



САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ
ТӨРИЙН УДИРДЛАГЫН МАСТЕРЫН ХӨТӨЛБӨР

Жингүүд
Сугар БОЛОРМАА

ОРОН НУТГИЙН СОНГУУЛИЙН СОНГОГЧДЫН
ШИЙДВЭР ГАРГАЛТАНД НӨЛӨӨЛЖ БУЙ ХҮЧИН
ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА ХЭНТИЙ АЙМГИЙН
ЖИШЭЭН ДЭЭР



Мэргэжлийн индекс

041306

Төрийн удирдлагын

Мастерын зэрэг горилсон дипломын төсөл

Удирдсан

Б. Түвшинжаргал /PhD/

Улаанбаатар 2026



САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ
ТӨРИЙН УДИРДЛАГЫН МАСТЕРЫН ХӨТӨЛБӨР

Жингүүд
Сугар БОЛОРМАА

ОРОН НУТГИЙН СОНГУУЛИЙН СОНГОГЧДЫН
ШИЙДВЭР ГАРГАЛТАНД НӨЛӨӨЛЖ БУЙ ХҮЧИН
ЗҮЙЛСИЙН СУДАЛГАА ХЭНТИЙ АЙМГИЙН
ЖИШЭЭН ДЭЭР



Мэргэжлийн индекс
041306

Төрийн удирдлагын
Мастерын зэрэг горилсон дипломын төсөл

Удирдагч: Б. Түвшинжаргал /PhD/

Шүүмжлэгч: Нэр //

Шүүмжлэгч: Нэр //

Улаанбаатар 2026

ГАРЧГИЙН ТОВБЬЁГ

МЭДЭГДЭХ ХУУДАС	ii
ТАЛАРХАЛ.....	iii
ТОВЧ ХУРААНГУЙ.....	iv
ХҮСНЭГТЭН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ	vi
ЗУРГАН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ	vii
ХАВСРАЛТЫН ЖАГСААЛТ	viii
ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ	ix
НЭР ТОМБЬЁОНЫ ТАЙЛБАР	x
УДИРТГАЛ	1
Судалгааны үндэслэл	1
Судалгааны зорилго	4
Судалгааны зорилтууд	4
Судалгааны аргазүй.....	4
Судалгааны шинэлэг тал, ач холбогдол	4
Судлагдсан байдлын судалгаа.....	5
БҮЛЭГ 1. ОНОЛ.....	15
1.1 Сонгуулийн тогтолцооны тухай.....	15
1.2 Орон нутгийн сонгууль	21
1.3 Сонгогчийн зан төлөвийн тухай ойлголт	22
1.3 Сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөгч хүчин зүйлийн онол	24
1.3.1 Хувь хүний хүчин зүйл.....	24
1.3.2 Нийгэм соёлын хүчин зүйл	25
1.3.3 Улс төрийн хүчин зүйл	26
1.4 Монгол сонгогчийн үндсэн ангилал, хэв шинж	28
1.5 Дүгнэлт	29
БҮЛЭГ 2. ХЭНТИЙ АЙМГИЙН ОРОН НУТГИЙН СОНГУУЛИЙН ТУХАЙ.....	31
2.1 Хэнтий аймгийн сонгуулийн тухай	31
2.2 Хэнтий аймгийн сонгогчид.....	33
2.3 Хэнтий аймгийн ОНС	34
2.4 Хууль эрх зүйн зохицуулалт.....	35
2.5 Бүлгийн дүгнэлт.....	36
БҮЛЭГ 3. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ.....	38

3.1 Судалгааны дизайн	38
3.2 Өгөгдөл цуглуулах болон шинжилгээ хийх арга	38
БҮЛЭГ 4. ЭМПИРИК СУДАЛГАА ШИНЖИЛГЭЭ БА ҮР ДҮН	41
4.1 Асуулгын судалгааны үр дүн	41
4.2 Бүлгийн дүгнэлт.....	55
ДҮГНЭЛТ.....	56
САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ.....	59
НОМЗҮЙ.....	61
ХАВСРАЛТ.....	63

МЭДЭГДЭХ ХУУДАС

Энэхүү судалгааны ажил нь миний өөрийн бүтээл болохыг миний бие баталж байна. Мөн энэхүү бүтээл нь СЭЗИС-ийн оюуны өмч болох бөгөөд тус сургуулийн номын сан судалгааны ажлыг нийтийн хүртээл болохыг зөвшөөрч байна.

Нэр: С.Болормаа

Гарын үсэг:

Огноо: 2026.05.06

ТАЛАРХАЛ

Энэхүү судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэхэд мэргэжлийн ур чадвараараа харамгүй зөвлөгөө өгч, үнэт цагаа зарцуулан туслалцаа үзүүлсэн эрхэм хүндэт багш Б.Түвшинжаргал танд гүн талархал илэрхийлье. Үнэт цагаа зарцуулж судалгаанд хамрагдсан судалгаанд хамрагдсан оролцогчид болон судалгаа хийх бүхий л боломж, бололцоогоор хангасан гэр бүлийнхэндээ талархал илэрхийлье.

ТОВЧ ХУРААНГУЙ

Орчин үеийн ардчилсан нийгэм дэх улс төрийн системийн тогтвортой байдал, бодлого боловсруулах үйл явц нь сонгогчдын зан төлөв, тэдний шийдвэр гаргах логикоос шууд хамаардаг. Монгол Улсын хувьд 2024 оны сонгуулийн тогтолцооны шинэчлэл буюу холимог системд шилжсэн явдал нь сонгогчдын төлөвшилд шинэ сорилт, боломжуудыг бий болгож байна. Энэхүү судалгааны ажил нь Хэнтий аймгийн сонгогчдын зан төлөвийн өнөөгийн байдлыг тодорхойлж, тэдний сонголт хийхэд нөлөөлж буй социологийн, сэтгэл зүйн болон рациональ хүчин зүйлсийн хамаарлыг шинжлэх зорилготой юм. Хэнтий аймаг нь Монголын улс төрийн манлайллын түүхэн болон стратегийн онцлог бүс нутаг болохын хувьд сонгогчдын төлөвшлийг тодорхойлох жишиг судалгааны талбар болж байна.

Судалгааны арга зүйн хүрээнд тоон судалгааны аргыг ашиглан Хэнтий аймгийн сонгогчдын төлөөлөл болох 400 орчим респондентоос санамсаргүй түүврийн аргаар анкетын асуумж авч, цугларсан өгөгдлийг SPSS программ ашиглан статистик шинжилгээнд орууллаа. Шинжилгээгээр сонгогчдын хүйс болон шийдвэр гаргах хандлагын хооронд статистик ач холбогдол бүхий маш хүчтэй хамаарал ($p < 0.001$, $\chi^2=116.643$) байгаа нь тогтоогдсон бөгөөд эмэгтэй сонгогчид сэтгэл зүйн болон нийгмийн хүчин зүйлийг илүүтэй чухалчилж байгаа бол эрэгтэй сонгогчдын хувьд рациональ болон улс төрийн хүчин зүйлс давамгайлж байна. Түүнчлэн Хэнтий аймгийн сонгогчдын дунд рациональ сонголтын үзүүлэлт нэмэгдэж байгаа хэдий ч бодит шийдвэр гаргалт дээр "Лидерийн нөлөө" болон "Нутгархах үзэл"-д суурилсан социологийн хүчин зүйлс шийдвэрлэх үүрэг гүйцэтгэсэн хэвээр байна. Залуу үеийнхний улс төрийн социализацид мэдээллийн технологи, социал медиа гол суваг болж байгаа ч тэдний сонголт уламжлалт институциональ хандлагаас бүрэн ангижраагүй байгаа нь ажиглагдлаа.

Энэхүү судалгааны үр дүн нь сонгуулийн тогтолцооны шилжилт сонгогчдыг илүү бодлого төвтэй сонголт руу хөтөлж байгаа ч орон нутгийн онцлог, хувь хүний хүчин зүйл сонголтод хүчтэй нөлөөлсөн хэвээр байгааг баталж байна. Иймд сонгогчдын улс төрийн боловсролыг дээшлүүлэх, намуудын бодлогын өрсөлдөөнийг орон нутгийн прагматик хэрэгцээнд нийцүүлэх замаар сонгогчдын зан төлөвийг илүү рациональ хэлбэрт шилжүүлэх шаардлагатай байгааг дүгнэж байна. Энэхүү бүтээл нь орон нутгийн сонгуулийн стратегийг тодорхойлох, сонгогчдын зан төлөвийн өөрчлөлтийг хянах онол, практикийн ач холбогдол бүхий суурь мэдээлэл болно.

Түлхүүр үг: *Сонгогчийн зан төлөв, Хэнтий аймаг, Сонгуулийн тогтолцоо*

ABSTRACT

In contemporary democratic societies, political stability and the policy-making process are directly contingent upon voter behavior and their underlying decision-making logic. In Mongolia, the transition to a mixed electoral system in 2024 has presented both new challenges and opportunities for the electorate. This study aims to characterize the current voter behavior in Khentii Province by analyzing the interrelation between sociological, psychological, and rational factors. Given its historical and strategic significance in Mongolian political leadership, Khentii Province serves as a model site for examining voter maturation.

Employing a quantitative research design, this study utilizes survey data collected from 384 respondents in Khentii Province via random sampling. Statistical analysis was conducted using SPSS software. The results reveal a significant correlation between gender and decision-making predispositions ($p < 0.001$, $\chi^2=116.643$); female voters tend to prioritize psychological and sociological factors, whereas male voters predominantly emphasize rational and political variables. Furthermore, while indicators of rational choice are increasing, sociological factors—specifically the "influence of political leaders" and "localism"—remain decisive in actual decision-making processes. Although social media has become the primary channel for the political socialization of the younger generation, their electoral choices have not yet fully decoupled from traditional institutional tendencies.

The study concludes that although the electoral system transition is steering voters toward more policy-oriented choices, regional characteristics and individual factors continue to exert a substantial influence. Consequently, there is an urgent need to enhance voter education and align party policy competition with pragmatic local needs to facilitate a more rational shift in voter behavior. This research provides essential theoretical and practical insights for determining local election strategies and monitoring shifts in voter behavior.

Keywords: *Voter behavior, Khentii Province, Electoral system, Political socialization, Rational choice.*

ХҮСНЭГТЭН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. Сонгуулийн үр дүнгүүдийн нэгтгэл.....	1
Хүснэгт 2. Олон улсын судлаачдын судалгааны үр дүн.....	5
Хүснэгт 3. Монголын судлаачдын судалгааны үр дүн	11
Хүснэгт 4. Сонгуулийн тогтолцооны үндсэн хэв шинжүүд.....	15
Хүснэгт 6. Хэнтий аймгийн сонгуулийн үр дүн ба саналын хувь	33
Хүснэгт 7. Сонгуулийн хууль 2020 он болон 2024 оны харьцуулалт	35
Хүснэгт 8. Найдвартай байдлын шинжилгээ	46
Хүснэгт 9. KMO and Barlett's Test	46
Хүснэгт 10. Хүчин зүйлийн матрикс	47
Хүснэгт 11. ANOVA шинжилгээ боловсрол болон рационал хүчин зүйл.....	51
Хүснэгт 12. Post Hoc Tests үр дүн рационал хүчин зүйл ба боловсрол.....	52
Хүснэгт 13. Регрессийн шинжилгээ.....	53

ЗУРГАН МЭДЭЭЛЛИЙН ЖАГСААЛТ

Зураг 1. ОНС Хэнтий аймгийн сонгогчдын тоо	3
Зураг 2. ОНС-н Хэнтий аймагт намын авсан суудлын тоо	3
Зураг 3. 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн үр дүн, Тойргоос авсан суудлаар	19
Зураг 4. 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн үр дүн, Жагсаалтаар авсан суудлаар.....	19
Зураг 5. 2024 оны УИХ-ын үр дүн, Нийт суудлаар.....	20
Зураг 6. Мичиганы сургуулийн Шалтгаант холбооны юүлүүр загвар.....	27
Зураг 7. Хэнтий аймгийн УИХ-ын сонгуулийн сонгогчдын тоо	32
Зураг 8. Хэнтий аймгийн УИХ-ын сонгуулийн ирц	32
Зураг 9. Хэнтий аймаг болон Зүүн бүсийн хүн амын тоо.....	34
Зураг 10. Судалгааны загвар.....	40
Зураг 11. Насны тархалт	41
Зураг 12. Хүйсийн харьцаа	42
Зураг 13. Боловсролын түвшин	42
Зураг 14. Ажил эрхлэлтийн байдал.....	43
Зураг 15. Сонгуулийн өмнө сошиал медиагаар цацагдаж буй сенсаци	43
Зураг 16. Сонгуулийн шийдвэрээ гаргадаг хугацаа	44
Зураг 17. Хэнтий аймагт сүүлийн жилүүдэд хийгдсэн бүтээн байгуулалтын үнэлгээ....	44
Зураг 18. Сонгуульд саналаа өгөх итгэл үнэмшил.....	45
Зураг 19. Сонголт хийх шийдвэрт саад болж буй зүйлс.....	45
Зураг 20. Рационал хүчин зүйл.....	49
Зураг 21. Улс төрийн хүчин зүйл	49
Зураг 22. Социологийн хүчин зүйл.....	50
Зураг 23. Прагматик хүчин зүйл	51

ХАВСРАЛТЫН ЖАГСААЛТ

Хавсралт 1. Судалгааны асуулт.....	63
Хавсралт 2. Найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүнгүүд.....	65
Хавсралт 3. Шкал асуултуудын шинжилгээ	65

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ

Нэршил товчлол	Тайлбар
АНУ	Америкийн Нэгдсэн Улс
МАН	Монгол Ардын Нам
ОНС	Орон нутгийн сонгууль
УИХ	Улсын Их Хурал

НЭР ТОМЬЁОНЫ ТАЙЛБАР

Нэршил товчлол Тайлбар

EI Сэтгэл хөдлөлийн чадамж

EQ Сэтгэл хөдлөлийн оюун ухааныг хэмжих үзүүлэлт

УДИРТГАЛ

Судалгааны үндэслэл

Сонгууль нь иргэдийн төрийн хэрэгт оролцох, нутгийн өөрөө удирдах ёсыг бэхжүүлэх үндсэн механизм юм. Монгол улсын 2024 оны Иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын (ИТХ) сонгуулийн үр дүнгээс харахад, улсын хэмжээнд санал өгөх эрхтэй 2,107,290 сонгогчоос 1,119,881 нь оролцож, ирц 53.1 хувьтай байсан нь иргэдийн улс төрийн идэвх ерөнхий дүндээ хангалтгүй байгааг харуулж байна. Гэвч Хэнтий аймгийн хувьд сонгогчдын ирц 62.3 хувьд хүрсэн нь улсын дунджаас 9.2 пунктээр өндөр үзүүлэлттэй байсан. Мөн түүнчлэн, сонгогчдын насны бүлгээс хамаарсан ялгаатай үр дүнгүүд гарсан ба 45-аас дээш насныхан тухайн үед хамгийн идэвхтэй оролцож, нас нэмэгдэх тусам сонгуулийн идэвх нэмэгдэх зүй тогтолтой байсан. Энэ нь залуу үеийнхэн буюу ирээдүйн шийдвэр гаргагчдын улс төрийн оролцоо сул байгааг харуулсан бөгөөд сүүлийн жилүүдэд сонгогчдын сонгуулийн идэвх, оролцоо ерөнхийдөө буурч бай

Азийн сангийн судалгаанаас харахад, Монголын ардчилал тогтворжсон хэдий ч иргэдийн төрд итгэх итгэл суларч, сонгогчид шийдвэр гаргахдаа намын бодлого, мөрийн хөтөлбөрөөс илүүтэйгээр нэр дэвшигчийн хувийн шинж чанар, танил тал, итгэлцэлд тулгуурладаг нь харагдсан. Түүнчлэн "Mongolia's Electoral Reform and the State Great Khural Elections" судалгааны үр дүн нь сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд улс төрийн үзэл баримтлалаас илүүтэйгээр эдийн засгийн нөхцөл байдал, амьжиргааны түвшин голлон нөлөөлж буйг баталсан. Мөн түүнчлэн сонгогчдын оролцоонд залуусын улс төрийн идэвх сул, намын бодлогоос илүү эдийн засгийн нөхцөл байдал нөлөөлж байна.

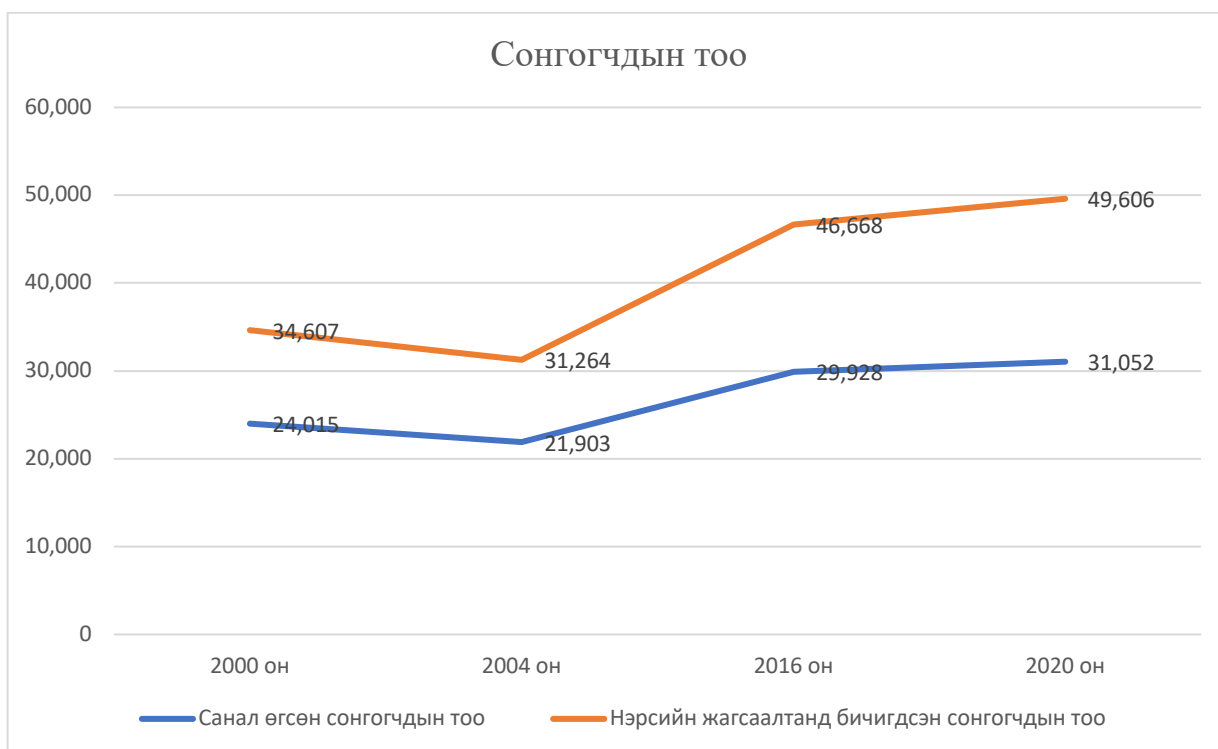
Хүснэгт 1. Сонгуулийн үр дүнгүүдийн нэгтгэл

Он Огноо	/ Улсын хэмжээний сонгогчид (Нас, хүйс)	Сонгуулийн үр дүнгийн товч дүгнэлт	Хэнтий аймгийн сонгогчид ба үр дүн
1992.10.04	~1.1 сая. Залуу үеийн оролцоо маш өндөр байв.	Шинэ Үндсэн хуулийн дараах анхны орон нутгийн сонгууль. МАН (тухайн үеийн МАХН) үнэмлэхүй ялалт байгуулсан.	Хэнтий аймагт МАН давамгайлсан. Сонгогчдын тоо ~38,000 орчим.
1996.10.06	~1.2 сая. Хүйс: 51% эмэгтэй, 49% эрэгтэй.	УИХ-ын сонгуулийн "Ардчилсан холбоо" эвслийн ялалтын давалгаа орон нутагт нөлөөлж, АН томоохон хотуудад суудал авсан.	Хэнтий аймагт МАН ба АН-ын өрсөлдөөн ширүүсч, МАН олонх хэвээр үлдсэн.
2000.10.29	~1.3 сая. 18-35 насны залуус 45%-ийг эзэлж байв.	МАН улсын хэмжээнд бараг бүх аймагт (21-ээс 20-д нь) ялалт байгуулж, улс төрийн монополь тогтсон үе.	Хэнтий аймагт МАН үнэмлэхүй ялалт байгуулж, ИТХ-ыг бүрэн хяналтдаа авсан.

2004.10.15	~1.4 сая. Сонгогчдын идэвх ~60%.	Эвсэл намуудын зөвшилцлийн үе. Хөдөө орон нутагт МАН, төв суурин газарт АН хүчтэй өрсөлдсөн.	Хэнтий аймагт АН олонх болсон. Сонгогчдын тоо ~42,000.
2008.10.12	~1.5 сая. Сошиал медиа нөлөөлж эхэлсэн үе.	Долдугаар сарын 1-ний үйл явдлын дараах сэтгэл зүй нөлөөлсөн. МАН орон нутагт байр сууриа хадгалж үлдсэн.	Хэнтий аймагт МАН засаглалаа хадгалсан. Сонгогчдын ирц ~70%-иас давсан.
2012.11.21	~1.8 сая. Хүйсийн харьцаа 50.5% эмэгтэй.	Анх удаа цахим машин ашиглаж, УИХ-ын сонгуулиас тусад нь зохион байгуулсан. АН олон аймагт ялалт байгуулсан.	Хэнтий аймагт МАН ялалт байгуулж, "МАН-ын цайз" гэдгээ баталсан. Сонгогчид ~48,000.
2016.10.19	~1.9 сая. Залуучуудын ирц буурсан хандлагатай.	Улсын хэмжээнд МАН үнэмлэхүй ялалт байгуулсан. Эдийн засгийн хямрал сонгогчдын зан төлөвт нөлөөлсөн.	Хэнтий аймагт МАН 33 суудлаас 31-ийг авч рекорд тогтоосон.
2020.10.15	~2.1 сая. 18-24 насныхны ирц хамгийн бага (45% орчим).	КОВИД-19-ийн нөхцөл байдалд явагдсан. МАН 13 аймагт, АН 8 аймагт ялалт байгуулж, орон нутагт өрсөлдөөн сэргэсэн.	Хэнтий аймагт МАН бүх суудлыг (39) авч үнэмлэхүй ялалт байгуулсан. Сонгогчид ~52,000.
2024.10.11	~2.2 сая. Жендерийн квот (30%) нөлөөлсөн.	Шинэчилсэн тогтолцоогоор явагдсан. Олон намын төлөөлөл орон нутгийн ИТХ-д орж ирсэн.	Хэнтий аймагт МАН давамгайлсан хэвээр боловч бусад намын төлөөлөл нэмэгдсэн.

Монгол улсын орон нутгийн сонгууль 1992-2024 оны хооронд 9 удаа явагдсан ба сонгогчдын ирц ба шийдвэр гаргалт дараах байдалтай байв.

Зураг 1. ОНС Хэнтий аймгийн сонгогчдын тоо



Зураг 2. ОНС-н Хэнтий аймагт намын авсан суудлын тоо



Хэнтий аймаг нь өмнөх сонгуулийн хугацаанд МАН-ыг хамгийн тууштай дэмжиж ирсэн "улс төрийн бааз" бүс нутаг юм. Энэ нь судалгааны "Социологийн хүчин зүйл" буюу нутгархах үзэл, улс төрийн социализацитай холбоотой гэж үзэж байна. 1992 онд 38 мянга орчим байсан сонгогчид өнөөдөр 52 мянга хол давсан нь шилжилт хөдөлгөөн бага, суурин хүн ам тогтвортой байгааг харуулж байна. Хэнтий аймаг улсын дунджаас тогтмол 3-5%-иар өндөр ирцтэй байдаг нь тухайн орон нутгийн иргэдийн улс

төрийн идэвх, "Хэнтийгээс төрсөн удирдагчид"-аа дэмжих сэтгэл зүйтэй холбоотой. Дээрх судалгаанд үндэслэн, судлаач миний бие Хэнтий аймгийн орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд ямар хүчин зүйлс нөлөөлж байгааг судлахаар зорьсон.

Судалгааны зорилго

Хэнтий аймгийн орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлоход судалгааны зорилго чиглэгдэнэ . Судалгааны хүрээнд дараах зорилтуудыг дэвшүүлж байна.

Судалгааны зорилтууд

- Сонгуулийн тогтолцоо болон орон нутгийн сонгуулийн онол, арга зүйн судалгаа хийх
- Монгол Улсын орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтын талаар судалгаа хийх
- Хэнтий аймгийн орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлох судалгаа хийх
- Судалгааны үр дүнд санал зөвлөмж гаргах

Судалгааны аргазүй

Энэхүү судалгааны хүрээнд сонгуулийн тогтолцоо ба орон нутгийн сонгуулийн талаарх онол аргазүйн судалгааг гадаад, дотоод судлаач эрдэмтдийн судалгааны бүтээлүүдийг шүүн тунгаах судлагдсан байдлын судалгаа хийнэ. Улмаар Монгол улсын орон нутгийн сонгуулийн үр дүнг баримт бичгийн судалгааны аргазүй ашиглан хоёрдогч иэдээллийн эх сурвалжинд үндэслэн хийх, мөн анкетын судалгааны арга зүйг ашиглан Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлно.

Судалгааны шинэлэг тал, ач холбогдол

Орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлох нь цаашид сонгогчдын боловсролыг ямар чиглэлээр сайжруулахыг тодорхойлох ач холбогдолтой. Мөн мэдээллээс алслагдмал орон нутгийн сонгогчдод ямар мэдээлэл нөлөөлөх, улс төрийн намууд болон нэр дэвшигчид сонгуулийн стратеги боловсруулахдаа зөвхөн амлалт өгөх бус, сонгогчдын сэтгэл зүйн ижилсэл, үнэт зүйл дээр нь тулгуурлан хэрхэн зөв харилцаа тогтоож байгаа зэргийг тодорхойлох ая холбогдолтой. Шинэлэг талын хувьд орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын талаар тухайлсан аймгийн сонгогчдын ялгаралыг судлах юм. Цаашид бусад газарзүйн байршил дах сонгогчидтой харьцуулах зэргээр судалгааг ашиглах боломжтой.

