

УЛС ТӨРИЙН МАРКЕТИНГ УДИРДЛАГЫН НЭГ ХЭЛБЭР БОЛОХ НЬ

Д.БАТЦЭЦЭГ

ДХИС-ийн Эрх зүй, нийгмийн ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны тэнхимийн эрхлэгч, цагдаагийн хошууч

Хураангуй: Өөрчлөгдөн буй өнөөгийн нийгэмд нийгмийн аливаа үзэгдэл үйл явц тодорхой салбар хүрээндээ хэрэглэгддэг нэр томьёо, аргачлал, арга хэрэгслийнхээ тусламжтайгаар төлөвлөгдөж, зохион байгуулагдаж, хэрэгжилт нь хангагддаг асуудал нэгэнт улиг болжээ. Шинжлэх ухаануудын хоорондын холбоо хамаарал, тэдгээрт хэрэглэгддэг нэг томьёо, ашигладаг арга хэрэгсэл нь бие биетэйгээ харилцан хамааралтайгаар оршин байж, нийгмийн аливаа асуудлуудыг тайлбарлах, учир шалтгааныг нь тодорхойлох, шийдвэрлэх үйлдлүүдэд өөр нөхцөлдсөн шинжтэйгээр илэрч байна. Үүний нэгэн адил МАРКЕТИНГ гэдэг ойлголтын цар хүрээ өргөжиж, зөвхөн эдийн засгийн эсвэл удирдахуйн ухаанд хэрэглэгддэг ойлголт биш болсон байна.

Бид улс төрийн үйл явцад үнэлэлт, тайлбар өгөхдөө ихэвчлэн улс төрийн харилцаа, улс төрийн манипуляци, улс төрийн имидж, улс төрийн ПР, улс төрийн популизм гэдэг ойлголтуудыг л хэрэглэж хэвшсэнээс биш, улс төрийн маркетингийн тухай асуудлыг тэр бүр хөнддөггүй юм байна. Гэтэл энэ ойлголт нь дээрх асуудлуудаасаа илүү өргөн цар хүрээтэй, тэдгээрийг өөртөө багтаасан, тэдгээр үйл явцыг эерэг эсвэл сөрөг үр дүнтэйгээр илэрхийлсэн тохиолдолд улс төрийн маркетингийн зохион байгуулалтын хэв шинж тодорхойлогддог болохыг бараг л анзаарагддаггүй бололтой.

Тиймээс энэхүү өгүүллийн хүрээнд улс төрийн маркетинг бол улс төрийн олон агуулгыг өөртөө багтаасан цогц ойлголт, түүний утга агуулга хэрхэн тайлбарлагддаг талаар, улс төрийн удирдлагын үйл явц улс төрийн маркетингийн бодлогоос шууд хамааралтай байдгийг бага ч болов тодорхойлохыг зорилоо.

Түлхүүр үгс: Маркетинг, улс төрийн маркетинг, улс төрийн технологи

Оршил

Улс төрийн маркетингийн талаарх дагнасан судалгааны хангалттай хэмжээнд хийгдээгүй гэж үзэхэд болно. Харин түүнд агуулагддаг жижиг элементүүд болох манипуляци, популизм, улс төрийн ПР, улс төрийн имиджийн талаарх онолын судалгаанууд болон энэ талаар боловсруулагдсан магистрын болон докторын диссертацийн ажлууд байгаа болно. Тухайлбал, доктор Ц.Мөнхцэцэгийн “Цахим популизм буюу сонгууль дахь сошиал сүлжээний нөлөө”, “Политайнмент буюу цэнгээнт улс төр”, Б.Баярмаагийн “Улс төр, нийгэм, байгаль орчны сэдвүүд” зэрэг бие даасан бүтээлүүд байна.

Үндсэн хэсэг

Улс төрийн бодит үйл явц нь нарийн зохион байгуулагдсан нийгэм, төрийн тогтолцоонд олон янзаар илэрдэг. Нэг талаасаа, тэдгээр үйл явцыг нийгмийн хүрээ, нийгмийн хил хязгаар, дотоод болон гадаад харилцан хамаарал, жүжигчдийн цуглуулга, шинж чанаруудын ялгаатай байдал зэргийн илрэл юм. Нөгөө талаас, эдгээр засаглалын харилцаа холбоог төр болон улс төрийн бусад оролцогчдын шийдэл, тодорхой зорилго бүхий арга хэмжээг хэрэгжүүлэх, хэрэглэх арга хэрэгсэл, нөөцөө тогтоох зэрэг тодорхой асуудлуудын багц гэж үзэж болно. Гэвч бодит байдал дээр нөхцөл байдал эрс өөрчлөгддөг: Засаглалын хүрээн дэх нийгмийн томоохон

