

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№ 06/268

НШУС

2006

ДИЖИТАЛ ТЕЛЕВИЗ БА ЕВРОПЫН ОРНУУДЫН ХУВААГДАЛ

Жузеппе Ричери*

* Италийн Луганогийн их сургуулийн Харилцааны шинжлэх ухааны факультетын декан, профессор, Ph.D.

Түлхүүр үг: дижитал телевиз, мэдээллийн нийгэм, цахим мэдээллийн сүлжээ, Европын холбооны мэдээллийн бодлого.

Оршил. Сүүлийн жилүүдэд Европт дижитал телевиз эрчимтэй хөгжиж, нийгмийн бүтцийн чухал үзэгдэл болж байна. Өөрөөр хэлбэл, янз бүрийн оронд янз бүрийн зорилго чиглэл, загвар, технологи, үр дүнгийн цогц үзэгдлийн талаар ярьж байна гэсэн үг.

Өгүүллийн гол зорилго нь Европын орнуудын энэ салбарын хүрээнд сонгож авсан хэтийн төлөвлөгөөтэй холбоотой шийдвэрлэх асуудлуудыг харуулахын тулд дижитал телевизийн хөгжилд дүн шинжилгээ хийхэд оршино. Ингэхдээ дижитал телевизийн олны анхаарлыг татаж буй сувгууд болон үйлчилгээний мультипликаци, тэдний эдийн засаг, нийгмийн үр нөлөөг түлхүү анхаархыг хичээсэн болно. Европын орнууд ба Европын Холбоо телевизийн сэтгүүл зүй жам ёсоороо хөгжиж, тодорхой үр дүнд

хүрэх ёстой байхад телевизийг хэт давуу байдалд хүргэх зорилгоор дижитал телевизийн хөгжлийг идэвхтэй дэмжиж буй нь ажиглагддаг.

Гэр бүл ба мэдээллийн шинэ технологийн сонголт. Европ дахь дижитал телевизийн бодлогыг ойлгохын тулд харилцааны шинэ технологийг сонгох үйл явцыг ерөнхийд нь авч үзэх нь зөв юм. Учир нь энэ үйл явц “хүчээр тулгах” бодлогод үндэслэгдсэн онцлогтой.

Олон нийтийн харилцааны түүхэнд технологийн хөгжил дэвшлийн ачаар бий болсон “сонголтын үе шат, цаг хугацаа” тодорхойлохын тулд бид шинжээчдийн зөвшөөрсөн өрхүүдэд дүрс бичлэг болон дуу авианы шинэ хэрэгслүүдийг тодорхой дэс дарааллын дагуу танилцуулж, дараа нь ажиглалт хийсэн. Ийм үе шатуудыг мэдээллийн шинэ хэрэгслүүдийг (хар цагаан телевиз, өнгөт телевиз, видео тоглуулагч, хиймэл дагуулын телевиз, компьютер г.м.) хүлээж авсан байдлаар нь үзүүлсэн бөгөөд ерөнхийдээ мэдээллийн хэрэгсэл бүрийг адил

төвшинд хүлээж авдаг нь ажиглагдсан. Нөгөө талаар, үе шат бүрийн үргэлжлэх хугацаа, сэтгэл ханамжтай байх дээд цэг хүртэлх үргэлжлэх хугацаа тохиолдол бүрд тодорхой хэмжээгээр өөрчлөгддөг байна.

Олон нийтийн харилцааны шинэ хэрэгслийг сонгох үйл явц дараах байдлаар явагддаг байна. Үүнд:

а. Сонголт бага, сонголт аажим өсөх (I үе шат)

б. Үнийн өсөлтийг дагаж сонголт нэмэгдэж (II үе шат)

в. Үнийн бууралтыг дагаж сонголт нэмэгдэх (III үе шат)

г. Сонголт их, сонголт аажим өсөх (IV үе шат) юм.

Мэдээллийн шинэ технологийн тархалттай холбоотой хийгдсэн туршилтын дүн бидэнд хувь хүний хүлээн авах байдлыг цаг хугацаагаар нь ангилах боломж олгосон юм.

Судалгааны явцад ажиглагдсан 5 ангиллын онцлог шинжийг дараах байдлаар тодорхойлж болно. Үүнд:

- *Шинийг хүсэгчид* буюу зах зээлийн бага хувийг (7-10%) төлөөлдөг хүмүүс. Тэд бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний ач холбогдол, харилцан хамаарлыг бодохгүйгээр шинэ "технологитой" бараанд "дурладаг", эерэг хандлагатай хүмүүс юм. Ийм хүмүүс бараа таваарыг боловсронгуй болгох, сайжруулах шаардлагатай, бас удахгүй үнэ буурна гэдгийг ойлгож байгаа мөртлөө хамгийн эхний ээлжинд бараагаа сонгодог

онцлогтой. Бид эрсдэл, дампуурлыг үл харгалзан хамгийн сүүлийн үеийн аналоги телевиз, лазер диск, бетамакс видео тоглуулагч зэргийг сонгож авдаг хүлээн авагчдыг энэ ангилалд багтаадаг.

- *Анхны хэрэгжүүлэгчид* бол хязгаарлагдмал боловч хэрэглэгчдийн нэлээд хувийг (15-18%) эзэлдэг. Тэдэнд шинэ технологийн үнэ ханш бус, хэрэглээ чухал бөгөөд техникийн тогтвортой сонирхолтой байдгаараа бусад ангиллын төлөөлөгчдээс ялгардаг.

- *Олонх* буюу зах зээлийн өргөн хүрээг (25-30%) төлөөлдөг хүмүүс. Тэд олон нийт шинэ технологийн хэрэгслээр тодорхой хэмжээгээр хангагдсан, барааны үнэ буурсан, чанар чансааг хэрэглэгчид мэдэж, үнэлэх болсон үед сонголтоо хийдгээрээ онцлогтой юм.

