ПОЛИТОЛОГИ XXIV
Эрдэм шинжилгээний бичиг №24: 19-29 дэх тал

УИХ ДАХЬ НАМЫН БҮЛГҮҮД АЖЛЫН ХЭСГИЙН МЭДЭЭЛЛЭЭ ЮУТҮБ СУВГААР ТҮГЭЭЖ БУЙ БАЙДАЛД ХИЙСЭН ШИНЖИЛГЭЭ

Б.Эрдэнэдалай
МУИС, УТСОУХНУС
Улс төр судлалын тэнхимийн дэд профессор

А.Минжинсор
МУИС, УТСОУХНУС
Улс төрийн мэдээлэл харилцааны магистрант

Хураангуй:

Цахим мэдээллийн технологийн хурдацтай хөгжлийн үр дүнд улс төрийн институцүүд олон нийттэй харилцах шинэ сувгуудыг идэвхтэй ашиглах болсон. Ялангуяа видео контентод суурилсан юутүб платформ нь улс төрийн мэдээллийг шууд түгээх, иргэдийн мэдээлэл авах боломжийг өргөжүүлэх чухал хэрэгсэл болж байна. Энэхүү судалгаанд Монгол Улсын Их Хурал дахь намын бүлгүүдийн ажлын хэсгүүдийн юутүб сувгаар түгээж буй мэдээллийн агуулга, хүртээмж, редакцийн шинж чанарыг шинжилж, тухайн мэдээлэл сэтгүүлчдээр дамжин олон нийтэд хүрэх үйл явц хэрхэн явагдаж байгааг тодорхойлохыг зорив. Судалгаанд контентын шинжилгээ, ажиглалт, гүнзгийрүүлсэн ярилцлага зэрэг чанарын болон тоон хосолсон арга зүйг ашиглав. Судалгааны үр дүнгээс харахад намын бүлгүүд юутүб сувгийг мэдээллийн ил тод байдлыг нэмэгдүүлэх хэрэгсэл болгон ашиглаж байгаа боловч бодит байдалд мэдээллийн агуулгад редакцийн шүүлтүүр тодорхой хэмжээнд ажиллаж байгаа нь ажиглагдсан.

Түлхүүр үгс: Улс төрийн коммуникаци, намын бүлэг, юутүб суваг, нээлттэй мэдээлэл, хэвлэл мэдээлэл, хоёр шатлалын мэдээллийн урсгал

Удиртгал: Сүүлийн жилүүдэд цахим орчин, сошиал медиа платформууд улс төрийн коммуникацийн үндсэн суваг болж өөрчлөгдөж байна. Интернэт хэрэглээний өсөлт нь улс төрийн байгууллагууд олон нийттэй харилцах уламжлалт хэлбэрийг өөрчилж, шууд харилцааны шинэ

механизмыг бий болгож байна.[1] Ялангуяа видео контентод суурилсан платформууд нь улс төрийн мэдээллийг илүү хүртээмжтэй, ойлгомжтой байдлаар түгээх боломжийг нэмэгдүүлж байна.

Монгол Улсад парламентын үйл ажиллагааны талаарх мэдээллийг уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулан түгээдэг байсан бол сүүлийн жилүүдэд улс төрийн намын бүлгүүд өөрсдийн албан ёсны сошиал медиа сувгуудыг идэвхтэй ашиглах болсон. Тухайлбал, УИХ дахь намын бүлгүүд ажлын хэсгийн үйл ажиллагаа, гишүүдийн байр суурь, хуралдааны үйл явцын талаарх мэдээллийг юутүб сувгаар дамжуулан нийтэлж байна.

