

МОНГОЛ, БНСУ ХООРОНДЫН ОЛОН НИЙТИЙН ДИПЛОМАТ ХАРИЛЦАА: МОНГОЛЧУУДЫН СОЛОНГОС УЛС, ҮНДЭСТНИЙ ТАЛААРХ ИМИЖ, ОЙЛГОЛТ

*Д.Оюунцэцэг**

***Abstract:** In the new century, when public diplomacy is important in international relations, one of the countries that actively or effectively promotes public diplomacy policy at the international level is the Republic of Korea. The purpose of this paper is to evaluate the achievements and outcomes of cultural and public diplomacy between Mongolia and the Republic of Korea in the following three decades of diplomatic relations through images and perceptions of Korea and Koreans in Mongolia. To achieve its goal, the paper compared the results of two intensive surveys of “Mongolians’ perceptions of Korea” conducted in 2011 and 2015, and “Mongolians’ acceptance of Korean culture” conducted by the author in 2019. The results of the survey demonstrated that Korea’s national image in Mongolia and Mongolians’ perception of Koreans and Korean products were generally positive. It was observed that factors such as human exchanges between the two countries and Mongolians’ acceptance of Korean cultural content and demand for Korean products were greatly influenced.*

***Key words:** Public diplomacy of the Republic of Korea, Cultural and Public diplomacy between Mongolia and Republic of Korea, Nation image, Korea’s nation image in Mongolia*

1. Олон нийтийн дипломат ажиллагааны тухай ойлголт ба БНСУ-ын олон нийтийн дипломат бодлогын онцлог

Шинэ зуун гарсаар улс орнууд олон улсын тавцанд гадаад бодлогоо идэвхтэй явуулахад ивүүр болгох үүднээс өөрийн улсын нэр хүндийг өсгөхөд чиглэсэн, өөр өөрийн онцлогт тохирсон зөөлөн хүчний бодлого, тэр дундаа зөөлөн хүчинд суурилсан соёл, олон нийтийн дипломат бодлогыг онцгойлон анхаарч, хэрэгжүүлэх болсон билээ. Ян Меллисен (Jan Milessen, 2005) “Олон нийтийн дипломат ажиллагаа нь өөрийн улсын зорилго, явуулж буй бодлого тодийгүй үзэл баримтлал, тогтолцоо, соёлын талаарх ойлголтыг дээшлүүлэхийн тулд Засгийн газраас гадаад улсын олон нийттэй харилцан ойлголцох үйл явц юм” хэмээн томъёолсон байдаг. Олон нийтийн дипломат ажиллагааны үндсэн зорилго нь хэл, соёл, хөгжлийн тусламж,

* МУИС-ийн Шинжлэх Ухааны Сургуулийн Ази судлалын тэнхимийн багш, БНСУ-ын Сөүл Үндэсний Их Сургуулийн Нийгмийн ухааны сургуулийн Улс төр, олон улсын харилцааны тэнхимийн докторант

хэвлэл мэдээлэл, сурталчилгаа гэх мэт олон төрлийн зөөлөн нөөцийг ашиглан гадаад улсын олон нийтэд шууд хандан өөрийн улсын түүх, уламжлал, соёл, урлаг, үнэт зүйл, бодлого, хэтийн төлөв зэргийн талаарх тэдний ойлголтыг өргөжүүлж, итгэлийг нь олж авснаар өөрийн орны талаар эерэг имиж, дүр зургийг төрүүлэх, өсгөх, цаашлаад гадаад харилцаагаа хөгжүүлэх, улсын брэнд үнэ цэнийг өсгөж, олон улсын нийгэм дэх өөрийн улсын нөлөөг дээшлүүлэх оршдог. Олон нийтийн дипломат ажиллагаанд соёл, спорт, хэвлэл мэдээлэлийн дипломат ажиллагаа зэрэг багтана. Олон нийтийн дипломат ажиллагаанд оролцогчид нь засгийн газар, олон улсын байгууллага, төрийн бус байгууллага, сургууль боловсролын байгууллага, иргэд нийгмийн байгууллага, мөн бизнесийн байгууллага, хувь хүн иргэд байдаг.

БНСУ нь 2010 оноос олон нийтийн дипломат бодлогод онцгой ач холбогдол өгөх болж, олон нийтийн дипломат бодлогыг гадаад бодлогынхоо үндсэн тулгуур бодлогын нэг болгон баталснаар улс төр, эдийн засгийн гадаад бодлогодоо олон нийтийн дипломат бодлогыг өргөнөөр тусгах болсон билээ.² 2016 онд “Олон нийтийн дипломат ажиллагааны тухай хууль” батлагдан, хүчин төгөлдөр болсноор БНСУ-ын онцлог бүхий олон нийтийн дипломат бодлого³ боловсруулах, хэрэгжүүлэх байгууллагуудын эрх зүйн орчин нээгдэж,⁴ гадаад бодлого дахь ард иргэдийн оролцоо хуулиар баталгаажсан болно.⁵ 2017 онд гараагаа эхэлсэн Мүн Жэ Ин ерөнхийлөгчийн Засгийн газар “БНСУ-ын олон нийтийн дипломат ажиллагааны үндсэн төлөвлөгөө 2017-2021” бодлогын баримт бичгийг шинэчлэн боловсруулж, “Ард түмэнтэйгээ хамтдаа дэлхий дахинтай итгэлцэн ойлголцох сэтгэл татам БНСУ” хэмээх эрхэм зорилгын хүрээнд соёлын нөөцөө ашиглан улс орны нэр хүндийг өсгөх, улсын имижийг дээшлүүлэх, өөрийн улсын талаар зөв ойлголтыг тараах, гадаад бодлогоо хэрэгжүүлэх таатай орчинг бүрдүүлэх, тоглогчдын хүрээг өргөжүүлж, хамтран ажиллах тогтолцоог төлөвшүүлэх зэрэг 4 үндсэн зорилгыг тодорхойлон, соёл, мэдлэг, бодлого, ард иргэдийн хамтын ажиллагаанд тулгуурласан, бодлого хэрэгжүүлэх дэд бүтцээ бэхжүүлэхэд чиглэсэн 5 стратеги бодлогыг хэрэгжүүлэн ажиллаж байна.⁶

² БНСУ-ын улс төр, аюулгүй байдлын тулгамдсан асуудал болох Солонгосын хойгийн нөхцөл байдалтай холбоотой олон нийтийн айдас түгшүүрийг багасгах, хойгийн ирээдүй, хоёр улсын нэгдлийн талаар өмнөд, умардын иргэд болоод дэлхий нийтэд эерэг сэтгэгдэл төрүүлэх, Солонгосын эдийн засгийн хөгжлийн түүх, амжилтын туршлагыг хуваалцах, боловсрол, шинжлэх ухаан, соёлын үйлдвэрлэлийн ололт амжилт, шилдэг соёлын контентуудаар дамжуулан Солонгосын улсын гадаад нэр хүнд, брэнд, бараа бүтээгдэхүүний имиж, солонгос хүний үнэлэмжийг дээшлүүлэх зэргээр гадаад бодлогодоо олон нийтийн дипломат ажиллагааны давуу талуудыг ашиглаж байна.

³ “Олон нийтийн дипломат ажиллагаа гэдэг нь улс болон орон нутгийн өөртөө удирдах байгууллага, иргэдтэй нягт хамтран ажиллаж соёл, мэдлэг, бодлого зэргээр дамжуулан гадаадын иргэдийн БНСУ-ын талаарх төсөөлөл, ойлголтыг дээшлүүлж, итгэлцлийг нэмэгдүүлэх дипломат үйл ажиллагааг хэлнэ.” хэмээн томъёолсон байдаг (2-р зүйл)

⁴ “Олон нийтийн дипломат бодлого, стратегийг боловсруулах төв байгууллага нь Гадаад Хэргийн Яамны сайдаар ахлуулсан сайдын түвшний 20 гишүүн бүхий “БНСУ-ын олон нийтийн дипломат ажиллагааны хороо”(хуулийн 8-р зүйл), хэрэгжүүлэгч үндсэн байгууллага нь Гадаад Хэргийн Яам хийгээд гадаад улсад суугаа дипломат төлөөлөгчийн газрууд(178) болон Соёл, Аялал Жуулчлал, Спортын Яам, Олон Улсын Харилцааны Сан буюу Солонгосын Сан(Korea Foundation) болно (8-р зүйл).

⁵ Cit.20/03/2018. Retrieved from. <http://www.law.go.kr/lsEffInfoP.do?lsiSeq=180836#>

⁶ Cit.15/12/2020. Retrieved from. http://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22715/contents.do

Хүснэгт 1.

Олон нийтийн дипломат ажиллагааны төсөв (тэрбум вон)

	Стратеги чиглэл	2017 он	2018 он	2019 он	2020 он
1	Соёлын нөөцөө ашиглан олон улсын нэр хүндээ өсгөх, улсын имижийг дээшлүүлэх (соёл)	610,2	267,4	365,1	172,1
2	БНСУ-ын талаарх зөв ойлголтыг түгээн дэлгэрүүлэх (мэдлэг)	131,3	132,4	131,7	136,6
3	Өөрийн гадаад бодлогынхоо талаар найрсаг орчинг бүрдүүлэх (бодлого)	17,7	20,8	54,7	69,7
4	Ард иргэдтэйгээ хамт явуулах олон нийтийн дипломат ажиллагаа	11,7	10,5	46,4	9,0
5	Олон нийтийн дипломат ажиллагааны дэд бүтцийг бэхжүүлж, нетворк харилцааг өргөжүүлэх	10,6	12,7	2,7	4,0
6	Олон нийтийн дипломат ажиллагаа явуулах систем тогтолцоог сайжруулах	-	0,06	0,07	0,7
	Нийт	781,56	443,86	600,67	392,1

Эх сурвалж: БНСУ-ын Гадаад Хэргийн Яамны цахим хуудас⁷

БНСУ-ын Засгийн Газраас олон нийтийн дипломат ажиллагаанд зориулж батлан зарцуулсан төсөв хөрөнгийн хэмжээнээс харахад олон нийтийн дипломат ажиллагаанд анхаарал хандуулж, ач холбогдол өгч байгааг харж болно.

2. Монгол улс, БНСУ-ын олон нийтийн дипломат харилцаа

1990 оны 3-р сарын 26-нд БНМАУ, БНСУ-ын хооронд дипломат харилцаа тогтоосноос хойш хагас жарны нүүрийг үзэж байна. БНСУ-ын хувьд манай улс Азийн социалист орнуудаас дипломат харилцаа тогтоосон анхны улс гэдгээрээ онцлог. Монгол улс, БНСУ-ын хооронд цэрэг улс төрийн бодит аюул занал, түүхийн болон газар нутгийн аливаа маргаан, гажуудал, шашны болон соёлын үл ойлголцол зэрэг уламжлалт хийгээд уламжлалт бус аюулгүй байдлын асуудал үүсэж байгаагүй нь хоёр орны хооронд итгэлцлийг бий болгож, харилцаа хамтын ажиллагаа өргөжин хөгжих таатай орчин бүрдэхэд эерэгээр нөлөөлж ирсэн. Өнгөрсөн хугацаанд хоёр орны харилцаа улс төр, аюулгүй байдал, худалдаа, хөрөнгө оруулалт, эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, соёл боловсрол, эрүүл мэнд, хүмүүнлэг, аялал жуулчлал, мөн иргэд хоорондын харилцаа гээд бүхий л талаар тасралтгүй хөгжиж ирсэн билээ. Хоёр улсын харилцаа 1991 онд “Түншлэлийн харилцаа”, 1999 онд “Ирээдүйд чиглэсэн харилцан нөхсөн түншлэлийн харилцаа”, 2006 онд “Ирээдүйд чиглэсэн найрсаг хөршийн түншлэлийн харилцаа”, 2011 онд “Иж бүрэн түншлэлийн харилцаа” гэсэн түншлэлийн харилцааны 4 шатыг алхжээ. Хоёр тал МУ-БНСУ-ын хооронд дипломат харилцаа тогтоосны 30 жилийн ойг тохиолдуулан хоёр улсын харилцааг дахин нэг шат ахиулан “стратегийн

⁷ Cit.15/12/2020. Retrieved from. http://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22716/contents.do

түншлэлийн харилцаа”-нд хүргэхээр тохиролцсон боловч дэлхий нийтийг хамарсан цар тахлын уршгаар уулзалт хэлэлцээрүүд хойшлогдоод байна.

