

ИНФОТЕЙНМЕНТ НЭВТРҮҮЛГИЙН ОНЦЛОГ ТОГЛООМЖУУЛАЛТЫН АРГААР ИЛРЭХ НЬ

Т.Өнөрсайхан*

*МУИС-ийн Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн дэд профессор, доктор (Ph.D)

Түлхүүр үгс: тоглоомжуулалт, геймфикейшн, инфотейнмент, бүтээл, бүтээлч инфотейнмент, уруугаа харсан инфотейнмент

Мэдээллийн технологи хэвлэл мэдээллийн салбарыг хүссэн хүсээгүй нэг платформд зангидах болсон нь телевизийн салбарыг өөрийн онцлогийг илэрхийлсэн хөгжлийн шинэ гарцыг эрэлхийлэхэд гол нөлөө үзүүлж байна. Тиймээс макро, микро орчны аль алины хүрээнд телевизийн салбарт эрс шинэчлэл явагдаж байна. Телевизийн хөгжлийн хандлагыг макро орчны хүрээнд интерактив телевиз, бүх төрлийн шууд дамжуулалт, нийгмийн сүлжээн дэх телевизийн контент хөгжүүлэлт, шинэ технологи гэсэн дөрвөн өргөн хүрээнд авч үзэж байна. Харин микро орчны хүрээнд бүтээлийн шинэ форматыг эрэлхийлж байна. Ингэхдээ нийгэм цаг үеийн сэтгэлгээ, хүлээн авагчдын зан төлөвийн онцлогт тулгуурласан нэвтрүүлгийн үндсэн концепцыг боловсруулж үүн дээр тулгуурласан форматыг бүтээхийг зорьж байгаа юм. Зохиогч тус өгүүллээрээ орчин үеийн идэвхтэй форматуудыг боловсруу-

лахдаа гол үндэс сууриа болгож буй геймфикейшн буюу тоглоомжуулалтыг хэрхэн ашиглаж буй стратегийн талаар инфотейнмэнтийн жишээн дээр өгүүлэх болно.

Тоглоомжуулалт буюу *gamification* нь тоглоом, эсвэл түүнтэй төстэй элементүүдийг тоглоомын бус нөхцөл байдлын үед ашиглаж үзэгчийг татах арга юм. Өөрөөр хэлбэл, өдөр тутмын, байнга давтагддаг, ашигтай мэдээлэл ихтэй хэдий ч өгөгдлийн хувьд нэгэн хэвийн уйтгартай мэдээлэл, агуулгыг тоглоомын арга ашиглан сонирхолтой болгож, үзэгчдийг идэвхжүүлэх тухай ойлголт юм. Сэдэл төрүүлж цаашдын зан үйлийг бий болгох зорилготой тоглоомын арга ашиглан үйлчилгээг сайжруулах үйл явц гэж тодорхойлж болно. (Huotari & Hamari, 2012) Тоглоомын төрөл бүрийн аргыг ашиглаж, тоглоход үүсдэгтэй ижил төсөөтэй сэтгэл зүйн нөлөө үзүүлэх нь энэ аргын онцлог юм. (Groh, 2012)

Тоглоомжуулалт нь хүний бие даасан байдал, ур чадвар, харилцаа холбоо зэрэг үндсэн хэрэгцээг хангах замаар оролцоог бий болгож, энгийн үйл ажиллагааг хүртэл илүү интерактив, үр өгөөжтэй болгодог. Телевизийн

нэвтрүүлэгт тоглоомжуулалтын аргыг 1930-аад оны үеэс ашиглаж эхэлсэн байна. Энэ үед шууд утгаар нь *game show* буюу цэнгээнт нэвтрүүлгүүдэд ашиглаж байв. Ялангуяа Америкийн телевизүүдэд 1950-1960-аад оны үед цэнгээнт нэвтрүүлгийн төрлүүд хүчээ авч зөвхөн CBS телевизээр гэхэд тухайн үед цэнгээнт төрлийн 22 нэвтрүүлэг гарч байжээ.

