

СОНГОГЧИЙН ЗАН, ТӨЛӨВИЙН СУДАЛГАА



Энэхүү судалгааны тайланг америкийн ард түмний дэмжлэгээс бүрдсэн АНУ-ын Олон улсын хөгжлийн агентлагийн тусламжтай, Бүгд найрамдахчуудын олон улсын хүрээлэн, Азийн сангийн хамтран хэрэгжүүлж буй “Залуучууд, эмэгтэйчүүдийн сонгууль, улс төрийн оролцоог идэвхжүүлэх нь” хөтөлбөрийн хүрээнд “Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төв” ТББ санаачлан бүтээв. Судалгааны тайланд илэрхийлэгдсэн үзэл санаанууд нь АНУ-ын засгийн газар эсхүл дээрх агентлаг, хүрээлэн, сангийн албан ёсны байр суурь биш болно

СУДАЛГААНЫ БАГИЙН БҮРЭЛДЭХҮҮН:

БАГИЙН АХЛАГЧ

Г.Доржтүвдэн Социологич

ТӨСЛИЙН ЗӨВЛӨХ

М.Энхбадрал Социологич, магистр

СУДЛААЧ ГИШҮҮД

Ж.Батболд Социологич

Б.Чулуунбат Дата шинжээч

Б.Уянга Төслийн ажилтан

Г.Золзаяа Улс төр судлаач, магистр

А.Түвшинбаяр Улс төр судлаач, магистр



АГУУЛГА

УДИРТГАЛ.....	6
Судалгааны зорилго, зорилт	7
Судалгааны ач холбогдол	7
Судалгааны арга зүй, түүвэр	7
Судалгаанд оролцогчдын хүн ам зүйн мэдээлэл.....	10
НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ. СОНГОГЧДЫН СОНГУУЛИЙН ТАЛААРХ МЭДЛЭГ, ТУРШЛАГА	13
Иргэдийн сонгууль, улс төрийн талаарх ойлголт.....	14
Иргэдийн ардчилсан чөлөөт сонгуульд итгэх итгэл, хандлага	17
Сонгогчдын тулгамдсан асуудал болоод намуудын талаарх төсөөлөл	19
ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ. МОНГОЛ СОНГОГЧИЙН ХҮСЭМЖИТ СОНГОЛТ БУЮУ НЭР ДЭВШИГЧИЙН ИДЕАЛ ЗАГВАР	22
Нэр дэвшигчийн хүйс.....	23
Нэр дэвшигчийн нас.....	24
Нэр дэвшигчийн ажлын туршлага.....	26
Нэр дэвшигчийн нийгмийн гарал	28
Нэр дэвшигчийн хөрөнгө, бэл бэнчин.....	28
ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ. СОНГОГЧИЙН ШИЙДВЭР ГАРГАЛТАД НӨЛӨӨЛӨГЧ ХҮЧИН ЗҮЙЛС	32
Сонгуулийн амлалт, мөрийн хөтөлбөр.....	36
Намын хүчин зүйлс болоод намын лидер	37
Сонгуулийн сурталчилгааны сувгууд	41
Албадлагын болоод сүлжээний нөлөөлөл	42
СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ	47
ЗӨВЛӨМЖ	49



ГРАФИКИЙН ЖАГСААЛТ

График 1. Судалгаанд оролцогчдын хүйсийн харьцаа	10
График 2. Судалгаанд оролцогчдын насны бүтэц	10
График 3. Судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшин	10
График 4. Судалгаанд оролцогчдын гэр бүлийн байдал	11
График 5. Судалгаанд оролцогчдын шашин шүтлэг	11
График 6. Судалгаанд оролцогчдын хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал	11
График 7. Судалгаанд оролцогчдын дундаж орлого	12
График 8. Судалгаанд оролцогчдын УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн тоо, хувиар	14
График 9. Сонгогчид төрийн бодлого шийдвэрт нөлөө үзүүлж чадах эсэх, насны бүлгээр	16
График 10. Сонгуультай холбоотой гомдлыг хаана хандаж гаргах вэ, хувиар	16
График 11. Саналаа хэнд өгснийг бусад хүн мэдэх боломжтой эсэх, боловсролоор	17
График 12. УИХ-ын сонгуульд тохиромжтой систем	17
График 13. УИХ-ын сонгуульд тохиромжтой гэж үзэж буй сонгуулийн систем, боловсролын түвшнээр	18
График 14. УИХ-ын гишүүдийн тоог нэмэх тухай санал бодол	18
График 15. Монгол улсад хамгийн их тулгамдсан асуудал, хувиар	19
График 16. Дээрх тулгамдсан асуудлуудыг аль нам шийдэж чадах вэ?, боловсролын түвшнээр	20
График 17. Нэр дэвшигчийн хувьд тохиромжтой гэж үзэж буй хүйс, судалгаанд оролцогчдын насны ангиллаар, хувиар	24
График 18. Нэр дэвшигчийн тохиромжтой нас, хувиар	25
График 19. Идеал нэр дэвшигчийн ажлын туршлага, хувиар	26
График 20. Идеал нэр дэвшигчийн мэргэжил, хувиар	27
График 21. Төлөөлөл болох улс төрчийн нийгмийн гарал	28
График 22. Төлөөлөл болох улс төрчийн хөрөнгө бэл бэнчин	28
График 23. Улс төрчийн хувь хүний хүчин зүйлсийн ач холбогдол, орон нутгийн сонгогчдын хувьд (0-5 оноо. 0-огт чухал биш, 5-хамгийн чухал)	29
График 24. Улс төрчийн хувь хүний хүчин зүйлсийн ач холбогдол, Улаанбаатар хотын сонгогчдын хувьд (0-5 оноо. 0-огт чухал биш, 5-хамгийн чухал)	29
График 25. Сонгогчид 2020 оны УИХ-ын сонгуульд ямар сонголт хийх шийдвэрээ хэзээ гаргасан бэ, хувиар	33
График 26. Судалгаанд оролцогчдын 2020 оны УИХ-ын сонгуульд саналаа өгсөн нам эвслийн хувь	34
График 27. Сүүлийн жилүүдэд дэмждэг байсан намаа өөрчилсөн үү, насны ангилал болон байршил, хувиар	34
График 28. Сүүлийн жилүүдэд дэмждэг байсан намаа өөрчилсөн үү, халамж, боловсролын түвшин, хувиар	35
График 29. Дэмжиж байсан нэр дэвшигчдээ саналаа өгч чадаагүй тохиолдол гарч байсан уу?, оршин суугаа газраар	35
График 30. Судалгаанд оролцогчид сонгуулийн мөрийн хөтөлбөртэй танилцдаг эсэх, хувиар	36
График 31. Мөрийн хөтөлбөрийг уншдаг эсэх, судалгаанд оролцогчдын насны бүлэг, боловсролоор	37
График 32. Аль нэг намын үйл ажиллагааг дэмждэг эсэх, хувиар	37
График 33. Намын гишүүн биш хэдий ч аль нэг намын үйл ажиллагааг нь дэмждэг байдал, боловсролын түвшнээр	38
График 34. Намын гишүүн биш хэдий ч аль нэг намын үйл ажиллагааг нь дэмждэг байдал, насны ангиллаар	38
График 35. Намын гишүүн биш хэдий ч намуудын үйл ажиллагааг дэмждэг байдал, оршин суугаа газраар	39
График 36. Сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөгч намын хүчин зүйлсийн нөлөөллийг 0-5 оноогоор үнэлүүлж дундаж утгыг тооцсон нь	40
График 37. Сонгуулийн сурталчилгааны үр дүнтэй хэлбэрүүд, насны бүлгээр, хувиар	41
График 38. Цахим орчин дах мэдээлэлд шүүлтүүртэй хандах байдал, 0-10 онооны дундаж	42
График 39. Сонгуулийн сурталчилгааг хэн хийх нь сонгогчдод хүрдэг вэ?/0-хамгийн бага хүрдэг, 5-хамгийн их хүрдэг/	43
График 40. 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар нэр дэвшигчид сонгогчдоос санал авах зорилгоор ямарваа нэг зүйл санал болгож байсан эсэх	44



ХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. Судалгааны түүврийн дэлгэрэнгүй мэдээлэл оршин суугаа байршлаар	8
Хүснэгт 2. Төр, засгийн гүйцэтгэх үүргүүдийг аль нь гүйцэтгэх ёстой талаарх иргэдийн төсөөлөл, хувиар	14
Хүснэгт 3. Нэр дэвшигчийн хүйс, судалгаанд оролцогчдын хүйсээр, хувиар	23
Хүснэгт 4. Нэр дэвшигчийн тохиромжтой нас, судалгаанд оролцогчдын насны бүлгээр	25
Хүснэгт 5. Сонгогчид 2020 оны УИХ-ын сонгуульд ямар сонголт хийх шийдвэрээ хэзээ гаргасан бэ, насны ангиллаар	33
Хүснэгт 6. Сонгогчийн шийдвэрт нөлөөлөгч намын сүлжээний хүчин зүйлс, байршил, хувиар	43

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ

УИХ	Улсын Их Хурал
МАН	Монгол Ардын Нам
АН	Ардчилсан нам
ХҮН	Хүн нам
МУИС	Монгол Улсын Их Сургууль
МУИХСТХ	Монгол улсын их хурлын сонгуулийн тухай хууль
СТХ	Сонгуулийн тухай хууль
АНСДИТХСТХ	Аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн Иргэдийн төлөөлөгчдийн хурлын сонгуулийн тухай хууль
АТГ	Авлигатай тэмцэх газар
УБЕГ	Улсын бүртгэлийн ерөнхий газар

УДИРТГАЛ

Ардчилсан хувьсгалаас хойш өнөөг хүртэл Монгол улсад ардчиллын суурь зарчмуудыг түгээн дэлгэрүүлэх, хүний эрх, эрх чөлөөг хангах, ил тод, нээлттэй засаглалыг бэхжүүлэх чиглэлд дотоод, гадаадын төрийн болон төрийн бус байгууллагууд иргэний нийгмийнхэн олон арван төсөл хөтөлбөрүүдийг хэрэгжүүлж ирсэн. Эдгээрийн дотроос иргэдийн улс төр, сонгуулийн боловсролыг дээшлүүлэх, ил тод нээлттэй байдлыг дэмжих, сайн засаглалыг бэхжүүлэх зэрэг нь ардчиллыг бэхжүүлэх суурь ач холбогдолтой.

Учир нь 1990 онд Монголчууд засаглалын хувьд ардчилалд шилжсэн боловч иргэд бүх нийтийн хувьд ардчиллын талаар ойлголт мэдлэгтэй, ардчилсан тогтолцоонд бэлэн байсан уу гэвэл үгүй юм. Тиймээс өргөн хүрээгээр нь харвал Монголын ард түмэн /Монголчуудын оюун сэтгэлгээ/ 1990 оноос хойш өнөөг хүртэлх хугацаанд эдийн засгийн хувьд төвлөрсөн төлөвлөгөөт эдийн засгаас чөлөөт зах зээлд шилжих, нийгмийн тогтолцооны хувьд коммунизмаас ардчилалд шилжих их шилжилтийн дунд аж төрж байна.

Иргэдэд ардчиллын талаарх ойлголт, мэдлэг, туршлага бүрэлдэж буй уг үйл явцыг шинжлэх ухааны үндэслэлтэй судлах нь нэгдүгээрт, бодит байдлыг тогтоох; хоёрдугаарт, үр дүнгээ хэмжих; гуравдугаарт, цаашид ардчиллыг бэхжүүлэхэд иргэдийн боловсролд анхаарах зорилтыг нарийвчлан тодорхойлох ач холбогдолтой юм.

Ардчилсан тогтолцоонд иргэд төрийн эрх барих үйл ажиллагаанд шууд болон өөрийн сонгосон төлөөллийн байгууллагаараа дамжуулан оролцдог. Уг төлөөллөө сонгох эрхээ ардчилсан сонгуулиар дамжуулан эдлэх бөгөөд, хэрэгжүүлдэг. Иймд Монгол сонгогчид “сонголтоо хэрхэн хийдэг вэ” гэх буюу “сонгогчид шийдвэрээ хэрхэн гаргадаг вэ” гэх асуулт нь Ардчиллыг хэрхэн хэрэгжүүлдэг вэ хэмээх асуултад давхар хариулт өгөх болно.

Сонгогчийн зан төлөвийн судалгаагаар сонгогчид хэр зэрэг улс төрийн болон сонгуулийн боловсролтой байна вэ? түүндээ үндэслэн хэр зэрэг рациональ сонголт хийх чадамжтай байна вэ? гэдгийг тодорхойлж болно. Тиймээс сонгогчийн зан төлөвийн судалгаа нь сонгогчид хэрхэн шийдвэрээ гаргаж байгааг судалдагаараа иргэдийн улс төрийн боловсролыг тодорхойлоход чухал үүрэгтэй.



Нөгөөтээгүүр манай улс төрийн намууд, зарим хувь улс төрчид өөрсдийн судалгааны байгууллагаар болон бусад судалгааны байгууллагууд, хувь судлаачдыг хөлслөн сонсгогчийн хандлагыг судалдаг ч энэ нь захиалагчийн улс төрийн зорилгоор ашиглагдахаас бус нийгэм дэх сонгогчийн зан төлөвийг тодорхойлдог, цаашлаад сонгогчийн боловсролыг дэмжих, нийгмийг чиглүүлэх, загварчлах ач холбогдолтой юу гэвэл үгүй юм. Өөрөөр хэлбэл улс төрийн нам, хувь улс төрчийн зүгээс хийж буй судалгаа болон социологийн өнцгөөс сонгогчийн боловсролыг судлах судалгаа нь зорилго ач холбогдлын хувьд эрс ялгаатай.

Бид энэхүү судалгааны тайланг 2020 оны УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн иргэдээс нийт 1000 хүнийг хамарсан асуулгын үр дүн болон фокус бүлгийн ярилцлагуудаар цугласан мэдээллийн хүрээнд бичлээ.

Судалгааны зорилго, зорилт

Судалгааны зорилго нь монгол сонгогчдын зан төлөвийг тодорхойлох юм. Энэхүү зорилгын хүрээнд дараах зорилтуудыг дэвшүүллээ.

1. Сонгогчдын сонгуулийн талаарх мэдлэг туршлагыг тодорхойлох
2. Монгол сонгогчдын идеал сонголт буюу хүсэмжит нэр дэвшигч (role model)-ийг тодорхойлох
3. Сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөгч хүчин зүйлсийг илрүүлэх

Судалгааны ач холбогдол

Сонгогчдын улс төр сонгуулийн талаарх мэдлэг ойлголт болон аль нам, нэр дэвшигчид саналаа өгөх эсэх шийдвэрээ гаргах арга барилуудыг судалснаар сонгогчдын боловсролыг дэмжих, сонголт хийхэд тулгамддаг бэрхшээлүүдийг илрүүлж тэдгээрээс зайлсхийх, сонгогчдын улс төрд хандах хандлагыг зөвөөр загварчлах, хариуцлагатай, идэвхтэй иргэдийг төлөвшүүлэх зэрэгт чухал ач холбогдолтой юм. Энэ удаагийн судалгаанд сонгогчдын улс төрийн боловсрол, сонголтод нөлөөлөгч хүчин зүйлс, сонгогчдын идеал улс төрчийн дүр төрх, сонгуулийн ухуулга сурталчилгааны арга хэрэгслүүдийн нөлөөлөл, оновчтой байдал зэргийг багтааж судаллаа.

Судалгааны арга зүй, түүвэр

Судалгаанд тоон судалгааны мэдээлэл цуглуулах асуулга судалгаанд нийт 1000 хүнийг хамруулсан. Фокус бүлгийн ярилцлагад 13 ярилцлагад нийт 60 хүнийг оролцуулсан.

Судалгааны ажлын бүтэц зохион байгуулалт.



Судалгааны бэлтгэл үе шат

- Судалгааны удирдамж боловсруулах
- Судалгааны хэрэглэгдэхүүн боловсруулах
- Тайлангийн бүтэц гаргах
- Хэрэглэгдэхүүнийг турших



Мэдээлэл цуглуулалтын үе шат

- Фокус бүлгийн ярилцлага
- CAPI асуулга судалгаа
- Дата мэдээллийг хянах, шалгах
- SPSS программд өгөгдлийг оруулах



Тайлагнах үе шат

- Тоон судалгаанд дүн шинжилгээ хийх /SPSS программ/
- Чанарын судалгааг хэв загвар, бүлэглэл хийх, шигтгээ, кейс сонгох
- Судалгааны хураангуй болон дэлгэрэнгүй тайлан бэлтгэх
- Эцсийн тайлан
- Фокус бүлгийн ярилцлагыг урьдчилан боловсруулсан стандарт асуулгуудын хүрээнд хийж мэдээллийг EXCEL программд матриц байгуулан боловсруулалт хийлээ.
- Тоон судалгааны мэдээлэл цуглуулалтыг CAPI /Computer-Assisted personal interview/ аргаар хийж нийгмийн судалгааны SPSS программыг ашиглан боловсруулалт хийлээ.

Хүснэгт1. Судалгааны түүврийн дэлгэрэнгүй мэдээлэл оршин суугаа байршлаар

Хот/Хөдөө	Байршил	Тоо	Хувь
Улаанбаатар хот дахь түүвэр	Баянзүрх дүүрэг	175	17.5
	Чингэлтэй дүүрэг	155	15.5
	Сүхбаатар дүүрэг	149	14.9
Орон нутаг дахь түүвэр	Өвөрхангай аймаг	131	13.1
	Сүхбаатар аймаг	130	13.0
	Сэлэнгэ аймаг	130	13.0
	Ховд аймаг	130	13.0
Судалгааны нийт түүвэр		1000	100.0

Судлагдсан байдлын тойм

Уг сэдвээр олон улсад хийгдсэн судалгааны ажлуудаас үзвэл сонгогчийн зан төлөвт нөлөөлөгч зүйлсийг урт хугацаанд нөлөөлөгч хүчин зүйлс, богино хугацаанд нөлөөлөгч хүчин зүйлс гэж ерөнхийд нь ангилж үздэг. Түүнчлэн “party identification” буюу улс төрийн намтай өөрийгөө харьцуулах, “group solidarity” буюу бүлгийн эв нэгдэл, “voting contagion” буюу саналын халдварлалт, нийгэмшилтийн үйл явц зэрэг ойлголтуудад ихээхэн ач холбогдол өгдөг байна.

