

## ТЕЛЕВИЗИЙН БҮТЭЭЛИЙН ТӨРӨЛ ЗҮЙЛ, ХЭЛБЭРИЙН ТУХАЙД

Т.Өнөрсайхан\*, С.Бат-Оюун\*\*

\*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн ахлах багш, доктор (Ph.D)

\*\*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн магистрант

**Түлхүүр үг:** жанр, формат, төрөл зүйл, хэлбэр, ток шоу, телевиз, бүтээл, үнэлэмж

**К**анадын судлаач М.Маклюен мэдээлэл харилцааны хөгжлийн түүхэн дэх аливаа томоохон дэвшлийн явцад дөрвөн гол хуулийг хэрэглэх боломжийн тухай таамаглал дэвшүүлсэн байдаг.<sup>1</sup> Түүний тодорхойлсноор оршин буй парадигмыг өөрчлөх явцад шинэ хэрэгслүүд дөрвөн үе шатыг дамждаг байна. Мэдээллийг бий болгох үйл явцыг хурдасгах, хуучин арга барилыг шахан гаргах, уламжлалт арга барилтай нэгдэх, өмнөх үеийнхээс арай илүү түвшинд бүтээхийн тулд хуучин арга барилыг ашиглах юм. Энэ нь телевизийн бүтээлийн төрөл зүйл, хэлбэрийн чиг хандлагыг тодорхойлоход онцгой ач холбогдолтой үндэслэл болно.

Телевизийн үзэгчдийн хувьд бүтээл ямар төрөл зүйл, хэлбэрийнх байх нь ач холбогдол багатай байдаг. Болзолт хүлээн авагчид буюу телевиз үзэх зан үйл амьдралд нь хэвшсэн үзэгчид мэдээлэл авах, зугаацах гэсэн үндсэн хоёр зорилгын хүрээнд сонголтоо хийдэг. Тэдний хувьд сонгон үзэж буй телевизийн бүтээл нь сонирхолтой,

амьдралд нь ашиг тус болох шинэ мэдээлэл агуулсан байх нь л чухал юм.

Үзэгчдийн “сонирхолтой” гэдэг ангилал телевизийн бүтээлийн хувьд агуулга хэлбэрийн зохистой харьцаа, дахин давтагдахгүй өвөрмөц байдал, хүлээн авагчдын тухайн цаг үеийн онцлогийг мэдрэх, нийгмийн үнэт зүйл зэрэг олон хүчин зүйлээс хамаарна. Үүний хамгийн чухал хэсэг бол мэргэжлийн хэм хэмжээг илэрхийлэх төрөл зүйл, хэлбэр юм. Бүтээлийг хүртээмжтэй байлгаж, зорилгоо биелүүлэхэд сэдвээ зөв сонгох буюу идэвхтэй сэдвийг авч ямар төрөл зүйлээр хийвэл дээрх зорилгыг биелүүлэх, хэлбэрийн хувьд ямар байхаас шалтгаалж үзэгчдийн анхаарлыг татах, сонирхолтой байх эсэх нь шийдэгддэг.

Телевизээр гарч байгаа бүх бүтээлийг үндсэн болон дагавар гэж хоёр ангилж үздэг. Үндсэн бүтээл нь хүлээн авагчдын телевиз үзэх учир шалтгаан болдог учраас нэгж телевизээр цацагдаж буй нийт бүтээлийн 75-80 хувийг эзэлж байж үзэгчдийн сэтгэл ханамж, эрэлт хэрэгцээг хангадаг байна. Дагавар буюу маркетингийн зорилго бүхий бүтээл нь 20-25 хувийг эзэлж байхад үзэгчдэд хэт их зар сурталчилгаа үзсэн мэт сэтгэгдэл төрдөггүй байна. Өөрөөр хэлбэл,

үндсэн бүтээлд дагавар бүтээл шингэж үзэгчид зар сурталчилгаанаас залхах бус харин сонирхолтой бүтээлийн дундуур шинэ мэдээлэл агуулсан, завсарлага болсон мэдээлэл гэж зар сурталчилгааг эергээр хүлээн авдаг ажээ.