Тоглоомжуулалтыг шууд утгаар нь хэрэглэж байсан цэнгээнт нэвтрүүлгүүд телевизийн нэвтрүүлгийн форматуудаас бүх цаг үед хамгийн их үзэгчтэй байсаар ирсэн. Яваандаа үзэгч багатай, “хатуу” мэдээлэл, төрөл бүрийн ярилцлагын нэвтрүүлгүүдэд тоглоомжуулалтын аргыг ашиглах болжээ. Өөрөөр хэлбэл, геймфикейшн буюу тоглоомжуулалт нь цэнгээнт нэвтрүүлгээс хальж, телевизийн нэвтрүүлгийн шинэ холимог хувилбарууд үүсэж, цаашид хөгжүүлэх үндсэн концепц нь болсон байна. Эдүтейнмент, инфотейнмент, политейнмент, уартейнмент, инфомершил зэрэг холимог хөтөлбөрүүд зорилго бүхий мэдээллийг хүлээн авагчдад тоглоомжуулалтын аргаар олгодог байна. Холимог хөтөлбөрүүд ингэж албан ёсоор өөрийн нэр томъёотой болоход Америкийн зохиолч, судлаач Нил Постман гол үүргийг гүйцэтгэсэн байна. Тэрээр “Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business” (Postman, 1985) Бүтээлдээ инфотейнмент гэсэн үгийг анхлан ашигласан байдаг.

Инфотейнмент нь *information* буюу мэдээлэл, *entertainment* буюу зугаа цэнгээн гэсэн хоёр үгийн нийлэмж юм. Америкийн телевизийн хөгжлийн үе шатын нэг онцлог илэрхийлэл болж мэдээ, мэдээллийн хөтөлбөрийг ялангуяа улс төрийн

мэдээг энгийн хөнгөн хэлбэрээр үзэгчдэд хүргэх зорилгоор бий болсон агуулгын хэлбэр гэж үздэг. Оксфордын англи хэлний толь бичигт “инфотейнмент” гэсэн үг 1980-1990-д оны үед орж иржээ. “Зугаацуулах болон мэдээлэх зорилготой теле, радиогийн нэвтрүүлэг” гэж тайлбарласан байна. 1999 онд Канад, АНУ-д хэвлэгдсэн “Телевизийн мэдээний толь бичиг”-т инфотейнментийг “ток-шоу, мэдээллийн хөтөлбөр, тусгай сурвалжилгын төрлүүдэд илэрдэг зугаацуулах болон мэдээлэх үүргийн нийлэмж. Гол ялгарах онцлог нь үзэгчдийн сэтгэл хөдлөлд илүүтэй хандсан байдаг” гэж тодорхойлжээ. Нэгэнт бие даасан төрөл зүйл болохын хувьд өөрийн гэсэн үүрэгтэй байна гэж Н.Постман үзэж, инфотейнментийн үүргийг тодорхойлсон байдаг.

Юуны түрүүнд сэтгүүл зүйн үйл ажиллагааны нэг хэлбэр учраас үндсэн цөм үүрэг нь мэдээлэх байна гэж тодорхойлжээ. Шинэ мэдээ, шинжлэх ухааны баримт, түүхэн үйл явдал, статистик, аналитик болон бусад мэдээллийг түгээх нь мэдээлэх үүргийнх нь хүрээнд багтана. Хоёрдугаарт, танин мэдүүлэх буюу боловсрол олгох үүргийг хүлээнэ. Боловсрол гэдэг үгийг ихэнх хүмүүс шууд утгаар нь ойлгож боловсролын зэрэг дэв, цол олгох, сургах аргатай хольж хутгадаг. Гэтэл телевизэд энэ үүрэг нь насан туршийн боловсролын хэлбэр, амьдралын олон талт нөхцөл байдлыг таниулах зорилго бүхий утгаар хэрэглэгддэг юм. Энэ үүргийн хүрээнд инфотейнмент нь шинэ баримтуудыг олж мэдэх, янз бүрийн сэдвүүдийн талаарх ойлголт, мэдлэгийг хөгжүүлэх, шинэ ур чадвар эзэмших, сониуч занг өдөөх, бие даан суралцах боломж олгохыг зорьдог.

Гурав дахь чухал үүрэг нь зугаацуулах үүрэг юм. Шоу, тоглоом, хошигнол, интерактив зэрэг элементүүдийн ачаар мэдээлэл олж авах үйл явцыг илүү сонирхолтой болгож, мэдээллийг хүртээмжтэй, ойлгомжтой болгох ач холбогдолтой. Тодорхой агуулгын эргэн тойронд сэтгэгдэл бичих, хэлэлцэх, санал бодлоо хуваалцах, олон нийтийн идэвхтэй харилцан үйлчлэл, санаа бодлоо солилцох боломжийг инфотейнмент харилцааны үүргийнхээ хүрээнд гүйцэтгэнэ. Эндээс дүгнэхэд инфотейнмент бие даасан төрөл хэлбэр болж, өөрийн онцлог, үүргийн хүрээг нэгэнт тодорхойлсон байна. Тэгэхээр сэтгүүл зүйн бүтээл болохын хувьд мэдээлэх, холимог бүтээлийн хувьд танин мэдүүлж зугаацуулах үүргийн давамгайллын дунд тоглоомжуулалтын аргаар агуулгаа хүргэх нь инфотейнментийн мөн чанар болж байна.

