

**“ЧӨЛӨӨТЭЙ БӨГӨӨД ШУДАРГА БАЙХ НЬ”
ОЛОН НИЙТ, СЭТГҮҮЛЧДИЙН ДУНД ЯВУУЛСАН
СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН**

ГАРЧИГ

Оршил	2
1. Олон нийтийн үнэлэмж	4
1.1 Судалгааны зорилго, хүрээ	4
1.2 Сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээлэл хэрхэн ажилласан бэ.....	5
1.3 Сэтгүүлчид ёс зүйгээ хэрхэн баримталсан бэ.....	7
2. Сэтгүүлчдийн үнэлэмж.....	11
2.1. Судалгааны зорилго, хүрээ	11
2.2. Сэтгүүлч ба ёс зүй.....	11
2.3. Цагдан хяналт (цензур) ба ёс зүй.....	14
2.4. Сэтгүүлч ба Хэвлэлийн цэц.....	15
3. Дүгнэлт.....	17

“ЧӨЛӨӨТЭЙ БӨГӨӨД ШУДАРГА БАЙХ НЬ” ОЛОН НИЙТ, СЭТГҮҮЛЧДИЙН ДУНД ЯВУУЛСАН СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН

ОРШИЛ

Монгол улсад ардчилсан сэтгүүл зүй хөгжиж, чөлөөт хэвлэлийн тогтолцоо бодит зүйл болоод 10 гаруй жил өнгөрч байгаа хэдий ч Монголын сэтгүүлчдийн нийтээр даган мөрдөх ёс зүйн зарчим батлагдаагүй, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг тууштай сахин хамгаалах, хараат бус сэтгүүл зүйг хөхиүлэн дэмжих хамгийн үр дүнтэй хэлбэр болох хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалт хараахан хөгжиж эхлээгүй байна.

"Глоб Интернэшнл" төрийн бус байгууллагаас Монголын Сэтгүүлчдийн Нэгдсэн Эвлэлтэй (МСНЭ) хамтран 2004 оны 4-р сарын 20-ноос 7-р сарын 20-ныг дуустал "Чөлөөтэй бөгөөд шударга байх нь" төсөл хэрэгжүүлсэн юм. Тэнцвэртэй, шударга сурталчилгаа, мэдээллээр дамжуулан шударга сонгуулийг хөхиүлэн дэмжих зорилго бүхий энэхүү төслийн хүрээнд МСНЭ, Монголын Сонины Холбоо (МоСХ), Монголын Чөлөөт Сонинуудын Холбоо (МЧСХ)-ны хамтарсан бага хурлаас 2004 оны "Сонгуулийн үеэр сэтгүүлчдийн дагаж мөрдөх ёс зүйн зарчим"-ыг баталж, Хэвлэлийн түр цэц ажиллуулахаар түүний дүрэм, бүрэлдэхүүнийг баталсан билээ.

"Чөлөөтэй бөгөөд шударга байх нь" төслийн хэрэгжилтэд үнэлгээ, дүгнэлт өгөх, түүний хүрээнд хийж гүйцэтгэсэн ажлын талаар иргэд, сэтгүүлчдийн ойлголт, хандлагыг судлах зорилгоор энэхүү судалгааг явуулав.

Иргэдийн дунд сонгуулийн кампанит ажлын өмнө, хойно 2 удаа нийт 500 хүнийг хамарсан судалгаа хийсэн бөгөөд дүнг нэгтгэн гаргасан болно. Сэтгүүлчдийн дунд явуулсан судалгаанд хэвлэл мэдээллийн 30 гаруй байгууллагад ажиллаж буй 200 сэтгүүлчийг хамруулсан нь монголын нийт сэтгүүлчдийн 10 орчим хувийг эзэлж байгаа юм. Энэ нь УИХ-ын сонгуулийн үеэр хамгийн идэвхтэй ажиллаж байсан сэтгүүлчдийг төлөөлсөн юм.

Судалгаагаар " Сонгуулийн үеэр сэтгүүлчдийн баримтлах ёс зүйн зарчим" батлагдсан тухай, сэтгүүлчид ёс зүйн зарчмыг мөрдөж ажилласан эсэх талаар өөрсдийнх нь болон олон нийтийн дүгнэлт, ойлголт, Хэвлэлийн түр цэц ажилласан тухай мэдээлэл сэтгүүлчдэд аль хэр хүрсэн, сэтгүүлчдэд тулгарч буй бэрхшээл, цаашид мэргэжлийн ёс зүйн зарчмыг ердийн хэм хэмжээ болгоход анхаарах зүйлийн талаарх хандлагыг тандаж, илрүүлсэн болно.

Хэвлэлийн эрх чөлөө бол ардчиллын тулгуур зарчмын нэг, иргэдийн үндсэн эрх, эрх чөлөөний салшгүй хэсэг юм. Ийм ч учраас хэвлэл мэдээллийн талаарх олон нийтийн үнэлгээ, үнэлэмж нь цаашид хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд олон нийтийн эрх ашгийг дээдэлж, нийгмийн хоточ нохой байх үүргээ биелүүлэхэд нь чухал эх сурвалж, тулгуур баримт болох учиртай.

Энэ нь зөвхөн тухайн төслийн тухай тандалт бус харин сэтгүүлчийн ёс зүй, хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын талаар олон нийт сэтгүүлчдийн дунд хийсэн анхны судалгаа болсноороо шинэлэг юм.

Сэтгүүлчийн ёс зүй, хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын тухай олон нийт, сэтгүүлч, хэвлэл мэдээллийн удирдлагад ойлголт өгч, энэ чиглэлээр анхны бодит туршлага хуримтлуулсанд төслийн гол ач холбогдол оршино.

