

ЭДҮТЕЙНМЕНТ ТЕЛЕВИЗИЙН ХӨГЖЛИЙН ЧИГ ХАНДЛАГЫГ
ТОДОРХОЙЛОГЧ НЭГ ТУЛГУУР БОЛОХ НЬ

Т.Өнөрсайхан*

* МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, сэтгүүл зүйн магистр, докторант

Түлхүүр үг: интерактив телевиз, холимог хөтөлбөр, эдүтейнмент, сургалтын хөтөлбөр

Өрчлөгдөн хувьсаж буй нийгмийн хэрэгцээ шаардлага телевизийн салбарт тусгалаа олж байгаагийн нэг илрэл нь холимог буюу гибрид (hybrid) хөтөлбөрүүд юм. Инфотейнмент, эдүтейнмент, инфо-мершиал гэсэн нэр томъёо хэдийнэ шинэ содон сонсогдохоо больж харин агуулга, хэлбэрийн хувьд илүү сонин үзүүштэй гэсэн ойлголтыг дагуулах боллоо.

1960-аад оныг хүртэл телевизийн агуулга (контент) өөр өөрсдийн чиглэсэн голдрилд баригдаж тэр хэв маягаасаа гарч чадахгүй зөвхөн нэгээс хоёр үүрэгт төвлөрдөг байсан нь үзэгчдийн хүрээг хязгаарлах, тогтсон хэлбэрт баригдах сул талтай байв. Нөгөө талаар тухайн үед олон улсад арилжааны телевизүүдийн хөгжил хүчээ авч, олноор байгуулагдах болсон нь үзэгчдэд сонголт хийх боломж олгосон сайн талтай ч өрсөлдөөнөөс ялгаран гарч, оршин тогтнохыг оролдсон телевизүүд хэт ашиг орлого хөөцөлдөн зөвхөн зугаацуулах, эсвэл

мэдээлэх үүрэгт төвлөрсөн цөөн агуулга бүтээх болсон юм.

Цаг үеийн шаардлагаар “хатуу” мэдээллийн хөтөлбөр, ач холбогдлыг нь үл тайлбарлах шууд тулгасан худалдаа, эсвэл самбарын өмнө багш зогсоод дэлгэцээр хичээл заадаг агуулгын хувилбар үзэгчийн хэрэгцээ шаардлагыг хангахаа больсон байна. Байнгын хувьсан өөрчлөгдөж байдаг үзэгчийн зан төлөв, мэдээллийн технологийн хөгжил телевизийн бүтээгдэхүүнд агуулга, хэлбэрийн шинэчлэл хийхэд нөлөөлжээ.

Эдүтейнмент буюу education (боловсрол), entertainment (хөгжөөх, зугаацуулах) гэсэн хоёр үгний нийлэмжээр илэрхийлэгдсэн телевизийн агуулга дээрх хэрэгцээ шаардлагын үрээр бий болсон холимог хөтөлбөрүүдийн нэг юм.

“Олон төрлийн үүргийг нэгэн зэрэг жигд биелүүлэх онцлог бүхий сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаа зөвхөн янз бүрийн бүтээлүүдийн нэгдэл нийлбэрээр дамжин хэрэгжих төдийгүй, сэтгүүл зүйн тодорхой нэг бүтээлийн хэмжээнд ч хэрэгждэг онцлогтой¹” гэсэн тодорхойлолт эдүтейнментийн онцлогийг давхар илэрхийлж байна.

Хөгжөөж, зугаацуулах аргаар танин мэдүүлэх, мэдээлэх, удирдлагын хэрэгсэл болох, зохион байгуулах болон харилцааны үүргийг биелүүлэх энэ технологийн нэр томъёо эдүтэймент саяхан үүссэн цоо шинэ үг биш юм. 1948 онд Уолт Дисней компани “Бодит амьдрал дахь адал явдал” олон ангит киног хийх үедээ эдүтэймент гэсэн үгийг ашигласан байна. 1973 онд Роберт Хейманы цуврал баримтат кинонд энэ нэр томъёо гардаг. Харин эдүтэйментийн богино хувилбар буюу “edutainer” гэсэн үгийг 1990-ээд оны үед “Гардиан” сонинд “Сезам гудамж” хүүхдийн цуврал нэвтрүүлгийн тухай бичихдээ Крег Сим Веб нилээн хэдэн удаа ашигласан байдаг.

