

ӨВӨР МОНГОЛЫН ӨДРИЙН СОНИНЫ WECHAT ПЛАТФОРМЫН
МЭДЭЭЛЭЛ ДЭХ АГУУЛГАД ХИЙСЭН СУДАЛГАА
(ГАРЧГИЙН ЖИШЭЭН ДЭЭР)

TAOKETEMALA (Тогтмол)*

*МУБИС-ийн НХУС-ийн Сэтгүүл зүйн тэнхимийн докторант

Түлхүүр үгс: WeChat олон нийтийн тавцан, гарчиг, илрэх хэлбэр, хэлний зүй, бүтэц, онцлог

Цахим шилжилтийн нөлөөгөөр уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл ч шинэ мэдээллийн хэрэгсэлтэй нэгдэх үйл явц эрчимтэй явагдаж байна. Үүний нэгэн жишээ нь Өвөр Монголын Өдрийн Сонины WeChat-ын олон нийтийн тавцан мөн. WeChat нь БНХАУ-ын хамгийн том нийгмийн сүлжээний платформ болохын хувьд түүний зах зээлд эзлэх байр суурь асар өндөр байдаг. Статистикийн мэдээгээр, 2024 оны 10-р сарын байдлаар WeChat-ын сар бүрийн идэвхтэй хэрэглэгчдийн тоо 1.3 тэрбумыг давж, WeChat-ын хэрэглэгч 1.67 тэрбум хүрэн, WeChat нь дэлхийн хамгийн алдартай програмуудын тавдугаарт (Facebook 2.9 тэрбум, YouTube 2.5 тэрбум, Whats App 2 тэрбум, Instagram 1.4 тэрбум) жагсаж, 200 гаруй улс орон, бүс нутагт тархан, гадаад зах зээл идэвхтэй өргөжиж байна.

Гарчиг бол хүлээн авагчдын сонирхлыг татах хэрэглүүр, мэдээллийн нүд болдог. Бид Өвөр

Монголын Өдрийн Сонины WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн агуулгын гарчигт чанарын судалгаа хийх замаар шинэ зуучлуурийн орчинд сонин хэвлэлийн гарчигт оршиж буй асуудлыг тодорхойлж, шинэ зуучлуурын мэдээллийн гарчигт тавигдаж буй шаардлагыг тодорхойлохыг зорилоо.

WeChat өсвөр насныхан, дунд болон өндөр настан хүртэлх өргөн хүрээний хэрэглэгчийн бүлгийг хамарч чат, найзын тойрог (цоморлог), олон нийтийн тавцан, видео дугаар гэх мэт олон төрлийн функцийг ханган ажилладаг платформ юм. WeChat олон нийтийн тавцанд нүүрийн гарчиг болон агуулгын гарчиг гэх хоёр гарчиг байна. Тус өгүүлэлдээ Өвөр Монголын Өдрийн Сонины WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн агуулгын гарчгийн онцлогийг задлан шинжилсэн болно.

Судалгааны тойм. 2024 оны 4-р сарын байдлаар Хятадын CNKI (中国知网) сүлжээнд "өдөр тутмын сонины гарчиг" хэмээх түлхүүр үгийг оруулж хайхад 230 илэрц буюу нийтлэл байгаагийн 179 нь эрдэм шинжил-

гээний өгүүлэл, 47 нь магистрын судалгааны ажил, 1 нь хурлын илтгэл, 3 нь сонины нийтлэл байна.

Мөн "Өвөр Монголын Өдрийн Сонины гарчиг" гэх түлхүүр үгээр хайхад нийт 12 нийтлэл байгаа бөгөөд бүгд магистрын судалгааны ажил байлаа.

Эдгээр судалгааны ажлуудаас Шао Нав Эр-ийн "Өвөр Монголын Өдрийн Сонин-ы адил бус мэдээллийн хэрэгслийн гарчгийн судалгаа" (<https://www.cnki.net>) өгүүлэлд ӨМӨС-ы сонин хэвлэл ба ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн гарчгийг гарчгийн урт богино, цэг тэмдэг, өгүүлбэрийн төрөл зүйл, үгийн давтамж зэрэг талаас харьцуулан судалсан байна. Шижрийн "Өвөр Монголын Өдрийн Сонины эрүүл мэндийн мэдээний судалгаа" (<https://www.cnki.net>) өгүүлэлд Өвөр Монголын Өдрийн сонины эрүүл мэндийн мэдээний агуулга, хэлбэр, ирэлт, эх сурвалж, гарчиг зэрэг талаас судалсан байна.

Эдгээр судалгаанд WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн гарчгийн судалгаа нэлээд олон байна. Гэвч Өвөр Монголын өдрийн сонины (монгол хэвлэлийн) WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн судалгаа ховор байв.

Бид судалгаандаа "Өвөр Монголын Өдрийн Сонин"-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцанг сонгож, тус тавцангаар 2023 оны 11 сарын 30-аас 2024 оны 1 сарын 31 хүртэл 2 сарын турш цацагдсан 357 агуулгын гарчиг буюу нийт дээж болох $N=357$ судалгааны эх олонлогт шинжилгээ хийлээ. ӨМӨС-ы WeChat тавцангийн гарчгийг нүүрийн гарчиг, агуулгын гарчиг гэж хоёр хувааж байгаа

бөгөөд нүүрийн гарчиг нь Хятад хэлээр бичигдэж байгаа болохоор агуулгын гарчгийг сонгож судалсан болно.

Одоо судлагдахуун болж буй WeChat, WeChat-ын олон нийтийн тавцан, ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцан, гарчиг гэсэн үндсэн дөрвөн ухагдахууныг авч үзье.

1. WeChat. WeChat нь 2011 оны 1-р сарын 21-нд Tencent компаниас ухаалаг терминалуудад шуурхай мессежийн үйлчилгээ үзүүлэх зорилгоор гаргасан үнэгүй програм. (Хятадын, 2016.8.3) 2023 оны 6-р сарын 30-ны байдлаар, WeChat-ын сарын идэвхтэй хэрэглэгчид (MAU) 1 тэрбум 327 саяд хүрч, өнгөрсөн оны мөн үеэс 2%-иар нэмэгдэж, Хятадын бараг бүх хүн амыг хамарч, "Хятадын №1 нийгмийн харилцааны програм" болсон байна. (Tencent, 2023)

2. WeChat-ын олон нийтийн тавцан. 2012 оны 8-р сарын 23-нд Tencent WeChat-д олон нийтийн тавцан гэх модулийг нэмснээр WeChat-ын олон нийтийн тавцан бий болж, аж ахуйн нэгжүүд болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд WeChat-ын олон нийтийн тавцанг бүртгэж, анхны бүлэг хэрэглэгчид болсон байна. (Шү, 2018, хууд. 62)

WeChat олон нийтийн тавцан нь Tencent-ийн WeChat үндсэн платформ дээр нэмсэн шинэ функциональ модуль юм. Энэ нь мэдээлэл түгээх, интерактив харилцаа холбоо тогтооход тохиромжтой. WeChat олон нийтийн тавцан үүсгэгчийн хувьд энэхүү платформыг ашиглан хэрэглэгчдэд үнэ цэнтэй мэдээллийг хүргэж, өөрийн брэндийн дүр төрхийг бий болгож, илүү олон шүтэн

бишрэгчдийг татах боломжтой. Одоогоор WeChat-ын олон нийтийн тавцан нь PC-г дэмждэг бөгөөд групп мессеж илгээх чадавхтай.

WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн төрөлд үйлчилгээний, захиалгын, аж ахуйн нэгжүүдийн зэрэг гурван зүйл багтдаг. Үүнд:

Үйлчилгээний дугаар нь аж ахуйн нэгжүүд болон байгууллага нэгжид нэн дөхөм үйлчилгээ болон хэрэглэгчийн удирдлагын чадамжийг хангах явдал болно.

Захиалгын дугаар нь хэвлэл мэдээлэл болон хувь хүмүүст мэдээлэл түгээх шинэ арга замыг бий болгож, уншигчидтай нягт харилцаа холбоо болон хамаарлын хэлбэрийг бий болгодог.

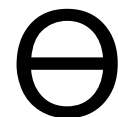
Аж ахуйн нэгжүүдийн дугаарыг голчлон компанийн дотоод харилцаа холбоонд ашигладаг.

2019 оны 8-р сарын 26-ны байдлаар WeChat олон нийтийн тавцан нь 20 сая гаруй тавцантай болсон байна. Олон зохиогч эх нийтлэл, эх видеоогоор дамжуулан өөрсдийн брэндийг бий болгож, WeChat-д бизнес эрхлэгч болсон. 2023 оны 10-р сард WeChat нь 500,000 гаруй "фенүүд"-тэй дугааруудыг үе шаттайгаар удирдан чиглүүлж, тэдний жинхэнэ нэрийг ил болгох болсон байна.

3. Өвөр Монголын Өдрийн Сонины (монгол хэвлэл) WeChat-ын олон нийтийн тавцан. ӨМӨС нь БНХАУ-ын намын сонин бөгөөд БНХАУ-ын цөөн тоот үндэстний хэл, бичгээр бичигдсэн анхны сонин болох юм. Ийм байр суурь өндөр сонин болохын хувьд ӨМӨС нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн хөгжлийн онцлогийг хадгалж, 2014 оны 5-р сарын 30-аас эхлэн

WeChat-ын олон нийтийн тавцан(内蒙古日报蒙文报)-г ажиллуулж эхэлсэн байна. ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцан нь шинэ мэдээллийн хэрэгслийн үйлдэл чадавхи болон хэрэглэгчдийн сонирхол хандалтад тохируулж агуулгаа баяжуулсаар өнөөдөр хүсэн юм. Одоогийн байдлаар ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн агуулга нь улс төр, эдийн засаг, соёл урлаг, боловсрол хүмүүжил, зар сурталчилгаа, амьдрал үйлчилгээ зэрэг өргөн хүрээтэй байна. Илтгэх хэлбэрийн хувьд текст, гэрэл зураг, видео, хөдөлгөөнт зураг, H5 зэрэг хэлбэрийг ашиглаж байна.

4. Гарчиг. Цахим мэдээлэлд гарчиг нь хөтөчийн (lead) үүрэг давхар гүйцэтгэдэг. Мөн холбоос үүсгэдэг. Уншигчийн анхаарал, төвлөрлийн объект болдог.



ӨМӨС-ы (монгол хэвлэл) WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн 2023 оны 11 сарын 30-аас 2024 оны 1 сарын 31 хүртлэх 357 нийтлэлийн агуулгын гарчигт судалгаа хийхдээ контент анализын аргыг ашиглав. Ингэхдээ "Илрэх хэлбэрийн онцлогийг гарчгийн урт богино, гарчгийн өнгө, цэг тэмдэг зэрэг талаас, хэлнийн зүйн онцлогийг өгүүлбэрийн төрөл зүйл, үйл үгийн онцлог зэрэг талаас, бүтцийн онцлогийг өгүүлбэрийн төрөл зүйлийн талаас" гэж хуваан, excel програмыг ашиглан тооцоолол хийж, үр дүнг график, бүдүүвч болгон ашиглав.

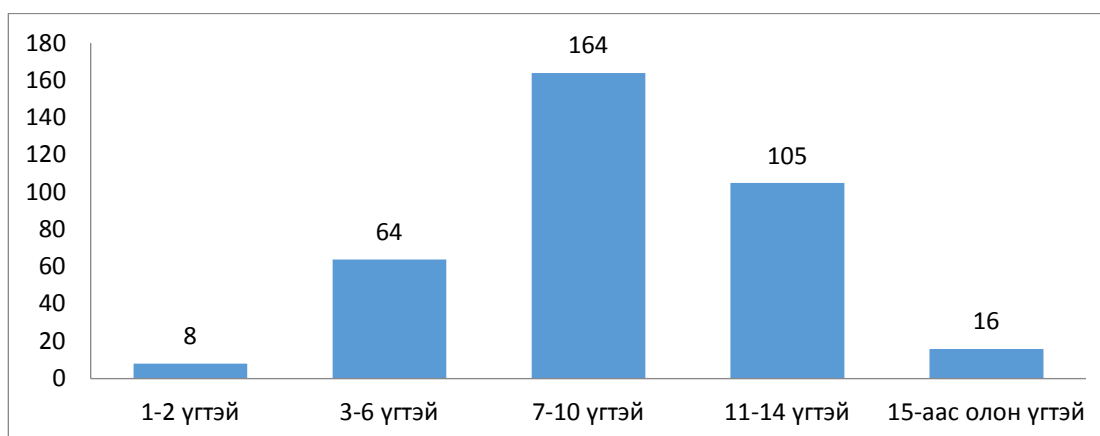
Контент анализын үр дүнг шинжилбэл дараах дүр зураг ажиглагдаж байна.

