

ТИКТОК ВИДЕОНИЙ ХЭРЭГЛЭЭНД АСУУДАЛ ДЭВШҮҮЛЭХ ОНОЛЫН ҮҮДНЭЭС ХИЙСЭН СУДАЛГАА

Б.Болд-Эрдэнэ*, Тана (TANA)**

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн профессор, сэтгүүл зүйн доктор (Ph.D)

**МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн докторант, ӨМӨЗО-ны Бортохой дээд сургуулийн багш

Түлхүүр үгс : асуудал дэвшүүлэх онол, TikTok богино хэмжээний видео, хэрэгцээ, чиг хандлага

ХХI зууны сүүлчээр компьютерийн технологид суурилсан харилцаа холбооны шинжлэх ухаан, технологи хурдацтай хөгжиж, сүлжээний технологи, харилцаа холбооны технологи давамгайлснаар харилцаа холбооны шинэ хэрэгсэл болох интернэт бий болсон. Уламжлалт мэдээллийн хэрэгслийн нэгэн адил интернэт нь хөгжлийн явцад өөрийн тэмдэгтийн систем, ярианы систем, тухайлбал гипертекстийг бүрдүүлсэн. Глобал мэдээллийн бүтэц, текстийн хэв маягийн хувьд гипертекст нь интерактив халтанд хүрэхийн тулд өөр өөр текстүүдийн хооронд холбоосыг бий болгож (Лю , 2005), мэдээлэл олж авах ажлыг илүү уян хатан, үр дүнтэй болгосон. Гэсэн хэдий ч компьютерийн технологийн цаашдын хөгжил, ялангуяа график боловсруулах чадвар, хадгалах технологийг тасралтгүй сайжруулж байгаа нөхцөлд.

Интернэт нь зөвхөн текстийн холбоос, харилцан үйлчлэлээр хязгаарлагдахгүй, зураг, аудио, видео гэх мэт төрөл бүрийн медиа хэлбэрүүд аажмаар дижитал платформд нэгтгэгдэж, мультимедиа системийг бий болгодог. Интернэт мультимедиа нь компьютероор дамжуулан текст, аудио, график, зураг, хөдөлгөөнт дүрс, видео зэрэг төрөл бүрийн медиа мэдээллийг дижитал хэлбэрээр цуглуулж, кодолж, хадгалж, дамжуулж, боловсруулж, хуулбарлаж, олон медиа мэдээллийг логик холболт үүсгэж, нэг интерактив системийн технологид нэгтгэх боломжийг олгодог (Ю & Лианг , 2007). Үүний цаана нийгмийн сүлжээ нь цаг үеийн шаардлагаар бий болж, дижитал эрин үед хүмүүсийн харилцах, хуваалцах, санал бодлоо илэрхийлэх чухал талбар болж байна. Мультимедиа болон гипертекстийн шинж чанарыг хослуулсан программ болох тикток нь маш олон хэрэглэгчдийн анхаарлыг маш хурдан татаж, өвөрмөц контент хэлбэр, харилцааны арга барилаараа алдартай

сошиал медиа платформ болжээ. Хятадын ByteDance компанийн 2016 оны есдүгээр сарын 20-ны өдөр нээлтээ хийсэн гар утасны богино хэмжээний видео программ юм. Хэрэглэгчид энэхүү программ хангамжаар дамжуулан дуу сонгож, хөгжмийн бүтээлүүдээр өөрсдийн бүтээлээ байршуулах боломжтой бүх насны хүмүүс рүү чиглэсэн богино хэмжээний видео платформ юм (360 нэвтэрхий толь бичиг, 2024). Хятадын интернэт сүлжээний мэдээллийн төвөөс 2024 оны 8-р сард нийтэлсэн 54 дэх “Хятадын интернэтийн хөгжлийн байдлын статистик тайлан”-д дурдсанаар, 2024 оны 6-р сарын байдлаар, Хятадын интернэт хэрэглэгчдийн тоо нэг тэрбум 100 сая бөгөөд үүнээс богино хэмжээний видео хэрэглэгчдийн тоо нэг тэрбум 50 сая хүрсэн нь нийт интернэт хэрэглэгчдийн 95.5%-ийг эзэлж байна (Хятадын интернэт мэдээллийн төв, 2004).

