



ပြည်သူ့လွှတ်တော်ရုံး သုတေသနဌာန

ရက်စွဲ ။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဩဂုတ်လ ၁၄ ရက်

နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များ၏ Digital Diplomacy အသုံးပြုမှု

အကျဉ်းချုပ်

ယခုကာလ ရွေးကောက်ပွဲဝင်ရောက်ယှဉ်ရောက်မည့် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများအနေဖြင့် ကျန်းမာရေးဝန်ကြီးဌာန၏ ထုတ်ပြန်ချက်များနှင့်အညီ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုတွင် ကန့်သတ်ချက်များ ရှိနိုင်ပါသည်။ ဤအခြေအနေမျိုးတွင် လူမှုကွန်ရက် Application များဖြစ်သော Facebook ၊ Twitter တို့ကိုအသုံးပြု၍ Digital Diplomacy ကိုကောင်းစွာအသုံးပြုနိုင်ခြင်းသည် မဲဆန္ဒရှင်များအပါအဝင် ပြည်သူလူထုနှင့် ထိတွေ့ဆက်ဆံရာတွင် ပြည်သူလူထု၏ဆန္ဒကို ထင်ဟပ်စေပြီး မိမိရည်မှန်းချက်နှင့် လုပ်ငန်းများကို ချပြရာတွင် များစွာထိရောက်မှုရှိပါသည်။ ၂၀၁၅ ခုနှစ် ရွေးကောက်ပွဲမဲဆွယ်မှုသည် နယ်လှည့်မဲဆွယ်စည်းရုံးရေးမှုပုံသဏ္ဌာန်သည် အဓိကဖြစ်ခဲ့ပြီး ယခု ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် ရွေးကောက်ပွဲ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုသည် လူမှုကွန်ရက်ကိုအဓိကအသုံးပြု၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှု ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ မဲဆွယ် စည်းရုံးရေးလုပ်ငန်းများကို ကိုယ်စားလှယ်များအနေဖြင့် ရွေးကောက်ပွဲကော်မရှင်မှ ထုတ်ပြန်ပေးမည့် ကာလအတွင်း ပြုလုပ်ခွင့်ရှိနေရာ ပါတီများ၊ ကိုယ်စားလှယ်များ၏ လှုပ်ရှားမှုများကို လူမှုကွန်ရက် Facebook Community Standards ပါအတိုင်း ဆောင်ရွက်ကြရမည်ဖြစ်ပါသည်။ သတင်းအချက် အလက်များကို လူမှုကွန်ရက်မှတစ်ဆင့် အချိန်နှင့်တပြေးညီ ပေးပို့ခြင်းဖြင့် မဲဆန္ဒရှင်များထံသို့ မြန်ဆန်စွာ ပျံ့နှံ့ရောက်ရှိနိုင်ပါသည်။

ယခုစာတမ်းတိုသည် ကမ္ဘာတွင် သံတမန်ဆက်ဆံရေး၏ ကိရိယာတစ်ခုအဖြစ် ဒစ်ဂျစ်တယ် သံတမန်ဆက်ဆံရေး တွင်ကျယ်လာပုံ၊ ကမ္ဘာနိုင်ငံများတွင် လက်ရှိလူမှုကွန်ယက်များကို တွင်ကျယ်စွာ အသုံးပြုနေမှုအခြေအနေ၊ လူမှုကွန်ယက်ကိုကောင်းစွာအသုံးပြုနေသော ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား များ၏ အသုံးပြုမှုသတင်းအချက်အလက်များ၊ အထူးသဖြင့်အမေရိကန်နိုင်ငံသမ္မတနှင့် အိန္ဒိယနိုင်ငံ ဝန်ကြီးချုပ်တို့၏ လူမှုကွန်ယက်အသုံးပြုပုံများ၊ လွှတ်တော်၏ ဆောင်ရွက်ချက်များနှင့် သုံးသပ် ဖော်ပြထားမှုများအား တင်ပြထားပါသည်။

သုတေသနစာတမ်းတို အမှတ်စဉ် (၁၄၄)

ဤစာတမ်းတိုနှင့်ပတ်သတ်၍ သတိပြုရန်အချက်များအား နောက်ဆုံးစာမျက်နှာတွင် ဖော်ပြထားပါသည်။

မာတိကာ

စဉ်	အကြောင်းအရာ	စာမျက်နှာ
၁။	နိဒါန်း	၃
၂။	ရည်ရွယ်ချက်	၄
၃။	နောက်ခံအကြောင်းအရာ	၄
၄။	ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများတွင် လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမှု အခြေအနေများ	၆
၅။	လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုသော ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား ၁၀ ဦး	၈
၆။	၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် Twitter တွင် လူကြိုက်အများဆုံး ပုဂ္ဂိုလ် ၁၀ ဦး	၉
၇။	၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် Facebook အသုံးပြုသော ထိပ်တန်းပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများ	၁၀
၈။	အမေရိကန်သမ္မတ Donald Trump ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြု၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှု	၁၅
၉။	အိန္ဒိယဝန်ကြီးချုပ် Narendra Modi ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြု၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးခြင်း	၁၈
၁၀။	လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုမှုနှင့် စပ်လျဉ်း၍ လွှတ်တော်ဆောင်ရွက်ချက်	၁၅
၁၁။	နိဂုံး	၁၉

နိဒါန်း

၁။ ကမ္ဘာတစ်ဝန်း Covid-19 ကပ်ရောဂါကျရောက်သည့်ကာလတွင် ကမ္ဘာ့နိုင်ငံ ခေါင်းဆောင် အချို့ သည် နိုင်ငံရေး၊ အုပ်ချုပ်ရေးတွင် ပြည်သူကို တိုက်ရိုက်ထိတွေ့တင်ပြရန် Facebook ၊ Twitter စသည့် Social Media များကို အားကိုးလာကြပြီး တရားဝင်သုံးစွဲလာကြပါသည်။ ၎င်း Social Media များကို နိုင်ငံသားများက အားကိုးယုံကြည်လာခြင်းသည် နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များအတွက် ၎င်းတို့ပြောချင်သော သတင်းစကားပါးရန် တိုက်ရိုက်ပြောကြားဆက်သွယ်နိုင်သည့် နေရာတစ်ခု အဖြစ် အခွင့်အလမ်းတစ်ရပ် ဖြစ်လာပါသည်။ Facebook ၏ ထိရောက်မှုသည် သုံးစွဲသူအတွက် တစ်ခဏအတွင်းမှာပင် Follower ပေးသူ၊ Comment ပေးသူ၊ Share ပေးသူများ သန်းနှင့်ချီ၍ ရှိသွားနိုင်ပါသည်။ Social Media အသုံးပြု၍ ပြည်သူနှင့်အနီးကပ် ထိတွေ့မှု ရယူနေသည့် ခေါင်းဆောင်များတွင် အမေရိကန်သမ္မတ Donald Trump ၊ အိန္ဒိယဝန်ကြီးချုပ် Narendra Modi နှင့် မလေးရှားဝန်ကြီးချုပ် Mahathir တို့သည် ထင်ရှားပြီး ကမ္ဘာ့နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များအချို့ပင် Social Media ကို တိုးတက်သုံးစွဲလာကြသည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များသည် Social Media ကို အကျိုးရှိစွာ အသုံးပြုလာခြင်းကြောင့် နိုင်ငံသားများအတွက် ၎င်းတို့ တင်ပြလို သည်များကို တင်ပြခွင့်ရရှိခြင်း၊ ဆွေးနွေးခွင့်ရရှိခြင်း၊ ပြည်သူတို့၏ လိုအပ်ချက်များကို ဖြည့်ဆည်း ခွင့်ရရှိခြင်း စသည့် အကျိုးကျေးဇူးများရရှိပါသည်။ Social Media ကို ဩဇာတက္ကမ ကြီးမားသည့် နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များသည် ယနေ့ခေတ်တွင် မည်သို့အသုံးပြုရမည်ကို သိရှိလာကြသည်။ အကျိုးရှိစွာ အသုံးပြုနိုင်ရေးအတွက်မူ Social Media ၏ သဘောတရားကို ရင်းနှီးကျွမ်းဝင်ရန် လိုအပ်ပါသည်။

၂။ မကြာမီကျင်းပပြုလုပ်မည့် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် ရွေးကောက်ပွဲမဲဆွယ်စည်းရုံးရေးကာလအတွင်း လွှတ်တော်ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများအား နေရာအနှံ့ဆက်သွယ်ပေးသော လမ်းကြောင်းတစ်ခု မှာ Social Media ဖြစ်ပါသည်။ Facebook နှင့် Twitter ကဲ့သို့သော လူမှုကွန်ရက်များသည် ကိုယ်စားလှယ်များနှင့် မဲဆန္ဒရှင်များကို တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်နိုင်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် မိုဘိုင်းဖုန်း ဆင်းကတ်သုံးစွဲသူ သန်း ၆၀ ကျော်ရှိရာ Facebook သုံးစွဲသူ ၂၃ သန်း ကျော်ရှိပါ

သည်။^၁ Facebook ၊ Viber ၊ Twitter ၊ Skype အစရှိသည့် ထင်ရှားအသုံးများသော လူမှုမီဒီယာ များအနက် Facebook သည် မြန်မာနိုင်ငံတွင် လူသုံးအများဆုံးဖြစ်ပါသည်။^၂ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲတွင် မဲဆန္ဒရှင်များအတွက် Facebook သည် အဓိကကျသော သတင်း အချက်အလက် နယ်ပယ်တစ်ခု ဖြစ်လာပါသည်။ Facebook သုံးစွဲရာတွင် အချို့သူများသည် သတင်းအချက်အလက်အမှားများ ဖြန့်ဝေရန်၊ အမုန်းစကားများဖြန့်ဝေရန်နှင့် အကြမ်းဖက်မှုများ လှုံ့ဆော်ရန်အတွက်ပါ အသုံးပြုလာကြသည်ကိုလည်း တွေ့ရှိရပါသည်။ Twitter မှာမူ မြန်မာနိုင်ငံ တွင် ထင်ရှားသော အနုပညာရှင်အချို့မှလွဲ၍ သုံးစွဲသူအနည်းငယ်သာ ရှိပါသည်။