Илрэх хэлбэрийн онцлог					Хэлний зүйн онцлог					Бүтцийн онцлог																															
Гарчгийн урт, богино		Гарчгийн өнгө	Цэг тэмдэг	Өгүүлбэрийн төрөл зүйл		Үйл үгийн онцлог																																			
Олон өгүүлбэр	142	Нийлмэл өгүүлбэр	86	Энгийн өгүүлбэр	271	Нөхцөл үйл	0	Тэмдэг үйл	0	Захирах хүсэх үйл	8	Цагийг заах үйл	294	Захиран хүсэх	8	Анхааруулах	10	Асуух	3	Хуурнах	336	Үгүй	316	Ашигласан	41	Дундаж өнгө	11	Хүйтэн өнгө	280	Дулаан өнгө	66	15-аас олон үгтэй	16	11-14 үгтэй	105	7-10 үгтэй	164	3-6 үгтэй	64	1-2 үгтэй	8
357					357					357					302					357																					

Хүснэгт №1. Гарчгийн онцлогт хийсэн контент анализ.

Хэлбэрийн онцлог.
Нэг. Гарчгийн хэмжээ.
 ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн (монгол хэвлэл) агуулгын гарчиг нь 7-10 үгтэй гарчиг 164 байж, 46% хувийг эзэлж байна. 11-14 үгтэй гарчиг 29% хувийг эзэлж бий. Үүнээс үзэхэд агуулгын гарчиг нь 7-14 үгтэй гарчгаар голлож байна. 15-аас олон үгтэй гарчиг 16 байгаа бөгөөд хамгийн олон үгтэй гарчиг нь 2023 оны 12 сарын 25-д нийтэлсэн "Дундад улсын эв хамт намын Өвөр Монголын Өөртөө Засах Орны арван нэгдүгээр хугацааны хорооны долдугаар бүгд

хурал жич бүх орны аж ахуйн ажлын хурал Хөххотод хуралдав" гэх 26 үгтэй гарчиг байлаа. Гарчиг энэ мэт хэт урт байх нь ойлгомжгүй болох мөртөө хүлээн авагчдын сонирхлыг өдөөж чаддаггүй. "Суурь сэтгүүл зүй" (Ж.Батбаатар, 2010) номд гарчгийг "товч гүйлгэн харах төдийд уншихуйц богино өгүүлбэрээр байвал сайн. Ер нь 3-6 үгтэй байх нь илүү тохиромжтой" гэж үзсэн байдаг. Гэвч ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн 357 агуулгын гарчигт 3-6 үгтэй гарчиг 64 байж 18% хувийг л эзэлж байв (Зураг №1-ээс харна уу).



Зураг №1. Гарчгийн хэмжээ.

Хятадын The paper (Pengpai news 澎湃新闻) мэдээний 2022 оны 5-р сарын 16-ны 22 цаг 06 минутад нийтэлсэн "Онлайн гарчиг хэдэн үсэгтэй байвал тохирох вэ? Эрдэмтдийн судалгаагаар 27 эсвэл 28 тэмдэгт (үсэг, цэг тэмдэг, тоо) гарчиг хамгийн их уншигдаж байна" гэх нийтлэлд Хятадын эрдэм шинжилгээний сэтгүүл "сэтгүүл зүй ба дамжуулгын шүүмж" (新闻与传播评论)-д 2022 оны 5 сард нийтэлсэн Жао Шин Шү, Йе Жи Дан нарын "Сүлжээний гарчгийн урт богино унших ба дамжуулахад үзүүлэх нөлөө -Сонголтын спираль ба дасан зохицох мэдээллийн онол дээр үндэслэсэн шинжилгээ"-г ишлэн тодорхойлсон байна. Тус судалгааны үр дүнд зохиогчийн (мэдээ бүтээгч) бүлэг нь дунд зэргийн урттай гарчгийг илүүд үздэг бөгөөд гарчгийн дундаж урт нь 18-19 тэмдэгт (үсэг, цэг тэмдэг, тоо) байна. Уншигчдын (хүлээн авагч) бүлэг мөн дунд зэргийн урттай гарчгийг илүүд үздэг, гэхдээ оновчтой урт нь 27-28 тэмдэгт бөгөөд энэ нь зохиогчийн үзэж буй гарчигны оновчтой уртаас 9 орчим тэмдэгтээр (үсгээр) урт байна. Дамжуулагч буюу хуваалцагч (share) бүлэг нь богино гарчгийг илүүд үздэг, богино байх тусмаа сайн байгаа нь тодорхойлогджээ.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн 357 агуулгын гарчгаас хамгийн олон уншигдсан мэдээллийн гарчиг нь 2023 оны 12 сарын 5-нд нийтэлсэн "Хоёрдугаар дэсийн шагнал хүртэв" гэх гарчигтай мэдээлэл байна. Тус мэдээний гарчиг нь 4 үгтэй байж, уншигдсан тоо нь 10000 хүрчээ. Энэ нь мэдээний гарчиг 3-6 үгтэй байвал

зохимжтой гэсэн шаардлагад нийцсэн байна. Мөн судлаач (Ж.Батбаатар, 2010) гарчигт тавигдах шаардлагыг "анхааралд өртөхүйц, уншигчдыг уруу татахуйц, мэдээлэл агуулсан байх" гэж тодорхойлоод анхааралд өртөхүйц байхын тулд гарчигт "тодорхойгүй байх" шинж чухал болохыг онцолсон байна. Энэ утгаар авч үзвэл "Хоёрдугаар дэсийн шагнал хүртэв" гэсэн гарчиг уншсан уншигч "Хэн?", "Ямар учиртай шагнал вэ?" гэх тодорхойгүй байдлыг тодотгох сонирхолд хөтлөгдөн мэдээллийг уншдаг байна.

Хоёр. Гарчгийн өнгө. Гарчиг бол мэдээллийн нүд юм. Мэдээллийн түгээн дамжуулах нөлөөг өргөжүүлэх, гарчгийн сонирхол татахуйц шинж ба илэрхийллийг нэмэгдүүлэх, уншигчдын унших сонирхол, гоо зүйн мэдрэмжийг нэмэгдүүлэхийн тулд гарчиг нь өнгийг ашиглах ёстой. Мэдээний өнгөлөг гарчиг нь харааны сэрэлд хүчтэй нөлөө үзүүлж, мэдээллийн гол агуулгыг тодотгохоос гадна уншигчдын сэтгэл хөдлөл, уран сэтгэмжийг хөдөлгөж, гоо зүйн баялаг мэдрэмжийг дамжуулан, улмаар гарчгийн сэтгэлгээг илэрхийлэх чадавхийг бэхжүүлдэг. (Ли В. М., 2002)

Мэдээллийн цаг эринд хүмүүс маш олон сувгаар өөрт хэрэгтэй, хэрэгцээгүй өчнөөн олон мэдээллийг олж авдаг. Харин эдгээр шуурхай түргэн, баялаг мэдээллийн дундаас хүмүүсийн анхаарлыг татаж чадах нь уламжлалт мэдээллийн хэрэгслээс шинэ мэдээллийн хэрэгсэл зүг уусан нэгдэж буй сонины хөгжлийн чухал алхам юм. Үүнд гарчгийн өнгийн

зохицуулалт дутагдаж болзошгүй үйлдэлтэй.