Уг богино хэмжээний видео платформоор дамжуулан олон нийтэд мэдээлэл дамжуулах, санал бодлоо илэрхийлэх, өнөөгийн үйл явдлын талаар тайлбар хийх, ашиг сонирхлыг хамгаалах, хэрэглэгч сэтгэгдлээ илэрхийлэх боломжтой бол засгийн газар улс төр нийгэм хууль дүрэм болоод олон нийтийн санаа бодлыг албан ёсоор мэдэх, хариу өгөх ард түмэнтэй ойлголцох чухал суваг болсон юм. Бусад сошиал медиатай харьцуулахад тикток нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хэрэглээний үр нөлөөгөөр илт давуу талтай. Үүнд тикток нь богино хэмжээний видеоны үргэлжлэх хугацаа нь ихэвчлэн 15 секундээс 3 минут хүртэл байдаг нь хэрэглэгчдэд

агуулгыг түргэн шуурхай ойлгох, харилцан үйлчлэлд оролцох боломжийг олгодог бөгөөд бусад платформуудаас илүү шуурхай, дуу хөгжим, тусгай эффект ашиглахыг онцолдог, тикток нь хөгжим, тусгай эффект ашиглахыг чухалчилдаг. Хэрэглэгчид видеонуудад арын хөгжим, тусгай эффект гэх мэт зүйлсийг нэмж, хэрэглэгчид харагдах хэв хийц болон сонсогдох байдал дэвсгэр аяанд анхаарч бүтээлч байдлыг эрэлхийлдэг. Мөн дүрсний загвар байдлыг засах, арын хөгжим, тусгай эффектийг видеонуудад нэмэх боломжтой. Энэ нь видео үзэхэд хэрэглэгчийн сонирхол, дадал зуршилд тулгуурлан бүтээж байгаагаараа видео бүтээгч болон хэрэглэгч хоорондын уялдааг сайжруулж байна. Тухайн хэрэглэгч ямар төрөл зүйлийг түлхүү үзэж байна түүнд үндэслэгдэн дараа дараачийн хэрэглээнд тухайн төрөл зүйл санал болгож хандалт илүү авдаг. Тикток платформ нь мэдээлэл түгээх ажлыг илүү зорилтот түвшинд хүргэж, хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн ашиглалтын үр ашиг, үр нөлөөг дээшлүүлдэг; Тиктокийн лайк дарах, сэтгэгдэл бичих, дахин байршуулах зэрэг интерактив шинж нь хэрэглэгчдэд богино хугацаанд санал хүсэлтийг шуурхай авах боломжийг олгож, хэрэглэгчийн контенттой холбогдох мэдрэмжийг сайжруулдаг. Үүний зэрэгцээ тиктокийн нийгэмд үзүүлэх нөлөө нь мэдээлэл, үзэл бодлыг хурдан түгээж, нийгмийн өргөн хүрээтэй харилцан үйлчлэл, зөвшилцлийг бий болгодог. Тикток нь контент бүтээгчдэд урамшуулалын системээр мөнгө өгдөг нь бүтээгчдийн тоог нэмэгдүүлж байна. Энэхүү платформ нь хэрэглэгчдийг эх

контент бүтээхэд нь урамшуулж, алгоритмууд болон сурталчилгааны чиглэлээр дамжуулан өндөр чанартай контентын ил тод байдлыг сайжруулж байна. Эдгээр шинж чанарууд нь тиктоkd идэвхтэй хэрэглэгчийн оролцоог хурдан шуурхай, бүтээлч контентоор хангах боломжийг олгодог. Энэ нь мөн тикток хэрэглэгчдийн хэвлэл мэдээллийн хэрэглээнд гүнзгий нөлөө үзүүлнэ гэдгийг онцолдог.

Одоогийн байдлаар тикток богино хэмжээний видео нь эрдэм шинжилгээний хүрээнд маш сонирхолтой судалгааны объект болж байна. CNKI-д “Тикток богино хэмжээний видео” гэсэн түлхүүр үг болгон хайхад нийт 5950 нийтлэл олдсон бөгөөд эдгээр нийтлэлийн судалгааны чиглэл, агуулга нь маш баялаг юм. Тикток богино хэмжээний видеоны эрдэм шинжилгээ судалгааны чиглэл нь дараах асуудлуудад голчлон анхаарлаа хандуулдаг. Видео түгээлтийн үр нөлөөний судалгааны хувьд хэрэглэгчдийн танин мэдэхүй, тухайн цаг үеийн гол мэдээллийг хүргэх шинж чанар, давуу талуудад голчлон дүн шинжилгээ хийдэг. Мөн бичлэгийн шинж чанар, асуудлыг шинжлэхэд, тикток богино хэмжээний видео бичлэгийн онцлогийг авч үзэх, тухайлбал харьцангуй богино, агуулга нь олон янз, хийхэд хялбар байх, үүний зэрэгцээ агуулгын нэгэн төрлийн байдал, худал мэдээлэл буй эсэх зэрэг асуудлуудыг судалдаг; Мөн тикток видеоны стратеги байдаг бөгөөд энэ нь хэрэглэгчийн оролцоог нэмэгдүүлэх, платформын нөлөөг өргөжүүлэхийн тулд үр дүнтэй үйл ажиллагааны аргуудыг хэрхэн ашиг-

