



НИЙГМИЙН СҮЛЖЭЭНИЙ НОЁРХОЛ БА МОНГОЛЫН СЭТГҮҮЛ ЗҮЙН СОРИЛТ

Б.Болд-Эрдэнэ*

**МУИС-ийн ШУС-ийн захирал, профессор (Ph.D.)*

Түлхүүр үгс: нийгмийн сүлжээний эрхшээл, сэтгүүл зүйн сорилт

Монголын өнөөгийн сэтгүүлзүйд нийгмийн сүлжээний эрхшээл дарамт бодитой байгаа нь нэгдүгээрт хүмүүсийн өдөр тутмын харилцаанд зонхилогч байр суурь эзлэх болсон, хоёрдугаарт мэдээллийн агуулгын үнэ цэн, ач холбогдлоос илүүтэй хэлбэр илэрхийллийн дизайн, хэв маягт хэрэглэгчдийн анхаарал, хандалт төвлөрдөг, гуравдугаарт үзэл санаа, итгэл үнэмшлийн мөн чанарыг бус харин “Би” төвт хандлагаар харилцаа, сэтгэл ханамжийн эрэлт хэрэгцээгээ хангаж байгаа, дөрөвдүгээрт үйл явдал, үзэгдлийг тунгаан бодохоос илүү адилсах, дагах сэтгэхүйгээр үнэлж дүгнэдэг, тавдугаарт айдас, сэтгэлзүйн хүчирхийллээр олон нийтийн анхаарал сонирхлыг татаж байгаа зэрэг бодит хүчин зүйлтэй холбоотой хэмээн үзэж байна.

Нийгмийн сүлжээ нь арилжааны зорилго, бодлогодоо нийцсэн хандалт, дахин дамжуулал, хэрэглэгчдийн бүлэглэл, сонирхолд нэгтгэгдсэн алгоритмын зарчмаар агуулгын эрс өөрчлөлт, эрчтэй “хөдөлгөөний орчин”-д ер бусын содон зарим тохиолдолд “гаж” үйл явдлыг ч дэвэргэн үлэмж ашиг орлого олдог.

Харин сэтгүүлзүй нь сонгодог томъёоллоороо нийгмийн эрх ашгийг тэргүүнд тавин мэдээллийг олох, боловсруулах түгээх үйл явц бөгөөд ёс зүй, мэргэжлийн стандарт, иргэдийг гол чухал үйл явдал асуудлыг мэдэх эрхийг хангах хариуцлага бүхий харилцаа юм. Тиймээс тэнцвэртэй, голч байр суурийг дээдэлсэн, эх сурвалжийн бүрэн нягтлагдсан мэдээллийг

олон нийтэд түгээж хэрэглэгч, иргэний бие даасан, бодит шийдвэрт нөлөө үл үзүүлэх зорилго дор үйлчилж, нийгмийн өөрийн жам ёсны хөгжил, шийдэлд дэм болох үүрэг бүхий тогтолцоо болно.

Тиймээс нийгмийн сүлжээ ба сэтгүүлзүй нь өөр хоорондоо эрс зөрчилтэй харилцааны орчин мөн. Нийгмийн сүлжээ нь мэдээллийг авах бус харин дахин дамжуулах улмаар өөрийн “Би” хэмээх дүр байдлыг тодотгох, бусдаар хүлээн зөвшөөрүүлэх, дээдлэгдэх эрэлт хүсэлтэд тулгуурлан оршдог бол сэтгүүлзүй нь нийгэм, цаг үеэ үнэлэх, өөрийн эрх ашиг, байраа харьцуулах, дахин үнэлэх хүлцэн тэвчих нийгэмч эрэлт зайлшгүйд үйлчилдэг.

Цаашилбал, нийгмийн сүлжээний анхдагч зорилго нь хувь хүний үзэл бодлоо илэрхийлэх, бусадтай чин сэтгэлээсээ харилцах, нийгмийн “орон зай”-гаа тэлэх эрх, боломжийг тэлэх байсан бол өдгөө үр дүн нь эсрэгээрээ ялгаварлан гадуурхах, бусдыг доромжлох, эрхшээх адгууслаг зан төлөвийг өөгшүүлэх гол орчин болон төлөвшсөнийг өнөөгийн бидний, монголчуудын нийгмийн сүлжээний хэрэглээ, бодит байдал нотолж байна.

