, телевизийн (МҮОНРТ) хувьд төсвийн дэмжлэг, үзэгчдийн хураамж, ивээн тэтгэлэг гэсэн үндсэн гурван хэлбэрээр санхүүждэг байна. Тиймээс манай өнөөгийн медиа орон зайд МҮОНРТ нь мэдээллийн хүчирхэг, нөлөөтэй хэрэгсэл төдийгүй төсвөөс авдаг санхүүжилтийн дэмжлэгээсээ хамааран эрх баригч улс төрийн хүчний "суртал ухуулгын" хэрэгсэл болсоор байна. Харин манайд ОНӨН-ийн программ буюу контентын худалдаа хөгжөөгүй, мэдээллийн жижиг зах зээлийн багтаамжаас шалтгаалан төдийлөн ашигтай байж ч чаддаггүйгээс үзэгчдийн сонирхдог нэвтрүүлгийн хэлбэр, агуулгыг шууд хуулбарлан дууриах "хулгайн" сэтгэлгээний хүлээсээс ангижирч чадахгүй байна.

Үүнд радио нэвтрүүлэг, контентыг оюуны өмчийн бүтээлийн хувьд патентжуулах асуудал ч зохих ёсоор хөндөгдөнө.

Түүнчлэн арилжааны, хэт богино долгионы радио станцийн хөтөлбөр явцуу, бэлтгэн явуулдаг нэвтрүүлгийн агуулга, ур хийц, мэдээллээ хүргэж байгаа арга барил, ур чадвар, хөтөлөгчдийн хэл ярианы соёл хангалтгүй гэсэн сонсогчдын ерөнхий үнэлэлт байдаг учраас цаашид энэ талаар гүнзгийрүүлэн судлан үзэх шаардлагатай болно. Ялангуяа 1990-ээд оноос өмнөх үеийн Монголын радиогийн уран бүтээлчдэд тавигдаж байсан мэргэжлийн өндөр шаардлага өнөөгийн радиогийн уран бүтээлчдэд нэлээд дордсон төдийгүй “алтан үеийн” радиогийн өндөр соёл үгүй болсон тухай ярьцгаадаг. Хэл яриа нь үл ойлгогдох этгээд хэллэгтэй, гадаад үг хэллэгээр чамиран ярих дуртай, үг өгүүлбэрээ уран тод, зөв уншиж, ярьж чаддаггүй сэтгүүлчид, хөтөлөгчид олширч байгааг үгүйсгэх аргагүй.

Ирээдүйн радио ямар байх вэ?

Монголын радио өргөн нэвтрүүлгийн цаашдын хөгжлийг бүтэц, зохион байгуулалт талаас нь авч үзвэл мэдээллийн зах зээл дэх медиа компанийн төвлөрөл, ноёрхол давамгайлах хандлагатай болж, арилжааны хувийн радио, олон нийтийн радио болон орон нутгийн радио, ямар нэг олон нийтийн байгууллагын (шашны гэх мэт) радио хөгжсөн хэвээр байх болно. Харин сонсогчдод нэвтрүүлгээ хүргэх дамжуулалтын технологийн хувьд уламжлалт, сонгодог долгионы

радиоогоос цахим радио өргөн нэвтрүүлэг илүүтэй хөгжих нь гарцаагүй.

Радиогийн хөгжилд ийм хувьсал өөрчлөлт гарах хэдий ч харин радио сэтгүүл зүйн хувьд түүний мэдээлэх, шинжлэх, танин мэдүүлэх, хөгжөөн цэнгээх үүрэг функц эрс өөрчлөгдөхгүй, нийгмийн хөгжил, хүмүүсийн хэрэгцээ, сонирхлыг дагаад аль нэг үүрэг функц нь давамгайлах маягтай байх нь ойлгомжтой. Ерөөсөө сэтгүүл зүй өөрөө аливаа нийгэм-улс төрийн трансформаци буюу шинэтгэлтэй салшгүй холбоотой хөгждөг жамтай учир радио сэтгүүл зүйд ч мөн адил тухайн нийгмийн цаг үеийн захиалга, эрэлт хэрэгцээг мэдэрсэн шинжлэлт мэдээ, мэдээллийн төрөл зүйл түлхүү хөгжих байх. Гэхдээ улс орноо хөгжүүлэх улс төрийн намуудын стратегийн зорилт, чиглэлийн нэгдмэл байр суурь, чиглэл хандлага тодорхой бус, бүрхэг, эмх цэгцгүй байгаа манай өнөөгийн нөхцөлд улс төр, эдийн засаг, нийгмийн нарийн түвэгтэй, хурц асуудлыг хөндөхөд сэтгүүлчдийг туйлшрамтгай, нэг талыг барьсан өрөөсгөл нийтлэл нэвтрүүлэг хийхэд хүргэж байна. Тиймээс сэтгүүлчид маань мэргэжлийн болон иргэний ёс зүйн шаардлагаа чанд баримталж, чигч шулуун, тогтвортой байр суурьтай, ажиллаж “дөрөв дэх засаглал”-ын эрх үүргээ нэр төртэй биелүүлсээр байх болно.

