

ОРОН НУТГИЙН ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛИЙН ДИЖИТАЛ ШИЛЖИЛТИЙН ЭРХ ЗҮЙН ОРЧИНД ХИЙСЭН СУДАЛГАА

Б.Болормаа*

*Монголын Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлийн хяналт-шинжилгээ, үнэлгээний менежер, сэтгүүл зүйн доктор

Түлхүүр үгс: Орон нутгийн хэвлэл мэдээлэл, орон нутгийн сонин, цахим мэдээллийн сайт, дижитал шилжилт

Хэвлэл мэдээллийн зах зээлийн эрэлт тогтмол хувьсан өөрчлөгдөж байдаг тул мэдээллийн хэрэгслүүд өрсөлдөх шинэ боломжийг эрж хайн, нийтлэл, нэвтрүүлгийг агуулга, хэлбэр, сэдвийн хамрах цар хүрээ, хэмжээ, хэл найруулга, бичлэгийн өнгө аяс, арга барилын хувьд тогтмол шинэчлэн хөгжүүлэн баяжуулах шаардлагатай байдаг. Түүнчлэн мэдээллийн хэрэгслүүд өөрийн гэсэн онцлог шинж, давуу талыг үр өгөөж бүхий ашигласнаар мэдээллийн зах зээлд орон зайгаа эзэлж, байнгын үзэгч, уншигчдыг бий болгодог. Энэ нь оршин тогтнох, амьдрах чадварын эх үндэс болдог.

Гэвч, дэвшилтэд техник, технологи хөгжин хэвлэл мэдээллийн салбарт нэвтрэхийн хэрээр хэрэглэгчийн тоо нь жилээс жилд цөөрч байгаа мэдээллийн хэрэгсэл нь сонин хэвлэл бөгөөд Монгол Улсад төдийгүй дэлхий дахинд ч сонин хэвлэлийн зах зээл хумигдаж байгааг

олонтой тэмдэглэсэн байдаг. Тухайлбал, АНУ-ын сонины зах зээлийн байдлыг товчхон харахад 2022 оны байдлаар 20.94 сая хувь хэвлэгдсэн байна. 1980-аад онд 63 сая хувь хэвлэгдсэн оргил үеэсээ гуравны нэгээр буурсан байна. Үүний дотор орон нутгийн сонинуудын хувьд долоо хоног бүр хоёр сонин хэвлэлтээ зогсоон, 2005 онтой харьцуулахад орон нутгийн нийт сонины дөрөвний нэг нь үүдээ барьж, өнөөдөр 6380 нь л оршин тогтнож байна (Schiller, 2024). Нийт хүн амын 20% нь буюу 70 сая хүн орон нутгийн мэдээ мэдээлэл хомс "мэдээний элсэн цөлд" амьдарч байна. Японы сонины холбооноос зарласан 2023 оны 10 сарын байдлаар сонины борлуулалт 28.59 сая хувь байна. Ойролцоогоор 2.26 сая хувь борлогдсон нь өмнөх оноос 7.3%-аар буурсан байна. 1990-ээд оны сүүлээр 53 сая гаруй хувь хэвлэгдсэн сонины эргэлт бараг тал хувьд хүрчээ. Энэ байдал дэлхий даяар адил ажиглагдах бөгөөд, "мэдээний элсэн цөл" газар авч, цөлжилтийн хурд жил бүр хурдацтай явагдаж байна.

Нөгөөтэйгүүр, техник, технологийн хүчин чадлыг амжилттайгаар хэрэглэн, дижитал хэлбэр рүү шилжсэн амжилтын түүхийг олонтой сонсох болжээ. Тэдгээрийн томоохон төлөөлөл нь 2024 оны 6 сард, дэлхий даяар нийт 10 сая орчим дижитал хувилбарын захиалагчидтай болсноо зарласан Нью-Йорк Таймс сонин, Японд 2023 оны сүүлээр дижитал хувилбарын 1 сая гаруй захиалагчтай болсон Нихон Кэйзай Шимбун зэрэг юм. Мэдээж ихэнх сонин дижитал хэлбэр рүү амжилттай шилжих нь ховор бөгөөд нэн ялангуяа орон нутгийн сонин зэрэг жижиг сонинууд хэвлэлтээ зогсоож үүдээ барих нь элбэг байна. Гэвч, сүүлийн тав гаруй жилийн хугацаанд орон нутгийн сонины зах зээлийн өөрчлөлтийг микро түвшинд авч үзвэл, харьцангуй тогтвортой орлогын эх үүсвэртэй болон, мэдээллийн цар хүрээ, арга барилын хувьд тогтмол хөгжүүлэн өргөжүүлэн цахим хэлбэр рүү амжилттай шилжсэн сонинууд онцгойр ч байгааг энд дурдах нь зүйтэй.

Орон нутгийн хэвлэл мэдээлэл нь олон нийтийн мэдээллийн томоохон төлөөлөл, сэтгүүл зүй судлалын салшгүй нэг хэсэг боловч, түүний ач холбогдол, хөгжлийн асуудлыг эрэлхийлсэн судалгаа шинжилгээ, онол, арга зүй өнөөг хүртэл дутмаг байна. Тус өгүүлэлд орон нутгийн сонины өөрсдийн хүчин чармайлт болох дижитал шилжилтийг амжилттай хийсэн АНУ-ын орон нутгийн мэдээллийн сайтын сайн туршлагаудыг шинжлэхийн хамт Монгол Улсын орон нутгийн мэдээллийн сайттай харьцуулан, төрөөс орон нутгийн сониныг дэмжих эрх

зүйн орчин болох АНУ-ын мужуудын орон нутгийн сэтгүүл зүйн тогтвортой байдлыг хангах хууль тогтоомжийн талаар судлалаа.