Нил Постманы онолын тодорхойлолт дээр суурилан инфотейнментийн бусад холимог төрлөөс ялгарах онцлогийг дараах байдлаар тодорхойлж болно.

- Мэдээлэл өгөх болон зугаацуулах зорилгын нэгдэл. Тухайн цаг үед болж буй үйл явдлыг хөгжөөнт, цэнгээнт аргаар мэдээлэх
 - Танин мэдүүлэх. Мэдээллийн ашигтай байдлыг гол зарчмаа болгож үзэгч, тодорхой бүлэг, бизнес, нэгдэлд зориулж мэдээллийг багтаамжтай өгөх.
 - Сонирхолтой, мэдрэмжтэй байх. Мэдээллийг дүрс, дуу, эх бичвэр, зураг авалт бүх талаар сонирхолтой өгөх. Ингэхдээ мультимедиагийн арга хэрэгслийг ашиглах.
 - Олон хэлбэрээр бэлтгэж бүх төрлийн платформаар түгээх. Телевизийн
- ярилцлага, ток шоу, мэдээллийн хөтөлбөр, теле фельетон, теле памфлет, манти-пайтон, радиогийн подкаст, веб сайтууд, мультимедиа, нийгмийн сүлжээ гэх мэт.
- Инфотейнментийн гол онцлог бол интерактив байдал буюу үзэгчдийн оролцоо юм.
- Инфотейнмент төрлийн бүтээлүүд үүсэх үндсэн шалтгааныг сэтгүүл зүйн зугаацуулах үүрэг, хэт хүнд мэдээллээс үзэгчид залхсантай холбон тайлбарладаг ч үнэндээ энэ нь цаг хугацааны явцад үүссэн нийгмийн эрэлттэй холбоотой байсан юм. Дараах байдлаар ангилж тайлбарлаж болно.
- Хүлээн авагчдын мэдээлэл хүлээж авах зуршил өөрчлөгдсөн. Олон төрлийн мэдээллийн хэрэгсэлтэй болж үзэгчид сонголттой болсон. Олон сонголтаас шаардлагатай бус харин сонирхолтойг сонгох болсон.
 - Мэдээллийн урсгал томорсон. Маш өргөн мэдээллийн урсгалаас үзэгчид залхах хандлагатай болсон тул тэдэнд энэ мэдээллийг сонирхолтой, хялбар хэлбэрээр хүргэх шаардлагатай болсон.
 - Мэдээллийн урсгал зөвхөн нэг тийш чиглэсэн хандлагатай байсныг харилцан солилцох буюу интерактив хэлбэрт оруулах шаардлагатай болсон.
 - Хэт албаны, шууд пропаганда хэлбэрийн мэдээллээс хүмүүс татгалзаж эхэлсэн.
 - Медиа компаниудад контент маркетингийн шинэ хэлбэр шаардлагатай болсон байна.
- Инфотейнмент төрлийн нэвтрүүлгийн анхдагчаар CBS телевизийн долоо хоног тутмын мэдээллийн “60 минут” хөтөлбөрийг тооцдог. Хөтлөгч болж буй үйл явдлын лидийг зөвхөн

уншаад өнгөрөх бус өөрийн байр сууриа ирэлхийлж, сэтгүүлч сурвалжилгын гол “баатар”-тай эн тэнцүү үйл явдалд оролцож, дэлгэцэнд гаран шууд ярилцах болсон байна. Гол нь хөтлөгч, сэтгүүлчийн баригдмал албаны байдал, тодорхой дүрс, эх бичвэрээр хүргэж байсан мэдээллийн хөтөлбөрийг үзэгчидтэй шууд харилцсан интерактив хэлбэртэй, тэдний оролцоог дэмжсэн хэлбэрээр хийх болсон нь энэ төрлийн хөтөлбөрүүд бусад телевизүүдэд ч бий болж, цаашлаад бие даасан төрөл болж хөгжихөд нөлөөлжээ.

