



# တိုင်းရင်းသား မီဒီယာများကို လေ့လာခြင်း

မြန်မာနိုင်ငံတွင်း တိုင်းရင်းသားမီဒီယာများ၏  
မီဒီယာအလေ့အကျင့်နှင့် မီဒီယာကိုယ်စားပြုမှု

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ အောက်တိုဘာလတွင် ထုတ်ဝေသည်။



တိုင်းရင်းသားမီဒီယာများကို လေ့လာခြင်း

မြန်မာနိုင်ငံတွင်း တိုင်းရင်းသားမီဒီယာများ၏

မီဒီယာအလေ့အကျင့်နှင့် မီဒီယာကိုယ်စားပြုမှု

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ အောက်တိုဘာလတွင် ထုတ်ဝေသည်။

စာရေးသူများ

အေးလဲ့လဲ့ထွန်း

Emilie Lehmann-Jacobsen

**With contributions from**

Pernille Bo Kristensen

Camilla Lee Christensen

**Design**

Inspirational Creative

**Photos**

Chris Peken

EMReF

**ISBN**

၉၇၈-၈၇-၉၂၂၀၉-၂၂-၁

© 2020 IMS

The content of this publication is copyright protected. International Media Support is happy to share the text in the publication with you under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a summary of this license, please visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>.



*Join the global work for press freedom and stay up to date on media issues worldwide*

 [forfreemedia](#)

 [InternationalMediaSupport](#)

IMS is a non-profit organisation working to support local media in countries affected by armed conflict, human insecurity and political transition.

[www.mediasupport.org](http://www.mediasupport.org)



## မာတိကာ

၄ လေ့လာချက် အကျဉ်းချုပ်

၅ နိဒါန်း

၆ လေ့လာမှုနည်းလမ်း

- အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်ချက်
- ပရိသတ်လေ့လာချက်
- အချက်အလက်ကောက်ယူစုဆောင်းခြင်း

၁၀ တွေ့ရှိချက်များ

- အကြောင်းအရာဆန်းစစ်ချက်
- ရင်းမြစ်များ
- လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများ၏ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုနှင့် ဘောင်ဝင်မှု
- ပရိသတ် လေ့လာချက်
- မီဒီယာအသုံးပြုမှုကို စိစစ်ခြင်းနှင့် သတင်းရင်းမြစ်များ
- အသုံးပြုနိုင်သည့် သတင်း
- ယုံကြည်စိတ်ချရမှုသည် ထိစပ်မှုနှင့် မြင်ရသော အထောက်အထားများ လိုအပ်သည်။
- ဖေ့စဘုတ်သည် ယုံကြည်စိတ်ချရမှု နိမ့်ပါးသော်လည်း လွှမ်းမိုးထားသည်။

၂၀ နိဂုံး

၂၂ ထောက်ခံအကြံပြုချက်များ



# လေ့လာချက် အကျဉ်းချုပ်

ဤစာတမ်းသည် နိုင်ငံတကာ မီဒီယာအထောက်အကူပြုအဖွဲ့ (IMS)၊ ၎င်း၏ မိတ်ဘက်အဖွဲ့အစည်းဖြစ်သည့် Fojo မီဒီယာအဖွဲ့ (Fojo) နှင့် ပညာအလင်းပွင့်မြန်မာ သုတေသန ဖောင်ဒေးရှင်း (EMRef) တို့က ၂၀၁၉ ခုနှစ်အတွင်းပြုလုပ်ခဲ့သော လေ့လာချက်များမှ တွေ့ရှိချက်များကို တင်ပြထားခြင်းဖြစ်သည်။ လေ့လာချက်က မွန်ပြည်နယ်၊ ကရင်ပြည်နယ်နှင့် ကယားပြည်နယ်တို့ရှိ လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများအတွက် ထုတ်လုပ် ဖြန့်ဝေလျက်ရှိသော သတင်းအကြောင်းအရာများကို ဆန်းစစ်ထားသည်။ ထို့ပြင် ထိုအုပ်စုများအတွင်း သတင်းနှင့် မီဒီယာအလေ့အကျင့်များနှင့် နားလည်မှုများကို လည်းလေ့လာထားသည်။ ထိုသုတေသနတွင် အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်ချက်နှင့် အရည်အသွေးဆိုင်ရာ ပရိသတ်လေ့လာချက်ဟူ၍ ဆန်းစစ်မှုနှစ်ခု ပါဝင်သည်။

အကြောင်းအရာဆန်းစစ်ချက်တွင် လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများကို ဦးတည်သော မီဒီယာများ (မွန်သတင်းအေဂျင်စီ (MNA)၊ ကရင်သတင်းစင်တာ (KIC) နှင့် ကန္တာရဝတီတိုင်းစသည့် သတင်းဌာနသုံးခု ကိုယ်စားပြုပါဝင်သည်) သည် နိုင်ငံလုံးဆိုင်ရာ သတင်းထုတ်လုပ်မှုများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက သတင်းဖော်ပြချက်များတွင် သူတို့၏ ဦးတည်အုပ်စုများနှင့် သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာများကို အမြဲတစေ ထည့်သွင်းထုတ်လုပ်ကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။ ဆန်းစစ်ထားသော သတင်းဖော်ပြချက် ၁၅ ခုမှ ၈ ခုတွင် လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများကို ရင်းမြစ်အဖြစ် ကိုယ်စားပြု ဖော်ပြထားသည်ကို တွေ့ရသည်။ လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများကို သားကောင်များအဖြစ် ပုံဖော်တင်ပြမှုများရှိသော်လည်း လုပ်ပိုင်ခွင့်ရှိသော နေရာမှ ဖော်ပြမှုရှားပါးသည်။ ထိုမျှသာမက ပရိသတ်လေ့လာချက်တွင် အချို့သော လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများသည် အခြားသူများထက် မီဒီယာများထက် တွင် ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှု နည်းပါးနေသည်ဟု ခံစားကြရပြီး ရလဒ်အားဖြင့် မီဒီယာများအပေါ် ယုံကြည်မှုလည်း နည်းပါးကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။<sup>၁</sup>

တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုတို့သည် ၎င်းတို့၏ ဒေသခံလူထုနှင့် သက်ဆိုင်သည့် တိကျသော

သတင်းများကို ခိုင်မာသော မှတ်တမ်းမှတ်ရာများဖြင့် လွယ်ကူ၍ အမိန့်ပေးပို့လွှဲပြောင်းပုံစံဖြင့် တင်ပြကာ၊ အမြန်ဆုံး သတင်းထုတ်ပြန်မှုကို လိုလားကြသည်။ အတိုချုပ်ဆိုရလျှင် သူတို့သည် တိကျမှု၊ ထိစပ်မှု၊ ပွင့်လင်းမြင်သာမှုနှင့် လတ်တလောဖြစ်မှု (သတင်းလတ်ဆတ်မှု) ကို အလေးထားသည်။

ထို့ပြင် ထိုမီဒီယာတိုက်များက ဒေသခံလူထု၏ နေ့စဉ်ဘဝနှင့် ကိုက်ညီသော သတင်းများကို ပံ့ပိုးပေးနေသည်ဟု လူအများက ခံစားရသည့်အလျောက် ဒေသခံမီဒီယာများကို အကြီးအကျယ် လိုလားကြကြောင်း ပရိသတ်လေ့လာချက်မှ တွေ့ရှိရသည်။ လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သည့် မီဒီယာများနှင့် DVB တို့သည် လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သူများ၏ ယုံကြည်မှုအရဆုံး မီဒီယာများဖြစ်သော်လည်း နိုင်ငံပိုင်နှင့် စစ်တပ်ပိုင် မီဒီယာများကိုလည်း ရွေးချယ်ကြသည်ကို တွေ့ရသည်။ အစိုးရနှင့် စစ်တပ်၏ အနေအထားနှင့် ပတ်သက်၍ နောက်ဆုံးသတင်းများကို ရရှိနိုင်ရန် ထိုမီဒီယာများအပေါ် အားကိုးနေရသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ရုပ်မြင်သံကြားသည် သတင်းရရှိရန်အတွက် ရွေးချယ်သော မီဒီယာတစ်ခုဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း ငယ်ရွယ်သော မျိုးဆက်အတွင်း လူမှုမီဒီယာ (အထူးသဖြင့် ဖေ့စ်ဘုတ်) သည် အသုံးအများဆုံးမီဒီယာဖြစ်သည်။ မီဒီယာတိုက်များ လက်လှမ်းမီမှုနည်းပါးသည့် ဒေသများတွင် လူအ

များသည် သတင်းရရှိရန်အတွက် မိတ်ဆွေများနှင့် မိသားစုများပေါ်တွင်လည်း အားထားနေရသည်။

အချို့သော သတင်းစာသုံးသူများသည် သတင်းနှင့် အချက်အလက်များအပေါ် သဘာဝအလျောက် ယုံကြည်မှုမရှိကြောင်း တွေ့ရသည်။ (ဖေ့စ်ဘုတ်သည် “သတင်းတုများ”နှင့် “သတင်းမှား”များ ထွက်ပေါ်လာရာဖြစ်သည်ဟု ဖော်ပြကြသည်) သို့သော် ယုံကြည်အားထားလောက်သော သတင်းအချက်အလက်များကို ရရှိရန် ခက်ခဲသောကြောင့် သူတို့ ဖတ်ရသော၊ ကြည့်ရသော၊ ကြားရသော သတင်းများကို မှန်မမှန် စစ်ဆေးနိုင်ရန် အခက်အခဲများ ဖြစ်ပေါ်စေသည်။ ဤသို့ သဘာဝအလျောက်ဖြစ်ပေါ်သော မယုံသင်္ကာဖြစ်မှု ရှိနေသော်လည်း၊ ဤလေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများတွင် မီဒီယာတတ်မြောက်မှု၊ အင်တာနက်မီဒီယာ တတ်သိနားလည်မှုမှာ နိမ့်ကျနေဆဲဖြစ်သည်။ နောက်ဆုံးရသတင်းများကို ပုံမှန်ရရှိရန် ခက်ခဲခြင်းနှင့် အချက်အလက်စစ်ဆေးခြင်းနည်းလမ်းများ မရှိခြင်းတို့ ပေါင်းလိုက်သောအခါ လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများသည် မကောင်းသော ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် ပြုလုပ်သည့် လူမှုမီဒီယာလှုပ်ရှားမှုများအတွက် လွယ်ကူသောပစ်မှတ်များအဖြစ်သို့ ကျရောက်သွားနိုင်သည့် အန္တရာယ်ရှိနေသည်။

တွေ့ရှိချက်များ အပေါ်တွင် အခြေပြု၍

**လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများကို သားကောင်များအဖြစ် ပုံဖော်တင်ပြမှုများ ရှိသော်လည်း လုပ်ပိုင်ခွင့်ရှိသောနေရာမှ ဖော်ပြမှု ရှားပါးသည်။**

၁။ တိုင်းရင်းသားဘာသာစကားနှင့် ထုတ်လွှင့်သော TV (ELTV) သည် နိုင်ငံတကာ မမာသတင်းစဉ် (BNI) ၏ ကနဦးဗြေလှမ်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ ၎င်းတွင် BNI အဖွဲ့ဝင်မီဒီယာများဖြစ်သည့် အမျိုးမျိုးသော မီဒီယာတိုက်များမှ ပူးပေါင်းထုတ်လုပ်သည့် အပတ်စဉ်ထုတ်လွှင့်မှု အစီအစဉ်တစ်ခု ပါရှိသည်။ DVB မီဒီယာ ပလက်ဖောင်းမှ ထုတ်လွှင့်ထားသော သတင်းဆောင်းပါးများကို ဘာသာစကားမျိုးစုံဖြင့် ထုတ်လွှင့်သည့် အစီအစဉ်တစ်ခုဖြစ်အောင် ထိုအစီအစဉ်တွင် ပါဝင်သော တိုင်းရင်းသား မီဒီယာများမှ အတူတကွ တည်းဖြတ်ထားသည်။

မြန်မာမီဒီယာလုပ်ငန်း၊ သတင်းသမားများနှင့် အခြား အကြောင်းအရာထုတ်လုပ်သူများနှင့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့အစည်းများ၊ သင်ကြားရေး အဖွဲ့အစည်းများ တို့ထံမှ ရရှိသော ထောက်ခံ အကြံပြုချက်များကို ဖော်ပြ၍ အစီရင်ခံစာကို အဆုံးသတ်ထားသည်။ ဤ ထောက်ခံအကြံပြု ချက်များသည် မြန်မာနိုင်ငံရှိ မီဒီယာများ၏ လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင် ပရော်ဖက်ရှင်နယ်ဖြစ်မှုနှင့်

အဆက်မပြတ် ဖွံ့ဖြိုးရေးအတွက် လှုံ့ဆော် အားပေးမှုအဖြစ် အသုံးဝင်နိုင်မည်ဟု IMS-Fojo က မျှော်လင့်ပါသည်။ အထူးသဖြင့် လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများကို အထူးအာရုံစိုက်သည့် ဧရိယာများတွင်ဖြစ်သည်။

လေ့လာချက်တွင် ပါဝင်ခဲ့သော အမျိုးသား အမျိုးသမီးအားလုံးကို ကျေးဇူးတင်ရှိကြောင်း IMS-Fojo က ဖော်ပြလိုပါသည်။ ထိုသူတို့၏

အမြင်များ၊ မီဒီယာအလေ့အကျင့်များကို မျှဝေ ရာတွင် စိတ်ပါဝင်စားစွာ ပူးပေါင်းပါဝင်မှုမရှိ လျှင် ဤလေ့လာချက်ကို ပြုလုပ်နိုင်မည် မဟုတ်ပါ။ EMReF ၏ ကျွမ်းကျင်မှုရှိသော ချဉ်းကပ်ပုံနည်းလမ်းများနှင့် လေ့လာချက် ပြုလုပ်ရန် အသင့်ရှိမှုတို့ကိုလည်း IMS-Fojo က အထူးကျေးဇူးတင် အသိအမှတ်ပြုပါသည်။

## နိဒါန်း

လွန်ခဲ့သည့် ၁၀ မတိုင်မီအတွင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံ လူထုသည် သတင်းများအချက်အလက်များ ရရှိ နိုင်ရန် လွတ်လပ်မှုရှိသောရင်းမြစ် အနည်းငယ် မျှကိုသာ လက်လှမ်းမီခဲ့ကြသည်။ အများစု အတွက် အင်တာနက်ဆိုသည်မှာ တိုင်းတပါး အယူအဆဖြစ်နေခဲ့ကာ ကိုယ်ပိုင်မိုဘိုင်းဖုန်း ပိုင်ဆိုင်ခြင်းသည် မျက်စိနောက်စရာကောင်းပြီး လက်ကိုင်ဖုန်းအတွက်နှင့် ဆင်းကတ် (SIM card) အတွက် ကုန်ကျစရိတ်မှာ အမေရိကန် ဒေါ်လာ ၃၀၀ ခန့် ရှိခဲ့သည်။ ၂၀၂၀ ခုနှစ်တွင် ထိုအခြေအနေမျိုးမဟုတ်တော့ပေ။ ထုတ်ဝေမှု မပြုမီ စာပေစစ်ရေးသို့ တင်ပြမှုကို ပယ်ဖျက် ခြင်းနှင့်အတူ မီဒီယာပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုများနှင့် မီဒီယာလုပ်ငန်းအတွင်း အကြီးအကျယ် ရင်းနှီး မြှုပ်နှံမှုများကြောင့် မြန်မာမီဒီယာ အခင်းအကျင်း သည် ပြောင်းလဲလာခဲ့သည်။ လူထုမှာလည်း ပလက်ဖောင်းအမျိုးမျိုးအပေါ်တွင် အမြဲဖြစ် ပေါ်တိုးပွားနေသည့် မီဒီယာများကို လက်လှမ်း မီလာကြသည်။

ယနေ့တွင် မြန်မာနိုင်ငံ၏ ၄၁ ရာ ခိုင်နှုန်း သော ပြည်သူလူထုသည် အင်တာနက်ကို အသုံးပြုနိုင်နေကြပြီဖြစ်ပြီး လူမှုမီဒီယာကို တက်ကြွစွာ အသုံးပြုကြသည်။<sup>၂</sup> ဖေ့စ်ဘုတ် သည် လူသိများသော လူမှုမီဒီယာတစ်ခုဖြစ်လာ သည်။ ဖေ့စ်ဘုတ်သည်ပင်လျှင် အင်တာနက် ဖြစ်သည်ဟု မှတ်ထင်နေကြသူ အများအပြားရှိ သည်။<sup>၃</sup> သတင်းအချက်အလက် လက်လှမ်းမီ ရရှိမှုမှာ ကောင်းမွန်စွာ တိုးတက်လာသည်နှင့်

အမျှ အင်တာနက်နှင့် လူမှုမီဒီယာပလက် ဖောင်းကို သုံးစွဲနိုင်မှု တိုးတက်များပြားလာခြင်း သည် လူအများတင်ဆက်နေကြသည့် သတင်း အရည်အသွေးအတွက် စိုးရိမ်မှုများ တိုးပွားလာ သည်နှင့်အတူ သတင်းမှားများ၊ ပုံဖျက်ထား သော သတင်းများ၏ အန္တရာယ်ကြောင့် သတင်း စီးဆင်းမှုကို အားပျောစေလျက်ရှိသည်။ မြန်မာ နိုင်ငံသားများသည် သတင်းရင်းမြစ် အသစ်များ နှင့် ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်လာသည်မှာ နှစ်အနည်းငယ် သာရှိသေးပြီး မီဒီယာနားလည်တတ်မြောက်မှု မှာ ယခင်က ဦးစားပေးသည့် အကြောင်းအရာ တစ်ခုမဟုတ်ခဲ့ပေ။ ၂၀၁၇ ခုနှစ်နှင့် ၂၀၁၈ ခုနှစ်

များအတွင်းရခိုင်ပြည်နယ်၌ ဖြစ်ပွားခဲ့သော ပဋိပက္ခများကို ကြည့်လျှင် ဆိုရှယ်မီဒီယာနှင့် မီ ဒီယာနားလည်တတ်မြောက်မှု မရှိခြင်းတို့ ပေါင်း လိုက်သောအခါ ဖြစ်ပေါ်လာသည့် နောက် ဆက်တွဲဖြစ်ရပ်များကို တွေ့မြင်နိုင်သည်။ ပဋိ ပက္ခနှင့်ပတ်သက်၍ ပုံဖျက်ထားသော သတင်း များသည် ဖေ့ဘုတ်ပေါ်တွင် လွှမ်းမိုးလျက်ရှိ သောအခါ ပုံမှန်ထုတ်ဝေနေသော မီဒီယာများ ၏ သတင်းဖော်ပြချက်များသို့ လျှို့ဝှက်လာပြီး ရို ဟင်ဂျာလူနည်းစုအပေါ် အမုန်းတရားများကို မီးလောင်ရာလေပင့်ပေးခဲ့သည်။<sup>၄</sup>

မြန်မာနိုင်ငံတွင် မီဒီယာနားလည်

**၂၀၁၈ ခုနှစ်အတွင်း၊ IMS- Fojo က ပြုလုပ်ခဲ့သည့် ပရိသတ်လေ့လာချက်တွင် ယုံကြည်အားထားလောက်သော သတင်းရင်း မြစ်များနှင့် ပတ်သက်သည့် ဗဟုသုတများနှင့် လက်လှမ်းမီမှုတို့မှာ လူအများအကြား ဧရာမကွာခြားမှုရှိနေ ကြောင်းဖော်ပြခဲ့သည်။**

၂ We Are Social, ၂၀၂၀, Digital in Myanmar ၂၀၂၀  
၃ IMS-Fojo, ၂၀၁၈, “ပရိသတ်ရှုထောင့်မှ မြန်မာ့ မီဒီယာများ”  
၄ The New York Times, ၂၀၁၈, “A Genocide Incited on Facebook, With Posts from Myanmar’s Military”, “မြန်မာ့ တပ်မတော် မှ တင်လိုက်သော ပုံစံနှင့် အတူ ဖေ့စ်ဘုတ် ပေါ်မှ လှုံ့ဆော်လိုက်သော လူမျိုးတန်း သတ်ဖြတ်မှု” | <https://www.nytimes.com/၂၀၁၈/၁၀/၁၅/technology/myanmar-facebook-genocide.html>

တတ်မြောက်မှုကို အရေးထားမှုများ များပြား လာလင့်ကစား၊ ပြဿနာတစ်ရပ်အဖြစ်ကျန်ရှိ နေသေးသည်။ ၂၀၁၈ ခုနှစ်အတွင်း၊ IMS- Fojo ကပြုလုပ်ခဲ့သည့် ပရိသတ်လေ့လာချက်<sup>၅</sup>တွင် ယုံကြည်အားထားလောက်သော သတင်းရင်း မြစ်များနှင့် ပတ်သက်သည့် ဗဟုသုတများ နှင့် လက်လှမ်းမီမှုတို့မှာ လူအများအကြား ဧရာမ ကွာခြားမှုရှိနေကြောင်း ဖော်ပြခဲ့သည်။ ထို လေ့လာချက်က တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများနှင့် ကျေးလက်ဒေသတွင် နေထိုင်သူများသည် သတင်းအချက် အလက် လက်လှမ်းမီမှုမှု ကြောင့် ဆိုးကျိုးများ သက်ရောက်ခဲ့သည်ဟု ဖော်ပြသည်။ သူတို့ သည် သူတို့၏ ဒေသနှင့် ပတ်သက်သည့် နောက် ဆုံးသတင်းများ ရရှိနိုင် ရန် တပတ်နှစ်သတင်းများ သို့မဟုတ် ဖေ့စ် ဘုတ်မှ သတင်းများကိုသာ အားထားနေရသည်။