Судалгааны хүлээгдэж буй үр дүн

Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргах үйл явцад эдийн засгийн нөхцөл байдал, намын бодлого, нэр дэвшигчийн хувийн имиж болон мэдээллийн эх сурвалжуудын үзүүлж буй нөлөөллийг тодорхойлно. Ингэснээр орон нутгийн сонгуульд аль хүчин зүйл нь сонгогчдын сонголтод шийдвэрлэх үүрэг гүйцэтгэж буйг бодитойгоор илрүүлнэ. Сонгогчдын шийдвэр гаргах үйл явцад суурилсан, орон нутгийн сонгуулийн идэвх, оролцоог нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн практик зөвлөмж болон стратеги арга замыг боловсруулна. Судалгааны үр дүн нь нэр дэвшигчид болон улс төрийн намуудын хувьд сонгогчидтой тогтоох харилцаагаа үр дүнтэй төлөвлөх, сонгогчдын үнэт зүйлд тулгуурласан сурталчилгааны стратеги боловсруулах шинжлэх ухааны үндэслэлтэй суурь бааз болно.

Судлагдсан байдлын судалгаа

Хүснэгт 2. Олон улсын судлаачдын судалгааны үр дүн

№	Зохиогчийн нэр	Он	Сэдвийн нэр	Товч агуулга
1	Nicholas A. Valentino, Ted Brader, Eric W. Groenendyk, Krysha Gregorowicz	2011	Election night's alright for fighting: The role of emotions in political participation	Сонгогчдын улс төрийн оролцоог зөвхөн мэдээлэл, нөөцөөр тайлбарлах боломжгүй бөгөөд богино хугацааны сэтгэл хөдлөлийн нөлөө маш хүчтэй гэдгийг уг судалгаагаар гаргаж ирсэн. Энэхүү судалгаанд тодорхой сэтгэл хөдлөлүүд жишээлбэл айдас, уур хилсэн, баяртай байх зэрэг нь сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд мөн түүнчлэн улс төрийн үйл ажиллагаанд идэвхтэй оролцох хамгийн чухал хүчин зүйл болдог гэдгийг баталсан. Айдас түгшүүр нь сонгогчдыг мэдээлэл хайх, бодлогын талаар илүү их сонирхох ойлголт авахад нөлөөлдөг. Судалгааны үр дүнд сэтгэл хөдлөл бүр нь өөр өөр төрлийн улс төрийн оролцоог нэмэгдүүлж байгааг харуулсан байна.

				Мөн түүнчлэн сонгогчдын улс төрийн оролцоо зөвхөн мэдээлэл болон нөөцөөр тайлбарлагддаггүй ба богино хугацааны сэтгэл хөдлөл нь сонгуулийн идэвх оролцоог шууд өөрчилдөг байна.
2	Alan S. Gerber, Gregory A. Huber, David Doherty, Conor M. Dowling	2011	The Big Five Personality Traits in the Political Arena	The Big Five загвар буюу хүний зан төлөвийг таван үнсдэн хэмжүүрээр тайлбарласан. Нээлттэй байдал буюу шинэ санаа, өөрчлөлтөд нээлттэй хандлага. Эдгээр сонгогчид нь либерал үзэл баримтлалд илүү татагдаж, шинэ бодлогыг дэмжих хандлагатай байдаг. Ухамсарт буюу хариуцлагатай, зарчимч, төлөвлөгөөтэй байдал. Уг сонгогчид нь уламжлалт, консерватив үзлийг илүү дэмждэг бөгөөд тогтвортой байдлыг эрхэмлэдэг. Гадагш чигэлсэн буюу нийгмийн идэвх, харилцаанд дуртай байдал. Эдгээр сонгогчид нь улс төрийн компанид аижлд идэвхтэй бөгөөд олон нийтийн үйл ажиллагаанд ирээх оролцдог. Хүлцэнгүй буюу бусдад итгэх, энэрэхгүй, хамтран ажиллахад чигэлсэн. Уг сонгогчид нь эв нэгдэл, хамтын ажитллагааг дэмждэг тул зөрчил багатай байдаг. Сэтгэл хөдлөлийн тогтворгүй байдал буюу стресс, түгшүүр, айдас.

				Эдгээр нь улс төрийн үйл явдлыг айдас, түгшүүрээр хүлээн авч, оролцооны хэлбэр нь тогтворгүй хэлбэлзэлтэй байдаг.
3	Robert M. Bond, Christopher J. Fariss, Jason J. Jones, Adam D. I. Kramer	2012	A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization	Нийгмийн сүлжээний буюу Facebook орчинд улс төрийн оролцоог өдөөх туршилтыг хийж, найз нөхдийн нөлөө сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд хүчтэй нөлөөлдөг болохыг олж тогтоосон байна. Уг судалгаа нь онлайн орчинд нийгмийн нөлөөлөл бодит улс төрийн оролцоог өөрчилж чаддаг гэдгийг нотолсон анхны судалгаа юм. Судалгааг хийхдээ 2010 оны АНУ-ын Конгрессын сонгуулийн үеэр 61 сая Facebook хэрэглэгч дээр санамсаргүй хяналттай туршилт хийсэн. Ингэхдээ 61 сая хэрэглэгчдэд Санал өгсөн гэдэг энгийн мессежийг харуулсан. Найз нөхдийн санал өгсөн тухай уг мэдээлэл нь сонгогчдын санал өгөх идэвхийг нэмэгдүүлсэн бөгөөд судалгаагаар 340,000 орчим сонгогчдод санал өгөхөд нөлөөлсөн гэж тооцоолсон. Энэ үр дүн нь нийгмийн сүлжээ, онлайн орчны нөлөө нь улс төрийн оролцоонд хүртэл нөлөөлдөг гэдгийг харуулсан судалгаа болсон байна.
4	Ryan D. Enos	2014	Space Between Us	Хүний амьдарч буй газар зүйн байршил, ойр орчимд

				<p>нь ямар төрлийн хүмүүс амьдардаг зэрэг нь тухайн хүний улс төрийн үзэлд шууд нөлөөлдөг. Олон төрлийн бүлэг дунд амьдрах нь сонгогчийг илүү хүлээцтэй эсвэл илүү туйлширсан болгодог байна. Хүмүүсийн өдөр тутмын нийгмийн харилцаа нь улс төрийн итгэлцэл, намын сонголт, бодлогын дэмжлэгт шууд нөлөөлдөг.</p>
5	Томас Фуживара (Thomas Fujiwara)	2015	Voting Technology, Political Responsiveness, and Infant Health: Evidence from Brazil	<p>Анх 1990 оны сүүлээр цахим санал тоолох системийг үе шаттайгаар нэвтрүүлсэн. Үүний үр дүнд сонгуулийн дүнг хурдан, алдаагүй гаргах боломжтой болсон. Бразилд хийсэн судалгаагаар санал хураах төхөөрөмжийг хялбарчилснаар боловсрол багатай иргэдийн санал өгөх идэвх нэмэгдэж, улмаар тэдний эрх ашгийг хамгаалсан бодлого хэрэгжиж эхэлснийг баталсан. Регрессийн тасралтгүй байдлын дизайн ашиглаж, технологийн нэвтрүүлэлтийн үе шатны ялгааг судалсан. Ингэснээр цахим санал тоолох системийн бодит нөлөөг статистикийн хувьд илүү нарийн хэмжсэн. Үр дүнд нь технологийн шийдэл нь ардчилсан оролцоог нэмэгдүүлдэг ба олон иргэдийн санал илүү бодит тоологдсоноор улс төрчид бодлого боловсруулахдаа</p>

				олон төрлийн өргөн хүрээний бүлгүүдийн хэрэгцээг харгалзан бодлого боловсруулдаг болсон байна.
6	Кристофер Ахен ба Ларри Бартелс (Christopher H. Achen болон Larry M. Bartels)	2016	Democracy for Realists: Why Elections Do Not Produce Responsive Government	Сонгогчид нь намын мөрийн хөтөлбөр эсвэл бодлогод тулгуурлан рационал сонголт хийдэг гэх ардчиллын ардын онолыг няцаасан бөгөөд сонголт бол цэвэр Бүлгийн ижилсэл буюу Identity Politics юм. Хүмүүс өөрийн харьяалагддаг бүлэг буюу жишээ нь шашин, угсаа гарвал, нутгийнхнаа дагаж буй намыг сохроор дагадаг байна. Энэ нь нэр дэвшигчийн бодлогын мэдээлэл, үзэл баримтлалаас илүү ихээр нөлөөлдөг.
7	Грегори Мартин ба Али Юрукоглу (Gregory J. Martin, Ali Yurukoglu)	2017	Bias in Cable News: Persuasion and Polarization	Сонгогчид нь өөрийн үзэл бодолд нийцсэн мэдээллийг сонгох хандлагатай байдаг хэдий ч тухайн мэдээллийн сувгийн үзэл сурталд нийцсэн мэдээ нь тэдний үзэл бодлыг улам гүнзгийрүүлж, туйлшралд хүргэдэг болохыг тогтоосон. АНУ-ын Fox News сувгийг үзсэн сонгогчид консерватив үзэл рүү хүчтэй хэлбийж байсныг тоон шинжилгээгээр баталсан. Мэдээллийн хэрэгслийн Нөлөөллийн хэлбийлт нь дундаж сонгогчийн саналыг 3-6% өөрчлөх чадалтай байдаг байна. Мэдээллийн

				хэрэгсэл хэт нэг талыг барих нь шууд улс төрийн үр дүнд нөлөөлдөг байна.
8	Андре Блайс ба Жан-Мишель Дауст (Andre Blais, Jean-Francois Daoust)	2020	The Motivation to Vote	Сонгуулийн оролцоог тайлбарлах шинэ загвар боловсруулж, улс төрийн сонирхол, иргэний үүргийн мэдрэмж, сонгуулийн ач холбогдлын ойлголт, санал өгөхөд хялбар байдал гэсэн дөрвөн хүчин зүйл санал өгөх шийдвэрийг тодорхойлдог болохыг нотолсон. Мөн ардчилсан орнуудын ихэнх оронд иргэдийн санал өгөх идэвх буурч байгаа нь ардчиллын чанарт сөргөөр нөлөөлж байна. Сонгогчдын санал өгөх хамгийн том сэдэл нь иргэний үүрэг. Хэрвээ тухайн хүн санал өгөх нь иргэн хүний ёс зүйн үүрэг гэж боддог бол тэр хүн улс төрийг сонирхдог эсэх, нэр дэвшигч нь таалагдаж буй эсэхээс үл хамааран сонгуульд идэвхтэй оролцдог байна. Уг судалгааны бас нэг үр дүнг авч үзвэл сөрөг ижилсэл буюу сонгогч өөрийн дэмждэг намдаа дуртай байгаадаа бус нөгөө намыг үзэн яддаг тул тухайн намыг ялуулахгүй байхын тулд санал өгдөг байна.

Хүснэгт 3. Монголын судлаачдын судалгааны үр дүн

Судалгааны сэдэв	Судлаачийн нэр, он	Судалгааны зорилго	Судалгааны арга, зүй	Ашигласан онол	Тайлбар
Монгол дахь сонгогчийн зан төлөв: Намчирхал уу, рациональ сонголт уу?	Э. Гэрэлт-Од (2013-2015)	Монгол сонгогчид саналаа өгөхдөө намын харьяаллыг (Identity) чухалчилж байна уу, эсвэл мөрийн хөтөлбөр, ашиг тусыг (Rationality) тооцож байна уу гэдгийг илрүүлэх.	Тоон судалгаа буюу Асуумжийн арга (Survey). Улаанбаатар болон хөдөө орон нутгийн сонгогчдыг хамруулсан түүвэр судалгаа. Статистик шинжилгээний аргууд.	Колумбийн болон Мичиганы сургууль: Социологийн болон Сэтгэл зүйн хандлага. Рациональ сонголтын онол: Эдийн засгийн ашиг сонирхлын үүднээс шийдвэр гаргах.	Монголын сонгуулийн практикт "намчирхал" буюу намын хатуу дэмжигч байх үзэл нь рациональ сонголтоос илүү хүчтэй нөлөөтэй байгааг нотолсон.
Сонгогчдын боловсрол, хандлага, төлөвшил	Сант Марал Сан, Л.Сумати 2020-2024 он (цуврал)	Монголчуудын ардчиллын талаарх ойлголт, улс төрийн институтуудад итгэх итгэл болон сонгогчдын зан төлөвийн хувьсал өөрчлөлтийг тогтоох.	Улс даяарх төлөөллийн түүвэр (~1200 респондент). Стратификацид агдсан санамсаргүй түүврийн арга. Нүүр тулсан ярилцлага.	Улс төрийн соёлын онол: Иргэдийн үнэт зүйл, хандлагыг шинжлэх. Демократизацийн онол: Ардчилсан дэглэмийн тогтвортой байдал.	Сонгогчид мөрийн хөтөлбөрт илүү ач холбогдол өгч байгаа мэт харагддаг ч бодит сонголт дээрээ "харизматик" лидер болон эдийн засгийн бодит ашиг тусыг чухалчилдгийг онцолдог.
Залуу сонгогчдын улс төрийн оролцоо ба шийдвэр	Цогц Хөгжлийн Үндэсний Төв (2018-2022)	Залуу үеийнхний улс төрийн идэвх, сонгуульд оролцох сэдэл, саад болж буй	Тоон болон чанарын судалгаа (Асуумж, фокус бүлгийн ярилцлага).	Улс төрийн социализацийн онол, Оролцооны ардчиллын онол.	Шинэ үеийн сонгогчдын мэдээлэл авах суваг (сошиал медиа) болон

гаргалт		хүчин зүйлсийг илрүүлэх.			тэдний сонголтод нөлөөлж буй орчин үеийн хүчин зүйлсийг судалсан
Улс төрийн соёл ба иргэдийн оролцоо	Г.Чулуунбаатар	Монгол дахь улс төрийн соёлын хэв шинж, түүний ардчилсан оролцоонд үзүүлж буй нөлөөг онол-филозофийн үүднээс шинжлэх.	Онол-филозофийн шинжилгээ, түүхэн харьцуулалт.	Г.Алмонд, С.Верба нарын Улс төрийн соёлын онол.	Сонгогчийн шийдвэр гаргалт нь тухайн хүний улс төрийн соёл, мэдлэг болон нийгмийн үнэт зүйлсээс хэрхэн хамаардгийг онолын болон практик талаас нь судалсан
Нийгмийн капитал ба сонгогчийн сонголт	МУИС-ийн судлаачдын өгүүллүүд	Нийгмийн сүлжээ, итгэлцэл нь сонголт хийхэд хэрхэн нөлөөлдөг болохыг судлах.	Сүлжээний шинжилгээ (SNA), Социологийн асуумж.	П.Бурдые, Ж.Коулман нарын Нийгмийн капиталын онол.	Нийгмийн капитал (танил тал, хамаарал) нь рациональ бус сонголтыг хөхиүлэн дэмжих талтайг баталсан.
Ардчилал ба Нутгийн өөрөө удирдах ёс	Г.Чулуунбаатар, Б.Энхбаяр (2019)	Орон нутгийн ардчиллын зарчим, ИТХ-ын төлөөллийн чадамжийг шинжлэх.	Эрх зүйн баримт бичгийн анализ, кейс судалгаа.	Төвлөрлийг сааруулах онол (Decentralization), Шинэ институциональ онол.	Орон нутгийн сонгуулийг зөвхөн төлөөлөгч сонгох үйл явц биш, иргэдийн шууд оролцоо, төвлөрлийг

					сааруулах онолтой (Decentralization theory) холбон тайлбарладаг.
Сонгуулийн систем ба Улс төрийн соёл	О.Мөнхбат	Сонгуулийн тогтолцооны өөрчлөлт сонгогчийн зан төлөвт нөлөөлөх нь.	Харьцуулсан анализ, институциональ хандлага.	М.Дювержийн хууль (Duverger's Law), Сонгогчийн зан төлөвийн онол.	Мажоритар систем нь "хүн" төвтэй, пропорциональ систем нь "нам" төвтэй соёлыг төлөвшүүлдэг.
Монгол Улс дахь сонгуулийн ардчилал: Сорилт, боломж	Э.Гэрэлт-Од (2020)	Сонгуулийн үйл явц дахь шударга байдал, сонгогчдын боловсролыг судлах.	Мониторинг, статистик шинжилгээ.	Сонгогчийн зан төлөвийн Мичиганы загвар, Элитийн онол.	Энэхүү бүтээлд орон нутгийн сонгуулийн үр дүн нь эрх баригч намын үйл ажиллагаанд өгч буй "дүн" (Referendum effect) болох талаар онолын дүн шинжилгээ хийсэн байдаг.
Нутгийн өөрөө удирдах байгууллагын төлөвшил	Ц.Ганболд (2021)	Орон нутгийн удирдлагын түүхэн хөгжил болон институциональ төлөвшлийг судлах.	Түүхэн ба дескриптив судалгаа.	Төрийн удирдлагын Шинэ менежмент (NPM), Веберийн бюрократ онол.	Орон нутгийн ИТХ-ын чадавх нь иргэдийн засаглалд оролцох оролцооны түвшингээр хэмжигддэгийг

Олон улсын болон дотоодын судалгаануудаас авч үзэхэд сонгогчдыг Рационал тооцоологч гэж үзэх сонгодог хандлагын оронд нийгмийн ижилсэл болон иргэний үүргийн мэдрэмж гэсэн сэтгэл зүйн загвар давамгайлах болжээ. Энэ нь сонгогч мөрийн хөтөлбөрөөс илүүтэй өөрийн харьяалагдах бүлгийн эрх ашиг, үнэт зүйлийг хамгаалах замаар шийдвэр гаргадаг болохыг баталж байна.

Гадаад судлаачдын судалгаанаас харахад сэтгэл зүй, мэдээллийн технологи, дижитал орчин зэргийн нөлөөг илүү түлхүү авч үзсэн бол дотоодын судлаачдын судалгаа нь улс төрийн тогтолцоо, эдийн засгийн хамаарал, соёлын онцлогийг илүү түлхүү авч үзсэн байна.

БҮЛЭГ 1. ОНОЛ

1.1 Сонгуулийн тогтолцооны тухай

Дэлхийн улс орнууд хаант засгаас Ерөнхийлөгчийн эсвэл парламентийн засагт шилжин хөгжих явцдаа сонгуулийн өөр өөрийн тогтолцоог төлөвшүүлэн хэрэглэж ирсэн байна. Сонгуулийн тогтолцоо нь өргөн утгаараа сонгууль явуулах замаар төрийн зохих байгууллагуудыг байгуулахтай холбогдон үүссэн, тусгай журмаар зохицуулагдсан нийгмийн харилцааны цогц юм (Ж.Ядамсүрэн, 2008).

Хүснэгт 4. Сонгуулийн тогтолцооны үндсэн хэв шинжүүд

Тогтолцооны төрөл **Сонгогчийн зан төлөвт үзүүлэх нөлөө** **Давуу болон сул тал**

Мажоритар (Олонхийн)	Сонгогч "хүн" рүү чиглэсэн сонголт хийдэг. Нэр дэвшигчийн хувийн нөлөө, EQ өндөр байх шаардлагатай.	Тогтвортой засаглал бүрдүүлдэг ч жижиг намуудад халтай.
Пропорциональ (Хувь тэнцүүлсэн)	Сонгогч "нам" болон "мөрийн хөтөлбөр" рүү чиглэсэн сонголт хийдэг. Илүү рациональ хандлага давамгайлна.	Төлөөллийн чадвар өндөр боловч засаг тогтворгүй байх эрсдэлтэй.
Холимог (Mixed)	Сонгогч нэгэн зэрэг хүн болон намд санал өгнө. Энэ нь зан төлөвийн хоёрдмол шинжийг үүсгэдэг.	Хоёр тогтолцооны давуу талыг нэгтгэхийг зорьдог.

Олонхийн тогтолцоо

Олонхийн тогтолцоо бол Монгол Улсад өнөөг хүртэл хэрэглэж ирсэн хувилбар буюу төрөл зүйл нь бөгөөд олохнийн саналаар нэг дэвшигчийг сонгогдсонд тооцдог арга юм.

- Үнэмлэхүй олонхийн: Нэр дэвшигч нь сонгуульд оролцсон нийт сонгогчдын талаас илүү хувийн санал авсан байхыг үнэмлэхүй олонхийн тогтолцоо гэнэ.
- Харьцангуй олонхийн: Оролцсон сонгогчдын олонхи биш боловч бусад өрсөлдөгчөөс хамгийн олон санал авсан байхыг хэлнэ.
- Дийлэнх олонхийн: Нэр дэвшигч ялахын тулд сонгуульд оролцсон нийт сонгогчийн гуравны хоёроос, эсвэл дөрөвний гурваас доошгүй санал авсан байхыг хэлнэ.

Хувь тэнцүүлсэн тогтолцоо

Энэ нь Парламентын гишүүний мандат буюу суудлыг намуудад тэдгээрийн авсан саналын хувь хэмжээгээр хуваарилах тогтолцоо юм. Нас, эвсэл суудалд хүрэхийн тулд босго давсан байх ёстой. Сонгуулийн босгыг сонгогчдын өгсөн нийт хүчинтэй саналын дүнг тухайн тойрогт оногдсон суудлын тоонд хувааж тодорхойлно. Сонгуулийн бүр тойрогт сонгогчдын өгсөн саналаас хамаарахгүй, зөвхөн нэг тойрогт хуулиар босго болгон урьдчилан тогтоож болно.

Холимог тогтолцоо

Хоёр танхимт парламенттай зарим ордонд олонхийн болон хувь тэнцүүлэн сонгох тогтолцоог хослуулан хэрэглэнэ. Үүнийг холимог тогтолцоо гэх ба нэг танхимтай парламентад гишүүний орон нутаг төлөөлөх хэсгийг ЗЗНД-ийн дээд нэгжийг төлөөлүүлэн нэр дэвшигч бүрээр олонхийн зарчмаар, нөгөө хэсгийг нам, эвслийн нэрийн жагсаалтаар улсын хэмжээгээр буюу төмсгосон тойргоос хувь тэнцүүлэн сонгодог.

Монголын анхны сонгуулийн шинэ тогтолцоо нь Ардын Их Хурал БНМАУ-ын иргэдээс таван жилийн хугацаагаар сонгогдсон депутатуудаас бүрэлдэнэ, сонгууль тойрог бүрт нэг мандатын төлөө олон нам, бүлгийн нэр дэвшигч өрсөлдүүлэн сонгогчид нийт, шууд, тэгш эрхийн үндсэн дээр оролцож саналаа нууцаар гаргана гэж БНМАУ-ын Үндсэн хуулийн нэмэлтэд заасан байдаг байна. Улсын Бага Хурал нь дарга, орлогч дарга, нарийн бичгийн дарга, 50 гишүүнээс бүрэлдэнэ. Дарга нь Улсын дэд Ерөнхийлөгч байна. Орлогч дарга, нарийн бичгийн дарга хоёрыг АИХ-ын депутатуудын дотроос шууд сонгоно. Харин Бага Хурлын гишүүн ард түмний санал хураалтаар намуудын авсан саналын хувь хэмжээгээр мандатыг хуваарилан нэр дэвшүүлнэ. АИХ нэр дэвшигч бүрээр хэлэлцэж, саналыг нууцаар хурааж сонгоно гэж заасан. Энэ бол хувь тэнцүүлэн сонгох нэг хувилбарыг Монголын нөхцөлд анх тутам хэрэглэсэн тогтолцоо байв (Б.Чимид, 2008).

Монгол Улс ардчилсан Үндсэн хуулиа баталсан 1992 оноос хойш УИХ-ын ээлжит сонгуулийг 9 удаа зохион байгуулахдаа сонгуулийн тогтолцоог нийт найман удаа өөрчилжээ. Тодруулбал, 1992, 1996, 2005, 2011, 2015, 2016, 2019 онд тус тус сонгуулийн хуулийг шинэчлэн найруулах, нэмэлт өөрчлөлт оруулах замаар сонгуулийн тогтолцоог өөрчилсөөр ирсэн бол 2023 онд Үндсэн хуульд тусгасан. Монгол Улс харьцангуй олонхын тогтолцоог (FPTP) 1996, 2000, 2004 болон 2016 онд, багц саналын тогтолцоог (Block Vote) 1992, 2008, 2020 онд, холимог тогтолцоог (parallel) 2012, 2024 онд тус тус хэрэглэжээ. 2023 онд Үндсэн хуульд сонгуулийн тогтолцоог тусгаснаар сонгуулийн тогтолцоо байнга өөрчлөгдөх эрсдэлийг багасгасан хэдий ч сонгуулийн тойргийг сонгууль бүрийн өмнө эрх баригч намын үзэмжээр шийдвэрлэх эрсдэл хуульд хадгалагдан үлдсэн юм. Монгол Улсын Үндсэн хуулийн 21 дүгээр зүйлийн нэг дэх хэсэгт, “Улсын Их Хурал нэг танхимтай, нэг зуун хорин зургаан гишүүнтэй байна. Улсын Их Хурлын сонгуулийг сонгуулийн холимог тогтолцоогоор явуулна. Улсын Их Хурлын далан найман гишүүнийг олныг төлөөлөх, дөчин найман гишүүнийг хувь тэнцүүлэн төлөөлөх аргаар сонгоно” гэжээ. Монгол Улсын Их Хурлын сонгуулийн тухай хуулийн 12 дугаар зүйлийн 12.1-д “Улсын Их Хурал ээлжит сонгуулийн жилийн 02

дугаар сарын 01-ний өдрөөс өмнө сонгуулийн тойрог байгуулна” гэж тойрог байгуулах эрхийг УИХ-д олгосон (Д.Оргил, 2025).

Монгол Улс дахь сонгуулийн төрлүүд ба эрх зүйн зохицуулалт

Монгол Улсад үндсэн гурван төрлийн сонгууль явагддаг бөгөөд эдгээрийг Монгол Улсын Үндсэн хууль болон төрөлжсөн сонгуулийн хуулиудаар зохицуулдаг.