Монгол улсад сонгогчийн зан төлөвийн чиглэлээр социологич, доктор Ч. Тамир Сонгогчийн зан үйлийн болон сонгох эрхийн зэрэг сэдвүүдээр хэд хэдэн цуврал судалгаа, эрдэм шинжилгээний ажлууд хийсэн. Мөн Социологийн магистр П. Түмэнцэцэгийн 2021 онд хамгаалсан социологийн магистрын судалгааны ажил болон бусад эрдэмтэн судлаачдын нийтлэл, ярилцлага, ном зохиолоос сонгогчийн зан үйлийн холбогдолтой хэсгийг судалгааны хүрээнд хамруулан судаллаа.

Монгол хэл дээрх сонгогчийн зан төлөвийн талаарх судалгааны ажлууд болон эрдэм шинжилгээний өгүүллүүд.

1. Удирдлагын академи, “Залуучуудын улс төрийн оролцоо” судалгааны тайлан, 2016
2. Ч. Тамир, Шилжилтийн үеийн монгол дахь сонгогчийн зан үйл (Социологийн шинжилгээ), Магистрын бүтээл, 2000 он
3. Ч. Тамир, Сонгогчийн зан үйлийг тайлбарладаг онолын үндсэн хандлага (Эрдэм шинжилгээний өгүүлэл), Шинэ толь сэтгүүл №53
4. Ч. Тамир, Монгол сонгогчийн зан үйл тодорхойлох хэв шинж, шилжих хөдөлгөөн (Эрдэм шинжилгээний өгүүлэл), Шинэ толь сэтгүүл №47
5. П. Түмэнцэцэг, Монгол сонгогчийн зан үйлд нөлөөлөгч хүчин зүйлс, Магистрын бүтээл, 2021 он

Түүнчлэн 2016 онд Удирдлагын академийн судалгааны баг хийж гүйцэтгэсэн “Залуучуудын улс төрийн оролцоо” судалгааны ажилд залуу сонгогчийн зан үйлийн талаар судалж дэд бүлэг бичсэн. 2021 онд Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төвөөс гүйцэтгэсэн “Улс төр дэх залуучууд болон эмэгтэйчүүдэд тулгамдаж буй сорилт бэрхшээл” судалгааны “нийгэм соёлын хүчин зүйл” бүлэгт улс төрийн амжилтад нөлөөлөгч олон нийтийн хандлага, нийгмийн хүчин зүйлсийг судалсан. (Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төв, 2021)

Судалгаанд оролцогчдын хүн ам зүйн мэдээлэл

График 1. Судалгаанд оролцогчдын хүйсийн харьцаа

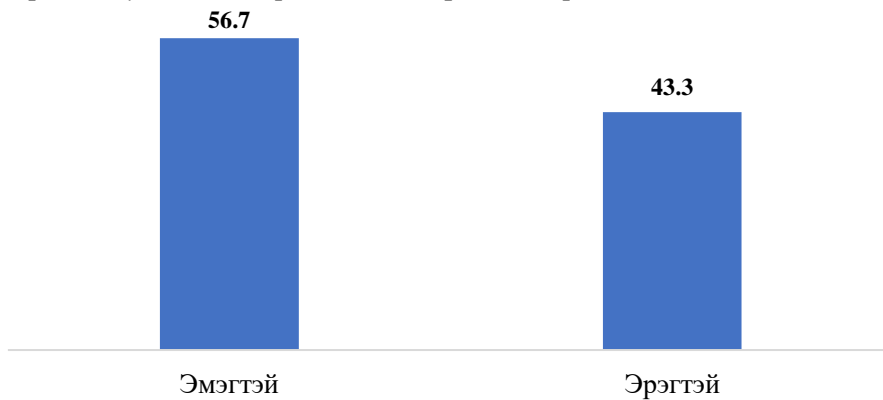


График 2. Судалгаанд оролцогчдын насны бүтэц

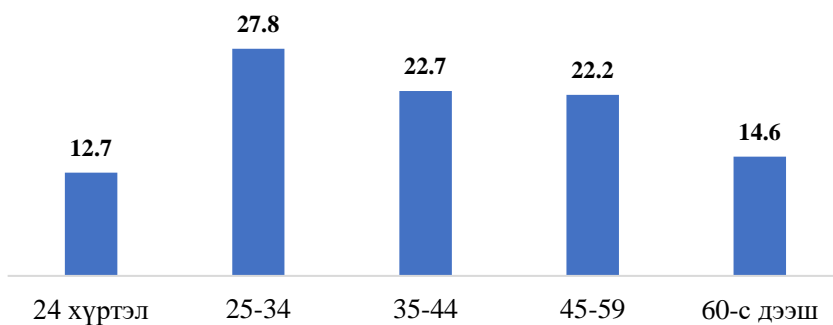
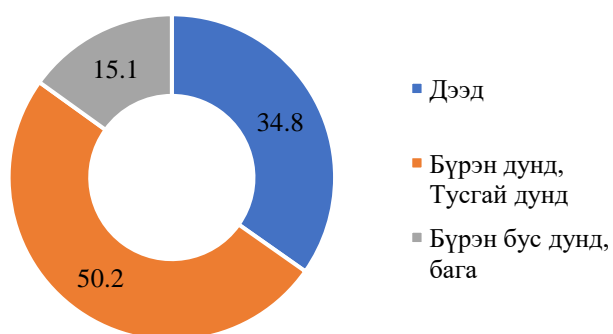
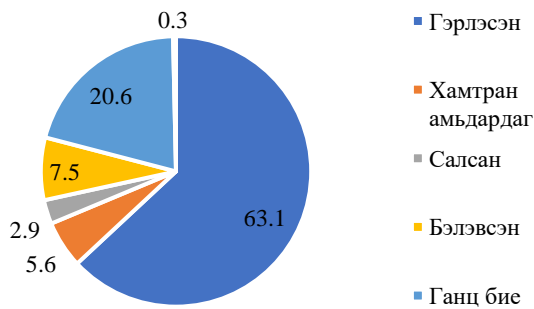


График 3. Судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшин



Бид сонгогчийн зан төлөвийн судалгааны мэдээлэл цуглуулалтын хүрээнд 18 нас болон түүнээс дээш насны буюу сонгуулийн насны хүн амын дундаас 2020 оны УИХ-ын сонгуульд саналаа өгсөн иргэдийг судалгаанд хамрууллаа

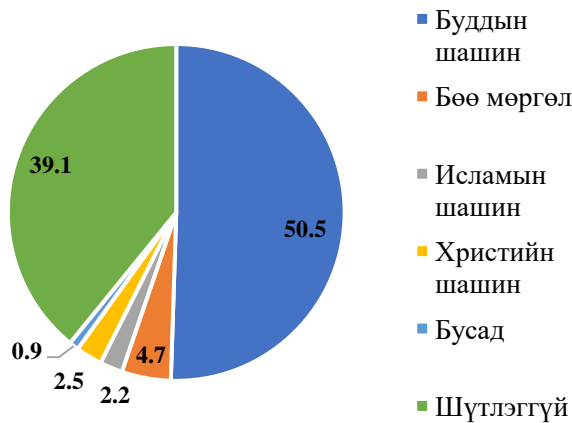
График 4. Судалгаанд оролцогчдын гэр бүлийн байдал



Судалгаанд оролцогчдын гэр бүлийн байдлын хувьд нэгэн онцлогтой зүйл нь эхнэр нөхөр болж хамтран амьдраад олон жил болж байгаа хэдий ч гэр бүлээ албан ёсоор батлуулаагүй гэх тохиолдол гарч байлаа. Энэ тохиолдолд бид тухайн респондентыг¹ “гэрлэсэн” ангилалд

оруулж тооцсон болно.

График 5. Судалгаанд оролцогчдын шашин шүтлэг



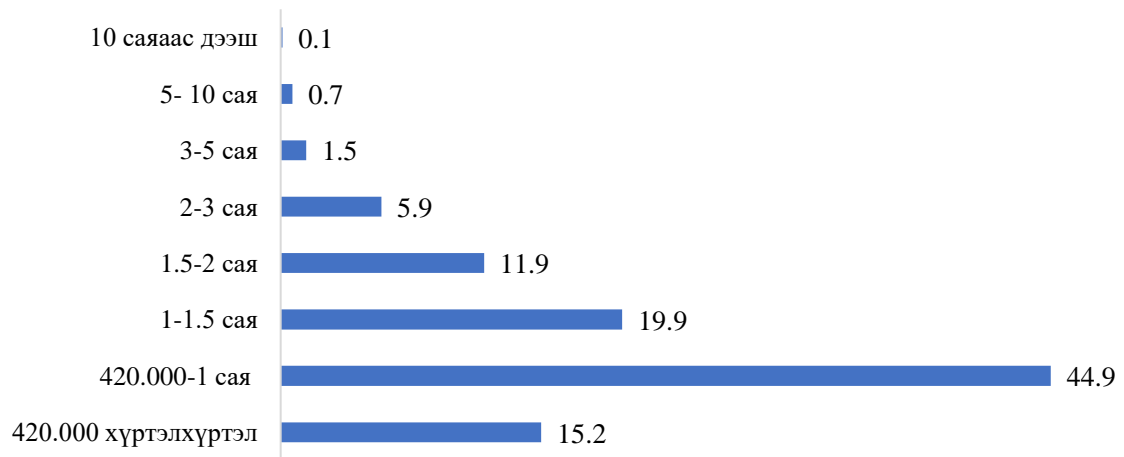
Судалгаанд оролцогчдын хоёр хүн тутмын нэг нь ямар нэгэн шашин шүтдэггүй бол 39.1 хувь нь буддын шашин шүтдэг, 4.7 хувь нь бөө мөргөл шүтдэг байна.

График 6. Судалгаанд оролцогчдын хөдөлмөр эрхлэлтийн байдал



¹ Судалгаанд оролцогч

График 7. Судалгаанд оролцогчдын дундаж орлого



НЭГДҮГЭЭР БҮЛЭГ. СОНГОГЧДЫН СОНГУУЛИЙН ТАЛААРХ МЭДЛЭГ, ТУРШЛАГА

Сүүлийн 2 удаагийн Улсын их хурлын сонгуульд нэг нам үнэмлэхүй ялалт байгуулсан нь засгийн нэг улс төрийн хүчний хамааралд орж засаглалын хувьд иргэдийн хяналт, ил тод байдал хэзээ хэзээнээс илүү чухал болоод байна. “Транспэрэнси Интернэшнл” олон улсын төрийн бус байгууллагаас жил бүр гаргадаг авлигын индексээр 2021 онд манай улс дэлхийн 180 орноос 110 дугаарт жагсаж байна.

Түүнчлэн сонгуулийн үеэр нэр дэвшигчид сонгогчдод бэлэг сэлт өгөх, байр байшин, гэр орон амлах үзэгдэл хэвийн мэт болсон. Сонгогчдын саналыг авахаар аяга, сав суулга, халуун сав, бидоноос эхлээд мотоцикл хүртэл өгч, гадаадад аялуулах нь ч бий. Улс төрчдийн энэ мэт үйлдлүүд нь сонгогчдод таалагдах нэг арга болсон. Гэвч сонгогчид улс төрчдөөс бэлэг сэлт, бэлэн мөнгө зэрэг авч саналаа өгдөг эсэхэд нэг удаагийн судалгаагаар хариулах нь хүндрэлтэй.

Манай улсад сонгуулийн өрсөлдөөн улс төрийн сөрөг сурталчилгаа болон сэтгэл хөдлөлд тулгуурласан шинжтэй болж нийгмийн сайн сайхан анхаарагч хүмүүсийн тоо огцом нэмэгдэх мөчлөгийг сонгогчид “Сонгуулийн шоу” гэж нэрлэж заншжээ. Энэ мэтчилэн манай улсын иргэдийн хувьд өөрсдийн төлөөлөл болох гишүүдэд хяналт тавих, улс төрийн үйл хэрэг анхаарал хандуулж байх шаардлага зүй ёсоор тавигдаж байна.

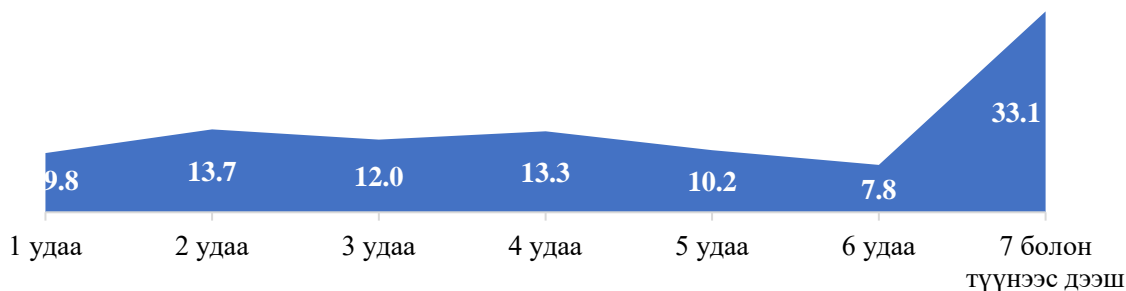
Улс төрчдийн сонгогчдыг тогтмол татах гэсэн нэлээд бүтэцжиж нийгэмд хэвшмэл ойлголт болтлоо хөгжсөн ойлголт бол “тойрог услах” юм. Энэ нь сонгуулийн хугацаанаас өмнө тойрогтоо худаг гаргаж, барилгын засвар үйлчилгээ хийж өгөх, цагаан сар баяр ёслолоор ахмадууд, төрийн албан хаагчдыг баярлуулах, оюутны шинэ жилийг зохион байгуулах, намын ажилтнуудыг тогтмол тойглох, ажил албатай болгох зэрэг өргөн цар хүрээтэй үйл ажиллагаа юм.

Эдгээр нь нэг талаас улс төрчдийн зохисгүй үйл ажиллагаа, улс төрийн буруу соёлыг харуулах боловч нөгөө талаас манай сонгогчид УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчээс гэр орон, орон сууцны дулаалга, зам харгуй тавих, тэр байтугай хүүхэд сургуульд сургах, ажилд оруулах зэрэг хувийн амьдралдаа тусламж, дэмжлэг авахыг хүсдэг уг буруу жишгийг нөхцөлдүүлэгч хүчин зүйл болдог нь нууц биш.

Сонгогчдын сонгуулийн талаарх мэдлэг ойлголт улс төрчдөд, цаашлаад улс орны сайн сайхан байдалд нөлөөлдөг чухал ач холбогдолтой тул энэхүү бүлэгт авч үзлээ.

Иргэдийн сонгууль, улс төрийн талаарх ойлголт

График 8. Судалгаанд оролцогчдын УИХ-ын сонгуульд санал өгсөн тоо, хувиар



Судалгаанд оролцогчдын 33.1 хувь нь УИХ-ын сонгуульд 7 болон түүнээс дээш санал өгч байсан туршлагатай байна. Судалгаанд оролцогчдын хувьд сонгуульд саналаа өгөх нь харьцангуй тогтвортой бөгөөд санал өгөхдөө сэтгэлзүйн хувьд тайван, итгэлтэй байдал давамгайлдаг байна. Сонгуульд саналаа өгөхийг хөдөө орон нутгийн сонгогчид илүү иргэн хүний үүрэг гэж үздэг бөгөөд зайлшгүй сонгуулиа өгөх ёстой гэх хандлага орон нутгийн сонгогчдод хотын сонгогчдоос илүү өндөр байна.

Хүснэгт 2. Төр, засгийн гүйцэтгэх үүргүүдийг аль нь гүйцэтгэх ёстой талаарх иргэдийн төсөөлөл, хувиар

	УИХ	Ерөнхийлөгч	Засгийн газар	Нутгийн удирдах байгууллага
Цэцэрлэг сургуулийн хүртээмжийг нэмэгдүүлэх	25.8	9.7	44.5	34.2
Хууль батлах	68.0	13.2	21.1	5.9
Зэвсэгт хүчний ерөнхий командлагч	10.4	71.3	14.7	5.8
Засгийн газарт хяналт тавих	44.5	36.0	13.9	13.9
Гадаадад Монгол улсыг төлөөлөх	16.5	53.7	34.4	3.6
Хуулийн хэрэгжилтэд хяналт тавих	38.3	24.3	38.0	13.0

Иргэдийг төлөөлөх	43.5	13.6	18.4	35.6
Дэд бүтцийг хөгжүүлэх	26.2	11.2	57.3	22.8
Хууль санаачлах	68.2	16.2	23.6	7.6
Мөнгөний бодлогыг тодорхойлох	33.3	12.7	59.7	4.4
Үнийн өсөлтийг барих	28.8	10.2	67.5	4.0

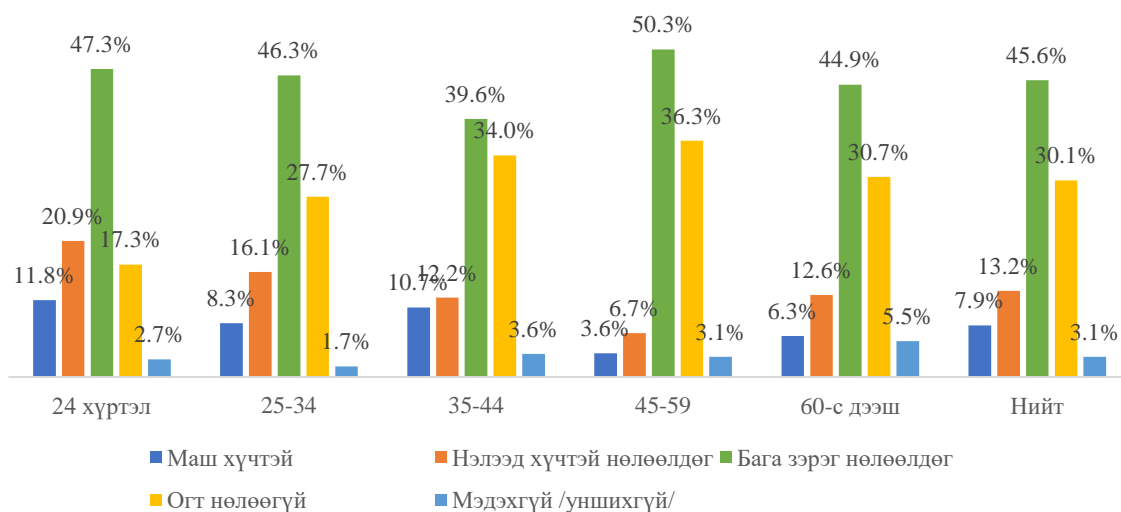
Иргэд сонгогчид засаглалын институтүүдийн ялгаа, чиг үүргийг мэдэж байгаа эсэхийг дээрх хүснэгтэд харууллаа. Онцлох үзүүлэлтүүдийг авч үзвэл:

- 25.8 хувь нь буюу 4 хүн тутмын нэг нь цэцэрлэг сургуулийн хүртээмжийг нэмэх нь УИХ-ын хийх ёстой ажил
- 38 хувь нь Хуулийн хэрэгжилтэд хяналт тавих нь Засгийн газрын хийх ёстой ажил
- 35.6 хувь нь Иргэдийг төлөөлөх нь Нутгийн удирдах байгууллага хийх ёстой ажил
- 26.2 хувь нь Дэд бүтцийг хөгжүүлэх нь УИХ-ын хийх ёстой ажил гэж үзэж байна.