бүлгүүд нь бие даасан бүтэц, институт, тодорхой үйл ажиллагаа, тодорхой байр суурь, мэдрэмжээс хамааралтайгаар өөрчлөгддөг. Ингэснээр, засаглалын хүрээн дэх бүлэг хооронд удирдлагын үйл явц, практик арга хэрэгсэл, шийдвэр гаргалт, зөрчилдөөнийг зохицуулах, бусад үйл явцтай харилцаа холбоо тогтоох болон улс төрийн бусад хүчин зүйл, хамаарлын түвшинг тогтоох зэргээс хамааралтай зөрчилдөөн үүсч эхэлдэг. Энэ утгаараа, нийгмийн харилцааг удирдах, засаглалыг хэрэгжүүлэх үйл явц нь хамгийн нарийн төвөгтэй сэтгэл зүйн хүчин зүйл болон үйл явцад хамгийн их нөлөөл үзүүлдэг материаллаг хүчин зүйлүүдэд анхаарлаа хандуулдаг.

Тиймээс, тодорхой асуудлыг шийдвэрлэх гэдэг нь зөвхөн хүмүүсийн зорилго чиглэл, тэдгээрийн арга хэрэгсэл, ололт амжилтыг ойлгох биш, бодит байдал дээр хэрэгжүүлэх боломжтой тодорхой арга замууд тухайлбал, асуудлыг шийдвэрлэх тодорхой технологийн хэрэглээ гэх мэтийг хамааруулна. Ер нь аливаа асуудлын технологийн шийдлийн хамгийн гол нь асуудлыг ЮУ болохыг нь ойлгох биш, харин тухайн асуудлыг ХЭРХЭН саармагжуулах вэ гэдэгт оршдог. Өөрөөр хэлбэл, технологийн тусламжтайгаар засаглалын зорилго чиглэл, мөн чанар тодорхойлогддог гэсэн үг. Технологи нь засаглалын үйл явцыг хэмжих, улс төрийн үйл явцыг хянах арга хэрэгслийн үндсийг тавьж өгдөг. Улс төрийн үйл явцын хэтийн төлвийг тодорхойлох технологи нь асуудлыг шийдвэрлэхэд ашигласан арга хэрэгсэл нь тухайн үйл явцын мөн чанарт нөлөөлдөг гэдгийг харуулдаг. Тухайлбал, олон нийтийн гүтгэлэг, худал мэдээлэл тараах, улс төрийн намуудын төлөөлөгчдөд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр мэдээлэл хийхийг нь хориглох зэрэг нь

иргэдийн чөлөөт сонголтоос бүрдсэн улс төрийн зохион байгуулалтын хэлбэрийг өөрчилж чадна. ХХ зууны хоёрдугаар хагаст удирдлагын сэтгэлгээний хөгжил, түүнийг практикт хэрэгжүүлэх, удирдлагын технологи тэр дундаа улс төрийн удирдлагын технологийн асуудал эрчимтэй хөгжиж эхэлжээ. Ихэнх тохиолдолд технологийн тухай ерөнхий ойлголт нь нийгмийн технологи гэсэн ойлголттой давхцдаг. Энэ бол өмнөө тавьсан нийгмийн зорилгодоо хүрэх тодорхой арга зам юм. Энэхүү аргын мөн чанар нь санаатай болон санамсаргүй байдлаар үйл ажиллагааг урьдчилан системтэйгээр төлөвлөх, хэрэгжилтийг хангах явдал байдаг. Энэ нь шинжлэх ухааны мэдлэгийг ашиглан нутаг дэвсгэрийн онцлогт тохируулан үйл ажиллагааг зохион байгуулах ажлын үндсийг тавьсан гэхэд болно. Нийгмийн технологи нь хоёр хэлбэрээр илэрдэг. Үүнд:

1. Төсөл, төлөвлөгөө - Үйл ажиллагааг зохион байгуулах аргачлал, үйл ажиллагааны дараалал;

2. Нийгмийн технологи – Хүн төрөлхтний соёлын элемент байх ба дотроо хоёр арга замаар үүсдэг. Энэ нь:

- Хувьслын замаар соёл дотор бий болох;

- Урлаг соёлын боловсрол олгох замаар түүний хууль дүрэмд захирагдах буюу үүний гол үүрэг нь шинжлэх ухааны онол, практикийн зөв хослол юм.