Улс төрийн тодорхой хандлагатай намын сонин болон урлагийн өнгө хоёрын харилцан нөлөөлөл,

нэгдмэл байдлын эерэг үр дүнд нь намын сонины визуал, имижийн бүтээн байгуулалтын амжилтын үндэс болдог. (Лин & Лиэ, 2021) (Зураг №2-оос харна уу).



Зураг №2. Гарчгийн өнгөний байдал.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн өнгөөс үзэхэд 280 гарчиг нь хүйтэн өнгө ашиглаж, 78% хувийг эзэлж байна. Хүйтэн өнгө нь хүмүүст төв хичээнгүй, лавдуун сэргэг, холдуулах, агших сэтгэл зүйн мэдрэмжийг өгдөг (Sun I , 2013.09, хууд. 54). Тиймээс хүйтэн өнгө илүү ашигласан нь ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын эрх сүрт чанар, үнэн бодит чанарыг харуулж, намын сонины байр суурийг улам илүү тодотгожээ. Дулаан өнгө ашигласан гарчиг нийт 66 байж, 18% хувийг эзэлж байна. Дулаан өнгө ашиглаж байгаа жишээ нь голдуу бачим яаралтай, чухал, гол болох агуулгууд байна. Жишээлбэл 2024 оны 1 сарын 30-ны "Өөртөө засах орны арван дөрөвдүгээр хугацааны ардын төлөөлөгчдийн их хурлын хоёрдугаар хурал эхлэв" гэх гарчгийг улаан өнгөөр бичсэн байна. Энэ нь тус хурлын чухал чанарыг харуулснаар барахгүй, хурал дуусаагүй, харин эхэлж байгаа гэдэг шуурхай байдлыг тодотгосон байна. Мөн 2024 оны 1 сарын 26-нд нийтэлсэн "Ажил үйлсийн орон

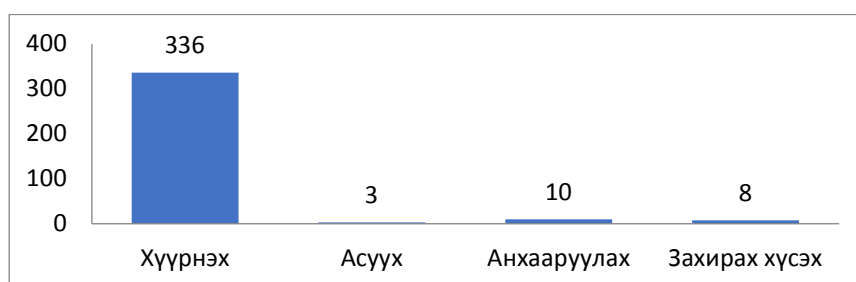
тоотой 125 ажилтан элсэнэ" гэх гарчиг нь улбар шар өнгөтэй байна. Энэ нь мөн хүмүүсийн түргэн шуурхай мэдэх хэрэгтэй чухал мэдээ болох учраас сод өнгөөр тодотгосон байна. Дундаж өнгөний хар өнгийг ашигласан жишээ 2 байсан. Нэг нь 2023 оны 12 сарын 23-нд нийтэлсэн "Дуучин Дэдмаагийн чандрыг оршуулах ёслол эзнээ хошуунд явагдав" гэх жишээ ба 2024 оны 1 сарын 30-нд нийтэлсэн "Ван Гүй фан" гэх жишээ болно. Үүнд хоёр мэдээл нь цөм нэр хүндэт хүний талаарх мэдээлэл юм. "Ван Гүй фан" гэх гарчиг цэнхэр өнгийн зураг дээр хар өнгөөр бичсэн. Тиймээс хар өнгийг агуулгын шинж чанарыг үндэслэж сонгон хэрэглэж байгаа нь тодорхой байна.

Гурав. Үгсийн сангийн онцлог. Стиглиц нар Twitter (X) дахь улс төрийн мэдээлэл харилцааны судалгаан дээр үндэслэн сэтгэл хөдлөлийн илэрхийлэл, сэтгэл хөдлөлийн хандлагатай контент нь хэрэглэгчдийн анхаарлыг татах, хэрэглэгчийн оролцоог нэмэгдүүлэх магадлал өндөр болохыг тогтоожээ (Лин Д. х., 2013, хуудсд. 217-248). Тэгвэл бичвэрийн

хувьд энэ нь монгол хэлний өгүүлбэр зүйн өгүүлбэрийн төрөл зүйл болон үйл үгэнд илэрч болно. Монгол хэлний өгүүлбэрийг өгүүлэх онцлогоор нь хүүрнэх, асуух, анхааруулах, захиран хүсэх өгүүлбэр гэж хуваана. Үйл үгийг төрлөөр нь цагийг заах үйл үг, захирах хүсэх үйл үг, тэмдэг үйл үг, нөхцөл үйл үг гэж хуваадаг. Мөн цагийн байдлаар нь одоо цаг,

өнгөрсөн цаг, ирээдүй цаг гэж хуваажээ. Мөн эдгээр өгүүлбэрийн төрөл ба үйл үгийн төрлөөр ӨМӨС-ы сэтгэл хөдлөлийн хандлагыг тодорхойлж судалж болно.

Дөрөв. Өгүүлбэрийн онцлог. ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн өгүүлбэрийн төрлийг зураг №3-аас харна уу.