- *Хожуу үеийн хэрэгжүүлэгчид* бол олонхтой адил харьцангуй өргөн хүрээг (25-30%) хамардаг хүмүүс. Сонирхол багатай, эдийн засгийн бэрхшээл болон бусад шалтгааны улмаас сонголтоо хойшлуулдаг.

- *Хайхрамжгүй хандагчид* (10-20%) буюу юу санал болгож буйг сонирхохгүй, тэр баргийг зүйлд амархан татагдаггүй, хэнэггүй ханддаг хүмүүс.

Хэрэглэгчдийн сонгох байдал янз бүр байдгийн дотор дараах хэдэн хүчин зүйл чухал үүрэг гүйцэтгэдэг байна. Үүнд:

- технологийн болон үйл ажиллагааны худалдаж авах үнэ,
- ижил төстэй технологийн үнэ (кабель, хиймэл дагуул г.м.),

- шинэ техник технологи ашиглан явуулах үйлчилгээ, бараа бүтээгдэхүүний чанар, төрөл зүйл,

- бараа үйлчилгээний үнэ (өнгөт телевиз, видео кассет г.м.),

- эдгээрийг дагалдах бараа бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ болон технологийг санал болгогч компаниудын зах зээлийн чадвар, ахиц дэвшил,

- өрхийн орлого,

- айл өрхийн технологийн талаарх

мэдлэгийн хүрээ сайжирсан эсэх зэрэг юм.

Үүнийг Европын 2 оронд ашиглагдаж буй видео кассетийн жишээгээр тайлбарлая. Мөн нэг улсаас нөгөө улс руу дамжин хөгжиж буй өнгөт ба хар цагаан телевизор зэрэг мэдээллийн хэрэгслийн хоорондын ялгааг авч үзье.

Их Британид 8 жилээс дээш хугацаагаар хамтран амьдарч буй айл өрхүүдийн видео кассетийн хэрэглээ 70%-тай байхад Итали улсад 15 жилээс дээш хугацаагаар хамтран амьдарч буй айл өрхүүдийн видео кассетийн хэрэглээ мөн л 70%-тай байна. Үүнийг тайлбарлах 3 гол шалтгаан бий. Үүнд:

А. 80-аад оны үеэр Итали улсад гэрийн видео хэрэглээг нэвтрүүлэх талаар тавигдсан санал Их Британийн олон төрлийн кино дамжуулдаг хувийн

телевизүүдэд хүргэх хэмжээнээс илүү гарч байсан байна.

Б. Итали улсын гэрийн видео хэрэглээний үнэ (программ болон техник хангамж) Их Британийнхаас өндөр байсан, учир нь уг үйлчилгээний түгээлтийн систем нэг их ашиг тус өгдөггүй байжээ.

В. Итали улсын гэр ахуйн ойр зуурын орлого Их Британийнхаас бага хэмжээтэй байсан байна.

Яагаад дижитал телевизийг

сонгосон бэ? Дижитал телевиз анх 90-ээд оны үеэр Европт эх сууриа тавьжээ. Хамгийн анхны ашиглагдаж байсан технологи нь платформ, бизнес загварчлалын дагуу хийгдсэн сансрын хиймэл дагуул, мөн төлбөрт ТВ байсан бөгөөд эдгээрийг анх Франц, Итали, Их

«
Дижитал телевиз анх 90-ээд оны үеэр Европт эх сууриа тавьжээ.

Хамгийн анхны ашиглагдаж байсан технологи нь платформ, бизнес загварчлалын дагуу хийгдсэн сансрын хиймэл дагуул, мөн төлбөрт ТВ байсан бөгөөд эдгээрийг анх Франц, Итали, Их Британи, дараагаар нь Европын бусад орнуудад хэрэглэж эхэлжээ.

»

Британи, дараагаар нь Европын бусад орнуудад хэрэглэж эхэлжээ. Дараа нь ил, далд утсан сүлжээгээр дамждаг дижитал нэвтрүүлгүүдийг цацаж эхэлсэн бөгөөд өнөөдрийн байдлаар Европын 50 сая гаруй айл өрх (Европын нийт телевизийн зах зээлийн 25%) янз бүрийн хэлбэрээр дижитал телевизийг хүлээн авч үзэж байна.

Дижитал телевизийн гол ололтыг одоо хүн бүхэн мэддэг болж, түүний хамгийн гол оронцлог нь бүгдийг

шинэчлэгч чанар гэдгийг хэрэглэгч бүр хүлээн зөвшөөрдөг болжээ.

Эдгээр шинжүүдийн дотроос түүний спектрийн ижил хэмжээний хэрэглээ бүхий телевизийн сувгуудыг олон дахин үржүүлж чадах онцлогийг олон түмэн өндөр үнэлдэг байна. Энэ бол тухайлбал, 16 тус тусдаа бие даасан телевизийн хөтөлбөрийг аналог хэлбэрээр нэвтрүүлэх бүрэн чадвартай сансрын хиймэл дагуулын тусламжтайгаар 80-100 телевизийн хөтөлбөрийг дижитал хэлбэрээр ямар нэгэн дүрс болон чанарын ялгаагүйгээр олон түмэнд хүргэхэд ашиглаж болно гэсэн үг юм.

Энэ нь хоёр төрлийн давуу талтай байдаг. Нэг талаар, радио телевизийн нэвтрүүлэгт шаардагддаг зардал 5-6 дахин багасна, нөгөө талаар телевизээр дамжуулагддаг нэвтрүүлгүүдийн сувгийн тоо нэмэгддэг. Харин дээр дурдсан хоёрын бэрхшээлтэй тал нь гэвэл уламжлалт аргаар дамжуулдаг, мөн хүлээн авдаг тоног төхөөрөмжүүдийг аль болох тохиромжтой дижитал тохируулагчдаар орлуулдагт байгаа юм.

Хоёр дахь давуу тал нь дуу чимээ, дүрсийн дамжуулалтын чанарыг нэмэгдүүлэх явдал юм. Давтамж болон ачаалал ихтэй улс орнууд үүнийг дэмжих хэдий ч, энэ нь тийм ч ач холбогдолтой асуудал биш гэж үздэг.