**М**онголын арилжааны телевизүүдийн тухайд үндсэн бүтээлийн хөгжлийн явцыг ерөнхий дөрвөн хэсэгт хуваан үзэж болно.

1. Монголын үндэсний телевизийн нийтлэл нэвтрүүлгийн бодлогын үргэлжлэл үе. Энэ хэсэгт дөнгөж байгуулагдсан арилжааны анхны телевизүүд мэргэжлийн үйл ажиллагааны чиг баримжааг тухайн үеийн Монгол телевизээр төсөөлж байв. Тиймээс аль нэг чиглэлээр мэргэших, арилжааны телевизүүдийн нийтлэг зарчим болох “брэнд” бүхий бүтээлд суурилсан үйл ажиллагаа явуулах талаар төсөөлөлгүй байсан юм. Тиймээс телевиз л бол бүх төрлийн бүтээл хийх ёстой гэсэн зарчмаар ажиллаж хүний нөөц, техник технологийн үндсэн суурь баазгүй байдлаасаа шалтгаалан бүтээлийн чанар, хүртээмж сул байв.

2. Теле импортын үе- 2000-аад оны дунд үеэс арилжааны телевизүүдийн тооны “бум” буюу “тэсрэлт”-ийн үе эхэлж зар сурталчилгааны зах зээл, хүний нөөцийг хуваах нэгжийн тоо нэмэгдсэнээр олон хүний хүч хөдөлмөр шаардаж, нүсэр бүтцээр ажиллахаас өөр аргагүй байдал хүргэдэг Монгол телевизийн олон төрөлт нэвтрүүлгийн сүлжээнээс татгалзахаас өөр аргагүй болсон юм. Нөгөө талаар үзэгчдээ татахын тулд бие биеэсээ ялгарч гарах, онцлог бүтээл үйлдвэрлэхээс өөр аргагүй нөхцөл байдал зах зээлийн хуулийн жамаар үүссэн билээ. Гадаадын синдикат бүтээл худалдаж авах санхүүгийн нөхцөл боломж,

түүнийг хийх техник, хүний нөөц хомс зэрэг дотоод хүчин зүйлүүд орчуулгын олон ангит кино, нэвтрүүлгээр эфирийн цагаа дүүргэхээс өөр аргагүй байдалд хүргэсэн юм. Ихэнхдээ оюуны өмчийн зөрчилтэй, мэргэжлийн орчуулга, редакторын ажил дутмаг гадаад нэвтрүүлгүүд энэ үеийн бүтээлийн онцлогийг тодорхойлж байв. Нөгөө талаар албан ёсны зөвшөөрөлгүйгээр гадны нэвтрүүлгийг хуулбарлан дуурайн хийж байсан боловч төрөл зүйл, хэлбэрийн онцлогийг бүрэн гаргахдаа дутмаг байсан нь үзэгчдийн сонирхлыг тэр бүр татаж чадахгүй байсан юм.

3. Синдикат хөтөлбөрийн эхний үе- 2011 онд “Телевиз, радиогийн өргөн нэвтрүүлгийн зохицуулалтын ерөнхий шаардлага”-ыг Харилцаа холбооны зохицуулах хороо баталсан юм. 2015 онд дахин шинэчлэгдсэн энэхүү ерөнхий шаардлага батлагдахаас өмнө Монголын телевизийн салбарт мэргэжлийн онцлогийг тусгасан хууль эрх зүйн баримт бичиг, журам байсангүй. Тиймээс мэргэжлийн үйл ажиллагаанд шаардлага тавих боломжгүй байв. Хэт задгайрсан телевизийн салбарыг хэм хэмжээтэй болгох, цэвэр өрсөлдөөнөөр дамжуулан хөндлөнгийн хяналт тогтоох, бүрэлдээд удаагүй телевизүүдэд цаашдын үйл ажиллагааны чиг хандлагыг нь төлөвшүүлэхэд дээрх ерөнхий шаардлага тодорхой хэмжээний үүрэг гүйцэтгэсэн билээ. Оюуны өмчийн зөрчилд хяналт тавьж, нөгөө талаар цахим орон зайн нөлөөлөл, нийгмийн сүлжээ хүмүүсийн байнгын хэрэглээ болсон нь телевизийг салбар доторх бус салбар хоорондын өрсөлдөөнд оролцохоос өөр аргагүй нөхцөл байдалд хүргэсэн юм. Youtube, нийгмийн сүлжээгээр цацагдаж буй видеонуудаас мэргэжлийн телевизийн бүтээлийн ялгарах ялгааг үзэгчид

