

ЦАГДААГИЙН БАЙГУУЛЛАГААС ОЛОН НИЙТТЭЙ ХАРИЛЦАХ ҮЙЛ АЖИЛЛАГААНЫ МӨН ЧАНАР

М.ЭРДЭНЭБИЛЭГ

ДХИС-ийн Ахлагчийн мэргэжлийн сургалт-үйлдвэрлэлийн төвийн
Тактикийн тэнхимийн эрхлэгч, цагдаагийн дэд хурандаа

Товч агуулга: Энэхүү өгүүллээрээ цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагаа түүнийг гэмт хэрэгтэй тэмцэх, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангахад ашиглах талаар батлагдсан хууль, эрх зүйн актууд, практик үйл ажиллагаа, цагдаагийн байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт, төрийн болон төрийн бус байгууллагаас явуулсан судалгааны ажил, санал асуулга, цахим хуудас, эрдэмтэн, судлаач нарын бүтээл, үзэл баримтлал зэргийг судлан цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг өнөөгийн цаг үед нийцэхүйц байдлаар боловсронгуй болгох арга замыг тодорхойлоход оршино.

Түлхүүр үгс: Цагдаагийн байгууллага, олон нийттэй харилцах, PR, менежмент.

Оршил

1990 онд Ардчилсан хувьсгал ялсанаар нийгмийн тогтолцоо үндсэндээ шинэчлэгдэж эх орондоо хүмүүнлэг, иргэний ардчилсан нийгмийг цогцлуулан хөгжүүлэхийг эрхэм зорилго болгон хүний эрх, эрх чөлөөг дээдсэн ардчилсан нийгмийн эхлүүлсэн.

Цагдаагийн байгууллага нийгмийн тогтолцооны шинэчлэл, өөрчлөлтийн он жилүүдэд хуулиар хүлээсэн үндсэн чиг үүргээ хэрэгжүүлэн, ард иргэдийнхээ амар тайван амьдрах орчинг бүрдүүлэх чиглэлээр төр засаг, ард иргэдийн туслалцаа дэмжлэгтэйгээр бодлогын хувьд олон талт ажлыг мөн авч хэрэгжүүлж иржээ.

Өнөө цаг үед гэмт хэрэгтэй тэмцэх, таслан зогсоох, илрүүлэх үйл ажиллагааг дан ганц цагдаагийн байгууллагаас авч хэрэгжүүлэх нь учир дутагдалтай бөгөөд төрийн болон төрийн бус байгууллага, иргэдийн дэмжлэгтэйгээр хэрэгжүүлсэнээр гэмт хэрэг, захиргааны зөрчлөөс урьдчилан сэргийлэх ач холбогдолтой юм.

Тиймээс цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг боловсронгуй болгох чиглэлээр онол, практикийн түвшинд тодорхойлж, өнөөгийн хэрэгцээ шаардлагад нийцүүлэх шаардлага бий болсон нь энэхүү сэдвийг сонгох үндэслэл болсон.

Үндсэн хэсэг

Их Британийн Олон нийтийн харилцааны институтын (IPR) баримт бичигт “PR бол байгууллага болон олон нийтийн хооронд харилцан ойлголцол, сайн харилцаа тогтоох, түүнийг дэмжихэд чиглэгдсэн тодорхой төлөвлөгөөний дагуу тасралтгүй үргэлжлэх хүчин чармайлт мөн” гэж тодорхойлсон бол PR-ын нийгэмлэгүүдийн Мексикийн тунхаглалд:

“PR бол олон нийтийн болон байгууллагуудын эрх ашигт нийцсэн үйл ажиллагааны хөтөлбөрийг хэрэгжүүлэх болон байгууллагуудын удирдлагад зөвлөмж өгөх, үйл ажиллагааны чиг хандлагыг тогтоох, түүний үр дагаварыг урьдчилан тодорхойлох, задлан шинжлэх урлаг ба шинжлэх ухаан мөн¹” гэжээ.

¹ Олон нийттэй харилцах ажил. Сурах бичиг. Шинжлэх ухаан технологийн их сургууль. 2013 он.

“Олон нийтийн харилцаа” (Public Relations) хэмээх англи үгнээс гаралтай нэр томъёо болно. PR-ыг эрдэмтэн судлаачид болон мэргэжлийн байгууллагын баримт бичигт янз бүрээр тодорхойлсон байдаг.

PR гэдэг үгийг анх АНУ-ын ерөнхийлөгч Т.Жефферсон 1807 онд нийгмийн харилцаатай холбож хэрэглэсэн гэж үздэг. Харин АНУ-ын ерөнхийлөгч В.Вильсон PR хэлтсийг анх байгуулсан бол PR-ийн компанийг 1900 онд Америкийн сонины газарт ажиллаж байсан 3 залуу “Олон нийттэй харилцах товчоо” нэртэйгээр байгуулснаар энэ салбарын хөгжлийн үндэс тавигдсан гэж үздэг. Харин PR салбарын онолыг боловсруулж, цаашид гүнзгийрүүлэн хөгжүүлж PR-ийн үндсэн чиглэлийн тодорхойлсон хүн бол Америкийн судлаач Айви Ли юм.

Америкийн олон нийтийн харилцааны нийгэмлэг “PR байгууллага болон хэсэг, бүлгүүдийн хооронд харилцан ойлголцох, итгэлцэл бий болгох замаар олон ургалч үзэл бүхий нийгэмд шийдвэр гаргах, үр ашигтай үйл ажиллагаа явуулахад тусалдаг” гэсэн бол доктор Рекс Харлоу “PR байгууллага болон олон нийтийн хооронд харилцан ойлголцол, хамтын ажиллагаа, харилцаа тогтоох, түүнийг дэмжихэд нөлөөлдөг удирдлагын нэг үүрэг мөн¹” гэсэн тодорхойлолт өгчээ.

АНУ-д PR-ийн нийгэмлэг 1948 онд байгуулагдаж, 65 орны мэргэжилтнүүдийг багтаасан Олон улсын PR-ийн ассоциаци /IPRA/ Лондонд 1955 онд анх байгуулагдсан бөгөөд 1970 оноос PR дэлхий дахинаа өргөн тархах болсон байна.