Тусгай төрлийн тоног төхөөрөмжийн тусламжтайгаар дамжуулдаг телевизийн нэвтрүүлгийн хувьд утасны болон телевизийн сүлжээг хослуулах боломжтой байдаг. Ингэснээр Интернэ-

тийн тусламжтайгаар үйл ажиллагаа явуулах, телевизийн дэлгэцийг утасны сүлжээнд холбогдсон компьютерийн нэгэн адил ашиглах боломж олгох бөгөөд энэ нь мэдээллийн ертөнцийг идэвхтэй, эрч хүчтэй болгох, цахим мэдээллээр дамжуулан худалдаа хийх, мэдлэг, боловсролын хүрээг өргөтгөх, олон нийтийг удирдах үйл ажиллагааны хүрээ өргөжих болно.

Дөрөв дэх давуу тал нь зөвхөн үзэгчдийг тухайн хөтөлбөрт идэвхтэй оролцуулахад нөлөөлөхөөс гадна үзэгчдэд мэдээ, мэдээллийг биечлэн хүргэх, ерөнхийдөө телевиз гэдэг нь тэдний сонирхолд тулгуурлан үйл ажиллагаа явуулдаг гэдгийг ойлгуулж өгдөг.

Тав дахь буюу хамгийн сүүлчийн боломж нь телевизийн хөтөлбөрүүдийг дижитал аргаар бусдад хүргэж буй гар утас (mobile) юм.

Дижитал телевизийн олон түмэнд санал болгож буй зүйл нь техник, технологийн шинэчлэлээс илүү хурдацтай тархаж, улс орон бүр үүнийг ямар нэгэн эргэлзээгүйгээр нэвтрүүлж эхэлснээр тухайн улс орны түүнээс өмнө үйл ажиллагаа явуулж байсан харилцааны техник, технологи нь нэлээд ээдрээтэй байдалд орж байна. Ийм тохиолдолд тухайн улс оронд нэвтрүүлэхээр урьдчилж төлөвлөчихсөн байсан, мөн үүнээс гарч болох үр дагавар, харьцаа зэргийг тодорхойлчихсон байлаа ч энэ бүхнийг амжилттай хэрэгжинэ гэдэгт хэн ч баталгаа гаргаж чадахгүй юм.

Мэдээллийн нийгэм ба Европын холбооны улс төрийн бодлого. 2000 оны Лисбоны бага хурал болон Европын орнуудад зохиогдсон бусад бага хурлаар мэдээллийн нийгмийн бодлогын талаар удаа дараа хэлэлцэж, стратегийн шинжтэй олон асуудлыг хөндсөн нь дижитал телевизийн хөгжилд чухал нөлөө үзүүлсэн. Чухам энэ үеэс дижитал телевиз хүчээ авч эхэлсэн гэж хэлж болно. Европын холбооны мэдээллийн нийгмийг хөгжүүлэхэд чиглэгдсэн стратегийн бодлого нь цогц зорилго, зорилтуудыг агуулсан хэд хэдэн үе шатаас бүрдсэн онцлогтой юм.

Өнөөдөр сүлжээний хөгжил дэвшил хүмүүс болон эд юмс хоорондын харилцаа, тэдгээрийн шинж чанар, утга агуулга болон нийгэмд үзүүлэх нөлөөлөл, үйлчилгээ зэрэгтэй нягт уялдаа холбоотой байдаг цахим суралцахуйгаас эхлээд цахим засаглал, технологи, эдийн засаг, нийгэм-соёлын гэх мэт салбаруудыг бүхэлд нь хамарсан төгс төгөлдөр, олон нийтийн сэтгэлийг хөдөлгөсөн хөтөлбөрүүдийг бэлтгэн гаргаж байна. Европын холбоо болон түүний гишүүн орнуудын үзэж байгаагаар бол "хүн болгоныг мэдээллийн эрин зуун, мэдээллийн нийгэмтэй танилцуулах", мөн "дижитал хуваагдал"-ын эрсдлийг бууруулах гэсэн нөлөө бүхий хоёр алхмыг хийх хэрэгтэй байна. "Мэдээллийн нийгэм"-ийн үйлчилгээ гэгдэх эхний алхмыг хүн тус бүрт, айл өрх бүрд хүртээмжтэй болгох боломжтой юм. Юуны түрүүнд олон нийтэд үйлчлэх

төвүүдтэй байнга нүүр тулан ажиллаж байдаг төвийн болон орон нутгийн олон нийтийн үйлчилгээний газрын удирдлагууд нь Интернэт дээр суурилсан онлайн үйлчилгээнд хамрагдах бүрэн боломжтой юм. Нөгөө нэг нь гар утсан дээр суурилсан үйлчилгээний хүрээг тэлэх явдал мөн. Өөрөөр хэлбэл, Интернэт холболт ихсэх юм бол "мэдээллийн нийгэм" буюу хамгийн түрүүнд цахим засаглал гэх мэт үйлчилгээнүүд нь айл өрх, хувь хүн бүрийн компьютерийн хэрэглээ, тэдний нийгэмд оролцох байр сууриас шалтгаалдаг болно. Энэ үед хүн бүхэнд хүртээмжтэй болох "мэдээллийн нийгэм"-ийн гол төлөвлөгөө нь амжилтанд хүрэхэд хэцүү болох магадлал өндөр юм.

Орон орноос оролцож буй айл өрхийн тоо бага байх тусам энэхүү төслөөс хасагдах болно, учир нь тэд хэзээ ч сайн дураараа компьютер худалдан авахгүй. Өөрөөр хэлбэл, уламжлалт аналог телевизээс дижитал телевизэд шилжих явдал нь телевизийн шилждэг сувгуудын тоог эрс нэмэгдүүлж, харин үлдсэн хэсгүүдийг нь гар утсан дээр суурилсан үйлчилгээнд ашиглахаар зохицуулна гэсэн үг. Европын холбоо болон түүний гишүүн орнууд нь телевизтэй айл өрх бүрт (Европын нийт айл өрхийн 96%) Интернэт суурилуулах зорилгоор утсан холбоотой дижитал телевизийг хөгжүүлж хүлээн авагчдын дунд өргөн нэвтрүүлэх зорилгоор тэдний хэрэглэдэг телевизүүдийн давтамжийг гар утсан дээр

суурилсан үйлчилгээнд ашиглах зэрэг ажлыг санал нэгтгэйгээр дэмжиж туслахаар шийдвэрлэсэн байна.