Эдүтэйментийг монгол хэлнээ хөрвүүлсэн тогтсон үг одоогоор байхгүй байна. Телевиз, радио, боловсрол, мэдээллийн технологийн салбарт англи хэлний хувилбараар нь хэрэглэж тогтжээ. ОХУ-ын судлаачид эдүтэйментийг оновчтой хөрвүүлэх хэд хэдэн оролдлого хийсэн байдаг. И.Ф. Феклистов “албан бус боловсрол”, М.М. Зиновкина “бүтээлч боловсрол”, О.Л. Гнатюк “тоон агуулга” гэх зэргээр тайлбарласан байна. Өөрийн хэлнээ дүйцэх утга эрэлхийлээд зогсохгүй боловсрол, зугаа цэнгээн гэсэн нийлэмж бүхий үгээр илэрхийлэгдсэн энэ нэр томъёоны ойлголтыг тайлбарлажээ. Ш. де Вари “Мэдээлэл, мульти-медиа бүтээгдэхүүн, сэтгэхүйн арга, орчин үеийн технологийн тэнцвэрт байдлын нэгдэл” гэсэн бол Р. Донован “Нийгмийн захиалга, зугаацуулах механизмын нэгдэл” гэж тайлбарласан байдаг. Эдүтэймент бидний үгсийн санд харьцангуй шинэ, энэ технологи телевизийн салбарт сүүлд нэвтэрсэн боловч үнэн чанартаа бид эдүтэй-

менттэй өдөр бүр тааралддаг. Гадаад хэл дээр кино үзэх, шинэ ном унших зэрэг бидний хийж буй бүхнээс таашаал авч байгаа нь албан бус байдлаар эдүтэймент юм.

Ямар нэг бүтээлийн тухай тайлбарт нэр төдий үзэгдээд өнгөрч байсан эдүтэймент гэсэн үг жинхэнэ утгаараа 1970-аад оны үеэс хэрэглэгдэж эхэлсэн байна. АНУ болон Их Британид эдүтэймент технологийг нийгмийн сурталчилгаа бүтээхэд ашиглах болсон юм. Тухайн үед арьс өнгөөр ялгаварлан гадуурхалтыг зогсоох, ДОХ-ын халдварын эрчимтэй тархалт, насанд хүрээгүй охидын жирэмслэлтээс хамгаалах, дархлаажуулалтын ашиг тусын тухай нийгмийн тулгамдсан асуудлуудаар иргэдийн боловсролыг дээшлүүлэх шаардлагатай болсон байна. Дунд сургуулийн хичээлээр заах, гудамжинд зурагт хуудас наах, телевизээр мэргэжлийн хүмүүс ярих зэрэг олон арга хэрэглэж байсан боловч үр дүн төдий л өндөр байгаагүй ажээ. Тиймээс хамгийн их үзэгчтэй телевизийн нэвтрүүлгүүдэд хөгжөөнт аргаар жижиг хэсэг болгон үзүүлэх болсон юм. Энэ нь ч үр дүнгээ өгч мэдээллийг телевизээр дамжуулан зорилтот бүлэгтээ хүргэх хамгийн зөв арга гэж өнөөдөр ч тооцогдож байна.

Энтертэймент телевизийн форматад орохоороо олон ангит инээдмийн кино, “савангийн дуурь”, хошин шогийн үзүүлбэрүүд, ток-шоугаар төсөөлөгддөг. Эдүтэймент ингэж хөгжөөхийн хажуугаар боловсрол олгох, сургах давхар зорилго агуулдаг онцлогтой.

1969 оны 11-р сарын 11-нд тухайн үед АНУ-ын PBS телевизийн сувгаар анхны дугаараа цацсан “Сезам гудамж” хүүхдийн нэвтрүүлэг эдүтэймент хөтөлбөрийн хамгийн том жишээ гэж

