



Британийн
Элчин Сайдын
яам



ХЭВЛЭЛ
МЭДЭЭЛЛИЙН
ЗӨВЛӨЛ

ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧДИЙН ДУУ ХООЛОЙ

ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ, ЦАХИМ ОРЧНЫ НӨЛӨӨГ
ТОДОРХОЙЛОХ СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН



Британийн
Элчин Сайдын
яам



ХЭВЛЭЛ
МЭДЭЭЛЛИЙН
ЗӨВЛӨЛ

ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧДИЙН ДУУ ХООЛОЙ

ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ, ЦАХИМ ОРЧНЫ НӨЛӨӨГ
ТОДОРХОЙЛОХ СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН

СУДАЛГААНЫ БАГ

Багийн ахлагч:

Д.МӨНХЧИМЭГ | Жендэр ба медиа судлаач

Аналист:

Д.ПУНСАНЦОГВОО | Социологич

Судалгааны туслах ажилтан:

А.АМАРТҮВШИН | Сэтгүүлч, судлаач

Хянан тохиолдуулсан:

Г.ГҮНЖИДМАА | Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлийн
Гүйцэтгэх захирал

Тайлангийн дизайн, өгөгдлийн дүрслэлийг Тунгаахуй өгөгдлийн урланд бүтээв.

Энэхүү судалгааг Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлөөс Их Британи, Умард Ирландын Нэгдсэн Хаант Улсын Элчин сайдын яамны дэмжлэгтэйгээр гүйцэтгэв. Судалгааны тайланд тусгагдсан дүгнэлтүүд судалгааны багийн байр суурийг илэрхийлж байгаа бөгөөд төслийн санхүүжүүлэгч болох Их Британи, Умард Ирландын Нэгдсэн Хаант Улсын Элчин сайдын яамны байр суурийг илэрхийлээгүй болно.



ТАЛАРХАЛ

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлөөс редакцууд болон сэтгүүлчдийг мэргэжлийн хэм хэмжээгээ дагаж мөрдөхөд туслалцаа үзүүлэх, тэр дундаа жендэрийн мэдрэмжтэй сэтгүүл зүйг дэмжих чиглэлээр олон жил тууштай ажиллаж ирсэн билээ. Ялангуяа “Шийдвэр гаргах түвшинд жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих нь” төслийн хүрээнд “Мэдрэмжтэй мэдээлье” нэгдлийг байгуулж, энэ чиглэлээр редакцууд болон сэтгүүлчдийг чадавхжуулах ажлыг зохион байгуулсан нь хэвлэл мэдээллийн салбарын хөгжилд бодит хувь нэмэр оруулсан.

Хэдийгээр хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг гаргах, хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэхээс зайлсхийх тал дээр тодорхой ахиц дэвшил гарч байгааг сүүлийн жилүүдэд хийсэн судалгаанууд харуулдаг ч энэ талаар эмэгтэй улстөрчдийн өөрсдийнх нь туршлага, үзэл бодлыг гаргасан чанарын судалгаа үгүйлэгдэж байв. Үүний зэрэгцээ, эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралт анхаарал татах асуудал болоод буй.

Бидний хийсэн энэхүү судалгаа Монголд эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгарч буй саад бэрхшээл, даван туулах арга замыг тэдний өөрсдийн дуу хоолой, туршлагад үндэслэн системтэйгээр тодорхойлсон анхны ажил болж байгаад судлаачдын баг баяртай байна.

Судалгааг хийхэд хамтран ажиллаж, санал асуулгыг 370 эмэгтэй улстөрчөөс авах ажлыг удирдан зохион байгуулсан Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээ, Өөрчлөлтийн төлөөх эмэгтэйчүүд НҮТББ-ын хамт олонд гүн талархал илэрхийлье. Мөн санал асуулга болон ярилцлагад оролцож, туршлагаа хуваалцсан улстөрч эмэгтэйчүүд, түлхүүр мэдээлэгчийн ярилцлага (ТМЯ)-д хамрагдаж зөвлөмж боловсруулахад үнэтэй хувь нэмэр оруулсан мэргэжилтнүүддээ маш их баярлалаа.

Судалгааны ажлын саналыг дэмжиж санхүүжүүлсэн Их Британи, Умард Ирландын Нэгдсэн Хаант Улсын Элчин сайдын яамны хамт олонд чин сэтгэлийн талархал илэрхийлье.

Г.ГҮНЖИДМАА,

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлийн Гүйцэтгэх захирал

АГУУЛГА

ТАЛАРХАЛ	3
ХҮСНЭГТ, ДҮРСЛЭЛИЙН ЖАГСААЛТ	6
ТОВЧИЛСОН ҮГСИЙН ЖАГСААЛТ	9

1.

УДИРТГАЛ	11
----------------	----

1.1. Судалгааны үндэслэл	12
1.2. Зорилго, зорилтууд	14
1.3. Арга зүй, аргачлал	15

2.

СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ	19
--	----

3.

СУДАЛГААНЫ

ҮР ДҮН 23

3.1. ОЛОН НИЙТТЭЙ ХАРИЛЦАХ СТРАТЕГИ ТӨЛӨВЛӨГӨӨ, ТУРШЛАГА .. 24

3.2. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ 37

3.2.1. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгөх давтамж 44

3.2.2. Хэвлэл мэдээлэл дэх хэвшмэл ойлголт 52

3.2.3. Сөрөг мэдээлэл, хэвлэл мэдээллийн дайралт 57

3.2.4. Хариу үйлдэл..... 62

3.2.5. Үр дагавар 67

3.3. НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН СҮЛЖЭЭ 71

3.3.1. Цахим дайралт 77

3.3.2. Цахим заналхийлэл 84

3.3.3. Жендэрт суурилсан мессеж, сэтгэгдэл 90

3.3.4. Хариу үйлдэл..... 96

3.3.5. Үр дагавар 101

4.

СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ

БА ЗӨВЛӨМЖ 109

ДҮГНЭЛТ 110

ЗӨВЛӨМЖ 118

ЭХ СУРВАЛЖ 126

ХАВСРАЛТ 130

Хавсралт 1. Санал асуулгын хуудас..... 130

Хавсралт 2. Ярилцлагын удирдамж 140

Хавсралт 3. ТМЯ-д оролцогчид..... 142

ХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ

ХҮСНЭГТ 1. Судалгаанд оролцогчид, насны бүлгээр	20
ХҮСНЭГТ 2. Судалгаанд оролцогчид, намын харъяаллаар	20
ХҮСНЭГТ 3. Судалгаанд оролцогчид, нэр дэвшсэн сонгуулиар	20
ХҮСНЭГТ 4. Судалгаанд оролцогчид, нэр дэвшсэн тоогоор	21
ХҮСНЭГТ 5. Судалгаанд оролцогчид, ялалт байгуулсан тоогоор	21
ХҮСНЭГТ 6. Олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө, туршлагын талаарх ТМЯ-ын үр дүн ..	25
ХҮСНЭГТ 7. Стратеги төлөвлөгөө боловсруулж байсан эсэх	27
ХҮСНЭГТ 8. Эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр хэрхэн гаргадаг талаарх ТМЯ-ын үр дүн	40
ХҮСНЭГТ 9. Эмэгтэйчүүдийн нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглах явцдаа тулгардаг сорилт, бэрхшээлийн талаарх ТМЯ-ын үр дүн	74

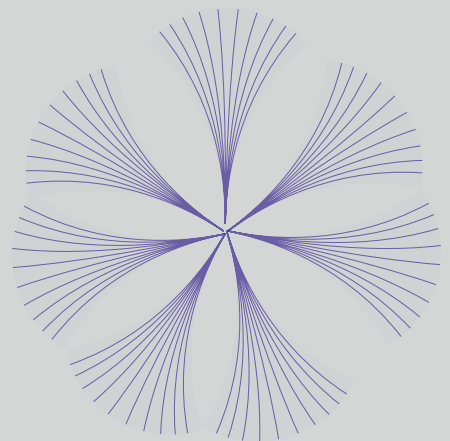
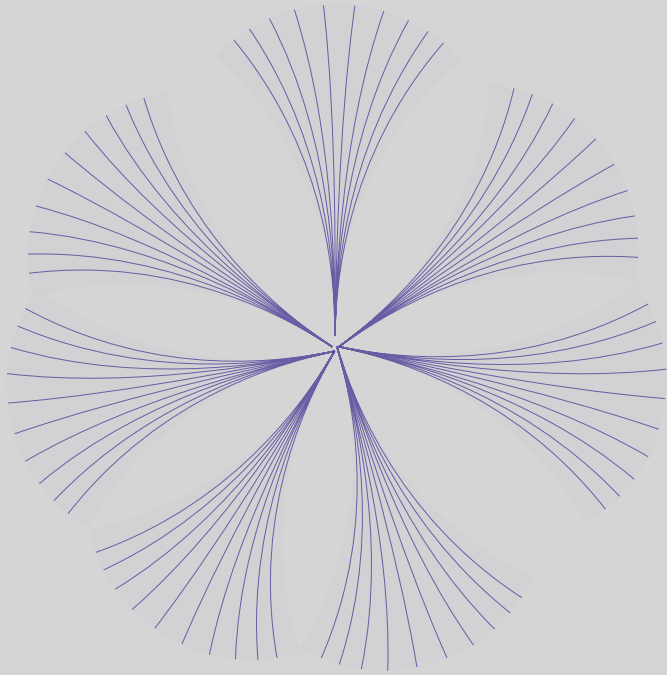
ДҮРСЛЭЛИЙН ЖАГСААЛТ

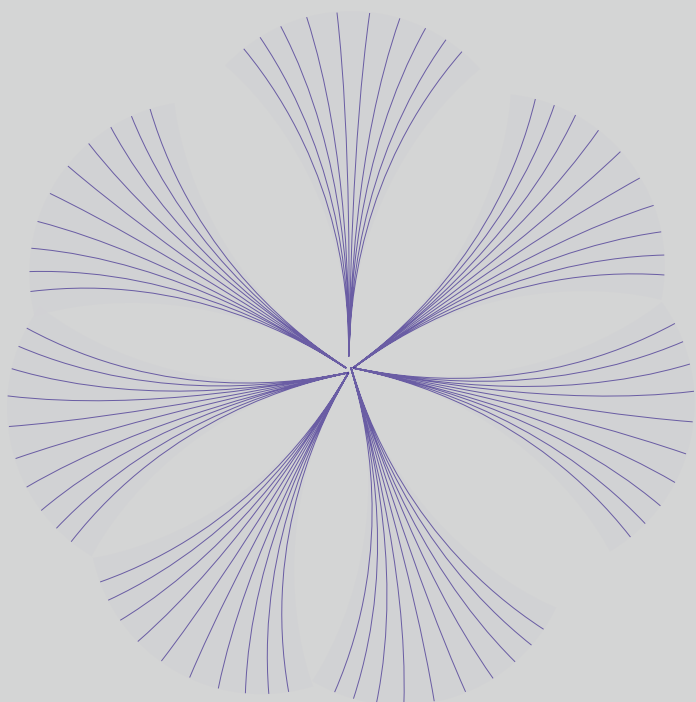
ДҮРСЛЭЛ 1. Хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах мэдлэг, туршлага олж авсан байдал	28
ДҮРСЛЭЛ 2. Таны хувьд мэдээлэл харилцааны дараах сувгийн аль нь хамгийн үр ашигтай байдаг вэ?	33
ДҮРСЛЭЛ 3. Таны хувьд олон нийттэй харилцахад хамгийн бэрхшээлтэй зүйл юу байдаг вэ?	35
ДҮРСЛЭЛ 4. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх	44
ДҮРСЛЭЛ 5. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (насаар)	45
ДҮРСЛЭЛ 6. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)	46
ДҮРСЛЭЛ 7. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (стратеги төлөвлөгөө гаргаж байсан эсэхээр)	47
ДҮРСЛЭЛ 8. Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг цөөн гаргадаг шалтгаан	48
ДҮРСЛЭЛ 9. Сүүлийн таван жилд хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх	52
ДҮРСЛЭЛ 10. Хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх (насаар)	53
ДҮРСЛЭЛ 11. Хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)	54
ДҮРСЛЭЛ 12. Хэвшмэл ойлголтын агуулга	55
ДҮРСЛЭЛ 13. Сүүлийн таван жилд хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдаж байсан эсэх	57
ДҮРСЛЭЛ 14. Хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөж байсан эсэх (насаар)	58
ДҮРСЛЭЛ 15. Хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөж байсан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)	59
ДҮРСЛЭЛ 16. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын төрөл	60
ДҮРСЛЭЛ 17. Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдахад үзүүлсэн хариу үйлдэл	62
ДҮРСЛЭЛ 18. Хэрэв гомдол гаргаж байсан бол хаана хандсан бэ?	63
ДҮРСЛЭЛ 19. Гомдлыг хэрхэн шийдвэрлэсэн бэ?	64
ДҮРСЛЭЛ 20. Хэрэв гомдол гаргаагүй бол яагаад?	65
ДҮРСЛЭЛ 21. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын үр дагавар	67

ДҮРСЛЭЛ 22. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын үр дагавар (насаар).....	68
ДҮРСЛЭЛ 23. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын үр дагавар (ялалт байгуулсан давтамжаар)	69
ДҮРСЛЭЛ 24. Цахим дайралтад өртсөн эсэх.....	77
ДҮРСЛЭЛ 25. Цахим дайралтад өртсөн эсэх (насаар)	78
ДҮРСЛЭЛ 26. Цахим дайралтад өртсөн эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар).....	79
ДҮРСЛЭЛ 27. Цахим дайралтад өртсөн суваг	80
ДҮРСЛЭЛ 28. Цахим дайралтын төрөл.....	80
ДҮРСЛЭЛ 29. Цахим дайралт хэнээс ирсэн.....	81
ДҮРСЛЭЛ 30. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх	84
ДҮРСЛЭЛ 31. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх (насаар).....	85
ДҮРСЛЭЛ 32. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)	86
ДҮРСЛЭЛ 33. Цахим заналхийлэлд өртсөн суваг	87
ДҮРСЛЭЛ 34. Цахим заналхийллийн төрөл.....	87
ДҮРСЛЭЛ 35. Цахим заналхийлэл хэнээс ирсэн болох.....	88
ДҮРСЛЭЛ 36. Жөндөрт суурилсан сөрөг мессеж, сэтгэгдэл.....	90
ДҮРСЛЭЛ 37. Жөндөрт суурилсан мессеж, сэтгэгдэл (насаар).....	91
ДҮРСЛЭЛ 38. Жөндөрт суурилсан мессеж, сэтгэгдэл (ялалт байгуулсан давтамжаар).....	92
ДҮРСЛЭЛ 39. Жөндөрт суурилсан мессеж, сэтгэгдлийн агуулга.....	93
ДҮРСЛЭЛ 40. Жөндөрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хэнээс ирж байсан	93
ДҮРСЛЭЛ 41. Цахим дайралт, заналхийллийг баталгаажуулж авсан эсэх.....	96
ДҮРСЛЭЛ 42. Цахим дайралт, заналхийлэлд үзүүлсэн хариу үйлдэл	96
ДҮРСЛЭЛ 43. Гомдол гаргаж байсан бол хаана хандсан	97
ДҮРСЛЭЛ 44. Гомдлыг шийдвэрлэсэн байдал.....	97
ДҮРСЛЭЛ 45. Гомдол гаргаагүй шалтгаан.....	98
ДҮРСЛЭЛ 46. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар	101
ДҮРСЛЭЛ 47. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар (насаар).....	102
ДҮРСЛЭЛ 48. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар (ялалт байгуулсан давтамжаар)	103

ТОВЧИЛСОН ҮГСИЙН ЖАГСААЛТ

АН	Ардчилсан нам
ААНБ	Аж ахуйн нэгж байгууллага
ГЯ	Ганцаарчилсан ярилцлага
ЖҮХ	Жендэрийн үндэсний хороо
ЖЭТБХТХ	Жендэрийн эрх тэгш байдлыг хангах тухай хууль
ИЗНН	Иргэний зориг ногоон нам
ИТХ	Иргэдийн төлөөлөгчдийн хурал
МАН	Монгол ардын нам
НҮБХХ	Нэгдсэн Үндэстний Байгууллагын Хөгжлийн Хөтөлбөр
ОУБ	Олон улсын байгууллага
ХМЗ	Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл
ХХ	Хэвлэлийн хүрээлэн
ХЭҮК	Хүний эрхийн үндэсний комисс
СЕХ	Сонгуулийн ерөнхий хороо
ТМЯ	Түлхүүр мэдээлэгчийн ярилцлага
ТББ	Төрийн бус байгууллага
УИХ	Улсын Их Хурал
УТН	Улс төрийн нам
УТНТХ	Улс төрийн намын тухай хууль
ҮЭ	Үндэсний эвсэл





1.

УДИРТГАЛ

1.1 СУДАЛГААНЫ ҮНДЭСЛЭЛ

Монгол Улсын Их Хурлын 2024 оны сонгуулийн үр дүнд 32 эмэгтэй гишүүн парламентын нийт суудлын 25 хувийг бүрдүүлж, өмнөх 17 хувиас огцом өсөлт гарсан билээ.

Энэ нь Үндсэн хуульд УИХ-ын сонгуулийг холимог тогтолцоогоор явуулах, гишүүдийн тоог нэмэх, мөн УИХ-ын Сонгуулийн тухай хуульд нам, эвсэл жагсаалтаар нэр дэвшүүлэхдээ "1:1" хүйсийн харьцаатай дарааллыг үндэслэх, нийт нэр дэвшигчдийн 30-аас доошгүй хувь нь аль нэг хүйсийнх байхаар нэмэлт өөрчлөлт оруулсны үр дүн байв. Гэвч эдгээр эмэгтэй гишүүдийн 24 нь нам, эвслийн жагсаалтаар, найм нь тойргоос сонгогдсон. Орон нутгийн сонгуулийн хувьд дээрхтэй ижил эрх зүйн шинэчлэл хийгээгүйгээс 2024 оны аймаг, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуулийн дүнгээр эмэгтэй төлөөлөгчийн тоо дөнгөж хоёр хувиар өссөн бол сум, дүүргийн хувьд огт өөрчлөлт гараагүй.

Хэдийгээр олон нийт эмэгтэй улстөрчдийг дэмжих хандлага мэдэгдэхүйц нэмэгдсэн болохыг төсөөллийн судалгаа харуулж байгаа (С.Түмэндэлгэр нар, 2024) ч сонгогчид эмэгтэй нэр дэвшигчдийг дэмжих хандлага сул байгааг дээрх тоо баримтууд илтгэж байна. Энэ бүхэн эмэгтэй улстөрчид олон нийтэд төдийлэн танигдаагүй байгаатай холбоотой байж мэдэх юм.

Улстөрчид хэвлэл мэдээллээр дамжуулж олон нийтэд танигддаг бөгөөд тэднийг хэр элбэг гаргах, мөн хэрхэн дүрслэх нь сонгуулийн үр дүнд чухал нөлөөтэйг олон улсын судлаачид хэдийнэ тогтоосон (Kahn and Goldenberg, 1991).

Монгол Улсад эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр хэрхэн гаргаж байгааг ихэнхдээ сонгуулийн үеэр мониторинг, контент анализын судалгаа хийх байдлаар тайлагнаж иржээ.

Хамгийн сүүлийн буюу 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн хувьд нийт нэр дэвшигчдийн 40 орчим хувийг эмэгтэйчүүд бүрдүүлсэн ч сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд хэвлэл мэдээллээр эш татаж гаргасан 10 улстөрч тутмын дунджаар хоёр нь л эмэгтэйчүүд байв. Үүний зэрэгцээ, эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр гаргахдаа хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрслэх, сөрөг агуулгатай мэдээлэл бэлтгэх тохиолдол нийтлэг байдгийг сүүлийн 10 гаруй жил Глоб Интернэшл төв, Хэвлэлийн хүрээлэн, Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлөөс гаргасан тайлангууд харуулж ирсэн. Гэвч сүүлийн жилүүдэд хэвлэл мэдээлэл дэх эмэгтэй улстөрчдийн талаарх хэвшмэл ойлголт, сөрөг агуулга харьцангуй буурсныг Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлийн судалгаа (2024) илэрхийлжээ. Эдгээр судалгааг ихэнхдээ контент анализын аргаар хийсэн бөгөөд эмэгтэй улстөрчдийн өөрсдийнх нь туршлага, дуу хоолойг багтаасан чанарын судалгаа үгүйлэгдэж байна.

Нөгөө талаас, өнөөгийн дижитал эрин үед дэлхий даяар нийгмийн мэдээллийн сүлжээний платформууд улс төрийн мэдээлэл, харилцааны чухал талбар болон хөгжиж байна. Улстөрчид уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс илүүтэйгээр нийгмийн мэдээллийн сүлжээг өөрсдийгөө сурталчлах, сонгогчидтойгоо илүү ойр харилцаа үүсгэх зорилгоор ашиглаж эхэлснийг судлаачид тэмдэглэдэг (Hermans and Vergeer, 2012). Гэтэл эмэгтэй улстөрчид нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглах явцдаа хүйсээр ялгаварласан цахим дайралт, заналхийлэлд онцгой өртөмтгий байдаг нь тэдний улс төрийн оролцоонд сөрөг нөлөө үзүүлдгийг олон улсын судалгаа харуулж байна (Bardall 2013, Krook 2017, 2020).

Монгол Улсад ч эмэгтэй улстөрчид цахим дайралтад өртөж байгааг судлах судалгаа сүүлийн жилүүдэд нэмэгдэж байна. Тухайлбал, МУИХ-ын 2024 оны сонгуулийн үйл ажиллагаанд олон нийтийн сүлжээний платформ ашиглаж байгаа байдалд хийсэн мониторингийн үр дүн эмэгтэй нэр дэвшигчид хиймэл оюун ухаан, хуурамч хаягаар түгээсэн худал ташаа мэдээлэл, хүйсээр ялгаварласан үзэн ядах үг хэллэгийн бай болж байсныг харуулжээ. Энэ нь эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцоонд саад болж буйг Монгол Улс дахь хүний эрх, эрх чөлөөний байдлын талаарх 24 дэх илтгэлд тэмдэглэсэн байна (ХЭҮК, 2025).

Гэсэн хэдий ч Монголд эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцах туршлагыг системтэйгээр судалсан судалгаа алга байна.

Иймд, энэхүү судалгаа нь эмэгтэй улстөрчдөд хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээний орчинд тулгарч буй саад бэрхшээл, даван туулах арга замыг өөрсдийнх нь дуу хоолой, туршлага дээр тулгуурлан цогц байдлаар судалж байгаагаараа онцлог, шинэлэг юм.

1.2 ЗОРИЛГО, ЗОРИЛТУУД

ЗОРИЛГО:

Энэхүү судалгаа нь эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгарч буй саад бэрхшээлүүд, тэдгээрийг шийдвэрлэх арга замыг тодорхойлох зорилготой.

ЗОРИЛТУУД:

1. Сэдвийн судлагдсан байдлыг тоймлох.
2. Эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад ямар бэрхшээлүүд (хэвшмэл ойлголт, үл тоомсорлол, хэвлэл мэдээллийн болон цахим дайралт, заналхийлэл г.м.) тулгардгийг тэдний өөрсдийн дуу хоолой, туршлага дээр суурилан тодорхойлох.
3. Хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралтад эмэгтэй улстөрчид хэр давтамжтай өртөж, ямар хариу үйлдэл үзүүлж, ямар үр дагаварт хүрч байгааг судлах.
4. Тэдгээр бэрхшээлийг шийдвэрлэхэд эмэгтэй улстөрчид болон мэргэжилтнүүд ямар гарц гаргалгаа санал болгож байгааг тодорхойлох.
5. Бодлого боловсруулагчид, улс төрийн намууд, хэвлэл мэдээлэл, иргэний нийгэм, олон улсын байгууллагууд зэрэг оролцогч талуудад чиглэсэн зөвлөмж боловсруулах.

1.3 АРГА ЗҮЙ, АРГАЧЛАЛ

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Эмэгтэй улстөрчдөд хэвлэл мэдээлэл болон нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд тулгардаг саад бэрхшээлүүдийг тодорхойлохын тулд гурван үе шаттай дараалсан судалгааны холимог арга зүй ашиглав. Нэгдүгээрт, нөхцөл байдлыг тодорхойлох, дүн шинжилгээний ангиллуудыг гаргахын тулд энэ чиглэлээр ажилласан туршлагатай найман мэргэжилтэнтэй ТМЯ зохион байгуулсан. Үүний үр дүнд 370 эмэгтэй улстөрчийг хамруулсан асуулгын судалгаа боловсруулж авсан. Эцэст нь, асуулгын үр дүнд ажиглагдсан зүй тогтлыг гүнзгийрүүлэн судлах, тайлбарлах зорилгоор 20 эмэгтэй улстөрчтэй ярилцав. Ийнхүү нарийвчилсан тоон болон чанарын үр дүнгүүдийг гаргаж, тэдгээрийг нэгтгэн тохирсон гарц шийдлийг санал болгох зөвлөмж боловсруулав.

ЁС ЗҮЙ

Санал асуулга, ГЯ, ТМЯ-ын аргаар авсан мэдээллийн нууцыг Монгол Улсын Хувь хүний нууцын тухай хууль болон Статистикийн тухай хуулийн дагуу чандлан хадгалж, зөвхөн судалгаа, шинжилгээний зорилгоор ашиглав.

Санал асуулга болон ГЯ-д оролцож, өөрсдийн туршлагаа хуваалцсан эмэгтэй улстөрчдийн нэрийг нууцалсан бөгөөд дата мэдээлэлд анализ хийхдээ тэднийг танигдуулахуйц деталь мэдээллийг хасаж, зөвхөн нийтлэг туршлагыг илчлэх эшлэлүүдийг тайланд багтаасан болно. ТМЯ-д оролцогч найман төлөөллийн хувьд нэрийг нь дурдахаа урьдчилан мэдэгдсэн бөгөөд дата мэдээлэлд анализ хийхдээ асуудлын учир шалтгаан, гарц гаргалгааг тодорхойлоход анхаарч, нэгдсэн байдлаар дүгнэлт, зөвлөмжүүдийг гаргалаа.

ТООН СУДАЛГААНЫ АРГА

АСУУЛГА

Асуулгын аргаар улс төрийн ялгаатай түвшний эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцах туршлагыг судалж, тулгамдсан асуудлууд, бэрхшээлүүдийг тодорхойлов. Үүнд, хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралтад хэр элбэг өртдөг, ямар хариу үйлдэл үзүүлж, ямар үр дагаварт хүрч байгааг тэдний туршлагаас судалж, мөн эдгээр саад бэрхшээлийг арилгах тал дээр ямар гарц шийдэл санал болгож байгааг нарийвчлан судаллаа.

Асуулгад сүүлийн таван жилийн хугацаанд УИХ болон орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшиж байсан эмэгтэй улстөрчдийг хамруулав. СЕХ-ны 2024 оны мэдээллээр УИХ-ын сонгуульд 1,336, орон нутгийн сонгуульд 5,735, нийт 7,071 эмэгтэй нэр дэвшсэн байна. Түүврийн эх олонлогт 7,071 эмэгтэй нэр дэвшигч гэж үзээд судалгааг 95 хувийн итгэх түвшинтэй, алдааны хязгаар 5 хувь байхаар тооцоолж, нийт 370 эмэгтэй улстөрчөөс асуулгын аргаар анхдагч буюу тоон мэдээлэл цуглууллаа. Асуулга дөрвөн бүлэг, 48 асуулттай байв.

ЧАНАРЫН СУДАЛГААНЫ АРГА

БАРИМТ БИЧГИЙН СУДАЛГАА

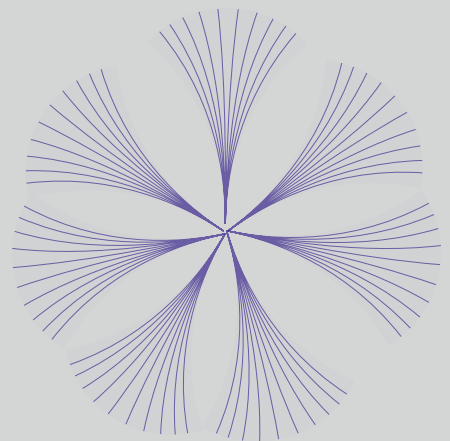
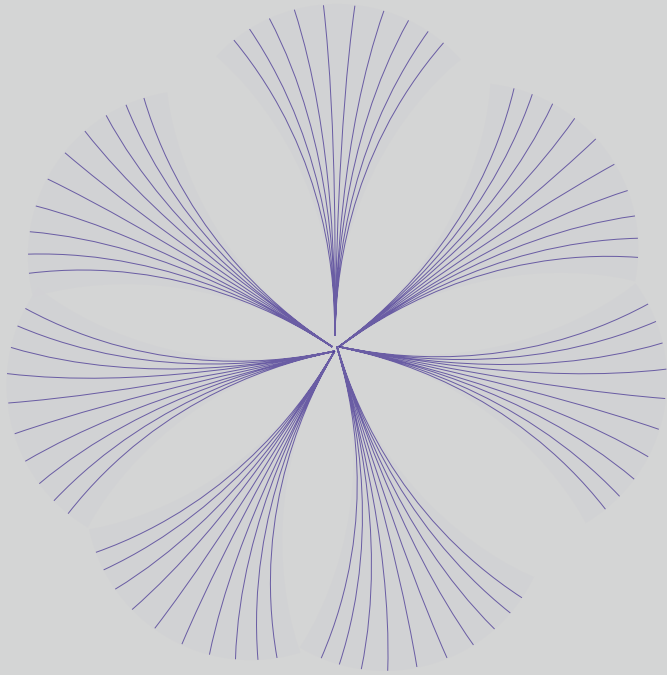
Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг хэрхэн гаргадаг болон нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд тэдэнд тулгардаг саад бэрхшээлүүдийн талаарх олон улсын болон үндэсний хэмжээнд сэдвийн судлагдсан байдлыг тоймлов.

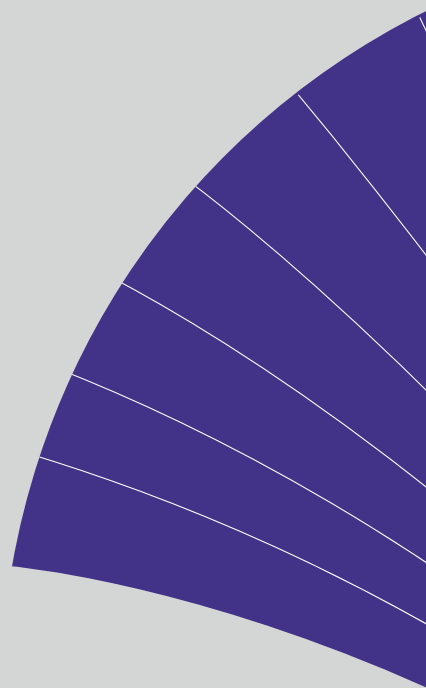
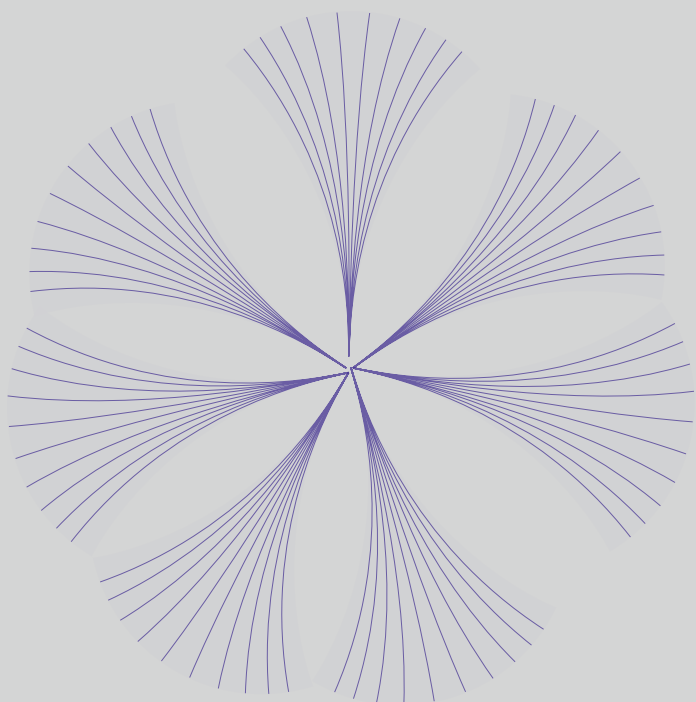
ЯРИЛЦЛАГА

Эмэгтэй улстөрчид болон түлхүүр мэдээлэл өгөгчидтэй ярилцлага хийж, эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгардаг бэрхшээлүүдийг бодит туршлага дээр суурилан нарийвчлан тодорхойлж, хэвлэл мэдээллийн болон цахим дайралттай хэрхэн үр ашигтай тэмцэх талаар бодлогын зөвлөмж боловсруулах мэдээлэл цуглууллаа.

Ярилцлагын оролцогчид:

- 20 эмэгтэй улстөрч: Сүүлийн таван жилийн хугацаанд УИХ болон орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшсэн.
- 8 түлхүүр мэдээлэл өгөгч: Хэвлэл мэдээлэл, улс төрийн мэдээлэл харилцааны мэргэжилтнүүд, шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн төлөөллийг дэмжих чиглэлээр ажилласан туршлагатай иргэний нийгэм болон олон улсын байгууллагын төлөөлөл.





2.

СУДАЛГААНД
ОРОЛЦОГЧДЫН
ЕРӨНХИЙ
МЭДЭЭЛЭЛ

2. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

Санал асуулгад нийт 370, ганцаарчилсан ярилцлагад 20 эмэгтэй улстөрч оролцсон бөгөөд тэдний насны бүлэг, намын харьяалал, сонгуульд оролцсон байдал, нэр дэвшсэн болон ялалт байгуулсан тоо зэргийг дараах байдлаар нэгтгэн харууллаа.

ХҮСНЭГТ 1. Судалгаанд оролцогчид, насны бүлгээр

Насны бүлэг	Санал асуулга		Ярилцлага	
	(n=370)	%	(n=20)	%
18-35	44	11.9	3	15
36-55	284	76.8	16	80
55+	42	11.4	1	5

Дийлэнх оролцогчид 36-55 насны бүлэгт багтаж байна. Ярилцлагад ч энэ бүлгийн төлөөлөл зонхилж байгаа нь улс төрийн идэвхтэй үе энэ насанд төвлөрч буйг илтгэнэ.

ХҮСНЭГТ 2. Судалгаанд оролцогчид, намын харъяаллаар

Намын харъяалал	Санал асуулга		Ярилцлага	
	(n=370)	%	(n=20)	%
АН	127	34.3	6	30
ИЗНН	6	1.6	1	5
МАН	154	41.6	9	45
ҮЭ	6	1.6	2	10
ХҮН	29	7.8	1	5
Бусад нам	18	4.9	1	5
Нам бус	30	8.1	0	0

Намын харъяаллын хувьд санал асуулгад оролцсон 370 улстөрчийн 41.6 хувь нь МАН, 34.3 хувь нь АН-ынх байсан бол ярилцлагад оролцсон 20 хүний 45 хувь нь МАН, 30 хувь нь АН-ын төлөөлөл байв. Бусад намын төлөөлөл санал асуулга болон ярилцлагын аль алинд цөөн орсон.

ХҮСНЭГТ 3. Судалгаанд оролцогчид, нэр дэвшсэн сонгуулиар

Нэр дэвшсэн сонгууль	Санал асуулга		Ярилцлага	
	(n=370)	%	(n=20)	%
2020 оны УИХ	15	4	2	6
2020 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ	62	17	4	12
2020 оны Сум, дүүргийн ИТХ	134	36	4	12
2024 оны УИХ	50	14	8	24
2024 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ	109	29	8	24
2024 оны Сум, дүүргийн ИТХ	155	42	7	22
Нийт	525	100	33	100

Санал асуулгын судалгаанд оролцогчдын дийлэнх нь 2020, 2024 оны сум, дүүргийн ИТХ-д нэр дэвшсэн бол мөн онуудын аймаг, нийслэлийн ИТХ-д нэр дэвшигч хавьгүй цөөн байгаа нь сонгуулийн шат ахих тусам эмэгтэй нэр дэвшигчдийн оролцоо бага байдаг бодит байдлыг илэрхийлж байна. Мөн 2020 оны УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн ердөө 15 хүн (4%) санал асуулгад оролцсон бол 2024 оны УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн 50 хүн (14%) байгаа нь хүйсийн квотыг 20 хувиас 30 хувь болгож нэмэгдүүлсэнтэй холбоотойгоор эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тоо нэмэгдсэнийг төлөөлөн харуулжээ.

Санал асуулгад орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшигчид түлхүү оролцсон бол ГЯ-д үүнийг тэнцвэржүүлэх зорилготойгоор 2024 оны УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн найман хүнийг (24%) багтаасан билээ. Мөн ярилцлагад 2024 оны сонгуульд нэр дэвшигчдийг түлхүү оролцуулж, сүүлийн үеийн туршлагыг илүү гүнзгий тусгахыг хичээв. УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшээд ялалт байгуулж чадаагүй улстөрчид аймаг, нийслэл, эсвэл сум, дүүргийн сонгуульд нэр дэвших тохиолдол элбэг байна.

ХҮСНЭГТ 4. Судалгаанд оролцогчид, нэр дэвшсэн тоогоор

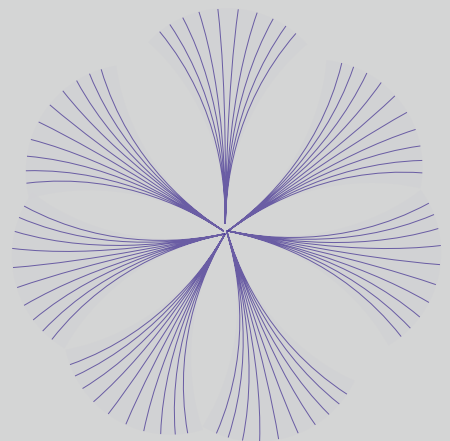
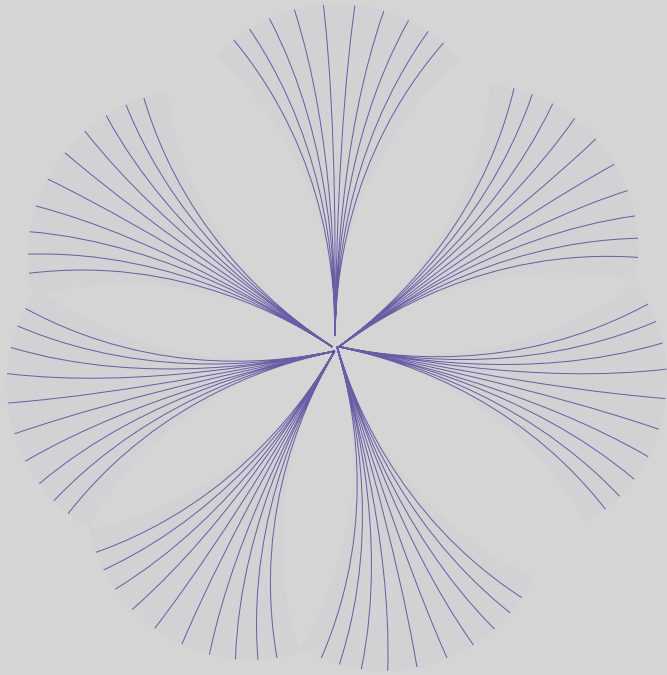
Нэр дэвшсэн тоо	Санал асуулга		Ярилцлага	
	(n=370)	%	(n=20)	%
Нэг удаа	181	48.9	5	25
2-3 удаа	133	35.9	11	55
3-аас дээш	56	15.1	4	20

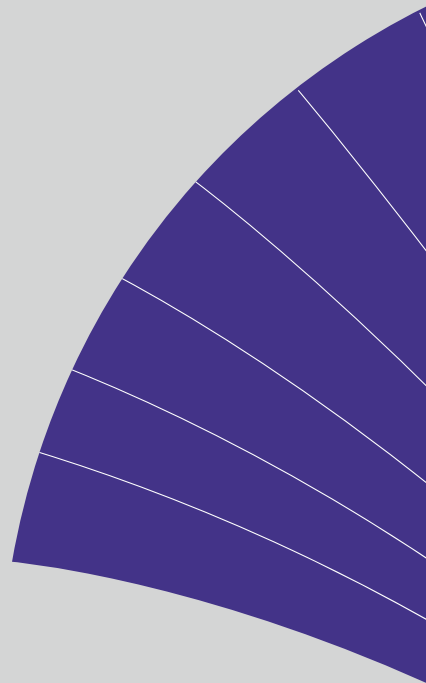
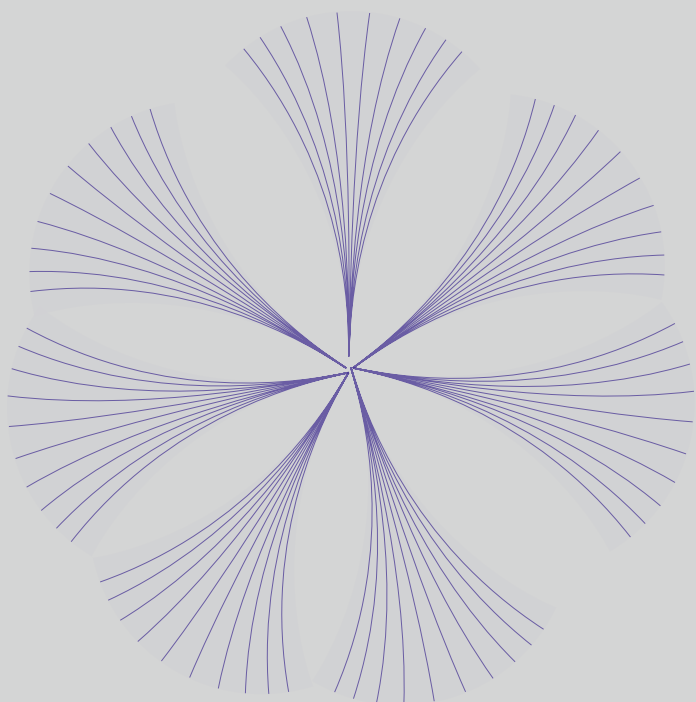
Санал асуулгад оролцогчдын бараг тал хувь нь анх удаа нэр дэвшиж байсан, ГЯ-д оролцогчдын дийлэнх нь (75%) хоёр болон түүнээс дээш удаа нэр дэвшсэн туршлагатай байв.

ХҮСНЭГТ 5. Судалгаанд оролцогчид, ялалт байгуулсан тоогоор

Ялалт байгуулсан тоо	Санал асуулга		Ярилцлага	
	(n=370)	%	(n=20)	%
Ялалт байгуулаагүй	159	43.0	3	15
Нэг удаа	90	24.3	8	40
2-3 удаа	85	23.0	8	40
3-аас дээш	36	9.7	1	5

Санал асуулгад оролцогчдын 43 хувь нь сонгуульд ялалт байгуулж байгаагүй бол ГЯ-д оролцогчдын дунд ийм хувь ердөө 15 хувь байсан. Нэг удаа (40%) болон 2–3 удаа (40%) ялалт байгуулсан хүмүүс ярилцлагад түлхүү хамрагджээ.





3.

СУДАЛГААНЫ
ҮР ДҮН

3.1. ОЛОН НИЙТТЭЙ ХАРИЛЦАХ СТРАТЕГИ ТӨЛӨВЛӨГӨӨ, ТУРШЛАГА

Улс төрийн мэдээлэл харилцаа нь улс төрийн мэдээллийг зорилтот бүлэгтээ хүргэхээс гадна нэр дэвшигчийн дүр төрхийг бүрдүүлэх, сонгогчдын итгэлийг бий болгох, өрсөлдөгчдийн зүгээс ирэх сөрөг нөлөөллийг саармагжуулах чухал нөлөөтэй байдаг. Тиймээс ч улс төрийн мэдээлэл харилцааг мэргэжлийн өндөр түвшинд хэрэгжүүлдэг улстөрч олон нийтийн дэмжлэг авдаг бол улс төрийн мэдээлэл харилцааны алдаа нь нэр хүндийг унагахаас гадна улс төрийн карьерт сөргөөр нөлөөлдөг.

Олон нийттэй харилцах стратегитай ажиллах нь энэ харилцааг үр дүнтэй болгоход зайлшгүй шаардлагатай бөгөөд энэ нь судалгаа хийх, зорилгоо тодорхойлох, мессежээ боловсруулах гэсэн гурван үндсэн шат дамжлагатай байвал үр дүнтэйг судлаачид онцолжээ (Ong, Moiden and Yacob, 2022).

ХҮСНЭГТ 6. Олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө, туршлагын талаарх ТМЯ-ын үр дүн

Нөхцөл байдал	Тулгамдсан асуудал		Шийдэл
	Эмэгтэй улстөрчдөөс шалтгаалах	Эмэгтэй улстөрчдөөс үл шалтгаалах	
Олон нийттэй харилцах стратеги, төлөвлөгөөний ач холбогдлыг улстөрчид сайн ойлгодоггүй, ашигладаггүй.	Мэдрэмжээрээ хийчихнэ гэж боддог. Ямар ч стратеги, төлөвлөгөөгүй шууд л сонгуулийн сурталчилгаагаа эхэлдэг.	Олон нийт эмэгтэй улстөрчдийг төгс байхыг шаарддаг. Амбийцтай гэж шүүмжлэх тохиолдол элбэг гардаг.	Нийгэм эмэгтэй улстөрчдийг давхар стандартаар харж байгаа учраас стратеги, төлөвлөгөөнд илүү ач холбогдол өгөх ёстой.
Улс төрийн намууд үзэл баримтлал, мөрийн хөтөлбөрөөрөө өрсөлддөггүй. Улстөрчид бодлогын асуудал гэхээс илүүтэй хувь хүн гэдгээрээ олон нийтэд танигддаг.	Маш их зүйл хийсэн байдаг хэрнээ олон нийтэд ойлгуулж чаддаггүй. Хийсэн ажлаа бага гэж боддог. Үзэл бодол, байр сууриа олон нийтэд хүргэж чаддаггүй. Төгс эмэгтэйн дүрээр танигдахыг хичээдэг.	Хэчнээн чухал юм ярилаа ч олон нийтийн зүгээс эмэгтэй улстөрчдийн гэр бүл, гаднах төрх, хувцаслалт, үс засалтыг илүүтэй сонирхдог, шүүмжилдэг.	Улс төрийн намууд үзэл баримтлал, үйл ажиллагаагаа олон нийтэд ил болгох, гишүүдээсээ эхлээд улс төрийн суурь боловсрол олгох. Эмэгтэй улстөрчид үзэл бодол, байр сууриа баримттайгаар илэрхийлж сурах.
Мэргэжлийн зөвлөх үйлчилгээ, хүний нөөцийн дутагдал бий. МУИС Улс төрийн мэдээлэл харилцааны магистрын хөтөлбөр эхлүүлсэн ч энэ чиглэлийн судалгаа, нөөц хэрэглэгдэхүүн цөөн байна.	Санхүүгийн боломж эрэгтэй улстөрчидтэй харьцуулахад багатай байдаг учир мэргэжлийн баг, зөвлөх авч чаддаггүй. Танил талаараа багаа бүрдүүлдэг. "Улс төрийн пи ар", "хар пи ар" гэж ярьдаг, буруугаар ойлгодог.	Тусдаа мэргэшсэн хүмүүс байхгүй, дандаа сэтгүүлч суурьтай хүмүүс ажилладаг. Сонгуулийн үед хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах зөвлөх үйлчилгээ, баг асар үнэтэй болдог. Мэргэжлийн бус, чанаргүй үйлчилгээ элбэг байдаг.	Улс төрийн мэдээлэл харилцааны чиглэлээр мэргэжлийн багш нарыг бэлтгэх, судалгаа, сурах бичиг, гарын авлага гаргах. Эмэгтэй улстөрчдийн мэдээлэл харилцааны туршлагыг судлах.
Хямралын үеийн мэдээлэл харилцааны ач холбогдлыг улстөрчид сайн мэддэггүй, хэрэгжүүлдэггүй.	Хэвлэл мэдээлэл, социал медиа дайралтад хариу үйлдэл хийж чаддаггүй. Яахаа мэдэхгүй байсаар байгаад, эсвэл сэтгэл хөдлөлөөр шийдвэр гаргаж, нөхцөл байдлыг дордуулдаг.	Эмэгтэй улстөрчид зөв ярьсан ч, буруу ярьсан ч шүүмжлүүлнэ, дайралтад өртөнө.	Хэвлэл мэдээлэл, социал дайралт ирэхэд хэрэгжүүлэх хямралын үеийн менежмент хийх төлөвлөгөө гаргаж, бэлтгэлтэй байх хэрэгтэй.
Олон нийттэй харилцах, өөрийн түүх, тодорхой сэдэв, агуулгаа хүргэх тал дээр сургалт, хөтөлбөрт хамрагдсан эмэгтэйчүүд бусдаасаа илт ялгардаг.	Өөрийн гэсэн сэдэв, агуулгаа тодорхойлоогүй байдаг. Өөрийн түүхээ бусадтай хуваалцахаас санаа зовдог. Энэ талаарх сургалт, зөвлөгөөг эмэгтэйчүүд талархан хүлээн авдаг, үр дүн шууд гардаг.	Энэ чиглэлийн сургалтын эрэлт хэрэгцээ асар их байгаа. Төсөл, хөтөлбөрийн хүрээнд, эсвэл улс төрийн намуудын зүгээс хааяа зохион байгуулдаг ч эрэлт, хэрэгцээг хангаж чаддаггүй. Видео хичээлүүд үр дүн багатай байдаг.	Олон нийт, хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах, социал медиа маркетинг, хямралын үеийн мэдээлэл, харилцааны чиглэлээр эмэгтэй улстөрчдөд чиглэсэн танхимын сургалтууд тогтмол хийх.

Хамгийн түрүүнд стратеги боловсруулж, түүн дээрээ суурилан олон нийттэй харилцах нарийвчилсан төлөвлөгөө гаргаж ажиллах шаардлагатай боловч Монголд үүнийг мэддэг, хэрэгжүүлдэг улстөрч ховор байдгийг ТМЯ-д оролцогчдын гурав нь тэмдэглэж байлаа. "Улс төрийн пи ар," "хар пи ар" гэх сөрөг, буруу ойлголт дагалддаг учраас эмэгтэй улстөрчид жийрхэж, дийлэнх нь олон нийттэй харилцах ажлыг мэргэжлийн түвшинд хэрэгжүүлдэггүй, төлөвлөгөөгүй, мэдрэмжээрээ хийдэг хэв маяг түгээмэл байна.

Нөгөө талаас, улс төрийн мэдээлэл харилцааны чиглэлээр мэргэшсэн зөвлөх, хүний нөөц дутмаг, судалгаа, нөөц хэрэглэгдэхүүнцөөнбайгаа. Багбүрдүүлэхэд ихэнх эмэгтэй улстөрчид танил талаасаа, эсвэл сэтгүүлч суурьтай хүмүүсийг авч ажиллуулдаг бол мэргэжлийн багш, зөвлөх, контент хөгжүүлэгч, хямралын харилцааны менежер бараг байдаггүй. Үүнийг дагаад зөвлөгөө өгөх үйлчилгээ өндөр өртөгтэйн зэрэгцээ сонгуулийн үеэр эрэлт нэмэгдэж, чанар муутай үйлчилгээ газар авдаг.

Түүнчлэн улс төрийн намууд үзэл баримтлал, бодлогоор өрсөлдөх соёл бүрдээгүйгээс улстөрчид хувь хүн гэдэг талаасаа олон нийтэд танигддаг. Энэ нь ялангуяа ганц бие, гэрлэлтээ цуцлуулсан эмэгтэйчүүдэд нэмэлт дарамт болдог талаар ТМЯ-д оролцогчид тэмдэглэж байлаа. Хэвшмэл ойлголтоос үүдэлтэйгээр нийгэм эмэгтэй улстөрчдийг төгс байхыг шаардах нь түгээмэл. Тиймээс ч эмэгтэй улстөрчид олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөөтэй ажиллах нь туйлын чухал ажээ.

Нэн ялангуяа хэвлэл мэдээлэл, социал медиа дайралт ирэх үед хариу арга хэмжээ авах чадваргүй, хариу үйлдэл хийгээгүйгээс нэр хүнд нь унасан олон жишээг ТМЯ-д оролцогчид дурдсан. Тиймээс ч хямралын үеийн мэдээлэл харилцааны төлөвлөгөө гаргаж, бэлтгэлтэй байх нь ийм дайралт ирэхэд үр дүнтэй хариу үйлдэл үзүүлэхэд эерэг нөлөөтэй аж.

Үүний зэрэгцээ, эмэгтэй улстөрчид маш их ажил хийдэг хэрнээ тэрийгээ олон нийтэд хүргэж чаддаггүй, өөртөө итгэлгүй байдгийг ТМЯ-д оролцогчид онцолж байлаа. Гэсэн ч нөхцөл байдлыг өөрчлөх боломж, сайн туршлага байна. Тухайлбал, Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээний цогц хөтөлбөрийн хүрээнд манлайллын түүхээ хуваалцах, хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах зэрэг сургалтад хамрагдсан улстөрчид сонгуулийн үеэр бусдаасаа илт ялгарч байжээ. Сургалт, зөвлөгөөг эмэгтэй улстөрчид ихэд талархан хүлээж авдаг бөгөөд ийм хөтөлбөр тасралтгүй, системтэй, сонгуулийн бус жилүүдэд үргэлжилдэг байвал бодит өөрчлөлт авчирна хэмээн тэмдэглэж байв.

ХҮСНЭГТ 7. Стратеги төлөвлөгөө боловсруулж байсан эсэх

Эх сурвалж	Тийм	Үгүй	Хэлж мэдэхгүй/ Дурдаагүй
Санал асуулга (n=370)	47%	38%	15%
Ярилцлага (n=20)	30%	30%	40%

Санал асуулгад хамрагдсан 370 улстөрчийн 47 хувь нь олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө боловсруулж байсан гэж хариулсан бол бусад нь "Үгүй," "Хэлж мэдэхгүй байна" хэмээн хариулжээ. "Шийдвэр гаргах түвшинд жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих нь" төслийн хүрээнд хэрэгжүүлсэн сургалт, хөтөлбөр, гарын авлага зэрэгтэй илүү ойр байсан Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээний гишүүд санал асуулгад оролцсон нь стратеги төлөвлөгөө боловсруулсан гэж хариулсан тоо өндөр байхад нөлөөлсөн байхыг үгүйсгэхгүй.