Ковид-19 цар тахлын үед төрийн ордонд ажиллах хэвлэл мэдээллийн байгууллагуудад тодорхой хязгаарлалт тавигдсан нь улс төрийн мэдээлэл авах эх сурвалжийн бүтэц өөрчлөгдөхөд нөлөөлсөн. Үүний үр дүнд сэтгүүлчид улс төрийн мэдээллийг намын бүлгүүдийн сошиал медиа сувгаас авах хандлага нэмэгдсэн. Энэ нь улс төрийн мэдээлэл түгэх механизмд шинэ зуучлагч бий болгож байгаа бөгөөд тухайн мэдээллийн үнэн зөв байдал, бүрэн бүтэн байдалд нөлөөлөх боломжтой. Иймд энэхүү судалгааны зорилго нь УИХ дахь намын бүлгүүдийн юутүб сувгаар түгээж буй мэдээллийн онцлогийг шинжилж, тухайн мэдээлэл олон нийтэд хүрэх процесс улс төрийн коммуникацийн онолын үүднээс хэрхэн тайлбарлагдах боломжтойг тодорхойлоход оршино.

Судалгааны онол, арга зүй

Улс төрийн мэдээлэл олон нийтэд хэрхэн түгдэг талаар судлахад коммуникацийн сонгодог онолууд чухал ач холбогдолтой. Тэдгээрийн дотор хоёр шатлалын харилцаа холбооны онол (Two Step Flow Theory) нь масс харилцаа холбоо, мэдээлэл түгэх болон нийгмийн нөлөөллийн талаар анхны цогц ойлголтуудыг өгсөн онол юм. Энэ онолыг анх 1940-өөд оны дундуур Пол Лазарсфельд, Бернард Берельсон, Хэзел Гаудет нар[2] судалгаагаар гаргаж ирсэн. Тэд АНУ-ын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн үеэр (1940) сонгогчдын зан төлөвийг судалж, мэдээлэл түгэх арга барилыг шинжилсэн байдаг. Ингэхдээ масс мэдээллийн хэрэгслээр дамжсан мэдээлэл шууд олон нийтэд нөлөөлдөг гэсэн үзэл санааг үгүйсгэж, мэдээлэл дараах байдлаар түгдэг гэж үздэг. Эхний шат нь масс мэдээллийн хэрэгслээр (сонин, радио, телевиз гэх мэт) мэдээлэл "үзэл бодлын манлайлагчид"

[1] A.Chadwick “The hybrid media system: Politics and power (2nd ed.)”, Oxford University Press, 2017

[2] P.F.Lazarsfeld, B.Berelson, H.Gaudet “The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign”, Duell, Sloan & Pearce, 1944

(opinion leaders) буюу нийгэмд нөлөөтэй хүмүүсийн анхааралд хүрдэг. Хоёр дахь шат нь эдгээр манлайлагчид тухайн мэдээллийг хүлээн авч, боловсруулан өөрсдийн найз нөхөд, гэр бүл, хамт олон зэрэг нийгмийн бүлгүүдэд дамжуулдаг юм. Лазарсфельд болон түүний хамтрагчид Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн үеэр сонгогчдын мэдээлэл авах үйл явц, сонголтод юу нөлөөлдөг талаар судлахдаа дараах зүйлийг илрүүлсэн. Сонгогчдын шийдвэрт масс мэдээллийн хэрэгслээс илүү ойрын харилцаа, ялангуяа итгэмжит хүмүүсийн санал чухал нөлөөтэй байдаг. Хүмүүс мэдээллийг бусадтай харилцах явцдаа илүү их ойлгож, итгэл үнэмшлээ өөрчилдөг. Иймд мэдээлэл бүх нийтэд шууд хүрэхийн оронд тодорхой нийгмийн сүлжээ, хүмүүсийн харилцааны суваг дамжин түгдэг гэх дүгнэлтэд хүрсэн байдаг.

Судалгааны арга зүйг төлөвлөхдөө анхдагч болон хоёрдогч эх сурвалж болж байгаа хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл болон намын бүлгүүдийн юутүб сувагт ажиглалт хийв. Мөн тухайн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг төлөөлж байгаа улс төрийн мэдээ, мэдээллээр дагнан мэдээлэл бэлтгэн ажилладаг сэтгүүлчидтэй уулзаж ярилцлага хийв. Мөн мэдээллийн анхдагч эх сурвалж болоод байгаа намын бүлгүүдийн албан ёсны юутүб сувгуудын хандалт болон бусад тоон мэдээллийг сүүлийн нэг жилийн хугацаанд тооцоолох юм.

