

МОНГОЛЫН ЗАЛУУЧУУДЫН УЛС ТӨРИЙН СОНГОЛТОНД НӨЛӨӨЛӨХ ХҮЧИН ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА

Г.Урандэлгэр*, С.Бурмаа**, М.Алтан-Од***

Хураангуй: Өнөө үед дэлхийн аль ч улс оронд залуучуудын хөгжлийн асуудалд төрийн байгууллагаас эхлээд олон нийт, иргэний нийгэм, судлаачид онцгой анхаарах болсон. Монголын нийгэм, улс төрийн амьдралын хэрэгцээ шаардлага, бодлого, эрх зүй, судалгаа боловсруулалтын аль ч түвшинд иргэдийн идэвхи, ялангуяа залуучуудын улс төрийн оролцооны асуудалд анхаарал хандуулах зайлшгүй шаардлагатай болж байна. Ийм нөхцөлд залуучуудын улс төрийн сонголт хийх зан төлөв, түүнд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг судлах нь чухал ач холбогдолтой гэж үзлээ.

Энэхүү судалгааны үр дүнгээр манай залуу сонгогчдын зан төлөвт тэдний улс төрийн оролцоо, сонирхол болон улс төрд итгэх итгэл үнэмшил зэрэг хувьсагчид хүчтэй нөлөөлдөг, харин гэр бүл найз нөхдийн нөлөө бага байдаг нь харагдаж байна.

Түлхүүр үгс: Сонгогчдын зан төлөв, улс төрийн оролцоо, улс төрд итгэх итгэл, хувийн сурталчилгаа, социал медиа болон гэр бүл найз нөхдийн нөлөө

STUDY OF FACTORS AFFECTING VOTER'S CHOICES OF YOUNG MONGOLIANS

Abstract: Nowadays, in any country of the world, government, public sectors, civil society, researchers have paid attention to the young generations. In Mongolian society, social needs, policy, at any level of law and research development, we need to increase participation of political involvement especially for a younger generation. In that case analyzing the voter's behavior is the most crucial topic at that time. The result of this study shows that behavior of young generation voters is strongly influenced by their political involvement, interest and political trust. However, The influence of social media and their family and friends are less influenced than expected.

Key words: Political interest, Political involvement, Voting behavior, Peers, Social Media

* МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): s_burmaa@num.edu.mn

** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): urandelger@num.edu.mn

*** МУИС, Бизнесийн сургууль, (E-mail): altanod.m@num.edu.mn

Удиртгал

Нийгэм, улс төр, сонгуулийн оролцоо, сонгогчдын зан төлөвийн судалгаа нь хууль эрх зүй, маркетинг, хэрэглэгчийн зан төлөв, ёс суртахуун, сэтгэл зүй, социологийн үзэгдлүүдтэй холбоотой бөгөөд эдгээр шинжлэх ухааны уулзварт оршиж, салбаруудын мэргэжлийн судлаачдын хамтын хөдөлмөрөөр хийгдэх ажил юм.

Хүн төрөлхтөн сонгуулийн эртний уламжлалтай хэдий ч ард түмэн төр засгаа сонгож байгуулдаг улс орнуудын тоо 1990 оноос хойш эрчимтэй нэмэгдсэн. Тухайлбал 1971-1980 онд 94 улс, 1981-1990 онд 114 улс төр засгаа сонгуулийн зарчмаар байгуулж байсан бол, 1991-2000 онд 176 улс, 2001 оноос 194 улс болж нэмэгджээ. Энэ нь сонгогчдын тоо нэмэгдэхэд нөлөөлсөн ч, санал өгөх эрхээ эдэлж буй сонгогчдын ирц буурсаар байна. 1940-1980 аад оны хооронд сонгогчдын ирц 78%-аас 76% болж ялимгүй буурсан бол 1990 онд 70%, 2011 он 66%, 2021 оны байдлаар 60% болтлоо буураад байна. (Abdurashid 2016)

Судлаачид посткоммунист орнуудад сонгогчдын ирц буурч байгаа шалтгааныг улс төр, эдийн засаг, нийгмийн тогтолцооны шилжилтийн үеийн хүнд хэцүү байдал, түүнд сэтгэл дундуур байгаатай холбон тайлбарладаг (Krastev 2002). Монгол улс посткоммунист орны тоонд орох бөгөөд Ерөнхийлөгч, УИХ, Орон нутгийн сонгуульд оролцох сонгогчдын ирц, нэн ялангуяа залуучуудын оролцоо сүүлийн гучин жил буурсаар байгаа юм.

1990 оны ардчилсан хувьсгалын үр дүнд Монгол Улс ардчилсан тогтолцоонд шилжин улс төр, эдийн засаг, эрх зүйн гээд нийгмийн бүхий л тогтолцоо үндсэндээ өөрчлөгдсөн. Ийнхүү Монголын ард түмэн шууд болон төлөөллийн байгууллагаараа дамжуулан төрийг удирдах хэрэгт оролцох боломж бүрдэж, чөлөөт ардчилсан сонгуулиар өөрсдийн төлөөллийг сонгодог болсон. 1992 оны шинэ Үндсэн хууль батлагдсан цагаас хойш манай улсын иргэд төрийн эрх барих дээд байгууллага болох УИХ-ын 8 удаагийн, Ерөнхийлөгчийн 8 удаагийн, ИТХ-ын 7 удаагийн нийт 23 сонгуульд оролцсон байна².

