

“ШИНЭ СЭРГЭЛТИЙН БОДЛОГО”–ЫН ХЭРЭГЖИЛТИЙГ ОНМХ-ЭЭР МЭДЭЭЛСЭН НЬ

Ж.Төртогтох*, С.Өлзийхишиг**

**МУИС, Улс төр судлалын тэнхимийн профессор*

***МУИС, Улс төр судлалын тэнхимийн магистрант*

Түлхүүр үгс: Улс төрийн коммуникаци, пропаганда, шинэ сэргэлтийн бодлого, ерөнхий сайд, контент анализ

Оршил: “Шинэ сэргэлтийн бодлого” нь Монгол Улсын Засгийн газраас боловсруулан 2021 оны 12 дугаар сард зарлагдаж, Улсын Их Хурлын 2021 оны 12 дугаар сарын 30-ны өдрийн 106 дугаар тогтоолоор батлагдсан. Монгол Улсын хөгжлийн дунд хугацааны бодлого юм. Энэхүү бодлого нь Коронавируст халдварын цар тахлын эдийн засагт үзүүлсэн сөрөг нөлөөллийг бууруулах эдийн засгийн суурийг тэлэх “Алсын хараа-2050” хөгжлийн урт хугацааны бодлогыг үр дүнтэй хэрэгжүүлэх, төрийн бүтээмжийг сайжруулах зорилготой. “Шинэ сэргэлтийн бодлого” нь боомтын, эрчим хүчний, аж үйлдвэржилтийн, хот хөдөөгийн, ногоон хөгжлийн, төрийн бүтээмжийн зэрэг зургаан чиглэлээр сэргэлтийг хангах зорилтуудыг дэвшүүлсэн байдаг.

Мөн Л.Оюун-Эрдэнэ нь 2021 оны 1-р сарын 27-нд Монгол Улсын Ерөнхий Сайдаар анх томилогдсон бөгөөд 2024 оны 6-р сарын 28-нд Улсын их гишүүдийн 99 хувийн саналын дэмжлэгтэйгээр дахин МУ-ын ЕС-аар томилогдон ажиллаж байна. Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ нь 2019 онд Улсын Их Хурлын гишүүн, Монгол Улсын сайд, Засгийн газрын Хэрэг эрхлэх газрын даргаар ажиллаж байхдаа төрийн бодлогын залгамж чанарыг хангах, урт хугацааны хөгжлийн стратегийг тодорхойлох зорилгоор “Алсын хараа-2050” баримт бичгийг боловсруулах ажлыг санаачилан,

ахалж ажилласан юм. Иймээс Монгол Улсын хөгжлийн урт хугацааны бодлогыг хангах зорилго бүхий хөгжлийн дунд хугацааны бодлого болох “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын зорилт болон хэрэгжилтийг Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэтэй холбон ойлгож, тайлбарлаж болохуйц хэмээн үзэж байна.

Энэ удаагийн судалгааны ажилдаа “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилт, гүйцэтгэлийн явц, үр дүн, ач холбогдлын талаар судлаагүй бөгөөд зөвхөн энэхүү бодлогын талаар, мөн Засгийн газар тэр дундаа Ерөнхий сайдын үйл ажиллагааны талаарх мэдээ, мэдээлэл олон нийтэд хэрхэн, ямар арга замаар хүрч байгааг улс төрийн коммуникацийн онол, арга зүйн хүрээнд шилжилж тайлбарлахыг зорьлоо.

Төрийн болон Ерөнхий сайдын бодлого, шийдвэр гаргалт, үйл ажиллагаатай холбоотой улс төрийн коммуникацийн судлагдсан байдлын хувьд илүү “тухайн үйл ажиллагаа хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон сошиал орчинд олон нийтэд ямар сувгуудаар, ямар давтамжтайгаар хүрч байгаа энэ нь олон нийтэд ямар нөлөө үзүүлж байгаа” гэх агуулгын хүрээнд буюу технологийн дэвшилтэт байдлыг ашиглаж байгаад дүгнэлт хийх байдлаар судлагдсан байсан. Мөн төрийн болон Ерөнхий сайдын бодлого, хөтөлбөр, амлалтуудын хэрэгжилт, гүйцэтгэлд эдийн засаг, хууль эрхзүй, нийгмийн байдалд үнэлгээ хийх байдлаар судлагдсан судалгааны ажлууд нилээдгүй байсан. Эдгээр судалгаанууд нь ихэвчлэн үр дүн, хэрэгжилтийн түвшин, санхүүжилт, иргэдийн амьдралд нөлөөлсөн байдал зэрэгт тоон болон чанарын судалгааны аргачлалаар бодлогын шинжилгээний түвшинд хийгдсэн байсан. Жишээ нь, МУИС-ийн Сэтгүүл зүйн тэнхимд “төрийн сурталчилгаа”, улс төрийн пиар”, “олон нийтийн сэтгэл зүйд нөлөөлөх аргууд” гэсэн магистрын түвшний судалгааны ажлуудын материал байсан.

Монгол Улсын Ерөнхий сайдын тэргүүлж буй Засгийн газар “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ыг хэрэгжүүлж байгаа явцын талаарх мэдээ мэдээллээ олон нийтэд хүргэхдээ улс төрийн коммуникацийн онол, арга зүйг идэвхитэйгээр ашиглаж байгаа нь чанарын судалгааны баримт бичгийн судалгааны хэсгээс харагдаж байна. Ерөнхий сайдын энэхүү үйл ажиллагааныхаа улс төрийн коммуникацидаа ашиглаж байгаа реторик, үлгэр домог, бэлэг тэмдэг зэрэг пропагандагийн хэрэгслүүдийн шинжүүд илэрч байгаа нь пиараас давсан онолын үндэслэлтэй пропаганда явуулж байна гэж үзэж болохуйц байгаа юм. “Пропагандаг ашиглан нийгмийн орон зайг хегемон түвшинд нэгтгэх боломжтой юм. Гэвч олон ургалч бүхий нийгэмд пропаганда нь улс төрөөс хүнийсэх байдлыг улам өдөөдөг гэж үздэг. Мөн өөрийгөө пропагандагын нөлөөнд автсан эс автсан гэдгээ мэдэх хүн төдийлөн байхгүй. Улс төрийн коммуникаци ярьдаг, хэрэгжүүлдэг мэргэжилтэн нар мэдээ болон нийгмийн анхаарал татаж буй асуудалд хэрхэн анхаарал хандуулж шингээхээ мэддэг” (Ж.Төртогтох, 2021).