Орон нутгийн сонины дижитал шилжилтийн нөхцөл байдал. Энэ хэсэгт үйл ажиллагаа мэдээллийн цар хүрээгээ өргөжүүлэхийн зэрэгцээ орлогын тогтвортой эх үүсвэртэй болж буй АНУ-ын гурван орон нутгийн мэдээллийн сайтын үйл ажиллагааны онцлогийн талаар дурдъя.

1. Сонины мэргэжилтнүүдийн эхлүүлсэн "Lookout Santa Cruz"

Lookout Santa Cruz нь ойролцоогоор 260,000 хүн амтай Калифорни мужийн Санта Круз хотын орон нутгийн мэдээллийн сайт юм. Олон жилийн турш орон нутгийн сонинд ажиллаж байсан сэтгүүлчид 2020 оны 11 сард эхлүүлсэн бөгөөд 10 орон тооны ажилтантай байгаа нь орон нутгийн хувьд төдийгүй мужийн хувьд ч нэлээдгүй том редакцад тооцогдох юм. Тус мэдээллийн сайт нам улс төрийн бус орон нутгийн чанартай мэдээ мэдээллийг нутгийн иргэдэд хүргэх гэж зорьдог ба үүсгэн байгуулагдаад 4 жил болсон харьцангуй шинэ сайт боловч уншигчдын тоо тогтмол өссөөр байна. Сарын дундаж хандалт 340,000 орчим бөгөөд жил бүр 20-35%-иар өсөж байна. Захиалгын төлбөр нь сард 17 доллар буюу жилд 144 доллар бөгөөд төлбөртэй гишүүдийн тоо 2024 оны 1-р сарын байдлаар 10,200-г давсан байна.

Орлогын задаргааг харвал 50% сурталчилгаа, 35% захиалгын төлбөр, 15% хандив бөгөөд, зар сурталчилгааны орлогын хувьд, төлбөртэй мэдээлэл (Promoted Content) гарчиг

дор нийтлэлтэй уях болон зарын булан хэсэгт (ажлын байрны зар, худалдах зар зэрэг) төрөлжүүлэн оруулахаар багцалсан үнийн санал боловсруулсан байна. Зарын булан хэсэгт зар оруулахын тулд 60 өдрийн 100 доллар төлөхөөр харьцангуй хямд үнийн сонголттой байгаа нь үйлчлүүлэгчдийг татаж байна. Мөн арга хэмжээний хуанли (event) буланд үйлчлүүлэгч нарт орон нутагт зохиогдох арга хэмжээ (тусгай үнэтэй борлуулалт, үзвэр үйлчилгээ зэрэг)-г үнэ төлбөргүй сурталчлах боломжийг олгодог нь уншигчдыг татах нэг чухал талбар болжээ.

2. Мэдээллийн цахим шуудан "The Eastsider"

"The Eastsider" нь Лос Анжелес хотын ойролцоогоор 400,000-500,000 хүн амтай зүүн хэсгийг мэдээллээр хангах зорилготойгоор 2008 онд үйл ажиллагаагаа эхлүүлжээ. Одоогийн редакцийн бүтцэд орон тооны хоёр сурвалжлагч, орон тооны бус дөрвөн сурвалжлагч байх ба цомхон бүтцээр үйл ажиллагаа явуулж байна. 2024 оны 3-р сарын байдлаар үнэгүй мэдээллийн цахим шуудан (newsletter) захиалагчдын тоо 10,000 давжээ.

2013 оноос хойш уншигчдаасаа хандив цуглуулж эхэлсэн ба нэг удаагийн хандивын аянуудаас гадна сар бүр 5-40 долларын хооронд хандив өгдөг 300 орчим уншигч байдаг бөгөөд энэ нь бүх зардлыг нөхөхгүй ч санхүүгийн бат бөх суурийг бий болгодог байна. Мөн иргэдээс хандив цуглуулах үед ашигладаг мессежүүд нь өөрсдийн онцлогийг илэрхийлж чаддаг гэж тэмдэглэжээ. The Eastsider нь ашгийн төлөө компани учраас уншигчид

хандив өгснөөр ямарваа нэгэн татварын хөнгөлөлт авах боломжгүй байдаг ба Уншигчид энэ талаар хүлээн зөвшөөрсний үндсэн дээр хандив өгдөг байна. Мөн хандивлагчдын 97% нь мэдээллийн цахим шуудан уншигчид бөгөөд тус компани эдгээр уншигчдыг хэрхэн цаашид хандивлагч болгох талаар тогтмол уншигчдыг идэвхжүүлэх олон төрлийн арга хэрэглэдэг байна.

Жишээлбэл, оролцоог дэмжих замаар уншигчдыг идэвхжүүлж байгаа нь мэдээллийн агуулгаас харагдах ба "Шумуулын улирал ирлээ, гэхдээ одоохондоо гайгүй байгаа юм шиг байна" гэсэн гарчигтай нийтлэлд мэргэжилтнүүдтэй хийсэн ярилцлага, холбогдох мэдээллийн тухай, шумуул дэгдэлтийн механизмын тайлбарыг багтаасан байна. Нийтлэлийнхээ төгсгөлд "Танай хороололд шумуул ихтэй юу?" гэсэн уншигчдын дунд судалгаа явуулсан байна. Уншигчийн сэтгэгдэл хэсгийг харвал "танил хөрш минь далайн эрэг дээр ярьж байгаа мэт өнгө аястай санагдлаа" гэсэн байна. Энэ нийтлэл нь бичлэгийн төрөл зүйлийн хувьд харвал уламжлалт сэдвүүдийг хөнгөн яриа мэт уран сайхны аргаар тайлбарлан, үзэгдлийг задлан шинжилж, нэгтгэн дүгнэн, эргэцүүлэл, сурвалжилга, явган шог хослуулсан, мэргэжлийн сэтгүүлчдийн ур чадварыг харуулжээ. Энэ талаар "Бичлэгийн төрөл зүйл бол цаг үе, нийгмийн хэрэгцээ шаардлагыг даган өөрчлөгдсөөр ирсэн" ба интернэт техник технологийн хөгжилтэй зэрэгцээд "Уран сайхны", "туслах бичлэгийн төрлүүд" ихээхэн хөгжиж байгааг тодотгосон байдаг (Sato, 2017). Профессор Зулькафиль нь "Бичлэ-