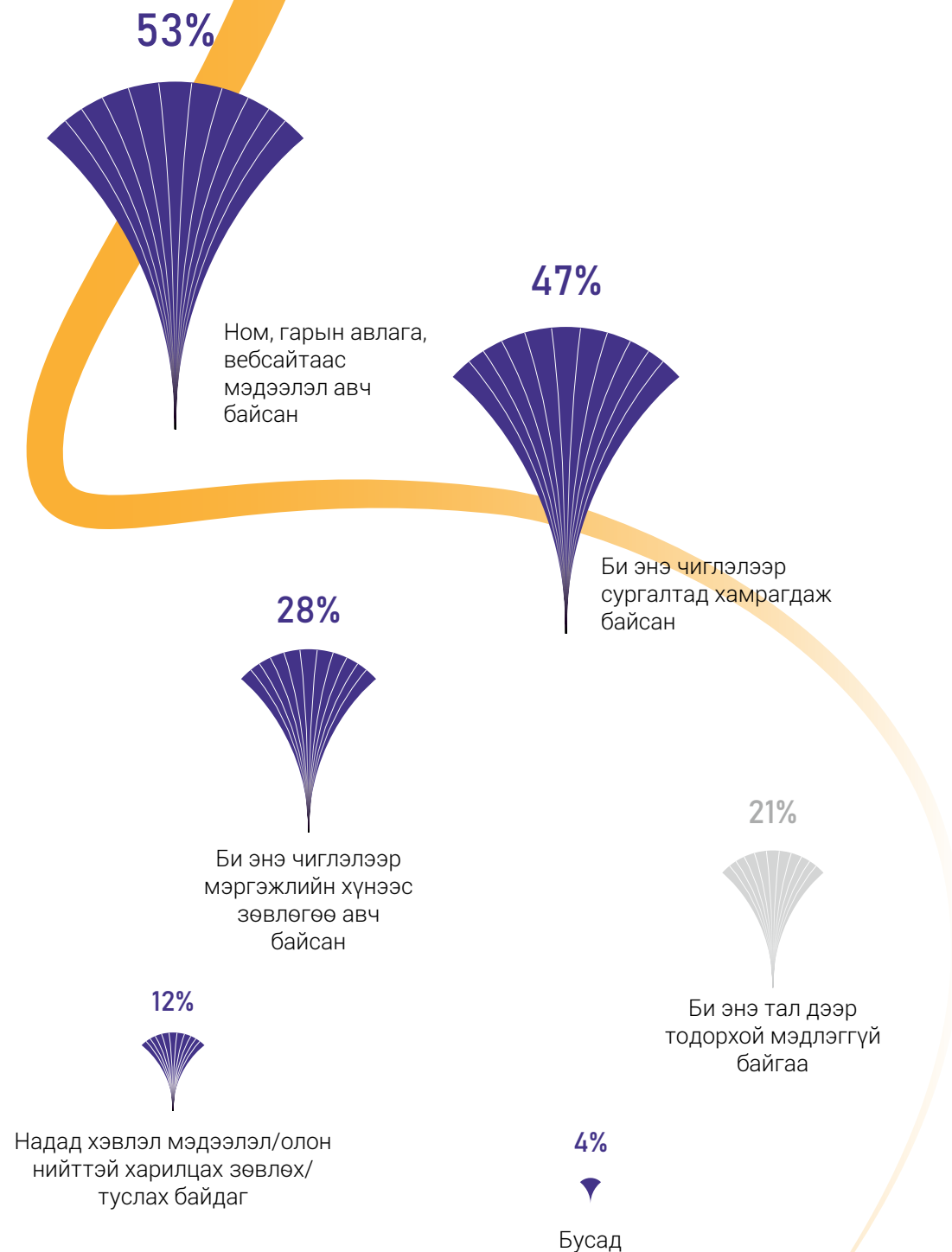
Харин судалгааны хүрээнд ГЯ хийсэн 20 улстөрчөөс ердөө зургаан оролцогч (30%) олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөөтэй ажилласан болохоо дурдсан. Тэдний хувьд стратеги төлөвлөгөө нь сонгуулийн үеийн мессеж, контентын агуулга, давтамжийг төлөвлөх хэлбэртэй байжээ. Тухайн зургаан оролцогчийн гурав нь маркетинг, улс төрийн мэдээлэл харилцаа, хэвлэл мэдээллийн чиглэлээр өмнө нь ажиллаж байсан туршлагатай бөгөөд тэрэн дээрээ суурилан нарийвчилсан стратеги төлөвлөгөө гаргаж байсан байна. Нэг нь 2020 оноос хойш мэргэжлийн сэтгүүлчтэй хамтарч ажиллаж байгаа бол үлдсэн хоёр нь Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээний сургалтаас олж авсан мэдлэг дээрээ тулгуурлан стратеги төлөвлөгөө боловсруулан ажиллажээ. Гэвч олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөөг зөвхөн сонгуулийн үед л хийдэг бөгөөд бусад үед шаардлагагүй гэсэн нийтлэг ойлголт ажиглагдав.

" Стратеги төлөвлөгөөний хувьд сонгуулийн үед л байсан. Яг ямар мэдээ, мэдээлэл орох тал дээр нарийн анхаарч байсан. Одоо бол нарийн төлөвлөгөө байхгүй ч гэсэн сардаа нэг удаа блог хийнэ, долоо хоногт нэг удаа пост хийнэ гэх байдлаар явж байгаа. Цаасан дээр буусан зүйл байхгүй ч төлөвлөгөөтэй ажиллаж байна.

Ярилцагч 11, дүүргийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ярилцлагад оролцсон бусад улстөрчийн хувьд ямар нэгэн цаасан дээр буулгасан стратеги төлөвлөгөөгүйгээр, өөрсдийн боломж, нөхцөл байдалд тулгуурлан, мэдрэмжээрээ олон нийттэй харилцаж байжээ.

ДҮРСЛЭЛ 1. Хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах мэдлэг, туршлага олж авсан байдал



Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧИД СУРАЛЦАЖ, ТУРШЛАГАА ХУВААЛЦАЖ БАЙНА

"Та хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах мэдлэг, чадвараа хэрхэн дээшлүүлж байсан бэ?" гэдэг асуултад санал асуулгад оролцсон 370 улстөрчийн 53 хувь нь ном, гарын авлага, вебсайтаас мэдээлэл авч байсан, 47 хувь нь энэ чиглэлээр сургалтад хамрагдаж байсан хэмээн хариулжээ (Дүрслэл 1). Үүнээс үзэхэд, эмэгтэй улстөрчид олон нийттэй харилцах тал дээр судлах, суралцах зэргээр өөрийгөө бэлтгэхэд анхаарах хандлагатай байна.

ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчөөс ч цөөнгүй нь Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээ, "Шийдвэр гаргах түвшинд жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих нь" төсөл болон улс төрийн намын зүгээс хэрэгжүүлсэн сургалт, хөтөлбөрийн талаар дурдсан юм. Тэдгээрээс олж авсан мэдлэг, ойлголтоо ашиглан мессэжээ боловсруулсан, олны танил хүмүүсийг танилцуулга, пост хийх зэрэгтээ татан оролцуулсан, хөтөлбөрийн хүрээнд бүтээсэн контентыг сонгуулийн үеэр ашигласан зэрэг жишээнээсээ хуваалцаж байв.

Түүнчлэн, ГЯ-д оролцогч 20 улстөрчийн гурав нь хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах чиглэлээр залуу эмэгтэй улстөрчдөд сургалт хийж байснаа дурдсан юм. Үүнээс үзэхэд, энэ төрлийн сургалтын хэрэгцээ шаардлага өндөр байгаа бөгөөд эмэгтэй улстөрчид өөрсдийн сурч мэдсэн зүйлс, хуримтлуулсан туршлагаа бусадтайгаа хуваалцах хүсэл эрмэлзэлтэй байна.

" Улс төрийн туршлагатай хүн яривал зүгээр юм билээ. Яг нөгөө өөрөө туршчихсан хүн. Хөндлөнгийн хэн нэгэн ярианы ур чадвартай хүн сургалт, семинар хийхээр хүйтэн хөндий, агуулгагүй болчихоод байдаг.

Ярилцагч 2, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Гэвч хэчнээн сургалтад хамрагдлаа ч хэрэгжүүлэхэд мөнгө санхүү, цаг хугацааны бэрхшээл тулгардгийг ярилцлагад оролцогчдын зарим нь онцолж байлаа. Тухайлбал, социал медиа маркетингийн сургалтад суусан орон нутгийн улстөрч олж авсан мэдлэгээ хэрэгжүүлэхийг хичээж байгаа ч өдөр тутмын ажилдаа түүртэж, зөвлөх, туслах хүн хэрэгтэй байгааг онцолжээ.

" Дагагчаа олон болгохыг хүсэвч хэрхэн хийхээ мэддэггүй. Контент төлөвлөгөө гаргамаар байвч яахаа мэддэггүй. Урдах ажлаа хийх хэрэгтэй байдаг. Надад амжуулаад өгөх, туслах хүн хэрэгтэй байдаг. УИХ-ын гишүүд шиг. Намынхаа эмэгтэйчүүдийг энэ чиглэлээр сургах юм сан гэж боддог. Ингэ тэг гэж хэлмээр байдаг. Хөдөөний эмэгтэйчүүд бол мэдэхгүй ш дээ.

Ярилцагч 16, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

СУРГАЛТ, ЗӨВЛӨХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЦЭЭ ШААРДЛАГА БАЙСААР БАЙНА

Санал асуулгад оролцогчдын 21 хувь нь олон нийттэй харилцах тал дээр тодорхой мэдлэггүй, дөрвөн хувь нь "Бусад" гэж хариулаад тодорхой тайлбар үлдээгээгүйгээс үзэхэд дөрвөн хүн тутмын нэг нь энэ талаар тодорхой ойлголтгүй байна (Дүрслэл 1).

ГЯ-д оролцсон хүмүүсээс ч цөөнгүй нь, ялангуяа орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшигчид олон нийттэй харилцах тал дээр мэргэжлийн туслалцаа авах хүний нөөц, санхүүгийн боломжгүй, өөрсдөө ч тодорхой мэдлэггүй хэрнээ биеэ даагаад ажиллаад явдгаа тайлбарласан юм.

" Олон нийттэй харилцах зөвлөх байхгүй, стратеги төлөвлөгөө байхгүй. Сошиал медиагаа бүгдийг нь өөрөө хөтлөөд явдаг. Хэвлэл мэдээллээр бараг мэдээлэл өгч үзээгүй... Сонгуулиар нэг хүн ажиллуулахад 14 хоногт 5 сая, дараа нь 7 хоногт 3 сая гэсэн. Тэд нарын хувьд боломжийн, хямд үнэ байхыг үгүйсгэхгүй, над шиг хүмүүст бол үнэтэй. Тиймээс сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд дүүгээ гуйж хэдэн рийл, постер хийлгүүлсэн. Чадвал мэргэжлийн хүнээс зөвлөгөө авбал зүгээр юм байна лээ. Ядаж ярьж байгаа зүйлээ нэг хянуулчихмаар байгаа юм. Ганцаараа хийж чадахгүй юм чинь чаддаг хүмүүстэй нь хамт хийвэл зүгээр. Намаас, олон улсын байгууллагаас ч юм уу дэмжээд, мэргэжлийн хүмүүсээс зөвлөгөө авах боломжтой болговол зүгээр санагдсан.

Ярилцагч 12, дүүргийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Тэр дундаа сум, аймгийн ИТХ-д олон удаа нэр дэвшсэн, ялалт байгуулсан туршлагатай улстөрчид хүртэл хэвлэл мэдээлэл, сошиал медиа тал дээр сургалт хэрэгтэй байгааг онцолж байсан юм.

" Эмэгтэйчүүд чинь зураг авахуулахад хүртэл анхаарах хэрэгтэй байна. Профайлаа хөгжүүлэх гэхээр зураг байхгүй. Надад ийм бэрхшээл байхад шинэ залуу эмэгтэйчүүд тэрийгээ бүр мэдэхгүй. Фэйсбүүкийн од, хувийн бизнестэй хүмүүс л тэрийг сурчихсан байна. Тэрэн дээр тусалж, сургалт өгмөөр санагддаг. Ер нь сонсож, сурч байж л өөрчлөх боломжтой. Орон нутагт байгаа хүмүүсээр дамжуулж өөрчлөлт хийвэл илүү үр дүнд хүрнэ. Орон нутгийн хүмүүсийг өөрсдөө хий гэвэл сэтгэл байсан ч туршлага дутна. Тэгэхээр хамтрах л хэрэгтэй байна. Улаанбаатарт байгаа туршлагатай хүмүүс орон нутагт очиж туршлагаа хуваалцаад сургалт, мэдээлэл өгч түүнээсээ зааж, хуваалцвал үр дүн гарна.

Ярилцагч 16, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Орон нутагт хэвлэл мэдээлэл сайн хөгжөөгүйн зэрэгцээ үнэ өртөг өндөртэй учраас сошиал медиа хөгжүүлэлт тал дээр сургалт хийвэл илүү үр дүнтэй байж болох нь зарим ярилцлагчийн мэдээллээс харагдаж байна.

" Эмэгтэй улстөрчид Фэйсбүүкээ сайн ашиглаж чадахгүй байна. Би сая Азийн сангийн сургалтад орсон. Canva, Mojo ашиглаад гар утсаараа ч контент хийж болж байна. Ийм чадвар эзэмшээд, өөр хүнд төлбөр мөнгө өгөхгүйгээр өөрийнхөө гар утсыг ашиглаад хийчихэж болж байна. Эмэгтэй улстөрчдөд тэр тал дээр сургалт, зөвлөмж хэрэгтэй.

Ярилцагч 20, сумын ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

МЭРГЭЖЛИЙН ЗӨВЛӨХ, ТУСЛАХ ҮЙЛЧИЛГЭЭ АВАХ НЬ ХОВОР

Санал асуулгад оролцогчдын 28 хувь нь энэ чиглэлээр мэргэжлийн хүнээс зөвлөгөө авч байсан гэсэн бол ердөө 12 хувь нь хэвлэл мэдээлэл/олон нийттэй харилцах зөвлөх/туслахтай ажилладгаа илэрхийлжээ (Дүрслэл 1).

Тэгвэл ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн тав (25%) нь олон нийттэй харилцах, контент шторк хийх, сонгуулийн кампанит ажилд бэлтгэх, хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах болон пэйж хөтлөх тал дээр гэрээтэй ажилладаг хүнтэй гэсэн боловч энэ чиглэлээр байнгын/орон тооны зөвлөх/туслахтай гэж онцолсон нэг ч хүн байгаагүй. УИХ-ын гишүүд орон тооны туслах, зөвлөхтэй байдаг ч хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах чиглэлээр мэргэшсэн хүн ажиллуулахыг илүүд үздэггүй, эсвэл тийм туршлагатай хүн олддоггүйг зарим ГЯ-д оролцогч хэлж байлаа. Ихэнхдээ найз нөхөд, танилын хүрээлэл, өмнө нь ярилцлага, мэдээлэл өгөөд таалагдсан сэтгүүлчидтэйгээ хэрэгцээтэй үедээ хамтарч ажиллах туршлага элбэг байна.

" Хэвлэлийн мэдээ гаргах, хэвлэлийн хурал зохион байгуулах зэрэг шаардлагатай үедээ контент, шторк бэлддэг багтай хамтарч ажилладаг гэрээтэй.

Ярилцагч 5, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Харин бусад нь хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах ажлаа өдөр тутамдаа өөрсдөө бие даан авч явах хандлага илүүтэй ажиглагдав. Сонгуулийн үед мэргэжлийн багтай ажиллах хэрэгцээ, шаардлага УИХ болон нийслэл, дүүргийн ИТХ-ын сонгуулиар илүүтэй гарч байсан бол аймаг, сумын ИТХ-ын сонгуулийн хувьд өөрсдөө биеэ даан олон нийттэй харилцах ажлаа хийх нь түгээмэл байна.

" Нэг ч хэвлэлийн контент, рийлгүйгээр сонгуульд орсон, бүх юмаа өөрөө хийсэн.

Ярилцагч 14, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

" Цаасан дээр буулгасан төлөвлөгөө байхгүй. Өөрөө удирдаад явчихдаг. Сумын ИТХ-ын түвшинд хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах зүйл байхгүй. Суманд хэвлэл мэдээлэл байхгүй. Аймагас ирж мэдээ, ярилцлага авах нь маш цөөн.

Ярилцагч 19, сумын ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

СОНГУУЛИЙН ҮЕЭР ХАМТАРЧ АЖИЛЛАСАН ХЭВЛЭЛИЙН БАГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНД СЭТГЭЛ ХАНАМЖГҮЙ БАЙНА

УИХ болон аймаг, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуулийн үеэр намаас нэгдсэн журмаар хэвлэлийн багтай хамтрах нь элбэг байдаг ч мөнгөтэй (ихэнхдээ эрэгтэй) улстөрчид өөрсдөө нэмэлтээр олон нийттэй харилцах үйлчилгээ авдгийг ГЯ-д оролцогчид хэлж байлаа. Энэхүү судалгааны хүрээнд ярилцлага авсан 20 улстөрчөөс хувиасаа мөнгө төлж, мэргэжлийн үйлчилгээ авсан хүн маш цөөн байсан бөгөөд тэгэхдээ өөрсдийг нь дэмждэг, эсвэл танил хүрээллийнхэнтэйгээ хамтарч ажиллажээ.

" Сонгуулийн үеэр бол мэдээж бичиж чаддаг сэтгүүлчтэй ажилласан. Намайг дэмждэг хүмүүс өөрсдөө санал болгоод, мөнгө төгрөгний хувьд ч гэсэн миний даах хэмжээний байсан учраас хүндрэл, бэрхшээл гараагүй. Ер нь бол сэтгэл хангалуун байсан.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Найз нөхөд, танилын шугамаар сэтгүүлчидтэй хамтарч ажилласан хоёр ч улстөрч авсан үйлчилгээндээ сэтгэл дундуур үлдсэн тухайгаа мөн хуваалцсан.

" Бэрхшээл гэвэл маш өндөр төлбөртэй байсан... Яг сонгууль хүртэл бид нарын хамтын ажиллагаа аягүй гоё байсан. Төлөвлөгөөтэй явж байгаа ш дээ. Сардаа 4 контент гаргана, тэдийг нь бартераар өгнө, тэдийг нь бэлэн мөнгөөр төлнө,

тийм сайттай хамтарч ажиллана гээд. Энэ сардаа бид нар ийм сэдвээ бариад явна гээд явж байснаа яг сонгуулийн 17 хоногт ямар ч маневр хийж чадаагүй. Бид нар болчихно, бид нар нэлээн ажилласан, гарчихна гэж бодсон юм шиг байгаа юм.

Ярилцагч 7, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

ГЯ-д оролцсон улстөрчдийн ихэнх нь намынхаа, багийнхаа сонгосон хэвлэлийн багт найдаж сурталчилгааны материалаа бэлтгүүлсэн байна. Гэвч тэр нь агуулга, эх бэлтгэл, чанарын хувьд хангалттай байгаагүйг 20 ярилцагчийн тав нь хэлсэн бөгөөд дөрөв нь үүнээс болж өөрсдөө тараах материалаа цагийг нь тулгаж бэлтгэжээ.

" Намаас хэвлэлийнхэнтэй хамтарсан, тэр баг нь нэг ярилцлага, нэг хөрөг хийж өгсөн нь сэтгэлд хүрээгүй. Цагийг нь тулгаад, хэвлэхийн өмнөх орой нь ажлынхантайгаа гурвуулаа сууж байгаад бүгдийг нь шинээр хийсэн. А5-аар өөрийнхөө зурагтай, нөгөө талд нь мэдээлэлтэй ганц хуудас л тараасан... Медиа баг авъя гэхээр 30 сая төгрөг нэхээд, сэтгүүлчид хүртэл 5-10 сая төгрөгөөр л ажиллачих гээд байгаа юм чинь.

Ярилцагч 9, дүүрэг, нийслэлийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

“ Намаас нэгдсэн танилцуулга өгөөгүй, хамт нэр дэвшсэн хоёр хүн тараах юмтай, би харин амаараа ярина. Сурталчилгаа эхлээд хоёр хоногийн дараа танилцуулгаа өөрөө бэлдээд, өөрөө хэвлээд тарааж эхэлсэн. Хамгийн гол нь 2000 гаруй сонгогчтой газар эхний хоёр хоног 300-гаад сонгогчтой уулзалт хийхдээ зүгээр л амаараа танилцуулсан. Би хувиараа биш, ... намын нэрийн өмнөөс сонгуульд нэр дэвшиж байгаа учраас намаас нэгдсэн юмаа хүлээгээд хугацаа алдсан. Намын дарга гэтэл утсаа салгаад алга болсон, ийм тохиолдол зөвхөн над дээр гараагүй.

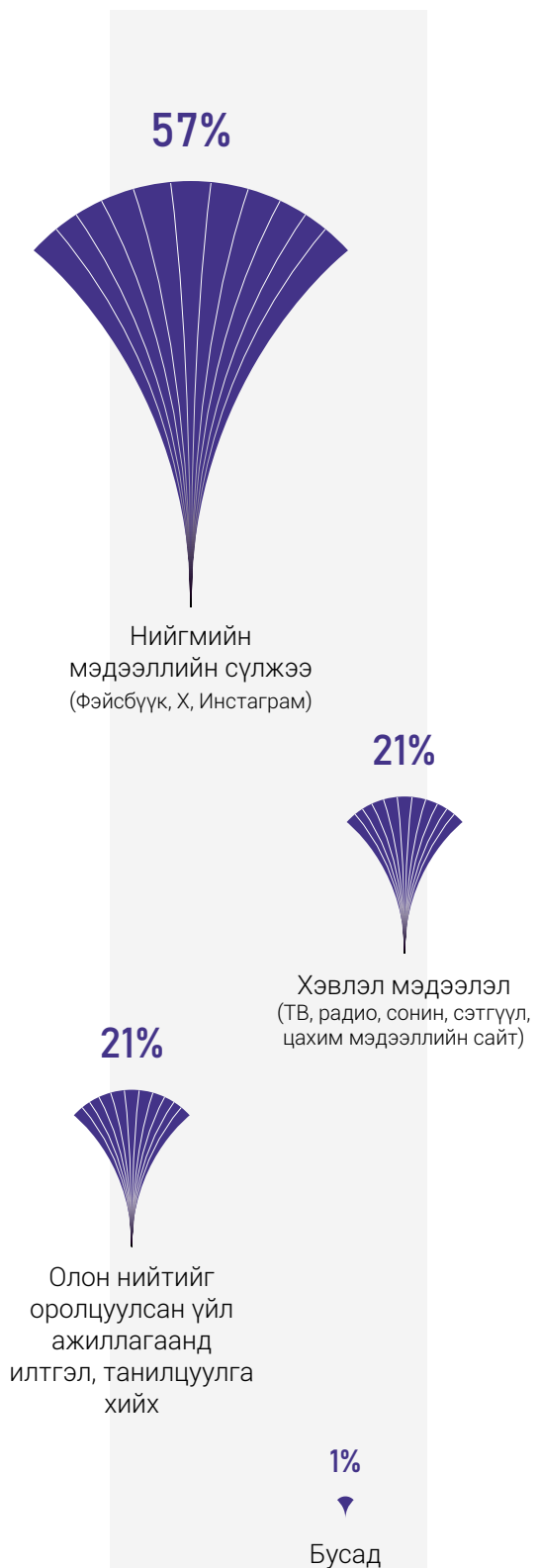
Ярилцагч 20, сумын ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ийнхүү олон нийттэй харилцах багийн үйлчилгээний чанар хангалтгүй байх үед Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээний хөтөлбөрийн шугамаар гаргаж авсан контент маш их хэрэг болсныг хоёр ч улстөрч ярилцлагынхаа үеэр хэлсэн юм.

“ Манлайллын сүлжээний шугамаар гаргасан контентууд их хэрэг болсон. Хүнд хүргэх талаасаа яг мэргэжлийн түвшинд хийгдсэн учраас хүмүүс их үзэж байсан. Сонгуулиар багаар ажиллана гэхихээд тэр бичлэгүүдээ явуулсан чинь бараг ганцаараа пи-ар багтай ажиллаад байгаа юм уу гэсэн хардлага ч гарсан. Өмнөх он сарыг нь харуулж байгаад хуучин юмаа шэйр хийсэн гэж маргаанаас зайлсхийсэн. Тэр хамгийн их үзэлт авсан. Би шэйрлээрэй гэж хэлээгүй ч гэсэн хүмүүс чинь ялгаад, сайныг нь илүү хуваалцдаг юм байна лээ.

Ярилцагч 15, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

ДҮРСЛЭЛ 2. Мэдээлэл харилцааны сувгийн үр ашгийг тодорхойлсон байдал



Санал асуулгад оролцсон 370 улстөрчийн олонхбуюу 57 хувь нь нийгмийн мэдээллийн сүлжээг олон нийттэй харилцах хамгийн үр ашигтай суваг хэмээн үзэж байна.

Сошиал медиа бол өнөө цагт сонгогчидтой шууд харилцах, өөрийн дуу хоолойг хүргэх гол хэрэгслүүдийн нэг боловч ГЯ-д оролцсон эмэгтэй улстөрчдийн дунд энэ талын мэдлэг, туршлага харилцан адилгүй, техникийн дэмжлэг дутагдалтай байгааг тод харуулж байлаа. Тодруулбал, Фэйсбүүк пэйж дээрээ хэдэн зуун мянган дагагчтай улстөрчөөс эхлээд Фэйсбүүк аккаунтдаа 300 найзтай байхдаа орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшсэн хүн ч байна. Ялангуяа УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчдийн зарим нь мэргэжлийн хүнээс зөвлөгөө авч байсан бол сошиал медиа судалгаа хийлгэж үзсэн гурван ч хүн байв. Харин орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшигчид ихэнхдээ өөрсдөө, тусгайлан хийсэн контент ч үгүйгээр нэр дэвших нь элбэг байна.

Хэвлэл мэдээллийн суваг үр ашигтай гэж санал асуулгад оролцогчдын харьцангуй цөөн буюу 21 хувь нь хариулжээ. ГЯ-д оролцогчдын мэдээллээс үзэхэд хэвлэл мэдээлэл үнэ төлбөр ихтэй, мөн орон нутагт хэвлэл мэдээлэл, мэргэжлийн сэтгүүлч ховор байдаг учраас энэ сувгийг ашиглах боломж хязгаарлагдмал байгаа юм.

Санал асуулгад оролцогчдын мөн 21 хувь нь олон нийтийг оролцуулсан үйл ажиллагаанд илтгэл, танилцуулга хийх нь үр ашигтай байдаг гэж хариулснаас үзэхэд олон нийтийн өмнө үг хэлэхэд эмэгтэй улстөрчид чухал ач холбогдол өгөхгүй байна. ГЯ-ын үеэр гарсан нэг сонирхолтой ололт гэвэл өөр намын хоёр улстөрч сонгуулийн үеэр уулзалтууд үр дүнгүй байдгийг онцолж ярьсан юм.

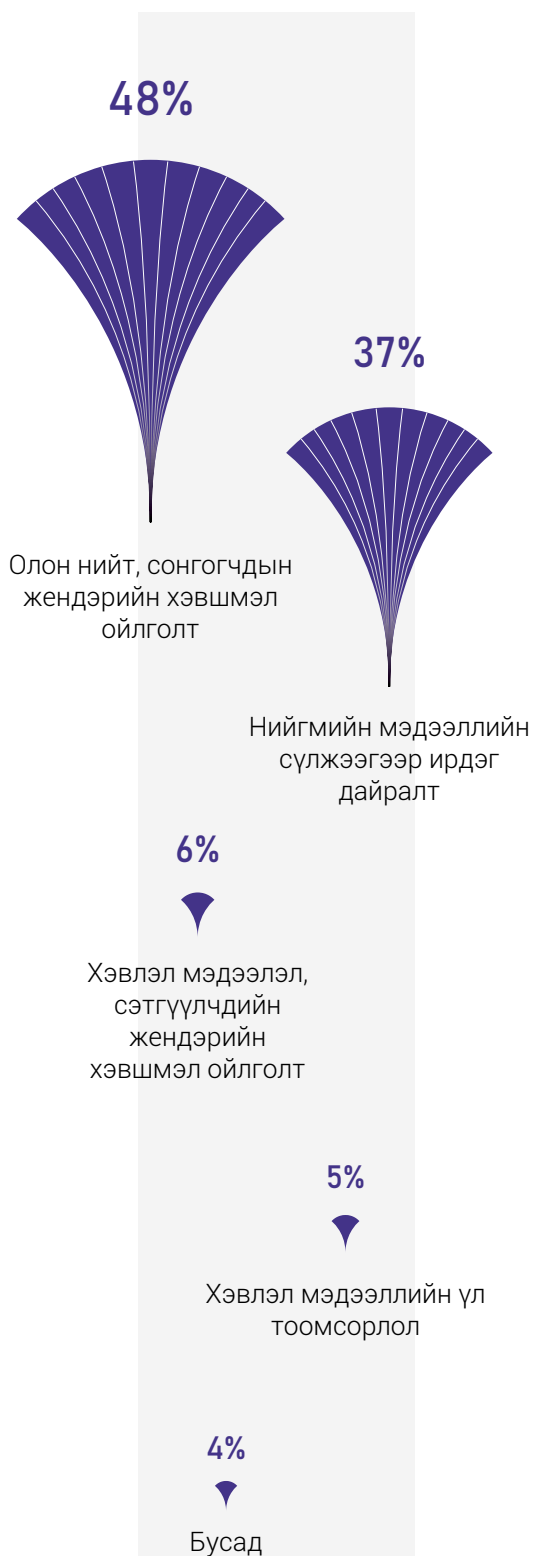
“ Өглөө 09:00 цагаас эхний уулзалтууд зарлаад л эхэлнэ. Тэгээд тэнд нэг 100 ч хүрэхгүй хүн цуглана. Хамгийн сонин нь 1-р хороон дээр уулзахад 50 хүн байна гэхэд 25 нь танай нэр дэвшсэн намын хүмүүс байж байна, 2-р хороон дээр ирэхэд тэр намынх нь гишүүд дахиад л оччихно. Яг сонгогчид буюу надад цэвэр өөрийнхөө итгэл үнэмшлээр санал өгөх гэж байгаа хүмүүс ирдэггүй, 50 хувь нь л байдаг. 100 хүний 50 нь намынх нь гишүүд, зүгээр сандал бөглөөд сууж байдаг. Сүүлдээ тийм уулзалтууд аягүй үр дүнгүй болж байсан. Би сүүлдээ өөр байгууллагууд, гудамж талбай, цэцэрлэг сургууль ороогүй газар байхгүй ээ. Нэрийн хуудсаа тарааж өөрийгөө танилцуулах уулзалт болгон руу л явсан. Гурвуулаа яваад, тэр 50-100 хүнтэй, нэг хүнтэйгээ 10 уулзах л надад үнэхээр харамсалтай байсан.

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

“ Сумын сонгогчид бол нэгдсэн уулзалт хийхгүй. Сонгуулийн нээлт хийчихээд нэгдсэн уулзалт хийх гээд УИХ гишүүнийг хүртэл авчраад, аягүй цөөхөн хүн цуглаад, дээрээс нь нөгөө л нэг манай намын гэж байгаа хэдэн хөгшчүүд, шадар туслахууд, яг л мэдээжийн хүмүүс. Тэгээд нэгдсэн уулзалт ер нь хэрэггүй, нэг зрительтэйгээ л уулзаад яваад байх юм байна, хувьчилсан уулзалт зүгээр юм байна гээд айлуудаар явсан.

Ярилцагч 14, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

ДҮРСЛЭЛ 3. Олон нийттэй харилцахад учирч буй бэрхшээлүүд



Санал асуулгад оролцогчдын бараг тэн хагас нь олон нийт, сонгогчдын жендэрийн хэвшмэл ойлголт, 37 хувь нь нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр ирдэг дайралт олон нийттэй харилцах ажлын хувьд хамгийн бэрхшээлтэй байдгийг онцолжээ. Харин хэвлэл мэдээллийн үл тоомсорлол, хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийн жендэрийн хэвшмэл ойлголт, бусад бэрхшээл хавьгүй бага хувь эзэлж байгааг Дүрслэл 3-аас харна уу.

ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн ихэнх нь мөн олон нийтийн жендэрийн хэвшмэл ойлголт, нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр ирдэг дайралтууд бэрхшээлтэй байдгийг онцлон ярьж байлаа. Үүнээс шалтгаалан мөн олон нийтийн дунд тархдаг хов живд эмэгтэй улстөрчид илүүтэй өртдөг болохыг хэд хэдэн улстөрч тэмдэглэсэн юм.

" Эмэгтэй улстөрчдийг зөвхөн социал дайралтад өртдөг гэж бодож байна уу? Нэгд социал дайралтад өртөнө, нөгөөдөх нь гэрээс гэрт, амнаас аманд гэж сурталчилгаа байгаа ш дээ, пи ар хэллэгээр бол газрын тулаан гэж ярьдаг. Нөгөөдөх нь агаарын тулаан. Тэгэхээр бид газрын тулаан буюу аман пи ар дайрлагад өртөж байгаа... Энэ нь бүр хортой. Яагаад гэвэл бодит хүмүүс хоорондоо ярилцаж байна. Тэр бодит улсууд чинь сонгогчид, саналаа өгөх гэж байгаа хүмүүс байхгүй юу. Нэг толгойд нь буруу мессеж хийчихэд тэрийг засах гэж, араас нь баллах гэж дараагийн уулзалт руу явдаг. Тэгээд 16 хоногийн дотор тэр чинь гүйцэгдэхгүй, ямар ч боломжгүй. Аан тэр чинь олон нөхрийн олон хүүхэд гаргасан юм билээ гээд л...

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ялангуяа ганц бие, өрх толгойлсон эмэгтэй улстөрчид хов ярианд элбэг өртдөг бөгөөд ийм яриаг сэтгүүлч хүн сонгуулийн үеэр тараасан нь нэр хүндэд нь нөлөөлж, дахиад нэр дэвших урам зориггүй болсон тухайгаа ярилцагчдын нэг хуваалцсан юм.

“ Жижиг газар учраас явган яриагаар ихэвчлэн дайрч, доромжилдог. Сэтгүүлч албан ёсоор мэдээлээд байгаа юм биш боловч тэр сэтгүүлч цаашаа гарангуутаа явган яриагаар дэлгэчихсэн байх жишээтэй. Тэгээд хувийн амьдрал л ярина ш дээ. Нөхөргүй. Хүүхдүүд нь хоёр өөр эцэгтэй гээд л. Тэр нь үнэн л дээ. Гэхдээ үнэхээр тэрнээс өөр өөлөх юмгүй. Миний ямар мэдлэг, боловсролтой, ямар ажлын туршлагатай, аймагт гараад юу хийх вэ гэдэг хамаагүй байгаа юм. Надаас өөр эрэгтэй, настай хүн гараад тэрийг хийхгүй байх нь иргэдэд хохиролтой байх боловч тэрийгээ бас мэдэхгүй. Яг юм хийхийг хүсэж байгаа хүмүүсээ ингээд нөхөргүй гэдгээр аваад хаячихаж байна. Сүүлдээ бүр айл гэр үймүүлсэн гэсэн яриа ч болсон. Би ёстой айл гэр үймүүлж үзээгүй.

Ярилцагч 17, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.2 ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ

Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэйчүүдийг хэрхэн гаргаж, дүрсэлж байгааг дэлхий даяар олон жилийн турш судалж ирсэн. Тодруулбал, АНУ, Их Британийн судлаачид 1960-аад оноос феминизмийн хоёрдугаар давлагааны үзэл баримтлалд тулгуурлан хэвлэл мэдээллээр эмэгтэйчүүдийг хэрхэн харуулж буйг судалж эхэлжээ. Социологич Гербнер (1976) хүйс, арьс өнгө зэргээс хамаарч нийгмийн зарим бүлгийн төлөөллийг хэвлэл мэдээллээр хавьгүй бага гаргадгийг, тэр нь эргээд тэгш бус байдлыг өөгшүүлдгийг тодорхойлж, “symbolic annihilation” буюу “бэлгэдлийн үгүйсгэл” хэмээн нэрлэсэн байдаг. Энэхүү ойлголт дээр үндэслэн Тачман хэвлэл мэдээлэл, тэр дундаа телевизээр эмэгтэйчүүдийг цөөн гаргахаас гадна гаргалаа ч хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар буюу гэрийн эзэгтэй, ээжийн дүрээр дүрсэлдэг нь эмэгтэйчүүдийн нийгэмд оруулж буй хувь нэмрийг үгүйсгэж байгааг шүүмжилжээ (Tuchman, 1978).

Энэхүү шүүмжлэл хэвлэл мэдээлэл дэх жендэрийн тэгш бус байдлын талаарх өргөн цар хүрээтэй судалгааны бүтээлүүдийн чухал эх сурвалж болж ирсэн юм. Харамсалтай нь, хагас зуун жил үргэлжилсэн академик шүүмжийг үл харгалзан ахиц дэвшил чамлалтай байгааг харуулсан судалгаанууд хөвөрсөөр. Таван жил тутам нэг өдрийг сонгож мэдээний мониторинг хийдэг Дэлхийн хэвлэл мэдээллийн

мониторингийн төсөл эмэгтэйчүүдийн дуу хоолойг гаргах тал дээр хэвлэл мэдээллийн салбар хойш суусаар байгааг анхааруулдаг. 1995 онд энэхүү мониторингийг анх хийхэд мэдээний субъект буюу мэдээгээр гарсан хүмүүс болон эх сурвалжуудын ердөө 17 хувь нь л эмэгтэйчүүд байж. Үүнээс 25 жил өнгөрөхөд энэ үзүүлэлт олигтой нэмэгдээгүй, 25 хувьд л хүрчээ. Хэрвээ энэ чигээр ахиц удаан байвал жендэрийн тэгш байдлыг мэдээний агуулгад харахын тулд дор хаяж 67 жил хүлээх хэрэгтэй. Үүний зэрэгцээ дээрх 25 хувийг задалж үзвэл хэвлэл мэдээллээр гэрийн эзэгтэй, эцэг эхийн дүрээр гарсан хүмүүсийн 68 хувийг эмэгтэйчүүд эзэлж байсан бол төрийн албан хаагчид, улстөрчид, сайд нар болон хэвлэлийн төлөөлөгчдийн дунд эмэгтэйчүүдийн эзлэх хувь ердөө 18 хувь байсан юм (GMMP, 2021).

Улс төрийн мэдээллийн хувьд сүүлийн 30 гаруй жилийн хугацаанд улстөрч эмэгтэйчүүдийг хэрхэн “бэлгэдлийн үгүйсгэл”-д оруулж байгааг судалж ирсэн бөгөөд энэ төрлийн судалгааг ихэнхдээ сонгуулийн үеэр хийсэн байдаг.

Учир нь, нэр дэвшигчид хэвлэл мэдээллээр дамжуулж олон нийтэд танигддаг бөгөөд тэднийг хэр элбэг гаргах, мөн хэрхэн дүрслэх нь сонгуулийн үр дүнд чухал нөлөөтэйг хэдийнэ тогтоосон (Kahn and Goldenberg, 1991).

Судлаач Ким Фридкин Хан 1980-аад оны АНУ-ын Сенатын болон мужийн захирагчдын сонгуулийн үеэрх хэвлэл мэдээллийн агуулгыг судалж, эмэгтэй нэр дэвшигчдийг эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад хавьгүй цөөн гаргахаас гадна жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрсэлж, өрсөлдөх чадваргүй, хамааралтай хэмээн сөргөөр үнэлдгийг илчилжээ (Kahn and Goldenberg, 1991; Kahn, 1994). Эдгээр суурь судалгаа нь зөвхөн АНУ төдийгүй дэлхий даяар эмэгтэй нэр дэвшигчдийг сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээлэл хэр элбэг гаргадаг (тооны хувьд), мөн хэрхэн дүрсэлж байгааг (чанарын хувьд) судлах дэд салбарыг бий болгосон байна (Van Der Pas and Aldering, 2020).

Сүүлийн жилүүдэд дэлхий даяар улс төрийн шийдвэр гаргах түвшин дэх эмэгтэйчүүдийн оролцоо нэмэгдсэн ч хэвлэл мэдээллийн агуулгад жендэрийн тэгш бус байдал амь бөхтэй оршсоор байгааг судлаачид тэмдэглэдэг.

Тухайлбал, АНУ-д хийсэн судалгаанууд (Kittilson and Fridkin, 2008; Andrich, Bachl and Dom ahidi, 2023) эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад эн тэнцүү гаргаж эхэлсэн ч тэднийг хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрслэх асуудал байсаар байгааг харуулж байгаа юм. Харин Их Британийн судлаачид (Ross, 2017, 2020; Harmer, 2021) эмэгтэй нэр дэвшигчид, улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр цөөн гаргадаг, гаргахдаа хэвшмэл ойлголтын дагуу, сөргөөр дүрсэлдэг асуудлын аль аль нь байсаар байгааг тэмдэглэсээр байна. Түүнчлэн АНУ, Канад, Европын 90 судалгаанд мета анализ хийж үзэхэд эмэгтэй улстөрчид эрэгтэй өрсөлдөгчдөөсөө ихэнхдээ цөөн гарахаас гадна тэдний улс төрийн байр суурь, чадварын оронд гадаад төрх, гэр бүлийн байдал зэрэгт нь анхаарал хандуулж байсан нь эмэгтэйчүүдийн улс төрийн хэтийн төлөвт сөргөөр нөлөөлөх магадлалтай гэж дүгнэжээ (Van der Pas and Aldering, 2020).

Монгол Улсын хувьд Хэвлэлийн Хүрээлэн (2012)-гийн хийсэн "Тогтмол хэвлэлд 2000, 2008 онд нийтлэгдсэн эмэгтэй улс төрчдийн талаарх нийтлэлийн харьцуулсан судалгаа" энэ чиглэлээр гаргасан хамгийн анхны даацтай бүтээл болжээ. Уг судалгааны хүрээнд өдөр тутмын болон 7-10 хоног тутмын нийт таван сонинд хэвлэгдсэн эмэгтэй улстөрчдийн талаарх бүтээлүүдэд контент анализ хийсэн байна. Үр дүнд нь эмэгтэй улстөрчдийн мэргэжлийн чадвар, ажлын туршлагыг харуулахаас илүүтэй жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэсэн дүрслэл буюу гадаад төрх, хувцаслалт, хувийн амьдрал, гэр бүлийн байдал талд нь анхаарсан агуулга давамгайлж байв. Мөн эмэгтэй улстөрчдийн талаарх сөрөг, шүүмжлэлтэй агуулга нэлээд их бүртгэгджээ. Гэвч сөрөг агуулга болон хэвшмэл ойлголт 2008 оны хэвлэлүүдэд 2000 онтой харьцуулахад буурсан дүр зураг ажиглагдаж байлаа.

Мөн Глоб Интернэшнл Төв ТББ-аас эмэгтэй улстөрчид, нэр дэвшигчдийн талаар хэвлэл мэдээлэл хэрхэн мэдээлснийг судалсан мониторингийн тайланд (2011) хэвшмэл ойлголт, тэр дундаа өндөр албан тушаалтай эмэгтэй улстөрчийг өөрийн чадлаар гарч ирээгүй, ямар нэг нам хүчин, нөлөө бүхий хүний туслалцаатайгаар тодорсон гэх хандлага давамгайлсныг тэмдэглэсэн байв.

ХМЗ-өөс жендэрийн мэдрэмжтэй улс төрийн сэтгүүл зүйг дэмжих "Мэдрэмжтэй мэдээлье" төслөө хэрэгжүүлж эхлэхийн өмнө суурь судалгаа (2021) хийсэн бөгөөд үүнд 2020 оны УИХ-ын сонгуулийн үе, мөн 2021 оны Засгийн газар бүрэлдэх үеийн өдөр тутмын сонинууд болон мэдээллийн сайтуудын агуулгад контент анализын судалгаа хийсэн. Уг судалгаанаас үзэхэд улс төрийн мэдээгээр гаргасан арван эх сурвалж тутмын хоёрыг л (сонинд 20%, мэдээллийн сайтуудад 16%) эмэгтэй улстөрчид бүрдүүлжээ. Харин жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх дүрслэл харьцангуй бага (сонинд 0.9%, мэдээллийн

сайтуудад 2%) байсан боловч эдгээр тохиолдолд сөрөг агуулга, шүүмжлэл давамгайлж байсныг тэмдэглэсэн байдаг.

Тэгвэл ХМЗ-өөс 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгааны үеэр өдөр тутмын сонинууд, мэдээллийн сайтуудад ижил аргачлалаар контент анализын судалгаа хийхэд эмэгтэй нэр дэвшигчдийн тоо нэмэгдсэнийг дагаад улс төрийн мэдээгээр нэр дурдаж гаргасан эмэгтэйчүүдийн тоо өссөн байв. Гэвч өдөр тутмын сонин, мэдээллийн сайтуудаар гаргасан нийт эх сурвалжийн 18 хувийг л эмэгтэйчүүд бүрдүүлсэн нь тэдний дуу хоолой, байр суурийг хэвлэл мэдээлэл олон нийтэд хүргэхдээ сул хэвээр байсныг илтгэж байлаа. Харин хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх дүрслэл багассан (сонинд 0.8%, мэдээллийн сайтуудад 0.6%) бөгөөд сөрөг агуулга ч огцом буурсан үр дүн гарчээ (ХМЗ, 2024).

Монгол Улсад хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг хэрхэн гаргаж байгаа талаар ХХ, Глоб Интернэшнл, ХМЗ-өөс хийсэн контент анализын судалгаануудаас үзэхэд хэвшмэл ойлголт, сөрөг агуулга сүүлийн жилүүдэд буурах хандлагатай байгааг харуулж байна. Гэсэн ч эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр цөөн гаргах асуудал хэвээр үлдсэнийг судалгааны үр дүн нотолж байгаа юм.

Иймд, энэхүү судалгааны хэвлэл мэдээлэлтэй холбоотой бүлгийн хүрээнд дараах асуултуудад хариулахыг зорилоо. Үүнд:

-Судалгаанд хамрагдсан эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгсөн давтамж сонгуульд ялалт байгуулахад нөлөөлсөн байна уу?

-Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг яагаад цөөн гаргадаг талаар судалгаанд оролцогчид ямар байр суурьтай байна вэ?

-Сүүлийн таван жилийн хугацаанд хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх тохиолдол хэр элбэг гарсан бэ?

-Сүүлийн таван жилийн хугацаанд сөрөг агуулга буюу хэвлэл мэдээллийн зүгээс эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдсан тохиолдол хэр элбэг байна вэ?

-Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдахад эмэгтэй улстөрчид ямар хариу үйлдэл үзүүлж байна вэ?

-Хэвлэл мэдээллийн дайралт ямар үр дагаварт хүргэж байна вэ?

ХҮСНЭГТ 8. Эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр хэрхэн гаргадаг талаарх ТМЯ-ын үр дүн

Нөхцөл байдал	Тулгамдсан асуудал	Шийдэл
Жижиг зах зээлд хэт олон хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл үйл ажиллагаа явуулж байна. Үүнээс үүдэн зар сурталчилгаа, төлбөртэй контентоос хамааралтай болж, мөнгөтэй хүмүүсийг мэдээллээр гаргах нь элбэг.	Мөнгөтэй, эрх мэдэлтэй эрэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэлтэй гэрээ хийж, илүү давуу байдалтай байна. Эмэгтэй улстөрчдийн санхүүгийн боломж харьцангуй бага, төлбөртэй мэдээлэлд хамрагдаж чаддаггүй.	Хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд орлогын эх үүсвэрээ төрөлжүүлж, хараат бус байдлаа хадгалахад анхаарах шаардлагатай. Редакцын бодлого, ёс зүйг сайжруулах хэрэгтэй.
Сонгуулийн зардалтай холбоотой бүртгэл хийх, хяналт тавих процесс төвөгтэй. УИХ-ын сонгуульд холимог тогтолцоо нэвтрүүлсэн нь дэвшил боловч тойргийн хэмжээг томсгосноор, мөн сурталчилгааны хугацааг багасгаснаар зардал улам нэмэгдсэн. Хувь хүнээс маш өндөр зардал гарч байж сонгогдох эрхээ эдэлж байна.	Хэвлэл мэдээлэл улс төрийн намууд, улстөрчдийн хувьд сурталчилгааны гол хэрэгсэл учраас сонгуулийн үеэр төлбөртэй контент, далд сурталчилгаа маш их гардаг. Сонгуулийн зардлын хяналт сул байгаа, бүртгэгдсэн зардлыг харахад хамгийн өндөр нь ихэнхдээ эрэгтэй нэр дэвшигчдийнх байдаг.	Сонгуулийн сурталчилгааны хугацааг ихэсгэж, тойргийн хэмжээг тогтоохдоо эмэгтэйчүүд болон шинэ, залуу улстөрчдөд өрсөлдөх ижил, тэгш боломж олгоход анхаарах. Сонгуулийн зардлыг багасгах хуулийн хэрэгжилт, бүртгэл, хяналтын механизмыг сайжруулах.
Хэвлэл мэдээллээр төр, засаг, намын шийдвэр гаргах түвшний хүмүүсийг л гаргадаг. Нам дотроо эрх мэдэлтэй эмэгтэйчүүд цөөн учраас бага л гарна. Цөөн байгаа тэр эмэгтэйчүүд бол маш чадварлаг, эрэгтэйчүүдээс хэд дахин илүү хичээж байж тэр түвшинд хүрдэг.	Эрх мэдлийн төлөө эрэгтэйчүүдтэй ижил хэмжээний амбийц гаргадаггүй, даруу төлөв байдаг. Нам доторх харилцаа холбоогоо сайжруулж чаддаггүй, хойшоо суудаг. Урдах ажлаа л хийгээд байхад хэвлэл мэдээлэл, олон нийт анзаарна гэж хүлээдэг.	Улс төрийн намын тухай хуулийг хэрэгжүүлэх, намын шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог 40 хувьд хүргэх. Засгийн газар, сайд нар, яам, тамгын газруудын хэмжээнд шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог ЖЭТБХТХ-д заасан хэмжээнд хүргэх, нэмэгдүүлэх.
Хүүхдийн эрх, хүчирхийлэлтэй холбоотой асуудал гарах бүрд УИХ-ын эмэгтэй гишүүд юу хийж байгаа юм бэ гээд л хэвлэл мэдээлэл, олон нийтийн зүгээс шаарддаг.	Маш их ажил хийсэн хэрнээ тэрийгээ анзаардаггүй, олон нийтэд ойлгуулж чаддаггүй. Зөвхөн үр дүнгээ мэдээлэх гээд байдаг, процессыг хүргэх тал дээр анхаардаггүй.	Эмэгтэй улстөрчид хийж байгаа ажлаа чамлалгүй, заавал үр дүнд хүрсэн хойноо гэж хойш тавих биш, олон нийтэд мэдээлж байх хэрэгтэй.
Хэвлэлээр цаг үеийн асуудлаар УИХ-ын гишүүдийн байр суурийг асуухад эрэгтэйчүүд л тэр боломжийг гярхай ашигладаг.	Өөртөө итгэлгүй, өөрийгөө болоогүй байна л гэж хардаг. ИНБ-уудтайгаа ойр ажиллаж чаддаггүй.	Цаг үеийн сэдвээр боломж л гарвал байр сууриа илэрхийлэх бэлтгэлтэй болох, ИНБ-уудын тусламжийг авч байх.

Эмэгтэй улстөрчид олонд танигдаад ирэхээр гэр бүл, хувийн асуудлыг нь хүртэл сөхөөд эхэлдэг. Хэвлэл мэдээллээр гарахад, ялангуяа онцгүй зураг, дүрс цахим орчинд байршихад дайралт, доромжлол их ирдэг. Энэ бүхнээс үүдэн эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага өгөхөөс татгалзах нь элбэг.

Хэвлэл мэдээллийнхэн эмэгтэйчүүдийн хэрэгцээ шаардлагыг ойлгодоггүй. Ядаж үс зүсээ янзлах, уруулаа будах боломж өгдөггүй.

Сэтгүүлчид өөрсдөө маш завгүй, ачаалалтай ажилладаг учраас яриа, мэдээллийг хам хум аваад гаргах тохиолдол элбэг.

Хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийг жендэрийн мэдрэмжтэй болгох, эмэгтэй улстөрчдөд ирдэг дайралт, дарамтын талаар мэдээлэл өгөх хэрэгтэй.

Хэвлэлийнхэн хандлага, мэдрэмжээ өөрчилж чадвал улстөрч эмэгтэйчүүдийг олон нийтэд зөвөөр таниулах, өөртөө итгэлтэй болгоход нөлөөлж чадна.

Эмэгтэй улстөрчдийг хэвшмэл ойлголтын дагуу гаргах, ялгаварлан гадуурхах, эмэгтэй гэдэг утгаар нэр хүндэд нь халдах тохиолдол сүүлийн таван жилийн хугацаанд багассан. Ялангуяа мэргэжлийн, нэр хүндтэй хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд илүү жендэрийн мэдрэмжтэй болж байгаа.

Мэргэжлийн, томоохон редакцууд илүү жендэрийн мэдрэмжтэй болж байгаа ч жижиг, мэргэжлийн бус мэдээллийн хэрэгслүүд хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх, улстөрчдийн нэр хүндэд халдах тохиолдол байсаар байна. Олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн суурь боловсрол муу байгаа учир ялгаж мэддэггүй.

Хэвлэл мэдээллийн манлайлагч байгууллагууд хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжийн тал дээр эхлүүлсэн ажлаа илүү сайжруулж, өндөр стандарт тогтоох. Хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтыг илүү сайжруулж, олон нийтийг татан оролцуулах. Олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсролыг дээшлүүлэх.