Зураг №3. Гарчгийн өгүүлбэрийн төрлийн байдал

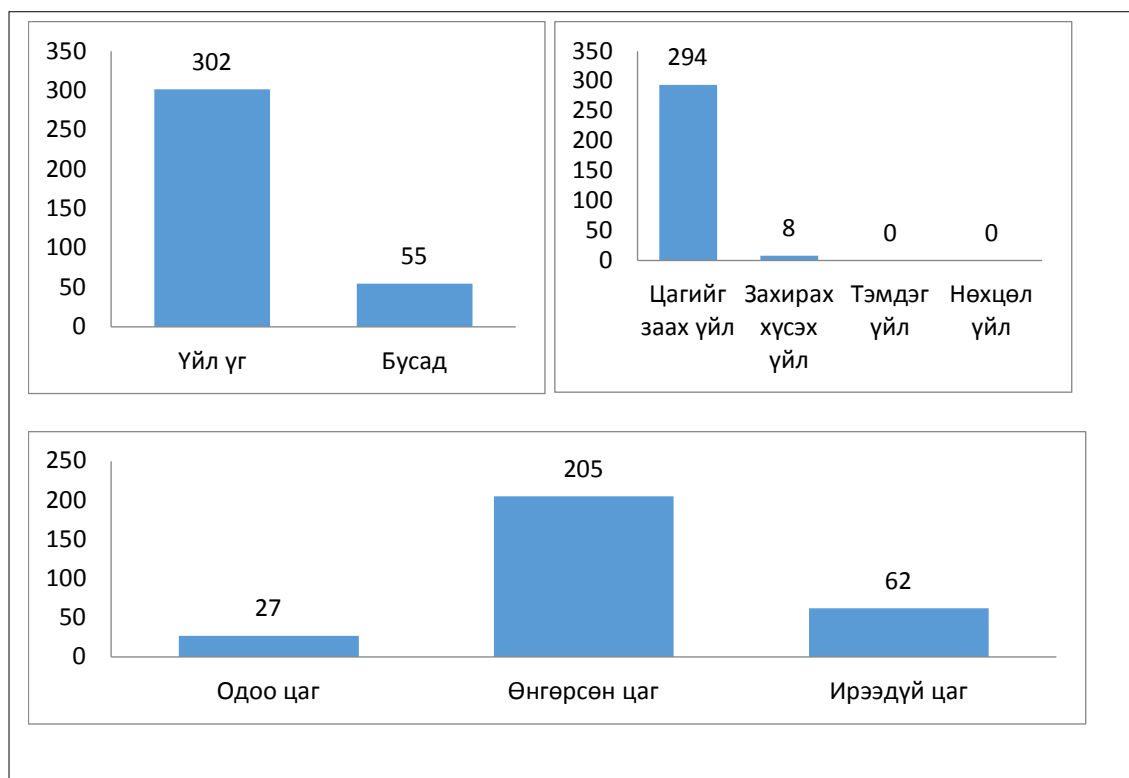
ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн өгүүлбэрийн төрөл зүйлээс үзэхэд хүүрнэх өгүүлбэрээр голлож, 94% хувийг эзэлж байна. Энэ нь гарчийг нэг төрөлд хэвшүүлж, гарчигт зөрчил агуулагдах аргаар уншигчдын унших сонирхлыг татах зарчимд нийцэхгүй байна.

Хүүрнэх өгүүлбэртэй гарчиг нь "нэг учир, нэг мэдээлэл"-ийн хэлбэртэй мэдээнд тохирох бөгөөд тэр нь хураангуйлсан шинжтэй, ерөнхийлсөн шинжтэй мэдээнд тохирдог. Үүнээс гадна хүүрнэх хэлбэрийн гарчиг нь мэдээний агуулгыг зөв оновчтой хураангуйлж чаддаг. Жишээлбэл, 2024 оны 1-р сарын 24-нд нийтэлсэн "Анхдугаар удааны ганган буурны адилтгал шинэ барга зүүн хошуунд явагдав" гэсэн мэдээллийн гарчигт юу, яасан, хаана, ямар, зэрэг мэдээлэл тодорхой байна. Тухайн гарчиг нь бүхүйл мэдээллийнхээ хураангуй болж чаджээ.

Гэхдээ хүүрнэх өгүүлбэр нь шууд тайлбарласан шинжтэй байдаг болохоор уншигчдын мэдээллийн агуулгыг залгаж унших хүслийг өдөөж чаддаггүй. Харин асуух, анхааруулах, захиран хүсэх зэрэг өгүүлбэр нь уншигчдын сэтгэл зүйд илүү нөлөөлж, мэдээлэл ба уншигчдын харилцааг нэмэгдүүлдэг. Хувь хүн хоорондын үйл ажиллагааны онолын үүднээс авч үзвэл, хэл нь үзэл баримтлал, хүн хоорондын болон яриа гэсэн гурван үндсэн үүргийг агуулдаг, хувь хүн хоорондын үйл ажиллагаа нь хүмүүсийн харилцааны туршлагатай хамтран ажиллаж, хэл илэрхийлэгчдэд өнгө аяс, хэв маягаар дамжуулан илэрхийллийн үр нөлөөг сайжруулж, мэдээллийн үзэгчдийн үл ойлголцлыг бууруулах боломжийг олгон, үүний үндсэн дээр сэтгэл хөдлөлийг тодорхойлох, сэтгэл хөдлөлийн дагах зэрэг харилцааны үр нөлөөг гаргаж болно

(Ли & Чен, 2020, хуудсд. 101-111). Тиймээс асуух, анхааруулах, захиран хүсэх өгүүлбэр нь уншигчдыг мэдээлэлд оролцуулдаг. Энэ нь мэдээллийн хэрэг учирт биш, мэдээллийн агуулгыг сэтгэн бодоход оролцуулах явдал юм.

Тав. Үйл үгийн онцлог. ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн 357 гарчгаас 302 нь үйл үгээр төгссөн өгүүлбэр байна. Бид тус 302 өгүүлбэрийн үйл үгийг өгүүлэх онцлог, цагийн байдал зэрэг талаар задлан шинжилгээ хийж үзсэн. (Зураг №4-өөс харна уу).

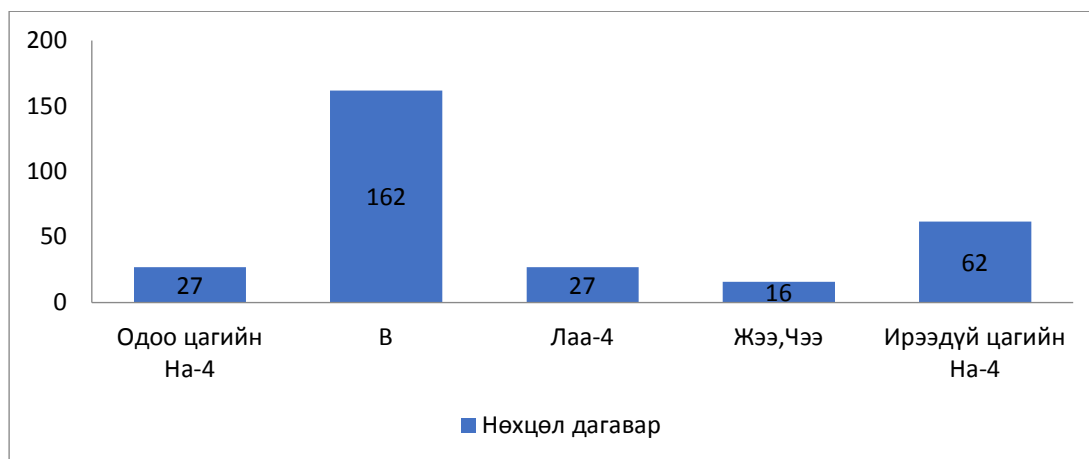


Зураг №4. Үйл үгийн онцлогт хийсэн анализ.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчиг нь үйл үгээр өгүүлбэр төгсөхөөр голлож, үйл үгээр төгссөн 302 жишээ байна. Үүнд цагийг заах үйл үгийн жишээ 294 байна. Мөн цагийг заах үйлийн дотроо өнгөрсөн цагийг ашиглаж байгаа нь 205 жишээ байна. Өөрөөр хэлбэл ӨМӨС-ны WeChat тавцан-