Дижитал телевиз нэвтэрч эхэлснээр шинээр гарч ирж буй дотоодын харилцаа холбооны технологиуд нь тухайн техник технологиудыг өөрсдийнхэр орондоо нэвтрүүлж, өдөр тутмын хэрэглээ болгох гэсэн олон нийтийн хүсэл сонирхлоос шалтгаалан өөрчлөгдөн сайжирсаар иржээ. Шилжилтийн шинэ техник стандарт, хугацаа болон давтамж зэргээс харьцангуй өөр ойлголт болох Европын холбооноос тодорхойлон гаргасан уг бодлого нь Европын улсуудын анхаарлыг бүх төрлийн дэвшилтэт техник технологийг ашиглан бүтээгдсэн дижитал телевизэд хандуулах гол үндэс болж өгсөн байна.

Энэ үед тус холбооны гишүүн бус орнууд нэгээс нөгөө рүү байнга хувьсан өөрчлөгдөж байдаг шинийг санаачлагчаар дүүрсэн ажээ. Энэхүү бие даасан орнуудын шинэчлэлийн талаар нарийн судалж үзэхгүйгээр ерөнхий хандлага болон технологийн шинэчлэлд чухам юу багтдагийг судалж үзэхэд хангалттай юм. Үүнд:

1. Бидний хэрэглэж заншсан ердийн телевизийг уламжлалт хөтөлбөр

дамжуулагчид, шинэ санаа сэдэл бүхий операторууд болон санал болгож буй шинэ содон, шинэлэг зүйлс зэргээс олон давуу талаараа ялгарах дижитал телевизийг асаалтын горимын хувьд ялгаатай байлгах,

2. Өрх бүрт тухайн бүтээгдэхүүнийг нэвтрүүлэхийн тулд дижитал код тайлагчийн зардлыг багасгах ажлыг хийж гүйцэтгэх зохион бүтээгчдэд эдийн засгийн тусламж, дэмжлэг үзүүлэх,

3. Олон нийтийн үйлчилгээний телевизүүдээр дамжуулан дижитал телевизийг үндэсний хэмжээнд хүртэл хөгжүүлэн нэвтрүүлж, шинэ төрлийн чөлөөт хөтөлбөрүүд бүхий дижитал сувгуудыг бий болгохын тулд тусгай төрлийн заавар болон санхүүжилтийг олгох,

4. Гарч ирж буй шинэ төрлийн идэвхтэй үйлчилгээ, үйл ажиллагааг хянаж шалгахын тулд олон нийтийн оруулах хувь нэмэр, хандивын хэмжээг нэмэгдүүлэх,

5. Уг дижитал телевизийн сурталчилгааны ажлыг санхүүжүүлэх,

6. Код тайлагчийг худалдан авах чадваргүй айл өрхүүдийг дижитал код тайлагчаар байнга хангаж байх чиглэлийг баримтлах.

7. Аналоги (бидний хэрэглэж заншсан) телевизийн өргөн нэвтрүүлгүүдийг хэлж, дижитал гэсэн тодотголтой бүхнийг нэвтрүүлэх эцсийн шалгаруулалтыг хийх зэрэг болно.

Телевизийн хөгжил Европын холбооноос баримталдаг стратегийн бодлогоос хамаарах нь. Европын холбооноос дижитал телевизийн салбарт баримталж буй стратегийн гол зорилго нь хоёр төрлийн экстра-телевизийн төрх байдал, дэлхий даяар хэрэглэгдэж буй Интернэт сүлжээ болон түүний давтамжийн хадгалалтыг зохицуулахад оршино. Эдгээр зорилтуудын хамт үндэсний хэмжээний телевизийн системд нөлөөлж буй гадны төлөвлөгдөөгүй хүчин зүйлүүд нь өнөөдрийг хүртэл өөрчлөгдөлгүй байсаар байгаа бөгөөд энэ талаар хийсэн дүгнэлт, шинжилгээ ч маш цөөхөн байна.

Нэг талаараа ямар ч телевиз тухайн нутаг дэвсгэрийн бүх хүн амд хүрэх нэвтрүүлэг хийх чиглэл баримталдаг ч энэ асуудлыг өөрсдийн баримжаа хэмжүүрээр хэмжих боломжгүй юм. Гэхдээ үүнийг тухайн салбартаа олж хуримтлуулсан туршлага дээрээ суурилан үнэлж цэгнэж болдог байна. Өөрөөр хэлбэл, телевизийн үйлдвэрлэлийг дэмжиж байдаг эдийн засгийн дэд бүтцийн агуулга улам бүр суларсаар байна.

Энд юуны түрүүнд үзэгчдийн хуваагдал ямар утга учиртай болох талаар дүгнэлт хийж үзье.

Өргөн сонголт бүхий сувгуудын тоо нэмэгдэж байгаатай холбогдон гарах

харьцаа нь хамгийн түрүүнд кабель, дараа нь сансрын хиймэл дагуул гэх мэт техник технологийн дэвшлийн үр дүнд бий болсон дамжуулах төхөөрөмжүүдийг өөрийн орондоо нэвтрүүлж байгаа улс орнуудын хөгжлийн түүхээр тодорхойлогдож байдаг. Энэхүү үйл явцын үе шатыг дамжихгүйгээр Их Британи болон Европын улс орнуудад явагдаж буй өөрчлөлт шинэчлэлтийг судалж болох бөгөөд эдгээр улс орны айл өрх бүр уламжлалт 5 сувгаасаа (BBC1, BBC2, ITV, C4 болон C5) гадна өөр бусад олон мульти-сувгийг сонгож үзэх боломжтой болсон юм.