Инфотейнментийг ганцхан мэдээллийн хөтөлбөрөөр төсөөлж ойлгох нь учир дутагдалтай юм. Хэрэв төрөл зүйлийн хүрээнд авч үзэх юм бол

- Өдөр тутмын мэдээлэл
- Шүүмжлэлт, асуудал дэвшүүлсэн мэдээ, сурвалжилга, өгүүлэл
- Памфлет
- Ток шоу
- Фельетон зэрэг болно.

Инфотейнмент гэсэн ерөнхий нэрийн доор дээрх төрөл зүйлийг багтааж ойлгож болно. Нөгөө талаар энгийн төрөл зүйлийг инфотейнмент болгож буй нь бүтээх аргачлал юм. Инфотейнментийн үндсэн концепцийг тодорхойлж байгаа тоглоомжуулалтын аргуудыг ашиглан бүтээл хийх хамгийн түгээмэл хувилбаруудыг дараах байдлаар тодорхойлдог.

- Сторителлинг – үйл явдлыг сонирхолтой, илүү хүнд чиглэсэн хөгжөөнд хэлбэрээр тайлбарлах. Эсвэл тухайн үйл явдалтай холбоотой сонирхолтой онигоо, харьцуулсан үйл явдлыг ашиглах.
- Төрөл бүрийн дүрслэлийг ашиглах: график, диаграм, зурмал болон гэрэл зураг, инфографик гэх мэт.

Мэдээллийг ойлгоход хялбар, хөнгөн, сонирхолтой болгоно.

-Интерактив байдал буюу үзэгчдийн оролцоо- санал асуулга, сонгууль, азтан шалгаруулах зэргээр үзэгчийг тухайн нэвтрүүлгийн турш хэрэгтэй хүн гэсэн мэдрэмжийг өгөх

-Шог хошин хэсгүүд- мэдээллийг хөгжилтэй болгох, үзэгчдийг хөгжөөх зураг, бичлэг, үг хэллэг

-Мэдээллийг хувь шинжтэй болгох, үзэгчтэй сэтгэл зүйн харилцаа тогтоох – Тодорхой нэг хүнийг “дүр” болгож нийтлэг тохиолддог үйл явдал, түүхийг сөхөх. Үзэгч өөртэй нь ижил төстэй асуудлыг хөндөхөд сэтгэл зүйн болон мэдээлэл солилцох байдлаараа тухайн нэвтрүүлэг, нэвтрүүлгийн багийг дэмжиж, идэвхтэй харилцаанд орно.

-Баримтат нэвтрүүлгийн хувилбарууд болох вэб баримтат бүтээл, баримтат жүжиг, баримтат савангийн дуурь, баримтат шогийн хувилбарыг ашиглах. Мэдээллийг олон талтай, сонирхолтой ойлгоход хялбар болгож үйл явдлыг сэргээн эсвэл урьдчилан таамаглан үзүүлэх.

-Баримтыг жижиг том эсвэл ач холбогдол бага, ихээр ялгах биш харин байгаа бүх баримтыг ач холбогдолтой, чухал гэсэн ойлголтоор боловсруулах зэрэг болно.

Мэдээж нэгж инфотейнмент бүтээлийг хийхэд дээрх аргууд бүгд ашиглагдана гэсэн үг биш юм. Ямар төрлийн инфотейнмент бүтээл гэдгээс шалтгаалж аль нэг хувилбарыг сонгох нь тодорхой билээ. Тухайлбал, инфотейнмент мэдээллийн хөтөлбөрт агуулга буюу сторителлинг, дүрслэл, шог хошин хэллэгүүдийг түлхүү ашигладаг.

Үйл явдлыг тайлбарлахдаа шууд бус хэлбэрээр, мэдээллийг үзэгчийн нүдэнд ил харагдах зүйлээр баримтжуулж, хурц тод байдлаар илэрхийлэх аргыг инфотейнмент мэдээллийн хөтөлбөрт өргөн хэрэглэдэг. Инфотейнмент хөтөлбөрт бодит байдлын зураглал, амьдралын дуу чимээ чухал үүрэгтэй. Элдэв тайлбаргүйгээр дүрс өөрөө өгүүлэмж гэдгийг харуулах зорилготой юм. Жишээлбэл, ОХУ-ын Ульяновск мужид удаан хугацаагаар цахилгаан тасарч, олон айл, албан газар гэрэл дулаангүй болжээ. Мэдээллийн төгсгөлд сэтгүүлч иргэдийн байдал ямар байгаа талаар огт тайлбар хийгээгүй байна. Харин сурвалжилгаа нэгэн хоолны газар хүмүүс гадуур хувцастайгаа сууцгааж, “халуун усны бараагүй, хуруугаа хөлдөөж сууцгаана даа...” гэсэн утгатай дууг хоолой нийлүүлэн дуулалдаж байгаа дүрсээр дуусгажээ. Ямар ч тайлбар хэрэггүй мэдээллийг бүрэн багтаасан бодит баримт бүхий төгс сурвалжилга болсон байна.