Олон улсын харилцаанд шинээр томъёологдож буй олон нийтийн дипломат ажиллагааны үндсэн хэлбэрүүд болохын хувьд соёл, боловсрол, шинжлэх ухаан, иргэд хоорондын харилцааг бүхэлд нь олон нийтийн дипломат харилцаа хэмээн авч үзэж болно. Өөрөөр хэлбэл хоёр улсын хоорондын олон нийтийн дипломат харилцааг ярьж гэвэл соёл спорт, боловсрол шинжлэх ухаан, иргэд хоорондын харилцааг авч үзэх юм. Хоёр улсын хооронд дипломат харилцаа тогтоосны шууд дараа хоёр улсын засгийн газар хооронд байгуулагдсан “Эдийн засаг, шинжлэх ухаан, техникийн талаар хамтран ажиллах тухай хэлэлцээр”, “Соёлын талаар хамтран ажиллах тухай хэлэлцээр” нь хоёр орны олон нийтийн дипломат харилцаанд баримтлах үндсэн баримт бичиг болдог. Монгол улс, БНСУ-ын хоорондын олон нийтийн дипломат харилцаанд баримталж буй бодлого, дипломат ажиллагааны үндсэн чиглэл, явуулж буй арга хэмжээ зэргээс хамааран дараах байдлаар үечлэн авч үзлээ. Үүнд:

1) 1990-2010 он

Тухайн үеийн БНСУ-ын Засгийн газраас соёлын дипломат бодлогоор дамжуулан ялангуяа шинээр дипломат харилцаа тогтоосон хуучин социалист орнуудтай найрсаг харилцааны сууриа бататган бэхжүүлэх зорилгоор тэдгээр орнуудтай соёлын хэлэлцээр байгуулах, түүнд тусгагдсан соёл, боловсролын хамтын ажиллагааг хөгжүүлэхэд ихээхэн анхаарал тавьж байсан юм. Тиймээс ч 1990-ээд оны хоёр талын олон нийтийн дипломат харилцаа нь 1991 онд хоёр улсын засгийн газрын хооронд байгуулсан “Эдийн засаг, шинжлэх ухаан, техникийн талаар хамтран ажиллах тухай хэлэлцээр”, “Соёлын талаар хамтран ажиллах тухай хэлэлцээр” баримт бичигт тусгасан хамтын ажиллагааг хэрэгжүүлэх, тухайлбал Монгол дахь солонгос судлалыг дэмжих, солонгос хэлийг түгээн дэлгэрүүлэхэд голлон анхаарч, шинжлэх ухааны байгууллагууд болон их дээд сургуулиудын хамтын ажиллагааг дэмжихэд чиглэж байв. МУИС-аас эхлээд ХУИС, Улаанбаатар сургууль гэх мэт их дээд сургуулиудад солонгос хэл судлалын ангиуд нээгдэж, солонгос хэлний мэргэжилтэнг бэлтгэж эхэлсэн. Боловсрол, шинжлэх ухааны харилцааны хүрээнд эрдэмтэн судлаачид, багш нарыг хөгжүүлэн боловсруулахад чиглэсэн сургалт, оюутны тэтгэлэгт хөтөлбөрүүд, солонгос мэргэжилтэн урьж ажиллуулах зэрэг хөтөлбөрүүдийг БНСУ-ын Олон улсын хамтын ажиллагааны агентлаг(КОИСА)-ийн санхүүжилтээр хэрэгжүүлж ирсэн юм. 1999 онд БНСУ-ын ерөнхийлөгч Ким Дэ Жүний айлчлалын үеэр хоёр талын харилцаан дахь соёл боловсролын харилцааны чухлыг үнэлэн дүгнэж, 1991 оны “Соёлын талаар хамтран ажиллах тухай хэлэлцээр”-ийн ач холбогдлыг онцлон тэмдэглэсэн байдаг.⁸

Шинэ зуун гарсаар олон улсын харилцаанд соёлын дипломат бодлогын эдийн

⁸ 몽골외교부, “대한민국과 몽골 간의 외교관계: 어제, 오늘, 내일”, 몽한 수교 20주년 기념 양국 관계 주요 문건집, 2000년, pp.25-26.

засгийн ач холбогдлыг онцолж эхэлсэн. БНСУ-ын хувьд тухайн үеийн олон улсын харилцаан дахь шинэ чиг хандлагыг дагаж соёлын харилцаагаар дамжуулан улс орныхоо олон улсын нэр хүнд, улсын имижийг өсгөх, цаашлаад улс орны эрх ашгийг өсгөн нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн бодлогоо БНСУ-ын Олон улсын хамтын ажиллагааны агентлаг(КОИСА) болон Солонгосын сан буюу БНСУ-ын олон улсын хамтын ажиллагааны сан(KF)-гаар дамжуулан хэрэгжүүлж байв. БНСУ-ын Монголд чиглэсэн соёл, олон нийтийн дипломат бодлогыг хэрэгжүүлэх үндсэн үйл ажиллагаа нь Монголд солонгос хэлийг түгээн дэлгэрүүлэх, солонгос хэл, судлалын мэргэжилтэн бэлдэх, дээд боловсрол олгох сургалтын үйл ажиллагаанд дэмжлэг үзүүлэх, мэргэжилтэн багш нар илгээх, солонгос судлалын чиглэлээр хамтарсан судалгаа явуулах, сурах бичиг хэвлэх, эрдэм шинжилгээний хурал, семинар зохион байгуулах, оюутан сурагчдыг тэтгэлэгт хөтөлбөрүүдэд хамруулах зэрэг байжээ. БНСУ-ын засгийн газрын тэтгэлэгт 2015 оныг хүртэл нийт 178 оюутан хамрагдаж, БНСУ-д доктор, магистр, бакалаврын зэргээр суралцаж төгссөн байна. БНСУ-нд суралцах монгол оюутны тоо 2008 оноос эрс өсөж, 2017 оны байдлаар 7784-д хүрсэн байна. Манайх тус улсад суралцаж буй оюутныхаа тоогоор 2,3-р байранд бичигдэж ирсэн нь хүн амныхаа тоотой харьцуулахад асар өндөр үзүүлэлт юм.⁹ 2016 оны байдлаар солонгос хэл, солонгос судлалын тэнхимтэй улсын 7 их сургууль, хувийн 13 их сургуульд 2000 гаруй оюутан, 13 дунд сургуульд 2523 сурагч суралцаж байна.¹⁰

2006 онд БНСУ-ын ерөнхийлөгч Но Мү Хёны айлчлалын үеэр “Найрсаг хөршийн түншлэлийн харилцаа”-нд шилжсэн хоёр тал “Хоёр улсын хоорондын түүх, соёлын харилцаа нь цаашид бидний өнө удаан жилийн харилцааны хөгжилд гол үндэс суурь болно гээд түүх, археологийн хамтарсан судалгааг өргөжүүлэх, монгол оюутныг БНСУ-ын Засгийн газрын тэтгэлэгт хөтөлбөрт хамруулах, мэдээлэл технологийн мэргэжлийн боловсон хүчин бэлтгэх чиглэлээр хамтран ажиллах” талаар хэлэлцэн тохиролцсон байна.¹¹ Шинжлэх ухааны салбарт 2006 оноос эхлэн БНСУ-ын Соёлын өвийн судалгааны төв, Зүүн Хойд Азийн түүхийн сан, Монгол талаас Шинжлэх Ухааны Академи, Үндэсний түүхийн музей хамтран түүх, археологийн чиглэлээр дунд, урт хугацааны судалгаа, хайгуул, малталт, үзэсгэлэн, хурал симпозиум зэргээс багтсан цогц, цуврал хамтарсан төслүүдийг тууштай явуулж ирсэн. Түүх археологийн хамтарсан төслүүд нь хоёр талын соёл, олон нийтийн харилцаан дахь амжилттай хэрэгжсэн жишээд зүй ёсоор тооцогддог.

⁹ 대한민국 출입국 외국인 정책 본부, 출입국 외국인 정책 통계 연보, 2017, 2018년
<http://www.immigration.go.kr/immigration/index.do>

¹⁰ 주몽골 대한민국 대사관, 2016몽골개황 자료, p.142-143.

http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4099/view.do?seq=360992&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multiitm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=4

¹¹ 몽골외교부, “대한민국과 몽골 간의 외교관계: 어제, 오늘, 내일”, 몽한 수교 20주년 기념 양국 관계 주요 문건집, 2000년, pp.27-29.

2) 2010 оноос хойших үе

БНСУ-ын Засгийн газар 2010 оноос эхлэн соёлын дипломат бодлогынхоо хүрээг өргөжүүлж, зөвхөн засгийн газар хооронд явуулж байсан уламжлалт гадаад бодлогын хэлбэрээс өөрөөр соёл, мэдлэг, медиа, хэл, хөгжлийн тусламж зэргийг арга хэрэгсэлээ болгон харилцагч улсын засгийн газар төдийгүй ард иргэдэд шууд хандсан гадаад бодлого болох олон нийтийн дипломат бодлогыг өргөн хүрээнд идэвхтэйгээр явуулах болсон. Хамгийн гол нь өмнөх шигээ зөвхөн өөрийн соёлыг түгээн дэлгэрүүлэх бус харилцагч улсынхаа соёлыг өөрийн иргэдэд сурталчлан таниулах “хоёр талт, харилцан чиглэсэн” соёлын харилцаа, тухайн улсынхаа “онцлогт нийцэхүйц” олон нийтийн дипломат харилцааг чухалчлан үзэх болсон байна. Энэхүү бодлогын хүрээнд 2010 оноос эхлэн Монгол дахь БНСУ-ын улсын имиж, нэр хүндийг дээшлүүлэх явдлыг үндсэн зорилгоо болгосон, соёлын харилцаагаар дамжуулан өөрийн улсын “сэтгэл татам” байдлыг таниулахад чиглэсэн олон нийтийн дипломат ажиллагааг явуулж байна. Манай улсад суугаа тус улсын дипломат төлөөлөгчийн газраараа дамжуулан хэрэгжүүлж буй шинэ олон нийтийн дипломат бодлого нь Засгийн газар болон эрдэм шинжилгээ, боловсролын байгууллага гэх мэт хязгаарлагдмал хүрээнд бус, аль болох монгол иргэд, ялангуяа хүүхэд залуусыг хамруулан хэрэгжүүлэхийг эрмэлзэж байна.