Түүнчлэн нийгмийн сүлжээний мэдээллийн итгэл үнэмшилтэй эсэх нь эх сурвалжийн найдвартай байдал, хэрэглэгчийн мэдлэг боловсрол, түүний дадал туршлагаар тодорхойлогдоно хэмээх үзэл онол бодит байдалд гажуудсаар байна. Юуны өмнө эх сурвалжийн орчинд хэрэглэгчийн хандалтад хэт улайрсан, дагагсдын тоогоо нэмэгдүүлэх зорилгыг тэргүүн зэрэгт тавьсан “мэдээлэгч”-ийн байр суурь ноёрхож байгаа нь мэдээллийн үнэ цэн, үнэн бодит байдлын баримт, зохист эрх ашгийг бус харин анхаарал татах зорилгыг урьдал болгож, улмаар энэхүү шалгуураар бүхнийг үнэлэх төвшинд хүргэлээ. Тиймээс баримт, нийгмийн эрх ашигт тулгуурлан мэдээллийн сонголт, үнэлэлтээ хийдэг сэтгүүлзүйн хэв маягт үл нийцэх дадал, хандлага бүхий хэрэглэгчдийн үеийг нийгмийн сүлжээ “хүмүүжүүлж” байгаа нь хамгийн гол, эрсдэлт сорилт болж байна. Энэ нь зөвхөн сэтгүүлзүй төдийгүй монголчуудын соёл, сэтгэлгээнд бодит занал учруулж буй нь нөхцөл байдлыг эрүүл оюунаар үнэлэх хандлагаас хөндийрч, айдас түгшүүр, үгүйсгэл, үзэн ядалтын сэтгэлзүйд илт автсан хэрэглэгчдийг бий болгож улмаар энэхүү өрөөсгөл дадал хэвшил ердийн байх ёстой төвшин хэмээн үнэлэгдэх боллоо. Гэтэл монгол хүний зан сэтгэлгээ нь аливаад уужуу тайван, туйлшрал үгүй, мөн чанар, зохист шалтгааныг шүтсэн нүүдэлчин дорны соёл, үнэлэмжээр төлөвшиж ирсэн билээ. Нөгөө талаар нийгмийн бүхий л харилцааны адил сэтгүүлзүй ч гэсэн тухайн үндэстэн, хүнийхээ дотоод ертөнцөөс эхэлж, түүгээр шүүгдэн, түүндээ нэгтгэгдэн төгсдөг учиртай. Энэхүү оюун, сэтгэлийн үүдэл үндэслэлээр монголын сэтгүүлзүйд үндэстний, нэгдсэн, бүх нийтийн эрх ашгийг бус хувьч, аминч, “Би” төвт үзэл хандлага зонхилох байр суурьтай болох аюул нүүрлэж байна.

Үүнийг би нийгмийн сүлжээний эх сурвалжийн орчны гажуудал хэмээн үзэхээс гадна энэхүү зүй бус байдал монголын сэтгүүлзүйн хөгжил төлөвшилд шууд нөлөөлж байгааг гол сорилт гэж дүгнэж байна. Энэхүү дүгнэлтийг нэг талаас өнөөгийн монголчуудын нийгмийн сүлжээний хэрэглээ хэт өндөр байгаа нөгөө талаас хэрэглэгчдийн дадал, хандалтад бүрнээ автсан мэдээллийн орон зайг “бүтээж буй” сэтгүүлзүйн тоо баримтад үндэслэн тодотгож байна. Монгол Улсад 2026 оны 1 дүгээр сарын байдлаар интернэтийн ашиглалт 88.3%-д хүрч, нийт 2,9 сая интернэт хэрэглэгчтэй байгаа нь 2022 онтой харьцуулахад тоон үзүүлэлт 1,7 дахин өсжээ. Харин олон нийтийн сүлжээний платформ хэрэглэгчдийн тоо 2,6 сая байгаа нь нийт хүн амын 73% эзлэх ба зөвхөн Facebook хэрэглэгчдийн тоо 2,3 саяд хүрээд байна.