лах талаар судалдаг. Энэхүү судалгаа нь “Өвөр Монголын ган гачиг” үйл явдлын үеэр тикток хэрэглэгчдийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хэрэглээний зан үйлийг шинэ өнцгөөс судлахад зориулагдсан.

2024 оны хавраас ӨМӨЗО-ы олон бүс нутагт байгалийн ган гачиг болов. Тухайн үед Өвөр Монголын интернэт хэрэглэгчид орон нутгийн тухайн цаг үеийн нөхцөл байдлыг тикток платформ дээр нийтэлж, интернэт хэрэглэгчид болон орон нутгийн засаг захиргааны анхаарлыг татахыг эрмэлзэж, “Өвөр Монголын ган гачиг” тиктокийн гол хайлтын үг болов. Энэхүү нийтлэлд Бээжингийн Ухаалаг Оддын Мэдээллийн Технологийн ХХК-ийн олон нийтийн санаа бодлын нарийн бичгийн даргын системийн тусламжтайгаар 2024 оны 4-р сарын 1-ээс 7-р сарын 31-ний хоорондох хугацааг сонгож, “Өвөр Монголын ган гачиг” гэсэн түлхүүр үгийг ашигласан. Тикток богино хэмжээний видео платформ дээр хайлт хийхэд 2705 богино хэмжээний видео байршсан бол үүний 366 анхны видео, 95 нь дахин бичсэн видео, 2244 сэтгэгдэл байсан. Асуудал дэвшүүлэх (agenda setting) онолд үндэслэн өгөгдлийн задлан шинжилгээ, сурвалж бичгийн шинжилгээ, агуулгын задлан шинжилгээ, кейс судалгааны аргуудыг ашиглан тикток хэрэглэгчдийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хэрэглээний зан үйлийн хэрэгцээ, түүний үйл явдлын тухай асуудалд үзүүлэх нөлөөг судалж, дүн шинжилгээ хийсэн болно.

Харилцаа холбооны технологи хөгжихийн дагуу, интернэт шинэ мэдээллийн хэрэгсэл төлөвших нь

хэрэглэгчдийн субъектив байдлыг бүрэн тусгаж тэд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг ашиглахад идэвхтэй үүрэг гүйцэтгэдэг (Lihong, Ye, & Li, 2021). Шинэ хэвлэл мэдээллийн эрин үед хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, үзэгчид мэдээлэл түгээх, дахин дамжуулах, хүлээн авах харилцаа байнга шинэчлэгдэж байна. Радио, телевиз түгээмэл байсан эрин үед үзэгчид анх удаа “хэрэглээ ба таашаал ханамж”-д санаачилгыг олж авсан. Шинэ хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг дахин хүчирхэгжүүлэх эрин үед үзэгчид “хүн бүрд микрофон бий” гэсэн хязгааргүй боломжтой болж, олон нийтийн харилцааны хүрээнд “үзэгч”-ээс онлайн харилцааны хүрээнд “хэрэглэгч” болж өөрчлөгдсөн. Өнөөдөр сошиал медиа хурдацтай хөгжиж байгаа энэ үед сүлжээнд идэвхтэй тикток хэрэглэгчид мэдээллийн хэрэглэгчид төдийгүй үйлдвэрлэгч, түгээгч болж байгаа нь нийгэмд дэвшүүлж буй асуудлыг үр дүнтэй шийвэрлэхэд нөлөөлж чадаж байна. Америкийн харилцаа холбооны эрдэмтэд М.Э.Маккомбс, Д.Л.Шоу нар 1972 онд “Олон нийтийн санал бодол” сэтгүүлд “Олон нийтийн харилцааны хөтөлбөрийг тодорхойлох чиг үүрэг” гэсэн өгүүлэл нийтэлж, “хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нийгэм дэх чухал асуудлуудыг тодорхойлж чадна” (Ю, Ян, & Ян, 2018) гэж тэмдэглэв. Үүнийг “Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл үзэгчдийн сэтгэхүйг тодорхойлдог” гэж дүгнэж болох ч хэвлэл мэдээллийн салбар эрчимтэй хөгжиж, үзэгчдийн байр суурь тасралтгүй дээшилсээр байгаа үед энэ онол аажмаар өөр нэг хэлбэр болох “anti-хэлэлцэх асуудал” болон