Удирдлагын технологи нь нийгмийн технологийн нэг илрэл бөгөөд удирдлагын үйл явцын тусгал байдаг. Товчхондоо, түүний мөн чанар нь шинжлэх ухааны мэдлэг, удирдлагын хэрэгцээ, нийгмийн ашиг сонирхол, төрийн удирдлагын зорилго, чиг үүрэг, боломж, удирдлагын үйл явц дахь элементүүдийн системт нэгдэл юм. Улс төрийн технологийн мөн чанарыг

ойлгох хандлага үүгээр хязгаарлагдахгүй. Орчин үед нийгмийн технологийн хуучин хэв маягийг өөрчлөх шаардлагууд улс орнуудад ихээр гарч байна. Тухайлбал, тоталитаризм, авторитаризмаас ангижрах, улс төрийн амьдралд ардчилсан хэм хэмжээг нэвтрүүлэх, нийгэм дэх ардчилсан өөрчлөлтийг дагалдсан улс төрийн үйл явцын эдгээр арга техникуудийг ойлгох хэрэгцээ шаардлагууд ихээр бий болсоор байна.

Оросын судлаач М.Г.Анохин улс төрийн засаглал болон улс төрийн систем нь бүхэлдээ ашиг сонирхлыг илэрхийлэх, төрийн байгууллагуудынхаа үүрэг технологиор дамжуулан засаглалыг хэрэгжүүлэх үүрэгтэй. Тэд нэг хэсэг нь үгүй болж байхад нэг хэсэг нь шинээр үүсэж бий болдог түүхэн нөхцөл байдлуудыг харгалзан улс төрийн засаглалыг хэрэгжүүлдэг. Улс төрийн системийн технологийн чиг үүрэг нь шинэчлэлийн динамик байдаг. Нэлээдгүй судлаачид, инновацийн технологийг технологийн шинэлэг хэв маяг гэж тодорхойлдог. Тиймээс судлаач М.Г.Анохин улс төрийн технологийг “Улс төрийн тулгамдсан асуудлуудыг шийдвэрлэх арга хэрэгсэл, улс төрийн бодлого боловсруулах, түүний хэрэгжилт, улс төрийн үйл явцын практик хэрэгжилт юм. Улс төрийн үйл явцын технологи гэдэг нь тодорхой зорилгод хүрэхийн тулд бодлогын объектод нөлөө үзүүлэх арга хэрэгсэл, боломжуудын нийлбэр. Технологийн хэрэглээний хүрээ нь улс төрийн үйл явцыг өрнүүлэх зорилгоор хийсэн улс төрийн оролцогчдын практик үйл ажиллагаа болон улс төрийн тодорхой зорилго, үүрэг даалгаврын хэрэгжилт байдаг”¹ гэж тодорхойлжээ.

Улс төрийн технологиор дамжуулан улс төрийн системийн чиг үүргийг хэрэгжүүлэх хамгийн тохиромжтой арга техник, улс төрийн хүрээнд идэвхтэй үйл ажиллагаа, түүний ололт амжилт, бодлогын үр дүн зэргийг бүхлээр олгох боломжтой. Улс төрийн технологи нь богино хугацаанд үр дүнд хүрэх бүсчилсэн арга замууд /тактик/, глобал шинжтэй, гүнзгий, урт хугацааны нөлөөлөл бүхий арга замууд /стратеги/-ыг өөртөө багтаадаг. Аль ч улс төрийн технологийн хэрэглээ нь улс төрийн удирдлагын үр нөлөө, улс төрийн үйл явцын зохицуулалт, улс төрийн системийн тогтвортой байдал болон улс төрийн бусад бүхий л орон зайг тодорхойлдог. Улс төрийн технологи нь нийгмийн хөгжлийн хэв маяг /нийгэм дэх хувьслын болон хувьсгалт шинж чанар бүхий үйл явцууд/, улс төрийн дэглэмийн хэв шинж /ардчилсан, авторитар, тоталитар гэх мэт/-ээр тодорхойлогддог.