Монгол Улсын Ерөнхийлөгчийн сонгууль

Ерөнхийлөгч бол төрийн тэргүүн, Монгол ард түмний эв нэгдлийг илэрхийлэгч юм.

Монгол Улсын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийг Монгол Улсын Үндсэн хууль (30, 31-р зүйл) болон Монгол Улсын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн тухай хуулиар зохицуулдаг.

- Бүрэн эрхийн хугацаа: 2019 оны Үндсэн хуулийн нэмэлт өөрчлөлтөөр Ерөнхийлөгчийг 6 жилийн хугацаагаар зөвхөн нэг удаа сонгодог болсон. Энэ нь засаглалын тогтвортой байдлыг хангах, Ерөнхийлөгчийг дахин сонгогдохын тулд улс төрийн популизм хийхээс сэргийлэх зорилготой.
- Нэр дэвшигчид тавигдах шаардлага: 50 нас хүрсэн, сүүлийн 5-аас доошгүй жил эх орондоо байнга оршин суусан, Монгол Улсын уугуул иргэн байна.

Ерөнхийлөгчийн сонгууль нь Мажоритар (туйлын олонхын) тогтолцоогоор явагддаг.

- Нэр дэвшүүлэх эрх: Улсын Их Хуралд суудал бүхий улс төрийн намууд дангаараа эсвэл хамтран нэр дэвшүүлэх эрх эдэлнэ. (Бусад сонгуулиас ялгаатай нь бие даан нэр дэвшүүлэх боломжгүй).
- Ялагчийг тодруулах: Сонгуульд оролцсон нийт сонгогчдын 50-иас дээш хувийн санал авсан нэр дэвшигчийг Ерөнхийлөгчөөр сонгогдсонд тооцно. Хэрэв хэн нь ч ийм санал аваагүй бол хамгийн олон санал авсан хоёр нэр дэвшигчийг дахин санал хураалтад (хоёр дахь шат) оруулдаг.

Ерөнхийлөгчийн сонгуульд хувь хүний "Харизма" буюу манлайлагч дүр төрх, нэр хүнд хамгийн чухал байдаг. Цаг үеийн нөхцөл байдлаас хамаарч иргэд "шударга ёс", "үндэсний аюулгүй байдал"-ыг илүүтэй чухалчлан саналаа өгдөг.

Улсын Их Хурлын (УИХ) сонгууль

Монгол Улсын Их Хурал бол хууль тогтоох засаглалыг хэрэгжүүлэгч төрийн эрх барих дээд байгууллага юм. УИХ-ын сонгууль нь иргэд өөрсдийн төлөөллөөр дамжуулан төрийн хэрэгт оролцох үндсэн арга зам бөгөөд үүнийг дараах хууль тогтоомжоор зохицуулдаг:

- Монгол Улсын Үндсэн хууль: Сонгуулийн суурь зарчмуудыг (бүх нийтээрээ, чөлөөтэй, шууд, саналаа нууцаар гаргах) тодорхойлдог.
- Монгол Улсын Их Хурлын сонгуулийн тухай хууль: Сонгуулийн зохион байгуулалт, тойрог байгуулах, нэр дэвшүүлэх, санал хураах, үр дүнг тооцох нарийвчилсан харилцааг зохицуулдаг.

УИХ-ын гишүүнээр Монгол Улсын 25 нас хүрсэн, сонгуулийн эрх бүхий иргэнийг 4 жилийн хугацаатай сонгодог.

Монгол Улс 1992 оноос хойш мажоритар (олонхын) тогтолцоог голчлон ашиглаж ирсэн бол 2023 оны Үндсэн хуулийн нэмэлт өөрчлөлтөөр тогтолцооны томоохон шинэчлэл хийсэн нь холимог тогтолцооруу шилжсэн шилжилт юм. Өнөөдрийн байдлаар УИХ нь 126 гишүүнтэй бөгөөд тэднийг холимог тогтолцоогоор сонгож байна:

- 78 гишүүнийг мажоритар системээр: Сонгогчид тойрогт нэр дэвшиж буй тодорхой "хүн"-д санал өгнө. Энэ нь бүсчилсэн томоохон тойргуудад явагддаг.
- 48 гишүүнийг пропорциональ системээр: Сонгогчид улс төрийн "нам"-д санал өгнө. Намын авсан саналын хувьд дүйцүүлэн суудлыг хуваарилдаг.

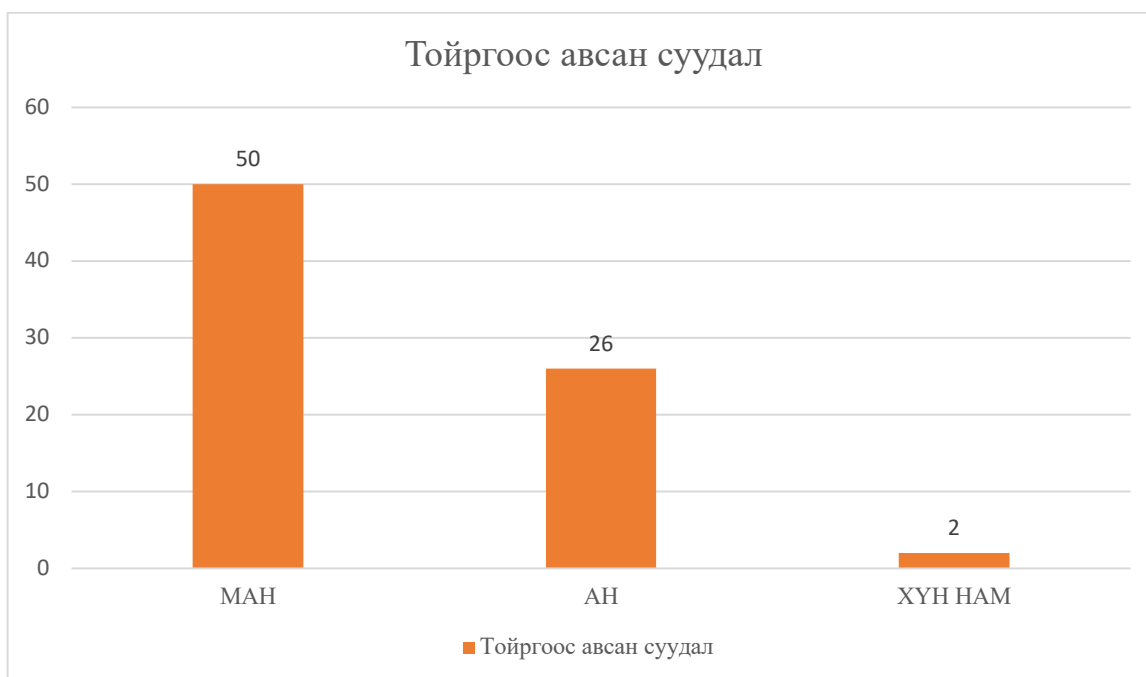
Өмнө нь 76 жижиг тойрогт хуваагддаг байсан бол одоо улс орны хөгжлийн бодлогыг "жалга довны" үзлээс ангижруулах зорилгоор бүсчилсэн томоохон тойргуудад (жишээ нь: Хэнтий, Дорнод, Сүхбаатар нэг бүс болох) хуваах болсон.

2024 оны УИХ-ын сонгууль нь Монгол Улсын парламентын түүхэнд хэд хэдэн томоохон өөрчлөлтийг авчирснаараа онцлог байв. Үүнд гишүүдийн тоог 126 болгон нэмэгдүүлсэн, холимог тогтолцоог нэвтрүүлсэн болон бүсчилсэн тойргоор санал хураасан зэрэг багтана. Сонгуулийн Ерөнхий Хорооны албан ёсны мэдээллээр 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн улсын хэмжээний дундаж ирц 69.85% байв.

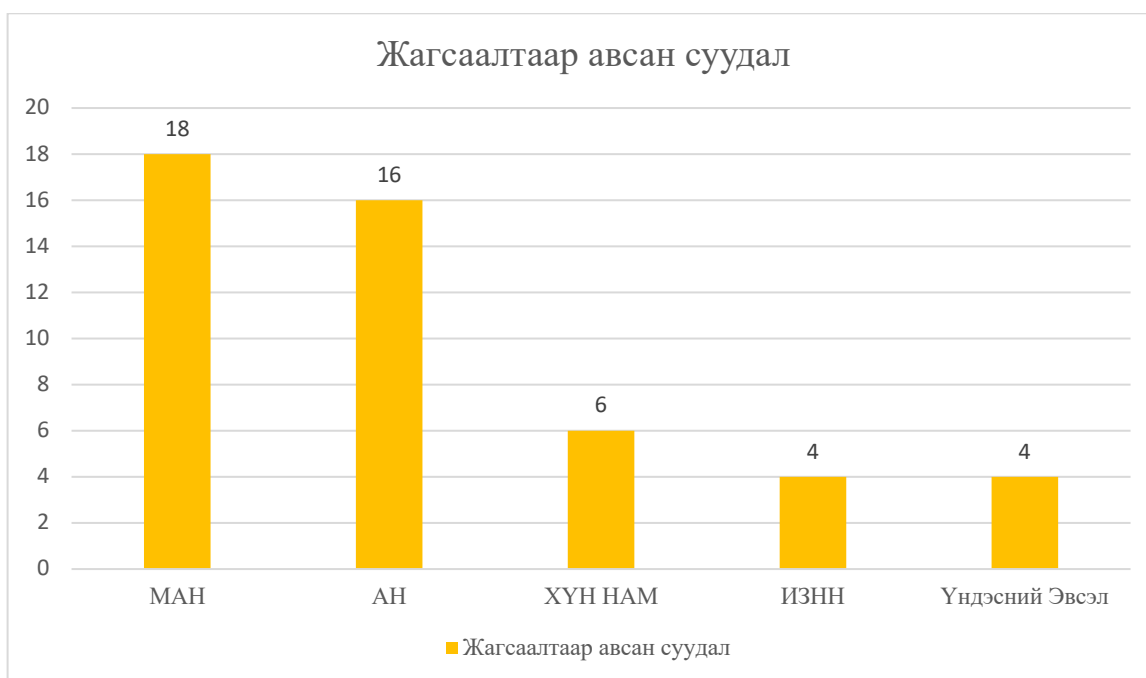
- Насны бүлгээр: Залуу сонгогчдын (18-34 нас) ирц өмнөх сонгуулиудтай харьцуулахад өсөлттэй гарсан ч ахмад үеийнхнээс (55-аас дээш нас) доогуур хэвээр байна. Энэ нь улс төрийн социализацийн онолын дагуу залуучуудын оролцоо нэмэгдэж буй "эерэг төлөвшил"-ийг харуулж байна.
- Бүс нутгаар: Хэнтий аймаг багтсан Зүүн бүсийн (6-р тойрог) ирц улсын дунджаас өндөр буюу 70%-иас давсан нь тухайн бүс нутгийн иргэдийн улс төрийн идэвх өндөр байгааг илтгэж байна.

Холимог тогтолцоо (78:48) ашигласны үр дүнд парламентад суудал авсан намуудын тоо нэмэгдэж, төлөөллийн чадамж сайжирсан.

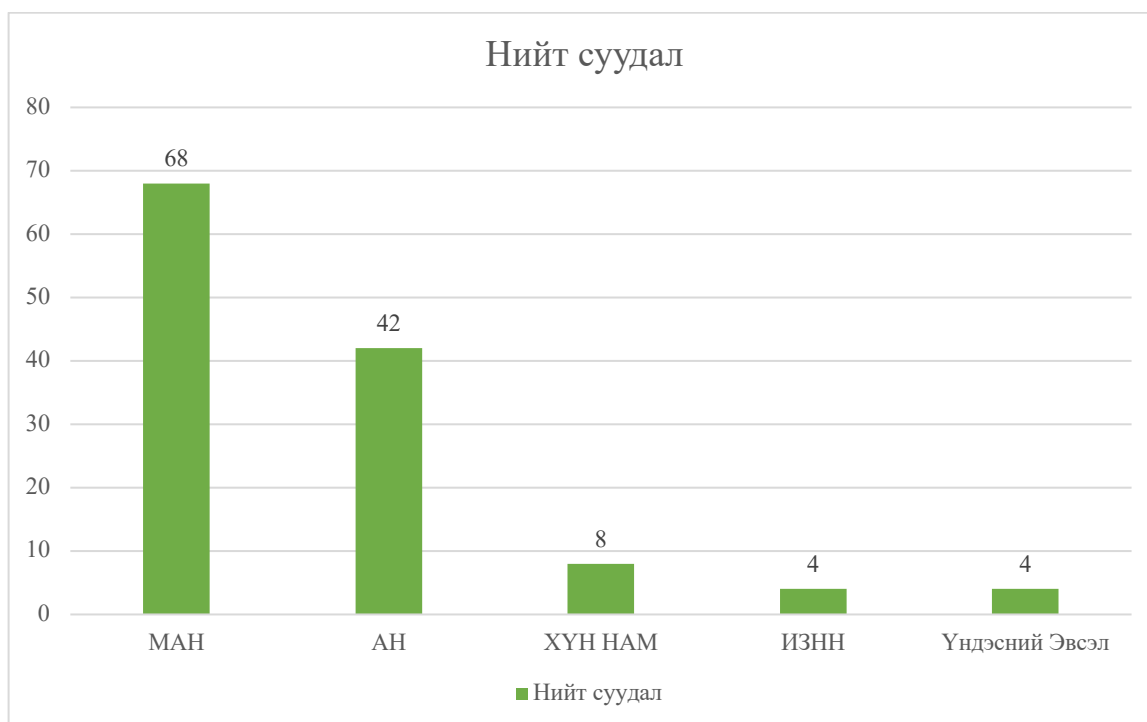
Зураг 3. 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн үр дүн, Тойргоос авсан суудлаар



Зураг 4. 2024 оны УИХ-ын сонгуулийн үр дүн, Жагсаалтаар авсан суудлаар



Зураг 5. 2024 оны УИХ-ын үр дүн, Нийт суудлаар



УИХ-ын сонгуулийн үе шатууд

Сонгуулийн үйл явц нь Сонгуулийн Ерөнхий Хорооноос баталсан цаг хугацааны хуваарийн дагуу дараах үе шаттай явагддаг:

- Сонгууль товлон зарлах: Сонгуулийн жилийн 2-р сарын 1-нээс өмнө УИХ-аас товлон зарлана.
- Тойрог байгуулах, мандат хуваарилах: Хүн амын тоо, засаг захиргааны нэгжийг харгалзан тойргийг тогтооно.
- Нэр дэвшүүлэх: Намууд болон эвслүүд нэр дэвшигчдээ тодруулна. Мөн бие даан нэр дэвшигчид гарын үсэг цуглуулна.
- Сурталчилгаа: Сонгуулийн сурталчилгаа хуульд заасан хугацаанд (ихэвчлэн 18-22 хоног) явагдана.
- Санал хураалт ба үр дүн: Техникийн хяналтын төхөөрөмжөөр саналыг тоолж, 100 хувь гар аргаар хяналтын тооллого хийнэ.

Монгол Улсын УИХ-ын сонгууль нь мажоритар болон пропорциональ тогтолцоог хослуулсан шинэ шатанд шилжсэнээр сонгогчдоос илүү өндөр боловсрол, хариуцлагатай сонголтыг шаардаж байна. Хэнтий аймгийн сонгогчдын хувьд бүсчилсэн тойрогт санал өгөх нь орон нутгийн ашиг сонирхлыг үндэсний хэмжээний бодлоготой уялдуулах шинэ боломж болон сорилтыг нэгэн зэрэг авчирч байна.

Аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн ИТХ-ын (Орон нутгийн) сонгууль

Нутгийн өөрөө удирдах байгууллагыг бүрдүүлэх, иргэдийн өдөр тутмын амьдралд хамгийн ойр шийдвэр гаргах сонгууль.

- **Эрх зүйн зохицуулалт:** Аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн Иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын сонгуулийн тухай хууль.
- **Хугацаа:** 4 жил тутамд (УИХ-ын сонгуулиас хойш 4 сарын дараа явагддаг).
- **Онцлог:** Орон нутгийн төсөв, газар зохион байгуулалт, бүтээн байгуулалтыг шийдэх төлөөлөгчдийг сонгодог. Орон нутгийн онцлог, тулгамдсан асуудлыг шийдвэрлэх чадварыг голчилдог.
- **Цаг үеийн хүчин зүйлсийн нөлөө:** **Нутгархах үзэл**, ураг төрлийн хэлхээ холбоо болон тухайн орон нутагт хийгдсэн бодит ажлууд (зам, сургууль, цэцэрлэг) сонголтод хамгийн их нөлөөлдөг. Мөн УИХ-ын сонгуулийн үр дүнгийн "давалгаа" орон нутгийн сонгуульд нөлөөлөх хандлагатай байдаг.

1.2 Орон нутгийн сонгууль

Сонгууль гэдэг нь санал өгөх замаар улс төрийн шийдвэр гаргах үйл явцыг хэлдэг бөгөөд төрийн албан тушаалд ажиллах өөрийн төлөөллийг сонгоход сонгогчдын оролцоог удирдах, нийгмийн зөвшилцлийг бий болгох механизм юм (Э.Гэрэлт-Од, 2021).

Монгол Улс нь УИХ, Орон нутгийн сонгууль болон Ерөнхийлөгчийн сонгуулийг зохион байгуулдаг. Орон нутгийн сонгууль нь УИХ болон Ерөнхийлөгчийн сонгуулиудын хооронд зохион байгуулагддаг. ОНС нь уг сонгуулиуд дундаас хамгийн бага ирцтэй байдаг байна. Ирц бага байгаа шалтгаан нь сонгогч тухайн сонгуулийн ач холбогдлыг бага гэж үздэгтэй холбоотой (Ардчилал судлалын төв, 2022).

Иргэд орон нутгийн сонгуульд өөрсдийн хамгийн тулгамдсан асуудлыг шийдэх чадвар, нэр дэвшигчийн хувь хүний нөлөөг илүүд үздэг. Харин үндэсний хэмжээний сонгуульд үзэл суртал, намын харьяалалыг чухалчлах хандлагатай. (Д. Ганбат, 2022).

Сонгуулийн тогтолцоо болон орон нутгийн хурлын эрх мэдлийн хязгаарлагдмал байдалтай холбоотойгоор манай сонгогчдын өөрсдийн өгсөн санал орон нутгийн шийдвэр гаргалтад бодит өөрчлөлт авчирна гэдэг итгэл харьцагуй сул байдаг. (Н. Мягмарцож, 2023)

Ардчилалд шилжсэнээс хойших 30 жилийн хугацаанд ОНС-ийг зохион байгуулахтай холбоотойгоор дараах таван хуулийг баталсан байна. Үүнд:

- 1996 онд - Аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай хууль анх батлагдав.
- 2007 онд - Орон нутгийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай хууль
- 2012 онд - Нийслэлийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай хууль болон аймаг, сум, дүүргийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай хууль
- 2015 онд - Сонгуулийн тухай хууль (энэ хуульд УИХ, Ерөнхийлөгчийн сонгууль болон аймаг, нийслэл, сум, дүүргийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай заалтуудыг багцаар нь тусгасан).

- 2020 онд - Аймаг, нийслэл, сум дүүргийн ИТХ-ын сонгуулийн тухай хууль батлагдав.

1.3 Сонгогчийн зан төлөвийн тухай ойлголт

Сонгогчийн зан төлөвийг судлаачид олон төрлөөр тодорхойлдог. Сонгогчийн зан төлөвийн тухай ойлголтын загваруудаас авч үзвэл:

1. Социологийн загвар (Колумбиа Модел)

Сонгогчийн зан төлөв гэдэг нь хувь хүний нийгмийн байр суурь буюу анги давхарга, шашин, оршин суугаа газраас үүдэлтэй улс төрийн урьдал нөхцөлүүдийн илрэл юм. Социологийн загвар нь 1940-өөд оны үед АНУ-ын Колумбийн их сургуулийн Паул Лазарсфельд, Бернард Берелсон, Хазел Гаудет нарын эрдэмтдийн судалгаан дээр үндэслэн бий болсон. Тэд 1940 оны АНУ-ын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн үеэр Охайо мужийн Эри каунтид сонгогчдын шийдвэр гаргах үйл явцыг анх удаа "панель судалгаа"-ны аргаар ажигласан байна. Энэхүү загвар нь хүн нийгмийн хувьд хэн бэ, тэр хэмжээгээрээ улс төрийн хувьд сэтгэдэг гэсэн зарчимд тулгуурладаг. Лазарсфельдын онолоор сонгогч нь бусдаас үл хамаарах бие даасан, рационал хувь хүн биш бөгөөд түүний сонголт нь харьяалагдаж буй нийгмийн бүлгүүдийн шинж чанараар урьдчилан тодорхойлогддог байна. Үүнийг хэмжихийн тулд тэд "Улс төрийн урьдал нөхцөлийн индекс"-ийг боловсруулсан ба үүнд Нийгэм-эдийн засгийн давхарга, Шашин шүтлэг, болон Оршин суугаа газар гэсэн гурван үндсэн хувьсагчийг багтаасан байдаг. Өөрөөр хэлбэл сонгогчийн гаргаж буй шийдвэр нь хувь хүний "рационал" тооцоолол гэхээсээ илүү түүний харьяалагдаж буй нийгмийн бүлгүүдийн шинж чанараас шууд хамаардаг гэж үздэг (Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H, 1944).

Уг загварт сонгогчийн зан төлөвийг урьдчилан таамаглахын тулд улс төрийн урьдал нөхцөлийн индексийг боловсруулсан. Үүнд дараах гурван хүчин зүйл багтдаг:

- Нийгэм-эдийн засгийн статус: Орлогын түвшин, боловсрол, ажил эрхлэлт зэрэг үүнд хамаарна. Дээд давхаргынхан болон дундаж давхаргынхан ихэвчлэн өөрсдийн өмчийг хамгаалдаг консерватив намуудыг дэмждэг бол харин ажилчин анги либерал намуудыг дэмжих хандлагатай байдаг.
- Шашин шүтлэг: Сонгогчийн шүтдэг шашин, түүний гэр бүлийн уламжлал нь сонголтод нь маш хүчтэй нөлөөлдөг. Төсөөтэй үнэт зүйл бүхий шашны бүлгүүд нэгдмэл санал өгөх хандлагатай байдаг.
- Газарзүйн байршил: Хот суурин газрын иргэд шинэчлэл, өөрчлөлтөд нээлттэй байдаг бол хөдөө орон нутгийн иргэд уламжлалт үнэт зүйлийг баримтлагч намуудыг илүүд үздэг.

2. Сэтгэл зүйн загвар (Мичиганы Модел)

Сонгогчийн зан төлөв нь тухайн хувь хүний аль нэг улс төрийн намтай тогтоосон сэтгэл зүйн ижилсэл болон улс төрийн хүмүүжлээр дамжин төлөвшсөн 'шүүлтүүр'-ээр мэдээллийг хүлээн авч, үнэлэлт өгөх үйл явц юм. Сэтгэл зүйн загварын онол нь 1950-иад оны үед Мичиганы их сургуулийн Нийгмийн судалгааны хүрээлэнгийн эрдэмтэд болох

Ангус Кэмпбелл, Филип Конверс , Уоррен Миллер, Дональд Стоукс нарын судалгаан дээр үндэслэн бий болсон. Социологийн загвар нь нийгмийн бүлгүүдийн шинж чанар чухал гэж үзсэн бол энэхүү загвар нь сонгогчийн дотоод сэтгэл зүй буюу намын төсөөтэй байдал, ижилсэл хэмээх ойлголтыг чухачилж үзсэн. Намын төсөөтэй байдал буюу ижилсэл гэдэг нь хувь хүн аль нэг улс төрийн намтай өөрийгөө сэтгэл зүйн хувьд холбох, тухайн намд хамаарагдахыг хэлнэ. Намын ижилсэл нь сонгогчийн хувьд "шүүлтүүр" болж өгдөг бөгөөд сонгогч өөрийн дэмждэг намын алдааг өмөөрч, амжилтыг нь сайшаадаг бол эсрэг намын сайн санаачилгыг ч буруу гэж хүлээж авах хандлагатай байдаг (The American Voter, 1960).

3. Рационал сонголтын загвар

Сонгогчийн зан төлөв гэдэг нь сонгогч өөрийн ашиг сонирхлыг дээд зэргээр нэмэгдүүлэх зорилготой оновчтой тооцоолол юм. Энэ нь намуудын амлалтыг өөрийн амьдралд авчрах үр ашигтай харьцуулан шийдвэр гаргах цэвэр рационал үйлдэл юм. Уг онолд сонгогчийг сэтгэл хөдлөлөөр бус эдийн засгийн логикоор шийдвэр гаргадаг гэж үздэг. Өөрөөр хэлбэр сонгуулийг нэг төрлийн зах зээл гэж үзэн нэр дэвшигчдийг бараа бүтээгдэхүүн харин сонгогчдыг хэрэглэгч гэж авч үздэг. Энэхүү онолын гол санаа нь сонгогч өөрийн саналаар саналаа өгөх үедээ хамгийн бага зардлаар хамгийн их ашиг хүртэх гэсэн логикт суурилдаг. Тайлбарлавал сонгогч нь нэр дэвшигч болон намуудын мөрийн хөтөлбөрийг хооронд нь харьцуулан хэн ялбал миний амьдралд илүү эерэг өөрчлөлт гарах вэ гэдгийг тооцоолдог гэсэн үг (Downs, 1957).

Даунс томъёо буюу санал өгөх үйлдлийг математикаар тайлбарласан.

$$R = (P \times B) - C$$

- R нь Reward буюу санал өгснөөр хүртэх цэвэр ашиг
- P нь Probability буюу тухайн сонгогчийн нэг санал сонгуулийн үр дүнг шийдвэрлэх магадлал
- B нь Benefit буюу өөрийн дэмжиж буй нэр дэвшигч ялснаар хүртэх бодит ашиг
- C нь Cost буюу санал өгөхөд зарцуулах зардал

Хэрэв $R > 0$ байвал иргэн санал өгнө, харин $R \leq 0$ байвал санал өгөхгүй (идэвхгүй байх) гэж үздэг.

Рационал сонголтын загварт сонгогчийг мэдээлэл боловсруулж буй байдлаар нь дараах байдлаар ангилдаг.