Энэ нь нийгэм дэх олон янзын үзэл бодол, бүлгүүдийн сонирхол, байр суурийн ялгааг нэгэн цэгт төвлөрүүлэх, түүнийг давамгайл үзэл санаа

буюу хегемони болгон тогтоох үйл явцыг хэлдэг байна. Энэхүү хегемони түвшин гэдэг нь тухайн нийгэмд нэг үзэл санаа, үнэт зүйл, итгэл үнэмшил давамгайлан нийт олон нийтийн байр суурь мэт хүлээн зөвшөөрөгдөж буй түвшин юм. Тухайлбал, төр засаг эсвэл эрх баригчид пропагандагаар дамжуулан “шинэ хөгжил”, “шинэ эхлэл”, “үндэсний эрх ашиг”, “эв нэгдэл”, “эрх чөлөө” зэрэг ухагдахууныг өөрийн үзэл бодлын хүрээнд тайлбарлан олон нийтийг итгүүлэх нь хегемони үзэл санаа болдог байна.

Энэхүү “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилт, Ерөнхий сайдын үйл ажиллагааны талаарх мэдээ мэдээлэл олон нийтэд хүрч буй стратеги, арга зүйг судлахдаа улс төрийн коммуникацийн болон нийгмийн судалгааны дараах онол, аргазүйгээр задлан тайлбарлах боломжтой гэж үзлээ. Онол, арга зүйн үүднээс тайлбарлахын өмнө нэг зүйлийг тодруулан дурьдах зүйтэй. Орчин үед аливаа төрийн бодлого, шийдвэр үйл ажиллагааны талаарх мэдээллийг олон нийт хүргэх практикт пиар (public relations) ба пропаганда гэсэн хоёр ойлголт давхцах, солигдох тохиолдол их байдаг болсон. Улс төрийн пиар ба пропаганда нь улс төрийн коммуникацийн хоёр чухал хэрэгсэл мөн бөгөөд хоёулаа олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлөх зорилготой гэж үздэг. Гэхдээ пиар, пропаганда хоёрын зорилго, арга барил, ашиглах тактик, олон нийтийн хүлээн авах хандлага зэрэг нь өөр байдаг. Пиар нь улс төрчид, улс төрийн намын, төрийн байгууллагуудын үйл ажиллагаа, бодлогыг түгээхдээ сайн талаас нь танилцуулах, харилцан ойлголцол, ил тод байдал, итгэлцэлд суурилдаг бол пропаганда нь эсрэгээрээ үнэт зүйлийг албадан тулгах, нийгмийн санаа бодлыг зорилтот байдлаар хөтлөх, нэг талыг барьсан сэтгэлгээ олон нийтийн дунд бий болгох, төлөвшүүлэхийг зорьдгоороо ялгаатай байгаа юм.

Энэхүү Ерөнхий сайдын санаачлан хэрэгжүүлж буй “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилтийн явц болон Ерөнхий сайдын үйл ажиллагааны талаар мэдээ мэдээлэл олон нийтэд ямар стратеги, арга зүйгээр хүрч байгааг дээрх улс төрийн коммуникацийн онол, арга зүйн хүрээнд чанарын судалгааны арга зүйгээр хийхээр төлөвлөсөн. Үүнд:

Контент анализийн арга: Ерөнхий сайдын үйл ажиллагаа болон Шинэ сэргэлтийн бодлогын хэрэгжилтийн явцын талаарх олон нийтэд хүрч байгаа мэдээллийн сувгууд, тэдгээрээр гарч байгаа контентуудад агуулгын шинжилгээ хийнэ. Ингэснээр Пропагандагийн хэлбэр, түлхүүр үгс, сэдэв, давтамж, реторик, үлгэр домог, бэлэг тэмдэг зэргийг тодорхойлно.

Дискурс анализ: Ерөнхий сайдын үг хэллэг, ярианы хэв маягийг задлан шинжилнэ. Түүний илтгэл, олон нийтэд хандаж хэлж байгаа үг, мэдээллүүд дээр мессежийн сэтгэл зүй, сэдэл өдөөх хэлбэрүүд хэрхэн явагдаж байгааг шинжлэнэ. Ингэхдээ Ерөнхий сайдын фэйсбүүк хуудасны постуудыг дата болгон авч хүрээлэл, сэдвийн давтамж, эерэг-сөрөг өнгө аяс, үг, хэлбэршүүлэлтийн загвар зэргээр задлана.

Фрейминг анализ: Ерөнхий сайдын зүгээс хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулан олон нийтэд мэдээлэл өгөхдөө ямар өнцгөөр хүргэж байгаа

илрүүлнэ.

Шүүмжлэлт дискурс анализ: Олон нийтийг өөрийн бодлогыг дэмжигч, эсэргүүцэгч гэж хоёр ангилснаар нийгмийн зааг ялгааг бий болгож байгаа эсэхийг шинжлэх.

Эдгээр онол, арга зүйн үндсэн дээр судалгааны зорилго, зорилтын хүрээнд чанарын судалгаа хийж Монгол Улсын Ерөнхий сайдын “шинэ сэргэлтийн бодлого” –ын хэрэгжилтийн үйл явц дахь пиар ба пропагандаг задлан шинжилж дүгнэлт боловсруулан гаргана.