Сүүлийн үед улс төрийн үйл ажиллагааны технологиудын хамгийн их хөгжиж буй хэлбэрүүдэд нийгмийн нөхөрлөл, хамтын ажиллагаа, лобби, улс төрийн шийдвэр гаргах, хэрэгжүүлэх, улс төрийн зөрчилдөөнийг шийдвэрлэх, олон нийттэй харилцах, сонгууль, улс төрийн удирдлага, манипуляци, улс төрийн имидж бүрдүүлэлтийн хэлбэр, улс төрийн эрсдэлийг оновчтой үнэлэх зэрэг үйл ажиллагаа хамаарч байна. Улс төрийн технологийг бий болгох хэрэгцээ шаардлага нь тэнд болон дараа нь, хаана болон хэзээ давтагддаг, зарим тохиолдолд байнга давтагддаг хэвшмэл үйлдлүүд, эдгээр үйлдлүүдийн нөхцөл, үр дүнд тавигддаг шаардлагууд ордог. Өөрөөр хэлбэл, улс төрийн технологийг ашиглахын ач холбогдол

¹ Анохин М.Г. Политические технологии. Вестник. - Сер: Политология. 2000. №2. 102 дахь тал

нь олон тооны оролцогчдын үүрэг даалгаврын гүйцэтгэлийг оновчтой зохион байгуулахад оршино. Технологи нь үйл ажиллагааны хувьд нөөцийг татан авах, хэмнэх, төрийн тогтвортой болон тогтворгүй байдал, сонгуулийн кампанийн зохион байгуулалт, шийдвэр гаргах үйл ажиллагаан дахь мэдээ, мэдээллийн дэмжлэг, ашиг сонирхлыг зохицуулах засгийн газрын хөгжлийн хөтөлбөрүүд зэргийн тусламжтайгаар субъектуудын ашиг сонирхол, чиг үүрэг, зорилгодоо хүрэхэд чиглэгддэг ойлголт юм.

Засаглалын хүрээн дэх тодорхой асуудлаар шийдвэр гаргах мэдлэг, ур чадвар цогц бүхий улс төрийн технологийг **улс төрийн маркетинг** гэнэ.

XX зууны дунд хүртэл маркетингийг төвдөө хэрэглэгчгүй, зах зээл, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлтэй холбоотой шинжлэх ухаанч зохион байгуулалтын нэгдлээс салбарласан ойлголт гэж тайлбарлаж байв.

XX зууны дунд үеэс улс төрийн маркетингийн талаарх судалгаа, түүнийг практикт хэрэглэх үйл явц эхэлсэн гэж үздэг бөгөөд улс төрийн маркетингийн үйл явц нь үүнээс нэлээд өмнө буюу улс төрийн бодлого, улс төрийн үйл явц, улс төрийн хандлага гэх мэт асуудлуудтай зэрэг үүссэн үзэгдэл юм.

Улс төр судлаач Н.Макиавеллиг нэг төрлийн маш өвөрмөц улс төрийн зөвлөх гэж үздэг. Макиавеллигийн “Эзэн хаан” зохиолд манипуляцийг бусдыг өөрийн хяналтдаа байлгах, тогтоосон хяналтаа хадгалах хамгийн гол арга хэрэгсэл гэж тодорхойлсон байдаг. Макиавелли хэрхэн амжилтад хүрэх, өөрийн үйлдлийг зохицуулах талаар захирагчдад сургадаг байв. Үүнд, нэгдүгээрт, хууль тогтоомжийн

зайлшгүй байдал /шүүх/, хоёрдугаарт, доод албан тушаалтнуудын зан байдал хамгийн чухал нөлөөтэй. “Удирдагч нь хүмүүсийнхээ сэтгэл зүйг судалдаг, тэдний сэтгэлгээний онцлог, ёс суртахууны үнэт зүйлс, давуу болон сул талуудыг судалдаг бол хүч чадал түүний талд байсаар байх болно.

Эзэн хаан хамгийн сайн манлайлагчийн шинж чанарыг агуулж чадах ч иргэд түүнд тийм ч их ач холбогдол өгдөггүй. Тиймээс захирагчид өөрт нь хор учруулж мэдэх өгөөмөр зан авирыг тэр бүр гаргадаггүй.

Зорилгодоо хүрэх хоёр л арга зам байдаг. Үүнд:

- Хууль тогтоомжийн дагуу;

- Хүчирхийллийн замаар зэрэг болно.

Захирагч нь энэ хоёроос заавал аль нэгийг нь сонгох албагүй. Энэ хоёр аргыг хоёуланг нь ашиглах чадвартай байх ёстой. Бузар мууг нэг дор, сайныг аажмаар хийх хэрэгтэй. Айдас төрүүлэх нь хайрлагдахаас хамаагүй найдвартай”¹ Макиавелли тайлбарлаж байв.