ရည်ရွယ်ချက်

၃။ လက်ရှိဖြစ်ပေါ်နေသော Covid-19 ကာလအတွင်း ကျန်းမာရေးဝန်ကြီးဌာန၏ ညွှန်ကြားချက် များအား လိုက်နာဆောင်ရွက်နေရသည့် လွှတ်တော်ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများအတွက် မိမိ မဲဆန္ဒနယ်ရှိ မဲဆန္ဒရှင်ပြည်သူများအား ရွေးကောက်ပွဲမဲဆွယ်စည်းရုံးရာတွင် အထောက်အကူ ဖြစ်စေရန် ရည်ရွယ်ပါသည်။

နောက်ခံအကြောင်းအရာ

၄။ သံတမန်ရေးရာရည်ရွယ်ချက်များ အောင်မြင်စေရန် အင်တာနက်အသုံးပြု၍ သတင်း ဆက်သွယ်ရေးနည်းပညာအသစ်များ၏ အကူအညီကို ရယူဆက်သွယ် ဆောင်ရွက်မှုများကို ဒစ်ဂျစ်တယ်သံတမန်ဆက်ဆံရေး ဟုသတ်မှတ်ကြပါသည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်သံတမန်ဆက်ဆံရေး စနစ်ကို နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနများ၊ သံရုံးများနှင့် ကောင်စစ်ဝန်များ၊ သံအမတ်များ သို့မဟုတ် သံအမတ်ကြီးများကဲ့သို့သော အစိုးရအဖွဲ့အစည်းများအပြင် လူအခွင့်အရေးအဖွဲ့များ၊ အရပ်ဘက် အဖွဲ့အစည်းများပါ ကျင့်သုံးနိုင်ပါသည်။ ၂၀၀၂ ခုနှစ်တွင် အမေရိကန်နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန တွင် ဝန်ထမ်း ၈၀ ဦးဖြင့် ပထမဆုံး e-Diplomacy တစ်ခုတည်ထောင်ခဲ့ပြီးနောက် အခြားကမ္ဘာ့ နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနများသည်လည်း လက်ခံကျင့်သုံးလာကြရာ ဗြိတိန်နိုင်ငံ နိုင်ငံခြားရေးနှင့် နေသဟာယရုံး၌ ဒီဂျစ်တယ် ဒီပလိုမာရုံးတစ်ရုံး ဖွင့်လှစ်၍ စနစ်သစ်တစ်ခုကို စတင်နိုင်ခဲ့ပါသည်။ ဆွီဒင်နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီး Carl Bildt မှ ဒစ်ဂျစ်တယ်သံတမန်ရေးရာတွင် Twitter အား

^၁ www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/myanmar

^၂ <https://www.moi.gov.mm/?q=content/ဖေ့စ်ဘွတ်ဘယ်လိုသုံးမလဲ>

အကောင်းဆုံး ချိတ်ဆက်နိုင်သည့် အွန်လိုင်းဆက်သွယ်ရေးနည်းဗျူဟာအဖြစ် တက်ကြွစွာ ဆောင်ရွက်စေခဲ့သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ ၂၀၁၂ ခုနှစ်၊ ဇူလိုင်လတွင် အမေရိကန်နိုင်ငံ၊ ပြည်သူ့ ဆက်ဆံရေးနှင့် ဆက်သွယ်ရေးကုမ္ပဏီ Burson-Marsteller မှ အစိုးရအကြီးအကဲများအား သံတမန်ဆက်ဆံရေး ဆောင်ရွက်ရန် Twitter ကို အသုံးပြုလေ့လာစေခဲ့သည်။ Twiplomacy နှင့် စပ်လျဉ်းသောလေ့လာမှုအရ နိုင်ငံပေါင်း ၁၂၅ နိုင်ငံတွင် ပြည်နယ်နှင့်အစိုးရ အကြီးအကဲများ၏ Twitter အကောင့် ၂၆၄ ခုရှိခဲ့သော်လည်း နိုင်ငံခေါင်းဆောင် ၃၀ ဦးသာပါဝင်သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ ထိုအချိန်မှစ၍ အများပြည်သူ သံတမန်ဆက်ဆံရေးတွင် ကိရိယာတစ်ခုအဖြစ် ဒီဂျစ်တယ်သံတမန်ဆက်ဆံရေးကို တိုးတက်စေရန် အာရုံစူးစိုက်လာခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရမည် ဖြစ်ပါသည်။³

၅။ ၂၀၁၄ ခုနှစ်မှ တစ်ဟုန်ထိုး တိုးတက်လာသော အင်တာနက်မှ အစပြု၍ Facebook ၊ Twitter ၊ Instagram ၊ TikTok နှင့် Youtube စသည့် လူမှုမီဒီယာများသည် မြို့ပြတွင်သာမက ကျေးလက်ဒေသအထိပါ တွင်ကျယ်စွာ အသုံးပြုနေကြပြီ ဖြစ်ပါသည်။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် လူဦးရေ ၅၅ သန်းခန့်ရှိပြီး ဆင်းကတ်အသုံးပြုသူ သန်း ၆၀ ကျော် ရှိသောကြောင့် လူတစ်ဦးလျင် ဆင်းကတ်နှစ်ကတ် အသုံးပြုနိုင်သည့် အနေအထားတွင် ရှိနေပါသည်။ Facebook အသုံးပြုသူမှာ ၂၃ သန်းကျော် ရှိနေခြင်းကြောင့် ၂၀၁၅ ခုနှစ်က သုံးစွဲသူ ၇ သန်းနှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက သိသာစွာ မြင့်တက်လျက် ရှိပါသည်။ Facebook တွင် တရားဝင် Blue mark ဖြင့် စာမျက်နှာများ ဖွင့်လှစ်၍ သတင်း အချက်အလက်များ နေ့စဉ်တင်ဆက်နိုင်သော်လည်း သတင်းမှားများ၊ လှုံ့ဆော်မှုများ၊ ရာဇဝတ်ပြစ်မှုမြောက်စေနိုင်သည့် ဆိုးကျိုးများ ရှိစေခြင်းကြောင့် သုံးစွဲသူများအနေဖြင့် Facebook Community Standards ပါ စံနှုန်းသတ်မှတ်ချက် ၁၂ ချက်အတိုင်း လိုက်နာ ဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်ပါသည်။

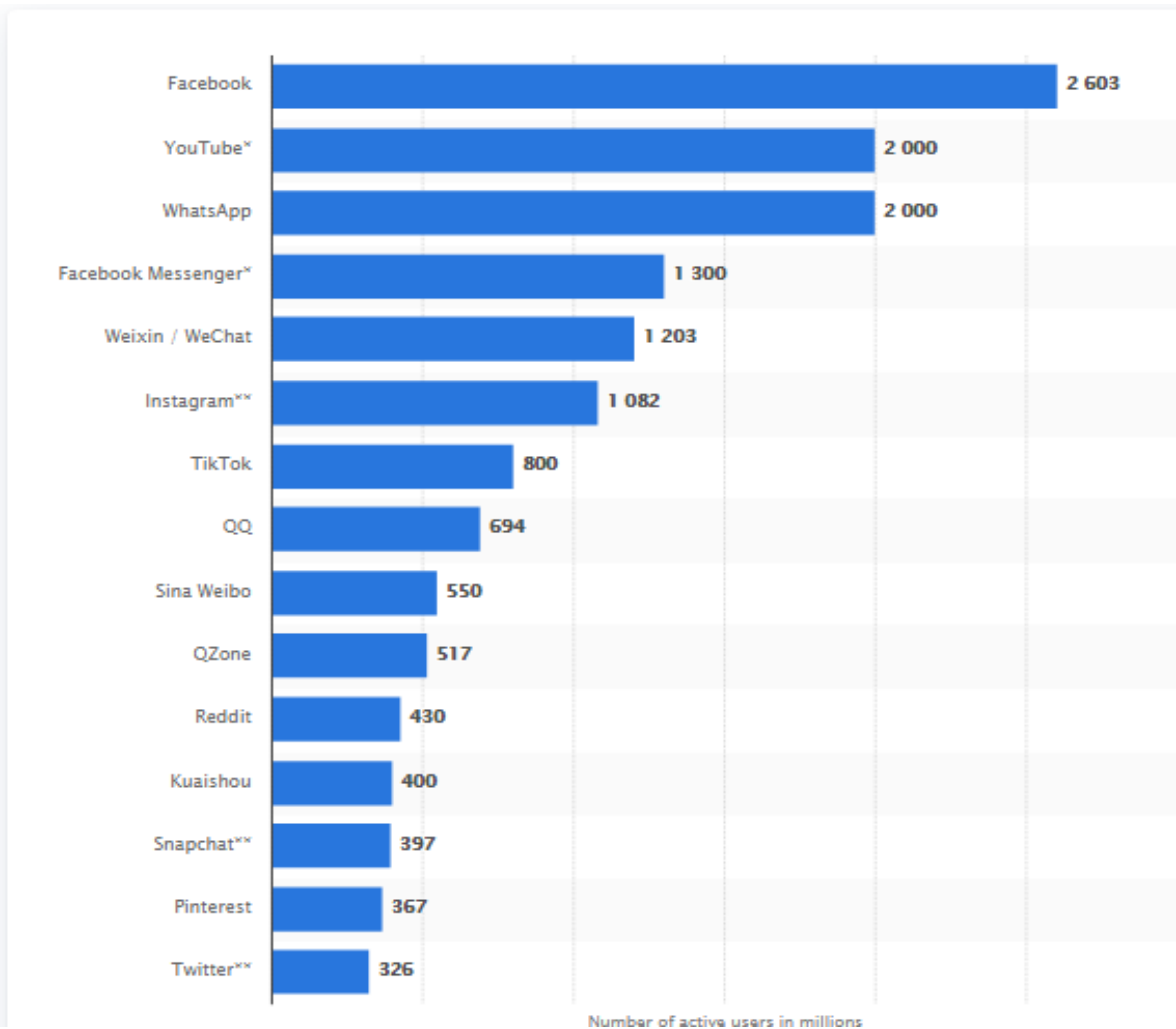
³https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_diplomacy#:~:text=Digital%20diplomacy%2C%20also%20referred%20to,definitions%20have%20also%20been%20proposed.

ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများတွင် လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမှု အခြေအနေများ

၆။ နေ့စဉ်သုံးစွဲနေသော Facebook သည် မှတ်ပုံတင်ထားသော အကောင့်တစ်ဘီလီယံကျော် ရှိသည့် ပထမဆုံးလူမှုကွန်ရက်ဖြစ်ပြီး လစဉ်အသုံးပြုသူ ၂.၆ ဘီလီယံကျော်ရှိပါသည်။ ဘာသာစကားမျိုးစုံ အသုံးပြုနိုင်ခြင်း၊ နိုင်ငံရေးနှင့် စီးပွားရေးနယ်ပယ်အတွင်းရှိ မိတ်ဆွေဖြစ်သူ သာမက မိတ်ဆွေမဖြစ်သူများနှင့်ပါ ဆက်သွယ်နိုင်ခြင်းကြောင့် Facebook သည် လူကြိုက် အများဆုံး လူမှုကွန်ရက်တစ်ခု ဖြစ်လာပါသည်။ ခန့်မှန်းခြေအားဖြင့် အင်တာနက်အသုံးပြုသူ နှစ်ဘီလီယံခန့်သည် လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုသူများဖြစ်ကြပြီး မိုဘိုင်းပစ္စည်းသုံးစွဲမှုနှင့် မိုဘိုင်း လူမှုကွန်ရက်များ၏ ဆွဲဆောင်အားကောင်းလာသည်နှင့်အမျှ လူမှုကွန်ရက်သုံးစွဲသူ ကိန်းဂဏန်း များ တိုးတက်လျက်ရှိနေပါသည်။ လူကြိုက်အများဆုံး လူမှုကွန်ရက်များကို သုံးစွဲသူ အကောင့် အရေအတွက် သို့မဟုတ် သုံးစွဲသူများ၏ ထိတွေ့ဆက်ဆံမှုကိန်းဂဏန်းများကို ဖော်ပြကြပါသည်။ ဥပမာအားဖြင့် လူမှုကွန်ရက်တွင် နံပါတ်တစ်ဖြစ်သော Facebook သည် လစဉ် တစ်ဘီလီယံကျော် သုံးစွဲနေသော ထိပ်တန်းလူမှုကွန်ရက်တစ်ခု ဖြစ်ပါသည်။

၇။ မကြာမီက အသစ်ရောက်ရှိလာသော Pinterest လူမှုကွန်ရက်တွင် ဝင်ရောက်ကြည့်ရှုသူ လစဉ် ၁၀ သန်းသို့ ရောက်ရှိသည်အထိ လျင်မြန်စွာရောက်ရှိလာခဲ့ပါသည်။ လူမှုကွန်ရက်အများစု စတင်ခဲ့သော အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် သုံးစွဲသူ သန်း ၁၀၀ ကျော်ရှိပါသည်။ ဥရောပတွင် VK ၊ တရုတ်နိုင်ငံတွင် Qzone နှင့် Renren စသည့်ဖြင့် သုံးစွဲသူ၏ ဒေသ၊ အခြေအနေ၊ အကြောင်းအရာ နှင့် အသွင်အပြင်ပေါ်မူတည်၍ သုံးစွဲသူအရေအတွက်နှင့် အမျိုးအစားမှာလည်း ကွဲပြားပါသည်။ Facebook သို့မဟုတ် Google+ ကဲ့သို့သော ပလက်ဖောင်းများတွင် မိတ်ဆွေများနှင့် မိသားစုများအကြား အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်ခြင်း၊ ဓါတ်ပုံ သို့မဟုတ် အဖြစ်အပျက်များ မျှဝေခြင်း၊ လူမှုရေးဂိမ်းများ ကစားခြင်းစသည်ဖြင့် လူမှုကွန်ရက်အား သုံးစွဲသူအကြိုက် အလွန်ကွဲပြား ခြားနားမှု ရှိပါသည်။ အခြားလူမှုကွန်ရက် ဖြစ်သော Tumblr သို့မဟုတ် Twitter များသည်လည်း လျင်မြန်စွာ ဆက်သွယ်ရောက်ရှိသော Microblogs များအဖြစ် ထင်ရှားကြပါသည်။ လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုသူများသည် မိမိပြောလိုသည်များကို လူအများစိတ်ဝင်စားအောင် လုပ်ဆောင်နိုင်ခြင်းကြောင့် သုံးစွဲသူများ၏ လက်တွေ့ဘဝအပေါ် သာလွန်ထူးကဲသော လူမှုရေးသက်ရောက်မှုများ ရှိနေ

ပါသည်။ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများတွင် ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇူလိုင်လအထိ လူကြိုက်အများဆုံး လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုသူအရေအတွက် (လူဦးရေသန်းပေါင်း)ကို ဖော်ပြပါ Bar Chart တွင် လေ့လာသိရှိ နိုင်ပါသည်- ⁴

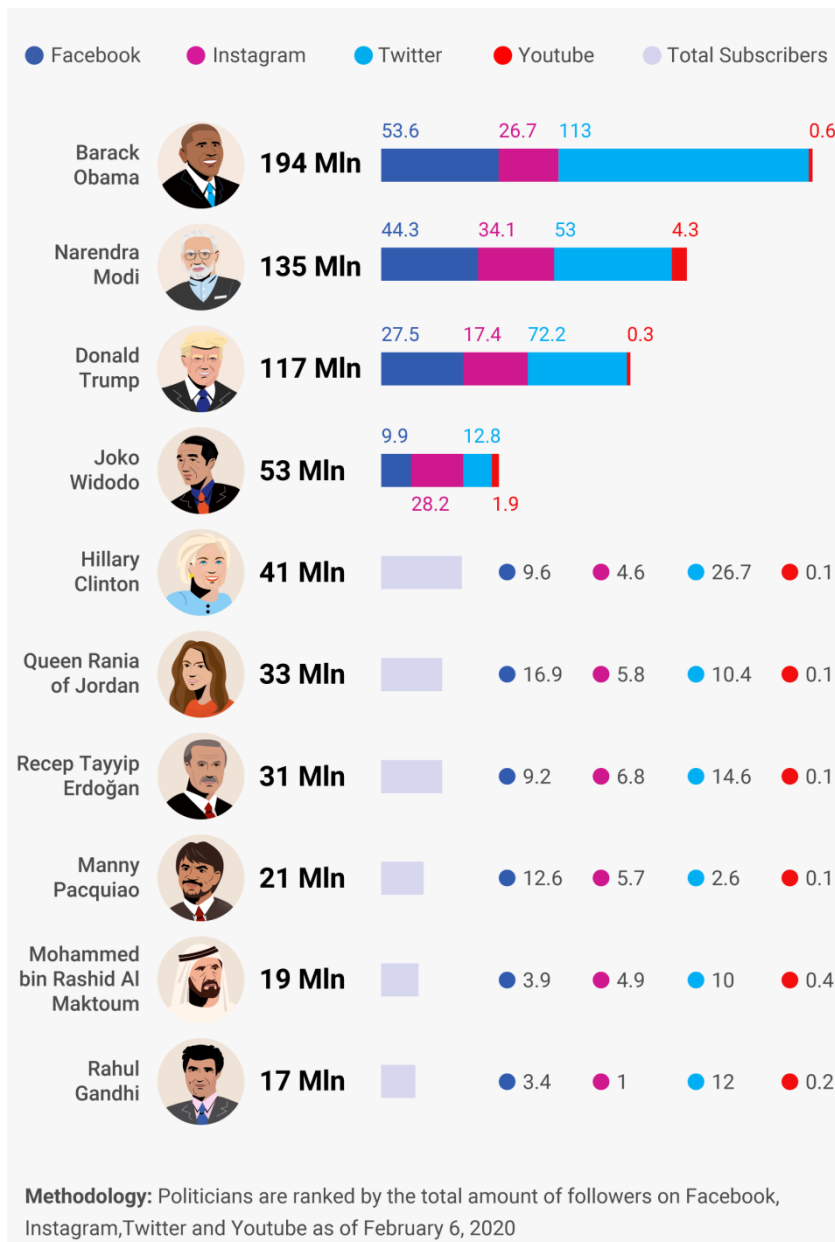


Source ; <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

⁴ <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (ကြည့်ရှုသည့်ရက် ၂၈-၇-၂၀၂၀)

လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုသော ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား ၁၀ ဦး

၈။ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုသော နိုင်ငံရေးသမားများစွာရှိသည့်အနက် ပိုမိုတက်ကြွစွာ အသုံးပြုသူ၊ လူကြိုက်များသူ၊ ပရိသတ်ထံရောက်အောင် နည်းဗျူဟာမြောက် အသုံးပြုနိုင်သူ စသည့်ဖြင့် နိုင်ငံရေးသမားများသည် ပိုမိုထင်ရှားကျော်ကြားလေ့ရှိပါသည်။ ၎င်းတို့အနက် လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြု လူကြိုက်အများဆုံး နိုင်ငံရေးခေါင်းဆောင် ၁၀ ဦးအား အောက်ပါပုံအတိုင်း ဖော်ပြအပ်ပါသည်-



Source ; https://www.semrush.com/blog/most-popular-politicians/?fbclid=IwAR0fRYaDORbMPIuClu9tI98_iNvQTWv2WIXzw

9tYELyTq-6QzY7pFI2sP1Q

၉။ အမေရိကန်နိုင်ငံဘော်စတွန်မြို့အခြေစိုက် ဒစ်ဂျစ်တယ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခု ဖြစ်သော SEMrush ၏ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဖေဖော်ဝါရီလ လေ့လာတွေ့ရှိချက်များအရ-