Бидэнд энэ боломжийг олгож, санхүүгийн тусламж үзүүлсэн "Нээлттэй Нийгэм" Форумд гүн талархал илэрхийлье.

Төслийн удирдагч Х.Наранжаргал

I. ОЛОН НИЙТИЙН ҮНЭЛЭМЖ

1.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО, ХҮРЭЭ

Ардчилсан шударга сонгуулийн үр дүн, олон нийтийн сонголтод нөлөөлдөг олон хүчин зүйл байдаг боловч хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл голлох үүрэг гүйцэтгэдэг. ХМХ-ийн сонгуулийн тухай мэдээ, мэдээлэл үнэн зөв, бодитой, тэнцвэртэй байх нь эн тэргүүний ач холбогдолтой юм. Үүний тулд хэвлэл мэдээлэл, улс төрийн нам, эвсэл, хөдөлгөөнөөс хараат бус байж, мэргэжлийн түвшинд ажиллан, гагцхүү сонгогч түмний эрх ашигт үйлчлэх ёстой. Олон нийт сонгуульд оролцож буй бүх талуудын тухай үнэн бодитой, тэнцвэртэй мэдээллийг хүлээн эрхээ эдлэхэд чин шударгаар туслах нь сэтгүүлч, хэвлэл мэдээллийн байгууллагын удирдлага, ажилтнуудын үүрэг билээ. Энэ үүргээ нэр төртэй биелүүлэхийн тулд мэргэжлийн ёс зүйгээ эрхэмлэн сахих нь хамгаас чухал билээ.

2004 оны УИХ-ын Сонгуулийн үеэр монголын сэтгүүлчид анх удаа Ёс зүйн зарчим баталсан бөгөөд тэд энэхүү зарчмаа аль хэр дагаж мөрдсөн тухай олон нийтийн үнэлэлт, дүгнэлтийг судлахад энэ судалгааны гол зорилго оршино.

Судалгаанд сонгуулийн насны ихэнх нь төвлөрөн суудаг, ХМХ олноор байрладаг нийслэл хотын 500 хүнийг хамруулж, мэдээллийг хүн олноор цуглардаг газруудаар явж, анкет ашиглан цуглуулж, боловсруулсан болно.

Хүснэгт 1. Судалгаанд хамрагдагсдын насны байдал

№	Насны бүлэг	Тоон үзүүлэлт	Хувь
1.	18-25 нас	112	22.4%
2.	26-30 нас	123	24.6%
3.	31-35 нас	113	22.6%
4.	36-40 нас	74	14.8%
5.	41-ээс дээш нас	78	15.6%
Нийт		500	100

Судалгаанд сонгуулийн насны бүх бүлэг хамрагдсан бөгөөд боловсролын хувьд ч гэсэн нийгмийн хамгийн идэвхитэй хэсгийг төлөөлөх боломжтой гэж үзэж байна.

Хүснэгт 2. Судалгаанд хамрагдагсдын боловсролын байдал

№	Боловсрол	Тоон үзүүлэлт	Хувь
1.	Бүрэн бус дунд	37	7.4%

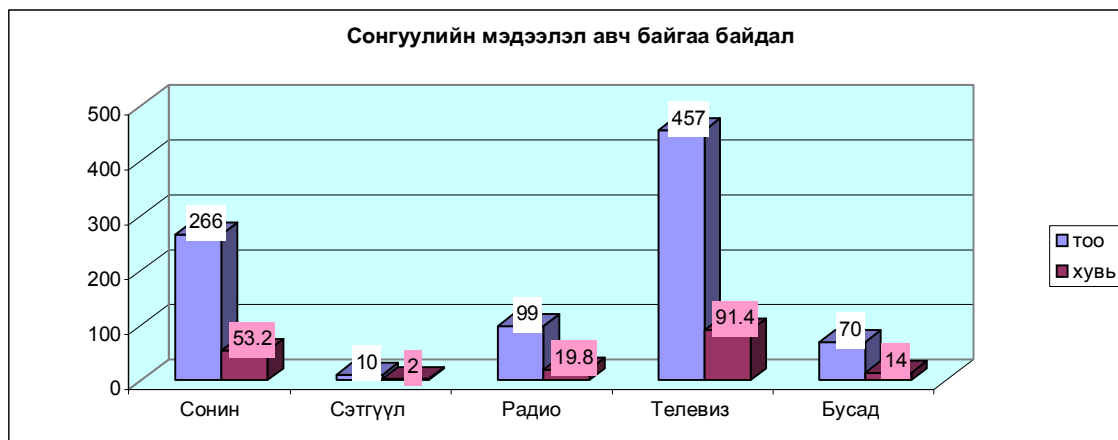
2.	Бүрэн дунд	153	30.6%
3.	Дээд	222	44.4%
4.	Тусгай	88	17.6%
Нийт		500	100

1.2. СОНГУУЛИЙН ҮЕЭР ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЭЛ ХЭРХЭН АЖИЛЛАСАН БЭ?

Сонгуулийн үеэр иргэдийн санаа бодолд хүчтэй нөлөө үзүүлдэг хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл бол өргөн нэвтрүүлэг (телевиз, радио) юм. Тэдгээрийн ашиглаж буй агаарын долгион нь нийт ард түмний өмч бөгөөд өргөнөөр ашиглахад хязгаарлагдмал байдаг. Иймд өргөн нэвтрүүлгийн мэдээллийн хэрэгсэл нь сонгуулийн үеэр аль нэг нам, эвсэл, хөдөлгөөнд бус, сонгогчдын эрх ашигт нийцсэн тэнцвэртэй, шударга мэдээллээр хангах үүрэг хүлээдэг олон улсын хэм хэмжээ байдаг. Харин сонин хэвлэлийн хувьд аль нэг нам, эвсэл, хөдөлгөөнийг дэмжиж байгаагаа шууд илэрхийлэх эрхтэй байдаг ажээ.