Монголын хэвлэл мэдээллийн салбарт 389 байгууллага үйл ажиллагаа явуулж, 4000 орчим хүн ажиллаж байна (ХХ, 2025). Ийнхүү жижиг зах зээлд өрсөлдөж буй хэт олон хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл зар сурталчилгаа, төлбөртэй контентоос хамааралтай болж, мөнгөтэй хүмүүсийг мэдээллээр гаргах нь элбэг. Мөн хэвлэл мэдээлэл улс төрийн намууд, улстөрчдийн хувьд сурталчилгааны гол хэрэгсэл болдог учраас ялангуяа сонгуулийн үеэр төлбөртэй контент, далд сурталчилгаа маш их гардаг.

Эмэгтэй улстөрчдийн санхүүгийн боломж харьцангуй бага байдгийн зэрэгцээ хэвлэл мэдээллээр гарахын тулд мөнгө төлөх хүсэл, сонирхолгүй байх нь түгээмэл. Гэтэл мөнгөтэй, эрх мэдэлтэй эрэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэлтэй гэрээ хийж, олон нийтэд танигдах тал дээр илүү давуу байдалтай байдгийг ТМЯ-д оролцогчид хэлж байв.

Сонгуулийн үеэр нэр дэвшигчид маш их зардал гаргаж байж сонгогдох эрхээ эдэлж байгаа нь эмэгтэйчүүд төдийгүй шинэ, залуу улстөрчдийн боломжийг хумиж байгаа. УИХ-ын сонгуульд холимог тогтолцоо нэвтрүүлсэн нь дэвшил боловч тойргийн хэмжээг томсгосноор, мөн сурталчилгааны хугацааг багасгаснаар зардал улам нэмэгдсэн. Үнэндээ 17 хоногийн хугацаанд хэн ч олон нийтэд танигдах боломжгүй. Мөн сонгуулийн зардалтай холбоотой бүртгэл хийх, хяналт тавих процесс төвөгтэй. Үүнээс үүдэн сонгуулийн зардлын хяналт сул байгаа ч бүртгэгдсэн зардлыг харахад хамгийн өндөр нь ихэнхдээ эрэгтэй нэр дэвшигчдийнх байдаг тухай ТМЯ-д оролцогч хоёр ч эксперт онцолсон юм. Иймд, сонгуулийн сурталчилгааны хугацааг ихэсгэж, тойргийн хэмжээг тогтоохдоо эмэгтэйчүүд болон шинэ, залуу улстөрчдөд өрсөлдөх ижил, тэгш боломж олгоход анхаарах шаардлагатай. Мөн сонгуулийн зардлыг багасгах тал дээр хуулийн хэрэгжилт, бүртгэл, хяналтын механизмыг сайжруулах нь зүйтэй аж.

Сүүлийн жилүүдэд УИХ, ИТХ дахь эмэгтэйчүүдийн тоо харьцангуй нэмэгдсэн, мөн "Мэдрэмжтэй мэдээлье" зэрэг жендэрийн мэдрэмжтэй сэтгүүл зүйг дэмжих хөтөлбөрүүд хэрэгжсэнтэй холбоотойгоор томоохон хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд эмэгтэй улстөрчдийг "эвэртэй туулай" үзсэн юм шиг ялгаварлах, жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрслэх, шүүмжлэх нь харьцангуй багассан. Гэвч мөн л асар олон хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл байгаа учраас тэр дунд хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжгүй контент гаргасаар байгаа нь ажиглагддаг. Харамсалтай нь, олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсрол сул байгаагаас мэргэжлийн, мэргэжлийн бус редакцыг таньж, мэддэггүй. Хэвлэл мэдээлэл тэр чигтээ болохгүй байна л гэж хардаг. Тиймээс хэвлэл мэдээллийн манлайлагч байгууллагууд хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжийн тал дээр эхлүүлсэн ажлаа илүү сайжруулж, өндөр стандарт тогтоохын зэрэгцээ олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсролыг дээшлүүлж, ялгарах хэрэгтэй. Хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд мөн орлогын эх үүсвэрээ төрөлжүүлж, хараат бус байдлаа хадгалах, редакцын бодлого, ёс зүйгээ сайжруулах шаардлагатай.

Улс төрийн мэдээллээр эмэгтэйчүүдийг цөөн гаргах асуудал байсаар байгааг ТМЯ-д оролцогчид бүгд хүлээн зөвшөөрсөн бөгөөд үүнийг шийдвэрлэхэд хэвлэл мэдээллээс гадна эмэгтэй улстөрчид өөрсдөө санаачилгатай байх хэрэгтэйг онцолсон.

Тухайлбал, хэвлэл мэдээллээр төр, засаг, намын шийдвэр гаргах түвшний хүмүүсийг л гаргадаг нь тэдний чуулган дээр, хэвлэлийн хурал хийх зэрэгтээ хэлсэн үгийг эш татах нь хялбар байдагтай холбоотой. Гэтэл эрх мэдэлтэй эмэгтэйчүүд цөөн байдгийн зэрэгцээ тэр бүр үг хэлээд, хэвлэлийн хурал хийгээд байдаггүй. Тухайлбал, Засгийн газрын

хэвлэлийн хурал хийхэд эмэгтэй сайд нар гарч ирж мэдээлэл өгөх нь нэн ховор. Ер нь эмэгтэйчүүд хэвлэл мэдээллээр гарахаас зайлсхийх хандлагатай байдаг. Маш их ажил хийдэг хэрнээ өөрсдийгөө болоогүй байна, ярих сэдвээ хангалттай бэлтгээгүй байгаа гэж хойш суух тал бий. Гэтэл эрэгтэйчүүд сэтгүүлчдэд яриа өгөх боломжийг алдах нь тун ховор. Сонин, сайт зэрэгт яриа өгөхдөө "Асуултаа явуулчих, бичээд өгье" гэдэг. Гэтэл тэр асуултуудад нь тухайн эрэгтэй даргын яам, агентлагт ажилладаг мэргэжилтэн эмэгтэй хариулаад явуулах тохиолдол ч элбэг. Тиймээс төрийн байгууллагууд заавал өндөр албан тушаалтай хүн биш, тухайн сэдвийг мэдэх мэргэжилтнүүд ч гэсэн хэвлэл мэдээлэлд яриа өгөх боломжийг бүрдүүлэх нь зүйтэй.

Нөгөө талаас, эмэгтэйчүүдийг хэвлэл мэдээллээр гаргахад олон нийтийн зүгээс ярьсан агуулгыг биш, гадаад төрхийг нь шүүх тал ажиглагддаг.

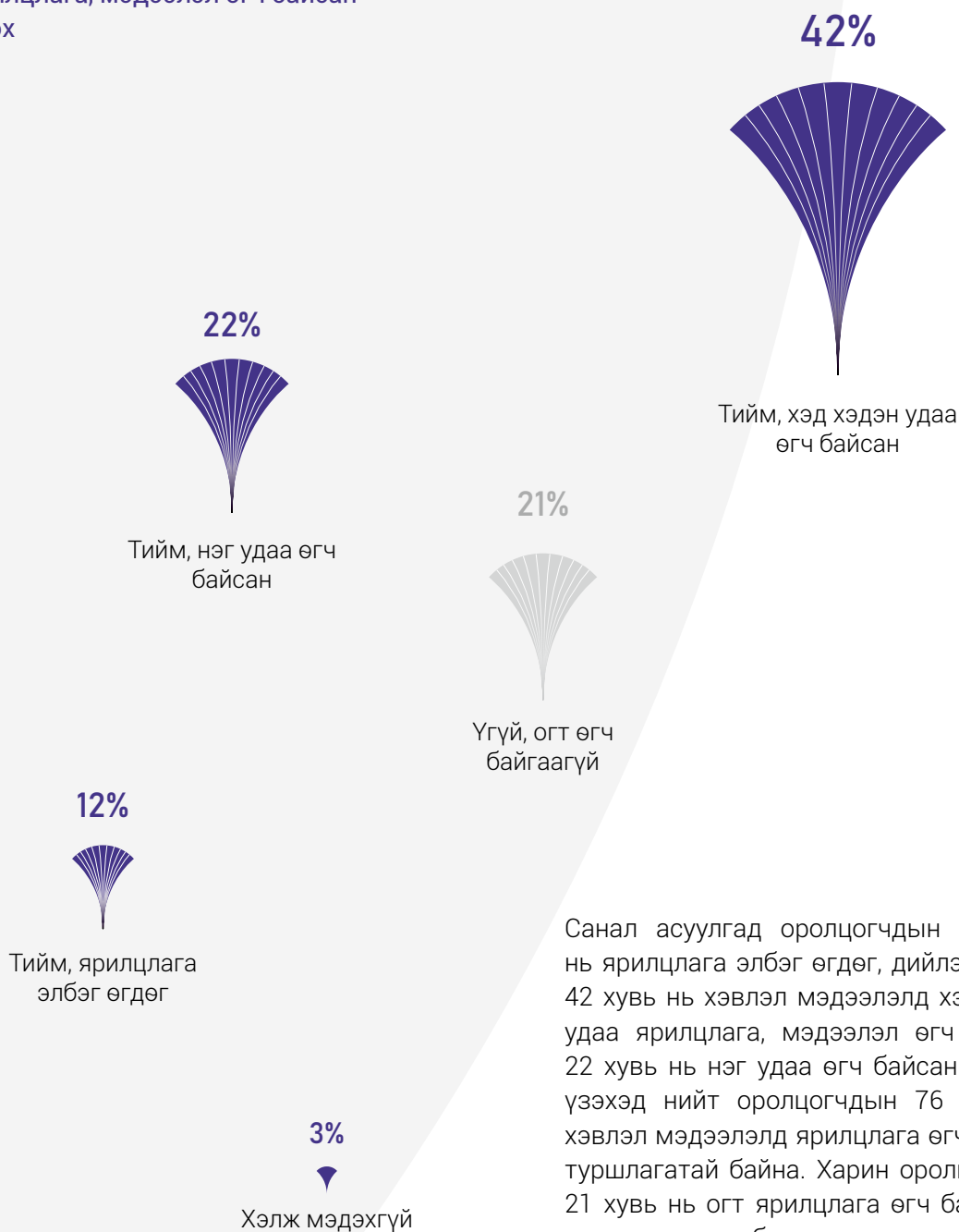
Тэгээд онцгүй, эвгүй гарчихсан зураг, дүрс байвал "Арзайсан авгай" гэх мэт сэтгэгдэл бичих нь хэвийн үзэгдэл бөгөөд зарим эмэгтэй улстөрч үүнийг их эмзэг хүлээж авдаг учраас хэвлэлээр гарахаас зайлсхийж эхэлдэг. Маш чухал сэдвээр ярьсан хэрнээ ийм тохиолдлоос болж ярилцлагаа сайтаас буулгуулах тохиолдол ч гарна. Ер нь олон нийт, зарим хэвлэл мэдээллийн зүгээс улстөрч эмэгтэйчүүдэд илүү өндөр шалгуур тавьсан хэвээр байгаа. Хүүхдийн эрх, хүчирхийлэлтэй холбоотой асуудал гарах бүрд УИХ-ын эмэгтэй гишүүд юу хийж байгаа юм бэ гээд л шаардаж эхэлдэг. Мөн эмэгтэй улстөрч олонд танигдаад ирэхээр гэр бүл, хувийн асуудлыг нь хүртэл сөхөөд эхэлдэг учраас анхаарал татчихгүй байхыг илүүд үздэг байж магадгүй.

Эмэгтэй улстөрчдийн хувьд хийж байгаа ажлаа чамлалгүй, заавал үр дүнд хүрсэн хойноо гэж хойш тавилгүйгээр олон нийтэд мэдээлж байх хэрэгтэй.

УИХ-ын гишүүд ялангуяа цаг үеийн сэдвээр боломж л гарвал байр сууриа илэрхийлэх бэлтгэлтэй байх, тэр тал дээр ИНБ-уудтай ойр харилцаатай байх нь зүйтэй. Тухайлбал, "Цалинтай ээж хөтөлбөрийн талаар мэдээлэл өгөх гэж байна, та нар ямар байр суурьтай байгаа вэ?" гэвэл энэ чиглэлээр ажилласан ИНБ-ууд дата, судалгаа бүх юмыг нь гаргаад өгнө. Ер нь эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээллээр гоё, сайхан харагдаж гарахдаа биш, ярих сэдвийнхээ агуулгын ач холбогдол илүүтэй анхаарч байх хэрэгтэй. Хэдийгээр олон нийт харагдах байдал, биеэ авч явах байдлыг шүүмжилж байгаа ч гэсэн тэрнээс айлгүйгээр, яг өөрийнхөөрөө, байгаагаараа, бүх сэтгэл хөдлөл, шаардлагатай бол нулимстайгаа гарч ирж байж л хэвшмэл ойлголтыг өөрчилнө гэж ТМЯ-д оролцогчид үзэж байв.

3.2.1. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛД ЯРИЛЦЛАГА, МЭДЭЭЛЭЛ ӨГЧ ДАВТАМЖ

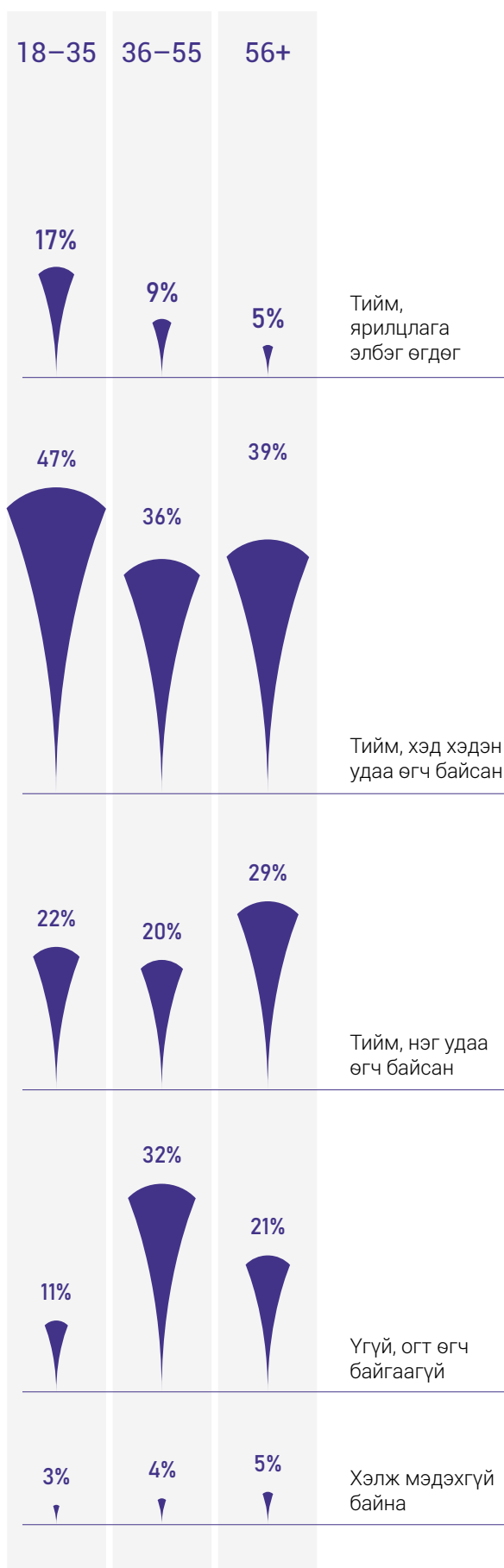
ДҮРСЛЭЛ 4. Хэвлэл мэдээлэлд
ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан
эсэх



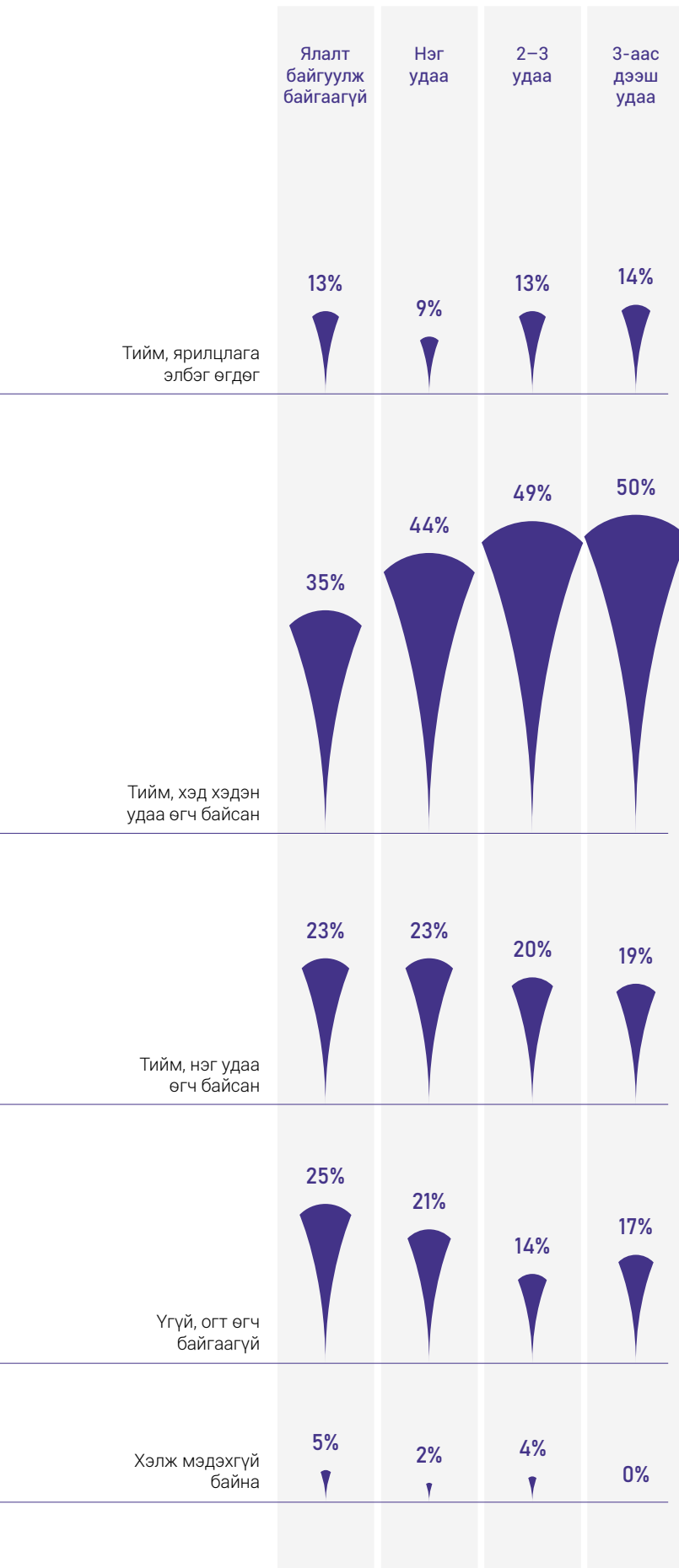
Санал асуулгад оролцогчдын 12 хувь нь ярилцлага элбэг өгдөг, дийлэнх буюу 42 хувь нь хэвлэл мэдээлэлд хэд хэдэн удаа ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан, 22 хувь нь нэг удаа өгч байсан гэдгээс үзэхэд нийт оролцогчдын 76 хувь нь хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага өгч байсан туршлагатай байна. Харин оролцогчдын 21 хувь нь огт ярилцлага өгч байгаагүй гэж хариулсан бол гурван хувь нь хэлж мэдэхгүй байна хэмээн хариулжээ.

ДҮРСЛЭЛ 5. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (насаар)

Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэхийг насаар ангилж үзэхэд 35-аас доош насны залуу эмэгтэй улстөрчдийн 47 хувь нь хэд хэдэн удаа, 17 хувь нь элбэг, 22 хувь нь нэг удаа ярилцлага өгч байжээ. Нас ахих тусам ярилцлага, мэдээлэл элбэг өгөх нь багасаж байгаа ч хэд хэдэн удаа, нэг удаа өгсөн туршлага нэмэгдсэн байна.



ДҮРСЛЭЛ 6. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)



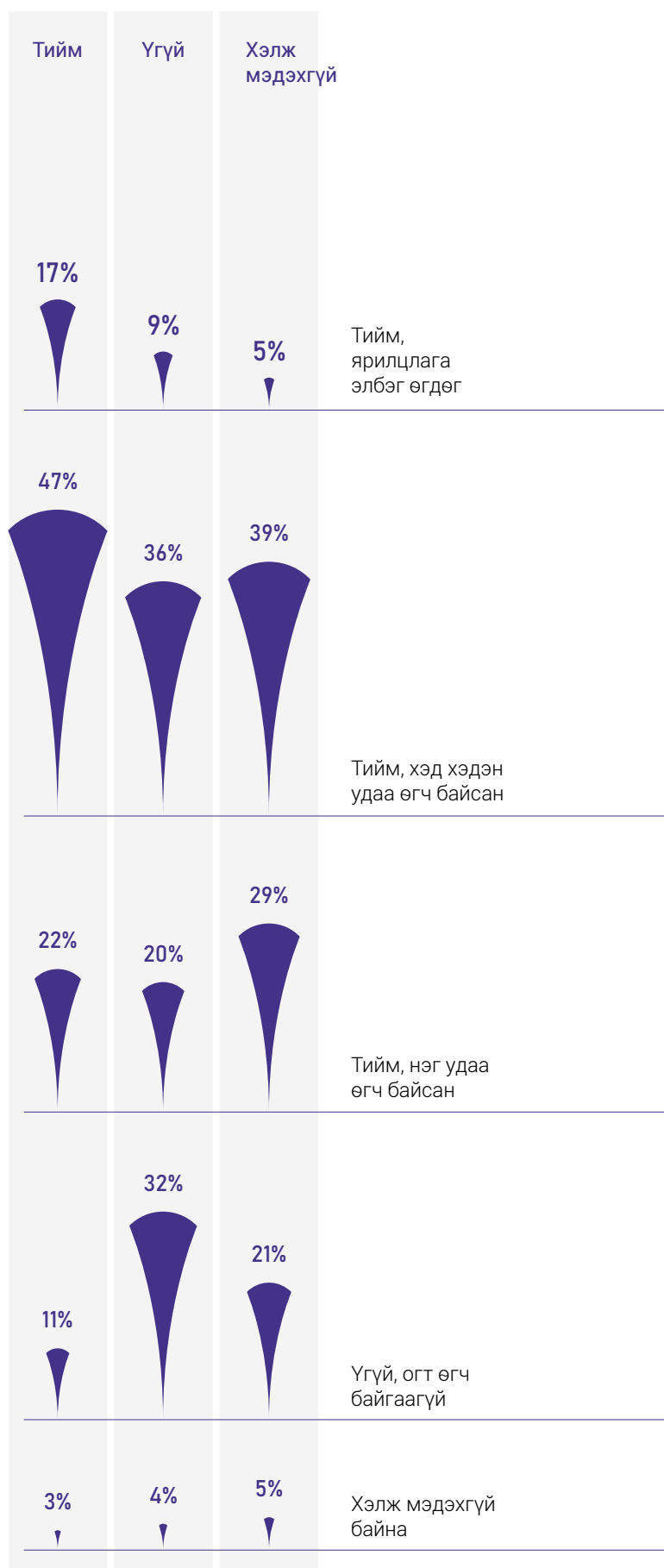
Судалгааны үр дүнгээс харахад эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэлтэй харилцсан байдал, сонгуульд ялалт байгуулсан туршлага хоорондоо хамааралтай байна. Ялалт байгуулсан тоо нэмэгдэхийн хэрээр хэвлэл мэдээлэлд элбэг, хэд хэдэн удаа ярилцлага, мэдээлэл өгсөн хувь хэмжээ нэмэгджээ.

Ялалт огт байгуулж байгаагүй улстөрчдийн 35 хувь нь хэд хэдэн удаа ярилцлага өгч байсан бол гурваас дээш ялалт байгуулсан улстөрчдийн тэн хагас нь ярилцлага, мэдээлэл элбэг өгч байсан байна. Энэ нь улстөрчид хэвлэл мэдээллээр дамжуулж олон нийтэд танигдах нь сонгогчдын шийдвэрт чухал үүрэг гүйцэтгэдэг гэсэн олон улсын судалгааны үр дүнтэй нийцэж байгааг тэмдэглэх нь зүйтэй.

ДҮРСЛЭЛ 7. Хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эсэх (стратеги төлөвлөгөө гаргаж байсан эсэхээр)

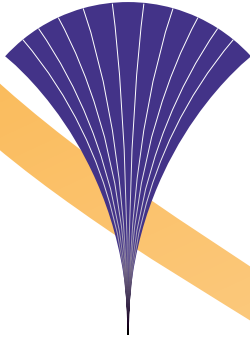
Олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө боловсруулж байсан улстөрчдийн 47 хувь нь хэд хэдэн удаа, 17 хувь нь элбэг, 22 хувь нь нэг удаа ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан бол ердөө 11 хувь нь хэвлэл мэдээлэлд огт ярилцлага, мэдээлэл өгч байгаагүй гэжээ.

Харин стратеги төлөвлөгөө гаргаж байгаагүй улстөрчдийн 32 хувь нь хэвлэл мэдээлэлд огт ярилцлага, мэдээлэл өгч байгаагүйг Дүрслэл 7 харуулж байна. Үүнээс үзэхэд, олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө боловсруулах нь хэвлэл мэдээлэлтэй ойр харилцахад нөлөөлжээ.



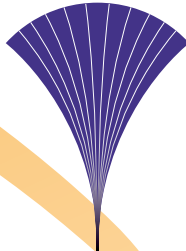
ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛЭЭР ЯАГААД ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧДИЙГ ЦӨӨН ГАРГАДАГ ВЭ?

63%



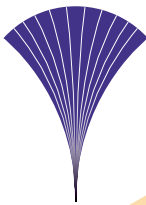
Хэвлэл мэдээллээр төлбөртэй контент их гардаг, эмэгтэй улстөрчдөд хэвлэл мэдээлэлд сурталчилгааны мөнгө төлөх санхүүгийн боломж хомс байдаг

47%



Хэвлэл мэдээллээр ихэвчлэн удирдлагын түвшинд байгаа, олон нийтэд танигдсан эрэгтэй улстөрчдийг гаргадаг учраас эмэгтэй улстөрчдөд боломж олддоггүй

37%



Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг сөргөөр гаргах нь элбэг байдаг учраас сэтгүүлчидтэй ярилцахаас зайлсхийдэг

27%



Сэтгүүлчид эрэгтэй улстөрчдөөс яриа авахыг илүүд үздэг. Нэг үйл ажиллагаан дээр ижил албан тушаалтай эрэгтэй, эмэгтэй улстөрч байлаа гэхэд сэтгүүлч эрэгтэйгээс нь яриа авдаг

20%



Эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчидтэй харилцах чадвар, туршлага хуримтлуулж амжаагүй байдаг

5%



Бусад

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 8. Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг цөөн гаргадаг шалтгаан

"Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг эрэгтэй улстөрчидтэй харьцуулахад цөөн гаргадаг. Таны бодлоор үүнд юу нөлөөлдөг вэ?" гэж асуухад санал асуулгад оролцогчдын дийлэнх нь буюу 63 хувь нь хэвлэл мэдээллээр төлбөртэй контент их гаргадгаас болдог гэж хариулжээ.

Харин 47 хувь нь хэвлэл мэдээллээр удирдлагын түвшинд байгаа, олонд танигдсан эрэгтэй улстөрчдийг гаргадаг учраас, 37 хувь нь эмэгтэй улстөрчдийг сөргөөр гаргах нь элбэг байдаг учраас сэтгүүлчидтэй ярилцахаас зайлсхийдэг гэж хариулсан байна. Мөн санал асуулгад оролцогчдын 27 хувь нь сэтгүүлчид эрэгтэй улстөрчдөөс яриа авахыг илүүд үздэг, 20 хувь нь эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах туршлага хуримтлуулж амжаагүй байгаа гэжээ.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Хэвлэл мэдээллээр гарахад хамгийн түрүүнд мөнгөний асуудал тулгардаг тухай ярилцлага өгсөн 20 хүний 12 (60%) нь хэлснээс үзэхэд санал асуулгын үр дүнтэй нийцэж байна. Тэдний дийлэнх буюу 13 (65%) нь хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан туршлагатай байв. Гэвч өмнөх ажлын туршлага, судалсан сэдвийнхээ хүрээнд сэтгүүлчдэд мэдээлэл өгөх нь түгээмэл байсан бөгөөд улстөрч болохоор, ялангуяа сонгуульд нэр дэвших нь тодорхой болох үед хэвлэл мэдээлэл зайгаа барьж, төлбөр авч байж л гаргах хандлагатай болдгийг нэлээд хэдэн ярилцагч онцолж хэллээ. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийн онцлох мэдээ, ярилцлага, тодорхой булан, нэвтрүүлгүүд бүгд төлбөртэй байдаг бөгөөд сонгуулийн үеэр тэдгээр үнэ тарифаа хоёр дахин нэмдгийг ч дурдсан. Ярилцлагад оролцогчдын олонх нь тийм их хэмжээний мөнгө төлөх боломжгүй байжээ. Орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшигчид сурталчилгааны хугацаанд мөнгө төлж, хэвлэл мэдээллээр гарахгүй байхыг илүүд үзсэн бол УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчдээс гурав нь аргагүйн эрхэнд ганц хоёр л нэвтрүүлэг, ярилцлагад орсноо хэлж байв.

“ Нэг нэвтрүүлэгт найман сая төгрөг төлж орж байгаа юм. Орохгүй бол болохгүй гээд. Гэтэл би ээждээ ч найман сая төгрөг бэлэн гаргаж өгч үзээгүй ш дээ. Эмэгтэй хүний хувьд чанга л юм билээ... Тэгээд өөр нэвтрүүлэгт орьё гэхээр, таньдаг, мэддэг хүмүүс хямдрууллаа ч гэсэн гурван сая, таван сая. За яришиг, тэрний оронд 10 ухуулагчийн мөнгөө

өгчихье л гэж бодсон. Ерөөсөө нэг номер нь мөнгөний асуудал. Сонгууль бол цусгүй тулаан, мөнгөний тулаан. Тэрнээс биш үнэнч шударгын тулаан гэж байхгүй юм билээ.

Ярилцагч 7, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Сонгуулийн дараа ч хэвлэл мэдээлэл тэднийг “улстөрч, улс төрийн пиараа хийхийн тулд мөнгө төлөх хэрэгтэй” гэдэг нүдээр харах нь элбэг байдгийг ярилцлагад оролцогчид дурдав. Тухайлбал, ярилцлага өгсөн УИХ-ын таван гишүүний дөрөв нь маш олон тооны хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчид гэрээ хийх санал тавьдаг тухай онцолж ярьсан. Тэр гэрээ нь аль болох эерэг мэдээлэл түгээнэ, сөрөг мэдээлэлд хариу тайлбар гаргана, хямралын үеийн менежмент маягаар ажиллана гэсэн утгатай байдгийг хэлж байлаа.

“ Улс төрийн мэдээгээр гарахын тулд заавал тэдгээр байгууллагатай гэрээ хийнэ, эсвэл өөрөө хувьдаа нэг мэдээллийн суваг эзэмшинэ. Эрэгтэй улстөрчдийг харахад нэг байтугай нэлээд хэдэн телевизтэй байна ш дээ. Ийм мэдээллийг, тэр сувгуудаар явж байгаа мэдээллийг тал талаас нь дүн шинжилгээ хийсэн, тэнцвэртэй мэдээ гэж үзэх үндэс байна гэж үү? Хэдийгээр аль болох мэдээ мэдээллийг олон нийтэд хүргэх юм сан гэж бодож байгаа ч тэр их мөнгөний өрсөлдөөнд орох сонирхол алга.

Ярилцагч 5, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

УИХ-ын эмэгтэй гишүүд үүнийг хэвлэл мэдээллийн ёс зүйн зарчимтай нийцэхгүй гэж үзэж байгаагаас гадна илүү зардал гаргахгүйн тулд гэрээ хийхээс татгалздаг тухайгаа өгүүлж байна. Гэвч тэр нь хэвлэл мэдээллийн зүгээс дайралт ирэхэд хүргэх тохиолдол ч байдаг ажээ.

" Анх гишүүн болоод орж ирэхэд хэвлэл мэдээллээс гэрээ хийх зорилгоор уулзъя гэж байсан. Тэр үед гэрээ хийгээгүй. Тэгээд сар гаруй миний байж болох бүх зүйл рүү дайралт ирсэн.

Ярилцагч 1, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Нэг талаас улс төрийн намууд, улстөрчид өөрсдөө мөнгө өгч, энэ байдлыг өөгшүүлж байгаа бол нөгөө талаас хэвлэл мэдээлэл төлбөртэй контент, зар сурталчилгаанаас өөр мөнгө олох боломжгүй байгааг ч тэд ярьж байлаа. Үүнээс үүдэлтэйгээр олон нийтийн тэнцвэртэй мэдээлэл авах эрх зөрчигдөж, мөн тэдний төлөө үр ашигтай шийдвэр гаргахаар ажиллаж байгаа улстөрчдийн урам хугарч байгааг онцолж байна.

" Чуулган тарлаа, үүдэнд баахан сэтгүүлч байж байдаг. Ерөөсөө мөнгө төлсөн рүү, эсвэл сенсаацтай мэдээ тарааж байгаа руу нь л шавж байна. Тэгэхээр чинь энэ дотор эрүүлээр, тооцоо судалгаатай, улс эх орон, нийгмийг бодсон, иргэдэд ашигтай, үр дүнтэй шийдвэр гаргаж байгаа хүмүүст амаргүй юм байна. Нухацтай ажил хийж байгаа хүн нь попорч байгаа, улстөрөө зөвхөн хийж байгаа гишүүдээсээ хоцрох маягтай.

Ярилцагч 2, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ийнхүү хэвлэл мэдээллээс гэрээ хийх, төлбөртэй контент санал болгох нь УИХ-ын гишүүдийн дунд нийтлэг байгаа бол ИТХ-ын төлөөлөгчдийн хувьд ч багагүй дарамт үүсгэж байна.

" Нэг сониноос ... сэдвээр миний байр суурь, хийж байгаа ажлыг асуугаад, нийтлэл гаргасан. Тэгээд шууд мөнгө нэхэж чадахгүй, 200 сонин аваад бид нарыг дэмжчихээч гэж байгаа юм. Би үгүй гэж хэлж чаддаггүй, аймаар эвгүй байдалд орсон. Тийм зүйлийн дараа хүн өөрийгөө цэнээд эхэлдэг юм билээ. Сэтгүүлчдээс яриа авъя гэвэл энэ хүн надаас юу нэхэх бол, яачих бол гэдэг байдлаар. Бид нар чинь ИТХ-д ямар ч цалингүй ажиллаж байгаа хүмүүс. Хүүхдүүдийнхээ идэж уух хоолноос л хасаж өгч байгаа гэсэн үг. Тэгэхээр надад шударга бус санагдаж байсан.

Ярилцагч 9, дүүрэг, нийслэлийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Хэвлэл мэдээллээр Ерөнхий сайд, сайд нар, намын дарга, засаг дарга, ИТХ-ын дарга зэрэг өндөр албан тушаалтай хүмүүсийг л голдуу гаргадаг бөгөөд тэд дэргэдээ хэвлэл мэдээллийн албатай байдаг нь үүнд нөлөөлдгийг ярилцлагад оролцсон хэд хэдэн хүн хэлж байлаа. Өндөр албан тушаалтай эмэгтэй улстөрч цөөн байгаа ч тэднийг хэвлэл мэдээллээр хангалттай, эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад эн тэнцүү гаргаж байгааг ч зарим ярилцагч жишээ татан хэлж байв.

" Одоо телевизээр ямар хүмүүс гарч байна вэ гэхээр эсвэл их мөнгөтэй баян, эсвэл эрх мэдэлтэй дарга, эсвэл бүр яадгаа алдаад, салбар нь уначихсан муулуулж байгаа хүний тухай л гарч байна... Намайг дүүргийн засаг даргын ажлаа өгснөөс хойш нэг ч телевиз, сайт ярилцлага, мэдээлэл аваагүй.

Ярилцагч 13, дүүргийн ИТХ-ын онгуульд нэр дэвшигч

Эмэгтэй улстөрчид өөрсдөө асуудалд орчих вий гэсэн айдсаас болж хэвлэл мэдээллээс зайлсхийдэг тухай ярилцлагад оролцогчдын хоёр нь хэлсэн.

" Сенсаац хөөсөн хэвлэл мэдээлэл их байгаа учраас алдаа хийж бусдын бай болчих вий гэж эмэгтэй улстөрчид эмээж, бас айхтар гарахыг хүсдэггүй. Миний сэдэв биш, би судлаагүй байна, би болоогүй байна гэж хойш суух нь элбэг байдаг.

Ярилцагч 4, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Мөн эмэгтэй улстөрчид ярилцлага, мэдээлэл өгөхдөө маш их судалгаа хийж, бэлтгэлхангадаг тухай хэд хэдэн хүн хэлсэн. Энэ нь цаг хугацаатай уралдаж ажилладаг мэдээний сэтгүүлчдийг бушуухан бэлэн байгаа эрэгтэй улстөрчөөс мэдээлэл аваад гаргахад хүргэдэг байж мэдэх юм.

" Эмэгтэйчүүд ажлаа илүү чамбайруулж байж гарах гээд байдаг. Эрэгтэйчүүд цаана нь судалгаа байгаа эсэхээс үл хамаараад улстөрчийн хувьд шууд л гараад ярьчихдаг. Нөгөө талаас сонгогдсон байдал эмэгтэйчүүд цөөн.

Ярилцагч 18, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

" Би бол ухаад, ул суурьтай ярих гээд байдаг. Богино ярь гээд байдаг. Тэрэнд суралцах ёстой болчихоод байна. Тэр нь шоконд оруулчихаж байгаа юм. Эмэгтэйчүүд их ухаж ярьдаг шиг санагддаг. Аягүй их туршлага л хэрэгтэй. Гурван минут ярих, яг үгээ онож хэлэх чинь дадлага юм байна лээ.

Ярилцагч 10, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

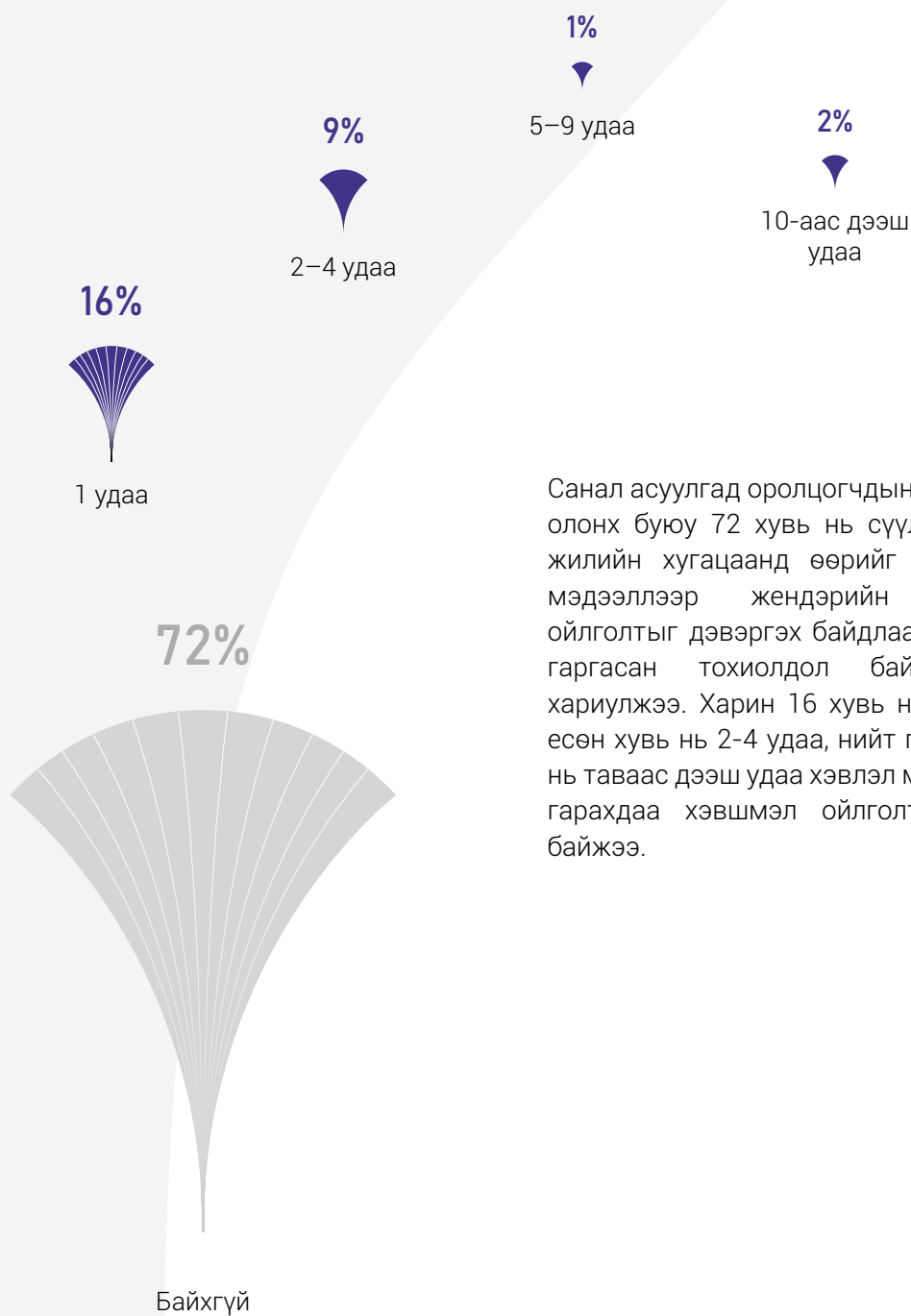
Ярилцлагад оролцсон 20 улстөрчийн гурав (15%) нь хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байгаагүй гэдгээ дурдсан бөгөөд гурвуулаа аймаг, сумын ИТХ-д нэр дэвшигч байна. Тэд орон нутагт хэвлэл мэдээллийн салбар хөгжөөгүй, мөн орон нутгийн сонгууль, улс төрийг төвийн сэтгүүлчид мэдээлж, сурвалжлахгүй орхигдуулдаг тухай онцлон ярьж байв.

" Хэвлэл мэдээллийн хувьд орон нутгийн хүмүүсийг тоож гаргахгүй ш дээ... Нөгөө талаас манай аймгийн хэвлэл мэдээллийн салбарын хөгжилтэй холбоотой. Жишээ нь, хэвлэлийн бага хурал хийх боломж ч байхгүй. Мэргэжлийн сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаа алдагдсан учраас хяналт бас дэл сул.

Ярилцагч 15, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.2.2. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ ДЭХ ХЭВШМЭЛ ОЙЛГОЛТ

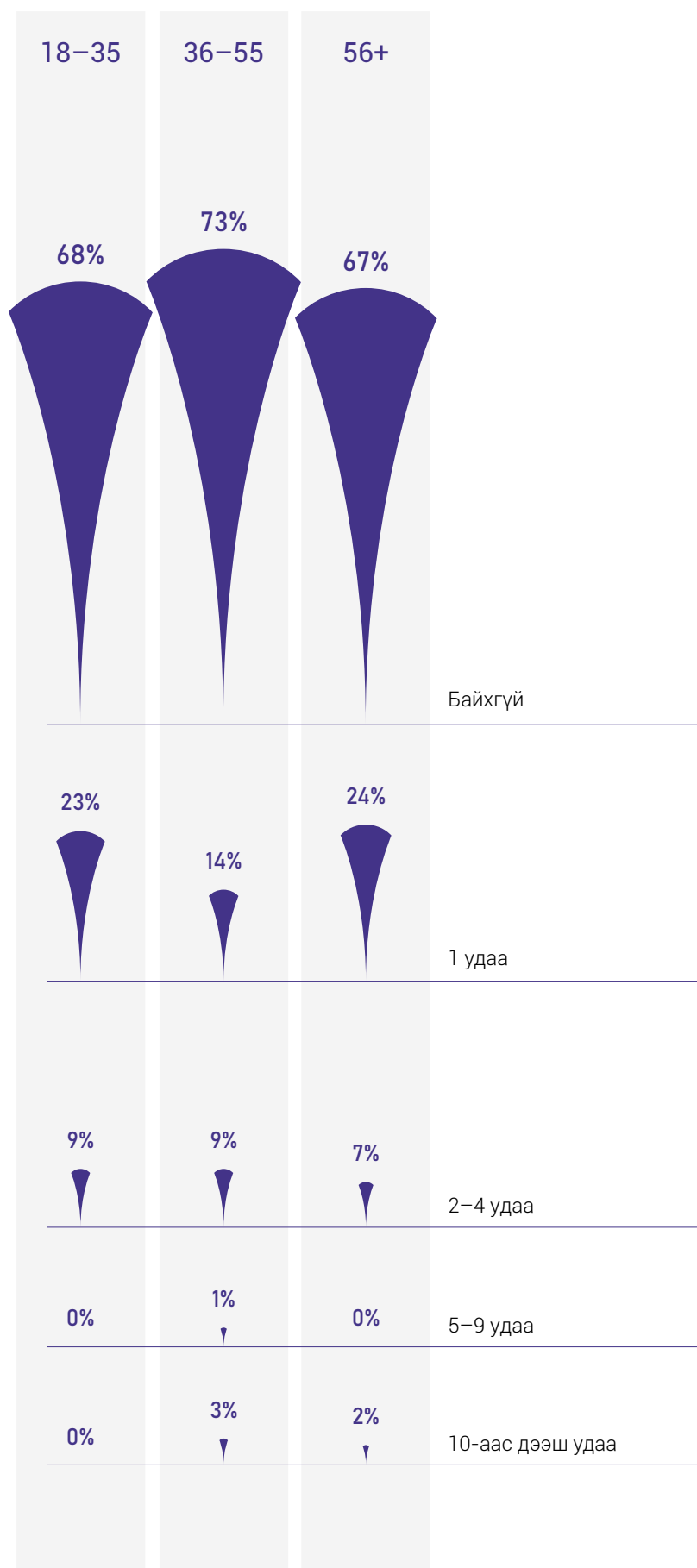
ДҮРСЛЭЛ 9. Сүүлийн таван жилд хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх

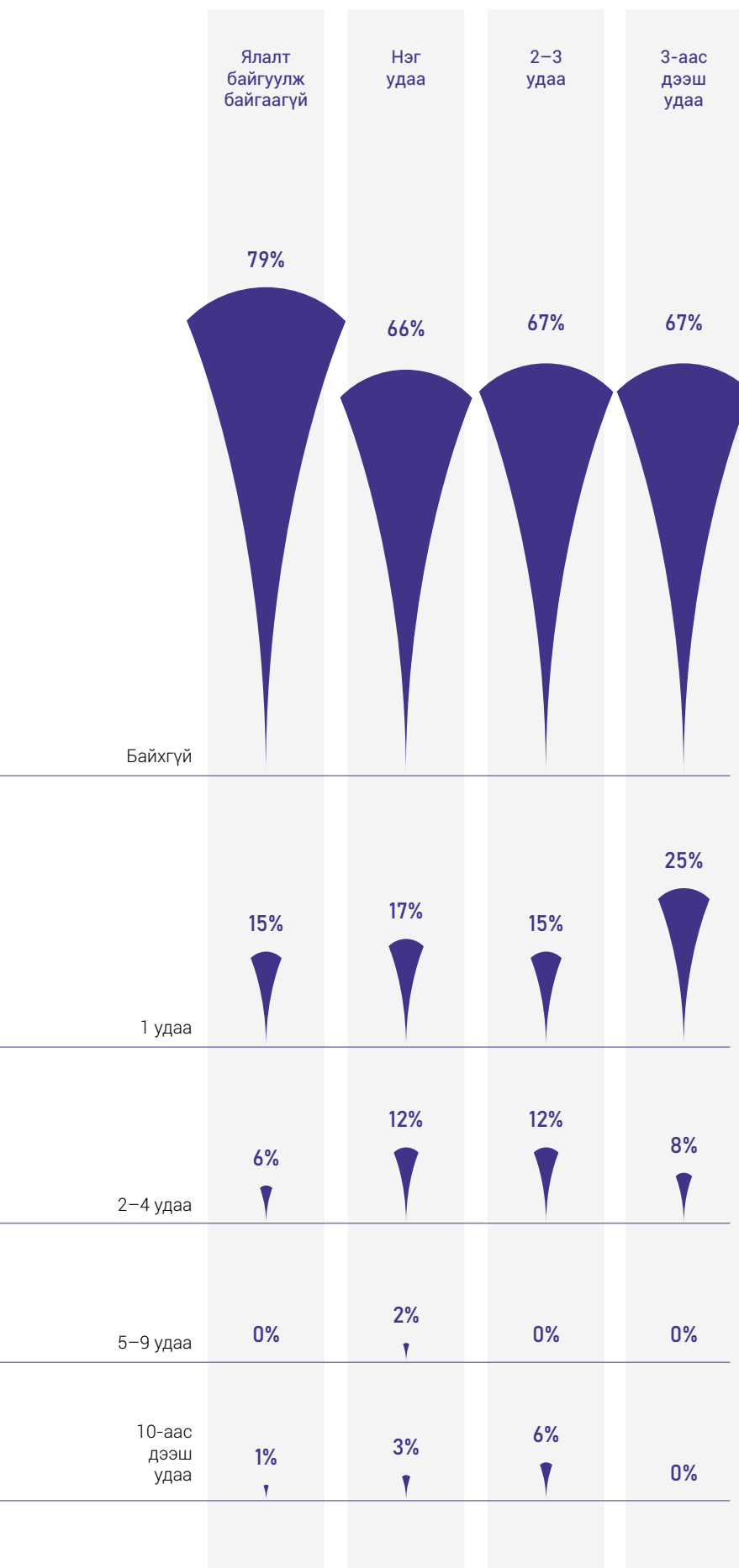


Санал асуулгад оролцогчдын үнэмлэхүй олонх буюу 72 хувь нь сүүлийн таван жилийн хугацаанд өөрийг нь хэвлэл мэдээллээр жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрсэлж, гаргасан тохиолдол байхгүй гэж хариулжээ. Харин 16 хувь нь нэг удаа, есөн хувь нь 2-4 удаа, нийт гурван хувь нь таваас дээш удаа хэвлэл мэдээллээр гарахдаа хэвшмэл ойлголтод өртөж байжээ.

Хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гарсан эсэхийг насаар нь ангилж үзвэл 35-аас доош насны залуу эмэгтэйчүүд, мөн 56-гаас дээш насны эмэгтэй улстөрчдөд сүүлийн таван жилийн хугацаанд нэг удаа ийм тохиолдол гарах нь элбэг байжээ.

ДҮРСЛЭЛ 10. Хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх (насаар)





ДҮРСЛЭЛ 11. Хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар гаргасан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)

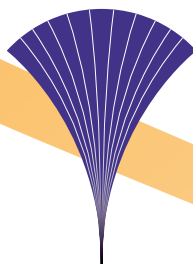
Үүнийг санал асуулгад оролцогчдын ялалт байгуулсан давтамжтай харьцуулж шинжлэхэд огт ялалт байгуулж үзээгүй улстөрчдийн дунд хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх тохиолдол байхгүй гэж хариулсан нь хамгийн өндөр буюу 79 хувьтай байна.

Харин ялалт байгуулсан улстөрчдийн хувьд энэ үзүүлэлт 66-67 хувьтай байна. Сонгуульд ялалт байгуулж байсан улстөрчид хэвлэл мэдээлэлд хавьгүй их ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан учраас хэвшмэл ойлголтод илүү ихээр өртсөн байж болох юм.

ДҮРСЛЭЛ 12. Хэвшмэл ойлголтын агуулга

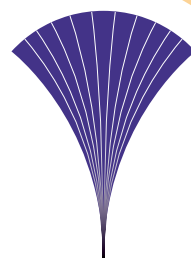
Хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтын дагуу гаргах тохиолдол байсан гэж хариулсан датаг задалж үзвэл, гэр бүл, хувийн амьдралд илүүтэй анхаарч гаргасан (34%), нөлөө бүхий эрэгтэй хүнд хамаатуулах байдлаар дүрсэлсэн (34%), гадаад төрх, хувцаслалтад хэт их анхаарсан (31%), улстөрч байх чадваргүй мэтээр харуулсан (27%) гэсэн хариулт давамгайлж байна.

34%



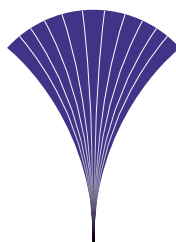
Гэр бүл, хувийн амьдралд илүүтэй анхаарч гаргасан

33%



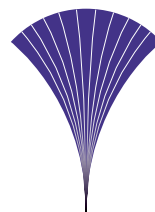
Нөлөө бүхий эрэгтэй хүнд хамаатуулах байдлаар дүрсэлсэн (төрний охин/эхнэр/нууц амраг г.м.)

31%



Миний гадаад төрх, хувцаслалтад хэт их анхаарсан

27%



Намайг улстөрч байх чадваргүй мэтээр харуулсан

13%



Хүүхэд, эмэгтэйчүүдтэй холбоотой асуудал дээр хангалттай ажиллаагүй гэж шүүмжилсэн

13%



Бусад

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Ярилцлагад оролцсон 20 улстөрчийн зургаа (30%) нь хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрсэлж байсныг ярьсан нь санал асуулгын үр дүнтэй ойролцоо байна. Гадаад төрх, хувцаслалт, үс засалт гэх мэтийг онцолж гаргах нь энгийн, байдаг л тохиолдол гэдгийг ярилцлагад оролцогчид хэлж байлаа.

“ Энгийн зүйл гэвэл ийм хувцас өмссөн байна, тэдэн сая төгрөгийн үнэтэй зүйл зүүсэн байна гэх мэтээр гаргаж ирдэг. Хүний сонирхлыг тийм зүйлс татдаг болохоор энэ бүхнийг дарах боломжгүй байх. Нөгөө талаас хов живгүй дэлхий ертөнц гэж байхгүй. Тэгээд гэр бүлийн байдал руу дайрдаг. Тэр хүнтэй явалддаг гэх мэтээр гүтгэдэг.