хувирч байна. Уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлтэй адилгүй шинэ хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болох тикток өөрийн онцлог шинжийг гаргаж хэрэглэгчид өөрсдийн индэрийг бий болгож асуудал дэвшүүлж хэрэглэгчид өөр өөрсдийн бодол санааг илэрхийлж, хүлээн авч, бусдад нөлөөлж чадаж байна. Тухайлбал, энэ оны 6-р сард Өвөр Монголд ган гачиг хүндэрсэн үед Шилийн гол аймаг өдөр тутмын (монгол хувилбар) WeChat олон нийтийн данс Шилийн гол аймгийн төв болон баруун бүсийн ган гачигнаас бүрэн ангижирсан тухай гурван мэдээ дараалан нийтлэгдэж, бодит байдалтай нийцээгүй тул өвөрмонголчуудын дургүйцлийг төрүүлэв. Шилийн гол бүс нутгийн интернэт хэрэглэгчид Өвөр Монголын ган гачигийн тухай богино хэмжээний видео бичлэг, сэтгэгдэл, хуваалцсан бичлэгүүдийг тикток платформоор дамжуулан байршуулж, гангийн асуудлаар хэлэлцүүлэг өрнүүлсэн нь үндсэн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон албаны хүмүүсийн анхаарлыг татсан юм. Тикток хэрэглэгчид энэ үйл явцад асуудал дэвшүүлэх үүрэг гүйцэтгэж, энэ асуудалд олон нийтийн байнгын сонирхлыг бий болгосон.

“Өвөр Монголын ган гачиг”-ийн үйл явдалтай холбоотой богино хэмжээний бичлэгийн тоо эхний шатандаа бага байсан бөгөөд 4-р сард 9, 5-р сард 6 байсан. Шалтгааныг нь харвал дөрөв, тавдугаар сар хавар болж, бороо хараахан ороогүй, борооны улирал ирэхийг хүмүүс хүлээсээр л байна. Энэ үе шатанд ган гачигийн асуудал олны анхаарлыг татсангүй,

хур тунадас орж ган гачиг арилна гэж малчид болон холбогдох газрууд гол төлөв хүлээлтийн байдалтай байна. Тиймээс энэ хугацаанд олон нийтийн ган гачгийн асуудлыг хэлэлцэх, илэрхийлэх хүсэл харьцангуй бага байсан бөгөөд холбогдох контентыг тикток платформ дээр өргөн цар хүрээтэй түгээж амжаагүй байв. Дараа хоёр сарын хугацаанд тикток хэрэглэгчид бэлчээрийн ган гачиг, малын гачигдал зэрэг агуулгын зураг авалтаар гангийн бодит байдлыг харуулсан байна. Энэ үе шатанд хэлэлцэх асуудал нь төвлөрлийг сааруулж, энгийн хэрэглэгчид асуудлыг түгээх дэмжигчид болдог. Видео бичлэг, сэтгэгдлээ нийтэлснээр тэд “ган гачиг” үзэгдлийн талаар асуудал дэвшүүлэх болжээ. “Өвөр Монголын ган”-ын үйл явдлын эхний өдрүүдэд хамгийн олон үзэлт, лайк, сэтгэгдэлтэй богино хэмжээний видео нь “Dongchengxiju” хэрэглэгчийн нийтэлсэн “Малчдын хамгийн их санаа зовдог сэдэв: бороо орохгүй нь хэний хариуцлага вэ” гэсэн гарчигтай видео байв. Богино видео нь хөгжимөөр тоноглогдсон 4 минут 27 секундын хугацааны бичлэг юм. Уг видеонд Өвөр Монголын ган гачигт бэлчээрийн даац, уул уурхайн олборлолт, зохиомол хур тунадас болон бусад хүчин зүйлсийн нөлөөлөл, түүний талаарх малчдын баримталж буй зарчим, үл ойлголцлын талаар голчлон өгүүлжээ. Богино хэмжээний бичлэг 114 лайк, 929 сэтгэгдэл авсан байна. Ийм видеонууд нь гангийн үзэгдэл, нөлөөллийн талаар мэдээлэх замаар олон нийтийн анхан шатны мэдлэгийг идэвхжүүлж, улмаар олон нийтийн анхаарлыг татаж байв.