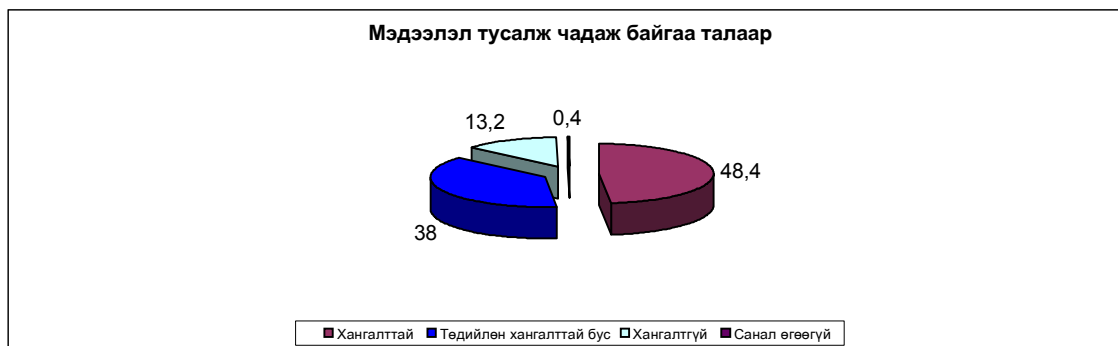
Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 86% нь сонгуулийн тухай мэдээллийг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс, 14 хувь буюу 70 хүн бусад эх сурвалж, тухайлбал, сурталчилгааны хуудас, самбар зэргээс авсан байна. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн дотроос өргөн нэвтрүүлэг, тухайлбал телевизээс судалгаанд хамрагдагсдын 91.4 хувь буюу 457 хүн мэдээлэл авсан байна. Энэ нь телевиз нийслэл хотод хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс хамгийн илүү хүртээмжтэйг нотолж байна.

График 1. Сонгуулийн мэдээлэл авч буй байдал



Сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн дамжуулж, түгээж буй мэдээлэл иргэдэд зөв сонголт хийхэд аль хэр тус болсныг тодруулбал 48.4% нь хангалттай гэж хариулжээ. Харин төдийлөн хангалттай бус, хангалтгүй гэж үзэж байгаа хүмүүс 51.2%-ийг эзэлж байна.

График 2. Мэдээлэл сонголт хийхэд хангалттай байсан эсэх



"Мэдээлэл хангалтгүй, төдийлөн хангалтгүй" гэсэн хүмүүсээс тухайлбал ямар мэдээлэл хүсэж байсныг тодруулахад намуудын мөрийн хөтөлбөрийг харьцуулсан дүн шинжилгээ, нэр дэвшигчдийн халз мэтгэлцээн гэх мэт олон ургальч үзлийг эрхэмлэсэн, хараат бус мэдээллийг хүлээж байжээ.

Хүснэгт 3. Мэдээлэл хүссэн байдал

№	Мэдээллийн хэлбэр	Тоон үзүүлэлт	Хувь
---	-------------------	---------------	------

1	Нэр дэвшигчдийн халз мэтгэлцээн	162	63.3%
2	Намуудын мөрийн хөтөлбөрийн харьцуулсан дүн шинжилгээ, мэдээлэл	106	41.4%
3	Сонгогчийн боловсролд зориулсан	42	17.2%
4	Бусад	23	8.9%

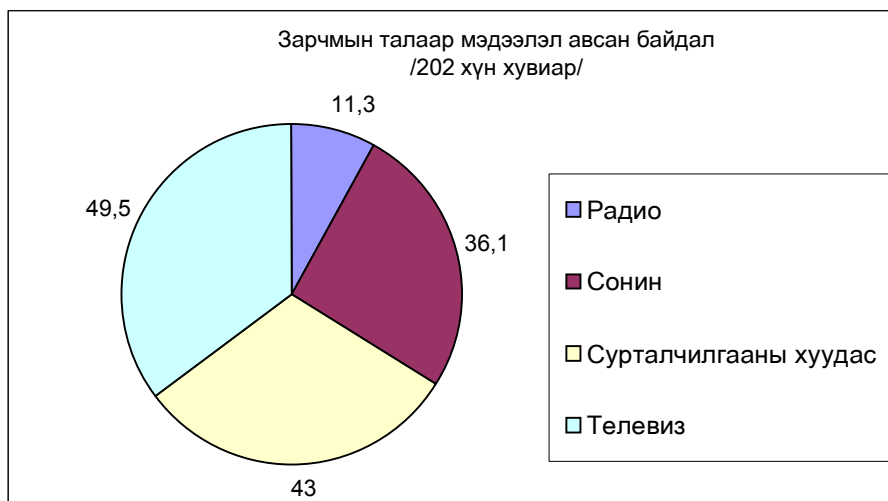
Жич: Нэг хүн нэр дэвшигчдийн халз мэтгэлцээн, сонгогчийн боловсролд зориулсан мэдээлэл гэх мэт давхардуулан хариулсныг үзүүлэлт тус бүрд оруулан дүнг нэгтгэлээ.

