

АРИЛЖААНЫ ТЕЛЕВИЗҮҮДИЙН НЭВТРҮҮЛГИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ  
ОНЦЛОГ, ТУЛГАМДСАН АСУУДАЛ

Т.Өнөрсайхан\*

\* МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, магистр (МА), докторант

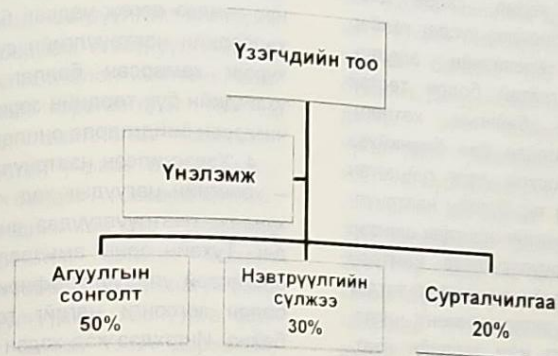
**Түлхүүр үг:** нэвтрүүлгийн сүлжээ, сүлжээний хэлбэрүүд, телевиз, агуулга, нэвтрүүлэг, зорилтот үзэгчид

Телевизүүд цаг хугацаа, нэвтрүүлгийн хэлбэр, төрөл зүйл, зорилгот бүлгээс хамааран логик дарааллаар бэлтгэсэн хөтөлбөрийн дагуу үйл ажиллагаа явуулдаг. Ийм хөтөлбөр буюу нэвтрүүлгийн сүлжээг телевизийн сувгаар тогтмол үзүүлдэг нэвтрүүлгүүдийн ерөнхий хубаарь, дараалал гэж тодорхойлно. Зөв зохион байгуулсан нэвтрүүлгийн сүлжээ ямар ч агуулгыг тодорхой хэмжээнд хүртээмжтэй байх боломж олгодог байна. Арилжааны телевизүүдийн хувьд олны анхаарал татсан, эрэлттэй агуулгад тулгуурлаж үзэгчдийнхээ тоог нэмэх, нэр хүндээ өсгөх, ашиг олох гол зорилготой. “Энэ зорилгоо биелүүлэх үндсэн арга зам бол үзэгчдийн хүсэл, хэрэгцээ сонирхлыг хангах явдал юм. Үзэгчид зурагтын өмнө суухдаа яг юу хүсч байгаагаа мэддэггүй, суваг сольж тухайн үед анхаарал татсан нэвтрүүлгийг сонгон үздэг. Тиймээс тэднийг

юу хүсч болохыг урьдчилан таамаглаж, сонирхлыг нь татах агуулга боловсруулах ёстой. Үүний тулд зорилтот бүлгээ судлах, тэдний онцлогийг ойлгож, мэдэх хэрэгтэй”<sup>1</sup> гэж Америкийн судлаач С. Т. Ийстман, Д. А. Фергюсон нар “Мэдээллийн хэрэгслийн хөтөлбөр төлөвлөлт: стратеги ба арга зүй” номдоо дурджээ.

Тухайн агуулгын талаар эерэг үнэлэмж үзэгчдийн дунд бий болгож, хандалтыг нэмэгдүүлэхэд зөвхөн сайн нэвтрүүлэг байх нь хангалтгүй юм. “Үзэгчдийн өгсөн ерөнхий үнэлэмжийн зөвхөн 50 хувь нь агуулгын чанар, сонголтоос шалтгаалдаг байна. (График №1) Сонирхолтой, сайн нэвтрүүлгийг сүлжээнд зөв цагт байрлуулснаар амжилтын 30 хувийг бий болгоно. Үлдсэн 20 хувийг нэвтрүүлгийн талаарх төрөл бүрийн сурталчилгаа бүрдүүлдэг”<sup>2</sup>. Хэчнээн олны анхаарал татсан нэвтрүүлэг хийгээд тохиромжтой цагт эфирт гаргаж чадахгүй бол үзэгчдийн анхаарлыг татах боломжгүй гэдгийг Америкийн судлаачдын хийсэн дээрх дүгнэлт харуулж байна.