шаардах болсон билээ. Тиймээс олон улсын хэмжээнд хүлээн зөвшөөрөгдсөн синдикат бүтээлүүдийг оюуны өмчийн эрхтэйгээр худалдан авч өөрийн орны онцлогт тохирсон гэхдээ төрөл зүйл, хэлбэрийн онцлогийг үл алдагдуулан хийх хэрэгцээ шаардлага гарч ирсэн юм.

4. Үндэсний агуулга төлөвшлийн эхэн үе- Дээр дурдсан зохицуулалтын бас нэг ач холбогдол бүхий тал нь үндэсний бүтээлийн хэмжээг тодорхойлж өгсөн билээ. Дан ганц синдикат бүтээл хийх нь зардал өндөр, олон төрлийн мэргэжлийн хүний нөөц шаарддаг зэрэг байдал нь даяаршлын үед ондоошиж үлдэхийг тэмүүлж буй бусад улс үндэстнүүдийн жишгээр үндэсний бүтээлийн сан үүсгэх хэрэгцээ шаардлага бийг ойлгуулсан. Америкийн хэт баруунжсан, соёлын болон улс төр, эдийн засгийн далд нөлөөлөл бүхий телевизийн бүтээлүүдтэй даяар сүлжээнүүд хүчээ авснаар 1980-аад оны төгсгөл 1990-ээд оны эхэн үед Скандинавын орнуудын үндэсний телевизүүдийн бүтээлийг “шахаж” үзэгчгүй болгосон байдаг. Нийгмийн оюун санаа, үнэт зүйлийг бүрдүүлэгч үндэсний телевизүүдийн бүтээлүүдийг дэмжих зорилгоор хэд хэдэн арга хэмжээ авч явуулсны үр дүнд дээрх бүс нутгийн телевизүүд өөрийн бүтээлийн сантай болж чадсан юм. Скандинавын орнуудын телевизийн салбарт 30 шахам жилийн өмнө

тохиолдсон энэ нөхцөл байдал манайд энэ цаг үед тулгараад байна.

Телевизийн бүтээлийг үзэгч үзэж байна, үзэхгүй байна гэсэн үндсэн хоёр л шалгуур бий. Үзэгчдэд хүртээмжтэй болгож үзүүлэхийн тулд дэд бүтцийн, зохион байгуулалтын, агуулгын болоод хэлбэрийн хүчин зүйлс нөлөөлдөг ч бүтээлийн эхний ерөнхий шалгуурыг авч үзвэл хүлээлт-дурсахуй гэсэн үнэлэмж онцгой үүрэг гүйцэтгэнэ.

Телевиз үзэгчдийг болзолт болон боломжит үзэгч гэж ерөнхий ангилдаг. “Маамуу” хүүхэлдэйн киноны болзолт үзэгч цэцэрлэгийн насныхан боловч боломжит үзэгчид гэр бүлийнхэн нь болно. “Боролдойн цаг”-ийн хүлээлт нь болзолт үзэгч буюу хүүхдүүд бол дурса-хуйд тулгуурлаж боломжит үзэгч болж

буй нь гэр бүлийнхэн нь юм. Нөгөө талаар хүлээлт нь боломжит үзэгч болох боломжтой. Цаг үе нийгмийн шаардлагаар, эсвэл хоосон орон зайд ч хүлээлт үүсэж болно. Өөрөөр хэлбэл, хүлээлт –дурсахуй нь үнэлэмжийг бүрдүүлж буй харилцан уялдаатай эргэх холбоо бүхий үндсэн үйл ажиллагаа юм.

