

## МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

### ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№19/496

ШУС, НУС

2018

#### “BLOOMBERG TV MONGOLIA” ТЕЛЕВИЗИЙН ХӨТӨЛБӨРТ ХИЙСЭН ЗАРИМ АЖИГЛАЛТ

Г.Мэндхүү\*

\*МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, доктор (Ph.D)

**Түлхүүр үг:** эдийн засгийн сэтгүүл зүй, телевиз, сэдэв, санхүүгийн мэдээлэл, төрөлжсөн суваг.

Эдийн засгийн сэдэвт мэдээлэл тогтмол хэвлэл, радио, телевиз, цахим хэвлэлд зүй ёсоор өөрийн байр суурийг эзэлжээ. Үйлдвэрлэл, худалдааны байгууллагуудын үйл ажиллагааны явц, санхүүгийн салбарт өрнөж байгаа өсөлт, бууралтын тухай шуурхай мэдээлж, дүн шинжилгээ хийж хэтийн төлөв байдлын тухай таамаглал дэвшүүлдэг ийм мэдээллийг Барууны орнуудад “business news”, Орост “деловые новости” гэж нэрлэдэг байна. Манай улсад Өрнөдийн хэв маягаар “Бизнес мэдээ” гэж нэрлэж тогтжээ. АНУ болон Барууны Европт “Business journalism”, сэтгүүл зүй судлалаар арвин туршлагатай ОХУ-ын эрдэмтэн судлаачид “Деловая журналистика” гэсэн нэр томъёог өргөн хэрэглэдэг. Харин үүнийг “Эдийн засгийн сэтгүүл зүй” гэж монгол хэлнээ орчуулах нь оновчтой. Аль нэг улс орны болон дэлхий дахинд өрнөж байгаа нийгэм-улс төрийн төдийгүй санхүү-эдийн засгийн үйл явцын тухай дагнан мэдээлдэг сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны онцгой хүрээ

бол “эдийн засгийн сэтгүүл зүй” юм<sup>1</sup>. Сонин, сэтгүүлүүд “Эдийн засаг” гэсэн булан нээж аж үйлдвэрийн салбар, банк санхүүгийн байгууллагын үйл ажиллагаа, валютын болон хувьцааны ханшийн тухай мэдээллийг тогтмол нийтэлж байлаа. Төдөлгүй эдийн засаг, бизнесийн тухай мэдээллийг нийтэлдэг төрөлжсөн тогтмол хэвлэл бий болсон юм. Энэ сэдвээр төрөлжсөн сонин сэтгүүл олон бий. Гэхдээ амжилттай ажиллаж, дэлхий дахинд сайн танигдсан нь Их Британийн “The Financial Times”, Америкийн “The Wall Street Journal” гэхэд хилсдэхгүй. Телевизийн хувьд гэвэл, эдийн засгийн тухай мэдээлэл нь эхэндээ дундаж үзэгчдэд зориулсан хэрэглээний зах зээлийн тухай мэдээ, сурвалжлагаар хязгаарлагдаж байсан юм. 1950-иад оноос АНУ-ын телевизийн эфирт эдийн засаг, бизнесийн төрөлжсөн сувгийн хэв шинжийг хадгалсан өнгө төрх ажиглагдах болжээ. “СBS” телевизийн мэдээний албаны сурвалжлагч Эдвард Марроу эдийн засгийн сэдвээр мэдээ бэлтгэхдээ хэрэглээний зах зээлээс гадна банк санхүүгийн асуудал, томоохон компани корпорацийн хооронд хийгдэж байгаа хэлцэл, үзэглэсэн гэрээний тухай мэдээлэх болов. Ер нь

судлаач нар эдийн засгийн сэтгүүл зүйн мэдээллийг дараах таван сэдэвт хуваадаг<sup>2</sup> байна. Үүнд:

- эдийн засгийн байдлын тухай мэдээлэл;
- санхүү болон хөрөнгийн биржийн ханшийн мэдээлэл;
- бизнесийн салбарын байгууллагуудын тухай мэдээлэл
- статистик мэдээлэл;
- арилжааны хэлцэлийн тухай мэдээлэл.