Судалгаанаас харахад хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд 2004 оны сонгуулийн үеэр олон нийтийн эрх ашигт үйлчилж чадсангүй гэсэн дүгнэлт хийж болох юм. Сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл хангалтгүй байсан гэж үзсэн хүн харьцангуй цөөн байсан нь сонирхол татаж байна. Энэ нь сонгуулийн үеэр хэвлэл мэдээллийн бас нэг чухал үүрэг болохыг судалгаанд хамрагдагсад төдийлөн ойлгоогүй, эсвэл ач холбогдол өгөөгүйтэй холбоотой байж болох юм.

1.3. Сэтгүүлчид ёс зүйгээ хэрхэн баримталсан бэ?

Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 40.4 хувь /202 хүн/ нь сэтгүүлчид энэ сонгуулийн үеэр ёс зүйн зарчим батлан мөрдөж байгаа тухай мэдсэн, 59.6 хувь нь энэ тухай дуулаагүй байна. Энэ тухай сонссон хүмүүсийн 49.5% нь тухайн мэдээллийг телевизээс, 43% нь сурталчилгааны хуудаснаас олж авчээ.

График 3. Мэдээлэл авсан байдал

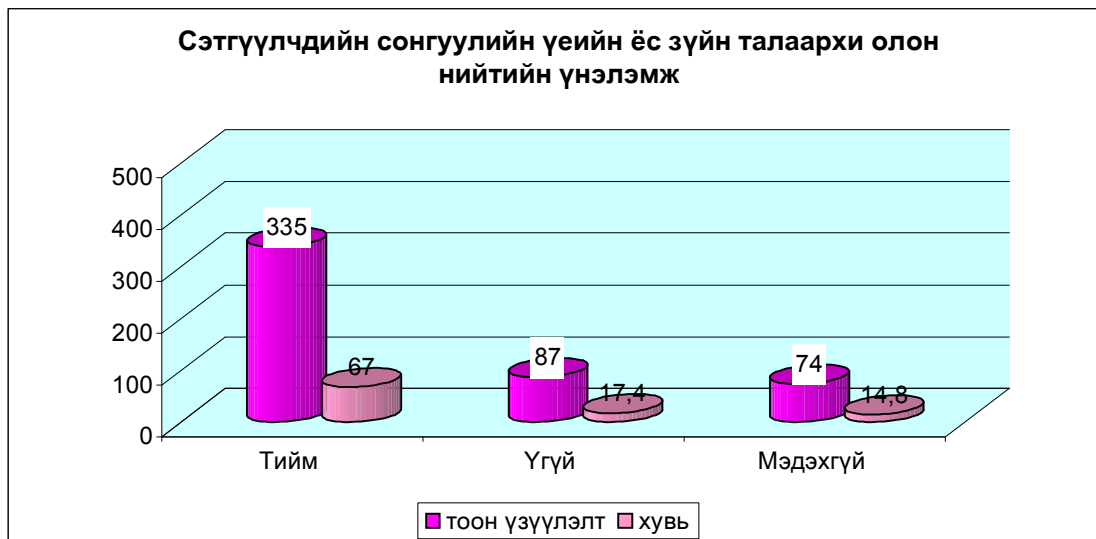


Жич: Нэг оролцогч нэгээс хоёр эх сурвалж, тухайлбал, радио телевиз, сонин сурталчилгааны хуудас гэх мэт давхардуулан хариулсныг үзүүлэлт тус бүрд оруулан дүнг нэгтгэлээ.

Олон нийт сэтгүүлчдийн энэ алхамыг дэмжиж байгаа нь судалгаанд хамрагдагсдын 67.8 хувь нь "тийм" гэж хариулснаас харагдаж байна.

Харин сэтгүүлчийн ёс зүйн зарчмын тухай сонссон, үгүйгээс үл хамааран судалгаанд хамрагдсан 500 хүний 67.8% нь тэд энэ сонгуулийн үеэр ёс зүйгээ баримтлан ажиллаж чадаагүй гэж дүгнэсэн байна. Энэ судалгааг бид "Сонгуулийн үеэр сэтгүүлчдийн баримтлах ёс зүйн зарчим"-д тусгасан зүйл тус бүрээр санал асууж, хариултыг нэгтгэсэн болно.

График 3. Сонгуулийн үеийн ёс зүйн үнэлэмж



Сэтгүүлчид ёс зүйгээ баримтлан ажиллаж чадаагүй гэж үзсэн 335 хүн ёс зүйг хэрхэн зөрчсөн, энэ нь аль хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд түлхүү ажиглагдаж байсныг дүгнэхдээ 73.4 % нь "нэг намыг дагнан сурталчилж байсан" хэмээн санал нэгджээ.