Манай залуучуудын улс төрд итгэх итгэл үнэмшил буурч, улс төрийн оролцоо, сонирхол багассан өнөө үед тэдний зан төлөвт нөлөөлөх зарим хүчин зүйлсийг судлах нь зайлшгүй чухал юм.

Залуучуудын улс төрийн сонголт хийх зан төлөвт нөлөөлөх хүчин зүйлсийг судлахдаа залуу сонгогчдын улс төрд итгэх итгэл, улс төрийн сонирхол, оролцоо, нас, хүйс, боловсролын түвшингээс гадна улс төрчийн имижи, нэр хүнд, хувийн сурталчилгаа буюу олон нийттэй харилцах харилцаа, социал

² Удирдлагын академи, “Залуучуудын улс төрийн оролцоо” Судалгааны тайлан, 2016 он.

медиа болон гэр бүл найз нөхдийн нөлөө зэрэг үзүүлэлтийн хүрээнд авч үзлээ. Түүнчлэн оролцогчдыг 18-25 насны залуучуудаас санамсаргүйгээр түүвэрлэн сонгож, тэдний сонголт хийх зан төлөвийн онцлогийг илрүүлэх энэхүү зорилгоор судалгааг хийсэн болно.

Залуу сонгогчдын зан төлөвийн онцлогийг нас, хүйс, боловсролын түвшингээр нь ангилан судлах нь сонгогчдын идэвхи оролцоог нэмэгдүүлэх, тэдэнд нөлөөлж буй үндсэн хүчин зүйлсийг илрүүлэх зэрэг танин мэдэхүйн болон шинжлэх ухааны судалгаанд чухал нөлөөтэй бид гэж үзсэн. Энэхүү судалгаа нь залуучуудын улс төрийн сонголтод гадаад болон дотоод хүчин зүйлс хэрхэн нөлөөлж байгааг судлах үндсэн зорилгын хүрээнд дараах зорилтуудыг дэвшүүлж байна.

Үүнд:

- Монголын залуучуудын улс төрийн сонголт хийж буй зан төлөвийг тодорхойлох
- Олон нийтийн харилцаа, улс төрийн сурталчилгаа сонгууль өгч буй сонгогчдод хэрхэн нөлөөлдөг болохыг тодорхойлох
- Сонгогч улс төрийн нам, улс төрчийг сонгохдоо ямар ямар хүчин зүйлсийг түлхүү анхаарч сонгодог болохыг тодорхойлох

Онолын үндэслэл

Иргэдийн улс төрийн сонголт хийх зан төлөвт дотоод болон гадаад олон хүчин зүйлс нөлөөдөг. Тухайлбал, дотоод хүчин зүйлст хувь хүний нас, хүйс, боловсролын түвшин, нийгэмд эзлэх байр суурь, итгэл үнэмшил, улс төрийн оролцоо, сонирхол зэргийг багтааж болох бол гадаад хүчин зүйлст улс төрчийн нэр хүнд, имиж бүрдүүлэлт, туршлага, хандлага, хувийн сурталчилгаа, социал медиа хэрэгсэл болон гэр бүл, найз нөхдийн сонголт зэрэг нь нөлөөлдөг байна.

Сонгогчид сонгуулийн өдөр саналаа өгөх шийдвэр гарган оролцоход олон хүчин зүйлс нөлөөлдөг бөгөөд энэ нь нарийн төвөгтэй асуудал учир судлаачид олон талаас нь удаан хугацааны туршид судалсаар ирсэн (Blais and Dobrzynska 1998; Geys 2006; Abdurashid 2016).

Сонгогчдын зан төлөвийг сонголт хийх боломж, улс төрийн боловсрол, иргэний үүрэг гэсэн үзүүлэлтээр илэрхийлж болно.

Сонгуульд өрсөлдөх нам эвсэл, нэр дэвшигчдийн тоо болон сонголт хийх боломж өргөн байх нь сонгогчдын ирцэд эерэгээр, бага байх нь сөргөөр нөлөөлдөг байна.

Улс төрийг сонирхож оролцох нь сонгогчдын зан төлөвт нөлөөлөх чухал

хүчин зүйл байж болно. Сургууль болон залуучуудын дунд иргэний боловсролыг олгоходоо улс төрийн үйл явцыг сонирхох сонирхлыг хөхүүлэн дэмжиж, нийгэм, улс төрийн хэлэлцүүлэг, мэтгэлцээн, сургалт, семинар зохион байгуулах зэргээр улс төрийн боловсролыг нэмэгдүүлэх боломжтой.

Боловсролын түвшин өндөр байх нь ерөнхийдөө сонгогчдын идэвхи өндөр байгаатай холбоотой байж болох ч зарим судалгаагаар энэхүү үр дүн өөр байх тохиолдлууд байдаг (International IDEA 2006).

Иргэний үүргийн тухай ойлголт нь сонгуульд санал өгөх сонгогчдын зан төлөв, хандлагад нөлөөлдөг хүчин зүйлүүдийн нэг гэж үздэг. Олонх хүмүүс улс төрийн шийдвэр гаргахад хувь нэмэр оруулах нь тэдний үүрэг гэж ойлгодог. Тухайлбал энэ нь анх сонгуулийн насанд хүрч буй залуучуудад илүү ажиглагддаг.