Эдгээрээс нэгтгэн үзвэл улс төрийн маркетингийн хөгжилд хамгийн гол нөлөөл үзүүлсэн Макиавеллигийн томъёолсон дараах зарчмууд харагдаж байна.

1. Удирдагчийн эрх мэдэл нь дэмжигчдийн дэмжлэгээс үүдэлтэй

2. Доод албан тушаалтнууд удирдагчаасаа юу хүлээж болохыг мэддэг байх ёстой

3. Удирдагч нь амьд үлдэх хүсэл эрмэлзэлтэй байх ёстой.

4. Удирдагч нь дэмжигчдэдээ үргэлж мэргэн ухаан, шударга ёсны үлгэр жишээ байдаг.

XX зууны хоёрдугаар хагаст улс төр судлаачид, түүхчид, ялангуяа маркетингийн чиглэлийн судлаач, мэргэжилтнүүд Н.Макиавеллигийн үзэлд анхаарлаа хандуулж эхэлсэн.

¹ Макиавелли Н. Государь. М., 1992

Түүний зохиол бүтээлүүдийг практик үйл явц дахь удирдлагын тогтолцооны анхдагч эх сурвалж хэмээн судлаачид хүлээн зөвшөөрдөг. Түүний бүтээлүүдийн үр нөлөө, гүн гүнзгий утга агуулга, улс төрийн цэцэн ухаан нь зөвхөн тухайн үеэрээ тогтохгүй, өнөөдрийн нийгэмд ч ач холбогдолтой хэвээр байна. Улс төрийн маркетингийн талаарх дараагийн чухал үзэл санаа бол М.Веберийн үзэл санаа юм. Түүний засаглалын онолын гол хэв шинж бол иргэдийн шууд сонголтоор сонгогдож, иргэдийнхээ өмнө хариуцлага хүлээдэг харизматик лидер юм. Ийм удирдагч нь бюрократ удирдлагын эсрэг байр суурьтай байж, албан ёсны хуулийн дагуу сонгогддог. Харизматик лидерийн хүлээн зөвшөөрөгдсөн байдал нь түүний гаргасан амжилтын цар хүрээгээр тодорхойлогддог. Веберийн үзсэнээр, улс төрийн үйл явцад оролцож буй олон нийтийн үүрэг нь харизматик лидерийг сонгох үйлдлээр хязгаарлагдаж, бусад эрхүүд нь үндсэндээ үгүйсгэгддэг байна. Эдгээр функц нь иргэнийг бюрократ хэв шинж бүхий харизматик лидерийн хяналтад шилжүүлж, хүнд сурталтай тэмцэж, төрийн олигархи зарчмыг даван туулах зайлшгүй шаардлагыг бий болгодог¹.

Маркетинг нь нийгэм-улс төр, шашны байгууллага, төрийн байгууллага, аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагаанд оролцогчдын хүсэл сонирхол, хэрэгцээг хангахыг гол зорилгоо болгодог улбаалан 1960-аад оны сүүлчээр Америкийн судлаач, эдийн засагч Ф.Котлер ашгийн бус хүрээн дэх үйл ажиллагаануудад ч маркетинг хийх боломжтойг тодорхойлов².

Үүнд үндэслэн улс төрийн маркетингийн үйл явцыг гурван

үндсэн бүрэлдэхүүнд хувааж авч үздэг:

1. Улс төрийн зах зээлийн судалгаа, түүний талаарх янз бүрийн мэдээллүүдийн хуримтлал, “улс төрийн бүтээгдэхүүн”-ий онцлогт дүн шинжилгээ хийх, түүнийг хэрэглэгчдийн бодит байдал болон боломжийг судлах гэх мэт.

2. Улс төр-инженерчлэлийн үйл ажиллагаа тухайлбал, боломжит бүхий төсөл, технологийн хөгжүүлэлт, улс төрийн зах зээлд зохицуулалт хийх зорилтын хэрэгжилт гэх мэт.

3. Улс төрийн маркетингийг удирдах тухайлбал, маркетингийн үйл явцын төлөвлөлт, хэрэгжилтийн тогтолцоо, түүний нийгмийн хөрсөнд буух явцад хийх хяналт гэх гэт.