Ярилцагч 1, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Эмэгтэй улстөрчдийг эрх мэдэлтэй эрэгтэй хүнтэй холбох тохиолдол ялангуяа залуу эмэгтэйчүүдийн дунд элбэг байгаа бөгөөд үүнийг нэлээд эмзэглэж хүлээж авч байна. Хэвлэл мэдээллийн ёс зүйн зарчимд буруутгагдсан этгээдээс хариу тайлбар авах тухай заасан байдаг ч хэвлэл мэдээллээр ийнхүү эмэгтэй улстөрчдийг нөлөө бүхий эрэгтэй хүнтэй холбохдоо өөрөөс нь огт асуудаггүй, баримтгүй, сургаар гаргадаг тухай судалгаанд оролцогч залуу эмэгтэйчүүд өгүүлж байлаа.

“ Ихэнх улстөрч эмэгтэйчүүдийг ямар нэг эрх мэдэлтэй эрэгтэй хүнтэй холбох тохиолдол байдаг. Сүүлийн нэг жилд надад тохиолдож байгаа. Үүнд би маш их эмзэглэдэг. Тэрийгээ надаас асуухгүйгээр, ямар нэгэн нотолгоо баримтгүйгээр, зүгээр л тэгээд бичээд байдаг. Тэр нь худлаа зүйл.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

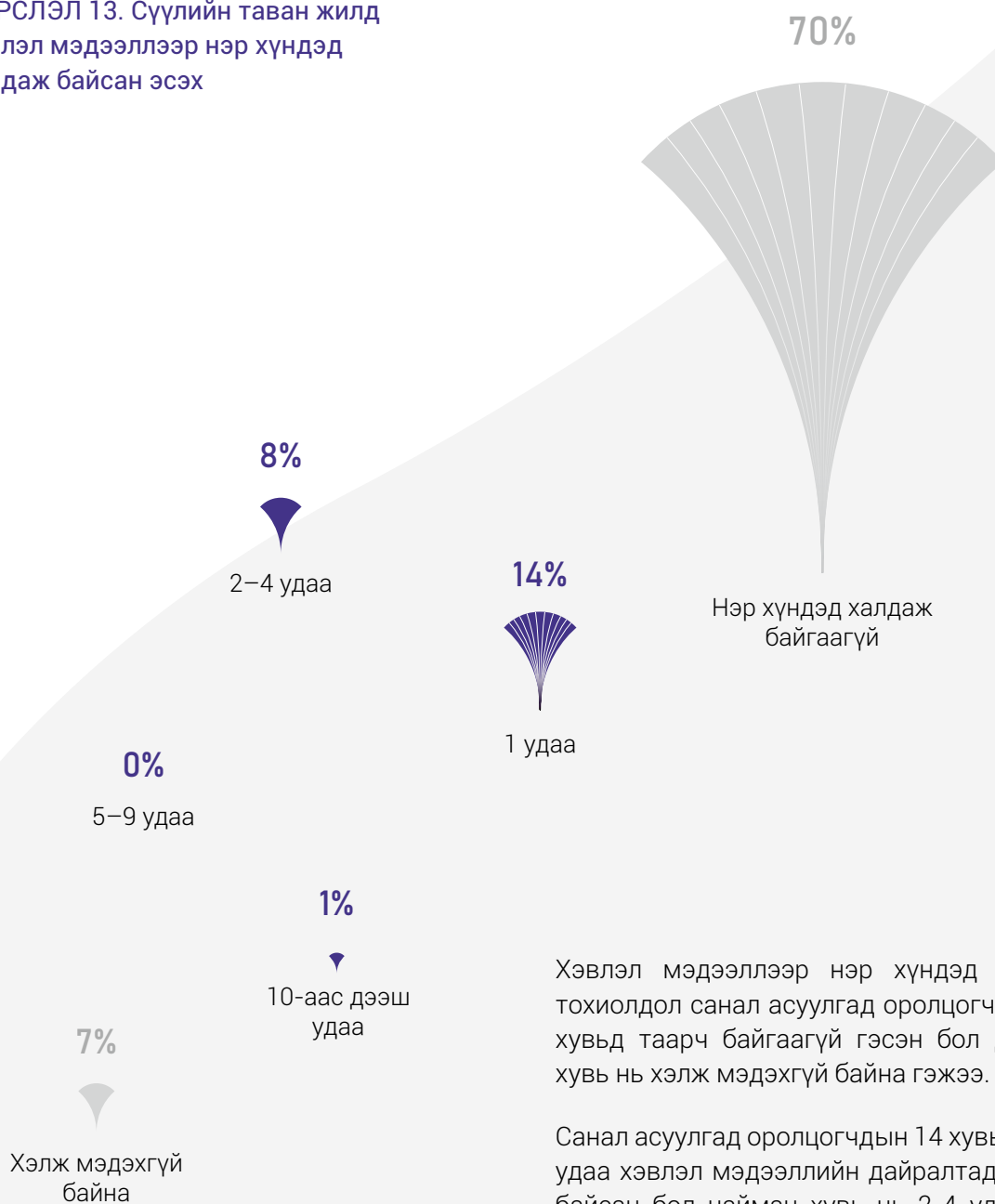
Нөлөө бүхий эрэгтэй хүнтэй холбодоггүй юм аа гэхэд олонд танигдсан аав, өвөө, ах, дүү, нөхрийнх нь нэрээр “овоглож” танилцуулах тохиолдол ч гардаг байна. Энэ нь хаа хамаагүй хүнтэй дотнын харилцаатай гэж мэдээлэхтэй харьцуулахад хор хөнөөлгүй мэт боловч эмэгтэй улстөрчийн өөрийнх нь ажил, амжилт, туршлага, үзэл бодол, байр суурийг хүргэхээс илүүтэй хэний охин, эхнэр гэдгийг онцолж байгааг мөн шүүмжилж байв.

“ Надад туслах гээд байгаа юм уу, хорлох гээд байгаа юм уу гэдэг нь тайлагдахгүй. Би өөрөө хэн бэ, миний өөрийн эрхэм чанар юу вэ гэдэг байхгүй. Намайг гарал үүслээр л гаргачихаж байгаа байхгүй юу. Гэтэл би чинь өөрөө тусдаа хүн ш дээ, тийм ээ?

Ярилцагч 9, дүүрэг, нийслэлийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.2.3. СӨРӨГ МЭДЭЭЛЭЛ, ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛИЙН ДАЙРАЛТ

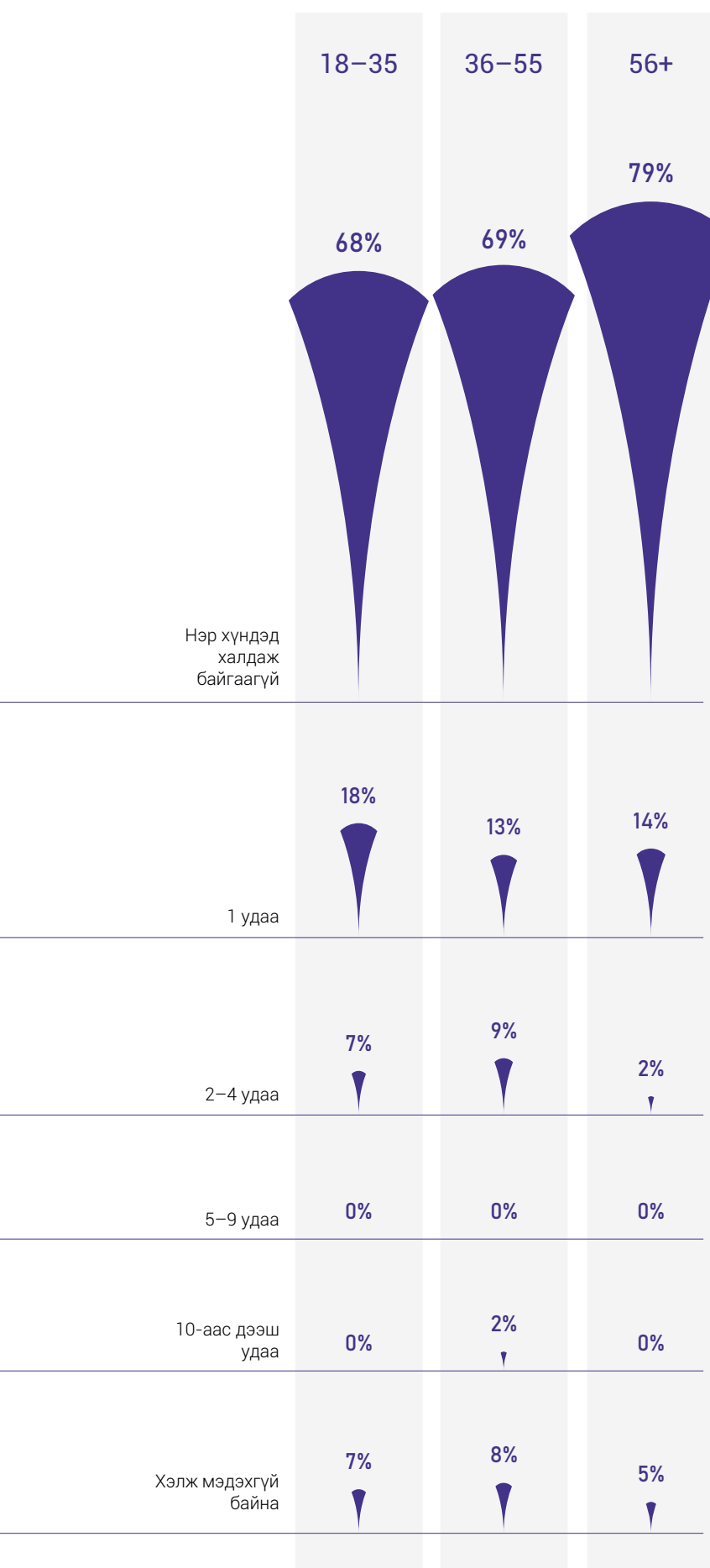
ДҮРСЛЭЛ 13. Сүүлийн таван жилд хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдаж байсан эсэх



Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдах тохиолдол санал асуулгад оролцогчдын 70 хувьд таарч байгаагүй гэсэн бол долоон хувь нь хэлж мэдэхгүй байна гэжээ.

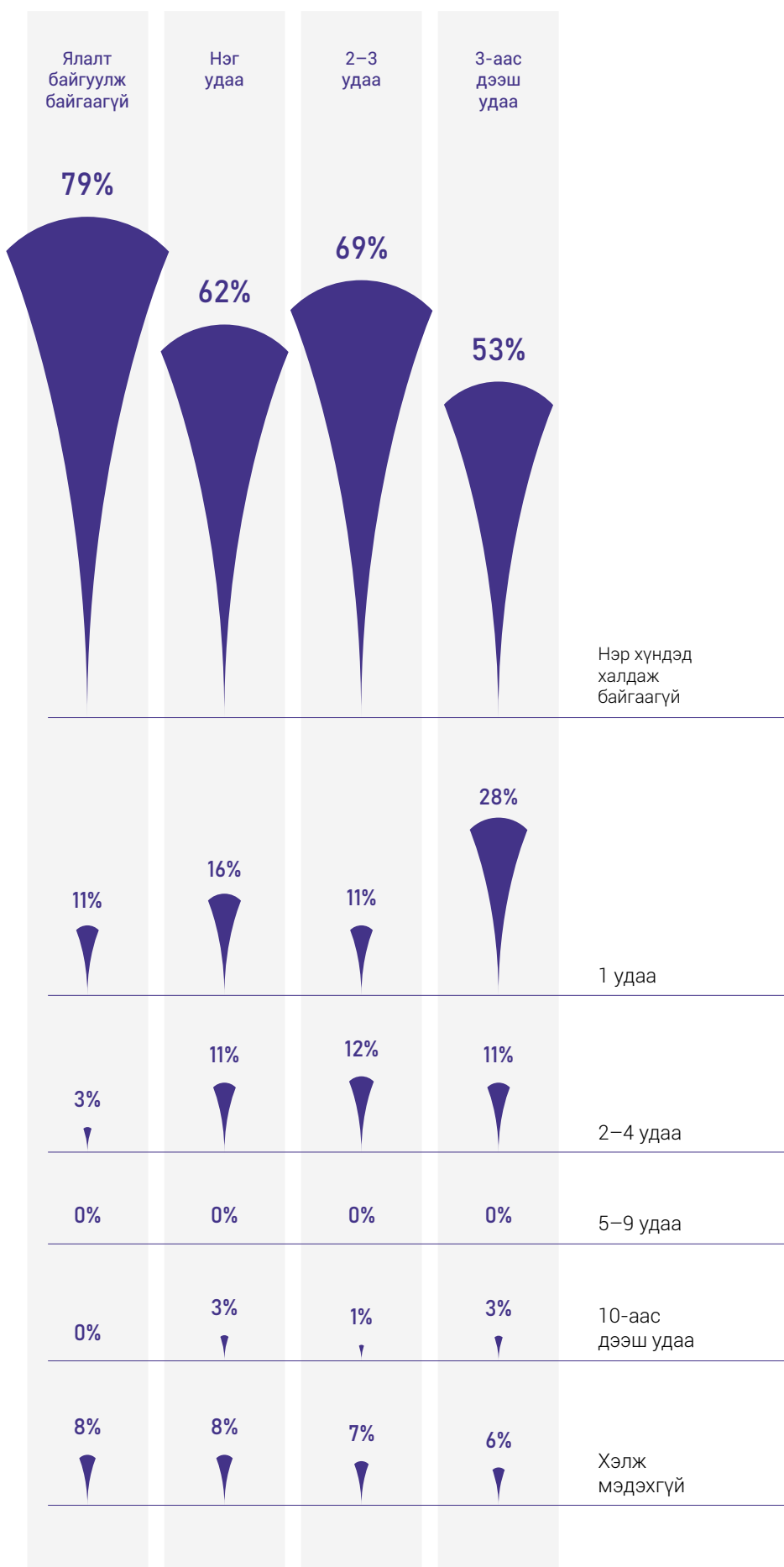
Санал асуулгад оролцогчдын 14 хувь нь нэг удаа хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөж байсан бол найман хувь нь 2-4 удаа, нэг хувь нь 10-аас дээш удаа өртжээ. Өөрөөр хэлбэл, санал асуулгад оролцогч 370 улстөрчөөс 84-ийнх (23%) нь нэр хүндэд хэвлэл мэдээллийн зүгээс халдсан гэж хариулжээ.

ДҮРСЛЭЛ 14. Хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөж байсан эсэх (насаар)



Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдсан, эсэхийг насаар ангилж үзвэл 35-аас доош насныхан нэг удаа ийм дайралтад өртсөн нь хавьгүй их (18%) байна. Энэ насны бүлэг болон 36-55 насныхны 68-69 хувь нь огт халдлагад өртөж байгаагүй бол 56-гаас дээш насныхны 79 хувь нь өртөөгүй хэмээн хариулжээ.

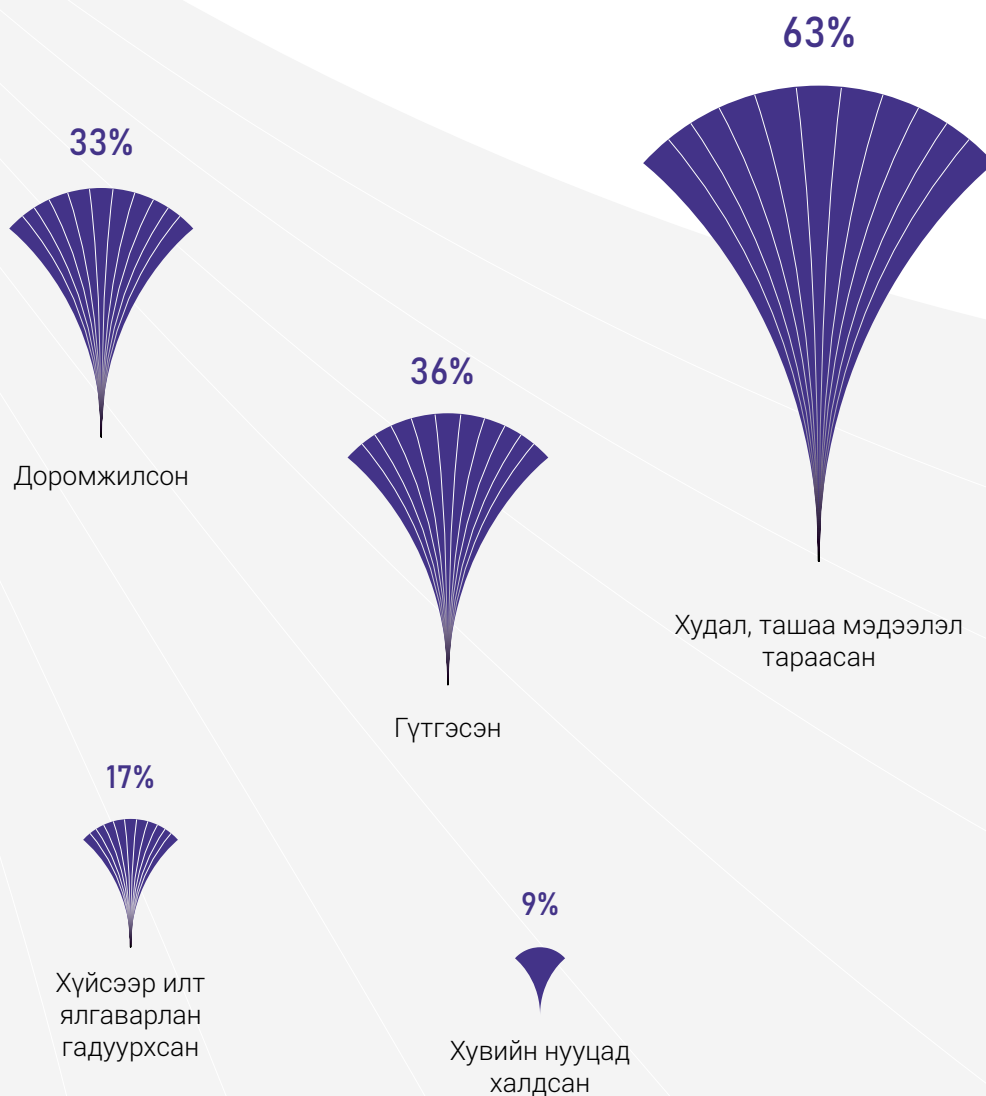
ДҮРСЛЭЛ 15. Хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөж байсан эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)



Судалгаанд оролцогчдын сонгуульд ялалт байгуулсан давтамж нь тэдний хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөх магадлалд нөлөөлдөг болохыг Дүрслэл харуулж байна. Ялалт байгуулж байгаагүй нэр дэвшигчдийн 79 хувь нь сүүлийн таван жилд нэр хүндэд нь халдсан тохиолдол байгаагүй гэж хариулсан бол ялалт байгуулсан давтамж ихсэх тусам энэ үзүүлэлт буурч, гурваас дээш удаа ялалт байгуулсан хүмүүсийн дунд энэ үзүүлэлт 53 хувьтай гарсан байна. Энэ нь улс төрийн идэвх, амжилт нь хэвлэл мэдээллийн анхаарал төдийгүй, халдлагад өртөх эрсдэлийг ч нэмэгдүүлдэг болохыг харуулж байна.

ДҮРСЛЭЛ 16. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын төрөл

Хэвлэл мэдээллийн зүгээс эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах хамгийн түгээмэл хэлбэр нь худал, ташаа мэдээлэл тараах явдал (63%) байжээ. Тэгвэл 36 хувь нь гүтгэлэг, 33 хувь нь доромжлолд өртсөн хэмээн хариулсан бол 17 хувь нь хүйсээр илт ялгаварлан гадуурхсан, есөн хувь нь хувийн нууцад халдсан гэжээ.



ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн зургаа (30%) нь хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртсөн тухайгаа ярьсан юм. Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдах тохиолдол ихэнхдээ сонгуулийн үеэр гардаг бөгөөд өрсөлдөгч нам, нэр дэвшигчдийн зүгээс хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, сэтгүүлчдийг ашиглан зориудаар ийм мэдээлэл тараадаг хэмээн ГЯ-д оролцогчид хэлж байлаа. Энэ нь сурталчилгааны хугацаа бага, давчуу үед нэмэлт дарамт болдгийг тэмдэглэж байсан юм.

“ Ор үндэслэлгүй мэдээлэл цацаж сонгуулийн үеэр миний амжилттай явж байсан кампанит ажилд сөргөөр нөлөөлсөн. Сөрөг мэдээллийг эерэг болгох гэж би илүү их цаг хугацаа, мөнгө зарцуулж, нэмэлт баг, хэвлэл авч ажилласан. Тэр үед их хэцүү санагдаж байсан. Сонгууль дуусаад л алга болчихсон. Бүүст нь алга болонгуут тэр мэдээ нь явахаа больсон.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдах нь ихэнхдээ худал ташаа мэдээлэл тараах, гүтгэх шинжтэй байдаг бөгөөд хоёр залуу эмэгтэй улстөрчийг эрэгтэй хүнтэй холбож гаргасан тухай ярьсан юм. Ялангуяа өрх толгойлсон, эсвэл ганц бие эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөх хандлага байсаар байна. Мөн ийм дайралтыг нэр хүндтэй, томоохон редакцууд биш, ихэн хдээ мэргэжлийн бус, жижиг сайтууд зохион байгуулалттай хийх нь элбэг болохыг хэлж байлаа.

“ Тэр цэг.mn, эсвэл таслал.mn, тийм газрууд намайг үзээд үзээд дийлээгүй. Тэр бол миний унасан шалтгаан болж чадаагүй гэсэн үг. Хэн ч намайг муугаар гаргах гэж мөнгө аваагүй бол явахгүй л байхгүй юу. Хэн муугаар гаргасан юм гэхээр өрсөлдөгчдийн хар пи арын баг.

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Харин сонгуулийн бус үеэр хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдах тохиолдол элбэг гарсныг ГЯ-д оролцсон УИХ-ын таван гишүүний гурав нь ярьснаас үзэхэд УИХ-ын эмэгтэй гишүүд хэвлэл мэдээллийн дайралтад илүүтэй өртөж байна. Цаг үеийн сэдэвтэй холбоотойгоор тэдний байр суурийг асууж, эсвэл УИХ-ын чуулган дээр хэлсэн үгийг нь олон нийтийг төөрөгдүүлэх байдлаар хэсэгчлэн гаргах, мушгин гуйвуулах зэрэг асуудал байдгийг тэд хэлж байлаа.

“ Хэвлэлээр юм асуучихаад л тасдаж аваад сэвнэ. Гуйвуулна. Би сүүлдээ ер нь чимээгүй сууж байя л гэж боддог болоод байна.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

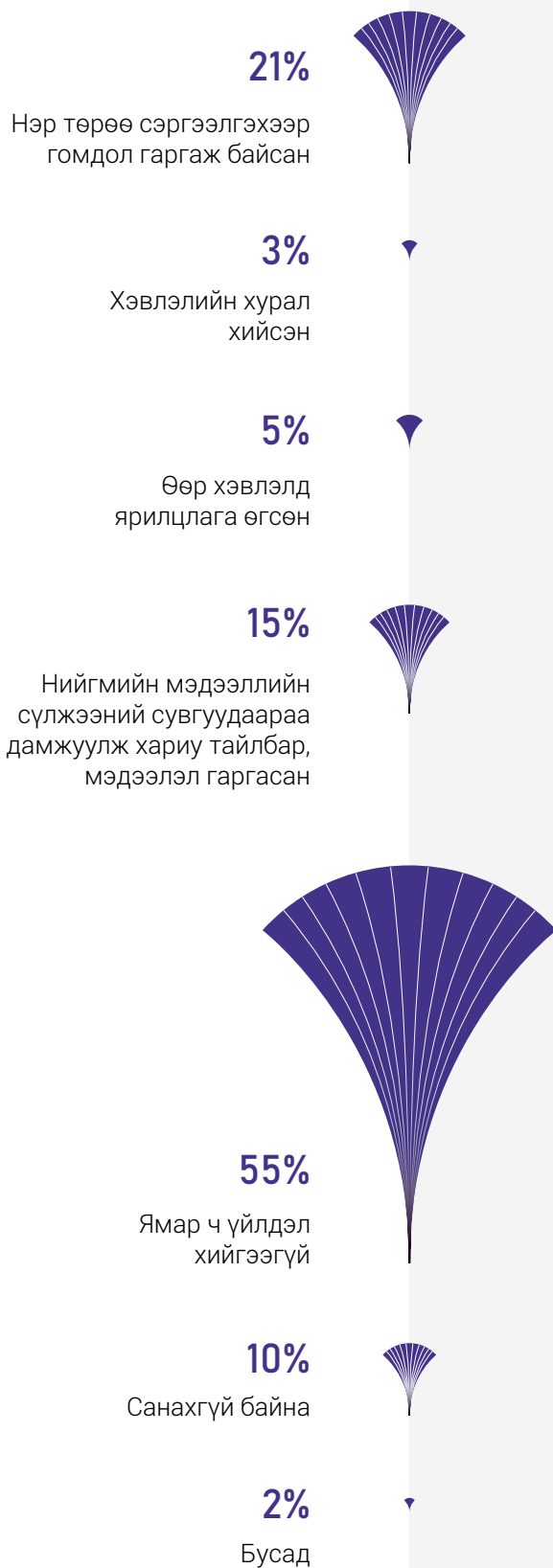
3.2.4. ХАРИУ ҮЙЛДЭЛ

3.2.4.1. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛИЙН ДАЙРАЛТ ИРЭХЭД ҮЗҮҮЛСЭН ХАРИУ ҮЙЛДЭЛ

Хэвлэл мэдээллийн зүгээс нэр хүндэд нь халдсан гэж үзсэн оролцогчдын талаас илүү хувь (55%) нь ямар нэгэн хариу үйлдэл хийгээгүй гэж хариулжээ. Харин 21 хувь нь нэр төрөө сэргээхээр гомдол гаргасан, 15 хувь нь өөрийн сошиал сувгаар тайлбар хийсэн, таван хувь нь өөр хэвлэлд ярилцлага өгсөн, гурван хувь нь хэвлэлийн хурал зохион байгуулсан гэжээ. Энэ нь нэр хүндэд халдсан мэдээ, мэдээлэлд ихэнх эмэгтэй улстөрч эс үйлдэх буюу "чимээгүй өнгөрөх" стратеги баримталж байгааг илтгэж байна.

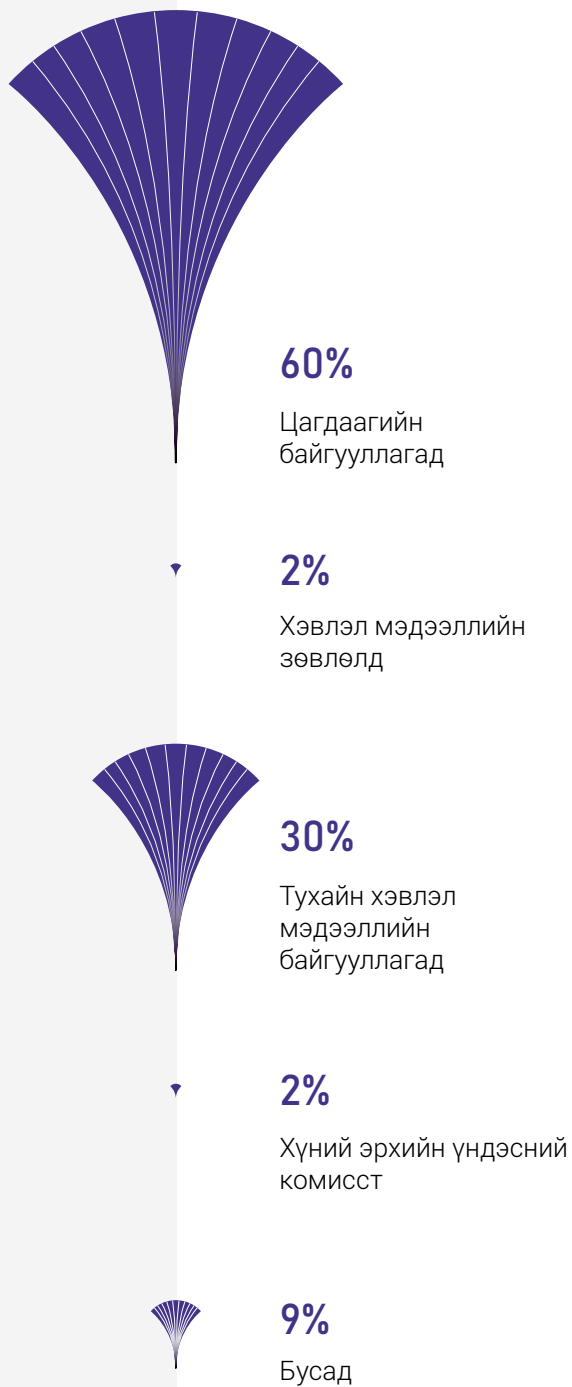
ДҮРСЛЭЛ 17. Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд халдахад үзүүлсэн хариу үйлдэл

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.



ДҮРСЛЭЛ 18. Гомдол гаргасан байгууллага

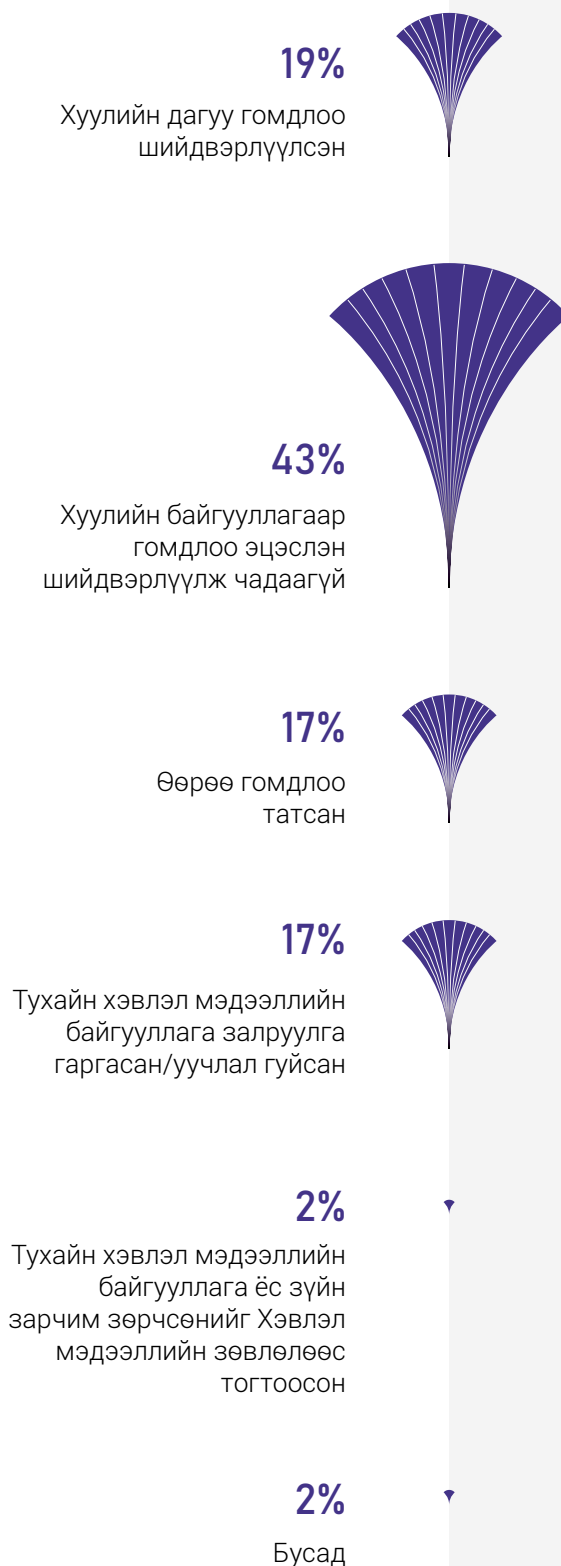
Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.



Гомдол гаргаж байсан хүмүүсийн дийлэнх буюу 60 хувь нь Цагдаагийн байгууллагад хандаж байжээ. Харин 30 хувь нь тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллагад гомдол гаргаж байсан бол ХЭҮК, Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлд тус бүр хоёр хувь нь хандаж байсан аж.

ДҮРСЛЭЛ 19. Гомдлыг шийдвэрлэсэн байдал

Нэр хүндээ сэргээлгэхээр гомдол гаргасан хүмүүсийн 43 хувь нь хуулийн байгууллагаар гомдлоо шийдвэрлүүлж чадаагүй, 19 хувь нь хуулийн дагуу гомдлоо шийдвэрлүүлсэн гэж хариулжээ. Түүнчлэн 17 хувь нь гомдлоо өөрөө татсан, 17 хувь нь тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллагаас уучлал, залруулга авсан бол, хоёр хувь нь ХМЗ-өөс шийдвэр гаргуулж чадсан байна. Хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын байгууллага буюу ХМЗ-д санал асуулгад оролцогчдын ердөө хоёр хувь нь гомдол гаргаж байсан бөгөөд мөн хоёр хувь нь шийдвэрлүүлж чадсанаас үзэхэд энэ нь хуулийн дагуу гомдол гаргахтай харьцуулахад хавьгүй үр ашигтай механизм байж болох юм.

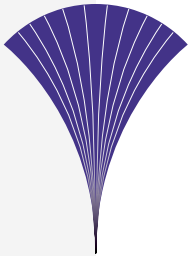


ДҮРСЛЭЛ 20. Гомдол гаргаагүйн шалтгаан



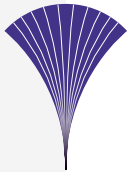
19%

Гомдол гаргавал илүү их дайрна гэж бодсон



33%

Цаг хугацаа их орох учраас зайлсхийсэн



22%

Байнгын дайралт ирдэг болохоор тоодоггүй



17%

Хаана гомдол гаргаахаа мэдээгүй



9%

Бусад

Нэр хүндэд нь халдсан тохиолдолд гомдол гаргаагүй эмэгтэй улстөрчдийн 33 хувь нь "цаг хугацаа их орох учраас" зайлсхийсэн гэж хариулжээ. Мөн 22 хувь нь байнгын дайралтад өртдөг учраас тоодоггүй, 19 хувь нь гомдол гаргавал илүү их дайралтад өртөнө гэж эмээсэн, 17 хувь нь хаана хандахаа мэдээгүй гэжээ. Эдгээр хариултууд нь эмэгтэй улстөрчид гомдол гаргахад олон давхар бэрхшээлтэй тулгардгийг илтгэж байна.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдах тохиолдол гарсныг ярьсан зургаан улстөрчийн нэг нь Цагдаагийн байгууллагад гомдол гаргаж, шийдвэрлүүлж байжээ. Бусад нь ихэнхдээ дуугүй өнгөрөх, эсвэл өөрийн нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр дамжуулж үнэн зөв мэдээллийг өгөх арга хэрэглэсэн байна. УИХ-ын нэг гишүүн хэвлэлийн хурал хийж, мөн сүрдүүлсэн хэвлэл мэдээллийн байгууллагын удирдлагатай нүүр тулж уулзаж үзсэн ч тэр нь хэр үр дүнтэй байсныг хэлж мэдэхгүй, дараа нь харамссан тухайгаа ярьсан юм.

Цагдаагийн байгууллагад гомдол гаргаж, ор үндэсгүй мэдээлэл болохыг нь шийдвэрлүүлсэн нэг улстөрч хүртэл дахиад гомдол гаргахгүй гэсэн байр суурьтай байна.

“Араас нь хөөх тусам чамайг зүгээр байлгахгүй ээ гэж хүмүүс хэлдэг. Айсан гээд хэлчихвэл хүнийг давраачих байх даа гэж бодсон. Цаг хугацаа үнэнд найдаж байсан. Бүх гүтгэлэг, сөрөг мэдээлэл хэзээ ч үнэн байгаагүй учраас би тэрний араас хөөцөлдөж байгаагүй... Ер нь одоо тоохгүй байх гэдэг зарчимтай. Цаашдаа ч ийм зарчмаар явна гэж бодож байна. Дээр нь цагдаад хандахаар аягүй төвөгтэй юм байна лээ ш дээ. Цаг хугацаа шаарддаг. Цагдаа дээр хэдэн өдөр дуудаад хамаг ажил алах юм байна лээ.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ер нь хуулийн байгууллагаар гомдол гаргах процесс төвөгтэй, цаг хугацаа шаардсан ажил гэсэн ойлголт түгээмэл байна. Мөн хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын механизм, Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлд гомдол гаргах боломжтойг ихэнх улстөрч мэдэхгүй, мэддэг байсан ч үүнийг ашиглан сүүлийн таван жилийн хугацаанд гомдол гаргаж үзээгүй байв.

“Гомдол гаргаж байгаагүй ээ. Ер нь тэгээд гомдол гаргахаар өөрөө байн байн дуудагдаад лай болдог гэж ярьдаг биз дээ? Ёстой ганц ч удаа гомдол гаргаж байгаагүй. Алийг нь гэж гомдол гаргах вэ дээ ер нь. Тэгээд ч өөрөө пэйжээрээ дамжуулаад хариулт өгөөд явах нь илүү үр ашигтай санагддаг.”

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

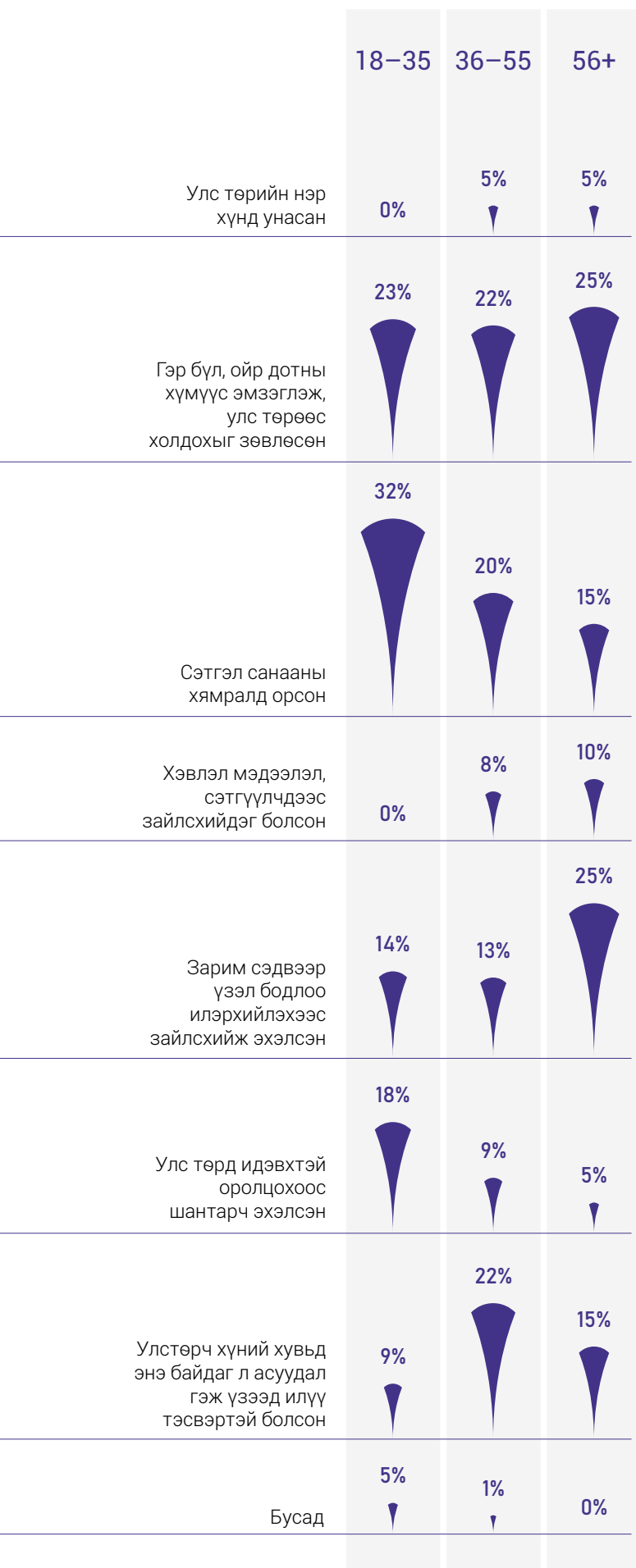
Үүний зэрэгцээ, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө, хэвлэлийн эрх чөлөөнд халдахгүй гэсэн зарчмын хүрээнд гомдол гаргаж байгаагүй гэж хариулж байлаа.

“Би өөрөө үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хүндэтгэдэг учраас ямар ч сэтгүүлчийг шүүхэд өгч байгаагүй. Сонгуулийн үеэр илүү их байдаг. Манай хуулийн баг ажиллахад 37 нэр бүхий сэтгүүлчид гомдол гаргах боломжтой байсан. Гэхдээ тэр бүхэнд гомдол гаргаагүй. Манай хуулийн баг бол улаан цагаан гүтгэсэн байна гээд гомдол гаргахыг зөвлөж байсан, би бол гаргаагүй. Хэвлэн нийтлэх эрх чөлөөнд халдахыг хүсээгүй.

Ярилцагч 1, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.2.5. ҮР ДАГАВАР





ДҮРСЛЭЛ 22. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын үр дагавар (насаар)

Насны бүлгээр авч үзэхэд хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн хувьд хамгийн залуу бүлэг (18–35 нас) сэтгэл санааны хямралд орох (32 хувь), мөн улс төрч байхаас шантарч эхлэх (18 хувь) бусад насны бүлэгтэй харьцуулахад хамгийн өндөр байна. Тэгвэл 56-гаас дээш насныхны хувьд зарим сэдвээр үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийж эхэлсэн (25 хувь), хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдээс зайлсхийдэг болсон (10 хувь) гэж хариулжээ. Эдгээр тоо баримт нь насны онцлогоос хамаарч хэвлэл мэдээллийн дайралт өөр өөр байдлаар нөлөөлж, улс төр дэх эмэгтэйчүүдийн идэвх, сэтгэл санаанд дарамт үүсгэж буйг харуулж байна.

ДҮРСЛЭЛ 23. Хэвлэл мэдээллийн дайралтын үр дагавар (ялалт байгуулсан давтамжаар)

Сонгуульд ялалт байгуулж байгаагүй улстөрч эмэгтэйчүүдийн хувьд улс төрийн нэр хүнд унасан (7%), хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлдээс зайлсхийдэг болсон (10%), мөн улстөрд идэвхтэй оролцохоос шантарч эхэлсэн (14%) гэж хариулах нь ялалт байгуулж байсан бүлэгтэй харьцуулахад хавьгүй өндөр байна.

Харин ялалтын давтамж нэмэгдэх тусам хэвлэл мэдээллийн дайралт улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал гэж үзэн илүү тэвчээртэй болсон хандлага нэмэгдэж байгааг дүрслэл харуулж байна. Эдгээр үзүүлэлт нь хэвлэл мэдээллийн дарамт нь шантрах, дасан зохицох гэсэн хоёр туйлд хөтөлж байгааг илтгэх аж.



ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдсан гэсэн зургаан ярилцагч тэдгээр нь ор үндэсгүй мэдээлэл байсан учраас нэр хүндэд нь нэг их нөлөөлөөгүйг "Үнэн байсан бол яалаа гэж хоёр удаа сонгогдох билээ дээ," "Улайм цайм гүтгэлэг, доромжлолыг иргэд мэддэг юм билээ," "Нэг хүнд тохоход арай хэтэрхий хэрэг байгаа биз дээ?" мэтээр тайлбарлаж байв. Гэвч тэр бүхнээс болж ялангуяа сонгуулийн үеэр нэмэлт зардал, чирэгдэл, ажил гарч байсныг, мөн өөрийн сэтгэл санаанаас гадна ойр дотнын хүмүүст нь нөлөөлж байсныг эмзэглэн ярьж байлаа.

" Ойр дотнынхонд бол эхэндээ хүнд тусдаг байсан. Ээж, аав, дүү, найз нөхөд, ажлын хамт олон маш их эмзэглэж байсан. А зон буюу гэрийнхэнд маань сэтгэл зүйн хувьд сөргөөр нөлөөлж байсан. Эрүүл мэндийн хувьд хямрах ч юм уу. Би өөрөө нойргүйдэж, хоолны дуршил буурч, стресстэх зүйл тохиолдсон.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Гэвч хэд хэдэн удаа хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртөөд ирэхээр сэтгэл санааны хувьд дархлаа сууж, энэ нь улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал хэмээн хүлээн зөвшөөрөх хандлага ажиглагдаж байна.

" Эхлээд их хэцүү байдаг байсан. Унтаж чадахгүй, санаа зовоод л, нойргүй. Би ч бас их ажиглалтын аргаар суралцдаг хүн юм шиг байна. Надад л сүртэй реакц үзүүлээд байснаас биш хүмүүс дороо мартчихдаг юм билээ, дараагийн сенсаац руу явчихдаг юм биш үү гэмээр. Тэгээд би тайвширч байгаа юм л даа, цагийн эрхээр. Тэр тайвшрал болгон нь намайг нэг дөжрөх тийшээ хандуулсан юм шиг байна. Хоёрт бас зөндөө ажил байна ш дээ. Гомдол гаргаад л, бичээд сууж байсан нь дээр үү, эсвэл өөр нэг хууль дээр судалж байгаад байр сууриа илэрхийлэх ёстой юу? Унших юм их байдаг, ширээгээр дүүрэн байна. Цагаа юунд ашиглах сонголт л доо.

Ярилцагч 5, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Харин хэвлэл мэдээллийн дайралтад байнга өртдөг улстөрчийн хувьд сэтгүүлчдээс зайлсхийх, үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийх, чимээгүй болох, шантрах үр дагавар бий болж мэдэхээр байна.

" Одоо энэ 126 дотор чив чимээгүй суугаад, үг ч хэлдэггүй хүмүүс байгаа. Тэд нарыг яах ч үгүй байлгаад байна. Би энд юм хийчих гээд л, уншиж судлаад юм хэлчихээр болохоо байчихна. Сүүлдээ зүгээр дуугүй байя, чимээгүй ажлаа хийгээд байж байя л гэж бодоод байна.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.3. НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН СҮЛЖЭЭ

Дэлхий даяар нийгмийн мэдээллийн сүлжээний платформууд улс төрийн мэдээлэл, харилцааны чухал талбар болон хөгжиж, улстөрчид уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс илүүтэйгээр нийгмийн мэдээллийн сүлжээг өөрсдийгөө сурталчлах, сонгогчидтойгоо илүү ойр харилцаа үүсгэх зорилгоор ашиглаж эхэлснийг судлаачид тэмдэглэдэг (Hermans and Vergeer, 2012). Үүний зэрэгцээ, уламжлалт хэвлэл мэдээллээр эмэгтэйчүүдийг цөөн гаргадаг, мөн тэдний улс төрийн үзэл бодол, байр суурийг хүргэхээс илүүтэй хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар, сөргөөр дүрсэлдэг учраас эмэгтэй улстөрчид нийгмийн мэдээллийн сүлжээг эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад илүү идэвхтэй ашигладаг болохыг зарим судалгаа харуулж байна (Evans et al., 2014). Гэвч нийгмийн мэдээллийн сүлжээ үнэхээр эмэгтэй улстөрчдөд боломж олгож, дуу хоолойг нь олон нийт, сонгогчдод хүргэх орон зай мөн үү? Эсвэл уламжлалт хэвлэл мэдээлэлд олон жил ажиглагдаж ирсэн асуудлууд энд ч бас байна уу? Эдгээр асуултад хариулах судалгааны ажил олон улсын хэмжээнд маш цөөн байгаа ч нийгмийн мэдээллийн сүлжээ нэг талаас боломж олгож байгаа ч нөгөө талаас шинэ сорилт, бэрхшээлүүдийг бий болгосныг харуулж байна. Тухайлбал, АНУ-ын 2020 оны Ерөнхийлөгчийн

сонгуулийн ардчилсан намын сунгаанд нэр дэвшигчдийн талаарх Twitter платформ дахь мэдээллийг судалж үзэхэд эмэгтэй нэр дэвшигчид эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад илүү хувь хүн рүү чиглэсэн, сөрөг мэдээлэлд өртөмтгий байжээ. Үүнээс үүдэн уламжлалт хэвлэл мэдээлэлд байдаг улс төр, бодлогын гэхээс илүүтэй хувь хүн рүү чиглэсэн сөрөг дайралтад нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд ч эмэгтэй улстөрчид өртөж байгааг судлаачид онцолжээ (Oates et al., 2020).

Үүний зэрэгцээ, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ нь улстөрчид болон олон нийтийн хоорондын харилцан ойлголцлыг сайжруулах тодорхой боломжуудыг агуулж байгаа ч цахим дайралт, заналхийлэлд өртөх эрсдэлийг нэмэгдүүлж байгааг онцлох нь зүйтэй. Ялангуяа эмэгтэй улстөрчид цахим орчинд жендэрт суурилсан дайралт, заналхийлэлд онцгой өртөмтгий байдаг нь тэдний улс төрийн оролцоонд сөрөг нөлөө үзүүлдгийг олон улсын судалгаа харуулж байна (Bardall 2013; Inter-Parliamentary Union 2016; NDI 2019, 2021).

Энэ бүхэнтэй холбоотойгоор эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийллийн асуудлыг олон улсын болон бүс нутгийн байгууллагууд анхаарч ажиллаж эхлээд байна. Тухайлбал, Үндэсний Ардчиллын Хүрээлэн (NDI) #NotTheCost аяныг эхлүүлж (NDI, 2016, 2019, 2021), Олон Улсын Парламентын Холбоо (IPU) эмэгтэй парламентчдын эсрэг хүчирхийллийн талаарх судалгаа хийсэн (IPU, 2016). Мөн Америк тивийн Эмэгтэйчүүдийн Комисс эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийлэлтэй тэмцэх жишиг хууль боловсруулаад байна (CIM, 2017). Түүнчлэн, НҮБ-ын Эмэгтэйчүүдийн байгууллагаас эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийллээс урьдчилан сэргийлэх гарын авлага гаргажээ (UN Women, 2021).

Олон улсын парламентын холбооноос дэлхийн 39 орны 55 парламент ч эмэгтэйгээс авсан судалгааны үр дүн энэ төрлийн хүчирхийлэл маш элбэг тохиолддогийг батлан харуулсан юм. Тодруулбал, дэлхийн хэмжээнд эмэгтэй парламентчдын 80 орчим хувь нь сэтгэл санааны, 33 хувь нь эдийн засгийн, 25 хувь нь бие махбодын, 20 хувь нь бэлгийн хүчирхийлэлд өртөж байсныг тогтоожээ. Үүнээс үзэхэд сэтгэл санааны хүчирхийлэлд эмэгтэй улстөрчид хамгийн элбэг өртөж байгаа бөгөөд үүнийг задалж үзэхэд 65 гаруй хувь нь хүйсээр илт ялгаварласан, доромж утгатай үг хэллэг, 44 хувь нь амь нас, бие махбодид халдах, хүчиндэх, хулгайлах заналхийлэл, 42 хувь нь гутаан доромжилсон, эсвэл бэлгийн сэдэлтэй зураг, дүрс нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тарааснаас үүдэж сэтгэл санааны дарамтад орсон гэжээ (IPU, 2016).

Улс төрийн өндөр албан тушаалтай эмэгтэйчүүдийн эсрэг цахим дайралт нь зөвхөн тухайн зорилтот бүлэгт ээн нөлөөлөөд зогсохгүй залуу охид, эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцоог мохоох шалтгаан болдог. Тиймээс ч эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийлэл тулгамдсан асуудал болохыг судалгаа, дата мэдээллээр баримтжуулж, энэ талаарх ойлголтыг нэмэгдүүлэх зайлшгүй шаардлагатай юм. Дата мэдээлэл хангалтгүй байх нь асуудлыг хэвийн зүйл мэт хүлээж авах, анхаарахгүй орхих шалтгаан болж байна (NDI, 2021).

Монгол Улсын хувьд эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийллийн талаарх ойлголт сул байгаа бөгөөд энэ чиглэлээр хийсэн судалгаа ховор байна. Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээнээс 2021 онд сүлжээний гишүүдийн дунд хийсэн "Улс төр дэх эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийллийн бэсрэг судалгаа"-нд нийт оролцогчдын 43 хувь нь улстөрч эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийлэл их тохиолддог, 40 хувь нь заримдаа тохиолддог гэж хариулсан байна. Эдгээрээс 23 хувь нь нэр хүндийг гутаан доромжлох, 23 хувь нь дорд үзэх, үгүйсгэх, 17 хувь нь үг хэлээр дарамтлах зэрэг хэлбэр түгээмэл тохиолддогийг илэрхийлжээ. Мөн үр дагаварт нь эмэгтэйчүүд улс төрд идэвхтэй оролцохоос шантарч, зайлсхийнэ гэж санал асуулгад оролцогчдын 58 хувь нь үзсэн байна (Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээ, 2021).

Шийдвэр гаргах түвшин дэх жендэрийн чанарын түвшинг тодорхойлох судалгаа (2022)-ны хүрээнд ИТХ-д нэр дэвшсэн эмэгтэйчүүдээс хамгийн их зөрчигддөг эрхийнх нь тухай асуухад 23 хувь нь үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх, 22 хувь нь нэр төр, алдар хүндэд нь халдсан гэж хариулжээ. Ялангуяа нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд нэр төрийг гутаах, гүтгэх, хэл амаар доромжлох, заналхийлэх, хувийн амьдралыг нь үл хүндэтгэх, халдах, хийж буй үйлдлийг нь заах, мөшгих зөрчлүүд хамгийн ихээр гардаг гэж судалгаанд оролцогчид хариулсан байна (ХЭҮК, 2022). Гэвч энэ нь эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцооны талаарх томоохон судалгааны нэг жижиг хэсэг байсан бөгөөд нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд зөрчигдөж байгаа эрхийн тал дээр системтэй судалж, дүгнэлт, зөвлөгөө гаргасан зүйл байгаагүй юм.