Нэг газарт удаан хугацаагаар оршин суудаг хүмүүс ихэвчлэн орон нутгийн асуудал, нэр дэвшигчдийн талаар илүү ихийг мэдэж байдаг бөгөөд тэдний өдөр тутмын амьдралд нөлөөлөх улс төрийн шийдвэрт илүү их санаа зовдог. Тиймээс тэд сонгуульд санал өгөх магадлал өндөр байдаг.

Сонгогчдын ирцийг сонгууль зохион байгуулах эрх бүхий байгууллагаас гаргасан албан ёсны бүртгэлтэй сонгогчдоос эсвэл тухайн улсын сонгуулийн насны хүн амын тооноос тооцох гэсэн хоёр аргыг хэрэглэн гаргадаг. (Abdurashid 2016)

Сонгуульд оролцож байгаа нам эвсэл, нэр дэвшигчид сонгогчдын тодорхой хэсгийн дэмжлэгийг авахаар, тэдэнд ашигтай, сонгуульд оролцох сэдэл төрүүлсэн бодлого зорилтыг дэвшүүлэх нь сонгогчдын оролцоонд нөлөөлдөг гэж үздэг.

Монгол улс ардчиллын индексээр 167 улсаас 61-д эрэмбэлэгдсэн бөгөөд үүнийг засаглал нь сул, улс төрийн соёл байхгүй, иргэдийн улс төрийн оролцооны түвшин сул байгаатай холбоотой гэж үздэг байна³.

Монголын сонгогчдын ирц буурч байгаа шалтгааныг социализмаас ардчилалд шилжих үеийн улс төр, нийгэм, эдийн засгийн хүндрэл бэрхшээл, сонгуульд оролцох нь иргэний үүрэг биш эрх болсонтой, төрийн байгууллага, албан тушаалтан, улс төрийн намуудад итгэх итгэл буурч байгаа зэрэг хүчин зүйлтэй холбон тайлбарладаг.

Ерөнхийлөгч, УИХ, ИТХ зэрэг иргэд өөрсдөө сонгодог улс төрийн институциас гадна бусад төрийн байгууллагад итгэх итгэл сул байх нь сонгогчдын ирцэд сөргөөр нөлөөлдөг.

³ Монгол улсын хүний хөгжлийн илтгэл, 2016 он.

Тухайлбал: “Залуучуудын улс төрийн оролцоо” (2016) судалгааны тайланд сонгуульд санал өгч байгаагүй залуучуудын 17,9% нь насанд хүрээгүй байсан бол үлдсэн 80% гаруй нь итгэл хүлээсэн нам, улс төрч байхгүй, улс төрд итгэдэггүй, улс төр сонирхдоггүй учир оролцдоггүй гэж хариулжээ. 2020 оны судалгаагаар “Аливаа улсын хувьд ардчиллыг бий болгоход сонгууль чөлөөтэй, шударга явагдаж бодит сонголтыг өгөх нь чухал” гэдгийг залуучуудын 98% нь зөв гэж үзсэн ч улс төрийн намуудад 60% сөрөг, УИХ-д 56% сөрөг, ИНБ-д 64% эерэг үнэлгээ өгсөн байна⁴.

Итгэлцэл нь “иргэд төрийн албан тушаалтнуудтай хамтрах замаар төрийн бодлогыг хэрэгжүүлэх үйл явц” бөгөөд сайн засаглалын үндэс суурь, ардчилсан үйл явцын легитим байдал юм. (Чу, Хуанг, 2009)

Монголын хүний хөгжлийн илтгэлд дурдсанаар залуучуудын улс төрийг сонирхдоггүй, улс төрчдөд итгэдэггүй шалтгаанаа дараах зүйлстэй холбон авч үзсэн байна. Тухайлбал, улс төрчдийн ёс зүйгүй үйлдэл, амлалт, үйл хэргийн зөрүүтэй байдал, намуудад улс төрийн соёл байхгүй, төлөвшөөгүй, зөвхөн эрх мэдлийн төлөөх өрсөлддөг зэрэг нь тэдний итгэлийг алдагдуулдаг гэжээ.

“Сонгогчдын оролцоо бага байгаа нь ардчиллын дархлаа сул байгаагийн шинж” гэсэн нь сонгууль ардчилал, түүний хөгжилд хэр ач холбогдолтойг нотолж буй хэрэг юм.

Залуучууд ерөнхийдөө улс төрийн тогтолцоонд идэвхгүй байр суурь баримталдаг, сэтгэл дундуур байдаг боловч иргэний нийгэм, хэвлэл мэдээлэл, спорт, урлаг, соёл, байгаль орчин зэрэг нийгмийн амьдралын олон салбарт идэвхтэй оролцдог. Залуучууд жагсаал цуглаан, эсэргүүцэл хийх зэрэг албан бус, тодорхой зорилготой улс төрийн үйл ажиллагаанд илүү оролцох хандлагатай байдаг. (Хен, Фоард, 2012)

Монголын залуучуудын улс төрийн оролцоо хангалтгүй, шийдвэр гаргах түвшинд манлайлал хязгаарлагдмал байна. Улсын хөгжилд залуучуудыг татан оролцуулах нь нэн чухал. Залуучууд нийгмийн амьдралд оролцох замаар улс орныхоо хөгжилд хувь нэмэр оруулах боломжтой юм.