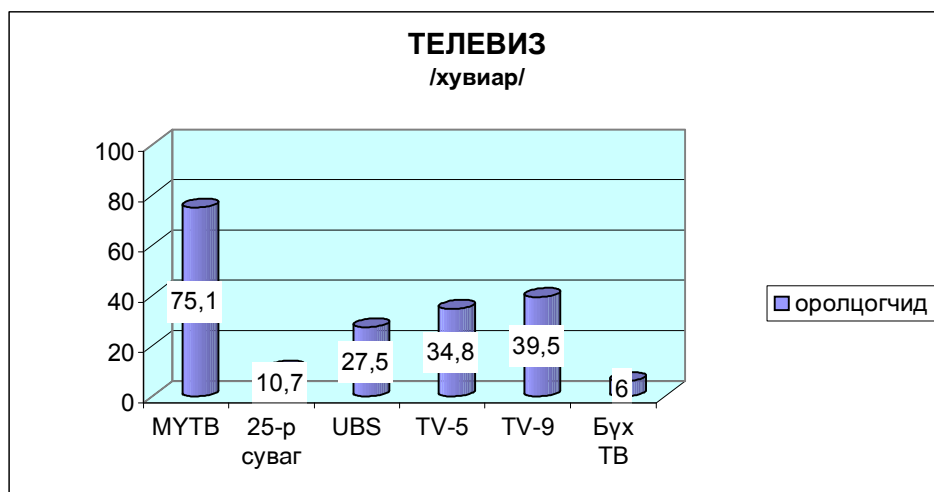
Хүснэгт 4. Ёс зүйн зөрчил

№	Ёс зүйн зөрчил	Тоон үзүүлэлт	Хувь
1	Нэг намыг дагнан сурталчилж байна	246	73.4%
2	Мэдээлэл тэнцвэртэй бус байна	194	57.9%
3	Сонгогчдыг аль нэг намын төлөө саналаа өгөхийг шууд уриалж байна	124	37%
4	Нийтлэл, нэвтрүүлгийг бичсэн, бүтээсэн сэтгүүлч нэрээ тавихгүй байна	112	33.4 %
5	Өөрийн үзэл бодлыг хэт тулгаж байна	77	15.4%
6	Төлбөртэй болон төлбөргүй нэвтрүүлгийг зааглахгүй байна	74	22%
7	Сэтгүүлч эх сурвалжаа дурдахгүй байна	67	20 %

Жич: Нэг оролцогч нэгээс хоёр ёс зүйг давхардуулан хариулсныг үзүүлэлт тус бүрд оруулан дүнг нэгтгэлээ.

Сэтгүүлчдийн энэ алдаа хэвлэл мэдээллийн аль хэрэгсэл дээр түлхүү гарсныг тодруулахад судалгаанд хамрагдагсдын 92.5 хувь нь телевиз, үүнээс МУТВ дээр илүү ажиглагдсан гэж дүгнэсэн байна.

График 4. Телевиз



Телевизийг нэр зааж өгсөн санал нь телевиз гэж хариулсан нийт хариултын 48.1 хувийг, онцолж нэрлэлгүй телевиз гэсэн хувилбарыг сонгосон нь 51.9 хувийг эзэлж байна. Гэхдээ ихэнх оролцогч 2-3 телевизийн нэрийг бичсэн тул телевиз тус бүр дээр хүн бүрийн хариултыг оруулж дээрх дүнг тооцож гаргалаа. Харин радио, сонин хувьд нийт оролцогчдын 15.2 хувь буюу 51 хүн радио гэж үзсэнээс 10 нь Монголын радио, 10 нь FM радио нэрлэсэн байна. 335 хүнээс 58.5 хувь нь буюу 196 хүн нь сонинг сонгосон бөгөөд 156 хүн нэрлээгүй, 40 хүн 18 сонинг ёс зүйгүй ажилласан гэж үзсэнээ бичжээ. Үүнээс 32.5 хувийг “Өдрийн сонин”, 22.5 хувийг “Үнэн”, 17.5 хувийг “Зууны мэдээ”, 12.5 хувийг “Сэрүүлэг”, “Хүмүүс”, “Монголын мэдээ” тус бүр 7.5 хувийг эзэлсэн байна.

Судалгааны дүнгээс харахад иргэд сонгуулийн тухай мэдээллийг ХМХ-ээс түлхүү хүлээн авдаг ч энэ нь тэднийг сонголт хийхэд хангалтгүй байдаг ажээ. Өөрөөр хэлбэл, монголын хэвлэл мэдээлэл ардчилсан нийгмийн хамгийн гол үйл явдал болох сонгуулийн үеэр олон нийтийн эрх ашигт бус, улс төрийн нам, нэр дэвшигчдэд үйлчилдэг ажээ.

Олон нийтийн хамгийн илүү ашигладаг телевиз тэднийг хүссэн мэдээллээр нь хангаж чадаагүй, мэргэжлийн ёс зүйг баримтлаагүй байна. Энэ нь МУРТ өнөө хэр Засгийн газрын мэдэлд байж, түүний хяналт дор ажиллаж буйтай холбоотой юм.

II. СЭТГҮҮЛЧДИЙН ҮНЭЛЭМЖ

2.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО, ХҮРЭЭ

Энэхүү судалгааг тухайн төслийн зорилтот бүлэг болох сэтгүүлчдийн дунд явуулсан болно. Энэ нь төслийн зорилго, зорилт, үйл ажиллагааг сэтгүүлчид хэрхэн үнэлж, дүгнэж буйг тандах, мэргэжлийн ёс зүй, хэвлэлийн өөрийн зохицуулалтын тухай сэтгүүлчдийн ойлголт, хандлагыг судлах, цаашид мэргэжлийн ёс зүйн зарчим баримтлахад сэтгүүлчдэд тулгарч буй бэрхшээлийг илрүүлэх зорилготой болно.

Судалгааг анкетын аргаар явуулж, Улаанбаатар хотод байрлалтай 30 гаруй радио, телевиз, сонин хэвлэлд мэдээлэл, нийгэм, улс төрийн чиглэлээр ажилладаг 200 сэтгүүлчийг түүвэрлэн хамруулсан болно. Энэ нь монголын нийт сэтгүүлчдийн 10 орчим хувийг эзэлж байгаа бөгөөд 2004 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр хамгийн идэвхтэй ажиллаж байсан сэтгүүлчдийг төлөөлсөн болно.

Мэдээлэл боловсруулалтын үед хүчингүй болсон анкет байгаагүй бөгөөд сэтгүүлчид асуулга бүрт идэвхтэй, нямбай хариулсныг тэмдэглэх нь зүйтэй юм.