Эдийн засгийн салбар бүхэлдээ үргэлж хувьсал өөрчлөлтөд өртөж байдаг. Иймд эдийн засаг, бизнес, санхүүгийн тухай цаг алдалгүй шуур-хай мэдээлж байх төрөлжсөн теле-визийн суваг байгуулах эрэлт хэрэгцээ бий болжээ. Эдийн засаг, бизнесийн мэдээлэл дагнан үзүүлдэг анхны телевиз бол “CNBC” юм. 1989 онд “General Electric” компанийн хөрөнгө оруулалттайгаар АНУ-ын “NBC” теле-виз “CNBC” сувгийг нээжээ. АНУ-ын Нью-Жерси мужийн Энглвуд Клифс хотод тус телевизийн сувгийн төв студи байрладаг. “Consumer News and Business Channel” (“CNBC”) байгуулах санааг анх телевизийн салбарынхан бүтэшгүй зүйл гэж үзэж байлаа. “CNBC” суваг эфир явуулдаг болоод эхний жилд 13 сая өрх айл нэвтрүүлгийг нь үзэх боломжтой байлаа<sup>3</sup>. “USA Today” сонинд “CNBC” бол CNN телевизийн дуураймал. Гэхдээ маш муу дуурайсан хувилбар нь” гэж бичиж байлаа. Хожим “Dow Jones” агентлаг “CNBC” теле сувгийн гол түнш нь болов. Хамгийн гайхалтай нь 1997 оны аравдугаар сард хөрөнгийн бирж дээр “Dow Jones”-ийн индекс навс унаж 554 гэсэн үзүүлэлтийг заасан нь “CNBC” сувгийн үзэгчдийн тоо нэмэгдэхэд шууд нөлөөлжээ. Санхүүгийн хямралын оргил нь болсон энэ үйл явдлыг хожим

шинжээчид оны онцлох үйл явдал гэж нэрлэсэн юм.

“CNBC” телевизийн байнгын үзэгчид нь Wall-Street юм. “CNBC” сувгаар сонирхолтой нэвтрүүлэг үзүүлэхэд хөрөнгийн бирж дээр хувьцааны арилжааны явц удааширдаг байна. 1990-ээд оны сүүлээр “CNBC” телевизийн хөтлөгч Мария Бартиромо, Сью Херара нар алдаршиж, тус сувгийн бэлтгэн хүргэдэг “Bull-Session” ток-шоу, хөрөнгийн бирж онгойхоос өмнө хувьцааны ханшийн өсөлт бууралтын тухай таамаглал дэвшүүлдэг “Squawk Box” өглөөний нэвтрүүлэг чансаагаараа дээгүүрт бичигдэх болжээ. 1997 онд “CNBC” суваг 120 сая долларын орлоготой ажиллажээ. 2001 оныг хүртэл “CNBC” суваг АНУ-ын спорт клуб, бар, компаниудын албан тасалгаанд байнга гардаг байлаа. 2001 оны есдүгээр сарын 11-нд Нью-Йорк хотод халдлага болсноор энэ байдал өөрчлөгдсөн юм. “CNBC” телевизийн бизнесийн тухай нэвтрүүлгийн чансаа нь буурч, олон нийтийн анхаарал улс төр, олон улсын харилцааны асуудалд чиглэгджээ. “CNBC” телевиз “Үүн дээр л баяжаарай” гэсэн уриатай. Мөрийтэй тоглоомын газар үйлчлүүлж байгаатай адил хөрөнгийн биржийн тухай мэдээллийг ашиглан чинээлэг болох боломж танд байна гэсэн утга санаатай энэ уриа үг нь 2001 оны намраас хойш ач холбогдлоо алджээ. Учир нь халдлага болсноор хөрөнгийн бирж дээр хувьцааны үнэ унаж, харин газрын тосны үнэ өсөж байлаа. Дэлхийн томоохон медиа компанитай хамтран ажиллах нь “CNBC” сувгийн гол стратеги. АНУ, Канадад “CNBC” нь “Dow Jones”, “Wall Street Journal” хэвлэлийн газартай хамтран ажилладаг. Өдгөө АНУ, Канадын 82 сая өрх “CNBC” сувгийн