Судлагдсан байдал

Улс төрийн намуудын мэдээлэл түгээх арга барилын тухай олон улсад хийгдсэн зарим судалгаанд намын бүлгүүдийн мэдээлэл түгээх стратеги, олон нийтийн харилцаа, мөн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдийн оролцоо, нийгмийн сүлжээ ашиглах байдал зэргийг судалдаг. Үүний гол зорилго нь улс төрийн намуудыг олон нийтэд ил тод байлгах, үнэн зөв мэдээлэл дамжуулах, нийгэмд нөлөөлөх чадварыг бий болгох явдал юм.

Дэлхийн бусад улс оронд улс төрийн нам, бүлгүүдийн сошиал медиа ашиглах байдлыг судалсан олон жишээ байдаг. АНУ-ын улс төрийн намуудын фэйсбүүк, юутүб зэрэг платформ ашиглалтыг судалсан ажлуудад кампанит ажлын үеэрх видео контентын үр нөлөө, иргэдийн оролцоог нэмэгдүүлэхэд хэрхэн нөлөөлсөн талаар дүн шинжилгээ хийсэн байдаг. 2020 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн үеэр Дональд Трамп болон Жо Байден нарын юутүб ашиглалтыг харьцуулсан судалгаа байна. Энэтхэгийн улс төрийн намуудын цахим платформ ашиглалт дэлхий дахинд онцлог болж байна. Тухайлбал, Моди Ерөнхий сайдын "Digital India" кампанит

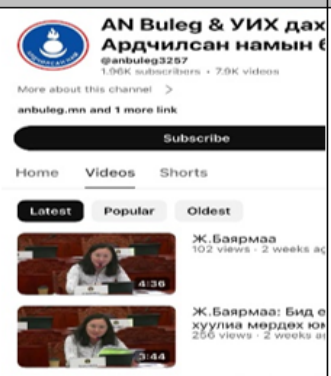
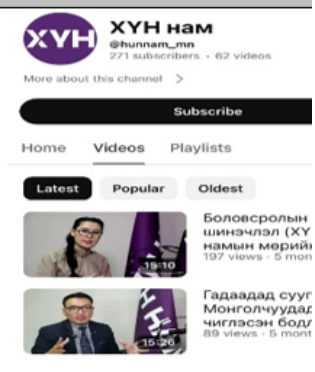
ажилд юутүб гол үүрэг гүйцэтгэсэн бөгөөд энэ талаар олон судалгаа хийгдсэн. Мөн Английн парламентийн юутүб сувгаа хэрхэн ашиглаж байгаа тухай судалгаа цөөнгүй байна. “Sage Journals” байгууллагаас хийсэн 2018 оны судалгаагаар Английн парламентын юутүб суваг нь олон нийтэд хууль тогтоох үйл явц болон парламентын хуралдаан, хэлэлцүүлгүүдийг үзэх боломжийг олгодог. Энэ суваг нь ил тод байдлыг дэмжих зорилгоор парламентын үйл ажиллагаанд олон нийтийн хяналтыг тавьдаг. Тухайн юутүб суваг нь парламентын хуралдаануудыг шууд дамжуулдаг бөгөөд ингэснээр иргэд бодит цаг хугацаанд хуралдааныг үзэж, хууль тогтоох үйл явцыг дагаж мөрдөх боломжтой. Мөн хуралдаан болон хэлэлцүүлгийн дараа бүрэн бичлэгүүдийг нийтэлдэг тул хүмүүст тухайн хуралдааны талаар дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах боломж олгодог. Зарим чухал асуудлуудыг тоймлон хураангуй бичлэгүүдээр үзүүлдэг бөгөөд энэ нь сонгогчдод тухайн асуудлыг хурдан, ойлгомжтой хэлбэрээр мэдээлэл авах боломжийг өгдөг. Юутүб суваг нь парламентын үйл ажиллагаа, хууль тогтоох үйл явцын талаарх мэдээллийг олон нийтэд хялбархан хүргэх гол үүрэгтэй бөгөөд энэ нь иргэдийн оролцоог нэмэгдүүлэх, хууль тогтоогчдын үйл ажиллагааг ил тод болгоход чухал ач холбогдолтой. Энэ бүх үйл явдал нь парламентын ажлыг олон нийтэд нээлттэй, ойлгомжтой болгох зорилготой бөгөөд иргэдийн оролцоо, мэдээллийн ил тод байдалд онцгой ач холбогдол өгч байна гэсэн дүгнэлтийг гаргаж байжээ.