Мөн нилээд шинэлэг басхүү хүлээн зөвшөөрөхүйц тодорхойлолтыг

Л.В Лонг, В.Хазелтон нар гаргасан нь “байгууллагын хүсэл зорилгод нийцүүлэн, холбоо хамааралт орчин нөхцөл, хүчин зүйлсийн нөлөөг эрхшээн чиглүүлэх (эсвэл хадгалах) удирдлагын харилцаа, үүрэг”² гэж үзжээ.

Мөн PR нь мэдээллээ хүргэх боломжит бүхий л суваг хэрэгслийг ашигладаг бол нийгмийнх зөвхөн хууль ёсны, хүлээн зөвшөөрөгдсөн замаар харилцдаг. Түүнчлэн нийгмийн харилцаа нь эерэг, зайлшгүй, төрөлх мөн чанартай байхад PR нь зохион байгуулагдсан, сөрөг, үгүйсгэгч үнэлэлт дүгнэлтээр олон нийт ойлгодог³.

Ийнхүү PR-ын үүргийг ерөнхийлөн нэгтгэн томъёолбол:

1. Байгууллага (тогтолцоо, компани, нам, лидер) ба нийгмийн тодорхой бүлэг хоорондын хоёр талын, буцах холбоот харилцааг бий болгох, хадгалах.

2. Байгууллага ба түүний сонирхлын бүс хүрээ хоорондын бодлого хандлагыг харилцан зохист байдлыг бий болгох, хадгалах.

3. Байгууллагын гадаад (харилцагч, хэрэглэгч, төр засаг) болон дотоод (ажиллагсад, мэргэжилтнүүд) хүрээ, бүлгийн мэдлэг мэдээлэл, санаа бодол, зан байдал, хандлагын өөрчлөлтийг судлах, дүгнэлт хийх.

4. Удирдлагын хүчин чармайлт бодлогыг дэмжих төлөвлөгөөг боловсруулан гүйцэтгэх

5. Байгууллага ба нийгмийн аль алины эрх ашигт нийцсэн бодлого үүрэг, үйл ажиллагааны өөрчлөлт, шинэчлэлтийн талаар удирдлагад зөвлөх, нөлөөлөх.

6. Хямрал, зөрчилт байдал, нөхцлийг саармагжуулах, бэрхшээлийг даван туулах мэдээлэл

¹ Олон нийттэй харилцах ажил. Сурах бичиг. Шинжлэх ухаан технологийн их сургууль. 2013 он.

² Larry W Long, Vincent Hazelton J Public Relations: A Theoretical and Practical Response. 1987. P 67

³ Б.Болд-Эрдэнэ “Нийгмийн харилцааны (PR) онол практик” ном. 2017 он. 20 дахь тал.

харилцааны бодлого төлөвлөх, гүйцэтгэх эдгээр болно¹.

Олон нийттэй харилцах стратегийн төлөвлөлт гэдэг нь:

Төлөвлөлтийг таамаглал эсвэл зон совингоор биш харин харилцааны шинжлэх ухаан, түүний урлагийн төрөл бүрийн хэлбэрт тулгуурласан үндэслэлтэй цогц үйл ажиллагаа юм.

Олон нийттэй харилцах үйл ажиллагаа нь ашгийн болон ашгийн бус байгууллагын хувьд харилцан адилгүй боловч үндсэн хэрэгжүүлэх чиг үүрэг нь адил юм. Энэ нь магадгүй бизнесийн ашгийн бус байгууллагын удирдлагаас ямар ажилтныг үнэлдэг болохыг асуувал тэд асуудлыг үр дүнтэй, бүтээлчээр шийдэж, боломжуудыг ашиглаж чаддаг хэн нэгийг хэлэх байх. Боломжийг байгууллагын үйл ажиллагаанд эерэг ач холбогдолтой байхаар авч шийдвэр гаргах түвшинд танилцуулах нь өөрөө ажилтны ур чадварыг харуулдаг.

Байгууллагын олон нийттэй харилцах асуудлыг зохицуулах, хямралын харилцаа холбоо, олон нийтийн мэдээлэл, хэрэглэгч ба үйлчлүүлэгчтэй харилцах, лобби хийх, хөрөнгө оруулагчдын харилцаа гэх зэргээг ангилж болно. Мөн энэ салбарт олон нийттэй харилцах, эрсдлийн харилцаа холбоо, нэр хүндийн менежмент гэсэн шинэ ойлголт байна. Олон нийттэй харилцах, маркетинг нь өөр өөр ойлголт боловч давхардсан салбар гэж болно. Тус бүр өөрийн гэсэн чиглэлтэй, өөрийн гэсэн тусгай хэрэгсэлтэй бөгөөд салбар бүр нь байгууллагын хүрээнд өөр өөр зорилгыг хангадаг. Олон нийттэй харилцах, маркетингийн харилцааны уялдаа холбоо нь байгууллагын үр ашиг, үр нөлөөг нэмэгдүүлэх боломжтой болох нь харагдаж байна.

Дээрх хоёр ойлголтын ялгааг дараах байдлаар тодорхойлж болно. Үүнд:

Олон нийттэй харилцах гэдэг нь тухайн байгууллага болон түүний дэмжигч болон дэмждэггүй олон нийт хоорондын урт хугацааны харилцан үйлчлэлийн хэв маягт сонгодог байдлаар төвлөрдөг удирдлагын чиг үүрэг юм. Олон нийттэй харилцах нь эдгээр харилцааг сайжруулахыг эрмэлздэг бөгөөд ингэснээр харилцан ойлголцол, сайн сайхан сэтгэл, дэмжлэгийг бий болгодог.

Маркетингийн харилцаа холбоо нь хэрэглэгчдийн хүсэл, хэрэгцээнд нийцсэн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээнд илүү нэн даруй төвлөрдөг удирдлагын чиг үүрэг юм. Энэ нь байгууллага болон түүний хэрэглэгчдийн хооронд эдийн засгийн солилцоог дэмжихийг эрмэлздэг. Мөн маркетинг нь зар сурталчилгаанаас ихээхэн хамаардаг тул олон нийттэй харилцахаас хамгаагүй өргөн хүрээг ойлгодог.

