



ИРГЭНИЙ НИЙГМИЙН БАЙГУУЛЛАГАД ЗОРИУЛСАН ЦАХИМ ОРЧИНД МЭДЭЭЛЭЛ ТҮГЭЭХЭД БАРИМТЛАХ ЁС ЗҮЙН ГАРЫН АВЛАГА

2026 он



Funded by
the European Union



Akademie



MEDIA
COUNCIL OF
MONGOLIA



«Өөрчлөлтийн дуу хоолой» төслийн хүрээнд «Иргэний нийгмийн байгууллагад зориулсан цахим орчинд мэдээлэл түгээхэд баримтлах ёс зүйн гарын авлага»-ыг Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлөөс Европын Холбооны санхүүгийн дэмжлэгтэйгээр хэвлэв. Тус гарын авлага нь Европын Холбооны албан ёсны бодлого, байр суурийг илэрхийлээгүй болно.

Гарын авлагыг бэлтгэсэн:	Ж. Хулан, "Gereg & Ublife" ХХК-ийн дэд захирал
Хянан тохиолдуулсан:	«Өөрчлөлтийн дуу хоолой» төсөл
Хэвлэлийн эх бэлтгэж хэвлэсэн:	Колор Ворт Принтинг ХХК

Холбоо барих мэдээлэл:

“Өөрчлөлтийн дуу хоолой” төсөл

Фэйсбүүк пэйж: V4C - Өөрчлөлтийн дуу хоолой

Монгол Улс, Улаанбаатар хот, Баянзүрх дүүрэг,
43-р хороо, Манлайбаатар Дамдинсүрэнгийн гудамж,
Юу Би Тауэр, 10-р давхар, #1004
Утас: (976) 7000 0160
Э-мэйл: info@mediacouncil.mn
Вэбсайт: www.mediacouncil.mn



Funded by
the European Union



Akademie



MEDIA
COUNCIL OF
MONGOLIA



ӨМНӨТГӨЛ

Цахим орчинд мэдээлэл түгээх, олон нийтийн оролцоог дэмжих, иргэдийн дуу хоолойг хүргэх нь орчин үеийн мэдээлэл, харилцааны чухал талбар болж байна. Энэхүү орон зай нь иргэний нийгмийн байгууллагуудыг олон нийтийг мэдээллээр хангах төдийгүй ардчиллын үнэт зүйлсийг түгээн дэлгэрүүлэх, хамгаалах, хадгалах, олон нийтийн итгэлцлийг бэхжүүлэх онцгой үүрэг, хариуцлагад хөтөлж байна. Дижитал эрин үед цахим орчинд мэдээлэл, харилцааны үйл ажиллагаа явуулахад техникийн ур чадвар, ёс зүйн хэм хэмжээ, хариуцлагатай хэрэглээ зэрэг ойлголтууд онцгой ач холбогдолтой болжээ.

Цахим мэдээлэл, харилцааны хэрэглээ идэвхжиж, олон нийтийн оролцоо нэмэгдэх нь байгууллагуудын үйл ажиллагаанд өргөн боломж нээхийн зэрэгцээ тодорхой эрсдэл, сорилтуудыг ч дагуулдаг. Хэт их мэдээллийн урсгал, баталгаагүй эх сурвалж, ташаа мэдээлэл, хиймэл оюуны технологийн нөлөө зэрэг нь олон нийтийн мэдэх эрхэд сөргөөр нөлөөлж, эргэлзээтэй, төөрөгдүүлсэн, худал ташаа мэдээллээс үүдэлтэй сөрөг үр дагаврыг бий болгож байна. Иймд иргэний нийгмийн байгууллагууд нягтлан шалгасан, баталгаатай мэдээллийг түгээх, мэдээллийн хүртээмжийг нэмэгдүүлэх, зорилтот бүлэгтэйгээ харилцан эргэх холбоо тогтоох, итгэл даасан харилцааны орон зайг бүрдүүлэхэд цахим орчныг ёс зүйтэй, хариуцлагатай ашиглан үлгэрлэн манлайлах шаардлагатай юм.

Нийгмийн итгэлцлийг нэмэгдүүлэх үндэс суурь нь мэдээллийн боловсролтой, ёс зүйтэй хандлага билээ. Энэхүү гарын авлагад цахим орчинд мэдээлэл түгээх, харилцах явцад тулгарч болзошгүй ёс зүйн асуудлуудыг танин мэдэх, тэдгээрийг оновчтой шийдвэрлэх арга замуудыг санал болгосон болно. Мөн байгууллагын хэмжээнд нийтээр дагаж мөрдөх ёс зүйн нийтлэг зарчим, сайн туршлагыг нэгтгэн харуулснаараа ажилтнуудын өдөр тутмын үйл ажиллагаанд шууд хэрэгжихүйц, практик удирдамж болж байна.

Иргэний нийгмийн байгууллагууд энэхүү удирдамжийг өдөр тутмын үйл ажиллагаандаа мөрдөн хэрэгжүүлснээр үнэн зөв, найдвартай, баталгаатай мэдээллээр иргэдийн мэдэх эрхийг хангах, олон нийтийн итгэлийг даах, улмаар иргэний нийгмийн байгууллагын нэр хүнд, нийгмийн итгэлцлийг бэхжүүлэхэд чухал хувь нэмэр оруулах юм.

Г.Гүнжидмаа

ХМЗ-ийн гүйцэтгэх захирал

ИРГЭНИЙ НИЙГМИЙН БАЙГУУЛЛАГАД ЗОРИУЛСАН ЦАХИМ ОРЧИНД МЭДЭЭЛЭЛ ТҮГЭЭХЭД БАРИМТЛАХ ЁС ЗҮЙН ГАРЫН АВЛАГЫН АГУУЛГА

1. Оршил	5
2. Цахим орчин дахь ёс зүйн асуудал ИНБ-д яагаад чухал вэ?	6
3. Цахим харилцааны ёс зүйн суурь зарчим	11
4. Ёс зүйтэй контент бүтээх нь	14
5. Эмзэг сэдвүүдийн талаар нийтлэх нь	18
6. Цахим орчинд олон нийттэй хариуцлагатайгаар харилцах нь	24
7. Хямралын үеийн цахим харилцаа	32
8. Бусдын нууцыг болон цахим аюулгүй байдлаа хамгаалах нь	38
9. Хиймэл оюуныг ёс зүйтэй ашиглах нь	41
10. Ашигласан материалын жагсаалт	43
11. ХАВСРАЛТ 1. Зөвшөөрлийн хуудсын жишээ	44
12. ХАВСРАЛТ 2. Нийтлэлийн бодлогын жишээ	45





ОРШИЛ

Аж үйлдвэржилтийн дараах дижитал эрин гэгдэж буй 21-р зуунд мэдээлэл нь харилцааны хэрэгсэл төдийгүй эд хөрөнгө, эрх мэдэл, улс төр, геополитик зэрэг өргөн хүрээг хамарсан хүчирхэг хэрэгсэл болж байна. Өдөр тутмын амьдралын хэвийн зохион байгуулалтаас эхлээд нийгмийн бодлого, улс төрийн шийдвэрүүд мэдээллийн урсгал, олон нийтийн хандлага, оролцоонд тулгуурлах нь түгээмэл ажиглагдана.

Технологийн асар хурдацтай хөгжлийн үед мэдээлэл түгээх, хүлээн авах боломж үлэмж нэмэгдэж, түүний нөлөө, ач холбогдол урьд өмнөхөөс ч илүү өсөн нэмэгдсэн. Энэ үйл явцад мэдээллийг дамжуулах платформууд, цаашлаад хиймэл оюуны оролцоо нь боломж ба эрсдэлийг зэрэгцүүлж буй. Энэ нь мэдээлэл боловсруулах, түгээх, ашиглах, мэдээлэлд суурилан бусадтай харилцах бүхий л үйл явцад хувь хүн, байгууллагаас мэдлэг, ур чадвар төдийгүй өндөр түвшний хариуцлага, ёс зүйг шаардаж байна. Тодруулбал, нийгмийн харилцаанд бодлого тодорхойлох, шийдвэр гаргах үйл явцад голлох үүрэгтэй институцуудын дунд иргэний нийгмийн байгууллагын мэдээлэл, харилцааны ёс зүйн асуудал онцгойлон тавигдах болжээ.

Энэхүү гарын авлага нь мэдээллийн орчинд тулгамдаж буй түгээмэл асуудлуудыг хөндөж, тэдгээрийг даван туулах зөвлөмж, арга зүйг танилцуулах зорилготой. Үүнд, цахим харилцаанд баримтлах ёс зүйн үндсэн зарчим, мэдээллийг хариуцлагатай хэрэглэх, контентыг ёс зүйтэй бүтээх, эмзэг сэдвийг зөв мэдээлэх, хямрал, эрсдэлийн үед баримтлах харилцааны арга барил, мөн шинэ тутам хэрэглээнд нэвтэрч буй хиймэл оюуны технологийн ёс зүйн асуудлуудыг багтаав.

Мэдээлэл, харилцаа нь энгийн ухагдахуун мэт боловч байгууллагын хувьд олон нийтийн ойлголт, хандлагад нөлөөлөх, байр сууриа төлөвшүүлэхэд чухал ач холбогдолтой. Тиймээс иргэний нийгмийн байгууллагуудад үндсэн үйл ажиллагааныхаа гадуур орхигдуулж үл болох энэ чиглэлд онцгой анхаарал хандуулж, мэдээлэл, харилцааны ёс зүйн соёлыг төлөвшүүлэхэд энэхүү удирдамж бодитой дэмжлэг болно гэж итгэж байна.



1 ЦАХИМ ОРЧИН ДАХЬ ЁС ЗҮЙН АСУУДАЛ ИРГЭНИЙ НИЙГМИЙН БАЙГУУЛЛАГАД ЯАГААД ЧУХАЛ ВЭ?

Хариуцлага, ёс зүйтэй харилцаа хандлага, мэдээлэл солилцоо нь орчин цагийн зайлшгүй эзэмших шаардлагатай гол ур чадваруудын нэг болсон. Хүн ухаан орсон цагаасаа бусадтайгаа хэрхэн харилцахыг сурдагтай адил цахим орчинд ч хэм хэмжээ тогтоосон, ёс зүйтэй, зөв харилцаанд суралцах нь хөгжүүлэх шаардлагатай шинэ ур чадвар юм.

Тэгвэл иргэний нийгмийн байгууллагууд нь нийгмийн хөгжлийн чухал оролцогчийн хувьд мэдээлэл, харилцааны орчинд тэргүүлэх үүрэгтэй. Харин цахим мэдээллийн орчин нь орон зай, цаг хугацааны хязгаарлалтаас ангид, уламжлалт хэрэгслүүдтэй харьцуулахад илүү өргөн хүрээнд, зардал багатайгаар мэдээлэл түгээх боломжийг олгодог. Тиймээс иргэний нийгмийн байгууллагууд өөрсдийн зорилго, үйл ажиллагааг олон нийтэд хүргэх, дэмжигч, хамтрагч талуудтайгаа харилцах, мэдээлэл солилцохын тулд цахим орчныг стратегийн түвшинд ашиглах нь нэн чухал юм.

Мэдээлэл, харилцаа холбооны шинэ технологиуд (компьютер, гар утас, интернэт, и-мэйл г.м) хөгжсөнөөр иргэний нийгмийн байгууллагуудын мэдээлэл, харилцаанд олон талаар ахиц дэвшил авчирсан. Ялангуяа интернэт нь эмзэг, хүртээмжээс алс бүлгүүдэд мэдээлэл, харилцаанд нэвтрэх, оролцох боломжийг нээснээр эдийн засаг, нийгмийн хөгжилд чухал дэмжлэг болж байна.

Түүнчлэн хувийн хэвшлийн байгууллагуудыг бодвол иргэний нийгмийн байгууллага нь олон нийтийн дуу хоолой, ашиг сонирхлыг илэрхийлж, хүний эрх, нийгмийн өөрчлөлтийн асуудлыг үргэлж дэвшүүлдэг. Тиймээс тэдний илэрхийлж буй үзэл санаа, дэвшүүлж буй асуудал нь олон нийтийн итгэл дээр тулгуурладгаараа хамгийн чухал. Тиймдээ ч цахим харилцааны орчинд ёс зүйн алдаа гаргах нь тухайн байгууллага, цаашлаад нийт иргэний нийгмийн байгууллагын үйл ажиллагаанд сөргөөр нөлөөлөх өндөр эрсдэлтэй. Өчүүхэн төдий алдаа ч байгууллагын нэр хүнд болоод олон жилийн хөдөлмөр, зүтгэлийг үгүй хийх эрсдэлтэй.

Иргэний нийгмийн байгууллагын хувьд цахим орчин нь:

- Нэр хүндээ хадгалах, өсгөх,
- Үйл ажиллагааны талаарх мэдээллийг шуурхай түгээх,
- Оролцогч талуудын санал, оролцоог авах,
- Хандив, санхүүгийн эх үүсвэр татах,
- Сайн дурын бүлгийг өргөжүүлэх, хөгжүүлэх,
- Хэрэглэгчдийнхээ хэрэгцээ, зан төлөвийг ойлгох, тодорхойлох,
- Алсаас уян хатан ажиллах боломжийг бүрдүүлэх гэх мэт олон боломжийг олгож байна.

Уламжлалт мэдээллийн орчинтой харьцуулахад, цахим технологийн нөлөөгөөр хүмүүс болон байгууллага хоорондын харилцаа, мэдээлэл түгээх, хамтран ажиллах хэв шинж эрс өөрчлөгдөж байгаа. Facebook, Twitter, Instagram зэрэг платформ нь иргэний нийгмийн



байгууллагын хувьд шинэ хүрээлэл бүрдүүлэх, үзэл санаагаа сурталчлан таниулах, олон улсын түвшинд хүртэл өөрсдийн оролцоог нэмэгдүүлэх хүчирхэг хэрэгсэл болсон. Энэ мэтчилэн олон боломж, давуу талыг цахим технологи бий болгож буй.

Гэвч сайны хажуугаар саар гэгчээр анхаарах ёстой асуудлууд ч урган гарсаар байна. Судалгаагаар иргэний нийгмийн байгууллагууд цахим орчныг ихэвчлэн мэдээлэл түгээх нэг чиглэлт байдлаар ашиглаж, хоёр талын харилцаа, оролцооны боломжийг бүрэн ашиглахгүй байгааг тэмдэглэжээ. Мөн зарим байгууллага хэрэглэгчдийн форум, санал асуулга, блог зэрэг харилцааг эхлүүлэх өөрсдийн сувгийг хөгжүүлэхээс илүүтэйгээр бусдын эхлүүлсэн хэлэлцүүлэгт олон нийтийн сүлжээгээр дамжин оролцож байгаа нь хоёр урсгалт харилцаа хөгжүүлж, итгэлцлийг бий болгоход хангалтгүй байгааг ч дурдсан байна.

Эдгээр нөхцөлөөс харвал цахим орчин дахь ёс зүй нь зөвхөн харилцааны чанарыг тодорхойлоод зогсохгүй, байгууллагын итгэлцэл, нэр хүнд, урт хугацааны тогтвортой байдлыг хангах үндсэн хүчин зүйл болж байгаа юм. Цахим харилцааны ёс зүйг баримталснаар:

1. Итгэлцэл ба нэр хүнд бий болгох

Тухайлбал, Edelman Trust Barometer судалгаагаар аливаа байгууллагын нэр хүнд нь итгэлцлээс шууд хамаардаг болохыг онцолсон. Хэрэв олон нийт тэдний үйл ажиллагаа, үнэт зүйлд итгэл үнэмшилгүй байвал тухайн байгууллага амжилттай гэж дүгнэх боломжгүй. Тиймээс цахим харилцаанд ёс зүйг баримтлах нь нэр хүнд, харилцааны чанар, харилцагч талуудын итгэлцлийг нэмэгдүүлдэг болохыг (The Digital NGO: Some Ethical Insights) тэмдэглэжээ.

2. Аюулгүй, эерэг цахим орчныг бүрдүүлэх

Цахимаар харилцахад хэрэглэгчийн хувийн мэдээллийг цуглуулах, хадгалах, ашиглах зэрэг олон үйл явц, шат дамжлага бий. Харин эдгээрийг алдах, зөвшөөрөлгүй олж авах гэхчлэн олон асуудал тулгардаг. Тиймээс ил тод, ойлгомжтой нууцлалын бодлого хэрэгжүүлэх нь цахим харилцааны ёс зүйн томоохон бүрдэл хэсэг гэж хэлж болно. Мөн цахим орчинд эмзэг бүлэг буюу хүүхэд, аливаа эрсдэлд орсон бүлгийн төлөөлөл зэрэг олон янзын оролцогч бий. Тэдний мэдээлэл харилцааны үйл явц дахь айдас, дарамтгүй, аюулгүй, дэмжлэгтэй орчин, нөхцөлийг бүрдүүлэх чухал бөгөөд үүнийг бий болгоход харилцааны ёс зүйг эрхэмлэсэн удирдамж онцгой шаардлагатай.

3. Хуурамч мэдээлэл, буруу ташаа контентыг саармагжуулах

Орчин цагийн мэдээлэл, харилцааны тулгамдсан асуудлын нэг нь хуурамч мэдээлэл гэдэгтэй маргах хүн үгүй. Хэт их мэдээлэл, зарим тохиолдолд санаатайгаар мэдээллийн орчныг хэт их мэдээллээр цутгах болсноор үнэн бодит, хэрэгцээтэй мэдээлэл хэрэглэгчид хүрэх байдал саарах нэг хэлбэр болсон. Энэ үед аливаа байгууллага, үйл ажиллагаа нь цахим орчинд өөрийн гэсэн тогтмол мэдээллийн сувагтай, түүгээр дамжуулж мэдээлэл хүргэх зорилтот бүлэгтэйгээ хэдийнэ холбоо тогтоосон, шаардлагатай тохиолдолд түргэн, шуурхай хариу өгч чаддаг байх нь чухал ач холбогдолтой. Түүнчлэн байгууллага,



үйл ажиллагаатай холбоотой хуурамч мэдээлэл тархсан тохиолдолд энэ нь итгэлцлийг бууруулах гол сурвалж болдог тул үүнд хариу үзүүлэх агуулга болон сувгийг ямагт бэлэн байлгаж, ёс зүйтэй, хариуцлагатай харилцааг авч явах шаардлагатай.