Хүснэгт 1. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг хамруулсан байдал

№	ХМХ-ийн төрөл хэлбэр	ХМХ-ийн тоо	Сэтгүүлчдийн тоо	Хувь
1	Телевиз	5	40	20%
2	Радио	5	28	14%
3	Сонин хэвлэл	22	132	66%
4	Нийт	32	200	100

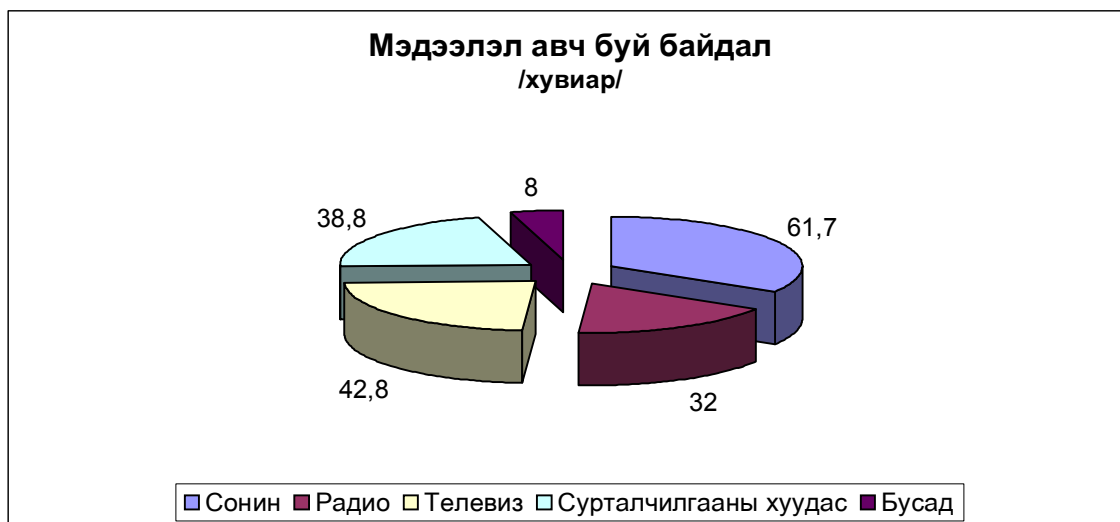
2.2. СЭТГҮҮЛЧ БА ЁС ЗҮЙ

Сэтгүүл зүй бол ёс зүйн асуудлыг олон талаас нь хамаардаг адармаатай мэргэжил бөгөөд хувь хүний ёс суртахуун (зан суртахуун, хүмүүжил) болон ёс журам (биеэ авч явах байдал, үйлдэл)-тай холбоотой. Ардчилсан нийгэмд сэтгүүлчид олон нийтийн өмнө онцгой үүрэг хүлээж, чөлөөтэй, шударга сонгуульд жинтэй хувь нэмэр оруулдаг. Иргэдийн төрийн хэрэгт шууд оролцох эрхээ эдлэх анхны боломж нь ардчилсан сонгууль бөгөөд энэ үед олон нийтийн ашиг сонирхол бүр илүү болдог. Сонгуулийн үеэр сэтгүүлч олон нийтийн эрх ашиг, ардчиллын үнэт зүйлс, улс орныхоо ирээдүйг юу юунаас илүү эрхэмлэн мэргэжлийн ёс зүйгээ баримтлах нь чухал юм. Ийм учраас 2004 оны УИХ-ын сонгуулийн үеэр төсөл хэрэгжүүлэгч байгууллагууд сэтгүүлчдийг ёс зүйгээ баримтлан ажиллахыг уриалсан билээ.

Судалгаанд хамрагдсан сэтгүүлчдийн 87.5% нь "Сонгуулийн үеэр сэтгүүлчдийн баримтлах ёс зүйн зарчим" батлагдсан тухай сонссон, 12.5 % нь

сонсоогүй байна. Ёс зүйн зарчим батлагдсан тухай мэдээллийг сэтгүүлчид ихэнхдээ телевиз, сурталчилгааны хуудаснаас хүлээн авсан байна.

График 1. Мэдээлэл авсан байдал



Бусад гэдэгт найз нөхөд, хэвлэлийн бага хурал болон өөр сувгаар хүлээн авсан мэдээлэл багтсан байна.

Судалгаанд хамрагдсан сэтгүүлчдийн 75% нь өөрсдийгөө "ёс зүйн зарчмаа баримталдаг" гэж дүгнэжээ. Харин 25% нь "үгүй" гэж хариулсан байна.

"Цаашид мэргэжлийн ёс зүйн зарчим баримтлан ажиллахад юу хэрэгтэй гэж бодож байна вэ?" гэсэн асуултад сэтгүүлчдэд хэд хэдэн хувилбараар хариулах боломж байсан бөгөөд хариултыг давхардсан тоогоор дор нэгтгэв.