График №1



Телевизийн амжилттай үйл ажиллагааны нэг хэсэг болсон нэвтрүүлгийн сүлжээ үүсэх эхний алхмууд 1930-аад оны үеэс тавигджээ. 1934 оны 11-р сарын 15-аас ЗХУ-д сард 12 удаа тус бүр нэг цагийн хугацаатай үйл явдлын кино мэдээ телевизээр гаргах болсон байна. 1934 оноос Германд байнгын ажиллагаатай телевиз үйл ажиллагаа эхэлсэн байдаг. 1936 оны Берлиний олимпын наадмыг анх удаа шууд дамжуулж, Их Британид телевизийн тогтмол хөтөлбөртэй болжээ. Тухайн үед тодорхой хугацаатайгаар өдөр, оройн цагаар болон амралтын өдрүүдэд телевизүүд нэвтрүүлгээ цацдаг байсан байна. Яваандаа телевизийн дотоод үйл ажиллагаа жигдрэхийн хирээр эфирин цаг, нэвтрүүлгүүдийн тоо нэмэгдэж тэдгээрийг зохион байгуулалтад оруулах шаардлага гарч иржээ.

Манайд нэвтрүүлгийн анхны сүлжээг 1967 оны наймдугаар сарын 15-нд хийсэн байна. Тухайн үеийн Монгол телевизийн мэргэжилтнүүд ярилцаж 1967 оны дөрөвдүгээр улиралд хийх нэвтрүүлгийн сүлжээний хуваарилалтыг зохиожээ. Долоо хоног бүр мэдээллийн редакц 18 минут, суртал нэвтрүүлгийн редакц 30 минут, хүүхэд

залуучуудын редакц 22 минут, хөгжмийн редакц 25 минут, урлаг соёлын редакц хоёр цаг 10 минут гэх мэтээр цаг авч, сүлжээ бүрдүүлсэн байна. Редакциуд авсан цагууддаа өөрсдөө материал олж нэвтрүүлэг хийж байхаар тогтож байжээ.

Телевизийн дотоод үйл ажиллагааг жигдрүүлэх зорилгоор зохиогдож байсан нэвтрүүлгийн сүлжээ өнөөдөр зах зээлд өрсөлдөх боломжийг бүрдүүлэгч, үзэгчдийг татах арга хэрэгсэл болжээ. Улам боловсронгуй болж газарзүйн байрлал, амьдралын хэмнэл, үндэсний онцлог зэргээс шалтгаалан хэд хэдэн хувилбар бүхий нэвтрүүлгийн сүлжээг телевизүүд ашиглаж байна.

1. Хаалттай нэвтрүүлгийн сүлжээ – нэг төрлийн нэвтрүүлгүүдээс бүрдсэн сүлжээ юм. Зөвхөн хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлэг цацдаг “Nickelodeon” суваг энэ төрлийн сүлжээний зохион байгуулалттай. Төрөлжсөн кабелийн сувгууд үүрэг, зорилгоосоо шалтгаалж хаалттай хэлбэрийн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашигладаг.

2. Огтлолцсон нэвтрүүлгийн сүлжээ – тусдаа боловч зарим тохиолдолд

хоёр болон хэд хэдэн нэвтрүүлэг тодорхой үйл явдал, сэдэв дээр огтлолцож, бие биендээ уусдаг хэлбэр юм. Тухайн телевизийн агуулга, хэлбэрээрээ ялгаатай болон төстэй нэвтрүүлгүүдийн байнгын хөтлөгч, оролцогчид харилцан бие биенийхээ нэвтрүүлэгт тодорхой үүрэг гүйцэтгэн оролцдог. Эсвэл тус бүрийн нэвтрүүлгийн өндөр рейтингийг ашиглан шинээр гарч буй нэвтрүүлэг дээр хамтран ажиллаж, үзэгчдийн анхаарлыг татдаг байна. ОХУ-ын энтертайнмент чиглэлийн ТНТ сувагт ийм төрлийн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашигладаг.