4. Хариуцлага, ил тод байдлыг нэмэгдүүлэх

Цахим харилцаанд ёс зүйг баримтлах нь ил тод байдал болон эгэх хариуцлагыг сайжруулдаг. Ингэснээр олон нийтийн итгэлийг нэмэгдүүлэх боломжтой. Мөн ил тод байдал нь зөвхөн мэдээллийг олон нийтэд хүргэх тухай асуудал биш, цаашлаад байгууллагын үйл ажиллагааг нээлттэй, хариуцлагатай, ёс зүйтэйгээр авч явах үйл явц гэж үздэг.

5. Илүү найдвартай, хариуцлагатай цахим хамтын хүрээлэл бий болгох боломж

Цахим орчин бол үнэт зүйлээрээ холбогдсон үнэнч хүрээллийг бий болгох, цаашлаад тэдэнтэй мэдээлэл солилцоод зогсохгүй, үйлдэлд уриалах ч боломжтой талбар. Ийм үнэнч, бат бөх холбоо тогтооход хариуцлагатай, ил тод байх, хамтрагчидтайгаа ямагт харилцаагаа сайжруулдаг байх шаардлагатай. Үүнд цахим орчны ёс зүй, хариуцлагатай байдал нь итгэл төрүүлж, тогтвортой, үнэнч хамтын хүрээлэл бий болгох гол суурь болдог.

Иргэний нийгмийн байгууллагууд цахим орчинд бодлого чиглэлтэй үйл ажиллагаагаа удирдан хоёр талын харилцаа, оролцоог ухаалгаар ашиглахгүйгээр зөвхөн мэдээлэл түгээх нэг чиглэлт хэрэглээнд хязгаарлагдах нь бий. Ингэснээр өөрсдийн нийгмийн зорилго, үнэт зүйлсээ бүрэн хэрэгжүүлж чадахгүй. Харин цахим харилцааны ёс зүйн зарчимд тулгуурласан, идэвхтэй оролцоог дэмжсэн менежмент нь иргэний нийгмийн байгууллагын ирээдүйн амжилт, олон нийтийн итгэлцлийн баталгаа байх болно.

ЦАХИМ ХАРИЛЦААНЫ ГОЛ СУВГУУД

1. Вэбсайт

Вэбсайт нь аливаа байгууллагын цахим харилцааны гол суурь бөгөөд байгууллагын талаар албан ёсны мэдээ, мэдээлэл түгээх, хандив татах, сайн дурынхныг элсүүлэх үндсэн орон зай болдог. Үр ашигтай вэбсайт нь гар утаснаас хялбар ашиглах боломжтой (mobile-responsive), байгууллагын эрхэм зорилгыг тодорхой илэрхийлсэн, мөн хайлтын системийн оновчлол (SEO)-ыг хангаж, байгууллагын онлайн орчинд үзэгдэх байдлыг нэмэгдүүлсэн байх шаардлагатай.

2. Олон нийтийн сүлжээ

Facebook, Instagram, LinkedIn, X (хуучнаар Twitter) зэрэг олон нийтийн идэвхтэй сүлжээний платформ нь иргэний нийгмийн байгууллагуудын хувьд брэндийн танигдсан байдлыг бий болгох, харилцагч, хэрэглэгчид, олон нийттэй харилцах гол гүүр юм. Эдгээр сувгаар дамжуулан бодит түүх, видео контент, шууд дамжуулалт хийснээр олон нийтийг сэдэлжүүлэх, сэтгэл хөдлөлөөр холбогдох, үйл ажиллагаа, үйлдэлд уриалах боломж нэмэгдэнэ.



3. И-мэйл маркетинг

И-мэйл нь дэмжигчид болон хамтрагч талуудтай шууд, хувийн түвшний харилцаа тогтоох хүчирхэг хэрэгсэл хэвээр байна. И-мэйл харилцааг ашиглан хандивын уриалга явуулах, шинэ мэдээлэл хуваалцах, хандивлагч болон сайн дурынхантай урт хугацааны харилцаа бий болгох боломжтой. Түүнчлэн сүүлийн жилүүдэд и-мэйл товхимол бэлтгэдэг иргэний нийгмийн байгууллагуудын тоо олширсон. Долоо хоног, сар тутмын товхимлоор дамжуулан байгууллагын үйл ажиллагаа, шинэ содон мэдээллийг баталгаатай, эмх цэгцтэйгээр хүргэх боломж болж буй.

4. Интерактив хэрэгслүүд

Орчин үеийн цахим харилцаанд интерактив хэрэгслүүд чухал байр суурь эзлэх болсон. Жишээ нь, чатбот нь хэрэглэгчдэд түргэн шуурхай тусламж үзүүлэх, түгээмэл ирдэг асуултад хариулах, хандивын үйл явцад чиглүүлэх боломжтой.

5. Өгөгдлийн шинжилгээ

Өгөгдөлд суурилсан харилцаа нь стратегийн менежментийн салшгүй хэсэг болжээ. Google Analytics зэрэг хэрэгсэл нь хэрэглэгчдийн зан төлөвийг хянах, кампанит ажлын үр дүнг хэмжих, дүн шинжилгээнд тулгуурласан шийдвэр гаргахад тусалдаг. Тухайлбал, вэб ашиглагчдын хэдэн хувь нь хаанаас хандаж байна, хэдийд идэвхтэй байна гэхчлэн хэрэглэгчдийн талаар болон вэб хуудасны үр ашгийн талаар дүгнэлт гаргахад тусалдаг.

ОЛОН НИЙТИЙН СҮЛЖЭЭ

Цахим орчны хамгийн гол онцлог нь эргэх холбоотой, цаг хугацаа, орон зайн хязгаар үгүй байдал билээ. Үүнд орчин цагийн олон нийтийн сүлжээ платформууд хамгийн гол үр нөлөөг үзүүлж, харилцааны шинэ төрөл болон хөгжиж байна. Тэр дундаа олон нийтийн мэдээлэл хуваалцах, үзэл бодлоо илэрхийлэх, өөр хоорондоо харилцах хэв маягт эрс өөрчлөлт авчраад байна. Уламжлалт харилцаанаас ялгаатай нь олон нийтийн сүлжээ нь (1) интернэтэд суурилсан (2) хурдтай бөгөөд орон зай, цаг хугацааны хязгаарлалтгүй (3) дэлхий даяарх хэрэглэгчдийг холбосон идэвхтэй харилцааны орон зайд явагддаг.

Олон нийтийн сүлжээний түгээмэл платформууд:

1. Facebook
2. Youtube
3. Twitter (X)
4. LinkedIn
5. Instagram
6. Pinterest зэргээр энэ жагсаалт үргэлжилнэ. Сүүлийн үед олон нийтийн сүлжээ компаниудын үйл ажиллагааны онцлог, ашиг сонирхол, тэр ч бүү хэл эзэмшигчдийн улс төр, нийгмийн байр сууриас шалтгаалан платформууд шинээр мэндлэх, хэрэглэгчид аппликейшн хооронд шилжих үзэгдэл түгээмэл болсон. Тиймээс энэ чиг хандлагыг идэвхтэй анзаарах нь чухал.



Олон нийтийн сүлжээний орчинд амжилттай ажиллахад:

- Чанартай, сонирхолтой, үнэн бодит, эх сурвалжтай контент нийтлэх
- Хэрэглэгчидтэй эргэх холбоо тогтоож, итгэлцэл бий болгох
- Аливаа контент нийтлэхдээ зорилгоо зөв тодорхойлох
- Сэтгэл хөдөлгөсөн, бусдад урам зориг өгсөн агуулга бүтээхийг эрмэлзэх хэрэгтэй.

Үүний зэрэгцээ олон нийтийн сүлжээнд уламжлалт харилцаа, ёс зүйн дүрмүүд ижил мөрдөгддөг. Цахим орчинд нийтэлсэн ямар ч зүйл “хувийн” байдаггүй бөгөөд үргэлж ул мөр үлддэгийг санах хэрэгтэй. Өөрийн нэр, эсвэл байгууллагын нэрийн өмнөөс нийтэлж буй бүх зүйл байгууллагын тань байр суурь, илэрхийлэл болдог гэдгийг мартаж болохгүй.

Олон нийтийн сүлжээ ба иргэний нийгмийн байгууллагын хэрэглээ:

Иргэний нийгмийн байгууллагын үйл ажиллагаанд олон нийтийн сүлжээг дэмжих хэрэгслийн хүрээнд ашиглах боломжтой. Хязгаарлагдмал нөөцтэй байгууллагуудын хувьд мэдээллийг илүү өргөн хүрээнд түгээх, технологи ашиглан шинэлэг байдлаар иргэдтэй холбогдох, тэдний өдөр тутмын амьдрал, орон нутагтай холбоотой чухал асуудлаар мэдээлэл түгээхэд олон нийтийн сүлжээ үлэмж тустай.

Байгууллагын хувьд олон нийтийн сүлжээ сувгуудаас ямар хэрэгсэл ашиглахаа шийдэхээс урьтаад тухайн хэрэгсэл нь зорилгодоо хүрэх, зорилтот хэрэглэгчдээ хүрэхэд оновчтой юу гэдгийг зөв тодорхойлох нь чухал.

Давуу талууд:

- Нүүр тулж уулзах боломжгүй хүмүүстэй холбоо, харилцаа тогтоох
- Бүх хүнтэй биеэр уулзах цаг хугацаа, орон зайн боломжгүй үед ялангуяа олон улсад танигдах, харилцаа холбоо тогтоох
- Өөрсдийн үйл ажиллагаа, үүх түүхийг бусдын үг, ойлголт, хандлагаар биш өөрсдөө түгээх
- Үйл ажиллагаа, санал, санаачилгаа илүү үр дүнтэй, үр нөлөөтэй зохион байгуулах

Сул талууд:

- Олон нийтийн сүлжээ төдийгүй цахим мэдээллийн орчинд үйл ажиллагаа явуулахад ч зардал гарна гэдгийг тооцох нь зөв. Энэ бол хэн нэгэн цаг хугацаа, хөдөлмөрөө зориулах орон зай.
- Сонирхолтой, тогтмол контент бүтээхэд байгууллага, хамт олны цаг хугацаа, идэвх зүтгэл шаардлагатай.
- Сайн ажиллаж чадвал олон хүлээн авагчаас асуулт, хариулт, санал сэтгэгдэл ирнэ. Тэр бүхэнд эргэх холбоотой ажиллах нь ачаалал болж мэднэ.

Харилцаа, холбоог амжилттай удирдаж, авч явахад сайн төлөвлөгөө хэрэгтэй. Олон нийтийн сүлжээнд амжилттай ажиллахад стратеги нэн чухал. Facebook эсвэл X (Twitter)-т ороод юу ч хамаагүй нийтлэхээс өмнө үйл ажиллагааны үр дүнгээ хэрхэн хэмжих, ижил төстэй байгууллагууд яаж ашиглаж байна, контентын ямар төлөвлөгөөтэй зэргээ бодож үзээрэй. Зоргоороо, мэдрэмжээрээ хөтөлж болох ч дараа нь бодоход цаг алдсан байх вий. Тиймээс дахин сануулахад стратеги чухал!



2 ЦАХИМ ХАРИЛЦААНЫ ЁС ЗҮЙН СУУРЬ ЗАРЧИМ

Цахим харилцаа нь орчин үеийн амьдралын салшгүй хэсэг болж, хувь хүн болон байгууллага хоорондын мэдээлэл солилцоо, нийгмийн хэлэлцүүлэг, шийдвэр гаргалтад томоохон нөлөө үзүүлж байна. Энэхүү өргөн хэрэглээ нь харилцааг хөнгөвчилж, үр ашигтай болгохын зэрэгцээ хувийн мэдээллийн нууцлал, аюулгүй байдал, цахим орчны хариуцлага зэрэг ёс зүйн нарийн асуудал хөндөж байгааг олон улсын судалгаанууд онцолжээ.

Түүнчлэн иргэний нийгмийн байгууллагуудын хувьд олон нийтийн санаа бодол, шийдвэр гаргах үйл явц, нийгмийн хэлэлцүүлэгт өгүүлэмж бүтээхэд цахим орчин дахь мэдээлэл, харилцаа нь онцгой үр нөлөөтэй. Тиймээс хувь хүн, байгууллагын хувьд үүсэж болох нөлөөллийг тооцож ёс зүйн дүрэм баримтлах нь чухал.

Цахим харилцааны ёс зүйн суурь зарчим:

1. Үнэнийг эрхэмлэх

Цахим орчинд түгээж буй бүх мэдээлэл бодит, үнэн зөв байхыг хангах нь зайлшгүй. Хуурамч болон төөрөгдүүлсэн мэдээлэл нь олон нийтийн итгэлийг алдагдуулж, байгууллагын хүргэх мессэж, явуулж байгаа үйл ажиллагааны үнэ цэнийг сулруулдаг.

2. Ил тод байх

Цахим орчинд байгууллага өөрийн зорилго, холбоо, ашиг сонирхлын зөрчил, үзэл баримтлалыг нээлттэй илэрхийлснээр итгэлцлийг нэмэгдүүлнэ. Ил тод байдлыг хангах нь байгууллагын нийгмийн хариуцлагын баталгаа болж, донор төдийгүй олон нийтийн итгэлийг бэхжүүлдэг.

3. Кибер дээрэлхэлтийг үл тэвчих

Цахим дарамт, доромжлол, дээрэлхэл зэрэг бусдад хохирол учруулах аливаа үйлдлийг үл тэвчих нь ёс зүйн чухал шаардлага. Байгууллагууд цахим хэлэлцүүлэгт оролцохдоо эерэг, бүтээлч орчныг бүрдүүлж, эрүүл мэтгэлцээнийг дэмжих ёстой.

4. Оролцоог дэмжих

Цахим орчинд оролцогч тал бүрийн дуу хоолойг тэгш сонсож, ялгаатай байдал, үзэл бодол, туршлагыг хүндэтгэн үзэх нь ёс зүйн зарчим юм. Энэ нь цахим харилцааны хүртээмжийг өргөжүүлж, олон нийтийн оролцоог идэвхжүүлнэ.

5. Зохиогчийн эрх, оюуны өмчийг хүндэтгэх

Цахим орчинд контент ашиглах, түгээхдээ зохиогчийн эрхийг чанд мөрдөх, эх сурвалжийг тодорхой дурдах нь ёс зүйн суурь зарчим. Бусдын бүтээлийг зөвшөөрөлгүй ашиглах нь зөвхөн хууль зөрчихөөс гадна байгууллагын итгэлцэл, нэр хүндийг алдагдуулна.



6. Өгөгдлийн аюулгүй байдлыг хамгаалах

Эмзэг өгөгдөл болон мэдээллийг зөвшөөрөлгүй түгээх, буруу ашиглалтаас хамгаалах нь байгууллагын ёс зүйн хариуцлага. Үүнд өгөгдөл хамгаалалтын шилдэг туршлагыг дотооддоо (нууцлалын тохиргоо, хоёр шатлалтай нэвтрэлт, тогтмол аудит) нэвтрүүлэх нь чухал.

7. Хувь хүний нууцыг хүндэтгэх

Хувийн мэдээлэл түгээхээс өмнө заавал зөвшөөрөл авах, хувь хүний нууцыг эрхэмлэх нь цахим харилцаан дахь ёс зүйн гол үндэс. Хувь хүний мэдээллийг зөвшөөрөлгүй ашиглах нь хүний эрхийг зөрчиж, байгууллагын нэр хүнд, итгэлцэлд сөргөөр нөлөөлдөг.

8. Цахим мөрөө ухамсарлах

Цахим орчинд хийсэн үйлдэл бүр урт хугацааны ул мөр үлдээдэг. Байгууллагууд цахим үйлдэл, нийтэлсэн контент, сэтгэгдэл бүрийн ирээдүйд үзүүлэх нөлөөг ухамсарлаж, өөрийн болон байгууллагын цахим нэр хүндэд эерэг нөлөө үзүүлэхүйц харилцаа явуулах ёстой.

9. Ёс зүйтэй сурталчилгаа хийх

Цахим орчинд явуулж буй маркетинг, сурталчилгааны бүхий л үйл ажиллагаа ил тод, үнэн зөв, хэрэглэгчийн эрх, сонголтыг хүндэтгэсэн байх шаардлагатай. Зорилтот хэрэглэгч, харилцагч, хандивлагчдаа төөрөгдүүлэх, хэт сурталчлах арга барил нь ёс зүйн зөрчил бөгөөд байгууллагын нэр хүндэд ноцтой эрсдэл учруулдаг.

Ёс зүйн зарчмыг хэрэглээнд нэвтрүүлэхэд туслах зарим зөвлөмж:

Иргэний нийгмийн байгууллагууд цахим харилцаанд ёс зүйн зарчмыг хэрэгжүүлснээр олон нийтийн итгэлцлийг нэмэгдүүлж, өөрсдийн үйл ажиллагааны нөлөөллийг өргөжүүлэх боломжтой. Үүний тулд дараах зөвлөмжийг санал болгож байна.

1. Үнэнийг эрхэмлэх, бодит мэдээлэл түгээх

- Албан ёсны эх сурвалжид тулгуурлаж, шалгаж баталгаажуулсан мэдээллийг л олон нийтэд түгээх.
- Худал мэдээлэл илэрсэн тохиолдолд шууд няцааж, хариу өгөх. Мөн нийтэлсэн мэдээ, мэдээлэлд засвар хийсэн бол тэр тухайгаа ил тодоор илэрхийлэх.
- Цахим кампанит ажил, мэдэгдэл бүрийн өмнө “fact-checking” буюу баримтыг нягтлахыг хэвшил болгох.

2. Ил тод байдлыг системтэй хэрэгжүүлэх

- Жил бүрийн үйл ажиллагааны болон санхүүгийн тайланг байгууллагын вэбсайт, олон нийтийн сүлжээ сувгуудаар тогтмол нийтэлж, олон нийтэд ойлгомжтой хэлээр хүргэх.
- Хандивын зарцуулалтын ил тод байдлыг хангах цахим хуудас дахь булан



хөгжүүлэх.

- Ил тод байдлын бодлого боловсруулж, бүх гишүүн, ажилтанд танилцуулах. Энэ нь өргөн хүрээтэй, зузаан бичиг баримт гэхээс илүүтэй цөөн, товч, тодорхой гол алхмуудыг тусгасан байхад болно.

3. Цахим харилцаанд хүндэтгэл, хүртээмжийг дэмжих

- Олон нийтийн сүлжээгээр хэлэлцүүлэгт оролцохдоо доромжлол, ялгаварлан гадуурхалтыг үл зөвшөөрөх дүрмийг мөрдөх.
- Хөдөө орон нутгийн болон хүртээмжээс алс бүлгийн иргэдийг цахим хэлэлцүүлэгт татан оролцуулах аргуудыг хөгжүүлэх.
- Олон талын үзэл бодлыг харилцан хүндэтгэх соёлыг баг хамт олон, гишүүддээ сургалт хэлбэрээр түгээх.