Монгол Улсад хийгдсэн судалгааны нэг жишээ бол IRIM судалгааны хүрээлэнгийн 2019 оны "Төрийн байгууллагуудын цахим ил тод байдлын индекс" юм. Энэхүү судалгаа нь төрийн байгууллагуудын цахим хуудасны ил тод байдлыг үнэлж, тэдгээрийн мэдээллийн хүртээмжийг сайжруулахад чиглэгдсэн. Судалгааны үр дүнд Монгол Улсын төрийн байгууллагуудын цахим ил тод байдлын индекс 0.612 буюу сул түвшинд байгааг харуулсан байна. Энэ нь төрийн байгууллагуудын цахим ил тод байдлыг нэмэгдүүлэх шаардлагатайг илтгэж байна.

Судалгааны үр дүн

Судалгааны хүрээнд УИХ-д суудалтай МАН, АН, ХҮН нам, ИЗНН-ын албан ёсны юутүб суваг дахь 2024.01.01-ээс 2024.10.31 хүртэлх хугацаанд нийтлэгдсэн видеонд дараах агуулгаар харьцуулалт хийсэн. Энэ хугацаа нь сонгуулийн өмнөх үе, сонгуулийн үе, сонгуулийн дараах үе гэсэн улс төрийн өндөр идэвхтэй байдлыг харгалзсан болно.

- Контентын хандалт, сошиал медиа судалгааны аргачлалаар видео үзэлтийн тоо, лайк, сэтгэгдэл, хуваалцах зэрэг харилцааны үзүүлэлтүүдийг шинжлэв.
- Бодлого, хууль тогтоомж, намын бүлгийн үйл ажиллагааны агуулгатай холбоотой видеонуудыг ангилсны үндсэн дээр тухайн видео формат, урт, тайлбар мессежийн тодорхой байдал, дүрслэлийн чанарыг харьцуулав.
- УИХ дахь намын бүлгүүдийн юутүб сувгуудын идэвх, хүртээмжийг хооронд нь харьцуулж, давуу болон сул талуудыг тодорхойлов.
- Дээрх агуулгаар монголын хэвлэл мэдээллийн салбарт улс төрийн чиглэлээр дагнан ажилладаг сэтгүүлчидтэй ганцаарчилсан ярилцлага хийв.

Монгол Ардын нам	Ардчилсан нам	Хүн нам
		
- 266.000 дагагчтай - 13.000 видеотой Намын бүлгийн гишүүдийн: - чуулган болон байнгын хорооны хуралдаанд хэлсэн үг, - асуусан асуултыг дагнан нийтэлдэг. - Мөн бүлгээс зарласан хэвлэлийн хурал, - нэвтрүүлэг зэргийг нийтэлдэг.	- 196.000 дагагчтай - 7.900 видеотой Намын бүлгийн гишүүдийн: - чуулган болон байнгын хорооны хуралдаанд хэлсэн үг, - хуралдаанд оролцож буй дүрс, - хэвлэлийн хурал зэргийг нийтэлдэг.	- 271 дагагчтай - 62 видеотой - Сонгуулийн сурталчилгааны уед нэр дэвшигчдийн танилцуулгыг нийтлэдэг. - Гишүүдийн чуулганд хэлсэн үг болон байнгын хорооны хуралдаанд ямар байр суурьтай оролцож байгаа тухай онцолж нийтэлдэггүй.