Уламжлалт сэтгүүлзүйд ч эх сурвалжийн нөлөө, мэдээлэгчийн ур чадвар тэргүүлэх үнэ цэнтэй байсан бөгөөд өдгөө ч хэвээр чухал хүчин зүйл гэдэг нь маргаангүй билээ. Гэтэл сүлжээний орчны эрх мэдэл нь мэдээлэх бус харин дахин дамжуулах, мартагдахгүй байх, үргэлж байрших гэсэн эх сурвалжийн байр суурь ноёрхох болсноор нийгмийн харилцаанд эрс өөрчлөлтөд эрхшээгдэж түүнээ сэтгүүлзүй адилсах, даган дуурайх зайлшгүйд хэт автаж байгаа нь өнөөгийн сорилтын үндсэн шалтгаан юм.

Ийнхүү нийгмийн сүлжээний эх сурвалж бүр (нэр хүндтэй, олны танил, дагагсдын лидер, инфлюенсер) ямар мэдээллийг сонгон, түгээх нь ямар хэрэглээний дадал туршлага бүхий хэрэглэгчдэд хүргэж байна вэ гэдгээс шууд хамаарах болов. Түүнчлэн бүхий л нийгмийн харилцааны үр нөлөө нь хэрэглэгч, хандагсдын шинж чанар, эрэлт сонирхлоор тодорхойлогддог бодит хүчин зүйл талаас үзвэл хайлт, дахин дамжуулал, эрэмбэлэл, алгоритмын загварчлалд автсан урьд өмнө байгаагүй хүний эрэлт, итгэл үнэмшил, дотоод ертөнцийн мөн чанараас эхлэх ёстой. Тийнхүү байгаль дэлхий, нийгмийн бодит байдлыг бус виртуал, алгоритмын зарчмаар бүтээгдсэн харилцааны орчинд хязгаарлагдсан, “сохор итгэл”-д автсан “сүлжээний хүн” төрөв.

“Сүлжээний хүн”-д хүрэх, нөлөөлөх, итгэн үнэмшүүлэх гол зам нь ч “эх сурвалж-хэрэглэгчийн-дадал, хандалт” гэсэн загварт буй болно. Сэтгүүлзүйн сорилт ч нийгмийн сүлжээний эх сурвалжийн үзүүлж буй нөлөө, эрх мэдлийн ноёрхолд оршиж байна.

Энэхүү нийгмийн сүлжээний эрх мэдлийн нөлөөний өөр нэгэн шалтгаан нь дижиталчлал, мультимедиашил, хэрэглэгч хоорондын эргэх холбоо (интерактивчлал) гэсэн даяар харилцааны орон зайд үзүүлсэн эрс өөрчлөлтийн үр дүнд оршино. Тиймээс ч мэдээллийн технологийн хөгжлийг хэт үнэлэн, үүнийгээ мэдээллийн бодит үнэн, итгэл үнэмшлийн суурь баталгааны суурь гэж өрөөсгөлөөр ойлгосноор олон нийтийн санаа

бодлын “төөрөгдөл” бий болжээ. Үнэхээр мэдээллийн өгөгдлийн сан, хиймэл оюун, блокчейн зэрэг технологийн том дэвшил, нөлөөг нийгмийн сүлжээтэй адилтгах болоод хаанаас ч, хэзээ ч хэрэглэх боломж, эгшин зуурын харилцааны олон эерэг, давуу талыг эдэлж буй нь нийгмийн сүлжээнд итгэх үндсэн шалтгаан болоод байна. Өөрөөр хэлбэл технологийн эрчтэй хөгжлийг үнэлж, ойлгох хэрэглэгчийн мэдлэг чадвар сул дорой байна гэсэн үг.

Ийнхүү нийгмийн сүлжээний эх сурвалжийн хүчирхэгжил ба хэрэглэгчдийн боловсролын “хоцрогдол” хоорондын зөрчил, ялгаат төвшин нь сэтгүүлзүйд улс төрийн, зах зээлийн, хэрэгслийн оршин тогтнохуйн, мэдээлэгчийн гэсэн 4 сорилтыг дагуулжээ.