Хүснэгт 3. Ёс зүйн зарчим баримтлах талаар

№	Ёс зүйн зарчим баримтлахад шаардлагатай байгаа хүчин зүйлс	Тоон үзүүлэлт	Хувь
1	Монголын сэтгүүлчдийн нийтээр даган мөрдөх зарчим хэрэгтэй	79	39.5%
2	Сэтгүүлчдийн эрх ашгийг хамгаалах байгууллага хүчтэй байх	100	50%
3	Сэтгүүлч, удирдлага, эздийн ойлголтыг нэмэгдүүлэх, эрх зүйн мэдлэг боловсролыг нэмэгдүүлэх	100	50%
4	Сэтгүүлчдийн хараат бус байдлыг хангах	88	44%

5	Хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын хэлбэрийг хөгжүүлэх, эзэдтэй гэрээ хийх, хөдөлмөрийн гэрээнд энэ талаар тусгах	95	47.5%
---	---	----	-------

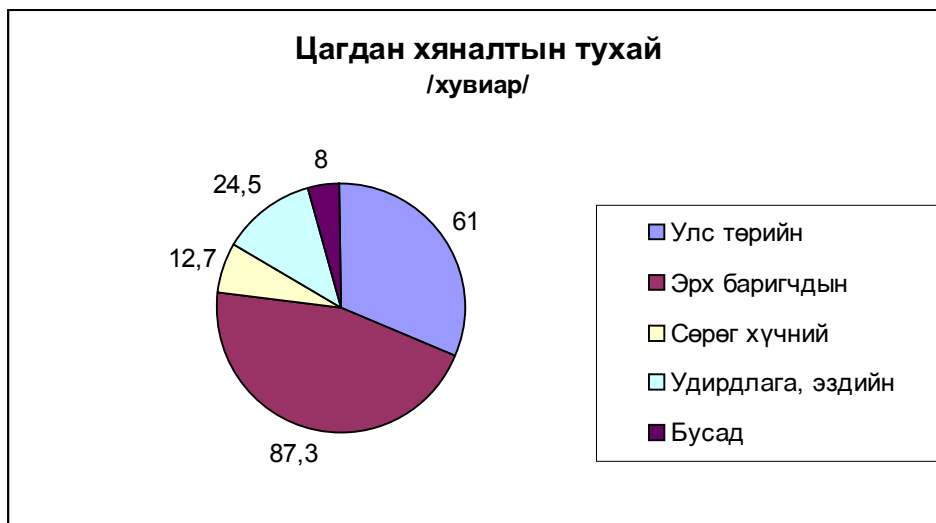
"Ёс зүйн зарчим баримталдаггүй" хэмээн хариулсан сэтгүүлчдийн 22 % "өөрөө хүсэхгүй байна" гэсэн бөгөөд шалтгаанаа "хэн мөнгөтэй, тэр хүчтэй гэсэн хууль үйлчилж байна", "эрх баригчдын хүсэл шаардлагаас болж", "би эгзэгтэй мөчийг алдах учраас" гэх мэтээр тайлбарлажээ. Үлдсэн 78 % цагдан хяналт (цензур) хүчтэй байгаа тул ёс зүй баримтлах боломжгүй гэсэн байна.

Энэ нь дээрхи сэтгүүлчдийн " ёс зүйн зарчим баримталдаг" гэсэн 75%-ийн хариулттай нэлээн зөрчилдөж байгаа нь харагдаж байна. Энэ нь сэтгүүлчдийн мэргэжлийн ёс зүйн тухай ерөнхий ойлголттой хамаатай байж болох юм. Хүчтэй цагдан хяналт, удирдлагын дарамт шахалт дор ажиллаж байгаа сэтгүүлчид олон нийтэд үнэнийг мэдээлэхийн тулд улс төрийн хүчин, Засгийн газар, удирдлагаас хараат бус байх ёстой гэсэн мэргэжлийн ёс зүйн хамгийн гол зарчмыг шударгаар даган мөрддөг гэхэд эргэлзээтэй байна.

2.3. ЦАГДАН ХЯНАЛТ(ЦЕНЗУР) БА ЁС ЗҮЙ

Цагдан хяналт (цензур) бол үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хязгаарлаж буй хамгийн ноцтой хэлбэр юм. 1998 онд батлагдсан Хэвлэлийн эрх чөлөөний тухай хуулиар цагдан хяналт (цензур)-ыг хориглосон билээ. Гэтэл судалгаанд оролцсон сэтгүүлчдийн дийлэнх нь мэргэжлийн ёс зүй баримтлахад хүчтэй цагдан хяналт (цензур) нөлөөлж байна гэсэн нь түгшүүр төрүүлж байна.

График 2. Цагдан хяналт



Жич: Дүн давхардсан тоогоор гарсан болно.

Судалгаанд хамрагдсан бүх сэтгүүлч "өөрийгөө цагдан хянадаг" гэсэн бөгөөд хамгийн их буюу 29% нь "миний эрх ашгийг хамгаалах байгууллага байхгүй", 27.5% нь "хууль эрх зүйн орчин таатай бус учир шоронд орохоос айдаг", 15.5% нь "цагдаа, хүчний байгууллага, шүүхэд дуудагдахаас айдаг" хэмээн шалтгаанаа тайлбарлажээ. Сэтгүүлчдийн 9% шийтгүүлэх, цалингаа хасуулах, ажлаас халагдахаас, 7% эх сурвалжаа нотолж чадахгүйгээс айдаг ба нэг сэтгүүлч "Н.Энхбаяраас айдаг" гэж онцолжээ. Харин тэдний 3% юунаас айдгаа мэдэхгүй гэж хариулсан байна.

2.4. СЭТГҮҮЛЧ БА ХЭВЛЭЛИЙН ЦЭЦ

Хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалт нь сэтгүүлчдийн эрх ашгийг хамгаалах, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хамгаалах хамгийн үр дүнтэй хэлбэр болохыг олон улсын жишгээр хүлээн зөвшөөрсөн байдаг.

Судалгаанд хамрагдагсдын 81 % нь "Хэвлэлийн цэц хэрэгтэй" гэсэн бөгөөд энэ 162 сэтгүүлч цэцийн ач холбогдлыг хэрхэн үнэлснийг доорхи хүснэгтээс харна уу.