Ерөнхий сайдын санаачлан хэрэгжүүлж буй “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилтийг олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр мэдээллэж буй арга зүй, технологид шинжилгээ хийхдээ улс төрийн коммуникацийн пропагандаг таних онол, арга зүйн үүднээс тайлбарлах бөгөөд энэ явцдаа пиар-ын арга, хэлбэрээс ялгарах онцлог яагаад пиар биш пропаганда гэж үзэж байгаа талаараа зухас дурьдах болно.

Пропагандаг таних арга зүй:

Жак Эллюлийн онол: Жак Эллюлийн пропагандагийн онол нь улс төрийн коммуникацийн салбарт хамгийн нөлөө бүхий онолын бүтээлүүдийн нэг. Тэрээр пропагандаг мэдээлэл дамжуулах бус системтэй, тасралтгүй техникжсэн сэтгэлзүйн нөлөөлөл хэмээн тодорхойлсон байдаг (Ellul, 1962). Пропаганда нь аливаа хувь хүний итгэл үнэмшил, сэтгэлзүйд нөлөөлөхийг зорьдог бөгөөд энэхүү процесс нь тухайн хүний мэдээлэл авах, хариу үйлдэл үзүүлэх чадварыг нарийн тооцсон байдаг.

Эллюлийн тодорхойлсоноор пропаганда нь хоёр төрөл. Интегратив болон агитацийн пропаганда хэмээн ангилан тодорхойлсон байна. Интегратив пропаганда нь илүү системд итгэх итгэлийг төлөвшүүлэхийг зорьдог. Ерөнхий сайдын 2021 онд “Засгийн газрын тогтвортой байдлыг хангах нь улсын тогтвортой хөгжлийн үндэс болно” гэх мессежийг олон нийтэд өгч “Үндсэн хуулийн нэмэлт өөрчлөлт хийх замаар ЗГ-ын эрх мэдлийг нэмэгдүүлсэн, мөн “Шинэ сэргэлтийн бодлого” нь тухайн үедээ эдийн засгийн хямрал, цар тахлын дараах нөхцөлд иргэдийн итгэлийг сэргээх, тогтвортой хөгжил рүү чиглэсэн шинэ үнэт зүйл төлөвшүүлэх зорилготой байсан нь интегратив пропагандагийн хүрээнд дээрх зорилго нь ЕС-ыг “шинэ үеийн манлайлагч” гэж төлөвшүүлсэн мэдээллийн хүрээ тогтоожээ. ЕС нь шинэ сэргэлтийн бодлогоороо салбар бүрт тодорхой “сэргэлт” –ийн нэршлийг оноож, хөгжлийнхяналттай, системтэй төсөөллийг түгээсэн нь иргэдийг системд итгүүлэх интегратив пропагандагын шинжийг агуулсан.

Мөн Эллюль пропаганда нь техник технологид тулгуурлаж, орчин үеийн медиа сувгуудыг ашиглан хэт хялбаршуулсан, сэтгэл хөдлөл дээр суурилсан мэдээллийг тасралтгүй түгээдэг гэж тодорхойлсон. ЕС-ын facebook live, reel бичлэгүүд нь прон зураглал, график суурилсан хураангуй тайлбарууд зэрэг нь үүний жишээ гэж үзэж болохуйц. Эдгээр нь үзэл санааг бусдад хүргэх явцыг илүү хүчтэй нэвтрэх чадвартай болгодог.

Энэхүү пропагандагийн онолоор тайлбарлагдаж байгаа хэсгүүдийг судалгааны ажлынхаа хоёрдугаар бүлэг буюу кейс шинжилгээний хэсэгтээ контент анализ хийсэн чанарын судалгааныхаа үзүүлэлтээр илүү дэлгэрэнгүй тайлбарлаж, баримтжуулсан байгаа болно. Энэхүү хэсэгтээ пропагандаг таних шинжүүд болон пиар-ыг давсан шинжүүдийг илүү онолын үүднээс тайлбарласан.

“Пропаганда нь логик үндэслэлээр бус, сэтгэл хөдлөл, хүсэл тэмүүлэл айдас, найдвар зэрэг сэтгэлзүйн хүчин зүйлсээр дамжин үр дүнд хүрдэг” (Ellul, J. 1962) хэмээн онцолсон байдаг. Тэгвэл ЕС-ын “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилтийг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр олон нийтэд мэдээлэл дамжуулах болон түүний илтгэл, мэдээллүүдийг олон нийтийг “айдаст автуулах” хэв маягийн агуулга байна. Сэтгэл зүйд нөлөөлөх тактик нь айдас төрүүлэх нэмээд итгэл найдвар төрүүлэх хослол байдаг. ЕС-ын мэдэгдлүүд нь “өмнөх зогсонги байдал”, “авлигын систем”, “саад болж буй олигархууд” зэрэг сөрөг дүр төрх үүсгэсэн нь өнгөрсөн үеийг бүхэлд нь “муу өнгөрсөн” хэмээх хандлага бий болгосон. Мөн нөгөө талд нь ЕС-ыг “шинэ үеийн манлайлагч” гэсэн дүрийг бий болгосон нь олон нийтэд нэг зэрэг итгэл найдвар ба айдсыг төрүүлж чадсан.

Онолын тайлбар хэсгийнхээ төгсөлд Эллиулийн онолоор пропаганда хэнд зориулагддаг вэ гэх тайлбарыг дурьдая. Пропаганда нь боловсролтой, мэдээлэл их хэрэглэдэг ч шүүлт хий чадвар сул бүлэг пропагандад илүү их өртдөг гэж тодорхойлсон. Монголд энэ бүлэг нь хотын иргэд байх боломжтой юм. Хотын иргэд өндөр боловсролтой ч цахим орчинд идэвхтэйн дээр завгүй амьдралын хэв маягаасаа болж аливаа мэдээлэлд шүүлтүүр багатай ханддаг байх талтай.