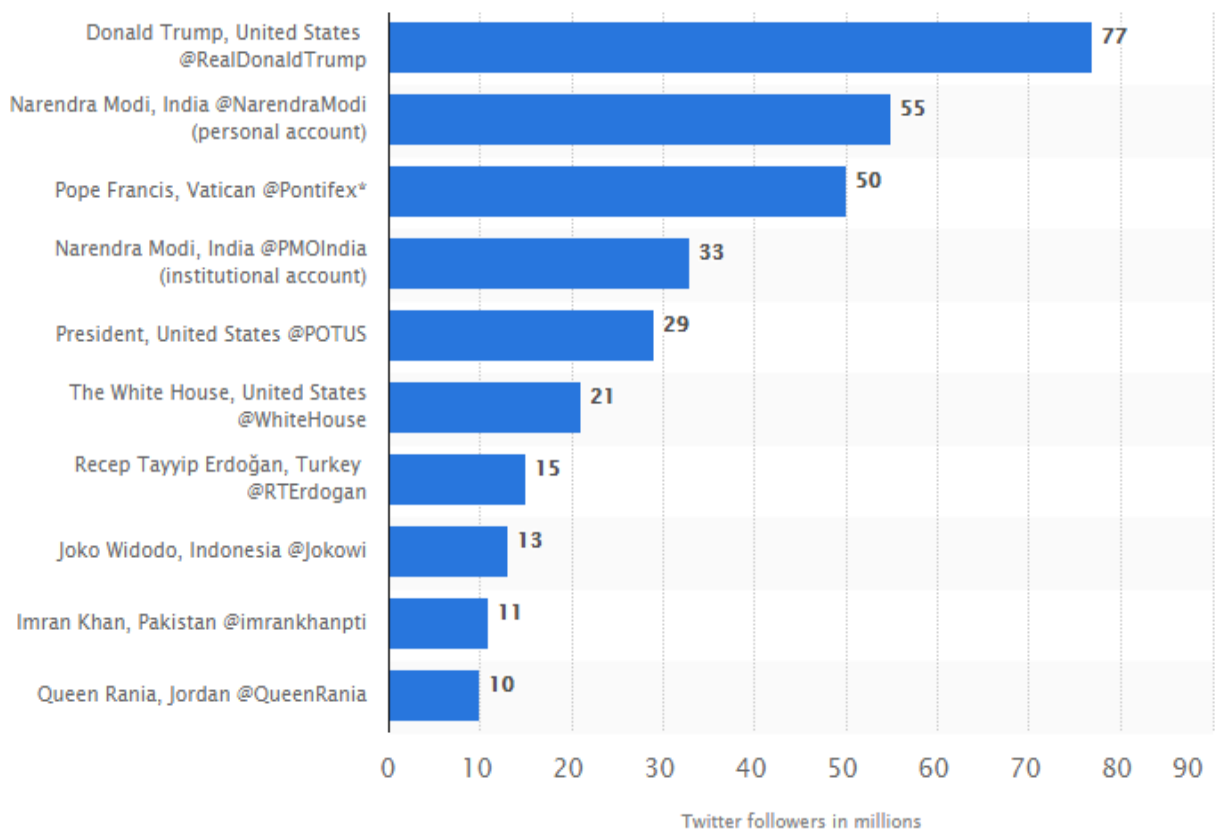
- (က) အမေရိကန်သမ္မတဟောင်း ဘားရက်အိုဘားမားသည် လူမှုမီဒီယာတွင် Followers သန်း ၂၀၀ ဖြင့် ပထမဆုံးနိုင်ငံရေးသမားတစ်ဦးဖြစ်ခြင်း၊
- (ခ) Twitter သည် နိုင်ငံရေးသမားအားလုံးနီးပါး၏ Follower အရေအတွက် အများဆုံး ဖြစ်နေပြီး YouTube သည် Follower အရေအတွက် အနည်းဆုံးဖြစ်ခြင်း၊
- (ဂ) လူမှုကွန်ရက်ပလက်ဖောင်းများတွင် ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား ၁၀ ဦးအနက် ၃ ဦး မှာ အမေရိကန်နိုင်ငံမှဖြစ်ခြင်း၊
- (ဃ) အိန္ဒိယနိုင်ငံဝန်ကြီးချုပ် မိုဒီသည် Follower စုစုပေါင်း၏ ဒုတိယနေရာတွင် ရှိနေ သကဲ့သို့ Instagram ၌ ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား ၁၀ ဦးအနက် Follower အများဆုံး ဖြစ်နေခြင်း၊
- (င) သမ္မတဟောင်း ဘားရက်အိုဘားမားနှင့် အိန္ဒိယနိုင်ငံဝန်ကြီးချုပ်မိုဒီ တို့၏ စုစုပေါင်း Follower အရေအတွက်သည် အမေရိကန်လူဦးရေထက် ပိုများခြင်း၊
- (စ) ထိပ်တန်းနိုင်ငံရေးသမား ၁၀ ဦး၏ Follower စုစုပေါင်း ၈၅ သန်းသည် ဥရောပနိုင်ငံ အားလုံး၏ လူဦးရေစုစုပေါင်းထက် နည်းနေခြင်း စသည်တို့ကို တွေ့ရှိရပါသည်။^၅

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် Twitter တွင် လူကြိုက်အများဆုံး ပုဂ္ဂိုလ် ၁၀ ဦး

၁၀။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်တွင် Twitter အသုံးပြုသော နိုင်ငံပေါင်း ၁၈၇ နိုင်ငံမှ နိုင်ငံခေါင်းဆောင် များ၊ ပြည်နယ်နှင့် အစိုးရအကြီးအကဲများ၊ နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနများမှ ပုဂ္ဂိုလ်ရေး သို့မဟုတ် အဖွဲ့အစည်းဆိုင်ရာအကောင့်များမှ အချက်အလက်ကောက်ယူရာတွင် သမ္မတထရန်သည် ကိုယ်ပိုင် အကောင့် ၇၇ သန်းဖြင့် ပထမနေရာတွင် ရှိနေကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ အမေရိကန်သမ္မတ၏ တရားဝင်အကောင့်တစ်ခုဖြစ်သော @POTUS အကောင့်သည် ကမ္ဘာတစ်ဝန်းတွင် Followers ၂၉ သန်း ဖြင့် ပဉ္စမနေရာတွင် ရှိပါသည်။ Twitter တွင် စကားအပြန်အလှန်ပြောဆိုမှု အများဆုံးနိုင်ငံနှင့် ခေါင်းဆောင်မှာ ဒတ်ချ်အစိုးရဖြစ်ပြီး Twitter နှင့် ဆက်သွယ်သူများထဲမှ ၉၇ ရာခိုင်နှုန်းသည်

^၅https://www.semrush.com/blog/most-popular-politicians/?fbclid=IwAR0fRYaDORbMPluClu9tI98_iNvQTWv2WIXzw9tYELyTq-6QzY7pFI2sP1Q
(ကြည့်ရှုသည့်ရက် ၂-၈-၂၀၂၀)

ပြန်လည်တုန့်ပြန်မှုရှိကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ အခြားဝန်ကြီးဌာနများနှင့် အစိုးရအကောင့်များကို လေ့လာကြည့်ပါက ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ ဇန်နဝါရီလအတွင်း EU ၏ ပြင်ပလှုပ်ရှားဝန်ဆောင်မှုအကောင့် (@eu_eeas) သည် ကမ္ဘာ့ခေါင်းဆောင်များ၊ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနများနှင့် အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှု ၁၄၈ ကြိမ်ရှိခဲ့ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်အတွင်း Twitter အသုံးပြုမှုတွင် လူကြိုက်အများဆုံး ပုဂ္ဂိုလ် ၁၀ ဦးအား အောက်ပါအတိုင်းဖော်ပြအပ်ပါသည်-^၆



Source ; <https://www.statista.com/statistics/281375/heads-of-state-with-the-most-twitter-followers/>

၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် Facebook အသုံးပြုသော ထိပ်တန်းပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများ

၁၁။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ် ၊ မတ်လ စာရင်းအရ Covid-19 ကာလတွင် ရောဂါကို ကာကွယ်ထိန်းချုပ်ရာတွင် ဦးဆောင်လမ်းညွှန်ပြသရန်အတွက် ကမ္ဘာ့ခေါင်းဆောင်အချို့သည် Facebook ကို အသုံးပြုမှုများလာကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ ဆလိုဗက်ကီးယား သမ္မတ ဇူဇနာကတ်ပူတိုဗာ၊ အီတလီဝန်ကြီးချုပ် ဂျူဆီပီကွန်တီ၊ နယူးဇီလန်ဝန်ကြီးချုပ် ဂျာဆင်ဒါအန်ဒန် နှင့် ပြင်သစ်သမ္မတ

^၆ <https://www.statista.com/statistics/281375/heads-of-state-with-the-most-twitter-followers/> (ကြည့်ရှုသည့်ရက် ၄-၈-၂၀၂၀)

အီမန်နျူရယ်မက်ခရွန်တို့သည် ကိုဗစ်ကာလတွင် ထင်ရှားသူများဖြစ်ခဲ့ပြီး အဖွဲ့အစည်းများအနေဖြင့် WHO ၊ EU နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ယူကရိန်းနိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဘယ်လ်ဂျီယံနိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန၊ လစ်သူရေးနီးယားအစိုးရတို့သည် ထင်ရှားကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။ ကုလသမဂ္ဂအဖွဲ့ဝင် ၁၉၃ နိုင်ငံအနက် ၉ နိုင်ငံသာ Facebook ကို အသုံးမပြုကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။⁷

အမေရိကန်သမ္မတ Donald Trump ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြု၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှု

၁၂။ ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ နိုဝင်ဘာလ ၉ ရက်နေ့တွင် အမေရိကန်နိုင်ငံ၏ ၄၅ ဦးမြောက် သမ္မတဖြစ်လာသူ Donald Trump သည် စီးပွားရေးသမားတစ်ဦးဖြစ်ပြီး ကမ္ဘာပေါ်တွင် အချမ်းသာဆုံးပုဂ္ဂိုလ်အဆင့် ၃၂၄၊ အမေရိကန်နိုင်ငံတွင် အဆင့် ၁၅၆ ရှိသူဖြစ်ပါသည်။ Donald Trump သည် ဖခင်ဖြစ်သူ၏ အိမ်ခြံမြေနှင့် ဆောက်လုပ်ရေးလုပ်ငန်းများတွင် ဆက်ခံလုပ်ကိုင်ခဲ့ပြီး ၎င်းလုပ်ငန်းကို The Trump Organization ဟု အမည်ပြောင်းလဲခဲ့ပြီးနောက် အများပြည်သူကြားတွင် ထင်ရှားလာသူတစ်ဦး ဖြစ်ခဲ့ပါသည်။ ရုပ်မြင်သံကြားဇာတ်လမ်းတွဲများတွင် ပါဝင်သရုပ်ဆောင်ခဲ့ဖူးပြီး ၂၀၀၀ ပြည့်နှစ် က ရီဖောင်းမံပါတီ၏ သမ္မတလောင်းအဖြစ် ဝင်ရောက်အရွေးခံရန် စီစဉ်ခဲ့ပြီး မဲမပေးမီ နှုတ်ထွက်ခဲ့ပါသည်။ ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ ဇူလိုင်လတွင် ရီပါဘလစ်ကန်ပါတီ၏ ကိုယ်စားပြု သမ္မတလောင်းအဖြစ် ဝင်ရောက်အရွေးခံခဲ့ပြီးနောက် မီဒီယာများနှင့် နိုင်ငံတကာ၏ အာရုံစိုက်မှုကို စတင်ခံခဲ့ရပါသည်။ အင်တာဗျူးများ၊ Twitter မှတဆင့် မဲဆွယ်ပွဲများတွင် ပြောကြားခဲ့သော စကားများသည် အငြင်းပွားစရာစကား သို့မဟုတ် သတင်းအချက်အလက်အမှားများ အဖြစ် မကြာခဏဖော်ပြခြင်း ခံရပါသည်။

၁၃။ အမေရိကန်သမ္မတ Trump သည် လူမှုမီဒီယာကိုအသုံးပြု၍ ကမ္ဘာ့နိုင်ငံများ၏ အာရုံစိုက်မှု ရရှိစေရန် ဆောင်ရွက်ခဲ့ရာတွင် ထင်ရှားသူတစ်ဦးဖြစ်ခဲ့ပါသည်။ လူမှုကွန်ရက်များတွင် Twitter အား အဓိကထား အသုံးပြုကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။

(က) Twitter အသုံးပြုခြင်း။ Trumpသည် Twitterနှင့် အခြားလူမှုမီဒီယာများတွင် ပြိုင်ဘက်နိုင်ငံရေးသမားများ၊ ကျော်ကြားသူများ၊ နိုင်ငံသားများနှင့် နေ့စဉ်သတင်း

⁷ <https://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-facebook-2020/>

များကို အပြန်အလှန် မကြာခဏ မှတ်ချက်ပြုလျက် ရှိပါသည်။ ၂၀၁၅ခုနှစ် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းအဖြစ်မှ စတင်၍ သမ္မတသက်တမ်းကာလ နှစ်နှစ်ခွဲအထိ အကြိမ်ပေါင်း ၁၇,၀၀၀ ကျော်ရေးသားခဲ့သည်။ ၎င်းသည် အငြင်းပွားဖွယ် သို့မဟုတ် မှားယွင်းသော ထုတ်ပြန်ချက်များကို လူမှုကွန်ယက်ပေါ်တွင် မကြာခဏ ရေးတင် လေ့ရှိသည်။ ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ နိုဝင်ဘာလ ၂ ရက်နေ့ထုတ် The New York Times ၏ စုံစမ်းစစ်ဆေးမှုတစ်ခုအရ Twitter မှ အတည်မပြုရသေးသော အကောင့် ၂၁၇ ခု ကို စစ်ဆေးတွေ့ရှိရပြီး အနည်းဆုံးအကောင့် ၁၄၅ ခုသည် ပူးပေါင်းကြံစည် သောအကောင့် သို့မဟုတ် အကောင့်ပွားများ ဖြစ်ကာ ၎င်းတို့အနက် Twitter မှ ဆိုင်းငံ့ထားသော အကောင့်နှစ်ဒါဇင်ကျော်ခန့် ပါဝင်ကြောင်းလည်း သိရှိရပါသည်။ ၂၀၁၉ခုနှစ်၊ နှစ်ကုန်ပိုင်းတွင် ၎င်းသည် အိမ်ဖြူတော်၏ သတင်းထုတ်ပြန်ရေးအဖွဲ့ များကို ကျော်လွန်၍ ကိုယ်တိုင်တိုက်ရိုက်စကားပြောဆိုမှုနှင့် Twitter ကို အားကိုး၍ ပြည်သူနှင့်ဆက်သွယ်မှုပုံစံအသစ်တစ်ခု ဖန်တီးခဲ့သည်။ တစ်ခါတစ်ရံ တွင် ၎င်းရေးတင်ခဲ့သည်များကို "စစ်မှန်သည်"ဟု ၎င်းကိုယ်တိုင်ပြန်လည်မှတ်ချက် ပြုခဲ့သည်။ ၂၀၀၉ ခုနှစ်၊ မေလ ၄ ရက်နေ့မှ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇန်နဝါရီလ ၁၉ ရက်နေ့အထိ Twitter တွင် ၅၁၅၁ ကြိမ် ရေးခဲ့သည်ဟု ဆိုပါသည်။ လက်ကိုင်ဖုန်း အသုံးပြုမှုအနေဖြင့် ယခင် Samsung အသုံးပြုရာမှ ပိုမိုလုံခြုံမှုရှိစေရန် iPhone ကို ပြောင်းလဲအသုံးပြုခဲ့ပါသည်။ Twitter သည် Trump အတွက် ၂၀၁၆ ခုနှစ် မဲဆွယ်စည်းရုံးရေးတွင် အရေးပါသော နိုင်ငံရေး ဆက်သွယ်မှုကိရိယာတစ်ခု ဖြစ်ခဲ့ ပါသည်။ Trump ၏ Twitter အကောင့်တွင် Follower ၈၁ သန်းကျော်အထိ များပြားလာခဲ့သည်။^၈ Trump သည် ရွေးကောက်ပွဲအောင်နိုင်ရေးအတွက် Twitter အပြင် အခြားလူမှုကွန်ရက်များကိုလည်း အသုံးပြုလာခဲ့သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။

- (ခ) Facebook အသုံးပြုခြင်း ။ ၂၀၁၆ ခုနှစ် မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုကာလအတွင်း Trump သည် ပြိုင်ဘက် Hillary Clinton အားတိုက်ခိုက်ရန် မိုလ်ဘိုင်းဖုန်းဂိမ်းများဖြစ်

^၈ https://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump_on_social_media#Twitter

သော Poke'mon Go နှင့် Ms. Pac-Man အမျိုးအစားများကို ၎င်း၏ Facebook စာမျက်နှာတွင် အသုံးပြုရေးတင်ခဲ့ပါသည်။ ၎င်းကာလအတွင်း Trump သည် Hillary Clinton ထက် ကြော်ငြာနှုန်း လျော့နည်းစွာသုံးစွဲခဲ့သည်ဟု ပြောဆိုခဲ့သော်လည်း Facebook တာဝန်ရှိသူများမှ Trump က ပိုမိုသုံးစွဲခဲ့သည်ဟု ပြန်လည်ငြင်းဆိုချက်ထုတ်ခဲ့သည်။ ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ အမေရိကန်ရွေးကောက်ပွဲတွင် ရုရှားနိုင်ငံ၏ ဝင်ရောက်စွက်ဖက်မှုနှင့်ပတ်သက်သည့် အချက်အလက်များအား အောက်လွှတ်တော်နှင့်အထက်လွှတ်တော် စုံစမ်းစစ်ဆေးရေးကော်မတီများသို့ ၂၀၁၇ ခုနှစ်တွင် Facebook တာဝန်ရှိသူများမှ ပေးခဲ့သည်။ ကော်မတီကြားနာပွဲများတွင် Facebook တာဝန်ရှိသူများမှ ရုရှား အစိုးရသည် Facebook Account များအား ဒေါ်လာတစ်သိန်းခန့်ဖြင့် ဝယ်ယူပြီး မဲဆွယ်စည်းရုံးရေး ကြော်ငြာများ ဆောင်ရွက်ပေးခဲ့သည်ဟု ထုတ်ဖော်ခဲ့သည်။ Trump သည် ၂၀၁၇ ခုနှစ်၊ စက်တင်ဘာလ ၂၇ ရက်နေ့တွင် Twitter မှတစ်ဆင့် Facebook အား ပြင်းထန်စွာ ဝေဖန်ခဲ့သည့်အပြင် Networks, New York Times နှင့် The Washington Post တို့မှလည်း "Facebook သည် ၎င်းအား အမြဲတမ်းဆန့်ကျင်သူ ဖြစ်သည်" ဟု ဝေဖန်မှုများ ထပ်မံပြုလုပ်ခဲ့သည်။^၉