Залуучууд эрх чөлөөг ардчиллын чухал шинж чанар гэж үздэг. Залуучууд төрийн бус байгууллага, залуучуудын хөтөлбөр, залуучуудаас гарсан санаачилга, сайн дурын үйл ажиллагаагаар дамжуулан хувиараа болон нийтээрээ нийгмийн амьдралд идэвхтэй оролцож байна.

Залуучууд интернет, Twitter, Facebook зэрэг нийгмийн цахим сүлжээг идэвхтэй ашиглаж байна. Хэвлэл мэдээллийн шинэ хэрэгслийг залуучүүд ихэвчлэн чөлөөт цагаа өнгөрүүлэхэд ашиглаж байгаа ч тэдний хувьд энэ нь

⁴ БНУУХ, IRIM “Залуучуудын санал бодлын судалгаа” 2020 он.

мэдээллийн гол эх сурвалж болж, үзэл бодлоо илэрхийлэх боломжийг нээжээ. Тэд инноваци, бүтээлч санаачилга, шинэ санаа гаргах замаар нийгэмд тус хүргэх асар их нөөцтэй, эрч хүчтэй хэдий ч мэдээлэл харилцааны технологийг ашиглан шинэ харилцаа холбоо үүсгэх, нийгмийн өргөн хүрээтэй асуудлуудад анхаарал хандуулж, мэдээллийн эх сурвалжийг нийгмийн хөдөлгөөн, үйл ажиллагааг дэмжих, ялангуяа дургүйцлээ илэрхийлэх хэрэгсэл болгон ашиглаж байна⁵.

Гэр бүл, тэр дундаа эцэг эх нь хүний улс төрийн чиг хандлагад чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Jennings (2009) улс төрийн төлөвшлийн талаарх судалгаандаа эцэг эх, болон хүүхдүүдийн хооронд намын уялдаа холбоо өндөр байгааг илрүүлж, эцэг эхчүүд өөрсдийн намын чиг баримжаагаа хүүхдүүддээ амжилттай уламжлуулж байгааг баталсан.

Ихэнх хүүхдүүд “байнга харилцдаг итгэлтэй” хайртай хүмүүсийнхээ улс төрийн нөлөөнд автдаг, Түүнчлэн залуучууд сонгогчдын дунд орж ирэхдээ эцэг эхийнхээ сонголтоос татгалздаггүй (Zuckerman et al., 2007: 93) гэж дүгнэсэн байна.

Хүүхдүүд эцэг эхийнхээ зан үйл, хэм хэмжээг ажиглан дуурайхаас гадна үе тэнгийнхэн, сургууль болон нийгмийн түүхэн үйл явдлуудын нөлөөнд автдаг (Bengtson, 1975). “Үе удмын нөлөө” гэж нэрлэгддэг насжилттай холбоотой хүчин зүйлсийн нөлөөгөөр нийгмийн өөрчлөлтөд хүргэж болзошгүй өөр хандлага, зан үйлийг нэгтгэж болно. Өөрөөр хэлбэл, залуучууд өмнөх үеийнхэнтэйгээ харьцуулахад ерөнхийдөө өөр үнэлэмж бүхий зан төлөв, хэв маягийг өөртөө шингээсэн байдгаас үүдэн сонголтын зарим өөрчлөлт нь үе удмаараа солигдсоноос үүдэлтэй байж болно (Niemi and Sobieszek, 1977). Энэ нь ялангуяа улс төрийн шинэ намуудын хувьд шинэ сонгогчдыг татахад илүү түлхэц өгч болох юм.

Судалгааны арга зүй, аргачлал

Судалгааны загвар

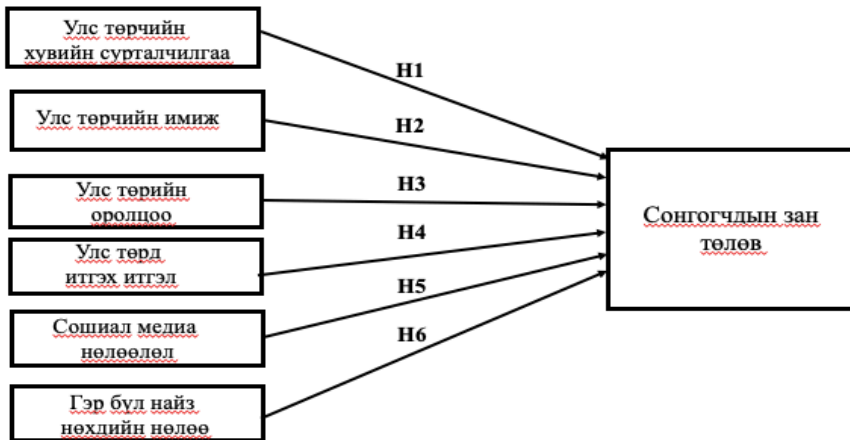
Залуу сонгогчдын зан төлөвийг тодруулах судалгааны дизайн боловсруулсан ба онолын хэсэгт үндэслэн зургаан таамаглал дэвшүүлсэн. Шинжих судалгааны арга болон тоон судалгааны аргыг асуулга боловсруулахдаа ашигласан. Асуулгыг нэг сонголттой асуултууд, олон сонголттой асуултууд, судалгааны загварт нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодруулах асуултуудыг Likert scale-ийн 5 хуваарь (огт санал нийлэхгүйгээс, бүрэн санал нийлэх хүртэл)-тайгаар боловсруулсан.