IMS-Fojo သည် မြန်မာနိုင်ငံအတွင်း လွတ်လပ်စွာရေးသားထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်ကို မြှင့်တင်ပေးရန်၊ သတင်းအချက်အလက်များ

လက်လှမ်းမီမှုမှုကို တိုးမြှင့်ရန်နှင့် မီဒီယာ အမျိုးအစားကွဲပြားစုံလင်မှုကို မြှင့်တင်ရန် ရည်ရွယ်သည့် စီမံချက်အသစ်တစ်ခုကို ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် စတင်လုပ်ဆောင်ခဲ့သည်။ ထိုစီမံ ချက်သည် နိုင်ငံအတွင်း အပစ်ပယ်ထားခံရဆုံး လူထုကို အထူးအာရုံစိုက်သည်။ စီမံချက်မှ ဆောင်ရွက်ထားသည့် လှုပ်ရှားမှုများကို ဆက်လက်ဆောင်ရွက်ရန်နှင့် မိတ်ဘက် မီဒီ ယာများ၏ အဓိကပရိသတ်များအတွက် သင့် လျော်မည့် သတင်းအချက်အလက်များစုဆောင်း ရန်အတွက် IMS-Fojo သည် မွန်ပြည်နယ်၊ ကရင်ပြည်နယ်နှင့် ကယားပြည်နယ်တို့မှ လူ နည်းစု တိုင်းရင်းသားများအကြား မီဒီယာ အလေ့အကျင့်နှင့် မီဒီယာနားလည်မှုတို့ကို လေ့လာသည့် သုတေသနတစ်ခု ဆောင်ရွက်ရန် ဆုံးဖြတ်ခဲ့သည်။ လေ့လာချက်ကို ၂၀၁၈ ခုနှစ် က ပြုလုပ်ခဲ့သည့် ပရိသတ်လေ့လာချက်ပုံစံ အတိုင်းပြုလုပ်ခဲ့ပြီး မီဒီယာအလေ့အကျင့်/ စီစဉ်တင်ဆက်မှု၊ သတင်းအလေ့အကျင့်နှင့် မီ

ဒီယာတတ်သိနားလည်မှုတို့နှင့် ပတ်သက်သည့် ခြေခြေမြစ်မြစ်ရှိသော သတင်းများရရှိနိုင်ရန် အရည်အသွေးဆိုင်ရာ လေ့လာဆန်းစစ်သည့် ချဉ်းကပ်မှုကို ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ထို့ပြင် လေ့လာ ချက်က IMS-Fojo ၏ မိတ်ဘက်ဖြစ်သော တိုင်းရင်းသားဘာသာစကားဖြင့် ထုတ်လွှင့် သည့် ရုပ်မြင်သံကြား (ELTV) က ထုတ်လုပ် သည့် အကြောင်းအရာများကို စေ့စပ်စွာ လေ့လာခဲ့သည်။ လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများ၏ ကိုယ်စားပြုမှုကို ဆန်းစစ်ရန်နှင့် သတင်းသမား များ၊ အယ်ဒီတာများအတွက် တုံ့ပြန်ချက်နှင့် ထောက်ခံအကြံပြုချက်များ ပံ့ပိုးရန်အတွက် ကြိုးပမ်းခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။

အချက်အလက်များ ကောက်ယူစုဆောင်း မှုကို IMS- Fojo မှ လမ်းညွှန်ကူညီမှုဖြင့် EMReF မှ သုတေသန အဖွဲ့က ၂၀၁၉ ခုနှစ်ဇူလိုင်လမှ စက်တင်ဘာလအတွင်း တွင် ပြုလုပ်ခဲ့သည်။

## လေ့လာမှုနည်းလမ်း

ဤအစီရင်ခံစာအတွက် မတူညီသော လေ့လာချက်နှစ်ရပ် ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ၁) မွန်ပြည်နယ်၊ ကရင်ပြည်နယ်နှင့် ကယားပြည်နယ်တို့တွင် တိုင်းရင်းသား ဘာသာစကားဖြင့်ထုတ်လွှင့်သော ရုပ်မြင်သံကြား (ELTV) များက ထုတ်လုပ်မှုများကို ဆန်းစစ်သည့် အကြောင်းအရာဆန်းစစ်လေ့လာချက် တစ်ရပ် နှင့် ၂) ထိုပြည်နယ်များရှိ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ၏ မီဒီယာ အလေ့အကျင့်ကို လေ့လာသည့် ပရိသတ်လေ့လာချက် တစ်ရပ် ဖြစ်သည်။

### အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်ချက်

အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်လေ့လာမှုကို ပြုလုပ် ရာတွင် ၂၀၁၉ ခုနှစ် ဇူလိုင်လနှင့် ဇူလိုင်လ အတွင်း ထုတ်လွှင့်ခဲ့သော သတင်းဖော်ပြချက် စုစုပေါင်း ၁၅ ခုကို လေ့လာဆန်းစစ်ခဲ့သည်။ (မွန်ပြည် နယ်၊ ကရင်ပြည်နယ်နှင့် ကယားပြည်နယ်တို့မှ သတင်းများကို ဖော်ပြထုတ်လွှင့်နေသော ELTV သုံးခုမှ သတင်း ၅ ခုစီကို ရယူသည်။)

အကြောင်းအရာများကို ဘောင်ခတ်လို၍ ဖြစ် ပြီး လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများကို ပုံဖော်တင်ပြ မှုနှင့် ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုတို့ကို စိစစ်လို၍ ဖြစ်သည်။ သတင်းဖော်ပြချက်များကို ပရိသတ် လေ့လာချက်အတွက် ဦးတည်အုပ်စု ဆွေးနွေး ပွဲများတွင် နမူနာဖြစ်ရပ် အဖြစ်လည်း အသုံးပြု သည်။ ထိုသို့ အသုံးပြုခြင်းသည် သတင်း နားလည်မှုနှင့် မီဒီယာ တတ်သိနားလည်မှု အဆင့်ကို ဆန်းစစ်နိုင်သည့် နည်းလမ်းတစ်ခု

ဖြစ်သည်။ မီဒီယာ လေ့လာချက်များပြုလုပ်ရာတွင် အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်ခြင်းသည် ကျယ်ပြန့်စွာ အသိအမှတ်ပြုလက်ခံထားသော ဆန်းစစ်မှု နည်းလမ်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ဖုံးကွယ်ထားသော (ဂုဏ်ထားသော) သတင်းစကားများ၊ ရည်ရွယ် ချက်နှင့် လှုံ့ဆော်မှုတို့ကို ဖော်ထုတ်ရန် မီဒီယာ အကြောင်းအရာများကို စေ့စပ်စွာ စစ်ဆေးခြင်း သည် ဟာရီးလက်စ်ဝဲလ် (Harold Lasswell)

၅ IMS-Fojo, ၂၀၁၈, “ပရိသတ်လေ့လာမှု မြန်မာ့ မီဒီယာများ”

က ဝါဒဖြန့်မှုများကို လေ့လာရာတွင်စတင်မိတ်ဆက်ခဲ့သော ၁၉၂၀ ခုနှစ် ကတည်းက လေ့လာသူများစိတ်ဝင်စားခဲ့သည့် နည်းလမ်း<sup>၆</sup>တစ်ခုဖြစ်သည်။ ထိုအချိန်မှစ၍ သင်္ကေတပြုခြင်း (ကုတ်သတ်မှတ်ခြင်း) နှင့် ကောက်ချက်ချခြင်းတို့နှင့် ပတ်သက်၍ ပွင့်လင်းမြင်သာမှုရှိစေရန်နှင့် အသုံးပြုသည့် နည်းလမ်းများကို အားကောင်းလာစေရန် အမျိုးမျိုးသော ကိရိယာများ၊ နည်းလမ်းများကို ရေးဆွဲဖော်ထုတ်ခဲ့သည်။ ပုံမှန်အားဖြင့် အကြောင်းအရာဆန်းစစ်ချက်ပြုလုပ်ရာတွင် အရေအတွက်ဆိုင်ရာ ဆန်းစစ်မှုနှင့် အရည်အသွေးဆိုင်ရာ ဆန်းစစ်မှုနည်းလမ်းများအကြား ထူးခြားမှုတစ်ခု ပြုလုပ်ထားသည်။ အရေအတွက်ဆိုင်ရာ ချဉ်းကပ်မှုသည် များပြားလှသော အချက်အလက်များကို ကြိုတင်သတ်မှတ်ထားသော သင်္ကေတ (ကုတ်)များတွင် အခြေပြုလျက် စနစ်တကျ ကိုင်တွယ်ရသည်ဖြစ်ပြီး အရည်အသွေးဆိုင်ရာ ဆန်းစစ်မှုနည်းလမ်းမှာ အကြောင်းရင်းအမှန်ကို စူးစမ်းဖော်ထုတ်သည့် အမြင်ဖြင့် လေ့လာခြင်းဖြစ်ကာ အသုံးပြုသော နမူနာများသည် အရေအတွက်ဆန်းစစ်မှုတွင်အသုံးပြုသော နမူနာများထက် ပိုနည်းသည်။ သိပ္ပံနည်းကျ ယုံကြည်အားထားနိုင်မှုရှိစေရန် ပိုမိုခက်ခဲသော်လည်း အရည်အသွေးဆိုင်ရာ ဆန်းစစ်မှုသည် ခြေခြေမြစ်မြစ်ဖော်ပြသော စကားရပ်များကို စေ့စပ်စွာ လေ့လာရန်နှင့် ပရိသတ်၏ အဓိပ္ပာယ်ကောက်ယူနိုင်ချေကို သီအိုရီများထုတ်ယူရန်အတွက် ပိုမိုသင့်လျော်သည်။<sup>၇</sup>

ဤ လေ့လာချက်၏ ရည်ရွယ်ချက်အတွက် အရည်အသွေးကို လေ့လာဆန်းစစ်သည့် ချဉ်းကပ်မှုကို ရွေးချယ်ခဲ့သည်။ IMS-Forjo သည် ELTV များတင်ပြနေသည့် အကြောင်းအရာများတွင် လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုကို ပိုမိုနားလည်နိုင်ရန် လိုလားသည်ဖြစ်ရာ ခြေခြေမြစ်မြစ်လေ့လာမှုကို ပြုလုပ်ရန် လိုအပ်သည်။ ပိုမိုတိကျစွာ လေ့လာသောအားဖြင့် စုစည်းထားသော မီဒီ

ယာအကြောင်းအရာများကို ဆန်းစစ်ရာတွင် ရင်းမြစ်များ၏ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုနှင့် သတင်းဖော်ပြမှုများကို ဘောင်သွင်းပုံဖော်ခြင်းတို့ကို လေ့လာမည်ဟု ဆုံးဖြတ်ခဲ့သည်။

မွန်သတင်းအေဂျင်စီ (MNA) ကရင်သတင်းစင်တာ(KIC) ကန္တာရဝတီတိုင်း စသည့် သတင်းဌာနများမှ ဒေသသုံးအကြောင်းဖော်ပြသော သတင်းဖော်ပြချက်များ ကို ၂၀၁၉ ခုနှစ် ဇွန်လနှင့် ဇူလိုင်လများအတွင်းက စုစည်းခဲ့သည်။ ( ထိုဒေသများအားလုံး၏ သတင်းများကို ELTV များက နေ့စဉ် သို့မဟုတ် အပတ်စဉ်ပင် မဖော်ပြသည့်အတွက်)။ ထိုသတင်းဌာန သုံးခုလုံးသည် မြန်မာ အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာ သတင်း (BNI) အဖွဲ့ဝင်များဖြစ်သည်။ ထိုသတင်းဌာနများ၏ ဦးတည်ပရိသတ်မှာ တိုင်းရင်းသားအုပ်စုများဖြစ်သည်။ MNA သည် မွန်လူထုကို လည်းကောင်း၊ KIC သည် ကရင်လူထုကို လည်းကောင်း၊ ကန္တာရဝတီတိုင်းသည် ကယားလူထုကိုလည်းကောင်း ဦးတည်သည်။ ထို မီဒီယာသုံးခုသည် သူတို့၏ ဦးတည် ပရိသတ်ထံ ရောက်ရှိနိုင်ရန်နှင့် ဗမာစာတမ်းထိုး တိုင်းရင်းသားဘာသာစကားဖြင့် ထုတ်လွှင့်ချက်များ ထုတ်လွှင့်နိုင်ရန် အွန်လိုင်းပလက်ဖောင်းကို အဓိက အားထားရသည်။ နမူနာများကို တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအကြောင်းဖော်ပြသည့် သတင်းများကို အဓိကရွေးချယ်သည့် အမျိုးအစားအဖြစ် သတ်မှတ်ပြီး ရွေးချယ်ရန် ဖြစ်နိုင်သမျှ ကျယ်ပြန့်စွာဘောင်ခတ်ထားသည်။

အချက်အလက် ဆန်းစစ်မှု မပြုလုပ်မီ၊ (၁) ရင်းမြစ်များကိုယ်စားပြုမှုကို ဆန်းစစ်ခြင်းနှင့် (၂) ထင်ရှားလွှမ်းမိုးသော ကန့်သတ်ချက်များကို ဆန်းစစ်ခြင်းတို့အတွက် ထုတ်ယူဆင်ခြင်နည်းကိုသုံးသော သင်္ကေတ (ကုတ်) များဖြင့် သင်္ကေတပြုခြင်း (ကုတ်သတ်မှတ်ခြင်း) စနစ်ကိုရေးဆွဲခဲ့သည်။ သို့သော်လည်း ဆန်းစစ်မှုပြုလုပ်နေစဉ်အတွင်း သင်္ကေတများ (ကုတ်များ) ကို အဆက်မပြတ် အသေးစိတ်ချိန်ညှိပြီး အတည်ပြုသွားမည်ဖြစ်ရာ အချက်အလက်များ

ကို ထုတ်ယူဆင်ခြင်ခြင်းနှင့် ခြုံငုံဆင်ခြင်ခြင်းနည်းလမ်းများ<sup>၈</sup> ပေါင်းစပ်၍ သင်္ကေတပြုသည်။ (ကုတ်သတ်မှတ်သည်။)

### ပရိသတ်လေ့လာချက်

ပရိသတ်လေ့လာချက်ကို အရည်အသွေးဆိုင်ရာ ဆန်းစစ်မှုနည်းလမ်းဖြင့် ပြုလုပ်သည်။ ထိုသို့ ပြုလုပ်ရာတွင် အချက်အလက်များကောက်ယူစုဆောင်းရန်အတွက် ဦးတည်အုပ်စု ဆွေးနွေးမှုများ (FGD)၊ နှင့် အဓိကသတင်းပေးနိုင်သူနှင့် အင်တာဗျူးခြင်း (KII) တို့ ပြုလုပ်သည်။ လေ့လာချက်အတွက် ပါဝင်မည့်သူများကို ရွေးချယ်ရာတွင် ကိုယ်စားပြုနိုင်မှုကို ကြိုးစားရှာဖွေလင့်ကစား လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော တိုင်းရင်းသားအုပ်စုများ၏ မီဒီယာ အလေ့အကျင့်နှင့် မီဒီယာတတ်သိနားလည်မှုအဆင့်ကို ထင်ဟပ်သောစာရင်းကိန်းဂဏန်းအရ ကိုယ်စားပြုမှုကို ရရှိနိုင်မည်ဟု ဤလေ့လာချက်က မဆိုထားကြောင်း သတိပြုရန် အရေးကြီးသည်။ ဤလေ့လာချက်သည် ဤအကြောင်းအရာများ၏ အတွင်းသဘောကို ညွှန်ပြနိုင်ရန်နှင့် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော အလွှာများကို ခြုံငုံကောက်ချက်ချရန် ပုံစံထုတ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။

အရည်အသွေးဆိုင်ရာလေ့လာချက် ပြုလုပ်ရာတွင် ပါဝင်သူများသည် အရေးပါသည်။ အရည်အသွေးဆိုင်ရာ လေ့လာချက်တွင် အသုံးပြုအာရုံစိုက်သော ဖြစ်ရပ်များသည် အရေအတွက်ဆိုင်ရာ လေ့လာချက်များတွင် အသုံးပြုသော ဖြစ်ရပ်များထက် ပိုမိုနည်းပါးသည်ဖြစ်ရာ လေ့လာချက်တွင် အသုံးပြုသည့် ဖြစ်ရပ်များနှင့် ပါဝင်သူများကို ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိရွေးချယ်ထားသည်။ အရေအတွက်ဆိုင်ရာ လေ့လာချက်များတွင် အသုံးပြုသည့် အချက်အလက်များ၏ ကျိုးကြောင်းဆီလျော်မှုနှင့် တန်ဖိုးသည် ကျပန်းကောက်ယူခြင်းနှင့် ကိုယ်စားပြုနိုင်ခြင်းတို့တွင် မူတည်ပြီး ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိရွေးချယ်ထားသော နမူနာများ၏ ကျိုးကြောင်းဆီလျော်မှုနှင့် တန်ဖိုး

၆ Macnamera, Jim, ၂၀၀၅, "Media content analysis: its uses, benefits and best practice methodology", Asia Pacific Public Relations Journal ၆(၁), p. ၁-၃၄.  
၇ Ibid., p. ၅.  
၈ ထုတ်ယူဆင်ခြင်သော သင်္ကေတပြုမှု (ကုတ်သတ်မှတ်ခြင်း) သည် သီအိုရီအခြေပြုနည်းလမ်းဖြစ်ပြီး သီအိုရီများနှင့် အယူအဆက ပေးထားသော ကြိုတင်သတ်မှတ်ထားသည့်သင်္ကေတများကို အသုံးပြုသည်။ ထုတ်ယူဆင်ခြင်သော သင်္ကေတပြုမှု (ကုတ်သတ်မှတ်ခြင်း) တွင် ကြိုတင်သတ်မှတ်ထားသော သင်္ကေတများမပါရှိဘဲ အကြောင်းရင်းကိုဖော်ထုတ်သော အမြင်မှ အချက်အလက်များကို ဆန်းစစ်သည်။ ပုံမှန်အားဖြင့် ထိုနည်းလမ်းနှစ်ခု ပေါင်းစပ်ထားခြင်းကို အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်မှုတွင် အသုံးပြုသည်။



ရှိမှုသည် ခြေခြေမြစ်မြစ်လေ့လာချက်အတွက် “သတင်းအချက်အလက် ပြည့်စုံကြွယ်ဝသော ဖြစ်ရပ်များကို ရွေးချယ်ခြင်းတွင် မှတည်သည်”။<sup>၉</sup> ခြုံငုံနိုင်မှု အဆင့်မြင့်မားခြင်းကို ရရှိနိုင်ရန် လေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သူများကို ရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် အလွှာခွဲ၍ နမူနာကောက်ယူခြင်း ဗျူဟာတွင် အခြေခံ၍ ရွေးချယ်ထားသည်။ ထိုသို့ ပြုလုပ်ခြင်းအားဖြင့် မီဒီယာအလေ့အကျင့်ပုံစံအမျိုးမျိုး (လူမှုမီဒီယာ အသုံးပြုသူများနှင့် လူမှုမီဒီယာမဟုတ်သော မီဒီယာများကိုအသုံးပြုသူများ၊ ထို့ပြင်မီဒီယာကို အများအပြား၊ အလယ်အလတ်၊ အနည်းငယ်သာ အသုံးပြုသူများ<sup>၁၀</sup>) ကိုရရှိနိုင်သည်။ ထို့ပြင် နမူနာများကို

တည်နေရာအလိုက် (မြို့ပေါ်/ ကျေးလက်)၊ ဂျန်ဒါ၊ နှင့် အသက်အရွယ်အလိုက်လည်း အလွှာခွဲခြားသည်။ ထိုနမူနာကောက်ယူခြင်းနည်းလမ်းဖြင့် အပြည့်အဝ ကိုယ်စားပြုသော နမူနာများမပါရှိဘဲ ပုံသေကားကျ မီဒီယာ အသုံးပြုသူအမျိုးမျိုးပါဝင်စေရန် ကြိုးပမ်းထားသည်။ ဒေသတစ်ခုစီတွင် ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးမှုလေးခုနှင့် အဓိကသတင်းပေးနိုင်သူများနှင့် အင်တာဗျူးပြုလုပ်ခြင်း ခြောက်ခု ပြုလုပ်ခဲ့သည်။ စုစုပေါင်း ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးမှု ၁၂ခု အနက် (လူ ဖိယောက်မှ စယောက်အထိ ပါဝင်သည်) ခြောက်ခုမှာ အမျိုးသမီးများသီးသန့်ဖြစ်ပြီး ခြောက်ခုမှာ အမျိုးသားသီးသန့်ဖြစ်သည်။

ကျား၊ မ ခွဲခြားထားခြင်းကြောင့် အမျိုးသမီးများ ပါဝင်မှုကို သေချာစေပြီး အမျိုးသားများရှိနေခြင်းကြောင့် ဖြစ်ပေါ်သော အဟန့်အတားများ မရှိစေဘဲ သူတို့၏ အမြင်များကို ထုတ်ဖော်နိုင်သည်။ ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးခြင်းများတွင် တန်းတူ ပါဝင်ခြင်းနှင့် ငြင်းခုံဆွေးနွေးခြင်းတို့ ပြုလုပ်နိုင်စေခြင်းအားဖြင့် လေ့လာချက်ကို ဤနည်းလမ်းဖြင့် ပြုလုပ်ရန် သဘာဝအလျောက် ရွေးချယ်ထားခြင်းဖြစ်သည်။ ခြေခြေမြစ်မြစ် အင်တာဗျူး ၁၈ ခုအတွက် ကျား၊ မ ခွဲခြားပါဝင်မှုမှာ ၅၀/၅၀ ဖြစ်ကာ အမျိုးသားများနှင့် အင်တာဗျူး ၉ခုနှင့် အမျိုးသမီးများနှင့် အင်တာဗျူး ၉ ခု ပြုလုပ်သည်။