4. Өгөгдөл хамгаалалтын дотоод бодлого боловсруулах

- Иргэдийн хувийн мэдээллийг цуглуулахдаа заавал зөвшөөрөл авах маягт ашиглах.
- Цуглуулсан өгөгдлийг нууцлалын өндөр түвшинд хадгалах, зөвшөөрөлгүй гуравдагч этгээдэд дамжуулахгүй байх.
- Байгууллагын дотоодод өгөгдөл хамгаалах, өгөгдөлтэй харилцах журам бий болгох.

5. Цахим мөрөө удирдах, байгууллагын нэр хүндийг хамгаалах

- Байгууллагын нэрийн өмнөөс гарч буй бүх цахим контентыг олон нийтийн хүлээн авах байдал, урт хугацааны нэр хүндийн нөлөөллөөр нь урьдчилан дүгнэж байх.
- Сөрөг агуулга түгсэн тохиолдолд мэргэжлийн түвшинд хариу өгч, асуудлыг ил тод, хариуцлагатайгаар шийдвэрлэх.
- Ажилтан, гишүүдийн хувийн цахим үйлдэл байгууллагын нэр хүндэд нөлөөлөх эрсдэлтэйг тайлбарлаж, олон нийтийн сүлжээний хэрэглээний бодлого нэвтрүүлэх.

6. Ёс зүйтэй сурталчилгаа, маркетинг хийх

- Сурталчилгааны агуулгыг хэтрүүлэлгүй, үнэн зөв, хэрэглэгчийн эрхийг хүндэтгэсэн байдлаар түгээх.
- Хандив татах кампанит ажлыг ил тод, бодит тоон мэдээлэл дээр тулгуурлан зохион байгуулах.



3 ЁС ЗҮЙТЭЙ КОНТЕНТ БҮТЭЭХ НЬ

Эргэх холбоотой харилцаа хөгжүүлэхэд олон нийтийн сүлжээ хуудсаар дамжуулан контент бүтээх, яриа хэлэлцүүлэг өрнүүлэх нь байгууллагын үйл ажиллагааны салшгүй хэсэг болсон. Тэгвэл энэ үйл явцад буюу цахим орчинд контент бүтээхэд юуг анхаарах вэ гэдгийг дор авч үзье.

1. Ямар үр дүнд хүрэхийг зорьж байна вэ?

Таны зорилго юу вэ? Байгууллагынхаа ерөнхий зорилго, хэрэгцээг харгалзаж тэдгээрт олон нийтийн сүлжээ ба контент нь хэрхэн нэмэр болох вэ гэдгийг эргэцүүлж үзээрэй. Зорилгын дагуу зорилтуудаа тодорхойлж, стратегия гаргаснаар багийнхаа бүх гишүүнд тайлбарлаж, нэгдмэл ойлголтод хүрэх хэрэгтэй. Ингэснээр зорилгодоо хүрэхийн тулд байгууллагын жижиг алхмууд, гаргаж буй шийдвэрүүд бүгд уялдаатай болох юм.

Жишээ нь: Брэндийн анхаарал татах байдлыг нэмэгдүүлэх, шинэ дэмжигчдийн бүлэг бий болгох, санхүүжилт нэмэгдүүлэх, үнэнч хэрэглэгчидтэйгээ байнгын холбоо тогтоох гэхчлэн аль нь эн тэргүүний зорилго вэ гэдгийг харгалзан үзнэ.

2. Зорилтот хүлээн авагчид тань хэн бэ?

Зорилгоо тодорхой болсны дараа хэнд хүрэхийг зорьж байна, хэнийг, хэрэглэгчдийн ямар бүлгийг татахыг зорьж байна вэ гэдгээ тодорхойлно.

Тухайлбал, байгууллагынхаа брэнд үзэл санааг таниулах, шинэ хүмүүс татах гэж байгаа бол тэр хүмүүс ямар дүр төрх, хэв шинжтэй вэ, тэдний сонирхлыг юу татдаг вэ, тэд аль платформ дээр, ямар байдлаар харилцдаг вэ гэдгийг судлах хэрэгтэй. Магадгүй тухайн бүлгийг татаж чадсан олны танилууд, сошиал нөлөөлөгчид байвал, тэдэнтэй холбоо тогтоож, дагагчдаасаа танай үйл ажиллагааг сурталчилж өгөхийг хүсэж болно. Итгэл даасан нөлөөлөгчдийн хувьд дагагчдын бүлэг нь маш үнэнч бөгөөд өргөн хүрээг хамарч чаддаг.

Хэрэв танай байгууллагын цахим харилцааны сувгууд хэдийнэ үнэнч дагагчидтай, хүлээн авагч бүлэгтэй, гэхдээ илүү итгэлцэл төрүүлэх, эсвэл тодорхой асуудлаар анхаарлыг нь татах шаардлагатай бол тэдний сонирхол, анхаарлыг татах контент төлөвлөлт гаргах хэрэгтэй. Мөн үлдээсэн сэтгэгдэл, асуултад нь идэвхтэй, ойлгомжтой, тодорхой хариулт өгөөрэй.

Бизнес маркетингтай яг адилаар та “худалдан авагчийн дүр төрх” буюу “зорилтот бүлгийн дүрийг” тодорхойлж бас болно. Зорилтот хүлээн авагчаа тодорхойлоод тэдний нас, мэргэжил, орлого, сонирхол, тулгардаг асуудал, зуршил, дуртай, дургүй зүйл, юу зорьдог, үнэт зүйл нь юу зэргийг нэгтгэн төсөөллийн дүр төрх бий болгоорой. Ингэвэл хүлээн авагчаа олох, тэдэнд агуулгаа зөв чиглүүлэхэд илүү хялбар болно.



3. Аль платформыг ашиглах вэ?

Зорилтот хүлээн авагчаа тодорхойлсны дараа аль платформыг, яаж ашиглавал илүү үр дүнтэй вэ гэдэг тодорхой болж эхэлнэ. Цахим орчин дахь бүх талбар танай зорилгод нийцнэ гэж үгүй. Платформ бүрийн хэрэглэгчдийн зан төлөв, ашигладаг шалтгаан, нас, хүйс гэхчлэн ялгаатай байдаг. Тиймээс тэдний оруулдаг постууд, хуваалцдаг мэдээллүүд, хэзээ, хэрхэн хандаж байна гэдгийг судлаарай.

4. Ямар хэв маяг баримтлах вэ?

Олон нийтийн сүлжээнд тогтмол байдал маш чухал. Бид дээр “зорилтот бүлгийн дүр”-ээ тодорхойлох тухай ярьсан. Тэгвэл тэрхүү дүртэй харилцах дуу хоолой, өнгө, хэв маяг ямар байвал зохистой вэ гэдгийг тодорхойлж, цахим орчинд харилцахдаа түүнийгээ баримтална гэсэн үг. Жишээ нь, мэдээлсэн, товч, тодорхой эсвэл нухацтай, хөгжилтэй гэхчлэн ямар дүр байхаас шалтгаалж контентын хэв маяг, бичгийн хэлний өнгө аяс ч тодорхойлогдоно. Үүнийгээ тогтмол хадгалж байх шаардлагатай. Харин анхаарах нэг зүйл бол таны сонгосон уг хэв маяг нь бодит байдал дээрх танай байгууллага, эсвэл вэб хуудас, реклам сурталчилгааны материалаас эрс өөр байж болохгүй.

5. Үйл явцаа хэрхэн хэмжиж, үнэлэх вэ?

Олон нийтийн сүлжээн дэх мэдээлэл, харилцааны стратеги, үйл явцаа хянаж, үнэлэлт дүгнэлт өгч байх хэрэгтэй. Платформуудад байдаг анализ мэдээллийг ашигласнаар хүлээн авагчид ямар төрлийн пост, контентод илүү хариу үзүүлж байна, алинд нь дуртай, дургүй байна вэ, яагаад гэсэн асуултад хариулт олох боломжтой.

Мөн үр дүнгээ ямар үзүүлэлтээр хэмжих вэ гэдгийг анхны зорилготойгоо уялдуулан бодох хэрэгтэй. Зөвхөн дагагч нэмэхийг чухалчилсан уу, эсвэл илүү чанартай, эргэх холбоотой харилцаа үүсгэхийг зорьсон уу, санхүүжилт, хандив нэмэгдүүлэх нь чухал байна уу гэдгээс шалтгаалж дагагч, үзэгчийн тоонд хэр зэрэг ач холбогдол өгөх вэ гэдгийг харгалзана.

Эндээс дүгнэвэл:

- А. Төлөвлөлт
- Б. Хяналт
- В. Анализ хийх нь өөр хоорондоо салшгүй холбоотой.

Эдгээр ажил нь хүнээс янз бүрийн ур чадвар шаардах тул багаараа хувааж авах уу, эсвэл эдгээрийг бүрэн хариуцах нэг менежертэй байх уу гэдгээ байгууллага дотроо ярилцаж болно. Жишээ нь, контентын эх бичвэр гаргах, дизайн хийх, хүлээн авагчидтай харилцах, анализ хийх гэхчлэн янз бүрийн ажил бий. Багаа ямар ч байдлаар зохион байгуулсан болно, гол нь зохион байгуулалт, хариуцах эзэн нь маш тодорхой байх ёстой. Мөн ажил зохион байгуулах технологийн хялбар хэрэглүүрүүдийг ашиглавал илүү үр дүнтэй. Жишээ нь, олон хаягаа зэрэг хянах Hootsuite, ажил зохион байгуулалтын Basecamp, контент хөгжүүлэлтийн Canva, CapCut гэхчлэн эрэл хайгуул хийгээд үзэхэд илүүдэхгүй.



ЦАХИМ МЭДЭЭЛЭЛ, ХАРИЛЦААНЫ НИЙТЛЭЛИЙН БОДЛОГО ХЭРХЭН БОЛОВСРУУЛАХ ВЭ?

Ашгийн төлөө бус байгууллагын цахим мэдээлэл, харилцааны нийтлэлийн бодлого нь ямар төрлийн контентоор зорилгодоо хүрэх, багийн гишүүд ямар дүрэм, журам баримталж харилцах вэ зэргийг тусгасан байдаг. Өмнө дурдсанчлан биеэ хэрхэн авч явах, хэл найруулга, өнгө аяс, дүр төрх гээд анхаарах олон асуудал бий. Нийтлэлийн бодлого, баримт бичиг нь практикт хэрэглэгдэхүйц, тодорхой зөвлөмжтэй байх хэрэгтэй. Байгууллагын дотоод “бичигдээгүй дүрэм” гэгддэг зүйлсээ орхиод хүн бүр, хэзээд ашиглаж болохуйц бичиг, баримт боловсруулах шаардлагатай. Ялангуяа шинэ ажилтны гарын авлага байдаг бол түүндээ ч бас нэмэлтээр тусгах нь зөв. Мөн байгууллагын хаягаар нэвтрэхгүй юм чинь гэж багийн зарим гишүүнээ орхигдуулж болохгүй. Танай бодлого, арга барилын талаар байгууллагын хүн бүр мэдлэг, ойлголттой байх учиртай. Түүнчлэн хувийн хаягаар бичиж, нийтэлж байгаа зүйлс ч байгууллагын байр суурьд нөлөөлөх тохиолдлууд байдаг. Гэхдээ бусдын юу хэлж болох, болохгүйг заах биш харин яагаад ийм бодлого шаардлагатай байгаа, ямар зорилготой вэ гэдгийг хамт олноороо ярилцаж, хэлэлцэх нь зүй. Ингэснээр хүн бүр үр нөлөөг нь ойлгож, бодитоор хэрэгжүүлэх боломж бүрдэх юм.

Танай бодлого, арга барилын талаар байгууллагын хүн бүр мэдлэг, ойлголттой байх учиртай. Түүнчлэн хувийн хаягаар бичиж, нийтэлж байгаа зүйлс ч байгууллагын байр суурьд нөлөөлөх тохиолдлууд байдаг. Гэхдээ бусдын юу хэлж болох, болохгүйг заах биш харин яагаад ийм бодлого шаардлагатай байгаа, ямар зорилготой вэ гэдгийг хамт олноороо ярилцаж, хэлэлцэх нь зүй. Ингэснээр хүн бүр үр нөлөөг нь ойлгож, бодитоор хэрэгжүүлэх боломж бүрдэх юм.

Нийтлэлийн бодлогод юу багтах вэ?

Байгууллагын цахим мэдээлэл, харилцааны нийтлэлийн бодлогод дараах 5 зүйл багтсан байх ёстой.

1. Нууц үг ба хаяг хөтлөлт

Байгууллага, хувь хүний хаягийн аюулгүй байдал юу юунаас илүү хамгаалагдах ёстой. Тэр дундаа нууц үгээ аюулгүй хадгалах, ил бичиж, тэмдэглэхгүй, өөр хоорондоо чатаар хуваалцахгүй байхад анхаарах хэрэгтэй. Мөн байгууллагын цахим хуудас, хаяг руу хэн, ямар хүрээнд нэвтрэх, хэзээ зэргийг зохицуулсан хөтөч байх нь тустай.

2. Олон нийтийн сүлжээн дэх хаягуудын зориулалтыг тодорхойлох

Аль платформыг ашиглах, тэдгээр нь ямар хүлээн авагчид чиглэсэн, юу илэрхийлэх ёстой вэ гэсэн зорилгоо уг бодлогын цөм болгоно. Мөн аливаа контент, бичвэрийг хэн нийтлэх вэ, түүнийг хэн нэгэн хянаж зөвшөөрөл өгөх үү, эсвэл багийн гишүүн бүр өөрийн ажил, үүргийн хүрээнд хэзээд пост хийх эрхтэй гэхчлэн ажлын үйл явц, үе шатыг журамлах нь зүйтэй.

Түүнчлэн энэ хэсэгт пост, контентын ерөнхий дүр төрх, зураглалын форматыг тодотгож



болно. Ямар тохиолдолд зураг ашиглах вэ, гарчиг үргэлж байх ёстой юу, эх бичвэр ямар хэв загвартай байх гэхчлэн постын жишиг формат гаргаж авбал цаашдын үйл ажиллагаа илүү хялбар болох юм.

3. Өгүүлэх хэв маяг, дүр төрх, дуу хоолойгоо дүрсэлнэ

Дээр дурдсанчлан, байгууллага олон нийттэй харилцахдаа ямар дүр, дуу хоолойтой байх вэ гэдэг чухал. Үүнийг нийтлэлийн бодлогодоо тусгаж, бичвэрийн хэл найруулга, ашиглах үгс, ашиглаж болохгүй үгс, ямар хандлагатай байх вэ зэргийг багтаах нь амжилтын үндэс болно. Энд тодорхойлсон төрх, хоолойгоо цахим орчин дахь бүх платформд хадгалж, тогтмол баримтлах ёстой.

Олон нийтийн байгууллагын хувьд ерөнхийдөө хүндэтгэлтэй, эргэх холбоотой, эерэг дуу хоолойтой байх түгээмэл хэв маяг бий.

4. Суурь алтан дүрэм бол:

- Харилцан ярианы үнэ цэнийг эрхэмлэх
- Хошигнолыг тохиромжтой үед, болгоомжтой ашиглах
- Байгууллагын ажилтнууд, сайн дурынхан, донорын мэдээллийг зөвшөөрөлгүйгээр хэзээ ч хуваалцахгүй
- Ялгаатай байдлыг хүндэтгэж, ялгаварлан гадуурхах агуулга илэрхийлэхгүй байх
- Хувийнхаа хаягаар байгууллагын өмнөөс ярихгүй байх
- Нийтлэгдэж байгаа агуулга бүрд зохиогчийн эрхийг хэрхэн тусгаж байгааг анхаарах. Зохиогчийг ямагт дурдах.

Бас нэг санах зүйл бол, олон нийт байгууллагын бүхий л ажилтныг хувь хүний хаяг байсан ч, байгууллагын төлөөлөл болгон харж, хүлээж авдаг. Тийм учраас ямар ч нөхцөлд цахим орчинд биеэ авч явах байдал нь байгууллагатай холбогдоно гэдгийг санахад илүүдэхгүй.

6. Нийтлэлийн бодлогодоо жишээ нөхцөл байдлыг хавсаргах

Нийтлэлийн бодлого гаргахдаа хамтын хэлэлцүүлэг хийх нь маш чухал. Үүсэж болох нөхцөл байдлуудыг хамт ярилцаж, тэр үед ямар байдлаар олон нийттэй харилцаа өрнүүлэх вэ гэдгийг хамт олноороо ярилцаж, баримтлах журмаа гаргах нь бүх хүн ижил ойлголттой болоход тустай. Мөн дараа нь ашиглахад ч илүү хялбар, ойлгомжтой болох юм.

Байгууллагад хандсан асуултад хэрхэн хариулах, гомдлыг хэрхэн хүлээж авах, аливаа шүүмжлэлд ямар байдлаар хариу өгөх вэ гэхчлэн харилцааны түгээмэл нөхцөл байдлуудыг жишээтэйгээр оруулж өгнө. Тухайлбал, үргэлж хариу өгдөг байх, эргэх холбоотой байх нь олон нийтийн байгууллагын харилцааны амин сүнс нь. Тиймээс аливаа мессэж, сэтгэгдэлд хэн, ямар байдлаар хариулах үйл явцын зураглалыг тусгаж болно. Түүнчлэн аливаа гомдол, шүүмж нь хэр конструктив байна вэ, эсвэл дайралт байвал яах вэ гэхчлэн ялгаа, заагийг тодотгож, тус бүр хэрхэн хариу үйлдэл үзүүлэхээ хэлэлцэж тусгана.



4 ЭМЗЭГ СЭДВҮҮДИЙН ТАЛААР НИЙТЛЭХ НЬ

Иргэний нийгмийн байгууллагууд нийгмийн онцгой, хүнд, хэцүү асуудлуудтай тулж ажилладаг. Эдгээр нь хувь хүний, нийгмийн сэтгэл зүйд нөлөөлөхөөс гадна улс төр, шийдвэр гаргагчдын үйл ажиллагаа, ашиг сонирхол бүхий талуудад ч нөлөө үзүүлдэг. Үүнд, хүний эрх, жендэрийн эрх тэгш байдал, авлига, нийтийн эрүүл мэнд гээд тал бүрийн асуудлууд багтана. Энэ талаар цахим орчинд мэдээлэхдээ олон нийтийн анхаарлыг татсан, сэдэлжүүлсэн, үйлдэлд уриалсан гэхчлэн янз бүрийн зорилготой байж болох ч санамсаргүйгээр бусдад хохирол учруулах, олон нийтийг талцуулах, эрсдэлд оруулах тохиолдол бий.