Хоёр салбарын хувьд хоёулаа судалгаанд тулгуурлан, байгууллагын эрхэм зорилгод тулгуурлаж чиглэгддэг. Мөн байгууллагын богино болон урт хугацааны ашиг сонирхлын талаар санаа зовж байдаг. Зар сурталчилгаа нь зөвхөн маркетингийн хэрэгсэл эсвэл олон нийттэй харилцах нь зөвхөн сурталчилгааны тухай гэсэн ойлголт байдаг нь өрөөсгөл ойлголт юм.

Олон нийттэй харилцах харилцаа нь уламжлалт байдлаар төрийн үйлчилгээний зар сурталчилгаанд оролцдог бөгөөд энэ нь имижд, сурталчилгааг удирддаг олон нийтийн харилцааны хэтийн төлөв юм. Олон нийттэй харилцах нь байгууллагын нэр хүндэд тулгуурласан брэндийг бий болгоход онцгой үр дүнтэй болохыг онцолсон. Байгууллагын үйл ажиллагааг олон нийтэд хүргэх сурталчлах нэг хэрэгсэл нь хэвлэл мэдээллийн байгууллага

¹ Дээрх бүтээл 20, 21 дэх тал.

байгаа ч зардлын хувьд өндөр байсаар байна. Иймд байгууллагууд илүү зардал багатай харилцаа холбоо, сурталчилгааны хэрэгслийг эрэлхийлж байна. Үүний хэрэгцээ шаардлагыг өнөөгийн нийгэм интернэт, цахим платформуудыг өргөнөөр ашиглаж байна.

Шинээр нэвтэрч буй цахим хэрэгслүүдийг байгууллага өөрийн үйл ажиллагааны онцлогт тохируулж оновчтой ашиглах нь зардал багатай, богино хугацаанд олон хүнд хүрдэгээрэй үр дүнтэй байна.

Дэлхийн улс орнуудын амжилттай яваа нэр хүнд бүхий байгууллагуудын үйл ажиллагаа, брэнд бий болгосон одоог хүртэл амжилттай явж байгаа нь PR-ыг судалгааны үндсэн дээр хэрэгжүүлж чадсан нь голлох нөлөө үзүүлсэн байдаг. Мөн алдрын оргилоос унасан ч тохиолдол байна.

Нөгөө талаас зар сурталчилгаа нь брэндийг бий болгох биш харин брэндийг бусад арга хэрэгслээр бий болгосны дараа брэндийг хамгаалах явдал юм. Мөн зар сурталчилгаа нь том тэсрэлтэд ашигладаг бол PR-нь удаан хугацааны хуримтлалыг бий болгоход ашиглаж зорилтод хэрэглэгчдэд хүрдэг байна.

Судлаачид олон нийттэй харилцах нь илүү бүтээлч болон илүү найдвартай гэсэн хоёр агуулгыг өөртөө агуулдаг гэж үздэг.

Олон нийттэй харилцах үйл явцыг 4 үе шаттай гэж үздэг. Үүнд: Судалгаа, Зорилго, Програмчлал, Үнэлгээ гэж ангилж үздэг байна.

Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааны мөн чанар. Цагдаагийн байгууллагаас гэмт хэрэгтэй тэмцэх, нийтийн хэв журам хамгаалах, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангах үндсэн чиг үүргээ хэрэгжүүлэх нь хуульд заасан үндсэн үүрэг боловч энэхүү чиг үүргийг хэрэгжүүлэхэд дан ганц цагдаагийн

байгууллагаас бүрэн дүүрэн хэрэгжүүлэхэд учир дутагдалтай юм.

Энэ талаар ч олон эрдэмтэн судлаачид байр сууриа өөр өөрийн өнцгөөс илэрхийлж байгаагаас харагдаж байна.

Түүхэн уламжлалаас харахад цагдаагийн байгууллага, алба хаагч төрийн болон төрийн бус байгууллага, ард иргэдийн оролцоонд түшиглэсэн олон ажил, арга хэмжээг бодлогын түвшинд хэрэгжүүлж байснаар илэрдэг талаар дээр дурьдсан билээ. Гэмт хэрэг үйлдсэн түүнийг илрүүлэхэд чиглэсэн арга хэмжээ нь урьдчилан сэргийлэх арга хэмжээг хэрэгжүүлэхээс илүү их цаг хугацаа, хүн хүч, зардлыг дагуулдаг. Урьдчилан сэргийлэх арга хэмжээг олон нийтэд түшиглэсэн, тэдний дэмжлэгтэйгээр хэрэгжүүлэх нь үр дүнтэй бөгөөд төрөөс дээрх үйл ажиллагааг бодлогоор болон санхүүжилтээр дэмжих нь үр нөлөөтэй юм.

Бодит байдалд цагдаагийн байгууллагад урьдчилсан сэргийлэх, олон нийттэй харилцах чиглэлээр төсөвт төдийлөн санхүүжилт төсөвлөгдөхгүй байгаа нь дээрх ажлын үр нөлөө буурах нь зүйн хэрэг юм.

Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах ажлын үр нөлөөг ярихад зайлшгүй урьдчилан сэргийлэх ажил арга, хэмжээ давхар яригдаж байна.

Цагдаагийн байгууллагаас нийгэм, олон нийтэд чиглэсэн арга хэмжээг сүүлийн жилүүдэд төрийн болон төрийн бус олон улсын байгууллага, аж ахуйн нэгж, байгууллагын дэмжлэгтэйгээр хэрэгжүүлж цөөнгүй арга хэмжээний үр дүнд тодорхой төрлийн гэмт хэргийн гаралт буурсан, иргэдийн амьдралын хэв маягт нөлөө үзүүлсэн гэх зэрэг сайн талыг дурьдах хэрэгтэй. Нөгөө талаас нийгмийн сошиал сүлжээг ашиглан иргэдэд мэдээ, мэдээллийг түгээж хүргэх нь

нэмэгдсэн. Гэхдээ дээрх мэдээллийн агуулга, зураг, бичлэг, ярилцлагын чанарт анхаарах хэрэгцээ шаардлага байгаа нь харагддаг.