3. Эсрэг нэвтрүүлгийн сүлжээ – өрсөлдөгч телевизийн сүлжээнд өрсөн нэвтрүүлгүүдээс агуулга, хэлбэрийн хувьд эрс ялгаатай сүлжээ бий болгохыг эсрэг хэлбэр гэж тодорхойлдог. Тухайлбал, 2009 онд “Фокс спорт” суваг автомашины уралдааны “Nascar sprint cup” цувралыг дамжуулахдаа Оскарын шагнал гардуулах ёслолын ажиллагаатай зэрэгцүүлэн тавьж гаргажээ. Тухайн үедээ хоёр чухал үйл

Хүснэгт №1

Цаг	Хуваарилалт
6.00 – 10.00	Өглөөний цаг
10.00-16.30	Өдрийн цаг
16.30-19.00	Завсрын шилжих үе
19.00-20.00	Оргил цагийн эхлэл
20.00-23.00	Оргил цаг
23.00-23.30	Оргил цагийн төгсгөл
23.30-02.00	Шөнийн цаг

Ялангуяа АНУ-д (Хүснэгт №2) хувилбарыг илүүтэй ашигладаг байна.

Хүснэгт №2

Цаг	Хуваарилалт
02.00-06.00	Зогсонги үе
06.00-10.00	Өглөөний нэвтрүүлгийн цаг
10.00-19.00	Өдрийн нэвтрүүлгийн цаг
19.00-23.00	Оргил цаг
23.00-02.00	Шөнийн цаг

5. Дүүжин нэвтрүүлгийн сүлжээ – үзэгч ихтэй хоёр нэвтрүүлгийн дунд рейтинг багатай нэвтрүүлгийг хавчуулж гаргах хувилбар юм. Нэвтрүүлгийн энэ хэлбэрийн сүлжээ олон нийтийн телевизэд түгээмэл хэрэглэгддэг. Нийтэд хандсан үйл ажиллагаа явуулдаг, онцгой статустай учраас бүх сэдвийн нэвтрүүлэг бэлдэх шаардлагатай. Тиймээс үзэгчдийн тэр бүр сонирхоод байдаггүй, рейтинг багатай боловч олон нийтийн телевизэд зайлшгүй байх ёстой нэвтрүүлгүүдийг хавчуурга болгож гаргадаг байна. Үзэгч дараагийн нэвтрүүлэг гарахыг хүлээлгүй сувгаа солиход хүргэдэг сөрөг талтай. Мөн арилжааны телевизүүд дүүжин хэлбэрийн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашиглах тохиолдол цөөнгүй бий. Шинэ нэвтрүүлгийн туршилтын дугаарыг рейтинг өндөртэй хоёр нэвтрүүлгийн дунд хавчуулан гаргаж, үзэгчдийн хандалтыг мэддэг байна.

6. Угсраа нэвтрүүлгийн сүлжээ – нэг нэвтрүүлэг дуусангуут дараагийн нэвтрүүлгийг залгуулан шууд эхлүүлдэг хувилбар юм. Агуулга, хэлбэрийн хувьд ижил болоод ялгаатай нэвтрүүлгүүдийн эхлэл, төгсгөлийг нэгтгэн үзэгчдэд суваг солих боломж олгохгүй, байнга анхаарлыг нь татаж байх зорилготой. Зарим тохиолдолд хоёр өөр нэвтрүүлгийн хөтлөгчид нь хоорондоо шууд ярилцаж, нэг нэвтрүүлгээс нөгөөд шилжих нь бий. Эхний нэвтрүүлгийн дундуур дараагийн нэвтрүүлгийн сурталчилгааг тогтмол явуулдаг. Үзэгчийг залхаахгүй байх үүднээс дараалан үргэлжлэх нэвтрүүлгүүдийг агуулгын хувьд давхцуулахгүйгээр цувруулан гаргадаг онцлогтой юм. ОХУ-ын НТВ телевиз угсраа хэлбэрийн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашигладаг.