Ялангуяа цахим хэрэглээ болон олон нийтийн сүлжээ платформын хэрэглээ өндөртэй монголын мэдээллийн орчинд санамсаргүй гаргасан жижиг алдаа нь нэг өдрийн дотор шуугиан тарьж, олны анхааралд өртсөнөөр ширүүн дайралтад өртөж ч мэднэ. Тиймээс иргэний нийгмийн байгууллагын ёс зүйтэй мэдээлэл нь тэдний төлөөлж буй олон нийтэд гэм, хор учруулахгүй байхад чиглэх учиртай.

1. Бодит төлөөллийг хангах

Аливаа мэдээллийн агуулгад багтаж буй дүр нь хөндөж буй сэдэвтэй холбоотой төлөөлөл байх нь чухал. Зарим тохиолдолд олон нийтийн сүлжээнд нийтлэл оруулахдаа холбоо хамааралгүй, эсвэл төстэй гэж үзсэн дүр төрхтэй хүмүүсийн зургийг ашигласан байх нь бий. Тиймээс аливаа асуудлыг гаргахад ашиг сонирхол нь хөндөгдөж буй бодитой төлөөлөл байх ёстой.

Түүнчлэн зөвхөн тухайн бүлгээс гадна асуудалд шийдэл эрэлхийлж буй бүхий л талын оролцоог чухалчилж дүр, дүрслэл, эх бичвэртээ тусгахыг анхаарах нь зүй.

Алхмууд:

- Нийтэлж байгаа зургуудад заавал тайлбар хавсаргах
- Зураг, дүрс дэх үйл явдлын байршил, ямар учиртай үйл явдал, хүмүүс болохыг тодорхой бичих
- Хөндөгдсөн асуудлыг ерөнхийлөх бус тодорхой өгүүлэх
- Нийтэлж байгаа дүр, дүрслэлүүд ихэвчлэн хүүхэд, эмэгтэйчүүд байх нь бий. Гэвч асуудлын шийдлийг эрэлхийлэхэд олон талын оролцоо чухал байдгийг санаж эрэгтэйчүүд, настай хүмүүс, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийг ч харуулах хэрэгтэй
- Мөн тэдний үг, дуу хоолой, амьдрал ахуйг ижил түвшинд тусгах нь чухал
- Хүнд, хэцүү нөхцөлд байгаа хүмүүсийн тухай өгүүлэхдээ тэдний зовлон, бэрхшээлийг зөвхөн тоочих төдий бус, нөхцөл байдлын учир шалтгааныг тайлбарлах
- Аливаа зураг, дүрслэл оруулахдаа нөхцөл байдлын бодит тусгал болж чадаж байна уу гэдэгт онцгой анхаарах



- Хэрэв аливаа постер, контентод жүжигчин, мэргэжлийн модел оролцсон бол түүнийг хүлээн авагчдад тайлбарлах.

Техникийн зөвлөмж:

- Зураг, бичлэгийн форматыг тасалж харуулахаас зайлсхийх. Ялангуяа хүүхдийг хэт ойроос харуулах нь эмзэг дүр зураг илэрхийлдэг.
- Дүрс бичлэгийг удаашруулахдаа хянамгай хандаарай. Заримдаа хүмүүсийг сул дорой, хүчгүй харагдуулах үе бий.
- Гэрэл зурагт хүрээ хийхдээ өгүүлэмжид нөлөөлөх эсэхийг нягтлаарай. Мөн хүмүүс бие бие рүүгээ дээрээс доош харж байгаа мэт өнцгүүд байгааг анхаарах.
- Шархадсан, гэмтсэн хүмүүсийн зургийг хэт ойроос тулгаж авах хэрэггүй.
- Орчуулагчтай ярилцаж байгаа нөхцөлд зөв орчуулж байгаа эсэхийг нягтлах.
- Сошиал медиа орчинд хэштаг, тайлбар заавал оруулж байгаарай. Түүнчлэн албан ёсны вэб хуудасны холбоос, мэдээллийг аль болох хавсаргаж байх нь зүйтэй.

2. Зөвшөөрөл авах

- Цахим орчинд аливаа мэдээлэл, агуулгад бусдыг оролцуулахдаа өөрөөс нь зайлшгүй зөвшөөрөл авах, бага насны хүүхэд бол аав, ээж, асран хамгаалагчийн зөвшөөрлийн хуудас бөглүүлэх ёстой. Түүнчлэн яагаад зөвшөөрлийн хуудсыг авах ёстой учир шалтгааныг тайлбарлаж, үүсэж болох нөхцөл байдлын талаар үнэн зөв мэдээлэл өгч байж энэ нь жинхэнэ утгаараа биелэх юм.
- Аливаа гэрэл зураг, дүрс бичлэгт нэр, албан тушаал, дуу хоолой, төрх байдал нь тусгагдаж байгаа хүмүүст тухайн контент нь дотоод болон гадаад мэдээлэл харилцааны ямар сувгаар цацагдаж, ямар мэдээлэлд, ямар зорилгоор орж байгаа, хэрхэн ашиглагдах вэ гэдгийг тайлбарлана. Тухайн хүн шууд тийм, үгүй гэж хэлж мэдэхгүй байвал учирч болох эрсдэл, дарамт, эсвэл магадгүй давуу байдлын талаар ч нээлттэй ярилцаарай.

Зөвшөөрөл авах үйл явц нь 3 түвшинтэй:

I. Бэлтгэл

- Хүмүүсээс аль болох бичгээр зөвшөөрөл авах, үгүй бол ядаж ярилцаж, зөвшилцөх. Бичгээр авах бол урьдчилан бэлтгэсэн маягт бөглүүлэх эсвэл цахим маягт бөглүүлсэн ч болно.
- Хэрэв гадаад хэлээр харилцах гэж байгаа бол орчуулагчаар дамжуулан хангалттай мэдээлэл өгсний үндсэн дээр зөвшөөрлийн хуудас бөглүүлнэ.
- Оролцогч нь аливаа дарамт, шахалтад өртөх бус өөрийн хүсэл, сонирхлоор тухайн контентод оролцож байгааг нягтлах.
- Боломжтой бол өөрсдийн бэлтгэдэг контент, нийтлэлийн жишээг харуулж илүү бодитой ойлголт, мэдээлэл өгч болно.
- Зөвшилцөлд хүрсний дараа оролцогчийн нэр болон бусад мэдээллийг няхуур тэмдэглэж авах. Дараа нь тодорхой шаардлагын улмаас тухайн хүний нэр, дүрсийг нууцлах нөхцөл үүсэж болохыг санах.
- Оролцогч нэрээ нууцлах, аюулгүй байдлын улмаас дүрсэнд орохгүй байхыг хүссэн



бол түүнийг хүндэтгэн биелүүлэх.

II. Мэдээлэл бэлтгэх

- Зураг, бичлэг бэлтгэсний дараа тухайн хүмүүст үзүүлж, санаанд нь нийцэж байгаа эсэхийг лавлах. Хэрэв үгүй бол тэдгээрийг устгах, тийм бол тэмдэглэж авах.
- Хэрэв санамсаргүйгээр зөвшөөрөл өгснөөс өөр дүрс, зураг орсон бол эргэн холбогдож зөвшөөрөл авах. Татгалзсан бол тэдгээрийг ашиглахгүй байх.
- Хэрэв оролцогч асуултад хариулахыг хүсэхгүй байвал шахалтад оруулахгүй байх.

III. Эвлүүлэг, найруулгын явц

- Аливаа контентыг нийтлэхээс нь өмнө засах боломжтойгоор санал, сэтгэгдлийг нь авах
- Зөвшөөрөл өгсний дагуу контент хийгдсэн эсэхийг хянаж, гуравдагч этгээдэд ашиглуулах бол тэд ч бас зөвшөөрлийн хуудсын шаардлагыг мөрдөж байгаа эсэхийг хянах, мэдээлэх.

ЗӨВШӨӨРӨЛ АВАХ ШААРДЛАГАТАЙ ОНЦГОЙ ТОХИОЛДЛУУД

Мэдээллийн үндсэн дээрх зөвшөөрөл гэж юу вэ?

Аливаа контентод оролцуулах хүнээ хайхрамжгүй сонгох, “за”, “тийм” гэсэн товчхон хариултаар зөвшөөрөл авлаа гэвэл эндүүрэл болно. Зөвшөөрөл гэдэг нь оролцогч юун тухай, ямар агуулгад, ямар ач холбогдолтойгоор оролцож байгаагаа бүрэн ойлгосны үндсэн дээр шийдвэр гаргах үйл явц юм. Тиймээс ямар нэг шахалт, гуйлтад орж, эсвэл санхүүгийн болон бусад өөр ашиг сонирхол, хууран мэхлэлтэд автсан байх ёсгүй.

Цахим орчинд мэдээлэл түгээхэд ялангуяа дижитал орчин, олон нийтийн сүлжээ платформуудад аливаа контент нь олон хүн, хэзээд үзэх, хандах боломжтой, ямар хариу үйлдэл ирэхийг тааварлашгүй гэдгийг онцгойлон авч үзэх хэрэгтэй.

1. Хүүхэдтэй холбоотой зөвшөөрөл

Хүүхдийн талаар мэдээлэл бэлтгэхдээ маш няхуур, мэдрэмжтэй хандах хэрэгтэй. Аав, ээж эсвэл хууль ёсны асран хамгаалагчид нь бүх мэдээллийг өгч, зөвшилцсөний үндсэн дээр гэрэл зураг, дүрс бичлэгийг ашиглана. Түүнчлэн ихэнх тохиолдолд цахим орчинд түгээхдээ хүүхдийн нэр, хаяг, сургууль, байршлыг тодорхой бичдэггүй. Ингэснээр хүүхдийн болон түүний гэр бүлийн мэдээллийг хамгаалж байгаа хэрэг.

Нэг дор олон хүүхдэд цуглах бол сургууль болон харьяалах байгууллагаар дамжуулан урьдчилсан зөвшөөрөл авах тохиолдол байдаг. Сургуулиас аливаа арга хэмжээний өмнө тухайн үед зураг, дүрс авна, тэдгээрийг дараах хуудаст, ийм зорилгоор байршуулна зэрэг мэдээлэл өгсний үндсэн дээр зөвшөөрөл авдаг.

2. Олон нийтийн арга хэмжээний үеэр

Олон нийтийн газар, эмзэг бус сэдвээрх жагсаал, цуглааны үеэр хүн бүрээс тусгайлан



зөвшөөрөл авах шаардлагагүй. Гэхдээ тухайн хүмүүсийн хувийн ямар нэг мэдээлэл ил харагдаж байна уу гэдгийг анзаарах шаардлагатай. Харин дүрвэгсдийн бүлэг, хүчирхийлэлд өртөгсдийн төв, асрамжийн газар, нийтийн эрүүл мэндтэй холбоотой мэдээлэл гэхчлэн анхаарал, болгоомж шаардлагатай үед хүн тус бүрээс зөвшөөрөл авна. Боломжгүй нөхцөлд тухайн хүмүүсийн нүүр царай, хувийн мэдээллийг бүдгэрүүлэх ёстой.

Аливаа сонирхлын бүлгийн уулзалт, сургалт, арга хэмжээний үеэр ч тэр зөвшөөрөл авбал зохилтой. Тухайн зураг, дүрс нь ямар зорилгоор ашиглагдахыг мэдээлж, и-мэйлээр урьдчилан зөвшөөрөл авч болно. Эсвэл арга хэмжээний үеэр тайлбар, мэдээлэл өгч оролцогчид аман байдлаар саналаа хэлж, зөвшилцсөн ч болно.

Дашрамд дурдахад, сүүлийн үед оролцогчдын дунд өнгөөр ялгасан стикер ашиглах нь түгээмэл болсон. Оролцогчид зураг, дүрсэнд оролцоход татгалзах зүйлгүй, эсвэл татгалзаж байгаа эсэхээс хамаарч өнгөний сонголттой стикер энгэртээ наах сонголт бий.

3. Гэм хор учруулахгүй байх зарчим

Мэдээлэл цуглуулж, контент бэлтгэхдээ хүний эрхийг дээдэлж, эмзэг, аюултай нөхцөлд байгаа хүмүүсийг хамгаалах, гэм хор учруулахгүй байх зарчмыг мөрдөнө.

Алхмууд:

- Хэрэв хэн нэгэнд тусламж, дэмжлэг үзүүлсэн тухай мэдээлэл хүргэх гэж байгаа бол эрх мэдлийн тэнцвэртэй орчин, нөхцөл мөн үү гэдгийг тунгааж үзээрэй. Тухайн нөхцөлд тусламж хүртсэн хүн нь тус, дэм хүргэсэн хүндээ талархаж байгаа боловч мэдээ, нийтлэлд оролцохгүй байхыг хүсэж болно. Гэвч хүчний тэнцвэргүй нөхцөлд байгаа улмаас үгүй гэж хэлж чадахгүй байж мэднэ. Тиймээс оролцогч үнэхээр сайн дурын үндсэн дээр оролцож байна уу гэдгийг ярилцаж мэдээрэй.
- Оролцогчийг ямар нэг ашиг, сонирхолд хөтлөн үүсэж болох давуу тал амлаж мэдээ, нийтлэлд оруулж болохгүй.
- Оролцогчийг ямар нэг эрсдэлтэй байдалд оруулах магадлалтай юу гэдгийг үнэлж, тогтоож байж шийдвэр гаргаарай.
- Олон нийтийн хувьд болон тухайн улс, үндэстний онцлог, соёлын үүднээс тохиромжтой гэж хүлээж авдаггүй зарим бүлгийн дүр, дүрслэлийг нь гэрэл зураг, дүрсэнд заавал буулгах шаардлагагүй.
- Тухайн бүлгийн нэр, хаяг, байршил зэрэг хувийн мэдээллийг харуулснаар аюул учирч болох уу гэдгийг сайтар бодоорой. Мөн шууд тухайн хүний мэдээлэл биш боловч хөрш, зэргэлдээ айл, байгууллага, орчин зэрэг танигдаж болох мэдээллийг харуулах нь нууцлалыг хангахгүй гэдгийг санах хэрэгтэй.
- Байгууллагын ажилтнууддаа эрсдэлтэй нөхцөл байдал үүссэн тохиолдолд хэлж, сануулж байхыг зөвлөж, айдасгүй орчныг бий болгоорой. Гэм, хор учруулахгүй байх нь зөвхөн тухайн мэдээ, контентыг бэлтгэж байгаа хүний ажил бус хамт олны зүгээс ч хэлж, сануулж байх учиртай. Ийм сануулга, санал, сэтгэгдэл илэрхийлэх байгууллагын дотоод зохион байгуулалтыг бий болгож болно.



- Танай мэдээ, нийтлэл нь хүн бүрд хүртээмжтэй юу гэдгийг нягтлаарай. Хараа, сонсголын бэрхшээлтэй хүмүүст ойлгомжтой байна уу гэдгийг харгалзаж, хүртээмжтэй контент бүтээхийг эрмэлзэж байгаарай.

Ямар үед хүний нэрийг нууцлах вэ?

- Тухайн хүнтэй холбоотой мэдээлэл нь олон нийтийн анхааралд өртсөнөөр аюулгүй байдалд нь эрсдэл учрах
- Аливаа төрлийн хүчирхийлэлд өртсөн, ХДХВ-ын халдвартай болон тухайн нийгэм, соёлд ичгэвтэр гэж тооцогддог өвчин, эмгэг, нөхцөл байдалд орсон хүн. Түүнчлэн шүгэл үлээгчид, нийгмийн онц ноцтой асуудлаар улс төрийн тэмцэл хийж буй хүн энд хамаарна.

Санамж:

- Тухайн хүний дүрс, дуу хоолойг бүдгэрүүлж байгаа бол тэдгээр нь бүрэн нууцалж чадаж байна уу, ямар нэг технологийн аргаар илрүүлэх боломжтой байна уу гэдгийг нягталж үзнэ.
- Цахим орчинд байршил, аливаа ул мөрийг тодруулж олоход тийм ч хэцүү биш. Тиймээс камерын байршил, цаг хугацааны тамга нь далд байна уу гэдгийг шалгах. Сошиал медиа платформууд дээрх байршил дагах, цаг хугацааны илэрхийлэмжүүд нууцлагдсан уу гэдгийг шалгах.
- Онцгой эрсдэлтэй нөхцөлд тухайн хүн бус, орлон оролцох боломжтой хүн бий юу гэдгийг бодож үзээрэй. Ийм шийдвэр гаргасан тохиолдолд хүлээн авагчдад энэ талаар тодорхой мэдээлэх ёстойг анхаарна уу.

4. Ялгаварлан гадуурхалт ба хэвшмэл ойлголтыг түгээсэн үг, хэллэг ашиглахгүй байх

Цахим харилцаанд ч тэр аливаа хүнийг эсвэл бүлгийг арьс өнгө, хүйс, шашин, нас, үндэс угсаа зэргээр ялгаварлан гадуурхах, санаатай болон санамсаргүйгээр ялгаварлан гадуурхсан үг хэллэг ашиглагдах эрсдэлтэй. Түүнчлэн цахим орчны хайлт болон хиймэл оюуны тусламжтай олж авсан мэдээлэл нь зөвхөн тухайн платформд өгөгдсөн хязгаарлагдмал мэдээлэлд суурилж мэдээлэл гаргаж өгдөг тул өрөөсгөл хандлагыг түгээж байж болзошгүй. Тийм учраас ёс зүйтэй харилцааг эрхэмлэж бусдад хүндэтгэлтэй хандах, ялгавартай хандахгүй, өрөөсгөл хандлагыг цахим орчинд түгээхгүй байхад анхаарал хандуулах хэрэгтэй.

Хэвшмэл ойлголт

Хэвшмэл ойлголт гэдэг нь хүнийг эсвэл бүлгийг арьс өнгө, хүйс, шашин, нас, үндэсний гарал дээр нь үндэслэн нэгэн жигд шинж чанартай гэж үзэх, ерөнхийлөхийг хэлнэ. Энэ нь ялгаварлан гадуурхах, хор хохирол учруулах эрсдэлтэй бөгөөд ёс зүйтэй харилцаанд бусдыг хэвшмэл ойлголтоор үнэлэхээс зайлсхийх шаардлагатай.