Хэдий иргэдийн цахим орчны хэрэглээ өндөр ч мэдээлэл тодорхойгүй, хэт удаан минутны бичлэг зэргийг иргэд төдийлөн сонирхохгүй байх тал бий. Тиймээс төрийн гэлтгүй хувийн хэвшлийн байгууллагууд ч гэсэн нийгмийн сүлжээнд оруулж буй мэдээллийн үнэ цэнийг нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн судалгаанд суурилсан ажлыг зохион байгуулж үр дүнтэй ашиглаж байна.

Сүүлийн үед судлаачдын зүгээс цахим орчны видео контентыг 6 секундэд багтааж мэдээллээ хүргэх нь үр дүнтэй гэсэн судалгааг ч гаргасан байдаг. Гэхдээ Монгол тулгатны 100 эрхэм нэвтрүүлэг доод тал нь 1 цаг үргэлжилдэгч youtube байрлуулсан үзэгчдийн хандалт өндөр байгаа нь тухайн контентын үнэ цэнийг илтгэж байгаа хэрэг юм. Иймд брайнд бүтээх үнэ цэнийг нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн бодлого зайлшгүй хэрэгцээ шаардлага байгаа нь үүнээс харагдаж байна. Үнэ цэнийг бүтээхэд хөрөнгө санхүүгийн асуудал дахиад яригдана.

Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг мэргэжлийн түвшинд авч хэрэгжүүлэх нь удирдлагын дэмжлэгээс шууд хамааралтай зүйл юм. Удирдлагын арга барил, бодлого, шийдвэр нь энэхүү ажлын үр нөлөөнд шууд нөлөөлөх хүчин зүйл тул тогтвортой мэргэшсэн бүтцийг цагдаагийн байгууллагын хэмжээнд байгуулж хэрэгжүүлэх нь үр дүнтэй гэж харж байна. Мэдээллийн үнэ цэнийг нэмэгдүүлэхэд зорилтод бүлэгт чиглэсэн арга хэмжээг судалгааны үр дүнд авч хэрэгжүүлэх, анхаарлыг татсан контент бүтээх, нийгмийн сүлжээг өргөнөөр ашиглахдаа дээрх зөвлөмжийг мөрдөх нь зүйтэй.

Нийгмийн хөгжлийн эрэлт хэрэгцээнд тулгуурлан цагдаагийн байгууллага цаашдын чиг хандлагаа

тодорхойлон үйл ажиллагаагаа үүнд чиглүүлэх нь хамгаас чухал. Мөн үйл ажиллагааны төвлөрлийг саармагжуулах алба хаагч иргэддээ илүү ойр харилцах тийм бололцоо нөхцлийг бүрдүүлэх, мэдээллийн урсгалыг зөв ашиглах зэргээс ажлын бүтээмж нэмэгдэх, нийгмийн хүлээлтэд хүрэх юм.

Харилцаа хандлагын асуудал нөгөө талаас яригддаг ч бид дотоод сургалт орсон, алба хаагчдаас баталгаа бичүүлж авснаар энэхүү ажлыг хааж байгаа нь дүр зураг давамгайлдаг байдлыг өөрчилж илүү алба хаагч нарт чиглэсэн дотоод PR – ыг хөгжүүлэх хэрэгцээ шаардлага байна.

Цагдаагийн алба хаагчийн албандаа итгэх итгэл, бахархах сэтгэлгээг бий болгож байж бид цаашдын үйл ажиллагааг илүү хүртээмжтэй хэрэгжүүлэх боломж бүрдэнэ гэж харж байна. Цагдаагийн байгууллага нийгмийн дэг журамд үнэлж барамгүй хувь нэмрээ оруулсаар ирсэн ч тэдний нийгмийн баталгааг хангах, цалин урамшууллын асуудал нийгмийн хөгжлийн чин хандлагад нийцүүлэх байдлаар төдийлөн хангалттай хэмжээнд шийдвэрлэгдэж чадахгүй л байна.

Бусад төрийн чиг үүрэг гүйцэтгэж буй байгууллагын алба хаагчдаас илүү эрүүл мэнд, амь насанд нь аюултай чиг үүргийг өдөр тутамдаа гүйцэтгэж байна.

Манай улсын хувьд хүн амын өсөлт, хотжилт, шилжилт хөдөлгөөн зэргээс хамаарч гэмт хэргийн гаралт, тэр дундаа шинэ төрлийн гэмт хэрэг үйлдэх хандлага бий болж үүнтэй цагдаагийн байгууллагаас хэрхэн тэмцэх, таслан зогсоох, урьдчилан сэргийлэх талаар бодлогын хэмжээнд авч үзэж байгаа ч хүн хүчний дутмаг байдал, бүтэц орон тоо зэргээс шалтгаалан бодитой үр дүнд хүрэхүйц далайцтай болж чадахгүй л байна.

2008 оны 07 дугаар сарын 01-ний өдрийн хар бараан өдрийг дурсах тийм ч тааламжтай биш байдаг ч тэр үйл явдлаас хойш цагдаагийн байгууллагын тэр дундаа алба хаагчийн аюулгүй байдлыг хамгаалах талаар төрийн эрх бүхий байгууллагаас нилээдгүй анхаарал хандуулж тодорхой хангалтуудыг нэмэгдүүлж, эрх зүйн асуудлыг боловсронгуй болгоход дэмжлэг үзүүлж байлаа.

Мөн цагдаагийн байгууллага үйл ажиллагаандаа дүн шинжилгээ хийж нийтийн хэв журам хамгаалах олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангахад чиглэсэн чиг үүргүүдийг илүү нарийвчлан төлөвлөгөө, зураглалд тусган, алба хаагчдыг чадавхижуулах сургалтыг тогтмол явуулдаг болсон сайн талтай.

Цагдаа нь хууль сахиулах нь өөрөө зорилго биш гэдгийг үргэлж санаж байх ёстой. Харин зорилгодоо хүрэх арга хэрэгсэл бөгөөд зорилго нь эмх цэгцтэй нийгмийг хадгалах явдал юм¹.