нэвтрүүлгийг хүлээн авч үздэг. “Dow Jones” агентлагтай хамтран ажилласны үр дүнд “CNBC” Ази, Европ тивд үзэгчтэй болжээ. Зөвхөн Ази тивд гэхэд 93 сая үзэгчтэй. 1999 онд “CNBC” телевиз Японы “Nikkei”-тэй хамтран ажиллах гэрээ байгуулжээ. 2000 оны эхээр Скандинавын бүс нутгийн орнуудад чиглэсэн үйл ажиллагаагаа идэвхжүүлсний үр дүнд “CNBC” Nordic суваг нээжээ. Мөн Турк улсын “NTV” телевизтэй хамтран ажиллах тохиролцоонд хүрсний үр дүнд “CNBC” сувгийг Турк улсад үздэг болсон. 2001 оны сүүлээр “Class Editori”, “Mediaset” компанитай хамтын ажиллагааг эхлүүлж “CNBC” сувгийг Итали улсад үзэх боломж нээгдсэн. Нутгийн уугуул иргэдийн төрөлх хэлээр нь тухайн бүс нутгийн бизнесийн ертөнцийн мэдээллийг илүү түлхүү дамжуулах нь “CNBC” сувгийн орон нутагт хандсан бодлого юм. Мэдээж дэлхийн зах зээл дээр өрнөж байгаа үйл явдлыг орхигдуулдаггүй. “CNBC” бол дэлхийн олон оронд танигдсан теле сүлжээ бөгөөд гол өрсөлдөгч нь “Bloomberg TV” юм.

“**B**loomberg” компанийг 1981 онд АНУ-ын бизнесмэн Майкл Блумберг үүсгэн байгуулжээ. Майкл Блумберг их сургуулиа төгсөөд “Salomon Brothers” компанид ажилд оржээ. Тус компанид 15 жил ажиллахдаа хувьцааны худалдаа эрхэлсэн хэлтсийн дарга, дараа нь мэдээллийн системийн хэлтсийн дарга болж дэвшсэн байна. 39 настайдаа Майкл Блумберг “Salomon Brothers” компанийг орхин, өөрийнхөө хувийн компанийг үүсгэн байгуулжээ.

“Merrill Lynch” компанитай хамтран Майкл Блумберг “Innovative Market Systems” компанийг үүсгэн байгуулсан нь “Bloomberg” агентлагийн

эх үндэс нь болжээ. Хувьцааны арилжаа эрхлэгчдэд зориулсан мэдээлэл бүхий судалгаа, дүн шинжилгээний арга зүйг боловсруулж, хожим хувьцаа худалдах алба нээсэн байна. Энэ салбарт ширүүн өрсөлдөөн өрнөдөг учраас өөрийн гэсэн мэдээний албатай болох нь зөв гэсэн бодол Майкл Блумбергт төржээ. Ийнхүү 1990 онд “Bloomberg News” мэдээллийн алба байгуулагдаж 87 сурвалжлах товчоотой, нийт 1200 сурвалжлагчтай болжээ. Тэд бэлтгэсэн мэдээгээ “New-York Times”, “Asahi News” гэх мэт дэлхийн нөлөө бүхий сонин, сэтгүүл, радио, телевизэд нийлүүлж байлаа.