гийн төрөл зүйл бол цаг үеэ даган өөрчлөгдөж байдаг бөгөөд энэ нь одоог хүртэл нэг мөр болж шийдэгдээгүй маргаантай асуудал юм. Бичлэгийн төрлийн шинж чанар нь цаг үеийн шаардлага, уншигчдын эрэлт хэрэгцээг дагаж тодорхой хэмжээнд өөрчлөгддөг жамтай юм” гэж тодорхойлжээ (М.Зулькафиль, 1994). Мөн судлаачийн өмнөх судалгаанд “1990 оноос хойш “чөлөөт хэвлэл” либертари сэтгүүл зүйн зарчмын дагуу, орон нутгийн сонинд нийтлэл-уран сайхны бичлэгийн төрлүүд эрс багассан байна. 1990 оноос өмнөх сонинтой харьцуулахад ярилцлагын тоо эрс нэмэгдэн, тайлан мэдээ, ярилцлага нь бичлэгийн төрөлд гол байр эзлэх болсон талаар судалсан байдаг (Б.Болормаа, Монголын орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн хөгжлийн судалгаа, 2023).

Дээрх судлаачдын тодорхойлолтод тулгуурлан дүгнэвэл, Монголын орон нутгийн мэдээллийн сайтууд задлан шинжилсэн буюу шинжлэлт бичлэгийн төрлүүд болон нийтлэл-уран сайхны бичлэгийн төрлүүдээр агуулгын стратегийг баривал уншигчдыг татах давуу тал болон хөгжих боломжтой юм.

Мөн нийтлэлийнхээ төгсгөлд “Танай хороололд шумуул ихтэй юу?” гэх судалгаагаар уншигчдын оролцоо хангаж буй нь харагдах бөгөөд Жойс Нипийн ангилснаар иргэний болон оролцооны сэтгүүл зүйн хэм хэмжээг хангах юм (Nir, 2006). Цаашлаад хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд иргэдийн оролцоог дэмжих нь тэдгээрийн хөгжилд нөлөөлөх төдийгүй нийгмийг урагшлуулах хөдөлгүүр гэж онцолсон байдаг

(Habermas, 1981). Мөн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нь мэдээний эх сурвалж болон эдийн засгийн тал дээр хувийн хэвшил, эрх бүхий байгууллагатай хамтрахаас зайлшгүй нөхцөлд байдаг. Иймд иргэдийн оролцоог дэмжих замаар, гаднын нөлөөнөөс тусгаар, биеэ даасан байдлыг бэхжүүлэн, цаашлаад мэдээний чанарыг дээшлүүлэх боломжтой юм (Brown, 2021).

3. Нийгмийн сүлжээний хэлбэр бүхий "Patch"

Рatch нь АНУ-ын 50 мужийн нийт 1900 байршилд үйл ажиллагаа явуулдаг холимог хэлбэрийн орон нутгийн сонин юм. Patch нэрийн дор байршил болгонд зориулсан веб хуудас хийн бүс тус бүрийг хариуцсан редактор ажилладаг байна. Ихэнх сурвалжлагчид өөрсдийн нутаг дэвсгэрт амьдардаг ч Нью-Йорк дахь төв оффис нь зар сурталчилгааны борлуулалтын баг, инженерүүд зэрэг арын албаны баг ажилладаг байна.

Тус компани нь 2007 онд байгуулагдсан ба 2019 оны байдлаар 150 ажилтантай (түүний 110 нь сэтгүүлч) бөгөөд сар бүр 40 сая гаруй уншигч сайтаар зочилж байна. Байгуулагдсан цагаасаа хойш бүх мэдээ мэдээллийг үнэ төлбөргүйгээр уншигчдад түгээж байна. Компанийн вэбсайтад мэдээлснээр, жилийн сурталчилгааны борлуулалт 20 сая доллараас дээш болон 2022 оноос хойш борлуулалтын цэвэр ашиг жил бүр 20 орчим хувь болж өссөн байна. Орлогын эх үүсвэрийн задаргааг харвал төрөлжүүлэн ангилсан зарын ашиг 80 хувьд хүрж байна. Жишээлбэл, орон нутгийн бизнесийн байгууллагууд “ажилд авна”, нутгийн

иргэдийн “зарна, авна” зэргээр программчлан ангилсан зар, үйл явдлын хуанли энэ хэсэгт орох юм. Үйл явдлын хуанли нь нэлээдгүй хэмжээний ашигтай ба нутгийн оршин суугчид орон нутгийн арга хэмжээ зохион байгуулахдаа өөрийн нутаг дэвсгэрт үнэ төлбөргүй сурталчлах боломжтой ч ойр хажуугийн орон нутагт болон өөр бусад бүсэд өдөрт хоёр доллар төлж сурталчлах боломжтой.