нэрлэгддэг. Амьдралын боломж тааруу, дунд сургуульд сурах боломжгүй өрхийн хүүхдүүдэд боловсрол олгох зорилгоор хийгдсэн нэвтрүүлэг юм. Нас бүрийн хүүхэд үзэж байгааг харгалзан дунд сургуулийн хичээлийг шууд самбарт багш заах бус аль болох сонирхолтой, хүүхдийн анхаарал татсан баатруудаар дамжуулж үндсэн мэдээлэл өгөх хэлбэрээр хийгдсэн. Ингэхдээ өгөгдлийн хувьд ихэд анхаарч олон үндэстний нийллэг хэв шинжийг гаргаж, олон арьстны дүрийг эергээр илэрхийлэн, бүх хөтөлбөрийг хадмал тайлбартай үзүүлдэг байсан нь үзэгчдийг татах гол арга болсон байна. Энэ хөтөлбөрийг үзсэн хэн боловч өөрийнх нь үндэсний онцлогтой хамаатай, холбоотой ямар нэгэн зүйл заавал олж хардаг. Хоол хүнс, хувцаслалт, хөгжим зэрэг олон үндэстний соёлын хэсэг тус бүрийг нэгтгэжээ. Нөгөө талаар бүх төрлийн хичээлийг дүрсэн өгүүлэмж, үйлдэл, баатруудын яриагаар илэрхийлэхээс гадна хөгжим, дуу нь хүртэл тоо бодлого, түүх, шинжлэх ухааны бусад асуултад хариулахуйц мэдээлэл агуулсан утгатай байдаг. Яваандаа үзэгчдийн хүрээгээ тэлж одоогийн байдлаар 4-н мянга гаруй дугаар цацагдсан үндсэн “Сезам гудамж”-аасаа гадна дагавар нэвтрүүлгүүдтэй болсон байна. Дэлхийн 150 гаруй оронд синдикат хувилбараар гарч байна.

Эдүтейнмент хөтөлбөрийг дан ганц хүүхдэд зориулсан агуулгаар, үзэгчдийн хүрээг бага насны хүүхдүүдээр

тодорхойлж болохгүй юм. Олон улсын телевизийн салбарт эдүтейнмент ангилалд хүүхдийн нэвтрүүлэг, телетеатр, асуулт хариулт, аялал, танин мэдэхүйн нэвтрүүлгүүдийн хэд хэдэн төрлийг багтааж, үзэгчдийн хүрээг тодорхойлсон байдаг.

Юуны түрүүнд эдүтейнмент хөтөлбөр дараах үндсэн зорилгыг урдаа тавьдаг.

1. Эдүтейнмент үзэгчдийн хүрээлэн буй орчинд тавих анхаарал, хяналтыг сайжруулах. Өөрөөр хэлбэл, тал бүрийн мэдээллээр хангах (мэдээллийн боловсрол) юм. Энэ зорилгоо биелүүлэхдээ ихэвчлэн харилцан ярилцах, хүүрнэх хэлбэрийг ашигладаг.

2. Эдүтейнмент дадлага, туршлага өгдөг. Мэдээлэл, өгч буй боловсролоо

бодит амьдралд хэрхэн хэрэгжүүлэх аргыг заах юм. Ихэвчлэн туршилт, туршлагаар үзүүлж, загварчлан харуулдаг.

Энэ бол ерөнхий бүдүүвч тайлбар юм. Үзэгчдэд мэдээлэл өгөх, боловсрол олгох, үүнийгээ хэрэгжүүлэх гарцыг зааж өгч байна. Энэ зорилгоо биелүүлэхдээ хэд хэдэн зорилтыг урдаа тавьж, онцлог байдлаар илэрхийлнэ.

— Юуны түрүүнд хөгжөөнт байдал юм. Ямар ч хөгжилтэй, эрч хүчтэй агуулга хүний анхаарлыг татдаг. Телевизийн дэлгэцнээс холдох боломжгүй анхаарлыг нь татсан хөгжөөнтэй хэлбэрийг гаргаж ирж чадсанаар үндсэн зорилгоо биелүүлэх боломжтой юм.



Энтертейнмент телевизийн форматад орохоороо олон ангит инээдмийн кино, “савангийн дуурь”, хошин шогийн үзүүлбэрүүд, ток-шоугаар төсөөлөгддөг. Эдүтейнмент ингэж хөгжөөхийн хажуугаар боловсрол олгох, сургах давхар зорилго агуулдаг онцлогтой



— Хөгжөөнт байдлаар сэдэл өгөх. Зөвхөн хөгжөөгөөд зогсохгүй хөгжилтэй байдалтай хавсарсан мэдээлэл нь тухайн сэдвийг цаашид өөрөө сонирхох сэдэл төрүүлэх ёстой. Уран бүтээлч, ямарваа нэгэн асуудлаар сэдэл өгөгч, байнгын идэвхтэй байдлыг илэрхийлдэг.