Түүнчлэн, МУИХ-ын 2024 оны сонгуулийн үйл ажиллагаанд олон нийтийн сүлжээний платформ ашиглаж байгаа байдалд хийсэн мониторингийн үр дүнгээс үзэхэд сурталчилгааны хугацаанд Фэйсбүүк дээр нийтлэгдсэн мэдээллийн 11 хувь, X дээрх мэдээллийн 13 хувь нь эмэгтэй нэр дэвшигчид рүү халдсан, зүй бусаар доромжилсон, боловсрол, хүйсээр нь дорд үзсэн, худал мэдээлэл тараасан, гүтгэсэн агуулга байжээ. Эмэгтэйчүүдийг улс төрийн ажилд тохирохгүй гэж бусдад итгүүлэх, авч хэрэгжүүлсэн үйл хэрэг, бодлого зэргийн талаар ярихаас илүүтэй гадаад төрх байдлаар нь доромжлох, эмэгтэйчүүдийн үнэт зүйлсийг шүүмжлэх, тэр дундаа хиймэл оюун ухаан, хуурамч хаягаар түгээсэн худал ташаа мэдээлэл, хүйсээр ялгаварласан үзэн ядах үг хэллэг түгээмэл байгааг Монгол Улс дахь хүний эрх, эрх чөлөөний байдлын талаарх 24 дэх илтгэлд тэмдэглэжээ (ХЭҮК, 2025). Энэ нь мөн л Цахим технологи ашиглан үйлдэгдэж буй жендэрт суурилсан хүчирхийлэл бүлгийн нэг хэсэгт байсан бөгөөд яг улстөрч эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийллийн тал дээр цогц дүгнэлт, зөвлөмж дутагдаж байлаа.

Иймд, энэхүү судалгааны бүлгийн хүрээнд эмэгтэй улстөрчид нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглах явцдаа сүүлийн таван жилийн хугацаанд цахим дайралт, заналхийлэл, жендэрт суурилсан сэтгэгдэлд хэр элбэг өртөж, ямар хариу үйлдэл үзүүлж, ямар үр дагаварт хүрснийг тодорхойлохыг зорилоо. Судалгааны голлох асуултуудыг дурдвал:

- Цахим дайралтад хэр элбэг өртсөн бэ?

- Цахим заналхийлэлд хэр элбэг өртсөн байна вэ?

- Жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хэр элбэг хүлээж авч байна вэ?

- Цахим дайралт, заналхийлэлд эмэгтэй улстөрчид ямар хариу үйлдэл үзүүлж байна вэ?

- Цахим дайралт, заналхийлэл ямар үр дагаварт хүргэж байна вэ?

ХҮСНЭГТ 9. Эмэгтэй улстөрчид нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглах явцдаа тулгардаг сорилт, бэрхшээлийн талаарх ТМЯ-ын үр дүн

Нөхцөл байдал	Асуудал	Шийдэл
Ажилгүйдэл, ядуурал зэрэг асуудалтай холбоотойгоор нийгмийн бухимдал их байгаагийн зэрэгцээ хэвлэл мэдээллийн боловсрол, дижитал суурь боловсрол хангалтгүй байна.	Бухимдалтай, дээрээс нь завтай хүмүүс цахим орчинд хуурамч мэдээлэлд илүүтэй өртөж, тэдгээрийг тараах, сөрөг сэтгэгдэл бичих хандлагатай байна. Үүнд эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралт, худал ташаа мэдээлэлд шүүлтүүргүй хандах, итгэх, тараах зэрэг багтана.	Олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсрол, дижитал суурь боловсролыг дээшлүүлэхэд анхаарах, цахим орчинд мэдээллийг нягталж шалгадаг соёлыг түгээх. Ялангуяа хөдөө орон нутагт амьдардаг иргэд рүү чиглэсэн хуурамч мэдээллийн хор уршгийг таниулах ажил өрнүүлэх.
Улс төрийн зорилготой, зохион байгуулалттай худал, ташаа мэдээлэл тараах асуудал ялангуяа сонгуулийн үеэр маш элбэг болж байна. Хиймэл оюуны хөгжилтэй холбоотойгоор хуурамч мэдээллийг илүү хялбар аргаар, танихад улам хэцүү дүрс, аудио, зураг зэрэг хэлбэрээр хийж, тараах боломжтой болсон. Тролл, ботууд ашиглан тухайн мэдээллийг илүү олон хүнд хүргэж байна.	Жендэрийн хэвшмэл ойлголттой холбоотойгоор эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг зохион байгуулалттай тараасан хуурамч мэдээлэл зорилгодоо илүү хүрч байна. Эрэгтэйчүүд ийм цахим дайралтад өртөхөд олон нийт байдаг л асуудал гэж үзэх нь элбэг. Харин эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг, ялангуяа жендэрийн хэвшмэл ойлголтод суурилсан хуурамч мэдээлэл, гүтгэлэг тараахад олон нийт итгэх хандлага байсаар байна.	Жендэрийн эрх тэгш байдлын талаарх олон нийтийн ойлголтыг сайжруулж, хэвшмэл ойлголтыг багасгах. Ялангуяа эмэгтэй улстөрчдийг нөлөө бүхий эрэгтэйчүүдтэй холбох мэдээлэл дээр олон нийтийн ойлголтыг сайжруулах хэрэгтэй. Үүнд хэвлэл мэдээлэл, иргэний нийгмийн байгууллагууд тухайн мэдээллийг нятгалж, шалгадаг байх, үнэн зөв мэдээллийг хүргэх тал дээр цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийг дэмжиж ажиллах боломжтой.
Эрүүгийн хуулийн 13.5 буюу заналхийлэх, 13.14 буюу худал мэдээлэл тараах, 14.1 буюу ялгаварлан гадуурхах тухай заалтаар эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралтыг зохицуулах боломжтой. Гэвч хуулийн хэрэглээний нэгдмэл байдал, тайлбар байхгүй байна. Ялангуяа ялгаварлан гадуурхахтай холбоотой зохицуулалтыг хэрэгжүүлж чадахгүй байгаа.	Одоо байгаа хууль, эрх зүйн зохицуулалтаа үр ашигтай хэрэгжүүлэхэд анхаарах шаардлагатай байтал шинэ хууль хэрэгтэй гээд байгаа нь асуудал. Тухайлбал, 2023 онд Олон нийтийн сүлжээнд хүний эрхийг хамгаалах тухай хуулинд Ерөнхийлөгч хориг тавиагүй бол хүний эрхийг зөрчих, төрд хэт их эрх мэдэл өгөх эрсдэлтэй байсан.	Хууль тайлбарлан хэрэглэх онол, арга зүйг сайжруулах шаардлагатай. Ялангуяа худал мэдээлэл тараах тухай зохицуулалт нь нэг талаас хүний нэр төр, алдар хүндийг хамгаалах, нөгөө талаас үг хэлэх, хэвлэл нийтлэх эрх чөлөөг хамгаалах нарийн зааг дээр байгаа учраас илүүтэй анхаарч судлах, сайжруулах хэрэгтэй.
Хууль сахиулах байгууллагын ачаалал маш их байгаагаас гадна цагдаа, прокурор, шүүгч нарын жендэрийн мэдрэмж, хэвлэл мэдээллийн боловсрол сул байна.	Ачаалал их байгаагаас шалтгаалан хэргийг хаах, эсвэл хэрэг хянан шийдвэрлэх ажиллагаанд маш их цаг хугацаа зарцуулж байна. Үүнээс шалтгаалан цахим дайралтад өртөгчид гомдол гаргахаас зайлсхийдэг.	Хууль сахиулах байгууллагын ажилтнуудад зориулсан жендэрийн, хэвлэл мэдээллийн сургалт хийх. Ялангуяа хуурамч мэдээлэл, хүйсээр илт ялгаварласан агуулгыг таньж мэдэх тал дээр мэдлэг, чадвар олгох шаардлагатай.
Эмэгтэй улстөрчид өөрсдийнх нь эсрэг ирсэн цахим дайралтыг албан ёсны механизмаар шийдвэрлүүлэхээс зайлсхийдэг. Нэг талаас хуулийн дагуу асуудлыг шийдвэрлэхэд цаг хугацаа, зардал чирэгдэл их байдаг, нөгөө талаас цахим дайралт нь улстөрч хүний хувьд байх ёстой асуудал гэсэн ойлголт үүнд нөлөөлдөг. Гэтэл Фэйсбүүкийн өөрийн зохицуулалт, баримт нягтлан шалгах төвүүд зэрэг хуулиас гадуурх механизмаар цахим дайралтыг илүү хурдан шуурхай, үр ашигтай шийдвэрлэх боломжтой.	Хуулийн дагуу асуудлыг шийдвэрлүүлэхгүй нэг бол нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд хэрүүл хийж, үгүй бол ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэхгүй таг чиг байдгаас шалтгаалан нэр хүнд нь унадаг. Үр дүнд нь зөвхөн өөрсдөд нь сөргөөр нөлөөлөхөөс гадна нийт эмэгтэй улстөрчдөд итгэх итгэл давхар суларч байна. Ингэснээр цахим дайралтыг зохион байгуулагч талд хариуцлага хүлээлгэхгүй, өөгшүүлж байгаа.	Эмэгтэй улстөрчид зохион байгуулалттай цахим дайралтад өртвөл хуулийн дагуу гомдол гаргаж байх шаардлагатай. Хохирогчийн дүрээр байнга тэр асуудлаа яриад байх биш, эсвэл бүр таг чиг алга болох биш, цахим дайралтад өртөөд, хуулийн байгууллага, эсвэл ХЭҮК-т гомдол гаргалаа гээд баримттай мэдээлэл өгч байх, хуулийн хэрэгжилтийг шаардаж сурах хэрэгтэй. Мөн баримт нягтлан шалгах төвүүд, эсвэл нийгмийн мэдээллийн сүлжээний албан ёсны механизмаар гомдол гаргаж байх шаардлагатай.

Ажилгүйдэл, ядуурал зэрэг асуудалтай холбоотойгоор нийгмийн бухимдал их байгаагийн зэрэгцээ хэвлэл мэдээллийн боловсрол, дижитал суурь боловсрол хангалтгүй байна. Бухимдалтай, дээрээс нь завтай хүмүүс цахим орчинд хуурамч мэдээлэлд илүүтэй өртөж, тэдгээрийг тараах, сөрөг сэтгэгдэл бичих хандлагатай байгаа. Үүний зэрэгцээ, хөдөө орон нутагт амьдардаг хүмүүс хуурамч мэдээлэлд илүүтэй итгэх, тараах, түгээх төлөв Улаанбаатарын иргэдтэй харьцуулахад хоёр дахин их байдгийг судалгаа харуулжээ (Оптимал Эн Макс, 2024). Тиймээс олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсрол, дижитал суурь боловсролыг дээшлүүлэхэд анхаарах, цахим орчинд мэдээллийг нягталж шалгадаг соёлыг түгээхдээ хөдөө орон нутагт амьдардаг иргэд рүү чиглэсэн ажил нэн тэргүүнд хэрэгжүүлэх шаардлагатайг ТМЯ-д оролцогчид хэлж байлаа.

Гэвч улстөрч эмэгтэйчүүд рүү чиглэсэн хуурамч мэдээлэл илүү зорилготой, зохион байгуулалттай байх тал ажиглагддаг аж. Ижил төстэй агуулга бүхий текст, зураг ашигласан худал, ташаа мэдээллийг яг ойролцоо цаг хугацаанд, зэрэг түгээдэг бөгөөд тролл, ботуудаар дамжуулан тухайн мэдээллийг маш олон хүн дэмжиж байгаа, хүлээн зөвшөөрч байгаа мэт харагдуулахаар зохион байгуулдаг тухай ТМЯ-д оролцогчид тайлбарлаж байв. Хиймэл оюуны хөгжилтэй холбоотойгоор хуурамч мэдээллийг илүү хялбар аргаар, танихад улам хэцүү дүрс, аудио, зураг зэрэг хэлбэрээр хийж, тарааж эхэлжээ. Процесс, технологийн хувьд улстөрчид рүү чиглэсэн зохион байгуулалттай хуурамч мэдээлэл адилхан боловч эмэгтэйчүүд рүү чиглэсэн дайралт илүү газар авах хандлагатай байдаг аж. Тодруулбал, эрэгтэйчүүд ийм цахим дайралтад өртөхөд олон нийт байдаг л асуудал гэж үзэх нь элбэг. Харин эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг дайралтад олон нийт итгэх хандлагатай байдаг бөгөөд жендэрийн хэвшмэл ойлголттой холбоотойгоор эмэгтэй улстөрчдийн

эсрэг зохион байгуулалттай тараасан хуурамч мэдээлэл зорилгодоо илүү хүрч байна гэсэн үг. Иймд, жендэрийн эрх тэгш байдлын талаарх олон нийтийн ойлголтыг сайжруулж, хэвшмэл ойлголтыг багасгах, ялангуяа эмэгтэй улстөрчдийг нөлөө бүхий эрэгтэйчүүдтэй холбох мэдээлэл дээр олон нийтийн ойлголтыг сайжруулах хэрэгтэйг ТМЯ-д оролцогчид онцолж байлаа. Үүнд хэвлэл мэдээлэл, иргэний нийгмийн байгууллагууд тухайн мэдээллийг нягталж, шалгадаг байх, үнэн зөв мэдээллийг хүргэх тал дээр цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийг дэмжиж ажиллах боломжтой.

Хууль эрх зүйн орчны хувьд Эрүүгийн хуулийн 13.5 буюу заналхийлэх, 13.14 буюу худал мэдээлэл тараах, 14.1 буюу ялгаварлан гадуурхах тухай заалтаар эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралтыг зохицуулах боломжтой. Гэвч хуулийн хэрэглээний нэгдмэл байдал, тайлбар байхгүй байгаа нь хэрэгжилтийг төвөгтэй болгодог аж. Ялангуяа ялгаварлан гадуурхахтай холбоотой зохицуулалтыг хэрэгжүүлж чадахгүй байгаа. Тиймээс одоо байгаа хууль, эрх зүйн зохицуулалтаа үр ашигтай хэрэгжүүлэхэд анхаарах шаардлагатай байтал шинэ хууль хэрэгтэй гэсэн санал, санаачилга элбэг гарч байгаа нь үг хэлэх, үзэл бодлоо илэрхийлэх, хэвлэн нийтлэх эрх чөлөөнд халдах боломж бүрдүүлэх аюултайг ТМЯ-д оролцогчид анхааруулж байв. Тухайлбал, 2023 онд Олон нийтийн сүлжээнд хүний эрхийг хамгаалах тухай хуулинд Ерөнхийлөгч хориг тавиагүй бол хүний эрхийг зөрчих, төрд хэт их эрх мэдэл өгөх эрсдэлтэй байв. Иймд, хууль тайлбарлан хэрэглэх онол, арга зүйг сайжруулах шаардлагатай. Ялангуяа худал мэдээлэл тараах тухай зохицуулалт нь нэг талаас хүний нэр төр, алдар хүндийг хамгаалах, нөгөө талаас үг хэлэх, хэвлэн нийтлэх эрх чөлөөг хамгаалах нарийн зааг дээр байгаа учраас илүүтэй анхаарч судлах, сайжруулах хэрэгтэй аж.

Нөгөө талаас, хууль сахиулах байгууллагын ачаалал маш их байгаагаас гадна цагдаа, прокурор, шүүгч нарын жендэрийн мэдрэмж, хэвлэл мэдээллийн боловсрол сул байна. Ачаалал их байгаагаас шалтгаалан хэргийг хаах, эсвэл хэрэг хянан шийдвэрлэх ажиллагаанд маш их цаг хугацаа зарцуулж байна. Эмэгтэй улстөрчид рүү чиглэсэн цахим дайралт, хуурамч мэдээлэл сонгуулийн сурталчилгааны үеэр ялангуяа их гардаг боловч гомдлыг үр ашигтайгаар, хялбаршуулсан журмаар шийдвэрлэх механизм ажиллахгүй байгаа. Тухайлбал, МУИХ болон орон нутгийн сонгуультай холбоотой 10 гомдол тутмын есийг цагдаагийн байгууллага шалгасан ч хэрэг бүртгэлийн хэрэг нээхээс татгалздаг аж (ХЭҮК, 2025). Тиймээс хууль сахиулах байгууллагын ажилтнуудад зориулсан жендэрийн, хэвлэл мэдээллийн сургалт хийх, ялангуяа хуурамч мэдээлэл, хүйсээр илт ялгаварласан агуулгыг таньж мэдэх тал дээр мэдлэг, чадвар олгох шаардлагатайг ТМЯ-д оролцогчид хэлэв.

Эмэгтэй улстөрчид өөрсдийнх нь эсрэг ирсэн цахим дайралтыг албан ёсны механизмаар шийдвэрлүүлэхээс зайлсхийдэг. Нэг талаас хуулийн дагуу асуудлыг шийдвэрлэхэд цаг хугацаа, зардал чирэгдэл их байдаг, нөгөө талаас цахим дайралт нь улстөрч хүний хувьд байх ёстой асуудал гэсэн ойлголт үүнд нөлөөлдөг аж. Гэтэл Фэйсбүүкийн өөрийн зохицуулалт, баримт нягтлан шалгах төвүүд зэрэг хуулиас гадуурх механизмаар цахим дайралтыг илүү хурдан шуурхай, үр ашигтай шийдвэрлэх боломжтой. Гэтэл аблан ёсны механизмаар асуудлыг шийдвэрлүүлэхгүй нэг бол нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд хэрүүл хийж, үгүй бол ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэхгүй таг чиг байдгаас шалтгаалан эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүнд унадаг. Үр дүнд нь зөвхөн өөрсдөд нь сөргөөр нөлөөлөхөөс гадна нийт эмэгтэй улстөрчдөд итгэх итгэл давхар суларч байна. Ингэснээр цахим дайралтыг зохион байгуулагч талд хариуцлага хүлээлгэхгүй, өөгшүүлж байгааг ТМЯ-д оролцогчид анхааруулав.

Иймд, эмэгтэй улстөрчид зохион байгуулалттай цахим дайралтад өртвөл хуулийн дагуу гомдол гаргаж байх шаардлагатай. Хохирогчийн дүрээр байнга тэр асуудлаа яриад байх биш, эсвэл бүр таг чиг алга болох биш, цахим дайралтад өртөөд, хуулийн байгууллага, эсвэл ХЭҮК-т гомдол гаргалаа гээд баримттай мэдээлэл өгч байх, хуулийн хэрэгжилтийг шаардаж сурах хэрэгтэй. Мөн баримт нягтлан шалгах төвүүд, эсвэл нийгмийн мэдээллийн сүлжээний албан ёсны механизмаар гомдол гаргаж байх шаардлагатай ажээ.

3.3.1. ЦАХИМ ДАЙРАЛТ

ДҮРСЛЭЛ 24. Цахим дайралтад өртсөн эсэх

Санал асуулгад оролцсон хоёр хүн тутмын нэг нь сүүлийн таван жилийн хугацаанд цахим дайралтад өртөж байгаагүй гэсэн байна. Харин 19 хувь нь нэг удаа, 18 хувь нь 2–4 удаа цахим дайралтад өртсөн бол 5 хувь нь 10-аас дээш удаа, 1 хувь нь 5–9 удаа өртсөн гэж хариулжээ. Тодруулбал, санал асуулгад оролцогчдын 43 хувь нь цахим дайралтад өртөж байгаа нь өндөр үзүүлэлт юм.



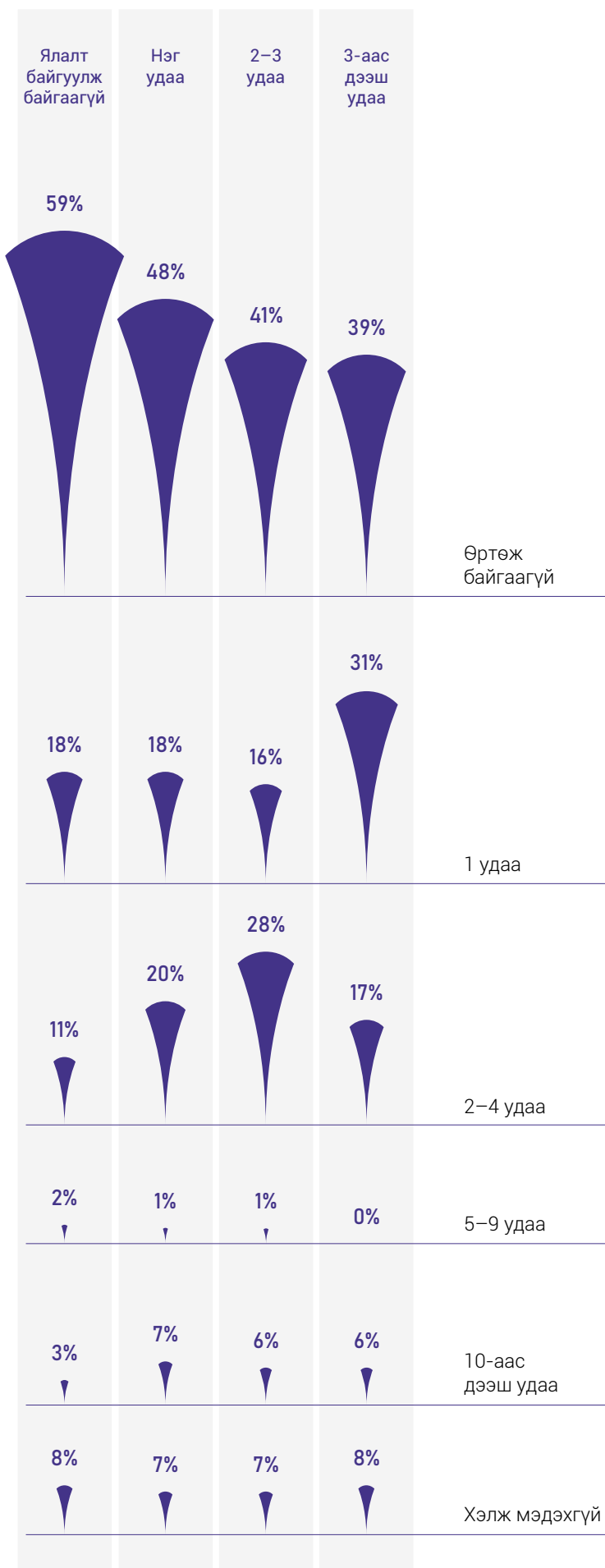
ДҮРСЛЭЛ 25. Цахим дайралтад өртсөн эсэх (насаар)

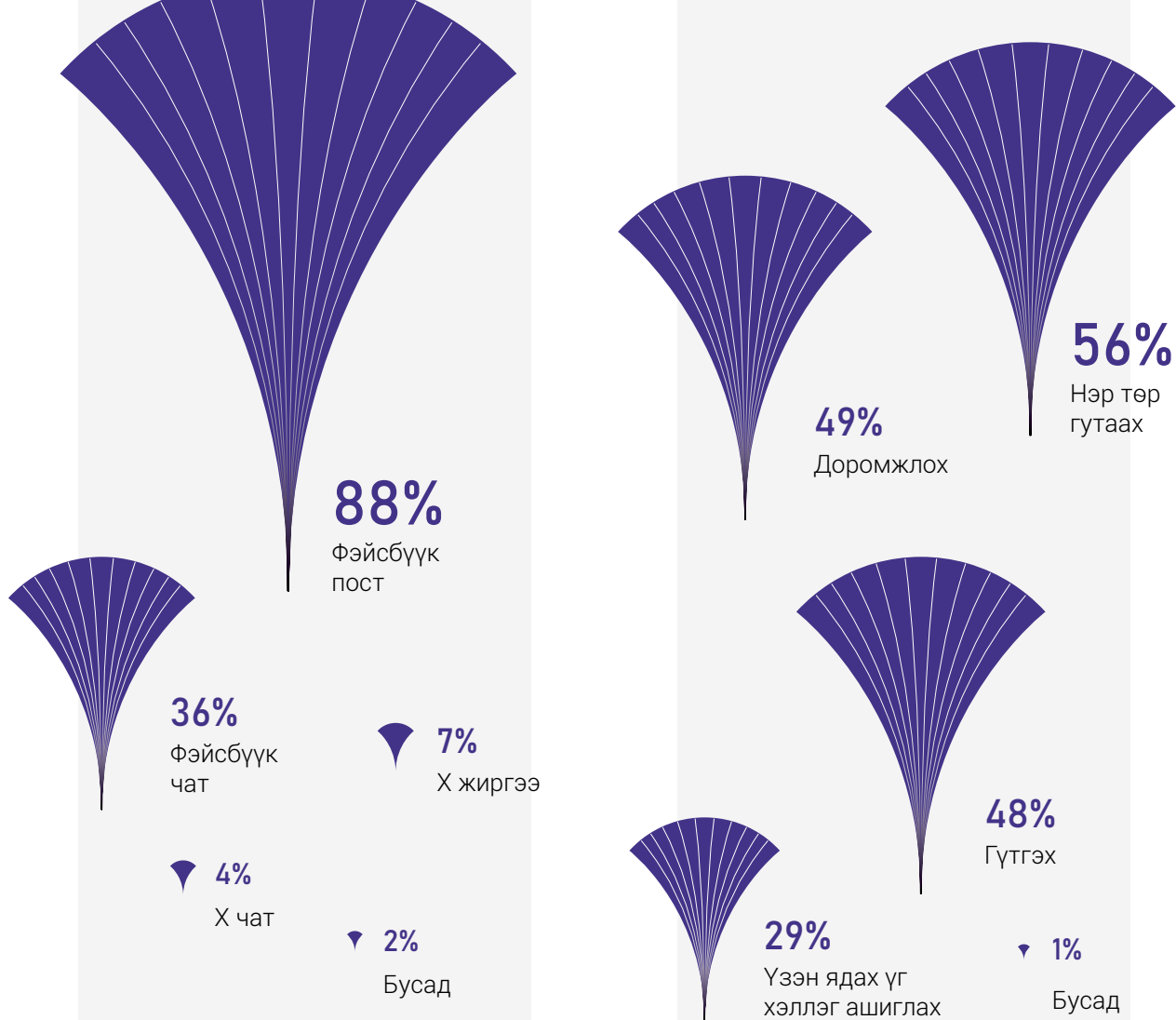


Насны бүлгээр авч үзэхэд цахим дайралтад огт өртөөгүй гэж хариулсан хүмүүсийн хувь өндөр байсан ч (18-35 насны 57%, 36-55 насны 50%, 56-аас дээш насны 45%), нас ахих тусам өртсөн байж болзошгүй давтамж нэмэгдэх хандлага ажиглагдаж байна. Гэхдээ 18-35 насныхан дунд 10-аас дээш удаа дайралтад өртсөн хувь (9%) бусад насны бүлэгтэй харьцуулахад хавьгүй өндөр байгаа нь анхаарал татаж байна. Мөн 56-гаас дээш насныхан дунд нэг удаа (26%) болон 2-4 удаа (21%) цахим дайралтад өртсөн тохиолдол бусад бүлгээс харьцангуй өндөр байна.

**ДҮРСЛЭЛ 26. Цахим
дайралтад өртсөн
эсэх (ялалт байгуулсан
давтамжаар)**

Үүнийг санал асуулгад оролцогчдын сонгуульд ялалт байгуулсан давтамжаар ангилж үзэхэд ялалт байгуулсан тоо нэмэгдэх тусам цахим дайралтад өртөх давтамж нэмэгддэг хандлага ажиглагдаж байна. Ялалт байгуулж байгаагүй оролцогчдын 59 хувь нь цахим дайралтад өртөөгүй гэж хариулсан бол, нэг удаа ялалт байгуулсан хүмүүсийн 48 хувь, 2-3 удаа ялалт байгуулсан хүмүүсийн 41 хувь, мөн 3-аас дээш удаа ялалт байгуулсных 39 хувь болж буурчээ. Энэ нь сонгуульд ялалт байгуулж, илүү танигдаж, олон нийтийн анхаарлын төвд орсон эмэгтэй улстөрчид цахим дайралтад илүүтэй өртдөг гэдгийг нотолж байна.





Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 27. Цахим дайралтад өртсөн суваг

Цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн дийлэнх нь Фэйсбүүк пост (88%)-оор дамжуулан дайралтад өртсөн гэж хариулжээ. Энэ нь Фэйсбүүк платформ Монгол Улсад хамгийн өргөн хэрэглээтэй байгаагаас гадна эмэгтэй улстөрчид үүнийг ашиглан олон нийттэй харилцаж байгаатай холбоотой. Мөн Фэйсбүүк чат (36%) зэрэг илүү хувийн, хаалттай сувгаар ч цахим дайралт, дарамт шахалт илэрч буйг харуулж байна. Үүний дараа Х (хуучнаар Твиттер/Х) жиргээ 7 хувь, Х чат 4 хувь, бусад сувгууд хоёр хувь эзэлж байна. Эдгээр тоо баримт нь цахим хүчирхийлэл олон нийтийн өмнө ил тод хэлбэрээр төдийгүй, хувийн мессеж, чатаар ч өрнөдөг олон талт шинжтэйг харуулна.

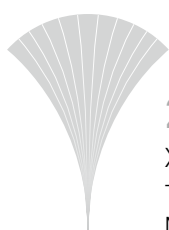
Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 28. Цахим дайралтын төрөл

Цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн хувьд хамгийн түгээмэл хэлбэр нь нэр төр гутаах (56%), доромжлох (49%), гүтгэх (48%) байсан бөгөөд эдгээр нь хувь хүний нэр хүнд, олон нийтийн итгэлд шууд нөлөөлөх шинж чанартай байв. Мөн үзэн ядах үг хэллэг ашиглах (29%) болон хүйсээр илт ялгаварлан гадуурхах (сексист) дайралт (15%) цахим орчин дахь хүчирхийлэл нь зөвхөн улс төрийн бус, жендэрт суурилсан шинж чанартай байгааг илтгэж байна.

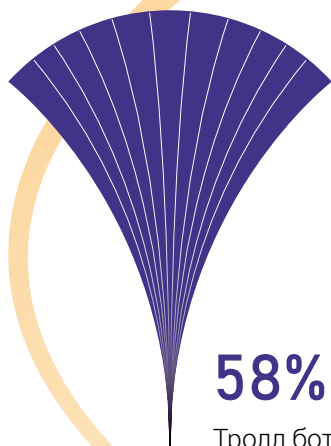
ДҮРСЛЭЛ 29. Цахим дайралт хэнээс ирсэн

Цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 58 хувь нь тролл болтууд буюу зохион байгуулалттай, үл мэдэгдэх хаягтай этгээдүүдээс ирсэн гэж хариулжээ. Мөн 45 хувь нь бусад улстөрч, 30 хувь нь энгийн иргэд, 29 хувь нь хэн гэдгийг нь тодорхойлох боломжгүй этгээдүүд гэжээ. Энэ нь цахим дайралт зөвхөн интернетийн соёл, мэдээллийн боловсролын асуудал биш, харин улс төрийн бодит өрсөлдөөнтэй гүн уялдаатай болохыг харуулж байна. Мөн сэтгүүлчдээс (11%), инфлүнсэрүүдээс (15%) ирсэн гэж хариулсан нь мэдээллийн орчны оролцогч талууд цахим дайралтад оролцож байж болзошгүйг анхааруулна.



29%

Хэн гэдгийг нь тодорхой хэлж мэдэхгүй



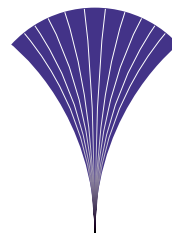
58%

Тролл ботууд



15%

Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний инфлүнсэр



30%

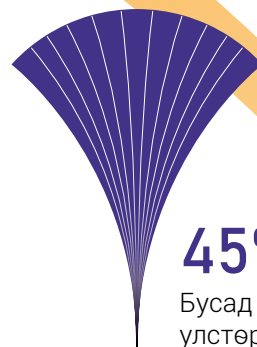
Энгийн иргэн/иргэд

4%

Урлаг, соёлын олны танил хүн

6%

Бизнесийн нөлөө бүхий хүн



45%

Бусад улстөрч

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Санал асуулгад оролцсон 370 улстөрчийн 43 хувь нь цахим дайралтад багаар бодоход нэг удаа өртөж байсан бол ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн 16 (80%) нь ийм дайралтад өртөж байснаа хуваалцсан юм. ГЯ-д УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн, мөн ялалт байгуулж байсан туршлагатай улстөрчдийг түлхүү хамруулсан нь ийм өндөр зөрүү гарахад нөлөөлсөн байж болох юм.

Тухайлбал, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчид бүгдээрээ цахим дайралтад өртсөн бөгөөд ялангуяа сонгуулийн үеэр, зохион байгуулалттай дайрах нь элбэг байжээ. Ихэвчлэн Фэйсбүүкийн пост, сэтгэгдэл, мессеж хэлбэрээр, агуулгын хувьд нэр хүндэд халдах, гүтгэх, доромжлох байдлаар дайралт ирдгийг ГЯ-д оролцогчид хэлж байв. Түүнчлэн, эхлээд жижиг сайтуудаар сөрөг мэдээлэл гаргаж, тэрийг нь их хэмжээгээр хуваалцах, олон гишүүнтэй Фэйсбүүк группууд дээр байршуулах, сөрөг сэтгэгдэл бичих байдлаар зохион байгуулдгийг хэд хэдэн улстөрч хуваалцсан юм.

" Миний сошиал хаяг руу дайрахаас илүүтэй өөр тэр.мн гэсэн хаягны сошиал хуудсаас илүү их явна. Тэр мэдээ урьдчилан гарах нь мэдэгдчихсэн, гарангуут л сөрөг коментууд шууд орж ирдэг. Эхний комент сөрөг бол ойлгомжтой доошоогоо сөрөг байдаг. Тийм зохион байгуулалттай зүйл их. Зохион байгуулалттай нь танигддаг.

Ярилцагч 1, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Хоёр ч улстөрч (Ярилцагч 5, 7) өөрт нь ирсэн цахим дайралтад нэг нь гаднын компаниар, нөгөө нь дотоодын зөвлөхөөр анализ хийлгэж үзэхэд 70 орчим хувь нь Монголоос гадна бичигдсэн, эсвэл хуурамч хаягнаас ирсэн сэтгэгдлүүд байжээ. УИХ-ын гишүүдийн хувьд цаг үеийн сэдэв, эсвэл

чуулган дээр хэлэлцэж байгаа асуудалтай холбоотойгоор мөн маш их хэмжээгээр дарамт, шахалт мессежээр ирдгийг хуваалцаж байв.

" Яг хувь хүн рүү дайрсан, сексизм гэдэг ч юм уу тийм зүйл харьцангуй гайгүй. Ирсэн ч гэсэн блоклоод явчихдаг. Цаад иймэрхүү асуудлыг бичиж байгаа хүмүүс нь ботууд байдаг, дотор нь ороод харангуут хаалттай аккаунт, хуурамч гэдэг нь мэдэгдээд явчихдаг шүү дээ... Үе үе л бөөндөө ирдэг. Зохион байгуулалттай шинжийн. Зарим үед 10 мессеж, зарим үед бараг 60-70 ч юм уу, тоолж амжихгүй. Яг тэр асуудал хэлэлцэгдэж байвал. Ихэнхдээ л ботууд байгаад байгаа юм. Дагагч байхгүй, дөнгөж шинээр бий болсон. Хүний зураг биш, эсвэл илт нэг бол Вьетнам нэг бол Пакистан аккаунт гэх мэт. Яг бодитой хүн бодитой асуудал ярьж байвал мэдэгддэг л дээ.

Ярилцагч 5, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Цахим дайралтын хувьд тролл, ботууд харагдаж байгаа ч ард нь өрсөлдөгч нам, нэр дэвшигчид мөнгө төлж, сайтууд, сэтгүүлчдийг оролцуулан зохион байгуулалттайгаар хийдэг хэмээн ГЯ-д оролцсон хэд хэдэн улстөрч хэлсэн юм. Үүний зэрэгцээ, өрсөлдөгч намаас гадна өөрийн намын улстөрчдийн зүгээс ч дайралт ирж байсныг хоёр ч ярилцагч хэлж байлаа. Сэтгүүлчид хэвлэл мэдээллийн албан ёсны сувгаараа биш, өөрийн сошиал медиа сувгаар дайрах тохиолдол гардгийг ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн долоо нь хэлж байв. Эдгээр хүмүүс хэдийнэ олны танил болсон байдаг учраас энгийн нэг Фэйсбүүк пост нь хүртэл иргэдэд илүү хүрч, улстөрчийн нэр хүндэд хор хохиролтой байдгийг тайлбарласан юм.

“ Тэрийг тэд нар ил цацаагүй, сэтгүүлчийн ёс зүйн асуудал үүсэх учир тэр байх. Яг иргэдийн групп дээр богино бичлэг болгоод явуулсан байсан. Хэвлэл мэдээллээр бол гараагүй. Гэтэл ... чинь танигдчихсан, шулуун шударга юм шиг дүр төрх үүсгэчихсэн хүн. Тэрэнд хүмүүс итгэх магадлал өндөр байхгүй юу. Надтай огт уулзаж үзээгүй иргэн зөндөө байгаа ш дээ... Тэгэхээр хор хохиролтой.

Ярилцагч 13, дүүргийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Эдгээр дайралт нь мөн жендэрт суурилсан, ялангуяа залуу эмэгтэй улстөрчдийг өөрийнхөө чадлаар биш, хэн нэгэн эрэгтэй хүний тусламжтайгаар гарч ирсэн гэх хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар ч илэрч байна. Нэг жишээн дээр сэтгүүлч өөрийн социал медиа сувгаар Ярилцагч 18-ын талаар ийм мэдээлэл түгээжээ.

“ Сая орон нутгийн сонгуулиар эмэгтэй улстөрчдийг тооноор орж ирсэн, Тонооголжингоо, лифтний, краны гэх тодотгол, яриа их гарсан. Чадамжгүй гэсэн утгаар л ийм үг хэллэг гарч ирдэг. Дандаа л орой үдшээр айлын нөхөр дуудаж, өврийн захиалга хийж явдаг гэх мэтээр. Улс төрд, манлайлж байгаа эмэгтэйчүүдийг ямар нэгэн байдлаар харлуулах зорилготой. Тэр нь миний зурагтай, улаан бичигтэй байсан. Аймгийн Фэйсбүүк группуудээр асар өндөр хандалттай байсан. Сэтгүүлч өөрийнхөө хувийн социал медиа хаягаар бичсэн байсан. Илт гүтгэсэн байсан. Мөнгө аваад хийсэн байдалтай. Тухайн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр бол биш.

Ярилцагч 18, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ийнхүү сэтгүүлчид эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг өөрийн социал сувгаар сөрөг мэдээлэл тараасан, тэр нь цахим дайралтын нэг хэсэг болсон тохиолдол элбэг байхын зэрэгцээ сэтгүүлчийн нэр барьсан, мэргэжлийн бус хүмүүс ч оролцож байгааг ялангуяа орон нутгийн улстөрчид ярьж байв.

“ Манай аймагт лайв хийдэг, шантажны хоёр л хүн байдаг. Хүн мөнгө өгөөд л, захиалгатайгаар энийг харлуулаад өгөөч гэвэл ямар ч хамаагүй аргаар, зохиогоод ч хамаагүй харлуулдаг. Тэрийг нь хүмүүс хэвлэл мэдээлэлтэй андуурна... Тийм лайвчны гурван дайралтад өртсөн. Хоёр нь сонгуулийн үеэр, нэг нь сонгуулийн дараа. Одоо харахад тэр хоёр сайн дураараа ч тэгэж яваагүй, ард нь нэг хүн мөнгө өгсөн л байгаа. Ямар олон юм ярьдаг юм бэ, чи наадахыгаа больчихооч, ядаргаатай юм бэ гээд хэлсэн чинь яг тэр хэсгээс нь лайв хийгээд цацсан. Тэгэнгүүт доор нь хүмүүс янз янзаар хэлсэн. Би чинь сумаас сонгогдоод аймгийн хэмжээнд дөнгөж танигдах гэж байна ш дээ. Сүүлийн тав, зургаан жил лайвчин аймагт дэлгэрээд байгаа. Ямар ч тайлбар өгөх боломжгүйгээр хүн рүү дайраад л. Шууд тэрийг нь масс хүлээж аваад л, үзэн ядаад эхэлдэг учраас хүмүүс айхгүй ч аягүй гэдэг шиг жийрхэнгүй, тэд нартай тааралдахгүй, харьцахгүй байхыг бодоод байдаг.

Ярилцагч 15, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

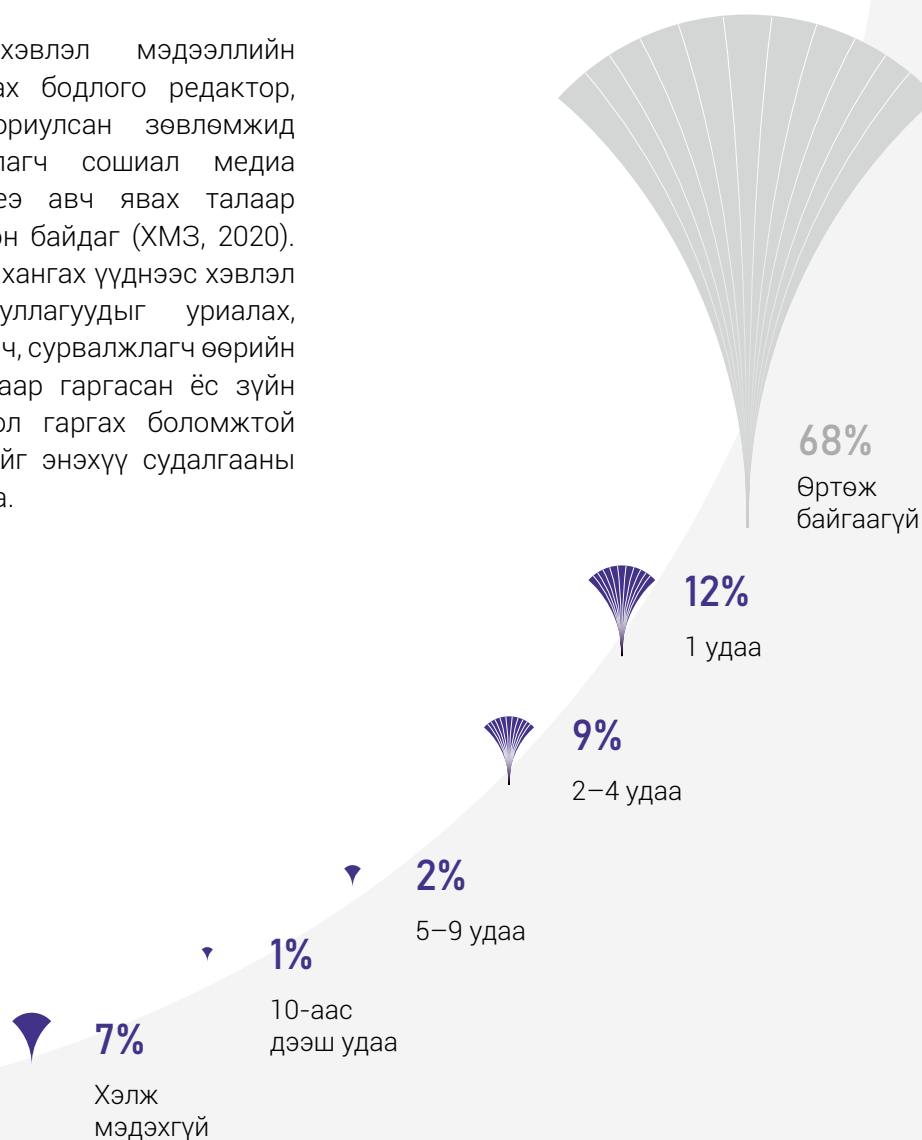
Энэ бүхнээс үзэхэд, сэтгүүлч, эсвэл сэтгүүлчийн нэр барьсан хүмүүс ялангуяа сонгуулийн сурталчилгааны үеэр улстөрчдийн нэр хүндэд халдах, зохион байгуулалттайгаар сөрөг мэдээлэл тараах тохиолдол элбэг гарч байна. Гэвч үүнийг зохицуулах хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын орчин одоогоор бүрдээгүй байгаа юм. Учир нь, ХМЗ-ийн гомдол хүлээж авах, барагдуулах журмын 1.2-дугаарт "Зөвлөл нь зөвхөн хэвлэмэл болон онлайн хэвлэл, радио, телевизийн сэтгүүлчийн бэлтгэж түгээсэн аливаа сэтгүүл зүйн бүтээл болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн албан ёсны сошиал хуудсаар түгээгдсэн аливаа сэтгүүл зүйн бүтээлтэй холбоотой гомдлыг авч хэлэлцэнэ" хэмээн заажээ.

Цахим орчинд хэвлэл мэдээллийн редакцын баримтлах бодлого редактор, сурвалжлагчдад зориулсан зөвлөмжид сэтгүүлч, сурвалжлагч сошиал медиа орчинд хэрхэн биеэ авч явах талаар зөвлөмжүүдийг өгсөн байдаг (ХМЗ, 2020). Үүний хэрэгжилтийг хангах үүднээс хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудыг уриалах, нөгөө талаас сэтгүүлч, сурвалжлагч өөрийн сошиал медиа хаягаар гаргасан ёс зүйн алдаан дээр гомдол гаргах боломжтой болгох шаардлагатайг энэхүү судалгааны үр дүн харуулж байна.

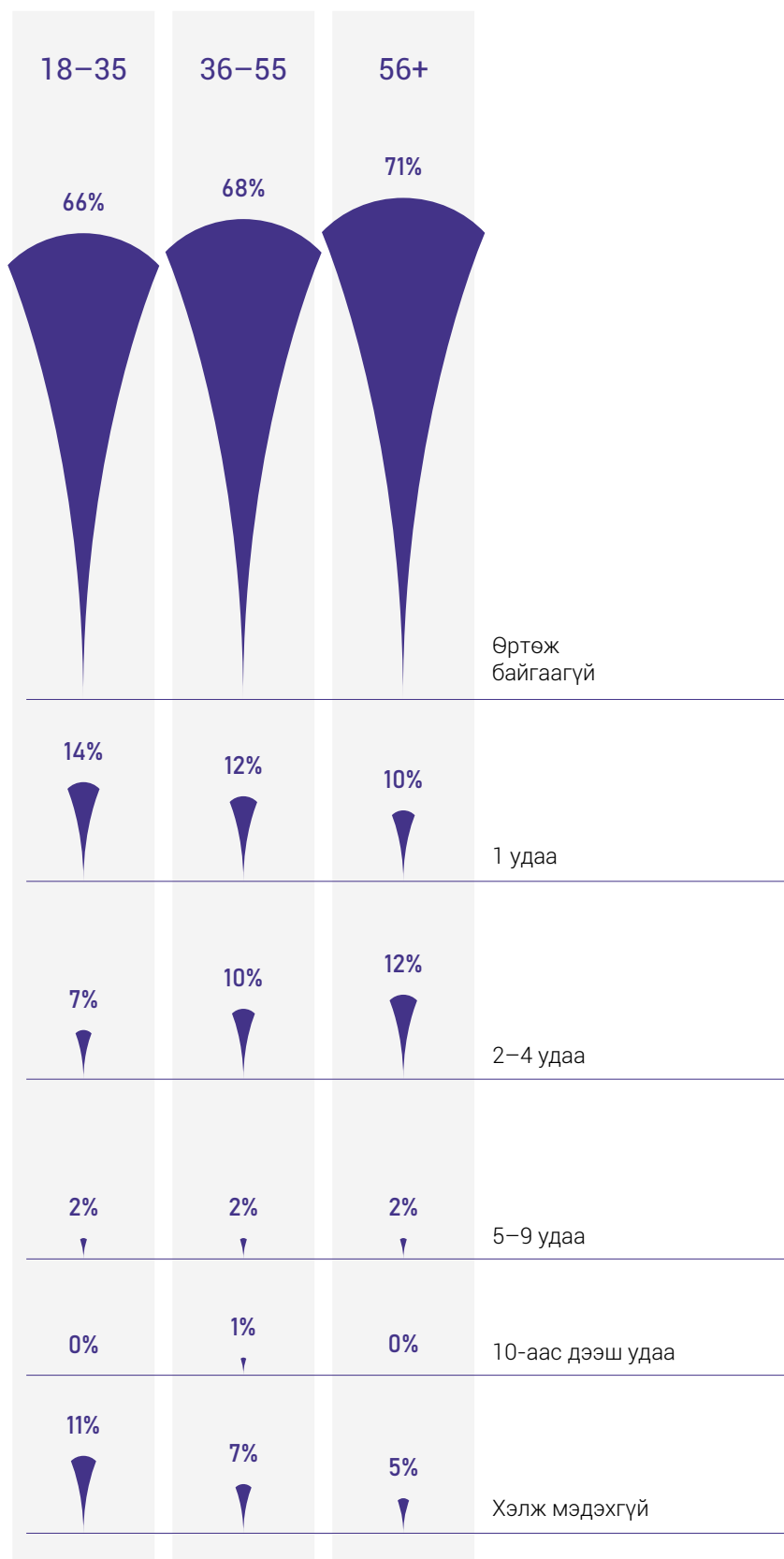
3.3.2. ЦАХИМ ЗАНАЛХИЙЛЭЛ

Судалгаанд оролцогчдын 68 хувь нь сүүлийн таван жилд цахим заналхийлэлд огт өртөөгүй гэж хариулсан бол 24 хувь нь ямар нэг хэлбэрээр заналхийлэлд өртсөн байна. Давтамжийн хувьд нэг удаа өртөх нь хамгийн элбэг (12%) бөгөөд 10-аас дээш удаа гэж хамгийн цөөн (1%) хариулжээ.

ДҮРСЛЭЛ 30. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх



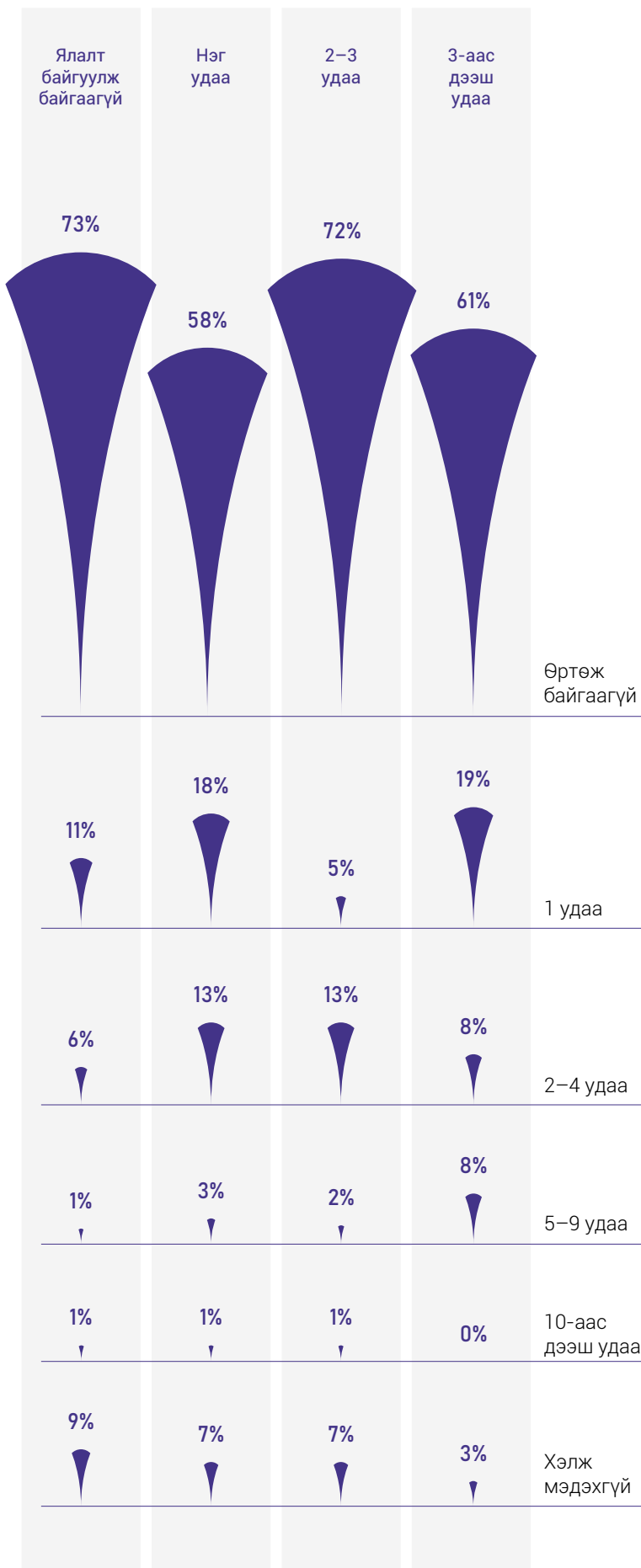
Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэхийг насны ангиллаар харвал гурван бүлэгт “өртөөгүй” гэж хариулсан хувь 66 хувь байгаагаас нас ахих тусам ялимгүй нэмэгдэж, 56-гаас дээш насныханд 71 хувь болжээ. Мөн 18–35 насны бүлэгт заналхийлэлд нэг удаа (14%) өртөх нь хамгийн элбэг байна. Харин 36-гаас дээш насныхны хувьд нэг удаа, 2-4 удаа өртөх тохиолдол нэмэгдэж байна.

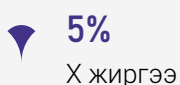
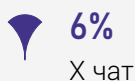
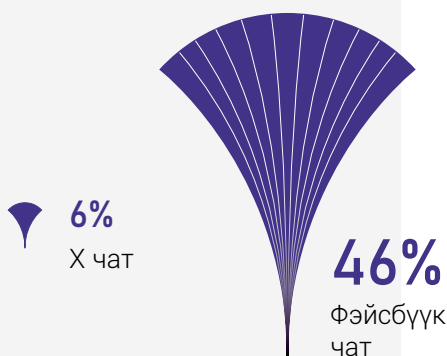
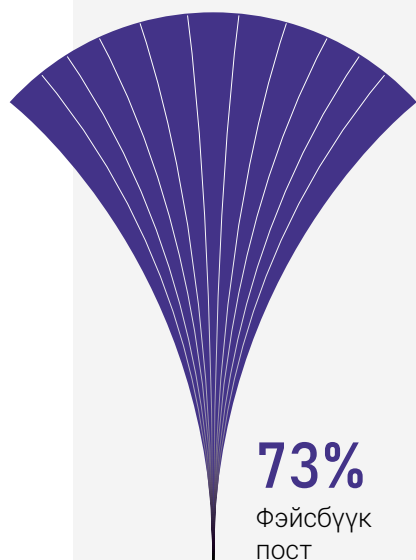


ДҮРСЛЭЛ 31. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх (насаар)

ДҮРСЛЭЛ 32. Цахим заналхийлэлд өртсөн эсэх (ялалт байгуулсан давтамжаар)

Судалгааны үр дүнгээс үзэхэд сонгуульд ялалт байгуулахын хэрээр эмэгтэй улстөрчдийн цахим заналхийлэлд өртөх эрсдэл нэмэгдэх хандлагатай байна. Ялалт байгуулж байгаагүй оролцогчдын 73 хувь нь огт заналхийлэлд өртөөгүй бол ялалт байгуулж байсан эмэгтэйчүүдийн хувьд энэ үзүүлэлт 58-72 хувь байгаа юм. Мөн 3-аас дээш удаа ялалт байгуулсан хүмүүс нэг удаа (19%) болон 5-9 удаа (8%) өртөх нь хамгийн элбэг байгаа юм.