Хэл нь бидний сэтгэлгээ, харилцаа, ертөнцийг ойлгох байдалд нөлөөлдөг. Гэвч ялгавартай хэллэг нь хэвшмэл ойлголтыг улам бэхжүүлж, буруу ойлголцол үүсгэж, хүмүүсийг гадуурхахад хүргэдэг. Ажлын бичиг баримт, маркетинг, эсвэл өдөр тутмын

мэдээ, постод ч ялгаваргүй, хүртээмжтэй хэллэг хэрэглэх нь тодорхой, хүндэтгэлтэй, үр дүнтэй харилцааг бий болгодог.

Эдгээрийг таньснаар та илүү тодорхой, хүндэтгэлтэй, хүртээмжтэй хэллэг ашиглаж чадна. Ялангуяа хиймэл оюун, автомат системүүд заримдаа доромж утгаар ашиглагддаг үг хэллэгийг шууд хэрэглэх, эсвэл ярианы өнгө аяс, контекстийг мэдэхгүйн улмаас алдаа гаргах нь бий. Тийм учраас эдгээр хэрэгслээр бэлтгэсэн агуулгыг нарийн нягталж байх хэрэгтэй.



5 ЦАХИМ ОРЧИНД ОЛОН НИЙТТЭЙ ХАРИУЦЛАГАТАЙГААР ХАРИЛЦАХ НЬ

Цахим орчин бол эцэс, төгсгөлгүй холбоо, хэлхээ буюу үргэлжийн харилцан яриа, хэлэлцүүлэг өрнөж байдаг талбар. Иргэний нийгэм, олон нийтийн байгууллагуудын хувьд идэвхтэй хэрэглээ нь бусдыг сонсох, хариу өгөх, улмаар хүрээлэлдээ итгэлцэл бий болгох нь гол анхаарах асуудал.

Хэрэв сайн үр дүнд хүрвэл харилцаа, холбоог бэхжүүлж, асуудлыг хэлэлцэхэд үр дүн гарч, улмаар олон нийтийг хамарсан бодитой өөрчлөлт гаргах боломжтой. Харин муу үр дүн нь нэр хүндээ алдах, итгэлцэл үгүй болох эрсдэлтэй.

Тиймээс сайн, муу үр дагаврыг сайтар тунгааж, үйл хэргийнхээ үнэ цэнийг ухаарч, хариуцлагатай хандах нь маш чухал.

Цахим орчинд олон нийттэй харилцахдаа (i) ямар зорилготой вэ, (ii) хэнд хандаж байна вэ гэдгээ тодорхойлох нь хамгийн суурь зарчим юм.

I. Зорилгыг дараах байдлаар ерөнхийд нь ангилж болно:

№	Зорилго	Тайлбар
1	Үйл ажиллагаагаа хуваалцах, таниулах	Хийж буй ажил, үйл ажиллагаагаа олон нийтэд мэдээлж, таниулах. Ингэснээр илүү олон хүнийг хамруулах, тэдний сонирхлыг татах.
2	Олон нийтийн хүсэлт, хэрэгцээ шаардлагыг биелүүлэх	Танай байгууллага тодорхой бүлэг, хамт олныг төлөөлдөг тэдний ашиг сонирхлыг илэрхийлдэг байвч асуудлыг шийдвэрлэхэд зөвхөн тухайн бүлэг хангалтгүй. Тиймээс бусдын санаа бодлыг сонсох, хэрэгцээ, шаардлагыг сонсон биелүүлэх зорилгоор харилцах тохиолдол бий.
3	Хамтран ажиллах	Ямар нэг судалгаа, кампанит ажилд хамтран ажиллагсдаа олох, урт хугацааны хамтрагчдаа хайж олох, бүтээх. Ижил сонирхолтой бүлэг, хамт олныг бий болгох.
4	Олон нийтийн хэрэгцээ, шаардлагыг таних	Цахим орчин, тэр дундаа сошиал медиа бол эргэх холбоотой харилцаа. Бусдын нөхцөл байдлыг ойлгох, сонсох, таньж мэдрэх хамгийн тохиромжтой орчны эхлэл бол цахим орчинд харилцах.
5	Олон нийтийн зан байдал, хандлагыг өөрчлөх	Олон нийтийн зан байдлыг өөрчлөх, тэдний шийдвэр гаргалтад нөлөөлөх нь цахим харилцааны бас нэгэн онцлог. Энэ үүднээс сошиал медиа кампанит ажлууд хийгдэж аливаа асуудал, сэдвийг нийтийн анхааралд оруулдаг билээ.



II. Хэнд хандаж харилцаа өрнүүлж байгаа нь ямар зорилгод хүрэх вэ гэдэгтэй нягт уялдана.

Хүлээн авагчдаа таних нь:

- Тэд хэн бэ? Тэдний нас, хүйс, байршил, сонирхлыг мэдэж ав.
- Цахим орчинд тэд хэр идэвхтэй вэ, ямар зан байдлаар ашигладаг вэ? Үүнийг мэдэж авбал төлөвлөгөө гаргахад тань илүү дөхөм байх болно.
- Аль бүлгийн, ямар хүмүүс, ямар төрлийн платформд илүү идэвхтэй байдаг вэ?
- Тэд хаана илүү идэвхтэй байна, тэнд нь контентоороо хүрч оч. Таныг олно, таны тухай хайж мэднэ гэдэгт найдах хэрэггүй.
- Таны хайж буй бүлгийнхэнд тогтмол оролцдог цахим харилцааны сувгууд бий юү? Түүнийг мэдэж авснаар тухайн яриа, хэлэлцүүлэгт шууд оролцоорой. Жишээ нь, тодорхой асуудлаарх Facebook групп хэдийнэ бий болсон бол өөрөө шинийг үүсгэх гэхээс илүү тухайн хэлэлцүүлэгт идэвхтэй оролц.

Хүлээн авагчидтайгаа харилцаа тогтоох:

- Вэб хуудас илүү албан ёсны эх сурвалж бол сошиал медиа бол контент хуваалцах орчин гэдгийг мартаж болохгүй. Тиймээс эх сурвалж тань найдвартай, чанартай харагдахын зэрэгцээ сошиал контент нь анхаарал татахуйц, цааш түгээгдэхүйц байхыг чухалчлаарай.
- Аливаа агуулга нь товч, тодорхой, уншихад хялбар хэлбэртэй байх ёстой. Мөн элдэв маяг, чимэг үгсгүй буюу сонирхол татахуйц, үйлдэл хөтлөхүйц байх.
- Таны хүлээн авагчдад энэ агуулга яг ямар үр нөлөөтэй вэ? Тэдэнд энэ мэдээлэл, судалгаа ямар учраас хэрэгтэй вэ?
- Тэдний үнэт зүйл юу вэ, тэд цахим орчинд хэрхэн ханддаг вэ? Таны бүтээж буй агуулга, контент сонирхолд нь хэрхэн нийцэж байна вэ?
- Хүмүүс хаана илүү идэвхтэй харилцаж байна, тэнд нь хүрч оч.
- Та аливаа агуулгыг нийтлэхдээ шашин, соёл, ёс зүйн хувьд хүндэтгэлтэй хандлага илэрхийлж чадаж байна уу?
- Хүмүүстэй нүүр тулж уулзах үедээ цахим орчинд хэрхэн холбогдож болох талаар заавал хэлж байгаарай.

Цахим орчинд биеэ авч явах нь:

- Та хэнийг төлөөлж байна вэ гэдгээ бодож үзээрэй. Байгууллагын ажилтан уу, хамт олон уу, төслийн удирдагч уу, эсвэл энэ бүгд бүхлээрээ юу. Таны цахим орчинд хийж буй үйлдэл бүхэн дээрх төлөөлөлд нөлөөлнө гэдгийг анхаарах.
- Зорилгоосоо хамаарч хувийн хаягаа албан сувгаас тусгаарлах уу гэдгээ шийднэ. Шинэ хаяг нээхдээ энэ талаар бодож, хувийн тохиргоо хийгээрэй. Гэвч хувийн болон албаны суваг өөр байлаа ч, ихэнх тохиолдолд олон нийт аливаа төсөл, байгууллагыг хувь хүнээр төлөөлүүлэн хүлээж авдгийг санахад илүүдэхгүй.
- Таны зорилтот хүлээн авагчид ямар агуулга сонирхож, юуг сонирхохгүй байна вэ гэдгийг анзаарч байгаарай.
- Цахим орчинд байр сууриа олсон байгууллага, төслүүдтэй харилцаа тогтоож



хүрээллээ тэлэхийг эрмэлзээрэй.

- Танай зорилго, үйл ажиллагаанд нийцэж буй бусдын ажлыг ч дэмжин хуваалцах, сонирхолтой, бүтээлч сэтгэгдэл үлдээх замаар өгөөмөр байх чухал шүү.
- Сошиал орчинд **сошиал** байх нь хамгийн гол гэдгийг мартаж болохгүй. Цахим орчинд идэвхтэй байж, аливаа хэлэлцүүлэг, ярилцлагад оролцож байгаарай.
- Цахим орчин бол тааварлашгүй. Төлөвлөгөөний дагуу бүх зүйл явна гэж үгүй. Тиймээс олон янзын арга хэлбэрийг туршиж, ямагт бүтээлч байх шаардлагатай.

III. Тохиромжтой хэрэгслээ сонгох нь

Таны зорилго, хүлээн авагчдаас шалтгаалан аль платформ, хэрэгслийг сонгох вэ гэдэг нь тодорхойлогдоно.

- Юун түрүүнд хувийн болон албан ёсны сувгаа тусгаарлах
- Цахим орчинд шинэ орон зай, платформууд өдөр бүр “мэндэлж” байна. Тиймээс энэ талаар тогтмол сонирхож, мэдлэгтэй байх хэрэгтэй.

Вэб хуудас

Вэбсайтын үндсэн зорилгыг тодорхойлж, ямар төрлийн агуулга байршуулах, хүний нөөцөд тулгуурлан ямар давтамжтайгаар шинэчлэх вэ гэдгээ тодорхойлно.

Зорилго ба зорилтууд

- Вэб хуудсын гол зорилго юу вэ? (үзэл санаагаа таниулах, гишүүдэд зориулсан эх сурвалж байрлуулах, үр дүнгийн түүх харуулах, арга хэмжээ зохион байгуулах...)
- Вэб хуудас бидний өргөн хүрээний харилцаа холбооны стратегид хэрхэн нийцэж байна вэ?
- Гишүүдэд зориулсан хэсэг, интерактив газрын зураг, эсвэл арга хэмжээний хуанли зэрэг нэмэлт өртөгтэй онцлог хэрэгтэй юү?

Агуулгын төлөвлөлт

- Бид ямар төрлийн агуулга байрлуулах вэ? Блог нийтлэл, тайлан, мультимедиа (видео, подкаст)?
- Агуулгыг ямар давтамжтай шинэчлэх вэ?
- Байгууллагаас хэн нь хариуцах вэ? Гаднын тусламж авах шаардлагатай юу?
- Мэдээлэл нийтлэх бодлого, ёс зүйн баримт бичиг бий юү?

Хэрэглэгчийн туршлага ба зорилтот хүлээн авагч

- Манай гол хэрэглэгч хэн бэ? (гишүүд, ивээн тэтгэгчид, бодлого боловсруулагчид, олон нийт...)
- Вэб хуудсаар дамжуулан хэрэглэгчдээс ямар үйлдэл хийгээсэй гэж хүсэж, зорьж байна вэ? (эх сурвалж татах, арга хэмжээнд бүртгүүлэх, кампанит ажилд оролцох, хандив өгөх, холбоо барих)
- Хөгжлийн бэрхшээлтэй хэрэглэгчдэд зориулсан хүртээмжийн хэрэгцээ, олон хэлний орчуулга шаардагдах уу?



Техникийн болон дизайны шаардлага

- Манай байгууллагын брэнд, дүрслэх хэв маягийг вэб хуудаст тусгах шаардлагатай юу? Хэрхэн тусгах вэ?
- Ямар онцлог зайлшгүй хэрэгтэй вэ? (гишүүдэд зориулсан нэвтрэлт, баримт бичгийн сан, өгөгдөл дүрслэл гэх мэт)
- Вэб хуудсыг бусад хэрэгсэлтэй уялдуулах хэрэгтэй юү? (сошиал медиа, и-мэйл маркетингийн системүүд)
- Вэб мастерээс ямар түвшний дэмжлэг хэрэгтэй вэ? (тогтмол арчилгаа, алдааны шийдэл, эсвэл ажилтнуудад сургалт)

Иргэний нийгмийн байгууллагуудын вэбсайтад түгээмэл харгалзах онцлогууд бий. Энэ нь гар утас, бусад төхөөрөмжөөс хандахад тохиромжтой, хэрэглэгчдэд ойлгомжтой бүтэц, агуулгатай, аюулгүй байдлыг сайтар хангасан байх. Үүнээс гадна соёл, хэлний хүртээмж буюу гишүүдийн онцлогийг тусгасан, тухайн орон нутгийн хэлээр ашиглахад хялбар байх зэрэг нь чухал юм.

Олон нийтийн сүлжээ

Олон нийтийн сүлжээ платформуудын давуу ба сул талыг дараах байдлаар ангилж болно.

Х буюу Twitter

Давуу тал:

- Хболсэтгүүлчид, бодлого, шийдвэр гаргагчид, Засгийн газар, УИХ-ын гишүүд болон салбарын мэргэжилтэн, экспертүүдтэй холбоо тогтоох хамгийн тохиромжтой орчин.
- Хэштаг үүсгэн сэдэв үүсгэж дагах боломжтой.
- Зураг, дүрсээр дамжуулан илүү хандалт авах боломжтой.
- Анхаарал татсан гарчиг, үйлдэлд уриалах орон зай.
- Эх бичвэрийн тэмдэгтийн хязгаар нь агуулгыг товч, тодорхой буюу уншихад дөхөм болгох давуу талтай.
- Маш нээлттэй бөгөөд олон нийтийг хамарч чадах талбар.
- Тодорхой сэдвээр нийтийн идэвхтэй хэлэлцүүлэг өрнүүлэх, заримдаа орвонгоор нь эргүүлэх ч боломж бий.

Сул тал болон анхаарах зүйлс:

- Ямар зорилго, үр дүнд хүрэх вэ гэдгээ сайтар төлөвлөх хэрэгтэй. Учир нь, энэ платформд шийдвэр гаргах эрх бүхий, тэдэнд нөлөөлөх боломжит хүмүүс байдаг.
- Х бол харьцангуй нээлттэй, таны нийтэлсэн агуулгыг хэн ч үзэх боломжтой орчин.
- Та цор ганцаараа энэ орчинд нэвтэрвэл “ганцаардаж” мэднэ. Тиймээс ижил сонирхолтой, хамт олон, нөхдөө уриалж, бие биеэ дэмжин асуудал дэвшүүлж болно.
- Заримдаа Х дээр олон хүн шаагилддаг хэр нь хэн ч асуудлыг анхаардаггүй. Тиймээс бодитой анхаарал татаж, үйлдэлд уриалахад цаг хугацаа, хичээл зүтгэл шаардана.



Facebook

Хүмүүс албан ёсны эх сурвалжаа хуваалцах, дүрс бичлэг, зураг, тайлбар нийтэлж, харилцан яриа, хэлэлцүүлэг үүсгэх хамгийн түгээмэл талбар.

Давуу тал:

- Эх бичвэрийн тэмдэгтийн хязгааргүй тул дэлгэрэнгүй мэдээлэл хүргэх боломжтой.
- Facebook LIVE дамжуулалт нь олон хүнд мэдээллээ хүргэх, хүлээн авагчдын сонирхлыг тандан мэдэх боломж олгодог.
- Хэрэглэгчдийн хувьд асар өргөн бүлгийг хамардаг боловч бусад платформтой харьцуулахад арай ахимаг насны бүлэг идэвхтэй байдаг.
- Групп, хуудас үүсгэн тодорхой сэдвээр дагнан мэдээлэл авахыг хүсэгчдийг нэгтгэх боломжтой.
- Төлбөртэй сурталчилгаа явуулж, илүү олон хүнд агуулгаа хүргэх, хүлээн авагчийн бүлгийн талаар нарийвчилсан мэдээлэл авах боломжтой.
- Зөвхөн хоёр талт харилцаа төдийгүй эвент үүсгэж, олон нийтийг идэвхжүүлэх, оролцуулах боломжтой.

Сул тал болон анхаарах зүйлс:

- Сурталчилгааны төлбөрийн талаар төсөв төлөвлөх шаардлагатай.
- Платформын алгоритмыг сайтар судлах, түүнд нийцэх контент бэлтгэж байж анхаарал татна.
- Хүмүүс таны нийтэлсэн контент, үүсгэсэн хэлэлцүүлэгт хэр идэвхтэй оролцохоос шалтгаалж, цааш илүү олон хүнд хүрэх эсэх нь хамаарна.

Instagram

Зураг, дүрс бичлэг, инфографик зэргийг хуваалцахад тохиромжтой.

Давуу тал:

- Зураг, дүрслэл хуваалцах хамгийн тохиромжтой платформ. Залуу хэрэглэгчдийн хувьд хамгийн идэвхтэй хэрэглэдэг медиа нь тул таны зорилтот хүлээн авагчийн бүлэгтэй нийцэж байвал тун тохиромжтой.
- Богино видео "story" хуваалцаж харилцах боломжтой.
- 25-аас доош насныханд хүрэх маркетингийн оновчтой суваг.
- Хэштаг үүсгэж, нэвтрүүлж чадвал олон хүнийг хамрах, сонирхлын бүлэг бий болгох боломжтой.

Сул тал болон анхаарах зүйлс:

- Бусад платформ буюу албан ёсны вэб хуудасны холбоосыг хавсарган нийтэлж болдоггүй.
- Зураг хамгийн чухал нь. Тиймээс зургийн агуулга, чанарт хамаг анхаарлаа төвлөрүүлэх ёстой.



- Гэвч зураг нь нарийн төвөгтэй асуудлыг илэрхийлэх, судалгааны үр дүнгийн учир шалтгааныг тайлбарлахад тийм ч тохиромжтой байдаггүй. Нарийвчилсан инфографик бэлтгэх боломжтой ч зардал өснө.
- Instagram-д сэтгэгдэл үлдээх орон зай бий боловч Х ба Facebook шиг хэлэлцүүлгийн идэвхтэй талбар биш.

YouTube

Урт, богино хэлбэрээр дүрс бичлэг оруулж, хуваалцах, өөрийн сувгийг үүсгэх, бусдынхыг дагах, хэлэлцэх боломжтой.