гийн агуулгын гарчиг нь голдуу өнгөрсөн цагийн хэлбэрээр бичигдэж байна. Энэ нь мэдээний болж өнгөрсөн буюу яг болж бий учрыг мэдээлэх үндсэн шаардлагад нийцэж байна.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн үйл үгийн цагийн байдлын нөхцөл дагаврыг авч үзлээ. (Зураг №5-аас харна уу).



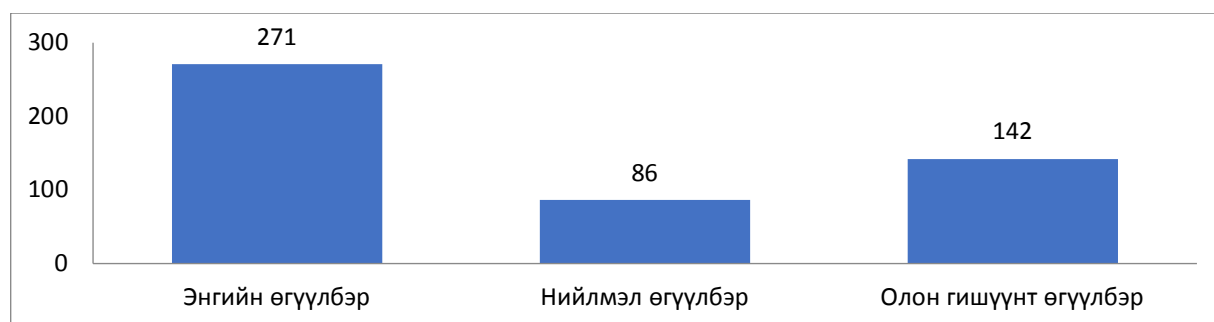
Зураг №5. Үйл үгийн нөхцөл дагаврын байдал.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн цагийг заах үйл үгээр төгссөн өгүүлбэрээс үзэхэд өнгөрсөн цагийн "В" нөхцөл дагаврыг илүү ажиллаж байна. Тус нөхцөл дагаврыг ашигласан жишээ нийт 162 байна. Энэ нь мөн өгүүлбэрийг нэг хэв шинжид оруулж байна.

20-р зууны эхэн үеийн Оросын формализмын төлөөлөгч В.Шкловск "Үл таних байдал" (Defamiliarization Theory) өгүүлэмжийн онолыг дэвшүүлсэн юм. (Жү, 2014, хууд. 135) Үл таних онол нь агуулга болон хэлбэрийн хувьд хүмүүсийн ердийн хэвшсэн бодол сэтгэлийн байдлыг сөрж байдаг бөгөөд урлаг дахь ердийн байдлаас ч давж байдаг. Үл таних онолын үндэс бол өнгөн дээрээ ямар ч холбоогүй гэхдээ

дотооддоо холбоотой байдаг төрөл бүрийн хүчин зүйлүүдийн эсрэгцэл ба зөрчил юм. Мэдээний гарчгийн хэл нь шинэлэг байх ёстой бөгөөд хүлээн авагчдын анхаарлыг татахын тулд хэвийн бус эсвэл танил бус гарчиг гаргадаг. Мэдээний гарчгийг танил бус байлгах үндсэн аргуудад: товчлох аргыг ухаалаг ашиглах, хандлагаа өөрчлөх, дэлгэрэнгүй танилцуулга, орлуулал ашиглах зэрэг багтана. (Жиа, 2023, хуудсд. 112-113)

Зургаа. Өгүүлбэрийн бүтцийн онцлог. ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн (Монгол хэвлэл) агуулгын гарчгийн өгүүлбэрийн бүтцийн талаар энгийн өгүүлбэр, нийлмэл өгүүлбэр, олон гишүүнт өгүүлбэрт хувааж үзлээ. (Зураг №6-аас харна уу).



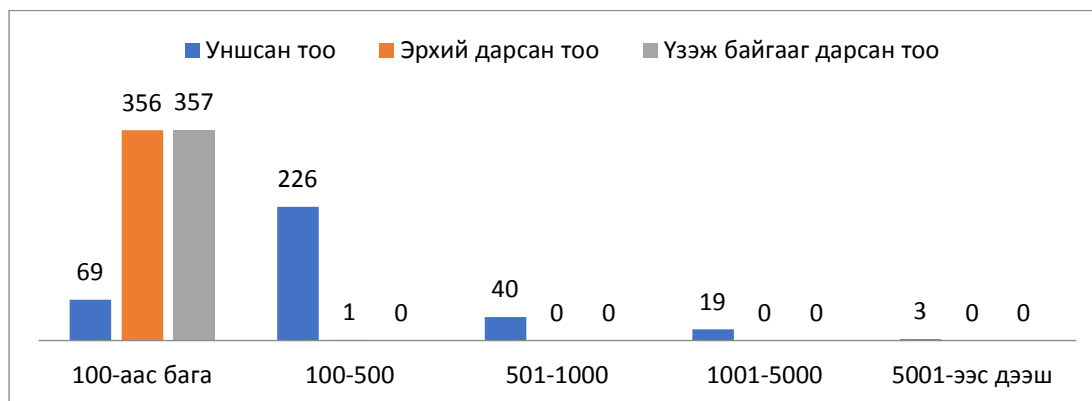
Зураг №6. Өгүүлбэрийн бүтцийн онцлог.

ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн агуулгын гарчгийн өгүүлбэрийн бүтцийн хувьд энгийн өгүүлбэрээр голлож, нийт жишээ 271 байна. Олон өгүүлбэр буюу дэд гарчигтай жишээ 142 байна. Үүнээс гадна нийлмэл өгүүлбэр 86 байна.