Мөн Patch-ийн нэгэн давуу тал нь нэг брэндийн дор 1900 гаруй байршилд мэдээллийн адил загварыг бий болгон сэтгүүлчдийг ажиллуулж байгаа нь юм. Ихэнх орон нутгийн жижиг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийг хувиараа бизнес эрхлэгчид эсвэл бие даасан сэтгүүлчид удирддаг. Орон нутгийнхаа төлөө гэсэн сэтгэлээр үйл ажиллагаагаа явуулсаар байгаа ийм хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн менежментийн хувьд, илүү олон сэтгүүлчдийг татан оруулан үйл ажиллагааны хүрээгээ тэлэхэд асуудал ихтэй талаар судлаачид тэмдэглэсэн байдаг. Patch-ийн төв байранд систем болон зар сурталчилгааны ажилтнууд ажиллах ба сэтгүүлчид технологид санаа зовох зүйлгүйгээр сэтгүүл зүйн бүтээлд анхаарлаа төвлөрүүлж чадах боломжийг олгожээ. Нөгөөтэйгүүр, компанийн удирдлагын үүднээс авч үзвэл, технологийн зардлыг олон хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд (1900 гаруй байршилд буй сайтууд) хувааж болох тул системийг хөгжүүлэх, засвар үйлчилгээ хийх үйл ажиллагааг цаг үетэй нийлүүлэн өргөжүүлэх боломжтой болгосон нь харагдана.

Дижитал шилжилтийн амжилтын нийтлэг талууд. Өмнөх хэсэгт гурван орон нутгийн мэдээллийн сайтын үйл ажиллагаа, уншигчдын цар хүрээ, санхүүгийн тогтвортой байдлыг хэрхэн бүрдүүлж буй талаар дурдсан бол энэ хэсэгт тэдгээрийн бизнесийн загвараас харагдах адил төсөөтэй тал, онцлогуудын талаар шинжлэн, Монгол Улсад хэрэгжүүлэх боломжийг авч үзэх болно.

1. Уншигчидтайгаа эрхэм зорилгоо тогтмол хуваалцах

Өмнө танилцуулсан гурван сайт нь уншигчдадаа үйл ажиллагааны эрхэм зорилго болох гол мессежийг тогтмол илгээж байна. Энэ нь хандивын аян болон сарын захиалгын үед ихээхэн хэрэглэгдэх ба жишээлбэл, The Eastsider өөрийн хандивын хуудсан дээр “Олон нийтэд үйлчлэх үүрэг хариуцлагынхаа хувьд The Eastsider нь мэдээ, мэдээллийг хүн бүрд үнэ төлбөргүй хүргэх гэж хичээж байна. Гэхдээ орон нутгийн мэдээг сурвалжлах, бичих нь цаг хугацаа төдийгүй хөрөнгө мөнгө шаарддаг. The Eastsider сэтгүүлд хувь нэмрээ оруулахад та бүхнийг нэгдэхийг хүсэж байна. Таны нэг удаагийн эсвэл сар бүрийн хандив тан бидний өдөр тутмын үйл ажиллагааг дэмжихэд тусалдаг ба таныг төрөлх хоттойгоо холбоотой байх боломжийг бид олгоно.- Нийтлэгч Хесус Санчес” гэжээ. Мөн захиалгад суурилсан орлогын эх үүсвэртэй Lookout Santa Cruz гишүүнчлэлийн бүртгэлийн хуудсандаа “Орон нутгийн сэтгүүл зүйн ирээдүйг дэмжээрэй. Lookout Santa Cruz-ийн гишүүн болсноор тус сайт руу хандаж болохын сацуугаар бидний эрхэм зорилго болон үйл

ажиллагаа явуулах боломжийг бидэнд өгөх юм. Таны захиалгын төлбөр илүү сайн орон нутгийг бий болгоход дэмжлэг болно" гэж тэмдэглэжээ.

Тус хоёр мессежээс харахад нийтлэгчийн үнэт зүйлс, уншигчдын өгөх хандивын үнэ цэн гэх энэ хоёр ойлголт нь нэг түвшинд байж, түүнийг ил тодоор илэрхийлснээр

уншигчдаас ирэх хандивыг тогтмол үргэлжлүүлэх түлхүүр болж буй нь харагдана. Энэ нь өмнөх үеийн хэвлэл мэдээллүүдэд ажиглагддаг “үнэ төлбөргүй бас хязгааргүйгээр дижитал хэлбэрээр”, “гэр бүлээрээ ашиглах” зэрэг мессежээр мэдээ мэдээллийг борлуулахыг оролддог арга барилаас өөрчлөгдсөн гэж хэлж болно. Мөн зөвхөн төлбөртэй уншигчид л контентыг үзэх боломжийг олгон тэдэнд л чанартай контентыг хүргэж байдаг төлбөртэй мэдээлэл гэх загвар нь жижиг хэмжээний хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хувьд уншигчдын хүрээг тэлэх, брэндийг таниулах зэрэгт нэлээдгүй саад болдог. Харин хандивын загвар нь бүх контентыг уншигчдад үнэ төлбөргүй хүргэж байгаа боловч хэвлэл мэдээллийн зорилго, агуулгыг дэмжиж буй уншигчид орон нутгийн

мэдээллийн оршин тогтнохын ач холбогдол, орон нутгийн мэдээний үнэ цэнийг илүү ойлгомжтой мэдээлснээр тэднийг хандив өргүүлэх сэдэл төрүүлэх юм.