ဇယား ၁။ သုတေသနတွင် ပါဝင်သူများ စာရင်း

ပါဝင်သူများ	ကယား	ကရင်	မွန်	စုစုပေါင်း
ပါဝင်သူစုစုပေါင်းအရေအတွက်	၃၈	၃၄	၃၃	၁၀၅
ကျား၊ မ ခွဲခြားပါဝင်မှု	ကျား ၁၉ မ ၁၉	ကျား ၁၅ မ ၁၉	ကျား ၁၇ မ ၁၆	ကျား ၅၁ မ ၅၄
အသက်အရွယ်	၁၆-၂၉: ၂၂ ၃၀-၅၀: ၁၂ ၅၀ အထက်: ၄	၁၆-၂၉: ၁၄ ၃၀-၅၀: ၁၁ ၅၀အထက်: ၉	၁၆-၂၉: ၁၁ ၃၀-၅၀: ၁၅ ၅၀အထက်: ၇	၁၆-၂၉: ၄၇ ၃၀-၅၀: ၃၈ ၅၀အထက်: ၂၀
တိုင်းရင်းသား	ကယား: ၃၄ ကရင်: ၃ ရှမ်း: ၁	ကရင်: ၂၆ ပအိုဝ်: ၆ ဗမာ: ၂	မွန်: ၃၃	ကယား: ၃၄ ကရင်: ၂၉ မွန်: ၃၃ ပအိုဝ်: ၆ ဗမာ: ၂ ရှမ်း: ၁

<sup>၉</sup> Patton, Michael Q. ၁၉၉၀. Qualitative Evaluation and Research Methods. London; New York: Sage Publications.  
<sup>၁၀</sup> မီဒီယာ အသုံးပြုသူ အမျိုးအစားကို ရွေးချယ်သောအခါ စာပေများတွင် မီဒီယာကို အနည်းငယ်၊ အလယ်အလတ်နှင့် အများအပြား အသုံးပြုသူများ ဟု ခွဲခြားလေ့ရှိသည်။ မီဒီယာ ကို အနည်းငယ် ၊ အလယ်အလတ် ၊ အများအပြား အသုံးပြုသူများဟု သတ်မှတ်ရာတွင် နောက်ခံအကြောင်းနှင့် ဓလေ့ထုံးစံကို လိုက်ရသည်။ မြန်မာနိုင်ငံရှိ လူထု၏ သတင်းနှင့်မီဒီယာ အလေ့အကျင့်ကို သိရှိမှု အလွန်နည်းပါးသည့်အလျောက် မီဒီယာကို အနည်းငယ်သာအသုံးပြုသူများသည် သူတို့ကိုယ်တိုင်ကစတင်၍ သတင်းအချက်အလက်ကို ရှာဖွေမှု နည်းပါးသည်။ အလယ်အလတ်အသုံးပြုသူများသည် သတင်းနှင့်အချက်အလက်များကို အနည်းဆုံးတစ်ပတ်လျှင်တစ်ကြိမ်ခန့် ရှာဖွေပြီး အများအပြားအသုံးပြုသူများမှာ နေ့စဉ် ကြိမ်ဖန်များစွာ သတင်းကို ရှာဖွေကြည့်ရှုသည်ဟူသော မှန်းဆချက်ဖြင့် လေ့လာချက်ကို ပြုလုပ်သည်။ လေ့လာချက်က လူမှုမီဒီယာ အသုံးပြုသူများနှင့် အခြားမီဒီယာ အသုံးပြုသူများကိုလည်း ခွဲခြားထားသည်။



### အချက်အလက်ကောက်ယူ စုဆောင်းခြင်း

လေ့လာချက်ကို စတင်ပြင်ဆင်ရာတွင် IMS-Fojo ကပြုလုပ်ခဲ့ပြီးဖြစ်သော ပရိသတ်လေ့လာချက်မှရရှိသည့် ကိရိယာအမျိုးမျိုး၊ လမ်းညွှန်အမျိုးမျိုးကို အသုံးပြုခဲ့သည်။ ဦးတည်အုပ်စု ဆွေးနွေးခြင်းအတွက် ဦးဆောင်သူ လမ်းညွှန်တစ်ခုကို ရေးဆွဲခဲ့သည်။ ထိုလမ်းညွှန်တွင် ဦးဆောင်ဆွေးနွေးသူအတွက် ညွှန်ကြားချက်များအပြင် ပါဝင်သူများအတွက် မေးခွန်းများနှင့်လုပ်ဆောင်ရမည့် လုပ်ငန်းများလည်း ပါဝင်သည်။ ခြေခြေမြစ်မြစ် အင်တာဗျူးပြုလုပ်ခြင်းအတွက် အင်တာဗျူးလမ်းညွှန်တစ်ခုကို ရေးဆွဲခဲ့သည်။ လမ်းညွှန်တွင် အင်တာဗျူးမည့်သူအတွက် လမ်းညွှန်ချက်များအပြင် အင်တာဗျူးတွင်ပါဝင်သူများအတွက် မေးခွန်းများလည်း ပါဝင်သည်။ မီဒီယာ တတ်သိနားလည်မှုနှင့် မီဒီယာ အလေ့အကျင့် အလွှာအမျိုးမျိုးအတွက် လိုက်လျောညီထွေအသုံးပြုနိုင်စေရန် ထိုကိရိယာများအားလုံးကို ပြုလွယ်ပြောင်းလွယ်သောပုံစံဖြင့် ဖန်တီးထားသည်။ အချက်အလက်ကောက်ယူစုဆောင်းမှုမပြုလုပ်မီ၊ ထိုကိရိယာများကို မြန်မာဘာသာသို့ ဘာသာပြန်ဆိုခဲ့ပြီး သုတေသနအဖွဲ့အား လမ်းညွှန်ကို အသုံးပြုခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ သင်တန်းပေးခဲ့သည်။ ထို့ပြင်လမ်းညွှန်နှစ်ခုလုံးကို စမ်းသပ်စစ်ဆေးမှုလည်း ပြုလုပ်သည်။

လေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သူအားလုံးသည် (၁) မီဒီယာအလေ့အကျင့်နှင့် လူဦးရေပထဝီနှင့်ပတ်သက်သည့် မေးခွန်းများပါဝင်သော နောက်ခံအကြောင်းဆိုင်ရာ မေးခွန်းလွှာနှင့် (၂) သိရှိနားလည်ပြီး သဘောတူညီကြောင်းပုံစံကို ဖြည့်ပေးရန်လိုအပ်သည်။ အချို့သော ဖြစ်ရပ်များတွင် ပါဝင်သူများသည် သဘောတူညီမှုပုံစံ

တွင် လက်မှတ်ရေးထိုးခြင်းမပြုဘဲ နှုတ်အားဖြင့် သဘောတူကြောင်း ဖော်ပြရန် ရွေးချယ်ကြသည်။ သဘောတူညီမှု မရရှိလျှင် ထိုပုဂ္ဂိုလ်ကို လေ့လာချက်တွင် မထည့်သွင်းပါ။ ပါဝင်သူအားလုံးတို့သည် လေ့လာချက်၏ ရည်ရွယ်ချက်ကို နားလည်ကြောင်းနှင့် ကောက်ယူစုဆောင်းထားသော အချက်အလက်များကို မည်သို့ အသုံးပြုမည်ဆိုသည်ကို အသိပေးပြီး ကြောင်း သေချာအောင် သုတေသနအဖွဲ့က ဆောင်ရွက်ရသည်။ အစီရင်ခံစာတွင် ပါဝင်သူအားလုံး၏ အမည်ကို ဖော်ပြမည်မဟုတ်ပါ။

အချက်အလက်ကောက်ယူမှုများကို ကောင်းမွန်စွာ ပြုလုပ်နိုင်ခဲ့သော်လည်း ပြဿနာအနည်းငယ်ကို ရင်ဆိုင်ခဲ့ရသည်။

- ဘာသာစကား- ပါဝင်သူ တိုင်းရင်းသားများသည် မြန်မာစကားတတ်မြောက်မှုနှင့် စာတတ်မြောက်မှုအခြေအနေ မတူညီကြသဖြင့် ဖတ်ရှု၍ အတည်ပြုရန်လိုအပ်သည့် လုပ်ငန်းများအားလုံးသည် စိန်ခေါ်မှုတစ်ရပ်ဖြစ်လာသည်။ ဤစိန်ခေါ်မှုကို ပြေလည်စေရန် သုတေသနအဖွဲ့သည် သတင်းများကို အသံကျယ်ကျယ်ဖြင့် ဖတ်ပြကာ ကူညီပံ့ပိုးရသည်။ ကရင်ပြည်နယ်တွင် အလားတူစိန်ခေါ်မှုတစ်ရပ် ကြုံတွေ့ခဲ့ရသည်။ ဒေသိယစကားကွာခြားမှုကြောင့် အချို့သောသူများသည် လုပ်ငန်းတွင် ပါဝင်သော သတင်းဖော်ပြချက်များကို နားမလည်နိုင်ကြပေ။ သုတေသနအဖွဲ့သည် ထိုစိန်ခေါ်မှုကို ဘာသာပြန်ပြခြင်းဖြင့် ကူညီပေးခဲ့သည်။
- အချိန်- အချို့သော အသက်အရွယ်အုပ်စုများသည် လေ့လာချက်တွင်

ပါဝင်ရန်အတွက် လိုအပ်သော အချိန်ရရှိရန် ခက်ခဲသည်။ ဥပမာ၊ ကယားပြည်နယ်တွင် သုတေသနအဖွဲ့သည် အသက် ၁၈နှစ်မှ ၂၉ နှစ်နှင့် ၃၀ မှ ၅၀ နှစ် ရှိသည့် အုပ်စုများနှင့် ပြုလုပ်သည့် FGD နှင့် KII ကို ညဘက်တွင် ပြုလုပ်ခဲ့ရသည်။ ထိုအသက်အရွယ်အုပ်စုများသည် နေ့ဘက်အချိန်များတွင် စိုက်ပျိုးရေးလုပ်ငန်းများဖြင့် မအားလပ်ကြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

- လက်လှမ်းမီမှု- အချိန်နည်းပါးမှုနှင့် ဘာသာစကား ကွာခြားမှု တို့အပြင် အချို့သောဒေသများတွင် လေ့လာချက်ပြုလုပ်ရန်အတွက် ဒေသခံအာဏာပိုင်တို့ထံမှ ခွင့်ပြုချက်တောင်းခံရခြင်းများကို ရင်ဆိုင်ခဲ့ရသည်။ ထို့ကြောင့် ကရင်ပြည်နယ်နှင့် ကယားပြည်နယ်တို့တွင် လေ့လာချက်အတွက် အာဏာပိုင်တို့၏ ခွင့်ပြုမှု နှောင့်နှေးခဲ့သဖြင့် သုတေသနအဖွဲ့သည် အချက်အလက် ကောက်ယူစုဆောင်းမှုကို မြို့ပေါ်တွင် ပြုလုပ်ရမည့်အစား ဆင်ခြေဖုံးတွင် ပြုလုပ်ခဲ့ရသည်။

ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးခြင်းသည် တစ်နာရီခွဲမှ ၂နာရီအထိ ကြာမြင့်ပြီး ခြေခြေမြစ်မြစ် အင်တာဗျူးခြင်းသည် လေးဆယ့်ငါးမိနစ်မှ တစ်နာရီကြား ကြာမြင့်သည်။ ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးခြင်းနှင့် အင်တာဗျူးများကို ပါဝင်သူများ၏ ဘာသာစကားဖြင့် ပြုလုပ်ခဲ့ရပြီး တခါတရံ တိုင်းရင်းသားဘာသာစကားနှင့် ဒေသသုံး ဒေသိယစကားများသို့ ဘာသာပြန်ဆိုရန် စကားပြန်တစ်ဦး၏ အကူအညီကို ရယူခဲ့သည်။

# တွေ့ရှိချက်များ

## အကြောင်းအရာဆန်းစစ်ချက်

နမူနာ သတ်မှတ်ချက်ကို ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိဖြင့် ကျယ်ပြန့်စွာပါဝင်အောင် ပြုလုပ်ထားသော်လည်း ကောက်ယူထားသော ဖြစ်ရပ် ၁၅ ခုသည် ဆင်တူသော အကြောင်းအရာများဖြင့် ဆက်စပ်နေသည်။ ၎င်းတို့မှာ (၁) နိုင်ငံရေးနှင့် ငြိမ်းချမ်းရေးလုပ်ငန်းစဉ်အကြောင်း သတင်း (၂) ရပိုင်ခွင့်အခြေပြုပြဿနာများအကြောင်း၊ (၃) သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်ဆိုင်ရာ ပြဿနာများအကြောင်း၊ (၄) လူငယ်များအကြောင်း၊ (၅) လတ်တလော ဒေသတွင်း ဖြစ်ရပ်များနှင့် ပတ်သက်သည့် သတင်းများ စသည်တို့ ဖြစ်သည်။

## ရင်းမြစ်များ

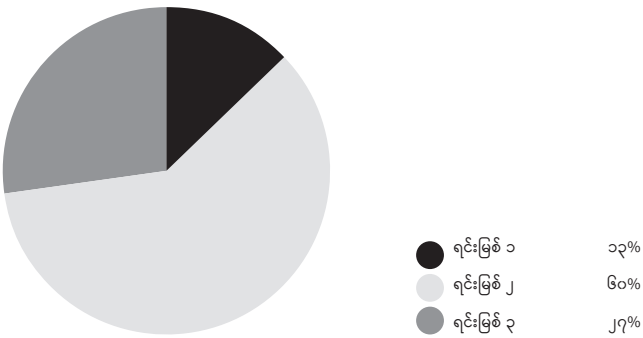
မြန်မာနိုင်ငံရှိ အခြားမီဒီယာ အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်လေ့လာချက်များ<sup>၁၁</sup> မှ တွေ့ရှိချက်များနှင့် မတူဘဲ အကြောင်းအရာတစ်ခုကို ဖော်ပြရာတွင် နမူနာတွင် ပါဝင်သည့် သတင်းဖော်ပြချက်အားလုံးတို့သည် အနည်းဆုံး ရင်းမြစ်တစ်

ခုကို အသုံးပြုထားပြီး ဆန်းစစ်ထားသည့် သတင်းဖော်ပြချက် ၁၅ ခုတွင် ၁၃ ခုမှာ ရင်းမြစ် ၂ခု သို့မဟုတ် ၃ခု တွင် အမှီပြုထားသည်။ သတင်းသမားများ၏ ရှုထောင့်မှ ကြည့်လျှင် သတင်းဖော်ပြချက်တစ်ခုတွင် ဘက်ပေါင်းစုံမှ နားစွင့်ပြီးကြောင်း သေချာစေရန် အမျိုးမျိုးသော အမြင်များကို ရယူခြင်းသည် ကောင်းမွန်သော အလေ့အကျင့်ဖြစ်သည်ဟု ယူဆသည်။ ဥပမာ- ပဋိပက္ခ သို့မဟုတ် အပြိုင်အဆိုင်လှုပ်ရှားသည့် အကြောင်းအရာတစ်ခုခုကို သတင်းဖော်ပြချက်ဖြစ်သည်။ ယခင်က လေ့လာတွေ့ရှိခဲ့သည့် နိုင်ငံဆိုင်ရာ တွေ့ရှိချက်များနှင့် နှိုင်းစာလျှင် ELTV မှ ထုတ်လုပ်သည့် သတင်းဖော်ပြချက်များတွင် ရင်းမြစ် အရေအတွက်နှင့် အမျိုးအစားများကို အသုံးပြုထားကြောင်း ဆန်းစစ်ချက်တွင် ဖော်ပြလင့်ကစား တိုးမြှင့်ရမည့် နေရာများစွာ ရှိနေသေးသည်။ အထူးသဖြင့် အမျိုးသမီးများနှင့် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို ကိုယ်စားပြုမှု ပါရှိလာလျှင်ဖြစ်သည်။

ဂျန်ဒါထောင့်မှ ကြည့်လျှင် ရင်းမြစ်များတွင် အမျိုးသမီးများပါဝင်မှုသည် အမျိုးသား

များနှင့် နှိုင်းစာပါက နည်းပါးသည်ကို တွေ့ရသည်။ ရင်းမြစ် သုံးခုတွင် တစ်ခုသာ အမျိုးသမီးဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း မြန်မာ့မီဒီယာများအတွက် ဂျန်ဒါကိုယ်စားပြုမှုကို လေ့လာခဲ့သည့် ယခင်လေ့လာချက်နှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက ELTV မီဒီယာများသည် တွေ့မြင်နေကျ ရလဒ်များထက် ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ ဆောင်ရွက်ခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ ၂၀၁၇ ခုနှစ်အတွင်း MS-Fojo က ပြုလုပ်ခဲ့သော မြန်မာ့မီဒီယာများအတွင်း ဂျန်ဒါလေ့လာချက်<sup>၁၂</sup> ၌ မြန်မာ့မီဒီယာများတွင် အမျိုးသမီးများ၏ အသံများပါဝင်မှုမှာ ၁၆ ရာခိုင်နှုန်းသာဖြစ်သည်ဟု ဖော်ပြခဲ့သည်။ (ဒေါ်အောင်ဆန်းစုကြည် ပါဝင်သော သတင်းဖော်ပြချက်များကို ထည့်သွင်းတွက်ချက်ခြင်းမပြုပါက ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းသာ ရှိသည်) ဤလေ့လာချက်တွင် အသုံးပြုသော နမူနာများတွင် တွေ့ရှိရသည့် အမျိုးသမီးအရေတွက်မှာ အမျိုးသားအရေအတွက်ထက် ပိုများသော်လည်း နိုင်ငံရေးနှင့် ငြိမ်းချမ်းရေးလုပ်ငန်းစဉ်နှင့် ပတ်သက်သည့် သတင်းများတွင် အမျိုးသမီးများ၏ အသံများ မပါရှိချေ။ ထို့ပြင် အမျိုးသမီးများသည် ရပိုင်ခွင့်အခြေပြုပြဿနာများနှင့် ပတ်သက်သည့် သတင်းများတွင်လည်း ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုနည်းပါးသည်။ ထိုမျှသာမက အမျိုးသားများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက သားကောင် (ခံရသူ) အဖြစ်သော်လည်းကောင်း ဂျန်ဒါဆိုင်ရာ ပုံသေကားကျ ဖြစ်သော အခန်းကဏ္ဍများတွင်သော်လည်းကောင်း ပိုမို ပုံဖော်ခံရသည်။

သတင်းတင်ပြချက်များတွင် ပါဝင်သည့် ရင်းမြစ်အရေအတွက်

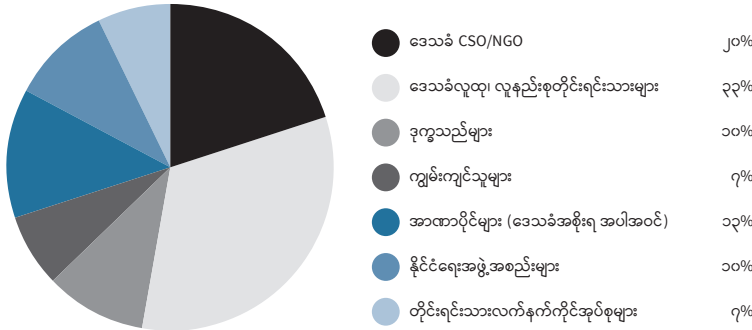


## လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများ၏ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုနှင့် ဘောင်ဝင်မှု

နမူနာများတွင် ပါဝင်သော သတင်းဖော်ပြချက် ၁၅ခုအနက်မှ ၈ ခုတွင် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ ကိုယ်စားပြု ပါဝင်သည်။ ရင်းမြစ်များ

၁၁ IMS-Fojo မှာ ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ဝေခဲ့သော Such as “Conflicting coverage – insights into the media’s coverage of conflicts in Myanmar ” “မြန်မာနိုင်ငံရှိ ပဋိပက္ခများနှင့်ပတ်သက်၍ မီဒီယာများ၏ တင်ပြချက်ကို အတွင်းကျကျလေ့လာခြင်း” စသည်။ <https://www.mediasupport.org/publication/conflicting-coverage-insights-in-to-the-medias-coverage-of-conflicts-in-myanmar/>. ထိုလေ့လာချက်တွင် သတင်းဖော်ပြချက်များ၏ ၅၅% သည် ရင်းမြစ်တစ်ဦးမှ မပါရှိခြင်း သို့မဟုတ် တစ်ဦးတွင်သာ မူတည်ထားခြင်းကို တွေ့ရသည်။  
၁၂ IMS-Fojo and MWJS, ၂၀၁၇, “Gender in Myanmar News”, [https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/၂၀၁၇/၁၁/Myanmar\\_gender\\_fullreport\\_nov၂၀၁၇\\_en-၁.pdf](https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/၂၀၁၇/၁၁/Myanmar_gender_fullreport_nov၂၀၁၇_en-၁.pdf)