Дээрх 5 уламжлалт сувгаас гадна өөр бусад олон төрлийн сувгийн хэрэглээг санал болгож чадах 3 үндсэн хэсэгт хуваагдаж байгаа Их Британийн мульти-суваг сонгогч гэр бүлүүдийн тооны харьцааг авч үзье¹.

Он	Сансрын хиймэл дагуул	Кабель	Дижитал ТВ	Нийт (сая өрх)
1992	1.893	0.409	-	2.302
1996	3.542	1.399	-	4.941
2001	4.991	3.490	0.529	7.618
2006	7.932	3.297	6.363	16.815

Сүүлийн 15 жилийн байдлаар мульти-суваг хэрэглэгч өрхийн тоо нийт телевиз хэрэглэгч айл өрхийн 60%-ийг эзлэх хүртэл нэмэгдсэн байна (2006). Энэхүү өсөлтийг сансрын хиймэл дагуулаас удирдаж байсан хэдий ч

хувийн ITV дижитал телевизийн үнийн санал олон нийтийн BBC-ийн зүгээс гаргасан сувгуудын өргөн сонголт болон өөрчлөгдсөн үе буюу 2003 оноос эхлэн утсан холболттой дижитал телевиз маш өндөр зэрэглэлийн хурд, хүчийг хэрэглэгчдэд санал болгож эхэлсэн байна. Мульти-сувгууд нь хэрэглэгч айл өрхүүдэд багтах хүн бүрийн нийгэмд хандах хандлага гэх мэт зүйлийг өөрчилж тэдэнд уламжлалт 5 сувгаасаа гадна бусад бүх төрлийн сувгуудыг сонгох боломжийг өгчээ. Үүний нотолгоо болгож BBC1, BBC2 болон ITV гэсэн үндсэн 3 уламжлалт сувгийн үзэгчдийн тоог аваад үзье².

Он	BBC1	BBC	ITV	Нийт үзэгчдийн эзлэх хувь
1982	38%	12%	49%	99%
1992	34%	10%	41%	85%
2002	26%	11%	24%	61%
2006	23%	9%	21%	53%

Дээрх судалгаанаас үзэхэд үндэсний 3 сувгийн үзэгчдийн тоо эрчимтэй буурч, бусад сувгийг үздэг үзэгчдийн тоо нэмэгдсэн байна. 1992 оноос хойш 2006 он хүртэл хугацаанд мульти-суваг үздэг байсан 2,3 сая өрхийн тоо 16 сая хүрч, BBC (хэрэглэгчдийн хураамжаар санхүүждэг) 2 сувгийнхаа бараг нийт үзэгчдийн 40 гаруй хувийг алдсан бол ITV (зар сурталчилгаагаар санхүүждэг) 60 хувийг алдсан байна. Үзэгчид мульти-суваг

үздэг болохоос өмнө дээрх үндэсний 3 телевиз нийт 100 хувийн үзэгчидтэй байсан гэж үзвэл үзэгчдийнхээ бараг 50 хувийг алдсан гэж хэлж болно. Цаашид олон суваг үздэг өрхийн хэрэглээний онцлогийг ажиглан, нарийвчлан тодруулах арга хэмжээ авах хэрэгтэй юм³.

Телевиз	Хувь
BBC1	19,6%
BBC2	7,5%
ITV	17%
Sky	9.1%
Бусад кабелийн сувгууд	3.6%

Үүнээс хийх дүгнэлт тодорхой бөгөөд дэлхий нийтийг хамарсан гол гурван суваг үзэгчээ алдаж байна. BBC-гийн үндсэн хоёр суваг BBC1, BBC2 32-27%, ITV 21%-17% болтлоо буурч, үлдсэн үзэгчид бусад олон мянган сувагт таржээ.

SkyTV хиймэл дагуулын төлбөртэй цахим телевиз 100 гаруй сувагтай бөгөөд нийт хувьцааны 10%-ыг л эзэмшдэг. SkyTV-д нийт үзэгчдийн 1,9% ногддог бол бусад сувгуудад ердөө нэг хувь л ногддог байна. SkyTV-ийн киноны 9-н суваг 2,7 %-ыг, спортын 6 суваг бүгд нийлээд 3,5%-ийг эзэлдэг ажээ. Нэмж хэлэхэд бусад 100 сансрын телевиз болон SkyTV-тэй нийлээд 3,6% эзэмшдэг байна.

Freeview мэдээллийн санд BBC-гийн олон нийтийн цахим хөтөлбөрийн 30 чөлөөт сувагтай бөгөөд үүний

талаарх мэдээлэл албан ёсны эх сурвалж болох BARB-ийн мэдээлэлд ороогүй байна. Гэхдээ ерөнхий дүгнэлт хийхэд хангалттай баримт мэдээлэл бий. Айл өрх бүр үзэх боломжтой сувгуудын тоо өссөнөөс үндэсний томоохон сувгийн үзэгчдийн үзэх цагийг багасгаж, жижиг сувгуудын үзэгчдийн тоо нэмэгджээ. Европын цахим телевизийн хөгжлийг дэмжих бодлого нь Англид болж байгаа шиг нөхцөл байдал Европт ч өргөн тархахад нөлөөлсөн байна.

Үндэсний цахим телевиз нэвтрэх үеийн Европын өрхүүдийн үзэгчдийн хуваагдах үйл явц тодорхой зан төрх, ашиг сонирхол зэрэг нь одоогийн телевизийн өнгө төрхөөс харагдаж байна.

Үзэгчдийн хуваагдлын нөлөө.