Монгол улсын Гадаад Харилцааны Яам 2014 оноос гадаад сурталчилгаа, соёлын гадаад харилцааны бодлого боловсруулах, хэрэгжилтийг зохион байгуулж, зохицуулах үндсэн үүрэг бүхий Гадаад сурталчилгаа, соёлын харилцааны газрыг шинэчлэн байгуулж, Монгол улсыг хилийн чанадад сурталчлах, эерэг ойлголт түгээх, соёлын гадаад харилцааг хөгжүүлэх чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байна. Тус газраас Монголын түүх, соёлын өвийг сурталчлах, Монгол судлалыг хөхиүлэн дэмжихэд чиглэсэн бодлого, үйл ажиллагааг голлон явуулж, хилийн чанад дахь монгол иргэд болоод гадаад орнуудтай хэвлэл мэдээллийн салбарынхантай хамтран ажилладаг. БНСУ дахь Монгол улсын Элчин сайдын яамнаас суугаа орондоо Монгол улс, монгол соёл, монгол судлалыг сурталчлах үүргийг хүлээн ажилладаг хэдий ч төсөв хөрөнгө хүрэлцээгүй, боломж бололцоо муу тул тэр бүр идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж чадахгүй байна.

Харин БНСУ-ын Засгийн газар, Монгол улсад суугаа элчин сайдын яам 2010 оноос эхлэн олон нийтийн дипломат харилцаа, соёлын харилцааны чиглэлээр идэвхтэй бодлого явуулах болсон юм. Хоёр улсын хоорондын соёл, олон нийтийн дипломат харилцаанд БНСУ-ын тал голлох үүрэгтэй оролцож байна. БНСУ-ын засгийн газраас дипломат харилцаа тогтоосон улстайгаа хамтран дипломат харилцаа тогтоосны тэмдэглэлт ойн нэгдсэн цогц арга хэмжээг 10 жил тутамд зохион байгуулж ирсэн. 2010 онд хоёр орны дипломат харилцаа тогтоосны 20 жилийн ойг тохиолдуулан, 2010 оны “Монгол дахь Солонгосын жил”, 2011 оныг “Солонгос дахь Монголын жил” болгохоор тогтож, бүтэн жилийн турш хоёр улсад төрөл бүрийн монгол, солонгос судлалын эрдэм шинжилгээний хурал, хамтарсан тоглолт, кино өдрүүд, үзэсгэлэн, спортын тэмцээн, хандивын үйл ажиллагаа

зэргийг зохион байгуулсан юм. Монгол Улсад суугаа БНСУ-ын Элчин Сайдын Яамнаас 2012 оноос эхлэн Солонгосын соёлыг сурталчлах, иргэд хоорондын харилцааг хөгжүүлэх зорилгоор “Солонгосын 7 хоног”, “Солонгосын соёлын өдрүүд” арга хэмжээг жил тутам тогтмол явуулж эхэлсэн. Тус арга хэмжээний хүрээнд “Солонгосыг хэн сайн мэдэх вэ (Quiz Korea)”, “Солонгос хоолны өдөрлөг (K- Food World Festival)”, “К-поп дуу бүжгийн тэмцээн (K-POP World Festival)”, Солонгос киноны наадам, Солонгос үндэсний болон орчин үеийн тоглолт, уран зургийн болон гэрэл зургийн үзэсгэлэн, тэквондогийн тэмцээн зэргийг тогтмол зохион байгуулж байна. Хоёр улсын хооронд дипломат харилцаа тогтоосны 25 жилийн ойг тохиолдуулан 2015 оныг “Монгол Солонгосын найрамдлын жил” хэмээн зарлан өмнө өмнөхөөс илүү өргөн дэлгэр тэмдэглэн өнгөрүүлсэн юм. 2016 оны “Солонгосын соёлын өдрүүд”-ийн хүрээнд “Монгол Солонгосын олон нийтийн дипломат харилцааны семинар”-ыг зохион байгуулж, хоёр талаас 100 орчим хүн оролцож, харилцаа хамтын ажиллагаагаа дүгнэн хэлэлцсэн байна. 2018 оны 9 сард зохион байгуулсан “Солонгосын долоо хоног” арга хэмжээний нээлтийн ёслолд 200 орчим, монгол солонгос иргэд “Сүүл” гудамжинд ёслолын парад хийж, фестивалд 3 мянга гаруй хүн оролцсоноороо онцлог болжээ.

Хоёр талт, харилцан чиглэсэн соёлын харилцааны хүрээнд хоёр улсад харилцан урлагийн тоглолт, уран зураг, гэрэл зургийн үзэсгэлэн зэргийг тогтмол зохион байгуулах болсон байна. БНСУ-ын талаас манайд урлагийн тоглолт, үзэсгэлэн зэргийг тэмдэглэлт ой, соёлын өдрүүдийн хүрээнд жил бүр тогтмол зохион байгуулж байгаа бол Монголын талаас солонгос иргэдэд зориулсан урлаг соёлын арга хэмжээг тэр бүр тогтмол зохион байгуулах боломж бололцоо үргэлж дутмаг, хязгаарлагдмал байсаар ирсэн. Дипломат харилцаа тогтоосны тэмдэглэлт ой, төрийн дээд хэмжээний айлчлал, эсвэл тус улсад нээгдэж буй олон улсын соёл урлагын наадам зэргийг тохиолдуулан соёлын арга хэмжээ зохион байгуулдаг. Дипломат харилцаа тогтоосны 20 жилийн ойг тохиолдуулан 2011 оныг “Солонгос дахь Монголын жил” болгон зарлаж, “Монгол улсын үндэсний дуу бүжгийн чуулга”, “Морин хуурын чуулга”, “Дуурь бүжгийн эрдмийн театр”-ын шилдэг уран бүтээлчдийн нэгдсэн концерт тоглож, “Монгол киноны өдрүүд”, “Өнөөгийн Монгол” гэрэл зургийн үзэсгэлэн зэргийг зохион байгуулсан нь тус улсад Монголыг сурталчлан таниулсан хамгийн том арга хэмжээ болсон юм. 1996 оноос Сүүл хотын захиргаанаас тогтмол зохион байгуулж ирсэн “дэлхийн хотуудын соёлын наадам”-д цөөн тооны бүрэлдэхүүнтэй ч тогтмол оролцдог нь Монгол улс, Монголын соёлыг солонгос иргэд төдийгүй тус улсад амьдарч буй гадаадын иргэдэд сурталчлан танилцуулахад чухал үүрэг гүйцэтгэж ирсэн.

Хоёр улсын хот, дүүрэг, аймгуудын хооронд тогтоосон ах дүүгийн найрамдлын харилцаа, хамтын ажиллагааны хүрээнд орон нутгийн хэмжээнд соёлын арга хэмжээ зохион байгуулах нь бий. Тус улсад Монголын соёл урлагийг сурталчлах, солонгос иргэдэд Монголын талаар ойлголт өгөх зорилго бүхий тогтмол үйл ажиллагаатай хоёр байгууллага байдаг нь Сүүл хотын дэмжлэгтэйгээр 2001 онд

байгуулагдсан “Сөүл дэх Улаанбаатарын соёлын төв”, Намянжү хот дахь “Монгол соёлын тосгон” юм. 2016 оны 11 сарын 29-ний өдөр Монгол Улсад суугаа Элчин сайдын яам Монголд өөрийн орны соёлыг сурталчлах “Солонгосын булан (Korea Corner)” Солонгосын соёл, мэдээллийн төвийг нээсэн. Уг төв нь мянга гаруй солонгос ном, DVD гэх мэт видео материал бүхий уншлагын танхим, компьютерын танхим, хурал семинарын танхим зэргээс бүрдсэн олон нийтэд нээлттэй үйлчилдэг, тогтмол үйл ажиллагаатай соёлын төв юм.

БНСУ-ын засгийн газраас Солонгос судлалыг дэмжих, солонгос хэлийг түгээн дэлгэрүүлэх ажлын хүрээнд багш, мэргэжилтэн илгээх, сургалтын материал сурах бичгээр хангах, сургалт семинар зохион байгуулах үйл ажиллагааг голлон явуулж байна. Солонгосын сангаас 2008 онд “Монгол хүнд зориулсан солонгос хэлний цогц сурах бичиг” хэмээх 6 түвшний цогц сурах бичгийг санхүүжүүлж, 2014 онд цахим ном хэлбэрээр нийтийн хүртээл болгосон. 2014 оноос эхлэн солонгос хэл, судлалаар суралцаж буй оюутнуудын дунд зохион байгуулж эхэлсэн “ЭСЯ-ны нэрэмжит нөхөрсөг спортын наадам”-д оюутан багш нар идэвхтэй оролцож ирсэн. БНСУ-д суралцаж төгссөн төгсөгчдийн холбоо болох МАГИКО байгууллагын үйл ажиллагааг дэмжиж, олон талаар хамтран ажиллаж байна.

2010 оноос хойш бага, дунд сургуулиудын солонгос хэлний сургалтанд анхаарлаа хандуулж, солонгос хэл суралцагч хүүхэд багачуудад тал бүрийн дэмжлэг туслалцаа үзүүлэх болсон юм. Тухайлбал, 2014 оноос хойш нийт 25 солонгос хэлний смарт танхим тохижуулж, 9 мянга орчим смарт ангийн сурах бичгийг хандивлажээ. Бага, дунд сургуулийн сурагчдын дунд солонгос хэлний олимпиад 19 дэх удаагаа зохион байгуулсан байна. Дипломат харилцаа тогтоосны 25 жилийн ойг тохиолдуулан анх зохион байгуулсан хүүхдийн уран зургийн уралдааныг тогтмолжуулж, уг уралдаанд жил бүр 500-гаас дээш тооны сурагчид уран бүтээлээ илгээдэг байна. Дунд сургуулийн түүхийн багш нарт зориулсан сургалт семинарыг 2017 оноос эхлэн тогтмол зохион байгуулж байна.

Спортын дипломат ажиллагааны хувьд, “Солонгосын соёлын өдрүүд”-ийн хүрээнд теквондогийн үзүүлэх тоглолт, 2013 оноос МУ-д суугаа БНСУ-ын элчин сайдын нэрэмжит цомын тэмцээнийг зохион байгуулж ирсэн нь Солонгосын төлөөлөх спортын төрөл болох теквондог Монголд танилцуулж, сурталчлах, хүүхэд залууст уг спортоор хичээллэх хүсэл эрмэлзлийг төрүүлж байна. Цомын төлөө тэмцээнд жил бүр 450-500 орчим хүүхэд залуус оролцдог байна.

Суугаа орондоо өөрийн орныг сурталчлан таниулах, хоёр орны хоорондын найрамдалт харилцааг бэхжүүлэхэд хэвлэл мэдээллийн байгууллагын үүрэг, хувь нэмэр их юм. БНСУ-ын Засгийн газар нь гадаадын томоохон хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудын хэвлэл мэдээллийн ажилтнуудыг урьж, Солонгосын нөхцөл байдалтай газар дээр нь танилцуулах зорилго бүхий хэвлэл мэдээллийнхэнд сурталчлах үйл ажиллагаа явуулдаг. Энэхүү ажлын хүрээнд 2013 оноос эхлэн жил бүр 10 сурвалжлагчийг Солонгост урьж Солонгосыг танилцуулах хөтөлбөрийг хэрэгжүүлж байна. 2016 оноос ЭСЯ болон Монголын сэтгүүлчдийн эвлэл

нөхөрсөг спортын наадмыг тогтмол зохион байгуулж ирсэн бол, 2018 оноос хэвлэл мэдээллийнхэнд зориулсан уулзалт, өдөрлөгүүдийг санаачлан зохион байгуулах болжээ.