Улс төрийн сорилт нь далд сурталчилгаа, захиалгат мэдээлэл, олон дагагсадтай эх сурвалжийг (хүн, сайт, мэдээллийн хэрэгсэл) худалдан авах зэрэг сэтгүүлзүйн үндсэн зарчмаас гажууд харилцааны хэв маягийг тэтгэх, дэлгэрүүлэх замаар улам бүр хүчээ авч байна. Нэн ялангуяа УИХ-ын сонгуулийн сурталчилгааны дийлэнх хувийг фейсбүүк, инстаграмын төлбөрт мэдээлэл эзэлж байгаа төдийгүй сонгуулийн бус үед ч өндөр хувьтай (2020.8 сараас 2024.5 сар хүртэл 25525 удаа 371.528 ам доллар 1.25 тэрбум төгрөг) үргэлжилдэг. Түүнчлэн төрийн байгууллага, яам, орон нутгийн удирдлагын төвшинд ч нийгмийн сүлжээг сурталчилгаа, төлбөрт мэдээллийнхээ гол суваг болгож буй буруу жишиг тогтлоо. Америкийн Youtuber Даррен Уоткинс, “Тамгагүй төр” жүжгийг “Монгол хаан” болгон Лондонд тоглуулах сурталчилгаа зэрэг томоохон санхүүжилт бүхий “төсөл”-өөс өдөр тутмын мэдээллээ түгээдэг төрийн ажлын “жижиг” үйлдэл хүртэлх нийгмийн сүлжээний санхүүжилтын тоог бүрэн тогтоох боломжгүй. Хамгийн сүүлийн томоохон жишээ л гэхэд УИХ-ын дарга асан Д.Амарбаясгалан, Ерөнхий сайд Г.Занданшатар нарын зөрчилдөөний ид үе болох 2025 оны 9 дүгээр сарын 1-нээс 11 дүгээр сарын 15 хүртэл хоёр тал нийгмийн сүлжээний бүүстлэх ажиллагаанд нийтдээ 320 сая төгрөг (90,071\$) зарцуулсан нь орно. Энэхүү мөнгийг мэргэжлийн сэтгүүлзүйн ямар ч байгууллага, сайтад бус зөвхөн фейсбүүк хаягаас, тодруулбал Д.Амарбаясгаланг дэмжсэн 40 хуудас 613, Г.Занданшатарыг дэмжигч 23 хуудас 223 талбарт сурталчилгаа нийтлэгдэж, УИХ-ын дарга асан 285 сая, Ерөнхий сайд 35 сая төгрөгийн төлбөр хийжээ. Ийнхүү тооцоолбол нэг жилд дунджаар төрийн байгууллага, яам, орон нутгийн удирдлага, улс төрийн нам хүчин, бүлэглэл цаашилбал өндөр албан тушаал бүхий улс төрчид 8-10 тэрбум төгрөгийн төлбөрийг америкийн Facebook компанид тушаадаг хэмээн миний бие үзэж байна. Энэ нь бодит үнэн мэдээллийн төлөөх эрүүл өрсөлдөөний орчин, мэргэжлийн сэтгүүлзүйн жишиг стандарт, сэтгүүлчийн ёс зүйн эрхэмлэл зэрэг нийгмийн харилцааны хөгжил төлөвшилд гүн гүнзгий сөрөг үр дагавар дагуулаад зогсохгүй олон

нийтийн мэдэх эрх, үзэл бодолтой байх, үзэл бодлоо илэрхийлэх хүний төрөлх эрх, нийгмийн жам ёсны, өөрийн зохицуулалтын зарчим дэг журамд заналхийлж буй бодит аюул учруулж байна.