Дээрх ойлголтын зөрүү нь дөрвөн хүн тутмын нэгт илэрч байна. Эдгээрээс гадна хууль батлах нь Ерөнхийлөгч, ЗГ болон нутгийн удирдлагын байгууллагын хийх ёстой ажил гэж судалгаанд оролцсон хүмүүсийн 32 хувь нь үзсэн. Зэвсэгт хүчний ерөнхий командлагч нь УИХ гэж 10 хувь, ЗГ гэж 14.7 хувь, Нутгийн удирдлагын байгууллага гэж 5.8 хувь нь үзсэн байна. Иргэд сонгогчид төрийн үндсэн бүтэц чиг үүргийг хангалттай мэдэхгүй байна. Тиймээс улс төрчид өөр өөрсдийн чиг үүргийн хүрээнд ажил үүргээ гүйцэтгэхээс илүүтэй олон нийтэд таалагдах үйл ажиллагааг тогтмол хийж явах нь элбэг байна. Тухайлбал зам тавих, барилга байгууламж барих зэрэг ажлуудад УИХ-ын гишүүд оролцож, өөрийн нэр, нөлөөгөө үлдээх гэж оролдох нь их. Энэ нь сонгогчийн боловсрол тааруу байгаа бөгөөд улс төрчид түүнд нь зориулсан улс төр хийж буйн илрэл.

Сонгогчид засаглалын институтүүдийн ялгааг мэдэхгүй байгаа тохиолдолд сонгуульд санал өгөхдөө тухайн саналаараа юуг шийдэж байгаагаа мэдэхүй байна гэсэн үг юм.

График 9. Сонгогчид төрийн бодлого шийдвэрт нөлөө үзүүлж чадах эсэх, насны бүлгээр



Судалгаанд оролцогчдын хувьд төрийн бодлого шийдвэрт нөлөө үзүүлж чадна гэдэгтэй тийм ч итгэлтэй бус байна. Тухайлбал төрийн бодлого шийдвэрт иргэд маш хүчтэй нөлөө үзүүлж чадна гэж зөвхөн 7.9 хувь хариулсан нь төрийн шийдвэр гаргах үйл явцад иргэдийн оролцоо хязгаарлагдмал байгааг мөн төр засагт итгэх иргэдийн итгэл бага байгаатай холбоотой байж болно. Харин сонгогчдын насны бүтцээр авч үзвэл залуу сонгогчид төрийн бодлогод нөлөөлж чадна гэх итгэл дунд насны болон ахмад насны сонгогчдоос харьцангуй өндөр байна.

График 10. Сонгуультай холбоотой гомдлыг хаана хандаж гаргах вэ, хувиар



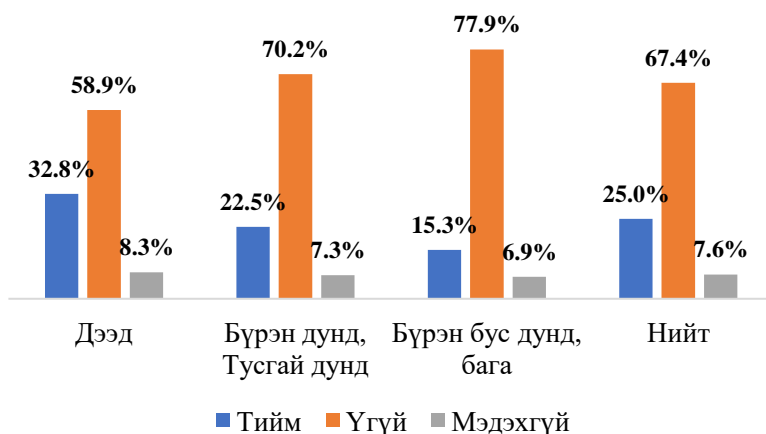
Судалгаанд оролцсон сонгогчдын ердөө 2.3% нь сонгуультай холбоотой гомдол гаргаж байсан туршлагатай байгаа бол 97.7% нь огт санал

гомдол гаргаж байгаагүй гэж хариулжээ. Иргэдийн 46 хувь нь хэрвээ сонгуультай холбоотой гомдол гаргахаар бол сонгуулийн ерөнхий хороонд гаргана гэж хариулсан бол 22 хувь нь тухайн тойргийнхоо сонгуулийн хэсгийн хороонд гомдол гаргана гэж үзэж байна.

Иргэдийн ардчилсан чөлөөт сонгуульд итгэх итгэл, хандлага

Монгол улсад сонгууль шударга зохион байгуулагддаг эсэхийг судалгаанд оролцогчдоор 1-10 оноогоор үнэлүүлэхэд дундаж үзүүлэлт 4.12 байна. Түүнчлэн судалгаанд оролцсон иргэдийн дөрөвний нэг нь сонгуульд хэнд санал өгсөн эсэхийг нь бусад хүмүүс мэдэх боломжтой гэж үзэж байна. Энэ нь сонгогчдын хараат бус байдалд нөлөөлдөг байх эрсдэлтэй.

График 11. Саналаа хэнд өгснийг бусад хүн мэдэх боломжтой эсэх, боловсролоор

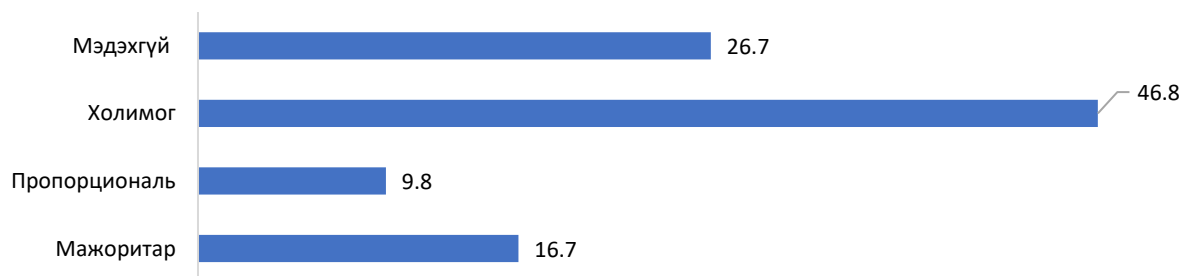


Судалгаанд оролцсон дээд боловсролтой иргэдийн 32.8% нь саналын нууцлалд итгэлгүй байсан бол энэ үзүүлэлт нь боловсролын түвшин буурах тусам буурч бүрэн бус дунд болон бага боловсролтой сонгогчдын

дунд 15.3% болсон байна. Хэнд санал өгснийг мэдэх боломжгүй гэж үзэх хандлага дээд боловсролтой иргэдийн дунд 58.9% байгаа бол бүрэн бус дунд болон бага боловсролтой иргэдийн дунд 77.9% байна.

Саналын нууцлалд итгэлгүй байгаа иргэдээс хэнд санал өгснийг нь хэрхэн мэдэх боломжтой гэж үзэж байгаа талаар тодруулахад хар машинаас мэдээлэл алдагдах (32.8), бүртгэлийн хуудсаар (20.7 хувь), ажиглагчдаар хянах (19.8 хувь) зэргээр мэдэх боломжтой гэх хариулт давамгайлж байлаа.

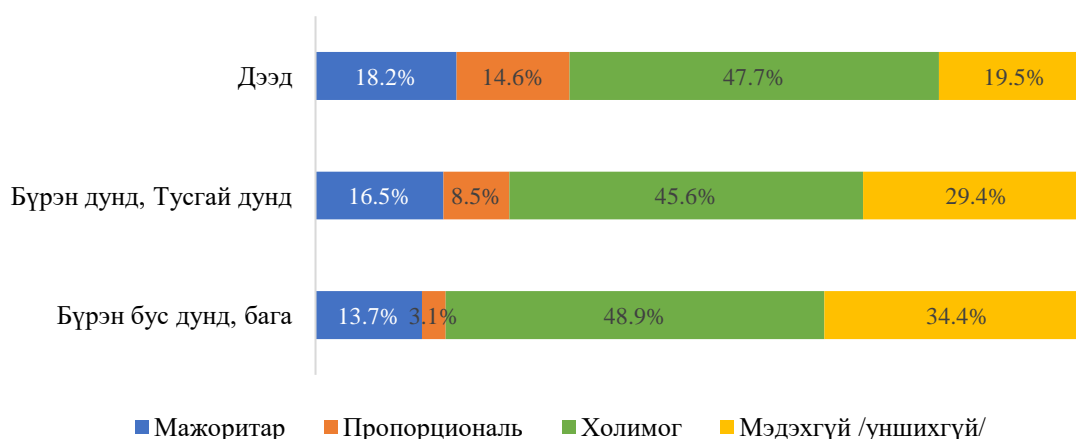
График 12. УИХ-ын сонгуульд тохиромжтой систем



Сонгогчдоос УИХ-ын сонгуулийн ямар системээр явуулахад тохиромжтой талаар тодруулахад судалгаанд оролцсон хоёр хүн тутмын нэг нь сонгуулийн холимог

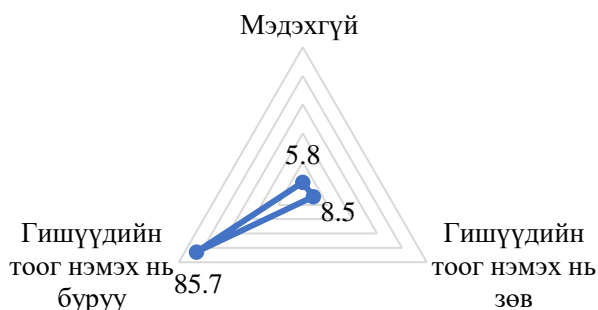
системийг дэмжиж байна. Мөн ерөнхийлөгчийг УИХ-аар хэлэлцэн сонгодог болох талаар судалгаанд оролцсон иргэдийн 89.2% нь бүх нийтийн сонгуулиар сонгодог одоогийн систем нь зүйтэй гэж үзэж байлаа. Иргэд сонгуулийн тогтолцоог өөрчлөхдөө холимог тогтолцоотой байх нь зүйтэй гэж үзэж байна. Сонгогчид ерөнхийдөө аль нэг талыг барьсан буюу мажоритар эсвэл пропорциональ гэсэн сонголт хийхээс татгалзаж байна.

График 13. УИХ-ын сонгуульд тохиромжтой гэж үзэж буй сонгуулийн систем, боловсролын түвшнээр



Ямар системээр сонгууль явуулах нь зүйтэй талаар судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшнээс хамаарсан илт ялгаа ажиглагдаагүй ч бүрэн бус дунд болон бага боловсролтой иргэдийн хувьд 3 хүн тутмын нэг нь сонгуулийн тогтолцооны талаар тодорхой саналгүй байна.

График 14. УИХ-ын гишүүдийн тоог нэмэх тухай санал бодол



Судалгаанд оролцсон иргэдээс УИХ-ын гишүүдийн тоог нэмэх талаар байр суурийг тодруулахад дийлэнх нь буюу 85.7% нь эсрэг саналтай байлаа. Харин гишүүдийн тоог нэмэх нь зөв гэж хариулсан иргэд 8.5%-ийг эзэлж байсан тул

лавшруулсан асуултаар хэд орчим гишүүн байх нь зүйтэй талаар тодруулсан. Уг асуултад УИХ-ын гишүүдийн тоо 100 орчим байх ёстой гэх хариулт давамгайлж байлаа.

Гишүүдийн тоог нэмэхийг эрс эсэргүүцсэн хандлага давамгайлж байгаа нь өнөөгийн улс төрчдийн дүр төрхийг олон болгох, үржүүлэхээс татгалзаж байгааг харуулж байна. Ерөнхийдөө гишүүдийн тоог нэмэх эсэх дээр судалгаанд оролцогчид хэт мэдрэг байгаа нь иргэдийн өнгөрсөн хугацаанд туулсан улс төрийн таагүй үнэлэмжтэй холбоотой.

Тулгамдсан асуудал болоод намуудын талаарх төсөөлөл

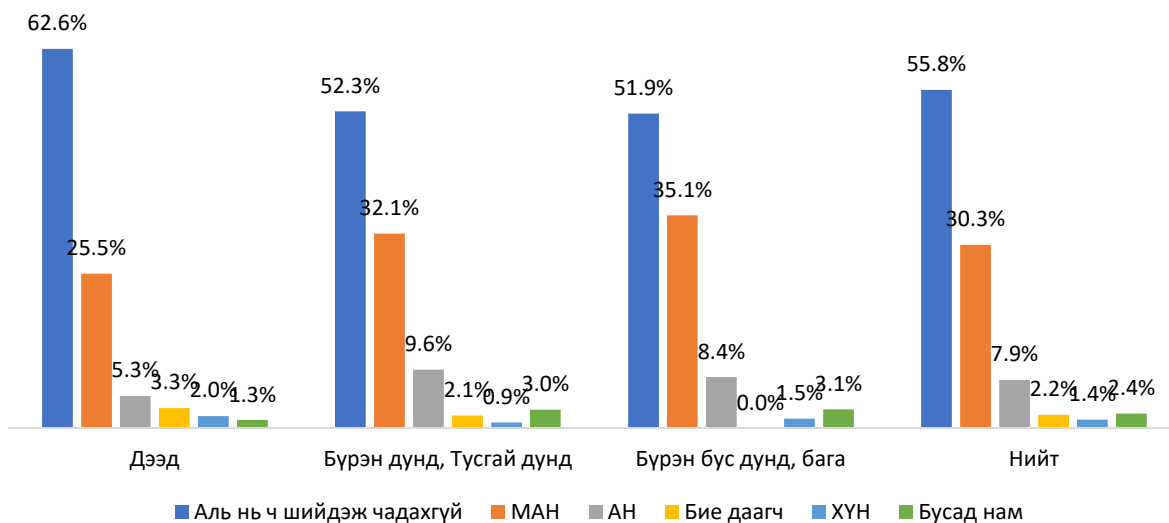
График 15. Монгол улсад хамгийн их тулгамдсан асуудал, хувиар



Улс төрийн намууд сонгогчид ямар асуудалд анхаарч, эмзэглэж байгаагаас шалтгаалж мөрийн хөтөлбөр боловсруулах нь түгээмэл байдаг. Өнөөгийн сонгогчдын хувьд хамгийн тулгамдаж байгаа асуудал нь үнийн өсөлт болон эрүүл мэндийн асуудал гэж үзэж байна. Нийгэмд тулгамдсан асуудлууд нь нэг талаас төрийн эрх баригчдын шийдвэл зохих асуудал нөгөө талаасаа сонгуульд нэр дэвшигчдийн мөрийн хөтөлбөрийн чухал зүйл заалт болж сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөх чухал баримт болно.

Дээрх тулгамдсан асуудлуудыг аль ч нам шийдэж чадахгүй гэж нийт иргэдийн 55.8 хувь нь үзэж байгаа бол МАН шийдэж чадна гэж 30.3 хувь нь үзэж байна. Харин АН, ХҮН болон бусад намууд шийдэж чадна гэж нийт иргэдийн 14 хувь нь үзэж байна.

График 16. Дээрх тулгамдсан асуудлуудыг аль нам шийдэж чадах вэ?, боловсролын түвшинээр



Сонгогчдын боловсролын түвшин буурах тусам дээрх асуудлуудыг МАН шийдвэрлэж чадна гэх итгэл нэмэгдэж байна. Харин сонгогчдын боловсрол өсөхөд тус асуудлуудыг аль нэг нам шийдвэрлэж чадна гэх итгэл суларч байна.

Бүлгийн дүгнэлт

- Судалгаанд оролцогчдын сонгуулийн туршлага харьцангуй өндөр хэдий ч төрийн байгууллагуудын чиг үүрэг, засаглалын институтүүдийн ялгааны талаарх ойлголт мэдлэг хангалтгүй байна. Үүнээс үзвэл сонгогчид сонгуульд өгч буй саналаараа дамжуулан ямар эрх мэдлийг олгож байгаа талаараа ойлголтгүй байна.
- Иргэд төрийн бодлого шийдвэрт нөлөөлж чадна гэдэгтээ итгэлгүй байна. Энэ нь нэг талаас шийдвэр гаргах үйл явцад иргэдийн оролцоо хязгаарлагдмал байгааг мөн иргэдийн төрд итгэх итгэл буурсныг харуулж байна.
- Иргэд сонгууль шударга болдог гэдэгт итгэлгүй байна. Сонгуулийн шударга байдлыг 10 оноогоор үнэлүүлэхэд дундаж нь 4.12 гарсан. Дөрвөн сонгогч тутмын нэг нь өөрийнх нь өгсөн саналыг санал хураалтын төхөөрөмжийн мэдээллээс харах, бүртгэлийн хуудаснаас мэдэх, сонгуулийн ажиглагчид харах зэргээр бусад хүн мэдэх боломжтой гэж үзсэн.
- Судалгаанд оролцсон иргэдийн 46.8 хувь нь сонгуулийн холимог тогтолцоог дэмжсэн байр суурь илэрхийлж байна.