Үйл явдлын өрнөлийн үед тикток хэрэглэгчдийн асуудалд хандах идэвх нэмэгдэж, “Өвөр Монголын ган”-ын сэдвийг үргэлжлүүлэн харилцан ярилцаж, гүнзгийрүүлэв. Зургаадугаар сард холбогдох богино хэмжээний видео бичлэгийн тоо 2267 болж, олон нийтийн санаа бодлын хэмжээ хамгийн дээд цэгтээ хүрчээ. Шалтгааныг судалбал, Өвөр Монголын ган гачиг 6-р сард улам бүр дордсоор байсан бөгөөд Шилийн гол аймгийн өдөр тутмын (монгол хувилбар) WeChat олон нийтийн данснаас зарим бүс нутгийн ган гачиг тайлсан тухай мэдээллийг нийтэлжээ. Тиктокийн талаарх олон нийтийн санаа бодол хурдацтай тархсан нь энэ үйл явдалд нийгмийн анхаарлыг улам ихээр татаж, мэдээлэл түгээх, цуурайтах үйл явцыг түргэсгэжээ. Энэ сард хэрэглэгчид ган гачигтай байдлын талаар богино хэмжээний бичлэг хийж, бороо ороосой гэж залбирч, малчид, үхэр, хонь малдаа санаа тавьж, анхаарал хандуулахыг холбогдох байгууллагуудад уриалж байна. Тэдгээрийн дотроос хамгийн төлөөлөлтэй нь “Enjoy” хэрэглэгчийн нийтэлсэн 44 секундын богино хэмжээний видео буюу “Зуны улиралд намрын орой мэт байгальтай хуурай Урад Хоуки 6-р сарын 27”. Энэхүү бичлэгт нүцгэн бэлчээр, туранхай үхэр, хонь зэргийг харуулсан тайлбар дагалдаж байгаа нь тухайн бүс нутагт ган гачиг их байгааг бодитоор илэрхийлж, сэтгэлийг нь хөдөлгөж байна. Одоогоор уг бичлэг 345 лайк, 11 сэтгэгдэлтэй байгаа нь тикток хэрэглэгчдийн анхаарлыг татаж, хэлэлцүүлгийг бүрэн хөдөлгөж байна. Бас, “Урига” “Анхаарлаа

хандуулахыг хүсэж байна. #Өвөр монголын мэдээ #ган хүнд #Өвөр монголын ган хүнд #ган хүнд @CCTV мэдээ @TikTok hotspot @CCTV News Survey @CCTV Network News” нийтэлсэн; “Цаг агаарын урьдчилсан мэдээ олон нийтийн халамж”-д “Өвөр Монголын бэлчээр хэцүү! Ган ширүүсэж, шар элс ногоон байгууламжийг бүрхэж, амьтад цангаж үхэж байна. Үндэсний анхаарлыг яаралтай хүсэж байна!” зэрэг богино хэмжээний видео бичлэгүүдийг нийтэлжээ. Эдгээр агуулга нь интернэтэд олны анхаарлыг татаж, Хятадын төв радио, телевиз зэрэг албан ёсны хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийг сурвалжлага хийж, гангийн асуудалд нийгмийн анхаарлыг хандуулахыг зорьсон юм. Албан ёсны хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр хөндлөнгөөс оролцсоноор Өвөр Монголын ган гачгийг арилгах арга хэмжээ илүү олон хүмүүст хүрч, засгийн газраас ган гачигт нэрвэгдэж буй аймаг болон малчдад яаралтай тусламж үзүүлэх арга хэмжээг авч чадсан. ӨМӨЗО-ы радио телевизийн нэгдсэн хэвлэл мэдээллийн харилцаа холбооны төвийн албан ёсны тикток сувгаар 6-р сарын 26-ны өдөр “Пентиум медиа” нь ӨМӨЗО-ы дарга Ван Лишягийн Шилийн голын хуурай бүсэд хийсэн ажлын тухай мэдээ нь 2226 лайк, 43 сэтгэгдэл хүлээн авсан байна. Энэ нь “Өвөр Монголын ган гачиг”-ийн үеэр ӨМӨЗО-ы тикток хэрэглэгчид бүрэн ашиглаж, богино хэмжээний видео бичлэгээр дамжуулан холбогдох мэдээллийг нийтэлж, асуудал дэвшүүлэх замаар засгийн газрын анхаарлыг амжилттай татаж, тэдэнд оролцох боломжийг олгосон байна. 7-р сард “Өвөр монголын ган гачиг”-