1994 оны хоёрдугаар сард “Bloomberg” телевизийн сүлжээ ажиллаж эхэлсэн байна. “Bloomberg TV” нь телевизийн түүхэнд анх удаа multi display (мульти экран) хэрэглэгчдэд санал болгов. Телевизийн дэлгэц дээр дүрс бичлэг, график, тайлбар бичвэр бүгд нэгэн зэрэг гарч эхэлсэн нь тухайн үедээ л шинэлэг алхам байв. Үзэгч дэлгэцийн бүх хэсэгт анхаарлаа төвлөрүүлэх шаардлагагүй. Харин өөртөө хэрэгтэй гэж үзсэн буланд л анхаарлаа хандуулна. Энэ бол цаг хугацаатай уралдан тасралтгүй өөрчлөгдөж байгаа нөхцөл байдалд яг тохирсон гэж Майкл Блумберг цохон тэмдэглэж байв. Зар сурталчилгаа захиалагч компаниуд multi display аргыг сайшааж, талархан хүлээн авсан. Учир нь дэлгэцийн нэг хэсэгт санхүүгийн чухал мэдээлэл дамжуулж байхад өөр нэг буланд нь зар сурталчилгаа үзүүлнэ. Сурталчилгаа үзүүлэх үед сувгаа сольдог зуршилтай үзэгч байдаг. Тэгвэл сурталчилгааг үзэгчдэд заавал хүргэх гайхалтай арга бол энэ байлаа. Bloomberg бол санхүү эдийн засгийн мэдээллийн гол эх сурвалж болж чадсан бөгөөд бүрэлдэхүүнд нь

“Bloomberg News” агентлаг, “Bloomberg TV”, “Bloomberg Radio”, менежер, санхүүгийн зөвлөхүүдэд зориулсан “Wealth Manager” сэтгүүл, хөрөнгө оруулалтын салбарын мэргэжилтнүүдэд зориулсан “Market” сэтгүүл, хөрөнгө оруулагчдад зориулсан “On Investing” сэтгүүл, Их Британи улсад хэвлэгддэг “Bloomberg Money Magazine” сэтгүүл, Итали улсад хэвлэгддэг “Investimenti”

сэтгүүл, санхүү эдийн засгийн сэдвээр ном хэвлэдэг “Bloomberg Press” хэвлэлийн газар, мөн bloomberg.com сайт багтдаг. Радио, телевизийн сүлжээг яах гэж нээсэн юм бэ? гэж Майкл Блумбергээс асуухад, тэрээр “Олон компани хэвлэл мэдээллийн салбараас багагүй ашиг олж байна. Радио, телевиз бол хүмүүст хэрэгцээтэй мэдээллийг нь өгөх хамгийн тохиромжтой хэрэгсэл. Боломжит

харилцагчтай болохын тулд телевизээр л өөрийгөө сурталчлах хэрэгтэй. Мэдээ бол ус агаар мэт хүмүүст хэрэгтэй. Тэд гэртээ, машиндаа, албан тасалгаандаа ч мэдээллээр цангаж байдаг” гэж хариулсан байна. “Bloomberg” телевизийн сүлжээ нь орон нутгийн онцлогт нийцсэн мэдээлэл түгээхдээ арвин туршлага хуримтлуулжээ. “Bloomberg TV USA”, “Bloomberg TV Asia-Pacific” байгуулснаас гадна Герман, Япон, Их Британи, Франц,

Итали, Испани, Монголд ч өөрийн хувилбарт сувагтай. Эдгээр сувгууд нь тухайн бүс нутгийнхаа хэлээр нэвтрүүлэг дамжуулдаг бөгөөд, олон улсын санхүүгийн зах зээл, үндэстэн дамнасан бизнесийн тухай мэдээлэл хүргэхээс гадна тухайн орон нутгийн бизнесийн тухай мэдээллийг дамжуулахаа гол зорилгоо болгодог. Ийнхүү олон хэлээр мэдээлэл дамжуулдаг

теле сувгийн төсөл нь маш амжилттай хэрэгжсэн гэдгийг хэвлэл мэдээллийн салбарын судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг.