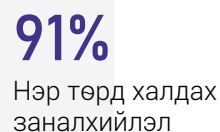
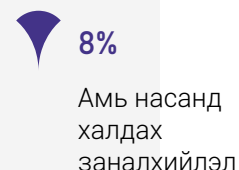
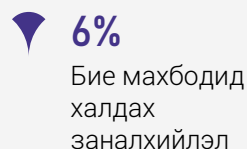
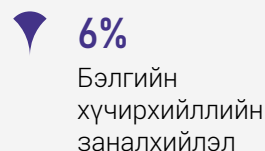
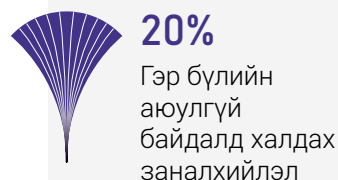




Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 33. Цахим заналхийлэлд өртсөн суваг

Цахим заналхийлэлд өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 73 хувь нь Фэйсбүүк пост, 46 хувь нь Фэйсбүүк чатаар заналхийлэл хүлээн авсан байна. Энэ нь цахим заналхийлэл нийтийн (пост) болон хаалттай (чат) орчны аль алинд илэрдгийг харуулж байна.



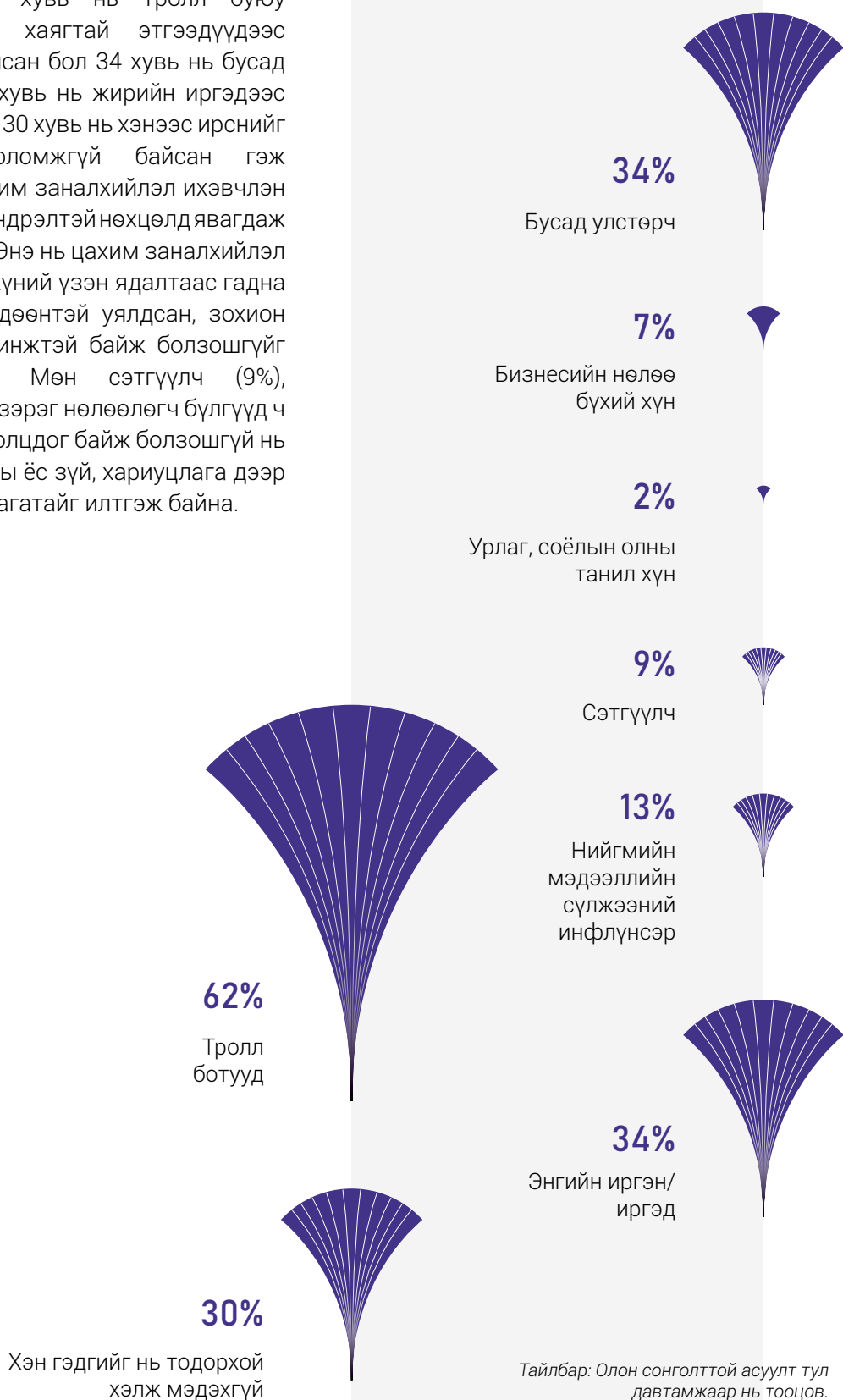
Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 34. Цахим заналхийллийн төрөл

Цахим заналхийлэлд өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 91 хувь нь нэр төрд халдсан заналхийлэл хүлээн авсан гэж хариулсан нь энэ төрлийн дарамт хамгийн түгээмэл байгааг илтгэж байна. Мөн гэр бүлийн аюулгүй байдалд халдсан заналхийлэл 20 хувийг эзэлж байгаа нь эргэн тойрон, хувийн орон зайг хамарсан дарамтын хэлбэр түгээмэл байгааг харуулж байна.

Мөн амь нас (8%), бие махбод (6%), бэлгийн хүчирхийлэл (6%) зэрэг илүү ноцтой, шууд аюул учруулах агуулгатай заналхийлэл ч илэрч байгаа нь анхаарал татна. Эдгээр тоо нь цахим заналхийлэл нь зөвхөн нэр төрд бус, бодит аюул заналын хэлбэрээр илэрч болзошгүйг харуулж, хамгаалалтын тогтолцоог бэхжүүлэх шаардлагатайг илтгэнэ.

Цахим заналхийлэлд өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 62 хувь нь тролл буюу зохиомол, нууц хаягтай этгээдүүдээс ирсэн гэж хариулсан бол 34 хувь нь бусад улстөрч, мөн 34 хувь нь жирийн иргэдээс ирсэн гэжээ. Мөн 30 хувь нь хэнээс ирснийг тодорхойлох боломжгүй байсан гэж хариулсан нь цахим заналхийлэл ихэвчлэн илбус, хянахад хүндрэлтэй нөхцөлд явагдаж байгааг илтгэнэ. Энэ нь цахим заналхийлэл бол зөвхөн хувь хүний үзэн ядалтаас гадна улстөрийн өрсөлдөөнтэй уялдсан, зохион байгуулалттай шинжтэй байж болзошгүйг харуулж байна. Мөн сэтгүүлч (9%), инфлүнсэр (13%) зэрэг нөлөөлөгч бүлгүүд ч заналхийлэлд оролцдог байж болзошгүй нь мэдээллийн орчны ёс зүй, хариуцлага дээр анхаарах шаардлагатайг илтгэж байна.



Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 35. Цахим заналхийлэл хэнээс ирсэн болох

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн долоо (35%) нь цахим заналхийлэлд өртсөн бөгөөд ихэнхдээ Фэйсбүүкийн постын доор сэтгэгдэл байдлаар, чатаар болон мессежээр ирдэг гэв. "Айхгүй байна уу?", "Ажилгүй болно шүү," "Төлөөлөгчөөс чинь татна шүү," "Ямар замаар энэ албан тушаал дээр ирснийг чинь ярих уу яах уу?" гэх мэтийн нэр хүндэд халдах заналхийлэл маш түгээмэл бөгөөд хамгийн хүндээр туссан нэг кэйсийг нь асуухад бүгдээрээ амь насанд халдах, хоёр нь үр хүүхдүүдийнх нь аминд хүрэх заналхийлэл ирсэн талаар хуваалцсан юм.

"Ална тална, хүүхдийг чинь ална гээд л. Байнга л тийм юм ирдэг. Гэрт чинь очоод шатаана гээд л. Би тэгээч, хүрээд ирэхийг чинь харъя л гэдэг юм. Манайхыг мэдэж байгаа юм уу тэгээд гээд тоодоггүй. Яав л гэж дээ угаасаа. Хүн чинь утасны цаана шал өөр байдаг, хуурамч аккаунт энэ тэртэй байхаараа бүр аймаар аймаар юм хэлнэ, бичнэ.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Хуурамч хаягаар бичиж байгаа заналхийллийг тоохгүй өнгөрөөх нь байхад эмэгтэй улстөрчийн гэрийн хаяг зэрэг хувийн мэдээллийг нь мэдээд, эсвэл бодит хүн заналхийлэх тохиолдол ч гарч байгаа нь тэднийг айдаст автуулж байна.

"Байгаагазарт чинь очоод алчихна шүүгэх мэт заналхийлэл ирж байсан. Хамгийн эвгүй санагдсан нь миний гэрийн хаягийг бичээд, тэнд л байж байдаг юм билээ гэж байсан. Би энгийн байдлаар амьдрахыг хичээдэг. Хотын төвөөр хааяа алчихна. Нэг удаа таксинд суусан чинь таксины жолооч бичиж байсан. Таксины жолооч намайг таньчихаад бичих нь эвгүй санагдаж байсан. Сошиалаар намайг олоод буцаагаад дайралт хийх нь амархан байна. Хувийн мессежээр орж ирж байгаа нь аймаар байдаг. Чам шиг юм байж байхаар үх энэ тэр гэдэг. Тэр дунд гичий, янхан гэдэг үг ч байдаг. Тэр үгийг их сонсохоор өөрөө өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж буурдаг шиг санагддаг. Давтамжтайгаар их орж ирснээр нөлөөлдөг.

Ярилцагч 1, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ийнхүү бодит хүн, эсвэл бүлэг хүн урт хугацаанд, байнга заналхийлэх, айлган сүрдүүлэх тохиолдол ч гарч байна. Тухайлбал, Ярилцагч 6-г нэг хүн олон жилийн турш буудна, дүүжилнэ, дэлбэлнэ, үр хүүхдүүдийг нь ална гэх мэтээр заналхийлж байгааг ярьж, баримтжуулж авсан скрийншотуудаа ч ярилцлагын үеэр үзүүлсэн юм.

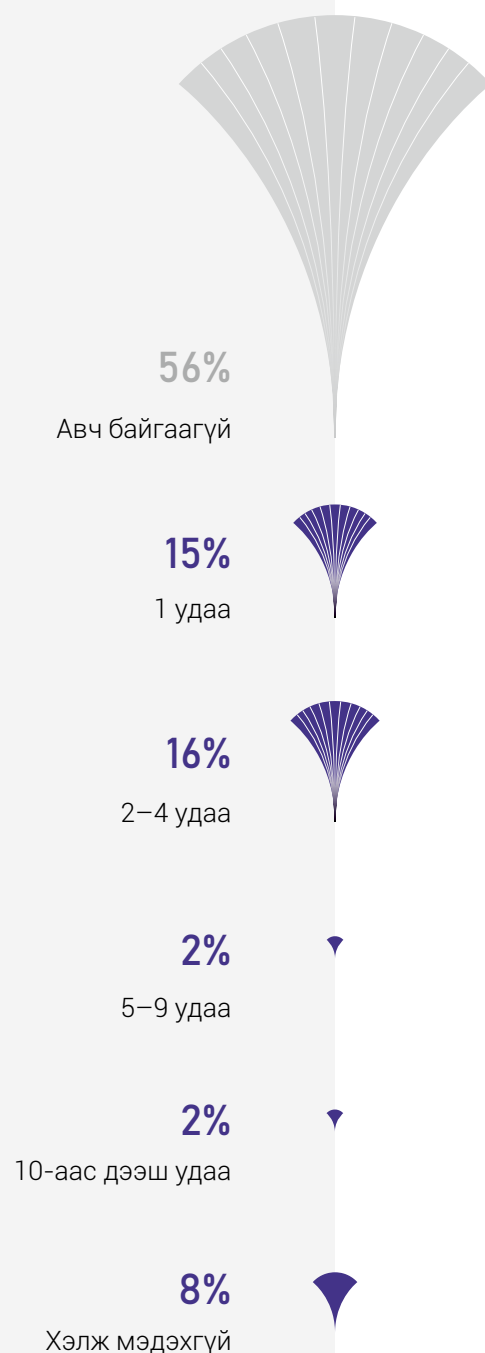
"Заналхийлэл ирнэ ш дээ. Одоо ч заналхийлээд байдаг юм. Хүүхдүүдийг чинь ална тална. Чамайг байхгүй болгоно, буудна, дүүжилнэ. Есөн шидээрээ л орж ирсэн. Тэрний зөндөө жишээ байна ш дээ... Ер нь эмэгтэй хүн рүү чиглэсэн гол дайралт хүүхдүүдийг нь ална тална гэдэг.

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.3.3. ЖЕНДЭРТ СУУРИЛСАН МЕССЕЖ, СЭТГЭГДЭЛ

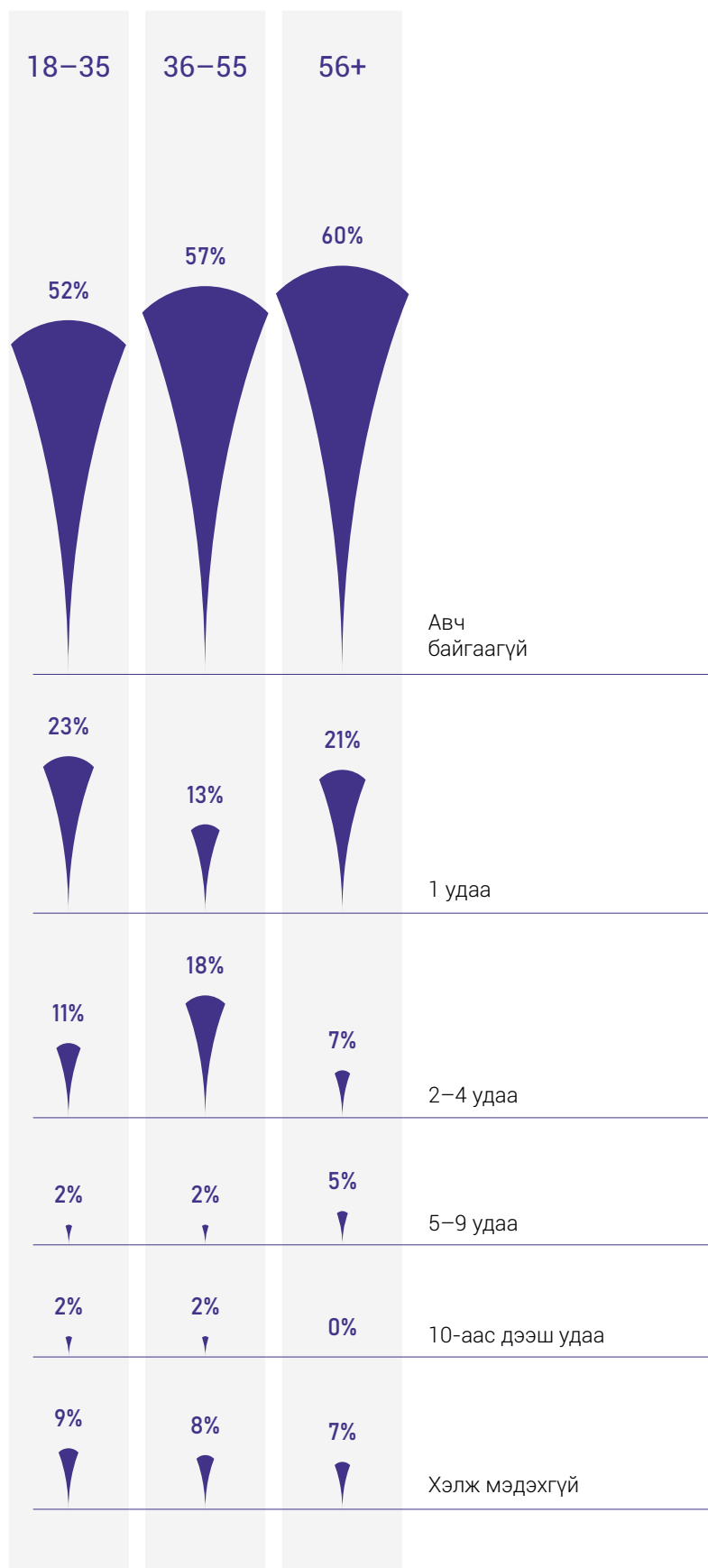
ДҮРСЛЭЛ 36. Жендэрт суурилсан сөрөг мессеж, сэтгэгдэл

Судалгаанд оролцсон эмэгтэй улстөрчдийн 56 хувь нь сүүлийн таван жилд жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж авч байгаагүй гэж хариулсан бол 36 хувь нь дор хаяж нэг удаа авч байсан гэжээ. Үүнийг задалж үзвэл 1-4 удаа хамгийн элбэг буюу нийт 31 хувь байна. Энэ нь эмэгтэйчүүд рүү чиглэсэн цахим дарамт өдөр тутмын сөрөг хандлага, хүйсийн ялгаварлал хэлбэрээр тогтмол илэрдэг болохыг харуулж байна.



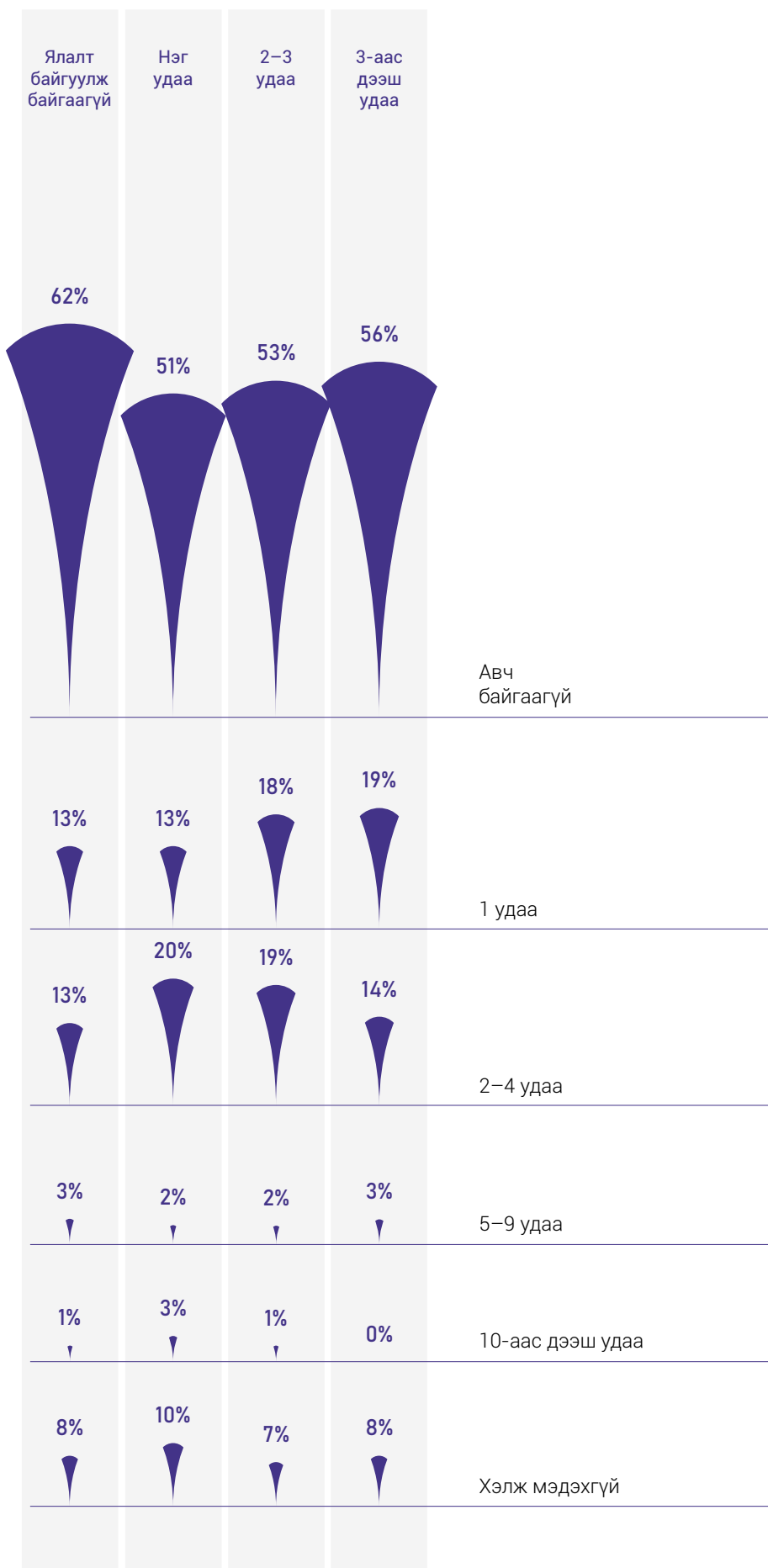
ДҮРСЛЭЛ 37. Жендэрт суурилсан мессеж, сэтгэгдэл (насаар)

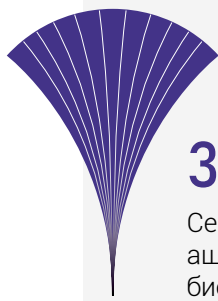
Насны ангиллаар авч үзэхэд 18–35 насны залуу эмэгтэй улстөрчид “өртөөгүй” гэж хариулах хувь хамгийн бага (52%), харин “1 удаа” өртсөн хариулт хамгийн өндөр (23%) байгаа нь тэд цахим орчин дахь жендэрт суурилсан сөрөг хандлагад илүү өртөмтгий, мэдрэг байгааг харуулж байна. Харин 36–55 насныхан ийм төрлийн мессеж, сэтгэгдэл олон давтамжтай хүлээж авах нь элбэг байгаа бол 56-гаас дээш насныхан ч нэг удаа (21%) хүлээж авах тохиолдол элбэг байгаа юм.



ДҮРСЛЭЛ 38. Жендэрт суурилсан мессеж, сэтгэгдэл (ялалт байгуулсан давтамжаар)

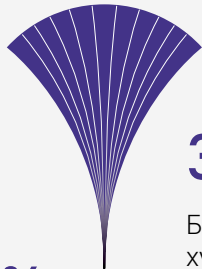
Судалгаанаас харахад сонгуульд ялалт байгуулсан туршлага нэмэгдэх тусам эмэгтэй улстөрчид жендэрт суурилсан сөрөг мессеж, сэтгэгдэлд илүү олон удаа өртөх хандлагатай байна. Ялалт байгуулаагүй оролцогчдын 62 хувь нь огт ийм төрлийн мессеж, сэтгэгдэл авч байгаагүй гэж хариулсан бол ялалт байгуулсан бүлгийн хувьд энэ үзүүлэлт 51-56 хувьтай байгаа юм. Мөн нэг удаа авсан гэж хариулсан нь ялалт байгуулах тоо нэмэгдэхийн хэрээр 13-аас 19 хувьд хүрч өссөн байна.





38%

Сексист үг хэллэг ашигласан (авгай, охин, биеэ үнэлэгч г.м.)



35%

Бие галбир, хувцаслалт, биеэ авч явах байдалтай холбоотой шүүмжлэл ирсэн



21%

Квотын ачаар л гарч ирсэн, улстөрч байх мэдлэг, чадваргүй мэт хандсан



15%

Садар самуун, бэлгийн сэдэлтэй сэтгэгдэл, мессеж ирсэн



18%

Бусад

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

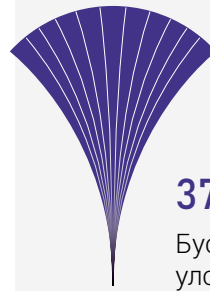
ДҮРСЛЭЛ 39. Жендэрт суурилсан мессеж, сэтгэгдлийн агуулга

Судалгаанд оролцогчдын хүлээн авсан жендэрт суурилсан сөрөг мессежүүдийн гол агуулгыг асуухад сексист үг хэллэг (38%), гадаад төрх, хувцаслалтад чиглэсэн шүүмжлэл (35%) зонхилж байна. Мөн квотын ачаар гарч ирсэн гэх шүүмжлэл (21%), садар самуун, бэлгийн сэдэлтэй сэтгэгдэл, мессеж (15%) ч хүлээж авч байжээ. Эдгээр нь эмэгтэй улстөрчдийг бодлогын биш, хувийн, бэлгийн өнцгөөс үнэлж, олон нийтийн орон зайд тэгш оролцох боломжийг нь хязгаарлахыг оролдож буй жендэрт суурилсан цахим ялгаварлалын тод жишээ юм.



52%

Тролл ботууд



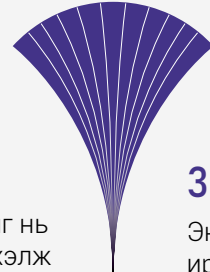
37%

Бусад улстөрч



30%

Хэн гэдгийг нь тодорхой хэлж мэдэхгүй



36%

Энгийн иргэн/иргэд



9%

Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний инфлүнсэр



6%

Бизнесийн нөлөө бүхий хүн



6%

Сэтгүүлч



2%

Урлаг, соёлын олны танил хүн

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 40. Жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хэнээс ирж байсан

Жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хэнээс ирснийг асуухад ихэнхдээ тролл ботууд (52%), мөн хэн гэдгийг нь тодорхойлох боломжгүй хаяг (30%) гэж хариулжээ. Бусад улстөрч (37%) болон энгийн иргэд (36%) ч мөн адил өндөр хувь эзэлж байгаагаас үзэхэд жендэрт суурилсан ялгаварлал улс төр, нийгмийн хүрээнд нийтлэг байх хандлагатайг харуулж байна. Үлдсэн хувийг сэтгүүлчид (6%), инфлүнсэрүүд (9%), болон бизнес, урлагийн нөлөө бүхий хүмүүс бүрдүүлжээ.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

ГЯ-д орсон 20 улстөрчийн ес (45%) нь жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж элбэг ирдэг тухай ярьсан. Авгай, янхан, гичий, эмгэн, чавганц гэх мэт доромжилсон үг хэллэгт бол эмэгтэй улстөрч болгон өртдөг гэж ярилцлагад оролцогчид хэлсэн бөгөөд эдгээр есөн хүн илүү хувийн орон зай, хувь хүн рүү нь дайрсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж авч байсан туршлагаа ярьсан юм.

“ Туранхай, гоё байхад янхан гэнэ. Бүүр таних танихгүй, хамаатан садантай хүртэл холбоно. Янз бүрийн зураг гаргаад янз бүрийн тайлбар тавина. За тэгээд бүдүүн байвал тарган авгай гэнэ.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ялангуяа залуу, ганц бие, эсвэл гэрлэлтээ цуцлуулсан, өрх толгойлсон эмэгтэйчүүдийн хувийн орон зай руу халдах, эрэгтэй хүнтэй холбох, жендэрт суурилсан доромж үг хэллэгээр дайрах тохиолдол элбэг байна. Ярилцагч 17 өмнө нь аймгийн ИТХ-ын төлөөлөгч байсан бөгөөд өрх толгойлсон эмэгтэй, гурав дахь хүүхдээ гаргаснаас нь хойш иймэрхүү дайралт түгээмэл болсныг, янз бүрийн хүмүүстэй холбож эхэлснийг ярьсан юм.

“ Айлын нөхөр салгасан биз дээ л гэдэг. Ажлаа хийгээд бүр ээлжтэй сууж байхад чинь чи тэр орцны гадаа ямар залуутай байгаа юм бэ гээд мессеж ирэх жишээний. Ажил дээрээ би 12 цагаар ээлжинд гардаг ш дээ. Тэр бол маш түгээмэл байдаг.

Ярилцагч 17, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Гэвч нөхөртэй, гэр бүлийн тогтвортой амьдралтай улстөрчдийг ч ийм дайралт тойрохгүй байна. Ялангуяа сонгуулийн үеэр түгээмэл байдгийг ГЯ-д оролцогчид хэлж байсан бөгөөд үүнийг зохион байгуулалттай, эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндийг унагах зорилготой үйлдэл гэж ойлгож байна.

“ Эмэгтэй хүнийг янхан, банзал, эрэгтэйчүүдтэй салбаганадаг гэж аягүй их бичдэг юм билээ. Би чинь 2004 оноос хойш нөхөртэйгээ суугаад 20 гаруй жил болж байна. Хүү маань 18-тай. Харьцангуй бас тогтвортой амьдралтай хүн байхгүй юу. Тэгээд л ерөнхийдөө бусад хүмүүсийн троллууд нь орж ирэхээрээ л энэний алцаганаж явсныг мэднэ ш дээ. Тэнд тэгээд л банзалтаад явж байсан гэж гутаадаг юм байна гэж ойлгосон ш дээ, эмэгтэй хүнийг. Нэлээн элбэг байсан, 10-аас дээш. Ерөнхийдөө хүмүүс бас царай төрхөөр их буллиддэг юм билээ. Уг нь миний царай байгаагаараа л байгаа. Шүд жоохон далий ч байдаг юм уу. Одоо тэгээд яахав дээ, хүний өөрийн л төрх юм чинь. Худлаа царайлсан хиймэл авгай, далий амтай юу юу ч билээ. Тэд нарын юманд би юу гэж доош хийгдэх вэ дээ. Эрүүл саруул байвал л болоо ш дээ. Эрэгтэй хүмүүсийг ерөөсөө тэгдэггүй л юм билээ.

Ярилцагч 7, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ихэнхдээ мөн л тролл, ботууд байдаг бөгөөд энгийн иргэд ч жендэрт суурилсан сөрөг мессеж, сэтгэгдэл бичдэг тухай ярьж байсан юм. Ийм мессеж, сэтгэгдлийг эрэгтэйчүүд голдуу бичдэг гэж хэд хэдэн улстөрч хэлсэн бол хоёр ч залуу эмэгтэй улстөрч ийм сөрөг сэтгэгдэл бичсэн хүмүүс ихэнхдээ дунд насны эмэгтэйчүүд байдгийг онцолж байв.

“ Ихэвчлэн 30-аас дээш насны хүмүүсээс түгээмэл коммент, сэтгэгдэл ирдэг. Өөрсдөө эмэгтэй хүн байж эмэгтэй хүнийг гутаан доромжилсон зүйл бичиж харагддаг. Дээр нь үеийн эрэгтэйчүүдээс эмэгтэй хүн тал руу хандсан доромжлол ирсэн байдаг.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Эмэгтэй улстөрчид рүү дайрахдаа гэр бүл, нөхөн үржихүйн хамгийн эмзэг байж болох сэдвийг нь хөнддөг болохыг ГЯ-д оролцогчид хэлж байлаа. Гэрлэлтээ цуцлуулсан, бэлэвсэрсэн эмэгтэйчүүдийн хувийн амьдрал руу халдаж, хүүхдүүдийнх нь эцэг тэр, энэ гэсэн таамаг дэвшүүлэхээс эхлээд хүүхэдгүй бол тэрийг нь сэдэв болгох хандлага ч ажиглагдаж байна.

“ Хамгийн эмзэг туссан юм нь, ийм болохоор чинь та хоёрт бурхан үр хүүхэд заяахгүй байгаа юм гэсэн байсан. Яг тийм коммент биччихсэн байсан. Тэгээд доор нь хүмүүс өмөөрөөд эхэлсэн чинь тэгэж бичсэн хүн нь өөрөө над руу постоо устгачихаач тэгэх үү гэж орж ирсэн. Хүний ямар л эмзэг цэгийг олж болох вэ гэдэг. Цаад утга санааг нь мэдэхгүй байгаа ш дээ. За, хүүхэд төрүүлээгүй хүнтэй битгий их хэрүүл хийгээрэй гэж нэгэндээ захисан байсан.

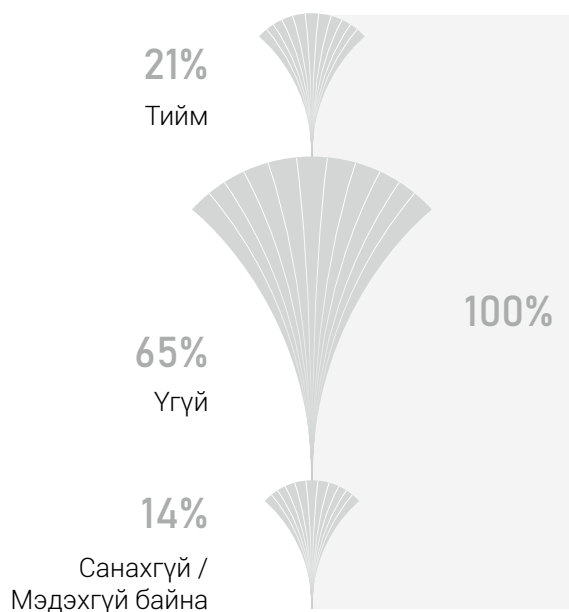
Ярилцагч 15, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ийнхүү эмэгтэй улстөрчид рүү гэр бүл, гадаад төрх, биеэ авч явах байдал зэргээр нь хэт хувийн, доромжилсон, дорд үзсэн агуулгатай мессеж, сэтгэгдлүүд ихээр ирж, тэр нь хэвийн үзэгдэл мэт болсон байна. Энэ нь эмэгтэй улстөрчдийн улс төрийн байр суурь, үзэл бодлыг үнэгүйдүүлэх, улстөрч гэхээс илүүтэй эмэгтэй хүн гэдэг утгаар олон нийтийн анхааралд оруулж, нэр хүндийг нь унагах эрсдэлтэй.

3.3.4. ХАРИУ ҮЙЛДЭЛ

Санал асуулгад оролцогчдын 65 хувь нь цахим дайралт, заналхийллээ огт баримтжуулаагүй гэж хариулсан бол зөвхөн 21 хувь нь баримтжуулж авсан байна. Харин 14 хувь нь санахгүй эсвэл мэдэхгүй байна гэж хариулжээ. Энэ нь цахим хүчирхийлэлд өртсөн олон хүн тухайн нөхцөл байдлыг бүртгэж хадгалах, цаашид эрх зүйн хамгаалалт авах боломжийг алддаг байж болзошгүйг харуулж байна. Цахим орчны хүчирхийлэл, заналхийллийг баримтжуулах нь хамгаалалтын эхний алхам тул энэ талын мэдлэг, дэмжлэгийг сайжруулах шаардлагатай байна.

ДҮРСЛЭЛ 41. Цахим дайралт, заналхийллийг баталгаажуулж авсан эсэх



16%

Зөрчлийг шийдвэрлүүлэхээр гомдол гаргасан

▼ 1%

Хэвлэлийн хурал хийсэн

▼ 1%

Хэвлэлд ярилцлага өгсөн

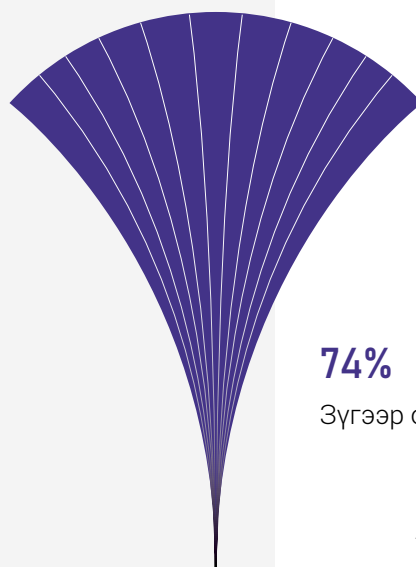


16%

Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний пэйж дээрээ тайлбар пост хийсэн

▼ 2%

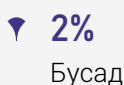
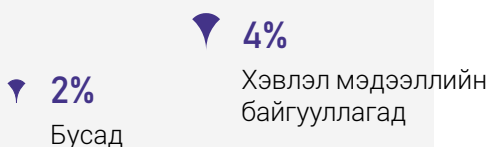
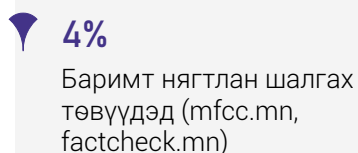
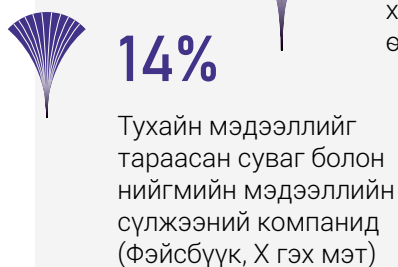
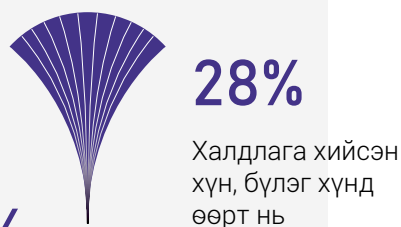
Бусад



Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 42. Цахим дайралт, заналхийлэлд үзүүлсэн хариу үйлдэл

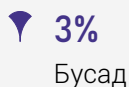
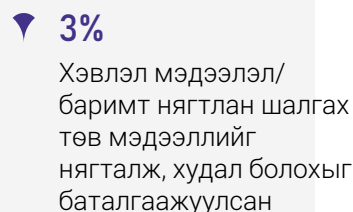
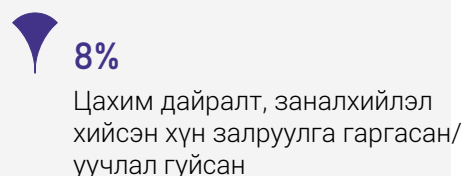
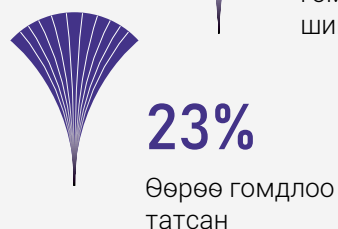
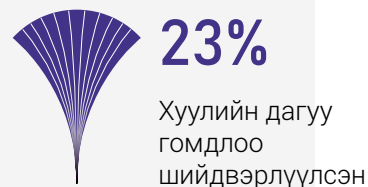
Цахим дайралт, заналхийлэлд өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн дийлэнх нь буюу 74 хувь нь ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэлгүй зүгээр орхисон нь хууль хяналтын байгууллагад итгэх итгэл сул, тогтолцооны хамгаалалт хангалтгүй байгааг илтгэж байна. Зөвхөн 16 хувь нь гомдол гаргасан, мөн 16 хувь нь өөрийн сошиал хуудсаар дамжуулан тайлбар мэдээлэл нийтэлсэн бол хэвлэлийн хурал хийсэн, ярилцлага өгсөн тохиолдол тун ховор (тус бүр 1%) байна.



Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

ДҮРСЛЭЛ 43. Гомдол гаргаж байсан байгууллага

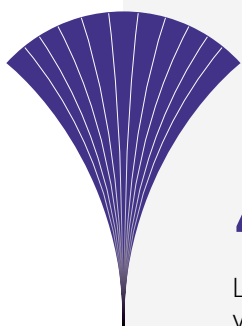
Гомдол гаргаж байсан хүмүүсийн 59 хувь нь Цагдаагийн байгууллагад хандаж байсан бол 28 хувь нь халдлага хийсэн хүн, бүлэг хүнд өөрт нь хандаж байжээ. Мөн тухайн мэдээллийг тараасан суваг болон платформд хандаж 14 хувь нь гомдол гаргасан бол баримт нягтлан шалгах төвүүд, хэвлэл мэдээллийн байгууллагад тус бүр дөрвөн хувь нь хандаж байжээ.



Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.

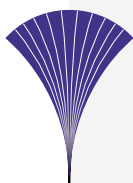
ДҮРСЛЭЛ 44. Гомдлыг шийдвэрлэсэн байдал

Цахимдайралт, заналхийлэлд өртөж гомдол гаргасан эмэгтэйчүүдийн 44 хувь нь хууль хяналтын байгууллага гомдлыг нь эцэслэн шийдвэрлэж чадаагүй гэж хариулсан бол 23 хувь нь гомдлоо шийдвэрлүүлсэн, мөн 23 хувь нь гомдлоо өөрөө татсан байна. Харин найман хувь нь заналхийлэл үйлдсэн этгээд уучлал гуйсан, гурван хувь нь баримт нягтлан шалгах төвөөр мэдээллийг худал болохыг тогтоолгосон гэжээ.



42%

Цаг хугацаа их орох
учраас зайлсхийсэн



23%

Хаана гомдол
гаргахаа мэдээгүй



18%

Байнгын дайралт ирдэг
болохоор тоодоггүй



15%

Гомдол гаргавал илүү
их дайрна гэж бодсон



2%

Бусад

ДҮРСЛЭЛ 45. Гомдол гаргаагүйн шалтгаан

Цахим дайралт, заналхийлэлд өртсөн ч гомдол гаргаагүй эмэгтэйчүүдийн гол шалтгаан нь цаг хугацаа их орно гэж үзсэнтэй холбоотой байна (42%). Мөн 23 хувь нь хаана хандахаа мэдэхгүй байсан, 18 хувь нь байнга тохиолддог учраас тоогоогүй гэж хариулжээ. Харин 15 хувь нь гомдол гаргавал улам даамжирч болзошгүй гэж болгоомжилсон байна.

ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Цахим дайралтад өртсөн талаараа ярьсан 16 улстөрчийн олонх нь зүгээр орхих буюу ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэхгүй байхыг илүүд үзэж байна. Цахим дайралт ихэнхдээ зохион байгуулалттай шинжийн, сонгуулийн үеэр илүүтэй газар авдаг, тролл ботуудаар дамжуулж их хэмжээгээр түгээж, сэтгэгдэл бичүүлдэг талаар ГЯ-д оролцогчдын олонх нь ярьж байсан. Тэгсэн ч сонгуулийн үеэр цаг хугацаа давчуу байдгаас, мөн тролл ботуудыг олон нийт мэддэг болсон учраас зүгээр орхисон гэх тайлбар түгээмэл байв. "Тэр олон дундаас хэндээ ч гэж гомдол гаргах вэ дээ," "Цаг хугацаа үнэнийг харуулна гэж бодсон," "Адгийн зарга 10 хоног," "Тролл ботууд гэж бүхэл бүтэн арми байгааг хүмүүс мэдэж байгаа байлгүй дээ," "Худлаа гэдгийг нь хүмүүс мэдэж байгаа хойно," "Тийм дэмий юманд үрэх цаг алга" гэх хандлага хариу үйлдэл үзүүлдэггүй хүмүүсийн тайлбарт элбэг байв.

Мөн ГЯ-д оролцсон хэд хэдэн улстөрч цахим дайралт олон нийтийн хандлагад харин ч эергээр нөлөөлсөн, улайм цайм худал ташаа мэдээлэл тараагаад байхаар олон нийт тэрийг мэддэг болсон, "дархлаа суусан" тухай ярьж байв. Мөн эмэгтэй гэдгээр ирсэн дайралт харин ч олон нийтийн дэмжлэг авахад нөлөөлснийг Ярилцагч 15 онцлон хэлсэн юм. Цахим дайралт, сөрөг сэтгэгдлийг муугаар хүлээж авдаг хүмүүс байхад эергээр хүлээж авдаг, илүү өмөөрч, дэмждэг хүмүүс ч үүнийг дагаад нэмэгдэж байдгийг хэд хэдэн хүн онцолж ярьсан. Ингэж үзэж байгаа хүмүүс бүгдээрээ дайралт ирэхэд зүгээр орхих, эсвэл өөрийн пэйжээр дамжуулж аль болох тайван, эерэг, хөнгөн хариу үйлдэл үзүүлэх хандлагатай байв.

" Хөнгөн, эерэг, хөгжилтэй байдлаар хүлээж авах нь өөрөө хариу үйлдэл юм аа... Арзайсан үстэй гэвэл үсээ аятайхан янзлах, бүдүүн гахай гэвэл за жаахан туръя гээд эергээр хараад л хүлээж авдаг. Миний улс төрийн карьерт сөргөөр нөлөөлсөн зүйл байхгүй. Ер нь сайнаар ч бай, муугаар ч бай яригдаж байх нь чухал гэж боддог.

Ярилцагч 4, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Цахим дайралт, заналхийлэл ирэхэд эхэндээ ач холбогдол өгч байгаад, сүүлдээ анхаарахаа болих тал илүүтэй ажиглагдаж байлаа. Ингэхдээ зарим улстөрч цахим орчинд сөрөг мэдээллийг саармагжуулах тал дээр өөрийн гэсэн арга барилтай ч болж авчээ. Зарим нь алиа хошин байдлаар хариу барьдаг бол зарим нь сөрөг мэдээллийн араас эерэг мэдээллүүд түгээх, бүр сөрөг comment, шүүмжлэл ирсэн ч "Care" эможи дараад байхаар уур амьсгал илүү зөөлөрдөг гэж үзэх улстөрчид ч байв.

" Эхний нэг хоёр дайралт дээр ач холбогдол өгөөд араас нь хөөцөлдөөд уншаад байдаг байсан бол одоо тоохоо больчихсон. Тэгээд орхичихдог. Нэг сөрөг мэдээллийн араас заавал гурван эерэг мэдээлэл гэсэн дүрмээр ажилладаг.

Ярилцагч 8, Нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Гэвч дайралт илүү ноцтой болоод ирэхэд зарим нь "screen shot" хийгээд өөрийнхөө пэйж дээр тайлбар өгөх, Фэйсбүүк платформ руу гомдол гаргах, тухайн хэрэглэгчийг блоклох, сэтгэгдлийг нь устгах, нуух зэргээр хариу үйлдэл үзүүлжээ.

ГЯ-д оролцсон хэд хэдэн улстөрч нийгмийн мэдээллийн сүлжээний платформын хэрэгслүүдийг ашиглах нь хуулийн дагуу гомдол гаргахаас илүү хурдан шуурхай гэж үзэж байна.

" Репорт хийгээд, блоклоод, заримыг нь хариу бичихдээ бичээд л явчихна. Ерөнхийдөө платформ дээрээ. Тэгэхгүй бол Монголын цагдаа нар чинь гомдол гаргалаа ч шийдэхгүй ш дээ.

Ярилцагч 9, дүүрэг, нийслэлийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Ер нь Цагдаагийн байгууллагад гомдол гаргавал цаг хугацааны хувьд хэцүү, төвөгтэй, тэгээд ч шийдвэрлэж чадахгүй гэсэн ойлголт нэлээд түгээмэл байна. Цахим дайралтад өртсөн 16 улстөрчөөс нэг нь хуурамч аккаунт, байнгын сөрөг мэдээлэл, гүтгэлэг гаргаж байдаг Фэйсбүүкийн группийг хаах шаардлагатай гэж үзээд цагдаагийн байгууллагад нийт гурван удаа гомдол гаргасан ч үр дүнд хүрээгүй байгаагаа хуваалцав. Энэ хооронд Ярилцагч 18 өөрөө нэг хүнийг нь тогтоосон бөгөөд нөгөө хоёр хэрэг дээр ч таамаглаж байгаа хүн бий талаараа ярьсан юм.

" Нэг хэргийн эзнийг өөрөө олж тогтоосон. Тэгээд тэр хүнийг олж уулзсан. Тэр хүн хүндэтгэх шалтгаантай, ар гэр нь хэцүү, ээж нь өвчтэй, дөнгөж ажилд орсон, өргөдлөө татаж аваачээ гэх мэт шалтгаанаар гомдлоо буцааж татаж авсан. Бусад хоёр удаагийн хэрэг дээр цагдаа надаас тайлбар авдаг мөртлөө буцаагаад надад ямар нэгэн хариу өгөөгүй. Тэр гомдлууд фэйсбүүк явж байгаа аккаунтууд, мөн аймгийн групп юм. Энэ групп нь тодорхой админтай мөртлөө дандаа хүн гүтгэдэг учраас эдгээрийг хаах шаардлагатай гэдэг гомдол гаргасан.

Ярилцагч 18, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Өмнө нь иргэний нийгмийн салбарт ажиллаж байсан туршлагатай улстөрч эмэгтэй хуулийн байгууллагад хандахаас

илүүтэй Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл, баримт нягтлан шалгах mfcc.mn, factcheck.mn гэсэн мэргэжлийн, ашгийн бус байгууллагад хандах нь илүү үр дүнтэй байдгийг хэлж байсан. Тэрбээр цахим орчинд олны анхаарал татсан нэг худал мэдээллийг шалгуулахаар ХЭҮК, баримт шалгах төвүүдэд ханджээ. Баримт шалгах mfcc.mn төвөөс тухайн мэдээллийг эх хувилбарт засвар оруулсан хуурамч болохыг баталгаажуулан олон нийтэд мэдээлсэн бол ХЭҮК цагдаагийн байгууллага руу гомдлыг шилжүүлсэн ч одоог хүртэл шийдвэр гараагүй байгааг хэлсэн юм.

" Цагдаа шүүхдээ бас итгэл бага байна л даа, олохгүй, олох гэж хэдэн жил болно. Ер нь худлаа. Тэр бичсэн эзэн нь тодорхой ч бай, тодорхой биш ч бай, хандангуут хариу үйлдэл хийдэг бол өөр ш дээ. Би ХЭҮК-т хандаад, тэндээс цагдаад хандчихсан байсан. Гэтэл ерөөсөө хариу ирүүлэхгүй байгаа.

Ярилцагч 2, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Харин цахим заналхийлэлд өртсөн долоон улстөрчийн нэг нь л хуулийн дагуу гомдол гаргаж, шийдвэрлүүлж байжээ. Ярилцагч 6-г байнгын давтамжтай заналхийлдэг хүнийг хэдэн жилийн өмнө заналхийлэх гэмт хэрэг үйлдсэнийг нь шүүхээр тогтоож, ял шийтгэл оногдуулсан ч улам ихээр, өөрийнх нь бөгөөд гэр бүл, үр хүүхдүүдийнх нь зургийг тавьж байгаад заналхийлсэн хэвээр байна.

" Юм удах тусмаа үнэгүй болчихдог гэдэг шиг одоо би айхаа ч больчихсон. Над руу дайрах болгонд блоклочихдог. Блоклох болгонд шинэ Фэйсбүүк, Х аккаунтаар гарч ирээд дахиад л бичдэг юмаа бичдэг. Тэгэх болгонд тэрийг цагдаад барьж гүйгээд байх зав ч алга. Тэр хүнийг залхах байх л гэж боддог юм.

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

3.3.5. ҮР ДАГАВАР

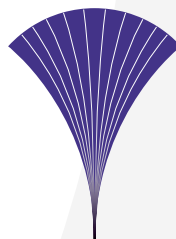
ДҮРСЛЭЛ 46. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар

Цахим дайралт, заналхийллийн улмаас эмэгтэй улстөрчдийн 38 хувь нь сэтгэл санааны хямралд орж, 31 хувь нь гэр бүл, ойр дотныхон нь эмзэглэж, улс төрөөс холдохыг зөвлөсөн байна. Зарим нь үзэл бодлоо илэрхийлэхээс (26%) болон олон нийтийн сүлжээнд идэвхтэй байхаас (22%) зайлсхийж эхэлсэн нь тэдний улс төрийн оролцоонд сөргөөр нөлөөлж байгааг харуулж байна. Харин 30 хувь нь улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал гэж үзээд илүү тэсвэртэй болсон гэжээ.



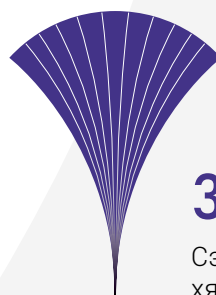
13%

Улс төрийн нэр хүнд унасан



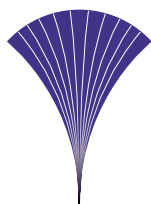
31%

Гэр бүл, ойр дотны хүмүүс эмзэглэж, улс төрөөс холдохыг зөвлөсөн



38%

Сэтгэл санааны хямралд орсон



26%

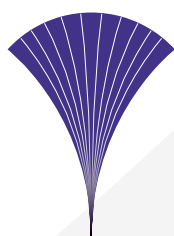
Зарим сэдвээр үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийж эхэлсэн

Тайлбар: Олон сонголттой асуулт тул давтамжаар нь тооцов.