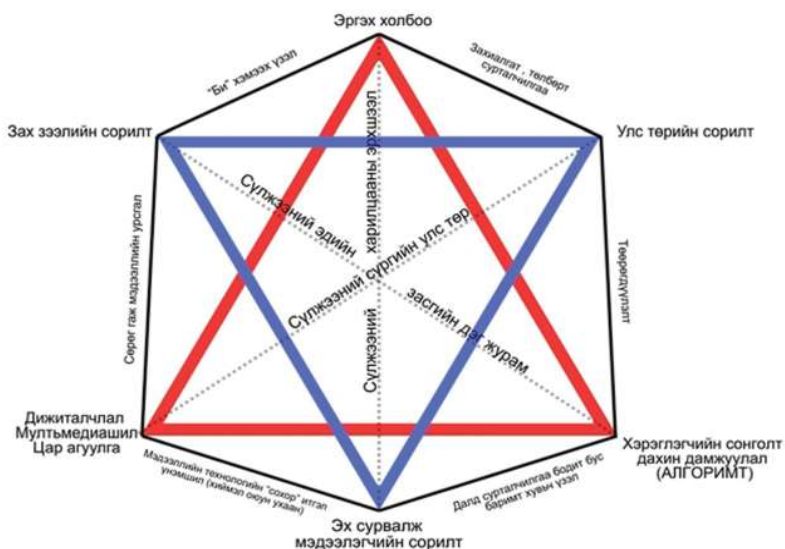
Нөгөө талаар хэрэглэгчийн хандалтын тоо өсгөх, анхаарлыг татах ашиг орлогоо нэмэгдүүлэх зорилгын дор дуулиан шуугиан, гаж үйлдэл, олныг цочроосон үйл явдлыг хяналт, шүүлтүүр үгүй цацах, хүний хувийн амьдрал, тохиол, түүхийг хэт нээлттэй, олны маргаан хэрүүлийн төвшинд дэлгэрэнгүй гажуудуулан өгүүлэх, үзүүлэх зэрэг мэдээллийн болон мэдээллийн бус хуудас, сайтын нийгмийн сүлжээний “бохир” агуулга нь сэтгүүлзүйн нэгэн сорилт болж байна. Гэтэл энэ нь мэргэжлийн сэтгүүлзүйн үнэ цэнийг олон нийтийн санаа бодлын орчинд үнэгүйдүүлж байгаагаас илүүтэй хэрэглэгчдийн мэдээллийн сонголт, мэдээлэл авах дадал хэвшил болоод зогсохгүй нийгэм цаг үеийн бодит байдал мэт төөрөгдөх, өөрийнх нь үзэл бодол итгэл үнэмшил мэт төсөөлөх, бусдын дунд үнэлэгдэх, хүлээн зөвшөөрөгдөх эрэлт хүслээ хангах цорын ганц боломж мэт итгэх зэрэг зүй бус мэдээлэл авах хэв маягийн шалтгаан болох төвшинд хүрээд байна.

Мэдээлэл нь хэзээ ямагт бодит үнэний төлөөлүүлэл байсан, хүн бүр агуулгыг өөрийнхөөрөө үнэлж дүгнэдэг, аливаа юмс, үзэгдэл “өөртөө буй” мөн чанарыг бус “өөрийн төлөө” гадаад байдлаараа танигддаг, түүнийг нь үг, утга тээдэг зэрэг агуулга, тэмдэгтийн гүн ухаан, харилцааны хүчин зүйлийн үзэл онолыг нэмбэл ашиг орлогын төлөөх хэрэгсэл, нүүр хуудас, хаяг, сайтын үзүүлж буй сөрөг нөлөөний хүч, далайц нь улам цар өргөн, гүн гүнзгий билээ.

Өөр нэгэн сэтгүүлзүйн сорилт нь хувь мэдээлэгч, хэрэгсэл, албан болон олон нийтийн байгууллага зэрэг эх сурвалжийн далд зорилго, төөрөгдүүлэлт, ухуулга сурталчилгаа, нэг талын байр суурийн хэт давамгайлал нийгмийн сүлжээний орчинд ноёрхож байгаад оршино. Төөрөгдүүлэлтийн гол зорилго нь чухал биш гэхдээ сонирхол татахуйц (зодоон, хэрүүл, хүний хувийн амьдрал зэрэг) асуудлыг дэвэргэн олон нийтийн анхаарах ёстой үйл явдал, асуудлаас хөндийрүүлэх, хэрэв үгүй бол түүний мөн чанар, шалтгааныг тойрсон, өөр дуулиан шуугиан өдөөсөн мэдээллийн урсгалыг бий болгоход чиглэж байгаа бол далд зорилго нь төлбөр төлөгчийнхөө эрх ашгийг шууд хамгаалсан, эсрэг талаа гүтгэсэн, хэт нэг талын байр суурийг хамгаалахад чиглэнэ. Түүнчлэн ерөнхий агуулгаараа хэрэглэгч, хувь хүний “Би” хэмээх дүр сэтгэхүйд нөлөөлөх, бүхнээс илүү дээгүүр болоод хэн нэгнийг үгүйсгэх доромжлох эрхтэй хэмээн үзэх зүй бус хандлагаар “амт, үнэр, өнгө” оруулж ганцаардал, зожирлоо даван туулах сэтгэл зүйн “хүч” өгч байна. Тиймээс нийгмийн сүлжээнд айдас, ялгаварлал, туйлшрал төдийгүй хувь хүнийхээ нэр төр, үнэлэгдэхүй (үнэлэмж, үнэт зүйл ч гэдэг), нууцаа хүртэл үгүйсгэх, золиослох сэтгэхүйн гажуудалд автаж улмаар энэ