Нэгэнт боломжит үзэгчээ дагуулсан болзолт үзэгч бий болсон, хүлээлт дурсахуйн орон зайг олж харсан тохиолдолд ямар төрлийн бүтээл хийж, хэзээ хэрхэн хүргэх вэ гэдэг асуудал үүсдэг. Бүтээлийн санааг олох “цахилгаан шатны яриа”-аас эхлээд сэтгүүл зүйн онолын гурвалжинг



**Телевизийн бүтээлийг үзэгч үзэж байна, үзэхгүй байна гэсэн үндсэн хоёр л шалгуур бий. Үзэгчдэд хүртээмжтэй болгож үзүүлэхийн тулд дэд бүтцийн, зохион байгуулалтын, агуулгын болоод хэлбэрийн хүчин зүйлс нөлөөлдөг ч бүтээлийн эхний ерөнхий шалгуурыг авч үзвэл хүлээлт-дурсахуй гэсэн үнэлэмж онцгой үүрэг гүйцэтгэнэ**



харгалзах, анхны туршилтын дугаар хийх, цаашлаад байршуулалт, контент маркетингийн үйл ажиллагаа, хүлээн авагчийн судалгаа зэрэг бүрэн цогц үйл явцын үр дүнд үзэгчдийн хүртээл болдог. Ерөнхийд нь доорх хэсгүүдээр телевизүүдийн бүтээлийн үр дүнд хүрэх хүртээмжийг урьдчилан авч үзнэ.

- Бүтээлийн сонголт – жанр, формат, агуулга, давтамж
- Сурталчилгаа – тизер, трейлер, промоушн
- Нэвтрүүлгийн сүлжээ – хүмүүсийн амьдралын хэмнэл, улс орны онцлогоос шалтгаалсан үндсэн арван төрлийн сүлжээ байдаг.
- Бүтээлийн сонголтыг бүрдүүлэгч хүчин зүйлүүдийг тус бүрд нь задлан үзье. Харин нэвтрүүлгийн сурталчилгаа, сүлжээ тусдаа бие даасан судалгааны өгүүллийн сэдэв юм.

**Т**елевизийн бүтээлийг давтамжийн хувьд ерөнхийд нь нэг удаагийн болон цуврал гэж ангилна. Энэ нь жанр /төрөл зүйл/, формат /хэлбэр/-т нөлөөлдөг. Цуврал буюу олон удаагийн бүтээл нь,  
- Өдөр тутмын /мэдээ, сериал/,  
- Долоо хоног тутмын /тойм, шоу/,  
- Сар тутмын /эрэн сурвалжлах тусгай сэдэв/,  
- Нөхцөл байдлаас хамааралтай /томилолт, гэнэтийн үйл явдал/,  
- Цаг үеийн шинжтэй гэсэн хэсгүүдээс бүрдэнэ.

Төрөл зүйлийн /жанр/ тухайд сонины бичлэгийн төрөл зүйлийн ангилал үндсэн суурь болж байна. Жанр бол хамрах хүрээ, бодит амьдралыг тусгасан байдал, амьдралын үзэгдэл, үйл явдалд хийсэн дүн шинжилгээ, зохиогчийн зорилгоо илэрхийлэхийн тулд гаднаас тулган хүлээлгэсэн “хуваарь” биш, дотоод мөн

чанар, илэрхийлэх аргын онцлогоос урган гарсан зүй тогтолт үзэгдэл юм. Ерөнхийд нь үндсэн гурван хэсэгт хувааж үзэж байгаа боловч бичлэгийн төрөл зүйлд гарч буй өөрчлөлт, техник технологи, цаг үеийн хүчин зүйлээс хамаарч энэ ерөнхий ангилалд өөрчлөлт хийх хандлага судлаачдын зүгээс гарсаар байна.

Телевизийн бүтээлийн хувьд төрөл зүйл бол агуулгын илэрхийлэл бүтээлийн мөн чанар юм. Харин формат /хэлбэр/ бол түүний онцлогийг тодотгож, бүтээлийн концепцийг тогтоож буй гадаад хэлбэр “хувцас” мөн.