7. Зурвас нэвтрүүлгийн сүлжээ – үзэгчдийн хамгийн их үздэг нэг

нэвтрүүлэгт тулгуурласан хувилбар юм. Долоо хоногийн өдөр бүр тогтсон цагт тухайн нэвтрүүлэг гарах бөгөөд хамгийн багадаа 100 хэсгээс (анги) бүрдэнэ. Дагуулж буй гол нэвтрүүлгийн давталт ийм хэлбэрийн сүлжээнд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Давталтуудын хооронд бусад нэвтрүүлгүүдийг гаргаж, үзэгчдийн анхаарлыг татдаг. ОХУ-ын ТНТ телевизийн “Дом-2” реалити шоу 2004 оны тавдугаар сарын 11-ээс хойш тасралтгүй 10 жил гарч байна. Анх гарахдаа ТНТ телевизийн гол нэвтрүүлэг болж бусад нэвтрүүлгүүдийг үзэгчдэд таниулахад чухал нөлөө үзүүлсэн юм.

8 Сэдэвчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээ – долоо хоногийн нэг өдрийг аль эсвэл бүтэн долоо хоногийн нэвтрүүлгийн сүлжээг тодорхой сэдвийн дор бэлтгэх хувилбар юм. Төрөлжсөн кабелийн сувгуудад илүү тохиромжтой. Танин мэдэхүйн “Discovery Channel” “Махчин загасны долоо хоног” гэх зэргээр сэдэвчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашигладаг байна.

9. Хамгаалсан нэвтрүүлгийн сүлжээ – хамгийн их үзэгчтэй нэвтрүүлгийн өмнө юмуу, ард шинээр гарч ирж байгаа нэвтрүүлгийг тавьж үзэгчдийн анхаарлыг хандуулах хувилбар юм. Ингэхдээ шинэ нэвтрүүлгийн дундуур рейтинг өндөртэй нэвтрүүлгийн сурталчилгааг байнга явуулж, үзэгчдэд хүлээлт үүсгэж суваг солих боломж олгодоггүй байна.

10. Рейтинг нэвтрүүлгийн сүлжээ – туршилт хэлбэрээр сүлжээнд багтсан нэвтрүүлэг хэр үзэгчтэйгээсээ шалтгаалж оргил цагт цацагдах уу, аль эсвэл хамгийн бага үзэгчтэй шөнийн цагт гарах уу гэдэг нь тодорхойлогддог. Тогтвортой бус, нэвтрүүлгийн рейтингээс шалтгаалж байнга өөрчлөгдөж байдаг хувилбар юм.

Олон улсад хэрэглэгдэж байгаа нэвтрүүлгийн сүлжээний эдгээр хувилбаруудыг ашиглахдаа:

- Нэвтрүүлэх гэж байгаа телевизийн онцлог
- Редакцийн бодлого
- Үзэгчдийн хандалт, телевизийн рейтинг
- Агуулгын сонголт, боломж
- Байгууллагын хүний нөөц, боломж
- Бодит хүлээн авагчдын онцлог зэргийг сайтар судлах нь чухал юм.

Тухайн телевизийн онцлогт тохирсон нэвтрүүлгийн хувилбарыг сонгосноор агуулгуудтайгаа уялдан боловсруулалт хийх шаардлага гарч ирнэ. Судлаач С. Т. Ийтман, Д. А. Фергюсон нарын тодорхойлсноор "нэвтрүүлгийн сүлжээг амжилттай зохион байгуулахад хэд хэдэн хүчин зүйл нөлөөлдөг байна. Үүнд:

- Техник технологийн нөлөө
- Эдийн засгийн нөлөө
- Тухайн телевизийн эзэд, эзэмшигчдийн нөлөө
- Хууль эрх зүйн орчин
- Ёс зүйн хэм хэмжээ юм<sup>3</sup>.