АНУ-д энэхүү хандивын загвар нь ашгийн бус хэвлэн нийтлэгчдийн дунд түгээмэл байдаг ч татварын хөнгөлөлтгүй ашгийн төлөө мэдээл-

лийн байгууллагууд ч түгээмэл ашиглаж буй нь харагдаж байна. Хандивын загвараар амжилттай үйл ажиллагаа явуулж буйгаараа Их Британийн Guardian том жишээ болдог ч, уншигчдтай илүү ойр байдаг тэдэнд нийцсэн өвөрмөц хэлбэрийн мэдээ мэдээллийг хүргэхэд дөхөм, орон нутгийн мэдээллийн хэрэгсэл нь хандивын загвараар үйл ажиллагаа явуулахад илүү хялбар гэж харж байна.

Хандивын загварын талаар сонсоод АНУ-д цайны мөнгө өгөх, хандив өгөх соёл байдаг учраас л энэ нь үр дүнтэй гэж бодож магадгүй. Мэдээжийн хэрэг соёлын ялгаа байж болох ч энэ төрлийн мессеж нь 15 жилийн өмнө АНУ-д түгээмэл биш байсан. Нийтлэгч бүр өөрийн контентын чанар, өвөрмөц байдлыг сайжруулж, уншигчидтай тогтвортой харилцаа тогтоохын төлөө хүчин чармайлт гаргаснаар

«

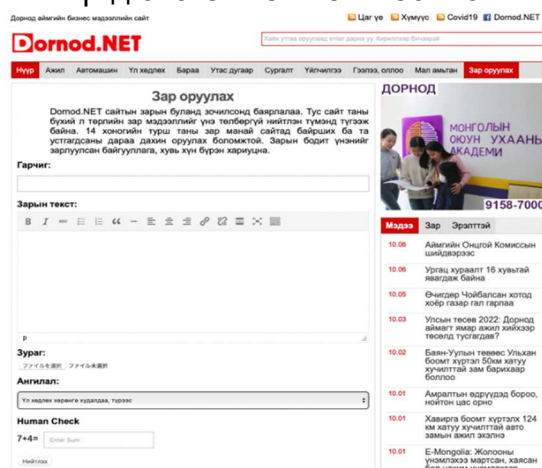
Тус хоёр мессежээс харахад нийтлэгчийн үнэт зүйлс, уншигчдын өгөх хандивын үнэ цэн гэх энэ хоёр ойлголт нь нэг түвшинд байж, түүнийг ил тодоор илэрхийлснээр уншигчдаас ирэх хандивыг тогтмол үргэлжлүүлэх түлхүүр болж буй нь харагдана. Энэ нь өмнөх үеийн хэвлэл мэдээллүүдэд ажиглагддаг “үнэ төлбөргүй бас хязгааргүйгээр дижитал хэлбэрээр”, “гэр бүлээрээ ашиглах” зэрэг мессежээр мэдээ мэдээллийг борлуулахыг оролддог арга барилаас өөрчлөгдсөн гэж хэлж болно

»

үүнтэй төстэй амжилтын түүхүүд аажмаар гарч ирж байна. Дашрамд дурдахад, редакцын хараат бус байдлыг хадгалахын тулд хандивлагч нарын нэрийг зарлаж мөн хандив авахгүй ашиг сонирхлын зөрчил бүхий газруудыг (тухайлбал, тодорхой сэдвийг сонирхож буй байгууллагууд гэх мэт) ч ил тодоор мэдээлсэн байгаа нь харагдана.

2. Ангилан төрөлжүүлсэн зар сурталчилгаа

Patch, Lookout Santa Cruz-ийн хувьд ангилсан зарууд нь орлогын ихэнх хувийг эзэлж буй талаар өмнө өгүүлсэн. Ангилсан зарууд нь ажлын байрны мэдээлэл эсвэл "худалдах/худалдан авах" гэх мэт энгийн бөгөөд хямд зарыг ангилан хэдхэн мөрт багтаан харуулдаг сурталчилгааны хэв маяг юм. Ангилалдсан зар нь тухайн газар нутаг, зорилгоор нь хайх боломжтой. Мөн өөр бусад хувь хүмүүс болон нийтлэгчээр дамжихгүйгээр хялбархан байршуулах (зар сурталчилгаа) хийх боломжтой тул онлайн зар сурталчилгаанд илүү нийцдэг. Нөгөөтэйгүүр, энэ нь ердийн мэдээллийн сайтаас тэс өөр нарийн төвөгтэй функцийг шаарддаг тул жижиг редакц өөрсдөө хөгжүүлэхэд хэтэрхий хүнд систем гэж хэлж болно.



Зураг №1. Дорнод аймгийн мэдээллийн сайт dornod.net сайтын хуудас. Эх сурвалж: <https://dornod.net> (хандсан огноо: 10 сар 20, 2021 он).

Patch-ийн загвар платформ нь ийм төрлийн зарын хэсэгтэй холбоотой орон нутгийн онлайн сайтын асуудлыг шийдвэрлэх арга зам байж болох юм. Patch төв байранд хийгдсэн системийн зардлыг АНУ даяар 1900 гаруй редакцийн дунд хувааж чадсанаар хэдхэн хүнтэй редакцууд хүртэл нууцын зэрэглэлтэй зар сурталчилгааг хариуцаж чадна. Ангилсан зарыг үндсэндээ хувь хүн, аж ахуйн нэгжийн эзэд зэрэг уншигч өөрсдөө шууд системд байршуулдаг тул борлуулалтын их нөөцийг хуваарилахгүйгээр орлого олох боломжтой арга гэж хэлж болно. Жишээ нь Unegui.mn сайтад зар оруулахад тухай мэдээний төрөл үнээс хамааран нэг өдрийн 5.000 – 50.000 төгрөгийн үнэтэй байна. Дорнод аймгийн мэдээний сайт Дорнод.mn сайт ийм зар оруулах цонхтой байсан боловч энэхүү хэсгийг орлогын эх үүсвэр болгон хөгжүүлээгүй байна (Зураг 1.). Мөн Хөвсгөл аймгийн мэдээллийн сайт Хөвсгөлийн өнгө <http://khuvsguliin-ungu.mn> зэрэг нь зарын хэсэгтэй байх боловч ангилан төрөлжүүлэх зэрэг хайх боломжтой зарын хэсэг болгон хөгжүүлээгүй байна.