Хүснэгт 1. Намын бүлгүүдийн юутүб хуудсын нэр, харагдах байдал

УИХ-д суудалтай улс төрийн 4 намын бүлгийн албан ёсны юутүб хуудасны идэвхтэй байдал, өдөр тутмын мэдээлэл түгээхдээ энэ сувгаа ашигладгийг үндэслэн МАН, АН-ын хувьд мэдээллийг нягталлаа. Ингэхдээ 2024 оны 1-р сараас 2024 оны 10-р сарыг дуустал хугацаанд нийтлэгдсэн бичлэгүүдийг хамруулав. Энэ цаг хугацаа нь УИХ-ын сонгуулийн өмнөх үе, сонгуулийн үе, сонгуулийн дараах үе гэсэн онцлох хугацааг хамарч байгаа юм.

МАН, АН-ын сошиал хөтлөлтийн тухай судалгааг хийхдээ тухайн сувгийг хариуцан ажиллаж байгаа хүнээс мэдээлэл авах гэж хэд хэдэн удаа холбогдсон ч энэ талын мэдээллийг өгөхөөс татгалзсан. Доорх хүснэгтэд хоёр намын суваг хөтлөлтийн харьцуулсан байдлыг хураангуйлан нэгтгэлээ.

Хүснэгт 2. Намын бүлгийн юутүб хуудсын онцлог

Үзүүлэлт	МАН	АН
Шуурхай дамжуулах байдал	Чуулганы хуралдаан үргэлжилж байх явцад онцлох ярианууды 10-20 минутын зайтайгаар тогтмол нийтэлдэг.	Тухайн өдрийн чуулганы хуралдаан дууссаны дараа тасалсан яриаг нийтэлдэг.
Видеонд өгсөн гарчиг ойлгомжтой байдал	Гарчиг өгөхдөө УИХ-ын гишүүний овог, нэр болон ярьсан зүйлээс онцлох агуулга, өгүүлбэрийг ашигладаг.	Ихэнх тохиолдолд зөвхөн байр суурь илэрхийлсэн тухайн УИХ-ын гишүүний нэрээр видеоны гарчигаа өгдөг.
Видео бүрэн агуулгаараа байдаг эсэх	Тухайн видеонд гарах яриа, байр суурийг таслан оруулахдаа асуулт болон хариултыг бүтэн багтаадаг.	Тухайн видеонд гарах яриа, байр суурийг таслан оруулахдаа зөвхөн хариултыг эсвэл зөвхөн асуултыг нь оруулдаг.
Видео тасралтгүй үргэлжилдэг эсэх	Оруулсан видео ямар нэгэн засвартай, сул үг, жижиг хэсгүүдийг тасдсан байдаг.	Оруулсан видео ямар нэгэн засваргүй, шууд бүтнээрээ байдаг.
Дүрсний чанар	480р	1080р

Дээрх хүснэгтээс, МАН-ын бүлгийн юутүб хуудаст нийтлэгдэж буй мэдээллүүд сэтгүүлчдэд хэрэглэхэд хялбар, ойлгомжтой байгаа нь харагдаж байна. Гэхдээ нөгөө талаар УИХ-ын чуулганы болон байнгын хорооны хуралдааны үеэр болж буй үйл явдал, мэдээллийг ямар нэгэн хяналт, шүүлтүүргүйгээр иргэдэд шууд дамжуулах нь чухал. Хэдийгээр намын

бүлгүүд мэдээллээ ил тод мэдээлж буй мэт боловч тухайн намын болон УИХ-ын гишүүний нэр хүндийг унагасан үг, яриа, хэлэлцүүлгийг иргэдэд хүргэхгүй.