Давуу тал:

- Дүрс бичлэг, нэвтрүүлэг хуваалцах хамгийн оновчтой суваг. Хүмүүсийн хамгийн идэвхтэй ашигладаг видео платформ.
- Бусад платформд хуваалцахад хялбар холбоотой бөгөөд албан ёсны хуудастаа ч Embed хэлбэрээр шууд байршуулах боломжтой.
- Архив үүсгэж, хадгалах талбар.

Сул тал болон анхаарах зүйлс:

- Эргэх холбоотой суваг гэхээс илүүтэй өөрийн агуулгыг л түгээхэд тохиромжтой.
- Видео бүтээхэд мэргэжлийн баг, төсөв шаардлагатай. Хэдийгээр сүүлийн жилүүдэд видео бүтээх зардал буурч байгаа ч мэргэжлийн түвшинд бүтээхэд өртөг өндөр хэвээр байна. Нөгөөтэйгүүр, YouTube-д зориулсан видео нь арга хэмжээ, корпорэйт зэрэг видео ангиллаас ялгаатай буюу өөрийн гэсэн дүр төрх, хэлбэр, хийцтэй байдаг.



ЦАХИМ ОРЧИНД ХАРИУЦЛАГАТАЙ ХАРИЛЦАХ 7 ДҮРЭМ

1. Хууль, журмыг хүндэтгэн дагах

Цахимд орчинд байлаа гээд бодит амьдралд танд болон танай байгууллагад үйлчилдэг хууль, журам өөрчлөгдөнө гэсэн үг биш. Тиймээс нягт, няхуур байдлаа алдаж болохгүй.

2. Цаг үеэ мэдэрсэн, сонирхол татсан байх

- Бусдыг сонсох
- Ажилладаг салбарынхаа талаар идэвхтэй сонирхож, цаг үетэйгээ нийцэх
- Өөрийн байгууллага, бүлэг, олон нийттэй холбоотой үнэ цэнтэй, сонирхолтой агуулга, мэдээлэл хуваалцаж байх
- Цахим орчин бол эргэх холбоотой гэдгийг санаж үргэлж бусдыг сонсож дадах. Хүмүүсийн сэтгэгдлийг уншиж, хариулт өгч, асуулт тавьж байгаарай. Ингэж чадвал хүмүүс илүү идэвхтэй харилцана.

3. Үргэлж хүндэтгэлтэй, эелдэг байх. Санал зөрөлдсөн нөхцөлд ч ялгаагүй

- Утга учиртай, эелдэг, хүндэтгэлтэй сэтгэгдэл бичиж байх. Сэдэвтэй хамааралгүй, бусдыг өдөөн хатгасан, маргаан дагуулсан сэтгэгдэл огт хэрэггүй.
- Хандалт хөөсөн маргаан, мэтгэлцээнд битгий оролцоорой. Таны зорилго бол үр ашигтай хэлэлцүүлэг өрнүүлэх, дэмжлэг үзүүлэх болохоос биш бусдыг турхирах, ялан дийлэх биш.
- Хамтран ажиллагч байгууллага, хамт олноо таагүй харагдуулж мэдэх сөрөг сэтгэгдэл огт үлдээж болохгүй.
- Хэрэв танай байгууллага, эсвэл байгууллагын хамт олны талаар төөрөгдүүлсэн мэдээлэл байвал өөрийгөө хэн гэдгийг танилцуулж, тэр даруй залруулах арга хэмжээ авах.
- Зарим цахим хэлэлцүүлэгт үнэхээр санал нийлэхгүй үе гарч болно. Ийм үед санаа бодлоо учир шалтгаан, үндэслэлтэйгээр тайван бөгөөд эелдэгээр тайлбарлаарай.
- Танай агуулга, нийтлэл донорууд, хамтран ажиллагсад, үйлчилдэг бүлэг, хэвлэл мэдээлэлд ямар сэтгэгдэл төрүүлэх вэ гэдгийг сайтар бодох.

4. Оруулж байгаа агуулгаа зөв, тохиромжтой эсэхийг нягтлах

- Бусдын контентыг хуваалцахдаа эх сурвалжийг тодорхой дурдан зааж, холбоосыг хавсаргах.
- Байгууллагын вэб хуудасны холбоосыг заавал хавсаргахын зэрэгцээ бусдын оюуны өмчийг хуваалцах гэж байгаа бол заавал зөвшөөрөл авах.
- Хамт олноосоо оруулж байгаа агуулгыг дээрх шаардлагын дагуу нягталж, редакторлаж байхыг хүсэж болно.

5. Хариуцлагатай байх

- Аливаа агуулгыг нийтлэхдээ яарч, сандрах бус үргэлж амьсгаа аваад бодож байж нийтлэх.



- Ирсэн и-мэйл, санал, сэтгэгдэлд тухай бүрд нь хариу өгч байх.

6. Болгоомжтой байх

- Цахим орчинд идэвхтэй байх нь эерэг, сөрөг талтай. Тиймээс стратегия барьж, зорилгоо үргэлж санаж, төлөвлөх нь зөв.
- Нийтлэх гэж буй агуулгадаа бүрэн итгэлтэй биш бол хэн нэгэнтэй зөвлөх хэрэгтэй. Эргэлзээ төрж л байгаа бол заавал нягтал.

7. Ил тод, үнэн, бодит

- Хуурамч хаяг ашиглах, нэр нууцалсан сэтгэгдэл үлдээх зэрэг нь байж боломгүй үйлдэл.
- Байгууллагын ажилчдын сошиал орчин дахь аливаа үйлдлийг олон нийт ихэвчлэн байгууллагын байр суурь гэж ойлгодгийг санах нь зүйтэй. Ажилтан өөрийн хаягтаа ажлын газраа албан ёсоор дурдаагүй ч, найзууд, тэдний хүрээлэл нь мэддэг бол тэр байгууллагын төлөөлөл гэж харагдана.
- Байгууллагын вэб хуудас болон бусад платформын “Бидний тухай” хэсэгт өөрсдийн хэн болох, юу хийдгээ заавал бичиж, танилцуулах.
- Алдаа гаргасан бол тэр дор нь хүлээн зөвшөөрч, үнэнээ хэлэх, яаралтай залруулах.
- Аливаа нийтлэл, постод засвар оруулснаа хэлж, тайлбарлах. Устгасан бол ямар учраас, яагаад гэдгээ мэдээлэх шаардлагатай.

Цахим орчин дахь харилцаанд алдаа гаргасан тохиолдолд яах вэ?

Сандрах хэрэггүй – Ялангуяа сошиал медиа орчинд хүмүүс бүх зүйлийг хэлэлцэж, санал бодлоо хуваалцаж байдаг. Тиймээс тэр бүрд сандарч, санаагаар унах шаардлагагүй.

Алдаагаа хүлээн зөвшөөр – Нийтэлсэн агуулга ямар нэг алдаатай, буруу утга илэрхийлснийг шүүмжилбэл үүнийг хүлээн зөвшөөрч, залруулаарай.

Өөрийгөө бүү өмөөр – Олон нийтийн шүүмжийн эсрэг маргалдах, тэмцэлдэх нь сайн зүйл огт биш. Таны зорилго бол дэвшүүлсэн асуудлаа хэлэлцэх, хийж буй ажлаа ойлгуулах, мэдээлэх шүү дээ.

Троллуудыг үл тоо – Цахим орчинд янз бүрийн зорилготой троллууд байдаг болсон. Тролл армиас хамгаалах хамгийн зөв арга бол тэднийг үл тоох буюу “mute” хийх. Блок хийх нь тэдэнд илүү таатай байдаг тул зүгээр л үл тоож үзүүл.

Хошин мэдрэмжтэй бай – Тохиромжтой, цагаа олсон хошигнол нь цахим харилцааг илүү дотно болгож, үнэнч сэтгэгдэл төрүүлдэг. Хэн ч хөндий, хүйтэн байгууллагын логотой харилцахыг хүсэхгүй шүү дээ, харин хэрэглэгчтэй бодит хүн харилцаж байгаа юм байна гэдэг сэтгэгдэл төрүүлэх, итгэлцэл нэмэх гол арга бол эелдэг зөөлөн, үл ялиг ухаалаг хошигнолтой харилцан яриа юм.



6 ХЯМРАЛЫН ҮЕИЙН ЦАХИМ ХАРИЛЦАА

ҮНЭНИЙГ БҮХНЭЭС ИЛҮҮ ЭРХЭМЛЭНЭ

Хямрал буюу англи хэлний “crisis” гэх үг нь грекийн “krizis” гэсэн үгнээс гаралтай бөгөөд утгачилбал шүүмж, шийдвэр, салаа зам гэсэн үгстэй дүйнэ. Хямрал гэдэг бол ердөө нэг үйл явдал төдий бус үүнээс үүсэх үр нөлөө юм. Байгууллагын хувьд үйл ажиллагаа төдийгүй алс хэтийн ирээдүйд ч нөлөөлнө. Гэхдээ хямрал гэхээр заавал сөрөг утгатай бус хэрэв хөл дээрээ бат зогсож, алдаанаасаа суралцан даван туулж чадвал, ололт, амжилт ч бүтээх боломжтой. Тэр ч утгаараа салаа замын уулзвар дээрх нөхцөл байдал бол хямралт үе юм.

Хямрал бий болохоос урьтаж бэлтгэлтэй байх, ийм нөхцөл байдал үүссэн үед авах арга хэмжээний заавар, зөвлөмжтэй байх нь чухал. Хямралын үед олон нийт, зорилтот бүлгээ сайтар сонсож, нээлттэй байж, дүрэм, журмаа чанд мөрдөх нь чухал.

Тодорхойлолт харвал, хямралт нөхцөл гэдэг нь байгууллагын нэр хүнд, санхүүгийн чадамж, хэрэглэгчийн итгэл, эсвэл компанийн ирээдүйд шууд болон урт хугацааны сөрөг нөлөө үзүүлэхүйц үйл явдал.

Эдгээр нөхцөл байдал нь:

- Байгууллагын үйл ажиллагааг тасалдуулах
- Нэр хүндэд хүчтэй цохилт өгөх
- Санхүүгийн алдагдал бий болгох
- Хамт олон, харилцагчдын дунд итгэлцлийн хямрал үүсгэх зэрэг үр дагавартай байж болно.

Онцлог нь:

- Гэнэтийн буюу ихэнхдээ урьдчилан тооцоолоогүй үед тохиолддог.
- Цаг хугацааны хязгаарлалтат буюу шийдвэрийг богино хугацаанд гаргах шаардлагатай болдог.
- Эрсдэл дагуулсан буюу байгууллагын оршин тогтнол, ирээдүйг эргэлзээтэй болгох хэмжээнд хүрдэг.
- Боломж дагуулсан байх тохиолдол ч бий. Зөв удирдсан тохиолдолд хямрал нь байгууллагын шинэчлэл, итгэл сэргээх боломж болж чадна.

Хямралын өмнөх үе

Хямралт нөхцөл байдал хэзээ, ямар ч үед үүсэж мэднэ. Гол нь хэвийн байдлыг үгүй хийж, стресстэй, цаг хугацааны хязгаарлагдмал нөхцөлд чухал шийдвэрүүд гаргах шаардлагатай болдог. Тэдгээрийг хурдан засаж, залруулж эргээд хэвийн байдалд шилжихэд урьдчилан бэлтгэсэн байх нь чухал. Өөрөөр хэлбэл, байгууллагын тогтмол үйл ажиллагааг хурдан сэргээх, харилцагчид, хүрээллийнхээ итгэлийг эргэн сэргээхэд анхаарах хэрэгтэй.

Эрсдэлийн үнэлгээ

Ямар ч байгууллага хямралаас зугтах аргагүй. Тиймээс нэгэнт учирч мэдэх эрсдэлд бэлтгэл чухал. Хямралын үеийн харилцааны төлөвлөгөө боловсруулах, энэ үед хэн ямар, үүрэгтэй ажиллахыг тодорхойлж, сургах, бүх ажилтан энэ талаар мэдлэг, мэдээлэлтэй байх нь ач холбогдолтой.

Хямралд бэлтгэлтэй бөгөөд сайтар боловсруулсан төлөвлөгөөтэй байгууллага бол хямралт нөхцөл байдал үүсэхэд ажлынхаа талыг хийсэнтэй дүйцнэ. Үүнд, хэвлэл мэдээлэл болон цахим орчныг тогтмол шинжилж, хямралын шинж чанартай, сөрөг сэдэв, сэтгэгдлийг анзаарахаас эхэлнэ.

Өнөөдөр эрсдэл гэж тооцохгүй ч хааш чиглэх, хэдий хэмжээг хамрах магадлалтай вэ гэдгийг харж, асуудлыг илрүүлж, нөлөөнд өртөх магадлалтай талуудыг зөв тодорхойлж, ямар арга хэмжээ авах талаарх төлөвлөгөөний боломжит хувилбаруудыг боловсруулж байх ёстой.

Сургалт ба дасгал

Хямралын үеийн нөхцөл байдал нь байгууллагын сул ба давуу тал, түүний зохион байгуулалт хэр хэмжээнд байна вэ гэдгийг харуулдаг. Тиймээс тогтмол энэ тухай бэлэн байдлаа нягталж, сургалт, дадлага хийж байх нь бодит нөхцөл байдал нүүрлэхэд амжилттай хариу үйлдэл үзүүлэхэд тусалдаг. Жишээ нь, байгууллагын удирдлагууд хэвлэл мэдээлэл, цахим орчинд ямар үг хэлэх, хэрхэн харилцах талаар бэлтгэгдсэн байх ёстой.

Түүнчлэн ажилтнуудын хувьд өдөр тутмын дүрэм, журмууд нь яагаад ач холбогдолтой, түүнийг мөрдөөгүйгээс учирч болох эрсдэлийн талаар ойлголт, мэдлэгтэй байх хэрэгтэй. Мөн хямралын үед хэрэв бүх ажилтан, эсвэл удирдлага хариу өгөхгүй бол хэн төлөөлөх вэ, яаж ажиллах вэ зэргийг тодорхойлж, тэдэнд зориулсан бэлтгэл сургалт хийж байх нь зүйтэй.

Хамтрагчид

Хямрал нүүрлэхээс өмнөх үед ч хамтран ажиллагсад, зорилго нэгтэй хамт олонтой харилцаагаа бататгах нь чухал. Ялангуяа цахим халдлагын үед салбарын мэргэжилтнүүд, программ хангамжийн компаниуд, их сургуулийн багш нар болон хэвлэл мэдээллийн байгууллагын төлөөллүүд танд хамгийн их тус болно. Энэ төрлийн хувь хүн, байгууллагууд олон нийтийн итгэлцлийг бэхжүүлэхэд чухал үүрэгтэй тул тэдэнд ч бас цаг хугацаа, хүчин чармайлтаа дайчилж, ирээдүйн хамтын ажиллагаагаа хөгжүүлээрэй.



ХЯМРАЛЫН ХАРИЛЦААНЫ ТӨЛӨВЛӨГӨӨ

Зарим байгууллага хямралын харилцааны төлөвлөгөө боловсруулахад тааламжгүй хандах, эсвэл ингэснээрээ хямрал дуудаж байна гэж муугаар бодох нь ч бий. Гэвч энэ бол хүнд нөхцөл үүссэн үед сайн хариу арга хэмжээ үзүүлэх, нөлөөллийг бууруулах хамгийн зөв арга гэдгийг хүлээн зөвшөөрөх хэрэгтэй.

Хямралын харилцааны төлөвлөгөө дараах бүрэлдэхүүнтэй байна:

1. Хямралт нөхцөл байдал үүсгэж мэдэх эрсдэлт хувилбарууд

Дээр дурдсан эрсдэлийн үнэлгээ хийж нөхцөл байдлууд болон тэдгээрийн үр дагаврыг тооцоолж, хариу үйлдлийн төлөвлөгөө боловсруулна. Байж болох бүхий л эрсдэл, нөхцөл байдлыг аль болох өргөн хүрээнд тооцоолохын сацуу үр дагавар ч зөвхөн нэг таагүй үр дүнд хүргэхгүй, харин дараалсан хэд хэдэн нөлөө, үр дагавар дагуулдгийг санаарай. Хэдий чинээ олон янзын хувилбар боловсруулж ажиллана, тэр хэрээр ажилтнууд бодит нөхцөл байдал тохиолдоход бэлтгэлтэй байна.

2. Хэвлэл мэдээллийн холбоо барих жагсаалт

Сэтгүүлчид, редакцууд болон цахим орчинд нөлөөлөгчидтэй холбогдож болох утасны дугаар, и-мэйл хаяг, нийгмийн сүлжээний хаягийн хамт тогтмол хөтлөх шаардлагатай. Энэ мэдээлэл харьцангуй өөрчлөгдөж байдаг тул байнга шинэчлэхэд анхаарах хэрэгтэй.

3. Гол мессежүүд

Байгууллагын талаарх ерөнхий мессежүүдийг бэлтгэж, тэдгээрийг хямралын үед тохируулан ашиглах хэрэгтэй. Хямралын нөхцөл байдлын хувилбар бүрд ядаж нэг гол мессеж бэлтгэхийг зөвлөдөг.

4. Зорилтот бүлгүүдийн жагсаалт

Байгууллагын ерөнхий зорилтот бүлгүүдийн жагсаалтыг боловсруулж, хямралын нөхцөлд хамгийн ихээр өртөх магадлалтайг нь тодорхойлох ёстой.

5. Байгууллагын талаарх гол мэдээлэл

Байгууллагын үйл ажиллагааны үр дүн, өргөн хүрээний хувь нэмэр, хямралын эрсдэлийг бууруулахад чиглэсэн урьдчилан сэргийлэх сургалт, олон нийтийн мэдлэгийг дээшлүүлэх кампанит ажил, төрийн байгууллагуудтай хамтын ажиллагаа зэрэг холбогдох мэдээллийг цуглуулж, хямралын харилцаанд ашиглах боломжтой болгох.

6. Хэвлэл мэдээлэлд зориулсан урьдчилсан мэдэгдлийн төсөл

Хямралын үед ашиглахад бэлэн ерөнхий хэвлэлийн мэдээ болон цахим орчинд түгээх мэдэгдлийг урьдчилан загварчилна. Үүн дээр үүссэн нөхцөл байдалтай холбоотой мэдээллийг нэмж оруулснаар аливаа хямралд нийцүүлэн ашиглаж болохуйц байх ёстой.