⁵ Монгол улсын хүний хөгжлийн илтгэл, 2016 он.

Энэхүү судалгааны загварын хувьд:

- Үл хамаарах хувьсагч нь “улс төрчийн хувийн сурталчилгаа, улс төрчийн имиж, хувь хүний улс төрийн оролцоо, улс төрд итгэх итгэл, сошиал медиа болон гэр бүл найз нөхдийн нөлөө”
- Хамаарах хувьсагч нь “Сонгогчийн зан төлөв”

Зураг 1. Судалгааны загвар



Судалгааны таамаглал

H1- Улс төрчийн хувийн сурталчилгаа нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

H2- Улс төрчийн имиж нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

H3- Хувь хүний улс төрийн оролцоо нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

H4- Хувь хүний улс төрд итгэх итгэл нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

H5- Сошиал медиа сурталчилгаа нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

H6- Гэр бүл найз нөхөд сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлнө.

Судалгааны ажлын арга, аргачлал

Түцвэр бүрдүцлэлт: Таамаглалаа батлахын тулд 2023 оны 4-р сард санамсаргүй түүврийн аргаар Улаанбаатар хотод оршин суугч нийт 227 залуусаас онлайнгаар Google forms ашиглан анхдагч судалгаа авсан.

Түцвэрийн хэмжээ: Зайлшгүй хэрэгцээг тоо буюу түүврийн хэмжээг итгэмжлэгдсэн интервал, алдааны түвшин болон стандарт хазайлт гэсэн үндсэн гурван хүчин зүйлээс хамааруулан тодорхойлсон. Үүнд:

- 95 хувийн итгэх магадлалтайгаар (итгэх мужийн утга $Z=1.96$)
- Байж болох алдааны түвшин $+ ба - 1\%$ байхаар (тооцоололд гарах алдаа хамгийн ихдээ 3% байхыг зөвшөөрдөг)
- Эх олонлогийн дунджаас хазайх хазайлт буюу стандарт хазайлт 10% -тайгаар (хамгийн ихдээ 15% байхыг зөвшөөрдөг) түүврийн хэмжээг тооцов.

2022 оны эцэст Улаанбаатар хотод нийт 1,639,172 хүн оршин сууж байна. Тиймээс эх олонлогоо 1,639,172 хүн гэж авч үзсэн ба дараах томъёогоор түүвэр олонлогоо 384 хүн байхаар тогтоосон хэдий ч хангалттай хэмжээний түүврийг хамруулж 1,512 иргэнээс судалгаа авсан.

Дата анализын арга

Судалгаанд оролцогчдыг эх олонлогоо төлөөлсөн гэж үзэн судалгааны мэдээллийг SPSS 28 болон Smart PLS 4 програмууд дээр боловсруулалт хийн үр дүнг гаргасан.

$$n = \left(\frac{z+s}{e}\right)^2 = 384.16$$

Судалгааны үр дүн

Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

Нийт судалгаанд хамрагдсан оролцогчдын хүн ам зүйн мэдээллийн давтамж, эзлэх хувийг доорх хүснэгтэд харуулав. Тэдгээрээс 34.4% эрэгтэй, 65.6% эмэгтэй оролцогчид хамрагдсан байна. Насны ангилалын хувьд 21-23 насныхан хамгийн их буюу 43.6%-г эзэлж байна. Сарын дундаж орлогын хувьд 500.000- 1.000.000₮ хүртэлх орлоготой оролцогч 67%-ийг эзэлсэн байна.

Хүснэгт 1. Судалгаанд оролцогчдийн ерөнхий мэдээлэл

Асуулт		Давтамж	Хувь
Нас	18-20	87	38.3%
	21-23	99	43.6%
	24-25	41	18.1%
Хүйс	Эр	78	34.4%
	Эм	149	65.6%
Сарын дундаж орлого	500.001 - 1.000.000	152	67%
	1.000.001- 1.500.000	47	20.7%
	1.500.001 - 2.000.000	16	7%
	2.000.001 - 2.500.000	12	5.3%

Эх сурвалж: Судлаачийн анхдагч судалгааны үр дүн

Тоон судалгааны үр дүнд хийх үнэлгээ**Найдвартай байдлын шинжилгээ:**

Судалгааны хүчин зүйлсийн найдвартай байдлыг шалгах үүднээс хүчин зүйлс бүрийн хувьд найдвартай байдлын шинжилгээг хийж Cronbach's Alpha-г тодорхойлоход бүгд 0.7-оос дээш гарсан учир асуулга оновчтой боловсруулагдсан гэж үзэж болохоор байна. Мөн Composite Reliability (CR) коэффициент нь бүгд 0.8-аас их байгаа нь хүчин зүйлсийн найдвартай байдал өндөр байгааг харуулж байна. AVE (Average variance extract) нь 0.5-аас их байх үед хүчин зүйлсийн төлөөлөх чадварыг илтгэж, найдвартай байдлыг илэрхийлнэ.