— Тоглоом бол сургалтын үндсэн суурь байдаг. Хүүхэд ч гэлтгүй насанд хүрэгчдэд ач холбогдолтой.

— Оролцогчдод тухайн цаг мөчид сэтгэл зүйн дарамт үзүүлснээр өрсөлдөөнийг бий болгож, үр дүнд нь сэтгэл зүйн таашаал өгөх юм. Ялангуяа уралдаант нэвтрүүлгүүдэд энэ онцлог илүү илэрнэ. Ийм төрлийн эдүтейнмент хөтөлбөрт оролцогчдын идэвх, сэтгэл хөдлөл, нээлттэй байдал чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Өрсөлдөөний үед хүн болгоомжлол биеэ барьсан байдлаа орхиж, тухайн цаг мөчид уусан орсноор өөрийн жинхэнэ бодит дүр төрхөө гаргадаг онцлогтой. Оролцогч өгөгдсөн даалгаврыг биелүүлж байх үед бүх анхаарлаа нэг чигт чиглүүлсэн байдаг учраас дахин давхар өөр зүйл хийх боломжгүй байна. Энэ үед анхаарлыг нь бага зэрэг сарниулахад тухайн хүн өөрийнхөө бодож байснаас өөр санал дүгнэлт гаргах магадлал их байдаг. Ялангуяа тийм ч их ач холбогдолтой бус зүйлээр анхаарлыг нь сарниулахад дээрх магадлал бүр их нэмэгдэнэ. Энэ төрлийн нэвтрүүлгийн хөтөлгөчид оролцогчдын сэтгэл зүйн байдлыг сайн мэддэг учраас үзэгчдийг татах зорилгоор эргэлзээ төрүүлэхүйц нөхцөл байдал үүсгэдэг. “Саятан болохыг хүсвэл”, “50 саяын уналт” зэрэг нэвтрүүлгийг дурдаж болно.

— Цаг үеэ олсон шинж байдал. Тухайн нийгэм, цаг үеийн онцлог байдлыг мэдэрч ингэснээр цаг үеийн шинжит асуудлаар дамжин үзэгчдийн сэтгэлд хүрэх явдал юм.

Эдүтейнмент хөтөлбөрийг хэнд зориулж бэлдэх вэ гэдгээс шалтгаалж дараах хэд хэдэн бүлэгт хуваадаг. Зорилтот хүлээн авагчдаа тодорхойлсны дараа бүлгийн хуваарилалтаа хийх юм.

1. Өдөлт, сэдэлтэд тулгуурласан ангилал. Өөрөөр хэлбэл, энэ тохиолдолд хэрэглэгчдийн наснаас үл хамааран сонирхлын бүлэгт хувааж, хэсэгт ангилах юм. Тухайлбал аяллын нэвтрүүлэг, эсвэл инээдмийн цуврал кино, асуулт хариултын нэвтрүүлгүүдэд дуртай ангилал байж болно.

2. Насны онцлогт тулгуурласан ангилал — сургуулийн өмнөх, сургуулийн бага, дунд, ахлах, залуусын, насанд хүрэгчдэд, ахмад насныханд гэх зэргээр насны онцлогоор ангилан бэлдэнэ.

3. Тухайн материалын агуулгад тулгуурлан ангилах. Тухайлбал сургуулийн насныханд тоглоомын аргаар, сургуулийн ахлах болон залууст хайр сэтгэл, насны онцлогт тулгуурласан агуулгаар хүргэх гэх мэт.

Насны онцлогт тулгуурлан эдүтейнмент хөтөлбөр хийдэг телевизүүдийн нэг нь YLE юм. “2000 оны үед Финландын өргөн нэвтрүүлгийн компани YLE бүтэн жилийн турш 700 цагийн эдүтейнмент хөтөлбөр бэлтгэж хүргэсэн байна. Үүний 70 хувь нь насанд хүрэгчдэд 30 хувь нь сургуулийн болон сургуулийн өмнөх насныханд зориулагджээ. Хамгийн их үзэгчтэй эдүтейнмент хөтөлбөр нь гадаад хэлний нэвтрүүлэг байсан байна. Тогтмол 200,000 үзэгчтэй байжээ. Судалгаагаар, нийт үзэгчдийн 76 хувь нь YLE телевизийн хэлний хөтөлбөрийг тодорхой хэмжээгээр үздэг гэжээ”². Тэд хөтөлбөрийн үзэгчдээ таван түвшинд хувааж үзсэн байна.