Цагдаагийн байгууллага өнгөрсөн 100 жилийн түүхэндээ мэргэжлийн түвшинд хүрэх үйл хэрэгтээ маш амжилтуудыг гаргаж ирсэн билээ. Бусад байгууллагын адил үйл ажиллагаандаа шинжлэх ухааны техник, технологийн дэвшлийг нэвтрүүлж, үндсэн чиг үүргээ хэрэгжүүлэхэд дэвшил гаргасан он жилүүд байсан. Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах мэргэжлийн хүмүүсийг судлан авах, алба хаагчдыг сургаж бэлтгэх хэрэгцээ байна.

Мөн орчин үеийн цагдаагийн үзэл санаа, ардчиллын үнэт зүйлсийг цагдаагийн албан тушаалтнуудад төлөвшүүлэх шаардлагатай байна.

Энэхүү судалгааны ажлын нэгээхэн зорилго нь Монгол улсын цагдаагийн байгууллагын олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг

судалж, гэмт хэрэгтэй тэмцэх, нийтийн хэв журам хамгаалах, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангах, урьдчилан сэргийлэх чиг үүргийг хэрэгжүүлэхэд нөлөө үзүүлэхүйц хэрэгсэл болгон ашиглахад онцгойлон анхаарал хандуулсан билээ.

Дэлхийн улс орнууд цагдаагийн байгууллагын ач холбогдол, үйл ажиллагааг хүлээн зөвшөөрч, нийгмийн харилцааны мөн чанарт тулгуурлан өөр өөрсдийн онцлогт тохирсон хууль эрх зүйн орчин баталгаажуулан хэрэгжүүлж байна.

Аливаа үндэстний аюулгүй байдал нь ямар ч үед итгэл найдвар, оршин байх үндэс нь болдог. Тэд үндэстний нутаг дэвсгэрийн бүрэн бүтэн байдлыг хамгаалж, энх тайвнаар зэрэгцэн орших, иргэдээ бүх талаар хамгаалах үүргийг хүлээдэг байна. Нийгмийн хөгжлийн явцад улс төр, эдийн засаг, нийгэм, соёлын зорилгод хүрэх үйл явцад янз бүрийн сонирхол бий болж, эдгээр сонирхолыг хангахад тулгарч буй сорилтууд бий болдог.

Нөгөө талаас цагдаагийн байгууллагын талаарх олон нийтийн ойлголт ямар ажил үүрэг гүйцэтгэж байгаагаас биш харин алба хаагчдын хандлагаас хамаарч бий болдог гэж авч үзэж болно. Алба хаагчдын харилцаа, хандлага хэдий чинээ эерэг түвшинд байна төдий чинээ үйл ажиллагаагаа олон нийтэд ойлгуулах, хүлээн зөвшөөрүүлэх үйл явц хөнгөрнө гэж харж болохоор байна. Сэтгэлгээний өөрчлөлтийг байгууллагын соёлын түвшинд бий болгох үйл явцыг үе шаттай авч хэрэгжүүлэх хэрэгцээ өнөөгийн нийгэмд бий болсон асуудал. Албаараа бахархах сэтгэлгээг төлөвшүүлэх, үнэн ч шударга, хуулийн хүрээнд ажил үйлчилгээгээ шуурхай үзүүлэх нь иргэдийн итгэлийг олж авах, цаашлаад төр засгийн зүгээс

¹ Charles C Thomas. Public relations and police. 1953.

нийгмийн асуудлыг шийдвэрлэхэд түлхэц болно.

Хэн нэгэн хариуцлагагүй алба хаагчийн буруутай үйл ажиллагаанаас шалтгаалан байгууллагын нэр хүнд унах, нийгмийн хандлагад нөлөөлөх асуудал ялангуяа өнөөгийн цахимжсан үед сөрөг үр дагаврыг авчирч байна.

Цагдаагийн байгууллагын олон нийттэй харилцах үйл ажиллагаа нь гэмт хэрэгтэй тэмцэх, нийтийн хэв журам хамгаалах, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангах чиг үүргийг хэрэгжүүлэхэд хүчтэй хэрэгсэл болно.

Зарим орны хувьд цагдаа нь аливаа гэмт бүлэглэл, үндсэрхэг үзэлтнүүдийн гар хөл болсоноос нийгэм нь цагдааг хүлээн зөвшөөрөхгүй, буруутгах, итгэлгүй болох гэх зэрэг сөрөг үр дагавруудыг авчирсан түүх цөөнгүй бий. Энэ нь харилцаанд ан цав үүсгэхээс гадна үл ойголцолыг бий болгож ажил үүргээ хэрэгжүүлэхэд нилээдгүй хүндрэлийг дагуулж, цаашлаад улс үндэстний оршин тогтнох, аюулгүй байдалд заналхийлсэн асуудал болж байдаг. Олон улсын жишигт цагдаа ард иргэдтэйгээ сайн харилцаатай байхгүйгээр гэмт хэрэгтэй тэмцэх, урьдчилан сэргийлэх, хууль сахиулах үүргээ биелүүлж чадахгүй гэж үздэг.

Цагдаа, олон нийттэй харилцах аливаа утга учиртай харилцаа нь гэмт хэрэгтэй тэмцэх, нийтийн хэв журам сахиулах, олон нийтийн аюулгүй байдлыг хангах чиглэлээр хамтын ажиллагаа, дэмжлэг үзүүлэх хоёр талт алхам болно. Өөрөөр хэлбэл бизнесийн удирдлагын байгууллагын имижийн менежментийн нэгэн адил цагдаа- олон нийтийн харилцаа “харилцан яриа” шинж чанартай байх ёстой. Цагдаа, олон нийтийн харилцаа нь биет бус хандлагын бүтэц байдаг.