- Ирээдүйг харсан буюу нам болон нэр дэвшигчдийн амлалт, мөрийн хөтөлбөр ирээдүйд ямар үр ашигтай байж болохыг тооцоолох.

- Өнгөрсөнд суурилсан буюу одоо засаглаж ббайгаа нам, нэр дэвшигч нь өнгөрсөн хугацаанд сайн ажилласан эсэх дээр тулгуурлан мэдээлэл боловсруулдаг (Fiorina, 1981).

Дээрх онолууд дээр үндэслэн “Сонгогчийн зан төлөв гэдэг нь сонгуульд оролцох ирц болон хэнд санал өгөх шийдвэрт нөлөөлж буй нийгэм, сэтгэл зүй, эдийн засаг болон институцийн хүчин зүйлсийн харилцан үйлчлэлийн цогц илрэл юм” (Richard G. Neimi, Herbert F. Weisberg, 2001) гэж тодорхойлсон байна.

Д. Мягмар (2015) нь тодорхойлохдоо Сонгогчийн зан төлөв нь сонгуулийн үйл явцад иргэдийн оролцож буй хэлбэр, тэдний улс төрийн соёл, уламжлалт үнэт зүйлс болон орчин үеийн мэдээллийн нөлөөн дор гаргаж буй улс төрийн шийдвэрүүдийн нэгдэл юм.

1.3 Сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөгч хүчин зүйлийн онол

Сонгогчдын шийдвэр гаргалт нь ардчилсан нийгмийн хамгийн чухал зүйл бөгөөд засгийн газрын бүрэлдэхүүнийг бүрдүүлж, бидний амьдралыг удирддаг бодлогыг тодорхойлдог. Сонгогчдын санал хураалтын үеэр гаргадаг шийдвэр нь олон хүчин зүйлсээс хамаардаг.

1.3.1 Хувь хүний хүчин зүйл

Хувь хүний хүчин зүйлс нь сонгогчийн нийгэм дэх байр суурь, танин мэдэхүйн онцлогийг илэрхийлдэг тул шийдвэр гаргалтын анхдагч суурь болдог.

Орлого: Хэд хэдэн судалгаагаар орлогын түвшин болон улс төрийн оролцоо, түүний дотор санал өгөх хоёрын хооронд эерэг хамаарал байгааг тогтоосон. Өндөр орлоготой хүмүүс бага орлоготой хүмүүстэй харьцуулахад улс төрд илүү идэвхтэй оролцож, санал өгөх магадлал өндөр байдаг. Орлогын тэгш бус байдал ихтэй нийгэмд амьдардаг хүмүүс зүүний үзэлтэй намууд эсвэл нэр дэвшигчдийг дэмжих магадлал өндөр байдаг.

- Боловсрол: Өндөр боловсрол эзэмшсэн хүмүүс сонгуульд илүү идэвхтэй оролцож, мөрийн хөтөлбөрийг харьцуулан шинжих чадвар нь өндөр байдаг. Энэхүү оролцоо нэмэгдсэн нь тэдэнд улс төрийн үйл явцад илүү их нөлөө үзүүлэх, тулгарч буй асуудлуудын талаар илүү мэдээлэлтэй ойлголттой болсноор санал өгөх шийдвэрээ гаргах боломжийг олгодог. Гэсэн хэдий ч боловсрол болон санал өгөх шийдвэрийн хоорондын харилцаа нь нарийн төвөгтэй бөгөөд өөр өөр нөхцөл байдал, нийгэмд харилцан адилгүй байдаг.
- Хүйс: Сонгогчийн хүйс нь санал өгөх шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөх магадлалтай гэж үздэг. Эмэгтэй сонгогчид эрүүл мэнд, боловсрол, нийгмийн халамж, хүйсийн тэгш байдал зэрэг асуудлыг ихэвчлэн чухалчилдаг бол эрэгтэй сонгогчид үндэсний аюулгүй байдал, эдийн засгийн өсөлт, уламжлалт үнэт зүйлс зэрэг асуудлуудыг чухалчилж авч үздэг.

- Нас: Сонгогчийн нас нь шийдвэр гаргалтанд мэдэгдэхүйц нөлөө үзүүлдэг ба насны бүлэг бүрт шийдвэр гаргалт нь өөр өөрөөр илэрдэг. Жишээлбэл залуу сонгогчид уур амьсгалын өөрчлөлт, нийгмийн шударга ёс, үе үеийн асуудлууд зэрэгт ач холбогдол өгдөг.
- Улс төрийн үзэл суртал: Улс төрийн үзэл суртал гэдэг нь нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн асуудлаарх хүний үзэл бодлыг бүрдүүлдэг итгэл үнэмшил, үнэт зүйлс, зарчмуудын цогцыг хэлнэ. Консерватив үнэт зүйлстэй нийцдэг хүмүүс нь ихэвчлэн нийгмийн дэг журам, чөлөөт эдийн засгийн байр суурийн ач холбогдол, үндэсний батлан хамгаалалтыг онцолж, эдгээр тэргүүлэх чиглэлийг илэрхийлдэг нэр дэвшигчдийн талд ороход хүргэдэг. Үүний эсрэгээр либерал үзэлтэй сонгогчид ихэвчлэн нийгмийн дэвшил, эдийн засгийн зохицуулалт, өргөн хүрээтэй оролцоог дэмжиж, эдгээр үзэл бодолтой нэр дэвшигчдийг дэмжихэд хүргэдэг (Mason, 2018).
- Хувь хүний шинж чанарууд: Хувь хүний шинж чанарууд нь хувь хүний санал өгөх шийдвэрийг тодорхойлоход чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Гадагш чиглэсэн хүмүүс эрч хүчтэй, нээлттэй удирдагчдад татагдах магадлал өндөр байдаг бол дотогш чиглэсэн хүмүүс илүү тайван, бодлоготой нэр дэвшигчдийг илүүд үздэг. Хувь хүний зан чанар нь хувь хүний улс төрийн чиг баримжаа, сонголтыг бүрдүүлснээр санал өгөх шийдвэрт нөлөөлж болно.
- Сэтгэл хөдлөлийн чадамж буюу EI: EI буюу сэтгэл хөдлөлийн чадамж нь өөрийн сэтгэл хөдлөлийг тань мэдэж, ойлгож түүнийгээ удирдах чадвар юм. Танин мэдэхүйн үйл явц нь хүн сэтгэл хөдлөлийн туршлагыг хэрхэн тайлбарлаж, хариу үйлдэл үзүүлэхэд нөлөөлж, улс төрийн хандлагын чиглэл, эрч хүчийг бүрдүүлдэг. Өндөр EQ-тэй сонгогчид нэр дэвшигчдийн амлалтад шууд автахгүйгээр өөрийн сэтгэл хөдлөлийг удирдаж, мэдээлэлд илүү шүүлтүүртэй ханддаг (Brader, 2006).

1.3.2 Нийгэм соёлын хүчин зүйл

Нийгмийн соёлын хүчин зүйл нь сонгогчдын тодорхой нийгмийн бүлгүүдтэй ижил төстэй байдал нь тэдний улс төрийн сонголт, санал өгөх зан үйлд нөлөөлдөг. Сонгогчид шийдвэр гаргалт хийхдээ арьс өнгө, үндэс угсаатай холбоотой сонирхол, үзэл бодолтойгоо уялдуулдаг. Арьс өнгө, үндэс угсааны онцлог нь улс төрийн сонголт, санал өгөх зан үйлийг бүрдүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг.

- Арьс өнгө, үндэс угсаа: Арьс өнгө, үндэс угсааны онцлог нь улс төрийн сонголт, санал өгөх зан үйлийг бүрдүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг.
- Шашин шүтлэг: Шашин нь хувь хүний санал өгөх шийдвэрт мэдэгдэхүйц нөлөөлж чаддаг бөгөөд олон тооны судалгаагаар шашны итгэл үнэмшил, харьяалал нь улс төрийн сонголт, санал өгөх зан үйлд нөлөөлдөг нь тогтоогдсон. Судалгаагаар хувь хүмүүс санал өгөх сонголтоо шашны үнэт зүйлс, ёс суртахууны итгэл үнэмшилтэй нь нийцдэг гэж үздэг нэр дэвшигчид эсвэл намуудтай уялдуулдаг болохыг харуулсан (Layman,

2001). Жишээлбэл шашны сонгогчид үр хөндөлт, ижил хүйстний гэрлэлт, шашны эрх чөлөө зэрэг асуудлуудыг нэн тэргүүнд тавьж, эдгээр асуудлаар өөрсдийн байр суурийг хуваалцдаг нэр дэвшигчдийг дэмжиж болно.

- Хэвлэл мэдээллийн нөлөө: Хэвлэл мэдээллийн нөлөө нь хувь хүмүүсийн санал өгөх шийдвэрийг бүрдүүлэхэд чухал нөлөөтэй. Хэвлэл мэдээлэл нь олон сонгогчдын хувьд улс төрийн талаарх мэдээллийн анхдагч эх сурвалж болж, улс төрийн үйл явдал, нэр дэвшигчдийн талаарх тэдний ойлголт, үнэлгээнд нөлөөлдөг.
- Нийгмийн сүлжээ: Сүүлийн жилүүдэд Фэйсбүүк, Твиттер, Инстаграм зэрэг нийгмийн сүлжээнүүд нь хувь хүмүүс улс төрийн хэлэлцүүлэг өрнүүлэх, улс төрийн контент хуваалцах, улс төрийн нэр дэвшигчид болон кампанит ажилтай харилцах платформ болж байна.

1.3.3 Улс төрийн хүчин зүйл

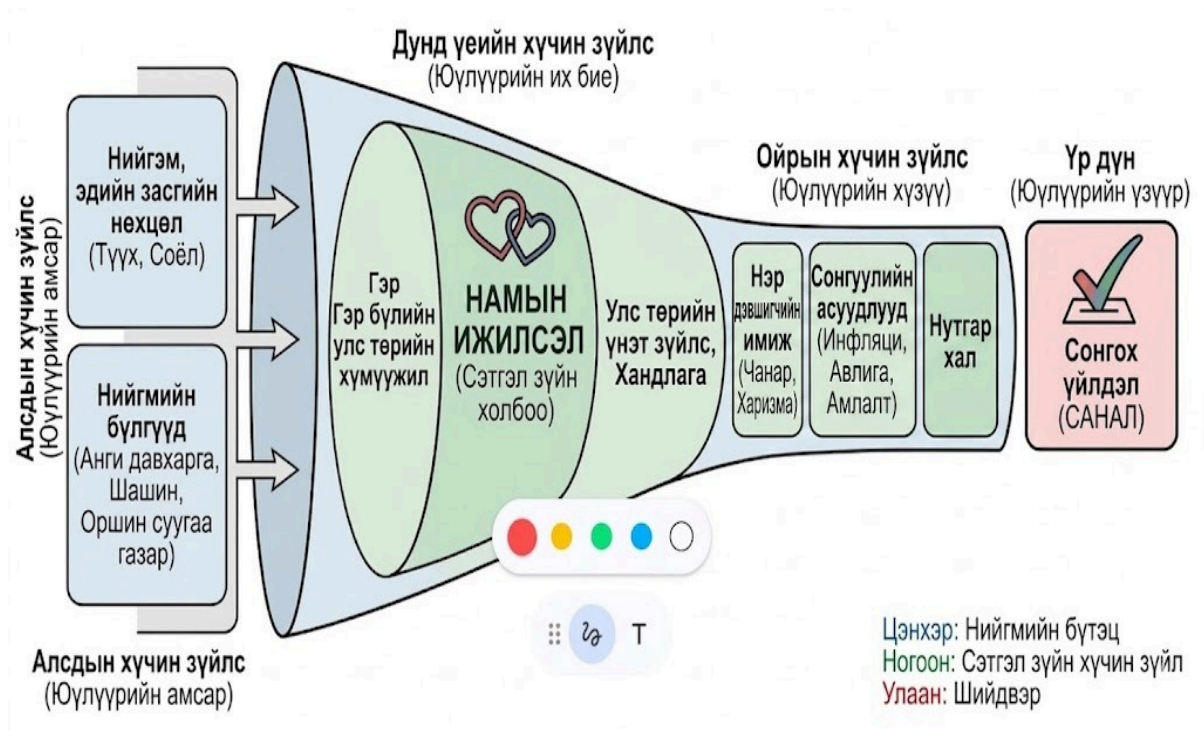
Улс төрийн хүчин зүйлс нь сонгогчдын шийдвэр гаргалтыг бүрдүүлэхэд гол үүрэг гүйцэтгэдэг. Сонгогчид саналаа тодорхойлохдоо намын тодорхойлолт, нэр дэвшигчийн шинж чанар, бодлогын байр суурь, кампанит ажлын стратеги, эдийн засгийн нөхцөл байдал зэрэг улс төрийн янз бүрийн хүчин зүйлсийг харгалзан үздэг. Эдгээр хүчин зүйлс нь сонгогчдын зан төлөвт мэдэгдэхүйц нөлөөлж, эцэст нь сонгуулийн үр дүнд нөлөөлж болно.

- Улс төрийн нам: Сонгогчид өөрсдийгөө Ардчилсан намын гэж тодорхойлж авч үзвэл нэр дэвшигчдийг үнэлэн шийдвэр гаргахдаа улс төрийн намын нэр хүнд, мөрийн хөтөлбөрт найдах хандлагатай байдаг. Энэ нь сонгогчид тодорхой нэр дэвшигчид эсвэл асуудлын талаар хязгаарлагдмал мэдлэгтэй байсан ч улс төрийн намын тухай мэдлэгтэй байвал шийдвэрээ гаргах боломжтой болдог.
- Нэр дэвшигчийн шинж чанар: Нэр дэвшигчийн шинж чанар нь сонгогчдын шийдвэрт нөлөөлөхөд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Сонгогчид шийдвэр гаргалт хийхдээ нэр дэвшигчдийн янз бүрийн хувийн шинж чанар, мэргэжил, шинж чанарыг ихэвчлэн үнэлдэг. Эдгээр хүчин зүйлс нь сонгогчдын ойлголт, хандлага, сонголтод нөлөөлж, эцсийн дүндээ тодорхой нэр дэвшигчийг дэмжих шийдвэрт нь нөлөөлдөг.
- Бодлого: Сонгогчид шийвэр гаргалт хийхдээ бодлогын байр суурийг чухалчилж авч үздэг. Сонгогчид нэр дэвшигчдийн бодлого нь мэдээлэл сайтай, нотолгоонд суурилсан, хэрэгжих бодитой боломжтой эсэхийг үнэлдэг.
- Кампанит ажил: Улс төрийн нэр дэвшигчид болон тэдний кампанит ажил нь өөрсдийн мессежийг хүргэх, дэмжигчдийг дайчлах, шийдвэр гаргалтаа хийгээгүй сонгогчдыг итгүүлэхийн тулд янз бүрийн тактик, стратеги ашигладаг. Эдгээр стратеги нь сонгогчдын ойлголт, хандлага, эцэст нь тодорхой нэр дэвшигчийг дэмжих шийдвэрт нөлөөлж болно.
- Эдийн засгийн нөхцөл байдал: Сонгогчид улс төрийн нэр дэвшигчдийг үнэлэх, шийдвэр гаргалтаа хийхдээ эдийн засгийн байдал болон хувийн

санхүүгийн байдлаа ихэвчлэн харгалзан үздэг. Эдийн засгийн гүйцэтгэл болон түүний хөгжлийн чиг хандлагын талаарх ойлголт нь сонгогчдын ойлголт, хандлага, сонголтод нөлөөлж болно. Ажилгүйдлийн түвшин бага, ДНБ-ий өсөлт, орлогын өсөлт зэрэг эдийн засгийн эерэг нөхцөл байдал нь сонгогчдын дунд өөдрөг үзэл, сэтгэл ханамжийг бий болгодог.

Дээрх хүчин зүйлсийг нэг загварт оруулж авч үзвэл:

Зураг 6. Мичиганы сургуулийн Шалтгаант холбооны юүлүүр загвар



Уг загварыг тайлбарлавал:

- Суурь хүчин зүйлс (Юүлүүрийн амсар хэсэг): Улс орны түүх, соёл, эдийн засгийн суурь бүтэц, нийгмийн бүлгүүд, анги давхарга, шашин, оршин суугаа газар.
- Дунд үеийн хүчин зүйлс (Юүлүүрийн их бие хэсэг): Гэр бүлийн улс төрийн хүмүүжил, намын ижилсэл, улс төрийн үнэт зүйлс. Энэ хэсэгт байрлах Намын ижилсэл нь сонгогчийн мэдээлэл боловсруулах шүүлтүүр болж, эцсийн санал өгөх үйлдэлд хамгийн тогтвортой нөлөө үзүүлдэг.
- Ойрын хүчин зүйлс (Юүлүүрийн хүзүү хэсэг): Нэр дэвшигчийн имиж, сонгуулийн асуудлууд авлига, амлалт, бүтээн байгуулалт, нутгархал зэрэг байна.
- Үр дүн (Юүлүүрийн үзүүр хэсэг): Сонгуулийн өдөр өгч буй эцсийн "Сонгох үйлдэл".

Сүүлийн жилүүдэд сонгогчийн шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөх хүчин зүйлсэд Сэтгэл хөдлөлийн чадамж буюу EQ болон нийгмийн сүлжээ буюу цахим орчин хүчтэй нэмэгдэж байгаа нь уламжлалт "рационал" сонголтын онолыг "сэтгэл зүйн-дигитал" хандлагаар баяжуулах зайлшгүй шаардлагыг бий болгож байна. Иймд эдгээр хүчин зүйлсийг өөрийн

судалгааны ажлын объект болох Хэнтий аймгийн сонгогчдын онцлогтой уялдуулан шинжлэх нь тухайн орон нутгийн улс төрийн дүр төрхийг бодитой тодорхойлох үндэс болох юм.

1.4 Монгол сонгогчийн үндсэн ангилал, хэв шинж

Судлаач С.Зулгэрэл, Д.Мягмар болон А. Лхагвадорж нарын тодорхойлсон Монгол сонгогчийн ерөнхий хэв шинжүүдийг өнөөгийн нийгэм, эдийн засгийн нөхцөл байдалтай уялдуулан дараах байдлаар ангилж байна

С. Сулгэрэлийн (2018) тодорхойлсноор Монголын сонгуулийн практикт сонгогчдыг намын ижилсэл болон шийдвэр гаргах хурдаар нь дараах 3 бүлэгт хуваадаг:

- Үнэнч (Хатуу) сонгогчид: Аль нэг намыг тууштай дэмждэг, гэр бүлийн уламжлал эсвэл үзэл суртлын хувьд гүн ижилссэн хүмүүс. Тэд мөрийн хөтөлбөрөөс үл хамааран "өөрийн" намын төлөө саналаа өгдөг. (Мичиганы сургуулийн онолтой нийцнэ).
- Савлагаатай (Хэлбэлзэгч) сонгогчид: Шийдвэрээ сонгуулийн сурталчилгааны сүүлийн өдрүүдэд эсвэл санал өгөх бүхээгт орохдоо гаргадаг хүмүүс. Эдгээр сонгогчид нэр дэвшигчийн имиж, тухайн үеийн "халуун" сэдэв болон халамжийн амлалтад хамгийн их автдаг.
- Идэвхгүй (Оролцдоггүй) сонгогчид: Улс төрд итгэх итгэл алдарсан, эсвэл "миний санал юуг ч шийдэхгүй" гэсэн хандлагатай иргэд. Ихэвчлэн хотын залуу үеийнхэн энэ бүлэгт багтах хандлагатай байдаг.

Монгол сонгогчийн гол хэв шинжүүд:

- Нутгархаг сонгогч: Монголын сонгуулийн хамгийн хүчтэй хэв шинж. "Манай нутгийн хүн", "Миний сумын ах" гэсэн зарчмаар санал өгдөг. Тэд нэр дэвшигчийн боловсролоос илүүтэйгээр нутаг орондоо юу хийсэн, хэдэн удаа ирж уулзсан, нутгийнхаа иргэдийг таньдаг эсэхийг чухалчилдаг (Д.Мягмар, 2015).
- Прагматик-Халамж горилогч: Энэ төрлийн сонгогч сонгуулийг боломж гэж хардаг. Тэд бэлэн мөнгөний амлалт, өр тэглэлт, халамжийн бодлого дэвшүүлсэн намд санал өгөх магадлал өндөр (С.Зулгэрэл, 2018).
- Уламжлалт-Тогтвортой сонгогч: Ихэвчлэн ахмад үеийнхэн болон төрийн албан хаагчид багтдаг. Тэд "Төр төвшин байх ёстой", "Туршлагатай нь дээр" гэсэн хандлагаар засаг барьж буй нам эсвэл танил болсон хуучин нэр дэвшигчдийг илүүд үздэг. Тэд гэнэтийн өөрчлөлтөөс эмээдэг (Д.Мягмар, 2015).
- Шүүмжлэгч-Шинэчлэгч сонгогч: Нийгмийн сүлжээнд идэвхтэй, боловсролтой залуу үеийн төлөөлөл. Тэд авлига, шударга ёс, хүний эрхийн асуудлыг чухалчилдаг. Нэр дэвшигчийн ёс зүй болон намын шинэчлэлийг харж саналаа өгдөг ч, тэдний санал олон хуваагдах сул талтай (А.Лхагвадорж, 2022).

Монгол сонгогчийн зан төлөвийн онцлог шинжүүд:

- Бие хүний шүтлэг (Candidate-Centric): Сонгогчид намын үзэл баримтлалаас илүүтэй нэр дэвшигч хувь хүний "харизма", өгөөмөр зан, тусч байдалд илүү ач холбогдол өгдөг (Д.Ганбаатар, 2012).
- Сэтгэл хөдлөлийн савлагаа: Сонгуулийн өмнөх 72 цагт гарсан "сенсаци" мэдээлэл Монгол сонгогчийн шийдвэрийг 10-15% эргүүлэх чадалтай байдаг.
- Гэр бүлийн нөлөө: Хөдөө орон нутагт өрхийн тэргүүний шийдвэр гэр бүлийн бусад гишүүдийн саналд шууд нөлөөлөх "бүлгийн санал" хүчтэй хэвээр байна (Sant Maral Foundation, 2018).

Судлаач С.Зулгэрэлийн (2018) тодорхойлсноор Монгол сонгогчдын дунд шийдвэрээ гаргаж чаддаггүй буюу 'савлагаатай' сонгогчдын бүлэг сүүлийн жилүүдэд тэлэх хандлагатай байна. Түүнчлэн, Д.Мягмарын (2015) тэмдэглэснээр орон нутгийн түвшинд сонгогчийн зан төлөв нь 'нутгархал' хэмээх нийгэм соёлын хүчин зүйлээр дамжин илүү тогтвортой хэлбэрийг олдог байна.

1.5 Дүгнэлт

Сонгогчийн зан төлөвийн онолын үзэл баримтлалуудыг системчлэн судалсны үндсэн дээр дараах нэгдсэн дүгнэлтүүдийг гаргаж байна. Үүнд:

Нэгдүгээрт, Сонгогчийн шийдвэр гаргах зан төлөвийг тайлбарлахдаа барууны улс төр судлалд Социологийн, Сэтгэл зүйн болон Рационал сонголтын гэсэн гурван үндсэн парадигм давамгайлж байна. Эдгээр загварууд нь сонгогчийг тус тусдаа "нийгмийн амьтан", "сэтгэл зүйн ижилсэл бүхий дэмжигч", "ашиг хонжоо хайгч рационал субъект" гэж ялгаатайгаар харж байгаа ч, бодит байдал дээр эдгээр нь бие биеэ үгүйсгэх бус, харин харилцан нөхөх шинжтэй байна. Ялангуяа "Шалтгаант холбооны юүлүүр" загвар нь эдгээр хүчин зүйлсийг цаг хугацаа болон нөлөөллийн зэргээр нь нэгтгэж чадсан хамгийн оновчтой бүтэц юм.

Хоёрдугаарт, Олон улсын эрдэмтдийн боловсруулсан онолын загваруудыг Монгол судлаачид дотоодын хөрсөнд буулгахдаа "Нутгархал" болон "Халамж горилогч" хэв шинжийг онцгойлон авч үзсэн нь Монгол сонгогчийн өвөрмөц байдлыг илэрхийлж байна. Гэсэн хэдий ч, уламжлалт ном зохиолуудад сонгогчийн зан төлөвийг дэндүү тогтвортой байдлаар, намын ижилсэл дээр тулгуурлан тайлбарлах хандлага ажиглагдаж байгаа нь өнөөгийн "дижитал түйлшрэл" болон "савлагаатай сонгогчдын" огцом өсөлтийг бүрэн гүйцэд тайлбарлахад учир дутагдалтай байна.

Гуравдугаарт, Судалгааны ажлуудыг харьцуулан шинжлэн авч үзэхэд:

С.Зулгэрэл (2018) нарын судалгаа нь сонгогчдын прагматик хандлагыг маш сайн нээж өгсөн боловч, сонгогчийн шийдвэрт нөлөөлөх "сэтгэл хөдлөлийн оюун ухаан" (EQ)-ийн нөлөөллийг орхигдуулсан талтай.

Д.Мягмар (2015)-ийн үзэл санаанд нутгархлын хүчин зүйл давамгайлж байгаа нь хөдөө орон нутгийн (Хэнтий аймгийн кэйс) сонгуулийг тайлбарлахад хамгийн тохиромжтой боловч, социал медиагаар дамжин нэвтэрч буй залуу үеийн "Шинэчлэгч" хэв шинжийг хангалттай тусгаагүй байна.

Sant Maral Foundation-ийн дата мэдээллүүд нь бодит хандлагыг статистикжуулсан боловч "Яагаад?" гэдэг асуултад хариулах гүнзгийрүүлсэн чанарын шинжилгээний хувьд хязгаарлагдмал юм.

Дөрөвдүгээрт, Энэхүү судалгааны ажлын зорилго болох Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодорхойлоход дээрх онолуудаас "Рационал сонголт" буюу эдийн засгийн ашиг сонирхол болон "Социологийн загвар" буюу нутгархал, гэр бүлийн нөлөө нь хамгийн өндөр ач холбогдолтой байна. Харин сүүлийн үеийн чиг хандлага болох EQ (Сэтгэл хөдлөлийн чадамж) болон Цахим орчны нөлөөлөл нь эдгээр уламжлалт хүчин зүйлсийг хэрхэн хувиргаж буйг нарийвчлан шинжлэх шаардлагатай гэж үзлээ.