Өөрөөр хэлбэл, Маршалл Маклюений “Хэрэгсэл өөрөө илгээлт” бүтээлдээ бичсэн “телевизийн хувьд хэрэгсэл нь өөрөө илгээлт болон хувирчээ. Учир нь илгээлтийг явуулж буй хүмүүс нь хэлж байгаа зүйлтэйгээ (агуулгатайгаа) хамт ямар нэг дөрвөлжин хайрцгаар сонсогч, үзэгчтэй шууд учирч эхэлсэн юм. Ийм шууд учралын үед тэдний яриаг шимтэн сонсохоосоо өмнө хүмүүс хэн гарч ирэв, ямар нөхцөлд байна, юу өмссөн байна гэдгийг илүү анхаардаг тул дүрс, дуу хоолой, түүнийг дамжуулагч аппарат хэрэгсэл нь хэлж дамжуулах зүйлийн гол агуулгаас өмнө мэдээллийн чухал илгээлт болж хувирдаг байна”<sup>2</sup> гэсэн санаа форматын тухай ойлголтыг тайлбарлахад үндсэн суурь болно.

Телевизэд “формат” буюу латин хэлний гадаад байдал, дүр төрх гэсэн утга бүхий энэ үгийг үндсэн гурван утгаар ашигладаг.

Нэгдүгээрт; телевизийн концепц буюу бодлогыг илэрхийлэгч,  
Хоёрдугаарт; телевизийн техник технологийн хувьд,  
Гуравдугаарт; телевизийн бүтээлийн хэлбэр юм.

Гурав дахь хэсэг буюу телевизийн бүтээлийн хэлбэр /бүтээлийн формат/ -ийг тодорхойлохдоо сэтгүүл зүйн төрөл зүйл /жанр/ ОНМХ-ийн систем дэх хэрэгслүүдийн онцлогтой уялдан үндсэн хэв шинжээ алдахгүй өгөгдөл, шийдлийн хувьд хэлбэржиж буй байдал буюу үзэгч, бүтээл үйлдвэрлэгч хоёрын ашиг сонирхлыг уулзвар гэж тодорхойлж болно.

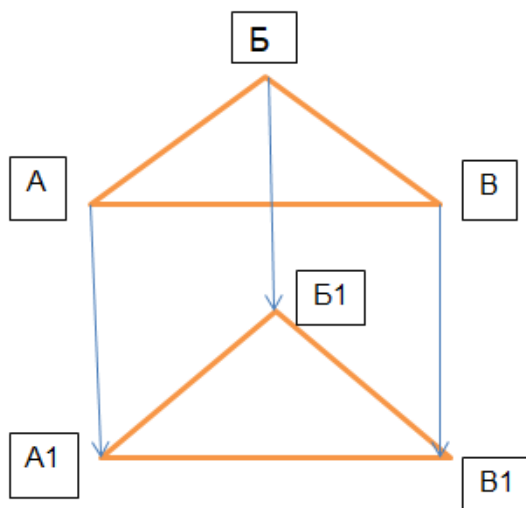
Дээрх ангиллуудыг телевизийн бүтээлийн төрөл зүйл, хэлбэрийн шалгаруулалтаар байнгын өсөлттэй гардаг ток шоуны жишээгээр тайлбарлая.

Ток шоуг төрөл зүйл буюу жанрын хувьд нэгж бүлэг тус бүрээр нь ангилвал,

- А. Төрөл – мэдээлсэн бичлэг
- Б. Зүйл- ярилцлага, мэтгэлцээн
- В.Хэлбэр- чөлөөт ярилцлагын хэлбэртэй юм.

Харин формат буюу хэлбэрийн тухайд үндсэн болон дагах гурвалжингаар томъёолно. /Зур 1/

Зураг 1



Дээрх зургийг дараах байдлаар тайлбарлана. Үүнд,

- А- Хөтлөгч
- А1-Хөндлөнгийн шинжээч,

- Б-Оролцогч,
- Б1-Оролцогчийг эсэргүүцэгч,
- В-Дотор үзэгч,
- В1- Телевизийн гаднаас холбогдох үзэгч гэсэн томъёоллоор ток шоуны форматыг тодорхойлно. Нөгөө талаас авч үзвэл сэтгүүл зүйн эх сурвалжийн бүх түвшинг хангаж байгаа байдал юм.