Хүснэгт 2. Найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн

Хувьсагч	Хувьсагчийг төлөөлөх асуулга	AVE	CR	Cronbach's α
Улс төрчийн хувийн сурталчилгаа	PR1 PR2 PR3	0.811	0.562	0.722
Улс төрчийн имиж	IMA1 IMA2 IMA3 IMA4	0.890	0.601	0.726
Улс төрийн оролцоо	INV1 INV2 INV3 INV4	0.820	0.632	0.722
Улс төрд итгэх итгэл	TRU1 TRU2 TRU3	0.810	0.578	0.723

Сошиал медиа	SOC1 SOC2 SOC3	0.884	0.561	0.784
Гэр бүл найз нөхөд	PEER1 PEER2 PEER3	0.825	0.562	0.805
Сонгогчийн зан төлөвт	VEN1 VEN2 VEN3 VEN4 VEN5	0.877	0.610	0.767

Эх сурвалж: Судлаачийн анхдагч судалгааны үр дүн

Түүврийн хүрэлцэхүүнд байдлыг тодорхойлох шалгуур КМО тест

Хүчин зүйлийн шинжилгээг хийхийн тулд эхлээд түүврийн хувьд эх олонлогийг төлөөлөх чадварыг КМО коэффициентээр хэмжинэ. Энэ нь 0.6-с дээш байсан тохиолдолд хангалттай гэж үздэг. Мөн Bartlett's test хүчин зүйлийн шинжилгээнд ашиглагдах хувьсагчид нь бүгд хоорондоо ижил буюу ямар нэгэн ялгаагүй гэсэн таамаглал шалгана. Харин Bartlett's test-г ашиглан хувьсагчид хоорондоо ялгаатай эсэх таамаглалыг шалгадаг. Таамаглалын үр дүнд Sig.=0.000 байгаа нь хувьсагчид хоорондоо давхцаагүй ялгаатай байгааг харуулж байна. Хувьсагчдын ачаалал нь -1 ба +1-ийн хооронд байх ба хэрэв ачаалал нь 0-д ойролцоо бол хүчин зүйл нь хувьсагчид бараг хамааралгүй болохыг илэрхийлнэ. Ачааллын абсолют утгаар хамгийн их байгаа хувьсагчдад хүчин зүйлийн хамаарал илүү байна.

Хувьсагчийн хувьд өндөр ачаалалтай хүчин зүйлийг ялгаж харуулахын тулд матрицыг эргүүлдэг. Ингэж эргүүлснээр хоорондоо илүү холбоотой хувьсагчдыг ойр, харин бусад бүлгийн хувьсагчдаа зайдуу байрлуулдаг. Энэ нь шинжилгээний тайлбарыг хялбархан хийх боломж өгдөг бөгөөд хүчин зүйлүүд юуг төлөөлж байгааг харуулдаг.

Хүснэгт 3. КМО and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measures of Sampling Adequacy		0.867
Bartlett's Test of Sphericity App Chi-Square		3535.335
	df	406
	Sig	.000

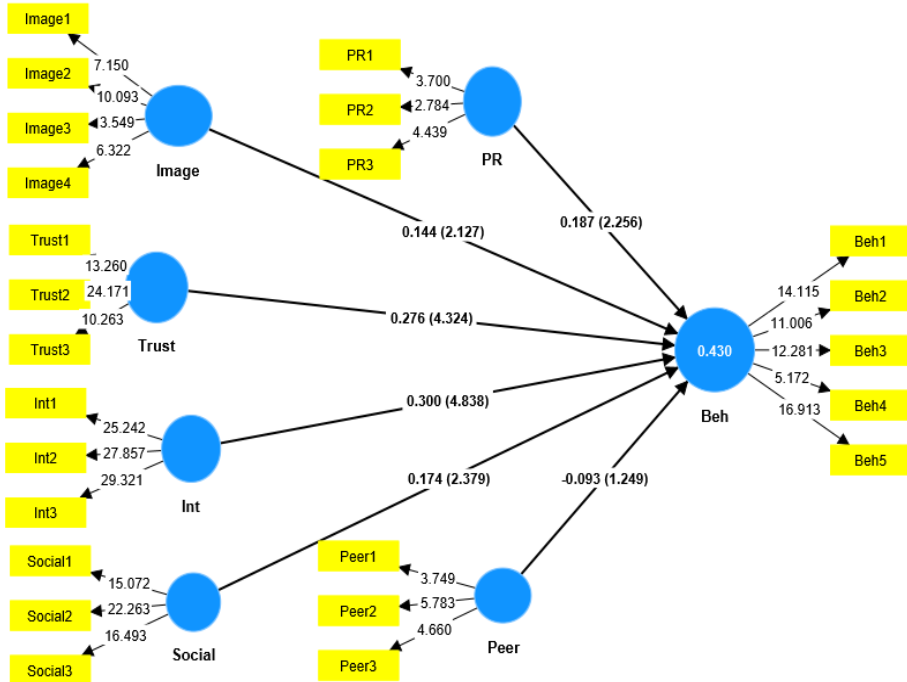
Эх сурвалж: Судлаачийн анхдагч судалгааны үр дүн

Регрессийн шинжилгээ

Статистикийн t-утга нь 1.96-аас дээш тохиолдолд тухайн таамаглалыг

хүчинтэйд тооцдог. Сонгон авсан хувьсагч бүрийн статистик ач холбогдлыг авч үзвэл, 95%-ийн итгэх завсарт t-утга нь 2.127-аас их, p-value утга нь 0.05-аас бага тул статистикийн хувьд таамаглал 6-аас бусад нь бүгд ач холбогдолтой байна.