သတင်းဖော်ပြချက်များတွင် ပါဝင်သော ရင်းမြစ် အမျိုးအစားများ



အားလုံး၏ သုံးပုံတစ်ပုံထက်ပို၍ ပါဝင်ကြောင်း တွေ့ရသည်။

ထိုတွေ့ရှိချက်သည် မြန်မာမီဒီယာများတွင် တွေ့ရလေ့ရှိသော ရလဒ်များနှင့် နှိုင်းစာလျှင်တိုးတက်လာသည့် သဘောရှိပြီး တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအား သူတို့နှင့် သက်ဆိုင်သော ဖြစ်ရပ်များအတွက် အသံထုတ်ပေးနိုင်ပုံရသော်လည်း သူတို့ကို လုပ်ပိုင်ခွင့်ရှိသော အနေအထားဖြင့် ပုံဖော်မှုများ မရှိပေ။ တိုင်းရင်းသားများကို လုပ်ပိုင်ခွင့်ပေးအပ်ခြင်းထက် သားကောင်အဖြစ်ဖြင့် အဆုံးသတ်စေနိုင်သည့် ပုံသေကားကျဖြစ်နေသော ပုံစံဖြင့် ပုံဖော်ခြင်း မရှိကြောင်းသေချာစေခြင်းနှင့် လူနည်းစုများအကြောင်း ကြားသိစေရန် နေရာတစ်ခုပေခြင်းတို့အကြား ကောင်းစွာဟန်ချက်ညီသည်။ သို့သော်လည်း နမူနာများတွင် ပါဝင်သော သတင်းဖော်ပြချက်အချို့တွင် တိုင်းရင်းသားများကို ပုံသေကားကျပုံဖော်ခြင်းများ ပါရှိနေဟန်ရှိသည်။

တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအား ဘောင်သွင်းပုံဖော်မှုကို လေ့လာသောအခါ (တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများဘက်မှ ကြည့်သူများ၏ သဘောထားရည်မှန်းချက်မှာ ၎င်း၏ ပုံရိပ်များ၊ အသံများ၊ အင်တာဗျူးများဖြင့် သတင်းဖော်ပြချက်ကို တွေ့မြင်ပြီးသောအခါ ကျန်ရစ်ခဲ့သည်။ ကိုးကွယ်သည့်ဘာသာအရ လူနည်းစုများကို သားကောင်များအဖြစ် ဘောင်သွင်းဖော်ပြခံရလေ့ရှိသည်။<sup>၁၄</sup> ထိုသို့ ဘောင်သွင်းမှုမျိုးကို ကလေးအလုပ်သမား၊ သတ္တုတူးဖော်ခြင်းနှင့် ငြိမ်းချမ်းရေးလုပ်ငန်းစဉ်တို့နှင့် ပတ်သက်သည့်

သတင်းဖော်ပြချက်များတွင် တွေ့မြင်ရလေ့ရှိသည်။

ထိုသို့ဘောင်သွင်းဖော်ပြမှုများ ကြိမ်ဖန်များစွာ ပြုလုပ်ခြင်းအတွက် ရှင်းလင်းချက်တစ်ရပ်ကို နမူနာများရယူခဲ့သည့် ပြည်နယ်သုံးခုရှိ လက်တလောအခြေအနေများတွင် တွေ့ရှိနိုင်သည်။ ထိုပြည်နယ်သုံးခုလုံးသည် လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများနှင့် ပတ်သက်သည့် ပဋိပက္ခများ၊ ရပိုင်ခွင့်ချိုးဖောက်မှုများနှင့် အထွေထွေ ဘေးဖယ်ထားမှုများကို ဖြေရှင်းနေရသည်။ ထို့ကြောင့် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ ရင်ဆိုင်နေရသည့် အခက်အခဲများကို သိမြင်လာအောင် အားထုတ်နေရသည့် အခြေအနေမျိုးတွင် သူတို့ကိုသားကောင်အဖြစ် ပုံဖော်ရန်မှာ မြင်သာသော ရွေးချယ်မှုတစ်ခု ဟု ယူဆနိုင်သည်။

သို့သော်လည်း နမူနာများတွင် ဒုတိယမြောက်အတွေ့ရအများဆုံးဘောင်သွင်းမှု တစ်ခုမှာ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို အရင်းအမြစ်တစ်ခုအဖြစ် ဖော်ပြခြင်းဖြစ်သည်။ မွန်သတင်းအေဂျင်စီမှ ရယူထားသော သတင်းတစ်ပုဒ်တွင် မွန်လူငယ်များကို ဒေသခံစီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်များအတွက် အရင်းအမြစ်တစ်ခုအဖြစ် မီးမောင်းထိုးပြထားသည်။ ကရင်သတင်းစင်တာမှ ရယူထားသော သတင်းတွင်မူ “ကော်” တို့၏ ရိုးရာစီမံအုပ်ချုပ်မှု စနစ်၏ တန်ဖိုးနှင့်ပတ်သက်သည့် ဖြစ်ရပ်တစ်ခုကို ဖော်ပြခဲ့သည်။

ပမာဏနည်းပါးသော နမူနာများတွင် အခြေခံထားသော်လည်း သတင်းဖော်ပြချက်များကို ဆန်းစစ်မှုက ELTV မီဒီယာများသည်

တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို မျှတသော ကိုယ်စားပြုမှုနည်းလမ်းဖြင့် ပုံဖော်နိုင်ခဲ့ကြောင်း ပြသနေသည်။ တိုင်းရင်းသားများ၏ အတွေးအမြင်များကို ထုတ်ဖော်ပြောဆိုနိုင်ရန်နှင့် သူတို့၏ နေ့စဉ်ဘဝဖြတ်သန်းမှုကို တင်ဆက်နိုင်ရန် နေရာတစ်ခုကို ရရှိစေခဲ့သည်။ သို့သော်လည်း တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို ဘောင်သွင်းပုံဖော်မှုနှင့် ပတ်သက်၍ တိုးမြှင့်လုပ်ဆောင်ရန်များ ကျန်ရှိနေသေးသကဲ့သို့ ရင်းမြစ်ရွေးချယ်မှုတွင်လည်း ဆက်လက်လုပ်ဆောင်စရာများကျန်နေသေးသည်။ အမျိုးသမီးများနှင့် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများသည် မြန်မာမီဒီယာများတွင် တွေ့မြင်နေကျ အခြေအနေထက် ပိုမိုကြီးမားသော အတိုင်းအတာဖြင့် ပါဝင်ခဲ့သော်လည်း အမျိုးသားများ သို့မဟုတ် အာဏာပိုင်များအဆင့်သို့ မရောက်ရှိသေးပေ။ အများပြည်သူဆိုင်ရာ ဆွေးနွေးမှုများတွင် ထင်ရှားလွှမ်းမိုးသော အသံဖြစ်စေရန်မှာ အလွမ်းကွာဝေးနေဆဲ ဖြစ်သည်။

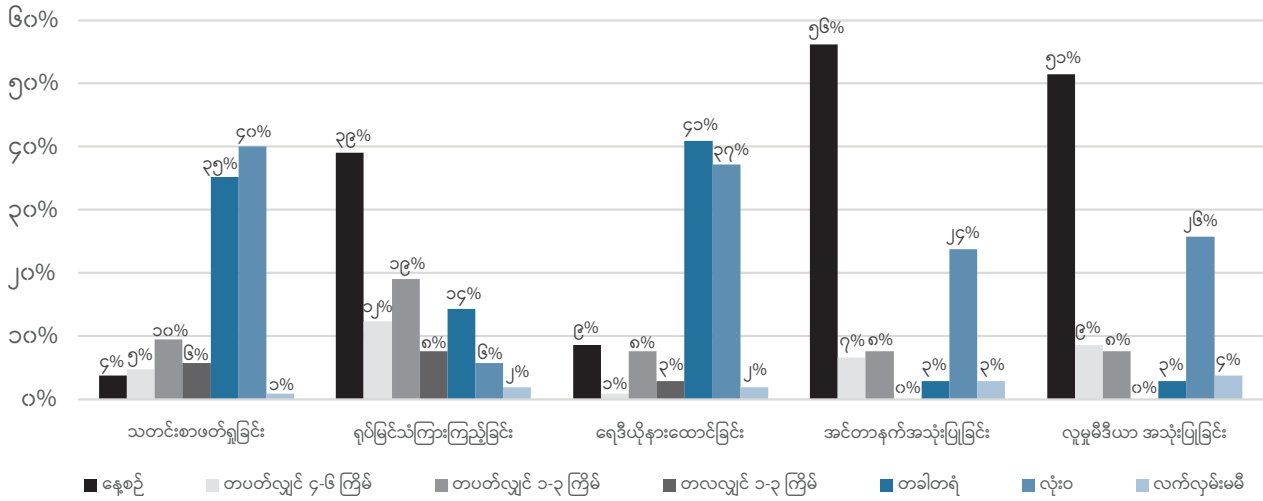
### ပရိသတ် လေ့လာချက်

ပရိသတ်လေ့လာချက် အတွက်ပြုလုပ်သော FGD နှင့် KII တို့တွင် ပါဝင်သူ စုစုပေါင်း ၁၀၅ ဦး ရှိသည်။ အမျိုးသား ၅၁ ဦးနှင့် အမျိုးသမီး ၅၄ ဦး ဖြစ်သည်။ အဖြေများ၊ ဆွေးနွေးချက်များ၊ တွေ့ရှိချက်များ ကို ဂရုတစိုက် ဆန်းစစ်မှုတွင် အခြေပြု၍ တွေ့ရှိချက်များ ပေါ်ထွက်လာသည်။ ထိုတွေ့ရှိချက်များသည် မွန်၊ ကရင်နှင့် ကယားပြည်နယ်များရှိ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအကြားရှိ မီဒီယာအသုံးပြုမှု ပုံစံ၊ သတင်းနားလည်မှုနှင့် သတင်းအချက်အလက် လက်လှမ်းမီမှုတို့ကို ဖော်ပြနေသည်။ ထို့ပြင် ဆန်းစစ်ချက်မှ ပေါ်ထွက်လာသော အရေးအပါဆုံး လားရာများကို ပြသနေသည့် မတူညီသည့် အဘော်ရှစ်မျိုးကို ဆက်လက်တင်ပြမည်ဖြစ်သည်။ လေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သော ပါဝင်သူများ၏ သီးခြားရပ်တည်ခွင့်ကို လေးစားသောအားဖြင့် ပါဝင်သူအားလုံး၏ အမည်ကို ဖော်ပြမည် မဟုတ်ပါ။ ဂျန်ဒါ၊ အသက်အရွယ်နှင့် ပထဝီဆိုင်ရာ နေရာဒေသကိုသာ ဖော်ပြသွားမည် ဖြစ်သည်။

၁၃ ဥပမာအဖြစ် IMS-Fojo က ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ဝေထားသော “မြန်မာနိုင်ငံတွင်း ပဋိပက္ခသတင်းများဆိုင်ရာ မီဒီယာတင်ပြမှုများကို ခြေခြေမြစ်မြစ်လေ့လာခြင်း- ပဋိပက္ခ သတင်းများ” ကိုကြည့်ပါ၊ ရခိုင်ပဋိပက္ခ အကြောင်းဖော်ပြသည့် သတင်းများတွင် သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ် ရိုဟင်ဂျာများ မပါရှိသည်ကို ထိတ်လန့်အံ့ဩဖွယ် တွေ့ရှိရသည်။ <https://www.mediasupport.org/publication/conflicting-coverage-insights-into-the-media-coverage-of-conflicts-in-myanmar/>

၁၄ သတင်းဖော်ပြချက်တစ်ရပ်တွင် ပေါ်ပေါက်နိုင်သည့် ဘောင်အမျိုးမျိုးအရ စက်ဝိုင်းပုံ ဂရပ်ရှိ ၄၀ရာခိုင်နှုန်း ကို သတင်းဖော်ပြချက်၏ ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းနှင့် ညီမျှသည်ဟု မမှတ်ယူရပါ။

မီဒီယာအသုံးပြုမှုကို ရာခိုင်နှုန်းဖြင့် ဖော်ပြခြင်း



IMS- Fojo က ၂၀၁၈ ခုနှစ်တွင် ပြုလုပ်ခဲ့သော ပရိသတ်လေ့လာချက်တွင် မြန်မာနိုင်ငံတွင်း သတင်းကြားခံမီဒီယာမှာ ရုပ်မြင်သံကြားဖြစ်ကြောင်း ဖော်ပြခဲ့ပြီး ဤလေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သည့် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအကြားတွင် ရုပ်မြင်သံကြားကို လူကြိုက်များသော်လည်း အင်တာနက်နှင့် လူမှုမီဒီယာက ရုပ်မြင်သံကြားကို ကျော်လွန်ခဲ့သည်။ ပါဝင်သူ ၁၀ ဦးတွင် ၆ ဦးမှာ အင်တာနက်ကို နေ့စဉ်အသုံးပြုနိုင်ကြပြီး ၁၀ ဦးတွင် ၅ ဦးမှာ လူမှုမီဒီယာကို အသုံးပြုသည်။ ရုပ်မြင်သံကြားကို နေ့စဉ်ကြည့်ရှုသူမှာ ၁၀ ဦးတွင် ၄ ဦးသာရှိသည်။ နေ့စဉ် သတင်းစာဖတ်ရှုသူနှင့် ရေဒီယိုနားထောင်သူမှာ အလွန်နည်းပါးသည်။ ဘာသာစကားအဟန့်အတားနှင့် လက်လှမ်းမီမှုမရှိခြင်း

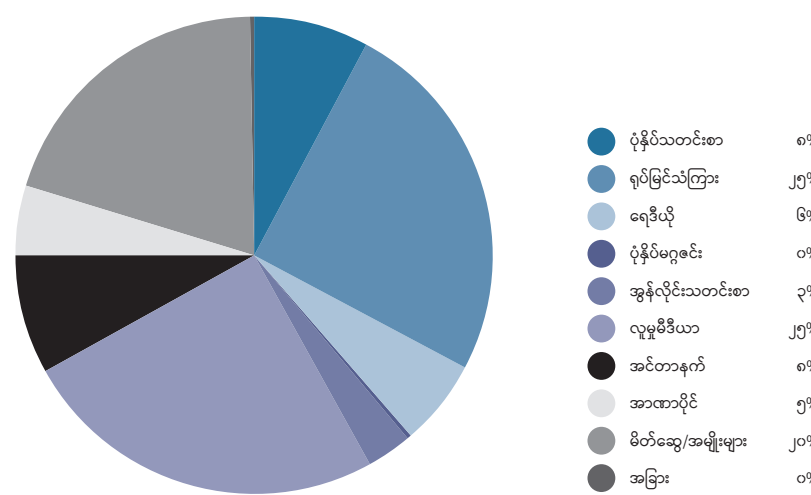
တို့ကြောင့်ဖြစ်နိုင်သည်။ ရုပ်ပုံ၊ ပုံရိပ်များကို ပိုမိုနှစ်သက်ခြင်းနှင့် အချိန်ကုန်ဆုံးမှုသည်လည်း နောက်ထပ် အကြောင်းရင်းဖြစ်နိုင်ပါသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ပါဝင်ဖြေကြားသူအများအပြားအတွက်၊ အထူးသဖြင့် စာဖတ်ရန် အခက်အခဲရှိနေသော၊ ဘာသာစကားအဟန့်အတားရှိနေသော ပရိသတ်များအတွက် စာဖတ်ရသည်မှာ အချိန်ကုန်ပြီး သက်ဝင်လှုပ်ရှားနေသော ပုံရိပ်များကို ကြည့်၍ နားလည်ခြင်းက ပို၍ လွယ်ကူသည်။

အောက်တွင်ဖော်ပြထားသော ကားချပ်မှ အထောက်အထားများအရ အင်တာနက်နှင့် လူမှုမီဒီယာများအသုံးပြုမှုကို လေ့လာရာတွင်မူ တစ်ခုမဟုတ် တစ်ခုကို ရွေးချယ်ရမည့် အခြေအနေဖြစ်နေပုံရသည်ကိုလည်း သတိပြု

ရမည်ဖြစ်သည်။ နေ့စဉ်နေ့တိုင်း အင်တာနက်သို့မဟုတ် လူမှုမီဒီယာကို လက်လှမ်းမီ အသုံးပြုလျှင်ပြုမည်၊ သို့မဟုတ်ပါက အင်တာနက်ကို လုံးဝအသုံးမပြုသည့် အခြေအနေဖြစ်သည်။ ရုပ်မြင်သံကြား ကြည့်ရှုသူများ အကြားတွင် ထိုသို့မဟုတ်ပေ။ ပါဝင်သူ ၁၀ ဦးတွင် ၇ ဦးသည် ရုပ်မြင်သံကြားကို အနည်းဆုံး တစ်ပတ်လျှင် တစ်ကြိမ် ကြည့်ရှုပြီး ရုပ်မြင်သံကြားလုံးဝမကြည့် သို့မဟုတ် ရုပ်မြင်သံကြား မရှိပါဟု ဆိုသူမှာ ၁၀ ဦးတွင် ၁ ဦးနှုန်းထက် နည်းသည်ကို တွေ့ရသည်။

သို့သော် တိုင်းရင်းသားများ အကြားတွင် မူ ကွာခြားမှုများ ရှိနေသည်။ ကရင်လူမျိုးများ (အဓိကအားဖြင့် ကရင်ပြည်နယ်တွင် နေထိုင်ကြသူများ) တွင် ရုပ်မြင်သံကြားသည် လူသုံး

နှစ်သက်သော သတင်းရင်းမြစ်





အများဆုံး မိဒီယာဖြစ်ပြီး ၎င်းတို့တွင် ၃ဦးသည် ရုပ်မြင်သံကြားကို အနည်းဆုံးတပတ်လျှင်တစ်ကြိမ် ကြည့်ရှုကြပြီး နေ့စဉ်ကြည့်ရှုသူမှာ ၁၀ ဦးတွင် ၅ဦးထက် ပိုများသည်။ ကယား (ကရင်နီ) များ (ကယားပြည်နယ်တွင် နေထိုင်သူများ) ကမူ ၁၀ ဦးတွင် ၂ဦးနှုန်းကသာ ရုပ်မြင်သံကြားကို နေ့စဉ်ကြည့်ရှုကြောင်းဖော်ပြကြသည်။ အင်တာနက်ကို လက်လှမ်းမီအသုံးပြုလာနိုင်သော အခါ ကရင်တို့သည်လည်း ပြောင်းလဲလာသည်။ အင်တာနက်မဟုတ်သော မိဒီယာကိုသာ အသုံးပြုသူ အများဆုံးတွေ့ရှိရသည့် အုပ်စုဖြစ်ပြီး ၁၀ဦးတွင် ၄ ဦးကသာ အင်တာနက်ကို နေ့စဉ်အသုံးပြုနိုင်သည်ဟု ဆိုသည်။ လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော မွန်နှင့် ကယားလူမျိုးများ အကြားတွင် ၁၀ ဦးတွင် ၆ ဦးခန့်က အင်တာနက်ကို နေ့စဉ်အသုံးပြုသည်နှင့် နှိုင်းယှဉ်ကြည့်နိုင်သည်။

သတင်းရရှိခြင်းနှင့်ပတ်သက်၍ ပိုမိုနှစ်သက်သည့်ရင်းမြစ်ကို လေ့လာရာတွင်မူ အပြောင်း အလဲရှိသည်ကို စိတ်ဝင်စားဘွယ်တွေ့ရှိရသည်။ သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ် ရုပ်မြင်သံကြားကို ပိုမိုနှစ်သက်သူမှာ ၁၀ ဦးတွင် ၇ ဦးထက် ပို

များပြီး လူမှုမီဒီယာကို နှစ်သက်သူမှာ သုံးဦးတွင် ၁ဦးရှိသည်။

“မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများ” အမျိုးအစားသည် တတိယနေရာတွင် ရှိသည်။ (၁၀ ဦးတွင် ၂ဦးနှုန်း)။ စတုတ္ထနေရာမှာ သတင်းစာနှင့် အင်တာနက်ဖြစ်သည်။ အသက်အရွယ်ကိုလိုက်၍ နှစ်သက်သော သတင်းရင်းမြစ်များ မတူညီကြသည်မှာ အံ့ဩဖွယ် မဟုတ်ပေ။ လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သည့် အသက်ငယ်ရွယ်သော သူများသည် လူမှုမီဒီယာကို သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ်ပို၍ ရွေးချယ်ဖော်ပြလိုကြသည်။

“ကျွန်တော်ကတော့ ရုပ်မြင်သံကြားက ထုတ်လွှင့်တဲ့ သတင်းကို ကြည့်ရတာပို ကြိုက်တယ်။ အသံပဲကြားရတာမဟုတ်ဘူးလေ။ ရုပ်ပုံတွေလဲမြင်ရတာကိုး”  
(အမျိုးသား၊ ၆၂ နှစ်၊ မွန်ပြည်နယ်)

နှစ်သက်သော သတင်းရင်းမြစ်ရွေးချယ်မှုတွင် အမျိုးသားနှင့် အမျိုးသမီးများအကြား ပြောပလောက်သည့် ကွာခြားချက်မရှိပါ။ သို့သော် ပိုမို

နှစ်သက်သော သတင်းရင်းမြစ်ကို လေ့လာရာတွင် ကရင်လူမျိုးများသည် သိသိသာသာ ထူးခြားနေပြန်သည်။ ၁၀ ဦးတွင် ၈ ဦးသည် ရုပ်မြင်သံကြားကို ညွှန်ပြကြသည်။ ၁၀ဦးတွင် ၇ ဦးနီးပါးမှာ မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများကို သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ် ပြဆိုသည်။ ၁၀ ဦးတွင် ၆ ဦးခန့်မှာ လူမှုမီဒီယာမှ သတင်းရယူကြောင်းသိရသည်။