- (ဂ) **Instagram** ။ Trump သည် သူ၏ကိုယ်ရေးကိုယ်တာပုံများ၊ မိသားစုပုံများတင်ရန် အတွက် Instagram ကို အသုံးပြုခဲ့သည်။ Follower ၃၇၇၀၀၀ ကျော်ရှိခဲ့ပြီး ၂၀၁၅ ခုနှစ်၊ စက်တင်ဘာလတွင် ပြိုင်ဘက်သမ္မတဟောင်း ဂျော့ဘွတ်ရှ်အား လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေးကိစ္စရပ်နှင့်ပတ်သတ်၍ "Act of Love" ကြေငြာချက်ဖြင့် တိုက်ခိုက်ခဲ့သည်။ ဂျော့ဘွတ်ရှ်မှ instagram သည် နိုင်ငံရေးဆိုင်ရာ စည်းရုံးမှုတစ်ခုမဟုတ်ဘဲ ကိုယ်ရေးကိုယ်တာဓါတ်ပုံ မျှဝေသည့်ပရိဂရမ်တစ်ခုသာ ဖြစ်သည်ဟု တုန့်ပြန်ခဲ့သည်။ Trump သည် သမ္မတဖြစ်လာသည့်အခါ ၎င်း၏အကောင့်တွင် Follower

^၉ https://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump_on_social_media#Facebook

၅ သန်းကျော် ရှိလာခဲ့သည့်အပြင် အမေရိကန်သမ္မတ၏ တရားဝင်အကောင့် @whitehouse ကိုလည်း ထိန်းချုပ်ခွင့်ရရှိခဲ့သည်။¹⁰

- (ဃ) **Reddit** ။ Trump သည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်၊ ဇူလိုင်လ ၂၇ ရက်မှ စတင်၍ Reddit တွင် Ask Me Anything (AMA) အမည်ဖြင့် မဲဆွယ်စည်းရုံးရေးစတင်ခဲ့သည်။ မေးခွန်းမေးမြန်းသူများအား မီဒီယာများ၏ ဘက်လိုက်မှု၊ NASA အား မဲဆန္ဒရှင်များ လိမ်လည်မှု၊ လူမျိုးရေးခွဲခြားမှု၊ လူဝင်မှုကြီးကြပ်ရေးနှင့် နိုင်ငံသား အက်ဥပဒေပုဒ်မ H-1B ဗီဇာနှင့်ပတ်သတ်သည့် မေးခွန်းများအပါအဝင် Trump သည် Reddit မှတစ်ဆင့် အကြိုငြင်းခုံဆွေးနွေးပွဲ (Pre-debate) မက်ဆေ့ချ်များကို ရေးတင်ခဲ့သည်။¹¹
- (င) **YouTube** ။ Trump သည် YouTube တွင် "Donald Trump ၏စားပွဲမှ" ဟူသော ခေါင်းစဉ်ဖြင့် ရုပ်/သံဖိုင် ၈၀ ကျော်ကို တင်ဆက်ခဲ့သည်။ ၎င်းဖိုင်များတွင် လစ်ဗျားပြည်တွင်းစစ်၊ အိုဘားမားအကြောင်းနှင့် အလုပ်သမားကိစ္စရပ်များ ပါဝင်ပြီး ပါဝင်သောအကြောင်းအရာများသည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် ရွေးကောက်ပွဲအောင်မြင်ရေးအတွက် အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုဖြစ်ခဲ့သည်။¹²
- (စ) **Snapchat** ။ အမေရိကန်လူငယ်များအကြား လူကြိုက်များနေသော Snapchat တွင် သမ္မတ Trump ၏ လူမှုကွန်ရက်စာမျက်နှာသည် အကြမ်းဖက်မှုကို လှုံ့ဆော်ပေးနိုင်သည်ဟု ပြည်သူများ၏ မှတ်ချက်များကြောင့် ၎င်းအားသက်တမ်းတိုးမြှင့်ခြင်းကို ရပ်တန့်ရန် Snapchat ကဆုံးဖြတ်ခဲ့သည်။ Trump ၏ Snapchat အကောင့်တွင် Follower အကောင့် ၁.၅ သန်းခန့်ရှိပြီး ၎င်းအကောင့်တွင် ဝါရှင်တန်ရှိ စိန်ဂျွန်ဘုရားရှိခိုးကျောင်းရှေ့ခါတ်ပုံသာ တင်ထားခဲ့သည်။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ ဇွန်လ ၃ ရက်နေ့တွင် Snapchat က ကျော်ကြားသူများနှင့်နိုင်ငံရေး

¹⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump_on_social_media#Instagram

¹¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump_on_social_media#Reddit

¹² https://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Trump_on_social_media#YouTube

သမားများ၏ အဖြစ်အပျက်များကို ပြသသည့် "Discover" စာမျက်နှာတွင် Trump ၏အကောင့်ကို ဆက်လက်မြင်တွေ့နိုင်မည် မဟုတ်ကြောင်း ကြေညာခဲ့သည်။¹³

အိန္ဒိယဝန်ကြီးချုပ် Narendra Modi ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြု၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးခြင်း

၁၄။ အိန္ဒိယနိုင်ငံ၏ လက်ရှိဝန်ကြီးချုပ် Modi သည် ၂၀၁၉ ခုနှစ် အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲတွင် မဲအများဆုံးဖြင့် ရာအူးဂန္တီ ဦးဆောင်သော ပြိုင်ဘက် ကွန်ဂရက်ပါတီကို ပြတ်သားစွာ အနိုင်ရရှိခဲ့ပြီး ဒုတိယသက်တမ်းကို တာဝန်ယူနိုင်ခဲ့သည်။ Modi ၏ မဲဆွယ်စည်းရုံးရေးတွင် လူမှုကွန်ရက်ကို ထိထိရောက်ရောက် အသုံးပြုနိုင်ခြင်းကြောင့် ၎င်း၏ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုကို ကျေးလက်ဒေသထိ ပြန့်နှံ့ထိရောက်စွာ ဆောင်ရွက်နိုင်ခဲ့သည်ဟု ဆိုပါသည်။ အိန္ဒိယနိုင်ငံ၏ အင်တာနက်နှင့် မိုဘိုင်းအသင်းအဖွဲ့များ၏ ပြောကြားချက်အရ နိုင်ငံလူဦးရေ၏ ၄၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်သည် အင်တာနက် သုံးစွဲသူများဖြစ်ပြီး ကျေးလက်နေ ၇၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်တွင် ၁၅ ရာခိုင်နှုန်းခန့်သာ အင်တာနက်သုံးစွဲသူ ပြည်သူများဖြစ်ပါသည်။¹⁴ ထို့ကြောင့် ဝန်ကြီးချုပ် Modi ၏ ဘရာသီယာဂျန်နတာ ပါတီ(ဘီဂျေပီ)သည် အောက်လွှတ်တော်ရှိ ၅၄၂ နေရာတွင် ၃၀၃ နေရာ ရရှိခဲ့သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။¹⁵

(က) ရွေးကောက်ပွဲ မဲဆွယ်စည်းရုံးရေးတွင် နည်းပညာအသုံးပြုမှုကို ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်စွာအသုံးပြုနိုင်ခြင်း။ Modi သည် ရွေးကောက်ပွဲမဲဆွယ်စည်းရုံးရေးတွင် ပါတီဝင်များနှင့် စေတနာ့ဝန်ထမ်းများအား မဲဆန္ဒရှင်များနှင့် တိုက်ရိုက်ဆက်သွယ်စေပြီး လက်တွေ့ပံ့ပိုးစည်းရုံးစေပါသည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာနားလည်သော ၎င်းအပေါ်သစ္စာရှိသောပါတီဝင်များကို လူမှုကွန်ရက်မှတစ်ဆင့် “ their side” အစီအစဉ်နာမည်ဖြင့် တိုက်ခိုက်ဆောင်ရွက်စေပါသည်။ အိန္ဒိယနိုင်ငံ၏ လူဦးရေ အထူထပ်ဆုံး Uttar Pradesh ပြည်နယ်၊ ဘရာသီယာဂျန်နတာပါတီ(ဘီဂျေပီ) ၏ သတင်းအချက်အလက်နည်းပညာဌာနသည် ပြည်နယ်အတွင်းရှိ ဇန် ၆ ခုစီတွင် ၁၁ ဦးပါဝင်သော လူမှုမီဒီယာအဖွဲ့တစ်ဖွဲ့စီ ထားရှိပါသည်။ ထို့ပြင် ခရိုင်တစ်ခုစီ

¹³ <https://www.nytimes.com/2020/06/03/technology/snapchat-trump.html>

¹⁴ <https://www.cigionline.org/articles/how-bjp-used-technology-secure-modis-second-win>

¹⁵ <https://myanmar-now.org/mm/news/2119>

တွင် အဖွဲ့ဝင် ၁၁ ဦးထားရှိပြီး မြို့နယ်တစ်ခုစီတွင် ၂ ဦး၊ မဲဆန္ဒရှင်နှင့် တိုက်ရိုက် ဆက်ဆံသည့် နေရာတွင် ၅ ဦးထားရှိ၍ အသေးစိတ် ဆောင်ရွက်စေပါသည်။

(ခ) **လူသုံးများသော WhatsApp ။** အိန္ဒိယနိုင်ငံတွင် လူဦးရေသန်း ၂၀၀ ခန့် အသုံးပြု သော လူမှုမီဒီယာတစ်ခုဖြစ်သည့် WhatsApp အား ရည်ရွယ်ချက် ၃ ခုဖြင့် Modi ၏ပါတီသည် အသုံးပြုပါသည် -

(၁) ပါတီမှ အစိုးရ၏ထောက်ပံ့မှုများကို ရယူ၍ မဲဆန္ဒရှင်များနှင့် ပြုလုပ်သော ဒေသအကျိုးပြုလုပ်ငန်းပုံများနှင့် ရပ်သံဖိုင်များကို ရိုက်ကူးပြီး မဲဆန္ဒရှင် များကို ဂရုတစိုက်ရှိကြောင်း ပြသစေခြင်း၊

(၂) အောက်ခြေပါတီဝင်များ၏ စည်းရုံးလှုံ့ဆော်ရေးကြိုးပမ်းမှုများကို ပါတီ၏ အထက်အရာရှိများမှ ချီးကျူးဂုဏ်ပြုမှုများအား ထုတ်လွှင့်ပြသစေခြင်း၊