Элчин сайдын яамдаас суугаа орныхоо иргэдэд зориулан явуулдаг анхаарал татахуйц дипломат үйл ажиллагааны нэг нь элчин сайдын уулзалт ярилцлага юм. Үе үеийн элчин сайд нар үндэсний баяр, дипломат харилцаа тогтоосны ой зэрэг тэмдэглэлт баярын өдрийг тохиолдуулан суугаа орныхоо телевиз, сонин хэвлэлд ярилцлага өгч, өөрийн улсын гадаад бодлого, хоёр улсын дипломат харилцааны өнөөгийн байдал, дипломат төлөөлөгчийн газрын үйл ажиллагааныхаа талаар танилцуулж, суугаа орондоо өөрийн орныг сурталчлан таниулах дипломат үүргээ гүйцэтгэдэг. БНСУ-ын элчин сайд У Сун 2015 оноос эхлэн өөрийн биеэр монгол иргэд, оюутан сурагчид, бага дунд сургуулийн сурагчидтай уулзалт хийж, лекц унших болсон. Энэ нь дараа дараагийн сайд нар үлгэр дууриал болж байна. БНСУ-д суугаа Монгол улсын элчин сайдын хувьд ч монгол хэл судалж буй оюутнууд, монгол судлаач эрдэмтэдтэй хийх уулзалт, тус улсад нээгдэж буй олон талт арга хэмжээнүүдэд оролцож, хэвлэлд ярилцлага өгөх зэргээр улс орноо сурталчилдаг.

Тус улсын олон нийтийн дипломат бодлого эзэндээ хүрэхэд эерэгээр нөлөөлж буй нэгэн зүйл бол элчин сайдын яам фейсбүүк хуудастай болсон явдал юм. Монгол иргэд болон манай улсад суугаа солонгос иргэдэд дипломат төлөөлөгчийн газрын үйл ажиллагаа, хоёр улсын харилцаа, онцлох мэдээ мэдээллийг хүргэх зорилгоор 2011 онд нээгдсэн фейсбүк хуудас нь монгол иргэдтэй харилцан ойлголцох, солонгосын соёлыг сурталчлах үүргийг гүйцэтгэж байна.

2010 оноос өмнөх олон нийтийн дипломат харилцаа нь оролцогчдын хувьд багш, судлаач, оюутан гэсэн тодорхой бүлэгт чиглэсэн, хэлэлцэх асуудал буюу үйл ажиллагааны чиглэлийн хувьд боловсрол, шинжлэх ухааны салбар голлосон, хязгаарлагдмал хүрээнд явагдаж байсан бол 2010 оноос хойш оролцогчдын хувьд ч, хэрэгжүүлж буй бодлого, үйл ажиллагааны хувьд ч өмнөх үетэй харьцуулбал харьцангуй өргөн хүрээг хамрах болжээ.

Тэгвэл энэ харилцааг хэрхэн үнэлж дүгнэх вэ? БНСУ-ын Монголд хандсан олон нийтийн дипломат бодлого амжилттай хэрэгжиж чадаж байна уу? Олон нийтийн дипломат бодлогын үндсэн зорилго нь харилцагч улсад өөрийн улсын нэр хүндийг өсгөн нэмэгдүүлэх, улсынхаа талаар эерэг имиж, төсөөлөл, ойлголт төрүүлэхэд чиглэдэг ба харилцагч улсын иргэдэд хандсан байдаг. Олон нийтийн дипломат бодлогын амжилт ололт, харилцааны үр дүнг харилцагч улсын иргэдэд төрж, төлөвшсөн тухайн улс орны талаарх имиж буюу төсөөлөл, ойлголт гэсэн үзүүлэлтээр үнэлж дүгнэж болох юм.

3. Улс үндэстний имиж, төсөөллийн талаарх ойлголт, зарим хандлага, загварууд

Улс үндэстний имиж (nation image) хэмээх ойлголтыг голдуу олон улсын

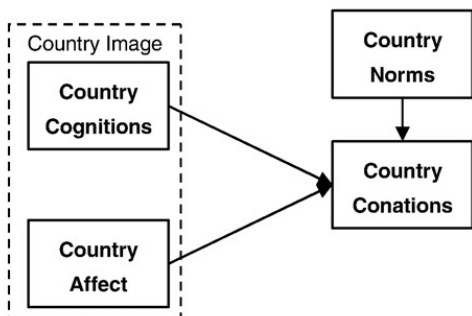
эдийн засаг, маркетингийн салбарт барааны гарал үүсэлтэй холбоотой улсын имиж гэдэг ойлголтоор авч үзэж байсан байна. 1970-80 оны үед Японы улсын имижийг дээшлүүлэхэд Японд үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний нөлөөний талаарх японы эрдэмтдийн судалгаанууд нь эдийн засгийн салбарт уг ойлголтыг төлөвшүүлэхэд эрдэм шинжилгээний ач холбогдолтой байсан гэж судлаачид үздэг байна(Brijs et al., 2011). Мартин, Эроглу (Martin& Eroglu), Рот, Диамантополос (Roth& Diamantopoulos), Лопез, Гости (Lopez& Gosti), Буман, Ингенхофф (Buhmann& Ingehoff) нарын судлаачид 1960-аад оноос өнөөг хүртэлх улсын имижтэй холбоотой судалгаануудад анализ хийж, улсын имижийн талаарх ойлголтуудыг хэд хэдэн хандлагаар тодорхойлон, ангилан үзжээ. Тухайлбал, Лопез, Гости нар (2011) улсын имижийг "...сэтгэл дотор хадгалагдсан байдаг, аль нэг улсын талаарх сэтгэгдэл төрүүлэм, сэтгэл хөдөлгөм, танин мэдэхүйн шинж чанартай дүрслэл болон төсөөлөл" хэмээн тодорхойлсон. Мартин, Эроглу нар (1993) "Улсын имиж гэдэг нь хүмүүсийн, аливаа нэг улсын талаарх гаргалгаатай, мэдээллийн чанартай ойлголт болон тухайн улсад итгэх итгэлээс бүрдэнэ" гэж тодорхойлоод "Энэ нь улс хоорондын улс төр, нийгмийн харилцаанд нөлөөлөх хүчин зүйл" хэмээн үзжээ.

Харин Рот, Диамантополос нар (2009) улсын ерөнхий имижийг танин мэдэхүй, мэдрэмжийн элементүүд хүсэл эрмэлзэлд хэрхэн нөлөөлдгийг 4 загвараар баталж, улсын имиж гэдэг ойлголт бүрэлдэж төлөвших үйл явцыг тодорхойлжээ. Үүнд: 1) А. танин мэдэхүй, мэдрэмж тус тусдаа хүсэл эрмэлзлийг төрүүлэх, 2) В.танин мэдэхүйн мэдлэг сэтгэл хөдлөл, мэдрэмжийг хөтөлж, турших буюу хүсэл эрмэлзлийг төрүүлэх 3) С.танин мэдэхүйн нөлөөгөөр туршиж үзсэнийхээ дараа мэдрэмж, сэтгэл хөдлөл бүрэлдэх, 4) D. сэтгэл хөдлөл, мэдрэмжиндээ хөтлөгдөн туршиж үзсэнээр мэдлэг хуримтлуулах гэсэн үйл явцуудыг туулсны дараа улсын тухай ойлголт төлөвшин тогтдог гэж үзжээ. Ийнхүү улсын имижийн тухай ойлголт нь зөвхөн бараа бүтээгдэхүүн талаарх үнэлэмж, таашаалд зориулагдсан ойлголт гэхээсээ агуулгын хувьд өргөжиж ирсэн.

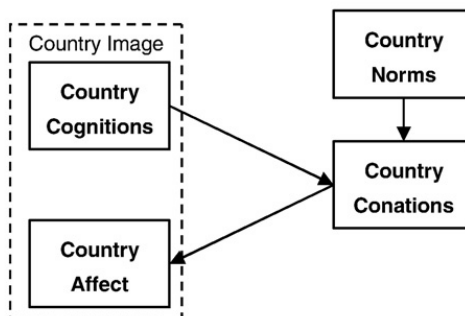
Зураг 1.

Улсын талаарх имиж(төсөөлөл) төлөвших үйл явц

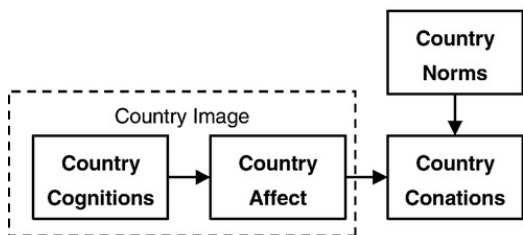
A. Two-Component View



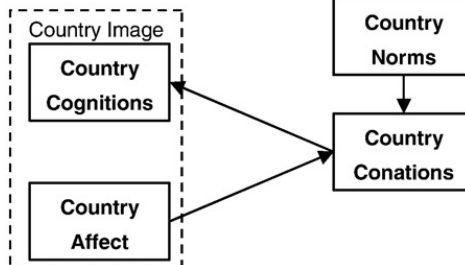
C. Low-Involvement Hierarchy



B. High-Involvement Hierarchy



D. Experiential Hierarchy



Эх сурвалж: Katharina P. Roth, Adamantios Diamantopoulos, (2009)

Улс төрийн, эдийн засгийн харилцаагаар хязгаарлагддаг байсан улс орнуудын харилцаа иргэдийн хүрээнд идэвхижиж ирснээр иргэдэд харилцагч улсын талаарх мэдлэг, сэтгэгдэл, ойлголт чухалчлагдаж эхэлсэн. Ингээд улсын имиж нь чухалд тооцогдох болж, улсын имижийг бүрдүүлэгч хүчин зүйл, нөлөө зэргийн талаарх судалгаанууд гарч ирэх болсон байна. Буман, Ингенхофф нар (2015) нийгмийн бусад салбар дахь улсын имижийн ойлголтууд, ялангуяа олон улсын тавцан дахь улсын имижийн чухлыг онцлон авч үзсэн байдаг. “Улсын эерэг имиж болон олон улсын нэр хүнд гэдэг нь олон улсын харилцаанд нэгдмэл ойлголтыг авчирдаг” гээд “улсын эерэг имиж гэдэг нь зөөлөн хүч гэх мэт бусдын сэтгэлийг татах чадвар” гэж үзжээ. Тэд улсын имижийг бүрдүүлж төлөвшүүлэхэд масс медиа буюу олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн үүрэг роль чухлыг онцолжээ. Товчхондоо, улсын имиж нь тухайн улсын улс төр, нийгэм, эдийн засгийн үзүүлэлтүүдээс гадна тухайн оронд зорчих, тухайн улсад үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүнийг хэрэглэх, тухайн орны соёлтой танилцах зэргээр иргэд тухайн улстай холбоотой харилцаанд орсноор үүссэн сэтгэгдэл, мэдрэмжинд суурилсан үнэлэлт дүгнэлтэн дээр үндэслэн бүрэлдэн бий болдог.

4. Монголчуудын Солонгосын талаарх төсөөлөл, ойлголт

Хоёр улсын хооронд дипломат харилцаа тогтоосноос хойш 2000-аад оны сүүл үе хүртэл монголчуудын дунд БНСУ-ын талаарх ойлголт буюу Солонгосын имижийн тухай бие даасан судалгаа хийгдсэн нь үгүй боловч Монголд тархаж байгаа Солонгосын соёл, Солонгосын давалгаа үзэгдэл энэхүү ойлголтонд хэрхэн нөлөөлж буйг тусгасан байдаг.¹² Тухайлбал, судлаач Ким Сон Ху(2006) Монгол дахь Солонгосын давалгаа үзэгдэл нь Монголд Солонгосын талаар эерэг хандлагатай бүлгийг бүрэлдүүлэн төлөвшүүлж байна гэж онцолсныг дурдаж болно.