“ကျွန်မတို့ ရွာနီးတဝိုက်မှာ ဖြစ်နေတဲ့ အကြောင်းတွေကို ကျွန်မသားက ပြောပြတယ်လေ။ တခါတလေ ဒီနားတဝိုက် ဖြစ်ပျက်နေတာတွေကို သားက ဓါတ်ပုံရိုက်လာပြီး ပြတယ်။”  
(အမျိုးသမီး၊ ၄၃ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

“မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများ” ကို သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ်ဖော်ပြသည့်နှုန်းမှာ မွန်လူမျိုးများအကြားတွင်လည်း မြင့်မားသည်။ ဤသတင်းရင်းမြစ်ကို သတင်းရရှိသည့် ရင်းမြစ်အဖြစ်ဖော်ပြသည့်နှုန်းမှာ အညီအမျှဖြစ်သည်။ သို့သော်၊ ကယား (ကရင်နီ) များအကြားတွင်မူ

ကရင်သတင်းစင်တာမှ ထုတ်လွှင့်သောသတင်း



ဟူးချစ်ခင်  
ကျေးဇူးတင်ရွာသူ

ရိတ်တိုအချိန်မှာလဲ ၆၀၀၀၊ စိုက်တိုအချိန်မှာလည်း တစ်ရက် ၆၀၀၀ ပေးရတယ်။

ထိုရင်းမြစ်ကို ရွေးချယ်မှု နည်းပါးကြပြီး “ မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများ” ထံမှ သတင်းရရှိသည်ဟုဖော်ပြသူမှာ ၁၀ ဦးတွင် ၃ဦးသာရှိသည်။

### မီဒီယာအသုံးပြုမှုကို စိစစ်ခြင်းနှင့် သတင်းရင်းမြစ်များ

အချို့သော လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများအတွင်း မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးများအပေါ် အားထားမှု မြင့်မားနေခြင်းအကြောင်းရင်းမှာ လက်လှမ်းမီအသုံးပြုနိုင်မှုကြောင့် ဖြစ်နိုင်သည်။ ရုပ်ပိုင်းဆိုင်ရာနှင့် နည်းပညာပိုင်းဆိုင်ရာ လက်လှမ်းမီအသုံးပြုနိုင်မှုသာမက စီးပွားရေးနှင့် ဘာသာစကားဟူသော အတားအဆီးလည်းရှိနေသည်။

“သတင်းစာဖတ်ချင်တယ် ဆိုရင်တော့ ဘားအံသွားပြီးဝယ်မှရမယ်”  
(အမျိုးသမီး၊ ၃၆ နှစ်၊ ကရင်ပြည်နယ်)

ရုပ်မြင်သံကြားကြည့်ရန် ရုပ်မြင်သံကြားစက်၊ ဂြိုဟ်တုစလောင်း (အချို့သော နေရာများအတွက်) နှင့် လျှပ်စစ်မီး လိုအပ်သည်။ သတင်းစာဖတ်ရန် သတင်းစာရောင်းသည့် နေရာသို့ သွားဝယ်နိုင်ရမည်။ သတင်းစာဖြန့်ဖြူးရေးအတွက် ကောင်းစွာလည်ပတ်နေသော အခြေခံအဆောက်အအုံ လိုအပ်သည်။ လူမှုမီဒီယာ အသုံးပြုနိုင်ရန် ကွန်ပျူတာ သို့မဟုတ် စမတ်ဖုန်း ရှိရမည်ဖြစ်သကဲ့သို့ ၃/၄/၅/G အင်တာနက်ကွန်ရက် လိုအပ်သည်။ ထို့ပြင် နားထောင်လိုက်သည့် ကြည့်လိုက်သည့် ဖတ်လိုက်သည့် သတင်းကို ကောင်းစွာနားလည်နိုင်သည့် ဘာသာစကားကျွမ်းကျင်မှုလည်း လိုအပ်သည်။

တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ၏ မီဒီယာ အလေ့အကျင့်ကို လေ့လာသောအခါ ထိုအကြောင်းအရာကို ပိုမိုရှင်းလင်းစွာ တွေ့မြင်လာရသည်။ အများအပြားသည် မြန်မာစကားကို သင်ကြားထားကြသော်လည်း မိခင်ဘာသာ

စကားမဟုတ်သောကြောင့် ရှုပ်ထွေးသော သတင်းများကို အလုံးစုံနားလည်ရန် အခက်အခဲဖြစ်စေသည်။ FGD ပြုလုပ်သော အခါတွင် ထိုအခက်အခဲကို ရုန်းကန်နေရမှုမှာ ပိုမိုပေါ်လွင်လာသည်။ စကားပိုင်းတွင် ပါဝင်သူများကို သူတို့နှင့် သက်ဆိုင်ရာ ဒေသခံမီဒီယာများ (မွန်ပြည်နယ်မှ မွန်သတင်းအေဂျင်စီ၊ ကရင်ပြည်နယ်မှ ကရင်သတင်းစင်တာ၊ ကယားပြည်နယ်မှ ကန္တာရဝတီတိုင်း) ဖြစ်သည့် ELTV များမှ ထုတ်လွှင့်သော သတင်းများကို ဆွေးနွေးစေခဲ့သည်။ ထိုမီဒီယာသုံးခုသည် တိုင်းရင်းသားပရိသတ်များလိုအပ်ချက်ကို ဖြည့်တင်းပေးရန် ရည်ရွယ်ပြီး ဒေသခံဘာသာစကားနှင့် ထုတ်လွှင့်ချက်များကို မြန်မာစာတန်းထိုး၍ ထုတ်လွှင့်သော်လည်း ကယားပြည်နယ်ရှိ ကရောလူမျိုးများနှင့် ကရင် ပြည်နယ်ရှိ စကော ကရင်များ စသည့် ပရိသတ်အချို့အတွက် စိန်ခေါ်မှုရှိနေကြောင်း တွေ့ရှိရသည်။ သူတို့သည် ဒေသခံဘာသာစကားမှ မတူညီသော ဒေသီယစကားပြောဆိုသူများဖြစ်သည်။ ကျေးလက်ဒေသမှ အမျိုးသမီးများသည် ယေဘုယျအားဖြင့် စာမတတ်မှုကြောင့် ပို၍ စိန်ခေါ်မှုများသည်။<sup>၁၅</sup>

ကျန်ဒါရှုထောင့်မှ ကြည့်လျှင် အမျိုးသမီးများသည် အမျိုးသားများထက် သတင်းအချက်အလက် လက်လှမ်းမီရရှိမှု ပိုမိုနည်းပါးသည်။ လေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သူများကို လေ့လာချက်မစတင်မီ ဦးစွာဝေငှထားသော မေးခွန်းလွှာများမှ ရရှိသည့် ရလဒ်တွင် သော်လည်းကောင်း၊<sup>၁၆</sup> ဦးတည်အုပ်စု ဆွေးနွေးပွဲများမှ သော်လည်းကောင်း ထိုအချက်ကို တိုက်ရိုက်မတွေ့ရှိရသော်လည်း ဆွေးနွေးပွဲနှင့် အင်တာဗျူးများပြုလုပ်နေစဉ်အတွင်း ရရှိသည့် မှတ်ချက်များက တခါတရံ အမျိုးသမီးများသည် သူတို့ ခင်ပွန်းသည်များ သို့မဟုတ် ဖခင်များ၏ ဟန့်တားမှုခံရကြောင်း ပြသနေသည်။ ဥပမာ အင်တာနက် သို့မဟုတ် လူမှုမီဒီယာ အသုံးပြုမှုကို ဟန့်တားခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။ ကယားပြည်နယ်ကျေးလက်ဒေသမှ အသက် ၂၆ နှစ်

အရွယ်ရှိ အမျိုးသမီးတစ်ဦး၏ ပြောကြားချက်မျိုးဖြစ်သည်။

“ကျွန်မယောက်ျားက ဖေ့စဘုတ်သုံးခွင့်မပြုဘူး။ ကျွန်မကို တခြားလူတွေနဲ့ စကားပြောမှာစိုးလို့တဲ့။ သူ့သာ ဖေ့စဘုတ်သုံးခွင့်ပြုရင် ကျွန်မကတော့ ဖေ့စဘုတ်ကို နေ့တိုင်း နေရာတိုင်းမှာ သုံးနေမှာလေ”

လက်လှမ်းမီမှုမရှိခြင်း၏ နောက်ဆက်တွဲအဖြစ် သတင်းနှင့် အချက်အလက်များ ရရှိနိုင်ရေးအတွက် သူတို့သည် အခြားသူများကို အားထားနေရသည်။ ခင်ပွန်းသည်က ဖေ့စဘုတ်သုံးခွင့်မပေး၍ မသုံးရဟု ဆိုသော အမျိုးသမီးက ဖေ့စဘုတ်ပလက်ဖောင်းတွင် ဖော်ပြသော အကြောင်းအရာများကို ခင်ပွန်းသည်က သူမအားပြန်ပြောပြမည်ဖြစ်သည် ဟု ရှင်းပြသည်။ အခြားပါဝင်သူများတွင်လည်း အလားတူ အမူအကျင့်များကို တွေ့ရသည်။ စာမတတ်၍သော်လည်းကောင်း၊ ပစ္စည်းကိရိယာ မရှိ၍သော်လည်းကောင်း ကိုယ်တိုင်သတင်းရရှိရန် အခွင့်အလမ်း မရှိသည့် သူများမှာ အသက်ကြီးသော ပရိသတ်များသာ မဟုတ်ပေ။ အထက်တွင်ဖော်ပြခဲ့သည့်အတိုင်း၊ မိမိတို့၏ ရပ်ရွာနှင့် မိမိတို့နှင့် သက်ဆိုင်သည့် ကိစ္စရပ်များအတွက် နောက်ဆုံးရ သတင်းများ ရရှိရန် မိတ်ဆွေများ၊ မိသားစု၊ နှင့်ဒေသခံအာဏာပိုင် (ရွာလူကြီး စသည့်) တို့ အပေါ် အားထားနေရသော သူများက “နှုတ်ဖြင့်ပြန်ပြောသော စကား” ကို သတင်းရင်းမြစ်အဖြစ် ဖော်ပြကြသည်။

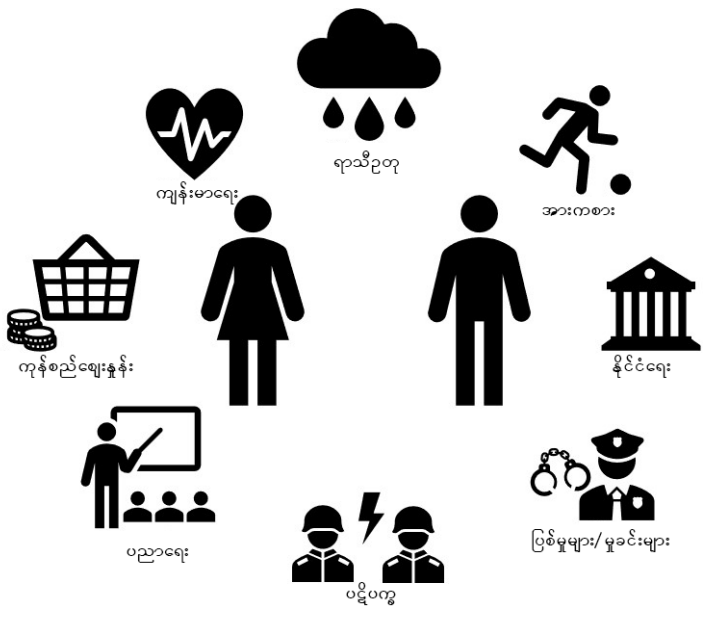
ဣန္ဒာရည်ဆိုင်၊ ဈေး သို့မဟုတ် ဆွေမျိုးများနှင့် တွေ့ဆုံစဉ် စကားစမြည်ပြောရာမှ သတင်းများကို သိရှိရလေ့ရှိသည်ဟု ပါဝင်သူများက ဖော်ပြကြားသည်။ ဖေ့စဘုတ်အသုံးပြုသူများသည် မက်ဆင်ဂျာကို သူတို့၏ ကွန်ရက်အတွင်း သတင်းအချက်အလက် မျှဝေရန်အတွက် အသုံးပြုကြသည်။ ထိုနည်းလမ်းကို သူတို့၏ ကိုယ်ပိုင်ဝေါ်ပေါ်တွင်အခြားသူများ၏ ဝေါ်ပေါ်တွင် တိုက်ရိုက်တင်ခြင်းထက် ပိုမိုနှစ်သက်ပုံရသည်မှာ စိတ်ဝင်စားဖွယ်ဖြစ်သည်။

၁၅ ၂၀၁၆ ခုနှစ် အချက်အလက်များအရ (<http://uis.unesco.org/en/country/mm>) မြန်မာနိုင်ငံရှိ အသက် ၁၅ နှစ်နှင့်အထက် ပြည်သူလူထု၏ စာတတ်မြောက်နှုန်းမှာ ၇၅.၅၅ ရာခိုင်နှုန်း ရှိသည်။ အသက် ၁၅နှစ်မှ ၂၄ အတွင်းစာတတ်မြောက်နှုန်းမှာ ပို၍ မြင့်မားသည်။ (၈၄.၇၅) ၆၅ နှစ်အထက် စာတတ်မြောက်နှုန်းမှာ နည်းပါးသည်။ (၅၈.၂ ရာခိုင်နှုန်းရှိပြီး အမျိုးသမီးများတွင် ၄၉.၂ ရာခိုင်နှုန်းရှိသည်) လေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော သူများတွင် ၂၄ ရာခိုင်နှုန်းမှာ ဗုဒ္ဓဘာသာနှင့် အလယ်တန်းဆင့်ပညာရေးကိုရရှိကြပြီး ၃၁ ရာခိုင်နှုန်းမှာ အထက်တန်းပညာရေး ပြီးဆုံးသည်။ ၁၄ ရာခိုင်နှုန်းမှာ ဘွဲ့ရသော်လည်းကောင်း မဟာဘွဲ့သော်လည်းကောင်း ရရှိပြီးကြပြီး၊ ကျောင်းမနေဖူးသူ ၅ ရာခိုင်နှုန်းပါဝင်သည်။

၁၆ မေးခွန်းလွှာ၏ မီဒီယာ အမျိုးမျိုးအသုံးပြုမှုနှင့် ပတ်သက်၍ မေးသောနေရာနှင့် လက်လှမ်းမီသည့် မီဒီယာကို ထောက်ပြရန် အခွင့်အလမ်းပေးသည့်နေရာတွင် ဖြေကြားထားသည့် အဖြေများ

“တချို့ BGF, KNU, နဲ့ ကျွန်မတို့ ဒေသ (ကရင်ပြည်နယ်) နဲ့ပတ်သက်တဲ့ အထူး သတင်းတွေကို ကျွန်မမိတ်ဆွေတွေက ပို့ပေးတယ်။ သူတို့က မက်ဆင်ဂျာကတောင့် ပို့တယ်။ အဲဒါကို ကျွန်မက ရှဲ့ (မျှဝေ) လိုက်တာပေါ့”  
(အမျိုးသမီး ၄၁ နှစ်၊ ကရင်ပြည်နယ်)

“ကျွန်မတို့ တက္ကသိုလ်က နောက်ဆုံး သတင်းတွေသိချင်ရင် မက်ဆင်ဂျာကနေ ပြီး သူငယ်ချင်းတွေကို လှမ်းမေးတယ်။ ပြီးတော့ ကျွန်မက သတင်းတခုခုရလာရင် လည်း မက်ဆင်ဂျာကနေ ပို့ပေးလိုက်တာပဲ”  
(အမျိုးသမီး ၂၁၊ မွန်ပြည်နယ်)



ပုံ ၁။ ကယား၊ ကရင်နှင့် မွန်ပြည်နယ်တို့ရှိ အမျိုးသားအမျိုးသမီးများ၏ သတင်းရွေးချယ်မှု

ဤသို့ မျှဝေသောလေ့သည် သတင်းကွာ ဟချက်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးပြီး ဘေးအန္တရာယ်မရှိဘဲ လုပ်ဆောင်နိုင်သည်။ နှုတ်ပြောသတင်းသည် သတင်းရရှိရန် အလွတ်သဘောလမ်းကြောင်းတစ်ခုဖြစ်ပြီး ထို့ကြောင့်ပင် သင့်လျော်သည့် သတင်းကို ရရှိသင့်သည့်အချိန်အတွင်း အချိန်မီရရှိရန် အာမခံနိုင်ပေ။ ထိုမျှသာမက လူတစ်ဦးနှင့် တစ်ဦးလက်ဆင့်ကမ်း မျှဝေခြင်းဖြစ်သောကြောင့် အမှုမဲ့အမှတ်မဲ့ဖြင့် သတင်းမှားယွင်းသွားခြင်း၊ သတင်းမရခြင်း၊ သတင်းပုံပျက်သွားခြင်း စသည့် အန္တရာယ်များ ရှိနေသည်။ သတင်းပေးပို့မှု ဖြစ်စဉ်တလျောက်တွင် အသစ်အသစ်သော သတင်းပေးပို့သူအားလုံးတို့သည် မူလသတင်းကို စစ်ထုတ်ခြင်း၊ သဘောပေါက်သလို ဘာသာပြန်ခြင်းတို့ ပြုလုပ်သည်ဖြစ်ရာ အချက်အလက်များနှင့် ပဓာနကျသော ကွဲပြားချက်များဖြင့် ပြောင်းလဲသွားသည်။ မက်ဆင်ဂျာမှ ပေးပို့သော သတင်းကိုကူးယူပြီး ပြန်ပို့ရာတွင်ပင် ရေခဲမြေခံမတူပါက သဘောပေါက်နားလည်မှု လွဲမှားနိုင်သေးသည်။ သို့သော်လည်း တိုင်းရင်းသားလူနည်းစု အများအပြားတွင် ရွေးချယ်စရာ မရှိတတ်ပေ။ မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများ လက်ဆင့်ကမ်းပေးပို့သည့် တပတ်နှစ်သတင်းများသည်သာ လက်လှမ်းအမီဆုံးဖြစ်ပြီး ယုံကြည်စိတ်ချရသည့် သတင်းများဖြစ်သည်။

**အသုံးပြုနိုင်သည့် သတင်း**

“ကျွန်မက “သတင်း” ဆိုတဲ့ စကားလုံးကို ကြားလိုက်ရရင် ဒီနေရာမှာ အခုဖြစ်နေတာ၊ ပြီးတော့ ကျွန်မသိချင်တာကို ပြောတာလို့ ထင်ပါတယ်”  
(အမျိုးသမီး၊ ၃၅ နှစ်၊ မွန်ပြည်နယ်)

မီဒီယာတိုက်များနှင့် သတင်းသမားများသည် ရင်းမြစ်အမျိုးမျိုးမှ ရရှိသည့် သတင်းများကို မျိုးတူစုရန် အသုံးပြုသည့် “သတင်းအမျိုးအစား” များတွင် မည်သည့်သတင်းသည် မည်သည့်အမျိုးအစားတွင် အခြေခံသည် ဟူ၍ အရိုးစွဲနေသည့် နားလည်ထားမှု ရှိနေနိုင်သော်လည်း သတင်းများအပေါ်ထားရှိသည့် လူထု၏ အမြင်မှာ အမျိုးမျိုးရှိနေနိုင်သည်။ တစ်ဦးအတွက် ထည့်သွင်းထားသော သတင်းသည် အခြားတစ်ဦးအတွက် မသက်ဆိုင်သော သတင်းဖြစ်နေနိုင်သည်။ ပရိသတ်များ၏ သတင်းများအပေါ် အမြင်ကို သေသေချာချာ လေ့လာကြည့်ခြင်းသည်ဦးတည်ပရိသတ်အတွက် အကြောင်းအရာရွေးချယ်မှုကို ပိုမိုကောင်းမွန်စွာပြုလုပ်နိုင်မည့် ကိရိယာတစ်ခုအဖြစ် အသုံးပြုနိုင်မည်ဖြစ်သည်။ သီးခြားနယ်မြေအတွင်းတွင်ဖြစ်စေ၊ သီးခြားအုပ်စုခွဲအတွင်းတွင်ဖြစ်စေ ပရိသတ်များနှင့်

ချိတ်ဆက်နိုင်ပြီး ပရိသတ်ပိုမိုရရှိလာနိုင်သည်။ ဤလေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအကြားတွင် သတင်းဆိုသည်မှာ လတ်တလော ဖြစ်ရပ်များနှင့် သက်ဆိုင်သည့် သတင်းအချက်အလက်များဟု သာမန်အားဖြင့် သတ်မှတ်ထားကြသည်။ ပိုမိုအသေးစိတ်လေ့လာသောအခါ လူအများသည် ရာသီဥတု၊ (သဘာဝဘေးအန္တရာယ်များအပါအဝင်)၊ ပဋိပက္ခ ( ငြိမ်းချမ်းရေးလုပ်ငန်းစဉ်အပါအဝင်) နှင့်ပြစ်မှုဆိုင်ရာများကိုပိုမိုသိလိုကြသည်။<sup>၁၇</sup>ဤအကြောင်းအရာများအားလုံးသည် ဖြစ်နိုင်သမျှ အကြိမ်များများ သိရှိထားရန် လိုအပ်သည်ဟု ခံစားကြရသည့် အကြောင်းအရာများဖြစ်သည်။ ပဋိပက္ခများပိုမို ဖြစ်ပွားလေ့ရှိသော ဒေသများတွင် နေထိုင်ကြသူများအတွက် စစ်တပ် (တပ်မတော်) နှင့် တိုင်းရင်းသားလက်နက်ကိုင်တို့အကြား ထိတွေ့မှုများနှင့်ဆိုင်သည့် သတင်းများကို ပိုမိုဦးစားပေးသိရှိလိုကြသည်။ အလားတူပင်၊ ရာသီဥတုဆိုင်ရာ ဘေးအန္တရာယ်များ (မြေပြိုခြင်းနှင့် ရေလွှမ်းမိုးခြင်း) ကျရောက်လေ့ရှိသည့် ဒေသများတွင် နေထိုင်သူများအတွက် ထိုဖြစ်ရပ်များအတွက် သတင်းများကို စိတ်ဝင်စားမှု မြင့်မားသည်။ ချုပ်ချုပ် ဆိုရလျှင် တစ်ဦးတစ်ယောက်၏ ဘဝနှင့် အသက်ရှင်နေထိုင်မှုအပေါ် သက်ရောက်မှုရှိသည့် သတင်းအချက်အလက်