Эдийн засаг, бизнесийн салбарын тухай мэдээлэл дамжуулдаг төрөлжсөн телевизүүд дэлхийн олон оронд амжилттай хөгжөөд 30 гаруй жилийг ардаа орхисон бол манай орны хувьд энэ орон зай нээлттэй хэвээр байлаа. Монгол Улсын телевизүүд эдийн засгийн сэдвээр мэдээлэл

дамжуулахдаа хэрэглээний зах зээлийн талаар л хөндөх нь түгээмэл байв. Үүнээс гадна бизнес мэдээ гэдэг нэр томъёог зөвхөн аль нэгэн дэлгүүр, худалдаа үйлчилгээний байгууллагын бүтээгдэхүүнийг танилцуулдаг төлбөртэй мэдээлэл гэсэн ташаа байдлаар ойлгох нь цөөнгүй. “Bloomberg Mongolia” телевиз эфирээ нээснээр эдийн засаг, бизнесийн мэдээллийн төрөлжсөн телевиз манай улсад жинхэнэ утгаараа хөгжих эхлэл тавигдсан юм.



*Монгол Улсын телевизүүд эдийн засгийн сэдвээр мэдээлэл дамжуулахдаа хэрэглээний зах зээлийн талаар л хөндөх нь түгээмэл байв. Үүнээс гадна бизнес мэдээ гэдэг нэр томъёог зөвхөн аль нэгэн дэлгүүр, худалдаа үйлчилгээний байгууллагын бүтээгдэхүүнийг танилцуулдаг төлбөртэй мэдээлэл гэсэн ташаа байдлаар ойлгох нь цөөнгүй. “Bloomberg Mongolia” телевиз эфирээ нээснээр эдийн засаг, бизнесийн мэдээллийн төрөлжсөн телевиз манай улсад жинхэнэ утгаараа хөгжих эхлэл тавигдсан*

юм



Энэ телевизийг 2012 онд Худалдаа, хөгжлийн банк (ХХБ), “Bloomberg” телевизтэй хамтран байгуулсан юм. “Bloomberg TV Mongolia” телевизийг Монголд цацах бэлтгэл ажил жил гаруй хугацаанд үргэлжилжээ. Телевизийг үүсгэн байгуулагч нь орчин үеийн шаардлагад нийцсэн төхөөрөмжөөр студиэ тоноглож, уран бүтээлчдийг мэргэшүүлэх сургалтад хамруулжээ. Ийнхүү тодорхой бэлтгэл хангасны үндсэн дээр “Bloomberg” телевизийн Монгол хувилбар 2012 оны аравдугаар сарын 8-нд анхны эфирээ “Мөнгөний урсгал” нэвтрүүлгээр эхлүүлсэн байна. Санхүү-эдийн засгийн мэдээлэл дагнан хүргэдэг телевиз Монголд өмнө нь байсангүй<sup>4</sup>. “Bloomberg TV Mongolia” нь “Бизнесийн хэмнэл”, “Бизнесийн төв цэг”, “Мөнгөний урсгал”, “Амралтын цэнэг” зэрэг мэдээллийн хөтөлбөр, “Ажил хэрэгч өглөө”, “Гол сэдэв”, “Амжилтын таван дүрэм”, “Блүмберг форум”, “Ярилцах цаг”, “Made in Mongolia”, “Байршил” зэрэг нэвтрүүлгийг бэлтгэн үзүүлж байна. Мөн “Цахиур хөндийгөөс цааш”, “Эврика”, “Хөгжилд хүрсэн түүх”, “Том сорилт, томоор сэтгэгчид”, “Эзэнт гүрнийг босгосон нь”, “Америк хэрхэн ажилладаг вэ?”, “Алсын хараа”, “Амжилтад хязгааргүй” зэрэг орчуулгын нэвтрүүлгийг үзүүлдэг.