Монголд тархсан Солонгосын давалгаа үзэгдлийн нийгэм эдийн засгийн нөлөөг газар дээр нь судалж хийсэн судалгаанууд нь голдуу эрдмийн зэрэг горилсон судалгааны ажлууд байдаг. С.Мөнхжаргал (2005) Монгол дахь Солонгосын давалгаа үзэгдэл нь Монгол дахь Солонгосын талаарх ойлголтыг дээшлүүлж, хоёр улсын харилцан ойлголцлыг сайжруулснаар эдийн засаг, нийгэмд нөлөөлөхүйц үр дүнг авчирсан гэж дүгнэсэн байна. Л.Хонгорзул (2008) ахлах сургуулийн 400 хүүхдийн явуулсан судалгааныхаа үр дүнд Монголын хүүхэд залуучуудын Солонгосын талаарх ойлголтонд Солонгос кино, олон ангит цуврал гэх мэт телевизийн контентууд шууд нөлөөлөхүйц харилцан хамааралтай гэж үзсэн байна. Солонгосын давалгаа үзэгдлийн талаарх эерэг хандлагууд нь Монголчуудын дунд бүрэлдэн бий болж буй Солонгосын талаарх ойлголт, цаашлаад Солонгост үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүн худалдан авах, Солонгост зочлох хүсэл сонирхолд эерэгээр нөлөөлж буйг нотлохыг оролдсон эдийн засгийн салбарын судалгааны ажлуудыг дурдаж болно.¹³ Түүнчлэн Солонгосын давалгааг эсэргүүцэх үзэгдэл Монголын нийгэмд бий болж эхэлсэн хийгээд тэр нь монголчуудын Солонгосын талаарх ойлголтонд нөлөөлж буй талаар зарим нэг судалгаанд хөндөгдсөн байдаг.¹⁴

2010 он гарсаар Монгол дахь Солонгосын талаарх ойлголтын тухай бие даасан томоохон хэмжээний судалгаа болон Солонгосын соёлоор дамжин төлөвшсөн Солонгосын талаарх ойлголтын эдийн засгийн үр нөлөө, түүнчлэн Солонгосын соёлыг эсэргүүцэх үзэгдэл Солонгосын талаарх ойлголтонд хэрхэн нөлөөлж байгаа тухай судалгаанууд гарч ирсэн.¹⁵ Эдийн засгийн салбарын судалгаануудаас

¹² 김선호, 2002, “동아시아의 한류; 몽골 한류의 특성과 전망”, 동아 연구 42 권, 서강대학교 동아연구소; 김선호, 2006, “몽골 한류의 문화사회학적 분석”, 몽골학, 20 권, 한국몽골학회; 李盛煥, 2006, “日本とモンゴルにおける韓流の展望と課題”, 일본문화연구 20권, 동아시아일본학회; 이안나, 2006, “몽골에서의 한류와 발전 방안”, 일본문화연구, 20권, 동아시아 일본학회 зэргийг үзэх.

¹³ 맥마르(Magmar), 2008, “한국의 국가 이미지 및 기업 브랜드 이미지가 몽골 소비자의 구매의도에 미치는 영향”, 경기대학교 대학원, 석사학위논문; 알тантоя(Altantya), 2009, “한류의 한국제품, 기업, 국가 이미지와 소비자 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 울란바타르지역 중심으로”, 강원대학교 석사학위 논문 зэргийг үзэх.

¹⁴ 이안나, 2006, “몽골에서의 한류와 발전 방안”, 일본문화연구, 20권, 동아시아 일본학회; 김선호, 2002, “동아시아의 한류; 몽골 한류의 특성과 전망”, 동아 연구 42 권, 서강대학교 동아연구소 зэргийг үзэх.

¹⁵ Д.Оюунцэнэг (2011), “Монголд Солонгосын давалгаа нөлөөлж байна уу?”, Солонгос судлал 20 жил, ЭШХ-ын эмхэтгэл, 126-140; 광민경, 어윤아 (2014) “몽골의 반한류 네트워크 분석 - 미디어, 소셜, 정부 네트워크의 ‘구조적 공백’ 을 중심으로”, 몽골학 39권, 271-297 зэргийг үзэх

Солонгосын телевизийн олон ангит цуврал, кино, К-поп дуу хөгжим зэрэг Монголд тархсан Солонгосын соёлын элементүүд Солонгосын талаарх ойлголт ижиж, Солонгос брэнд ижиж, Солонгос бараа бүтээгдэхүүний ижиж зэрэгт эерэг нөлөө үзүүлдэг бөгөөд эдгээр ойлголтууд нь хэрэглэгчдийн таашаал болон худалдан авалтанд нөлөөлж байна гэсэн нийтлэг дүгнэлтийг харж болно.¹⁶

МУИС-ийн Нийгмийн судалгааны хүрээлэн, Солонгос судлалын тэнхим, Социологийн тэнхим хамтран гүйцэтгэсэн “Монголчуудын Солонгосын талаарх ойлголт” судалгаа нь Монгол дахь Солонгосын талаарх ойлголтыг судалсан томоохон хэмжээний бие даасан судалгаа болно.¹⁷ 2011 он¹⁸, 2015¹⁹ онуудад хийж гүйцэтгэсэн 2 удаагийн судалгааны үр дүн юуны өмнө монголчуудын Солонгосын талаарх ойлголт нь хувь хүний туршлага дээр тулгуурлан эерэг хандлагатайгаар бүрэлдэн бий болсныг харуулсан. Цуврал судалгааны дүнг харьцуулан үзвэл, 2011 оны судалгаагаар Солонгос улсын талаарх монголчуудын ойлголт ерөнхийдөө эерэг хандлагатай, солонгос хүнийг ажилсаг, хөдөлмөрч гэж үнэлжээ. Солонгосын талаарх анхны сэтгэгдлийг асуусан асуултанд монголчууд хамгийн олноороо амьдарч байгаа гадаадын улс гэсэн хариулт 17% хамгийн өндөр байсан байна. Түүний дараагаар Солонгос улсын талаарх анхны сэтгэгдэлд солонгосын олон ангит цуврал (14,3%), хуваагдмал улс (8.9%), кимчи (8.6%), гоо сайхны бүтээгдэхүүн (8.6%), хөгжингүй улс (8.1%) гэсэн хариулууд орсон байна.

¹⁶ Чечексурен (Tsetsegsuren), 2011, “한국의 국가, 기업 및 브랜드 이미자가 몽골 소비자의 구매의도에 미치는 영향”, 배재대학교, 석사학위 논문; 체렌돌람 (Tserendulam), 2014, “몽골 시장에서 한류 특성이 한국 이미지와 제품 선호도에 미치는 영향”, 연세대학교, 석사학위 논문; 에르덴치멕 (Erdenechimeg), 2014, “한류, 국가이미지 및 기업이미지가 제품에 대한 태도와 구매의도에 미치는 영향”, 계명대학교, 석사학위논문; 몽크체체그 (Munkhtsetseg), 2016, “한류에 대한 인식이 몽골소비자의 구매의도에 미치는 영향: 기업이미지와 제품이미지 중심으로”, 국민대학교, 석사학위논문 зэргийг үзэх.

¹⁷ О.Мөнхбат, Д.Сайнбилэгт, (2011), “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, МУИС-ийн Нийгмийн судалгааны хүрээлэн, Солонгос судлалын тэнхим, Социологийн тэнхим хамтран гүйцэтгэсэн судалгааны тайлан. МАГИКО Олон улсын эрдэм шинжилгээний II хурлын эмхэтгэл, 11-44; “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол” судалгааны тайлан, МУИС-ийн Социологийн тэнхим, 2015 он.

¹⁸ МАГИКО захиалгаар гүйцэтгэсэн уг судалгаанд УБ, дархан, Эрдэнэт хотын 1742 хүн оролцсон байна.

¹⁹ МУ-д суугаа БНСУ-ын ЭСЯ-ны захиалгаар гүйцэтгэсэн уг судалгаанд УБ, дархан, Эрдэнэт хотын 1200 хүн оролцсон байна.

БНСУ-ын талаар санаанд буудаг төсөөлөл (2011 он)



Эх сурвалж: “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, (2011)

Харин солонгос хүний талаарх ойлголт өмнөх судалгааны дүнгээс төдийлэн өөрчлөгдсөнгүй. 2015 онд явагдсан “Монголчуудын Солонгосын талаарх ойлголт 2” судалгаанаас үзвэл, Солонгос гэж сонсоод хамгийн түрүүн төсөөлөгддөг зүйл нь эрүүл мэндийн үйлчилгээ (14.3%), хурдацтай хөгжиж буй эдийн засаг (14.2%), монголчууд олноороо зорчиж наймаа эрхэлдэг орон (14.0%), машин болон цахилгаан бараа (12.3%), монгол залуус олноороо очиж суралцдаг улс (11.4%), олон ангит кино, К поп дуу хөгжим (11.3%), солонгос хоол (8.9%) гэсэн хариултуудыг өгчээ.

Зураг 3.

БНСУ-ын талаар санаанд буудаг төсөөлөл (2015 он)



Эх сурвалж: “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”,(2015)

Дээрх хоёр судалгааны дүнг харьцуулан үзвэл, монгол иргэдийн БНСУ-д зорчих зорилго нь ажил хийж мөнгө олох гэхээс илүү эмнэлэг, эрүүл мэндийн үйлчилгээ авах, бизнес эрхлэх, суралцах гэх мэтээр нэмэгдсэн болохыг харж болно. Тус улсад суралцах, ажиллах, амьдрах шийдвэр гаргаж байна гэдэг монголчуудын хувьд өмнөд Солонгос нь аюулгүй, амар тайван, гадаадын иргэдэд ээлтэй улс гэсэн ойлголт гүнзгийрсэн гэж ойлгож болно. Солонгос гэхээр олон ангит кино, дуу хөгжим төсөөлөгддөг гэсэн хариултын хувь буурснаас харахад Солонгосын соёл Монголд хэдийн өргөн тархаж, монголчуудын хувьд шинэ соёл биш болжээ гэж тайлбарлаж болох юм. Хүчирхэг эдийн засагтай, өндөр хөгжилтэй улс, Монгол улсын эдийн засгийн томоохон түнш гэсэн ойлголтууд болоод өмнөд Солонгост үйлдвэрлэсэн автомашин, техник хэрэгсэл, электрон бараа, түүнчлэн солонгос маягийн хувцаслалт, донж загвар санаанд буудаг гэсэн хариултууд өмнөхөөс өссөн байгааг харахад хоёр улсын хооронд эдийн засаг, худалдааны харилцаа өргөжин тэлж, солонгос бараа бүтээгдэхүүн өдөр тутмын хэрэгцээ болж байгааг харуулж байна.

2011 оны судалгааны явцад солонгос хүний талаар төрсөн сэтгэгдлийг асуухад сайн ч биш, муу ч биш гэж 48%, энэ талаар бодож байсангүй хэмээн 26,8% нь хариулсан бол тааламжтай гэсэн хариулт 17,9%, тааламжгүй гэсэн хариулт 7,3%-ийг эзэлж байв. Харин солонгос хүний зан чанарын эерэг сөрөг байдлын талаарх асуултанд ажилсаг, хөдөлмөрч гэсэн хариулт хамгийн өндөр байсан бол боловсон, шүтлэгтэй, гэр бүлсэг гэх мэт эерэг хандлагатай хариултууд өгсөн байна. Фокус ярилцлагаар эелдэг боловсон, настангуудаа хүндэлдэг, уламжлал, ёс заншлаа дээдэлдэг, итгэл төрүүлэхүйц гэх мэтээр үнэлсэн байжээ.