Мөн Youtube-д Kurzgesagt, Veritasium, Mark Rober зэрэг алдартай инфотейнмент сувгууд бий. Тоглоомжуулалтын аргаар хамгийн хүнд шинжлэх ухааны судалгааг ч хялбаараар ойлгуулдаг залуусын инфотейнмент сувгууд юм. Энгийн жишээ,

туршилтаар физик, хими, математик зэрэг шинжлэх ухааны хүнд ойлголтуудыг тайлбарладаг. Мөн түүх, нийгмийн тодорхой бүлгүүдийн сонирхдог дуу хөгжим, алдартнуудын тухай мэдээллийг ч хөгжилтэй, тэдний сайн туршлагыг түгээсэн байдлаар инфотейнмент бэлтгэдэг ийм сувгууд байдаг. Украины “Телебачення Торонто”

суваг нийгмийн адармаатай асуудлуудын талаар инфотейнмент мэдээлэл бэлтгэдэг. Яг ижил сэдвээр “хатуу” мэдээллийн хөтөлбөрөөр цацсан мэдээ, сурвалжилгаас тэдний бэлтгэсэн мэдээлэл илүү сонирхолтой, ойлгоход хялбар байдаг гэж судалгааны үеэр оролцогчид ярьж байжээ. Тэгэхээр инфотейнмент бүтээлийн ямар төрлөөс хамаарч тус бүрдээ өөрийн үүргийн давамгайллыг бий болгон хэлбэр хийцийн хувьд ялгаатай байдаг байх нь.

Инфотейнмент нийгмийн хөгжлийн ханд-

лагаас, үзэгчдийн хэрэгцээ шаардлагаас гарч ирсэн боловч нөгөө талаар шүүмжлэгчид ч нилээдгүй байна. Ийм нэвтрүүлгүүд олширч, бие даасан хэлбэрүүд үүссэн нь үзэгчдийн боловсролын түвшин хэт доройтсон байдал нийгмийн хөгжлийг илэрхийлэгч телевизээр илрэн гарч буй хэрэг гэж шүүмжлэх нь бий. Инфотейнментийг эсэргүүцэгчдийн үзэж байгаа шиг дан ганц хөнгөн, зугаацах төдий мэдээлэл

«

Инфотейнмент нийгмийн хөгжлийн хандлагаас, үзэгчдийн хэрэгцээ шаардлагаас гарч ирсэн боловч нөгөө талаар шүүмжлэгчид ч нилээдгүй байна. Ийм нэвтрүүлгүүд олширч, бие даасан хэлбэрүүд үүссэн нь үзэгчдийн боловсролын түвшин хэт доройтсон байдал нийгмийн хөгжлийг илэрхийлэгч телевизээр илрэн гарч буй хэрэг гэж шүүмжлэх нь бий. Инфотейнментийг эсэргүүцэгчдийн үзэж байгаа шиг дан ганц хөнгөн, зугаацах төдий мэдээлэл энэ хэлбэрт багтдаггүй. Харин мэдээлэл төвтэй, зугаатай өгөгдөл билээ

»

энэ хэлбэрт багтдаггүй. Харин мэдээлэл төвтэй, зугаатай өгөгдөл билээ. Тоглоомжуулалтын аргаар буюу мэдээллийг хөнгөн хэлбэрээр өгч байгаа нь зарим хүнд буурьтай, итгэж болох мэдээлэл шиг санагддаггүй гэсэн байр суурийг илэрхийлсэн байдаг.