БҮЛЭГ 2. ХЭНТИЙ АЙМГИЙН ОРОН НУТГИЙН СОНГУУЛИЙН ТУХАЙ

2.1 Хэнтий аймгийн сонгуулийн тухай

Сүүлийн 20 гаруй жилийн хугацаанд Хэнтий аймгийн сонгуулийн үр дүнгүүдийг харахад Монгол Ардын Намыг хамгийн их дэмждэг дэмжигч аймаг байсаар ирсэн байна. УИХ-ын 2016, 2020 болон 2024 оны сонгуулийн үр дүнгээс харахад МАН тухайн аймагт ногдсон 3 мандатыг бүрэн авч үнэмлэхгүй ялалт байгуулсан байна. Орон нутгийн сонгуулийн хувьд аймгийн иргэдийн төлөөлөгчдийн хуралд МАН тогтмол олонх болж, засаг засаглалын бүх шатанд оролцоотой ажиллаж байна. Монгол Улсын Ерөнхийлөгч У. Хүрэлсүх болон Ерөнхий сайд асан Л. Оюун-Эрдэнэ нь Хэнтий аймгаас гаралтай бөгөөд хоёулаа МАН-д харъяалагддаг байна.

2024 оны УИХ-ын сонгууль нь Монгол Улсын түүхэнд хамгийн том парламентыг буюу нийт 126 гишүүн бүрдүүлсэн анхны сонгууль болсон.

Холимог систем: Сонгууль анх удаа мажоритар (78) болон пропорционал (48) хосолсон системээр явагдсан. Энэ нь сонгогчийн зан төлөвт "Намд өгөх санал" болон "Хүнд өгөх санал" гэсэн хоёр өөр шийдвэр гаргах сэдэл төрүүлсэн.

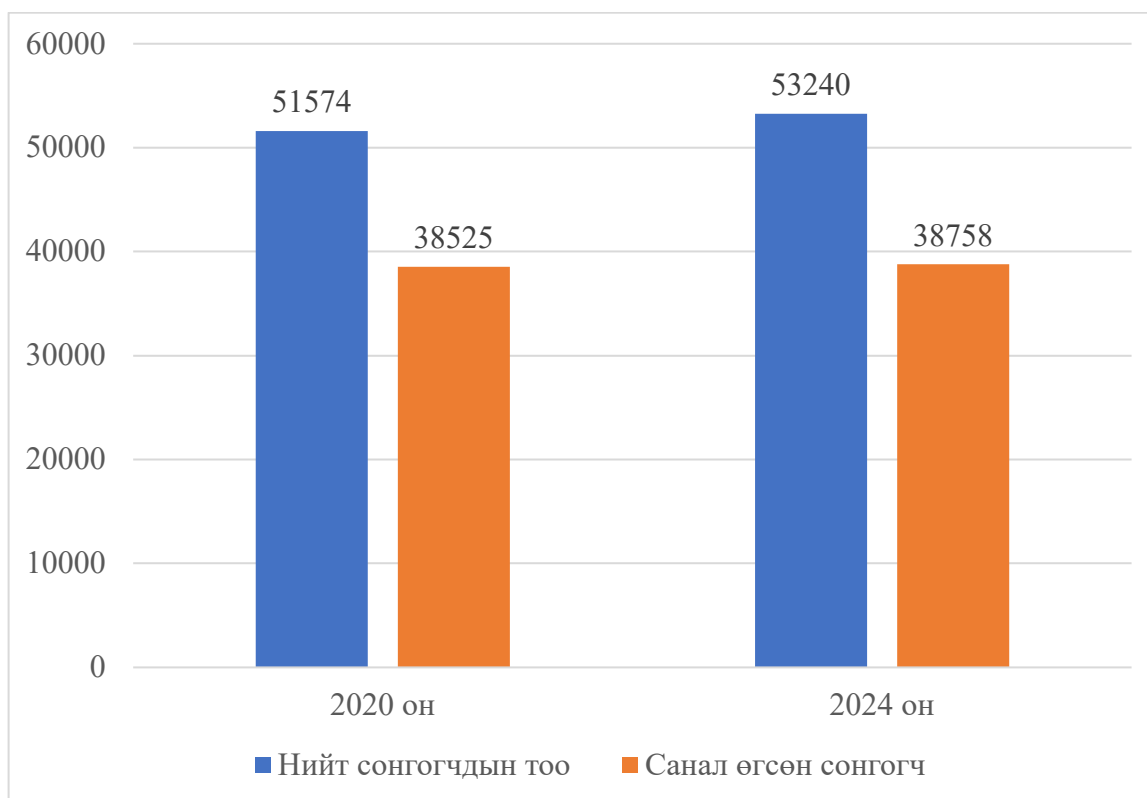
Бүсчилсэн тойрог: Хэнтий аймаг өмнө нь бие даасан тойрог байсан бол 2024 онд Дорнод, Сүхбаатар аймагтай нэгдэж Зүүн бүсийн 6-р тойрог болсон. Энэ нь "Нутгархах" үзэл болон "Бүс нутгийн хөгжил"-ийн ашиг сонирхлын хооронд зөрчил нөгөөтэйгүүр уялдаа холбоог бий болгосон.

Төрийн бодлогын хүрээнд Хэнтий аймгийг “Түүхэн аялал жуулчлалын бүс” болгон хөгжүүлэх Засгийн газрын тусгай зохицуулалтууд нь сонгогчдын зүгээс төрд итгэх итгэл болон нэр дэвшигчдийг үнэлэх үнэлэмжид шууд нөлөөлж байна гэж үзэж байна.

Хэнтий аймагт МАН хамгийн өргөн байрладаг бөгөөд баг бүрт үүртэй, Ардчилсан намын хувьд гол сөрөг хүчин болж байгаа.

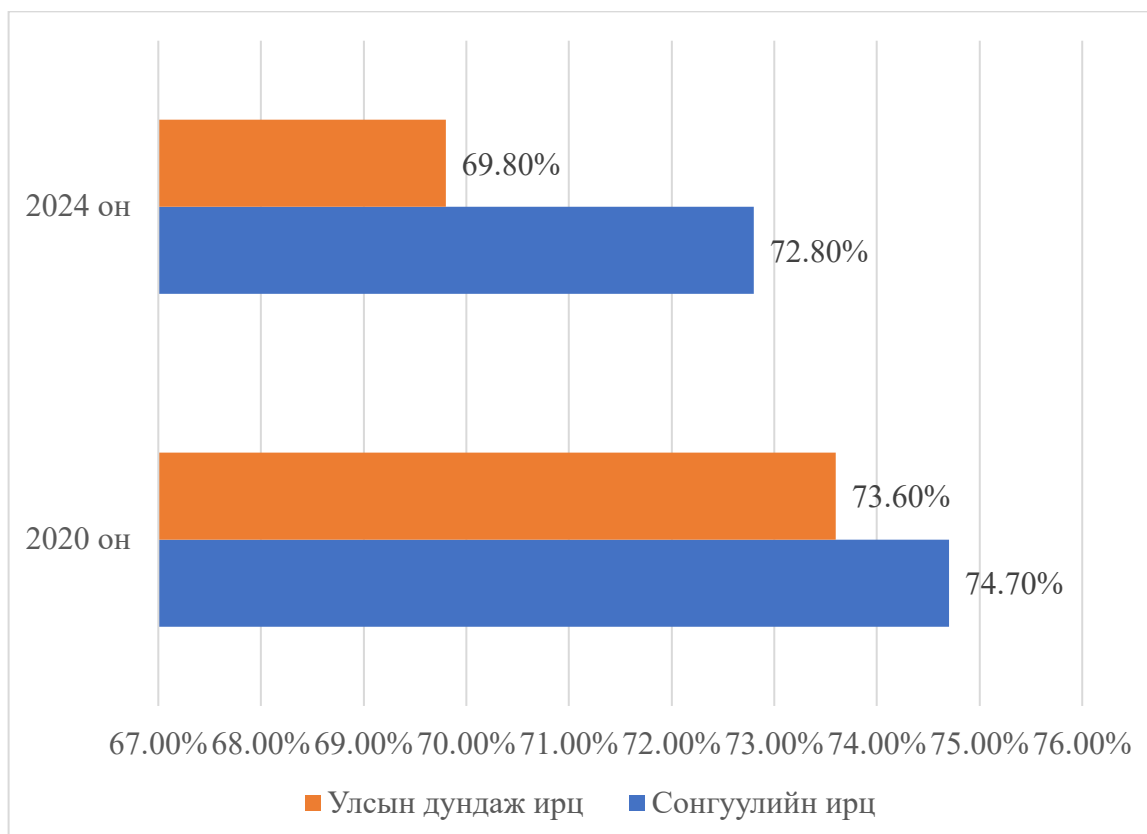
Хэнтий аймагт улс төрийн өрсөлдөөн, намуудын өрсөлдөөн гэхээс илүүтэйгээр хувь хүний нөлөөлөл болон төсвийн хөрөнгө оруулалтын өрсөлдөөн илүү давамгайлах хандлагатай байна.

Зураг 7. Хэнтий аймгийн УИХ-ын сонгуулийн сонгогчдын тоо



Дээрх зургаас авч үзвэл Хэнтий аймгийн УИХ-ын сонгуулийн сонгогчдын тоо 2020 онтой харьцуулж авч үзвэл өссөн дүнтэй харагдаж байна.

Зураг 8. Хэнтий аймгийн УИХ-ын сонгуулийн ирц



Хэнтий аймаг нь улсын дунджаас өндөр ирцтэй байсан нь дээрх зургаас харагдаж байна.

Хүснэгт 5. Хэнтий аймгийн сонгуулийн үр дүн ба саналын хувь

Нам Эвсэл	2020 оны саналын дундаж (%)	2020 оны мандат	2024 оны саналын дундаж (%)	2024 оны мандат (Бүсийн хэмжээнд)
МАН	~65-70%	3 (100%)	~58.4%	6 мандат
АН	~20-25%	0	~31.2%	1 мандат
Бусад / Бие даагч	~5-10%	0	~10.4%	0

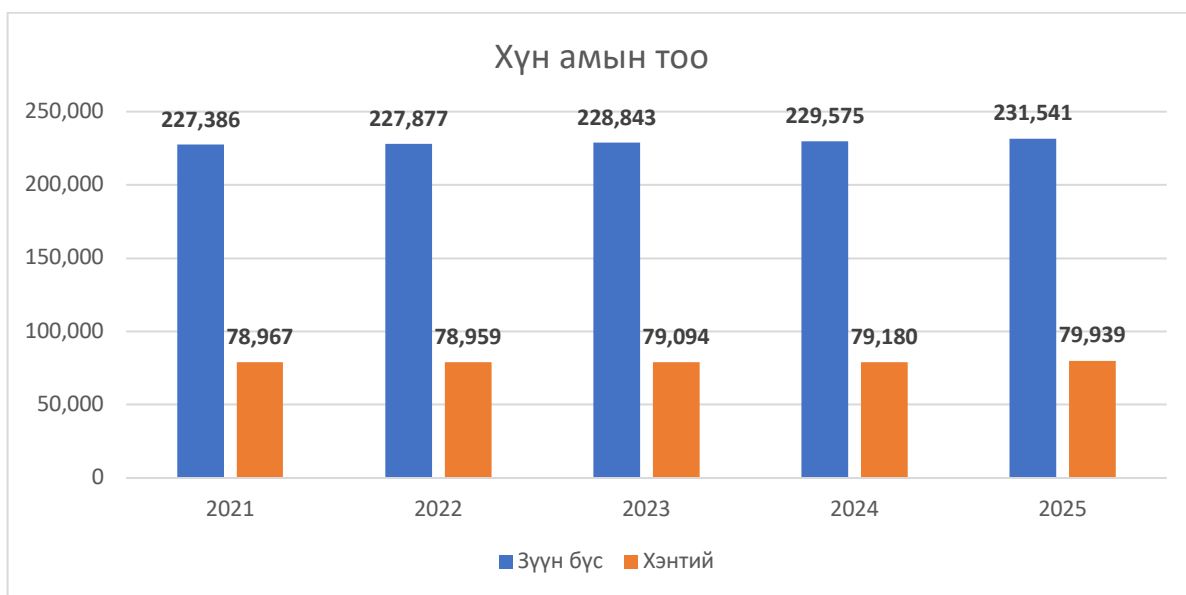
2024 оны сонгуулийн хувьд Хэнтий аймаг нь Дорнод, Сүхбаатар аймагтай нэгдэж “зүүн бүс” болсон. Гэсэн хэдий ч Хэнтий аймгийн сонгогчид сүүлийн хоёр сонгуульд МАН-д тогтмол 50-аас дээж хувийн санал өгч байгаа нь намын ижилсэл болон уламжлалт тогтвортой хэв шинж хүчтэй байгаа нь харагдаж байна. 2024 оны сонгуулийн үр дүнгээр Хэнтий аймгаас гаралтай буюу Л. Оюун-Эрдэнэ болон Ц.Идэрбат буюу Хэнтий аймгийн засаг дарга асан нар ялалт байгуулсан нь Хэнтий аймгийн сонгогчид өөрийн нутгаас гаралтай нэр дэвшигчдийг түлхүү дэмжсэн нь нутгархаг зан төлөв давамгайлж байгааг харуулж байна.

2.2 Хэнтий аймгийн сонгогчид

Хэнтий аймгийн сонгогчдын 40 гаруй хувийг малчид бүрдүүлдэг. Малчид сонгуулийг чухалчилж үздэг бөгөөд санал өгөхөөр хол зам туулан ирдэг. Энэ нь мөн улсын дунджаас өндөр ирцтэй байхад хамгийн чухал нөлөө үзүүлдэг байна.

Доорх зургаас харахад Хэнтий аймгийн хүн амын тоо жил ирэх тусам өсч байгаа үзүүлэлттэй байна.

Зураг 9. Хэнтий аймаг болон Зүүн бүсийн хүн амын тоо



Эх сурвалж: Үндэсний статистикийн хороо

2.3 Хэнтий аймгийн ОНС

Орон нутгийн сонгууль нь УИХ-ын сонгуулиас ялгаатай нь цэвэр мажоритар буюу олонхын системээр явагддаг.

- Мандатын хуваарилалт: Тухайн засаг захиргааны нэгжийн хүн амын тооноос хамаарч мандатын тоог тогтоодог. Хэнтий аймгийн хувьд аймгийн ИТХ нь 35-н төлөөлөгчөөс бүрдэх ба сум тус бүр өөрийн хүн амд ногдох төлөөлөлтэй байна.
- Ирцийн босго: 2020 оноос хойшхи хуулийн өөрчлөлтөөр орон нутгийн сонгуульд ирцийн босго буюу 50%-ийн босго байхгүй болсон. Энэ нь сонгогчдын идэвх бага байсан ч сонгууль хүчинтэйд тооцогдож, хамгийн их санал авсан нэр дэвшигч шууд сонгогдоно гэсэн үг юм.
- Бүртгэл ба шилжилт: Орон нутгийн сонгуулийн нэг онцлог нь царцаа буюу шилжилт хөдөлгөөнийг сонгуулиас 60 хоногийн өмнө зогсоож, орон нутгийн удирдлагыг тухайн газрын суугуул иргэд өөрсдөө сонгох нөхцөлийг хангадаг.

Монголын сонгуулийн мөчлөг нь мал аж ахуйн болон цаг агаарын онцлогтой шууд холбогддог улирлын чанартай үйл явц юм.

- УИХ сонгууль нь 6-р сарын сүүл нь мал төллөлт дуусч, малчид зусландаа буусан, өвс тэжээл, хадлангийн ажил эхлээгүй байдаг тул сонгогчдын идэвх хамгийн өндөр байдаг. Хэнтий аймагт энэ үед зам даваа саадгүй байх нь нэр дэвшигчдийн хүртээмжийг нэмэгдүүлдэг.
- Орон нутгийн сонгууль нь 10-р сард зохион байгуулагддаг. Орон нутгийн сонгууль нь малчдын өвөлжөөндөө буух, отор нүүдэл хийх болон ургац хураалтын үетэй давхцадаг. Энэ нь Хэнтий аймгийн алслагдсан сумдын

сонгогчдын ирц УИХ-ын сонгуулиас **10-15%**-иар бага байх үндсэн шалтгаан болдог (Үндэсний статистикийн хороо, 2024).

Хэнтий аймаг нь сүүлийн жилүүдэд Засгийн газрын бодлогын төвд "Түүхэн аялал жуулчлалын бүс" болон хөгжихөөр тодорхойлогдсон. "Чингис хаан" түүхэн цогцолбор (Дадал), Бэрхийн далд уурхайн музей зэрэгт зарцуулсан улсын төсвийн хөрөнгө оруулалт Хэнтий аймагт улсын дунджаас өндөр байна. Энэхүү хөрөнгө оруулалтууд нь сонгогчдод МАН засаг барьснаар манай аймагт хөгжил ирж байна гэсэн прагматик ойлголтыг өгдөг. Энэ нь сонгогчийн зан төлөвийн Рационал сонголтын загвартай (Downs, 1957) таарч байгаа бөгөөд өөрийн амьдралд ирж буй бодит үр ашигт суурилсан санал өгөх үйлдлийг дэмжиж байна.

2024 оны УИХ-ын сонгуулиар бүрдсэн 126 гишүүнтэй парламент болон "Хамтарсан засгийн газар"-ын үйл ажиллагаа орон нутгийн улс төрд шууд нөлөөлж байна.

- Намуудын "босоо" засаглал: Эрх баригч МАН орон нутгийн бүх шатанд өөрийн босоо бүтцийг хадгалахыг эрмэлзэж байгаа бол АН болон бусад хүчнүүд орон нутгийн сонгуулийг хариу авах буюу засаглалын хяналтыг тэнцвэржүүлэх боломж гэж харж байна.
- Хамтарсан засгийн газрын нөлөө: Үндэсний хэмжээнд намууд хамтарсан ч орон нутагт суманд намуудын дунд бодит өрсөлдөөн маш хүчтэй хэвээр байгаа нь эрх мэдлийн хуваарилалтын зөрчлийг үүсгэдэг.

2.4 Хууль эрх зүйн зохицуулалт

2024 оны сонгуулийн шинэ хууль Хэнтий аймгийг илүү өргөн хүрээтэй зах зээлд оруулсан.

Хүснэгт 6. Сонгуулийн хууль 2020 он болон 2024 оны харьцуулалт

Үзүүлэлт	Өмнөх (2020 он)	Шинэчилсэн (2024 он)
Тойрог хуваалт	18-р тойрог буюу Зөвхөн Хэнтий аймаг	6-р тойрог буюу Зүүн бүс: Хэнтий, Дорнод, Сүхбаатар
Мандатын тоо	3 мандат	7 мандат буюу Бүсийн нийт мандат
Сонгуулийн систем	Мажоритар (Олонхын)	Холимог (Мажоритар + Пропорционал)

Эх сурвалж: Судлаачийн бэлтгэсэн

ОНС-ийн хувьд Хэнтий аймаг нийт 35 мандаттай бөгөөд энэ нь тухайн орон нутгийн жижиг бүлгүүд, ураг төрөл, нутаг амьтай сонгогчдын нөлөөллийг хэвээр хадгалж байна.

Хэнтий аймгийн сонгуулийн салбар нь "Улс төрийн төвлөрсөн хөрөнгө оруулалт" болон "Бүсчилсэн хөгжил" гэсэн хоёр хүчин зүйлийн дунд шилжилтийн шатанд байна. Хэдийгээр хууль эрх зүйн хувьд бүс нутаг гэсэн том ойлголт руу шилжиж байгаа ч, улирлын чанартай нөлөөлөл болон нутгархаг зан төлөв нь орон нутгийн түвшний сонгуульд шийдвэрлэх үүрэг гүйцэтгэсээр байна.

2.5 Бүлгийн дүгнэлт

Сонгогчийн зан төлөвийн онолын үзэл баримтлалуудыг системчлэн судалсны үндсэн дээр

дараах нэгдсэн дүгнэлтүүдийг гаргаж байна. Үүнд:

Нэгдүгээрт, Сонгогчийн шийдвэр гаргах зан төлөвийг тайлбарлахдаа барууны улс төр судлалд Социологийн, Сэтгэл зүйн болон Рационал сонголтын гэсэн гурван үндсэн парадигм давамгайлж байна. Эдгээр загварууд нь сонгогчийг тус тусдаа; нийгмийн амьтан, сэтгэл зүйн ижилсэл бүхий дэмжигч, ашиг хонжоо хайгч рационал субъект гэж ялгаатайгаар харж байгаа ч, бодит байдал дээр эдгээр нь бие биеэ үгүйсгэх бус, харин харилцан нөхөх шинжтэй байна. Ялангуяа Шалтгаант холбооны юүлүүр загвар нь эдгээр хүчин зүйлсийг цаг хугацаа болон нөлөөллийн зэргээр нь нэгтгэж чадсан хамгийн оновчтой бүтэц юм.

Хоёрдугаарт, Олон улсын эрдэмтдийн боловсруулсан онолын загваруудыг Монгол судлаачид дотоодын хөрсөнд буулгахдаа Нутгархал болон Халамж горилөгч хэв шинжийг онцгойлон авч үзсэн нь Монгол сонгогчийн өвөрмөц байдлыг илэрхийлж байна. Гэсэн хэдий ч, уламжлалт ном зохиолуудад сонгогчийн зан төлөвийг дэндүү тогтвортой байдлаар, намын ижилсэл дээр тулгуурлан тайлбарлах хандлага ажиглагдаж байгаа нь өнөөгийн дижитал туйлшрал болон савлагаатай сонгогчдын огцом өсөлтийг бүрэн гүйцэд тайлбарлахад учир дутагдалтай байна.

Гуравдугаарт, Судалгааны ажлуудыг харьцуулан шинжлэн авч үзэхэд:

С.Зулгэрэл (2018) нарын судалгаа нь сонгогчдын прагматик хандлагыг маш сайн нээж өгсөн боловч, сонгогчийн шийдвэрт нөлөөлөх "сэтгэл хөдлөлийн оюун ухаан (EQ)-ийн

нөлөөллийг орхигдуулсан талтай.

Д.Мягмар (2015)-ийн үзэл санаанд нутгархлын хүчин зүйл давамгайлж байгаа нь хөдөө орон нутгийн (Хэнтий аймгийн кэйс) сонгуулийг тайлбарлахад хамгийн тохиромжтой боловч, социал медиагаар дамжин нэвтэрч буй залуу үеийн Шинэчлэгч хэв шинжийг хангалттай тусгаагүй байна.

Sant Maral Foundation-ийн дата мэдээллүүд нь бодит хандлагыг статистикжуулсан боловч Яагаад? гэдэг асуултад хариулах гүнзгийрүүлсэн чанарын шинжилгээний хувьд хязгаарлагдмал юм.

Дөрөвдүгээрт, Энэхүү судалгааны ажлын зорилго болох Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодорхойлоход дээрх онолуудаас Рационал сонголт буюу эдийн засгийн ашиг сонирхол болон Социологийн загвар буюу нутгархал,

гэр бүлийн нөлөө нь хамгийн өндөр ач холбогдолтой байна. Харин сүүлийн үеийн чиг хандлага болох EQ (Сэтгэл хөдлөлийн чадамж) болон Цахим орчны нөлөөлөл нь эдгээр уламжлалт хүчин зүйлсийг хэрхэн хувиргаж буйг нарийвчлан шинжлэх шаардлагатай гэж үзлээ.

БҮЛЭГ 3. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

3.1 Судалгааны дизайн

Энэхүү судалгааны ажлын хүрээнд Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлохын тулд тоон судалгааны загварыг ашигласан. Судалгааг бодит өгөгдөлд тулгуурлан үнэлэлт, дүгнэлт өгөх зорилгоор анхдагч мэдээлэл цуглуулах санал асуулгын аргаар онлайн хэлбэрээр өгөгдөл цуглуулж үнэлэлт дүгнэлт гаргасан. Судалгааны асуулгын хуудсыг дараах гурван үндсэн блок бүхий нийт 32 асуулгаар бүрдүүлсэн. Үүнд:

- Хүн ам зүйн хэсэг: Судалгаанд оролцогчдын нас, хүйс, боловсрол, эрхэлж буй ажил зэрэг хувийн мэдээллийг тодруулах 4 асуулга.
- Хүчин зүйлийн шинжилгээний хэсэг: Сонгогчийн шийдвэр гаргах үйл явцыг тодорхойлох үндсэн 5 хүчин зүйлийг (намын ижилсэл, нутгархал, нэр дэвшигчийн имиж, мөрийн хөтөлбөр, нийгэм-эдийн засгийн нөхцөл байдал) хэмжихэд чиглэсэн 25 асуулга.
- Сонгуулийн мэдээллийн хэрэглээний хэсэг: Судалгаанд оролцогчдын сонгуулийн явц болон нэр дэвшигчдийн талаарх мэдээллийг ямар суваг, хэрэгслээр (сошиал медиа, ТВ, уламжлалт хэвлэл гэх мэт) түлхүү хүлээн авч буйг тодорхойлох 3 асуулгаас бүрдэнэ.

Судалгааны асуудал

Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд уламжлалт хүчин зүйлс болох "нутгархал" болон "намын ижилсэл" давамгайлсан хэвээр байгаа эсэх, эсвэл нэр дэвшигчийн хувийн имиж болон мөрийн хөтөлбөрт тулгуурласан "рационал сонголт"-ын хандлага нэмэгдэж буйг тодорхойлно.

Судалгааны зорилго

Сонгогчдын шийдвэр гаргах үйл явц дахь сэтгэл зүйн болон прагматик хүчин зүйлсийн хамаарлыг тоон шинжилгээний аргаар үнэлж, санал өгөх зан төлөвт нөлөөлж буй гол хүчин зүйлсийг илрүүлэхэд оршино.