Зураг 1. Видео дээр, УИХ-ын гишүүний үйлдэл



Дээрх зурагт, орчны бохирдлыг бууруулах үндэсний хорооны хуралдааны үеэр УИХ-ын гишүүн П.Батчимэгийг үг хэлэх үед УИХ-ын гишүүн Л.Мөнхбаясгалан инээж байгаа дүрс харагдаж байна. Энэ видеог АН-ын бүлгийн сошиал сувгуудаар нийтэлсний дараагаар “Ардчилсан намын дотоод хагарал дуусаагүй” гэх гарчиг агуулгатай нийтлэлүүд гарах болсон. Тус намын хувьд намын дотоод асуудлаа цэгцэлсэн, шинэ парламентад хүчтэй сөрөг хүчин байна гэсэн имижийг бүрдүүлэхийг хичээсэн ч энэ мэт хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд өөрсдөд нь халтай бичлэгийг хянахгүй оруулсан нь харагдаж байна. Гэхдээ энэ бичлэг бол үнэн бодит байдал юм. Харин МАН-ын хувьд бичлэг бүрийн яриаг ажиглахад сул үг болон бусад хэсгийг таслаж оруулсан нь видеоны дүрс дундаа үсрэлттэй байгаагаас харж болох юм. Энэ хоёр жишээнээс харахад угтаа бол мэдээллээ нээлттэй ил тод байлгахаар энэхүү сувгийг өдөр тутмын мэдээллээ түгээхдээ ашиглаж байгаа гэж тайлбарлаж байгаа ч энэ нь мэдээллийн агуулгыг хэд дахин шүүж, өөрсдийнхөө үзүүлэхийг хүссэн зүйлээ үзүүлж, олон нийт мэдэх ёстой ч мэдүүлэхгүй байх нь намын бүлэгт ашигтай байх мэдээллийг сувагтаа оруулж байгаа нь ажиглагдаж байна.

Дараах хэсэгт, хэвлэл мэдээллийн салбарт хоёроос дээш жил улс төрийн мэдээлэл дагнан бэлтгэдэг сэтгүүлчидтэй ганцаарчилсан ярилцага хийн, УИХ-д суудалтай намын бүлгүүдийн мэдээллээ түгээж буй байдал, тухайн мэдээллийн ач холбогдлын талаар харьцуулалт хийсэн болно.

- ***Цаг хугацааны хувьд:*** УИХ-ын чуулганы болон байнгын хорооны хуралдааны сигналыг аваад бүтэн бичлэгийг нь рекорд хийгээд авчихдаг ч гэсэн дараа эвлүүлгийн программд оруулаад хэдэн цагийн видеог татна, таслана зэргээр их ажиллагаатай байдаг. Тийм учраас намын бүлгүүдийн юүтүб хуудаснаас дүрс авч ашиглах хялбар байдаг байна. Мөн хуралдааны дүрс, үйл явдлын дэлгэрэнгүй яриа, байр суурийг өөрийн биеэр очиж авах нь их хугацаа шаарддаг тул мэдээллийг намын бүлгийн хуудсаас авч цаг хэмнэдэг.
- ***Мэдээлэл бэлтгэх хүний нөөцийн хувьд***: Монголд үйл ажиллагаа явуулж буй бүх хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд УИХ-ын чуулганы болон байнгын хорооны хуралдаанд сэтгүүлч болон зураглаачаа бүтэн ажиллуулах боломж хомс. Иймээс хүний нөөцийн хувьд боломжгүй, үйл ажиллагаа нь жигдрээгүй, эсвэл орон нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд юутүб сувгаас мэдээллийг авах нь хялбар, хүртээмжтэй.
- ***Мэдээлэл авах нээлттэй эсэх***: Ковид-19 цар тахлын үеэр төрийн ордонд ажиллаж байгаа сэтгүүлчдэд тодорхой хэмжээний хязгаарлалт тогтоосон. Гэхдээ одоо болтол шалтгаангүйгээр сэтгүүлчдийг УИХ-ын чуулганы болон байнгын хорооны хуралдаанд оролцуулахгүй, эсвэл камер оруулахгүй гэдэг болсон. Зарим хуралдаанд зөвхөн сэтгүүлч нь ороод асуултаа асуу, харин зураглаачийг оруулахгүй гэх мэтээр хязгаарлаж байгаа.
- ***Мэдээллийг шууд авахад намын бүлгээс хандаж буй байдал***: УИХ-ын чуулганы болон байнгын хорооны зарим хурал, чуулганыг сурвалжилж асуулт асууж, дотор уур амьсгалын дүрсийг авах гэхэд юутүб хуудас дээр мэдээлэл бичлэг оруулчих болохоор тэндээс аваарай гээд мэдээлэл бэлтгэхийг зөвшөөрдөггүй.