Зураг 2. Тооцоолсон үр дүн



Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүснэгт 4. Хүчин зүйлсийн статистик ач холбогдол

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P-value
Dependent: Сонгогчийн зан төлөв					
Оролцоо, сонирхол	0.300	0.300	0.062	4.838	0.000***
Итгэл үнэмшил	0.276	0.279	0.064	4.324	0.000***
Хувийн сурталчилгаа	0.187	0.191	0.083	2.256	0.02**
Имиж	0.144	0.151	0.068	2.127	0.03**
Сошиал медиа	0.174	0.169	0.073	2.379	0.01**
Гэр бүл, найз нөхөд	0.093	0.073	0.075	1.249	0.212

R²						0.520
R² adjustment						0.521

*** $\rho < 0.00$, ** $\rho < 0.05$, * $\rho < 0.10$

Эх сурвалж: Судлаачийн анхдагч судалгааны үр дүн

Судалгааны дүгнэлт

Хүснэгт 5. Таамаглал батлах үр дүн

Таамаглал	Path	Beta	ρ	Үр дүн
H1	PR- ВЕН	4.536	0.02**	Дэмжигдсэн
H2	IMA- ВЕН	3.469	0.03**	Дэмжигдсэн
H3	INT- ВЕН	2.548	0.00***	Дэмжигдсэн
H4	TRU- ВЕН	4.118	0.00***	Дэмжигдсэн
H5	SOC- ВЕН	3.300	0.01**	Дэмжигдсэн
H6	PEER-ВЕН	0.093	0.212	Дэмжигдээгүй

H1: Улс төрчийн хувийн сурталчилгаа нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна. Нэр нэвшигч нь өөрийн хувийн сурталчилгааг хийснээр улс төрд сонгогдох магадлалтай байна.

H2: Улс төрд нэр дэвшигчийн имиж сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна. Нэр нэвшигч нь өөрийн гэсэн харизм, имиж сайтай байх нь улс төрд сонгогдох магадлалыг нэмэгдүүлж байна.

H3: Хувь хүний улс төрийн оролцоо сонирхол нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна. Тухайн нэр дэвшигч нь залуучуудын улс төрийн оролцоог илүү ихээр нэмэгдүүлж, сонирхлыг нь төрүүлснээр улс төрд сонгогдох магадлалыг нэмэгдүүлж байна.

H4: Хувь хүний улс төрд итгэх итгэл нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна.

H5: Сошиал медиа нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна.

H6: Гэр бүл найз нөхөд нь сонгогчийн зан төлөвт эерэгээр нөлөөлдөггүй болохыг харуулж байна.

Дүгнэлт, Зөвлөмж

Монголын залуучуудын улс төрийн сонголтонд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг судалж үзэхэд залуу сонгогчдын зан төлөвт улс төрчдийн хувийн сурталчилгаа

буюу олон нийттэй харилцах харилцаа, нэр дэвшигчийн имиж, нэр хүнд, хувь хүний улс төрийн оролцоо, улс төрд итгэх итгэл, социал медиа сувгууд эерэгээр нөлөөлж, харин гэр бүл, найз нөхөд сонгогчийн зан төлөвт нөлөөлдөггүй болох нь батлагдав.

Ялангуяа залуучуудын улс төрд оролцох сонирхол тэдний зан төлөвт хүчтэй нөлөөлдөг нь харагдсан. Тиймээс улс төрийн сонгуульд нэр дэвшигчид сонгогч залуучуудын идэвх, оролцоог нэмэгдүүлж, сонирхлыг нь төрүүлэх чиглэлээр зохион байгуулах ажлуудыг төлөвлөн хэрэгжүүлэх нь чухал гэж үзлээ.

Түүнчлэн иргэдийн улс төрд итгэл үнэмшил нь залуучуудын зан төлөвт хүчтэй нөлөөлдөг бөгөөд тэд хэнд санал өгөхөө урьдчилан төлөвлөж, зөв хүнийг сонгож чадна гэдэгтэй итгэлтэй байдаг нь бидний судалгааны үр дүнгээр батлагдсан. Залуу сонгогчдын улс төрийн итгэл үнэмшлийг бий болгохын тулд намууд улс төрийн соёлтой байх, улс төрчид хэлсэн амлалтаа биелүүлж, ёс зүйтэй байх, зөвхөн эрх мэдлийн төлөө бус, нийгмийн сайн сайхны төлөө үүргээ ухамсарлан хариуцлагатай ханддаг, “зөв хүн” гэдгээ үйлдлээрээ харуулах нь зүйтэй юм.

Нөгөө талаас улс төрд нэр дэвшигчид нь нийгмийн уур амьсгалыг эерэг болгох, залуусыг эерэг, зөв хандлагатай болгож төлөвшүүлэх чиглэлээр олон нийтэд чиглэсэн үйл ажиллагааг хэрэгжүүлж сурталчилах замаар өөрийн имижийг бүрдүүлж, нэр хүндээ өсгөх нь залуу сонгогчдын зан төлөвт эерэг нөлөөлөх боломжтой гэдэг нь судалгааны үр дүнгээр батлагдсан.