3.2 Өгөгдөл цуглуулах болон шинжилгээ хийх арга

Энэхүү судалгааны ажлын эмпирик шинжилгээнд анхдагч өгөгдөл цуглуулах тоон судалгааны аргыг ашиглана. Мэдээлэл цуглуулах үйл ажиллагааг дараах бүтцийн дагуу зохион байгуулна:

- Судалгааны хэрэгсэл: Мэдээлэл цуглуулахад бүтэцлэгдсэн асуулгын хуудсыг ашиглана. Асуулга нь сонгогчдын хандлага, шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг нарийвчлан хэмжих зорилгоор Лайкертын хэмжүүр болон сонгох хариулт бүхий асуултуудаас бүрдэнэ.

- Түүвэрлэлтийн аргазүй: Судалгааны эх олонлогийг Хэнтий аймгийн 18-с дээш насны иргэдээр тодорхойлсон. Түүвэр бүрдүүлэлтэд эх олонлогийн төлөөлөх чадварыг хангах үүднээс санамсаргүй түүврийн аргыг хэрэглэнэ.
- Мэдээлэл цуглуулах суваг: Цаг хугацаа болон орон зайн хамаарлыг оновчтой шийдэх зорилгоор судалгааг онлайн хэлбэрээр явуулна. Өгөгдлийг Google Forms платформоор дамжуулан цуглуулж, судалгаанд оролцогчдын мэдээллийн нууцлал болон аюулгүй байдлыг хангана.
- Шинжилгээний арга: Цуглуулсан анхдагч өгөгдлийг статистик шинжилгээний програм хангамж SPSS ашиглан боловсруулна. Шинжилгээнд дескриптив статистик, корреляци болон регрессийн аргуудыг ашиглан судалгааны таамаглалыг шалгаж, хүчин зүйлсийн хамаарлыг тайлбарлана.

Түүврийн хэмжээ

Calculate your sample size

Population Size ①	Confidence Level (%) ①	Margin of Error (%) ①
<input type="text" value="53,240"/>	<input style="border: none; border-bottom: 1px solid #ccc; background-color: #f0f0f0; padding: 2px 10px;" type="text" value="95"/> ▼	<input type="text" value="5"/>

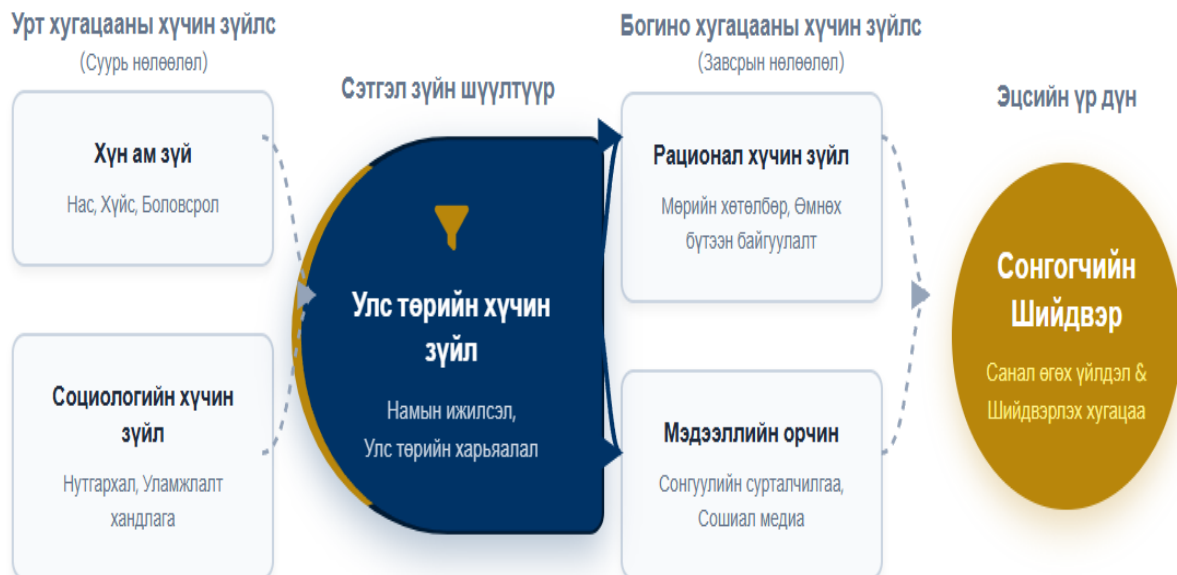
Sample size

382

Эх олонлогийг тооцохдоо Хэнтий аймгийн 18 нас хүрсэн иргэдийг эх олонлог гэж үзсэн бөгөөд алдааны хувийг 5 хувь байхаар тооцож үзэхэд нийт 382 хүн гэж гарсан. Эмпирик судалгаанд хоёрдогч өгөгдөл ашиглаагүй бөгөөд судалгааны хязгаарлалтын хувьд зөвхөн Хэнтий аймгийн сонгогчид байна. Дээрх асуулгын судалгааны үр дүнг SPSS болон Excel програм ашиглан шинжилсэн.

Судалгааны загвар

Зураг 10. Судалгааны загвар



1. Урт хугацааны хүчин зүйлс (Хүн ам зүй болон Социологийн хүчин зүйл) нь сонгогчийн улс төрийн суурь төлөвшлийг илэрхийлдэг. Энэ нь сонгогчийн нийгэмд эзлэх байр суурь, боловсрол, уламжлалт хандлагыг тодорхойлж, цаашдын сонголтод суурь нөлөө үзүүлдэг.
2. Улс төрийн хүчин зүйлс (Намын ижилсэл, харьяалал) нь зөвхөн нэг хувьсагч бус, харин 'Сэтгэл зүйн шүүлтүүр'-ийн үүргийг гүйцэтгэж байна. Энэ нь сонгогч өөрийн суурь хандлага (урт хугацааны хүчин зүйлс)-аар дамжуулан тухайн үеийн мэдээлэл (богино хугацааны хүчин зүйлс)-ийг хэрхэн хүлээж авч, яаж өөрийн болгож буйг зохицуулдаг холбоос юм.
3. Богино хугацааны хүчин зүйлс (Рационал хүчин зүйл, Мэдээллийн орчин) нь сонгуулийн кампанит ажлын үеэр сонгогчийн шийдвэрт шууд нөлөөлдөг хүчин зүйлс юм. Энэ нь 'Сэтгэл зүйн шүүлтүүр'-ээр дамжин сонгогчийн сэтгэхүйд нэвтэрснээр, эцэст нь 'Сонгогчийн шийдвэр' (санал өгөх үйлдэл)-ийг бүтээдэг.

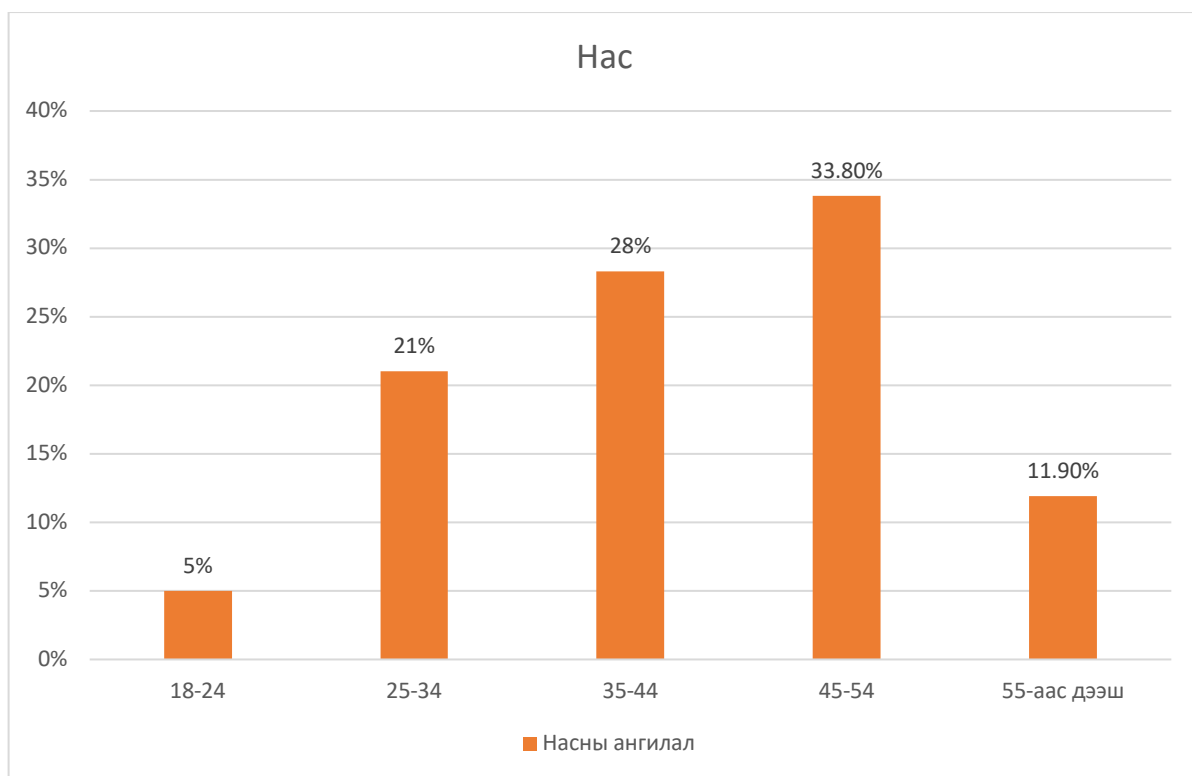
БҮЛЭГ 4. ЭМПИРИК СУДАЛГАА ШИНЖИЛГЭЭ БА ҮР ДҮН

4.1 Асуулгын судалгааны үр дүн

Хэнтий аймгийн орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг тодорхойлох судалгааны асуулга боловсруулж, 18 нас хүрсэн

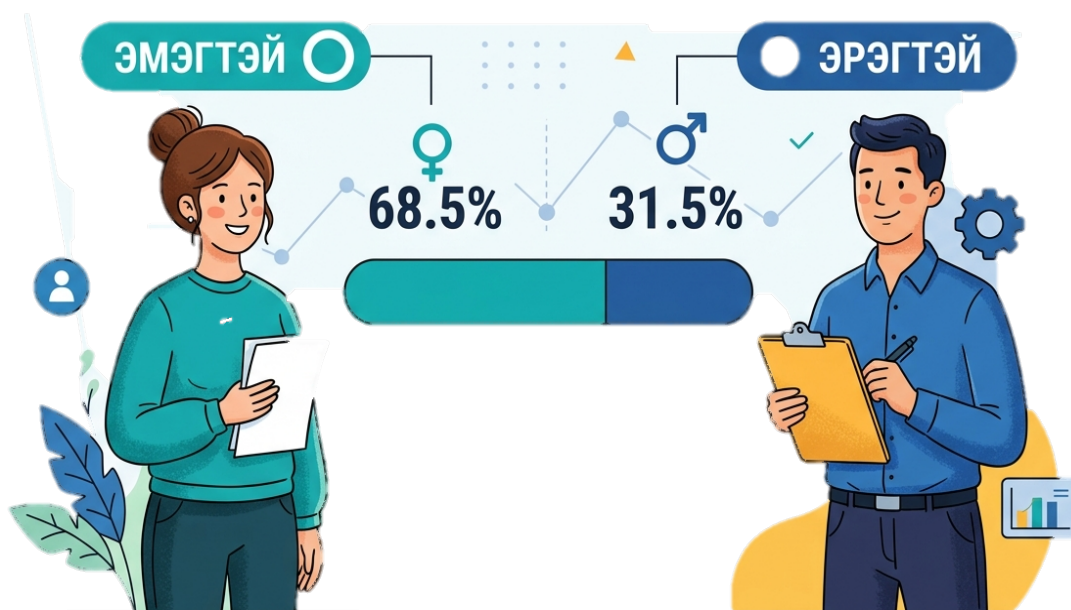
иргэдийг эх олонлогоор тооцож,(алдааны хувийг 5 хувь байх) нийт 382 хүнээс асуулга авсан. нд хамрагдагсдын хувийн мэдээлэл

Зураг 11. Насны тархалт



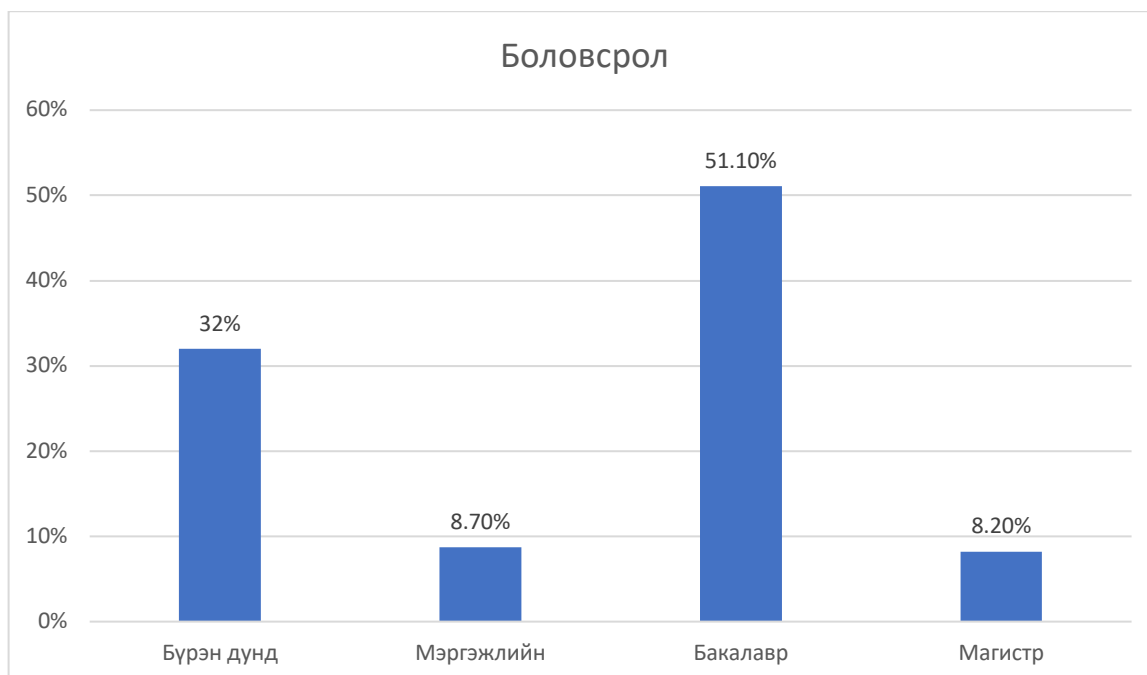
Судалгаанд хамрагдагсдын 33.8 хувийг 45-54 насны хүмүүс, 28 хувийг 35-44 насны хүмүүс, 21 хувийг 25-34 насны хүмүүс, 11.9 хувийг 55-аас дээш насны хүмүүс эзэлж байгаа бол 5 хувийг нь 18-24 насны хүмүүс эзэлж байна.

Зураг 12. Хүйсийн харьцаа



Судалгаанд хамрагдагсдын хувьд 68.5 хувийг эмэгтэй хүмүүс эзэлж байгаа бол 31.5 хувийг эрэгтэй хүмүүс эзэлж байна.

Зураг 13. Боловсролын түвшин



Судалгаанд хамрагдагсдын талаас илүү хувь болох 51.1 хувийг нь бакалаврын боловсролтой хүмүүс оролцсон бол 8.2 хувийг нь магистрын зэрэгтэй хүмүүс оролцсон байна.

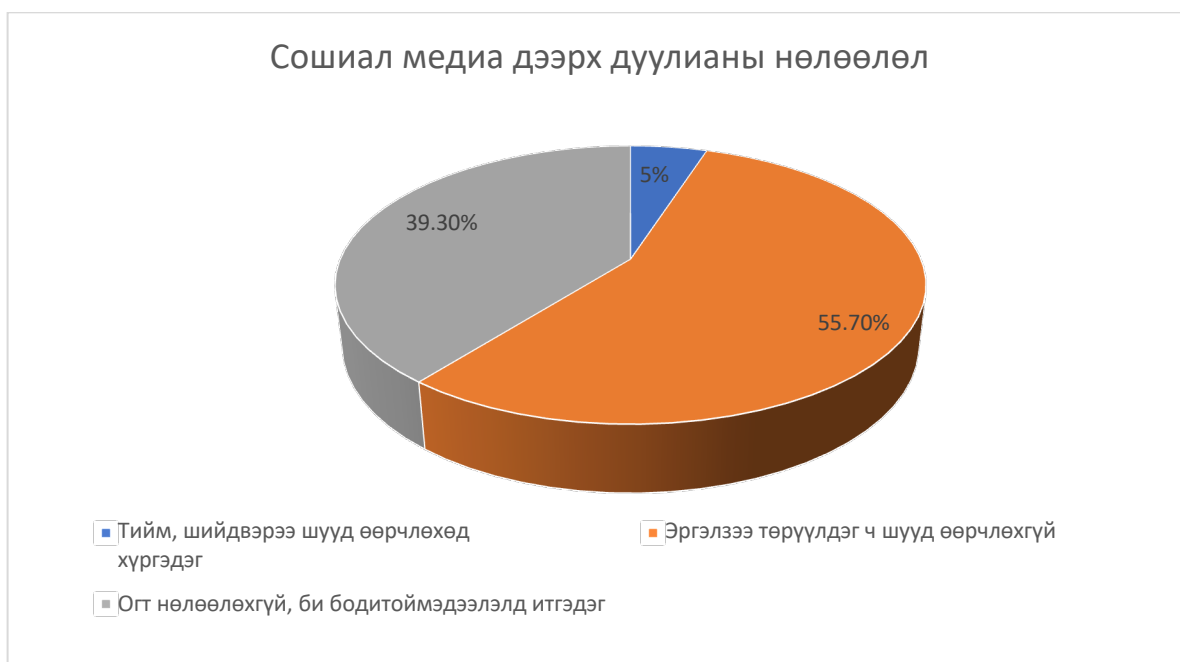
Зураг 14. Ажил эрхлэлтийн байдал



Дээрх зургаас авч үзвэл судалгаанд оролцогсдын 32 хувийг төрийн албан хаагч эзэлж байгаа бол 3.7 хувийг малчид эзэлж байна.

Судалгаанд хамрагдагсдын сонгуультай холбоотой ойлголт

Зураг 15. Сонгуулийн өмнө социал медиагаар цацагдаж буй сенсаци



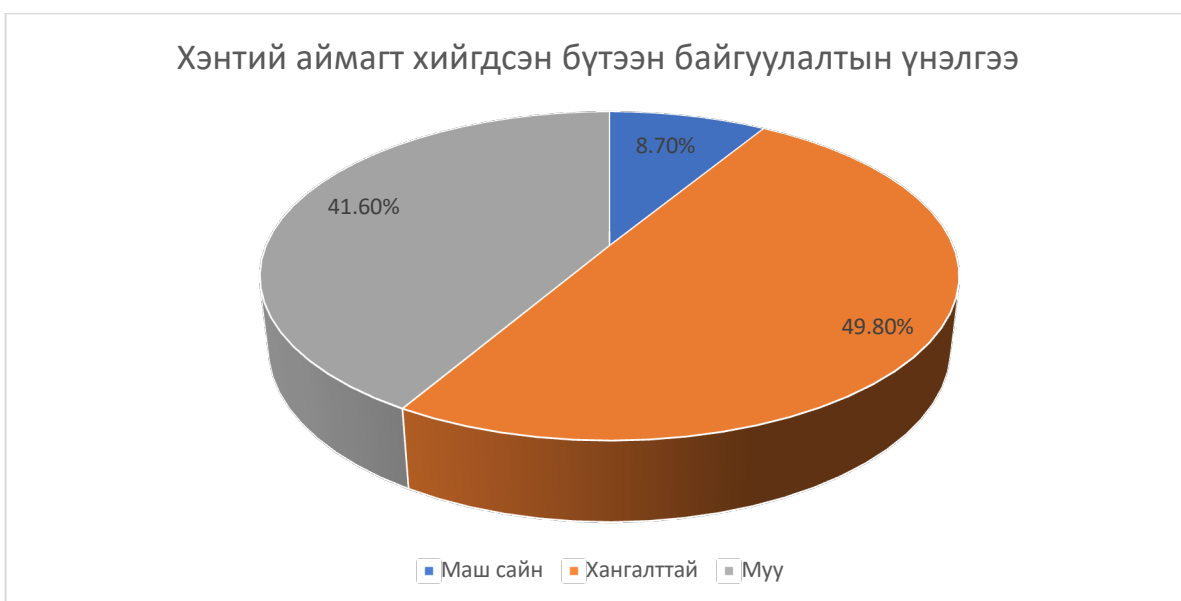
Судалгаанд оролцогсдын 55.7 хувийг сонгуулийн өмнө социал медиагаар цацагдаж буй сенсаци мэдээлэл нь таны шийдвэрийг өөрчилж чадах уу гэдэг асуултанд эргэлзээ төрүүлдэг ч шууд өөрчлөхгүй гэж хариулсан байна.

Зураг 16. Сонгуулийн шийдвэрээ гаргадаг хугацаа



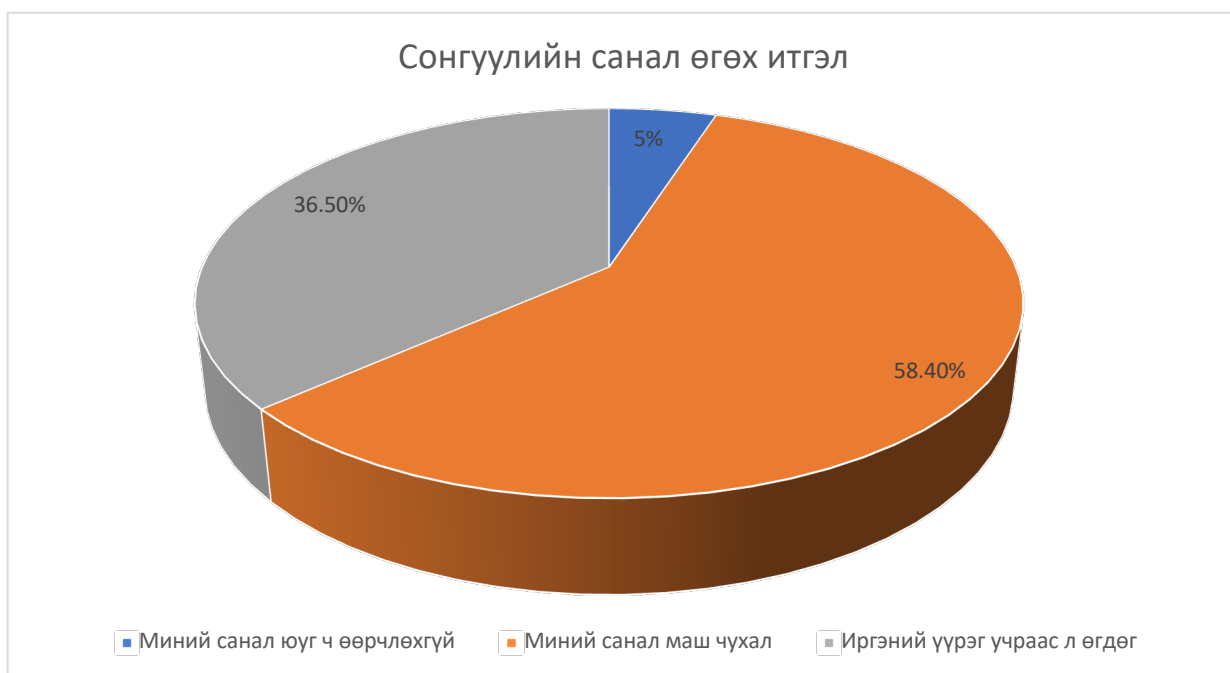
Судалгаанд хамрагдагсдын 46.6 хувийг сонгууль эхлэхээс өмнө аль хэдийн шийдсэн байдаг бол 8.7 хувь нь яг санал өгөх бүхээгт орохдоо шийдвэрээ гаргадаг байна.

Зураг 17. Хэнтий аймагт сүүлийн жилүүдэд хийгдсэн бүтээн байгуулалтын үнэлгээ



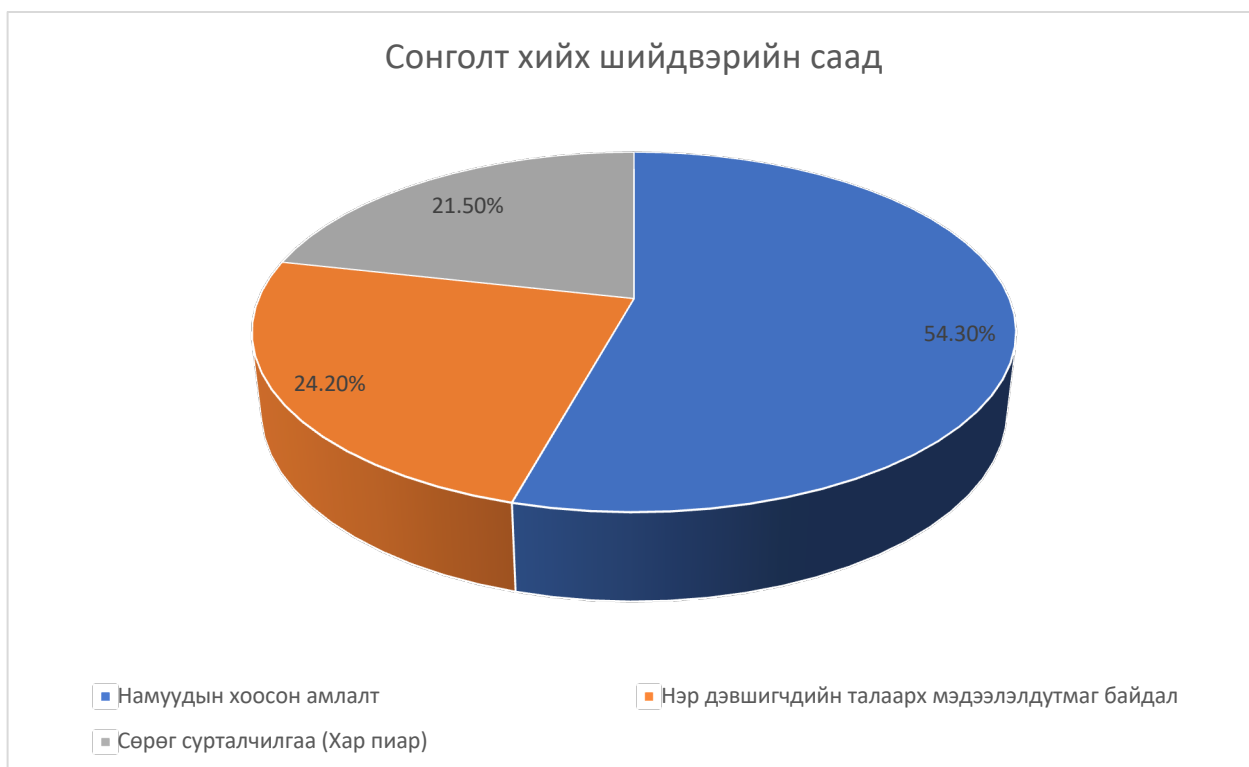
Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 50 гаруй хувь нь Хэнтий аймагт сүүлийн жилүүдэд хийгдсэн бүтээн байгуулалтыг хангалттай, сайн гэж дүгнэжээ.