ДҮГНЭЛТ

Энэхүү судалгаагаар УИХ дахь намын бүлгүүдийн юутүб сувгаар түгээгдэж буй мэдээллийн агуулга, бүтэц, редакцийн шинж чанарыг шинжилж, уг мэдээлэл сэтгүүлчдээр дамжин олон нийтэд хүрэх үйл явцыг хоёр шатлалын мэдээллийн урсгалын онолын хүрээнд тайлбарлахыг зорьсон болно. Судалгааны үр дүнгээс харахад парламентын орчинд мэдээлэл түгэх механизм институцийн түвшинд шинэ бүтцийг бүрэлдүүлж байна. Намын бүлгүүдийн юутүб сувгаар нийтлэгдэж буй контент нь анхдагч эх сурвалж болж байгаа боловч бодит байдалд уг мэдээлэл олон нийтэд шууд бус, сэтгүүлчдийн зуучлалаар дамжин хүрч байна. Энэ нь П.Лазарсфельд болон П.Катз нарын тодорхойлсон хоёр шатлалын мэдээллийн урсгалын загварт

нийцэж байгаа бөгөөд сэтгүүлчид орчин үеийн “үзэл бодлын манлайлагч”-ийн үүргийг гүйцэтгэж байгааг харуулж байна.

Контентын шинжилгээнээс харахад намын бүлгүүд мэдээллийг ил тод байлгах зорилгоор видео хэлбэрээр түгээж байгаа боловч редакцийн тодорхой шүүлтүүр, сонгон үзүүлэх байдлаар ажиллаж байна. Зарим тохиолдолд ярианы хэсгийг таслах, гарчгийг тодорхой фреймээр өгөх, агуулгын бүтэн байдлыг өөрчлөх зэрэг редакцийн шийдвэрүүд ажиглагдсан нь мэдээллийн анхдагч шатанд аль хэдийн тодорхой фрейминг явагдаж байгааг илтгэнэ. Ийм нөхцөлд сэтгүүлчид уг мэдээллийг дахин боловсруулж олон нийтэд хүргэхдээ хоёр дахь шатны фреймингийг үүсгэж байгаа нь мэдээллийн давхар шүүлтүүрийн орчин бүрэлдэж байгааг харуулж байна.

Ярилцлагын үр дүнгээс харахад цаг хугацаа, хүний нөөцийн хязгаарлалт, институцийн хандалтын асуудлууд нь сэтгүүлчдийг намын бүлгүүдийн юутүб сувгийг идэвхтэй ашиглахад хүргэж байгаа бөгөөд энэ нь хоёр шатлалын механизмыг улам бэхжүүлж байна. Иймд парламентын мэдээллийн хүртээмж нь формаль байдлаар нээлттэй боловч бодит байдалд намын редакцийн бодлогоор тодорхой хэмжээгээр зохицуулагдаж буй байдал ажиглагдаж байна.

Онолын хувь нэмрийн хувьд энэхүү судалгаа нь хоёр шатлалын мэдээллийн урсгалын онолыг Монголын парламентын институцийн орчинд туршин баталгаажуулсан бөгөөд сошиал медиа орчинд институцийн мэдээлэл хэрхэн зуучлагдан дамжиж буйг эмпирик түвшинд харуулснаараа шинэлэг ач холбогдолтой юм. Улс төрийн намуудын сошиал медиа ашиглалт нь зөвхөн шууд коммуникаци бус, харин зуучлагчийн үүргийг дахин бүтэцжүүлж буй институцийн процесс болох нь харагдаж байна.