“**Б**үгдийг биш чухлыг” гэсэн уриатай “Мөнгөний урсгал” мэдээллийн хөтөлбөрийн цөөн хэдэн дугаарт хийсэн ажиглалтаа сийрүүлье. Энэ хөтөлбөрөөр Монголын болон олон улсын улстөр, санхүү, бизнесийн салбарт өрнөсөн чухал үйл явдлын тухай мэдээллийг дамжуулдаг. Ази, Номхон далайн бүсийн хөрөнгийн зах зээлийн арилжааны хаалтын мэдээ, Европын хөрөнгийн зах зээлийн арилжааны явц, индексүүдийн нээл-

тийн үзүүлэлтүүд, Хойд Америкийн хөрөнгийн зах зээлийн арилжааны хүлээлт, голлох индексүүдэд нөлөөлөх шийд-вэр, санхүүгийн зах зээл дэх хөдөлгөөний талаарх мэдээллийг багцалж хүргэхийг зорьдог. Тодруулбал мөнгөний урсгал хаашаа чиглэж байгааг нэг цаг буюу 60 минутын хөтөлбөрт багтааж хүргэдэг юм. Түүнчлэн тухайн өдрийн онцлох зочин, үйл явдлын хураангуй, шийдвэр гаргах төвшний хүмүүсийн байр суурийг “Мөнгөний урсгалаар” онцолдог. 2015 оны аравдугаар сард тус телевиз мэдээллийн хөтөлбөрүүдийнхээ брэндингийг өөрчилж, улмаар “Мөнгөний урсгал” хөтөлбөрийг 20:00 цагаас шууд дамжуулдаг байснаа больж, 21:00 цагаас бичлэгийг нь эфирээр гаргадаг болжээ. Мэдээллийн хөтөлбөрөө тухайн шөнийн 23:00 цагаас, маргааш өглөөний 06:00 цагаас давтан үзүүлдэг. “Мөнгөний урсгал” оргил цагаар цацагддаг тус телевизийн гол нэвтрүүлэг учраас ахалж продюсер хариуцаж ажилладаг. Тэрээр төлөвлөгч редакторын хамт оройн ээлжийн багийг ахалж, ажил үүргийн хуваарилалт хийдэг байна. Ер нь “Bloomberg TV Mongolia” телевизийн бусад телевизээс ялгарч буй өөр нэг онцлог нь “шууд, шуурхай дамжуулалт” юм. Тодруулбал дотоод болон олон улсад болж буй чухал үйл явдлыг болсных нь дараа биш, харин “live” буюу шууд дамжуулдаг. Шуурхай мэдээ их оруулдаг. Жишээ нь 2015 оны гуравдугаар сарын 28-ны “Мөнгөний урсгал” мэдээллийн хөтөлбөрт гурван удаа шуурхай мэдээ оруулж байлаа. Тус телевиз сүлжээний Bloomberg terminal буюу мэдээллийн нэгдсэн урсгал терминалыг гол эх сурвалжаа болгож ашигладаг. Мөн “AP”-тэй гэрээ байгуулж ажилладаг учраас шаард-