- УИХ-ын гишүүдийн тоог нэмэхийг судалгаанд оролцогчдын 85.7 хувь нь дэмжихгүй байна.
- Иргэдийн хамгийн тулгамдсан асуудал үнийн өсөлт, инфляц болж байна. Мөн эрүүл мэндийн асуудал чухал байна гэж үзсэн. Эдгээр асуудлыг аль ч нам шийдэж чадахгүй гэж судалгаанд оролцсон 2 хүн тутмын нэг нь үзэж байна. Энэ нь иргэдийн улс төрийн намуудад итгэх итгэл ихээр суларсантай холбоотой.



ХОЁРДУГААР БҮЛЭГ. МОНГОЛ СОНГОГЧИЙН ХҮСЭМЖИТ СОНГОЛТ БУЮУ НЭР ДЭВШИГЧИЙН ИДЕАЛ ЗАГВАР

Сүүлийн 2 удаагийн УИХ-ын сонгуулиа мажоритар системээр явуулсан манай улсын хувьд нэр дэвшигчийн хувь хүний үзүүлэлт нэн чухал юм. Учир нь намуудад итгэх иргэдийн итгэл буурсан энэ үед аль нэг намын гишүүнчлэлгүй, аль ч намд, ямар ч нэр дэвшигчид саналаа өгөх магадлалтай хөвөгч сонгогчдын хувьд нэр дэвшигчийн хувь хүнийг нь харж сонголт хийх нь түгээмэл байдаг. Энэ бүлэгт Монгол сонгогчдын хүсэмжит нэр дэвшигч буюу улс төрийн идеал дүр, хэв шинжийг тодорхойлохоор зорилоо.

Монгол сонгогчийн хүсэмжит сонголт буюу нэр дэвшигчийн идеал загварыг МУИС-ийн социологич, доктор Ч. Тамир анх 2000 онд хийсэн “Шилжилтийн үеийн монгол дахь сонгогчийн зан үйл (социологийн шинжилгээ)” сэдэвт магистрын судалгааны ажилдаа тодорхойлжээ. Түүний тодорхойлсноор нэр дэвшигчдийн идеал загвар нь дараах шинжтэй:

1. Хүйс: Эрэгтэй
2. Нийгмийн гарал: Сэхээтэн
3. Нэр хүндийн хувьд: Олонд танигдсан
4. Насны хувьд: 34-45 настай
5. Эрхэлж байгаа ажлын хувьд: Төрийн алба хашдаг
6. Орлогын хувьд: Чинээлэг²

Сүүлийн үед улс төрийн намууд болон нэр дэвшигчдийн хийдэг сонгуулийн үеийн богино хугацааны санал асуулгуудад иргэдийн дийлэнх хувь нь “хүнийг нь харж” сонголт хийнэ гэж үзэж байна. Энэ нь нэг талаас өнгөрсөн удаагийн сонгуулиудад иргэдийн улс төрийн намуудад итгэх итгэл буурсантай холбоотой. Тухайлбал энэ онд “Бүгд найрамдахчуудын олон улсын хүрээлэн”-ийн захиалгаар “Хараат бус судалгааны хүрээлэн” гүйцэтгэсэн “Олон нийтийн санал бодлын судалгаа”-нд иргэдийн 4 хувь нь улс төрийн намын талаар эерэг сэтгэгдэлтэй 67 хувь нь сөрөг болон маш сөрөг сэтгэгдэлтэй гэжээ.³

² Шилжилтийн үеийн монгол дахь сонгогчийн зан үйл (социологийн шинжилгээ), 2000 он, Ч. Тамир

³ Олон нийтийн санаа бодлын судалгаа, Хараат бус судалгааны хүрээлэн, 2022 он,

Нэр дэвшигчийн хүйс

2005 онд Монгол улсын их хурлын сонгуулийн тухай хууль (МУИХСТХ)-ийн 28.2-т анх удаа “нам эвслээс нэр дэвшигчдийн 30-аас доошгүй хувь нь эмэгтэй байх” гэсэн заалтыг тусгажээ. Гэвч энэ заалтыг дагаж мөрдөхгүйгээр буюу хэрэглэж амжилгүй 2007 онд УИХ цуцалсан байдаг.⁴ Түүнчлэн хүйсийн квотыг 2011 онд МУИХСТХ-д 20-оос доошгүй хувь, 2015 оны Сонгуулийн тухай хууль (СТХ)-д “нам эвслээс нэр дэвшигчдийн 30-аас доошгүй хувь нь аль нэг хүйсийн нэр дэвшигч байна” заалтуудыг тус тус баталсан ч 2016 онд УИХ 20 хувь болгож бууруулсан.

Одоо хүчин төгөлдөр хэрэгжиж байгаа МУИХСТХ-ийн 30.2 дах хэсэгт “Нам эвслээс нэр дэвшиж байгаа нийт нэр дэвшигчийн 20-оос доошгүй хувь нь аль нэг хүйсийнх байна”, Аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн Иргэдийн төлөөлөгчдийн хурлын сонгуулийн тухай хууль (2020 он) АНСДИТХСТХ-ийн 29.2 дах хэсэгт “Нам эвслээс нэр дэвшиж байгаа нэр дэвшигчийн 20-оос доошгүй хувь нь аль нэг хүйсийнх байна” гэсэн хуулиудын хүрээнд зохицуулагдаж байна. Эдгээр эрх зүйн зохицуулалт нь улс төрд хүйсийн тэнцвэртэй байдлыг хангах зорилготой юм. Харин сонгогчдын хувьд өөрийг нь төлөөлөх улс төрчийн хүйс хэр зэрэг чухал үзүүлэлт болохыг бид тодрууллаа.

Манай судалгаанд оролцогчдын 32.1 хувь нь нэр дэвшигч хүйсийн хувьд эрэгтэй байх нь зүйтэй гэж, 17 хувь нь эмэгтэй байх нь зөв гэж үзэж байгаа бол судалгаанд оролцсон хоёр хүн тутмын нэг нь аль ч хүйсийнх байж болно гэж хариулжээ.

Хүснэгт 3. Нэр дэвшигчийн хүйс, судалгаанд оролцогчдын хүйсээр, хувиар

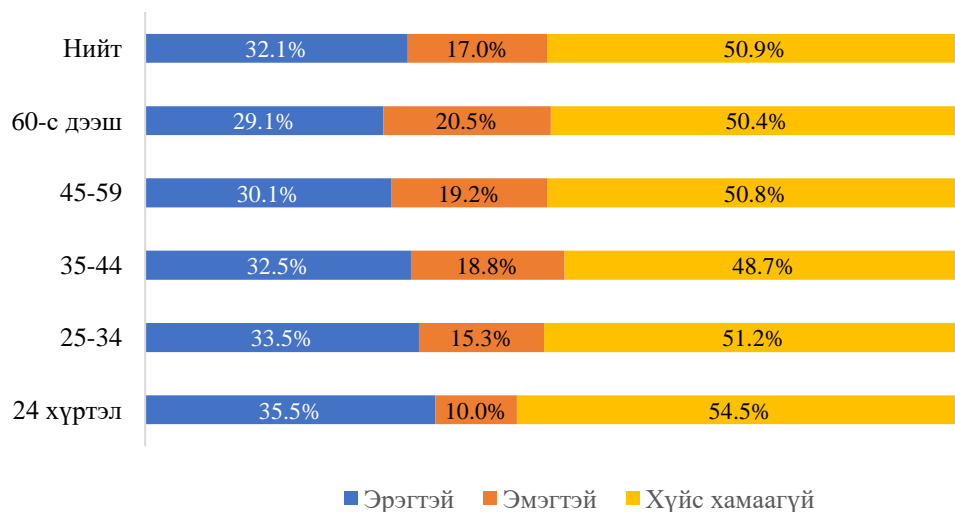
	<i>Эмэгтэй нэр дэвшигч</i>	<i>Эрэгтэй нэр дэвшигч</i>	<i>Хүйс хамаагүй</i>
Судалгаанд оролцогч эмэгтэй	22.7%	28.6%	48.7%
Судалгаанд оролцогч эрэгтэй	9.6%	36.7%	53.7%

Хүснэгтээс харахад эрэгтэйчүүдийн 9.6 хувь нь нэр дэвшигч эрэгтэй байх нь зүйтэй гэж үзсэн бол эмэгтэйчүүдийн 22.7 хувь нь нэр дэвшигч эмэгтэй байх нь зүйтэй гэж үзэж байна. Өөрөөр хэлбэл эмэгтэй сонгогчид эмэгтэй нэр дэвшигчдээ итгэл хүлээлгэх

⁴ Улс төр дэх залуучууд болон эмэгтэйчүүдэд тулгамдаж буй сорилт бэрхшээл судалгааны тайлан, 14 дэх тал.

сонирхол эрэгтэйчүүдээс өндөр байна. Харин дээд боловсролтой болон залуу сонгогчид өөрийг нь төлөөлөх улс төрчийн хүйс чухал биш гэж үзэх хандлага хамгийн өндөр байна.

График 17. Нэр дэвшигчийн хувьд тохиромжтой гэж үзэж буй хүйс, судалгаанд оролцогчдын насны ангиллаар, хувиар



Нэр дэвшигчийн хүйс эмэгтэй байх нь тохиромжтой гэх хандлага сонгогчийн нас ахих тусам нэмэгдэж байгаа ч нийт хариултын дунд эзлэх хувь нь бага байна. Харин насны ангилал тус бүрд хүйсийн ялгаа тийм ч чухал биш гэх хандлага давамгайлж байна.

Нэр дэвшигчийн нас

2016-2020 онд ард түмнээс сонгогдсон УИХ-ын гишүүдийн дундаж нас 47.4 байсан бол 2020 онд сонгогдсон УИХ-ын гишүүдийн дундаж нас 46.6 болж 0.8 насаар залуужсан байна. 2020 онд бүрэлдсэн УИХ-ын гишүүдээс хамгийн өндөр настай нь Х.Баделхан гишүүн (66 настай), хамгийн залуу гишүүн нь Н.Учрал гишүүн (33 настай) сонгогдсон байна.

Монгол улсын 2020 оны УИХ-д сонгогдсон гишүүдээс хамгийн олон сонгогдсон гишүүд нь Н.Энхболд гишүүн (6 удаа), Монгол улсын дархан аварга, Монгол улсын засгийн газрын спорт, олимпизм хариуцсан сайд Б. Бат-Эрдэнэ гишүүн (5 удаа), УИХ-ийн гишүүн С.Батболд (5 удаа) тус тус сонгогдсон байна.⁵

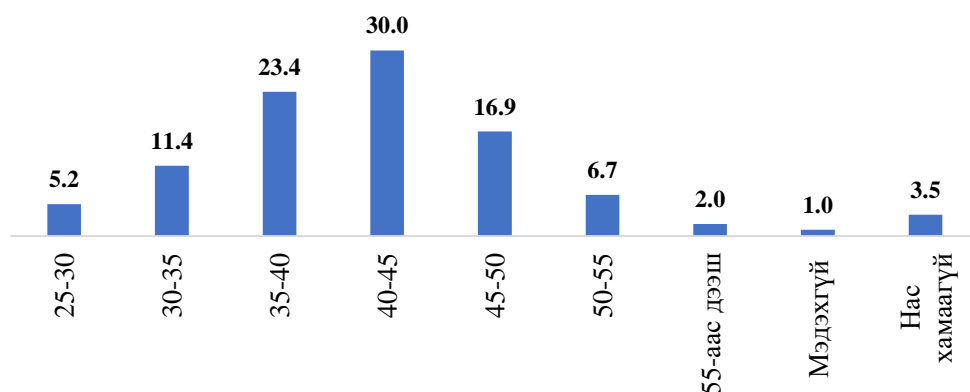
Монгол улсын улс төрийн намын тухай хууль залуучууд, эмэгтэйчүүдийн нэр дэвших эрхийг баталгаажуулсан хэдий ч намууд залуучууд эмэгтэйчүүдийг нэр дэвшүүлэх улс төрийн хүсэл зориггүй байгаа талаар “Улс төр дэх залуучууд эмэгтэйчүүдэд тулгамдаж

⁵ www.UIN.mn, Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төв

буй сорилт бэрхшээл” судалгааны тайланд дурджээ. Тиймээс улс төрд шинэ залуу үе орж ирэх нь улс төрийн намын дотоод ардчилал, төлөвлөөс шалтгаалах зүйл болоод байна. Харин сонгогчдын хувьд нэр дэвшигчид насны хувьд залуу хүнийг дэмжих хүсэл сонирхолтой байна.

Судалгаанд оролцогчдын 70 хувь нь нэр дэвшигч 45 болон түүнээс доош настай байх нь зүйтэй гэж үзсэн бол насны интервал тус бүрээр авч үзвэл 30 хувь нь 40-45 насны хүн УИХ-д нэр дэвших нь зүйтэй гэж үзсэн байна. Түүнчлэн манай судалгаанд оролцогчдын насны хувьд интервалын зөрүү харьцангуй бага байгаагаас үзвэл судалгаанд оролцогчид өөрсдийн насны ангиллаас үл хамааран залуу улс төрчдийг сонгох сонирхолтой байна.

График 18. Нэр дэвшигчийн тохиромжтой нас, хувиар



Судалгаанаас харахад УИХ-д нэр дэвшихэд хамгийн тохиромжтой нас нь 35-45 нас бөгөөд саналын 70.3 хувь нь 35-50 насныг хамарч байна. Сонгогчийн наснаас хамаараад нэр дэвшигчийн насны талаарх бодол хэр ялгаатай байгааг дараах хүснэгтэд харууллаа.

Хүснэгт 4. Нэр дэвшигчийн тохиромжтой нас, судалгаанд оролцогчдын насны бүлгээр

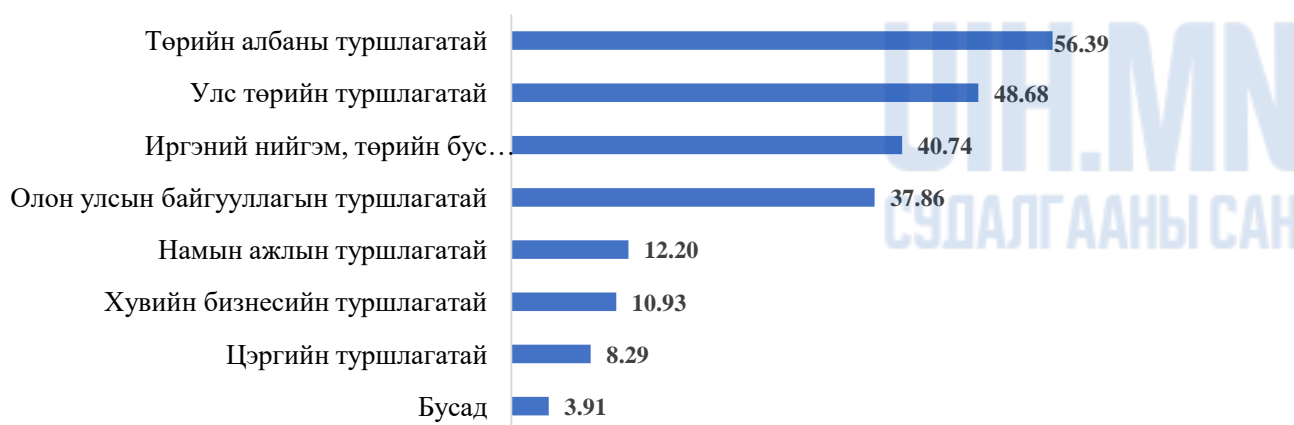
	24 хүртэлх	25-34	35-44	45-59	60-с дээш	Нийт
25-30 насны улс төрч	15.5%	4.1%	4.6%	4.1%	0.8%	5.2%
30-35 насны улс төрч	23.6%	16.1%	6.1%	8.8%	3.9%	11.4%
35-40 насны улс төрч	24.5%	28.5%	22.8%	20.2%	18.1%	23.4%
40-45 насны улс төрч	25.5%	28.9%	34.0%	28.0%	33.1%	30.0%
45-50 насны улс төрч	6.4%	10.7%	21.3%	20.2%	26.0%	16.9%
50-55 насны улс төрч	1.8%	3.7%	5.6%	10.4%	12.6%	6.7%
55-аас дээш насны улс төрч	0.9%	0.8%	2.5%	2.6%	3.1%	2.0%
Мэдэхгүй	0.0%	1.7%	1.0%	1.6%	0.0%	1.0%
Нас хамаагүй	1.8%	5.4%	2.0%	4.1%	2.4%	3.5%

Сонгогчийн нас залуужих тусам өөрийн төлөөлөл болох улс төрчийн насыг залуу байлгах хүсэлтэй байна. Өөрөөр хэлбэл залуучууд залуучуудаа, ахимаг насны сонгогчид мөн нас тогтсон хүнийг илүүтэй дэмжих хандлагатай байна. Тухайлбал 24 хүртэлх насны сонгогчдын 15.5% нь өөрийг нь төлөөлөх УИХ-ын гишүүн 25-30 настай байвал тохиромжтой гэж үзсэн байна. Харин бусад насны бүлгийн сонгогчдын хамгийн ихдээ 4.6% нь 25-30 настай байх нь зүйтэй гэж үзсэн. Харин эсрэгээрээ сонгогчийн нас ахих тусам нас тогтсон хүнд итгэл хүлээлгэх сонирхолтой байна. Тухайлбал 45-с дээш насны сонгогчдын 23% нь 50-55 насны хүнийг тохиромжтой гэж үзэж байгаа бол уг үзүүлэлт 34-с доош насны сонгогчдын дунд ердөө 5.5%-тай байна.