Дүгнэлт

Орчин үед радиогийн үүрэг урьдын адил чухал хэвээр байна. Гэсэн ч өнөөгийн мэдээлэл, харилцаа-холбооны технологийн үрсэнгүй дэвшил

радио улам бүр өөрчлөгдөн шинэчлэгдэхэд хүргэж байна.

Радио зах зээл судлаачдын үзэж байгаагаар ойрын ирээдүйд радио Интернетийн сүлжээнд шилжих төлөвтэй аж. Гэхдээ энэ нь хэлбэр талаасаа зонхилох бөгөөд харин хүмүүсийн нас, нийгмийн байдал болон цаг хугацаа, орон зайнаас үл хамааран бүхэл өдрийн туршид хэрэглэгчдэд хамгийн ойр дөт байдаг мэдээллийн шуурхай хэрэгсэл байх үүрэг нь өөрчлөгдөхгүй. Тиймээс радио өргөн нэвтрүүлэг нь радио сонсогчдынхоо олон талт, өргөн хүрээний эрэлт хэрэгцээг хангах нийгмийн үүргийнхээ дагуу богино хугацаанд түргэн өөрчлөгдөн шинэчлэгдэх чадвартай, техник технологийн хувьд илүү авсаархан хэрэгсэл төдийгүй хөтөлбөрийн хувьд “амьд, сонирхолтой, сонсголонтой” өвөрмөц урлаг байсаар байх болно. Радио нь гарал үүслийнхээ хувьд хэдийгээр “өндөр настай” хэдий ч өөрийн аудиторийн хувьд “залуу” байгаа нь түүний цаашдын хөгжлийн нэгэн эерэг хүчин зүйл болж байгаа юм. Тиймээс технологийн хувьд шинэ орон зайд түргэн зохицож чадах, форматын хувьд хялбар, сонсогчдын сонирхол, хэрэгцээнд түргэн шуурхай

эргэн холбогдох интерактив харилцаатай, идэвхтэй радио болж чадна.

Ишлэл

¹ Засурский Я. Н. 2005. Самый открытый источник информации // Теле-радиоэфир: история и современность. М., с. 146.

² Амарзаяа Л. 2009. Радио сонсох урлаг. УБ., 69 -71-р тал.

³ Нийтлэгчид.мн Мэдээллийн сайтын 2016.03.07-нд нийтлэгдсэн М.Зулькафиль: “Бид ямар ч байсан чөлөөт сэтгүүл зүйн хөгжлийн жам ёсоор урагшилж л байна” ярилцлага

⁴ Норовсүрэн Л., Ариунзаяа Н. 2010. Радио сэтгүүл зүйн үндэс. УБ., 115-р тал.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Амарзаяа Л. 2009. Радио сонсох урлаг. УБ.

2. Болор Г. 2015. Радио нэвтрүүлгийн дуун найруулгын онцлог. (Докторын диссертаци.) УБ.

3. Дагиймаа Д. 2009. Радио сэтгүүл зүйн үндэс. УБ.

4. Монголын хэвлэлийн хүрээлэнгийн мониторингийн судалгааны 2015 оны тайлан.

5. Норовсүрэн Л., Ариунзаяа Н. 2010. Радио сэтгүүл зүйн үндэс. УБ.

6. Чойжил М. 2004. Чихнээ сонсголонт радио хэмээх тэмдэглэл. УБ.