Дээрх үндсэн болон дагах гурвалжингийн хэм хэмжээ алдагдвал ток шоу буюу ярилцлагын цэнгээнт нэвтрүүлгийн мөн чанар алдагдана. Өөрөөр хэлбэл, шоу хэлбэр нь үгүй болж ярилцлага болох юм. Тиймээс бүтээлд форматын бүрэн бүтэн байдлыг хангах нь онцгой ач холбогдолтой.

Агуулга буюу сэдвийн тухайд конфликт буюу шуугиан тарьж, анхаарал татсан сэдвээр үндсэн гурван төрлийн ток шоу хийдэг. Үүнд,

Нэгдүгээрт; “эмэгтэйчүүд”-ийн буюу дүртэй. Энд жендерийн асуудал гэхээсээ илүүтэй ахуйн шинжтэй нийтлэг асуудлыг нэг дүрээр дамжуулан ил болгодог учраас “эмэгтэйчүүдийн” гэж тодорхойлдог.

Хоёрдугаарт; олон нийтийн сонирхол татсан цагийн үеийн асуудлаар буюу дүргүй. Тухайн цаг үед анхаарал татсан тухайлбал, хүүхдийн эрхийн асуудал, улс төрчдийн авлигын хэрэг гэх мэт.

Гуравдугаарт; мэргэжлийн буюу тодорхой нэг чиглэл мэргэжлийн сэдвээр гүнзгийрсэн төрөл юм.

Телевизийн бүтээлийг зөвхөн жанрт тулгуурлан эсвэл форматыг онцгойлон авч үзэх нь аль аль талдаа учир дутагдалтай. Сайн бүтээл гаргахад олон талын хүчин зүйл нөлөөлдөг ч телевиз юуны түрүүнд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл, сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаа учраас салбарын бүтээл үйлдвэрлэлийн

онцлог мөн чанарыг илэрхийлэгч жанр, форматын төрөл, онцлогийг харгалзан үзэх ёстой билээ. Төрөл зүйл /жанр/-ээр мөн чанарыг илэрхийлж байгаа бол формат /хэлбэр/-ээр бүтээлийн ялгарах онцлог, үзэгчдийг татах өвөрмөц шинж чанарыг бүрдүүлдэг. Агуулгагүй хэлбэр, хэлбэргүй агуулга байдаггүйн адилаар жанр, формат бол бүтээлийн агуулга хэлбэрийн нэгдлийг хангагч юм.

### **Эшлэл**

- <sup>1</sup> McLuhan M and McLuhan E. 1988. Laws of Media: The news science. Toronto: University of Toronto press.
- <sup>2</sup> Алла Черных. 2007. Мир современных медиа. Москва., х.72.

### **Ашигласан бүтээлийн жагсаалт**

1. Зулькафиль М. 2016. Сэтгүүл зүйн судалгааны бүтээлүүд: Орчин үеийн медиа: Шинэчлэл, чиг хандлага. УБ.
2. Эрдэнэтуяа. Ю. 2004. Монголын телевизийн өчигдөр, өнөөдөр. “Сэтгүүлч ба хууль” цуврал. Глоб Интернэшнл. УБ.
3. Алла Черных. 2007. Мир современных медиа. М.

4. Маршалл Маклюен. 2003. Понимание медиа. пер. Николаева В.Г. Мос.
5. Eurodata TV worldwide. New rules, new opportunities: a potential for growth. TV year 2014.
6. Lotz Amanda D. 2007. The Television will be Revolutionized. NY.

### **Резюме**

В данной статье рассматриваются вопросы о разных видах, жанрах и форматах телевизионных контентов. Особенностью телепередач является её жанровая принадлежность, а характерной чертой программ является форматная принадлежность. Авторы дифференцируют регулярные и нерегулярные эфирные продукты, которые нуждаются в системном и систематическом исследовании своих форм и содержания.