3. Мэдээнд зориулсан оновчтой системийн ач холбогдол

Сэтгүүлчид мэдээ нийтлэх үед үйл ажиллагааны ачаалал багатай, оновчтой системийг хэрэгжүүлэх нь чухал гэдгийг эдгээр сайтуудаас харж болно. "Lookout Santa Cruz" нь Piano Media-аас нийлүүлсэн темф-

летиЙг ашиглан өнгө зураг дүрсний өргөн сонголттойгоор мэдээ мэдээллийг хүргэдэг бол The Eastsider нь TownNews-аас гаргасан темфлетиЙг хэрэглэж мэдээ мэдээллийг бэлтгэдэг байна. Зөв темфлетиЙг хэрэглэснээр “сурвалжлагчдыг шаардлагагүй техникийн ажлаас чөлөөлөх” боломжтой.

Онлайн мэдээллийн үйлчилгээний талаар ярихад шаардлагатай функцууд нь агуулгын, хэрэглэгчийн удирдлагын систем, захиалгын систем, мэдээллийн товхимлууд, аналитикууд, SNS, зар сурталчилгааны удирдлагын, түгээлтийн, дотоод системийн зохицуулалт портал сайтууд гэх мэт өргөн хүрээг хамардаг.

Эдгээр системийг дотооддоо бүтээх нөөцгүй жижиг редакцийн хувьд олон үнэгүй хэрэгслүүдийн аль нэгийг ашиглах нь хялбар сонголт байж болох юм. Гэсэн хэдий ч хэрэглүүрүүд нь ихэвчлэн нэгдмэл байдаггүй, эсвэл онцлох мэдээ зэргийг харгалздаггүй темфлетүүд их бөгөөд үүний үр дүнд сэтгүүлчдэд хэрэгцээгүй, хэрэглэх боломжгүй олон үнэгүй хэрэглэгдэхүүнүүдийг харуулсаар, бизнесийг өргөжүүлэхэд саад болж байдаг ч талтай.

Хэвлэл мэдээллийн ашигладаг CMS(Content Management System)-ийн төрөл нь медиа түгээлтийн хэлбэр, үйл ажиллагааны бүтцэд ихээхэн нөлөөлдөг. Иймээс өөрсдийн нөхцөл байдалд тохирсон хэрэгслийг тодорхойлох нь чухал юм. Хэвлэл мэдээллийн ашигладаг CMS-ийн талаар илүү дэлгэрэнгүйгээр өөр судалгаанд дурдъя.

Орон нутгийн сэтгүүл зүйн тогтвортой байдлыг хангах хууль тогтоомж. Үүний зэрэгцээ АНУ-ын хувьд, орон нутгийн мэдээнд Засгийн газраас дэмжлэг үзүүлэх санал санаачилгыг хэрэгжүүлж байна. Одоогийн байдлаар 2017 оноос хойш 10 мужийн хууль тогтоогчид орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудад дэмжлэг үзүүлэх хууль тогтоомжийг танилцуулсан байна.

Дээрх хуулийн төслүүд нь орон нутгийн мэдээг дэмжих дөрвөн гол механизмыг санал болгосон байна. Эдгээр нь (1) татварын хөнгөлөлт, (2) ерөнхий санхүүжилт, (3) ажил гүйцэтгүүлэх гэрээгээр (үүний тулд хамтарсан ажлын хэсэг буюу комисс байгуулан судлах болзолтой), (4) Засгийн газрын зар сурталчилгааны төсвийн тодорхой хувийг орон нутгийн мэдээллийн хэрэгсэлд хуваарилах зэрэг юм (Хүснэгт №1).

Татварын хөнгөлөлт нь хэвлэл мэдээллийг дэмжих хамгийн түгээмэл механизм бөгөөд Колорадо, Мэн, Нью-Йорк, Виржиниа, Вашингтон, Висконсин зэрэг зургаан муж улсын есөн хуулийн төсөлд орон нутгийн бизнес эрхлэгчдийн зар сурталчилгаанд зориулсан зардлыг татвараас чөлөөлөх, мөн хувь хүмүүст хэвлийн захиалга болон хандив өгөхөд тусгай төрлийн татварын хөнгөлөлт үзүүлэх зэргийг оруулсан байна. Жишээлбэл, 2022 онд Колорадо мужид өргөн мэдүүлсэн “Орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг дэмжих тухай хуулийн төсөл”- Supporting Local Media Bill бөгөөд энэ нь орон нутгийн жижиг, дунд бизнес эрхлэгчдээс орж ирсэн зар сурталчилгааны орлогыг

50% хүртэлх хувиар татвараас хөнгөлнө гэж заасан байдаг. Харин аль ч мужийн хууль тогтоох байгууллага хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудын санхүүгийн дарамтыг багасгах, орон

нутгийн мэдээг дэмжих зорилгоор хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд зориулсан шууд татварын хөнгөлөлтийг батлаагүй байна.