Нэр дэвшигчийн ажлын туршлага

Нээлттэй засаглал ил тод байдлын чиглэлд гарсан нэгэн дэвшил нь АТГ-аас төрийн өндөр албан тушаалтнуудын хөрөнгө орлогын мэдүүлгийг авч, нийтэд гаргадаг болсон мөн Улсын бүртгэлийн ерөнхий газар (УБЕГ)-аас гаргадаг Хуулийн этгээдийн улсын бүртгэлийн мэдээллээс төрийн өндөр албан тушаалтнуудын хөрөнгө орлогын мэдүүлэг дэх тухайн хүний нэр дээрх аж ахуй нэгжүүдийн мэдээллийг нээлттэй харах боломжтой болсон. Эдгээр ажлуудын үр дүнд иргэд засаглалд цахим хяналт хийх боломж тэлж байна. Харин ашиг сонирхлын зөрчлөөс ангид байж төрийн ажлыг үр дүнтэй, чанартай хийж чадах улс төрчийг ямар ажлын туршлагатай байх ёстой гэж сонгогчид үзэж буйг энэ хэсэгт тодрууллаа.

График 19. Идеал нэр дэвшигчийн ажлын туршлага, хувиар



УИХ-д нэр дэвшигчийн ажлын туршлага нь сонгогчийн зүгээс тавьдаг чухал шалгуур, хүчин зүйлийн нэг нь юм. Судалгааны явцад хувь нэр дэвшигчийн ажлын туршлагыг хэр зэрэг чухалчилж байгааг 0-5 оноогоор үнэлүүлэхэд 4.7 оноогоор маш чухал үзүүлэлт

болох нь батлагдсан. Тиймээс судалгааны лавшруулсан асуултаар ямар салбарт ажиллаж байсан туршлагатай байвал тохиромжтой гэж үзэж байгаа талаар тодруулсан. Сонгогчид “төрийн алба” болон “улс төрийн” салбарт ажиллаж байсан туршлагатай хүмүүсийг УИХ дахь өөрийн төлөөлөл байхад тохиромжтой гэж үзсэн байна. Түүний дараагаар иргэний нийгмийн байгууллагад ажиллаж байсан болон Олон улсын байгууллагад ажиллаж байсан туршлагатай хүнийг өөрийн төлөөлөл байхад тохиромжтой гэж үзэж. Харин бизнесийн байгууллага болон намын байгууллагад ажилласан туршлагатай байх нь төдийлөн чухал гэж үзэхгүй байна.

Нэр дэвшигчийн мэргэжил, боловсрол

Одоогийн УИХ-д Эдийн засагч мэргэжилтэй 25, хуульч, эрх зүйч мэргэжилтэй 14, Инженер мэргэжилтэй 11, Сэтгүүлч мэргэжилтэй 7 гишүүн байна.⁶ Судалгааны үр дүн болон 2020 оны УИХ-д сонгогдсон гишүүдийн эзэмшсэн мэргэжлийн хувь аль аль нь сонгогчид Эдийн засагч болон хуульч мэргэжил эзэмшсэн хүмүүсийг УИХ-д сонгох хандлагатайг харуулж байна.

График 20. Идеал нэр дэвшигчийн мэргэжил, хувиар



UIH.MN
СУДАЛГААНЫ САН

Судалгаанд оролцогчдын хувьд Эдийн засагч 23.7% болон Хуульч мэргэжлийг 22.2% тус бүр сонгосон байна. Гэсэн хэдий ч 30.7 хувь нь мэргэжил төдийлөн хамааралгүй гэж үзсэн.

⁶ <http://itoim.mn/article/uH4z4/22324>

Нэр дэвшигчийн нийгмийн гарал

Нэр дэвшигчийн нийгмийн гарлын хувьд судалгаанд оролцогчдын 41.4 хувь нь чухал биш гэж үзэж байна. Бид нийгмийн гарлын асуултыг Ажилчин малчин сэхээтэн гэх үндсэн ангилал дээр удам дамжсан улс төрч, элит гэсэн бүтцийг нэмж оруулсан нь улс манай нийгэмд улс төрөөр дагнасан бүлэг үүссэн гэж үзэж байгаагийнх юм. Тухайлбал монгол улсын 3 дахь ерөнхийлөгч Н. Энхбаярын хүү, Засгийн газрын Хэрэг эрхлэх газрын дарга асан Ц. Нямдоржийн хүү зэргээс эхлээд улс төрчдийн хүүхдүүд удам залган улс төрд оролцож байгаа тохиолдол их байгаа.

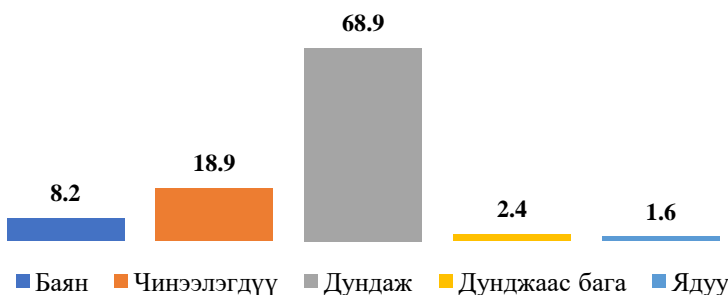
График 21. Төлөөлөл болох улс төрчийн нийгмийн гарал



Нэр дэвшигчийн хөрөнгө, бэл бэнчин

Судалгаанд оролцогчид хөрөнгө санхүүгийн хувьд дундаж орлоготой байх нь зүйтэй гэж үзэж байна.

График 22. Төлөөлөл болох улс төрчийн хөрөнгө бэл бэнчин




 СУДАЛГААНЫ САН

Сонгогчдын зүгээс УИХ-д нэр дэвшигчийн санхүүгийн хувьд бие даасан байх нь төдийлөн чухал гэж үзэхгүй байна. Харин УИХ-ын сонгуульд нэр дэвшигчдийн хувьд хөрөнгө чинээтэй байх нь зайлшгүй давах даваа болдог. Учир нь нэр дэвшигч сонгуулийн зардлаа өөрөө даах хэмжээний эсвэл санхүүжүүлэгч, ивээн тэтгэгчтэй байх

хэрэгтэй. Нөгөөтээгүүр манай улсад сонгуулийн зардал хэт өндөр байдаг. Нэр дэвшигчид ухуулагч ажиллуулах хүний нөөцийн зардал, хэвлэлийн зардал, хэвлэл мэдээллийн зардал зэрэг санхүүгийн олон бэрхшээлтэй тулгардаг. (Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төв, 2021)

График 23. Улс төрчийн хувь хүний хүчин зүйлсийн ач холбогдол, орон нутгийн сонгогчдын хувьд (0-5 оноо. 0-огт чухал биш, 5-хамгийн чухал)



График 24. Улс төрчийн хувь хүний хүчин зүйлсийн ач холбогдол, Улаанбаатар хотын сонгогчдын хувьд (0-5 оноо. 0-огт чухал биш, 5-хамгийн чухал)



Судалгаанд оролцсон иргэдэд нэр дэвшигчийн хувь хүний хүчин зүйлүүдийг санал болгож тэр нь сонголтод хэр зэрэг чухал хүчин зүйл болохыг 0-5 оноогоор үнэлүүлэн дээрх үр дүнг гаргалаа. Асуулгын үр дүнд “сонгогчдын хүсэлтийг шийдэж чаддаг байх”,

“иргэдтэй эргэх холбоотой байх”, “боловсрол”, “ажлын туршлага” гэсэн үзүүлэлтүүд нь хамгийн чухал хэв шинж болж байлаа. Харин хөрөнгө, бэл бэнчин болон хүйс, харагдах байдал зэрэг үзүүлэлт хамгийн бага чухалчилдаг үзүүлэлтүүд болох юм.

Монгол сонгогчдын хүсэмжит сонголт буюу нэр дэвшигчийн идеал дүр төрхийн хувьд судалгаанд оролцогчид дараах төсөөлөлтэй байна.

1. Хүйс-Аль нэг хүйсийг чухалчлахгүй. (Эрэгтэй)
2. Нас- 40-45 настай
3. Ажлын туршлага- Төрийн албаны туршлагатай (Улс төрийн алба)
4. Мэргэжил, боловсрол- Аль ч мэргэжлийнх байж болно (Эдийн засагч, Хуульч мэргэжилтэй)
5. Хөрөнгө бэл бэнчин- Дундаж
6. Нийгмийн гарал-Чухал биш

Бүлгийн дүгнэлт

- Судалгаанд оролцсон сонгогчдын хувьд нэр дэвшигчийн хүйс эрэгтэй байх нь зүйтэй гэж 32.1 хувь нь үзэж байгаа ч судалгаанд оролцсон 2 хүн тутмын нэг нь буюу 50.9 хувь нь ямар ч хүйсийн хүн нэр дэвшиж болно, хүйс чухал биш гэж үзэж байна. Энэ нь улс төрийг аль нэг хүйсэд хамаатуулан үзэх үзэл буурч байгааг харуулж байна.
- Нэр дэвшигч нь 45 болон түүнээс доош насных байх нь зүйтэй гэж судалгаанд оролцогчдын 70 хувь нь үзэж байна.
- Иргэд УИХ-д өөрийг нь төлөөлөх хүнийг нийгмийн салбарын хүн байх нь зүйтэй гэж үзэж байна. Сонгогчдын идеал хэв загварыг тодорхойлох үзүүлэлтүүдээс нэр дэвшигч төрийн албаны болон улс төрийн туршлагатай байх гэсэн сонголтууд өндөр бөгөөд удаад нь иргэний нийгмийн туршлага орсон.
- Судалгаанд оролцогчдын 30 хувь нь нэр дэвшигч мэргэжил боловсролын хувьд ямар ч байж болно гэж үзсэн хэдий ч эдийн засагч болон хууль, эрх зүйн салбарын хүнийг сонгох хандлага өндөр байна.
- Нэр дэвшигчийн нийгмийн гарал үүслийн хувьд 2000 онд хийгдсэн социологич Ч.Тамирын судалгаатай харьцуулахад нэлээд өөрчлөгдсөн байна. Тухайлбал социологич Ч.Тамирын судалгаанд оролцсон иргэдийн хувьд нэр дэвшигч



сэхээтэн байх нь чухал гэж үзэж байсан бол энэ удаагийн судалгаанд оролцогчдын үзэж байгаагаар нэр дэвшигч нийгмийн гарал үүслийн хувьд ажилчин болон сэхээтэн байх нь төдийлөн ялгаагүй бөгөөд ажилчин байх нь зүйтэй гэсэн хариулт сэхээтнээс 2.3 хувиар өндөр байна.

- Сонгогчдын хувьд УИХ-д нэр дэвшигчид сонгогчдын хүсэлтийг шийдэж чаддаг байх иргэдтэй эргэх холбоотой байх нь чухал. Сонгогчид өөртэй нь харилцаатай, асуудлыг нь анхаардаг, шийдэж өгдөг хүнийг дэмжих хандлагатай буюу энгийнээр хэлбэл Монгол сонгогч тойглуулах, халамжлуулах сонирхолтой байна.



ГУРАВДУГААР БҮЛЭГ. СОНГОГЧИЙН ШИЙДВЭР ГАРГАЛТАД НӨЛӨӨЛӨГЧ ХҮЧИН ЗҮЙЛС

Сонгогчийн зан төлөвийг сэтгэлзүйн хандлага, социологийн хандлага, рациональ сонголтын хандлагаар тайлбарладаг ч сонгууль санал өгөх сэдэл хэрхэн үүсдэг вэ? Сонгуульд саналаа өгөх нь хүмүүсийн хувьд хэрхэн үйлдэл болдог вэ? гэдэг асуултад Стэнфордын их сургуулийн Улс төрийн сэтгэл судлалын судалгааны группийн захирал, профессор, Жон Кросник дараах байдлаар тодорхойлжээ. Түүнийхээр хувь хүний сонголтоо хийх шийдвэр нь 1. Санал өгөх сэдэл, 2. Санал өгөх чадамж, 3. Санал өгөхөд тулгарах хүндрэл зэрэг юм. Профессор Кросник сэтгэлзүйн үүднээс хувь хүний санал өгөх сэдэл нь аль нэг нэр дэвшигчийг хүчтэйгээр татагдах, эсвэл сонгуульд саналаа өгөх нь иргэн хүний үүрэг гэсэн итгэл үнэмшилтэй хамааралтай аж. Харин санал өгөх чадамж нь хувь хүн хэр зэрэг мэдээллээр хангагдсан эсэх болон уг мэдээллийг ойлгож, хүлээн авах чадвараас хамаардаг байна. Эцэст нь хувь хүний санал өгөхөд тулгардаг хүндрэл бэрхшээл нь мужуудад өөр өөр байдаг сонгогчийн бүртгэл, түүний шаардлагууд болон санал өгөх байршлын боломжтой байдлаас шалтгаалан бий болдог гэжээ.⁷

Манай сонгогчдын хувьд улс төрийн намд итгэх итгэл буурсан хэдий ч сонгуульд саналаа өгөх нь иргэний үүрэг гэж үзэх хандлага түгээмэл байна. Тиймээс сонгогчид аль нэг нам эвслийг дагнаж саналаа өгөхөөсөө илүүтэй тухайн нэр дэвшигчийг буюу хувь хүнийг харгалзаж саналаа өгнө гэсэн байр суурь илэрхийлж байлаа. Гэсэн хэдий ч 2016 болон 2020 оны сонгуулийн үр дүнд МАН үнэмлэхүй ялалт байгуулсан нь сонгогчийн шийдвэрт намын хүчин зүйлс нөлөөтэй болохыг харуулж байна.

2020 оны УИХ-ын сонгуульд судалгаанд оролцогчдын 57.3 хувь нь МАН-ын нэр дэвшигчид саналаа өгсөн бол 24.9 хувь нь АН, 2.7 хувь нь ХҮН-ын нэр дэвшигчид саналаа өгсөн байна.

Сонгогчдын шийдвэр гаргалтын хугацаа нь тухайн сонгогч сонголтдоо хэр зэрэг ач холбогдол өгч байгааг харах боломжийг олгож байна. Тухайлбал сонголтоо сонгуулийн санал хураах өдөр шийдвэрээ гаргадаг болон санал хураах байранд очоод шийдвэрээ

⁷ Why do people vote a psychological analysis of the causes of voter turnout, Joshua Harder and Jon A. Krosnick, 2008

гаргадаг зэрэг нь тухайн сонгогч сонгуульд төдийлөн ач холбогдол өгөөгүй, урьдчилан төлөвлөөгүй сонголт хийж байгааг илтгэнэ.

График 25. Сонгогчид 2020 оны УИХ-ын сонгуульд ямар сонголт хийх шийдвэрээ хэзээ гаргасан бэ, хувиар



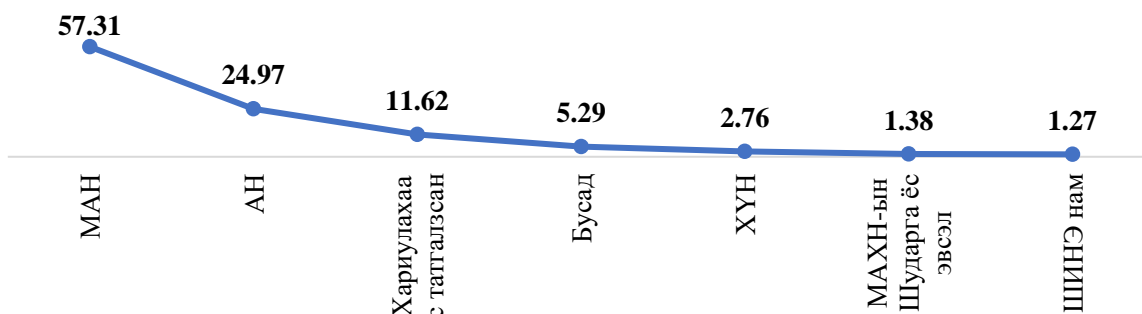
Нийт судалгаанд оролцогчдын 32.7 хувь нь сонгуулийн сурталчилгааны явцад хэнд саналаа өгөхөө шийддэг бол 24.9 хувь нь нэр дэвшигч зарлагдмагц, 22.9 хувь нь сонгуулийн сурталчилгаанаас өмнө шийдвэрээ гаргадаг байна. Харин сонгуулийн өдөр болон сонгуулийн санал хураах байранд очоод шийдвэрээ гаргадаг гэж нийт судалгаанд оролцогчдын 17.8 хувь нь хариулсан.

Хүснэгт 5. Сонгогчид 2020 оны УИХ-ын сонгуульд ямар сонголт хийх шийдвэрээ хэзээ гаргасан бэ, насны ангиллаар

	24 хүртэл	25-34	35-44	45-59	60-с дээш	Нийт
Сонгуулийн сурталчилгааны явцад	32.7%	36.0%	31.5%	31.1%	30.7%	32.7%
Нэр дэвшигчид зарлагдмагц	25.5%	26.9%	25.9%	23.3%	21.3%	24.9%
Сонгуулийн сурталчилгаанаас өмнө	16.4%	19.0%	21.3%	27.5%	31.5%	22.9%
Сонгууль өгөх өдөр	14.5%	8.3%	7.1%	6.2%	10.2%	8.6%
Сонгуулийн санал хураах байранд очоод	8.2%	8.7%	13.2%	9.3%	4.7%	9.2%
Бусад	2.7%	1.2%	1.0%	2.6%	1.6%	1.7%

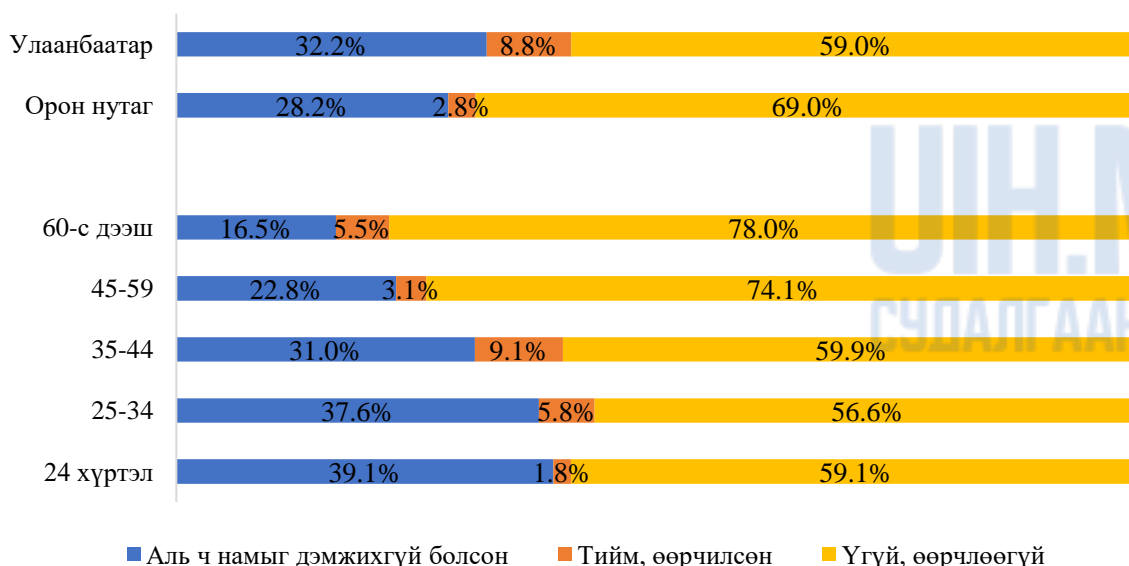
Хүснэгтээс харахад нийт судалгаанд оролцогчдын 3 хүн тутмын нэг нь сонгуулийн сурталчилгааны явцад шийдвэрээ гаргасан бол судалгаанд оролцогчдын нас ахих тусам ямар сонголт хийх шийдвэрээ сонгуулийн сурталчилгаанаас өмнө гаргажээ.