нь үнэн, эрүүл оюун ухаан, хүний нандин чанарыг эрхшээх болов. Гэтэл сэтгүүлзүйн зорилго нь үнэнийг мэдэх, тогтоох, ойлгох оюун ухаант хүний эрэлт хэрэгцээ, нийгэмч мөн чанарт үйлчлэн хувь хүн ба нийгэм хоорондын бодит харилцаа байх билээ. Нөгөө талаар нийгмийн сүлжээний гол халуун сэдэв нь хүүхдийн хулгай, өсвөр үеийнхний ялгаварлал, төр засгийн сайд, дарга нарын хувийн амьдрал, тансаглал, гамшиг, дайн байлдаан зэрэгт төвлөрдөг бол сэтгүүлзүй нь эдийн засаг, банк санхүү, нийгэм, улс төрийн хямрал, ядуурал, эрхзүйн тэгш шудрага тогтолцоо гээд улс орны хувь заяа оршихуй, хөгжлийн хүрээнд мэдээллийн сонголтоо хийдэг. Мөн сэтгүүлзүйд ёс суртахуун, хүлцэн тэвчих үзэл, нийгмийн эрх ашгийг дээдэлдэг бол нийгмийн сүлжээнд хэрэглэгчийн анхаарал хандалтыг татах, сэтгэлзүйн догдлол, хөөрөл, айдас, үзэн ядалтыг дэвэргэх үйл, зорилго бүхнээс дээгүүрт тавигддаг.

График 01. Нийгмийн сүлжээний ноёрхлын загвар



Ийнхүү нэгтгэн дүгнэвэл Монголын сэтгүүлзүйд олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлөх, гол асуудал, үйл явдлаас нийгмийн анхаарлыг сарниулах, хөндийрүүлэх (манипуляц) зорилгот улс төрийн болон ашиг орлого, хандалтын төлөө эрс, хэт туйлшралд автсан мэдээлэл түгээх хэрэгслийн (сайт, нүүр хуудас), түүнчлэн далд, захиалгат суртал ухуулгын төлөөх нэг талын, явцуу, баримт, хувийн үзэл санаагаа тулгах хувь мэдээлэгчийн (инфлюсер) болоод алгоритмын зарчим, хэрэглээний өсөлт, хэрэглэгчдийн анхаарлыг татах зах зээлийн хүчин зүйлд автах гэсэн нийгмийн сүлжээний гэсэн дөрвөн сорилт тулгарч, нэгэнт хүч, цар хүрээгээ тэлэн, ноёрхож байна. Энэхүү сорилтуудыг давахад сэтгүүлзүйд **нэгдүгээрт** анхдагч үүрэг зорилгодоо үнэнч байж, мэргэжлийн стандарт, ёс зүйгээ хадгалан тэсэж үлдэх, **хоёрдугаарт** олон нийтийн мэдээллийн хэрэглээний соёл, боловсролыг дээшлүүлэх, **гуравдугаарт** төр засгийн оролцоо, улс төрчдийн санхүүжилтийг зогсоох, **дөрөвдүгээрт** нийгмийн сүлжээний дэлхийн том компаниуд хариуцлага, нэр төр, хүмүүсийн зохист харилцааг тэтгэх зорилгоо дээдлэн стратеги, бодлогоо өөрчлөн шинэчлэх үйл хэргийг бодитоор хэрэгжүүлэх ёстой.

Summary

The expanding power of social media as an information source, combined with lagging media literacy among users, has produced significant structural challenges for Mongolian journalism. This imbalance has resulted in four interrelated challenges: political manipulation, marketdriven pressures, the vulnerability of media institutions, and the growing influence of individual communicators.

Politically motivated and profitoriented actors increasingly disseminate polarized and manipulative content aimed at shaping public opinion and diverting attention from key social issues. At the same time, influencers and social media platforms—through algorithmic governance and attentionbased market logic—have become powerful forces that further complicate the journalistic environment in Mongolia.

Keywords: dominance of Social media, challenges for Journalism