Өмнөх ажиглалтыг үндэслэн Европын бодлогыг шүүмжлэсэн нь үзэгчдийн хуваагдах үйл явцыг сайн муу гэж дүгнэх гээгүй бөгөөд энэхүү үйл явц нь өөр зорилгод хүргэж болох стратегийн харилцан хамаарлаас бий болсон юм. Өөрөөр хэлбэл, дэлхийн бүх нийтийг хамарсан (интернет, давтамж) зорилт нь энэхүү үзэгчдийг улам хурдасгахад нөлөөлж, аажим аажмаар өнөөдрийн Европын телевизийн зарим шинж чанарыг эвдэж байна. Бид олон нийтийн нэвтрүүлгийн үйлчлэх хүрээ, телевизийн нийгэмд гүйцэтгэх үүрэг, түүний агуулгыг бий болгогч эх сурвалж гэсэн 3 чухал хэсгээс бүрдэнэ гэсэн дүгнэлт хийх боломжтой юм. Европын олон нийтийн

телевизийн оролцоо, санхүүжүүлэх хэлбэр нь хэрэглэгчдийн ерөнхий сонирхлыг хамарсан үйлчилгээ явуулдагт оршдог. Үүнд:

а. Мэдээллийн бие даасан, тэнцвэрт байдал, олон ургальч шинжийг хангах,

б. Улс үндэстнийхээ улс төр, нийгэм, соёл, шашин зэрэг бүхий л төлөөлөлтэй байх,

с. Үндэснийхээ соёл урлагийг дэмжих үүргийг заавал оруулах ёстой зэрэг болно.

Дээрх зорилгыг биелүүлэхэд олон нийтийн телевизийн хураамж төлөгч үзэгч бүрийн хувь нэмэр орж байгаа билээ. Одоо Испани, Франц, Итали зэрэг орны олон суваг үздэг айл өрхүүд хязгаарлагдмал хувийг эзэлдэг бөгөөд Английн BBC телевизийнх шиг олон нийтийн телевиз үзэгчдийн тоо эрс буурч, сөрөг нөлөө үзүүлэх хэмжээнд харахан хүрээгүй байна. Олон нийтээс санхүүждэг дээрх сувгуудыг бүхэлд нь авч үзвэл, 2004 оны байдлаар Европт: Италийн олон нийтийн телевиз болох (RAI1, RAI2, RAI3) нийт үзэгчдийнхээ 46%-ийг, Испаны Tve 1, Tve 2 болон бүс нутгийн телевиз 46%-ийг, Германы Ard 1, Ard 3, ZDF, Arte 41%-ийг, Францийн France 1, France 3, La 5, Arte зэрэг сувгууд 40%-ийг эзэлдэг байна (Европын хэвлэл мэдээллийн тойм. 2005 он).

Судлаач, ажиглагчдын үзэж байгаагаар олон нийтийн телевизүүдийн, түүний дотор BBC-гийн хэрэглэгчдийн доторх эзлэх хувь 20-иос доош буурвал

хөрөнгийн биржээр дамжин ирэх хөрөнгө оруулалтын хэмжээг тогтвортой байлгахад хүндрэл учруулах болно. Хэрэв олон нийтийн телевизийн санал хэт бага хувьтай байвал хэрэглэсэн, хэрэглээгүй хүн болгоноос мөнгө төлөхийг шаардах нь утгагүй юм. Үнэхээр олон нийтийн телевиз ийм байдалд хүрвэл түүний эдийн засгийн үндэс, оршин тогтнох байдал, өрсөлдөх чадвар, үйл ажиллагааны хамрах хүрээ, чанар зэрэг нь баталгаагүй болно.

Мөн ийм хуваагдлын үйл явцын үүрэг, үр нөлөөг социлогчид болон бусад хүмүүсийн зүгээс шүүмжлэлтэй хандахад хүргэсэн (Wolton, 1997). Европын бараг бүх оронд телевиз нийгмийн янз бүрийн давхарга, бүрэлдэхүүн хэсгийн оюуны болон мэдээллийн хэрэгцээг хангах, соёлын үнэт зүйлсийг түгээн дэлгэрүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэж ирсэн түүхтэй юм. Энэ нь юуны өмнө телевиз тун саяхан хүртэл тоотой хэдэн сувгаар дэлхий дахинд нэвтрүүлэг цацаж, асар их хэмжээний үзэгчдийг өөртөө татаж чадсантай холбоотой. Ингэснээр телевиз нь хүн бүр өдөр болгон сонирхож, оролцож чаддаг үйл явц болон хувирсан онцлогтой юм. Гэвч ирээдүйд ямар болох нь BBC-гийн үйл ажиллагаанаас тод харагдсан билээ.

“Мэдээллийн төрөл хэлбэрийн сонголт эрс нэмэгдсэн нь үзэгч, сонсогчид олон хэсэгт хуваагдах гол шалтгаан болж байна. Хүмүүс маш өргөн сонголттой үйлчилгээг олон

янзын мэдээллийн хэрэгслээс чөлөөтэй авч чаддаг болсон. Энэ бол мульти-мэдээллийн олон төрлийн хэрэгсэл бүхий мэдээллийн нийгмийн үр дүн мөн” (BBC, 2004).

Хүмүүсийг нэгтгэх хүчин зүйл болж байсан телевиз өнөөдөр хэрэглэгчдийг хуваах, тусгаарлах хэрэгсэл болсон гэж үү? Энэ бол баталгаатай зүйл биш ч гэсэн, нэлээд ээдрээтэй алхам мөн гэдгийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй.

Орчин үеийн даяарчлалын үед ажиглагдаж буй нэг чухал үзэгдэл бол дижитал телевизийн хөгжил болон сувгуудын тооны эрс өсөлтөөс шалтгаалж, хэрэглэгчдийн дунд эрчимтэй явагдаж байгаа хуваагдал юм. Гэхдээ телевизийн сувгийг санхүүжүүлэх боломж нь тооны өсөлтөөс хоцорч, цаг хугацааны өөрчлөлттэй ижил төвшинд нэмэгдэж чадахгүй байна. Европын орнуудын зар сурталчилгаанаас олсон ашиг нь телевизийн лицензийн төлбөртэй харьцуулбал жилийн өсөлт нь 4-5%-иас илүүгүй байгаа нь ажиглагддаг. Энэ нь ирээдүйд өсөх хандлагатай боловч хангалттай төвшинд хүрч чадахгүй гэдэг нь тодорхой юм.