Тогтоолын дугаар	Мужууд	Баталсан он	Хэлбэр
AB4933	New Jersey	2017	Ерөнхий санхүүжилт
SB3303	New Jersey	2017	Ерөнхий санхүүжилт
AB3628	New Jersey	2018	Ерөнхий санхүүжилт
SB2317	New Jersey	2018	Ерөнхий санхүүжилт
H181	Massachusetts	2019	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
S80	Massachusetts	2019	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
H4887	Massachusetts	2020	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
H5250	Massachusetts	2020	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
SB3457	Illinois	2020	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
SB134	Illinois	2021	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
LD1462	Maine	2021	Татварын хөнгөлөлт
AB8258	New York	2021	Татварын хөнгөлөлт
SB7544	New York	2021	Татварын хөнгөлөлт
AB8585	New York	2021	Татварын хөнгөлөлт
SB7510	New York	2021	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
AB8471	New York	2021	Гэрээгээр үйл ажиллагаа
AB128	California	2021	Ерөнхий санхүүжилт
AB179	California	2021	Ерөнхий санхүүжилт
SB911	California	2022	Ерөнхий санхүүжилт
AB762	Wisconsin	2021	Татварын хөнгөлөлт
SB834	Wisconsin	2022	Татварын хөнгөлөлт
HB1121	Colorado	2022	Төрийн сурталчилгааны төсөв; Татварын хөнгөлөлт
HB1217	Virginia	2022	Татварын хөнгөлөлт
SB5541	Washington	2022	Татварын хөнгөлөлт

Хүснэгт №1. АНУ-ын орон нутгийн мэдээг дэмжих хуулийн тогтоолууд.

Нью-Жерси, Калифорни зэрэг хотуудын долоон хуулийн төсөлд орон нутгийн мэдээг дэмжихэд зориулж ерөнхий санхүүжилтийг хуваарилсан ба ингэхдээ улсаас шууд редакц руу мөнгө хуваарилахын оронд консорциум эсвэл бусад дэмжигч байгууллагад хөрөнгө хуваарилахыг санал болгосон байна. 2018 оны 8-р сард Нью Жерси нь орон нутгийн мэдээнд зориулж санхүүжилт олгосон АНУ-ын анхны муж болжээ. 2021 онд Калифорнийн хууль тогтоох байгууллага муж улсын төсвөөр дамжуулан муж улсын сурталчилгааны ажлын хүрээнд орон

нутгийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд 10 сая доллар олгосон; Мөн 2022 онд мужийн төсвөөс 25 сая долларыг Калифорнийн Их Сургуулийн Беркли, сэтгүүл зүйн сургуулиар дамжуулан хэрэгжүүлж буй буцалтгүй тусламжийн хөтөлбөрт хамруулжээ.

Колорадогийн хууль тогтоох байгууллагын HB1121 тогтоол нь төрийн агентлагуудад нь зар сурталчилгааны зардлын тодорхой хэсгийг орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд хуваарилахыг санал болгосон.

Массачусетс, Иллинойс, Нью-Йорк гэсэн гурван мужид найман хуулийн төсөлд тус муж дахь орон нутгийн мэдээний байдлыг судалж, гэрээгээр ажил гүйцэтгүүлэх бодлогын зөвлөмж гаргах ажлын хэсэг буюу комисс байгуулахыг санал болгосон байна. Массачусетс, Иллинойс мужуудын хууль тогтоох байгууллагууд энэ хуулийг баталсан ч ажлын хэсэг хуралдаж, гэрээгээр ажил гүйцэтгүүлэх бодлогын зөвлөмж болон түүнтэй холбоотой тайлан гаргаагүй байна. Нью Йоркийн бодлогын зөвлөмж гаргах ажлын хэсгийн төслийн мужийн хууль тогтоох байгууллага өнөө хэр батлаагүй байна. Эдгээр хуулийн төслүүд нь редакцуудад шууд болон бодит санхүүгийн ач холбогдол одоогоор өгөөгүй ч эдгээр төслийн гол санаа нь орон нутгийн хэвлэл мэдээллийг дэмжих бодит дэмжлэг үзүүлэхийн тулд асуудлыг нарийн судалж байна гэж хэлж болох юм.

Эдгээр нь Засгийн газраас хэвлэл мэдээллийн байгууллагын үйл ажиллагаанд хөндлөнгөөс нөлөөлж буй хандлага зэргээр сөргөөр үнэлэгдэн, шүүмжлэгдэж байгаа ч, нөгөө талаар эдгээр хуулийн төслүүд нь Засгийн газрын нөлөөлөл болон оролцоог хангалттай зохицуулсан “болзол үл тулгах” тогтолцоог хэрэгжүүлж чадвал орон нутгийн хэвлэл мэдээллийг дэмжих шинэ төрлийн арга болох юм.

Тус өгүүлэлд хэвлэл мэдээллийн зах зээлийн өрсөлдөөнд орон нутгийн сониноос мэдээллийн сайт болон хөгжин дижитал шилжилтийг амжилттай хийсэн АНУ-ын сайн туршлагуудыг шинжлэхийн хамт Монгол Улсын орон нутгийн мэдээл-

лийн сайттай харьцуулан, төрөөс орон нутгийн сониныг дэмжих эрх зүйн орчин болох АНУ-ын мужуудын орон нутгийн сэтгүүл зүйн тогтвортой байдлыг хангах хууль тогтоомжийн талаар судлалаа.

Калифорни мужийн Санта Круз хотын Lookout Santa Cruz, Лос Анжелес хотын The Eastsider, 50 мужийн нийт 1900 байршилд үйл ажиллагаа явуулдаг Patch зэрэг орон нутгийн мэдээллийн сайтуудын үйл ажиллагаа, уншигчдын цар хүрээ, санхүүгийн тогтвортой байдлыг хэрхэн бүрдүүлж буй талаар судлан шинжлэхэд, тэдгээрийн бизнесийн загвараас уншигчидтайгаа эрхэм зорилгоо тогтмол хуваалцах цахим шуудан болон мэдээллийн хэсэг, ангилан төрөлжүүлсэн зар сурталчилгааг хөгжүүлэн санхүүгийн тогтвортой байдлыг хангасан байдал болон сурвалжлагчдыг шаардлагагүй техникийн ажлаас чөлөөлөх мэдээнд зориулсан оновчтой систем нь адил төсөөтэй тал болж буй нь харагдлаа.