Зураг 18. Сонгуульд саналаа өгөх итгэл үнэмшил



Дээрх үр дүнгээс авч үзвэл судалгаанд хамрагдагсдын нийт 58.4 хувийг миний санал маш чухал гэж хариулсан хүмүүс эзэлж байгаа бол миний санал юуг ч өөрчлөхгүй гэж хариулсан хүмүүс 5 хувийг эзэлж байна.

Зураг 19. Сонголт хийх шийдвэрт саад болж буй зүйлс



Судалгаанд хамрагдагсдын нийт 54.3 хувийг намуудын хоосон амлалт гэж хариулсан байгаа бол нэр дэвшигчдийн талаарх мэдлэг дутмаг байдал нь 24.2 хувь эзэлж байгаа бол үлдсэн 21.5 хувийг сөрөг сурталчилгаа хар пиар гэж хариулсан хүмүүс эзэлж байна.

Хоёр талт шинжилгээний үр дүн

Энэхүү хэсэгтээ хоёр талт буюу огтлолын хүснэгтэн шинжилгээний үр дүнг гаргалаа.

- Сонгуулийн мэдээллийг голчлон хаанаас авдаг давтамжийг хувийн мэдээлэлтэй хамруулан шинжлэхэд нас, эрхэлж буй ажил нь ач холбогдолтой гарсан. Үүнд хамгийн их давтамжтайгаар хамааралтай байгаа мэдээллийг суваг нь Фейсбүүк, сошиал медиа байна.
- Сонгуулийн өмнөхөн сошиал медиагаар цацагдаж буй сенсаци мэдээлэл нь шийдвэрийг өөрчилж чадах уу гэдэг асуултын хариултын давтамжийг хувийн мэдээлэлтэй хамааруулан шинжлэхэд нас нь ач холбогдолтой гарсан.

Найдвартай байдлын шинжилгээ

Сонгогчдын шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодорхойлох 25 хувьсагчдын найдвартай байдлыг Кронбахын альфа коэффициентээр шалгахад дараах үр дүнгүүд гарсан байна.

Хүснэгт 7. *Найдвартай байдлын шинжилгээ*

№	Хүчин зүйл	Хувьсагчийн тоо	Кронбахын альфа
1	Рационал хүчин зүйл	5	0.951
2	Улс төрийн хүчин зүйл	5	0.905
3	Сэтгэл зүйн хүчин зүйл	5	0.963
4	Социологийн хүчин зүйл	5	0.927
5	Прагматик хүчин зүйл	5	0.903

Кронбахын альфа коэффициент нь 0.6-с дээш гарсан тохиолдолд найдвартай гэж үзэх бөгөөд судалгааны 5 хүчин зүйлийг илэрхийлэх хувьсагчид нь бүгд шалгуурыг хангасан тул хүчин зүйлийн шинжилгээг үргэлжлүүлэн хийсэн болно.

Хүчин зүйлсийн шинжилгээний үр дүн

Хүснэгт 8. *KMO and Barlett's Test*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	100087.356
	df	300
	Sig.	.000

Судалгааны хүчин зүйлсийн бүтцийг тодорхойлохын өмнө өгөгдлийн тохиромжтой байдлыг Kaiser-Meyer-Olkin (КМО) болон Bartlett's Test of Sphericity тестээр шалгав. Шинжилгээний үр дүнд КМО үзүүлэлт 0.940 гарсан нь түүврийн хэмжээ хангалттай бөгөөд өгөгдөл нь хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд тохиромжтой болохыг илтгэж байна. Таамаглалын үр дүнд Sig нь 0.05-с бага гарсан тохиолдолд шинжилгээний үр дүнг статистикийн хувьд ач холбогдолтой буюу эсрэг таамаглал болох хувьсагчид нь хоорондоо ялгаатай буюу тодорхой хүчин зүйлүүдийг илэрхийлж байна гэж үздэг.

Хүснэгт 9. Хүчин зүйлийн матрикс

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
11.Нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр нь бодит, хэрэгжихүйц байх	.908			
11.Улс орны эдийн засгийн асуудлыг шийдэх тодорхой гарц санал болгосон байдал	.891			
11.Орон нутгийн (аймгийн) тулгамдсан асуудлыг шийдэх бодлого	.899			
11.Нэр дэвшигчийн боловсрол, мэргэжлийн туршлага, чадвар	.788			
11.Өмнөх мөрийн хөтөлбөрийн биелэлт болон ажлын тайлан	.835			
12.Миний дэмждэг улс төрийн намын үзэл баримтлал, үнэт зүйл		.768		
12.Тухайн намын үндэсний хэмжээний лидерүүдийн нэр хүнд		.762		
12.Намын тогтвортой байдал болон засаглах чадвар		.733		
12.Улс төрийн намын зүгээс баримталж буй ерөнхий чиг шугам		.710		
14.Нэр дэвшигч Хэнтий аймгийн уугуул иргэн байх			.781	

14.Гэр бүл, найз нөхөд, ойр дотны хүмүүсийн өгч буй зөвлөмж		.842	
14.Хамаатан садан, ураг төрлийн хэлхээ холбоо		.799	
14.Ажлын хамт олон болон мэргэжлийн хүрээллийн хандлага		.807	
14.Орон нутгийн нөлөө бүхий ахмадууд, удирдлагуудын дэмжлэг		.824	
15.Сонгуулийн үеэр тарааж буй бэлэг, бэлэн мөнгөний тусламж			.842
15.Миний болон гэр бүлийн гишүүдийн ажлын байрны баталгаа			.703
15.Нэр дэвшигчийн зүгээс өгч буй шууд халамж, урамшууллын амлалт			.869
15.Хувийн бизнес эсвэл ахуйн асуудалд дэмжлэг үзүүлэх боломж			.786
15.Сонгуулийн үеийн үнэ төлбөргүй арга хэмжээ, үйлчилгээнүүд			.819

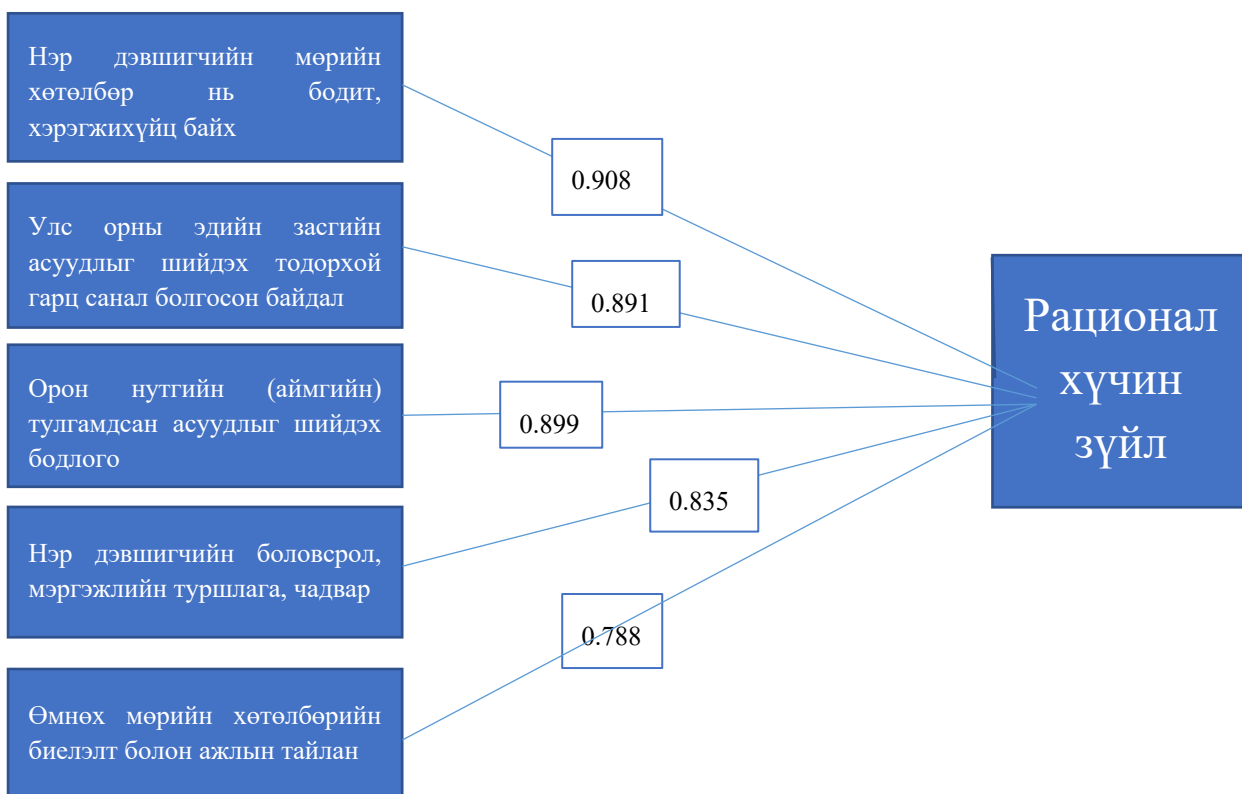
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

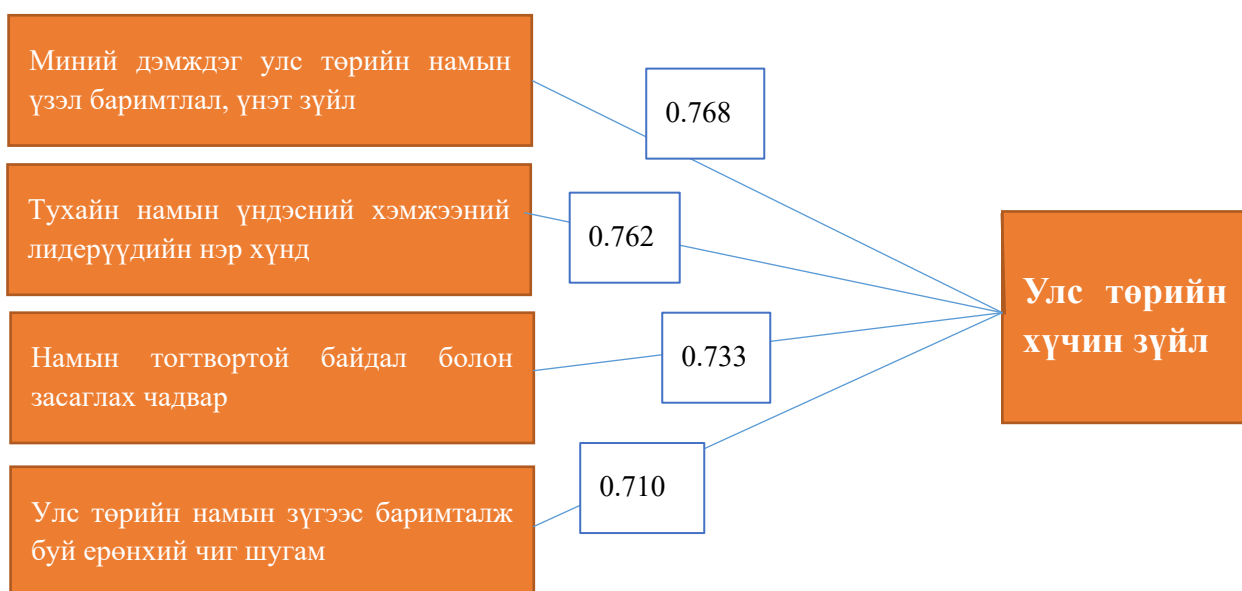
Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүнд 25 хувьсагчаас зургаан хувьсагч хасагдаж 19 хувьсагч 4 хүчин зүйлийг илэрхийлэх боломжтой гэдэг нь харагдаж байна.

Зураг 20. Рационал хүчин зүйл



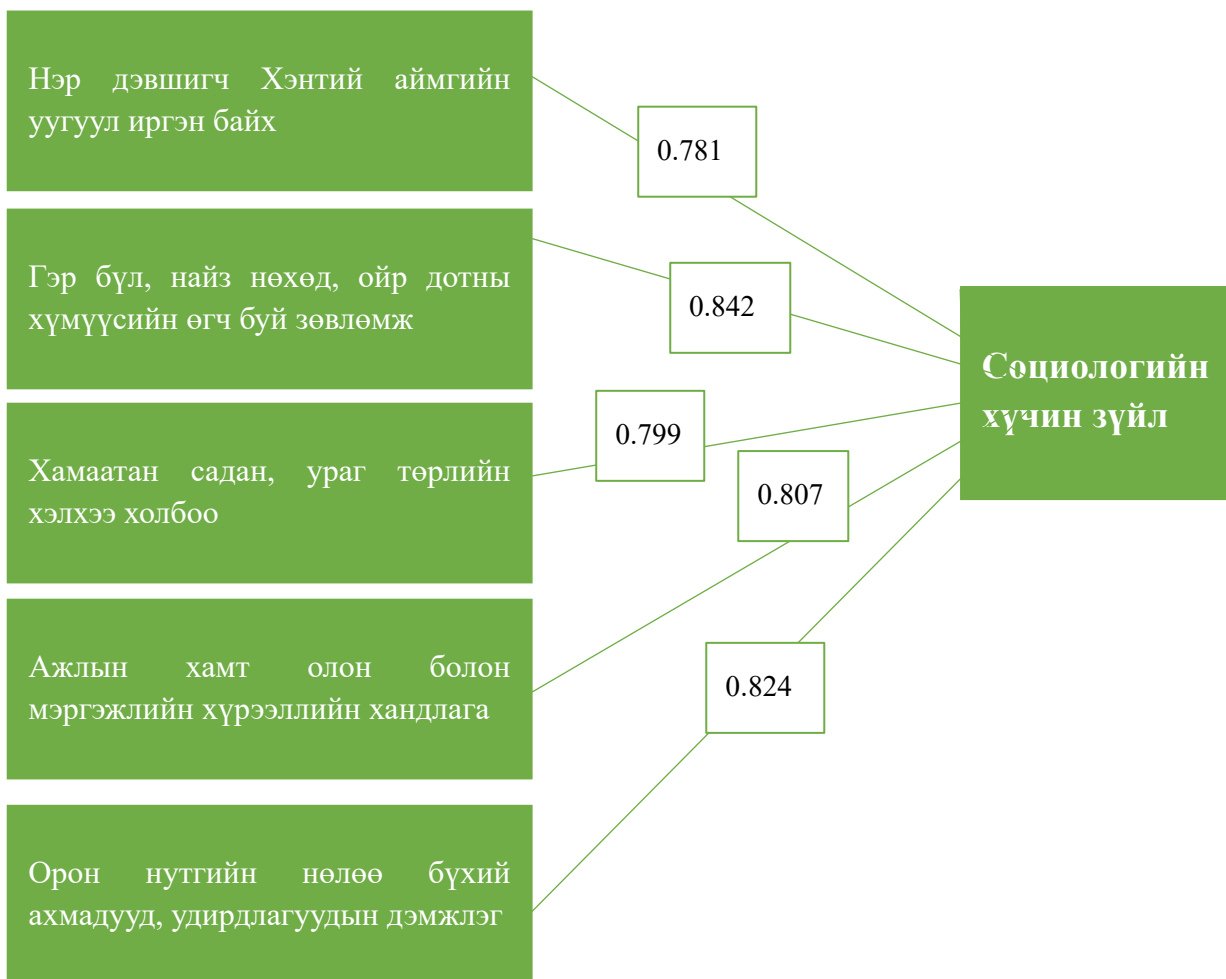
Судалгаанд хамрагдагсдын хувьд рационал хүчин зүйлийг нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр нь бодит, хэмжигдэхүйц байх болон орон нутгийн тулгамдсан асуудлыг шийдэх бодлого зэргээр илүүтэй ойлгодог байх магадлалтай байна.

Зураг 21. Улс төрийн хүчин зүйл



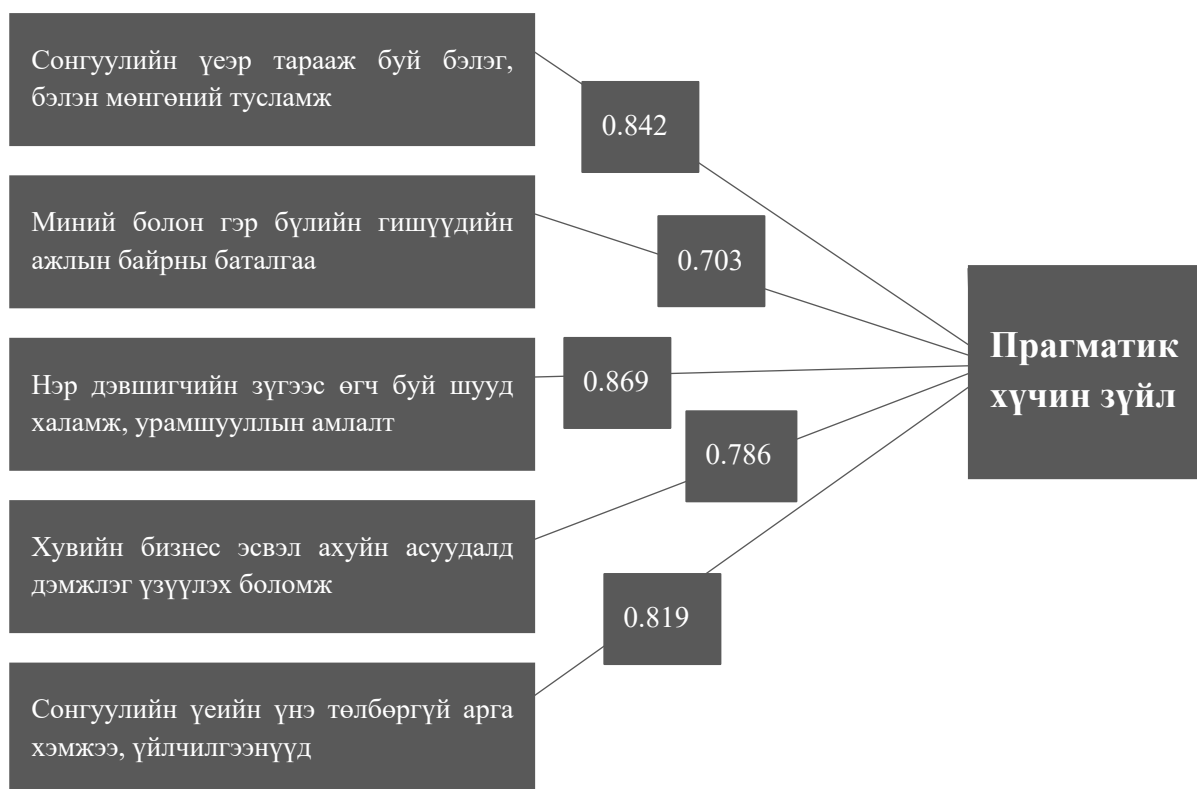
Судалгаанд хамрагдагсдын хувьд улс төрийн хүчин зүйлийг миний дэмждэг улс төрийн намын үзэл баримтлал, үнэт зүйл болон тухайн намын үндэсний хэмжээний лидерүүдийн нэр хүнд зэргээр илүүтэй ойлгодог байх магадлалтай байна.

Зураг 22. Социологийн хүчин зүйл



Социологийн хүчин зүйлийг гэр бүл, найз нөхөд, ойр дотны хүмүүсийн өгч буй зөвлөмж, орон нутгийн нөлөө бүхий ахмадууд, удирдлагуудын дэмжлэг зэргээр илүүтэй ойлгодог байж болохоор байна.

Зураг 23. Прагматик хүчин зүйл



Прагматик хүчин зүйлийн хувьд нэр дэвшигчийн зүгээс өгч буй шууд халамж, урамшууллын амлалт болон сонгуулийн үеэр тарааж буй бэлэг, бэлэн мөнгөний тусламж зэргээр илүүтэй ойлгодог байх магадлалтай байна.

ANOVA шинжилгээ

Хүснэгт 10. ANOVA шинжилгээ боловсрол болон рационал хүчин зүйл

ANOVA

Рационал хүчин зүйл

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14.493	3	4.831	3.311	.020
Within Groups	554.541	380	1.459		
Total	569.034	383			

Сонгогчдын боловсролын түвшин нь тэдний рационал сонголт хийх зан төлөвт нөлөөлж буй эсэхийг нэг хүчин зүйлийн дисперсийн шинжилгээгээр (One-Way ANOVA) шалгахад sig нь 0.05 бага буюу 0.02 гарсан нь статистик ач холбогдол бүхий ялгаа ажиглагдлаа. Энэхүү үр дүн нь сонгогчийн боловсролын түвшин дээшлэх тусам нэр дэвшигчийн хувийн имижээс илүүтэйгээр мөрийн хөтөлбөр, бодлогын хэрэгжилт зэрэг рационал хүчин зүйлсийг чухалчлан үздэг гэх онолыг баталж байна.

Хүснэгт 11. *Post Hoc Tests* үр дүн рационал хүчин зүйл ба боловсрол

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Рационал хүчин зүйл

Scheffe

(I) Таны боловсролын түвшин	(J) Таны боловсролын түвшин	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Бүрэн дунд	Мэргэжлийн	-.25694	.23752	.760	-.9239	.4100
	Бакалавр	-.42569*	.13568	.021	-.8067	-.0447
	Магистр	-.32444	.26303	.678	-1.0630	.4141
Мэргэжлийн	Бүрэн дунд	.25694	.23752	.760	-.4100	.9239
	Бакалавр	-.16875	.23066	.911	-.8165	.4790
	Магистр	-.06750	.32245	.998	-.9730	.8380
Бакалавр	Бүрэн дунд	.42569*	.13568	.021	.0447	.8067
	Мэргэжлийн	.16875	.23066	.911	-.4790	.8165
	Магистр	.10125	.25685	.984	-.6200	.8225
Магистр	Бүрэн дунд	.32444	.26303	.678	-.4141	1.0630
	Мэргэжлийн	.06750	.32245	.998	-.8380	.9730
	Бакалавр	-.10125	.25685	.984	-.8225	.6200

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Дээрх хүснэгтээс авч үзвэл Mean Difference = -0.42569, $p = 0.021 (< 0.05)$ гарсан нь статистикийн хувьд ач холбогдолтой ялгаа гарсан гэсэн үг. Бакалаврын боловсролтой оролцогчид рационал хүчин зүйлийг илүү өндөр үнэлсэн байна.

Судалгааны үр дүнгээс харахад боловсролын түвшин нь оролцогчдын рационал хүчин зүйлийг үнэлэхэд тодорхой хэмжээгээр нөлөөлж байна. Ялангуяа бакалаврын боловсролтой оролцогчид бүрэн дунд боловсролтой оролцогчдоос илүү өндөр үнэлгээ өгсөн нь статистикийн хувьд ач холбогдолтой ялгаа гарсан байна. Энэ нь дээд боловсрол эзэмшсэн хүмүүсийн рационал хүчин зүйлийг илүү өндөрөөр үнэлэх хандлагыг илтгэж байгаа бөгөөд боловсролын түвшин нь тухайн хүчин зүйлийн талаарх ойлголт, үнэлэмжид нөлөөлдөг болохыг харуулж байна.

Регрессийн шинжилгээ

Хүснэгт 12. Регрессийн шинжилгээ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	1.675	.116		14.423	.000	1.446	1.903
Улс төрийн хүчин зүйл	-.096	.043	-.169	-2.233	.026	-.180	-.011
Рационал хүчин зүйл	.057	.037	.105	1.523	.128	-.016	.130
Социологийн хүчин зүйл	.004	.038	.007	.109	.913	-.071	.079

Прагматик хүчин зүйл	.034	.039	.054	.865	.388	-.043	.111
----------------------	------	------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Та сонгуулийн шийдвэрээ ихэвчлэн хэзээ гаргадаг вэ?

Регрессийн шинжилгээний үр дүнгээс үзэхэд Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргах хугацаанд Улс төрийн хүчин зүйлийн хувьд $\beta = -0.169$ буюу сөрөг хамааралтай $p = .026$ буюу 0.05 -аас бага гарсан тул статистик ач холбогдол бүхий нөлөө үзүүлж байна. Энэ нь сонгогчдын намын ижилсэл болон улс төрийн үзэл баримтлал нь тэднийг сонгуулийн сурталчилгаа эхлэхээс өмнө шийдвэрээ тогтвортой гаргахад хүргэдэг гол хүчин зүйл болохыг баталж байна. Харин рационал, социологийн болон прагматик хүчин зүйлсийн хувьд шийдвэр гаргах хугацаанд шууд нөлөө үзүүлэхгүй байгаа нь Хэнтий аймгийн сонгогчид мэдээлэл болон амлалтаас илүүтэйгээр өөрийн суурь улс төрийн итгэл үнэмшилдээ тулгуурлан шийдвэрээ эрт төлөвшүүлдэг онцлогтойг харууллаа.

Хэнтий аймагт Рационал хүчин зүйлийн хувьд $\text{Sig.} = .128$ гарсан нь шийдвэр гаргах хугацаанд нөлөөлөхгүй байгаа нь сонгогчид мөрийн хөтөлбөрийг судалдаг ч, тэрхүү судалгаа нь тэдний анхны гаргасан улс төрийн үзэл баримтлалд суурилсан шийдвэрийг өөрчлөх хэмжээний хүчтэй биш байна гэж үзэж байна.