Нөгөө талаар үзэгчдийн хуваагдал идэвхтэй явагдаж байгаа нь аль нэг сувгийн үзэгчдийн тоо мэдэгдэхүйц буурч, зар сурталчилгаанаас олох ашиг орлогыг эрс багасгаж байна. Зөвшөөрлийн лицензийн төлбөр нь тухайн нөхцөл байдлаас хамаарч ихсэх тохиолдол байдаг боловч тогтвортой, байнгын хүчин зүйл биш учраас найдах хэрэггүй юм.

Сүүлийн хэдэн жилд Европын телевизүүдийн байдал тийм ч сайнгүй

байсныг дараах хүснэгтээс харж болно.

Европын холбооны орнуудын телевизийн өсөлт:

	2000	2001	2002	2003	ж.д.ө (*)
Нэвтрүүлгийн цэвэр орлого	9,9%	4,3%	1,1%	3,4%	4,6%
Олон нийтийн нэвтрүүлэг	3,5%	4,2%	0,7%	0,3%	2,2%
Хувийн телевизүүдийн холбоо	12,8%	5,15%	7,9%	6,85%	7,9%
Төлбөртэй телевизийн компани	5,9%	8,9%	1,5%	9,9%	1,4%
Телевизийн хөтөлбөрийн хангамж	30,5%	13,7%	7,5%	25%	18,8%

* Жилийн дундаж өсөлт

Дээрх хүснэгтээс үзэхэд Их Британийн Sky TV, Францын Canalsatellitc, Германы Premiere телевизийн сувгууд өндөр өсөлттэй ажилласан нь ажиглагдаж байна. Гэхдээ сувгийн тоо, нэвтрүүлгийн цаг нэмэгдсэн зэрэг онцлогийг харгалзан үзвэл ашиг орлого нь тийм ч өндөр биш байна. Өөрөөр хэлбэл, Европыг бүхэлд нь авч үзвэл телевизийн салбар дахь хөрөнгө оруулалт буурч байна гэсэн дүгнэлт хийж болох юм.

Уламжлалт телевизийн сувгийн дундаж үзэгчдийн тоо буурч, шинэ сувгийн дундаж үзэгчдийн тоо бага багаар нэмэгдэх хандлагатай байна. Гэхдээ энэ үйл явц хэт удаашралтай байгаа учраас хөрөнгө оруулалтыг нэмэгдүүлэх шаардлагатай юм. Энэ нь нэвтрүүлгийн чанарт сөрөг нөлөө үзүүлж болохыг бас анхаарвал зохино.

Дүгнэлт

Европ тивийн зарим орны хувьд телевизийн сувгийг айл өрхүүдэд дэлгэрүүлэх оролдлого бол анхны тохиолдол биш юм. 1980-аад оноос эхэлж Европын 3 орон Франц, Англи, Герман орон даяар кабелийн телевизийн сүлжээг бий болгох ажлаа эхэлсэн. Энэ нь Клинтоны сонгуулийн хөтөлбөрт тусгасан мэдээллийн технологийн хурдыг нэмэгдүүлэх тухай төслөөс үүдэлтэй санаа байсан юм. Европ, Америк болон Японд 70-аад оны дунд үеэс шинжлэх ухаан технологи хурдацтай явагдаж, телевизийн салбарт цахим мэдээллийг нэвтрүүлэх талаар олон нийтлэл гарч эхэлжээ. Энэ баримт мэдээлэлд өгүүлснээр бол 1977 оны Женевийн уулзалтаар хэлэлцсэн олон улсын телевизийн харилцаа холбооны нэгдлийн хуралдаан энэ үйл явдлын гол чиг хандлагыг

тодорхойлсон ажээ. Олон улсын телевизийн харилцааны нийгэмлэгийн гишүүн орнууд АНУ, Япон, Европ гэсэн гурван бүс нутагт энэхүү шинэ технологийг нэвтрүүлэх талаар хэлэлцэж байв. 1980-аад оны эхээр энэ алхам амжилттай хэрэгжиж эхэллээ. Гэхдээ энэ нь айл өрхүүдийн телевизийн сувгаар зогсохгүй онлайн үйлчилгээг нэмэгдүүлэхэд бодит нөлөө үзүүлсэн байна. Тухайлбал, энэ үеэс эхэлж сургууль, эмнэлэг, худалдаа зэрэг олон нийтийн газруудад компьютержсэн дотоод сүлжээний эх үүсвэр тавигджээ. Энэ бүхэн нь кабелийн сүлжээ болон онлайн сүлжээнд нэвтэрсэн харилцаа холбооны сүүлийн үеийн хэрэглэгдэхүүн интернет дижитал технологийн эх суурь болжээ.

Өнөөдрийн байдлаар кабелийн сүлжээ өрхүүдийн телевизийн харилцаанд хэдийнээ өөрийн байрыг баттай эзэлжээ. Үүнийгээ дагаад улс орнууд кабелийн телевизийн тоог нэмэгдүүлэх нь чухал биш, харин өсөн нэмэгдэж байгаа хүмүүсийн эрэлт хэрэгцээг харгалзан энэ сүлжээнд хамруулах нь чухал болжээ. Франц, Англи, Герман зэрэг оронд кабелийн сүлжээ үүсэх ажил эхэлснээс хойш 10 жилийн дараа гэхэд хүн амын 10 орчим хувь нь дээрх сүлжээнд холбогдсон байв. Тухайлбал, Германд бусдаасаа илүү амжилттай хэрэгжсэн. Германд хуучин хэрэглэж байсан тоног төхөөрөмжийг шинэ технологиор сольж өгч байсан нь үүнд нөлөөлжээ. Мэргэжилтнүүдийн дүгнэж байгаагаар улс төр, эдийн засгийн аль ч салбарт

олон нийтийг аливаа нэг сүлжээнд холбох сонирхол өндөр байна. Гэхдээ сүлжээн доторх программуудыг нэмэгдүүлэх гэсэн өрхүүдийн сонирхолд нийцсэн хөтөлбөрүүдийг боловсруулах нь тэргүүн зэргийн шаардлага болж байна. Өнөөдөр дижитал телевизийн дүрс арай тод, хүмүүсийн сонирхлыг хүчтэй татах чадвартай учраас төслийн тодорхой хэсгийг дижитал телевиз эзэлж байна гэж Европын холбооны орнууд үзэж байна. Гэвч телевиз нь дахиад л сул дорой цэг болон хувирлаа. Цаашид бий болсон туршлагад тулгуурлан хялбар дөхөм аргаар гүйцэтгэх (хэрвээ мөнгөний боломжтой бол) дэд бүтцийг хөгжүүлж, дижитал телевизийг дэлхийн хуурай замын болон нүүдэлчин улсуудад нэвтрүүлэх ажил 2012 он гэхэд тодорхой болно.