Практик ач холбогдлын хувьд парламент дахь намын бүлгийн үйл ажиллагааны ил тод байдлыг зөвхөн мэдээлэл нийтэлсэн тоо, давтамжаар хэмжих бус, харин мэдээллийн бүрэн бүтэн байдал, редакцийн ил тод байдал, анхдагч эх сурвалжийн шууд хүртээмжээр үнэлэх шаардлагатайг энэхүү судалгаа харуулж байна. Хэрэв парламентын институци мэдээллийг шууд, бүтэн хэлбэрээр хүртээмжтэй байлгах бодлого хэрэгжүүлэхгүй бол хоёр шатлалын механизм нь намын стратегийн коммуникацид давуу тал олгож, олон нийтийн ойлголтод нөлөөлөх эрсдэлтэй байна. Цаашид энэхүү судалгааг сошиал медиа алгоритмын нөлөө, контентын үзэлт, хэрэглэгчдийн хүлээн авах байдлыг хамтатган судалснаар парламентын коммуникацийн ил тод байдлын асуудлыг илүү өргөн хүрээнд тайлбарлах боломжтой болно.

НОМ ЗҮЙ

Батболд, Ц. (2018). *Улс төрийн социологийн онолын үндэс*. Улаанбаатар.

МУИС. (2021). *Улс төрийн мэдээлэл харилцаа: Гарын авлага* (Ред. Ж. Төртогтох). Улаанбаатар.

IRIM судалгааны хүрээлэн. (2019). *Төрийн байгууллагуудын цахим ил тод байдлын индекс*. Улаанбаатар.

Улс төрийн намуудын төлөвшил, өнөөгийн нөхцөл байдлын судалгааны тайлан. (2019). Улаанбаатар.

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.

Gonçalves, G. (2018). *Political communication*. In Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press.

Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly, 21*(1), 61-78. https://doi.org/10.1086/266687

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Duell, Sloan & Pearce.

Weimann, G. (1982). On the importance of marginality: One more step into the two-step flow of communication. *American Sociological Review, 47*(6), 764-773.

Ардчилсан намын бүлэг. (2024). *YouTube суваг*. https://www.youtube.com/@anbuleg3257

Иргэний зориг ногоон нам. (2024). *YouTube суваг*. https://www.youtube.com/@ИЗННПАРЛАМЕНТ

Монгол Ардын намын бүлэг. (2024). *YouTube суваг*. https://www.youtube.com/@МАНБүлэгАжлыналба

ХҮН нам. (2024). *YouTube суваг*. https://www.youtube.com/@hunnam_mn

AN ANALYSIS OF THE DISSEMINATION OF WORKING GROUP INFORMATION VIA YOUTUBE BY PARLIAMENTARY PARTY GROUPS IN THE STATE GREAT KHURAL

Abstract: With the rapid development of digital communication technologies, political institutions have increasingly adopted new channels to communicate with the public. Video-based platforms, particularly YouTube, have become important tools for directly disseminating political information and expanding citizens' access to parliamentary activities.

This study examines the content, accessibility, and editorial characteristics of information disseminated through the official YouTube channels of party groups in the State Great Khural of Mongolia. It further analyzes how such information reaches the public through journalists, drawing on the Two-Step Flow Theory of communication.

The research employs a mixed-methods approach combining content analysis, observation, and in-depth interviews. The findings indicate that although party groups utilize YouTube as a mechanism to promote transparency and public access to parliamentary proceedings, editorial filtering and selective presentation are evident in the published content. The study demonstrates that parliamentary information is often mediated by journalists who function as contemporary opinion leaders, thereby reinforcing a two-step flow of communication in Mongolia's parliamentary context.

Key words: Political communication; parliamentary party groups; YouTube; transparency; media mediation; Two-Step Flow Theory