15%

Улс төрд идэвхтэй оролцохоос шантарч эхэлсэн



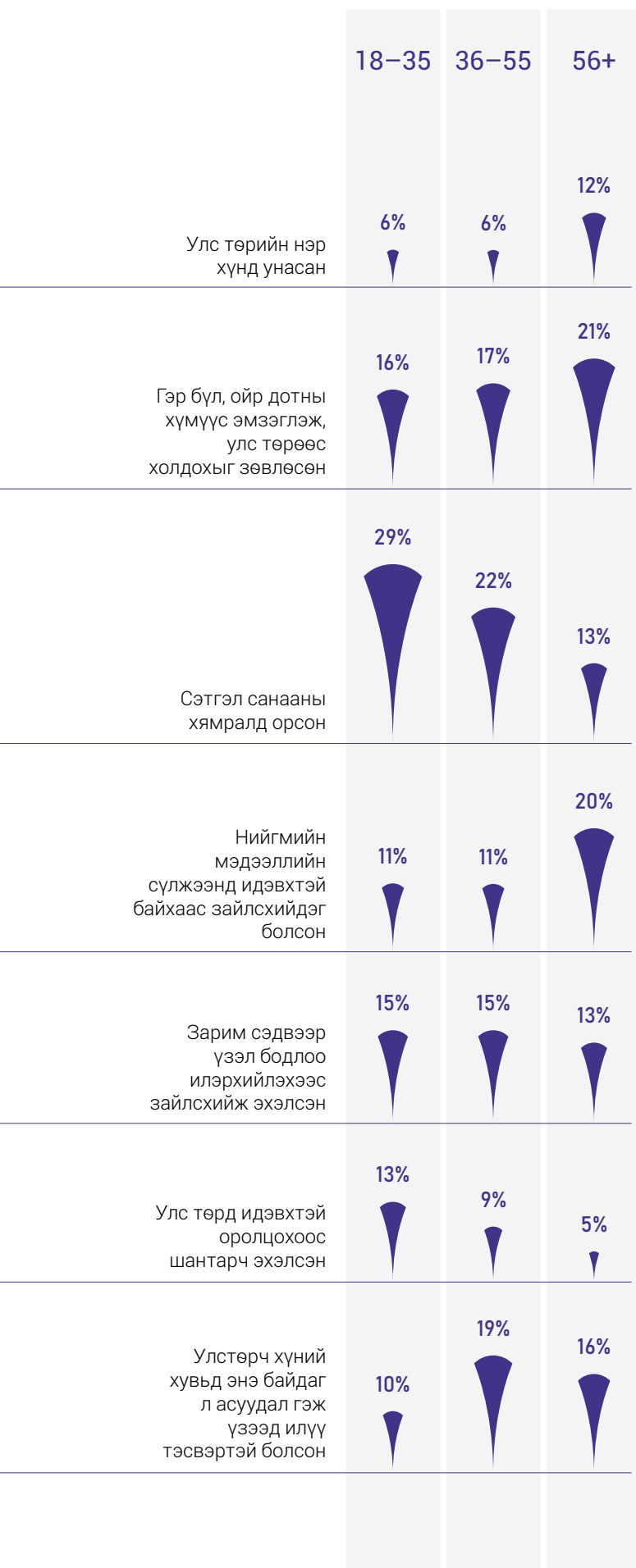
30%

Улстөрч хүний хувьд энэ байдаг л асуудал гэж үзээд илүү тэсвэртэй болсон



22%

Нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд идэвхтэй байхаас зайлсхийдэг болсон



ДҮРСЛЭЛ 47. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар (насаар)

Залуу эмэгтэй улстөрчдийн хувьд цахим дайралт, заналхийллээс үүдэн сэтгэл санааны хямралд орсон (29%) болон улс төрд идэвхтэй оролцохоос шантарч эхэлсэн (13%) гэж хариулсан нь бусад насны бүлэгтэй харьцуулахад хавьгүй өндөр байна. Энэ нь залуу улстөрчид шантарч, улс төрөөс холдох эрсдэлийг цахим дайралт нэмэгдүүлэхээр байгааг харуулна. Тэгвэл нас нэмэгдэхийн хэрээр сэтгэл санааны хувьд хүндээр хүлээж авах нь буурч, тэсвэртэй ханддаг байдал нэмэгдэж байгаа нь харагдаж байна. 36-гаас дээш насныхны дунд цахим дайралт, заналхийлэл нь “улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал” гэж үзэх хандлага хавьгүй их байгаа юм.

ДҮРСЛЭЛ 48. Цахим дайралт, заналхийллийн үр дагавар (ялалт байгуулсан давтамжаар)

Ялалт байгуулж байгаагүй эмэгтэйчүүдийн дунд цахим дайралт, заналхийллээс үүдсэн сэтгэл санааны хямралд орох (25%), зарим сэдвээр үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийж эхлэх, улс төрд идэвхтэй оролцохоос зайлсхийх (11%) хандлага хамгийн өндөр хувьтай байна. Харин сонгуульд ялалт байгуулахын хэрээр эдгээр нөлөөлөл буурч байгаа нь цахим хүчирхийлэл улс төрд анх орж буй эмэгтэйчүүдийн оролцоог мохоож, улс төрөөс хөндийрөх зам руу түлхэж байж болохыг илтгэнэ. Харин ялалт байгуулсан эмэгтэйчүүдийн хувьд гэр бүл, ойр дотныхны зовнил, сэтгэл санааны хямрал мөн өндөр байгаа ч «улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал гэж үзээд илүү тэсвэртэй болсон» хандлага давамгайлж байна. Энэ нь эмэгтэй улстөрчид рүү чиглэсэн цахим дайралтыг системийн асуудал болсныг хүлээн зөвшөөрч, шийдэхээс илүүтэй тэгш бус байдал, цахим хүчирхийллийг хэвийнд тооцох соёл газар авч эхэлснийг харуулж байна.



ГАНЦААРЧИЛСАН ЯРИЛЦЛАГЫН ҮР ДҮН

Цахим дайралт, заналхийлэлд өртсөн тухайгаа ГЯ-ын үеэр дурдсан улстөрчид бүгдээрээ сэтгэл санааны хохирол амссанаа ярьж байлаа. "Сэтгэл зүйн хувьд хүнд," "Яаж олигтой байх вэ дээ," мэтийн ерөнхий хариултаас эхлээд хоолны дуршил багассан, нойргүйдсэн, түгшсэн, байнгын сөрөг юм бодож байсан зэргээр зарим нь мэдрэмжээ илүү нарийн хуваалцаж байлаа. Санал асуулгын хувьд улстөрд идэвхтэй оролцохоос зайлсхийж эхэлсэн гэж цахим дайралтад өртсөн оролцогчдын харьцангуй бага буюу 15 хувь нь үзэж байсан бол ГЯ-ын үеэр цахим дайралтад өртсөн тухайгаа ярьсан 17 улстөрчийн тав (29%) нь шантрах үе гардгийг хэлсэн юм.

"Иргэд, иргэний нийгмийн байгууллагууд болдог бол энэ зөв яваа улстөрчдөө сайн дэмжээд өгөх хэрэгтэй. Тэгэхгүй бол бидэн шиг хүмүүс шантарчих юм билээ, бараг больчих юмсан гэж бодох үе гардаг.

Ярилцагч 2, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Өөрсдөө бол сэтгэл санаагаа илүү удирдаж сураад, цахим дайралтыг улстөрч хүний хувьд байдаг л зүйл, "ажлынт одорхойлолтын л нэг хэсэг" гэж харж эхэлсэн ч ойр дотнын хүмүүсээ сэтгэлээр унаж байхыг харах хамгийн хэцүү, шантармаар байдгийг хэд хэдэн улстөрч хуваалцаж байлаа.

"Би ч өөрөө ажлаа хийж байгаа юм чинь сайнтай муутай бүгдийг нь л хийх ёстой. Ямар нэгэн байдлаар шүүмжлүүлбэл тэрийг хүлээж аваад, хэрэгтэй шүүмжлэл байвал ажилдаа тусгаад, хэрэггүй, бүтээлч биш шүүмж байвал өнгөрөөгөөд явах ёстой л гэж харж байгаа. Гэтэл өндөр настай ээжийгээ тэрнээс болоод л хямраад, даралт маралт нь ихсэж

байгааг харахаар ингэн ингэн би ажиллах хэрэг байна уу гээд л бодогдоно ш дээ.

Ярилцагч 5, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

ГЯ-д оролцсон хэд хэдэн улстөрч цахим дайралт, заналхийлэл ирэхэд гэр бүл, ялангуяа нөхрийн зүгээс маш ихээр дэмжиж, хамгаалж байсныг ярьсан. Гэвч хамаатан садан, ялангуяа ойрын эгч, дүүсийн зүгээс хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд идэвхтэй байхаас зайлсхийхийг, эсвэл улстөрөөс холдохыг зөвлөх тохиолдол гарч байна. Тухайлбал, Ярилцагч 18-ыг "явдалтай" хэмээн зориудаар гүтгэж, зураг хөрөгтэй нь худал мэдээлэл тараах үед гэр бүлийн хүн нь ойлгож, дэмжиж байсан ч сайн мэдэхгүй хүмүүс нээрээ тийм юм байх даа гэсэн ойлголт авч, дургүй болох, хамаатан садны зүгээс шаналж, улс төрөөс холдохыг санал болгож байжээ.

"Төрсөн эгч дүү, авга эгч нар гээд ойр дотны хүмүүсээс яасан хэцүү юманд амьдардаг юм бэ, больчихож болохгүй юу, заавал ингэж амьдрах хэрэг байна уу, чиний мэдээллийг харахаар зүрх өвдөж байна гэж байсан. Ойр дотны, настай хүмүүс эмзэглэх, шаналах зүйл байна.

Ярилцагч 18, аймгийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Дээрх шиг жендэрт суурилсан гүтгэлэг, ялангуяа эрэгтэй хүнтэй холбох хандлага залуу эмэгтэйчүүдэд илүү хүндээр тусаж байгааг, тэр дундаа ганц бие, өрх толгойлсон эмэгтэйчүүдийн хувьд хувийн амьдрал, үр хүүхдүүдэд ирэх нөлөөлөл тал дээр илүүтэй санаа зовниж байгаа тухайгаа мөн хуваалцсан.

" Залуу хүний хувьд сайхан амьдрал зохиох бодол байдаг. Сүүлийн үед эрэгтэй хүнтэй холбож бичээд байгаа нь миний хувийн амьдралд сөргөөр нөлөөлж байна. Энэн дээр жаахан эмзэглэж байгаа. Хүүхэд маань одоо 11 настай, жаахан байна. Өсвөр нас руу ороход нь ийм дайралт ирэх юм бол яаж хүлээж авах бол гэдэг миний түгшүүртэй байгаа зүйлийн нэг. Тэрнээс биш бусад зүйл дээр айхгүй байна.

Ярилцагч 8, нийслэлийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Яг дээрх шиг явдалтай, завхай гэсэн дайралтад өртсөн Ярилцагч 17 өмнө нь нэг удаа аймгийн ИТХ-ын сонгуульд ялж байсан ч ийм цуу яриа, дайралт ирснээс болж дахиад сонгуульд нэр дэвших төлөвлөгөөгүй болсноо хуваалцсан юм. Орон нутгийн хэмжээнд хүн ам цөөн, жендэрийн хэвшмэл ойлголт илүү их учраас өрх толгойлсон, гэрлэлтээ цуцлуулсан эмэгтэйчүүдэд үр дагавар илүү хүндээр тусаж байгааг энэ жишээ харуулж байна.

Үүний зэрэгцээ, цахим дайралт, заналхийлэлд өртөх нь ажлын бүтээмжид нөлөөлж байгаагаас гадна зарим зүйл дээр дуугүй байх, сошиал орчинд илүү идэвхгүй болж, өөрийгөө цензурдэх байдал руу орж байгаагаа ч хэд хэдэн улстөрч ярьж байлаа.

" Ер нь тэгээд ажлаа хийхэд хэцүү. Ямар ч хүн тэгээд л өөрийг нь янз бүрээр гүтгээд л, доромжлоод л байхаар сэтгэл санаа яаж олигтой байх вэ дээ. Уур хүрнэ. Бухимдана. Урам гэдэг бол навс унасан. Ёстой шалаар нэг байна. Сүүлдээ тэгээд за чимээгүй байя л гэж бодож байгаа.

Ярилцагч 3, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Зөвхөн үг хэлэх, үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийх байдлаар өөрийгөө цензурдэх биш, юу өмсөх, хэрхэн биеэ авч явах тал дээр ч дайралтад өртөхгүйн тулд өөрийгөө хянах тохиолдол элбэг байна. Тухайлбал, хэд хэдэн улстөрч гэр бүлийнхээ талаар мэдээлэл, зураг огт олон нийтэд гаргадаггүйгээ ярьж байв. Зарим нь үнэтэй чамин хувцас, үнэт эдлэлээс өөрсдөө ч зайлсхийж, бусад эмэгтэйчүүдэд ч тэгэж зөвлөдөг тухайгаа ярьсан. Бүр турчихвал, сайхан харагдчихвал хүмүүсийн анхаарал татаад, цахим дайралтад илүү өртөнө гэсэн хүлээлт, айдас хүртэл байна.

" Гоё чамин хувцас өмсөх, хөөрхөн байхаас би өөрөө айдаг. Турчихвал хүмүүсийн сонирхлыг төрүүлчихнэ гэж болгоомжилж байгаа. Бараг хөөрхөн байж болохгүй гэдэг трауматай болж байгаа юм уу хаашаа юм. Бас муухай байж болохгүй. Дундаж байх. Үнэтэй хувцас өмсөөд байж болохгүй, зүгээр л нэг харахад цэвэрхэн, утас нь унжаад, товч нь уначихаагүй хувцаслачихад болчих юм байна гэж боддог болсон.

Ярилцагч 12, дүүргийн ИТХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Амь насанд халдах, үр хүүхдийнх нь амь насыг хөнөөх заналхийллийг хүртэл анх хүндээр хүлээж авч байгаад олон ирээд эхлэхээр дасаж, аюулгүй байдлаа хамгаалахын тулд өөрөө төдийгүй гэр бүлээрээ амьдралын хэв маягаа өөрчлөх хүртэл үр дагавар байна. Ийм үед гэр бүлийн дэмжлэг хамгийн их хэрэгтэй байдгийг ГЯ-д оролцогч гурван ч хүн тэмдэглэсэн юм.

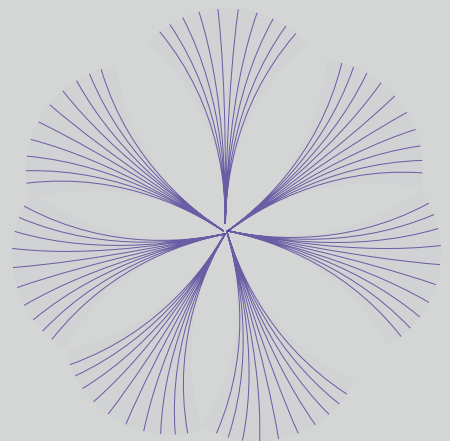
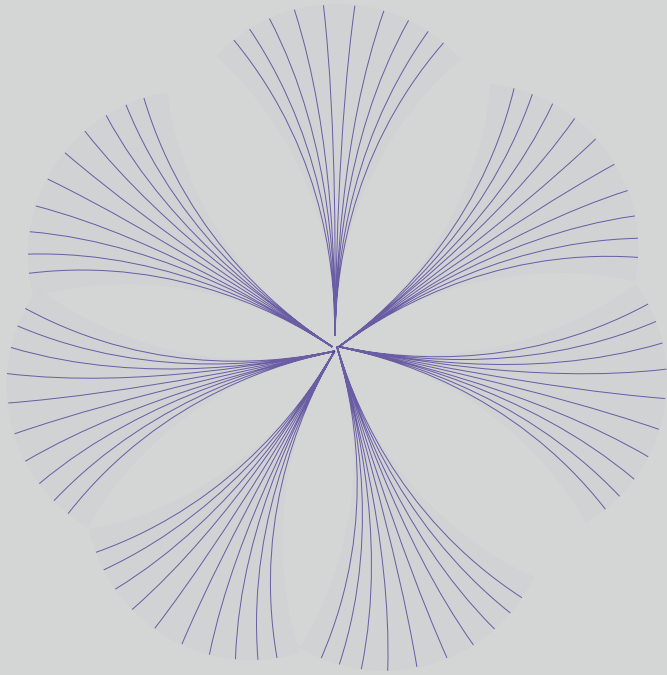
" Чамайг ална шүү гээд мессеж авахаар юу вэ, заа тэгээд яав л гэж гээд боддог юм билээ. Гэхдээ нөхөр хажууд байсан. Тэгээд мэдэхгүй байхад хойноос чинь хүн амьтан цохиод алчихвал яах юм гээд, яг сонгуулийн үед манай хүн чинь миний хажуунаас салахгүй. Тэгэхээр бас аягүй тайван л байсан. Нөхөр бол аймаар сайн ойлгодог. Тэгээд бага хүүхдүүдээ бид хоёр сонгуулийн үеэр хөдөө явуулж байсан. Охин том ангид ороод, хичээл нь амрахгүй байхаар бас айдаг л юм билээ.

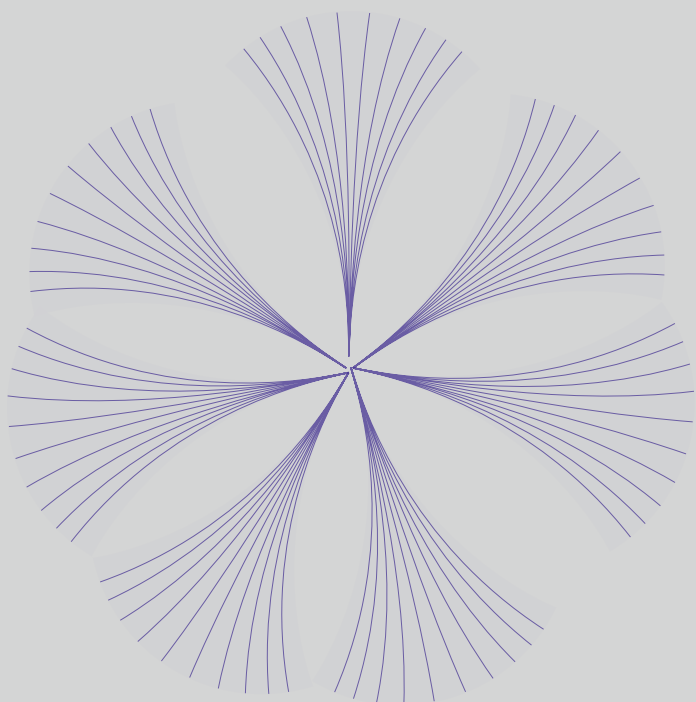
Ярилцагч 9, дүүрэг, нийслэлийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч

Зөвхөн сонгуулийн үед биш, ердийн үед ч цахим дайралт, заналхийлэлд байнга өртдөг эмэгтэйчүүдийг айдас, түгшүүр дунд амьдарч, аюулгүй байдалдаа байнга анхаарахад хүрч байна.

" Анхчшокондордог байлаашдээ. Гражанд машинаа тавьчихаад л, араас хүн хутга бариад ороод ирэх вий дээ гээд л айгаад. Аймаар ш дээ. Хүүхдээ ч гэсэн алга болчихсон байна гээд л, сургуулийнхаа хашаан дотор зүгээр тоглож байхад бид нар чинь сандралдаж байгаа юм чинь... Ер нь манай хүүхдүүдийн сургууль гарч орж гүйнэ, хашааны хаалгаар гарна гэсэн юм байхгүй. Тэгээд л би хүүхдүүдээ сургуулийнх нь хашаа руу оруулж байж, сургуулийнхаа хаалгаар орохыг нь яг харж байж хөдөлнө ш дээ. Тэрнээс буу гээд буулгачихаад яваад өгнө гэж байхгүй. Манай гэр бүлийнхэн бүгд ингэж хүүхдээ оруулж, авч байна л гэсэн үг. Бид нар чинь энгийн нэг гэр бүл шиг биш болчихлоо ш дээ, жирийн нэг гэр бүл биш болчихлоо.

Ярилцагч 6, дүүргийн ИТХ, УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигч





4.

СУДАЛГААНЫ
ДҮГНЭЛТ БА
ЗӨВЛӨМЖ

СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ

Энэхүү судалгааны хүрээнд эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийтэд танигдахад тулгарч буй саад бэрхшээлүүд, тэдгээрийг даван туулах арга замыг өөрсдийнх нь дуу хоолой, туршлага дээр тулгуурлан системтэйгээр судалж үзлээ. Судалгааны үр дүн эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хэвлэл мэдээллийн болон цахим дайралт, ялгаварлан гадуурхал байгааг баримтжуулж, тэдгээрийг шийдвэрлэх нь эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцоог нэмэгдүүлэхэд зайлшгүй шаардлагатай болохыг илчилж байна. Судалгааны хүрээнд дараах нэгдсэн дүгнэлтүүдэд хүрлээ. Үүнд:

ДҮГНЭЛТ 1.

Эмэгтэй улстөрчдөд хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах мэргэжлийн туслалцаа үгүйлэгдэж байна.

Олон нийтийн зүгээс эмэгтэй улстөрчдийг давхар стандартаар харж, төгс байхыг шаардахаас гадна тэдний улс төрийн байр суурь, үзэл бодлоос илүүтэй гадаад төрх, гэр бүлийн байдал зэрэгт нь анхаардаг. Тиймээс ч эмэгтэй улстөрчид олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөөг мэргэжлийн түвшинд гаргаж ажиллах нь туйлын чухал. Гэвч нэг талаас энэ чиглэлээр ажилладаг хүний нөөц дутмаг, нөгөө талаас хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах зөвлөх үйлчилгээ өндөр үнэтэй байдгаас эмэгтэй улстөрчдөд мэргэжлийн туслалцаа үгүйлэгдэж байна. Судалгаанд оролцогчдын зарим нь сонгуулийн үеэр мэргэжлийн үйлчилгээ авсан ч сэтгэл хангалуун бус үлдсэн жишээ цөөнгүй байв. Ихэнхдээ олон нийттэй харилцах ажлыг мэдрэмжээрээ өөрсдөө хийдэг, эсвэл найз нөхөд, хамаатан садныхаа тусламжийг

авдаг дүр зураг ажиглагдлаа. Ялангуяа орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшигчдэд энэ талын мэдлэг, ойлголт, дэмжлэг хэрэгтэй байгааг судалгааны үр дүн харуулав.

Иймд, олон нийт, хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах, сошиал медиа маркетинг, хямралын үеийн мэдээлэл, харилцааны чиглэлээр эмэгтэй улстөрчдөд чиглэсэн танхимын сургалтууд, чадавхжуулах хөтөлбөрийг хүртээмжтэй болгох шаардлагатай байна. Эмэгтэй улстөрчид энэ чиглэлийн сургалт, зөвлөгөөнд идэвхтэй хамрагддаг, сурч мэдсэнээ хэрэгжүүлэхийг хичээдэг, мөн бусадтайгаа хуваалцах хандлагатайг судалгааны үр дүн харуулсан. Тиймээс энэ чиглэлийн сургалт, менторшип, зөвлөх үйлчилгээг хүртээмжтэй болгох нь үр өгөөжтэй хөрөнгө оруулалт болохоор байна.

ДҮГНЭЛТ 2.

Төлбөртэй контентоос хамааралтай хэвлэл мэдээллийн орчин эмэгтэй улстөрчдөд санхүүгийн дарамт учруулж байна.

Хэвлэл мэдээллээр дамжуулж олон нийтэд танигдсан эмэгтэйчүүдийн сонгуульд нэр дэвших, ялалт байгуулах магадлал өндөр байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Гэвч ажил, мэргэжлийн туршлагаараа хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан эмэгтэйчүүд улстөрч болохоор энэ боломж үгүй болдгийг судалгаанд оролцогчид хуваалцсан юм.

2024 оны УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчдийн 40 орчим хувийг эмэгтэйчүүд бүрдүүлсэн. Гэвч сонгуулийн сурталчилгааны хугацаанд улс төрийн мэдээлэлд эш татсан арван хүн тутмын хоёр нь л эмэгтэйчүүд байсныг ХМЗ-өөс хийсэн мониторингийн судалгаа харуулж байв. Улс төрийн мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг цөөн гаргадаг болохыг судалгаанд оролцогчдын ихэнх нь хүлээн зөвшөөрсөн. Энэ нь хэвлэл мэдээллээр гарахын тулд мөнгө төлөх шаардлагатай байдгаас үүдэлтэй гэж судалгаанд оролцогч арван хүн тутмын зургаа нь үзжээ. Төлбөртэй контентоор гарах санхүүгийн боломж эмэгтэй улстөрчдөд бага байна. Ялангуяа сонгуулийн үед хэвлэл мэдээллийн контентын төлбөр асар их нэмэгддэг учраас эмэгтэй нэр дэвшигчид сурталчилгааны тал дээр ч өрсөлдөх чадвараа алдах төлөвтэй байна.

УИХ-ын гишүүдийн хувьд хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудтай гэрээ хийхгүй бол үйл ажиллагаа, үзэл бодлоо олон нийтэд хүргэж чадахгүй байхаас эхлээд хэвлэл мэдээллээр шүүмжлүүлэх эрсдэл тулгардгийг судалгаанд оролцогчид хуваалцав. Ийм гэрээ хийх саналууд элбэг байдаг талаар ГЯ-д оролцсон УИХ-ын таван гишүүний дөрөв нь хэлсэн юм. УИХ-ын гишүүдийн хувьд хэвлэл мэдээлэлтэй харилцахад чиглэсэн тодорхой хэмжээний төсөв байдаг бол ИТХ-ын төлөөлөгчдийн хувьд энэ хандлага санхүүгийн дарамт учруулж, хэвлэл мэдээллээс зайлсхийхэд хүргэж байна.

Иймд, сонгуульд нэр дэвшихээр зорьж буй эмэгтэйчүүд өөрийн мэргэшсэн сэдвийн хүрээнд хэвлэл мэдээллээр үнэ төлбөргүй гарах боломжийг алдалгүй ашиглах, олон нийтэд танигдахад анхаарах хэрэгтэй. Нөгөө талаас, хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудын хараат бус, бие даасан байдлаа хадгалах менежментийг сайжруулах, зар сурталчилгаа, төлбөртэй контентоос хараат байдлыг багасгахад анхаарах нэн шаардлагатайг судалгааны үр дүн харууллаа.

ДҮГНЭЛТ 3.

Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг жендэрийн хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрслэх, нэр хүндэд нь халдах тохиолдол байсаар байна.

ХМЗ-өөс өмнө нь хийсэн контент анализын судалгааны үр дүнгүүд хэвлэл мэдээлэл дэх жендэрийн хэвшмэл ойлголт, эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг сөрөг мэдээлэл сүүлийн жилүүдэд буурч байгааг харуулсан. Гэвч энэхүү судалгаанд оролцогч гурван хүн тутмын нэгийг хэвлэл мэдээллээр гаргахдаа хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрсэлж байжээ. Гадаад төрх, хувцаслалт, үс засалт гэх мэтийг онцолж гаргах нь энгийн, байдаг л тохиолдол болохыг ярилцлагад оролцогчид хэлж байлаа. Мөн эмэгтэйчүүдийг өөрсдийн чадлаар биш, нөлөө бүхий эрэгтэй хүний тусламжтайгаар гарч ирсэн гэх хэвшмэл ойлголт амь бөхтэй оршсоор байгааг судалгааны үр дүн харуулав. Энэ нь хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах шалтгаан ч болж байна.

Үүний зэрэгцээ, судалгаанд оролцогч дөрвөн эмэгтэй улстөрч тутмын нэг нь хэвлэл мэдээллээр нэр хүндэд нь халдаж байсан гэж хариулжээ. Ялалт байгуулж, олон нийтэд танигдахын хэрээр хэвлэл мэдээллийн дайралтад илүү эмзэг, өртөмтгий болдгийг судалгааны үр дүн харуулж байна. Ийм тохиолдол ялангуяа сонгуулийн үеэр элбэг гардаг бөгөөд сурталчилгааны хугацаа хэт богино байгаа нь хариу үйлдэл үзүүлэхэд хэцүү болгодог, улмаар сонгуулийн үр дүнд сөргөөр нөлөөлөх хандлагатай байна.

Эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдсан, тэр дундаа жендэрт суурилсан сөрөг өнгө аястай мэдээллийг мэргэжлийн, нэр хүндтэй редакцууд гэхээс илүүтэй жижиг, мэргэжлийн бус мэдээллийн хэрэгслүүд гаргах хандлагатай байгаа юм.

Тиймээс цаашдаа эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр хэрхэн гаргаж байгааг контент анализын аргаар судлахдаа нэр хүндтэй, томоохон редакцуудаас гадна жижиг хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудыг ч хамруулж, харьцуулсан дүгнэлт хийх хэрэгцээ шаардлага байна. Мөн жендэрийн мэдрэмжтэй сэтгүүл зүйг дэмжих "Мэдрэмжтэй мэдээлье" нэгдлийн үйл ажиллагааг идэвхжүүлэх, эсвэл ижил төстэй үйл ажиллагаа зохион байгуулахдаа аль болох олон редакц, сэтгүүлчдийг хамруулах нь чухал ажээ. Үүний зэрэгцээ, орон нутгийн хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийг чадавхжуулахад онцгой анхаарах хэрэгцээ байгааг судалгааны үр дүн харуулсан. Олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсролыг дэмжих хүрээнд нэр хүндтэй, мэргэжлийн редакцуудыг ялгаж таних, эх сурвалжийн итгэл даах, найдвартай байдлыг тодорхойлох чадвар эзэмшүүлэх шаардлагатай байна.

ДҮГНЭЛТ 4.

Эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралт, жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж тулгамдсан асуудал болжээ.

Судалгаанд оролцогчдын дийлэнх нь нийгмийн мэдээллийн сүлжээг олон нийттэй харилцах хамгийн үр ашигтай суваг хэмээн үзэж байна. Энэ нь хэвлэл мэдээлэлтэй харьцуулахад үнэ өртөг багатай, сонгогчидтойгоо шууд харилцах боломжтой орон зай боловч эргээд эмэгтэй улстөрчид цахим дайралтад өртөх эрсдэлийг дагуулж байна. Тодруулбал, санал асуулгад оролцсон 370 улстөрчийн 43 хувь нь цахим дайралтад өртөж байсан бол ГЯ-д оролцсон 20 улстөрчийн 16 (80%) нь ийм дайралтад өртөж байжээ. Олон удаа ялалт байгуулж, амжилт гаргах тусам эмэгтэй улстөрчдийн цахим дайралтад өртөх эрсдэл нэмэгдэж байна. Мөн ярилцлага өгсөн УИХ-ын таван гишүүний дөрөв (80%) нь цахим дайралтад өртөж байсан юм.

Эмэгтэй улстөрчид ялангуяа сонгуулийн үеэр, зохион байгуулалттай дайралтад өртөх нь элбэг байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Ихэвчлэн Фэйсбүүкийн пост, сэтгэгдэл, мессеж хэлбэрээр, агуулгын хувьд нэр хүндэд халдах, гүтгэх, доромжлох байдлаар дайралт ирдгийг судалгаанд оролцогчид хэлж байв.

Үүний зэрэгцээ, санал асуулгад оролцогчдын 35 хувь нь жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хүлээн авч байжээ. ГЯ-д орсон 20 улстөрчийн ес (45%) нь жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж элбэг ирдэг тухай ярьсан. Авгай, янхан, гичий, эмгэн, чавганц гэх мэт сексист, доромжилсон үг хэллэгт эмэгтэй улстөрч болгон өртдөг гэж ярилцлагад оролцогчид

хэлсэн бөгөөд гэр бүлийн байдал, биеийн галбир, нас, гадаад төрхөөс гадна хувийн эмзэг сэдвийг онилсон жишээнүүдийг хуваалцсан. Тухайлбал, ганц бие, бэлэвсэн, өрх толгойлсон эмэгтэйчүүдийн хувийн амьдралын талаар худал ташаа мэдээлэл, таамаглал зэргийг олон нийтэд тараах тохиолдол элбэг байна. Хаа хамаагүй эрэгтэйчүүдтэй холбох, явдалтай хэмээн гүтгэх тохиолдолд гэр бүлтэй эмэгтэйчүүд ч мөн өртөж байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Хүүхэдтэй бол хүүхдийнх нь эцгийн талаар худал ташаа мэдээлэл тараах, хүүхэдгүй бол “Ийм болохоор чинь үр хүүхэд заяагаагүй” зэрэг мессеж, сэтгэгдэл ирж байсан талаар судалгаанд оролцогчид хуваалцсан юм.

ГЯ-д оролцогч улстөрчдийн дийлэнх нь ийм жендэрт суурилсан дайралтыг зохион байгуулалттай, нэр хүндийг нь унагах хэлбэр гэж үзэж байсан бөгөөд эрэгтэй улстөрчид ийм хэлбэрийн довтолгоонд өртдөггүй гэсэн ялгаатай нөхцөл байдлыг онцолжээ. Энэ нь зөвхөн улстөрчийн нэр хүндэд халдах бус, эмэгтэйчүүдийн өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж, сэтгэл зүйд хүчтэй нөлөөлдөг гэдгийг хэд хэдэн ярилцагч илэрхийлсэн байна.

Иймд, эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралт, тэр дундаа жендэрт суурилсан дайралтыг цаашдаа илүү гүнзгий судалж, баримтжуулах шаардлагатай байна. Эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийлэл, тэр дундаа сэтгэл санааны хүчирхийллийг хэрхэн дэвэргэж, ямар үр дагаварт хүргэж байгааг олон улсын судалгаануудтай уялдуулан судлах хэрэгцээ байна.

ДҮГНЭЛТ 5.

Цахим заналхийлэлд эмэгтэй улстөрчид элбэг өртөж байна.

Цахим заналхийлэлд санал асуулгад оролцогчдын 24 хувь, ГЯ-д оролцогчдын 35 хувь нь өртөж байсан бөгөөд ялалт байгуулж, олонд танигдахын хэрээр заналхийлэлд өртөх магадлал нэмэгдэж байгааг судалгааны үр дүн харуулав. “Айхгүй байна уу?”, “Ажилгүй болно шүү,” “Төлөөлөгчөөс чинь татна шүү,” “Ямар замаар энэ албан тушаал дээр ирснийг чинь ярих уу яах уу?” гэх мэтийн нэр хүндэд халдах заналхийлэл маш түгээмэл бөгөөд хамгийн хүндээр туссан кэйсийг асуухад бүгдээрээ амь насанд халдах, гэр бүл, үр хүүхдүүдийнх нь аминд хүрэх заналхийллийн талаар хуваалцаж байв.

“Байгаа газар чинь очоод ална,” “Гэрийг чинь шатаана,” “Хүүхдийг чинь ална” мэтийн заналхийлэл нэрээ нууцалсан, хуурамч хаягуудаар илүүтэй ирэхээс гадна бодит хүмүүс ч заналхийлэх тохиолдол гарч байна. Түүнчлэн, эмэгтэй улстөрчдийн гэрийн хаяг, хүүхдүүдийн сургууль зэрэг хувийн мэдээллийг ч мэдэж, заналхийлэх тохиолдол гарч байгаа нь сэтгэл зүйн хүчтэй дарамт учруулсан жишээнүүдийг ГЯ-д оролцогчид хуваалцсан. Энэ нь эмэгтэй улстөрчдийн хувьд өөрсдийн болон гэр бүл, үр хүүхдийнхээ аюулгүй байдалд байнгын санаа зовох, сонгуулийн үеэр хүүхдүүдээ өөр газар байлгах, гудамжаар алхах, такси барихаас айх зэргээр амьдралын хэв маягаа хүртэл өөрчлөхөд хүргэж байна. Мөн УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшсэн нэг эмэгтэйг олон жилийн турш буудна,

дүүжилнэ, дэлбэлнэ, үр хүүхдүүдийг нь ална гэх мэтээр заналхийлсэн этгээдийг шүүхэд өгч, яллах дүгнэлт үйлдсэн ч ял шийтгэл нь дууссаны дараа улам ихээр, өөрийнх нь бөгөөд гэр бүл, үр хүүхдүүдийнх нь зургийг тавьж байгаад заналхийлсэн хэвээр байгаа жишээг ГЯ-д оролцогч хуваалцсан. “Тэгэх болгонд тэрийг цагдаад барьж гүйгээд байх зав ч алга. Тэр хүнийг залхах байх л гэж боддог юм” хэмээн хохирогч ярьснаас үзэхэд энэ төрлийн гэмт хэргийг шийдвэрлэх, хохирогчийг хамгаалах тогтолцоо сул байна.

Иймд, цахим технологи ашиглан эмэгтэй улстөрчдийг заналхийлэх арга хэлбэр, хор уршиг, хохирогчийг хамгаалах тогтолцоог цаашдаа нарийвчлан судалж, энэ төрлийн гэмт үйлдэлтэй үр дүнтэй тэмцэх хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах шаардлагатай байна. Үүнд, заналхийлэх гэмт хэрэгтэй нийлмэл байдлаар үйлдэгдэх гэмт хэргүүдийг, тухайлбал, нэр хүндэд халдах, хууль бусаар мөрдөж, мөшгих, хувь хүний нууцад халдах зэргийг шүүхээс хэрхэн шийдвэрлэснийг судлах хэрэгцээ байна. Эдгээр гэмт хэргийг цахим технологи ашиглан үйлдэж байгааг мөрдөн шалгах аргачлал боловсруулах, үе шаттай сургалт явуулах замаар цагдаагийн байгууллагын чадавхыг бэхжүүлэх, энэ төрлийн гэмт хэргийн хохирогчийг хамгаалах тогтолцоог сайжруулахад анхаарах шаардлагатай байна.

ДҮГНЭЛТ 6.

Зохион байгуулалттай цахим дайралтад хэвлэл мэдээллийнхэн, сэтгүүлчид оролцож байна.

Хэдийгээр нэр хүндтэй, мэргэжлийн, томоохон редакцуудын хүний эрх, жендэрийн мэдрэмж сүүлийн жилүүдэд сайжирч байгаа ч Монгол Улсад 400 орчим хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл үйл ажиллагаа явуулж байгаа учраас эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах, худал ташаа мэдээлэл тараах тохиолдол байсаар байна.

Ялангуяа сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд, эсвэл сэтгүүлчид өөрсдийн сошиал медиа сувгаар улстөрчдийн нэр хүндэд халдах, зохион байгуулалттайгаар сөрөг мэдээлэл тараах тохиолдол элбэг гарч байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Ингэхдээ сөрөг мэдээллийг эхлээд олон тооны мэдээллийн сайтаар нэгэн зэрэг тарааж, тэдгээр мэдээллийг тролл ботуудаар дамжуулан олон гишүүдтэй Фэйсбүүк группүүдэд байршуулах, хандалт ихтэй байгаа мэт харагдуулахын тулд хариу үйлдэл, сэтгэгдэл ихээр оруулах байдлаар зохион байгуулдгийг ярилцлагад оролцогчид хэлж байв. Мөн ийнхүү хандалт их авч байгаа зохион байгуулалттай дайралтын талаар бусад хэвлэл мэдээллээр гаргахдаа буруутгагдсан эмэгтэй улстөрчдийн байр суурь, хариу тайлбарыг авах тохиолдол бага байдгийг онцолж байсан юм. Олон нийт хэвлэл мэдээллийн хэрэслүүдийн найдвартай байдлыг таньж мэдэх чадваргүй, ялангуяа сэтгүүлчдийн мэдээлэлд итгэх нь их учраас улстөрчдийн

нэр хүндэд сөргөөр нөлөөлөх үр дагавартай байна. Нөгөө талаас, ХМЗ зөвхөн хэвлэмэл болон онлайн хэвлэл, радио, телевизийн болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн албан ёсны сошиал хуудсаар түгээгдсэн сэтгүүл зүйн бүтээлтэй холбоотой гомдлыг л хүлээж авч, хэлэлцдэг. Тиймээс зохион байгуулалттай дайралтад өөрсдийн нэрээр, олон нийтэд танигдсан сошиал сувгаараа хувь нэмэр оруулж байгаа сэтгүүлчид, эсвэл өөрсдийгөө сэтгүүлч хэмээн олон нийтэд ойлгуулж байгаа мэргэжлийн бус хүмүүсийн ёс зүйн алдааг зохицуулах өөрийн зохицуулалтын механизм одоогоор байхгүй, сул орон зай үлдэж байна.

Иймд, сэтгүүлч, сурвалжлагч сошиал медиа орчинд хэрхэн биеэ авч явах талаар зөвлөмжүүдийг хэрэгжүүлэхийг ХМЗ-ийн зүгээс уриалах, хариуцлагын тогтолцоо нэвтрүүлэх, сэтгүүлч өөрийн сошиал медиа сувгаар мэдээлэл цацахдаа ёс зүйн алдаа гаргасан бол гомдол гаргах боломжтой болгох шаардлагатай байна. Нөгөө талаас, дурын хүн вебсайт, сошиал медиа суваг нээгээд, өөрийгөө сэтгүүлч хэмээн олон нийтэд ойлгуулж, бусдын нэр хүндэд халдаж, сэтгүүл зүйд итгэх итгэлийг сулруулах боломжтой болсон энэ үед мэргэжлийн сэтгүүлчид, редакцууд ёс зүй, бодлого, үйл ажиллагаагаараа ялгарах хэрэгцээ улам нэмэгдэж байна.

ДУГНЭЛТ 7.

Хэвлэл мэдээллийн болон цахим дайралтад эмэгтэй улстөрчид үр ашигтай хариу үйлдэл үзүүлж чадахгүй байна.

Хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 55 хувь нь, цахим дайралт, заналхийлэлд өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн 74 хувь нь ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэлгүй зүгээр орхижээ. Ялалт байгуулж, олон нийтэд танигдах тусам хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралтыг хэвийн үзэгдэл, улстөрч болохын тулд төлөх нэг хэлбэрийн төлөөс гэж үзэх хандлага нэмэгдэж байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Түүнчлэн, албан ёсны механизмаар гомдол гаргаж, шийдвэрлүүлэх нь улстөрчийн нэр хүндээ сэргээх, үнэн бодит мэдээллийг олон нийтэд хүргэхэд тустай боловч хэвлэл мэдээллийн дайралтад өртсөн улстөрчдийн ердөө 21 хувь, цахим дайралт, заналхийллийн хувьд бүр бага буюу 17 хувь нь л гомдол гаргаж байжээ. Ихэнхдээ цагдаагийн байгууллагад гомдол гаргадаг бөгөөд энэ нь цаг хугацааны хувьд төвөгтэй ажил болохыг ГЯ-д оролцогчид тэмдэглэж байлаа. Хууль хяналтын байгууллагын ачаалал их, хэвлэл мэдээлэл, цахим орчинд үйлдэгдэж буй хэргийг хянан шийдвэрлэх нэгдсэн практик хомс учраас худал мэдээлэл, ялгаварлан гадуурхалтай холбоотой гэмт хэргийн

ач холбогдлыг мэдэхгүй, хэргийг хаах, хойшлуулах тохиолдол элбэг байдгийг ТМЯ-ын үр дүн харуулж байна. Үүний зэрэгцээ, ХЭҮК, эсвэл ХМЗ, баримт нягтлан шалгах төвүүд зэрэг нь гомдлыг шуурхай шийдвэрлэж өгөх боломжтой боловч үүнийг мэддэг, хэрэгжүүлж гомдол гаргадаг туршлага ховор байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Ийнхүү эмэгтэйчүүд албан ёсны механизмаар гомдол гаргахаас зайлсхийж, нэг бол сошиал медиа сувгаараа хэрүүл, маргаан хийх, гомдоллох, үгүй бол таг чиг ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэхгүй байгаагаас эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим дайралт улам бүр гаарч, тэдний өөрсдийн нэр хүнд төдийгүй олон нийтийн эмэгтэй улстөрчдөд итгэх итгэл, хүлээлтэд ч сөргөөр нөлөөлөх хандлагатай байна.

Иймд, хямралын үеийн мэдээлэл харилцааны төлөвлөгөө боловсруулах, бэлтгэлтэй байх, цахим дайралтад үр ашигтай хариу үйлдэл үзүүлэх, албан ёсны механизмаар гомдол гаргах тал дээр эмэгтэй улстөрчдийн мэдлэг, ойлголтыг сайжруулах шаардлагатай байна.

ДҮГНЭЛТ 8.

Хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сөрөг уур амьсгал эмэгтэй улстөрчдийг шантрахад хүргэж байна.

Хэвлэл мэдээллийн болон цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийн ихэнх нь сэтгэл санааны хямралд орсон, гэр бүл, ойр дотнын хүмүүсийнх нь зүгээс сэтгэлзүйн дарамт үүсэж, улс төрөөс холдохыг зөвлөсөн, мөн хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдээс зайлсхийх байдлаар, эсвэл социал медиа идэвхтэй ашиглахаа болих зэргээр үзэл бодлоо нээлттэй илэрхийлэхээс зайсхийж эхэлжээ.

Ялангуяа ялалт байгуулж байгаагүй, эсвэл залуу эмэгтэй улстөрчдийн хувьд сэтгэл санааны хямралд илүү ихээр өртөж, улстөрөөс зайлсхийх үр дагавар илүү элбэг ажиглагдаж байна. Нөгөө талаас, ялалт байгуулж, олон нийтэд танигдах тусам энэ нь улстөрч хүний хувьд байх ёстой асуудал хэмээн үзэж, ямар ч хариу үйлдэл үзүүлэхгүй байх хандлага давамгайлж байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Ийнхүү дайралтыг тэвчих хандлага түгээмэл байгаа ч эмэгтэй улстөрчдөд үзүүлж буй сэтгэл санааны хохирол бодитой байна. "Сэтгэл санаа яаж олигтой байх вэ дээ", "Урам хугарсан", "Шантарсан," зэргээр сэтгэл санааны хямралд орсноо илэрхийлэхээс гадна нойргүйдсэн, хоолны дуршил багассан, сөрөг бодолд ихээр автах болсон, өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж буурсан зэргээр илүү нарийн мэдээллийг ГЯ-д оролцогчид өгч байлаа. Энэ бүхнээс үүдэн өөрийгөө цензурдэх хэлбэр зөвхөн

үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийхээс гадна маш олон зүйл дээр илэрч байгааг судалгааны үр дүн харуулав. Тухайлбал, гэр бүл, үр хүүхдийнхээ зургийг олон нийтэд ил байлгахаас зайлсхийхээс эхлээд гоё чамин хувцаслахаас, хөөрхөн харагдахаас хүртэл айх, эмээх тохиолдол ч байна. Ийнхүү сэтгэл санааны хувьд дарамттай, айдас, түгшүүртэй байгаа ч гэсэн "улстөрч хүний хувьд байдаг л асуудал" гэсэн хандлагаар тэвчиж байгаа эмэгтэй улстөрчид энэ бүхэн гэр бүл, ойр дотны хүмүүст нь нөлөөлж байгааг хараад "Улстөрч байх хэрэг байна уу?" гэсэн асуулттай нүүр тулж байгаа юм.

Эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хэвлэл мэдээлэл, цахим орчны ялгаварлал, хүчирхийлэл байгааг хүлээн зөвшөөрөх нь асуудлыг системийн хувьд шийдвэрлэх зам руу хөтлөх эхний алхам билээ. Гэвч хэвлэл мэдээлэл, цахим дайралт, заналхийллийг улстөрч хүний хувьд байх ёстой асуудал хэмээн тэвчих, дуугүй байх соёл тогтсон нь улстөрч эмэгтэйчүүдийг нэг бол шантарч улстөрөөс холдох, үгүй бол сэтгэл санаагаар асар их хэмжээний хохирол амссан ч тэвчих хоёр туйлын нэг рүү шахаж байгааг судалгааны үр дүн харууллаа. Иймд, эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралт, ялгаварлал байгааг хүлээн зөвшөөрч, энэ асуудлыг шийдвэрлэхэд анхаарах зайлшгүй шаардлагатай байна.

НЭГДСЭН ЗӨВЛӨМЖ

Нэгдүгээрт, хэвлэл мэдээлэл болон нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах, ялгаварлан гадуурхах, сексист үг хэллэгээр доромжлох тохиолдол элбэг гарч байгааг хүлээн зөвшөөрч, энэ асуудлыг шийдвэрлэхэд оролцогч талууд болон олон нийтийн анхаарлыг хандуулах шаардлагатай байна.

Хоёрдугаарт, эмэгтэй улстөрчдөд чиглэсэн олон нийт, хэвлэл мэдээлэлтэй харилцах, социал медиа, хямралын үеийн мэдээлэл, харилцааны танхимын сургалтууд, чадавхжуулах хөтөлбөрийг хүртээмжтэй болгох хэрэгцээ байна. Эмэгтэй улстөрчид энэ чиглэлийн сургалт, зөвлөгөөнд идэвхтэй хамрагддаг, сурч мэдсэнээ хэрэгжүүлэхийг хичээдэг, мөн бусадтайгаа хуваалцах хандлагатай байгаа учраас энэ чиглэлийн сургалт, зөвлөх үйлчилгээг хүртээмжтэй болгох нь үр өгөөжтэй хөрөнгө оруулалт болох юм. Энэ хэрэгцээ шаардлага ялангуяа орон нутгийн эмэгтэй улстөрчдийн хувьд асар өндөр байна.

Гуравдугаарт, олон нийтийн хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжийг сайжруулах ажлын хүрээнд эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцооны ач холбогдлыг таниулах нь зүйтэй. Ялангуяа эмэгтэй улстөрчид нөлөө бүхий эрэгтэйчүүдийн тусламжтай гарч ирдэг гэсэн ойлголт, хандлагыг өөрчлөх тал дээр нөлөөллийн ажил хэрэгжүүлэх шаардлагатай байна. Үүнд, эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг жендэрт суурилсан дайралтыг контент анализын судалгаагаар

гүнзгийрүүлэн судлах, ийм дайралт ирэхэд ИНБ-ууд болон хэвлэл мэдээллийн зүгээс нягтлан шалгаж, үнэн зөв мэдээллийг олон нийтэд хүргэхэд хувь нэмэр оруулах боломжтой.

Дөрөвдүгээрт, олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн болон дижитал суурь боловсролыг сайжруулах замаар мэдээллийн үнэн бодит байдал, эх сурвалжийн найдвартай байдлыг нягтлан шалгадаг соёлыг төлөвшүүлэх хэрэгтэй. Цахим орчинд худал ташаа мэдээлэл, үзэн ядах үг хэллэгийг таньж мэдэх, тараахаас сэргийлэх мэдлэг олгох сургалт, нөлөөллийн ажлыг өргөжүүлэх шаардлагатай.

Тавдугаарт, эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах зорилгоор хэвлэл мэдээлэл болон цахим орчинд зохион байгуулалттайгаар худал мэдээлэл тараах, жендэрт суурилсан үзэн ядах үг хэллэгээр доромжлох, заналхийлэх тохиолдол элбэг байгаа ч үүнийг шийдвэрлэхэд шинэ хууль хэрэггүй гэж ТМЯ-д оролцогчид үзэж байна. Харин одоо байгаа зохицуулалт буюу Эрүүгийн хуулийн худал мэдээлэл тараах, ялгаварлан гадуурхах, заналхийлэх, мөрдөж мөшгих, хувийн нууцад халдах гэмт хэргийг эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг үйлдэхийг хуулийн дагуу шийдвэрлэж буй байдлыг судалж, хууль хэрэглээний нэгдмэл тайлбар, зөвлөмж боловсруулах, хууль сахиулагчдын чадавхыг нэмэгдүүлэхэд анхаарах шаардлагатай байна.

Эдгээр нэгдсэн зөвлөмжийн хүрээнд бодлого боловсруулагчид, улс төрийн намууд, хэвлэл мэдээлэл, иргэний нийгэм, олон улсын байгууллагууд зэрэг оролцогч талуудад чиглэсэн нарийвчилсан зөвлөмж боловсрууллаа. Үүнд:

БОДЛОГО БОЛОВСРУУЛАГЧИД, ЗАСГИЙН ГАЗАР

- Улс төрийн шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах. Үүнд:
 - Орон нутгийн сонгуулийн тогтолцоог УИХ-ын сонгуультай ижил буюу жендэрийн мэдрэмжтэй болгох хууль эрх зүйн орчин бүрдүүлэх.
 - Сонгуулийн сурталчилгааны хугацааг уртасгаж, тойргийн хэмжээг тогтоохдоо эмэгтэйчүүд болон шинэ, залуу улстөрчдөд өрсөлдөх ижил, тэгш боломж олгоход анхаарах.
 - Сонгуулийн зардлыг багасгах хуулийн хэрэгжилт, бүртгэл, хяналтын механизмыг сайжруулах.
 - Жендэрийн эрх тэгш байдлын тухай хуулийн хэрэгжилтийг хангах. Засгийн газар, сайд нар, яам, тамгын газруудын хэмжээнд шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог хуульд заасан хэмжээнд хүргэх. Үүнийг хэрэгжүүлэх хариуцлагын тогтолцоо нэвтрүүлэх.
 - Жендэрийн үндэсний хорооны хараат бус байдал, хяналт тавих чадамжийг нэмэгдүүлэх. Тус хороог татан буулгах санал, санаачилга гарч байгааг таслан зогсоох.
 - Улс төрийн намын тухай хуулийн хэрэгжилтийг хангахад анхаарах.
- Хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралттай холбоотой хууль эрх зүйн орчныг илүү гүнзгийрүүлэн судалж бодлогын зөвлөмж боловсруулан хэлэлцэх. Үг хэлэх, үзэл бодлоо илэрхийлэх, хэвлэн нийтлэх эрх чөлөөнд халдахгүйгээр эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүнд, эрхэм чанарыг хамгаалах эрх зүйн зохистой орчин болон хууль хэрэглээний практикийг судалж, хэрэгжүүлэхэд анхаарах.
- Худал мэдээлэл тараах, ялгаварлан гадуурхах, хувийн нууцад халдахтай холбоотойгоор хуулийн дагуу гомдол гаргах, гомдлыг шийдвэрлэх механизмыг сайжруулах, хууль хэрэглээний нэгдмэл байдал, тайлбар, зөвлөмж гаргах шаардлагатай. Улмаар, хуулийн байгууллагын ажилтнуудыг эдгээр гэмт хэргийг мөрдөн шалгах, шийдвэрлэх арга зүйн зөвлөмж, сургалт зэргээр чадавхжуулах.
- Цахим технологи ашиглан эмэгтэй улстөрчдийг заналхийлэх арга хэлбэр, хор уршиг, хохирогчийг хамгаалах тогтолцоог цаашдаа нарийвчлан судалж, энэ төрлийн гэмт үйлдэлтэй үр дүнтэй тэмцэх хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах шаардлагатай.
- Хэвлэлийн эрх чөлөө, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрхийг хязгаарлахгүйгээр мэдээллийн болон цахим орчинд иргэний нэн ялангуяа эмэгтэй улс төрчдийн нэр төр, халдашгүй эрхэм чанарыг хамгаалахдаа хэвлэл мэдээллийн сайн дурын өөрийн зохицуулалтын механизмыг үр дүнтэй хэрэглэж хэвших. Энэ чиглэлд үйл ажиллагаа явуулдаг ХМЗ зэрэг өөрийн зохицуулалтын байгууллагуудыг бэхжүүлэхэд бодлогын дэмжлэг үзүүлэх нь зүйтэй.
- Хууль сахиулах байгууллагын ажилтнуудад зориулсан жендэрийн, хэвлэл мэдээллийн сургалт хийх. Ялангуяа хуурамч мэдээлэл, хүйсээр илт ялгаварласан агуулгыг таньж мэдэх тал дээр чадавхжуулах шаардлагатай.