Монгол Улсад орон нутгийн мэдээллийн сайтууд уншигчтайгаа эрхэм зорилго зэргээ хуваалцдаг уриа үггүй байгаа ба уншигчдадаа цахим шуудангаар мэдээлэл хүргэдэг сайт байхгүй байна. Ихэнх орон нутгийн мэдээллийн сайтууд фэйсбүүк хуудас ашиглан богино хэмжээний анхаарал сонирхолд өртөхүйц хийгдсэн гипертекстийг ашиглаж байгаа нь харагдана. Харин Дорнод аймгийн болон Хөвсгөл аймгийн мэдээллийн сайтууд богино хэмжээний зар оруулах цонхтой байсан боловч энэхүү хэсгийг орлогын эх үүсвэр болгон хөгжүүлээгүй байна.

Үүний зэрэгцээ АНУ-ын хувьд, орон нутгийн мэдээнд Засгийн газраас дэмжлэг үзүүлэх санаачилгыг 2017 оноос хойш 10 мужид хэрэгжүүлж байна. Мэдээллийн хэрэгсэлд шууд санхүүжилт олгох бус тэдгээрийн консорциум, мэргэжлийн холбоод эсвэл бусад дэмжигч байгууллагад хөрөнгө хуваарилахыг санал болгох нь Татварын тухай хууль, Компанийн тухай хууль зэргийн шинэчилсэн найруулгыг хөндөхгүйгээр хамгийн эхэнд хэрэгжүүлж болох арга байж болох юм. Тухайлбал, манай улсад 2003 онд “Орон нутгийн сонины холбоо”, 2005 онд “Орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн холбоо”, 2014 онд “Гал хөгжил орон нутгийн телевизүүдийн холбоо” зэрэг байгуулагдан үйл ажиллагаа явуулж байна. Тус туршлага нь Засгийн газраас хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн үйл ажиллагаанд хөндлөнгөөс нөлөөлж буй байдал зэргээр сөргөөр үнэлэгдэх эрсдэлтэй тул Засгийн газрын нөлөөлөл, үл оролцоог хангалттай зохицуулсан “болзол үл тулгах” тогтолцоог хэрэгжүүлж чадвал орон нутгийн хэвлэл мэдээллийг дэмжих шинэ төрлийн арга болох юм.

Нью-Йорк Хотын Их Сургуулийн Сэтгүүл зүйн сургуулийн профессор Жефф Жарвисийн сүүлийн номонд “Гутенберг дэлхийн анхны хэвлэх машин зохион бүтээснээс хойш хүн төрөлхтөн сонинг хэвлэх хүртэл 150 жилийн хугацаа зарцуулжээ. Сонин нь өдөр тутмын амьдралын нэг хэсэг болж, өөрийгөө санхүүжүүлэн мөнгө олох аргад суралцахад дахиад 100 жил шаардагдсан байдаг. 1994 онд анхны арилжааны чиглэлийн сайтыг нэвтрүүлснээс хойш ердөө 30 орчим жил

болж байна” гэж тэмдэглэсэн байдаг (Jarvis, 2011). Түүний номд дурдсанчлан, цаг хугацаатай харьцуулан үзвэл, сонин хэвлэлийн салбар дижитал орчинд хөлөө бүрэн дүүрэн олж амжаагүйн улмаас олон асуудал бэрхшээлүүд тулгарч байгаа ч, нөгөө талаар энэ хямралын үе нь хэсэгхэн үргэлжлэн “сэргэлтийн цэг” ирэх байх гэж найдаж байна.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. М.Зулькафил. (1994). *Өөрчлөлт шинэчлэл, хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл*. Улаанбаатар: МУҮИХ-ийн хэвлэл.
2. Brown, C. (2021). *Breaking News: Professional Participatory Journalism*. Clemson University.
3. Habermas, J. (1981). *The Theory of Communicative Action*. Frankfurt: Suhrkamp.
4. Б.Болормаа. (2023). *Монголын орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн хөгжлийн судалгаа*. Улаанбаатар: Соёмбо Принтинг.
5. Schiller, D. (2024). *How to think about information*. Illinois: University of Illinois Press.
6. Jarvis, J. (2011). *Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live*. London: Simon & Schuster.
7. Nip, J. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism studies* 7, 212-236.
8. Sato, J. (2017). The genre-specific hypothesis of reading: Reading poetry and encyclopedic items. *Poetics* 26, 63-80.

Summary

Media outlets must identify new opportunities to continue to exist owing to the development of techniques and technology in the field of media. Hence, articles and

programs must be regularly updated and enriched in terms of content, form, topic coverage, size, language composition, recording tone, and methods. This article analyzes the best practices of local U.S. news sites that have successfully transitioned digitally by their own effort. These practices are compared with those of local news sites in Mongolia.

Next, we examine the legal frameworks that support local newspapers in U.S. states and laws that ensure the sustainability of local journalism. Similarities are observed between the practices of the U.S. and Mongolia. For example, from their business model to regular emails for

sharing their mission with readers, ensuring financial stability through the development of classified advertising, and using a more streamlined system for reporting that frees reporters from unnecessary technical work. Based on the laws and regulations to ensure the stability of local journalism, the government's interference in media evaluated unfavorably. Therefore, if the government's non-influence and non-interference can be implemented, then a new type of support for local media can be implemented.

Keywords: Local media, local newspaper, news website, digital transformation.