тай холбоотой богино хэмжээний видео өмнөх сартай харьцуулахад мэдэгдэхүйц буурч, 424 видео бичлэг бүртгэгдсэн байна. Шалтгааныг нь авч үзвэл, 7-р сард Өвөр Монголын ихэнх нутгаар хур тунадас орж, ган гачгийн байдал намжиж, энэ нөхцөл байдалд олон нийтийн анхаарал бага багаар буурч, тикток хэрэглэгчдийн холбогдох богино хэмжээний бичлэгийг нийтлэх хүсэл эрмэлзэл ч суларсан байна. Үүний зэрэгцээ Засгийн газар болон холбогдох газрууд ган гачигт өртөхөөс урьдчилан сэргийлэх зорилгоор хур тунадасыг зохиомлоор нэмэгдүүлэх, усны нөөцийг хуваарилах зэрэг арга хэмжээг идэвхтэй авч хэрэгжүүлсэн нь олон нийтийн санаа бодлыг тодорхой хэмжээгээр тогтворжуулж, хэрэг явдлын нэн яаралтай байдлыг бууруулсан юм.

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр цацагдаж буй мэдээ мэдээлэл нь цаг үеийн байдлаас хамаарч нийгмийн гол мэдээлэл рүү шилжихийн хэрээр өмнөх гол мэдээллүүд үзэгч, хэрэглэгчийн анхаарлаас гарч байдаг. Иймд хэрэглэгчийн мэдээлэх, асуудал дэвшүүлэх байдал нь тухайн цаг үетэй шууд холбоотой. Энэ сард хэрэглэгчдийн анхаарлыг аажмаар Өвөр Монголын ган гачгийн шалтгааныг гүнзгийрүүлэн шинжлэх, холбогдох олон нийтийн халамжийн үйл ажиллагааг идэвхтэй дэмжихэд чиглэв. Харин зарим нөлөө бүхий тикток хэрэглэгчид мөн холбогдох олон нийт тусламжийн мөнгө, материал хандив зохион байгуулж, гамшигт нэрвэгдсэн бүс нутагт тусламж үзүүлэв. Тухайлбал, Шилийн голын Сүүнд Зүүн хошууны Монгол залуу

Баи “Олон малчид бэлчээрт ган гачиг ихтэй” байгааг интернэтээр хараад тусламжийн үйл ажиллагаа эхлүүлсэн байна. “Тэрээр тикток платформоор дамжуулан сошиал хэрэглэгчдийг уриалж тэжээл худалдан авах хөрөнгө босгож, ган гачигт нэрвэгдсэн бүс нутгийн малчдын яаралтай хэрэгцээг хангасан юм. Ингэснээр Өвөр Монголын “Неригу” худалдааны ХХК Сүүнд Зүүн хошууны ган гачигт нэрвэгдсэн бүс нутагт тусламж үзүүлж, материал; Ордос хотын нийгмийн бүх давхаргын халамжтай хүмүүсийн санаачилсан Өвөр Монголын Дишүй буяны нийгэмлэг Шилийн голын ган гачигт нэрвэгдэгсдэд 73.750 юанийн үнэ бүхий 25 тонн үхэр хонины тэжээл; Шилийн голын Батар малын эх үүсвэрийн өвсний аж үйлдвэрийн ХХК нь Шилийн голын ган гачигт нэрвэгдсэн бүс нутаг болох Баруун Сүүнд хошуу, Зүүн Сүүнд хошуу, Шилийн хотын эргэн тойрон дахь Сүүнд нийт 500 тонн тэжээл тус тус хандивлав. Эдгээр арга хэмжээ нь тикток дээр олон нийтийн халамжийн тусламж үзүүлэх харилцааны талбарыг бүрдүүлж, гангийн асуудлын нийгэмд үзүүлэх нөлөөг улам гүнзгийрүүлэв.