Мэдээллийн гарчиг нь хэдий богино бол төдий сайн гэсэн үг биш. Олон өгүүлбэртэй гарчиг ч уншигчдын сонирхлыг татах хүчтэй байж болно. Жишээлбэл Хуан Шиан Жүн "Шинэ мэдээллийн хэрэгслийн <Анхааруулах өгүүлбэр + хүүрнэх өгүүлбэр> хэлбэртэй мэдээллийн гарчгийн онцлог ба найруулгын шинжлэл" (Хуан , 2022) гэсэн судалгаандаа "анхааруулах + хүүрнэх" хэлбэртэй өгүүлбэр нь мэдээллийн гарчгийн харилцааны чанарыг

сайжруулдаг. Иймэрхүү гарчиг нь уламжлалт сонин мэдээний гарчгийн бусадч (objective) хязгаарыг эвдэж, найруулагч хуучны баригдмал хэлбэрт боогдолгүйгээр, мэдээний агуулгын үнэн бодит байдлыг баталсан урьдал доор, гарчгийн харилцааны чадавхийг чадах чинээндээ ихэсгэж болно. Тиймээс олон өгүүлбэр ашиглах тохиолдолд зөвхөн "хүүрнэх + хүүрнэх", "анхааруулах + анхааруулах" биш өгүүлбэр хоорондын харилцан холболдон үйлдэлцэх шинж чанарыг ойлгох нь чухал байна.

Долоо. Хандалт. ӨМӨС-ны WeChat тавцангийн мэдээллийн хандалтыг уншсан тоо, эрхий дарсан тоо, үзэж байгааг дарсан тоо болно. (Зураг №7-оос харна уу).



Зураг №7. Хандалт.

Дээрх графикаас ӨМӨС-ы 357 гарчгийн хүлээн авагчдын харилцааны уншсан тоо нь: 100-аас дээш уншилттай мэдээ 288, бусад 69 мэдээ нь 100-аас бага уншилттай байна. Үүнд хамгийн бага уншилттай мэдээний гарчиг нь 2023 оны 12 сарын 7-нд нийтэлсэн "Бүх орны эзэгнэлтийн гол цогц 270 өрхөөс давав" гэх гарчигтай мэдээ байна. 5000-аас дээш уншилттай мэдээний

гарчиг 3 байв. Эдгээр нь тус тус 2024 оны 1-р сарын 16-нд нийтэлсэн "Манай орны нутаг бэлчээрийн хэт бэлчээрлүүлэх асуудлыг шийдвэрлэх туршилтын ажил эхлэв", 2024 оны 1сарын 15-нд нийтэлсэн " Энэ жил нэг бүлэг доктор цол олгох цэгийг шинээр нэмэгдүүлнэ", 2023 оны 12 дугаар сарын 5-нд нийтэлсэн "Хоёрдугаар дэсийн шагнал хүртэв" гэсэн гарчгууд болно.

Эрхий дарсан байдал: Эрхий дарах бол WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн хүлээн авагчдын харилцааны нэг хэлбэр юм. Эрхий дарах нь тухайн агуулга таалагдаж байгаагаа илэрхийлэх хэлбэр, тэр нь like дарахтай ижил үйлдэлтэй. Гэхдээ эрхий дарах нь зөвхөн хүлээн авагчид болон тухайн олон нийтийн тавцангийн хоорондын харилцааны байдал юм. Өөрөөр хэлбэл энэ нь хүлээн авагчдын эрхий дарсан байдал нь нийтэд ил биш, хэн эрхий дарсныг бусад хүн мэдэх боломжгүй. ӨМӨС-ы 357 гарчгаас 100-аас дээш эрхий дарсан гарчиг 1 байж, бусад 356 гарчиг нь 100-аас бага эрхий даралттай байна. Харин "үзэж байгаа" нь адилхан тухайн мэдээг таашааж байгаагаа илэрхийлэх боловч энэ нь хүлээн авагчид, олон нийтийн тавцан, бусад хүлээн авагчид гэх гурван талтай холбогдох харилцааны хэлбэр болно. Өөрөөр хэлбэл "үзэж байгаа" товчийг дарвал бусад хүнд ямар мэдээлэл таашааж байгаа нь ил болно. Энэ нь хэдийгээр хуваалцаж байгаа биш ч гэсэн хуваалцах үүрэгтэй төстэй байдаг.

"Үзэж байгаа" товчийг дарсан байдал: ӨМӨС-ы 357 гарчгийн "үзэж байгаа" нь бүгд 100-аас бага байна. Үүнээс үзэхэд хүлээн авагчдын бусдад хуваалцах буюу ил таашаах өртөгтэй мэдээ ховор байна.

Дүгнэлт. ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн агуулгын гарчгийг бид илрэх хэлбэрийн онцлог, хэлнийн зүйн онцлог, бүтцийн онцлог зэрэг талаас задлан шинжлээд дараах дүгнэлтэд хүрч байна.

1. Гарчиг нь "утсаар уулыг хөтлөх" чадавхтай байх шаардлагатай.

ӨМӨС-ы гарчгийн урт богино нь 7-14 үгтэй гарчиг голлож, энэ нь 3-6 үгтэй байх шаардлагад нийцэхгүй байна.

2. Гарчгийн өнгөөр мэдээний агуулгын хатуу зөөлнийг ойлгож болно. Гарчгийн өнгийн хувьд хүйтэн өнгийг голлон ашиглаж байгаа нь ӨМӨС-ы WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн агуулгын эрх сүр, төв чанга байдлыг тусгаж, ӨМӨС-ы намын сонины байр суурийг тодорхойлжээ. Мөн улбар шар, улаан зэрэг дулаан сод өнгийг бачим яаралтай, шуурхай, гол болох мэдээний гарчигт ашиглаж, хүйтэн өнгийн хар өнгийг гашуудал, хүнд, өвөрмөц байдалтай мэдээнүүдэд ашиглажээ.
3. Цэг тэмдгийн хувьд 41 гарчигт цэг тэмдэг ашигласан байна. Энэ нь цэг тэмдгийн сэтгэл зүйд үзүүлэх нөлөөг анхаарч буйн жишээ болно гэж үзлээ.
4. Өгүүлбэрийн харилцааны шинжийг онцлох хэрэгтэй. ӨМӨС-ы өгүүлбэрийн төрөл зүйлийн талаар хүүрнэх өгүүлбэрээр голлож байна. Хүүрнэх өгүүлбэр нь сэтгэлгээний ил тод илэрхийлэл байдаггүй болохоор гарчгаар хүлээн авагчдын сэтгэлгээг нөлөөлөхөд нэлээд хүчир юм.
5. Үйл үгээр төгссөн өгүүлбэрийн онцлогоос хархад цагийг заах үйл үгийг түлхүү ашиглаж, өнгөрсөн цагийн "В" нөхцөл дагаврыг илүү ашигласан нь мэдээний болж өнгөрсөн буюу яг болж бий учрыг мэдээлэх үндсэн шаардлагад нийцэж байна. Гэхдээ энэ нь гарчиг бүрийг нэг л хэв маягтай болгох болохоор үйл үгийн нөхцөл дагаврыг ашиглахдаа

мэдээний хэрэг учрын цагийн байдлыг ойлгож, яг оноосон нөхцөл дагаврыг сонгоно. Уншигчид үйл үгээр төгссөн гарчгийн үйл үгийн нөхцөл дагавраас мэдээний хэрэг учрын саяхан өнгөрсөн, эрт өнгөрсөн, нэгэнт өнгөрсөн аль нь болохыг ойлгох боломжийг хангана.