График 26. Судалгаанд оролцогчдын 2020 оны УИХ-ын сонгуульд саналаа өгсөн нам эвслийн хувь



Сонгогчдын шийдвэрт сонгуулийн өмнөх болон сонгуулийн үеийн хүчин зүйлс аль зэрэг нөлөөлж байгаа талаар тодруулахад нийт судалгаанд оролцогчдын 38.6 хувь нь сонгуулийн өмнөх улс төрийн нөхцөл байдлыг харж сонголтоо хийдэг, 25.9 хувь нь сонгуулийн үеийн улс төрийг дүгнэж сонголтоо хийдэг, 35.6 хувь нь аль алийг нь харж сонголтоо хийдэг байна. Судалгааны дүнгээс харахад сонгуулийн өмнөх болон сонгуулийн үеийн үйл явцыг бүхлээр нь дүгнэж сонголтоо хийдэг тогтсон сонгогчид байна. Мөн сонгуулийн үеийн улс төрийн харилцаа, кампанит ажлын нөлөөллөөр саналаа шийддэг хөвөгч сонгогчдын хувь өндөр байна..

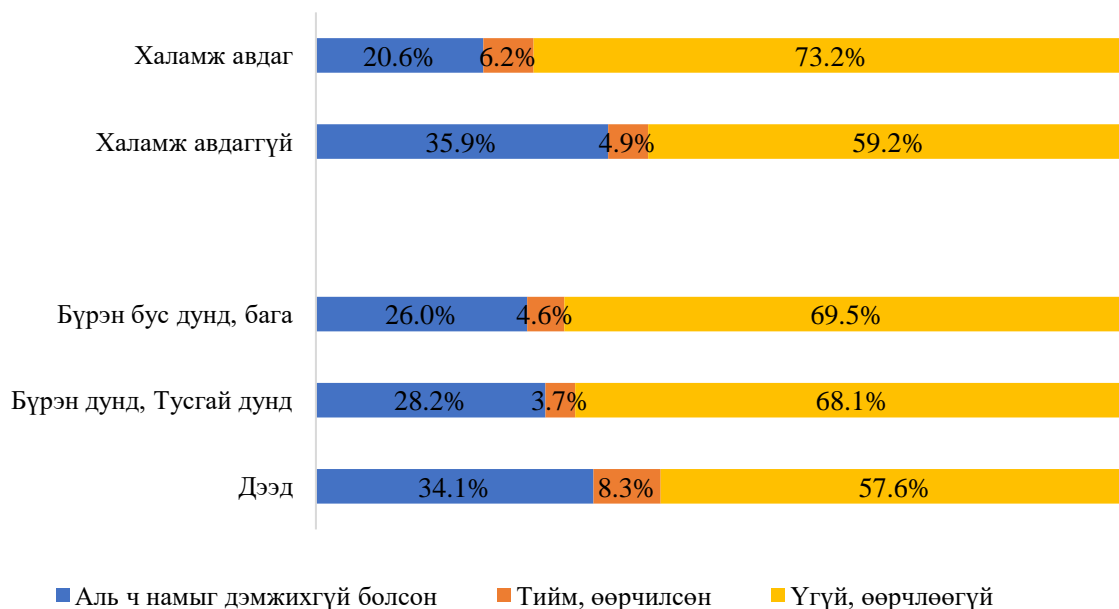
График 27. Сүүлийн жилүүдэд дэмждэг байсан намаа өөрчилсөн үү, насны ангилал болон байршил, хувиар



Улаанбаатар хотын сонгогчдын хувьд дэмждэг намаа өөрчилсөн тохиолдол хөдөө орон нутгаас илүү байна. Мөн аль нэг намыг дэмжихээ болсон тохиолдол орон нутагтай

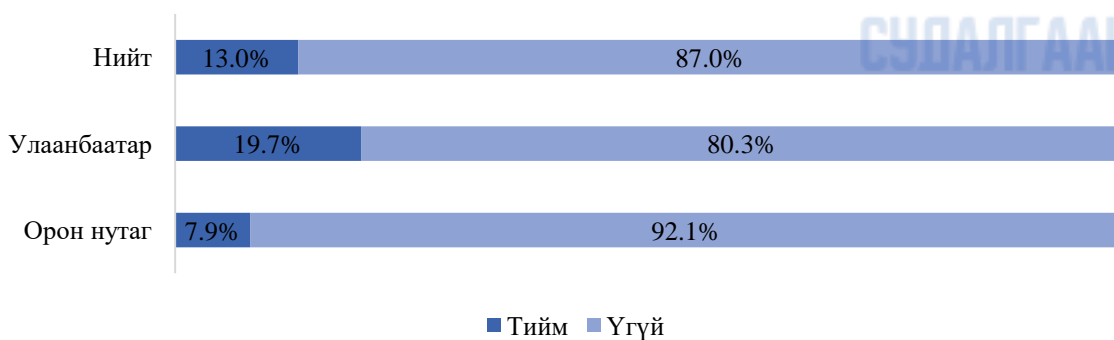
харьцуулахад их буюу намаас дайжих үзэгдэл Улаанбаатарт илүү өндөр байна. Насны хувьд сонгогчид залуужих тусам аль нэг намыг дэмжихээ больж байна.

График 28. Сүүлийн жилүүдэд дэмждэг байсан намаа өөрчилсөн үү, халамж, боловсролын түвшин, хувиар



Халамж авдаг иргэдийн 20.6 хувь, халамж авдаггүй иргэдийн 35.9 хувь нь аль нэг намыг дэмжихгүй байна. Халамж нь намыг дэмжих, намаас хамааралтай байх шалтгаан болж байх өндөр магадлалтай байна. Түүнчлэн намаа өөрчилж өөр намыг дэмждэг болсон тохиолдол халамж авдаг иргэдийн хувьд 2 хувиар өндөр байна. Иргэдийн боловсролын түвшин нэмэгдэх тусам аль нэг намыг дэмждэггүй болон дэмждэг намаа сольсон хувь өсөж байна.

График 29. Дэмжиж байсан нэр дэвшигчдээ саналаа өгч чадаагүй тохиолдол гарч байсан уу?, оршин суугаа газраар



Нийт судалгаанд хамрагдсан сонгогчдын 13 хувь нь дэмжиж байсан нэр дэвшигчдээ саналаа өгч чадаагүй, тэр дундаа Улаанбаатар хотын сонгогчдын хувьд энэ үзүүлэлт 19.7 хувьтай байна.

Сонгуулийн амлалт, мөрийн хөтөлбөр

Сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрийг чухалчилж сонголт хийх нь сонгогчдын рациональ буюу ухамсарт сонголт хийж байгаа эсэхийг харуулах гол үзүүлэлт юм. Мөрийн хөтөлбөр нь тухайн намын сонгуулийн жилдээ хэрэгжүүлэх бодлогын баримт бичиг болдог тул сонгогчдын шийдвэр гаргалтад шийдвэрлэх байр суурьтай байвал зохих юм. Мөрийн хөтөлбөртэй танилцаж сонголт хийснээрээ сонгогчид мөрийн хөтөлбөрийн хэрэгжилтээр УИХ-ын ажлын гүйцэтгэлийг дүгнэх боломж бүрдэх юм. Судалгаанд оролцогчид та сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрийг уншдаг уу? гэсэн асуултад дараах байдлаар хариулсан.

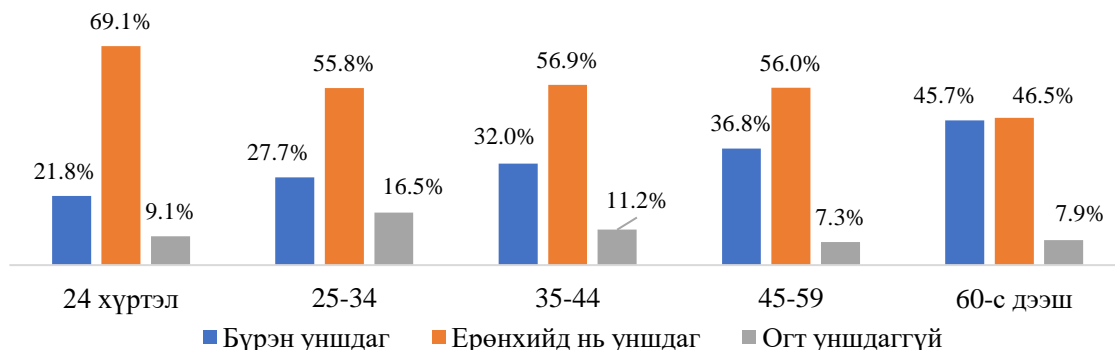
График 30. Судалгаанд оролцогчид сонгуулийн мөрийн хөтөлбөртэй танилцдаг эсэх, хувиар



Шигтгээ 1

Сонгуулийн мөрийн хөтөлбөр иргэдэд ихэвчлэн хэвлэмэл байдлаар ирдэг. Мөрийн хөтөлбөрийн хамт дагалдах ажлын тайлан, зурагт хуудас зэрэг олон тооны материалууд иргэдэд ирдэг учир тухай бүрд уншиж танилцах цаг зав гардаггүй, уншихаас төвөгшөөдөг, тэгээд сонгох гэж байгаа хүнийхээ юм уу, намынх нь юмыг харж сонголтоо хийдэг.- Эмэгтэй, 34 настай, Сэлэнгэ аймаг.

График 31. Мөрийн хөтөлбөрийг уншдаг эсэх, судалгаанд оролцогчдын насны бүлэг, боловсролоор



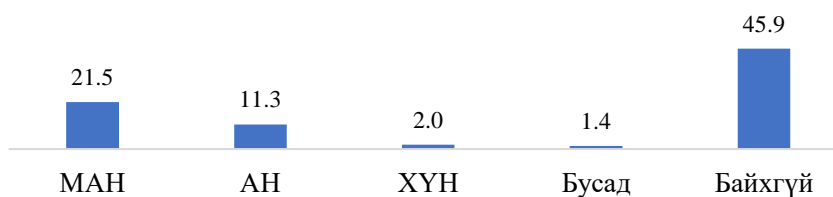
Судалгаанд оролцогчдын насны бүлэг ахих тусам мөрийн хөтөлбөрийг бүрэн уншдаг байдал нэмэгдэж байна. Залуучуудын хувьд мөрийн хөтөлбөрийг бүрэн уншдаг гэж ойролцоогоор дөрвөн хүн тутмын нэг нь хариулсан бол энэ үзүүлэлт 60-аас дээш насны иргэдийн дунд хамгийн өндөр буюу 45.7%-тай байна. Харин судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшин болон мөрийн хөтөлбөртэй танилцах байдлын хооронд төдийлөн ялгаа харагдахгүй байна.

Сонголтод нөлөөлөгч хүчин зүйлсийг 5 хүртэлх оноогоор үнэлүүлэхэд судалгаанд оролцогчид мөрийн хөтөлбөр хүчтэй нөлөөтэй гэж үзсэн байна. Дундаж утга 3.89.

Намын хүчин зүйлс болоод намын лидер

Судалгаанд оролцогчдын 45.9 хувь нь аль нэг намын үйл ажиллагааг дэмждэггүй бол 21.5 хувь нь МАН-ын үйл ажиллагааг дэмждэг, 11.3 хувь нь АН-ын үйл ажиллагааг дэмждэг 2 хувь нь Хүн намын үйл ажиллагааг дэмждэг гэж хариулсан байна.

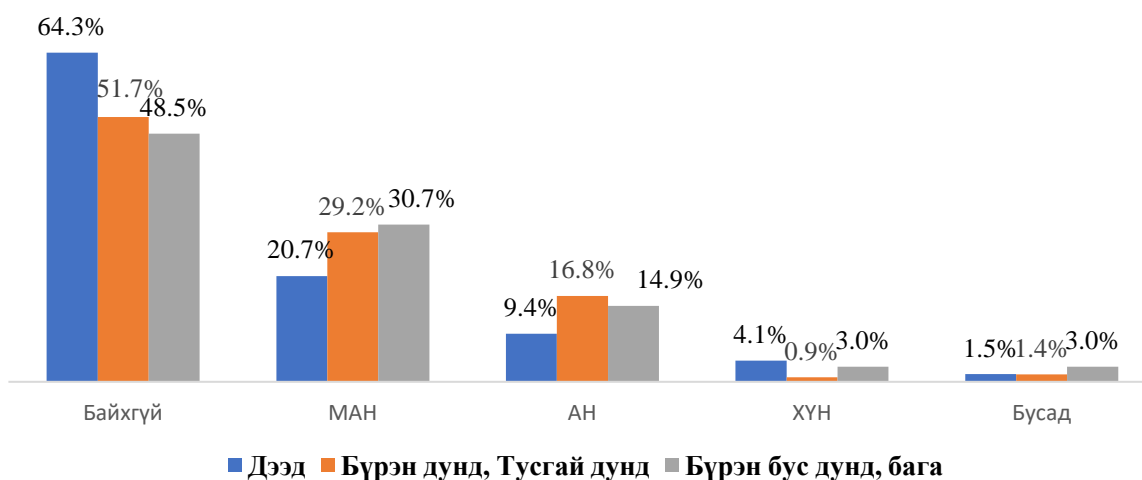
График 32. Аль нэг намын үйл ажиллагааг дэмждэг эсэх, хувиар



Сонгогчийн шийдвэрт намын хүчин зүйлс хэр нөлөөтэй талаар судалгаанд оролцогчдоос асууж хүчин зүйл тус бүрийг 0-5 оноогоор дүгнүүллээ. Судалгаанд оролцогчдын

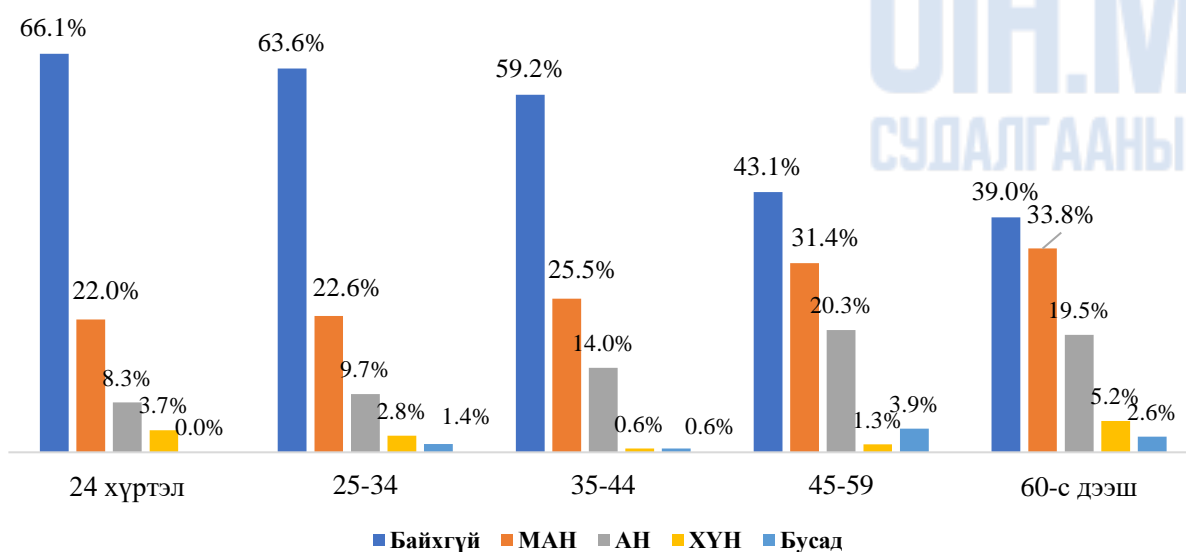
үзсэнээр тэдний шийдвэр гаргалтад хамгийн өндөр нөлөөтэй нь намаас нэр дэвшигчийн чадавх (3.86) байгаа бол намын дэвшүүлж буй бодлого, мөрийн хөтөлбөр (3.81) удаах байранд орж байна. Иргэдийн үзэж байгаагаар шийдвэр гаргалтад хамгийн бага нөлөөтэй нь улс төрчдийн бэлэг сэлт (1.12) болон улс төрчдийн амлалт (2.77) байна. Намын бусад хүчин зүйлсийн хувьд иргэдэд нөлөөлөх нөлөөлөл 5 онооноос 2.98-3.63 баллаар нөлөөллийг нь үнэлсэн.