Залуу сонгогчид нийгмийн цахим сүлжээг ашиглан нийгмийн хөдөлгөөн, үйл ажиллагааг дэмжих, өөрсдийн үзэл бодлоо илэрхийлэх, шинэ харилцаа холбоо үүсгэх болсон өнөөгийн нөхцөлд тэдний зан төлөвт социал медиа хэрэгслүүдийн нөлөөлөл нэлээд өндөр байна. Ялангуяа залуу сонгогчид социал медиа (Facebook, Instagram) дахь найзууд, олны танил, нөлөөлөгч, алдартай хүмүүсийн санал болгож буй хүнийг дэмжиж сонгох хандлагатай байгаа нь бидний судалгаагаар батлагдсан. Энэ нь улс төрийн сонгуульд нэр дэвшигчид нь социал медиа нөлөөлөгчдийг ашиглан мэдээлэл сурталчилгаагаа явуулах боломжтой гэдгийг харуулж байна.

Харин залуу сонгогчдын ойр дотны хүмүүс болох аав ээж, ахмад хүмүүс, найз нөхөд зэрэг нь тэдний сонголтонд нөлөөлж чадахгүй гэдэг нь судалгааны үр дүнгээс харагдсан. Энэ нь манай залуучууд өөрийн гэсэн үзэл бодолтой болж төлөвшсөн болохын баталгаа гэж үзэж болно.

Сонгогчдын зан төлөвт нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг судлах нь цаг хугацаа шаардсан, нарийн төвөгтэй ажил бөгөөд тухайн улсын нийгэм улс төрийн тогтолцоо, нийгмийн байдал зэрэг олон зүйлтэй хамааралтай учир цаашид илүү

нарийвчилан олон хүчин зүйлийг хамруулан судлах шаардлагатай юм.

Олон улсын туршлагад тулгуурлан тодорхой хэрэгжих боломжтой санал зөвлөмж

1. Сонгогчдын боловсролыг нэмэгдүүлэх: Сонгогчдын санал өгөх хувийг нэмэгдүүлэхийн тулд боловсролоор дамжуулж тэдний оролцоог нэмэгдүүлэх боломжтой байдаг. Тухайлбал сонгуулын насны хүмүүст сонгууль өгөх ач холбогдол түүний үр нөлөө зэргийг тодорхойлох зэргээр боловсрол олгож болдог.
2. Тусгай хөтөлбөрүүд: Сонгогчдыг идэвхижүүлэхийн тулд бүс нутаг, дүүрэг зэргээр хувааж хөтөлбөр хэрэгжүүлж болдог. Хүмүүсийн оролцоог нэмэгдүүлэх тусгай хөтөлбөрүүд орж болно.
3. Сонгуульд оролцоход нөлөөлдөг мотивыг олж урамшуулах : Зарим хүмүүс сонгуулыг хялбар өгөх боломжийг хайдаг. Тэгвэл эдгээр хүмүүст тохирсон ямар нэг сэдэлжүүлэх хөтөлбөрийг хэрэгжүүлж болно.
4. Цагийн уян хатан байдлыг нэмэгдүүлэх: Ирц хангалтгүй байгаа шалтгаан нь олон хүчин зүйлсээс хамааралтай тухайн сонгуулийн цаг давчуу байдлаас болж нэг өдөрт саналаа өгч амжихгүй байх гэх мэт асуудал ихээхэн тулгардаг байна.
5. Тусгай кампанит ажлууд хэрэгжүүлэх: Утсаар залгах, мессэж илгээх сошиал медиагаар уриалах, уламжлалт медиа хэрэгслээр сурталчлах боломжтой.

Ашигласан материал

IRIM, Бүгд найрамдахчуудын олон улсын хүрээлэн, “Залуучуудын санал бодлын судалгаа” 2020 он.

Конрад Аденауэр Сан, Удирдлагын академи, “Залуучуудын улс төрийн оролцоо” Судалгааны тайлан, 2016 он.

Монгол Улсын Хүний Хөгжлийн Илтгэл 2016 он.

Хен, Фоард, 2012 “Их Британийн залуучууд, улс төрийн оролцоо болон итгэл”. Парламентын асуудал. 65 (1): 47–67.

Чу, Хуанг, “Ардчиллын хууль ёст байдлын дүн шинжилгээ”. Ажлын илтгэл 48, Азийн барометрийн төслийн газар, улс төрийн шинжлэх ухааны хэлтэс, Тайвань Улсын Их Сургууль. 2009.

Abdurashid Solijionov. 2016. Voter turnout trends around the world. International Institute for Democracy and Electoral Assistance.

- Blais and Dobrzynska, 1998 Turnout in electoral democracies. *European Journal of Political Research* 33: 239–261.
- Bengtson, V.L., 1975. Generation and family effects in value socialization. *American Sociological Review* 40, 358-371.
- Benny Geys. 2006. Explaining voter turnout: A review of aggregate-level research. *Electoral Studies* 25 (4): 637-663.
- Hilde Coffi, Marieke Voorpostel, 2010, “Young people, parents and radical right voting. The Case of the Swiss People’s Party”, *Electoral Studies* 29 (2010) 435-443.
- Ivan Krastev 2002 *The Balkans: Democracy Without Choices*. *Journal of Democracy* Johns Hopkins University Press, Volume 13, Number 3, July 2002, pp. 39-53.
- Niemi, R., Sobieszek, B.I., 1977. Political socialization. *Annual Review of Sociology* 3, 209-233.
- Solijionov.A, 2016. Voter turnout trends around the world. *International IDEA*.
- Youth Voter Participation. 1999. *International IDEA*.
- Zuckerman, A.S., Dasovic, J., Fitzgerald, J., 2007. *Partisan Families. The Social Logic of Bounded Partisanship in Germany and Britain*. Cambridge University Press, Cambridge.
- www.1212.mn