၁၇ ဥပမာ- အချက်အလက်ဆောင်ရွက်ကာလအတွင်း ပါဝင်သူအများအပြားသည် “နေပြည်တော်ခစ်တီးရီးယား အမှု” လူသိများသည့် နေပြည်တော်ရှိ ၃နှစ်သမီးအရွယ် မိန်းကလေး ၀ယ်သည် နေကလေးထိန်းကျောင်းတွင်ရှိနေစဉ်အတွင်း မုဒိုန်းကျင့်ခံရသည်ဟု စွပ်စွဲသော အမှုအကြောင်း ကို အလွန်အမင်း သိရှိလိုကြသည်။ ထိုအမှုသည် ပြည်သူ့ရဲများက ပြဿနာဖန်တီးသူကို ရှာဖွေရန် ပျက်ကွက်ခဲ့သောကြောင့် နိုင်ငံနှင့်အုပ်စု အတိအကျအသေးသီးသို့ ကန့်ကွက်သံများ ပွင့်ထွက်လာစေသည်။



များကို သတင်းတွင် ထည့်သွင်းမည်ဆိုပါက ဆီလျော်မှုရှိမရှိကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရမည် ဖြစ်သည်။

“ကျွန်မရဲ့ဘဝမှာ သတင်းတွေက တော်တော် အရေးကြီးတဲ့ ကဏ္ဍမှာ ပါပါတယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ တချို့သတင်းတွေက သိထားဖို့ တကယ်အရေးကြီးတယ်။ တချို့သတင်းတွေကကျတော့ ကျွန်မအတွက် အရေးပါတယ်။ ကျွန်မတို့တွေက သာမန်လူတွေလေ။ စားဝတ်နေရေးအတွက် ရုန်းကန်နေရတာ၊ ဒါကြောင့်လည်း သတင်းတွေ အကုန်လုံးကိုတော့ စိတ်ဝင်စားမနေနိုင်ဘူး။ ကျွန်မကတော့ ကျွန်မတို့ဒေသရယ်၊ ကျွန်မရဲ့ အလုပ်အကိုင်ရယ် ( အလုပ်ပြုပြင်ရေး) နဲ့ ဆက်စပ်တဲ့ သတင်းတွေကို စိတ်အဝင်စားဆုံးပဲ”

(အမျိုးသမီး၊ ၄၁ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ် ကျေးလက်ဒေသ)

ဂျန်ဒါရှုထောင့်မှ ကြည့်လျှင် အမျိုးသားများသည် အမျိုးသမီးများနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက နိုင်ငံရေးနှင့် အားကစားသတင်းများကို ပိုမိုစိတ်ဝင်စားကြသည်။ တဖက်တွင် အမျိုးသမီးများသည် ပညာရေးနှင့် ကျန်းမာရေးတို့နှင့် ဆက်စပ်သည့် သတင်းများ စသည့် မိမိတို့ရပ်ရွာနှင့် ပိုမိုနီးစပ်သည့် အရာများနှင့် ပတ်သက်သော သတင်းများကို ပို၍ အလေးပေးလိုကြသည်။ ဤအချက်သည် ၂၀၁၈ ခုနှစ်က ပြုလုပ်ခဲ့သော IMS- Fojo ၏ ပရိသတ်လေ့လာချက်ကို ထင်ဟပ်သည်။ ထိုလေ့လာချက်တွင် အမျိုးသမီးများသည် မိသားစု ချမ်းသာသုခနှင့် ရှေ့ရေးနှင့် သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာများကို ပိုမိုနှစ်သက်ကြသည်မှာ ယခုတွေ့ရှိချက်နှင့် အတူတူပင်ဖြစ်သည်။

နေထိုင်သည့် ပထဝီဒေသအရ သတင်းရွေးချယ်မှုမှာလည်း ကွာခြားကြောင်းတွေ့ရသည်။ မွန်ပြည်နယ်နှင့် ကရင်ပြည်နယ်မှ ပါဝင်သူများက မူးယစ်ဆေးဝါးနှင့်ပတ်သက်သည့် သတင်းများကို သိလိုနေသည့် အချိန်တွင် ကယားပြည်နယ်ကျေးလက်ဒေသမှ ပရိသတ်များက ထိုင်းတွင် အလုပ်သွားလုပ်နေသော မိတ်ဆွေများ မိသားစုများရှိနေသော ကြောင့် ရွှေ့ပြောင်းလုပ်သားများနှင့် သက်ဆိုင်သည့် သတင်းများကို ပိုမိုသိလိုကြသည်။ တချိန်တည်းမှာပင် ပါဝင်သူများသည် နိုင်ငံ၏ အခြားအစိတ်အပိုင်းများနှင့် အဆက်ပြတ်နေသည်ဟု

ခံစားနေကြရသည်။ ကယားပြည်နယ် မြို့ပြဧရိယာတွင် နေထိုင်သော အသက် ၅၆ နှစ်အရွယ်ရှိ အမျိုးသမီးကြီးက “ကျွန်မတို့က ဒီမှာ နေတာဆိုတော့ (ကယားပြည်နယ်တွင်) ရန်ကုန်ကလူတွေလောက်တော့ သတင်းတွေ အချက်အလက်တွေကို အားကိုးနေစရာ မလိုဘူး။ ရန်ကုန်မှာတော့ လူတွေက အခွင့်အရေးတွေ လွတ်မသွားအောင်လို့ နောက်ဆုံးရသတင်းတွေ အချက်အလက်တွေတိုင်းကို သိနေဖို့ လိုတာပေါ့” ဟု ပြောသကဲ့သို့ ပင်ဖြစ်သည်။

### ယုံကြည်စိတ်ချရမှုသည် ထိစပ်မှုနှင့် မြင်ရသောအထောက်အထားများ လိုအပ်သည်။

ပရိသတ်လေ့လာချက်၏ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအနေနှင့် IMS-Fojo သည် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ၏ မီဒီယာ ကျွမ်းကျင်မှုများကိုလည်း လေ့လာလိုသည်။ ဤအုပ်စုများလက်လှမ်းမီပြီး နေ့စဉ်ပုံမှန် အသုံးပြုသည့် မီဒီယာများကို သိရှိနိုင်ခြင်းအတွက်သာ မဟုတ်ဘဲ ယုံကြည်စိတ်ချမှု အဆင့်ကိုပါ လေ့လာလို၍ဖြစ်သည်။ ၂၀၁၈ ခုနှစ်အတွင်းက IMS-Fojo မှ ပြုလုပ်ခဲ့သော ပရိသတ်လေ့လာချက်တွင် ပရိသတ်များနှင့် အမှန်တကယ် ထိစပ်မှုရှိသည့် မီဒီယာများသည် အလှမ်းကွာဝေးသော နေရာရှိ မီဒီယာများထက် ပို၍ ယုံကြည်ထိုက်သည်ဟု ဖော်ပြခဲ့သည်။ ထို့ကြောင့် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအတွက် အလားတူ ဖြစ်ရပ်မျိုးရှိနေပါက တွေ့မြင်လိုခဲ့သည်။ အထူးသဖြင့် ELTV များ၏ ရည်ရွယ်ချက်ရှိရှိ ဦးတည်ထားသော အုပ်စုများဟု ယူဆထားသူများအကြားတွင်ဖြစ်သည်။

ဤခေါင်းစဉ်ဖြင့် လေ့လာရာတွင် ပါဝင်သူများအား သတင်းရင်းမြစ် အမျိုးမျိုးပါရှိသော ကတ်ပြားများကို တူရာစု၍ အမျိုးအစားခွဲစေခဲ့သည်။ ထိုကတ်ပြားများတွင် သတင်းရရှိနိုင်သော မီဒီယာအမျိုးမျိုးအပြင် မိတ်ဆွေများ၊ မိသားစုနှင့် အာဏာပိုင်စသည့် အထွေထွေရင်းမြစ်များလည်း ထည့်သွင်းထားသည်။ ပထမအချိန်တွင် သတင်းနှင့် အချက်အလက်များ ရှာဖွေသည့်အခါ အသုံးပြုလိုသည့် သူတို့နှင့် အသက်ဆိုင်ဆုံး သတင်းရင်းမြစ်ကို ဖော်ပြထားသည့် ကတ်ပြားများကို ရွေးချယ်စေသည်။ ဒုတိယအချိန်တွင် အယုံကြည်ရဆုံးသတင်းရင်းမြစ်မှ ယုံကြည်မှုအနည်းဆုံး သတင်း

ရင်းမြစ်အထိ ရွေးချယ်ကာ အဆင့်လိုက်ခွဲစေသည်။ ဦးတည်အုပ်စုဆွေးနွေးပွဲ ၁၂ ခုတွင် မီဒီယာတိုက်အမျိုးမျိုး၊ ရင်းမြစ်အမျိုးမျိုးကို ထည့်သွင်းဆွေးနွေးခဲ့သော်လည်း ကယား၊ ကရင်နှင့် မွန်ပြည်နယ်များအတွင်း ရှိ လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများ၏ ပိုမိုနှစ်သက်မှုနှင့် ယုံကြည်မှုအဆင့်ကို ထဲထဲဝင်ဝင် ဖော်ပြထားသည့် အချက်အချို့ကို တွေ့ရှိရသည်။

အထက်တွင် ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း ပါဝင်သူများသည် အစိုးရနှင့် စစ်တပ်မှ ထုတ်ဝေသော မီဒီယာများ ပေါင်း၍သော်လည်းကောင်း၊ လွတ်လပ်သော နိုင်ငံလုံးဆိုင်ရာ မီဒီယာများနှင့် ဒေသခံမီဒီယာများကို လည်းကောင်း ရွေးချယ်ခဲ့ကြသည်။ အစိုးရနှင့် စစ်တပ်မှ ပံ့ပိုးထားသော မီဒီယာများ (MRTV စသည်) ကို ရွေးချယ်ခြင်း အကြောင်းမှာ ဖြစ်ပေါ်လာသော အကြောင်းခြင်းရာများတွင် အစိုးရ သို့မဟုတ် စစ်တပ်၏ အနေအထားနှင့် ပတ်သက်သည့် နောက်ဆုံးရသတင်းများကို ဤရင်းမြစ်များမှ ရရှိနိုင်ခြင်းကြောင့် ဟု ပါဝင်သူများကဆိုသည်။

ဆီလျော်မှုအရှိဆုံး ကော်လံမှာ အာဏာပိုင်တွေကို ထည့်စေချင်တယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ တစ်ခုခုလုပ်ဖို့ဆို သူတို့က အာဏာရှိတာလေ။ ကျွန်မတို့က သူတို့ဘာတွေလုပ်နေတယ်ဆိုတာ သိဖို့ လိုတယ်”

(အမျိုးသမီး၊ ၂၀ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

“ကျွန်တော်က အစိုးရသတင်းတွေကို သိရဖို့ MRTV ကြည့်တယ်။ အဲဒါကအစိုးရသတင်းတွေ အဓိက လွှင့်တာလေ။ စစ်တပ်သတင်းတွေ အကြောင်း သိချင်ရင်တော့ MWD ကြည့်တယ်။ စကုတ်နက် အပ်တူ ဒီတိုင်းကတော့ လွှတ်တော်နဲ့ ဆိုင်တဲ့ သတင်းတွေ လွှင့်တယ်။

(အမျိုးသား၊ ၄၄ နှစ်၊ မွန်ပြည်နယ်)

သို့သော်လည်း ထို ရုပ်သံလိုင်းများမှ အချို့သည် ဘက်လိုက်မှုရှိကြောင်း သိရှိထားကြပြီး ထိုအချက်ကို အာရုံစိုက်၍ သတင်းကို ရယူကြပုံပေါ်သည်။ ယုံကြည်စိတ်ချရမှု နှင့်ပတ်သက်၍ ဆွေးနွေးသောအခါ အစိုးရပိုင်မီဒီယာနှင့် စစ်တပ်ပိုင် မီဒီယာများကို ယုံကြည်စိတ်ချရမှု အနည်းဆုံးနေရာတွင် ထားရှိကြသည်ကိုလည်း တွေ့ရသည်။

အထွေထွေသတင်းများနှင့်ပတ်သက်၍ ပါဝင်သူများသည် ဒေသတွင်း ရှိနေသော မီဒီ



ယာကို ပို၍အခိုင်အမာ ရွေးချယ်ကြသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဒေသခံမီဒီယာတိုက် (မွန်ပြည်နယ်ရှိ မွန်သတင်းအေဂျင်စီ၊ ကရင်ပြည်နယ်ရှိ ကရင်သတင်းစင်တာ၊ နှင့် ကယားပြည်နယ်ရှိ ကန္တာရဝတီတိုင်း) များကို မကြာခဏ ဖော်ပြကြပြီး ဘာသာစကားသည် အရေးကြီးသော အကြောင်းအချက်တစ်ခုဖြစ်သည်ကို အလေးပေး ဆွေးနွေးရာတွင်လည်း ထိုမီဒီယာများကို မီးမောင်းထိုးပြကြသည်။

“ဆီလျော်မှုအရှိဆုံး ကော်လံမှာ မွန်သတင်းအေဂျင်စီကတိကို ထားချင်တယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ ဒေသခံမီဒီယာလည်းဖြစ်တယ်၊ ကျွန်ုပ်တို့ ဘာသာစကားနဲ့လည်း သတင်းတင်ပြတယ်။ ဒါကြောင့် တခြားဟာတွေထက် ဒီဟာက ပို သင့်လျော်တယ်လို့ ထင်တယ်”

(အမျိုးသမီး၊ ၃၁နှစ်၊ မွန်ပြည်နယ်)

ဒေသခံမီဒီယာတိုက်များသည် ယခင်က အကြိုက်ဆုံးဖြစ်သော RFA နှင့် BBC စသည့် သတင်းဌာနများကိုပင် ကျော်လွန်ကာ ရွေးချယ်ခြင်းခံရသည်။ ထို RFA, BBC စသည့် သတင်းဌာနများသည် တိုင်းရင်းသားကိုယ်စားပြုမှု ပါဝင်နိုင်သော်လည်း သူတို့ ပရိသတ်များနှင့် ထိစပ်မှုမရှိသောကြောင့် ဖြစ်နိုင်သည်။



မွန်ပြည်နယ်တွင် အမျိုးသမီး FGD တစ်ခု ပြုလုပ်နေပုံ

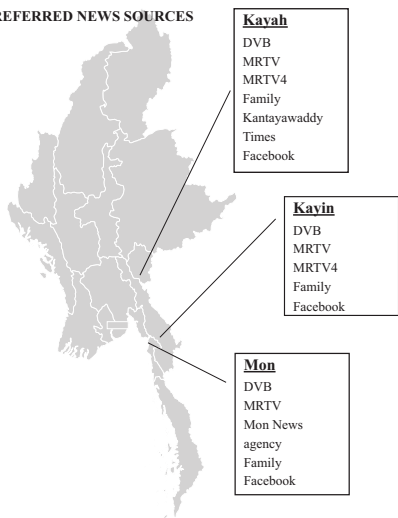
ခါတံ့ - EMRef

“RFA နဲ့ BBC ကဖော်ပြတဲ့ သတင်းအများစုက တော်တော်လေးတော့ သက်ဆိုင်မှုရှိပါတယ်။ သူတို့က ဒေသမှာ အခြေစိုက်ထားတဲ့ မီဒီယာမဟုတ်တာကြောင့် ဒေသခံမီဒီယာ (ကန္တာရဝတီ တိုင်း) နဲ့ ယှဉ်ရင်တော့ ကျွန်တော်တို့ဒေသမှာ တကယ်ဖြစ်နေတာတွေကို မသိနိုင်ဘူးပေါ့။

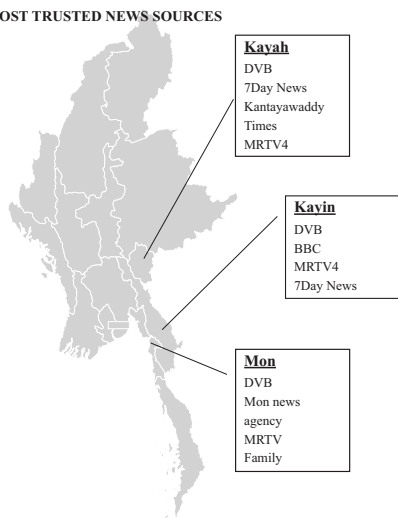
(အမျိုးသား၊ ၂၈နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

သို့သော်လည်း ဒေသခံမီဒီယာကို အားလုံးက နှစ်သက်နေသည်မဟုတ်ကြောင်း သတိပြုရန် အရေးကြီးသည်။ အချို့သော တိုင်းရင်းသားများသည် မီဒီယာများက သူတို့ကို အပြည့်အဝ ကိုယ်စားပြုနိုင်သည်ဟု မခံစားကြရပေ။ သာမက အားဖြင့် သတင်းတင်ဆက်ရာတွင် အသုံးပြုသော ဘာသာစကားထက် မတူညီသော ဒေသီယစကားကို ပိုမိုပြောဆိုကြခြင်းကြောင့်

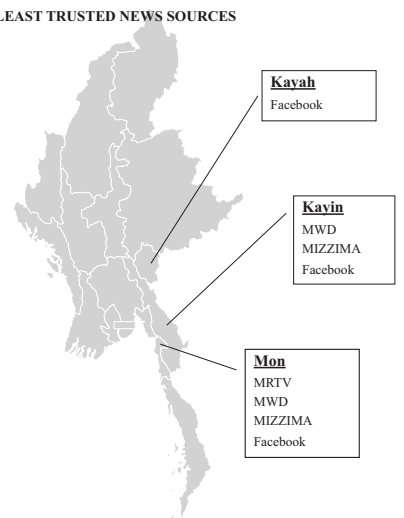
PREFERRED NEWS SOURCES



MOST TRUSTED NEWS SOURCES



LEAST TRUSTED NEWS SOURCES



ပုံ - ၂။ မီဒီယာများအပေါ် ပရိသတ်၏ အမြင်ကို ပြည်နယ်အလိုက်ခွဲ၍ ခြုံငုံဖော်ပြခြင်း။ ရွေးချယ်ထားသော အမြင်များ၊ အပြည့်အစုံမဟုတ်၊ ပရိသတ်များသည် မဇ္ဈိမမီဒီယာနှင့် ရင်းနှီးမှုမရှိသောကြောင့် ယုံကြည်စိတ်ချမှု အနည်းဆုံးဖြစ်နေသည်ကို သတိပြုရမည်ဖြစ်သည်။

သူတို့သည် သတင်းများကို အပြည့်အဝ နားလည်ရန် ခက်ခဲကြသည်။ အချို့ကမူ သူတို့၏ တိုင်းရင်းသားအုပ်စုများနှင့် ပတ်သက်၍ သတင်းထုတ်လွှင့်ရာတွင် တင်ဆက်ပုံကို စိတ်ဆိုးမာန်ဆိုး ဖြစ်နေကြသည်။

“ဗီဒီယိုတစ်ခုမှာ သူတို့က ( ကရင်သတင်း စင်တာ) နာမည်တွေရှေ့မှာ “စော ဒါမှ မဟုတ် နော်” လို့ သုံးရမယ့်အစား “ဦး ဒါမှ မဟုတ် ဒေါ်” ကို သုံးကြတယ်။ ဒါကို ကျွန်တော် လက်မခံနိုင်ဘူး။ ခင်ဗျားတို့က သင့်တော်တဲ့ စကားလုံးမသုံးနိုင်ဘူးဆိုတာ ကျွန်တော်တို့ ယဉ်ကျေးမှုကို နားမလည်လို့ ပဲ။”  
(အမျိုးသား၊ ၄၇ နှစ်၊ ကရင်ပြည်နယ် ကျေးလက်)

တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများနှင့် သူတို့အကြောင်း သတင်းတင်ပြနေသော မီဒီယာများအကြား ယုံကြည်မှု တည်ဆောက်ရမည်ဆိုလျှင် သင့်လျော်ကောင်းမွန်စွာ ကိုယ်စားပြုပါဝင်ခြင်း သည် အကဲဆတ်သော ကိစ္စရပ်ဖြစ်သည်။ အထက်တွင်ဖော်ပြထားသော အခြေအနေမျိုး တွင် အမှားပြင်ဆင်ခြင်းသည် အသေးအဖွဲ့ ကိစ္စဟု ထင်ရသော်လည်း ပရိသတ်နှင့် လိုအပ်သော စည်းနောင်မှု ဖန်တီးရာတွင် အဆုံးအဖြတ် ပေးသည့် အကြောင်းရင်းဖြစ်လာနိုင်သည်။ တိုင်းရင်းသားများ၏ ယဉ်ကျေးမှုကို နားလည်ခြင်းသည် တိုင်းရင်းသားအုပ်စုများကို လေးစားသမှုပြခြင်းနှင့် ညီမျှသည်။

ယုံကြည်စိတ်ချမှုသည် မီဒီယာနှင့် မီဒီယာ၏ လုပ်ဆောင်မှုများအပေါ် ပရိသတ်၏ အမြင်နှင့် ပူးတွဲချိတ်ဆက်နေကြောင်းလည်း တွေ့ရသည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ပါဝင်သူများသည် ယနေ့ခေတ်မီဒီယာများကို ယခင်က သူတို့