Гэхдээ шүүмжлэгчдийн ярьж, бичиж байгаа нь зарим талаар оргүй хоосон зүйл биш юм. Тоглоомжуулалтын аргад суурилсан бүтээлч инфотейнмент шинэ тутамд агуулга, хэлбэрээр баяжиж хөгжсөөр байна. Мэдээлэл төвтэй зугаатай өгөгдөл гэсэн товч тодорхойлолтын хүрээнд бүтээлч хэлбэрийн инфотейнментийг багтаадаг. Ерөнхийдөө энэ бүлэг нь үзэгчдийг хөгжөөх төдийгүй хувь хүний хөгжил, ур чадварыг сайжруулах, нийгмийн ухамсрыг дээшлүүлэхэд нөлөөлөх инфотейнмент бүтээлийн сонгодог хэлбэр юм. Гэтэл үүний эсрэгээр “уруугаа харсан” инфотейнментүүд олноор бий болоод байна. Инфотейнментийн хэлбэр, мэдээллийг боловсруулж түгээх тоглоомжуулалтын аргыг ашигласан зэрэг нь бүтээлч инфотейнментээс ялгарах аргагүй ч агуулгын хувьд сэтгүүл зүйн хэм хэмжээ, ёс зүйд үл нийцэх хэлбэрийг “уруугаа харсан” гэж тодорхойлдог юм. Эдгээр нь:

- Хуурамч мэдээ, ташаа мэдээлэл – худал мэдээлэл түгээх, баримтыг гуйвуулах, үзэгчдийг төөрөгдүүлэх,
- Хэт дуулиан шуугиан хөөцөлдөж, өдөөн хатгасан гарчиг, агуулгатай нийтлэл, нэвтрүүлэг хийх,
- Сөрөг нөлөө үзүүлж болзошгүй төрөл бүрийн реалити шоунууд - нийгэмд буруу үнэт зүйлийг бий болгоход нөлөөлж болзошгүй зөрчил-дөөн, дуулиан, доромжлол,

үл хүлээн зөвшөөрөгдөх зан үйлийг харуулах,

- Нийтийн соёлын эсрэг байх-хараалын үг хэллэг хэрэглэх, хүчирхийллийг олон нийтэд үзүүлэх нь нийгэмд буруу хандлагыг бий болгож, сөрөг хэвшмэл ойлголтыг түгээж, түрэмгийллийг өдөөдөг.
- Дарангуйлал, ялгаварлан гадуурхлыг дэмжсэн агуулга бүхий инфотейнментүүд юм.

Хэлбэр, хийц, өгөгдөл концепцын хувьд инфотейнмент боловч агуулга зорилгын хувьд мөн чанараа зөрчсөн ийм бүтээлүүд инфотейнментийн талаар ташаа ойлголтыг бий болгож байгаа юм.

Магадгүй анхлан үүсэж бий болохдоо инфотейнментэд өөрийн концепц, түүнийг дагасан зорилго, өгүүлэх тодорхой арга техникүүд байсангүй. “Хатуу” мэдээллийг зөөлрүүлэх, мэдээллийг зугаатай хэлбэрээр хүргэх гэсэн ерөнхий ойлголтоор баримжаалж бүтээж байв. Цаг хугацааны явцад өөрийн үүрэг, зарчим, бүтээх онцлог, хэлбэртэй болж нэг ёсондоо ямар ч төрлийн мэдээллийг тоглоомжуулалтын аргаар сэтгэх үйл явц, хэрэглэгчдийг татах, асуудлыг шийдвэрлэх механизм бүхий бие даасан төрөл болжээ.

Эшлэл

1. Huotari, K. and Hamari, J. (2012) “Defining gamification: a service marketing perspective”. Finland. p. 17-22.
2. Groh, F. (2012). Gamification: State of the art definition and utilization. Germany. p 31-39
3. Postman N, Postman A.1985 .Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Postman N, Postman A. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. 1985
2. Huotari, K. and Hamari, J. "Defining gamification: a service marketing perspective". Finland. 2012.
3. Groh, F. Gamification: State of the art definition and utilization. Germany. 2012
4. Upshaw J. Encyclopedia of television news. Arizona., 1999
5. O'Connor. Infotainment's appeals and consequences
6. Зорков Н. Инфотейнмент на российском телевидении
7. www.infotainment.be
8. www.how-infotaining.com

Summary

This paper presents the discursive, normative construction of gamification within infotainment. The idea of infotainment is to present information and knowledge in an interesting, attractive and understandable format for a wide audience. Instead of simply listing dry facts, infotainment seeks to use various forms of entertainment, such as games, shows, animation, comedy, etc., to make the information more attractive and memorable.

Keywords: gamification, infotainment, creation, creative infotainment, downward-facing infotainment.