“Өвөр Монголын ган”-ын үйл явдлын өрнөлийн явцад тикток хэрэглэгчид нийтлэх, лайк дарах, сэтгэгдэл бичих, хуваалцах болон бусад аргаар асуудал дэвшүүлэх онолын хэд хэдэн талыг харуулсан. Нэгдүгээрт, тикток хэрэглэгчид гантай холбоотой богино хэмжээний бичлэгийг үргэлжлүүлэн нийтэлж, “Өвөр Монголын ган гачиг” хэмээх сэдэв олны анхаарлыг татсан байна. Энэхүү зан үйл нь “асуудал дэвшүүлэх онолд” олон

нийтийн анхаарлыг чиглүүлэх”-ийг тусгаж, гангийн асуудлыг бүс нутгийн асуудлаас үндэсний халуун цэг болгон хувиргасан байна. IV-VII сард ган гачгийн тухай нийт 366 видео тикток дээр нийтлэгдсэн бөгөөд хэрэглэгчид шууд л байдлыг ойлгож чадсан юм харин зарим хэрэглэгчид ган гачгийн тухайн үеийн байдлыг шууд энэхүү богино видеоноос ойлгож чадсан юм. Хоёрдугаарт, хэрэглэгчид сэтгэгдэл бичих хэсэгт хэлэлцүүлэгт идэвхтэй оролцож, санал бодлоо хуваалцаж, гангийн шалтгаан, хариу арга хэмжээний талаар ярилцаж, сэдвийн агуулгыг улам гүнзгийрүүлсэн. Энэхүү харилцан үйлчлэл нь үйл явдлын талаарх олон нийтийн ойлголт, хандлагад нөлөөлөөд зогсохгүй хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулж буй чиг хандлагад нөлөөлж болзошгүй юм. Эцэст нь хэрэглэгчид лайк дарж, дахин байршуулснаар уг асуудлын хүрээг тэлж, уг арга хэмжээний нэр хүндийг нэмэгдүүлснээр засгийн газар болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд идэвхгүй анхаарал хандуулж, арга хэмжээ авахад хүргэсэн. Энэ үйл явцын туршид тикток платформ нь хэрэглэгчдийн хувьд “хэлэлцэх хөтөлбөрийг өөрчлөх” чухал талбар болж, жирийн тикток хэрэглэгчид олон нийтийн санаа бодлыг чиглүүлэхэд нөлөөлөх хүчийг өгсөн. “Өвөр Монголын ган гачиг”-ийн үеэр тикток хэрэглэгчид анхны видеог нийтлэхээс гадна холбогдох богино хэмжээний видеонуудыг идэвхтэй дахин бичиж, сэтгэгдэл бичсэн. Дөрвөн сарын хугацаанд 2705 богино хэмжээний видеоноос 95 видеог дахин бичиж, 2244 сэтгэгдэл бичсэн байна. Энэхүү

өгөгдөл нь тикток хэрэглэгчид зөвхөн видео бүтээх ажилд идэвхтэй оролцоод зогсохгүй сэтгэгдэл, репост гэх мэт үйл явдлын хэлэлцүүлэгт гүнзгий оролцдог болохыг бүрэн харуулж байна. Сэдвийн хүрээг тэлэх, гүнзгийрүүлэхэд шууд нөлөөлсөн коммент хэсэгт ган гачгийн шалтгаан нөхцөл, шийдвэрлэх арга замын талаар санал бодлоо илэрхийлж, мэдээлэл солилцож, саналаа хэлсэн юм. Энэхүү зан үйл нь хэрэглэгчдийн арга хэмжээнд оролцох урам зоригийг харуулаад зогсохгүй нийгмийн арга хэмжээнд идэвхтэй оролцож, зөвшилцөх чадварыг харуулдаг.

Тикток хэрэглэгчдийн сэтгэгдлийн талбар дахь хэлэлцүүлэг нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, албан ёсны агентлагуудын анхаарлыг тодорхой хэмжээгээр татав. Олон тооны хэрэглэгчид тиктокой холбоотой видео бичлэгүүдийг үргэлжлүүлэн хэлэлцэж, дамжуулж байх үед засгийн газар болон үндсэн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд анхаарлаа хандуулж, хариу арга хэмжээ авахаас өөр аргагүй болсон. Олон нийтийн санаа бодлыг доороос дээш чиглэсэн энэхүү удирдамж нь уламжлалт хэвлэл мэдээллийн нэг талын асуудал тавихаас ялгаатай бөгөөд энгийн хэрэглэгчдэд илүү их үг хэлэх олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн онцлогийг тусгасан байдаг. Тикток нь хэрэглэгчдийн “хөрөнгө оруулалтын асуудлыг урвуу” байдлаар хэрэгжүүлэх чухал платформ болж, олон нийтийн санаа бодлын талбар дахь хувь хүний байр суурийг идэвхгүй хүлээн зөвшөөрөхөөс идэвхтэй хэлбэржүүлэх хүртэл аажмаар өөрчлөх болсон юм.