лагатай мэдээлэл, дүрсээ цаг алдалгүй АР-ийн сүлжээнээс авч чаддаг. “Bloomberg TV Mongolia”-ийн ихэнх нэвтрүүлэг шууд эфирт дамжуулагддаг тул хөтөлгөч, сурвалжлагч нь алдах, сул үг яриандаа ашиглах тохиолдол түгээмэл гардаг. Англи хэлээр чөлөөтэй ярьж, бичиж чаддаг сэтгүүлчийг редакцидаа ажиллуулахыг эрхэмлэдэг. Гэвч тэд монгол хэлээр зөв найруулан бичих, цэгцтэй ярих чадвар сул. Англи хэлээс монгол хэлнээ орчуулсан мэдээ, сурвалжлагын найруулгын чанарт зайлшгүй анхаарлаа хандуулах хэрэгтэй юм. 2016 оны зургадугаар сарын 9-нд телевизээр аль улсын иргэн дэлхийн хичнээн улс оронд визгүй чөлөөтэй зорчиж боломжтой байдаг тухай мэдээ дамжуулав. Дэлгэцээр “Хүчирхэг паспорт” гэсэн үг дурайв. Хэн нэгэн хүнийг аль улсын иргэний харъяалалтай вэ? гэдгийг нотлох гол баримт бичиг. Англиар *passport* гэж бичдэг. Энэ үг монгол хэлний үгийн санд орос хэлнээс орж ирсэн. Оросууд кирилл үсгээр *паспорт* гэж ганц С үсэгтэй бичдэг. Манайхан ч энэ жишгийг баримтлан иржээ. Монгол Улсын төрийн байгууллагууд (Гадаад хэргийн яам, Оюуны өмч, улсын бүртгэлийн газар г.м) ч албан баримт бичигт, мөн сайтдаа энэ үгийг хэрэглэхээр бол паспорт гэж зөв бичдэг. Энд дурдаж байгаа жишээ нь зөвхөн түүвэр аргаар хийсэн судалгааны баримт юм. Гэвч ерөнхийд нь дүгнэж үзвэл доорх гаргалгаанд хүрч болох юм. Бизнес, эдийн засаг, санхүүгийн арилжааны тухай мэдээлэл дагнан хүргэдэг телевиз анх АНУ-д бий болсноос хойш ердөө 40 хүрэхгүй жил өнгөрчээ. Харин манай улсад энэ төрлийн төрөлжсөн телевизийн нэг “Bloomberg TV Mongolia” байгуулагдаад ердөө зургаан жил болж байна. Энэ

богино хугацаа боловч тус телевиз нь өөрийн гэсэн орон зайгаа нэгэнт баттай эзэлжээ. Тус телевизийн бэлтгэн хүргэдэг мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөр, бусад нэвтрүүлгүүд нь хэдийнэ тогтмол үзэгчтэй болж чаджээ. Цахиур хөндийгөөс цааш”, “Эврика”, “Хөгжилд хүрсэн түүх”, “Том сорилт, томоор сэтгэгчид”, “Эзэнт гүрнийг босгосон нь”, “Америк хэрхэн ажилладаг вэ?” зэрэг орчуулгын нэвтрүүлгүүд нь ч монголын үзэгчдийн шимтэн үздэг нэвтрүүлгийн тоонд багтаж байна. Хамгийн гол нь бизнесийн мэдээ ямар байх ёстой вэ? гэсэн асуултад зөв хариулт олоход “Bloomberg TV Mongolia” оновчтой жишээ болж байгаа юм.

#### Ишлэл

1. Мельник Г., Виноградова С. 2010. Деловая журналистика. М., с.10
2. Мордовская Е.И. 1998. Деловое издание в системе периодической печати. Типоформирующие факторы, характер становления и развития: Автореф. Дис. ...канд. филол.наук. М., с.3.
3. Мэндхүү Г. 2018. Телевизийн мэдээллийн хөтөлбөр: түүх, онол, практик. УБ., х.105
4. Мэндхүү Г. 2017. Телевизийн мэдээллийн хөтөлбөр: түүх, онол, практик. УБ., х.75

#### Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Мэндхүү Г. Телевизийн мэдээллийн хөтөлбөр: түүх, онол, практик. УБ. 2017
2. Мэндхүү Г., Өнөрсайхан Т. Мэргэжлийн телевиз. УБ. 2015
3. Мэндхүү Г. Өнөрсайхан Т. Телевизийн тухай А-Я хүртэл. УБ. 2014
4. Мельник Г., Виноградова С. Деловая журналистика. М. 2010.
5. Мордовская Е.И. Деловое издание в системе периодической печати. Типоформирующие факторы, характер становления и развития: Автореф. Дис. ...канд. филол.наук. М.,1998.

6. Телевизийн сэтгүүл зүй: түүх, онол, практик. УБ. 2018

**Abstract**

This article represents an attempt to interpret the concept of business television

journalism, as well as its classification given the Mongolian media system specifics. The author describes a brief history of the modern business TV journalism and makes a review. The main part of the article represents an analysis of the Bloomberg TV Mongolia.