Ерөнхий сайдын “Шинэ сэргэлтийн бодлого” –ын хэрэгжилтийг олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр мэдээллэж буй байдал нь пиар биш яагаад пропаганда гэж. Пиар ба пропагандагийн ялгаатай хэв шинжүүд.

Хүснэгт №1: Пиар ба Пропаганда хоёрын ялгаа

Хэмжээс	Пиар (Олон нийттэй харилцах)	Пропаганда(Суртал ухуулга)
Зорилго	Харилцан ойлголцол, итгэлцэл бий болгох	Хүмүүсийн үзэл бодол, хандлагыг чиглүүлэх
Хандлага	Ил тод, хоёр талын харилцаа	Нэг чиглэлийн, хэтэрхий хүнд сурталтай, ихэвчлэн зориудын хэлбэрээр илэрдэг хандлагатай
Арга барил	Бодит мэдээлэл, стратеги	Эмоци, уриа, хэтрүүлэг, өдөөлт
Эцсийн зорилт	Тодорхой харилцааг бэхжүүлэх	Үзэл суртлыг тогтоох, хүмүүсийг “итгүүлэх”

Ерөнхий сайдын “шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилтийг олон

нийтэд хүргэхдээ ашиглаж буй пропагандагийн шинжилгээ

Пропагандагийн онолын үүднээс шинжлэх нь: Пропагандагийн хүрээний ойлголтууд нь маш өргөн, олон түвшинд ашиглагддаг тул энэхүү судалгааны ажилдаа хэмжих хүрээг сонгон авч шинжилж үзлээ. Нэгдүгээрт, пропагандагийн үндсэн хэрэгслүүд болох реторик, үлгэр домог, бэлэг тэмдэгийн түвшинд хэрхэн пропаганда хийгдэж байгааг контент анализ, дискурс анализийн арга зүйгээр шинжлэн гаргасан. Хоёрдугаарт, Пропагандагийн онолын гол шинжүүд хэрхэн илэрч байгааг фрейминг анализ, шүүмжлэлт дискурс анализийн арга зүйн хүрээнд хэрхэн илэрч байгааг шинжлэн тодорхойлохыг зорьсон.

“Пропаганда нь илэрхий худал хэлэх бус, тодорхой сэтгэлзүйн нөлөөлөл үзүүлэх зорилгоор мэдээллийн агуулга, хэлбэрийг цэгцтэй боловсруулсан бүтэц юм. Түүнийг танихын тулд сэтгэл хөдлөлийн манипуляци, нэг талыг барьсан хүрээлэл, бэлэг тэмдэгчилэл, эсрэг талын үгүйсгэл зэрэг шинжүүдийг онцлон авч үзэх шаардлагатай (Ellul.1965, Jowett&O’Donnell.2019)”. Энэхүү агуулга, зарчмыг баримтлан шинжиллээ.

Пропагандагийн үндсэн хэрэгслүүдийн түвшинд авч үзвэл:

Реторик: “Улс төрийн реторик гэдэг нь илгээгч нь өөрийн төлөвлөгөөний дагуу мессеж бэлтгэхийн тулд түүнийгээ үг болон тэмдэгт ашиглахыг хэлнэ”(Ж.Төртогтох, 2021).Ерөнхий сайдын өөрийн албан ёсны илтгэл, танилцуулга мэдээлэлдээ давтамжтайгаар, зорилготойгоор хэрэглэдэг онцгой үг бол “Амаргүй” гэх үг юм. Тэрбээр энэхүү үгээ аливаа асуудал, бодлогын бэрхшээл тайлагнахдаа, өмнөх засаглалын алдааг тайлбарлахдаа, цаг үеийн холбогдолтой нийгэм, эдийн засгийн үзүүлэлтийн талаар тайлбарлахдаа илүү ашигладаг. Энэ нь засгийн бодлогын хүрээнд сэтгэлзүйн дэмжлэг татах, олон нийтэд хүлээлт үүсгэх, мөн өөрийн байр суурийг зөвтгөх, хүндрэлтэй нөхцөлд урагшлах “баатарлаг” фрейм бүтээхэд чиглэдэг (Ellul, 1965; Jowett & O’Donnell, 2019). Энэ бол пропагандагийн “leader myth – удирдагчийн домог, heroic framing – баатарлаг хүрээлэл/хүрээлэмжийн бүтэц” юм.

Хүснэгт №2: “Амаргүй” гэдэг үгийн хэрэглээний давтамж: 11 удаа /зөвхөн нийтийг хамарсан үйл явдал, томоохон чуулган, хуралдаан дээр/

Он	Хэрэглэсэн тоо	Хэрэглэсэн нөхцөл байдал
2021	3 удаа	<ul style="list-style-type: none"> •Шинэ сэргэлтийн бодлого танилцуулах, МАН-ын ХХХ Их хурал, •Засгийн газрын үйл ажиллагааны хөтөлбөр •Эрүүл мэндийн салбарын төлөөлөлтэй уулзсан уулзалт, Төрийн ордон.

2022	3 удаа	<ul style="list-style-type: none"> • Эдийн засгийн форум, • УИХ-ын чуулганы хуралдаан, • 04.08-ны “ажлаа хий” жагсаалын үеэр, Төв талбайд: “Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ: Амаргүй журмыг зөрчиж байж гарч ирлээ”
2023	1 удаа	<ul style="list-style-type: none"> • Уур амьсгалын өөрчлөлтийн талаарх мэдээлэл
2024	2 удаа	<ul style="list-style-type: none"> • Үндэсний баялгийн сангийн тухай хууль хэрэгжүүлэх, • E-Mongolia 4.0 системийн танилцуулга
2025 (одоогийн байдлаар)	1 удаа	<ul style="list-style-type: none"> • УИХ-ын чуулганы хуралдаанд Монгол Улсыг хөгжүүлэх үндсэн чиглэл танилцуулах

Хэрэглээний онцлог:

Сэтгэл хөдлөлийг өдөөх: “Амаргүй” гэдэг үг нь хүнд нөхцөл байдал, сорилт, бэрхшээлийг илэрхийлж, олон нийтийн сэтгэл хөдлөлийг өдөөдөг.