7. Сэтгүүлчид, мэргэжилтнүүд болон дээд удирдлагуудаас ирж болзошгүй асуултуудын төсөл, хариулт



Хямралын өмнө боломжит асуулт, хариултуудыг урьдчилан нарийвчлан боловсруулсан байх хэрэгтэй. Асуултууд нь бодитой, тодорхой төдийгүй сорилттой, хатуу байх нь зүйтэй. Үүнийг боловсруулахдаа дэлхийн болон дотоодын янз бүрийн хямралт нөхцөл байдлын сүүлийн үеийн мэдээ, чиг хандлагыг харгалзан үзвэл хамгийн түгээмэл тавигддаг асуулт, асуудлын талаар урьдчилан таамаглах боломжтой.

8. Журмууд ба үзүүлэлтүүд

Хямралын харилцаанд нөлөөлөх хууль, дүрэм, журмын хэсгүүдийг тодорхой тэмдэглэх хэрэгтэй. Жишээлбэл, мэдээллийн нууцлал, аюулгүй байдалтай холбоотой зарим мэдээллийг олон нийтэд түгээхгүй байх шаардлага үүсэж болно. Ийм тохиолдолд хууль, эрх зүйн үндэслэл бүхий тайлбар нь илүү итгэл үнэмшил төрүүлнэ.

ХЯМРАЛЫН ҮЕИЙН ХАРИЛЦАА

Хямралын үед бүх байгууллага нэг хүн шиг ажиллах нь маш чухал. Үүний тулд багийн гишүүн бүр өөрийн чиг үүрэг, үүрэг хариуцлагаа тодорхой ойлгосон байх шаардлагатай. Хямралын үед байгууллагын сул тал, нэгдмэл бус байдал маш тод илэрдэг. Энэ нь мэдээллийн хяналтгүй урсгал, хямралын харилцааны багийн янз бүрийн гишүүдээс зөрүүтэй мессеж түгээх эрсдэл үүсгэдэг. Нэгдмэл, уялдаа холбоотой харилцааг бий болгохын тулд дотоод ажилтнуудтай ил тод харилцах, журмыг чанд баримтлах, өөрийн үүрэгт төвлөрөх шаардлагатай.

Хямрал тохиолдсон үед юу хийх вэ?

Өмнөх хэсэгт дурдсан бэлтгэл ажлыг хангасан байлаа ч бодит нөхцөл байдалд үйл явдал маш хурдтай өрнөдөг. Тиймээс энэ үед авч хэрэгжүүлэх арга хэмжээний зорилгоо яаралтай, оновчтой тодорхойлох, мэдээлэл цуглуулах, судлах, дүгнэхгүй бол хугацаа хязгаарлагдмал байдаг.

Хямрал тохиолдсон үед дараах алхмуудыг хийх шаардлагатай:

- 1.Хямралын харилцааг хариуцах хүн, баг ажиллуулах
- 2.Хямралын нөхцөл байдалтай холбоотой баримтууд цуглуулах
- 3.Зорилтот бүлгүүдийг тодорхойлох
- 4.Гол мессежүүдийг боловсруулах
- 5.Анхны мэдээлэл, мэдэгдлийг олон нийтэд хүргэх

Энэ бүхнийг 1-2 цагийн дотор хийж гүйцэтгэх хэрэгтэй. Учир нь, жинхэнэ хямрал бол юу болсон явдал бус, харин хүмүүс юу болсон гэж итгэж байгаа нь юм. Тиймээс хурдан хариу өгөх чадвар нь хямралын үеийн амжилттай харилцааны хамгийн гол хүчин зүйл юм. Олон нийт эхний сэтгэгдлийг маш хурдан авч, хямрал хэрхэн өрнөх, байгууллага хэрхэн хариу үйлдэл үзүүлэх талаарх ойлголтоо энэ эхний сэтгэгдэл дээр тулгуурлан бий болгодог.

Хямралын үед хамгийн чухал зорилго бол олон нийтийн дунд эргэлзээ, стресс тархахаас сэргийлж, нөхцөл байдлыг удирдлагадаа авах явдал. Хариуцлагатай байгууллагууд



боломжтой бол хямралын талаарх анхны мэдээллийг өөрөө хамгийн түрүүнд түгээх ёстой. Хямралын харилцааны зарчим бол түргэн шуурхай, уялдаа холбоотой, ил тод байх юм.

Түргэн шуурхай, тодорхой байдал

Хямралын нөхцөлд цаг тухайд нь мэдээлэл түгээх нь үр дүнтэй хариу арга хэмжээ авах гол түлхүүр. Олон нийтэд үнэн зөв мэдээллийг аль болох хурдан хугацаанд түгээж, тэд хэрхэн хариу үйлдэл үзүүлэх талаар тодорхой ойлголт өгөх хэрэгтэй. Гэвч хямралын үед хүмүүсийн мэдээлэл хүлээж авах чадамж 80 хүртэл хувиар буурдаг нь харилцаанд улам илүү хүндрэл үүсгэдэг. Тиймээс багийн зорилго нь богино, тодорхой, ойлгомжтой мессеж боловсруулах, түгээхэд төвлөрөх явдал юм.

Технологийн хөгжлийн улмаас мэдээлэл дамжих хурд тасралтгүй нэмэгдэж байгаа тул олон нийт заримдаа хямралын талаар байгууллагаас бус, эхлээд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс сонсдог. Энэ нь байгууллагын нэр хүндэд сөргөөр нөлөөлж болзошгүй. Тиймээс олон нийтэд мэдээллийг хамгийн түрүүнд хүргэх боломж байгууллагын гарт байх ёстой. Хэрэв бусад эх сурвалж түрүүлж мэдээлэл түгээвэл байгууллага хариу үзүүлэгч байр сууринд орж, мэдээллийн урсгалыг удирдах боломжгүй болно.

Мэдээллийг хурдан түгээх хэрэгцээ нь бэлтгэлгүй үед тодорхой бус байх эрсдэлтэй. Иймээс байгууллагын зүгээс түгээх бүх мэдээлэл баталгаатай байх ёстой. Зарим тохиолдолд үнэн зөв мэдээлэл бэлтгэхийн тулд бага зэрэг хугацаа авах шаардлагатай байж болох бөгөөд энэ нь богино хугацааны хүлээлт үүсгэвч эцэстээ найдвартай байдал, итгэлцэл хамгийн чухал. Мэдээлэл дутуу байгаа ч "Одоогоор мэдээлэл хангалтгүй, шалгаж байна. Илүү тодорхой мэдээлэл гармагц олон нийтэд хүргэнэ" гэж ил тод тайлбарлах хэрэгтэй. Энэ нь буруу таамаг мэдээлэл түгээснээс илүү дээр.

Уялдаа холбоо

Хямралын үед бүх байгууллагаас гарах мессэжүүд нэг дуу хоолойтой байх ёстой. Хэвлэл мэдээллийнхэн зөвхөн PR, эсвэл удирдах ажилтнууд бус, жирийн ажилтнуудад ч асуулт тавьж болзошгүй. Иймээс бүх ажилтад "сэтгүүлчийн асуултыг зөвхөн томилогдсон хүн рүү шилжүүлэх" зааврыг өгөх нь зайлшгүй. Үүний зэрэгцээ ажилтнууд мэдээллийг найз нөхөд, гэр бүлдээ дамжуулах магадлалтай тул хамгийн сайн хамгаалалт нь ажилтнуудыг дотоод сувгаар цаг тухайд нь үнэн зөв мэдээллээр хангах юм. Ингэснээр албан бус замаар буруу мэдээлэл тарах эрсдэл буурна.

Ил тод байдал

Ил тод байдал бол хямралын үеийн амжилттай харилцааны гол зарчим. Үүнийг хэрэгжүүлэхэд:

- Хямралын харилцааны баг хэвлэл мэдээлэлд нээлттэй, мэдээлэл өгөхөд бэлэн байх
- Сэтгүүлчдийн асуултад яаралтай, тогтмол хариулах,
- Нийгмийн сүлжээнд олон нийтээс ирж буй асуулт, сэтгэгдэлд тогтмол хариулах



шаардлагатай.

Мэдээллийн хоосон орон зай хямралын үед маш хурдан үүсдэг. Юу болсныг мэдэж байгаа ч яг нарийн юу болсон нь тодорхой бус үед хүмүүсийн мэдээлэлд тавих эрэлт улам нэмэгдэж, цуу яриа, таамаг түрүүлж дүүргэдэг. Тиймээс байгууллага үнэн зөв мэдээллийг цаг тухайд нь түгээснээр олон нийтийн дунд өрнөх хэлэлцүүлгийн өнгийг тодорхой хэмжээнд удирдаж чадна.

Харин “ямар ч тайлбаргүй”, “no comment” гэх хандлага нь нийгэмд нууц зүйл байгаа мэт ойлголт төрүүлж, итгэлийг бууруулдаг.

Хямралын харилцаа ба олон нийтийн сүлжээ платформууд

Олон нийтийн сүлжээ платформууд нь хүмүүс санал, сэтгэгдлээ хэлэлцэх нээлттэй талбар болдог. Заримдаа хямрал эдгээр сувгаас эхэлж болохоос гадна өөр хямралын талаар мэдээлэх үед ч нийгмийн сүлжээ чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Хямралын үед сэрэмжтэй байх, ил тод байдал, хүртээмжтэй байдал, асуудлыг шийдвэрлэхэд чиглэсэн харилцаа, мөн тасралтгүй санал хүсэлтийг хүлээн авах нь зайлшгүй чухал. Энэ бүхэн сайн хэрэгжих эсэх нь гол төлөв харилцааны чанараас хамаарна.

Хямралын цахим харилцааг төлөвлөхдөө юунаас хямрал үүсэж болох болон хямралыг өөрсдөө бий болгохоос хэрхэн зайлсхийх талаар бодох хэрэгтэй. Цахим орчинд хуваалцаж буй аливаа өгөгдөл, мэдээлэл үнэн зөв, баталгаатай байх ёстой. Ялангуяа бусад эх сурвалжаас авсан мэдээлэл бол илүү нарийн нягталсан байх шаардлагатай бөгөөд тухайн мэдээллийг зорилтот бүлэг, ашиглаж буй харилцааны сувагт нийцүүлэн түгээх хэрэгтэй.

Энэ хүрээнд санамсаргүй алдаа болон хямралын ялгааг тодорхойлох нь маш чухал. Тухайн асуудал байгууллагын нэр хүнд, үнэт зүйлсэд сөргөөр нөлөөлөх хэмжээнд үү? Худал, буруу эсвэл буруу ойлгогдсон мэдээлэлд ил тод байдал, үнэн зөв баримтаар хариу өгөх ёстой. Харин байгууллага өөрөө алдаа гаргасан бол үнэнчээр хүлээн зөвшөөрч, асуудлыг засахын тулд бүх боломжит арга хэмжээ авч байгааг онцлон тэмдэглэх хэрэгтэй.

Хямралын үед асуулт, сэтгэгдэлд шууд хариулах, болсон үйл явдлын тухай мэдээлэл нийтлэх зэрэгт аль болох хурдтай байхын сацуу олон нийтийн сүлжээнд хийж буй харилцааг бусад сувгаар хийж буй харилцаатай уялдуулж, зорилтот бүх бүлэгт нэгэн ижил, тогтвортой мессеж хүргэх нь чухал.

Хямрал зөвхөн нийгмийн сүлжээнд өрнөж байгаа эсэх, эсвэл нийгмийн сүлжээ нь өрнөж буй хямралын талаар мэдээлэл дамжуулах нэг суваг төдийхөн эсэхээс үл хамааран хямралын цахим харилцааны ач холбогдлыг хэзээ ч үл тоомсорлож болохгүй.



7 БУСДЫН НУУЦ БОЛОН КИБЕР АЮУЛГҮЙ БАЙДЛАА ХАМГААЛАХ НЬ

Байгууллагынхаа кибер аюулгүй байдлын мэдлэгийг нэмэгдүүлэх

Кибер аюулгүй байдал бол байгууллагын хамтын хариуцлага юм. Зөвхөн мэдээллийн технологийн багийнхан гэлтгүй бүх ажилтанд зориулсан мэдлэг, ойлголт тогтмол өгч байх нь чухал. Сургалт зохион байгуулах, мэдлэг, ойлголт өгөх гарын авлага, зөвлөмжөөр хангах, өгөгдөл ба технологийн бүтээгдэхүүнүүдийг зөв зохистой ашигласнаар кибер аюулгүй байдлыг байгууллагынхаа соёлын нэг хэсэг болгоорой.

Онц чухал өгөгдлийг хамгаалах

Ажилтнууд болон харилцагч, хамтрагчдынхаа мэдээлэл, өгөгдлийг алдах эрсдэлээс хамгаалах хэрэгтэй. Түүнчлэн санхүү болон ТББ-ын төслүүдтэй холбоотой өгөгдлийг өөр хоорондоо эмх цэгцтэй дамжуулах, шифрлэн кодлох зэргээр хамгаалж болно.

Нууц үгээ бат бөх болгож, олон шатлалтай нэвтрэлт ашигла

Ашиглаж буй систем бүрдээ аюулгүй байдлын стандартад нийцсэн нууц үг үүсгэ. Боломжтой бүх тохиолдолд олон шатлалтай нэвтрэлт (MFA) ашиглаж, аюулгүй байдлын нэмэлт хамгаалалт тавь. Хэрэв олон нууц үгийг цээжлэхэд хэцүү байвал итгэж болохуйц нууц үг хадгалах менежер ашиглан найдвартай хадгалаарай.

Антивирусын программ суулгаж, тогтмол шинэчил

Антивирусын программыг байгууллагын бүх компьютерт суулгаж, шинэчилж байх ёстой. Ингэснээр хэрэглэгчид халдвартай холбоос дээр дарсан тохиолдолд компьютер, эсвэл сүлжээг хортой программ (malware)-аас хамгаалах боломж олгодог.

Үйлчилгээ авахдаа болгоомжтой ханд

Хэрэв та мэдээллийн технологитой холбоотой ажлынхаа хэсгийг эсвэл бүхэлд нь гэрээт байдлаар хийсэн бол тухайн үйлчилгээ үзүүлэгч таны мэдрэмтгий өгөгдөл, системийг хамгаалах хангалттай арга хэмжээ авдаг эсэхийг баталгаажуул. Мөн гуравдагч талын ажилтнуудыг ч мэдлэг олгох сургалт, уулзалтуудад хамруулах хэрэгтэй.

Шифрлэгдсэн, аюулгүй вэбсайт ашигла

Онлайн шилжүүлгийн явцад найдвартай, шифрлэгдсэн, аюулгүй вэбсайтад хандаж байгаа эсэхээ шалгаарай. Вэб хөтчүүд аюултай вэбсайт, эсвэл конентийн тухай сэрэмжлүүлэг өгвөл түүнийг үл тоож болохгүй.

Фишинг болон ransomware халдлагаас болгоомжил

И-мэйл мэдээж харилцаанд хамгийн өргөн ашиглагддаг боловч энд л сэжигтэй холбоос, мэдээлэл явж байх нь бий. Тиймээс и-мэйл илгээгчийн хаягийг шалгаж, итгэж болох

эх сурвалжаас ирсэн эсэхийг баталгаажуул. Мөн сэжигтэй холбоос, файл дээр дарж, нээсний хэрэггүй.

Аюулгүй байдлын шийдлүүд суулга

Таны байгууллага мэдрэмтгий өгөгдөл, систем, ажилтнуудаа хамгаалахын тулд галт хана (firewall), и-мэйл хамгаалалтын шийдэл (email gateway), халдлага илрүүлэх болон урьдчилан сэргийлэх систем зэрэг хамгаалалтын шийдэлтэй байх ёстой.

Сайн дурынхны үйл ажиллагаанд анхаарах

Сайн дурынхны оролцоо иргэний нийгмийн байгууллагын гол хүч гэж болно. Гэвч санаатай, санамсаргүйгээр тэд өгөгдөлд нэвтрэх, өгөгдөлтэй ажиллах даалгавар гүйцэтгэх нь бий. Энэ үедээ өгөгдлийг устгах, задлах, ямар нэг халдлагад өртөх гэхчлэн янз бүрийн эрсдэлтэй байдаг тул тэдний үйл ажиллагаанд анхаарал тавьж, болзошгүй эрсдэлээс урьдчилан сэргийлээрэй.

Систем, программ хангамжаа шинэчилж бай

Систем болон программ хангамжийн шинэчлэлт, аюулгүй байдлын засваруудыг тогтмол суулга. Хамгийн сүүлийн хувилбарыг ашиглах нь халдлага, эмзэг байдлын эсрэг хамгаалалт болж чадна. Түүнчлэн аливаа программ хангамжийн төлбөрийг төлж, найдвартай, албан ёсны үйлчилгээг ашиглаж байгаарай.

Иргэний нийгмийн байгууллагуудын нэг давуу тал бол өргөн хэрэглээний дийлэнх программ, хэрэглүүрүүдэд NGO бүртгэлээр хандсанаар үнэгүй ашиглах боломж байдаг. Жишээ нь, Canva, ChatGPT, Microsoft Office зэргийг албан ёсны хувилбараар нь ашиглаарай.



ХЭРЭГЛЭГЧЭЭС ӨГӨГДӨЛ ЦУГЛУУЛАХДАА АНХААРАХ ЗҮЙЛС:

Зөвхөн ашиглах өгөгдлөө цуглуулаарай.

Компаниудын хувьд ашиг, орлогын үүднээс “бүгдийг цуглуул, дараа нь мөнгө болгох аргыг нь олно” гэсэн зарчмаар ажилладаг. Харин иргэний нийгмийн байгууллагуудын хувьд эсрэгээрээ буюу хэрэв та өгөгдлийг ашиглахгүй л бол танд хэрэггүй гэсэн үг. Ихэнх байгууллага, компаниуд цуглуулсан өгөгдлийнхөө өчүүхэн хэсгийг ашигладаг тул хэрэгцээгээ зөв тодорхойлж байх нь чухал.

Хэрэглэгчдэдээ та ямар өгөгдөл цуглуулж байгаагаа, яагаад гэдгээ тайлбарла.

Ихэнх сайт, платформууд урт, ойлгомжгүй үйлчилгээний нөхцөл болон эрх зүйн баримт бичиг танилцуулах нэрээр их хэмжээний өгөгдөл цуглуулдаг. Харин нууцлалыг хамгаалах гол түлхүүр нь хэрэглэгчдэд ямар мэдээлэл цуглуулж байгаа, яагаад гэдгээ энгийн, товч, ойлгомжтой байдлаар хэлэх юм.

Мөн “Dark pattern” буюу хэрэглэгчид мэдэгдэлгүй зөвшөөрүүлдэг загваруудаас зайлсхийх хэрэгтэй. Үүний оронд и-мэйл бүртгэлд бүртгүүлэх, эсвэл сайт ашиглах үед хэрэглэгчдийнхээ нууцыг хэрхэн хамгаалж байгаагаа тайлбарлаж өг.