Өөр нэг чухал зорилтын бол шинэ суваг нээх, дижитал телевизэд олон түмний анхаарлыг татаж чадахуйц телевизийн үзэл санааг нэвтрүүлэх явдал юм. Олон нийтийн саналаар хэрэгцээтэй хөрөнгө оруулалтыг цаг тухайд нь оруулж чадвал энэ бодлого бүрэн гүйцэд хэрэгжиж чадна. Их Британид 2002 оноос ITV дижиталыг нэвтрүүлэх нь амжилтгүй болж, өмнөх компани нь дампуурсан учраас чөлөөт сувгийг тэд дахин шинээр эхлүүлсэн бөгөөд одоо BBC-гийн сувгаар шалган үзэж байна.

Чөлөөт нэвтрүүлгийг нээхэд 7 сая гаруй хэрэглэгч бололцоогоороо тусалж, олон нийтийн эрхийн бичгийнх нь үнийг

төлөөд чөлөөт нэвтрүүлгийн үзэгчдийн тоо, үндэсний засгийн газраас хэрэгжүүлсэн бодлогын үр дүнд 24 сая хүнээр солигдсон. Ийм маягаар Европын дижитал төсөл энэ салбарт чухал байр суурийг ямар ч асуудалгүйгээр эзэлж чадсан юм. Тиймээс өмнөх үйл ажиллагааг улам баталгаатай болгохын тулд илүү их анхаарал тавих хэрэгтэй.

Аливаад санаачлагагүйгээр хандвал нийгмийн ихэнх хэсгийг эзэлж чадахгүй учраас сувгуудын шинэ санааг илэрхийлэх боломжийг нэмэгдүүлж, сувгуудыг төвлөрүүлэн ажиллагаагаа үргэлжлүүлэх шаардлагатай. Ихэнх тохиолдолд тэр шинэ зүйл нь огт сонирхолгүй байсан бөгөөд Европын холбооны төсөл нь дижитал телевизийн тухай Универсал Интернет болон эдийн засгийн салбарт хохирол учруулж, бүтэлгүй болгох эрмэлзэлтэй байсан юм. Эсвэл санаачлага нь амжилттай болж, 12, 12-оор шинэ сувгуудыг нээж, хүмүүсийн аж амьдралд бага багаар нэвтрүүлж, анхаарлыг нь татахыг батлах явдал юм. Дараа нь телевизийн нэвтрүүлэг алхам алхмаар хөгжиж, өмнөх нийгмийн үзэл суртал задран унах болно. Үүгээр бид үндсэндээ телевизийн дүрэм болон үүрэг, үйл ажиллагааг заавал хүссэн хүнгүйгээр өөрчилж, хүлэн зөвшөөрүүлэх боломжтой гэдгийг л хэлэх гэсэн юм.

Abstract

In the paper I will describe how and why in all European countries digital television is to-day a

must for all government and which are the risk to produce a very important change on the consumption behaviour of a growing part of the audience. I will start observing which is the structure of television consumption in the main European countries and the differences that to-day we see between traditional TV families and multichannel families. The second point will be the economic, social and cultural objectives that all member states and the European Union Commission want to reach with the "all digital television" before a given deadline of the 2012. The third point will dedicate to the analysis of the relationship between the strong growth of TV channels produced by the development of digital TV and the parallel fragmentation of audience.

On that basis I will discuss the consequences of that fragmentation on the social structure, on the people access to information, entertainment and culture, on competences and attitudes to select and use new thematic channels and new interactive services offered by digital television. The final question will be if digital television will offer more information, more pluralism, and more opportunities for all, if there is the risk to augment the social and cultural gap and if that risk exist, which are possible alternatives.

Ишлэлүүд:

¹ Мэдээллийн эх сурвалж: BARB

² Мэдээллийн эх сурвалж: BARB

³ Мэдээллийн эх сурвалж: BARB, 2006 оны 5-р сар.

⁴ Мэдээллийн эх сурвалж: Европын хэвлэл мэдээллийн тойм (ЕАО).

Bibliography

1. B a s s F. 1969. A New Product Growth Model for Consumer Durables, in *Management Science*, Vol. 15, No. 5.
2. BBC. 2004. Building public value, London.
3. D a y a n D., K a t z E. 1992. Media Events: The Live Broadcasting of History, Harvard University Press, Cambridge.
4. I o s i f i d i s P. 2004. The Application of EU Competition Policy to the Media Industries, in *the International on Media Management*.
5. London Economics. 1999. Assessing the potential impact of digital licence fee on the take-up of digital television, cyclostyled.
6. K h i l n a n y A. 1998. The Classic Diffusion Curve Revisited, in Aa. Vv. *Technology Diffusion Forecasting: Six Perspectives*, Institute for the Future, Vol. 2, No.1.
7. N o r a E., M i n c A. 1976. L'informationisation de societe, la documentation francaise, Paris.
8. Observatoire Europeen de l' Audiovisuel. 2005. Yearbook, Strasbourg.
9. R i c h e r i G. 2006. State Intervention in the New Broadcasting Landscape: Less is best, in M.Roboy & F.Sauvageau (eds.) "The Role of State in Broadcasting Governance", Canadian Media Research Consortium, Vancouver.