Тэгвэл 2015 оны судалгаанд оролцогчдын хувьд солонгос хүний талаар тааламжтай, аятайхан сэтгэгдэлтэй байдаг гэсэн хариулт 34.6% буюу өмнөх судалгааны дүнгээс хоёр дахин өссөн явдал, тааламжгүй эвгүй сэтгэгдэл 1.9% буюу өмнөхөөс эрс буурсныг харахад солонгос хүний талаарх ойлголт эерэг хандлагатай төлөвшиж эхэлснийг нотолж байна. Сайн ч биш, муу ч биш сэтгэгдэлтэй байдаг, энэ талаар бодож байгаагүй гэсэн хариултууд багагүй хувийг эзэлж байгааг судлаачид солонгос хүний талаарх тогтсон хэв шинж монголчуудын санаа бодолд хүчтэй бүрэлдээгүй байгаа нь цаашид эерэг хандлага тогтох таатай нөхцлийг бүрдүүлж байна гэж үзжээ. Судалгаанд оролцогчид өөрийн болон эргэн тойрны хүмүүсийнхээ тус улстай холбоотой туршлагаар дамжуулан тодорхой ойлголттой болсон гэж хариулсан нь монголчуудын БНСУ болон солонгос хүний талаарх төсөөлөл, ойлголт бодит туршлага дээр үндэслэн эерэгээр төлөвшиж эхэлж байсан гэж дүгнэсэн байна.

Зураг 4.

Солонгос хүний талаарх монголчуудын ойлголт (2011, 2015 он)



Эх сурвалж: “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, (2015)

2015 оны судалгаа нь БНСУ-ын элчин сайдын яамны захиалгаар гүйцэтгэсэн учир Монгол дахь Солонгосын ойлголт, төсөөлөл гэдгийг улсын ижиж гэдэг утгаар нь тандаж судлах гэхээсээ илүү Монгол, БНСУ-ын харилцааны өнөөгийн байдалд дүгнэлт өгөх, цаашдын харилцаа хамтын ажиллагааны хөгжлийн талаар монгол иргэдийн санал бодлыг тандахад чиглэсэн хандлагатай нь ажиглагдсан юм. Судалгааны дүнгээс үзвэл, оролцогчдын 83% нь хоёр улсын харилцаа амжилттай хөгжиж байгаа гэж үзжээ. Гадаад харилцааны хувьд хамгийн чухалд тооцогдох улсын хувьд БНСУ нь (23%) ОУХ (72.1%), АНУ (51.1%), БНХАУ (43.1%), Япон (38.1%)-ы дараа тав дугаарт оржээ. Өмнөх судалгааны нэгэн адил БНСУ-тай харилцаа, хамтын ажиллагаагаа хөгжүүлэхэд хүүхэд залууст БНСУ-д

сурч боловсрох боломжийг нэмэгдүүлэх (87.4%), эрүүл мэндийн үйлчилгээ авах хөнгөлттэй нөхцөл бүрдүүлэх (86.9%)-д анхаарах хэрэгтэй гэж үзсэн бол гуравдугаарт, иргэдийн зүгээс хоёр улсын хооронд хийгдэх худалдааны харилцааг дэмжиж, гааль татварын хөнгөлөлт үзүүлэх асуудлыг чухалчлан үзсэн байна. Дээрх судалгаанд оролцогчдын 66% нь тус улсыг ирээдүйд улам бүр хөгжин цэцэглэнэ гэж үзээд олон улсын түвшинд боловсрол, шинжлэх ухаан, технологи (23%), эдийн засгийн хамтын ажиллагаа (20.3%), улс хоорондын соёлын харилцаа (18.2%)-нд томоохон хувь нэмэр оруулна гэж үзсэн нь БНСУ-ын олон улсын нэр хүндийг өндрөөр үнэлдгийг харуулж байгаа юм.

Монголчуудын БНСУ болон солонгос хүний талаарх ойлголт төсөөллийн талаарх хандлагыг Конрад Аденауэрын сангийн санхүүжилтээр Сант марал судалгааны төвөөс явуулсан Монголын нийгэм улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын тухай цуврал судалгаанаас үргэлжлүүлэн харж болно. 2016 оны судалгаанд оролцсон 1500 хүн монголчуудын хувьд хамгийн ойр дотно харилцаатай улсаар ОХУ (81.4%), БНХАУ (26.6%), Япон (19.6%), Европын орнууд (17.1%), БНСУ (11.2%)-ыг нэрлэсэн бол нөхөрсөг харилцаатай ард түмнээр оросууд (60.2%), солонгосчууд (36.7%), хятадууд (33.3%), япончууд (13.8%)-ыг сонгожээ²⁰ Солонгос хүний талаар ойлголт харьцангуй эерэг таатай хандлагыг харуулсан байна.

2018 онд 1200 хүнийг хамарсан Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын тухай судалгаагаар найрамдалт харилцаат улсаар ОХУ (82.2%), БНХАУ (23.7%), Япон (19.4%), АНУ (19.3%) -ийн дараа БНСУ (16.6%) орсон бол нөхөрсөг харилцаатай ард түмнээр солонгосчууд (45%) оросууд (54.5%)-ын дараа орсон байна.²¹ Гурван жилийн дараа ч БНСУ болоод солонгосчуудын талаарх монголчуудын ойлголт, хандлагад өөрчлөлт орсонгүй. Хоёр улсын иргэд хоорондын харилцаа хятад, японтой харьцуулахад илүү идэвхтэй, нөхөрсөг харилцаатай байгааг харуулж байна.

Үүний дараа судлаачийн 2019 онд 15- 80 насны, хот хөдөөгийн 630²² иргэний дунд явуулсан “Монголчуудын солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал” судалгаан дахь Солонгос орон ба солонгос хүний талаарх ойлголтын талаарх дүнг авч үзье. Нийт оролцогчдоос солонгос гэж сонсоод хамгийн түрүүнд санаанд буудаг төсөөллийн талаар асуусан асуултанд жигнэсэн дүнгээр хоолны соёл өндөр хөгжсөн улс (7.98 оноо), эдийн засгийн өндөр хөгжилтэй улс (7.82), техник технологийн өндөр хөгжилтэй улс (62.2), эрүүл мэндийн үйлчилгээ өндөр хөгжсөн

²⁰ Конрад Аденауэр сан, Сант Марал судалгааны төв, Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын судалгаа 2016. Улс төрийн барометр #15(49), p.20-21. <https://www.santmaral.org>

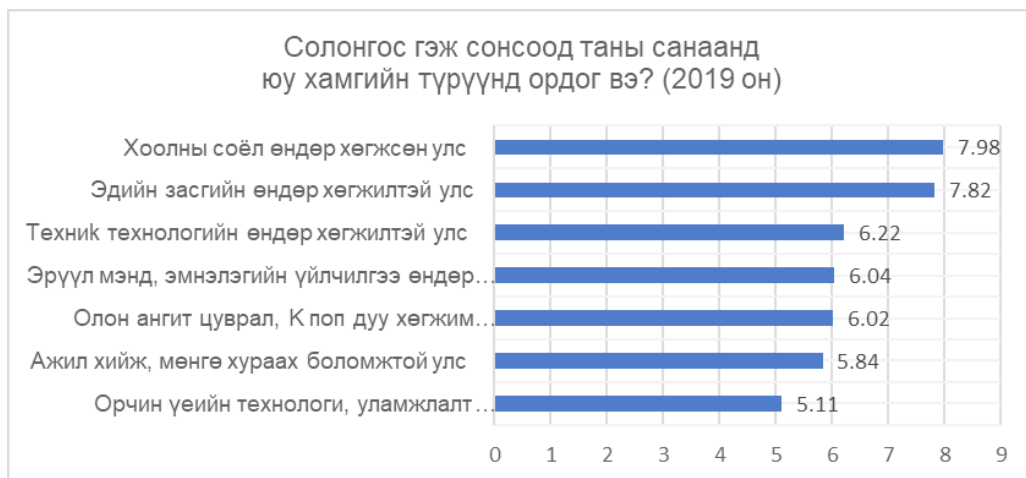
²¹ Конрад Аденауэр сан, Сант Марал судалгааны төв, Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын судалгаа 2018. Улс төрийн барометр #17(51), p.20-21. <https://www.santmaral.org>

²² Уг судалгааг 2019 оны I.7-25 хооронд 15-80 насны УБ хотын 500 иргэн, орон нутгийн 500 иргэний дунд явуулсан. Хурааж авсан санал асуулгын хуудаснууд дотроос хариулаагүй, эрэмбэ алдаж бөглөсөн гэх мэт алдаатай хуудсуудыг ялган, 630 оролцогчийн санал асуулгын хуудсанд статистик дүн шинжилгээ хийсэн болно. Оролцогчдын 406 нь УБ хотын харьяа, 224 нь орон нутгийн иргэн байсан. Хүйсийн хувьд 430 нь эмэгтэй, 200 нь эрэгтэй байв.

улс (60.4), олон ангит кино, К поп дуу хөгжим санаанд буудаг (60.2), ажил хийж мөнгө олж боломжтой улс (5.84), орчин үеийн технологи, уламжлалт соёлыг хослуулсан улс (5.11) гэсэн хариултуудыг өгчээ.

Зураг 5.

БНСУ-ын талаар санаанд буудаг төсөөлөл (2019 он)



Эх сурвалж: “Монголчуудын Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал”, (2019)

Харин солонгос хүний талаар ажилсаг, хөдөлмөрч гэсэн хариулт 18.72 оноогоор эрс өндөр байсан бол гэр бүлсэг (7.68), ёс заншил, уламжлалаа дээдэлдэг (5.83), нэр хүндээ чухалчилдаг (5.55), нэгдэж чаддаг хүмүүс (5.24) гэсэн эерэг ойлголтууд түлхүү байсан юм. Гэвч солонгос хүний талаарх сөрөг ойлголттой хүмүүс ч цөөнгүй байсан юм. Тухайлбал, солонгос эрчүүд сул дорой (2.54), солонгосчууд бусдаас илүү харагдах гэж хичээдэг талтай (2.04), солонгос эмэгтэйчүүд өнгө мөнгөнд дуртай (1.74), өширхүү хүмүүс (1.51) гэх мэтээр сөрөг ойлголтуудаа илэрхийлжээ.

Судалгааны дүнгээр БНСУ болон солонгос хүний талаарх төсөөлөл ойлголт төлөвшихөд телевизийн соёлын контентууд хамгийн ихээр нөлөөлсөн эх сурвалж болох нь тогтоогдсон. Үүнд, солонгос улсын талаарх дүр зураг, ойлголт буюу улсын имиж бүрэлдэхэд гадаад, дотоод мэдээ мэдээлэл, интернэт нийтлэлүүд нөлөөлдөг гэсэн хариулт 10.56(433хүн) оноогоор, солонгос хүний талаарх ойлголт төлөвшихөд олон ангит цуврал, киноны нөлөөлөл 10.69 (510 хүн) оноогоор хамгийн өндөр гарсан байна.