Өөрийгөө баатар мэт дүрслэх: Тэрээр энэ үгийг ашиглан өөрийгөө хүнд нөхцөлд ч тууштай ажиллаж буй удирдагч хэмээн дүрсэлдэг.

Ирээдүйн амжилтыг онцлох: “Амаргүй” гэдэг үгийг ашигласнаар тэрээр одоогийн бэрхшээлүүдийг даван туулж, ирээдүйд амжилтанд хүрэх боломжийг онцолдог.

Хүснэгт №3: “Амаргүй” гэдэг үгний реторик шинж

Үг	Ашиглалтын утга	Пропагандагийн онолтой уялдаа
“Амаргүй”	Зорилгоо хэрэгжүүлэхэд хүндрэл ихтэй, саадтай, гэхдээ би тууштай	<ul style="list-style-type: none"> - Эмотив пропаганда (Jacques Ellul): Хүнд хэцүү байдалд сэтгэл хөдлөлийг өдөөж, дэмжлэг авах - Фрейминг онол: Эерэг үр дүнг хүндрэлтэй нөхцөлд хүрэх мэт хүргэж, бодит байдлыг өөрөөр харагдуулах

Хүснэгт №4: Контекстэд нь /зөвхөн тайлан, мэдээлэл, танилцуулга, уулзалтын үеэр/

Огноо	Үйл явдал, хаана	Агуулга	Холбоос	
1	2021 оны 07 сарын 09-ны өдөр	Эрүүл мэндийн салбарын төлөөлөлтэй уулзсан уулзалт”, Төрийн ордон	Эрүүл мэндийн салбарыг улс төрөөс ангид байлгах ёстой. Цар тахлын амаргүй үед улс төр байвал Ерөнхий сайдтай хийх хэрэгтэй. Энэ улс төрийг эрүүл мэндийн салбартай хийж талцан хувааж болохгүй. Өмнө нь вакцин дээр ийм асуудал үүссэн.	бичлэг: https://www.facebook.com/medeellii/vid-eos/1164495250721514/ , мэдээ: https://itoim.mn/article/HOZa5/28565/
2	2022 оны 04 сарын 08-ны өдөр	“Ажлаа хий” жагсаалын үеэр төв талбайд	Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ: Амаргүй журмыг зөрчиж байж гарч ирлээ. Та нартайгаа уулзаж байгаадаа баяртай байна. Хүний эрх зөрчсөн асуудал байгаа бол хариуцлага тооцно. Бас чин сэтгэлээсээ уучлал гуйж байна. Чадлаараа хичээж ажиллах болно”	видео: https://www.facebook.com/Tsahiur.mn/vid-eos/398571485602206/
3	2022 оны 12 сарын 06-ны өдөр	“..Тэгвэл Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ 11.00 цагаас олон нийтэд хандан мэдээлэл өглөө...”	БНХАУ-ын талын мэдээлэлтэй манай гаргаж буй нүүрсний хэмжээ таарч байгаа эсэхэд ч хяналт тавих шаардлагатай. Ийм учраас ЭТТ ХК-д зургаан сарын хугацаатай онцгой дэглэм тогтоогоод явж байна. Энэ бол өмнө дурдсан бүх асуудлуудаас хамгийн амаргүй нь.	Мэдээ: https://eguur.mn/385097/?fbclid=IwY2xjawKFE6pleHRuA-2FibQixMABicmlkETFZ-RnNKbHIXRTFZTEtzan-RJAR7a6NAJ6j51EZfZg-jVmg_-AOGbcCOmy9Iupw-M7m9YAhY6WYdsaHyCppt-JxkVw_aem_YNbaEIBv_VexlLv0TvRBRg

4	2023 оны 11 дүгээр сарын 20-ны өдөр	Монгол Улсын Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ 23 дахь “Өглөөний уулзалт”-аа эдийн засагчидтай хийж байна.	Уулзалтын эхэнд тэрбээр хоёр жилийн өмнө буюу цар тахлын амаргүй цагт эдийн засгийн нөхцөл байдал хүнд үед уулзаж байсныг дурдаад өдгөө эдийн засаг энэ оны эхний 10 сарын байдлаар гадаад худалдааны ашиг 4.9 тэрбум ам.долларт хүрсэн нь түүхэнд байгаагүй өндөр үзүүлэлт гэдгийг хэллээ	Мэдээ:	https://www.facebook.com/MASS.TV.OFFICIAL/posts/pfbid02CrpCbAoCw5x6ufocckmBk53ATKQxcmEVGqVnzVhVB1795zC8tqxu9yCdG4Jmpnne11
---	-------------------------------------	---	--	--------	---

Үлгэр домог: Үлгэр домог бол пропагандагийн хамгийн хүчтэй соёл-сэтгэлзүйн код юм. “Үлгэр домог бол худал биш, харин бодит байдлыг байгалийн мэт ойлгуулж, шүтэн бишрэх ойлголт бий болгодог. Гиймээс пропаганда нь үлгэр домгийг ашиглан улс төрийн бодлогыг хүн төрөлхтний жам ёсны зам мэт ойлгуулах гэж оролддог” (Ролан Барт. 1957).