(၃) သတင်းအချက်အလက်များကို ပါတီဗဟိုမှ ချုပ်ကိုင်ထားသော WhatsApp မှတစ်ဆင့်မျှဝေစေပြီး သတင်းမီဒီယာ၏ အယ်ဒီတာတည်းဖြတ်မှုကို ကျော်လွှားနိုင်သည့် ကွန်ယက်စနစ်ကို တည်ဆောက်နိုင်ခြင်း၊

၎င်း နည်းဗျူဟာသည် ရိုးရှင်းသောလှုံ့ဆော်မှုနည်းဗျူဟာ ဖြစ်သော်လည်း ပြောင်းလဲလာသောနည်းပညာကို ပိုင်နိုင်စွာအသုံးပြုနိုင်ခြင်းကြောင့်ကြီးမားသော အတိုင်းအတာအထိ လုပ်ဆောင်ခွင့်ရရှိနေခြင်း ဖြစ်ပါသည်။သို့သော် အစိုးရ မဟုတ်သော အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုဖြစ်သည့် Digital Empowerment Foundation ၏ လေ့လာတွေ့ရှိချက်အရ အိန္ဒိယလူမျိုးထက်ဝက်ခန့်သည် WhatsApp မှရရှိသော သတင်းအချက်အလက်များကို ယုံကြည်မှုမရှိကြောင်းလည်း ဆိုပါသည်။¹⁶

(ဂ) **Twitter ၊ Facebook ၊Instagram။** Modi ၏ပြိုင်ဘက်ဖြစ်သူ အမျိုးသားကွန်ဂရက် ပါတီဥက္ကဋ္ဌ ရာဟူးဂန္ဒီသည် Twitter အား ၂၀၁၅ ခုနှစ်မှသာ စတင်အသုံးပြုခဲ့သူ ဖြစ်ပါသည်။ ဂန္ဒီသည် Modi ထက်ပို၍ Twitter တွင် မူဝါဒပိုင်းဆိုင်ရာ ချပြမှုကိုပိုမို လုပ်ဆောင်နိုင်သော်လည်း ပါတီအား ထောက်ခံသူများနှင့်မူ တိုက်ရိုက် ထိတွေ့မှု

¹⁶ <https://www.cigionline.org/articles/how-bjp-used-technology-secure-modis-second-win>

မရှိပေ။ Twitter တွင် Modi ၏ BJP ပါတီမှ မဲဆွယ်လုပ်ဆောင်ချက်များက ပိုမိုလွှမ်းမိုးထားနိုင်သည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ ဧပြီလတွင် Facebook မှညှိနှိုင်းဖြေရှင်းမပေးနိုင်သော Facebook စာမျက်နှာများနှင့် အကောင့်ပေါင်း ၇၀၀ ကျော်ကို ဖြုတ်ချခဲ့ခြင်းသည် BJP ပါတီနှင့် လွှတ်တော်အားအထောက်အကူ ဖြစ်စေခဲ့ပါသည်။ ၂၀၁၄ ခုနှစ်တွင် အိန္ဒိယနိုင်ငံ ဝန်ကြီးချုပ်ဖြစ်လာသူ Modi သည် Twitter တွင် Follower ၅၃.၅ သန်း၊ Facebook တွင် ၄၄ သန်း နှင့် Instagram တွင် ၃၅.၂ သန်းရှိကြောင်း သိရှိရပါသည်။¹⁷

၁၅။ ကမ္ဘာပေါ်တွင် လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမှုနှုန်းမှာ နေ့စဉ်မြင့်မားလျက်ရှိပါသည်။ Facebook လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုသူ ၂.၄ ဘီလီယံ နှင့် အခြားလူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုသူ ၁ ဘီလီယံကျော် ရှိပါသည်။ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်တွင် အသုံးပြုမှုများလာသော ထိပ်တန်းလူမှုကွန်ရက် ၇ ခုမှာ Facebook၊ Youtube ၊ Twitter ၊ Tiktok ၊ Pinterest ၊ Snapchat ၊ WhatsApp တို့ဖြစ်ကြပါသည်။ ကမ္ဘာ ခေါင်းဆောင်အချို့သည် ၎င်းတို့၏ Social Media တွင် Followers များခြင်း၊ Like များခြင်းကို ၎င်းတို့၏ နိုင်ငံတော် အမျိုးသားရေးဂုဏ်၊ ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးချင်း၏ ဂုဏ်ဒြပ်အဖြစ် မှတ်ယူကြသည်။ ဥပမာ Facebook တွင် Like ရရှိမှု အရေအတွက်တွင် အမေရိကန်သမ္မတ ထရန်. Like - ၂၆ သန်း၊ အိန္ဒိယဝန်ကြီးချုပ်မိုဒီ Like ၄၄.၇ သန်း ဖြစ်သော်လည်း Like ၊ Comment၊ Share ပေါင်းလျှင် ထရန်.က ၃၀၉ သန်းဖြင့် ပိုများကြောင်းတွေ့ရှိရပါသည်။ Comment များသော အခြားသူများတွင် ဘရာဇီးသမ္မတ၊ အင်ဒိုနီးရှားသမ္မတ၊ ပါကစ္စတန်ဝန်ကြီးချုပ်၊ ကမ္ဘောဒီးယားဝန်ကြီးချုပ်၊ မက္ကဆီကိုသမ္မတ၊ အယ်ဆာဗေဒိုသမ္မတ၊ အီတလီနိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီး တို့လည်းပါဝင်ကြပါသည်။ Facebook တွင် Post အများဆုံးတင်သူ နိုင်ငံခေါင်းဆောင်များအဖြစ် တောင်အာဖရိကသမ္မတ၊ အင်ဒိုနီးရှားအစိုးရ၊ ပါကစ္စတန်ဝန်ကြီးချုပ်၊ ရုရှားနိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာန၊ ဥဘတ်ကစ္စတန်အစိုးရ၊ ဘောဆွာနာအစိုးရ၊ ဒိုမီနီကန်သမ္မတနိုင်ငံ၊ ဂါနာနိုင်ငံ၊ ကိုလံဘီယာနိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးဌာနနှင့် အီသီယိုးပီးယားနိုင်ငံသည် ထင်ရှားပြီး Post အနည်းဆုံးအဖွဲ့များမှာ အမေရိကန်သမ္မတ၊ ဖိလစ်ပိုင်သမ္မတနှင့် နိုင်ငံခြားရေးဝန်ကြီးတို့ ဖြစ်ပါသည်။ Facebook တွင် Post များ

¹⁷ <https://www.indiatoday.in/india/story/pm-modi-quit-social-media-tweet-womens-day-1651943-2020-03-03>

ပြည်သူလူထုထံ အမှန်ရောက်ရှိမှု ကိုကြည့်လျှင် မိမိက friend အားလုံး၏ ၃.၈ ရာခိုင်နှုန်း ၊ ဘရာဇီးသမ္မတက friend အားလုံး၏ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်း ၊ သမ္မတထရန်က friend အားလုံး၏ ၃.၃ ရာခိုင်နှုန်း ၊ မော်ရိုကိုဘုရင်နှင့် အယ်ဆာဗေဒီသမ္မတက friend အားလုံး၏ ၁၂ ရာခိုင်နှုန်းမှ ၁၈ ရာခိုင်နှုန်းထိ ဖြစ်ကြောင်း တွေ့ရှိရပါသည်။

လူမှုကွန်ရက် အသုံးပြုမှုနှင့် စပ်လျဉ်း၍ လွှတ်တော်ဆောင်ရွက်ချက်

၁၆။ ဒုတိယအကြိမ်၊ ပြည်သူ့လွှတ်တော်(၁၄)ကြိမ်မြောက်အစည်းအဝေး၊ (၁၇) ရက်မြောက်နေ့ ကို ၂၀၁၉ ခုနှစ်၊ ဒီဇင်ဘာလ ၁၈ ရက်နေ့တွင်ပြုလုပ်ပြီး အစည်းအဝေးတွင် ဦးစိုင်းငေါင်းဆိုင်ဟိန်း၊ မောက်မယ်မဲဆန္ဒနယ်မှ ၂၀၂၀ ပြည့်နှစ်၊ အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲကာလအတွင်း လူမှုကွန်ရက် (Facebook) အသုံးပြုခြင်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ အစိုးရမှညှိနှိုင်းထိန်းကျောင်းပေးရန်၊ ကိုယ်စားလှယ်လောင်း များ၏ ဖေ့စ်ဘွတ်ခ်ပေါ်တွင် Boost လုပ်ပြီး နိုင်ငံရေးကြေညာအတွက် သုံးစွဲခဲ့သည့် ငွေကြေး ပမာဏတန်ဖိုးများသည် ရွေးကောက်ပွဲဆိုင်ရာ အသုံးစရိတ်ရှင်းတမ်း၌ ဖော်ပြရန် လို/မလို နှင့် ရွေးကောက်ပွဲရက်နီးကပ်နေသော မဲမဆွယ်ရသည့် နေ့များ(Silent Days)နှင့် ရွေးကောက်ပွဲရက် မဲမဆွယ်ရဧရိယာများတွင် Facebook အသုံးပြုပါက ရွေးကောက်ပွဲဥပဒေနှင့် ညီညွတ်မှု ရှိ/မရှိ မေးခွန်းနှင့်စပ်လျဉ်း၍ ပြည်ထောင်စုရွေးကောက်ပွဲကော်မရှင်၊ အဖွဲ့ဝင် ဦးမင်းဆွေက အောက်ပါ အတိုင်း ဖြေကြားခဲ့ပါသည် -