Цагдаагийн байгууллага, алба хаагч олон нийттэй сайн харилцаагүй

бол албан үүрэг гүйцэтгэхэд хүндрэлийг дагуулдаг бол, цагдаагүй нийгэм туйлын түгшүүр, дайралтаас айж амьдрах болдог. Тиймээс нийгэмд цагдаа, олон нийт хоёрын харилцааг хадгалж, тогтвортой байлгах шаардлагатай байдаг. Цагдаа-олон нийтийн хоорондын сайн харилцаа нь цагдаа нарт олон нийтэд илүү сайн үйлчилгээг үзүүлэх боломжийг олгож, олон нийтэд илүү эерэг хандлагыг төрүүлдэг.

Өнөөгийн нийгэмд ямар ч төрийн байгууллага олон нийтийн хамтын ажиллагаагүйгээр амжилттай ажиллаж чадахгүй гэж үздэг. Харилцан ойлголцол нь аливаа тохиолдолд амжилтанд хүрэх хүчин зүйл байх болно.

Цагдаагийн байгууллагаас үзүүлж буй үйлчилгээг бүрэн дүүрэн, хуулийн хүрээнд хэрэгжүүлэхийн тулд олон нийтийн санаа бодлыг мэдэх шаардлагатай. Цагдаа үйл ажиллагаагаа ойлгуулсанаар иргэдээс гэмт хэрэг, зөрчлийн мэдээллийг цаг алдалгүй авдаг байх, тэд цагдаад цаг ямагт туслах хүслийг төрүүлэх нь чухал асуудал юм. Дээрх нөхцөл байдалтай холбоотойгоор цагдаагийн байгууллагын хувьд бүтэц орон тооны асуудал, олон нийттэй харилцах чадварлаг мэргэжилтэнг бэлтгэх, шаардлагатай үед ажлын байрны нээлттэй сонгон шалгаруулалт зарлах байдлаар хүний нөөцөө бүрдүүлэх хэрэгцээ зайлшгүй тулгарч байна.

Монгол улсад цагдаагийн байгууллагын үйл ажиллагаа, цагдаа-олон нийтийн харилцааг боловсронгуй болгох нэг чухал асуудал бол түүний эрх зүйн үндсийг боловсронгуй болгох явдал бөгөөд зөвхөн өнөөдрийг харж, одоо байгаа зүйлүүдэд тулгуурлан өөрчлөлт хийж, практик ажиллагаанд ашиглах нь учир дутагдалтай болно¹. Цагдаа олон нийтийн харилцаанд нөлөөлөх эрх зүйн зохицуулалтын асуудал нь маш өргөн хүрээтэй юм.

¹ Таванжин Д. Монголын цагдаагийн байгууллагын үйл ажиллагааны эрх зүйн

зохицуулалт, түүний хөгжилт., УБ. 2000 он. 7 тал

Цагдаагийн байгууллагатай холбоотой хууль тогтоомжуудаас цагдаагийн алба хаагчийн ёс зүй, нийгмийн баталгаа, ажил дүгнэх үзүүлэлт, ажлаа тайлагнах журам, цагдаа – олон нийтийн хамтын ажиллагаатай холбоотой зохицуулалтууд нь цагдаа-иргэдийн харилцаанд нөлөөлж байдаг¹.

Монгол цагдаагийн үйл ажиллагааг зохицуулсан дүрэм нийтдээ 10 гаруй удаа түүхийн тухайн цаг үеийн шаардлагаар өөрчлөгдөн шинэчлэгдэж мөрдөгдсөөр иржээ². Эдгээрээс дурьдвал:

1. Нийслэл хүрээний тойрон газруудыг цагдан сэргийлэх дүрэм хэмжээ /1916.12.30/

2. Хүрээний цагдан цээрлүүлэх хорооны тухай хууль /1920 оны 06 дугаар сар/

3. Нийслэл хүрээний цагдан сэргийлэх хорооны дүрэм хэмжээ /1923.06.26/

4. БНМАУ-ын цагдан сэргийлэх газрын дүрэм /1926.01.15/

5. Цагдан сэргийлэх газрын дагаж явах дүрэм /1928.01.06/

6. БНМАУ-ын цагдан сэргийлэх тухай дүрэм /1934.02.02/

7. Дотоод явдлын яамны харъяа улсын цагдан сэргийлэх газрын дүрэм. /1942 оны 04 дүгээр сар/

8. БНМАУ-ын Дотоод явдлын яамны харъяа улсын цагдан сэргийлэхийн дүрэм. /1955.03.29/

9. БНМАУ-ын цагдан сэргийлэх байгууллагын дүрэм. /1963.10.25/

10. “БНМАУ-ын цагдан сэргийлэх байгууллагын үндсэн үүрэг, эрхийн тухай” БНМАУ-ын АИХ-ын тэргүүлэгчдийн зарлиг. /1985.03.29/

11. БНМАУ-ын цагдан сэргийлэх байгууллагын дүрэм. /1985.04.26/

12. Цагдан сэргийлэх, засан хүмүүжүүлэх хөдөлмөрийн байгууллагын үүргээ биелүүлэх

баталгааны тухай БНМАУ-ын хууль. /1990.10.05/

13. Монгол Улсын Цагдаагийн байгууллагын тухай хууль. /1993.12.02/

Дээрх хууль, дүрмүүдэд цагдаа иргэдийн хамтын ажиллагааг зохицуулсан зүйл, заалтууд тусгагдаж иржээ.

Цагдаагийн байгууллагаас иргэдэд мэдээ, мэдээлэл өгөх үйл ажиллагааг Цагдаагийн албаны тухай хууль, Байгууллагын нууцын тухай хууль, Цагдаагийн байгууллагын үйл ажиллагааны журам код 135 /Мэдээллийн ил тод байдлыг хангах, сурталчлах/, Монгол Улсын Засгийн газрын 2013 оны 411 дүгээр тогтоолоор баталсан “Мэдээллийн ил тод байдлыг хангах нийтлэг журам”-ын 3 дугаар зүйлийн 3.1 дэх хэсэг, Монгол Улсын Засгийн газрын 2016 оны 29 дүгээр тогтоолоор баталсан “Шилэн дансны цахим хуудсанд тавих мэдээллийн агуулга, нийтлэг стандартыг тогтоох журам”-ын 2.1-д тус тус мөрдөж ажиллаж байна.