Үлгэр домгийг гурван хэлбэрээр гаргаж ирдэг гэж үзэж болох юм. Ерөнхий сайдын санаачлан хэрэгжүүлж байгаа МУ-ын хөгжлийн дунд хугацаа бодлого гэх “Шинэ сэргэлтийн бодлого” тэр дундаа энэхүү бодлогын баримт бичгийнхээ ач холбогдлыг тайлбарлаж байгаа ЕС-ын мэдээлэл, илтгэлүүд нь үлгэр домгийн “шинэ бодлогыг түүхэн сэргэлт” мэтээр илэрхийлэх нь пропагандагийн үлгэр домгийн хэв шинжийг агуулж байна. Мөн энэхүү хэсэгтээ “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хэрэгжилтийн төлөвлөгөөнд тусгагдсан “14 мега төсөл” -ын үлгэр домгийн шинжийг шинжилж илэрхийлнэ.

Хуучин бүтцийн хямралыг давах нэрийн дор хэрэгжүүлж буй “Шинэ сэргэлтийн бодлого” болон түүний төлөвлөлтийн нэг хэсэг болох “14 мега төсөл” нь бодит эдийн засгийн шийдлээс илүүтэйгээр улс төрийн үлгэр домгийн хэлбэрээр боловсруулагдсан, олон нийтийн итгэл үнэмшлийг удирдах символик нөлөөллийн хэрэгсэл болон үйлчилж байна.

Жак Эльялюийн тайлбарласнаар орчин үеийн пропаганда нь үзэл суртлын агуулгатай үлгэр домгийг ашиглан иргэдийг улс төрийн амьдралд идэвхтэй, мэдрэмтгий байлгадаг системтэй, байнгын, олон талт мэдээллийн механизм гэж тодорхойлсон. Үүний жишээ нь “Шинэ сэргэлтийн бодлого” бол иргэдийн анхаарлыг эдийн засаг, үндэсний аюулгүй байдал, геополитикийн ач холбогдол бүхий сүржин амлалт руу чиглүүлэн эрх баригчдын бодлого бол “аврагчийн дүрээр” илэрхийлэгдэж байгаа юм. Ийнхүү Ерөхий сайдын санаачлан хэрэгжүүлж байгаа “Шинэ сэргэлтийн бодлого болон 14 мега төсөл” нь улс орны бүхий л цаг үед үргэлжлэн тухай цаг бүрт нь удирдардаж байсан лидерүүд бодлогоо тодорхойлон хэрэгжүүлсээр ирсэн залгамж чанартай төрийн бодлогыг өмнөх үеийг бүхэлд нь үгүйсгэж, харлуулан зөвхөн энэ цаг үеийн төрийн бодлого

л Монгол аврах гэж байгаа мэтээр мэдээллэж байгааг үлгэр домгийн шинжтэй төлөвлөлтийн хугацаандаа хэрэгжих нөхцөл боломж бүрдээгүй, эдийн засгийн боломжиндоо тулгуурлаагүй тунхаглалын шинжтэйг дараах гурван агуулгаар шинжлэн үзлээ.

Санхүүгийн эх үүсвэрийн хязгаарлалт: 14 мега төслийн нийт өртөг нь ойролцоогоо 40 тэрбум ам.доллар буюу 120 их наяд төгрөг, хэрэгжүүлэх хугацаан нь 2025-2030 он. Өнөөгийн байдлаар Монголын төсвийн орлого, өрийн хэмжээ, гадаад хөрөнгө оруулалтын нөхцөл зэргийг харвал эдгээр төсөл бүгдийг 5 жилийн дотор бүрэн санхүүжүүлэх бололцоо бага байна.

2024 оны 10 дугаар сарын 03-ны өдрийн УИХ-ын чуулган дээр УИХ-ын гишүүн О.Амгаланбаатар: “14 том төсөл гээд том юм яриад байдаг. Гэтэл эдний эх үүсвэр нь гаднын зээл тусламж буюу өрөө нэмнэ гэж яриад байдаг. 2023 оны байдлаар Засгийн газрын нийт өр 30 тэрбум байсан бол 2025 оны эхээр 40 тэрбум болоод 10 тэрбумаар өр нэмэгдэхээр байна. Том төслийг хэрэгжүүлэхэд 120 их наяд буюу бараг нийт өрөө дахин хоёр нугалах юм байна. Хэдүүлээ баахан өр батлах гээд байх шиг байна. Сүүлд нь та нарын баталсан зээлийг авч байна. Том төслөө хөдөлгөхийн тулд зээл авахаас аргагүй” гэж байна. Жилд гурван тэрбум ам.доллороор өрөө нэмэх нь. Энэ бол хоёр Чингис бондтой тэнцэнэ. Эрчим хүч, дэд бүтцийн зориулалттай зээлийг Засгийн газрын өрөнд оруулахгүй гэж заасан. Үүгээр далимдуулаад өнгөрсөн 30 гаруй жилийн хугацаанд тавьсан хэмжээний өрийг нэг жилд авахаар оруулж ирж байна. 2025 онд хэдэн тэрбум ам.долларын өр тавих вэ” гэжээ.

Бэлэг тэмдэг: “Бэлэг тэмдэг нь олон нийтийн сэтгэлийн хариу үйлдлийг өдөөх хүчтэй хэрэгсэл бөгөөд хувь хүн, байгууллагыг нийгмийн итгэл үнэмшлийн төвд аваачдаг” (Ellul.1965). Пропагандагийн бэлгэ тэмдэг нь зөвхөн дүрс, өнгө, уриа зэргээр хязгаарлагдахгүй бөгөөд удирдагч, лидер, төрийн институцийг ч “ард түмний итгэл найдвар, нэгдлийн бэлэг тэмдэг болгон” хэрэглэсэн судалгаанууд байдаг. Тухайлбал: Постсоциалист орнууд дахь “үндэсний эв нэгдэл” нэртэй хамтарсан засгийн газрууд нь улс төрийн тогтворгүй байдал дундаас гарах шийдэл гэхээс илүүтэй, ард түмнийг нам, төр хоёрын эв нэгдэлд итгүүлэх бэлгэ тэмдгийн зорилготой байсан гэж судалсан бүтээлүүд байдаг (Ghodsee.K.2005),(Verdery.K.1996).

“Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ын хүрээнд Ерөнхий сайдыг “түүхэн хариуцлага үүрсэн удирдагч” хэмээн дүрсэлж, хамтарсан засгийн газрыг “эв нэгдлийн бэлгэ тэмдэг” болгон сонгодог пропагандагийн бэлгэ тэмдгийн хэрэгсэл болж илэрч байна.

Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр хүргэж байгаад арга, технологийг авч үзвэл:

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүдийн хяналт ба контент: Төвлөрсөн медиа ашиглалт: Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнийн Засгийн газар хэвлэл мэдээллийг төвлөрсөн, хяналттай системд оруулсан. Ингэснээр Засгийн газрын байр суурийг голчилсон, ерөнхий сайдыг магтсан нийтлэл, мэдээ давамгайлдаг.

Контентын төлөвлөлт ба давтамж: Давтамжтайгаар нэг төрлийн мессежийг хүргэх нь олон нийтийн анхаарлыг зориуд хандуулах бөгөөд энэ нь пропагандагийн repetition буюу “тогтмол давтах замаар үнэмшүүлэх” зарчимд тулгуурладаг (Ellul, 1965).

Сөрөг мэдээлэл дарах, шүүмжлэгчдийг “дайсагнах”, Төрийн мэдээний хяналт зэрэг Төрийн мэдээний эх сурвалж болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд дээр гарч буй нийтлэлүүдийг шинжилж, эдгээр нь нийгэмд аль талд нөлөөлж буйг дүгнэх. Энэ нь хэрхэн засгийн газрын бодлогыг хэрэгжүүлэхийн тулд “заавал дагаж мөрдөх” гэсэн сэтгэгдэл төрүүлэх зорилготой болохыг харах боломжтой. Үүнийг МУ-ын хэвлэлийн эрх чөлөөний индексүүдийн ухралтаас харж болно.

Улс төрийн коммуникацийн пропагандагийн нийгэмд үзүүлэх эерэг ба сөрөг нөлөө

“Гэвч олон ургалч бүхий нийгэмд пропаганда нь улс төрөөс хүнийсэх байдлыг улам өдөөдөг гэж үздэг. Мөн өөрийгөө пропагандагын нөлөөнд автсан эс автсан гэдгээ мэдэх хүн төдийлөн байхгүй”(Ж.Төртогтох, 2021).

Хүснэгт №5: Нэвтрүүлгийн телевизийн давтамж

№	Өргөн нэвтрүүлгийн 18 телевиз	Гарсан нэвтрүүлэг	Хугацаа	Агуулга
	MN25, TV5, T-V9, SBN, ETV, Монгол тв, Тэн гэр, МҮОНРТ, М алчин, NTV, UB S, Eagle, C1, Өл зий, TM	“Улаанбаатараас ярьж байна” нэвтрүүлэг	2024.03.28–31 өдрүүдэд	Ерөнхий сайд Л.Оюун-Эрдэнэ биечлэн оролцож, “Шинэ сэргэлтийн бодлого”, томоохон төсөл хөтөлбөрүүд, эдийн засгийн амжилт, сорилтын талаар тайлбар өгсөн.
		С.Зоригийн хэрэг, Б.Булган ярилцлага	2024.04.20	Б.Булганаар дамжуулан С.Зоригийн хэргийн асуудлыг дахин сөхөж, олон нийтийн анхаарлыг авлига, инфляци, төсөв, сонгуулийн тогтолцооны мэтгэлцээнээс хөндийрүүлж байна.

Улс төрчид пропагандаг ашиглаха нь богино хугацаанд олон нийтийн дэмжлэг авах, үзэл санааг тараах зэрэг үр дүнтэй байж болох ч урт хугацаанд нийгмийн итгэл, ардчиллын үнэт зүйлс, мэдээллийн чанар зэрэгт маш том сөрөг нөлөө үзүүлдэг.

Хүснэгт №6: Пропагандагийн сөрөг үр дагавар:

Сөрөг үр дагавар	Тайлбар
Олон нийтийн мэдээлэл авах эрх зөрчигдөх	Бодит бус мессеж давамгайлснаар иргэд үнэн зөв дүгнэлт хийх боломжгүй болдог
Популист улс төрийг өөгшүүлэх	Асуудлыг шинжлэх ухаанч биш, хар масс сэтгэл зүйд тулгуурлан шийдэх оролдлого
Институцийн үүрэг бүдгэрэх	Бүх амжилт ганц хүнд төвлөрснөөр Засгийн газрын бүтцийн зарчим алдагддаг
Итгэлцлийн хямрал бий болох	Иргэдийн бодлого, төр засагт итгэх итгэл алдардаг – урт хугацаанд тогтворгүй байдалд хүргэх магадлалтай
Мэдээллийн шударга байдал алдагдах	Пропаганда нь нэг талыг барьсан, хэт хөөрөгдсөн эсвэл худал мэдээлэл агуулдаг. Иргэд бодит үнэн, олон талын мэдээлэл авах боломжгүй болж, мэдээллийн манипуляцад автах эрсдэл нэмэгддэг. Үүний улмаас олон нийт буруу шийдвэр гаргах, улс төрийн оролцоог буруу ойлгох нөхцөл бүрдэнэ.
Олон нийтийн сэтгэлзүйг удирдах буюу тархи угаалт	Пропаганда нь айдас, үндсэрхэг үзэл, эсвэл хийсвэр “дайсан”-ыг бий болгож, ард түмний ухамсрыг зориуд удирддаг. Иргэдийн тархи угаагдах, бодит байдлыг буруу ойлгох явдал түгээмэл болдог. Улмаар нийт масс улс төрчдийг шүүмжлэх чадваргүй, сөрөг хүчинг дэмжих сонирхолгүй болдог.
Ардчиллын суурь үнэт зүйлс доройтдог	Эрүүл ардчилал нь чөлөөт, хараат бус хэвлэл, олон ургальч үзэл дээр тулгуурладаг. Харин пропаганда нь засгийн эрхийг баригчдын дуу хоолойг давамгайлж, эсэргүү үзэл бодлыг дарах оролдлого болдог. Ингэснээр ардчилал хэлбэр төдий болж, захиргаадалтын шинжтэй тогтолцоонд шилжих аюултай.
Үзэн ядалт, хуваагдал үүсгэдэг	Пропаганда нь “бид ба тэд” гэдэг хоёр туйлт сэтгэлгээг бий болгодог. Улс төрийн өрсөлдөгчдөө дайсан мэт дүрслэх, ард түмнийг хуваах арга хэрэгсэл болдог. Үүний үр дүнд нийгэмд туйлшрал, үл тэвчих байдал, нийгмийн уур амьсгалын доройтол бий болдог.
Итгэлцэл унаж, төрийн легитим чанар сулардаг	Нэгэнт иргэд пропагандаг таньж, мэдэрч эхэлбэл тэдний төрд итгэх итгэл эрс сулардаг. Улмаар засгийн газар, төрийн байгууллагуудын бодлогын үнэмшил, дэмжлэг буурч, улс төрийн тогтвортой байдалд сөргөөр нөлөөлнө.