**М**анай улсад үйл ажиллагаа явуулж байгаа телевизүүд нэвтрүүлгийн сүлжээний дээрх хувилбаруудаас 2-3-ыг л ашиглаж байна. Улаанбаатар болон орон нутагт цацалт явуулж буй 21 телевизийн

нэвтрүүлгийн сүлжээнд харьцуулсан судалгаа хийж дээрх үндэслэлийг гаргаж тавьлаа.

"Movie box", "Dream box", "Sport box", "Eagle" зэрэг сувгууд зөвхөн нэг ангиллын агуулга бүхий хаалттай нэвтрүүлгийн сүлжээ ашигладаг. Энэ нь төрөлжсөн сувгийн онцлогтой холбоотой юм. Эдгээр телевизүүд өдөрт дунджаар 16 цагийн эфирийн цацалттайгаас төрөлжсөн агуулгын дамжуулалт 98-100 хувь байгаа нь хаалттай сүлжээ ашигладгийг баталж байна.

"Olloo" суваг төрөлжсөн киноны сар бий болгож сэдэвчилсэн сүлжээний хэлбэрийг тодорхой хэсэг агуулгын хүрээнд ашиглаж байна. Долоо хоногийн аль өдөр ямар сэдвийн кино гарах, аль эсвэл тухайн сарын турш гарах киног урьдчилан мэдснээр үзэгч өөрийн сонголтыг хийх боломжтой. Тогтсон өдрүүдэд сонирхсон сэдвийн киногоо үзэхээр байнгын хандалт өгөх давуу талтай юм.

"ТВ-9", "ТВ-5", "25-р суваг", "UBS" телевизийг хэсэгчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээ ашигладаг. Өглөөний цагийн болон оргил цагийн хуваарилалт гаргасан байна. (Хүснэгт №3) Нөгөө талаар зорилтот бүлгүүдийн амьдралын хэв маягт зориулсан нэвтрүүлгүүдийг сүлжээнд оруулжээ.

Хүснэгт №3

Цаг	Телевиз	Агуулга
08. 00-09. 50	ТВ5	Эрт босвол нэгийг дуулна
07. 30-09. 30	ТВ9	Энэ өглөө
07. 30-09. 00	25-р суваг	Шинэ өглөө
09. 00-10. 00	UBS	Кофе юу, цай юу?

Өргөн нэвтрүүлгийн үйлчилгээ үзүүлдэг дээрх дөрвөн телевиз хэсэгчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашиглаж буйг өглөөний нэвтрүүлгээр жишээ болгон

авлаа. Ажиглалтад хамрагдсан 21 телевизийн 17 нь зорилго, чиглэл, онцлогоосоо үл харгалзан хэсэгчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээг ашиглаж байна.

Ийм хувилбарыг өргөн нэвтрүүлэгт ашиглавал илүү тохиромжтой байдаг. Гэтэл эдгээр 17 телевизийн ихэнх нь кабелийн сувгууд байгаа юм. Үлдсэн дөрвөн телевиз төрөлжсөн чиглэлээсээ шалтгаалж хаалттай нэвтрүүлгийн сүлжээгээр агуулгын зохицуулалт хийжээ.

Дээрх байдлаас үндэслэн дараах дүгнэлт хийлээ.

Зөв зохион байгуулсан нэвтрүүлгийн сүлжээ тухайн телевизийн зах зээлд өрсөлдөх чадварыг дээшлүүлж, агуулгын хүртээмжийг нэмэгдүүлдэг. Эдгээр телевизүүдийн нэвтрүүлгийн сүлжээ хоорондоо цаг хугацаа, бүтэц, сэдвийн хувьд төстэй байгаа нь агуулгын өрсөлдөх чадварыг сулруулсан байна.