УЛС ТӨРИЙН НАМУУД

- Улс төрийн намууд үзэл баримтлал, бодлогоороо өрсөлддөг болох, үйл ажиллагаа болон санхүүгийн ил тод байдлыг хангаж ажиллах нь зүйтэй. Энэ хүрээнд Улс төрийн намын тухай хуулийн бүх заалтыг хойшлуулшгүйгээр, нэмэлт өөрчлөлт оруулалгүйгээр хэрэгжүүлэх шаардлагатай.
- Гишүүдээсээ эхлээд олон нийтэд улс төрийн суурь боловсрол олгоход анхаарах. Энэхүү үйл ажиллагаандаа жендэрийн хэвшмэл үзэл, өрөөсгөл хандлагыг өөрчлөх зорилготой агуулга нэвтрүүлэх.
- Улс төрийн намын тухай хуульд төрийн санхүүжилтийн 20-иос доошгүй хувийг эмэгтэй, ахмад, залуу, хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэд зэрэг нийгмийн бүлгүүдийн улс төрийн оролцоог дэмжих, сурган бэлтгэхэд зарцуулах тухай заасан. Үүнийг хэрэгжүүлэхдээ хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах, хямралын үеийн мэдээлэл харилцаа, социал медиа, цахим аюулгүй байдал, эрхээ хамгаалж зөрчлийг таслах зогсоохын тулд өөрийн зохицуулалтын механизмыг үр дүнтэй ашиглах нь зэрэг сэдвээр эмэгтэй улстөрчдөд чиглэсэн танхимын сургалтууд тогтмол хийх.
- Сонгуульд болон төрийн өндөр албан тушаалд нэр дэвшүүлэх, намын удирдлагын бүтцэд томилох үйл явцыг тодорхой, ил тод, хүртээмжтэй болгох замаар жендэрийн эрх тэгш байдлыг хангах. Намын шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих.
- Жендэрт суурилсан ялгаварлан гадуурхал, хүчирхийллээс ангид байж, урьдчилан сэргийлэх, гомдол, мэдээлэл хүлээн авах, шийдвэрлэх механизмыг улс төрийн намууд бүрдүүлэх шаардлагатай.

ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ

- Томоохон редакцууд бодлого, үйл ажиллагаа, санхүүгийн ил тод байдлыг хангаж ажиллах замаар олон нийтийн хэвлэл мэдээлэлд итгэх итгэлийг нэмэгдүүлэх, мэргэжлийн, ёс зүйтэй сэтгүүл зүйн жишиг тогтоох.
- Орлогын эх үүсвэрээ төрөлжүүлж, хэрэглэгчдээсээ төлбөр авдаг бизнесийн загвар нэвтрүүлэхэд анхаарах замаар редакцын хараат бус, бие даасан байдлыг хангах. Хэвлэл мэдээллийн ёс зүйн зарчимд заасанчлан далд сурталчилгааны аливаа хэлбэрээс татгалзаж, төлбөртэй нийтлэл, нэвтрүүлгийг тусгай тэмдэг, тэмдэглэгээгээр ялгах.
- Хэвлэл мэдээлэл төлөөллийн ардчиллын үнэт зүйлүүдийг хадгалж хамгаалах үүргээ эргэн санаж, ялангуяа сонгуулийн үед тэгш оролцоо, тэнцвэрт байдлыг хангахад анхаарах шаардлагатай.
- Хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжтэй байхад онцгой анхаарал хандуулах. Ялангуяа улс төрийн мэдээллийн агуулгад жендэрийн эрх тэгш байдлыг хангахад анхаарах замаар эмэгтэй улстөрчдийн үзэл бодол, байр суурийг олон нийтэд хүргэхэд хувь нэмэр оруулах нь зүйтэй. Энэ чиглэлээр редакцын хамт олныг сургалтад хамруулан чадавхжуулах, мөн ХМЗ-өөс гаргасан удирдамж, гарын авлагуудыг <https://www.mediacouncil.mn> цахим хуудаснаас татаж авч хэрэгжүүлэх боломжтой. Үүнд:

- [“Жендэрийн мэдрэмж, ёс зүйтэй сэтгүүл зүй”](#) редакцуудад зориулсан удирдамж;
 - [“Улс төрийн мэдээллийн агуулгад жендэрийн тэгш байдлыг хангах нь”](#) редакцуудад зориулсан удирдамж;
 - [“Сонгуулийг мэдрэмжтэй сурвалжлах нь”](#) гарын авлага.
- Олон нийтийн жендэрийн мэдрэмж, хэвлэл мэдээллийн болон сонгогчийн боловсролыг сайжруулахад чиглэсэн сэтгүүл зүйн бүтээлүүд гаргаж, төсөл, хөтөлбөр хэрэгжүүлэх. Энэ чиглэлээр ИНБ-ууд болон олон улсын байгууллагуудтай хамтран ажиллах замаар орлогын эх үүсвэрээ ч төрөлжүүлэх боломжтой.
 - Худал, ташаа мэдээлэлтэй тэмцэхэд онцгой анхаарал хандуулж, үнэн зөв мэдээллийг олон нийтэд хүргэх эрхэм дээд үүргээ биелүүлэх. Ялангуяа цахим орчинд эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах зорилготой зохион байгуулалттай худал, ташаа мэдээлэл тарахад тухайн мэдээллийг нягталж, буруутгагдсан этгээдэд хариу тайлбар өгөх боломж олгох ёс зүйн үүрэг, хариуцлагаа биелүүлэх нь зүйтэй.
 - Мэргэжлийн сэтгүүл зүйн үйл ажиллагаа явуулдаггүй хэрнээ “сэтгүүлч” нэрээр олон нийтийг төөрөгдүүлсэн мэдээлэл түгээдэг, эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд зорилготой, зохион байгуулалттайгаар халддаг хүмүүс олширч байна. Тиймээс мэргэжлийн редакцууд олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн суурь боловсролыг дэмжих контентууд гаргахад анхаарч, нөлөөллийн ажил өрнүүлэх хэрэгцээ байна. Үүнд, мэргэжлийн бус хүмүүсийн түгээсэн мэдээллийг нягтлан шалгаж, үнэн зөв мэдээллийг олон нийтэд хүргэхдээ мэргэжлийн сэтгүүл зүйн зарчим, арга барилыг таниулан сурталчлах боломжтой.
 - Хэвлэл мэдээллийн ёс зүйн зарчмыг албан ёсны сошиал медиа сувгаараа түгээж буй мэдээллийнхээ хүрээнд баримтлах. Редакц сэтгүүлчдийнхээ цахим орчинд биеэ авч явах байдлыг зохицуулж, өөрсдийн сошиал медиа сувгаар бусдын нэр хүндэд халдах, ялгаварлан гадуурхах, худал ташаа мэдээлэл тараах эрсдэлээс сэргийлэх. Энэ хүрээнд ХМЗ-өөс гаргасан [“Цахим орчинд хэвлэл мэдээллийн редакцын баримтлах бодлого”](#) зөвлөмжийг ашиглах боломжтой.

ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛИЙН ЗӨВЛӨЛ

- Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлийн гомдол хүлээн авах, барагдуулах үйл явцын үнэлгээ хийж, гомдлын шийдвэрийн хүртээмжтэй, үр нөлөөтэй байдлыг нэмэгдүүлэхэд анхаарах.
- Хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудад ёс зүйн зарчмыг таниулан сурталчлах редакцын уулзалтаа тогтмол хийж, цахим орчинд ёс зүйн зарчмыг баримтлахыг түлхүү мэдээлж сурталчлах.
- Хэвлэл мэдээллийн байгууллага, сэтгүүлчдийг мэргэжлийн хэм хэмжээг дагаж мөрдөхөд туслах ажлынхаа хүрээнд хүний эрх, жендэрийн мэдрэмжтэй сэтгүүл зүйг дэмжих ажлуудаа үргэлжүүлэн хийх. Үүнд:
 - Жендэрийн мэдрэмжтэй, ёс зүйтэй сэтгүүлч, редакторуудын “Мэдрэмжтэй мэдээлье” нэгдлийн үйл ажиллагааг идэвхжүүлэх.
 - Жендэрийн мэдрэмжтэй, ёс зүйтэй редакцуудыг дэмжих, сурталчлах “Редакцын буухиа” санаачилгаа үргэлжлүүлэх.

- Сэтгүүлчид өөрсдийн сошиал медиа сувгаар эмэгтэй улстөрчдийн нэр хүндэд халдах, худал ташаа мэдээлэл түгээхээс сэргийлэх зохицуулалт хийх тал дээр хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудыг уриалах. Цаашдаа ийм ёс зүйн зөрчил гарахад гомдол хүлээж авч, шийдвэрлэж эхлэхэд анхаарах шаардлагатай.
- Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлд хэрхэн гомдол гаргах тал дээр олон нийтийн

ойлголт, мэдлэгийг сайжруулахад анхаарах. Энэ хүрээнд эмэгтэй улстөрчдөд чиглэсэн танилцуулгыг хүртээмжтэй байдлаар хийх. Тухайлбал, УИХ-ын гишүүдийн зөвлөх, туслахуудад мэдээлэл хүргэх, Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээ болон улс төрийн намуудын дэргэдэх эмэгтэйчүүдийн байгууллагаар дамжуулан мэдээлэл өгөх боломжтой.

ОУБ, ИНБ-УУД

- Эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах, цахим орчинд аюулгүй байдлаа хангах ур чадварыг бэхжүүлэхэд дэмжлэг үзүүлэх. Энэ чиглэлээр сургалт, зөвлөмж зэрэг нөөц хэрэглэгдэхүүний бааз суурийг сайжруулахад хөрөнгө оруулах.
- Улстөрч эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийлэл, ялангуяа цахим дайралтын чиглэлээр илүү гүнзгийрүүлсэн судалгаа хийж, бодлогын зөвлөмж боловсруулах, энэ талаарх олон нийтийн ойлголтыг сайжруулахад анхаарах. Улстөрч эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийлэлтэй тэмцэх кампанит ажил өрнүүлэх.
- Улстөрч эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийлэлтэй тэмцэх тал дээр олон улсын сайн туршлагыг судалж, хууль эрх зүй, бодлогын шинэчлэл хийхэд дэмжлэг үзүүлэх.
- Олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн боловсрол, дижитал суурь боловсролыг дээшлүүлэхэд анхаарах, цахим орчинд мэдээллийг нягталж шалгадаг соёлыг түгээх. Ялангуяа хөдөө орон нутагт амьдардаг иргэд рүү чиглэсэн хуурамч мэдээллийн хор уршгийг таниулах ажил өрнүүлэх.
- Жендэрийн эрх тэгш байдлын талаарх олон нийтийн ойлголтыг сайжруулж, хэвшмэл ойлголтыг багасгах. Ялангуяа эмэгтэй улстөрчдийг нөлөө бүхий эрэгтэйчүүдтэй холбодог гажуудсан мэдээлэл, хэвшсэн үзлийн эсрэг олон нийтийн ойлголтыг сайжруулах хэрэгтэй. Үүнд хэвлэл мэдээлэл, иргэний нийгмийн байгууллагууд тухайн мэдээллийг нягталж, шалгадаг байх, үнэн зөв мэдээллийг олон нийтэд хүргэх тал дээр цахим дайралтад өртсөн эмэгтэй улстөрчдийг дэмжиж ажиллах боломжтой.

ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧИД

- Та улстөрч болохоор шийдсэн даруйдаа зорилгоо тодорхойлж, олон нийтэд танигдах дүр төрх, мессежээ боловсруулахад анхаараарай. Ийнхүү олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө гаргахдаа аль болох мэргэжлийн зөвлөгөө, үйлчилгээ авч, боломжгүй бол энэ чиглэлийн сургалтад хамрагдах, эсвэл ном, гарын авлага зэргээс мэдээлэл авна уу. “Шийдвэр гаргах түвшинд жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих нь” төслийн хүрээнд үүсгэсэн tentsuu.mn платформын цахим сургалт, гарын авлага зэргийг ашиглах боломжтой.
- Хувь хүн гэдгээрээ биш, улс төрийн бодлого, зорилгоороо олон нийтэд танигдахад илүүтэй анхаарах нь зүйтэй. Ялангуяа төгс эмэгтэйн дүрд баригдах нь таныг жендэрт суурилсан шүүмж, дайралтад илүү эмзэг болгохоос гадна хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэхэд ч хувь нэмрээ оруулна гэдгийг бодолцоорой.
- Хэвлэл мэдээллээр дамжуулж олон нийтэд танигдах нь сонгуульд нэр дэвших, ялалт байгуулахад нөлөөлөх хандлагатай байна. Иймд, хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчидтэй ойр харилцаатай байж, мэргэшсэн сэдвийнхээ хүрээнд хэвлэл мэдээллээр гарах боломжийг алдалгүй ашиглах хэрэгтэй.
- Хийж байгаа ажлаа чамлалгүй, заавал үр дүнд хүрсэн хойноо гэж хойш тавилгүй олон нийтэд мэдээлж байхад анхаарч байгаарай. Улс төрийн үзэл бодол, байр сууриа баримттайгаар илэрхийлж сурах нь чухал. Тодорхой сэдвийн хүрээнд ИНБ-уудтай ойр ажиллаж, зөвлөгөө, судалгааны тусламж авч байх боломжтой.
- Хэвлэл мэдээлэл, сошиал дайралт ирэхэд хэрэгжүүлэх хямралын үеийн менежмент хийх төлөвлөгөө гаргаж, бэлтгэлтэй байх хэрэгтэй. Ялангуяа УИХ-ын гишүүд цахим дайралтад илүү их өртөх магадлалтай учраас хямралын үеийн мэдээлэл харилцааны чиглэлээр зөвлөх, туслахуудаа чадавхжуулахад анхаарах нь чухал.
- Хэвлэл мэдээлэл болон цахим орчинд таны нэр хүндэд халдвал албан ёсны механизмаар гомдол гаргаж, нэр хүндээ сэргээхэд анхаарах хэрэгтэй. Үүнд:
 - Хэвлэл мэдээллээр таны нэр хүндэд халдах, жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрслэх, эсвэл хариу тайлбар хэлэх боломж олголгүйгээр буруутгавал Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлд гомдол гаргах нь асуудлыг хурдан шуурхай бөгөөд үнэ төлбөргүй шийдвэрлэхэд тусална. Сонин, сэтгүүл, ТВ, радио зэрэг уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс гадна мэдээллийн сайтууд, тэдгээрийн албан ёсны сошиал хуудсаар түгээсэн мэдээлэлд энэ нь хамаарна. ХМЗ-д гомдол гаргахдаа www.mediacouncil.mn сайтаар дамжуулан цахимаар гаргах, эсвэл 7000-0160 утсаар болон info@mediacouncil.mn хаягаар холбогдож мэдээлэл авах бүрэн боломжтой.
 - Хэрвээ цахим орчинд таны нэр хүндэд халдаж, тухайн мэдээллийн хандалт өндөр биш байвал олон нийтийн анхаарлыг татахгүйн тулд Фэйсбүүк, Х зэрэг тухайн мэдээллийг түгээсэн платформд гомдолгаргах(репортхийх), блоклох, өөрийн сошиал медиа сувгаар тухайн мэдээллийг баримттайгаар үгүйсгэх зэрэг үйлдэл хийж

болно. Хамгийн түрүүнд тухайн контентыг скрийншот хийж аван баримтжуулахаа мартуузай.

- Хандалт их байвал mfcc.mn, factcheck.mn гэсэн баримт нягтлан шалгах төвүүдэд хандаж, тухайн мэдээллийг шалгуулах хүсэлт гаргах боломжтой.
- Зохион байгуулалттайгаар таны нэр хүндэд халдах дайралтад өртвөл заавал хуулийн дагуу гомдол гаргаарай. Энэ нь цаг хугацаа шаардсан, төвөгтэй үйл явц байж болох ч зүгээр орхих нь таны

нэр хүндэд сөргөөр нөлөөлөөд зогсохгүй цаашдаа ийм үйлдлийг гааруулах хор уршигтайг анхаарна уу.

- Цахим заналхийлэлд өртвөл заавал баримтжуулж, хуулийн дагуу гомдол гаргаж байгаарай. Энэ нь Таны аюулгүй байдлыг хангахад нэн чухал болохоос гадна эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг цахим заналхийллийг баримтжуулах, судлах, гомдол гаргах болон шийдвэрлэх механизмыг сайжруулахад ч хувь нэмэр оруулах юм.

ЭХ СУРВАЛЖ

А. Англи хэлээр

Amnesty International India. (2020). Troll patrol India: Exposing online abuse faced by women politicians in India.

Andrich, A., Bachl, M., & Domahidi, E. (2023). Goodbye, gender stereotypes? Trait attributions to politicians in 11 years of news coverage. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 100(3), 473–497. <https://doi.org/10.1177/10776990221142248>

Bardall, G. (2013). Gender-specific election violence: The role of information and communication technologies. *Stability: International Journal of Security & Development*, 2(3), Article 60. <https://doi.org/10.5334/sta.cs>

CIM. (2017). Model Inter-American law on the prevention, punishment and eradication of violence against women in political life. Inter-American Commission of Women.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>

Global Media Monitoring Project. (2021). Global Media Monitoring Project 2020 report. https://whomakesthenews.org/wpcontent/uploads/2021/11/GMMP2020.ENG_FINAL.pdf

Harmer, E. (2021). Women, media, and elections. Policy Press.

Hermans, L., & Vergeer, M. (2012). Personalization in e-campaigning: A cross-national comparison of personalization strategies used on candidate websites of 17 countries in EP elections 2009. *New Media & Society*, 15(1), 72–92. <https://doi.org/10.1177/1461444812457333>

International Foundation for Electoral Systems. (2016). Violence against women in elections: A framework for assessment, monitoring, and response.

Inter-Parliamentary Union. (2016). Sexism, harassment and violence against women parliamentarians.

Josefson, C., Erikson, J., & Håkansson, S. (2021). Three dimensions of gendered online abuse: Analyzing Swedish MPs' experiences of social media.

Kahn, K. F. (1994). The distorted mirror: Press coverage of women candidates for statewide office. *The Journal of Politics*, 56(1),

154–173. <https://doi.org/10.2307/2132350>

Kahn, K. F., & Goldenberg, E. N. (1991). Women candidates in the news: An examination of gender differences in U.S. Senate campaign coverage. *Public Opinion Quarterly*, 55(2), 180–199. <https://doi.org/10.1086/269251>

Kiousis, S., & McCombs, M. (2004). Agenda-setting effects and attitude strength: Political Visualizations during the 1996 presidential election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 36–57.

Kittilson, M. C., & Fridkin, K. (2008). Gender, candidate portrayals and election campaigns: A comparative perspective. *Politics & Gender*, 4(3), 371–392. <https://doi.org/10.1017/S1743923X08000330>

Krook, M. L. (2017). Violence against women in politics. *Journal of Democracy*, 28(1), 74–88.

Krook, M. L. (2020). *Violence against women in politics*. Oxford University Press.

Macharia, S., et al. (2025). Who makes the news? Global media monitoring project 2025. World Association for Christian Communication.

National Democratic Institute. (2016). *Not the cost: Stopping violence against women in politics*.

National Democratic Institute. (2019). *Tweets that chill: Analyzing online violence against women in politics*.

National Democratic Institute. (2021). *#NotTheCost: Stopping violence against women in politics, a renewed call to action*.

Oates, S., Gurevich, O., Walker, C., & Di Meco, L. (2020). Running while female: Using AI to track how Twitter commentary disadvantages women in the 2020 U.S. primaries. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3444200>

Ong, J., Moiden, A. H., & Yacob, K. (2022). The importance of communication in political campaign. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12), 1022–1030. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i12/15849>

Ross, K. (2017). *Gender, politics, news: A game of three sides*.

Wiley Blackwell.

Ross, K., Jansen, M., & Bürger, T. (2020). The media world versus the real world of women and political representation: Questioning differences and struggling for answers. <https://doi.org/10.48335/9789188855329-6>

Tuchman, G. (1978). *Hearth and home*. Oxford University Press.

UN Women. (2019). *Data and violence against women in politics*.

UN Women. (2021). Preventing violence against women in politics: Guidance note. <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2021/07/guidance-note-preventing-violence-against-women-in-politics>

USAID, & International Foundation for Electoral Systems. (2019). *Violence against women in elections online: A social media analysis tool*.

Van Der Pas, D. J., & Aldering, L. (2020). Gender differences in political media coverage: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114–143. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>

Ward, S. J., & McLoughlin, L. (2020). *Turds, traitors and tossers: The abuse of UK MPs via Twitter*.

Б. Монгол хэлээр

Глоб Интернэшнл Төв. (2011). Эмэгтэй улс төрч, эмэгтэй нэр дэвшигчдийн талаар ХМХ-ээр мэдээлсэн нь: Хэвлэл мэдээллийн мониторинг. Улаанбаатар.

Д.Мөнхчимэг, Ц.Чимэддондог, & Фридрих Эбертийн Сан (ФЭС). (2018). *Цахим сайтууд дахь үзэн ядах үг хэллэг*. Улаанбаатар.

Олон Улсын Сонгуулийн Ажиглагчдын Хэсэг (ОУСАХ). (2024). *Монгол Улс - Парламентын сонгууль, 2024.06.28, урьдчилсан дүгнэлт (х.15)*. Улаанбаатар.

Оптималь Эн Макс. (2024). *Цахим орчин дахь хуурамч мэдээллийн тархалт болон нөлөөлөгч хүчин зүйлсийн судалгаа*. Улаанбаатар.

С.Түмэндэлгэр, Л.Болормаа, Б.Энхчимэг, & Э.Бямбадорж. (2024). *Шийдвэр гаргах түвшин дэх эмэгтэйчүүдийн оролцооны талаарх олон нийтийн төсөөллийн судалгаа – II*. Улаанбаатар.

Хэвлэлийн хүрээлэн. (2012). Тогтмол хэвлэлд 2000, 2008 онд нийтлэгдсэн эмэгтэй улс төрчдийн талаарх нийтлэлийн харьцуулсан судалгаа. Улаанбаатар.

Хэвлэлийн хүрээлэн. (2025). Монголын хэвлэл мэдээлэл өнөөдөр. Улаанбаатар.

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл. (2020). Цахим орчинд хэвлэл мэдээллийн редакцын баримтлах бодлого, редактор, сурвалжлагчдад зориулсан зөвлөмж. Улаанбаатар.

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл. (2021). Жендэрийн мэдрэмж, ёс зүйтэй сэтгүүл зүй: Редакцуудад зориулсан удирдамж. Улаанбаатар.

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл. (2021). Хэвлэл мэдээлэлд шийдвэр гаргах түвшний эмэгтэйчүүдийг хэрхэн тусгаж, дүрсэлж байна вэ? (Дотоод хэрэгцээнд зориулсан суурь судалгаа). Улаанбаатар.

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл. (2021). Улс төрийн мэдээллийн агуулгад жендэрийн тэгш байдлыг хангах нь: Редакцуудад зориулсан удирдамж. Улаанбаатар.

Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл. (2024). 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгааны үеэр хэвлэл мэдээллийн агуулгад хийсэн мониторингийн судалгаа. Улаанбаатар.

Хүний эрхийн үндэсний комисс (ХЭҮК). (2022). Монгол Улс дахь хүний эрх, эрх чөлөөний байдлын талаарх 21 дэх илтгэл. Улаанбаатар.

Хүний эрхийн үндэсний комисс (ХЭҮК). (2025). Монгол Улс дахь хүний эрх, эрх чөлөөний байдлын талаарх 24 дэх илтгэл. Улаанбаатар.

ХЭҮК, & Монголын Эмэгтэйчүүдийн Холбоо (МЭХ). (2022). Шийдвэр гаргах түвшин дэх жендэрийн чанарын түвшинг тодорхойлох судалгааны тайлан. Улаанбаатар.

ХЭҮК, & Хүний эрх хамгаалагч хүчирхэг залуус ТББ. (2024). МУИХ-ын 2024 оны сонгуулийн үйл ажиллагаанд олон нийтийн сүлжээний платформ ашиглаж байгаа байдалд хийсэн мониторинг. Улаанбаатар.

Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээ. (2021). Улс төр дэх эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийллийн судалгаа. Улаанбаатар.

ХАВСРАЛТ

ХАВСРАЛТ 1. Санал асуулгын хуудас

“ЭМЭГТЭЙ УЛСТӨРЧДИЙН ДУУ ХООЛОЙ: ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ, НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ НӨЛӨӨ”

сэдэвт судалгаа

Энэхүү судалгааг эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгарч буй саад бэрхшээлүүд, тэдгээрийг шийдвэрлэх арга замыг тодорхойлох зорилгоор Хэвлэл мэдээллийн зөвлөл НҮТББ-аас Эмэгтэйчүүдийн манлайллын сүлжээтэй хамтран гүйцэтгэж байна.

Та сүүлийн таван жилийн хугацаанд УИХ-ын болон орон нутгийн сонгуульд нэр дэвшиж байсан бол уг санал асуулгад оролцохыг хичээнгүйлэн хүсье. Асуулгаар авсан мэдээллийн нууцыг Монгол Улсын Хувь хүний нууцын тухай хууль болон Статистикийн тухай хуулийн дагуу чандлан хадгалж, зөвхөн судалгаа, шинжилгээний зорилгоор ашиглах болно.

Энэхүү санал асуулга 48 асуулттай, хариулахад дунджаар 25 минут зарцуулах болно.

Таны санал, туршлага эмэгтэй улстөрчдийн өмнө тулгардаг саад бэрхшээлийг багасгах, хэвлэл мэдээлэл, цахим орчин дахь дайралт, халдлагатай үр дүнтэй тэмцэх чиглэлээр оролцогч талуудад зориулсан бодлогын зөвлөмж гаргахад үнэтэй хувь нэмэр оруулах болно.

НЭГДҮГЭЭР ХЭСЭГ. ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

1. Таны нас? 1.18-35 2.36-55 3. 56+
2. Таны намын харъяалал?
 1. АН
 2. ИЗНН
 3. МАН
 4. Үндэсний эвсэл
 5. ХҮН
 6. Бусад нам
 7. Нам бус
3. Та ямар сонгуульд нэр дэвшсэн бэ? (Олон сонголттой)
 1. 2020 оны УИХ
 2. 2020 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ
 3. 2020 оны Сум, дүүргийн ИТХ
 4. 2024 оны УИХ
 5. 2024 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ
 6. 2024 оны Сум, дүүргийн ИТХ

4. **Та нийт хэдэн удаа нэр дэвшиж байсан бэ?**
1. Нэг удаа
 2. 2-3 удаа
 3. 3-аас дээш удаа
5. **Та хэдэн удаа сонгуульд ялсан бэ?**
1. Ялалт байгуулж байгаагүй
 2. Нэг удаа
 3. 2-3 удаа
 4. 3-аас дээш удаа
6. **Та олон нийттэй харилцах стратеги төлөвлөгөө боловсруулж байсан уу?**
1. Тийм
 2. Үгүй
 3. Хэлж мэдэхгүй байна
7. **Та хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах мэдлэг, чадвараа хэрхэн дээшлүүлж байсан бэ? (Олон сонголттой асуулт тул гурав хүртэлх хариулт сонгоно уу)**
1. Надад хэвлэл мэдээлэл/олон нийттэй харилцах зөвлөх/туслах байдаг
 2. Би энэ чиглэлээр мэргэжлийн хүнээс зөвлөгөө авч байсан
 3. Би энэ чиглэлээр сургалтад хамрагдаж байсан
 4. Ном, гарын авлага, вебсайтаас мэдээлэл авч байсан
 5. Би энэ тал дээр тодорхой мэдлэггүй байгаа
 6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):
8. **Таны хувьд мэдээлэл харилцааны дараах сувгийн аль нь хамгийн үр ашигтай байдаг вэ?**
1. Хэвлэл мэдээлэл (ТВ, радио, сонин, сэтгүүл, цахим мэдээллийн сайт)
 2. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээ (Фэйсбүүк, Х, Инстаграм)
 3. Олон нийтийг оролцуулсан үйл ажиллагаанд илтгэл, танилцуулга хийх
 4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):
9. **Таны хувьд олон нийттэй харилцахад хамгийн бэрхшээлтэй зүйл юу байдаг вэ?**
1. Олон нийт, сонгогчдын жендэрийн хэвшмэл ойлголт
 2. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр ирдэг дайралт
 3. Хэвлэл мэдээллийн үл тоомсорлол
 4. Хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийн жендэрийн хэвшмэл ойлголт
 5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

ХОЁРДУГААР ХЭСЭГ. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ (ТВ, РАДИО, СОНИН, СЭТГҮҮЛ, ЦАХИМ МЭДЭЭЛЛИЙН САЙТ)

10. **Хэвлэл мэдээлэлээр эмэгтэй улстөрчдийг эрэгтэйчүүдтэй харьцуулахад хавьгүй цөөн гаргадаг. Таны бодлоор үүнд юу нөлөөлдөг вэ? (Олон сонголттой асуулт тул гурав хүртэлх хариулт сонгоно уу)**

1. Хэвлэл мэдээллээр ихэвчлэн удирдлагын түвшинд байгаа, олонд танигдсан эрэгтэй улстөрчдийг гаргадаг учраас эмэгтэй улстөрчдөд боломж олддоггүй
2. Хэвлэл мэдээллээр төлбөртэй контент их гаргадаг, эмэгтэй улстөрчдөд хэвлэл мэдээлэлд сурталчилгааны мөнгө төлөх санхүүгийн боломж хомс байдаг
3. Сэтгүүлчид эрэгтэй улстөрчдөөс яриа авахыг илүүд үздэг. Нэг үйл ажиллагаан дээр ижил албан тушаалтай эрэгтэй, эмэгтэй улстөрч байлаа гэж үзэхэд сэтгүүлч эрэгтэйгээс нь яриа авдаг
4. Эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчидтэй харилцах чадвар, туршлага хуримтлуулж амжаагүй байгаа
5. Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийг сөргөөр гаргах нь элбэг байдаг учраас сэтгүүлчидтэй ярилцахаас зайлсхийдэг
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

11. Та хэвлэл мэдээлэлд ярилцлага, мэдээлэл өгч байсан уу?

1. Тийм, ярилцлага элбэг өгдөг
2. Тийм, хэд хэдэн удаа өгч байсан
3. Тийм, нэг удаа өгч байсан
4. Үгүй, огт өгч байгаагүй
5. Хэлж мэдэхгүй байна

12. Сүүлийн таван жилийн хугацаанд Таныг хэвлэл мэдээллээр жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрсэлж, гаргасан тохиолдол хэр элбэг байсан бэ?

1. Байхгүй (Хэрэв байхгүй бол 13-р асуултыг алгасна уу)
2. 1 удаа
3. 2-4 удаа
4. 5-9 удаа
5. 10-аас дээш удаа

13. Хэрэв Таныг жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг дэвэргэх байдлаар дүрсэлсэн бол ямар хандлага гаргаж байсан бэ? (Олон сонголттой асуулт тул дөрөв хүртэлх хариулт сонгоно уу)

1. Миний гадаад төрх, хувцаслалтад хэт их анхаарсан
2. Гэр бүл, хувийн амьдралд илүүтэй анхаарч гаргасан
3. Нөлөө бүхий эрэгтэй хүнд хамаатуулах байдлаар дүрсэлсэн (тэрний охин/эхнэр/нууц амраг г.м.)
4. Намайг улстөрч байх чадваргүй мэтээр харуулсан
5. Хүүхэд, эмэгтэйчүүдтэй холбоотой асуудал дээр хангалттай ажиллаагүй гэж шүүмжилсэн
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

14. Сүүлийн таван жилийн хугацаанд сэтгүүлч, хэвлэл мэдээллийн зүгээс таны нэр хүндэд халдах тохиолдол хэр элбэг гарсан бэ?

1. Нэр хүндэд халдаж байгаагүй (Хэрэв байхгүй бол 15-21-р асуултыг алгасна уу)

2. 1 удаа
 3. 2-4 удаа
 4. 5-9 удаа
 5. 10-аас дээш удаа
 6. Хэлж мэдэхгүй байна
- 15. Хэрэв тийм тохиолдол гарсан бол таны нэр хүндэд хэрхэн халдаж байсан бэ? (Олон сонголттой)**
1. Гүтгэсэн
 2. Доромжилсон
 3. Худал, ташаа мэдээлэл тараасан
 4. Хүйсээр илт ялгаварлан гадуурхсан
 5. Хувийн нууцад халдсан
 6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):
- 16. Таны нэр хүндэд хамгийн ихээр халдсан гурав хүртэлх хэвлэл мэдээллийн байгууллагыг нэрлэнэ үү (Жагсааж бичих):**
- 17. Хэвлэл мэдээллийн зүгээс таны нэр хүндэд халдахад та ямар хариу үйлдэл үзүүлж байсан бэ? (Олон сонголттой асуулт тул дөрөв хүртэлх хариулт сонгоно уу)**
1. Нэр төрөө сэргээлгэхээр гомдол гаргаж байсан
 2. Хэвлэлийн хурал хийсэн
 3. Өөр хэвлэлд ярилцлага өгсөн
 4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сувгуудаараа дамжуулж хариу тайлбар, мэдээлэл гаргасан
 5. Ямар ч үйлдэл хийгээгүй
 6. Санахгүй байна
 7. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):
- 18. Хэрэв гомдол гаргаж байсан бол хаана хандаж байсан бэ? (Олон сонголттой)**
1. Цагдаагийн байгууллагад
 2. Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлд
 3. Тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллагад
 4. Хүний эрхийн үндэсний комисст
 5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):
- 19. Таны гомдлыг хэрхэн шийдвэрлэж байсан бэ? (Олон сонголттой)**
1. Хуулийн дагуу гомдлоо шийдвэрлүүлсэн
 2. Хуулийн байгууллагаар гомдлоо эцэслэн шийдвэрлүүлж чадаагүй
 3. Өөрөө гомдлоо татсан
 4. Тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллага залруулга гаргасан/уучлал гуйсан
 5. Тухайн хэвлэл мэдээллийн байгууллага ёс зүйн зарчим зөрчсөнийг Хэвлэл мэдээллийн зөвлөлөөс тогтоосон
 6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

20. Хэрэв гомдол гаргаагүй бол яагаад?

1. Гомдол гаргавал илүү их дайрна гэж бодсон
2. Цаг хугацаа их орох учраас зайлсхийсэн
3. Байнга дайралт ирдэг болохоор тоодоггүй
4. Хаана гомдол гаргахаа мэдээгүй
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

21. Хэвлэл мэдээллийн дайралт танд хэрхэн нөлөөлж, ямар үр дагаварт хүргэсэн бэ? (Олон сонголттой асуулт тул гурав хүртэлх хариулт сонгоно уу)

1. Улс төрийн нэр хүнд унасан
2. Гэр бүл, ойр дотны хүмүүс эмзэглэж, улс төрөөс холдохыг зөвлөсөн
3. Сэтгэл санааны хямралд орсон
4. Хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдээс зайлсхийдэг болсон
5. Зарим сэдвээр үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийж эхэлсэн
6. Улс төрд идэвхтэй оролцохоос шантарч эхэлсэн
7. Улстөрч хүний хувьд энэ байдаг л асуудал гэж үзээд илүү тэсвэртэй болсон
8. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

22. Та сүүлийн дөрвөн жилийн хугацаанд мэргэжлийн сэтгүүлч, хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд илүү жөндөрийн мэдрэмжтэй болсон гэж үздэг үү?

1. Тийм
2. Үгүй
3. Хэлж мэдэхгүй байна

23. Таны бодлоор сүүлийн дөрвөн жилд эмэгтэйчүүдийн улс төрийн оролцоотой холбоотой асуудал, чухал үйл явдлуудыг хэвлэл мэдээллээр гаргах нь нэмэгдэж байгаа юу?

1. Тийм, хангалттай гаргадаг болсон
2. Тийм, нэмэгдэж байгаа ч хангалттай биш байна
3. Үгүй, энэ асуудлыг анхаарахгүй хэвээр байгаа
4. Хэлж мэдэхгүй байна

ГУРАВДУГААР ХЭСЭГ: НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭЭ, ЦАХИМ ДАЙРАЛТ

24. Та улстөрчийн хувьд олон нийттэй харилцахдаа нийгмийн мэдээллийн сүлжээний аль сувгийг идэвхтэй ашигладаг вэ? (Олон сонголттой асуулт тул хоёр хүртэлх хариулт сонгоно уу)

1. Фэйсбүүк
2. X
3. Инстаграм
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

25. Та нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд хэр давтамжтай пост хийдэг вэ?

1. Өдөр бүр
2. Долоо хоног бүр
3. Сар бүр
4. Улирал бүр
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

26. Та сүүлийн таван жилийн хугацаанд цахим дайралтад хэр элбэг өртөж байсан бэ?

1. Өртөж байгаагүй (Хэрэв өртөж байгаагүй бол 27-29-р асуултыг алгасна уу)
2. 1 удаа
3. 2-4 удаа
4. 5-9 удаа
5. 10-аас дээш удаа
6. Хэлж мэдэхгүй байна

27. Цахим дайралтад өртсөн сувгийг сонгоно уу (Олон сонголттой)

1. Фэйсбүүк пост
2. Фэйсбүүк чат
3. Х жиргээ
4. Х чат
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

28. Цахим дайралтын төрлийг сонгоно уу (Олон сонголттой).

1. Нэр төр гутаах
2. Гүтгэх
3. Доромжлох
4. Үзэн ядах үг хэллэг ашиглах
5. Хүйсээр илт ялгаварлан гадуурхах (сексист) дайралт
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

29. Цахим дайралт хэнээс ирсэн бэ? (Олон сонголттой асуулт учир дөрөв хүртэлх хариулт сонгоно уу)

1. Бусад улстөрч
2. Бизнесийн нөлөө бүхий хүн
3. Урлаг, соёлын олны танил хүн
4. Сэтгүүлч
5. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний инфлүнсэр
6. Энгийн иргэн/иргэд
7. Тролл ботууд
8. Хэн гэдгийг нь тодорхой хэлж мэдэхгүй
9. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

30. Та сүүлийн таван жилд цахим заналхийлэлд хэр элбэг өртөж байсан бэ?

1. Өртөж байгаагүй (Хэрэв өртөж байгаагүй бол 31-33-р асуултыг алгасна уу)
2. 1 удаа
3. 2-4 удаа
4. 5-9 удаа
5. 10-аас дээш удаа
6. Хэлж мэдэхгүй байна

31. Цахим заналхийлэлд өртсөн сувгийг сонгоно уу (Олон сонголттой).

1. Фэйсбүүк пост
2. Фэйсбүүк чат
3. Х жиргээ
4. Х чат
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

32. Цахим заналхийллийн төрлийг сонгоно уу (Олон сонголттой).

1. Амь насанд халдах заналхийлэл
2. Бие махбодид халдах заналхийлэл
3. Бэлгийн хүчирхийллийн заналхийлэл
4. Гэр бүлийн аюулгүй байдалд халдах заналхийлэл
5. Нэр төрд халдах заналхийлэл
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

33. Цахим заналхийлэл хэнээс ирсэн бэ (Олон сонголттой)?

1. Бусад улстөрч
2. Бизнесийн нөлөө бүхий хүн
3. Урлаг, соёлын олны танил хүн
4. Сэтгүүлч
5. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний инфлүнсэр
6. Энгийн иргэн/иргэд
7. Тролл ботууд
8. Хэн гэдгийг нь тодорхой хэлж мэдэхгүй
9. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

34. Та сүүлийн таван жилд жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж авч байсан уу?

1. Авч байгаагүй (Хэрэв авч байгаагүй бол 35-37-р асуултыг алгасна уу)
2. 1 удаа
3. 2-4 удаа
4. 5-9 удаа
5. 10-аас дээш удаа
6. Хэлж мэдэхгүй байна

35. Жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж ирсэн сувгийг сонгоно уу (Олон сонголттой).

1. Фэйсбүүк пост
2. Фэйсбүүк чат
3. Х жиргээ
4. Х чат
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

36. Танд ямар төрлийн жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж ирж байсан бэ? (Олон сонголттой).

1. Сексист үг хэллэг ашигласан (авгай, охин, биеэ үнэлэгч г.м.)
2. Бие галбир, хувцаслалт, биеэ авч явах байдалтай холбоотой шүүмжлэл ирсэн
3. Квотын ачаар л гарч ирсэн, улстөрч байх мэдлэг, чадваргүй мэт хандсан
4. Садар самуун, бэлгийн сэдэлтэй сэтгэгдэл, мессеж ирсэн
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

37. Жендэрт суурилсан сэтгэгдэл, мессеж хэнээс ирж байсан бэ?

1. Бусад улстөрч
2. Бизнесийн нөлөө бүхий хүн
3. Урлаг, соёлын олны танил хүн
4. Сэтгүүлч
5. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний инфлүнсэр
6. Энгийн иргэн/иргэд
7. Тролл ботууд
8. Хэн гэдгийг нь тодорхой хэлж мэдэхгүй
9. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

38. Та цахим дайралт, заналхийллийг баримтжуулж авсан уу?

1. Тийм
2. Үгүй
3. Санахгүй/ Мэдэхгүй байна

39. Та цахим дайралт, заналхийлэлд өртөхдөө ямар хариу үйлдэл үзүүлж байсан бэ? (Олон сонголттой)

1. Зөрчлийг шийдвэрлүүлэхээр гомдол гаргасан
2. Хэвлэлийн хурал хийсэн
3. Хэвлэлд ярилцлага өгсөн
4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний пэйж дээрээ тайлбар пост хийсэн
5. Зүгээр орхисон
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

40. Хэрэв цахим дайралт, заналхийлэлд өртсөн талаараа гомдол гаргаж байсан бол хаана хандсан бэ? (Олон сонголттой)

1. Цагдаагийн байгууллагад
2. Халдлага хийсэн хүн, бүлэг хүнд өөрт нь
3. Тухайн мэдээллийг тараасан суваг болон нийгмийн мэдээллийн сүлжээний компанид (Фэйсбүүк, Х гэх мэт.)
4. Баримт нягтлан шалгах төвүүдэд (mfcc.mn, factcheck.mn)
5. Хэвлэл мэдээллийн байгууллагад
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

41. Таны гомдлыг хэрхэн шийдвэрлэж байсан бэ? (Олон сонголттой)

1. Хуулийн дагуу гомдлоо шийдвэрлүүлсэн
2. Хуулийн байгууллагаар гомдлоо эцэслэн шийдвэрлүүлж чадаагүй
3. Өөрөө гомдлоо татсан
4. Цахим дайралт, заналхийлэл хийсэн хүн залруулга гаргасан/уучлал гуйсан
5. Хэвлэл мэдээлэл/баримт нягтлан шалгах төв мэдээллийг нягталж, худал болохыг баталгаажуулсан
6. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

42. Хэрэв гомдол гаргаагүй бол яагаад?

1. Гомдол гаргавал илүү их дайрна гэж бодсон
2. Цаг хугацаа их орох учраас зайлсхийсэн
3. Байнга дайралт ирдэг болохоор тоодоггүй
4. Хаана гомдол гаргахаа мэдээгүй
5. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

43. Танд ирсэн цахим дайралт, заналхийлэл ямар үр дагаварт хүргэсэн бэ? (Олон сонголттой асуулт тул гурав хүртэлх хариулт сонгоно уу)

1. Улс төрийн нэр хүнд унасан
2. Гэр бүл, ойр дотны хүмүүс эмзэглэж, улс төрөөс холдохыг зөвлөсөн
3. Сэтгэл санааны хямралд орсон
4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд идэвхтэй байхаас зайлсхийдэг болсон
5. Зарим сэдвээр үзэл бодлоо илэрхийлэхээс зайлсхийж эхэлсэн
6. Улс төрд идэвхтэй оролцохоос шантарч эхэлсэн
7. Улстөрч хүний хувьд энэ байдаг л асуудал гэж үзээд илүү тэсвэртэй болсон
8. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

ДӨРӨВДҮГЭЭР ХЭСЭГ. ЗӨВЛӨМЖ БА ЦААШДЫН АЛХМУУД

Эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгардаг саад бэрхшээлийг арилгах тал дээр дараах оролцогч талууд юу хийх шаардлагатай байна вэ?

44. УИХ, Засгийн газрын зүгээс:

1. Улс төрийн шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах

2. Хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралттай холбоотой хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах
3. Хэвлэл мэдээлэл болон цахим дайралттай холбоотой гомдол гаргах, гомдлыг шийдвэрлэх зохицуулалтыг сайжруулах
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

45. Улс төрийн намуудын зүгээс:

1. Намын шийдвэр гаргах түвшинд эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих
2. Хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах, цахим аюулгүй байдлын чиглэлээр эмэгтэйчүүдэд чиглэсэн чадавхжуулах хөтөлбөр хэрэгжүүлэх
3. Эмэгтэй улстөрчдийн эсрэг хүчирхийллийг таслан зогсоох бодлого, үйл ажиллагаа хэрэгжүүлэх
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

46. Жендэрийн эрх тэгш байдлыг дэмжих чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг ИНБ-уудын зүгээс:

1. Энэ чиглэлээр судалгаа хийж, бодлогын зөвлөмж боловсруулах
2. Эмэгтэйчүүдэд зориулсан улс төрийн мэдээлэл харилцаа, олон нийттэй харилцах, цахим аюулгүй байдлын сургалт, хөтөлбөр хэрэгжүүлэх
3. Улс төр дэх эмэгтэйчүүдийн эсрэг хүчирхийлэлтэй тэмцэх кампанит ажил өрнүүлэх
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

47. Хэвлэл мэдээлэл болон хэвлэл мэдээллийн салбарт үйл ажиллагаа явуулдаг ИНБ-уудын зүгээс:

1. Олон нийтийн жендэрийн мэдрэмж, хэвлэл мэдээллийн болон сонгогчийн боловсролыг сайжруулахад анхаарах
2. Хэвлэл мэдээллээр эмэгтэй улстөрчдийн үзэл бодол, байр суурийг гаргах нөхцөл бүрдүүлэх
3. Худал/ташаа мэдээлэлтэй тэмцэхэд чиглэсэн баримт нягтлан шалгах чадавх, нөөцийг нэмэгдүүлэх
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

48. Олон улсын байгууллагуудын зүгээс:

1. Олон улсын сайн туршлагыг судалж, хууль эрх зүй, бодлогын шинэчлэл хийхэд дэмжлэг үзүүлэх
2. Эмэгтэй улстөрчдийн хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах, цахим орчинд аюулгүй байдлаа хангах ур чадварыг бэхжүүлэхэд дэмжлэг үзүүлэх
3. Хэвлэл мэдээлэл, олон нийтийн жендэрийн мэдрэмжтэй байдал, сонгогчийн боловсролыг дээшлүүлэхэд дэмжлэг үзүүлэх
4. Бусад (Тодорхойлж бичнэ үү):

Цаг гарган үнэтэй саналаа өгсөн Танд баярлалаа!

ХАВСРАЛТ 2.

ЯРИЛЦЛАГЫН УДИРДАМЖ

СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Энэхүү судалгаа нь эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн мэдээллийн сүлжээ ашиглан олон нийттэй харилцахад тулгарч буй саад бэрхшээлүүд, тэдгээрийг шийдвэрлэх арга замыг тодорхойлох зорилготой. Судалгааны хүрээнд эмэгтэй улстөрчид хэвлэл мэдээлэл, цахим орчинд хэвшмэл ойлголт, дайралт, заналхийлэлд хэр элбэг өртөж байгаа, тэр бүхэнд хэрхэн хариу үйлдэл үзүүлж, ямар үр дагаварт хүрч байгааг тодорхойлж, саад бэрхшээлийг арилгахад чиглэсэн үр дүнтэй зөвлөмж боловсруулна.

ЯРИЛЦЛАГЫН ФОРМАТ

- Ярилцлагын эхэнд судалгааны зорилго болон тухайн хүнтэй яагаад ярилцаж буйг тайлбарлах.
- Ерөнхий мэдээллээс эхлэн тодорхой туршлага, жишээ рүү шилжих.
- Өгүүлэмж, бодит жишээ хуваалцуулах замаар чанарын судалгааны үр дүнг баяжуулах.

ЁС ЗҮЙ

- Нууцлал: Ярилцагчийн нэрийг нууцлах.
- Мэдээлэлтэй зөвшөөрөл: Гол эшлэлүүдийг нийтлэхээс өмнө хянуулах боломж олгох.

АСУУЛТУУД

ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

1. Таны нас? 1.18-35 2.36-55 3. 56+
2. Таны намын харъяалал?
 1. АН
 2. ИЗНН
 3. МАН
 4. Үндэсний эвсэл
 5. ХҮН
 6. Бусад нам
 7. Нам бус
3. Та ямар сонгуульд нэр дэвшсэн бэ?
 1. 2020 оны УИХ
 2. 2020 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ
 3. 2020 оны Сум, дүүргийн ИТХ
 4. 2024 оны УИХ
 5. 2024 оны Аймаг, нийслэлийн ИТХ
 6. 2024 оны Сум, дүүргийн ИТХ
4. Та нийт хэдэн удаа нэр дэвшиж байсан бэ?
 1. Нэг удаа
 2. 2-3 удаа
 3. 3-аас дээш удаа
5. Та хэдэн удаа сонгуульд ялсан бэ?
 1. Ялалт байгуулж байгаагүй

2. Нэг удаа
3. 2-3 удаа
4. 3-аас дээш удаа

ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛТЭЙ ХОЛБООТОЙ ТУРШЛАГА

1. Та хэвлэл мэдээлэл, олон нийттэй харилцах ажлаа хэрхэн удирддаг вэ? Стратеги төлөвлөгөө байгаа юу? Танд олон нийттэй харилцах чиглэлээр ажилладаг зөвлөх/туслах байдаг уу?
2. Та хэвлэл мэдээлэлд хэр элбэг ярилцлага, мэдээлэл өгдөг вэ? Та хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд болон сэтгүүлчидтэй ямар харилцаатай байдаг вэ?
3. Хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийн хандлага сүүлийн 5 жилд хэрхэн өөрчлөгдөж байгаа вэ?
4. Эмэгтэй улстөрчдийг хэвлэл мэдээллээр бага гаргадаг шалтгааныг та юу гэж хардаг вэ?
5. Таныг хэвлэл мэдээллээр хэвшмэл ойлголтын дагуу дүрсэлж гаргадаг уу? Хэр элбэг? Жишээ хуваалцаж болох уу? Энэ нь танд ямар мэдрэмж төрүүлсэн бэ?
6. Таны нэр хүндэд хэвлэл мэдээлэл, сэтгүүлчдийн зүгээс халдаж байсан уу? Хэр элбэг тохиолддог вэ?
7. Хамгийн их хор нөлөөтэй байсан нэг жишээг хуваалцаж болох уу? Энэ нь танд болон таны ойр дотныхонд ямар хор нөлөө үзүүлсэн бэ? Энэ бүхэн ямар үр дагаварт хүргэсэн бэ?
8. Та ямар хариу үйлдэл үзүүлсэн бэ? Гомдол гаргаж байсан уу? Яагаад? Хэрхэн шийдвэрлэгдсэн бэ?

НИЙГМИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН СҮЛЖЭЭ АШИГЛАХ ТУРШЛАГА

9. Та олон нийттэй харилцахдаа нийгмийн сүлжээг хэрхэн ашигладаг вэ? Ямар сувгийг түлхүү ашигладаг вэ? Хэр давтамжтай пост хийдэг вэ?
10. Та цахим орчинд дарамт, дайралттай тулгарч байсан уу? Хэр олон удаа, ямар платформ дээр? Ямар төрлийн дарамт давамгайлдаг вэ? (Нэр төр гутаах, гүтгэх, доромжлох, үзэн ядах үг хэллэг, сексизм) Үүний цаана хэн байсан гэж үздэг вэ?
11. Таныг болон таны ойр дотны хүмүүсийг цахимаар заналхийлж, сүрдүүлж байсан удаа байгаа юу? Хэзээ? Хэн? Хэрхэн? Ямар үр нөлөө, хор хохирол үзүүлсэн бэ?
12. Танд жендэрт суурилсан сөрөг сэтгэгдэл, мессеж хэр элбэг ирдэг вэ? Хэнээс? Яаж? Жишээ нь? Ямар үр нөлөө, хор хохирол үзүүлсэн бэ?
13. Эмэгтэй улс төрчид рүү чиглэсэн цахим дайралт, заналхийлэл эрэгтэй улс төрчдийнхөөс ялгаатай байдаг гэж боддог уу? Жишээ нь?
14. Та цахим дайралт, заналхийлэл ирэхэд ямар хариу үйлдэл үзүүлдэг вэ? Гомдол гаргадаг уу? Яагаад? Хэрхэн шийдвэрлэсэн бэ?
15. Цахим дайралт, заналхийлэл таны улс төрийн карьерт, олон нийттэй харилцах байдалд, хувийн амьдралд хэрхэн нөлөөлж, ямар үр дагаварт хүргэсэн бэ?

ЦААШДЫН АЛХМУУД

16. Таны туршлага дээр үндэслэн, улс төрд шинээр орж буй эмэгтэйчүүдэд хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн сүлжээний дайралтыг даван туулах талаар ямар зөвлөгөө өгөх вэ?
17. Хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн сүлжээний орчныг эмэгтэй улс төрчдөд илүү хүртээмжтэй, ээлтэй болгохын тулд ямар өөрчлөлтүүд хэрэгтэй гэж та бодож байна вэ? Хэн хариуцаж хийх вэ?
18. Танд нэмж хэлэх зүйл, зөвлөмж байгаа юу?

ХАВСРАЛТ 3.

ТМЯ-Д ОРОЛЦОГЧИД

Б.ПҮРЭВСҮРЭН

Глоб Интернэшнл төвийн хуульч

Б.АНХЗАЯА

Жендэр ба улс төр судлаач

Д.ЭНХЖАРГАЛ

МОНФЕМНЕТ Үндэсний сүлжээний ерөнхий зохицуулагч

С.УЯНГА

Mongolia Press мэдээллийн сайтын ерөнхий редактор, сэтгүүлч

Т.ЭНХБАЯР

Жендэрийн үндэсний хорооны нарийн бичгийн дарга бөгөөд Ажлын албаны дарга

Ц.МАНДХАЙХАТАН

Бодлогод залуусын хяналт ТББ-ын захирал

Э.БАТЦЭЦЭГ

Монголын баримт шалгах төвийн ерөнхий эрхлэгч

Э.ЭРДЭНЭЧИМЭГ

НҮБ-ын Хөгжлийн Хөтөлбөрийн "Шийдвэр гаргах түвшинд жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн оролцоог дэмжих нь" төслийн менежер