Цагдаагийн албаны тухай хуулийн 14 дүгээр зүйл Цагдаагийн төв байгууллагын үүрэгт олон нийтэд түшиглэсэн цагдаагийн байгууллагын үйл ажиллагааны бодлого, арга зүйг нэгтгэн зохион байгуулах, 15 дугаар зүйл нутаг дэвсгэр хариуцсан цагдаагийн байгууллагын үүрэгт цагдаагийн төв байгууллага болон харьяалах иргэний зөвлөл, оршин суугчдад ажлаа тайлагнах, нутаг дэвсгэр хариуцсан цагдаагийн байгууллагын дарга нь үйл ажиллагааныхаа тайланг аймаг, нийслэлийн иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурал, оршин суугчдад, тодорхой нутаг дэвсгэр хариуцсан цагдаагийн байгууллага, алба хаагч нь үйл ажиллагааныхаа тайланг тухайн нутаг

¹ А.Отгонсүх. “Цагдаа-олон нийтийн харилцаа” УБ хот, 2009 он. 59 дэх тал

² А.Отгонсүх. “Цагдаа-олон нийтийн харилцаа” УБ хот, 2009 он. 60 дахь тал

дэвсгэрийн иргэдэд тавина ¹ гэж хуульчилж өгсөн байна.

Энэ хуулийн 64.7 дахь хэсэг нь иргэн, хуулийн этгээдийн хүний эрх, эрх чөлөө, байгууллагын хууль ёсны ашиг сонирхлыг хамгаалах зорилгоор хууль тогтоомжид нийтэд мэдээлэхийг хориглосноос бусад мэдээлэл авах эрхийг хязгаарлахгүй. Цагдаагийн байгууллага, алба хаагч албан үүргээ гүйцэтгэхдээ иргэдийн дэмжлэгийг авах, итгэлийг хүлээхийг эрхэмлэнэ гэж заасан байна.

Хууль сахиулах байгууллагын үйл ажиллагааны тодорхой хэсэг нь нийгэмд ил, гаргаж буй шийдвэр, хэрэгжүүлж байгаа чиг үүргийн талаар нээлттэй байхыг иргэд, олон нийтийн зүгээс шаарддаг. Энэ ч зүй ёсны хэрэг юм. Хүний эрхийг дээдэлсэн, шударга, үйл ажиллагааны хуулийн хүрээнд явагдах нь тухайн байгууллагын имижд болох учиртай.

Ялангуяа цагдаагийн байгууллагын үйл ажиллагаа болоод өмнөө тавьсан зорилго, зорилтоо хангалттай хэрэгжүүлэхэд олон нийтийн итгэлийг дааж тэдний дэмжлэгт түшиглэн явах нь илүү үр дүнтэй байдаг талаар дээр авч үзсэн.

Тиймээс цагдаагийн байгууллага олон нийтэд хүргэх мэдээллийн ил тод байдалд анхаарахаас гадна бэлтгэж буй мэдээллийн үнэн бодитой байдал, үнэ цэнийг эрхэмлэх хэрэгтэй.

Олон нийтийн дэмжлэг, илтгэлийг алдах нь цаашид үйл ажиллагаагаа хэрэгжүүлэхэд хүндрэл гарах, илүү их хүч, цаг, хөрөнгө санхүү зарцуулах болдог. Аль ч нийгмийн үед цагдаа иргэдийн хамтын ажиллагаа, ойлголцол, нийгмийн сэтгэл зүй хүчтэй нөлөө үзүүлсээр ирсэн.

Өнөөгийн нийгмийн хандлага цагдааг буруутгах, шүүмжлэх өнгө аяс байсаар л байна. Иймд цагдаагийн байгууллагаас өөрийн үйл ажиллагааны онцлог, хэрэгжүүлж буй

ажлын үр дүнг товч бөгөөд тодорхой нээлттэй хүргэх нь чухлаар тавигдаж байна. Нөгөө талаас боловсон хүчний сонгон шалгаруулалтаас эхлээд алба хаагчийн мэргэжлийн үр чадвар, ажилд хандах хандлага, сахилга ёс зүй, харилцааны үр чадварыг нэмэгдүүлэх талаар бодитой ажил, арга хэмжээг авч явуулах зайлшгүй шаардлага тулгарч байна.

Цагдаагийн байгууллагын олон нийттэй харилцах үйл ажиллагаа нь энэ чиглэлийн чиг үүрэг бүхий бүтцийн нэгжийн зохион байгуулалттай салшгүй холбоотой. Цагдаагийн ерөнхий газрын Хэвлэл мэдээллийн төв, Урьдчилан сэргийлэх хэлтэс, Нийслэлийн цагдаагийн удирдах газрын урьдчилан сэргийлэх хэлтэс, алба, нэгжүүдэд урьдчилан сэргийлэх хэлтэс, ахлах байцаагч нар ажиллаж байна. Хэдий урьдчилан сэргийлэх нэршилтэй ч олон нийттэй харилцах чиг үүргийг мөн хэрэгжүүлж иргэд, олон нийтэд мэдээ, мэдээллийг хүргэх, бусад ажил, арга хэмжээг төрийн болон төрийн бус иргэний нийгмийн байгууллага, иргэдийн дэмжлэг туслалцаанд түшиглэн хэрэгжүүлж байна. Нийгмийн хөгжлийн болоод иргэдийн ухамсар, нийгмийн сэтгэл зүйтэй холбоотойгоор хууль сахиулах байгууллага тэр дундаа цагдаагийн байгууллагын нэр хүнд, алба хаагчийн харилцаа хандлагын талаар олон талын байр суурь харилцан адилгүй байна.

Цагдаагийн байгууллагын мэдээллийг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулах үйл явц нийгмийн тогтолцооны хувьд өөр өөр байж ирсэн ч нийгмийн хандлага, технологийн хөгжлийн үйл явцтай холбоотой хувьсан өөрчлөгдөж ирж байна. Өмнө хэдэн арван жилээр хөгжлийг ярьж байсан бол одоо жил, сар, өдрөөр яригдаж байна. Хэвлэл мэдээллийн байгууллагыг сонин,

¹ Цагдаагийн албаны тухай хууль, 14 дүгээр зүйл, 2017 оны 2 дугаар сарын 09-ний өдөр

сэтгүүл, телевиз, радио гэж хардаг байсан үе өнгөрч, сайтууд, сошиал хэрэглээ гэх зэрэг олон платформууд хүчтэй түрэн орж ирж байна.