График 33. Намын гишүүн биш хэдий ч аль нэг намын үйл ажиллагааг нь дэмждэг байдал, боловсролын түвшинээр



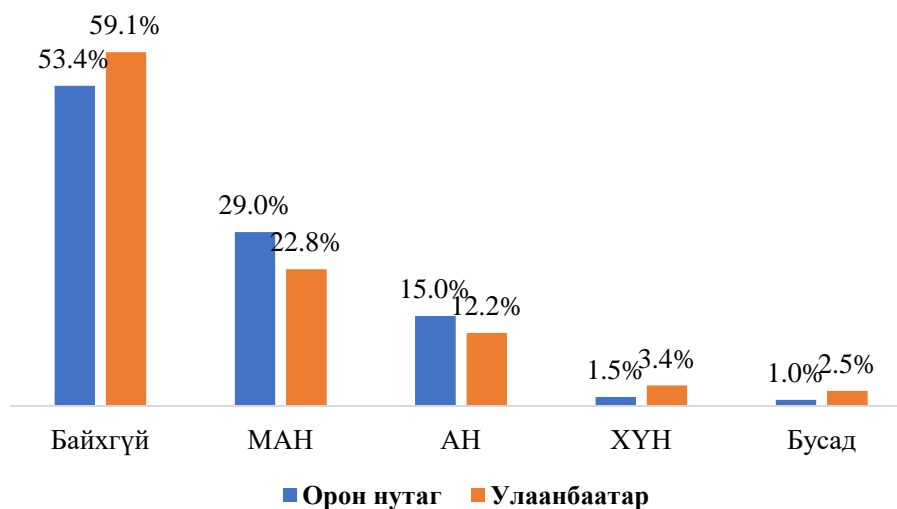
МАН болон АН-ын үйл ажиллагааг дэмждэг хүмүүсийн хувь хэмжээ боловсролын түвшин буурах тусам нэмэгдэж байна. Харин дээд боловсролтой хүмүүсийн хувьд 64.3 хувь нь аль нэг намыг дэмждэггүй. Иргэдийн боловсролын түвшин буурах тусам аль нэг намыг дэмждэг байх магадлал нэмэгдэж байна.

График 34. Намын гишүүн биш хэдий ч аль нэг намын үйл ажиллагааг нь дэмждэг байдал, насны ангиллаар.



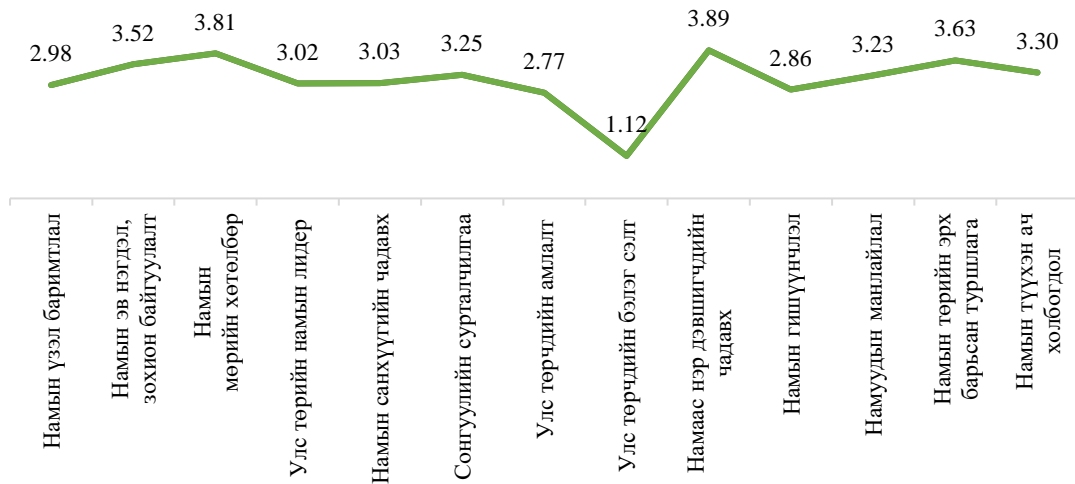
Судалгаанд оролцогчдын насны ангилал өсөх тусам аль нэг намыг дэмждэг байх магадлал нэмэгдэж байна. Тухайлбал МАН-ын үйл ажиллагааг 24 хүртэлх насны залуучуудын 22 хувь нь дэмждэг бол 60-аас дээш насны иргэдийн 33.8 хувь нь дэмждэг байна. АН-ын үйл ажиллагааг 24 хүртэлх насны залуучуудын 8.3 хувь, 60-аас дээш насны иргэдийн 19.5 хувь нь дэмждэг гэжээ.

График 35. Намын гишүүн биш хэдий ч намуудын үйл ажиллагааг дэмждэг байдал, оршин суугаа газраар



Намын гишүүн биш хэдий ч аль нэг намын үйл ажиллагааг нь дэмжиж байгаа эсэхийг судалгаанд оролцогчдын оршин суугаа газраар дээрх графикт харууллаа. Хөдөө орон нутагт байгаа сонгогчдын хувьд МАН болон АН-ын үйл ажиллагааг дэмждэг хүмүүс хотын сонгогчидтой харьцуулахад илүү байна. Харин ХҮН нам болон бусад намуудын үйл ажиллагааг дэмждэг гэж хариулсан иргэдийн нийт түүвэрт эзлэх хувь бага боловч Улаанбаатар хотод хөдөө орон нутгаас илүү дэмжигчтэй байгаа нь үр дүнгээс харагдаж байна.

График 36. Сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөгч намын хүчин зүйлсийн нөлөөллийг 0-5 оноогоор үнэлүүлж дундаж утгыг тооцсон нь



Улс төрийн намын хүчин зүйлс тэр дундаа намын зохион байгуулалт, эв нэгдэл, намын лидер, манлайлал зэрэг нь багцаараа сонгогчдын шийдвэрт нөлөөлөх чухал хүчин зүйл болж байна.

Сонгогчийн зан төлөвийн судалгааны эхэн үеүдэд сонгогчид өөрсдийгөө аль нэг намд адилтган үзэх хандлага өндөр байсан бөгөөд, энэ үйл явц нь хүүхэд байхаас эхэлж нас ахих бүрд хүчтэй болдог гэсэн дүгнэлтүүдийг хийж байжээ. Манай улсад өнгөрсөн 8 удаагийн УИХ-ын сонгуульд намууд эв нэгдэл, эрчтэй байгаагаа иргэдэд харуулах зорилго бүхий уриа үгсийг дэвшүүлж дэмжихийг уриалж байлаа. Тухайлбал:

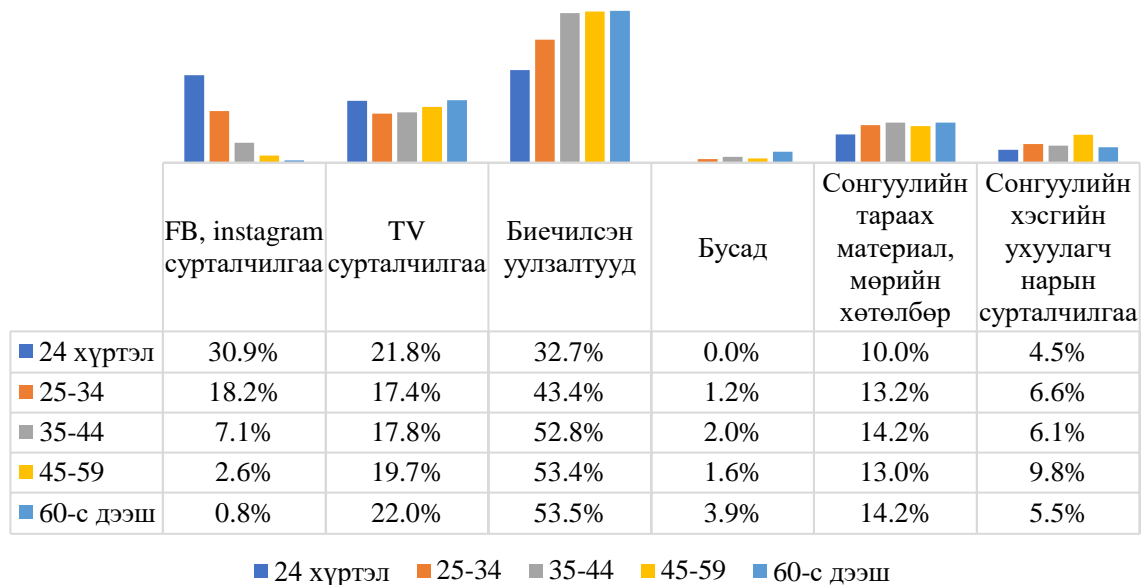
- 2004 онд Бүгд найрамдах нам: Бид боломж олгоно, Та бүтээж чадна
- 2008 онд Иргэний зориг нам: Монгол хүнээ дээдлэх сайн цагийг бид авчирна, Ардчилсан нам: Зөв бодлого зөв сонголт, Монгол ардын хувьсгалт нам: Шударга ёс- Хариуцлагатай төр, Дэвших хөгжил- Дэвжих амьдрал гэх зэргээр сонгуулийн уриа үгээ тодорхойлж байлаа
- 2020 оны сонгуулиар МАН: Хүчээ нэгтгэе, багаар нь дэмжье, АН: Өсөлтийг өрх бүрд гэж уриалж байлаа

Гэсэн хэдий ч сонгуулиас сонгуулийн хооронд иргэдийн улс төрийн намд итгэх итгэл буурах болсноор сонгуулийн уриа үгс, улс төрчдийн амлалт зэрэгт иргэд ач холбогдол өгөх нь багассан. Хүлээж авах байдал нь итгэл үзүүлэх гэхээсээ илүүтэй шүүмжлэлт

байдлаар илрэх болсон юм. Улс төрийн намууд сонгогчдыг өөртөө татах гэхээсээ илүүтэй түлхэж байна.

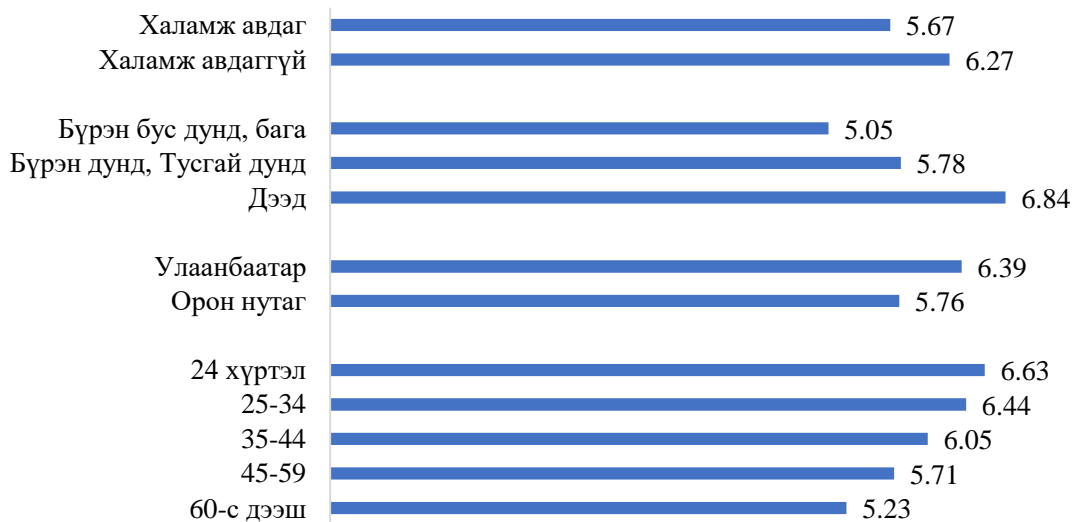
Сонгуулийн сурталчилгааны сувгууд

График 37. Сонгуулийн сурталчилгааны үр дүнтэй хэлбэрүүд, насны бүлгээр, хувиар



Сонгуулийн сурталчилгааны орчин үед голлох арга хэлбэрүүд нь сонгогчдын насны бүлгээс хамаараад ялгаатай байна. Дээрх сурталчилгааны хэлбэрүүдээс биечилсэн уулзалтыг хамгийн үр дүнтэй хэлбэр гэж үзэж байна. Насны бүлгээр харьцуулан харвал сонгогчид залуужих тусам цахим орчин дахь сурталчилгааны хэлбэрийг үр дүнтэй гэж үзэх хувь нь нэмэгдэж байгаа нь шинэ залуу үеийн цахим хэрэглээ өндөр байгаатай холбоотой юм. Нөгөө талаар насны бүлгээс үл хамааран нэр дэвшигчийн биечилсэн уулзалтыг илүүтэй үр дүнтэй гэж үзэж байна. Мөн телевизийн сурталчилгаа нь залуучууд болон ахимаг насны сонгогчдын аль аль нь үр нөлөөтэй гэж үзэж байна. Сонгогчдод төдийлөн тааламжтай биш хэдий ч шийдвэр гаргалтад их нөлөөтэй сонгуулийн сурталчилгааны нэг хэлбэр нь сонгуулийн хэсгийн ухуулагч нарын сурталчилгаа юм. Судалгаанд оролцогчдын хувьд насны бүлгээс үл хамааран сонгуулийн ухуулагч нараар сонгуулийн сурталчилгаа хийлгэх нь зохистой арга биш гэж үзэж байна.

График 38. Цахим орчин дах мэдээлэлд шүүлтүүртэй хандах байдал, 0-10 онооны дундаж



Нийгэмд улс төртэй аливаа хэлэлцүүлэг тогтмол өрнөж байхын хэрээр түүнийг дагасан худал мэдээ, мэдээллийн урсгал ч мөн адил сүүлийн сонгуулиудад илт нэмэгдсээр байна. Ялангуяа сонгуулийн үеэр иргэд сонгогчдод нөлөөлөх зорилготой мэдээлэл нийгмийн сүлжээ болон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр цаг мөч бүрд шүүлтүүргүй тархаж байдаг. Тиймээс сонгогчид аливаа мэдээ мэдээлэлд шүүлтүүртэй хандах чадамж нь рациональ сонголт хийх үндэслэл болно. Судалгаанд оролцсон иргэдээс цахим орчин дахь мэдээлэлд хэр шүүлтүүртэй ханддаг эсэхийг 0-10 оноогоор үнэлүүлэхэд дундаж утга нь 6.04 оноо бөгөөд стандарт хазайлт нь 2.98 байна.

Судалгаанд оролцогчдын хувь тэдний нас залуужих тусам цахим орчин дах мэдээлэлд шүүлтүүртэй ханддаг гэж үзэж байгаа бол хөдөө орон нутгаас Улаанбаатар хотын сонгогчид нь, бүрэн бус дунд болон бага боловсролтой сонгогчдоос дээд боловсролтой сонгогчид нь, халамж авдаг сонгогчдоос халамж авдаггүй сонгогчид нь цахим орчин дах мэдээ мэдээлэлд харьцангуй илүү шүүлтүүртэй ханддаг гэж өөрсдийгөө үнэлж байна.

Албадлагын болоод сүлжээний нөлөөлөл

Монгол улсын дээд шүүхэд бүртгэлтэй улс төрийн намуудаас, хатуу гишүүнчлэлтэй МАН, АН-нь намын бүтэц, сүлжээгээрээ бусад жижиг намуудаас илт давуу хөгжсөн. Энэхүү намын гишүүнчлэлийн бүтэц нь сонгуульд асар чухал нөлөөтэй бөгөөд нэгжийн зохион байгуулалтаараа дамжуулж иргэд сонгогчдод шууд хүрч, сонгогчдыг багцалдаг. Улаанбаатар хотын хувьд хэсгийн ахлагч нар иргэдийн саналд чухал нөлөөтэй бол орон нутагт тухайн орон нутгийн улс төрчид илүү нөлөөтэй байна.

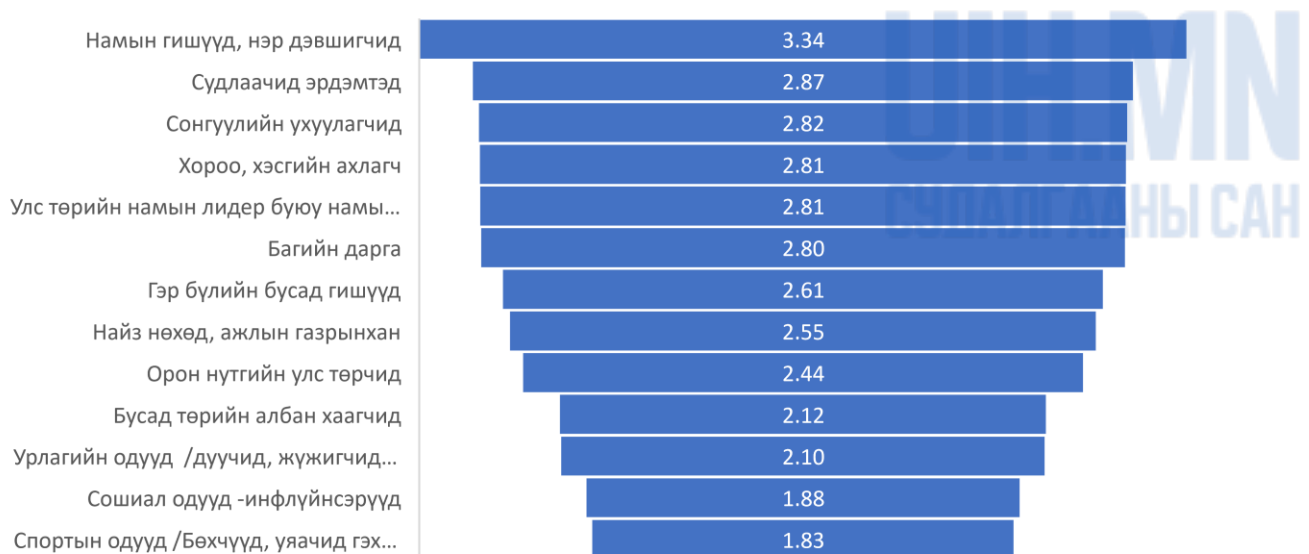
Улс төрийн намууд, нэр дэвшигчид сонгуулийн сурталчилгааны үеэр ухуулагч, сурталчилгааны ажилтнуудыг маш олноор хөлслөн ажиллуулдаг. Эдгээр хүмүүсийн цалин урамшуулал, хоол, унааны зардал сонгуулийн зардалд гол жин дардаг бөгөөд сонгогчийн шийдвэр гаргалтад хамгийн өндөр нөлөөлдөг байна.