Улс төрийн маркетингийн чиглэлээр ажилладаг улс төр судлаачид нэг талаас, дан ганц улс төрийн эмперек судалгаанд анхаарлаа хандуулдаггүй, давхар улс төр-инженерчлэлийн үйл ажиллагаа, улс төрийн төсөл, хэрэгжилт рүү чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулдаг. Нөгөө талаас, улс төр судлаачдын үйл ажиллагаа нь явцуу хүрээний буюу тодорхой нутаг дэвсгэр дэх сонгуулийн кампанит ажлын хүрээнд сонгогчдын оролцооны талаарх суурь судалгааг хийж гүйцэтгэдэг. Улс төрийн маркетингийн мэргэжилтнүүд зөвхөн тэгш байдлыг хангахаас илүүтэйгээр, нийгмийн улс төрийн амьдрал дахь “гол тоглогч” нь болж байдаг.

Дүгнэлт

Улс төрийн маркетинг нь улс төрийн олон төрлийн асуудал, зорилтуудыг шийдвэрлэх гол боломж нь байдаг гэсэн үг юм. Эхэндээ улс төрийн маркетингийг хэрэгжүүлэхэд ижил төрлийн хүмүүс оролцдог байсан бол орчин үед улс төрийн үйл

¹ Вебер М. Избранные произведения. М., 1996

² Kotler_kratkiy_2007.pdf
(htbiblio.yolasite.com)

явцад маркетинг хийх ач холбогдол нэмэгдсэнээр энэ төрлийн ажлыг гүйцэтгэх хүмүүс нь үйл ажиллагааныхаа чиглэлээс хамааран илүү мэргэшсэн хэв шинжтэй болж ирж байна. Үүнээс гадна улс төрийн маркетингийг талаарх ойлголтыг бүрэн гүйцэт ойлгохын тулд улс төрийн имидж бүрдүүлэлт, сонгуулийн маркетинг, улс төрийн брэндинг, лобби, улс төрийн ПР, улс төрийн консалтинг, улс төрийн харилцаа зэрэг ойлголтуудыг цогцоор нь судлах шаардлагатай юм.

Эцэст нь дүгнэхэд, улс төрийн маркетинг бол нийгмийн хэрэгцээг хангах, улс төрийн болон удирдлагын шийдвэр амьдралд бодитойгоор хэрэгжиж, хүссэн үр дүндээ хүрэх хүртэлх улс төрийн бодлого, менежментийн зөв зохицол юм.

Санал

Дээрх мэдээлэлд үндэслэн төрийн удирдлагын тогтолцоон дахь улс төрийн маркетингийн зорилгыг дараах байдлаар тодорхойлж болохоор байна. Үүнд:

1. Нийгмийн зорилгын хэрэгжилтэд аюул занал учруулж буй нийгмийн олон янзын бүлгүүдийн зан үйлийн хэв маягийг засварлах /мансууруулах болон сэтгэцэд нөлөөт бодист донтох, архидалт, зан үйлийн бусад гажуудсан хэлбэрүүд гэх мэт/

2. Нийгэмд эерэг гэж хүлээн зөвшөөрөгдөж чадах үзэл санаа, үнэт зүйлс, зан үйлийн алгоритмыг нийгмийн практикт нэвтрүүлэх /эрчим хүчний нөөцийг хэмнэх, байгаль орчныг хамгаалах, хүүхэд, өндөр настан, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүст дэмжлэг үзүүлэх, улс төрийн оролцоог нэмэгдүүлэх гэх мэт/

3. Технологийн бус үзэл баримтлал, төрийн удирдлагын бүтэц, агуулгад онол-арга зүйн шинэчлэл хийх. Үүний хамгийн гол бүрэлдэхүүн хэсэг бол “шүүмжилж болно, шүүмжлэх ёстой, шүүмжлэлийг үл тоомсорлож болно” гэсэн зарчмын хэрэгжилт юм.

Эх сурвалжийн жагсаалт

- Ц.Мөнхцэцэг. Цахим популизм буюу сонгууль дахь социал сүлжээний нөлөө. УБ.,2018

- Ц.Мөнхцэцэг. Политайнмент буюу цэнгээнт улс төр. УБ.,2010

- Б.Баярмаа. Улс төр, нийгэм, байгаль орчны сэдвүүд. УБ.,2016

- Анохин М.Г. Политические технологии. Вестник. Сер: Политология. 2000. №2

- Вебер М. Избранные произведения. М.,1996

- Макиавелли Н. Государь. М.,1992.

- [Kotler kratkiy 2007.pdf](#)
(htbiblio.yolasite.com)