Эшлэл

1. 刘绍静. 2005. 从文本到超文本. 山东大学. 第37页. (Liu Shaojing. 2005. Текстээс гипертекст. Шаньдун их сургууль. х37.)
2. 陆芳.梁宇涛. 2007. 多媒体技术与应用. 北京大学出版社. 第 26页. (Лу Фан. Лианг Ютао. 2007. Мультимедиа технологи ба хэрэглээ. Бээжингийн их сургуулийн хэвлэл. х26.)
3. <https://baike.so.com/doc/25632417-26685244.html>
4. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0828/c208-11063.html>
5. 曾丽红.叶丹盈.李萍. 2021. 社会 化 媒 介 赋 权 语 境 下 女 性 “ 能 动 ” 的 “ 可 见 性 ” —— 兼 对 B 站 美 妆 视 频 社 区 的 “ 可 供 性 ” 考 察. 新 闻 记 者. 463 (9) : 86. (Zeng Lihong. Ye Danying. Li Ping. 2021. Сошиал медиа чадавхжуулах нөхцөл дэх эмэгтэйчүүдийн "идэвхжил"-ийн" харагдах байдал "- Мөн В станцын гоо сайхны видео нийгэмлэгийн" хүртээмж"-ийн судалгаа . Мэдээний сурвалжлагч. 463 (9) : 86.)
6. 喻国明.杨莹莹.闫巧妹. 2018.算法即权力：算法范式在新闻传播中的权力革. 编辑之友. 5:5. Ю Гуомин, Ян Иньин, Ян Цяомэй. 2018. Алгоритм бол хүч: Мэдээний харилцааны алгоритмын паарайгтун хүчний хувьсгал. Редакторын найзууд. 5:5.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. 雷璐然. 2024.短视频时代城市形象的传播——以抖音中的“成都”为例.名作欣赏. (Лэй Жунран. 2024. Богино хэмжээний видеоны эрин үед хотын дүр

төрхийг түгээх нь тикток дахь "цэндүү"-г жишээ болгон авч үзэх. Шилдэг бүтээлүүдийн үнэлгээ.)

2. 刚柔. 2024.从“使用与满足”理论出发看青年网络自嘲现象.西部广播电视. 2024.45(05). (Гангроу. 2024. "Хэрэглээ ба таашаалын" онолын үүднээс залуучуудын өөрийгөө доромжлох үзэгдлийг.)
3. 郭庆光. 2011. 传播学教程 (第二版). 中国人民大学出版社.北京. (Гуо Чингуан. (2011). (Хоёр дахь хэвлэл). Хятадын Жэньминь их сургуулийн хэвлэл. Бээжин.)
4. 万静. 2024. 基于使用与满足理论对抖音官方文旅账号短视频宣传内容的优化路径研究.科技传播. (Ван Жин. 2024. Хэрэглээ ба таашаал ханамжийн онолд үндэслэн тикток-ийн албан ёсны соёл, аялал жуулчлалын дансны богино хэмжээний видео сурталчилгааны агуулгыг оновчтой болгох замын судалгаа. Шинжлэх ухаан, технологийн харилцаа холбоо.

Summary

This paper, by analyzing short videos on the TikTok platform related to the "Inner Mongolian drought" natural disaster, reveals the multiple roles TikTok users play in information dissemination and agenda setting. In the early stages of the event, TikTok users posted videos depicting the drought-stricken grasslands and the plight of livestock, driving the formation of the topic and attracting public attention.

As the event progressed, users' discussions deepened the topic's content, prompting government and mainstream media intervention, showcasing TikTok's "reverse agenda-setting" capability.

In the later stages, as the drought eased, the number of related short videos decreased, and users shifted their focus to analyzing the causes and promoting public welfare, further expanding the topic's social impact.

Keywords: problem-solving theory, TikTok short videos, needs, trends.