Сонирхлын зөрчил, авлига
нуугддаг

Пропаганда нь бодлогын сул талуудыг
далдлах, үндэслэлгүй магтаал дэвшүүлэх,
сөрөг мэдээллийг дарж авах арга болдог. Энэ
нь авлига, ашиг сонирхлын зөрчлийг нууцалж,
хариуцлагагүй байдал цэцэглэх хөрс болдог.

*Хамгийн ноцтой нь — пропаганда бол нийгмийн итгэлцлийг системтэйгээр
эвддэг зэвсэг юм. Энэ нь нэг үеийн улс төрчдийг ашигтай болгож болох ч урт
хугацаанд бүх ард иргэдэд хор хөнөөлтэй.*

Дүгнэлт. Ерөнхий сайд “Шинэ сэргэлтийн бодлого”-ынхоо хэрэгжилтийг олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр мэдээллэхдээ ашиглаж буй арга, технологи нь улс төрийн зар сурталчилгаа, пиар-ийн хэм хэмжээ, ёс зүйгээс давсан пропаганда шинж агуулж буйг улс төрийн коммуникацийн онол, арга зүйн хүрээнд авч шинжлэлээ. Судалгааны ажлын хүрээнд улс төрийн коммуникацийн Жак Эллюлийн пропагандагийн онолыг үндэс болгон фрейминг, хүрээллийн тогтолцооны онол зэрэг хэд хэдэн онолын үзэл санааны хүрээнд контент анализ, дискурс зэрэг судалгаа, шинжилгээний арга зүй ашиглан чанарын судалгаа хийсэний үндсэн дээр дараах дүгнэлтэнд хүрч байна.

Пропагандаа олон ургалч, Ардчилсан тогтолцоотой нийгэмд улс төр болоод мэдээлэл харилцааны явцад хэрэгжихэд хэтэрхий нэг талын байр суурь, үзэл санааг туйлшруулсан олон нийтэд хүргэдэг, хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудын үйл ажиллагаанд хяналтыг тогтоох байр суурьнаас ханддагаараа нийгэмд үзүүлэх сөрөг үр дагавар өндөртэй байдаг.

Монгол Улсын ЕС-ын санаачлан хэрэгжүүлж буй “Шинэ сэргэлтийн бодлого” дунд хугацааны бодлогын баримт бичгийн үйл ажиллагааны хэрэгжилтийн явцыг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр олон нийтэд хүргэж байгаа арга технологи нь улс төрийн коммуникацийн пропагандагийн онолын үндэслэлтэй пропаганда явуулж байгааг чанарын судалгааны үндэслэлтэйгээр тайлбарлан баталж харууллаа.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт:

Ellul, J. (1962). **Propaganda: The Formation of Men's Attitudes**. Vintage Books.

Pomerantsev, P. (2014). *Nothing Is True and Everything Is Possible*

Монголбанк. (2024). *Макро эдийн засгийн төлөв байдал болон гадаад өрийн статистик*. www.mongolbank.mn

Дэлхийн Банкны 2023 оны арванхоёрдугаар сард (2023.12) нийтэлсэн: “*Mongolia Economic Update: Navigating the Path to Inclusive and Sustainable Growth*”

Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*.

PublicAffairs.

Brady, A.-M. (2008). *Marketing Dictatorship*

Roland Barthes, “*Mythologies*” (1957)

Ghodsee, K. (2005). *The Red Riviera: Gender, Tourism, and Postsocialism on the Black Sea.*

Verdery, K. (1996). *What Was Socialism, and What Comes Next?*

Summary

This study examines how Mongolia’s mid-term development policy, the “New Revitalization Policy,” and the activities of the Government - particularly those of Prime Minister L. Oyun-Erdene - are communicated to the public through the lens of political communication theory. The New Revitalization Policy aims to mitigate the economic impacts of the COVID-19 pandemic and to support the effective implementation of the long-term development strategy, “Vision 2050,” by promoting recovery across six key sectors. Rather than assessing the policy’s implementation, performance, or outcomes, this research focuses on analyzing the forms and channels through which information related to the policy and the Prime Minister’s activities are conveyed to the public. The study seeks to interpret governmental communication strategies and public messaging within the theoretical and methodological framework of political communication.

Keywords: political communications, propaganda, New Revival Policy, content-analyses