Хамрах хүрээ, төрөлжсөн чиглэлийг үл харгалзан телевиз бүх төрлийн нэвтрүүлэгтэй байх ёстой гэсэн буруу ойлголт байгаа нь ажиглагдлаа. Телевизийн нарийн мэргэшлээр дагнасан мэргэжилтнүүд дутмаг, энэ чиглэлийн судалгаа бага байгаатай холбоотой юм.

Хэсэгчилсэн нэвтрүүлгийн сүлжээг амжилттай зохион байгуулах гол арга нь зорилтот бүлгүүдийн амьдралын хэмнэл, онцлогийг судлах байдаг. Тухайн улсын нийтлэг хэв шинжит гэр бүлийн амьдралын хэмнэлд тохируулж сүлжээний бүрэлдэхүүн хэсгүүдийг боловсруулна. Ажиглалтад хамрагдсан телевизүүд өглөө, өдрийн хөтөлбөр, оргил цагийн мэдээ, кино байх ёстой гэж ерөнхийд нь ангилснаас зорилтот

бүлэг тухайн хэсгээс юу үзэх вэ гэдгийг тодорхойлж гаргаж чадаагүй байна. Өглөөний хөтөлбөр гэр бүлийн бүх гишүүнд зориулагдсан өдөр тутмын аж байдлын мэдээлэл авах, амьдралын хэмнэлд зохицсон идэвхит үйл ажиллагааг дэмжсэн агуулгуудыг багтаадаг. "ТВ-5", "UBS", "25-р суваг", "ТВ-9" телевизийн өглөөний хөтөлбөрүүд нь агуулгын хувьд өгөгдсөн нэрэндээ тохироогүй, төрөл бүрийн ярилцлагын эвлүүлэгтэй илүү ойролцоо болсон байна.

«  
**Хязгаарлагдмал зах зээлтэй манай орны хувьд телевизийн салбар дахь өрсөлдөөнд ялгаран гарч ирэхэд зөв зохион байгуулсан нэвтрүүлгийн сүлжээ чухал үүрэгтэй. Ижил онго аястай телевизүүдээс ялгаран гарч, агуулгаа үзэгчдэд хүргэхийн тулд өөрт тохирсон нэвтрүүлгийн сүлжээний хэлбэрийг сонгох шаардлагатай**

»  
 гийн давталтын үе болгож ашигласан байна. Нэвтрүүлгийн сүлжээ амжилттай зохион байгуулахад гол нөлөө үзүүлдэг эдийн засгийн боломж хангалтгүйн улмаас эфирийн цагаа давталт нэвтрүүлгээр нөхжээ.

Нэвтрүүлгийн сүлжээ тухайн телевизийн эфирийн соёл, үзэгчдээ хүндэтгэж буйн нэг илэрхийлэл болдог. Үзэгчид үзэхийг хүссэн нэвтрүүлгээ цаг гарган хүлээж, амьдралын хэмнэлээ зохицуулдаг байна. Дээрх телевизүүдэд эфирийн цаг үл баримталсан, зарласан нэвтрүүлэг сүлжээнд бичсэн цагаасаа эрт эсвэл хожуу эхэлдэг байдал тогтмол гарч байв. Ялангуяа мэдээллийн хөтөлбөрүүд хэзээ дуусах нь тодорхойгүй, хэтэрхий урт сунах

буюу эсвэл цагаасаа эрт дуусч байгаа нь ажиглагдлаа.