1. Сургуулийн өмнөх нас
2. Сургуулийн насны үзэгч
3. Залуучууд
4. Насанд хүрэгчид
5. Ахмад насны гэж ангилжээ.

Харин “ОХУ-ын судлаачид эдүтейнментийн үзэгчдийг өдөлт сэдэлтэнд тулгуурласан ангиллаар зургаан хэсэгт хувааж үзсэн байдаг.

1. Эрсдэлтэй алхам хийж хурц, хүчтэй мэдрэмж авах дуртай бүлэг
2. Шийдвэр гаргагчдын бүлэг
3. Их мэдэгчид
4. Гэр бүл, нийгмийн хандлагад хэт төвлөрөгсөд
5. Таашаал хүртэгсэд
6. Зугаа цэнгээнд дурлагсад”³.

Хамгийн их үзэгчдийн хүрээтэй нь зургаа дахь бүлэг буюу зугаа цэнгээнд дуртай хэсэг байдаг бол хамгийн бага үзэгчтэй нь нэгдүгээр бүлэг юм. Их мэдэгчид гэсэн бүлэгт ихэвчлэн дээд боловсролтой, түүнээс дээш эрдмийн зэрэг цолтой, эсвэл олон талын мэдлэгтэй их уншдаг хэсэг багтдаг. Энэ бүлэг тус бүрт зориулж хөтөлбөр бэлдэнэ гэсэн үг юм. Тухайлбал, зугаа цэнгээнд дуртай хэсэг буюу зургаадугаар бүлгийнхэн хошин шог, инээдмийн олон ангит кино, төрөл бүрийн алдартан оролцсон нэвтрүүлгүүдэд дуртай байдаг байна. “Та тавдугаар ангийн хүүхдээс ухаантай юу?” нэвтрүүлгийг тэд асуултанд хариулах гэж биш оролцогч нь хэн байх бол гэсэн үүднээс үздэг. Тэдэнд олонд танил оролцогчийн зан чанар, дүрсэн мэдээлэл, биеэ авч яваа байдал илүү сонирхолтой байдаг байна. Их мэдэгчдийн бүлэг шууд асуулт хариултын “50 саяын уналт”, “Саятан болохыг хүсвэл” зэрэг нэвтрүүлгүүдэд илүүтэй анхаарал хандуулах магадлалтай байдаг. Харин шийдвэр гаргагчдын бүлэгт гэр бүлийн хамгийн нөлөө бүхий гишүүн ихэвчлэн

өрхийн тэргүүнүүд хамаарна. Тэдэнд баримтат цуврал, түүхэн сэдэвт олон ангит кинонууд илүү сонирхолтой байдаг байна.

Эдүтейнмент хөтөлбөрийг бүтээхэд сургах болон хөгжөөж зугаацуулах хоёр хэсгийн тэнцвэрт байдлыг хадгалах нь чухал. Энэ бол эдүтейнмент хөтөлбөр бүтээх хамгийн гол “жор” юм. Хэрэв хөгжөөнт цэнгээнт байдал дутвал сургалтын хөтөлбөр, мэдээлэл сургалт дутагдвал жирийн л нэг чиглэлийн агуулга болж хувирна.

Тэгвэл дан сургалтын хөтөлбөр телевизэд огт хэрэггүй болсон уу гэсэн асуултанд мэдээллийн технологи телевизийн салбарт хэрхэн нөлөөлж буйн илэрхийлэл хариулт болж гарч ирж байна. Сургалтын хөтөлбөр телевизийн бие даасан, чухал хэлбэрийн нэг боловч нийгмийн амьдралын хурдацтай явцад эфирт цацагдах бус интерактив телевизийн дэлгэцэнд гарах нь илүү үр өгөөжтэй болжээ.