Өгөгдлийг шаардлагагүй бол бүү хуваалц.

Цуглуулсан өгөгдлөө аль болох хуваалцахгүй байх, зөвхөн итгэж болох, шалгагдсан түншүүдтэй л хуваалцах. Хэрэв гуравдагч талын программ ашиглаж байгаа бол өгөгдлийг хэрхэн удирдаж байгааг шалгаарай. Боломжтой бол анхны тохиргоог илүү нууцлал хамгаалсан хэлбэрээр өөрчил.

Хэрэв та бусад байгууллагатай хамтарч ажиллаж байгаа бол тэдний өгөгдлийн нууцлал, хамгаалалтын бодлогыг асуугаарай.



8 ХИЙМЭЛ ОЮУНЫГ ЁС ЗҮЙТЭЙ АШИГЛАХ НЬ

Хиймэл оюунгүйгээр технологийн дэвшлийг төсөөлөх аргагүй болжээ. Асар их хэмжээний өгөгдөл боловсруулж, хурдан хугацаанд дүн шинжилгээ хийх замаар олон хүндрэлтэй үйл явцыг хөнгөвчилж буй. Хиймэл оюун нь байгууллагын үйл ажиллагаанд дараах давуу талуудыг бий болгож байна.

Үр ашигтай байдал - Давтагддаг, цаг их шаарддаг ажлыг автоматжуулснаар хүний нөөцөө илүү бүтээлч, үнэ цэнтэй ажилд төвлөрүүлэх боломж олгоно.

Шийдвэр гаргалтыг хөнгөвчлөх - Өгөгдөлд суурилсан дүн шинжилгээ нь шийдвэр гаргалтыг илүү нотолгоотой, нарийвчилсан болгодог.

Нөлөөллийг нэмэгдүүлэх - Технологийг зөв ашигласан тохиолдолд олон нийтийн оролцоог нэмэгдүүлэх, үйлчилгээний хүртээмжийг сайжруулах, шинэ санаачилгыг өргөжүүлэх боломжтой.

Иргэний нийгмийн байгууллагууд нь хязгаарлагдмал төсөв, хүний нөөцөөр ажилладаг ч олон нийтийн дуу хоолойг хүргэх, нийгмийн өөрчлөлтийг манлайлах чухал үр нөлөөтэй. Энэхүү ажилд нь хиймэл оюун нь дараах боломжийг нээдэг:

Нийгмийн судалгаа, дүн шинжилгээг өргөжүүлэх - Том хэмжээний өгөгдлийг боловсруулж, олон нийтийн хандлага, хэрэгцээг илүү нарийн тодорхойлох.

Олон нийтийн оролцоог нэмэгдүүлэх - Чатбот, автомат зөвлөгөө өгөх системээр дамжуулан илүү олон иргэнд хүрч, хүртээмжийг нэмэгдүүлэх.

Мэдээллийн кампанит ажлыг оновчтой болгох - Сошиал медиа болон онлайн мэдээллийн урсгалаас хуурамч мэдээллийг илрүүлэх, зорилтот бүлэгт чиглэсэн мессежийг боловсруулах.

Нөөцийн хэмнэлт - Бага төсөвтэй байгууллага ч илүү олон ажил, санаачилгыг хийж гүйцэтгэх боломжтой.

Гэхдээ юуг анхаарах хэрэгтэй вэ?

Хиймэл оюун нь зөвхөн боломж төдий бус, тодорхой эрсдэлийг дагуулах болсон. Иргэний нийгмийн байгууллага нь хүний эрх, олон нийтийн итгэл дээр тулгуурладаг учраас дараах зарчмыг үргэлж санаж байх шаардлагатай:

Шударга ёс: Өгөгдлийн гажуудлаас болж тодорхой бүлэг хохирч болох эрсдэлийг заавал тооцох. Хиймэл оюун нь зөвхөн өөрт өгөгдсөн, тодорхой хүрээ, хугацаан дахь мэдээлэлд суурилан илэрц гаргаж өгдгийг үргэлж санах хэрэгтэй.

Нууцлал ба аюулгүй байдал: Иргэд, дэмжигчдийн өгөгдлийг хамгаалах нь байгууллагын ёс зүйн хамгийн чухал хэсэг. Тиймээс хиймэл оюуны аливаа загвар, туслахад харилцагчдынхаа нууц, эмзэг мэдээллийг хэзээ ч өгөхгүй байх.

Ил тод байдал: Хиймэл оюун хэрхэн ажиллаж байгаа, ямар өгөгдөл цуглуулж байгаа,

шийдвэр гаргалтад хэрхэн нөлөөлж байгааг хэрэглэгч, харилцагчдадаа нээлттэй тайлбарлах.

Хариуцлага: Хиймэл оюуны гаргасан шийдвэр буруу болбол хэн хариуцах, ямар арга хэмжээ авахыг урьдчилан тодорхойлох.

Итгэлцэл: Иргэдийн итгэлийг хадгалах нь хамгийн чухал. Хэрэв хиймэл оюун ашиглахдаа ил тод биш, эсвэл хүний эрхийг үл тоосон бол байгууллагын нэр хүнд ноцтой хохирно.

ХИЙМЭЛ ОЮУН АШИГЛАХАД МӨРДӨХ ЁС ЗҮЙН 5 ЗАРЧИМ

Дээрх анхаарбал зохих асуудлууд дээр үндэслэн ёс зүйн зарчмыг ийнхүү тодорхойлов.

1. Шударга байдал

Хиймэл оюун нь зөвхөн өгөгдөл дээр суурилдаг тул хэрэв тухайн өгөгдөлд ялгаварлан гадуурхалт, түүхэн гажуудал, эсвэл нэг бүлгийг хэт төлөөлсөн байвал системийн гаргасан шийдвэр шударга бус гарна. Жишээ нь, ажилд авах систем зөвхөн тодорхой их сургуулийн төгсөгчдийг “илүү сайн” гэж ангилж болзошгүй. Тиймээс өгөгдөл оруулахдаа анхааралтай хандаж, зөв төлөөллийг, ижил тэгш төлөөлүүлсэн үү гэдгээ харгалзаарай.

2. Нууцлал ба аюулгүй байдал

Иргэдийн хувийн мэдээлэл, донорын өгөгдөл, дэмжигчдийн харилцааны мэдээлэл зэрэг нь хамгийн эмзэг нөөц. Хэрэв буруу ашиглагдвал нэр хүндийн хохирол төдийгүй хууль эрх зүйн эрсдэл ч дагуулна. Тиймээс хиймэл оюуны аливаа загвар, туслахад харилцагчдынхаа нууц, эмзэг мэдээллийг хэзээ ч өгөхгүй байх.

3. Ил тод байдал

Танай байгууллага хиймэл оюуныг ямар түвшинд, ямар нөхцөлд ашиглаж байгаа вэ гэдгээ дотоод болон гадаад нөхцөлд ил тодоор мэдээлж, тайлбарладаг байх. Хэрэв танай ажилтан аливаа даалгаврыг гүйцэтгэхдээ хиймэл оюун ашигласан бол үйл явцын аль хэсэгт, ямар байдлаар, хэрхэн ашигласнаа хоорондоо харилцан мэдээлдэг байх нь хяналтын үйл явцыг илүү найдвартай болгоно. Түүнчлэн гадаад орчинд ямар өгөгдөл ашиглаж, ямар үйл явцад хиймэл оюун ажилласан бэ гэдгийг нээлттэй мэдээлж, тэмдэглэдэг байх нь чухал.

4. Хариуцлага

Хиймэл оюуны гаргасан шийдвэрийг үргэлж хүний оролцоотойгоор нягталж байх нь зүйтэй. Үр дагавар нь олон нийтэд нөлөөлдөг, байгууллагын хариуцлагын асуудал ч энд хөндөгдөнө. Тиймээс хяналтын үе шатыг тодорхойлж, хаана алдаа гарах магадлалтай, хэн хариуцахыг байгууллага дотроо тодорхойлох нь зөв.

5. Итгэлцэл

Иргэд, дэмжигчид, донор, олон нийттэй байгууллагын харилцааны гол үнэт зүйл бол итгэлцэл. Хэрэв хиймэл оюун ашиглахдаа нууцлах, буруу мэдээлэх, хүний эрхийг үл тоох байдал гарвал энэ итгэлцэл богино хугацаанд алдагдана. Тиймээс ил тод, ёс зүйтэй, хүний эрхийг хүндэтгэсэн хэрэглээг ямагт үлгэрлэж, хэрэглэгчдэд “аюулгүй орчин”-д байгаа гэдэг мэдрэмж төрүүлэх. Ингэснээр байгууллагын тогтвортой байдал, олон нийтийн дэмжлэг баталгаажна.



АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛЫН ЖАГСААЛТ:

Уг гарын авлагад иргэний нийгмийн байгууллагууд, хөгжлийн олон улсын байгууллагуудын боловсруулсан сайн туршлага, судалгааны өгүүлэл, практик гарын авлага, зөвлөмжүүдийг эх сурвалж болгов.

Дижитал мэдээлэл харилцаа болон стратеги

- Epitech IT (2022). Digital communication: What is it?
- Exeter University (2024). What do we mean by digital communication?
- Ali Grami (2025). Introduction to digital communication.
- Moreno-Cabanillas et al. (2024). Digital communication and social organizations.
- Forus International (2024). Web development guide for CSOs.

Олон нийтийн сүлжээ, ёс зүй ба бодлого

- USAID (2022). Social Media Handbook for Civil Society.
- CIVICUS (2016). Communication for Civil Society Organisations Toolkit.
- ClearView Social (2024). Social Media Policy for Nonprofits.
- NASW (2023). Social media etiquette in social work.

Аюулгүй байдал, нууцлал ба хямралын харилцаа

- Electronic Frontier Foundation (2022). Online Privacy for Nonprofits.
- DCAF (2023). Crisis Communication: A Booklet.
- Jin & Liu (2010). Crisis Communication Online.

Хиймэл оюун ба дижитал ёс зүй

- NetHope (2020). AI Ethics for Nonprofits Toolkit.
- AI4NGO (2025). AI Handbook for NGOs.



ХАВСРАЛТ 1. Зөвшөөрлийн хуудас

Төслийн / Арга хэмжээний нэр: _____

Огноо: _____

Байгууллага / Зохион байгуулагч: _____

1. Тайлбар

- Би [байгууллагын нэр]-ийн зохион байгуулж буй [сургалт/судалгаа/арга хэмжээ]-нд оролцож буйгаа баталгаажуулж байна. Үүнд оролцохдоо миний нэр, дуу хоолой, зураг, дүрс бичлэг, албан тушаал болон хувийн мэдээлэл дараах зорилгоор ашиглагдаж болохыг ойлгож зөвшөөрч байна: Дотоод болон гадаад мэдээлэл, харилцааны сувгаар түгээх
- Сургалт, судалгааны тайлан, хэвлэл, нийтлэлд ашиглах
- Байгууллагын цахим хуудас, сошиал медиа платформд нийтлэх

2. Би

- Би энэхүү зөвшөөрлийг сайн дурын үндсэн дээр өгч байна.
- Би хүссэн үедээ ямар нэгэн шалтгаангүйгээр зөвшөөрлөө цуцлах эрхтэй.
- Нэр, дүрс, мэдээллээ нууцлах хүсэлтэй гэдгээ зохион байгуулагчдад урьдчилан мэдэгдсэн.

3. Болзошгүй эрсдэл

- Цахим орчинд мэдээлэл түгээх үед олон нийтээс ямар хариу үйлдэл ирэхийг урьдчилан таамаглах боломжгүйг ойлгож байна.

4. Зөвшөөрөл

- ☐ Би өөрийн зураг, дүрс бичлэг, дуу хоолой, нэрийг дээр дурдсан зорилгоор ашиглахыг зөвшөөрч байна.
- ☐ Би өөрийн зураг, дүрс бичлэг, дуу хоолой, нэрийг ашиглуулахыг зөвшөөрөхгүй.

Оролцогчийн нэр: _____

Гарын үсэг: _____

Огноо: _____

(Хүүхдийн оролцоотой бол бөглөнө)

Би, доор гарын үсэг зурсан эцэг эх / асран хамгаалагч нь, өөрийн хүүхэд [хүүхдийн нэр] нь энэхүү арга хэмжээнд оролцож, зураг, дүрс бичлэг, дуу хоолой, нэр нь дээр дурдсан зорилгоор ашиглагдахыг зөвшөөрч байна.

Эцэг эх / асран хамгаалагчийн нэр: _____

Гарын үсэг: _____

Огноо: _____



ХАВСРАЛТ 2. ИРГЭНИЙ НИЙГМИЙН БАЙГУУЛЛАГЫН ЦАХИМ МЭДЭЭЛЭЛ, ХАРИЛЦААНЫ НИЙТЛЭЛИЙН БОДЛОГО

ОРШИЛ

- Энэхүү бодлогын зорилго нь байгууллагын цахим мэдээлэл, олон нийтийн харилцаанд баримтлах нийтлэг зарчим, дүрэм журам, зөвлөмжийг тодорхойлох явдал юм. Бодлого нь бүх ажилтан, сайн дурынхан, зөвлөх, түнш байгууллагад хамаарна.

Нийтлэлийн бодлогын зорилго:

- Байгууллагын үнэт зүйл, нэр хүндийг хамгаалах
Хүлээн авагчидтай ил тод, хүндэтгэлтэй, хүртээмжтэй харилцах
Нийтлэл, контентын чанарыг жигд, стандарт түвшинд хадгалах

1. Үүрэг, хариуцлага

- 1.1 Албан ёсны цахим хуудас, олон нийтийн сүлжээ хуудсуудад зөвхөн зөвшөөрөгдсөн ажилтан хандах эрхтэй.
- 1.2 Контент бэлтгэх, хянах, зөвшөөрөх, нийтлэх үйл явцыг тодорхой зааж мөрдөнө.
- 1.3 Шинэ ажилтан, сайн дурынханд танилцуулга сургалт хийж бодлогыг танилцуулна.

2. Олон нийтийн сүлжээ хуудсууд ба зориулалт

- 2.1 Байгууллагын ашиглах платформууд: Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, YouTube гэх мэт.
- 2.2 Хаяг бүрийн зорилго тодорхой байна (жишээ нь: Facebook – өргөн олон нийт, Instagram – визуал контент, LinkedIn – мэргэжлийн).
- 2.3 Контент нийтлэх үйл явц нь дараах үе шатаас бүрдэнэ. (Бэлтгэх - Хянах – Зөвшөөрөх – Нийтлэх)
- 2.4 Контентын ерөнхий загвар, форматыг тодорхойлж мөрдөнө.

3. Хувийн болон албан хаягийн ялгааг зааглах нь

- 3.1 Хувийн хаягаараа байгууллагын өмнөөс байр суурь илэрхийлэхгүй.
- 3.2 Хэрэв тухайн ажилтныг байгууллагатай холбож нэгэнт олон нийт таньдаг бол “Энэ хуудас дахь агуулга, үзэл бодол минь хувийн байр суурь болно” гэж тодотгоно.
- 3.3 Аль ч тохиолдолд байгууллагын үнэт зүйл, зарчим, байр сууриас зөрүүтэй байр суурийг илэрхийлэхгүй.



4. Байгууллагын цахим орчны харилцаан дахь өнгө аяс ба дуу хоолой

- 4.1 Харилцаанд хүндэтгэлтэй, эерэг, ойлгомжтой, хүртээмжтэй байх.
- 4.2 Бичвэрийн хэл найруулга энгийн, ойлгомжтой, найрсаг байх.
- 4.3 Доромжилсон, ялгаварласан, үл хүндэтгэсэн үг хэллэг ашиглахгүй.
- 4.4 Нэг төрх, нэг хэв маяг баримталж бүх платформд тогтвортой хадгална.

5. Байгууллагын цахим мэдээлэл, харилцаанд баримтлах суурь зарчим

- 5.1 Харилцааны үнэ цэнийг эрхэмлэж, сэтгэгдэл, саналд заавал хариу өгнө.
- 5.2 Сэтгэгдэл, саналд хувийн хаягаар хариу өгөхгүй. Зөвхөн харилцааны ахлах ажилтан хэн, хэрхэн хариулахыг зөвлөнө.
- 5.3 Хошигнолыг зөвхөн тохиромжтой нөхцөлд, болгоомжтой ашиглана.
- 5. 4 Ажилтан, сайн дурынхан, донорын мэдээллийг зөвшөөрөлгүйгээр хуваалцахгүй.
- 5.5 Ялгаатай байдлыг хүндэтгэж, ялгаварлан гадуурхах агуулга оруулахгүй.
- 5.6 Зохиогчийн эрхийг хүндэтгэж, эх сурвалжийг заавал дурдах. Зөвшөөрөлгүйгээр ямар нэг контент, нийтлэл, бүтээлийг огт ашиглахгүй.

6. Аюулгүй байдал ба нууцлалыг хамгаалах

- 6.1 Байгууллагын цахим хаягийн нууц үгийг найдвартай хадгална, тогтмол шинэчилнэ.
- 6.2 Нууц үгээ мессэж, чат, и-мэйлээр хуваалцахгүй.
- 6.3 Эмзэг бүлгийн оролцогчдын хувийн мэдээллийг зөвшөөрөлгүйгээр нийтлэхгүй.
- 6.4 Хүүхдийн зураг, дуу хоолойг зөвхөн эцэг эх/асран хамгаалагчийн зөвшөөрлөөр ашиглана.

7. Сэтгэгдэл болон хариу үйлдэл үзүүлэх

- 7.1 Сэтгэгдэл, асуултад 24 цагийн дотор хариу өгнө.
- 7.2 Баримттай, конструктив шүүмжид эерэг өнгө аясаар тайлбар өгнө.
- 7.3 Доромжилсон, дайралт хэлбэрийн сэтгэгдэлд эелдэг байдлаар тайлбарлаад харилцааг хаах.
- 7.4 Алдаа гарвал шууд уучлал хүсэж, засварласан хувилбарыг ил тод нийтлэх.

8. Шинэчлэлт ба сургалт

- 8.1 Бодлогыг 12-18 сар тутам хэлэлцэж, шаардлагатай бол шинэчлэн, технологийн өөрчлөлтөд нийцүүлж байхыг эрмэлзэнэ.
- 8.2 Бүх ажилтанд сургалт зохион байгуулж, шинэ ажилтанд танилцуулах сургалт хийж танилцуулна.