ကြုံတွေ့ခဲ့ဖူးသော မီဒီယာများထက် ပို၍ ယုံကြည်လက်ခံကြသည်။ ယနေ့မီဒီယာများသည် သတင်းများကို ဘက်လိုက်မှုမရှိဘဲ တင်ဆက်နိုင်လာသည်ဟု ခံစားကြရသည်။ သို့သော်လည်း အချို့က မီဒီယာများသည် အရှိကို အရှိအတိုင်း သတင်းပေးရမည့်အစား ပဋိပက္ခဆီသို့ တွန်းပို့နေသည့် ယိမ်းယိုင်မှုရှိသည်ဟု ခံစားနေကြသည်။

“တချို့မီဒီယာတွေက ပုံကြီးချဲ့ပြီး ပဋိပက္ခ ပိုဖြစ်အောင် ဖန်တီးနေသလိုပဲလို့ ကျွန်မ ထင်တယ်။ ဒါကြောင့် သတင်းတွေကို တကယ်ဖြစ်တဲ့အတိုင်း တင်ပြသင့်တယ်။ ကျင့်ဝတ်အရပေါ့။”  
(အမျိုးသမီး၊ ၂၁ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

ပါဝင်သူများသည် ကျင့်ဝတ်မညီသော သတင်းများနမူနာများကို အတိအကျဖော်ပြခြင်းမရှိသော်လည်း သတင်းများတွင် ပဋိပက္ခတစ်ခု၏ ဘက်နှစ်ဘက်လုံးမှ အမြင်များကို ဟန်ချက်ညီစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြစေလိုကြောင်း ဖော်ပြခဲ့ကြသည်။

ကောင်းမွန်သော သတင်းတင်ဆက်မှုနှင့် ပတ်သက်၍ မီဒီယာများအကြားမှ မီဒီယာတစ်ခုကို ဖော်ပြခဲ့သည်။ DVB သည် ပါဝင်သူများအကြား အမည်ကောင်းရသော သတင်းဌာနတစ်ခုဖြစ်ပြီး အလွန်ယုံကြည်စိတ်ချကြသည်ကိုလည်း တွေ့မြင်ရသည်။ အထူးသဖြင့် သူတို့၏ လွတ်လပ်ပြီး ဒေသတွင်း အမြင်များနှင့် အတူ ခိုင်မာသော သတင်းပညာရပ်ဖြင့် သတင်းထုတ်လုပ်သည့် သမိုင်းကြောင်းကြောင့် ဖြစ်သည်။ ၂၀၁၁-၂၀၁၅ ခုနှစ်အတွင်း နိုင်ငံရေးအသွင်ပြောင်းလဲမှု မပြုလုပ်မီ ယုံကြည်စိတ်ချရသော သတင်းများ ရှားပါးနေစဉ်ကတည်းက DVB သည် အရေးပါသော သတင်းရင်းမြစ်တစ်

ခုဖြစ်ကြောင်း ညွှန်ပြခဲ့သည့် IMS-Fojo က ပြုလုပ်ခဲ့သော ၂၀၁၈ ခုနှစ် ပရိသတ်လေ့လာချက်တွင် အများအပြားတွေ့ရှိဖော်ပြခဲ့သည့် အတိုင်း တူညီမှုရှိသည်ကို တွေ့ရသည်။ ဤလေ့လာချက်တွင် ပါဝင်သူများက တိကျပြတ်သားသော အကြောင်းပြချက် မပေးနိုင်သော်လည်း DBV သည် ပြည်သူလူထုနှင့် တူညီသော နေရာတစ်ခု ရှိထားပုံပေါ်သည်။ ဥပမာ ၂၀၀၇ ခုနှစ်တွင် DVB ကို စတင်ကြည့်ရှုခဲ့ကြသည်ဟု ဖော်ပြခဲ့ကြသည်။ (ရွှေဝါရောင် အရေးအခင်းကာလအတွင်း)

ယခင်က အကြိုက်ဆုံးမီဒီယာများဖြစ်သည့် အချို့သော မီဒီယာများ (RFA, VOA, နှင့် BBC) မှာမူ ဤလေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများနှင့် ဆက်သွယ်ဆက်ဆံရေး ဆုံးရှုံးခဲ့ရပုံပေါ်သည်။ အထူးသဖြင့် နိုင်ငံခြားမီဒီယာများက လုပ်ကိုင်လည်ပတ်နေသော မီဒီယာများဖြစ်ပြီး ဒေသတွင်းတည်ရှိမှု အပြည့်အဝမရှိသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ မွန်ပြည်နယ်မှ အသက် ၅၂ နှစ်အရွယ် အမျိုးသားတစ်ဦးက အောက်ပါအတိုင်း ရှင်းပြသည်။

“BBC နဲ့ VOA က တာဝန်ယူမှု တာဝန်ခံမှု နည်းတယ်။ ဘာလို့လဲဆိုတော့ သူတို့က နိုင်ငံခြားမှာ အခြေစိုက်တာကိုး။ သူတို့ သတင်းတွေကို ဘယ်လိုဆန်းစစ်တယ်၊ ဖြတ်တောက်တယ်ဆိုတာ ကျွန်တော်တို့ မသိနိုင်ဘူးလေ”

ယုံကြည်စိတ်ချမှုသည် ဖြန့်ဖြူးသည့် လမ်းကြောင်းနှင့်လည်း ပတ်သက်ဆက်နွယ်နေသည်။ “ကိုယ့်မျက်စိနဲ့ မြင်ရတဲ့ဟာကမှ အမှန်ဖြစ်မှာ” ဟူသော စိတ်ကူးတွင် အခြေတည်သောကြောင့် သက်ဝင်လှုပ်ရှားနေသော ပုံရိပ်များကို ရေးထားသော စာလုံးများ ထက်ပို၍ ယုံကြည်စိတ်ချကြသည်။

“ရုပ်မြင်သံကြားကသတင်းတွေကို ပိုကြိုက်တယ်။ ဥပမာ၊ ရေလွှမ်းမိုးတဲ့သတင်းဆိုပါ တော့၊ ဘာတွေဖြစ်နေတယ်ဆိုတာ ရှင်းရှင်းလင်းလင်းမြင်ရတယ်လေ”  
(အမျိုးသား၊ ၂၅နှစ်၊ ကရင်ပြည်နယ်)

“ဗေဒစာတတ်တာတော့တွေနဲ့ ရုပ်မြင်သံကြားက သတင်းနဲ့ ယှဉ်ရင် ရုပ်မြင်သံကြားက သတင်းကို ပိုပြီးယုံပါတယ်။ ရုပ်မြင်သံကြားမှာက သတင်းကို ရုပ်ပုံအထောက်

# တိုင်းရင်းသားများ၏ ယဉ်ကျေးမှုကို နားလည်ခြင်းသည် တိုင်းရင်းသားအုပ်စုများကို လေးစားသမှု ပြခြင်းနှင့် ညီမျှသည်။

အကူတွေနဲ့ ပြတယ်လေ။ တခါတလေ CCTV ဗီဒီယို အပိုင်းလေးတွေနဲ့ လည်းပြတော့ ပိုပြီးမြင်ရတာပေါ့”  
(အမျိုးသမီး၊ ၄၁ နှစ်၊ ကရင်ပြည်နယ်)

ဒုတိယ ကိုးကားချက်တွင် ဖော်ပြထားသည့် အတိုင်း၊ ဖေ့စဘုတ်သည် ယုံကြည်စိတ်ချမှု အနည်းဆုံး သတင်းရင်းမြစ်တစ်ခု ဖြစ်သည်။ သတင်းအချက်အလက်အများစုသည် ရေးသားထားခြင်းဖြစ်၍ သာမက ထိုပလက်ဖောင်းပေါ်ရှိ သတင်းမှားပမာဏကို ကောင်းစွာသိရှိနေခြင်းကြောင့်လည်း ဖြစ်သည်။ သို့သော်လည်း ထို မယုံကြည်မှုက ဖေ့စဘုတ်ကို သတင်းနှင့် အချက်အလက်များ ရနိုင်သည့် အရေးပါသော ရင်းမြစ်အဖြစ် အားထားနေကြမှုကိုမူ မတားဆီးနိုင်ပေ။

### ဖေ့စဘုတ်သည် ယုံကြည်စိတ်ချရမှု နိမ့်ပါးသော်လည်း လွှမ်းမိုးထားသည်။

ဖေ့စဘုတ်သည် မြန်မာနိုင်ငံ မီဒီယာဈေးကွက်တွင် ကြီးမားသော ဇာတ်ဆောင်တစ်ဦးဖြစ်လာကြောင်း သတင်းများမရှိပေ။ ဤလေ့လာချက်တွင်ပင် ၁၀ ဦးလျှင် ၇ဦးမှာ ဖေ့စဘုတ်ကို အသုံးပြုကြပြီး မြန်မာနိုင်ငံလူဦးရေ၏ ၄၁ ရာခိုင်နှုန်းသည် ဖေ့စဘုတ်ကို များစွာ အသုံးပြုသူများကြကြောင်းခန့်မှန်းထားသည်။<sup>၁၈</sup> ဖေ့စဘုတ်ကို မိတ်ဆွေများ၊ ဆွေမျိုးသားချင်းများနှင့် ဆက်သွယ်ရေးအတွက် အသုံးပြုကြပြီး နောက်ဆုံးရသတင်းနှင့် အချက်အလက်များ ရရှိနိုင်သည့် ကွန်ရက်အဖြစ်လည်း အသုံးပြုသည်။ ပြည်သူ့အများအပြားအတွက် ဖေ့စဘုတ်သည် စစ်မှန်သော လက်ဆောင်တစ်ခုဖြစ်သည်။

“ဖေ့စဘုတ်မရှိခင်က ကျွန်တော်တို့မှာ လျှပ်စစ်မီးကလည်း ၂၄ နာရီမရတော့ သတင်းတွေ လွတ်သွားတယ်။ ရုပ်မြင်သံကြား သတင်းကလည်း ခဏပဲ လာတာလေ။ ဖေ့စဘုတ်နဲ့ကျတော့ သတင်းတွေအကုန်လုံးကို လက်လှမ်းမီတာပေါ့။”  
(အမျိုးသား၊ ၁၉ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

“ဖေ့စဘုတ်မရှိခင်က၊ ကမ္ဘာကြီးမှာ ဘာတွေဖြစ်နေတယ်ဆိုတာကို ကျွန်တော်တို့ မသိရဘူး။ အခုကျတော့ ကမ္ဘာကြီးက ရွာတစ်ရွာလိုဖြစ်သွားတယ်။ ဘာဖြစ်ဖြစ် သိနိုင်တယ်လေ။”  
(အမျိုးသမီး၊ ၂၃ နှစ်၊ မွန်ပြည်နယ်)

အချို့ကမူ ဖေ့စဘုတ်ကြောင့် သူတို့၏ လွတ်လပ်စွာ ရေးသားထုတ်ဖော်ပြောဆိုခွင့်ကို ချဲ့ထွင်နိုင်ကြောင်း အမွှန်းတင်ကြသည်။ ဖေ့စဘုတ်သည် သူတို့၏ အသံများကို ကြားနိုင်အောင် နေရာတစ်ခုပေးသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဖေ့စဘုတ်သည် စောင့်ကြည့်စစ်ဆေးထိန်းကျောင်းရန် ထင်ရှားသော ကိရိယာတစ်ခု ဖြစ်လာနေသည်ဟု ဆိုသည်။

“လူတိုင်းလူတိုင်း ဖေ့စဘုတ်ပေါ်အလွယ်တကူ တင်လို့ရတယ်။ တစ်ယောက်ယောက်က တစ်ခုခု မှားယွင်းလုပ်ဆောင်မိတယ်ဆိုရင် အမှန်ကို သိတဲ့သူက အဲဒီအကြောင်းကို ဖေ့စဘုတ်ပေါ်မှာ တင်နိုင်တယ်။ ဖေ့စဘုတ်အသုံးပြုတဲ့လူတွေက သတင်းအချက်အလက်တွေကို လွယ်လွယ်လေး ရနိုင်တော့ အမှားလုပ်ဖို့ တော်ရုံနဲ့ မလုပ်ဖို့တော့ ဘူးပေါ့။”  
(အမျိုးသား၊ ၂၂ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

သို့သော်လည်း အချို့သော ပါဝင်သူများသည် ဖေ့စဘုတ်နှင့် သတင်းမှားများ၊ ပုံဖျက်ထားသော သတင်းများ တဟုန်ထိုး ပွားများလာခြင်းနှင့်ပတ်သက်၍ စိုးရိမ်ပူပန်မှုများမြင့်တက်နေကြသည်။ အများအပြားက ဖေ့စဘုတ်သည် “သတင်းတုများ” သို့မဟုတ် “ပရိဖိုင်းအတုများ” (ကိုယ်ရေးအတုများ) တည်ရှိရာဖြစ်သည်ဟု ဆိုသည်။ သို့မဟုတ် ပျံ့နှံ့နေသည့် သတင်းမှားများကြားရသည့်နေရာဟု ဆိုသည်။ အနည်းငယ်ကသာ တိကျသောဥပမာများပေးကြသည်။ သို့မဟုတ်ပြဿနာကို သူတို့အနေဖြင့်မည်သို့ ရှောင်တိမ်းနိုင်ကြောင်း ရှင်းပြသည်။ ပလက်ဖောင်းအကြောင်း ပြောဆိုရန်မှာ သာမန်ကိစ္စဖြစ်ပုံရပြီး ထိုပလက်ဖောင်းကို အမှန်တကယ် သုံးစွဲမှုမှ လူအများကို အပြည့်အဝဟန့်တားနိုင်သောအရာ မရှိပေ။

သတင်းမှားများ၊ သတင်းတုများသည်

ပြဿနာတစ်ရပ်ဖြစ်နေသည်သာမက လူအများသည် ဖေ့စဘုတ်နှင့်အတူ ရှိနေကြသည်။ တူညီသော ဖော်ပြချက်တစ်ရပ်မှာ ဖေ့စဘုတ်သည် အချိန်ကုန်ပြီး လူအများ၏ အချိန်များကို ခိုးယူနေသည် ဟုဖော်ပြကြခြင်း ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် လူအများကို ကောင်းမွန်စွာအိပ်စက်ခြင်း သို့မဟုတ် လေ့လာသင်ကြားမှုများ၊ အလုပ်များတွင် အာရုံစူးစိုက်ခြင်း တို့ကိုလည်း အဟန့်အတားဖြစ်စေသည်ဟု စိတ်ဝင်စားဘွယ်ဖော်ပြကြသည်။ နောက်ထပ် တူညီသော ဖော်ပြချက်တစ်ခုမှာ ဖေ့စဘုတ်၏ လူမှုဆိုင်ရာလွှမ်းမိုးမှုဖြစ်သည်။ လူငယ်များသည် အွန်လိုင်းတွင် တွေ့ဆုံရာမှ ခိုးပြေးကြကြောင်းနှင့် လူကုန်ကူးမှုပြဿနာများအကြောင်း ဖြစ်ရပ်ဇာတ်လမ်းများကို အသေးစိတ်ပြန်ပြောကြသည်။ အထူးသဖြင့် အသက်ပိုကြီးသူများက လူငယ်များအပေါ် ဖေ့စဘုတ်၏ လွှမ်းမိုးမှုကို မနှစ်သက်ကြပေ။

“ဖေ့စဘုတ်က တခြားဟာတွေထက် သတင်းတွေကို ပိုပြီးမြန်မြန်ပေးနိုင်ပေမယ့် အတုအယောင်တွေလည်း အများကြီးပဲ (အကောင့်များနှင့် သတင်းများ)။ လူတချို့က အွန်လိုင်းပေါ်မှာ တွေ့ကြတယ်၊ ပြီးတော့ တစ်ယောက်နဲ့ တစ်ယောက် ချိန်းကြတယ်။ အပြင်မှာတွေ့ဖို့ ကြိုးစားတဲ့အခါ အမျိုးသမီးတွေ ဒုက္ခရောက်ကရော (လူမှုရေးပြဿနာများ)”  
(အမျိုးသား၊ ၆၀ နှစ်၊ ကယားပြည်နယ်)

လူအများ၏ ဖေ့စဘုတ်အပေါ် နားလည်မှုကို လေ့လာကြည့်သောအခါ ပါဝင်သူအများစုသည် ဖေ့စဘုတ်နှင့် အင်တာနက်ကို မခွဲခြားနိုင်ကြကြောင်း သိရှိရသည်။ အများစုသည် လည်ပတ်ရန်အတွက် အင်တာနက်ပေါ်တွင် မှီတည်နေသည့် ဖေ့စဘုတ်ပလက်ဖောင်းအကြောင်း အနည်းငယ်သာသိကြသည်။ ထိုမျှသာမက ပလက်ဖောင်းတွင်ပါဝင်သော အင်္ဂါရပ်များကို နားလည်မှုမှာလည်း နိမ့်ပါးသည်။ သူတို့ပါဝင်နေသည့် ဂရုများ သို့မဟုတ် သူတို့ နောက်လိုက်လုပ်ထားသော (ဖော်လိုလုပ်ထားသော) ပေဂျ် (စာမျက်နှာများ) ကို အနည်းငယ်ကသာ သိရှိကြသည်။ သို့သော်လည်း အများအပြားက တစ်ဦးတစ်ယောက်ချင်းက ရေးသားတင်ပြသော



တင်ပြချက်နှင့် သတင်းမီဒီယာက တင်ပြသော တင်ပြချက်တို့ကွာခြားပုံကို နားလည်ကြသည်။ တစ်ဦးတစ်ယောက်ခြင်း၏ တင်ပြချက်များသည် ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဘက်လိုက်မှုများ ပါဝင်နိုင်သဖြင့် သတိပြု ကိုင်တွယ်သင့်သည်ဟု ဖော်ပြကြသည်။

ထိုအချက်က ဤလေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သောသူများအတွင်း အင်တာနက်တတ်သိ

နားလည်မှုမှာ နိမ့်ပါးသော်လည်း ဖေ့စဘုတ်ကဲ့သို့သောပလက်ဖောင်းသည် သတင်းနှင့်အချက်အလက်များအတွက် အားထားရသည့် အရာဖြစ်လာသော အခါ ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် အန္တရာယ်များအကြောင်းကို ဖြည့်ဖြည်းချင်း သင်ယူ နေကြသည်ကို တွေ့ရသည်။ သို့သော်လည်း ဖြတ်ကျော်ရမည့် လမ်းကြောင်းတစ်ခုဖြစ်နေဆဲဖြစ်သည်။ အထူးသဖြင့် သတင်းမှန်

နှင့် သတင်းမှား ခွဲခြားနိုင်မှု ရှိခြင်းနှင့် ပတ်သက်၍ ဆိုရလျှင် ဖြစ်ရပ်နှင့်ပတ်သက်၍ သိရှိထားမှု လိုအပ်သည်သာမက အချက်အလက်များစစ်ဆေးရန်နှင့် မှန်မမှန် အတည်ပြုရန် ကိရိယာများနှင့် ရင်းမြစ်များ လက်လှမ်းမီရန်လည်း လိုအပ်သည်။

# နိဂုံး

မြန်မာလူထုသည် လုံးဝအသစ်ဖြစ်နေသော မီဒီယာဝန်းကျင်နှင့်ကိုက်ညီအောင် သူတို့၏ အမူအကျင့်ကို ညှိယူရန် ရရှိခဲ့သော အချိန်မှာ အလွန်တိုတောင်းသည်။ ၂၀၁၁ မှ ၂၀၁၅ခုနှစ် နိုင်ငံရေးအသွင်ပြောင်းလဲမှုကာလအတွင်းနှင့် ထိုကာလနောက်ပိုင်း မီဒီယာ မြင်ကွင်းသည် သိသိသာသာပြောင်းလဲသွားသည်သာမက အစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာ၏ အလျင်အမြန်တိုးချဲ့ နေရာယူလာမှု မှီတိုင်းဖုန်းများ လက်လှမ်းမီ တတ်နိုင်လာမှု၊ နှင့် အွန်လိုင်း ပလက်ဖောင်းတို့သည် နိုင်ငံတွင်းရှိ လူကြီးလူငယ်အားလုံးအတွက် လုံးဝ အသစ်ဖြစ်သော လောကကို ဖော်ပြလိုက်သည်။ ဤအပြောင်းအလဲများနှင့် ကူးပြောင်းမှုဖြစ်စဉ်များသည် ပရိသတ်များအပေါ် သာမက သတင်းအချက်အလက် စုဆောင်းရန်နှင့် ဖြန့်ဖြူးရန်အတွက် လမ်းကြောင်းသစ်ဖော်ထုတ်ရန် လိုအပ်နေသည့် မီဒီယာများနှင့် သတင်းသမားများကိုပါ လှမ်းမိုးသွားသည်။ လူတိုင်းလူတိုင်းသည် တစ်ကြိမ်

တွင် တစ်လှမ်းနှုန်းဖြင့် မီဒီယာဝန်းကျင်အသစ်နှင့် လိုက်ပါညှိနှိုင်းနေရဆဲ ဖြစ်သည်။

ဤလေ့လာချက်၏ ရည်ရွယ်ချက်မှာ လက်ရှိ အသွင်ပြောင်းကာလအတွင်း သင့်လျော်သော သတင်းအချက်အလက်များဖြင့် မီဒီယာများနှင့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့အစည်းများကို လူနည်းစုတိုင်းရင်းသားများနှင့် ချိတ်ဆက်ပေးကာ လမ်းညွှန်နိုင်ရန်အတွက် ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် သူတို့အနေဖြင့် ပရိသတ်၏ လိုအပ်ချက်၊ အမူအကျင့်နှင့် ကျွမ်းကျင်မှုများကို ပိုမိုနားလည်လာမည်ဖြစ်သည်။