Social Media အသုံးပြုမှုများပြားလာခြင်းသည် ခေတ်ရေစီးကြောင်းဖြစ်သည့်အတွက် တားဆီးထိန်းချုပ်၍မရနိုင်သကဲ့သို့ အကျိုးသက်ရောက်မှုများတွင်လည်း အကောင်းနှင့် အဆိုး ရောထွေးလျက်ရှိပါသည်။ Social Media များကို အသုံးပြုရာတွင် သတ်မှတ်ထားသော Community Standards တို့ကို သုံးစွဲသူကိုယ်တိုင်က ဦးစွာဖတ်ရှုပြီး လိုက်နာကျင့်သုံးရမည်ဖြစ်ပါသည်။ Community Standards ဆိုသည်မှာ ကျင့်ဝတ်အဖြစ် လိုက်နာကျင့်သုံးသင့်ကြောင်း သတ်မှတ်ထားခြင်းသာဖြစ်သည့်အတွက် ဥပဒေကဲ့သို့ အရေးယူထိန်းကျောင်းရန် အခက်အခဲရှိပါသည်။ နိုင်ငံတော်၏လုံခြုံရေးနှင့် တရားဥပဒေစိုးမိုးရေးကိုထိပါးစေမည့် ပြုမူဆောင်ရွက်ချက်များကို မပြုလုပ်စေရေးအတွက် ပြည်သူလူထုအား ပညာပေးခြင်း၊ လိုအပ်သောဥပဒေများ ပြဋ္ဌာန်းခြင်း၊ ဆက်သွယ်ရေးဝန်ဆောင်မှု လိုင်စင်ရ

ကုမ္ပဏီများအား သတိပေးနှိုးဆော်ခြင်းများနှင့် Social Media ကို ဝန်ဆောင်မှုပေးသော ကုမ္ပဏီများနှင့် ပူးပေါင်းညှိနှိုင်းခြင်းစသည်တို့ကို ဆောင်ရွက်လျက်ရှိပြီး တည်ဆဲဥပဒေများနှင့် ငြိစွန်းသောကိစ္စရပ်များအား သက်ဆိုင်ရာဝန်ကြီးဌာန၊ အဖွဲ့အစည်းတို့နှင့် ပူးပေါင်းဖော်ထုတ်အရေးယူခြင်းများနှင့် လူမှုကွန်ရက်မီဒီယာ အသုံးပြုမှုများကို အထိုက်အလျောက် ဟန့်တားထိန်းကျောင်းပေးလျက်ရှိပါသည်။ Facebook ပေါ်တွင် Boost လုပ်ပြီး နိုင်ငံရေးကြေညာခြင်းအတွက် အသုံးပြုသည့် အသုံးစရိတ်နှင့်စပ်လျဉ်း၍ သက်ဆိုင်ရာလွှတ်တော်ရွေးကောက်ပွဲ ဥပဒေ၊ နည်းဥပဒေများတွင် တိုက်ရိုက်သီးခြားဖော်ပြပြီး သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားခြင်းမရှိပါ။ ရွေးကောက်ပွဲကိုယ်စားလှယ်သည် မည်သည့်နည်းဖြင့်ဖြစ်စေ ရွေးကောက်ပွဲ နှင့်စပ်လျဉ်း၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးခြင်းအတွက် ရွေးကောက်ပွဲကိစ္စအလို့ငှာ သုံးစွဲသော ငွေကြေးပမာဏတန်ဖိုးများကို ရွေးကောက်ပွဲကုန်ကျစရိတ် စာရင်းပုံစံ (၂၀) တွင် သတ်မှတ်ထားသည့် အပိုင်းအလိုက်၊ ခေါင်းစဉ်များအလိုက် ထည့်သွင်းဖော်ပြရမည် ဖြစ်ပါသည်။ ဖော်ပြသည့် အပိုင်းခေါင်းစဉ်များတွင် အမည်ဖော်ပြမပါရှိသည့် အခြားအသုံးစရိတ်များကိုလည်း အပိုင်း (၄) ခေါင်းစဉ်အောက်တွင် ထည့်သွင်းဖော်ပြရန် လိုအပ်မည်ဖြစ်ပါသည်။ Silent Days ကာလတွင် Facebook အသုံးပြု၍ မဲဆွယ်ခြင်းအား သက်ဆိုင်ရာလွှတ်တော်ရွေးကောက်ပွဲဥပဒေ၊ နည်းဥပဒေများတွင် တိုက်ရိုက်ဖော်ပြပြီး သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားခြင်းမရှိသော်လည်း ပြည်ထောင်စုရွေးကောက်ပွဲကော်မရှင်မှ ညွှန်ကြားသတ်မှတ်ထားသည် ဥပဒေ၊ နည်းဥပဒေပါပြဋ္ဌာန်းချက်များနှင့် ဆန့်ကျင်၍ မဲဆွယ်စည်းရုံးခြင်းမပြုလုပ်ရန် လိုအပ်ပါသည်ဟု ဖြေကြားသွားပါသည်။¹⁸

နိဂုံး

၁၇။ အင်တာနက် လူမှုကွန်ယက်များသည် ယနေ့ကာလတွင် အများပြည်သူအတွက် လိုအပ်သည့် အကြောင်းအရာများအား ချိတ်ဆက်မျှဝေရန်အတွက် ပလက်ဖောင်းများအဖြစ် တွင်ကျယ်လာပြီ ဖြစ်ပါသည်။ အသုံးပြုမှု ကျယ်ပြန့်လာသည်နှင့်အမျှ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ သံတမန်ရေးစသည့် ကဏ္ဍများစွာတွင် ထင်ဟပ်မှုနှင့်သက်ရောက်မှုများ ထင်ရှားလာလျက်ရှိနေ

¹⁸ <https://www.pyithuhluttaw.gov.mm/node/11773>

ပါသည်။ COVID ကပ်ရောဂါမတိုင်မီ ကာလကတည်းက နိုင်ငံရေးခေါင်းဆောင်များနှင့် ထင်ရှားကျော်ကြားသူများတွင် Social Media အသုံးပြုမှု တစ်စထက်တစ်စ တိုးတက်လာရာ ယခုလို COVID ကာလတွင် ကျန်းမာရေးဆိုင်ရာ ကန့်သတ်ချက်များကြောင့် အသုံးပြုမှု တရှိန်ထိုးများပြားလာသည်ကို တွေ့မြင်နိုင်ပါသည်။ ကျန်းမာရေးကာကွယ်စောင့်ရှောက်မှုမှအစ နိုင်ငံရေးမဲဆွယ်ခြင်းအထိ မိမိပေးလိုသော သတင်းအချက်အလက်များကိုချပြ၍ လူထုထံ စိမ့်ဝင်ထိုးဖောက်နိုင်အောင် ကြိုးစားဖန်တီးလာကြပြီဖြစ်ပါသည်။ သုံးစွဲမှုတိုးတက်လာမှုအပေါ် နည်းပညာအပြောင်းအလဲက ပံ့ပိုးပေးလိုက်သည့်အခါ အနာဂတ်တွင် ယခုထက် တီထွင်ဆန်းသစ်ဖန်တီးမှုများ ရှိလာနိုင်ပါသည်။ အရေးကြီးသည်မှာ အများပြည်သူ၏လိုအပ်ချက်များနှင့် စိတ်ဝင်စားမှုကို ချိန်ညှိနိုင်ရန်အတွက် သုံးစွဲသော လူမှုကွန်ယက်များ၏ စံနှုန်းများ၏အကာအကွယ်ကို ရယူဆောင်ရွက်ရန်မှာ အရေးကြီးဆုံးဖြစ်ပါကြောင်း ရေးသားတင်ပြအပ်ပါသည်။

သုတေသနဌာန

ပြည်သူ့လွှတ်တော်ရုံး

ဤစာတမ်းတိုအား ဦးဝင်းဇော်လတ် (ဒုတိယညွှန်ကြားရေးမှူး) မှ တာဝန်ယူရေးသား၍ သုတေသနဌာနမှ အရာထမ်းအဆင့်ဆင့်က ဝိုင်းဝန်းကြီးကြပ်တည်းဖြတ်၍ ထုတ်ဝေခြင်းဖြစ်ပါသည်။

သတိပြုရန်

ဤသတင်းအချက်အလက်သည် လွှတ်တော်ကိုယ်စားလှယ်များအား ၎င်းတို့၏ လွှတ်တော်ဆိုင်ရာ တာဝန်များကို ဆောင်ရွက်ရာတွင် အထောက်အကူပြုရန်အတွက် ဖြစ်ပါသည်။ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဆိုင်ရာ ကိစ္စ တစ်စုံတစ်ခုအတွက် အသုံးပြုရန်မဟုတ်ပါ။ အချိန်နှင့်တပြေးညီ နောက်ဆုံးရသတင်းဖြစ်မည်ဟု သတ်မှတ် မထားသင့်ပါ။ ဤအချက်အလက်များအား တရားဝင် သို့မဟုတ် ပညာရှင်ဆိုင်ရာအကြံပေးချက်အဖြစ် မသတ်မှတ်သင့်ပါ။ အထူးအကြံပေးချက် သို့မဟုတ် သတင်းအချက်အလက်များလိုအပ်ပါက အရည် အသွေးပြည့်မီသော သင့်လျော်သည့် ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်နှင့် ဆွေးနွေးတိုင်ပင်သင့်ပါသည်။ လွှတ်တော် သုတေသနဝန်ဆောင်မှုသည် စာတမ်းတိုများတွင် ပါဝင်သောအကြောင်းအရာများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ လွှတ်တော် ကိုယ်စားလှယ်များ၊ လွှတ်တော်ဝန်ထမ်းများနှင့် ဆွေးနွေးမှုများ ပြုလုပ်ပေးနိုင်ပါသည်။ အများပြည်သူနှင့် ဆွေးနွေးမှုများ ပြုလုပ်ခြင်းမရှိပါ။



သုတေသနလုပ်ငန်းဆိုင်ရာ စုံစမ်းမေးမြန်းမှုများပြုလုပ်ရန်
(သို့မဟုတ်) သုတေသနဌာနအား လာရောက်လေ့လာရန်
အောက်ပါလိပ်စာအတိုင်း ဆက်သွယ်နိုင်ပါသည်။

သုတေသနဌာန
ပြည်သူ့လွှတ်တော် C ဆောင် - ဒုတိယထပ်
တယ်လီဖုန်း - ၀၆၇ - ၅၉၁၂၈၄၊ ၀၆၇ - ၅၉၁၂၈၅