4.2 Бүлгийн дүгнэлт

Хэнтий аймгийн 384 сонгогчийг хамруулсан эмпирик судалгааны үр дүнгээс харахад орон нутгийн түвшний сонгогчдын зан төлөв нь уламжлалт ба рационал хандлагын зааг дээр оршиж байна. Судалгаанд оролцогчдын 45.8% нь сонгууль эхлэхээс өмнө шийдвэрээ аль хэдийн гаргасан байдаг нь тухайн бүс нутагт улс төрийн намын ижилсэл болон тогтвортой дэмжлэг маш хүчтэй байгааг илтгэв. Регрессийн шинжилгээгээр улс төрийн хүчин зүйл $p=0.026$ байсан нь шийдвэр гаргах хугацаанд нөлөөлж буй цорын ганц статистик ач холбогдол бүхий үзүүлэлт болж байна. Энэ нь сонгогчид мэдээлэл болон сурталчилгаанаас хамааралгүйгээр өөрийн суурь итгэл үнэмшилдээ тулгуурлан шийдвэрээ эрт төлөвшүүлдэг онцлогтойг харууллаа.

Нөгөө талаас, боловсролын түвшин дээшлэх тусам рационал сонголт хийх хандлага статистик ач холбогдол бүхий түвшинд $p<0.001$ буюу нэмэгдэж байна. Post Hoc шинжилгээгээр дээд боловсрол эзэмшсэн бүлэг нь бүрэн дунд боловсролтой бүлгээс мөрийн хөтөлбөр, бодлогын хэрэгжилтэд илүү ач холбогдол өгч байгаа нь тогтоогдсон. Сошиал медиагийн хувьд сонгогчдын дийлэнх нь (57%) "сенсаци" мэдээлэлд шүүлтүүртэй хандаж, бодитой мэдээллийг эрэлхийлж байгаа нь сонгогчдын мэдээлэл боловсруулах чадвар төлөвшиж буйн илрэл юм. Гэвч корреляцийн шинжилгээгээр $p=0.264$ сошиал дуулиан нь сонгогчийн эцсийн шийдвэрийг өөрчлөхүйц хүчтэй нөлөө үзүүлж чадахгүй байгаа нь Хэнтий аймгийн сонгогчид савлагаа багатай, тогтвортой сонголт хийдэг болохыг эмпирик судалгаагаар баталлаа.

ДҮГНЭЛТ

Энэхүү судалгааны ажлаар Хэнтий аймгийн орон нутгийн сонгуулийн сонгогчдын зан төлөвийг онол болон практикийн түвшинд шинжлэн дараах дүгнэлтэд хүрлээ.

Сонгуулийн тогтолцооны шинэчлэл нь сонгогчдын оролцоог идэвхжүүлэхэд эерэг нөлөө үзүүлж байгаа ч орон нутгийн түвшинд намын хатуу ижилсэл давамгайлсан хэвээр байна. Хэнтий аймгийн түүхэн сонгуулийн үр дүнгүүд болон регрессийн загвар нь тухайн бүс нутагт улс төрийн хүчин зүйл сонгогчийн зан төлөвийг тодорхойлогч гол хөшүүрэг болохыг нотолж байна.

Социологийн хүчин зүйл: Хэнтий аймгийн хувьд "Нутгархах үзэл" болон "Лидерийн нөлөө" шийдвэр гаргалтад суурь нөлөөтэй хэвээр байна. Энэ нь тухайн бүс нутгийн "улс төрийн бааз" гэх онцлог болон уламжлалт институциональ хандлагатай шууд холбоотой.

Рациональ хүчин зүйл: Сонгогчид нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр, бодлогоос илүүтэйгээр өнгөрсөн хугацаанд хийгдсэн бодит бүтээн байгуулалт, эдийн засгийн үр өгөөжийг илүүтэй үнэлж байна. Энэ нь сонгогчдын дунд "Өнгөрсөнд суурилсан рационал" хандлага давамгайлж байгааг илтгэнэ.

Сэтгэл зүйн болон Прагматик хүчин зүйл: Сонгуулийн өмнөх богино хугацааны "сенсаци" болон сошиал медиа дахь мэдээллийн урсгал нь залуу сонгогчдын шийдвэрт хүчтэй нөлөөлж байгаа ч бодит санал өгөх үйлдэл дээр гэр бүлийн уламжлалт хандлага шүүлтүүр болон ажиллаж байна.

Сонгогчийн зан төлөвийн шилжилт: Сонгогчдын шийдвэр гаргах логик нь "Нийгэм-сэтгэл зүйн загвар"-аас "Рационал сонголтын загвар" руу аажмаар шилжиж байна. Ялангуяа боловсролын түвшин нэмэгдэх тусам сонгогчид нэр дэвшигчийн хувийн имижээс илүүтэйгээр мөрийн хөтөлбөр болон бүс нутгийн хөгжлийн прагматик асуудлуудыг шүүн тунгаах хандлагатай болжээ.

Мэдээллийн орчин ба тогтвортой байдал: Дижитал орчин дахь мэдээллийн урсгал сонгогчдын танин мэдэхүйд нөлөөлж байгаа ч Хэнтий аймгийн сонгогчид гэнэтийн сенсаци, сөрөг сурталчилгаанд автахгүй байх дархлаатай байна. Сонгогчдын 44.3% нь сурталчилгааны явцад мэдээлэл авч шийдвэрээ гаргадаг хэдий ч энэхүү шийдвэр нь тэдний анхдагч улс төрийн итгэл үнэмшлийг эвдэх хэмжээний биш, харин түүнийг баталгаажуулах шинжтэй байна.

Дотоодын судалгааны үр дүнгүүдтэй харьцуулсан харьцуулалт:

Азийн сангаас Монгол Улсад тогтмол зохион байгуулдаг *"Санги Марал сан"-гийн үндэсний хэмжээний зан төлөвийн түүвэр судалгааны* үр дүнтэй эмпирик өгөгдлийг харьцуулахад нэг талаас нийцэлтэй, нөгөө талаас зөрүүтэй дүр зураг ажиглагдаж байна.

Нийцтэй тал (Төрд итгэх итгэл ба Залуусын оролцоо)

Азийн сангийн сүүлийн жилүүдийн тайланд Монголын ардчилал институцийн хувьд тогтворжсон ч иргэдийн төрийн байгууллагуудад итгэх итгэл суларч, ялангуяа залуу үеийнхний улс төрийн идэвх, оролцоо буурах хандлагатай байгааг тэмдэглэсэн байдаг (The Asia Foundation, 2021). Энэхүү ерөнхий дүр зураг судалгааны үр дүнтэй бүрэн нийцэж байна. Хэнтий аймгийн кэйс дээр ч 45-аас дээш насныхны ирц, идэвх

давамгайлж, залуусын идэвх сул байгаа нь үндэсний хэмжээний сорилт орон нутагт яг ижил түвшинд оршиж буйг баталж байна.

Зөрүүтэй тал (Намын ижилсэл ба Хувь хүний имиж)

Азийн сангийн үндэсний судалгаагаар Монгол сонгогчдын дийлэнх нь шийдвэр гаргахдаа намын үзэл баримтлал, мөрийн хөтөлбөрөөс илүүтэйгээр "Нэр дэвшигчийн хувийн шинж чанар, нэр хүнд, итгэлцэл" дээр тулгуурладаг гэсэн үр дүн давамгайлдаг (Sant Maral Foundation, 2023). Гэтэл манай регрессийн шинжилгээгээр Хэнтий аймагт Улс төрийн хүчин зүйл буюу Намын ижилсэл сонгогчдыг сонгууль эхлэхээс өмнө аль хэдийн шийдвэрээ гаргахад хүргэдэг гол хүчтэй хөшүүрэг болж гарсан. Энэхүү зөрүү нь Хэнтий аймаг бол үндэсний дунджаас илүү "улс төрийн хатуу тогтвортой бааз" шинж чанартай, намын байгууламж болон уламжлалт ижилсэл нь хувь хүний хүчин зүйлийг дарангуйлах чадвартай бүс нутаг болохыг эмпирик түвшинд харуулж буй хэрэг юм.

Гадаадын судалгааны үр дүнгүүдтэй харьцуулсан харьцуулалт:

Хэнтий аймгийн сонгогчдын зан төлөвийг гадаадын ижил төстэй, тухайлбал, уламжлалт соёл давамгайлсан, төвөөс алслагдсан, эсвэл нэг улс төрийн хүчин засаглалын бааз болдог бүс нутгуудын судалгаатай харьцуулахад Мичиганы сургуулийн (Michigan School) сонгодог загвар болон "Улс төрийн социализаци"-ийн онолуудаар тайлбарлагдаж байна.

Намын хатуу ижилсэл (1960):

АНУ-ын сонгуулийн зан төлөвийн суурь болсон Мичиганы сургуулийн онолоор "Намын ижилсэл" (Party Identification) нь хувь хүний бага наснаас гэр бүл, орчин тойрны нөлөөгөөр сэтгэл зүйд нь гүн суусан "шүүлтүүр" байдаг. Энэхүү шүүлтүүр нь сонгуулийн кампанит ажлын явцад ирж буй мэдээллүүдийг өөрт ашигтайгаар мушгин хүлээж авахад хүргэдэг. Хэнтий аймгийн сонгогчдын 45.8% нь сонгууль эхлэхээс өмнө шийдсэн байдаг ба регрессийн Beta утга сөрөг буюу эрт шийддэг гарсан нь энэхүү Мичиганы загвар орон нутгийн түвшинд маш амьд ажиллаж байгааг нотолно.

Эдийн засгийн ретроспектив хандлага (Fiorina, 1981):

Гадаадын судалгаануудад сонгогчдын зан төлөвийг ирээдүйн амлалтад суурилсан (Prospective voting) ба өнгөрсөн үеийн үр дүнд суурилсан (Retrospective voting) гэж хоёр хуваадаг (Fiorina, 1981). Манай судалгаанд Рационал хүчин зүйлийн асуултууд дундаас "Мөрийн хөтөлбөр" гэхээс илүү "Өмнө хийгдсэн бодит ажил, бүтээн байгуулалт" сонгогчдод илүү жин дарж байгаа нь орон нутгийн иргэд туршилтын эсвэл ирээдүйн хийсвэр амлалтад хууртахаас илүүтэй, Fiorina-ийн онолд дурдсанчлан "бодитой үр дүнг" шүүн тунгаадаг рационал зан төлөвтэй байгааг илтгэж байна.

Уламжлалт болон хамтын соёл:

Японы хөдөөгийн мужууд болон Зүүн өмнөд Азийн зарим орнуудын орон нутгийн сонгуулийн судалгаанаас харахад, иргэд шийдвэр гаргахдаа хамт олны уур амьсгал, ураг төрлийн хэлхээ холбоо (social networks)-г чухалчилдаг (King, 2003). Манай судалгаагаар Социологийн хүчин зүйл ($p = .913$) шийдвэр гаргах хугацаанд нөлөөлөхгүй байгаа ч, тайлбарлах шинжилгээгээр нийгмийн харилцааны суурь шүүлтүүр болж байгаа нь

нүүдлийн соёл иргэншил болон орон нутгийн амьд харилцааны онцлог гадаадын хамтын соёлтой орнуудын хөдөөгийн бүс нутгийн зан төлөвтэй ижил төстэй байгааг харуулж байна.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Судалгааны үр дүнд тулгуурлан сонгуулийн үйл ажиллагаанд оролцогч талуудад дараах зөвлөмжийг дэвшүүлж байна.

Улс төрийн намууд болон нэр дэвшигчдэд:

- Бодлогын прагматизм руу шилжих: Сонгогчид ерөнхий амлалтаас илүүтэй "бодит бүтээн байгуулалт"-ыг чухалчилж байгаа тул сонгуулийн мөрийн хөтөлбөрийг орон нутгийн иргэдийн өдөр тутмын амьдралд буюу дэд бүтэц, ажлын байранд шууд нөлөөлөхүйц прагматик шийдлүүдэд чиглүүлэх.
- Дижитал стратегийг орон нутгийн онцлогт нийцүүлэх: Сошиал медиаг зөвхөн сенсаци үүсгэх хэрэгсэл биш, харин иргэдтэй байнгын эргэх холбоо тогтоох, бодлогоо тайлбарлан таниулах "дижитал гүүр" болгон ашиглах замаар залуу үеийн оролцоог идэвхжүүлэх.
- Харилцааны ёс зүй ба имиж бүрдүүлэлт: Сонгогчдын дунд сэтгэл зүйн болон социологийн хүчин зүйл хүчтэй байгаа тул нэр дэвшигчид зөвхөн мэргэжлийн ур чадвараас гадна иргэдтэй ижилсэх сэтгэл хөдлөлийн чадамж дээрээ анхаарах шаардлагатай.
- Сонгогчдын 45% нь шийдвэрээ аль хэдийн гаргасан байдгийг харгалзан, сонгуулийн кампанит ажлыг зөвхөн сурталчилгааны 18-22 хоногт бус, сонгууль хоорондын хугацаанд тасралтгүй явуулж, нийгмийн капитал болон итгэлцлийг бэхжүүлэхэд анхаарах.

Төрийн болон төрийн бус байгууллагуудад:

- Сонгогчдын боловсролын тогтолцоот хөтөлбөр: Сонгуулийн боловсролыг зөвхөн сонгуулийн өмнөх кампанит ажлаар хязгаарлахгүйгээр, залуу үеийнхэнд зориулсан "Иргэний улс төрийн социализаци"-ийн сургалт, хөтөлбөрүүдийг орон нутгийн түвшинд тогтмолжуулах.
- Мэдээллийн тэнцвэрт байдлыг хангах: Сонгогчид сошиал медиа дахь нэг талыг барьсан мэдээлэлд автах эрсдэл өндөр байгаа тул орон нутгийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүдээр дамжуулан нэр дэвшигчдийн бодлогын мэтгэлцээнийг зохион байгуулж, рациональ сонголт хийх боломжийг бүрдүүлэх.

Сонгогчдод:

- Мэдээлэлд шүүлтүүртэй хандах: Сонгуулийн шийдвэр гаргахдаа ам дамжсан яриа, сошиал медиагийн сенсацаас ангид байж, нэр дэвшигчийн боловсрол, туршлага болон мөрийн хөтөлбөрийн хэрэгжих бодит боломжийг харьцуулан шинжлэх.
- Иргэний оролцоог идэвхжүүлэх: Сонгуульд санал өгөх нь зөвхөн эрх биш, иргэний үүрэг гэдгийг ухамсарлаж, орон нутгийн хөгжилд өөрийн саналаар дамжуулан бодит хяналт тавих хандлагыг төлөвшүүлэх.

Судлаачдад:

Цаашид сонгогчийн зан төлөвийг судлахдаа зөвхөн асуумжийн аргаар хязгаарлахгүйгээр, туршилтын судалгааны аргыг ашиглан сошиал медиа дахь бодит үйлдлийг шинжлэх нь илүү нарийвчлалтай үр дүн өгөх боломжтой юм.

НОМЗҮЙ

- Brader, T. (2006). *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. University of Chicago Press.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. Yale University Press.
- King, D. Y. (2003). *The Individual and the Social in Voting Behavior: Rural-Urban Differences*. Academic Press.
- Layman, G. C. (2001). Religion and political behavior in the United States: The impact of beliefs, affiliations, and commitment. *Public Opinion Quarterly* .
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Mason, L. (2018). *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. University of Chicago Press.
- Richard G. Neimi, Herbert F. Weisberg. (2001). *Controversial Issues in Voting Behavior*. CQ Press: Washington.
- Sant Maral Foundation. (2018). Улс төрийн идэвх ба Гэр бүлийн хамаарал. *Politbarometer #46* (хуудсд. 12-15).-Д
- Sant Maral Foundation. (2023). *Politbarometer: National Sample Survey*.
- The Asia Foundation. (2021). *Mongolia's Electoral Reform and the State Great Khural Elections: Public Perception Survey*.
- А.Лхагвадорж. (2022). *Монгол дахь залуу үеийн улс төрийн оролцоо*.
- Ардчилал судлалын төв. (2022). *Орон нутгийн сонгуулийн талаарх иргэдийн ойлголт, хандлага тодорхойлох судалгаа*. Улаанбаатар.
- Б.Чимид. (2008). *Сонгуульд суралцахуй*. ADMON.
- Д.Ганбаатар. (2012). *Сонгуулийн үйл явц ба сонгогчийн зан төлөв*.
- Д.Мягмар. (2015). *Улс төрийн социологи*. Улаанбаатар: МУИС-ийн хэвлэх үйлдвэр.
- Д.Оргил. (2025). *Сонгуулийн мажоритар тойргийн мандатыг зохистой тогтоох нь*. Нээлттэй нийгэм форум.
- Ж.Ядамсүрэн. (2008). *Сонгуулийн тухай зарим ойлголт*. Улаанбаатар.
- С.Зулгэрэл. (2018). *Сонгогчийн зан төлөвийн төлөвшил*.
- Үндэсний статистикийн хороо. (2024). *Монгол Улсын статистикийн эмхэтгэл: Хэнтий аймаг*. Улаанбаатар: 1212.mn.

Э.Гэрэлт-Од. (2021). *Монгол Улсын Их Хурлын сонгуулийн тогтолцооны улс төр, эрх зүйн түүхэн шинжилгээ* (хууд. Хуудас 2).-Д

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. Судалгааны асуулт

СОНГОГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВИЙН СУДАЛГААНЫ АСУУМЖ

Сайн байна уу? Танд энэ өдрийн мэнд хүргэе. Энэхүү судалгаа нь Хэнтий аймгийн сонгогчдын шийдвэр гаргалтад нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг шинжлэх зорилготой бөгөөд таны хариулт зөвхөн судалгааны нэгдсэн дүн шинжилгээнд ашиглагдах тул үнэн зөв хариулна уу.

Ерөнхий мэдээлэл

1. Таны нас:

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-аас дээш

2. Таны боловсролын түвшин:

- Бүрэн бус дунд / Дунд
- Мэргэжлийн боловсрол / Диплом
- Бакалавр
- Магистр болон түүнээс дээш

3. Таны эрхэлж буй ажил:

- Төрийн албан хаагч
- Хувийн хэвшил / Хувиараа бизнес эрхлэгч
- Малчин
- Оюутан
- Тэтгэвэрт / Ажилгүй

4. Хүйс: Эр Эм

5. Та сонгуулийн мэдээллийг голчлон хаанаас авдаг вэ?

- Телевиз, радио
- Фэйсбүүк, сошиал медиа
- Нутгийн иргэдийн ам дамжсан яриа
- Нэр дэвшигчийн биечилсэн уулзалт

6. Сонгуулийн өмнөхөн сошиал медиагаар цацагдаж буй "сенсаци" мэдээлэл (бичлэг, дуулиан г.м) таны шийдвэрийг өөрчилж чадах уу?

- Тийм, шийдвэрээ шууд өөрчлөхөд хүргэдэг
- Эргэлзээ төрүүлдэг ч шууд өөрчлөхгүй
- Огт нөлөөлөхгүй, би бодитой мэдээлэлд итгэдэг

7. Та шийдвэрээ ихэвчлэн хэзээ гаргадаг вэ?

- Сонгууль эхлэхээс өмнө аль хэдийн шийдсэн байдаг
- Сурталчилгааны явцад мэдээлэл авсны дараа
- Яг санал өгөх бүхээгт орохдоо

№	РАЦИОНАЛ ХҮЧИН ЗҮЙЛ	1	2	3	4	5
1.1	Нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр нь бодит, хэрэгжихүйц байх					
1.2	Улс орны эдийн засгийн асуудлыг шийдэх тодорхой гарц санал болгосон байдал					
1.3	Орон нутгийн (аймгийн) тулгамдсан асуудлыг шийдэх бодлого					
1.4	Нэр дэвшигчийн боловсрол, мэргэжлийн туршлага, чадвар					
1.5	Өмнөх мөрийн хөтөлбөрийн биелэлт болон ажлын тайлан					

№	2. УЛС ТӨРИЙН ХҮЧИН ЗҮЙЛ (Намын үзэл сурта	1	2	3	4	5
2.1	Миний дэмждэг улс төрийн намын үзэл баримтлал, үнэт зүйл					
2.2	Тухайн намын үндэсний хэмжээний лидерүүдийн нэр хүнд					
2.3	Намын тогтвортой байдал болон засаглах чадвар					
2.4	Улс төрийн намын зүгээс баримталж буй ерөнхий чиг шугам					
2.5	Гэр бүлээрээ уламжлан дэмжиж ирсэн намын нөлөөлөл					

№	3. СЭТГЭЛ ЗҮЙН ХҮЧИН ЗҮЙЛ (EQ болон Хувь хүн)	1	2	3	4	5
3.1	Нэр дэвшигчийн өөрийгөө илэрхийлэх, илтгэх чадвар (Charisma)					
3.2	Олон нийтийн өмнө гаргаж буй соёлтой харилцаа, хандлага					
3.3	Нэр дэвшигчийн хувийн ёс зүй болон шударга зан чанар					
3.4	Бусдыг сонсох, иргэдтэй ойр ажиллах чадвар (EQ)					
3.5	Нэр дэвшигчийн өөртөө итгэлтэй байдал, манлайлагч дүр төрх					

№	4. СОЦИОЛОГИЙН ХҮЧИН ЗҮЙЛ (Нутгархал, орчин)	1	2	3	4	5
4.1	Нэр дэвшигч Хэнтий аймгийн уугуул иргэн байх					
4.2	Гэр бүл, найз нөхөд, ойр дотны хүмүүсийн өгч буй зөвлөмж					
4.3	Хамаатан садан, ураг төрлийн хэлхээ холбоо					
4.4	Ажлын хамт олон болон мэргэжлийн хүрээллийн хандлага					
4.5	Орон нутгийн нөлөө бүхий ахмадууд, удирдлагуудын дэмжлэг					

№	5. ПРАГМАТИК ХҮЧИН ЗҮЙЛ (Ашиг сонирхол, бэлэг)	1	2	3	4	5
5.1	Сонгуулийн үеэр тарааж буй бэлэг, бэлэн мөнгөний тусламж					
5.2	Миний болон гэр бүлийн гишүүдийн ажлын байрны баталгаа					
5.3	Нэр дэвшигчийн зүгээс өгч буй шууд халамж, урамшууллын амлалт					
5.4	Хувийн бизнес эсвэл ахуйн асуудалд дэмжлэг үзүүлэх боломж					
5.5	Сонгуулийн үеийн үнэ төлбөргүй арга хэмжээ, үйлчилгээнүүд					

Хавсралт 2. Найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүнгүүд

Рационал хүчин зүйлийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	5

Улс төрийн хүчин зүйлийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

Сэтгэл зүйн хүчин зүйлийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	5

Социологийн хүчин зүйлийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	5

Прагматик хүчин зүйлийн найдвартай байдлын шинжилгээ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	5

Хавсралт 3. Шкал асуултуудын шинжилгээ

Таны нас

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-24	30	7.8	7.8	7.8
25-34	90	23.4	23.4	31.3
35-44	119	31.0	31.0	62.2

45-54	91	23.7	23.7	85.9
55-аас дээш	54	14.1	14.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Хүйс

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Эрэгтэй	133	34.6	34.6	34.6
Эмэгтэй	251	65.4	65.4	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Таны боловсролын түвшин

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Бүрэн дунд	135	35.2	35.2	35.2
Мэргэжлийн	32	8.3	8.3	43.5
Бакалавр	192	50.0	50.0	93.5
Магистр	25	6.5	6.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Таны эрхэлж буй ажил

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ТӨҮГ	75	19.5	19.5	19.5
Төрийн албан хаагч	117	30.5	30.5	50.0
Хувийн хэвшил	78	20.3	20.3	70.3
Хувиараа бизнес эрхлэгч	39	10.2	10.2	80.5
Малчин	13	3.4	3.4	83.9
Тэтгэвэр	36	9.4	9.4	93.2
Ажилгүй	26	6.8	6.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Та сонгуулийн мэдээллийг голчлон хаанаас авдаг вэ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Телевиз, радио	54	14.1	14.1	14.1

Фейсбүүк, сошиал медиа	246	64.1	64.1	78.1
Нутгийн иргэдийн ам дамжсан яриа	23	6.0	6.0	84.1
Нэр дэвшигчийн биечилсэн уулзалт	61	15.9	15.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Сонгуулийн өмнөхөн сошиал медиагаар цацагдаж буй "сенсаци" мэдээлэл (бичлэг, дуулиан г.м) таны шийдвэрийг өөрчилж чадах уу?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Тийм, шийдвэрээ шууд өөрчлөхөд хүргэдэг	14	3.6	3.6	3.6
Эргэлзээ төрүүлдэг ч шууд өөрчлөхгүй	151	39.3	39.3	43.0
Огт нөлөөлөхгүй, би бодитой мэдээлэлд итгэдэг	219	57.0	57.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Та сонгуулийн шийдвэрээ ихэвчлэн хэзээ гаргадаг вэ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Сонгууль эхлэхээс өмнө аль хэдийн шийдсэн байдаг	176	45.8	45.8	45.8
Сурталчилгааны явцад мэдээлэл авсны дараа	170	44.3	44.3	90.1
Яг санал өгөх бүхээгт орохдоо	38	9.9	9.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Хэнтий аймагт сүүлийн жилүүдэд хийгдсэн бүтээн байгуулалт (зам, аялал жуулчлал, сургууль цэцэрлэг)-т та ямар үнэлгээ өгөх вэ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Маш сайн	37	9.6	9.6	9.6
Хангалттай	202	52.6	52.6	62.2
Муу	145	37.8	37.8	100.0

Total	384	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Та сонгуульд саналаа өгөхдөө хэр итгэлтэй байдаг вэ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Миний санал юуг ч өөрчлөхгүй	19	4.9	4.9	4.9
Миний санал маш чухал	221	57.6	57.6	62.5
Иргэний үүрэг учраас л өгдөг	144	37.5	37.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Таны сонголт хийх шийдвэрт юу хамгийн их саад болдог вэ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Намуудын хоосон амлалт	207	53.9	53.9	53.9
Нэр дэвшигчдийн талаарх мэдээлэл дутмаг байдал	99	25.8	25.8	79.7
Сөрөг сурталчилгаа (Хар пиар)	78	20.3	20.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	