**БНСУ болон солонгос хүний талаарх ойлголт
төлөвшихөд нөлөөлөх эх сурвалж**

	БНСУ-ын талаарх ойлголт (жигнэсэн дүн)	Солонгос хүний талаарх ойлголт (жигнэсэн дүн)
Хэвлэл мэдээллийн мэдээ, нийлэл	10.56	5.78
Телевизийн соёлын контентууд	5.94	10.69
Эргэн тойрны хүмүүсийн солонгостой холбоотой туршлага	5.87	7.06
Хувь хүний өөрийн туршлага	2.94	2.55
Солонгос бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээ	3.28	0.35

Эх сурвалж: “Монголчуудын Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал” (2019)

Зарим нэг дүнг задлан харвал нийт 630 оролцогчийн дотор солонгосын олон ангит цуврал үздэг гэж хариулсан 505 оролцогчийн 34.05% өмнөд Солонгос гэвэл олон ангит цуврал, К поп дуу хөгжим санаанд буудаг гэж хариулсан бол, 28.71% нь тус улсыг соёлын үйлдвэрлэл хөгжсөн улс гэж үзсэн байна. Мөнхүү 505 оролцогчийн 175 нь солонгос хүний талаарх ойлголт төсөөлөл олон ангит цуврал болон уран сайхны киногоор дамжин бий болсон гэж хариулсан бол, 153 хүн нь эргэн тойрны хүмүүсийнхээ туршлага, үзэж туулсан зүйлээс хамааралтай гэж хариулсан байна. Тэдний 32.9% нь солонгос хүний талаар сөрөг ойлголттой байдгаа илэрхийлсэн байна. Энэ бүхнээс харахад БНСУ болон солонгос хүний талаарх ойлголт бүрэлдэн төлөвшихөд соёлын контентууд харьцангуй өндөр нөлөөтэй байна гэж үзэж болно. Монголчуудын солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдлын талаарх энэхүү судалгаанд оролцогчид нь соёлын контентуудыг таашаан үздэг, түлхүү хэрэглэдэг түүвэр олонлог гэдэг утгаараа хязгаарлагдмал чанартай гэж үзэх магадлалтай. Гэвч нөгөө талаар, энэхүү судалгаанд оролцогч 630 иргэн нь Монгол улсын 15-с дээш насны нийт хүн амыг төлөөлөх бүрэн боломжтой болохыг статистик аргачилалаар тооцоолсон түүврийн оновчтой хэмжээ нотолж байгаа юм.²³

Энд чухалчлан авч үзэх ёстой нэг зүйл бол БНСУ-д үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээ юм. 2011 оны судалгаагаар Монголчуудын хамгийн их сонирхон үзэж, хэрэглэж буй солонгосын соёл, бүтээгдэхүүний талаарх асуултанд соёлын контент (39.3%), цахилгаан бараа (31.0%), гоо сайхны бүтээгдэхүүн (20.9%), хүнсний бүтээгдэхүүн (12.9%), хувцас хунар (12.0%), солонгос хоол (11.8) гэж хариулсан байна. Олон ангит цуврал, дуу хөгжим гэх мэт соёлын контентын хэрэглээ хамгийн өндөр гарсан нь тухайн үед Монголд солонгосын соёл өргөн тархаж байгааг харуулж байсан юм. Харин 2015 оны судалгаагаар

²³ 2019 оны байдлаарх Монгол улсын нийт хүн амын доторх 15-с дээш насны 2 258 874 хүнийг эх олонлогийн хэмжээ гэж үзэн, 95%-ийн итгэх магадлалтай, +/-5%-ийн алдааны хязгаартай байхаар сонгон судалгааны түүврийн хамгийн бага оновчтой хэмжээг тооцоолоход 384 гарч байна.

гар утас, компьютер гэх мэт цахилгаан бараа 26.8%, хувцас хунар 20,6%, соёлын бүтээл (16.9%) -ийн хэрэглээ орсон байна. Хүнсний бүтээгдэхүүн (16.9%) болон солонгос хоолны үйлчилгээ (15.3%) өмнөхөөс нэмэгдсэн үзүүлэлттэй байна. 2019 онд явуулсан судалгааны дүнгээс харвал гар утас, компьютер, гэр ахуйн цахилгаан барааны хэрэглээ (23,28%) хамгийн өндөр байсан бол солонгос хоол (21,11%) болон гоо сайхны бүтээгдэхүүний хэрэглээ (13,7%) өмнөх судалгааны үеэс өссөн байна. Хувцас хунар (11,9%), хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ (11.16%) ойролцоо үзүүлэлттэй гарчээ. Графикт үзүүлээгүй боловч өдөр тутмын бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээ 13% буюу нилээн өндөр үзүүлэлттэй гарсан байна.²⁴

Зураг 6.

Солонгос бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээ (2011, 2015, 2019 он)



Эх сурвалж: “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, (2011)
“БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, (2015)
“Монголчуудын солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал”, (2019)

Мөн аялал жуулчлал (37,7%), хууль ёсоор ажиллах (16,8%), суралцах (16,8%) зорилгоор тус улсад зочлохыг хүсдэг гэж хариулжээ. Сүүлийн жилүүдэд гар утас, компьютер гэх мэт технологийн бүтээгдэхүүн, хувцас хунар, хоол, хүнсний бүтээгдэхүүний хэрэглээ өссөн явдал нь солонгос бараа бүтээгдэхүүнийг худалдан авч хэрэглэх хүсэл сонирхол нэмэгдсэн, өөрөөр хэлбэл Солонгосын брэнд имиж, бараа бүтээгдэхүүний имиж эерэг хандлагатай байгааг нотлон харуулсан хэрэг юм. Түүнчлэн харьцангуй жигд, өндөр үзүүлэлтийг харуулсан бараа бүтээгдэхүүний өргөн хэрэглээ нь Солонгосын соёл монголчуудын амьдрал ахуйд нь нэгэнт шингэснийг харуулж байна.

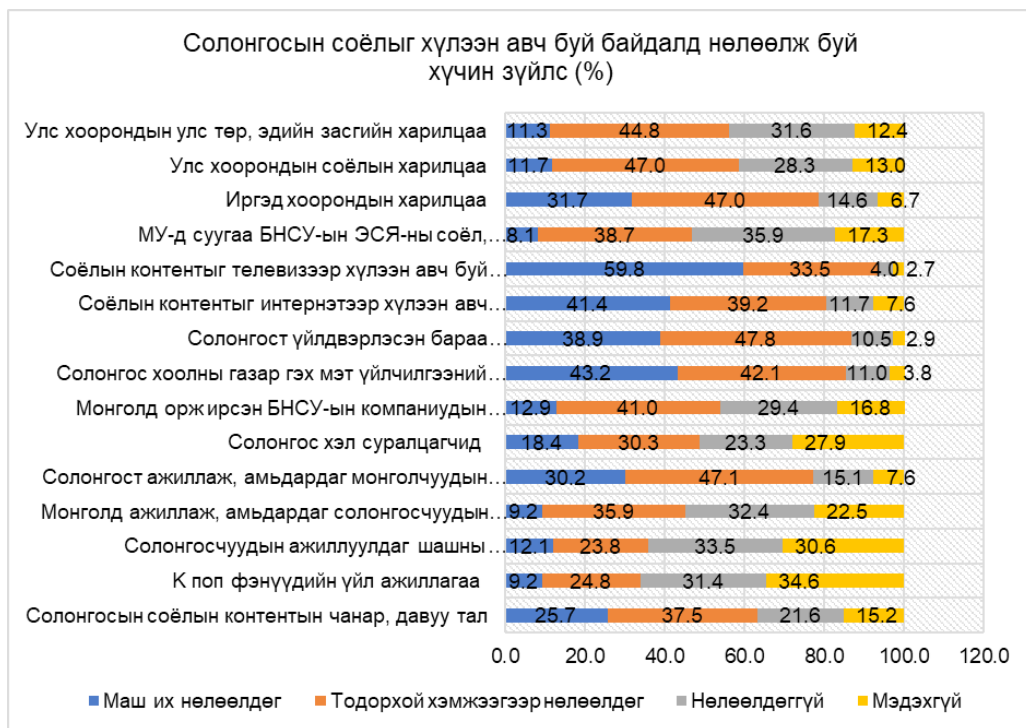
Монголчуудын БНСУ болон солонгос хүний талаарх төсөөлөл, ойлголттой

²⁴ Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдлын талаарх уг судалгаа нь урлаг соёлын бүтээл буюу соёлын контентын хэрэглээг тусад нь өөр үзүүлэлтээр авч үзсэн тул энэхүү графикт харьцуулан үзэх боломжгүй юм.

холбоотой судалгаануудыг нэгтгэн дүгнэвэл, БНСУ болоод солонгос иргэдийн талаарх монгол иргэдийн ойлголт, төсөөлөл, түүнчлэн тус улсад үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний имиж зэрэг нь ерөнхийдөө эерэг хандлагатай байна. БНСУ-ын талаарх үндсэн ойлголтонд эдийн засгийн түвшин, соёл уламжлал, шинжлэх ухаан технологийн хөгжил гэх мэт танин мэдэхүйн хандлага голлосноос гадна иргэдийн талаарх эерэг сэтгэгдэлд сэтгэл хөдлөлийн хандлагууд харагдаж байна. Эдгээр ойлголт, эерэг хандлагууд бүрэлдэн бий болж, төлөвшихөд телевизийн сувгуудаар болон интернэт орчинд хүлээн авч буй соёлын контентууд, тус улсад үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээ, харилцан зорчих, суралцах, ажиллах гэх мэт иргэд хоорондын идэвхтэй харилцаа зэрэг нь хамгийн ихээр нөлөөлсөн гэдгийг сүүлийн судалгааны дүн харуулсан. Өөрөөр хэлбэл, монголчуудын хувьд биеэр үзэж харах, хэрэглэх зэрэг үйлдэл буюу туршлага дээр суурилсан ойлголт Солонгосын дүр төрхийг тодорхойлж байна гэж ойлгож болно. Солонгосын талаарх ойлголт хэрхэн төлөвшиж байгааг Рот, Диамантополос нарын улсын талаарх ойлголт төлөвших тухай 4 загварт нийцүүлэн шинжлэн үзвэл голдуу D загвар буюу сэтгэл хөдлөл, сонирхолд хөтлөгдөн соёлын контентууд болон бараа бүтээгдэхүүнийг үзэж, хэрэглэж, мэдэрсний дараа мэдлэг хуримтлагдаж, тухайн улсын талаарх ойлголт бүрдэх хандлага эсвэл C загвар буюу эргэн тойрны хүмүүсийн туршлага зэргийн нөлөөллөөр туршиж үзсэний дараа сэтгэл хөдлөл бүрэлдэж, ойлголт төрж, төлөвших хандлага ажиглагдаж байна.

Монголд Солонгос улс, үндэстний талаарх ойлголт, хандлага төлөвшин тогтоход улс хоорондын харилцаа, тэр дундаа хоёр улсын хоорондын соёл, олон нийтийн дипломат харилцааны үүрэг роль ямар байр суурийг эзэлж байна вэ гэдгийг үнэлэх индекс, тоон үзүүлэлтүүд хараахан үгүй боловч “Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал” (2019) судалгааны дараах үр дүн анхаарал татсан юм. Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдалд юу хамгийн ихээр нөлөөлж буйг тодруулахыг зорьсон энэхүү асуултад оролцогчдын 59,8% нь Солонгосын соёлын контентуудыг телевизийн сувгаар дамжуулдаг явдал, 43,2% нь солонгос хоолны газар, кофе шоп гэх мэт солонгос маягийн үйлчилгээний газрууд ихэссэн явдал, 41,4% нь Солонгосын соёлын контентуудыг интернэтээр хүлээн авах боломжтой болсон явдал, 38,9% нь Солонгост үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний худалдаа болон хэрэглээ нэмэгдсэн явдал, 31,7% хоёр улсын иргэд хоорондын харилцаа өргөжсөн явдал, 30,2% нь Солонгос улсад ажиллаж амьдардаг монгол иргэдийн туршлага, хандлага маш ихээр нөлөөлдөг гэж хариулжээ. Эдгээр хариулт нь Солонгосын талаарх ойлголт төлөвшин тогтоход телевизийн контентууд, өөрийн болон эргэн тойрны хүмүүсийн туршлага, бараа үйлчилгээ, хэрэглээ нөлөөлдөг гэж үзсэн судалгааны үр дүнг дахин баталж өгч байна. Өөрөөр хэлбэл, Солонгосын соёлыг хүлээн авахад ч, Солонгос улс, үндэстний талаарх ойлголт төлөвшихөд ч адилхан хүчин зүйлүүд нөлөөлж байна гэсэн үг юм.

Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдалд нөлөөлж буй хүчин зүйлс



Эх сурвалж: “Монголчуудын солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал”, (2019)

Монголчуудын Солонгосын соёлтой танилцаж, хүлээн авахад Монгол улсад суугаа БНСУ-ын ЭСЯ-ны соёл, сурталчилгааны үйл ажиллагаа “маш их нөлөөлдөг” гэсэн хариулт 8,1% буюу хамгийн бага үзүүлэлттэй байсны зэрэгцээ “огт нөлөөлдөггүй” гэсэн 35,9% буюу хамгийн өндөр үзүүлэлттэй байсан юм. Түүнчлэн улс хоорондын соёлын харилцаа хамгийн ихээр нөлөөлдөг гэсэн хариулт 11,3% буюу харьцангуй доогуур үзүүлэлттэй байсан бол Солонгосын соёлыг хүлээн авахад улс хоорондын соёлын харилцаа огт нөлөөлдөггүй гэсэн хариулт 28,3% буюу дээгүүр үзүүлэлтийг харуулсан байна. Эдгээр үзүүлэлт нь Монгол улсад суугаа БНСУ-ын ЭСЯ-ны соёл, сурталчилгааны үйл ажиллагаа болон улс хоорондын буюу Засгийн газар, төрийн байгууллагууд хоорондын соёлын харилцаа, үйл ажиллагаа иргэдэд хангалттай хүрч чадахгүй, тодорхой хязгаарлагдмал хүрээнд явагддаг болохыг харуулж байна. Соёлын харилцаа бол олон нийтийн дипломат харилцааны үндсэн бүрдүүлэгч хэсэг гэдэг үүднээс энэхүү үзүүлэлт нь хоёр улсын хоорондын олон нийтийн дипломат харилцааг шууд бус, дам байдлаар үнэлж байгаа хэрэг гэж ойлгож болно.

5. Дүгнэлт

Дипломат харилцаа тогтоосноос хойш хоёр орны хооронд явагдаж буй олон талт харилцаан дундаас хамгийн идэвхтэй явагдаж байгаа, жинхэнэ утгаараа хүндээ хүрсэн, бодитоор үүргээ гүйцэтгэсэн гэж хэлж болох харилцаа бол соёл, олон нийтийн харилцаа юм. 2010 оноос өмнөх олон нийтийн дипломат харилцаа нь оролцогчдын хувьд засгийн газраас гадна багш, судлаач, оюутан гэсэн тодорхой бүлэгт чиглэсэн, хэлэлцэх асуудал буюу үйл ажиллагааны чиглэлийн хувьд боловсрол, шинжлэх ухааны салбар голлосон, хязгаарлагдмал хүрээнд явагдаж байсан. Харин 2010 оноос БНСУ-ын талаас олон нийтэд хандахыг эрмэлзэж, үйл ажиллагаандаа хэвлэл мэдээллийн салбар болоод БНСУ-тай холбоотой бизнесийн байгууллагуудыг хамруулах болж, хэрэгжүүлж буй бодлого, үйл ажиллагааны хүрээ нь харьцангуй өргөжих болсон. Харамсалтай нь Монголын талаас БНСУ-тай явуулах олон нийтийн дипломат бодлого нь баримтлах чиглэл, стратеги төлөвлөгөө тодорхойгүй, санхүүгийн боломж бололцоо хязгаарлагдмал байдаг зэргээс шалтгаалан хоёр улсын хоорондын олон нийтийн дипломат харилцаа нь бүхэлдээ БНСУ-ын олон нийтийн дипломат бодлогын хүрээнд явагддаг, нэг тал руу чиглэсэн, тэнцвэртэй бус шинж чанарыг агуулж байна.

Олон улсын практикт олон нийтийн дипломат харилцаа амжилттай явагдаж байгаа эсэхийг харилцагч улсын ард иргэдийн дунд төлөвшсөн тухайн улс үндэстний имиж, ойлголт, олон улсын нэр хүнд зэргээр үнэлж дүгнэдэг жишгээр манай хоёр улсын хоорондын соёл, олон нийтийн дипломат харилцааны үр дүнг үнэлж цэгнэвэл өндөр үзүүлэлттэй харагдана. Холбогдох судалгаанууд БНСУ болоод солонгос иргэдийн талаарх монголчуудын ойлголт, тус улсад үйлдвэрлэсэн бараа бүтээгдэхүүний имиж зэрэг нь бүхэлдээ эерэг хандлагатай байгааг нотлон харуулсан. Монгол иргэд БНСУ-ыг бүс нутаг, олон улсын түвшинд соёл боловсрол, шинжлэх ухаан технологи, эрүүл мэнд болон эдийн засгийн харилцаа, хамтын ажиллагаанд томоохон хувь нэмэр оруулна хэмээн үзэж, олон улсын нэр хүндийг өндрөөр үнэлсэн байдаг. Солонгос хүмүүсийг оросуудын дараа орох нөхөрсөг харилцаатай ард түмэн гэж удаа дараа үнэлсэн үзүүлэлтүүд нь монголчуудын дунд солонгос үндэстний талаар эерэг ойлголтууд хэдийн төлөвшсөн болохыг харуулна. Гэвч энэ нь дан ганц манай хоёр улсын хоорондын олон нийтийн дипломат харилцаа, товчхондоо БНСУ-ын Монголд хандсан олон нийтийн дипломат бодлогын үр дүн гэхээс илүү бусад хүчин зүйлүүдийн нөлөөлөл өндөр байгааг онцлон авч үзэх хэрэгтэй.

Солонгос улс, үндэстний талаарх ойлголтын болоод бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээний үзүүлэлт, өөрчлөлт зэрэг нь хоёр орны улс хоорондын болон иргэд хоорондын харилцааны үйл явц, өөрчлөлтийг илэрхийлж байв. БНСУ-ын талаарх олон талт ойлголтууд нь монголчуудын тул улсад аялах зорилго олон янз болж, тэр хэрээр иргэд хоорондын харилцаа идэвхжиж, өргөжиж ирснийг харуулж байгаа бол бараа бүтээгдэхүүний хэрэглээтэй холбоотой үзүүлэлтүүд нь хоёр орны эдийн засаг, худалдааны харилцаа өргөжин тэлснийг нотолно. Харьцангуй жигд,

өндөр үзүүлэлтийг харуулсан бараа бүтээгдэхүүний өргөн хэрэглээ нь солонгосын соёл монголчуудын амьдрал ахуйд нь нэгэнт шингэснийг харуулж байгаа хэрэг юм. Үүнээс соёлын харилцаа эдийн засгийн харилцаанд эерэгээр нөлөөлж байна гэж ойлгож ч болно. Нэг үгээр хэлбэл, масс медиагаар дамжиж тархах соёлын контентууд болон бараа бүтээгдэхүүнээр, эсвэл тус улсад зочлох, суралцах, ажиллаж амьдрах зэрэг өөрсдийн болон эргэн тойрны хүмүүсийн туршлагаар дамжуулан хүлээн авсан соёл, хуримтлагдсан мэдлэг монголчуудын Солонгос улс, үндэстний талаарх имиж, ойлголтыг бүрдүүлэн, төлөвшүүлдэг. Тэрхүү ойлголтонд эерэг хандлага голлож байгаа нь иргэдийн цаашдын алхам, шийдвэр гаргалтанд нөлөөлж, улмаар улс хоорондын иргэд хоорондын харилцаа, түүнээс улбаалан эдийн засаг, улс төрийн харилцаанд ч эерэгээр нөлөөлөх магадлалтайг харуулж байна.

Нөгөө талаар, Монголын нийгэмд Солонгос улс, үндэстний талаар зөвхөн эерэг ойлголт бус, тухайлбал, солонгосын соёлд хүүхэд залуус хэт автаж байгааг шүүмжилж буруушаах, эсэргүүцэж үзэн ядах сөрөг хандлагууд социал орчинд харагдах болсон нь хоёр улсын харилцаанд зөрчил үүсгэх нуугдмал аюулыг агуулж байгааг талууд анхаарах хэрэгтэй. Манай талаас урсгалаараа явж ирсэн байдалдаа дүгнэлт хийж, БНСУ-тай явуулах олон нийтийн дипломат бодлогод баримтлах чиглэл, зорилго зорилт зэргээ тодорхойлон, нэгдсэн бодлого боловсруулах зэргээр бодлогын түвшинд идэвх санаачлагатай хамтран ажиллах шаардлагатай юм. Олон нийтийн дипломат харилцааны ач холбогдлыг өндрөөр үнэлж, “Олон нийтийн дипломат ажиллагааны тухай хууль” батлуулан, дипломат бодлого, үйл ажиллагаагаа чөлөөтэй явуулах эрх зүйн орчноо бүрэн хангаж, бодлого зорилтоо үр дүнтэй хэрэгжүүлж буй БНСУ-ын туршлагаас суралцах зүйл бидэнд их бий.

НОМ ЗҮЙ

Судалгааны ажлууд

1. О.Мөнхбат, Д.Сайнбилэгт, 2011, “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол”, МУИС-ийн Нийгмийн судалгааны хүрээлэн, Солонгос судлалын тэнхим, Социологийн тэнхим хамтран гүйцэтгэсэн судалгааны тайлан. MAGIKO Олон улсын эрдэм шинжилгээний II хурлын эмхэтгэл, 11-44.
2. “БНСУ болон солонгосчуудын талаарх монголчуудын санал бодол” судалгааны тайлан, МУИС-ийн Социологийн тэнхим, 2015 он.
3. Д.Оюунцэцэг, 2019, “Монголчуудын Солонгосын соёлыг хүлээн авч буй байдал” судалгаа
4. Конрад Аденауэр сан, Сант Марал судалгааны төв, 2016, “Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын судалгаа 2016”, Улс төрийн барометр 15(49), р.20-21.
5. Конрад Аденауэр сан, Сант Марал судалгааны төв, 2018, “Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санал бодлын судалгаа 2018”, Улс төрийн барометр 17(51), р.20-21.

Цахим хуудсууд

1. БНСУ-ын Гадаад Хэргийн Яамны цахим хуудас
<http://www.mofa.go.kr>
<http://www.publicdiplomacy.go.kr>
2. МУ-д суугаа БНСУ-ын Элчин Сайдын Яамны цахим хуудас
<http://overseas.mofa.go.kr/mn-ko/index.do>
3. БНСУ-ын Хуулийн нэгдсэн цахим хуудас
<http://www.law.go.kr>
БНСУ-ын Гадаадын иргэн харьяатын бодлогын ерөнхий газрын
цахим хуудас <http://www.immigration.go.kr/immigration/index.do>