Олон улсын жишгээр нэвтрүүлгийн сүлжээ сар, улирал, жил тутам гэсэн мөчлөгүүдээр шинэчлэгдэж, өөрчлөгдөж байдаг. Гол зорилтот бүлгийнхээ сонирхлыг дагаж сүлжээний ашигтай хувилбарыг сонгодог. Ажиглалтад хамрагдсан телевизүүдийн дунд сүүлийн 10 жил нэвтрүүлгийн сүлжээний бүтцийн шинэчлэлт хийгээгүй, анхны боловсруулсан хувилбараар өнөөдрийг хүртэл ажиллаж байгаа телевиз ч байна. Нэвтрүүлгийн сүлжээнд ач холбогдол өгдөггүй, энэ талын мэдлэг, мэдээлэл дутмаг байдагтай холбоотой юм. Шинээр гаргасан агуулгууд нь тохиолдлын шинжтэйгээр үзэгчдэд хүрч, тэдний хандалтыг нэмэгдүүлэхэд нөлөөлдөг үндсэн гурван тулгуурыг (График №1 үз) бүрдүүлж чадахгүй байна. Энэ нь арилжааны телевизүүдийн үзэгчдийг татаж, ашиг орлогоо нэмэгдүүлэх, нэр хүндээ өсгөх гол зорилго биелэхгүй байх, цаашлаад үйл ажиллагаа нь доголдох нэг хүчин зүйл болж байгаа юм.

**Х**язгаарлагдмал зах зээлтэй манай орны хувьд телевизийн салбар дахь өрсөлдөөнд ялгаран гарч ирэхэд зөв зохион байгуулсан нэвтрүүлгийн сүлжээ чухал үүрэгтэй. Ижил өнгө аястай телевизүүдээс ялгаран гарч, агуулгаа үзэгчдэд хүргэхийн тулд өөрт тохирсон нэвтрүүлгийн сүлжээний хэлбэрийг сонгох шаардлагатай юм. Ялангуяа эдийн засгийн боломж хомс байгаа нөхцөлд үзэгч ихтэй нэг агуулгад тулгуурласан зурвас хэлбэрийн сүлжээ, сонирхлын хүрээгээр нь үзэгчдийг татахад хамгийн тохиромжтой аргачлал сэдэвчилсэн сүлжээ, өрсөлдөөнд ялгаран гарч, өнгө төрхөө илүү тодотгоход эсрэг сүлжээг ашиглаж болно. Олон улсад хүлээн

зөвшөөрөгдөж, практикт хэрэглэгдэж буй дээрх хэлбэрүүдийг өөрийн онцлогт тохируулан боловсруулж, ашиглах боломж манайд бүрэн бий юм.

## Ишлэл

- <sup>1</sup> Eastman S. T., Ferguson D. A. 2012. Media programming: strategies and practices. Cengage learning., p. 10.
- <sup>2</sup> Op. cit., p. 24.
- <sup>3</sup> Op. cit., p. 27.

## Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Зулькафиль М. 2002. Сэтгүүл зүйн онолын зарим асуудал. УБ.
2. Норовсүрэн Л., Ариунзаяа Н. 2009. Телевизийн сэтгүүл зүй. УБ.
3. Корконосенко С. Г. 2000. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.
4. Прохоров Е. П. 1993. Введение в теорию журналистики. М.
5. Цвик В. Л., Назарова Я. В. 2002. Телевизионные новости России. М.
6. Besse V., Desormeaux D. 2007. Television news reporting from design to delivery. France.
7. Eastman S. T., Ferguson D. A. 2012. Media programming: strategies and practices. Cengage learning.
8. Asiavision coordinators meeting. Langkawi., 2011.
9. The responsibilities of a chief editor. Training session. Bangkok., 2009.

## Summary

The article discusses the analysis of Mongolian broadcast programming. Programming is both a skill and an art. The primary goal in programming advertiser-supported media is to maximize the size of an audience targeted by advertisers. The only way to accomplish this goal is to satisfy the needs and wants of that audience, what ever they are today and tomorrow. Compared to other countries, television is now at the developing stage in Mongolia. Broadcast programming issues are not commonly reviewed and studied in the recent years, therefore further research studies required to be done in this field.