Хүснэгт 2. Хэвлэлийн цэцийг үнэлсэн байдал

№	Хэрэгтэй шалтгаан	Тоон үзүүлэлт	Хувь
1	Мэргэжлийн алдаа гаргахгүй байхад тусална	104	64.1%
2	Сэтгүүлчдэд өөрсдийн асуудлыг дотооддоо шийдвэрлэхэд тусална	67	41.3%
3	Хүчний байгууллагын тусламжгүйгээр алдаагаа	39	24%

	засахад тусална		
4	Шүүхэд дуудагдахаас сэргийлнэ	25	15.4%

Харин 16 сэтгүүлч (8%) түр цэцийг "хангалттай ажиллаагүй, үүрэг нь тодорхой бус байсан, сэтгүүлчдэд хүрч ажиллаагүй, олон сэтгүүлчийн санал бодлыг харгалзсан бус өөрсдөө худалдагдсан, мөнгө харсан хэсэг бүлэг хүмүүсийн нэгдэл байсан " гэх зэргээр тайлбарлан "одоогийнх шиг цэц" хэрэггүй гэж дүгнэжээ.

Төслийн хүрээнд Хэвлэлийн түр цэц ажилласан тухай судалгаанд хамрагдсан нийт сэтгүүлчийн 69.5% мэдсэн бөгөөд 72.6% нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс, 34.5% нь сурталчилгааны материалаас олж мэджээ. Харин Цэцэд ирсэн гомдлын талаар сэтгүүлчдийн 40% сонссон байна.

Сэтгүүлчид Хэвлэлийн цэцийн ач холбогдлыг өндөр үнэлж байгаа нь хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын хэлбэрийг үр дүнтэй хөгжүүлэхэд чухал юм. Харин төслийн хүрээнд ажилласан Хэвлэлийн цэц нь цөөн ч гэлээ сэтгүүлчдийн сэтгэлд хүрээгүй нь түүний анх удаа байгуулагдан ажилласан, мөн түр хугацааны байсан, түүнийг байгуулах, бүрэлдүүлэхэд туршлага дутсантай холбоотой байж болох юм.

Мөн сэтгүүлчдийн харьцангуй өндөр хувь (11%) хэвлэлийн цэц хэрэгтэй, хэрэггүйг мэдэхгүй гэсэн нь цаашид энэ талаар сэтгүүлчдийн дунд тодорхой ажил зохиох хэрэгтэйг нотолж байна.

III. ДҮГНЭЛТ

1. Төслийн тухай мэдээлэл, төслийн үйл ажиллагаа нь түүний зорилтот бүлэг, олон нийтэд хүрсэн байна.
2. Сэтгүүлчид мэргэжлийн ёс зүйн зарчмаа дагаж мөрдөх хүсэл эрмэлзэлтэй боловч хөндлөнгийн дарамт шахалт, цагдан хяналт хүчтэй байдаг нь нөлөөлж байгаа байдал судалгаанаас харагдаж байна. Нөгөөтэйгүүр, мэргэжлийн ёс зүйн тухай сэтгүүлч, олон нийтийн үнэлэмж хоорондоо нэлээн зөрүүтэй байгаа нь энэ чиглэлээр тодорхой ажил зохиох шаардлагатайг харуулж байна.
3. Хэвлэлийн эрх чөлөөний хуулийн хэрэгжилт, цагдан хяналтад ажиглалт хийх, чөлөөт хэвлэлийн өмгөөллийг хүчтэй болгох чиглэлээр ажил өрнүүлэх.
4. Хэвлэл мэдээллийн хараат бус байдлыг эрх зүйн хувьд баталгаажуулах, ялангуяа МҮРТ-ийг олон нийтэд үйлчлэх статусыг

- хуульчлахгүй бол сэтгүүлчид ёс зүйн зарчим баримтлан ажиллах нөхцөлгүй, үүнээс үүдэн олон нийтийн бодитой, тэнцвэртэй мэдээлэл хүлээн авах эрх зөрчигдөж буйг судалгааны дүн харуулж байна
5. Сонгуулийн Ерөнхий Хороо, улс төрийн намууд, холбогдох бусад байгууллагатай хамтран олон улсын жишиг, хэм хэмжээг үндэслэн сонгуулийн үеэр өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгслийн, ялангуяа телевизийн мөрдөх зарчим, удирдамжийг батлах нь нэн чухал байна.
 6. Мэргэжлийн ёс зүй, хэвлэл мэдээллийн өөрийн зохицуулалтын тухай хэвлэл мэдээллийн удирдлага, ажилтан, сэтгүүлчдийн ойлголтыг сайжруулах, мэдлэгийг дээшлүүлэх тодорхой үйл ажиллагаа явуулах шаардлагатай байна.
 7. Цаашид албан ёсны Хэвлэлийн цэц байгуулан ажиллах нөхцөлд бүтэц, бүрэлдэхүүнд нь онцгой анхаарч, энэ чиглэлээр гадаадын туршлага судлах.
 8. Сэтгүүлчдийн хараат бус байдлыг баталгаажуулах, үүнд тэдний эрх ашгийг хамгаалах байгууллагын үүргийг өндөржүүлэх, чадавхижуулах нь чухал байна.
 9. Нэр дэвшигчдийн халз мэтгэлцээн, намуудын мөрийн хөтөлбөрийн харьцуулсан дүн шинжилгээ, сонгогчдын боловсролд зориулсан мэдээлэл зэрэг иргэдэд зөв сонголт хийхэд нь туслахуйц хараат бус сэтгүүл зүйн төрлүүдийг илүү хөгжүүлж, олон нийтийн эрх ашгийг чухалчлан эрхэмлэх талаар хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн эзэд, удирдлага анхаарах хэрэгтэй байна.