**အကြောင်းအရာဆန်းစစ်ချက်**တွင် မွန်သတင်းအေဂျင်စီ၊ ကရင်သတင်းစင်တာနှင့် ကန္တာရဝတီတိုင်း စသည့် ELTV သုံးခုမှ မီဒီယာအကြောင်းအရာများတွင် တိုင်းရင်းသား လူနည်းစုများ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုကို လေ့လာခဲ့သည်။ ဆန်းစစ်ချက်အရ မီဒီယာသုံးခုတို့သည် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ၏ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုကို မျှတသော အဆင့်တစ်ခု ရအောင်

စီမံခဲ့သည်ကို တွေ့ရသည်။ နမူနာတွင်ပါဝင်သော သတင်း ၁၅ ပုဒ်တွင် ရှစ်ပုဒ်၌ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများ ကိုယ်စားပြုပါဝင်ခဲ့ပြီး ရင်းမြစ်အားလုံး၏ သုံးပုံတစ်ပုံထက် ကျော်လွန်ပါဝင်ခဲ့သည်။ အမျိုးသမီးပါဝင်မှုမှာ နိုင်ငံအဆင့် ပျမ်းမျှ ( ၁၆ ရာခိုင်နှုန်း) နှင့် ယှဉ်လျှင် မျှတစွာ ပါဝင်ခဲ့သော်လည်း ရင်းမြစ်အားလုံး၏ သုံးပုံတစ်ပုံသာပါရှိနေသေးသည်။

လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများ၏ ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုသည် မြန်မာမီဒီယာများတွင် တွေ့ရလေ့ရှိသည်ထက် မြင့်မားသော်လည်း လုပ်ပိုင်ခွင့်ရှိသော နေရာမှ ပုံဖော်တင်ပြမှုနည်းပါးနေသည်။ သူတို့ဖြစ်ရပ်များအတွက် အသံထုတ်နိုင်သည့် နေရာပံ့ပိုးနိုင်ခဲ့သော်လည်း အချို့သော အုပ်စုများ၏ လိုအပ်ချက်များနှင့် အတိအကျကို မီးမောင်းထိုးဖော်ပြရန် သတင်းထောက်များက ရွေးချယ်ကာ ဘောင်သွင်းလိုက်ခြင်းကြောင့် သားကောင်များအဖြစ်သာ ဖော်ပြခံရသည်။ ထိုမျှသာမက ပရိသတ်လေ့လာချက်က



ဦးတည်ပရိသတ်အားလုံးတို့သည် မီဒီယာက သူတို့ကို ပုံဖော်သည့် နည်းလမ်းကို ကျေနပ်နေကြသည်မဟုတ်ပေ။ အချို့သော ဖြစ်ရပ်များတွင် ကောင်းမွန်သင့်လျော်သော ဖော်ပြပုံမရှိသောကြောင့် မီဒီယာအပေါ် ယုံကြည်စိတ်ချမှုလျော့ပါးသွားရသည်။ ဤအချက်က ယုံကြည်စိတ်ချရမှု တည်ဆောက်လိုခြင်း၊ ရည်ရွယ်တည်တံ့သော ဆက်ဆံရေး တည်ဆောက်လိုခြင်းတို့အတွက် ဦးတည်ပရိသတ်အကြောင်း စေ့စပ်သေချာစွာ နားလည်မှု လိုအပ်ခြင်းကို မီးမောင်းထိုးပြသည်။

**ပရိသတ်လေ့လာချက်က** မွန်၊ ကယားနှင့် ကရင်ပြည်နယ်တို့ရှိ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများသည် သူတို့နှင့် နေ့စဉ်ဘဝနှင့် သက်ဆိုင်သော သတင်းနှင့် အချက်အလက်များကို စိတ်ဝင်စားကြကြောင်း ပြသနေသည်။ သူတို့၏ ဒေသခံ ရပ်ရွာအကြောင်း တိကျသည့် သတင်းများကို ခိုင်မာသည့် မှတ်တမ်းမှတ်ရာများဖြင့် ဖော်ပြသည်ကို လိုလားပြီး (သက်ဝင်လှုပ်ရှားနေသော ပုံရိပ်များကို ပိုလိုလားသည်) သတင်းကို နှောင့်နှေးမှုမရှိဘဲ သူတို့ဘာသာစကားဖြင့် ဖြန့်ဝေစေလိုသည်။ ရာသီဥတု၊ ကျန်းမာရေး၊ ပညာရေး၊ ကုန်စည်ဈေးနှုန်း၊ ပဋိပက္ခ၊ မှုခင်းနှင့် နိုင်ငံရေးအစရှိသည့် သူတို့နေရာနှင့် နီးစပ်သော

အကြောင်းအရာများကို စိတ်ဝင်စားသည်။ အလားတူ ဖျော်ဖြေရေးပိုဆန်သော အားကစားသတင်း၊ ထင်ရှားကျော်ကြားသူများ၏ သတင်းနှင့် ဘဝနေထိုင်မှုပုံစံ ဆိုင်ရာ သတင်းများကို ပိုမို နှစ်သက်သူများရှိသည်။

အသက်အရွယ်အုပ်စုအားလုံးတွင် ရုပ်မြင်သံကြားသည် အကြိုက်ဆုံး သတင်းရရှိရာ ရင်းမြစ်ဖြစ်သည်။ လူမှုမီဒီယာက ဒုတိယလိုက်သည်။ (အထူးသဖြင့် ဖွဲ့စည်းတတ် ဖြစ်သည်) သို့သော်လည်း ပို၍ငယ်ရွယ်သော မျိုးဆက်က ရွေးချယ်ခြင်းဖြစ်သည်။ ကယားလူမျိုးများနှင့် မွန်လူမျိုးများအကြားတွင် မိတ်ဆွေများနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများသည်လည်း သတင်းနှင့် အချက်အလက်များ ရရှိရာ အရေးပါသည့် ရင်းမြစ်အဖြစ် တွေ့မြင်ရသည်။ ထိုသို့ဖြစ်ရခြင်းသည် အခြားသတင်းရင်းမြစ်များကို လက်လှမ်းမီမှုမရှိခြင်းကြောင့် ဖြစ်နိုင်သည်။ ရုပ်မြင်သံကြား၊ သတင်းစာနှင့် အင်တာနက် (လိုအပ်သော ပစ္စည်းကိရိယာများ၊ အရင်းအမြစ်များနှင့် အခြေခံ အဆောက်အအုံများ မရှိခြင်း) တို့လက်လှမ်းမီရရှိရန် ခက်ခဲခြင်းကြောင့် နှုတ်မှတဆင့်ပြောသော သတင်းများသည် သတင်းရရှိရန် အရေးပါသော နည်းလမ်းတစ်ရပ် ဖြစ်လာသည်။

ယုံကြည်စိတ်ချရမှုနှင့်ပတ်သက်၍ ပါဝင်သူများသည် ဒေသအတွင်းတည်ရှိသော မီဒီယာများကို ဦးစားပေးကြသည်။ DVB နှင့် ELTV ကဲ့သို့သော တိုင်းရင်းသားဒေသများမှ သတင်းကို တိုက်ရိုက်တင်ဆက်နိုင်သည့် မီဒီယာများသည် ပါဝင်သူများ၏ ခံစားချက်တွင် ယုံကြည်မှု အရဆုံး ဖြစ်ကြသည်။ သူတို့နှင့် သူတို့၏ အရေးကို အလေးအနက်ထားသည်ဟု ခံစားရခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ (အထက်တွင် ဖော်ပြထားသည့် အသေးအဖွဲ့ ချွင်းချက်များရှိ နေသော်လည်း)။ ပါဝင်သူများသည် ကိစ္စရပ်များနှင့် ပတ်သက်၍ အာဏာပိုင်တို့၏ အမြင်ကို အမြဲတမ်း ရရှိနိုင်ရန် အစိုးရမီဒီယာ သို့မဟုတ် စစ်တပ်ပိုင်မီဒီယာများမှ ရရှိသော သတင်းများကို ကြည့်ရှုရန် ရွေးချယ်ကြသော်လည်း ထိုမီဒီယာများကို ယုံကြည်စိတ်ချမှု အနည်းဆုံး ဖြစ်သည်။ အလားတူပင် ဖွဲ့စည်းမီဒီယာတွင်လည်း တွေ့ရသည်။ လူမှုမီဒီယာများသည် သတင်းရရှိမှုနှင့်ပတ်သက်၍ ပါဝင်သူများ ရွေးချယ်ကြသည့် ရင်းမြစ်တစ်ခုဖြစ်သော်လည်း ယုံကြည်စိတ်ချရမှု အနည်းဆုံး အဖြစ်လည်း မြင်ကြသည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် လူအများသည် ပလက်ဖောင်းနှင့်ပတ်သက်၍ အယုံအကြည်ကင်းမဲ့မှု မြင့်မားစွာ ရှိနေပြီး “သတင်းတုများ” ဖြစ်ပေါ်လာရာ နေရာအဖြစ် မည်သို့ သိရှိနိုင်သည်ကို ရှင်းပြကြသည်။ သို့သော်လည်း သတင်းမှားများ၊ ပုံဖျက်ထားသော သတင်းများကို မည်သို့ ဖော်ထုတ်နိုင်သည်ဆိုသည်နှင့် ပတ်သက်၍ အနည်းငယ်မျှသာ ရှင်းပြနိုင်ကြပြီး ထိုပလက်ဖောင်းသည် သတင်းများကို ဖြစ်ပေါ်သည့် အချိန်နှင့်နီးကပ်စွာ (အချိန်နှင့်တပြေးညီ) ဖြန့်ဖြူးနိုင်ခြင်းအားဖြင့် ဟာကွက်ကို ဖြည့်ဆည်းနိုင်သည်။ ထိုမျှသာမက ယေဘုယျအားဖြင့် အင်တာနက်ကို တတ်သိနားလည်မှု၊ အထူးသဖြင့် ဖွဲ့စည်းတတ်ကို နားလည်မှုသည် ဤလေ့လာချက်တွင်ပါဝင်သော လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများအကြားတွင် နိမ့်ပါးနေဆဲဖြစ်သည်။ သတင်းအချက်အလက်များကို နေ့စဉ်ပုံမှန် ရရှိနိုင်မှု မရှိခြင်းနှင့် အချက်အလက် စစ်ဆေးခြင်း စနစ်မရှိခြင်းတို့ ပေါင်းလိုက်သောအခါ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများသည် မကောင်းသော/ ဆိုးရွားသော ရည်ရွယ်ချက်ရှိသည့် လူမှုမီဒီယာလှုပ်ရှားမှုများအတွက် လွယ်ကူသော ပစ်မှတ်ဖြစ်လာနိုင်သည့် အန္တရာယ်ရှိသည်။

---

## အသက်အရွယ်အုပ်စုအားလုံးတွင် ရုပ်မြင်သံကြားသည် အကြိုက်ဆုံး သတင်းရရှိရာ ရင်းမြစ်ဖြစ်သည်။ လူမှုမီဒီယာက ဒုတိယလိုက်သည်။

# ထောက်ခံအကြံပြုချက်များ

IMS-Fojo သည် တိုင်းရင်းသားမီဒီယာ လေ့လာချက်မှ ရလဒ်များက မြန်မာနိုင်ငံတွင် အလုပ်လုပ် လည်ပတ်နေသော မီဒီယာများ၊ သတင်းသမားများ၊ မီဒီယာပညာရေးနှင့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့အစည်းများအတွက် လှုံ့ဆော်အားပေးမှု တစ်ရပ်အဖြစ် ဆောင်ရွက်နိုင်လိမ့်မည်ဟု မျှော်လင့်ပါသည်။ အကြောင်းအရာ ဆန်းစစ်ချက်နှင့် ပရိသတ်လေ့လာချက် တို့မှ တွေ့ရှိချက်များကို လက်တွေ့အကြံပြုချက်များဆီသို့ မြှင့်တင်ရန် ကြိုးပမ်းရာတွင် ကျွန်ုပ်တို့သည်အောက်ပါတို့ကို ထောက်ခံအကြံပြုထားပါသည်။

### မီဒီယာတိုက်များနှင့် သတင်းသမားများအတွက်

- ဒေသအတွင်းသို့ သွားရောက်ပါ - ဒေသခံ ရပ်ရွာအတွင်း ရှိနေသင့်ပါသည်။ ( ဒေသခံ ရပ်ရွာလူထုအတွင်းမှ သတင်းထောက်ကို ငှားရမ်းရန် ထည့်သွင်းစဉ်းစားပါ) သတင်းဖြစ်ပေါ်သော နေရာမှ တိုက်ရိုက် သတင်းပေးပါရန်။
- ပရိသတ်နှင့် ဆက်သွယ်ပါ- ပရိသတ်များနှင့် ရင်းနှီးမှုတည်ဆောက်ပါရန်။ သူတို့၏ လိုအပ်ချက်များနှင့် အမြင်များကို သိအောင် လုပ်ထားသင့်သည်။ ယုံကြည်စိတ်ချမှု တည်ဆောက်ရန်နှင့် တိုးမြှင့်ရန် သူတို့၏ ရပ်ရွာအတွင်းမှာ ပင် တွေ့ဆုံစည်းဝေးသင့်သည်။
- သင့်လျော်သော ဘာသာစကားနှင့် လေးစားမှုရှိသော အသုံးအနှုန်းများ သုံးစွဲပါ- တိုင်းရင်းသားများ၏ ယဉ်ကျေးမှု ဓလေ့များကို နားလည်လေးစားကြောင်း ပြသရန် အတွက် ဘာသာစကားနှင့် စကားလုံးရွေးချယ်မှုကို အကဲဆတ်ခြင်းလိုအပ်သည်။
- ပုံသေကားကျ ဘောင်သွင်းခြင်းကို သတိထားပါ- အချို့သော အခြေအနေများတွင် တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို ခံရသူသားကောင်အဖြစ် တင်ပြခြင်းသည် ကျိုးကြောင်းဆီလျော်သည်ဟု ထင်ရသော်လည်း ထိုသို့သော ပုံဖော်မှုသည် သူတို့ကို အခြားသူများက မြင်သည့် အမြင်ကို ထိခိုက်စေပြီး လူမှုဝန်းကျင်တွင် သူတို့၏ တည်ရှိမှုကိုပါ ထိခိုက်နစ်နာစေနိုင်သည်။
- ပွင့်လင်းမြင်သာခြင်းနှင့် မှတ်တမ်းမှတ်ရာများ ထည့်သွင်းခြင်း- လူအများတွင် သူတို့ ကြိုကြိုက်နေရသော သတင်းအချက်အလက်များကို သဘာဝအလျောက် အယုံအကြည်မရှိခြင်း ဖြစ်တတ်ရာ အချက်အလက်များနှင့် ခိုင်မာသော မှတ်တမ်းမှတ်ရာများဖြင့် လက်ခံ

ယုံကြည်စေရန် လိုအပ်သည်။ သက်ဝင်လှုပ်ရှားနေသော ပုံရိပ်များဖြင့် တင်ပြနိုင်လျှင်ပိုကောင်းသည်။

- ပညာရပ် ဆန်လွန်းသော သတင်းတင်ပြမှု သို့မဟုတ် စာဖတ်သူများအတွက် လေးလံသော ရေးသားမှုများနှင့် သတင်းတင်ပြမှုကို ရှောင်ကြဉ်ပါ။
- ဟန်ကြီးပန်ကြီးဖြင့် သတင်းတင်ဆက်ခြင်းသည် ပရိသတ်များနှင့် ကင်းကွာစေပြီး ခေါင်းစဉ်ကိုကျော်၍ ဆက်လက်ဖတ်ရှုလိုစိတ်ကို နှောင့်ယှက်ဟန့်တားသည်။

### မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် သင်ကြားရေးအဖွဲ့အစည်းများအတွက်

- လူနည်းစု နောက်ခံအကြောင်းရှိသော သူများကို သတင်းလုပ်ငန်းဖြင့် အသက်မွေးမှုကို လေ့လာလိုက်စားရန် အားပေးပါ။ - လူနည်းစုနောက်ခံအကြောင်းရှိသော သတင်းသမားများ ပိုမိုများပြားလာပါက တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများကို ပိုမိုကောင်းမွန်တိကျစွာ ကိုယ်စားပြုပါဝင်လာစေနိုင်မည် ဖြစ်သည်။
- သတင်းအချက်အလက်များကို ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ လက်လှမ်းမီ ပါစေအထူးသဖြင့် ဒေသတွင်းအဆင့်တွင် ဖြစ်သည်။ - တိကျသေချာသော ကိုယ်စားပြုပါဝင်မှုကို အာမခံထားလင့်ကစား တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများအကြောင်း သတင်းတင်ပြရန်အတွက် အပိုဆောင်း စေ့ဆော်မှုများ ပြုလုပ်ပေးသင့်သည်။
- အမျိုးသမီးများနှင့် အခြားအပယ်ခံအုပ်စုများကို ဦးစားပေးပါ- အမျိုးသမီးများ၊ တိုင်းရင်းသားလူနည်းစုများနှင့် ကျေးလက်ဒေသတွင် နေထိုင်သူများသည် အခြားအုပ်စုများထက် သတင်းအချက်အလက် လက်လှမ်းမီရရှိမှု

နည်းပါးပြီး မီဒီယာနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်တတ်သိနားလည်မှုလည်း နိမ့်ပါးသည်။ ထိုအုပ်စုများအတွက် အထူးအာရုံစိုက်ခြင်းသည် သူတို့ကို နောက်တွင်ချန်မထားခဲ့ကြောင်းသေချာစေမှုအတွက် အရေးကြီးသည်။

- အချက်အလက် စစ်ဆေးခြင်းအတွက် စနစ်များ တည်ထောင်ပါ- သတင်းအချက်အလက်များ မှန်ကန်မှုရှိမရှိ စစ်ဆေးနိုင်ရန် လိုအပ်သော ကိရိယာများပံ့ပိုးခြင်းပြုလုပ်သင့်သည်။ ဒေသခံဘာသာစကားဖြင့်လည်း ပံ့ပိုးသင့်သည်။
- သတင်းသမားများ၏ ပရိသတ်များနှင့် ချိတ်ဆက်ဆက်သွယ်ခြင်း စွမ်းရည်ကို ဖြည့်ဆည်းပါ- သတင်းသမားများသည် သူတို့တင်ဆက်သည့် အကြောင်းအရာများ၏ အရည်အသွေးနှင့် ရောက်ရှိပျံ့နှံ့မှုကို မြှင့်တင်ရန်အတွက် ပရိသတ်များနှင့် တက်ကြွစွာ ချိတ်ဆက်ခြင်းတွင် တည်ရှိနေသော စွမ်းပကားများကို နားလည်စေခြင်း အားဖြင့် သတင်းသမားများကို ကူညီပံ့ပိုးသင့်သည်။
- လူအများ၏ မီဒီယာ တတ်သိမှုနှင့် သတင်းအချက်အလက် ရှာဖွေမှုစွမ်းရည်ကို မြှင့်တင်ပေးပါ- အရည်အသွေးပြည့်မီသော အကြောင်းအရာများကိုသာ ဖြန့်ဖြူးခြင်းသည် ပရိသတ်များထံ ရောက်ရှိပြီး ချိတ်ဆက်မိသောအခါ သက်ရောက်မှုတစ်ရပ် ရှိလာသည်။ သတင်းစီးဆင်းမှုနှင့် ချိတ်ဆက်ရန် ပရိသတ်၏ စွမ်းရည်ကို အလေးဂရုပြုခြင်းသည် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေး အားထုတ်ကြိုးပမ်းမှုများ၏ အောင်မြင်မှုအတွက် ပဓာန ဖြစ်သည်။



ဤစာအုပ်တွင် ၂၀၁၉ ခုနှစ်အတွင်း ကရင်ပြည်နယ်၊ ကယားပြည်နယ် နှင့် မွန်ပြည်နယ်တို့ရှိ လူနည်းစု တိုင်းရင်းသားများ၏ မီဒီယာ အလေ့အကျင့်များကို အတွင်းကျကျလေ့လာတင်ပြထားပါသည်။ သတင်းအချက်အလက်များ လက်လှမ်းမီရရှိမှုတွင်လည်းကောင်း၊ မီဒီယာများက ကိုယ်စားပြုဖော်ပြခြင်းတွင် မျှမျှတတရရှိမှုတွင် လည်းကောင်း တိုင်းရင်းသားများ ရင်ဆိုင်နေရသည့် စိန်ခေါ်မှု များကို ဆွေးနွေးတင်ပြထားပါသည်။

ဤလေ့လာမှုကို မြန်မာနိုင်ငံဆိုင်ရာ နော်ဝေနိုင်ငံသံရုံး၏ ထောက်ပံ့ မှုဖြင့် IMS-Fojo က ပညာအလင်းပွင့်ဖောင်ဒေးရှင်း (EMReF) နှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ထားပါသည်။



Norwegian Ministry  
of Foreign Affairs



paving the way for good journalism



This publication has been made possible with support from the Ministry of Foreign Affairs of Norway.

IMS is a non-profit organisation working to support local media in countries affected by armed conflict, human insecurity and political transition.  
[www.mediasupport.org](http://www.mediasupport.org)

CONTACT  
[info@mediasupport.org](mailto:info@mediasupport.org)

VISIT  
[www.mediasupport.org](http://www.mediasupport.org)

CONNECT  
[forfreemedia](#)  
[InternationalMediaSupport](#)