Сургалт, боловсролын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байсан олон улсын телевизүүд эдүтейнмент хөтөлбөрүүдээ эфирийн сувгаар цацаж, харин сургалтын агуулгуудаа Интернет дэх өөрийн хувилбар буюу интерактив телевизийн сүлжээнд байршуулах болсон байна. Өөрөөр хэлбэл, эдүтейнмент хөтөлбөр үзэгчдийг татах, сонирхолтой байх гол төв нь байж, зарим үзэгчдэд тухайн сэдвийг гүнзгийрүүлэн судлах сэдэл өдөөлт болж байгаа юм. Сэдлээс улбаалж хямд төсөр зардлаар, хамгийн хялбар өгөгдлөөр суралцахад интерактив телевизийн сургалтын хөтөлбөрүүд тусалдаг. Энэ бол телевизийн цаашдын хөгжлийг цахим орчинтой уялдуулан зохион байгуулж буй орчин үеийн томоохон ажлуудын нэг юм.

Орчин үеийн “сонголт ихтэй үзэгчид” хоосон хэлбэр, эсвэл уйтгартай хэт их мэдээллийг телевизээр хүлээн авах сонирхолгүй байна. Интернет энэ бүхнийг ядах зүйлгүй орлуулж байгаа нь тэд телевизээс илүү ихийг буюу анхдагч төрлийн агуулга, хэлбэрээс ахисан шатыг шаардах болжээ.

Үзэгчдийн сонирхол, мэдээлэл технологийн хөгжил, Интернетийн сүлжээ, телевизийн олон суваг байгуулагдсан, IPTV бий болсон нь телевизүүдийг хөтөлбөртөө агуулга, хэлбэрийн шинэчлэл хийх шаардлагатай болгосон. Телевиз олон талт давуу байдлаасаа шалтгаалж уламжлалт ОНМХ-ийг ардаа орхисон ч гэлээ цахим ертөнцөд яах аргагүй гүйцэгдэж байна.

Телевиз үзэлтийн судалгаагаар, “16-35 хүртэлх насны залуус телевиз үзэх нь бага гэж гарчээ”⁴. 35-аас дээш насныхан буюу тогтсон уламжлалаасаа гажих нь бага ихэвчлэн мэдээ мэдээлэл, кино гэсэн агуулгуудыг сонгож үздэг бүлгүүдээс ялгарах онцлог нь тэд гадаадын сувгийн агуулгыг үзэх буюу цахим ертөнцөд илүү сонирхолтой байна гэсэн үг.

Цахим ертөнцөд үйлдвэрлэх боломжгүй, телевизийн давуу талыг ашигласан эдүтейнмент хөтөлбөрийг боловсронгуй хийж чадснаар дээрх насны “алдагдсан” үзэгчдийг эргүүлэн татах боломж бүрдэнэ. Дэлхийн 100 гаруй оронд синдикат хувилбараар цацагдсан хамгийн олон үзэгчтэй хөтөлбөрүүдийн ихэнх нь эдүтейнмент байгаа нь ч үүнийг баталж байна.

Ишлэл

¹ *Зулькафиль М.* 1999. Сэтгүүл зүйн онолын үндэс. УБ., 115-р тал.

² *Wallden Sari, Soronen Anne.* 2004. Edutainment from television and computers to digital television. University of Tampere Hypermedia Laboratory, p. 9.

³ *Бычков А. В.* 2001. Телевизионный эдьютейнмент: европейский опыт в российском преломлении. М., с. 2.

⁴ Maxima media. 2014 оны телевиз үзэлтийн нэгдсэн судалгааны тайлан. 10-р тал.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. 2008. Open Society Institute, Television Across Europe. More channels, Less Independence. Follow-up reports. Budapest.

2. *Hill A.* 2005. Reality TV: Audiences and popular factual television. London.

3. *Manuel Damasio, Celio Quico.* 2004. T-Learning and Interactive television edutainment: the Portuguese case study. Portugal.

4. Maxima media. 2014 оны телевиз үзэлтийн нэгдсэн судалгааны тайлан.

5. *Wallden Sari, Soronen Anne.* 2004. Edutainment from television and computers to digital television. University of Tampere Hypermedia Laboratory.

6. 2010. Телевидение в России: состояние, тенденции и перспективы развития. М.

7. *Бычков А. В.* 2001. Телевизионный эдьютейнмент: европейский опыт в российском преломлении. М.

8. *Зулькафиль М.* 1999. Сэтгүүл зүйн онолын үндэс. УБ.

Abstract

This paper presents a case study of specific developments in the edutainment on television. It includes content that is primarily educational but has incidental entertainment value, and content that is mostly entertaining but contains educational value. An exemplary project is used to discuss the shape of learning activities provided through television.