6. ӨМӨС-ы бүтцийн онцлогийг талаар олон өгүүлбэр буюу дэд гарчигтай өгүүлбэр 142 байсан. Дэд гарчгийг гарчгийн тоонд бодохгүйгээр 357 гарчиг дотор энгийн өгүүлбэр илүү байсан. Олон өгүүлбэр ашиглах тохиолдолд зөвхөн "хүүрнэх + хүүрнэх", "анхааруулах + анхааруулах" биш, өгүүлбэр хоорондын харилцан холболдон үйлдэлцэх шинж чанарыг ойлгох нь чухал байна.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Sun I. (2013.09). Өнгө тааруулах судалгаанд зориулсан нэг минутын зөвлөмж: дулаан, хүйтэн өнгөний зохицол. Цахим үйлдвэрлэлийн хэвлийн хороо, 54.
2. Tencent. (2023). WeChat-н сарын идэвхтэй хэрэглэгчид 1.327 тэрбум болжээ. China Business News.
3. Ван Яа Жүн. (2016.10). H5 технологид суурилсан визуал мэдээний судалгаа - 2016 оны Ардын Өдрийн Сонины WeChat олон нийтийн тавцангийн хоёр хурлын мэдээгээр жишээлэх нь. Медиа, 73-75.
4. Ж.Батбаатар. (2010). Суурь сэтгүүл зүй. Улаанбаатар.
5. Жан Шу Хуа, Ван Хун, & Миао Цай Ши. (2017.12). "Ардын өдрийн сонин"-ы WeChat олон нийтийн тавцангийн дамжуулгын стратеги ба нөлөөний талаарх судалгаа. Медиа, 51-53.
6. Жиа Жүн Фан. (2023.4). Мэдээний гарчгийн хэл зүйн байдлын судалгаа. News Forum Journal, 112-113.
7. Жү Юн Ли. (2014). Барууны орчин үеийн уран зохиолын онол. Хуа Дүн их сургуулийн хэвлэлийн хороо, 135.
8. Ёе Нан. (2015.01). WeChat-ын уламжлалт мэдээллийн хэрэгслийн бүтээх болон дамжуулах загварт үзүүлэх нөлөөлөл - хэвлэл мэдээллийн дамжуулгад суурилсан судалгааны хэтийн төлөв. Southeast spread, 92-93.
9. Ли, Я. & Чен, И. (2020.4). Прагматик функцууд ба хос үзэл баримтлалын интерактив гарчгийн өгүүлбэрүүдийн ярианы интеграцийн стратеги. *хэлний хэрэглээ*, 101-111.
10. Ли Мин Вэн. (2002.10). Мэдээний гарчгийн өнгийн гоо зүй. The Journal of Writing, 23-25.
11. Лин Фэн, & Лиө Си Чи. (2021.11.19). "Ардын өдрийн сонин"-ы шинэ оны өмнөх хуудасны гарчгийн өнгийн судалгаа. Beauty and Times, 60.
12. Лин Хуан Дан. (2013). Нийгмийн сүлжээн дэх сэтгэл хөдлөл ба мэдээллийн тархалт:Weibo дахь сэтгэл хөдлөл ба зан төлөвийг хуваалцах. Менежментийн мэдээллийн системийн сэтгүүл, 217-248.
13. Ли Циао Кан. (2015). WeChat дээр суурилсан онлайн худалдааны системийн дизайн ба хэрэгжилт. Нанжин: Нанжингийн их сургууль.
14. Су Чэн Си. (2016.1). "Ардын өдрийн сонины" WeChat олон нийтийн тавцангийн үйл ажиллагааны шинж чанар ба агуулгын бүтэц. Медиа, 69-70.
15. Фан Хүй, Гү Жүн Шэн, & Сүн Ши. (2015.8). WeChat-ын олон нийтийн тавцангийн хэвлэмэл хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл дэх үүрэг - Ардын өдөр тутмын сонин, Бээжингийн мэдээ сонины WeChat олон нийтийн тавцангийн дүн

шинжилгээ. News and Writing Journal, 54-59.

16. Хуан Шиан Жүн. (2022. 5). Шинэ мэдээллийн хэрэгслийн <Анхааруулах өгүүлбэр + хүүрнэх өгүүлбэр> хэлбэртэй мэдээллийн гарчгийн онцлог ба найруулгын шинжлэл. Journal of News Research, 135-137.
17. Чү Чүн. (2016.8.3). "Вичат" Интернэтийн эрин үеийн өөрчлөлт бүтээгчид.
18. Чэн Шэн Вэн. (2015.5). Уламжлалт мэдээллийн хэрэгслийн WeChat-н олон нийтийн тавцангийн загварт хийсэн дүн шинжилгээ. Contemporary Communication, 62-67.
19. Чэн Чэн. (2014). WeChat олон нийтийн платформ дээрх үзэгчдийн "ашиглах ба сэтгэл ханамж" зан үйлийн талаархи судалгаа. Медиа, 50-51.
20. Шү Хай Лин. (2018). Ардын цахилгаан шуудан хэвлэлийн хороо, 62

Summary

WeChat is the most widely used social media platform in China, and one of the main information dissemination tools of the government and the public sector. In this sense, it has become an important area for the integration of traditional media. So, the traditional media, the WeChat public platform, has also taken bold steps to integrate with new media. We conducted a study on 357 contents' titles of Inner Mongolian Daily News newspaper's Mongolian version, those were broadcasted on this platform over a period of 2 months, using sampling, content analysis, methods. In this study, the content titles of the WeChat public platform did not meet the requirements of being concise as news titles, and the sentences were mainly narrative, which were weak in terms of attention-grabbing.

Keywords: WeChat social platform, title, appearance, grammar, structure, features.