Үүнийг цагдаагийн байгууллага үйл ажиллагаандаа мэдрэмжтэй ашиглаж чадсанаар үндсэн чиг үүргээ хэрэгжүүлэхэд нийгмийн дэмжлэг, туслалцааг авахад өргөнөөр ашиглах боломж гэж харж болно.

Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг оновчтой авч хэрэгжүүлэхийн тулд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн талаарх ойлголтыг авч үзэх шаардлагатай. Энэхүү чиг үүргийг амжилттай хэрэгжүүлэх гол түлхэц нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл юм.

Д.Булган, Хулан нарын “Гэмт хэргээс урьдчилан сэргийлэх ажил” бүтээлд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн дараах байдлаар тодорхойлж дурьдсан байна. Үүнд:

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл (Mass media) гэдэг нь олон нийтийн харилцаа холбоогоор олон үзэгчдийг хамарсан олон төрлийн медиа технологиог хэлнэ. Энэхүү харилцаа холбоог дамжуулдаг технологиуд нь янз бүрийн хэлбэртэй байдаг. Тухайлбал, өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгслүүд (Broadcast media) мэдээллийг кино, радио, бичлэг, хөгжим, телевиз зэрэг мэдээллийн хэрэгслээр дамжуулдаг.

Дижитал медиа (Digital media) нь интернэт ба утас-олон нийтийн харилцааг агуулдаг. Интернэт медиа нь имэйл, олон нийтийн мэдээллийн сайт, вэбсайт, интернэтэд суурилсан радио, телевиз зэрэг үйлчилгээг агуулдаг.

Зарим хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд нь интернэтэд ТВ-ийн зар сурталчилгааг холбох, гар утасны хэрэглэгчдийг вэбсайт руу чиглүүлэхийн тулд ОР кодыг тараах гэх мэт нэмэлт боломжуудыг ашиглаж интернэтэд нэвтэрч, хүртээмжтэй

боломжуудыг ашиглаж, дэлхийн өнцөг булан бүрд мэдээллийг зардал багатайгаар, хурдан шуурхай цацаж чаддаг.

Хоёр дахь ангилалд youtube, twitter, snapchat болон бусад олон онлайн медиа, дижитал олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл нь мэдээллийг олон нийтэд хүргэх чадвар, хурд, боломжийг нэмэгдүүлж байна. Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл бүр өөрийн гэсэн онцлогтойгоор мэдээллийг хүргэж байна. Жишээлбэл, интернэтэд суурилсан блог, подкаст, вэбсайт болон бусад технологиуд багтдаг. Дээр дурдсан зургаа, долоо дахь медиа болох интернэт, гар утсыг дижитал медиа; дөрөв, тав дахь радио, телевизийг өргөн нэвтрүүлгийн хэрэгсэл гэнэ. Харин зарим судлаачид нь видео тоглоомууд нь олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн ялгаатай хэлбэр болж хөгжсөн гэж үздэг байна¹.

Дүгнэлт

Өнөөгийн нийгэмд сошиал медиа хэрэглээ өргөн хүрээг хамарч байгаа хэдий ч ТВ шоуны маркетингийн үйл ажиллагааг үр нөлөөний хувьд тийм ч том байр суурийг эзэлдэггүй байна.

Телевизийн шоу нэвтрүүлэг нь стратеги зохиолоо сайн гаргаж чадвал байлдан дагуулах боломжтой гэж судлаачид үздэг. Сошиал медиа харин энэхүү шоу нэвтрүүлгийг сурталчлах, дэмжлэг үзүүлэх хэрэгсэл болж өгдөг байна. Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагааг орчин үеийн чиг хандлага, нийгмийн хөгжилд нийцүүлэн бодлогын түвшинд шинэ шатанд гаргаж хэрэгжүүлэх шаардлагатай байна.

¹ Булган, Д. Хулан, Б. Гэмт хэргээс урьдчилан сэргийлэх ажил. 82 дахь тал

Санал

- Цагдаагийн байгууллагаас олон нийттэй харилцах үйл ажиллагаа явуулж буй нэгжийн бүтэц, зохион байгуулалтыг боловсронгуй болгох;

- Алба хаагчдыг мэргэшүүлэх, давтан сургах ажлыг сургалтын байгууллагаар дамжуулан явуулах, мэргэшсэн алба хаагчийг урьж ажиллуулах;

- Төрийн болон төрийн бус байгууллага, иргэдийн оролцоонд түшиглэсэн олон талт арга хэмжээг төлөвлөлттэйгээр хэрэгжүүлэх;

- Алба хаагчдад чиглэсэн дотоод PR-ыг хэрэгжүүлэх;

- Иргэдийн санал санаачлагад түшиглэсэн ажил, арга хэмжээг бүх л талаас нь дэмжих;

- Цахим орчныг байгууллагын үйл ажиллагааг сурталчилах, олон нийтэд мэдээ мэдээллийг цаг алдалгүй хүргэхэд анхаарч ажиллах зэрэг болно.

Эх сурвалжийн жагсаалт

- Олон нийттэй харилцах ажил. Сурах бичиг. Шинжлэх ухаан технологийн их сургууль. 2013 он.

- Б.Болд-Эрдэнэ “Нийгмийн харилцааны (PR) онол практик” ном. 2017 он.

- Larry W Long, Vincent Hazelton J Public Relations: A Theoretical and Practical Response. 1987. P 67

- 4. Гэмт хэрэг, зөрчлөөс урьдчилан сэргийлэх бодлогын баримт бичиг” 2018 он. ЦЕГ-ын даргын А/177 дугаар тушаал, хавсралтууд

- Зүмбэрэллхам Д. “Орчин үеийн цагдаагийн байгууллагын хөгжлийн чиг хандлага” илтгэлээс. 2006 он.

- Булган, Д. Хулан, Б. Гэмт хэргээс урьдчилан сэргийлэх ажил. 2022 он.