Хүснэгт 6. Сонгогчийн шийдвэрт нөлөөлөгч намын сүлжээний хүчин зүйлс, байршил, хувиар

№	Орон нутаг	Улаанбаатар	
1	Баг, хороон дарга	15.4%	14.9%
2	Намын гишүүд	20.1%	16.0%
3	Нэр дэвшигчийн ухуулагч	46.5%	46.3%
4	Орон нутгийн удирдлагууд	10.1%	1.6%
5	СӨХ	0.2%	1.6%
6	Төрийн бусад албан хаагчид	3.2%	4.5%
7	Халамжийн ажилтнууд	0.4%	1.6%
8	Хэсгийн ахлагч	4.1%	13.6%
9	Нийт	100.0%	100.0%

Судалгаанд оролцсон иргэдийн хувьд нэр дэвшигчийн олон нийттэй биечлэн хийсэн уулзалтаас мэдээлэл авах сонирхол тэдний нас, хүйс, боловсрол, оршин суугаа газраас үл шалтгаалан өндөр байна.

График 39. Сонгуулийн сурталчилгааг хэн хийх нь сонгогчдод хүрдэг вэ?/0-хамгийн бага хүрдэг, 5-хамгийн их хүрдэг/



Сонгогчийн шийдвэр гаргалтад сонгуулийн сурталчилгааг хэн хийхээс хамаараад

түүний нөлөөлөл харьцангуй ялгаатай байна. Тухайлбал сонгуулийн үеэр сонгуулийн сурталчилгааг намын гишүүд, ухуулагчид, хороо хэсгийн ахлагчдаар дамжуулан хийх нь сонгогчдод хамгийн их хүрдэг байна. Эдгээр хүмүүс нь төрийн болон намын үйл ажиллагааны хамгийн анхан шатны нэгжид иргэд сонгогчидтой хамгийн ойр ажилладагаараа онцлог юм. Мөн иргэдийн мэдээлэлд хамгийн ойр байдгаараа тэдний саналд шууд нөлөө үзүүлэх чадамжтай бүлэг ч гэж үзэж болно. Харин сонгогчдод хамгийн бага нөлөөлдөг нь урлаг, спортын одууд болон сошиал одууд гэж судалгаанд оролцогчид үзсэн.

График 40. 2020 оны УИХ-ын сонгуулиар нэр дэвшигчид сонгогчдоос санал авах зорилгоор ямарваа нэг зүйл санал болгож байсан эсэх



Санал худалдаж авах аливаа оролдлого тухайлбал бэлэн мөнгө, эд зүйл тараах нь хуулиар хориотой учир сонгууль бүрээр яригддаг батлагдаж өгдөггүй хардлага болж үлдсээр байна. Сонгуулийн үеэр сонгогчдын саналыг татахаар санал болгосон зүйлсийг асуулга судалгаагаар тодруулах боломж хязгаарлагдмал юм. Иймээс олон сонголт үүсгэж хагас хаалттай асуулт тавьж тодруулахад сонгогчдын 14% нь бэлэн мөнгө тараах, 10% нь амлалт өгөх, 7.7% нь хүнсний бүтээгдэхүүн өгөх явдал өөрийнх нь тойрогт байдаг гэж үзсэн бол 76.8 хувь нь ямар нэгэн зүйл санал болгож байгаагүй гэж хариулсан.

Судалгааны мэдээлэл цуглуулалтын явцад хийж гүйцэтгэсэн фокус бүлгийн ярилцлагын явцад нэр дэвшигчдээс сонгогчдын саналыг авахын тулд дараах үйлдлүүдийг хийдэг тухай мэдээлэл авсан. Энэ нь сонгогчид эрүүлээр сонголтоо хийх, бие даан хараат бусаар шийдвэр гаргах зарчимд нөлөөлсөн үйлдлүүд юм.

Шигтгээ 2

Сонгуулийн үеэр энд, тэнд мөнгө тарааж байна гэж ярьж л байдаг. Надад өөрт бол ирээд мөнгө өгсөн зүйл байхгүй. Би чинь өөрөө төрийн албан хаагч болохоор надад ирэхгүй л дээ. Харин ойр хавийн хүмүүст тараасан гэж байхыг бол сонсож л байсан. Түүнээс гадна аймгийн төвийн архи уудаг хүмүүст архи өгөөд сонгууль өгүүлдэг явдал ч байдаг. -Ховд аймгийн сонгогч, эмэгтэй, 51 настай

Шигтгээ 3

Сонгууль болох үеэр хотоос автобусаар дүүрэн хүн ирээд л саналаа өгдөг. Уг нь аймаг орон нутагтаа харьяалалтай ч хотод амьдардаг хүмүүс юм л даа. Үүнийг манайхан царцааны нүүдэл гэж ярьдаг.-Ховд аймгийн сонгогч, эмэгтэй, 55 настай

Сонгуулийн үеэр мөнгө тараах явдал нь хоосон хардлага биш. Нам улс төрийн байгууллага, нэр дэвшигчдийн зүгээс иргэд сонгогчдын тодорхой бүлэг хүмүүсийн сонгож санал худалдан авах оролдлого хийдэг. Түүнчлэн сонгуулийн өдөр сонгогчдыг тээвэрлэж санал хураах байранд хүргэж өгөх, сонгогчдын “зөөх” явцдаа нөлөөлөх гэж оролдох нь түгээмэл байна.

Шигтгээ 4

... дугаар цэргийн ангид хугацаат цэргийн алба хааж байх үедээ анхны сонгуулиа өгсөн. Тухайн үед дарга нараас тушаал өгч нэр дэвшигчийг сонгоорой гэж хэлсэн. Бид нар ч тэр өг гэсэн хүнд нь л саналаа өгөөд л гарч ирсэн дээ. Өвөрхангай аймгийн сонгогч, 21 настай, эрэгтэй

Монгол Улсын Их Хурлын сонгуулийн тухай хуулийн “5.3. Сонгогч саналаа нууцаар гаргах ба хөндлөнгийн нөлөөгүйгээр хүсэл зоригоо илэрхийлж саналаа өгөх боломжоор хангагдсан байна”, “5.5. Иргэний сонгох, сонгогдох эрхийг хууль бусаар хязгаарлах, сонгогчоос саналаа чөлөөтэй өгөхөд нь хөндлөнгөөс нөлөөлөх, саад учруулахыг хориглоно” гэж заасан байна. Гэтэл уг хуулийн хэрэгжилт цэргийн албанд алдагдаж саналаа нууцаар, бие даан гаргах эрхэд ноцтой халдсан байдал судалгааны явцад ажиглагдсан.

Тухайлбал орон нутгуудад 2020 оны УИХ-ын сонгуульд санал өгөх үедээ зөвхөн нэг намын нэр дэвшигчдэд санал өгснөөр өөрийн саналын хуудас хүчинтэй болно, хэрэв өөр

өөр намын нэр дэвшигчийг хольж сонговол саналын хуудас нь хүчингүй болно гэсэн ташаа ойлголтыг зориудаар тараасан нь түгээмэл байсан. Энэ нь нэг намыг багцалж дэмжүүлэх гэсэн хуурамч мэдээлэл бөгөөд сонгуулийн энэ мэт сурталчилгааг намууд явуулж байгаа нь сонгогчийн боловсролд улс төрийн намууд сөргөөр нөлөөлдөг нэгээхэн жишээ болж байна. Мөн нам, нэр дэвшигчдийн зүгээс иргэдийг төөрөгдөлд оруулж санал авч байгаа нь иргэдийн сонголт хийх эрх чөлөөнд халдсан үйлдэл болох юм.

Бүлгийн дүгнэлт

- Судалгаанд оролцогчид сонгуульд саналаа өгөхдөө сонгуулийн өмнөх улс төрийн үйл явц болон сонгуулийн үеийн улс төрийн аль алиныг нь харгалзаж саналаа өгөх эрмэлзэлтэй байдаг. Гэсэн хэдий ч сонгуулийн зохион байгуулалт нь намын, төрийн албаны, санхүүгийн системээр дамжуулан багцалсан санал бүрдүүлэх зарчмаар ажиллаж байна.
- Сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрийг 3 хүн тутмын нэг бүрэн гүйцэж уншдаг бол 2 хүн тутмын нэг нь ерөнхийд нь уншдаг байна. Мөрийн хөтөлбөрийг бүрэн уншдаг хүмүүсийн хувь насны бүлэг ахих тутамд нэмэгдэж нас залуужих тусам буурч байна.
- Сонгогчид сонгуулийн сурталчилгааг нийтлэг байдлаар биечилсэн уулзалтад хамрагдаж авахыг хүсэж байгаа ч насны бүлгээс хамаарч залуучуудын хувьд Facebook, Instagram зэрэг цахим платформууд дээрх сурталчилгаа нөлөөлдөг гэж үзэж байгаа бол нас ахих тусам биечилсэн уулзалтыг хүсэж байна.
- Сонгогчдын харьяалагддаг нийгмийн бүлгээс сонгуулийн саналд нөлөөлдөг сүлжээний шинжтэй нөлөөллүүд байдаг бөгөөд эдгээрээс хамгийн их нөлөөтэй нь нэр дэвшигчийн ухуулагчид гэж үзэж байна. Энэ нь хотод болон орон нутагт ижил байна. Түүнчлэн намын гишүүд, улс төрчдийн сүлжээгээр дамжин нөлөөлдөг гэж үзэж байна.
- Сонгуулийн үеэр улс төрийн намууд, нэр дэвшигчид зориудаар худал мэдээлэл тарааж байгаа нь сонгогчдын боловсрол сөргөөр нөлөөлж байна.
- Халамж авдаг иргэдийн 20.6 хувь, халамж авдаггүй иргэдийн 35.9 хувь нь аль нэг намыг дэмжихгүй байна. Халамж нь намыг дэмжих, намаас хамааралтай байх шалтгаан болж байх өндөр магадлалтай байна.

СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ

Бүлгүүдийн дүгнэлтийг бүлэг тус бүрийн төгсгөлөөс үзнэ үү. Энэ хэсэгт голлох дүгнэлтүүдийг орууллаа

- Судалгаанд оролцогчдын сонгуулийн туршлага харьцангуй өндөр хэдий ч төрийн байгууллагуудын чиг үүрэг, засаглалын институтүүдийн ялгааны талаарх ойлголт мэдлэг хангалтгүй байна. Үүнээс үзвэл сонгогчид сонгуульд өгч буй саналаараа дамжуулан ямар эрх мэдлийг олгож байгаа талаараа ойлголтгүй байна.
- Иргэд төрийн бодлого шийдвэрт нөлөөлж чадна гэдэгтээ итгэлгүй байна. Энэ нь нэг талаас шийдвэр гаргах үйл явцад иргэдийн оролцоо хязгаарлагдмал байгааг мөн иргэдийн төрд итгэх итгэл буурсныг харуулж байна.
- Судалгаанд оролцсон иргэдийн 46.8 хувь нь сонгуулийн холимог тогтолцоог дэмжсэн байр суурь илэрхийлж байна.
- Иргэдийн үзэж буйгаар Монгол улсад хамгийн тулгамдсан асуудал үнийн өсөлт, инфляц болж байна. Мөн эрүүл мэндийн асуудал тулгамдсан гэж үзсэн. Эдгээр асуудлыг аль ч нам шийдэж чадахгүй гэж судалгаанд оролцсон 2 хүн тутмын нэг нь үзэж байна. Энэ нь иргэдийн улс төрийн намуудад итгэх итгэл ихээр суларсантай холбоотой.
- Судалгаанд оролцсон 2 сонгогч тутмын нэг нь буюу 50.9 хувь нь ямар ч хүйсийн хүн нэр дэвшиж болно, хүйс чухал биш гэж үзэж байна. Энэ нь улс төрийг аль нэг хүйсэд хамаатуулан үзэх үзэл буурч байгааг харуулж байна.
- Монгол сонгогчдын хүсэмжит сонголт буюу нэр дэвшигчийн идеал дүр төрхийн хувьд судалгаанд оролцогчид дараах төсөөлөлтэй байна.
 1. Хүйс-Аль нэг хүйсийг чухалчлахгүй. (Эрэгтэй)
 2. Нас- 40-45 настай
 3. Ажлын туршлага- Төрийн албаны туршлагатай (Улс төрийн алба)
 4. Мэргэжил, боловсрол- Аль ч мэргэжлийнх байж болно (Эдийн засагч, Хуульч мэргэжилтэй)
 5. Хөрөнгө бэл бэнчин- Дундаж
 6. Нийгмийн гарал-Чухал биш



- Сонгогчдын хувьд УИХ-д нэр дэвшигчид сонгогчдын хүсэлтийг шийдэж чаддаг байх иргэдтэй эргэх холбоотой байх нь чухал. Сонгогчид өөртэй нь харилцаатай, асуудлыг нь анхаардаг, шийдэж өгдөг хүнийг дэмжих хандлагатай буюу энгийнээр хэлбэл Монгол сонгогч тойглуулах, халамжлуулах сонирхолтой байна.
- Судалгаанд оролцогчид сонгуульд саналаа өгөхдөө сонгуулийн өмнөх улс төрийн үйл явц болон сонгуулийн үеийн улс төрийг аль алиныг нь харгалзаж саналаа өгөх эрмэлзэлтэй байдаг. Гэсэн хэдий ч сонгуулийн зохион байгуулалт нь намын, төрийн албаны, санхүүгийн системээр дамжуулан багцалсан санал бүрдүүлэх зарчмаар ажиллаж байна.
- Сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрийг 3 хүн тутмын нэг бүрэн гүйцэж уншдаг бол 2 хүн тутмын нэг нь ерөнхийд нь уншдаг байна. Мөрийн хөтөлбөрийг бүрэн уншдаг хүмүүсийн хувь насны бүлэг ахих тутамд нэмэгдэж нас залуужих тусам буурч байна.
- Сонгогчид сонгуулийн сурталчилгааг нийтлэг байдлаар биечилсэн уулзалтад хамрагдаж авахыг хүсэж байгаа ч насны бүлгээс хамаарч залуучуудын хувьд фейсбүүк, инстаграм зэрэг цахим платформууд дээрх сурталчилгаа нөлөөлдөг гэж үзэж байгаа бол нас ахих тусам биечилсэн уулзалтыг хүсэж байна.
- Халамж авдаг иргэдийн 20.6 хувь, халамж авдаггүй иргэдийн 35.9 хувь нь аль нэг намыг дэмжихгүй байна. Халамж нь намыг дэмжих, намаас хамааралтай байх шалтгаан болж байх өндөр магадлалтай байна.
- Сонгуулийн үеэр улс төрийн намууд, нэр дэвшигчид зориудаар худал мэдээлэл тарааж байгаа нь сонгогчдын боловсрол сөргөөр нөлөөлж байна.

ЗӨВЛӨМЖ

Сонгогчийн боловсролыг дээшлүүлэх чиглэлд:

- Засаглалын институтүүдийн ялгаа, чиг үүргийн талаарх ойлголт, мэдлэгийг дээшлүүлэхэд голлон анхаарах.
- Засаглалд тавих иргэдийн хяналтыг дэмжих, цахимд суурилсан, иргэний оролцоог хялбарчлах талбаруудыг дэмжих.
- Мэдээллийн ил тод байдлыг дэмжих. Улс төрийн ил тод байдлыг сайжруулж сонгогчдын мэдэх эрхийг хангах нь бодит мэдээлэлд тулгуурлан шийдвэр гаргах боломж олгоно.
- Улс төрийн намууд болон намын дэргэдэх залуучуудын байгууллага зэрэг байгууллагуудаас сонгогчийн боловсролд хөрөнгө оруулалт хийх, хариуцлага хүлээж ажиллахыг шаардах.
- Сонгуулийн үед сонгогчдыг худал мэдээлэлд автахгүй байх, олж авсан мэдээлэлдээ нягтлах, эргэцүүлэх чадварыг олгох нь чухал. Цахим орчин дахь хуурамч мэдээллийг хянахад цахим талбаруудтай хамтран ажиллах.
- Иргэдийн сонгогчийн боловсролыг дээшлүүлэх хөтөлбөрийг тасралтгүй байнгын хэлбэрээр зохион байгуулах. Хариуцлагатай сонгогчдыг бэлтгэх нь ардчиллын баталгаа болно.
- Сонгогчийн боловсрол нь сургалт хэлэлцүүлгээр олж авдаг мэдээлэл гэхээс илүүтэй ардчилсан, ил тод, хариуцлагатай байдлыг хангах замаар бүрддэг процесс болохыг анхаарах.

Сонгогчийн зан төлөвийн судалгааг цаашид сайжруулах чиглэлд зөвлөмж

- Сонгогчийн зан төлөвийн судалгааг чанарын судалгааны аргуудад түшиглэн ганцаарчилсан болон бүлгийн ярилцлагад тулгуурлан явуулах, ажиглалт хийх.
- Сонгогчийн зан төлөвийн судалгааны оролцогч талуудыг бүрэн хамруулж харьцуулсан судалгаа хийх ингэхдээ сонгуулийн оролцогчид болох сонгогч, улс төрийн намуудын төлөөлөл, сонгуулийн кампанит ажлын оролцогч талууд гэх мэт.
- Сонгогчийн зан төлөвийн судалгааг тодорхой давтамжтай хийж, судалгааны дата үүсгэснээр сонгогчийн төлөв, төрлийг нарийвчлан тодорхойлох.
- Сонгогчийн зан төлөв нь сонгуулийн сурталчилгааны үед болон сонгуулийн бус үед харилцан адилгүй байж болох эсэхийг цаашид харьцуулан судлах.



- Сонгогчийн зан төлөвт нөлөөлөх хүчин зүйлийг мэдлэг ойлголт болон сэтгэлзүйн шинжлэх ухааны үүднээс судлах.
- Сонгогчийн зан, төлөвийн судалгааг сонгуулийн жилд давтан хийх. Сонгуулиас хойш хугацаа өнгөрөх тусам сонгогчдын туршлага бус төсөөллийг судлах магадлал нэмэгдэнэ.