

လူမှုကွန်ယက်အသုံးပြုပြီး အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲကို ပုံဖော်ခြင်း



၂၀၂၅ အတုယောင် ရွေးကောက်ပွဲနဲ့ပတ်သက်ပြီး
လူမှုကွန်ယက် လေ့လာစောင့်ကြည့်အကဲဖြတ်ခြင်း အစီရင်ခံစာ

၂၀၂၆ မတ်၊ ၂၅

မာတိကာ

အကြောင်းအရာ

စာမျက်နှာ

နောက်ခံအကြောင်းအရာ

၃

လေ့လာစောင့်ကြည့်မှုနည်းလမ်း

၅

နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမဲဆွယ်မှု

၆

စစ်တပ်ဝါဒဖြန့် **Telegram** ချန်နယ်များ၏ ပုံဖော်ဝါဒဖြန့်မှု

၈

ပြည်တွင်းမီဒီယာများ၏ ရွေးကောက်ပွဲအကြောင်းအရာ
ဖော်ပြမှု အခြေအနေ

၁၃

အနှစ်ချုပ် သုံးသပ်ချက်

၁၇

အတိုကောက်ပေါ်ဟာရများ

KNDP	ကရင်အမျိုးသားဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ
KSPP	ကချင်ပြည်နယ်ပြည်သူ့ပါတီ
MUP	မွန်ညီညွတ်ရေးပါတီ
NDF	အမျိုးသားဒီမိုကရေစီအင်အားစု ပါတီ
NDP	ဒီမိုကရေစီပါတီသစ် (ကချင်)
NIDP	အမျိုးသားအကျိုးစီးပွားတိုးတက်ရေးပါတီ
NLD	အမျိုးသားဒီမိုကရေစီအဖွဲ့ချုပ်ပါတီ
PNO	ပအိုဝ်းအမျိုးသားအဖွဲ့ချုပ်ပါတီ
PP	ပြည်သူ့ပါတီ
PPP	ပြည်သူ့ရွှေ့ဆောင်ပါတီ
PSDP	ဗလုံ-စင်စစ်ဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ
SNDP	ရှမ်းနှင့်တိုင်းရင်းသားများ ဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ
TLSNDP	ရှမ်းနှင့်တိုင်းရင်းသားများ ဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ
USDP	ပြည်ထောင်စုကြံ့ခိုင်ရေးနှင့် ဖွံ့ဖြိုးရေးပါတီ
ZNP	ဇိုမီးအမျိုးသားပါတီ

နောက်ခံအကြောင်းအရာ

၂၀၂၀ ရွေးကောက်ပွဲ ရလဒ်တွေကိုငြင်းပယ်ပြီး အာဏာသိမ်းခဲ့သည့် စစ်ခေါင်းဆောင် ဗိုလ်ချုပ်မှူးကြီး မင်းအောင်လှိုင်ဦးဆောင်သည့် စစ်အုပ်စုသည် ၅ နှစ်အကြာတွင် ၎င်းတို့ စိတ်ကြိုက် ရွေးကောက်ပွဲတစ်ခုကို ပုံဖော်ဖန်တီးလာခဲ့သည်။ စစ်တပ် ကျောထောက်နောက်ခံပါတီဖြစ်သည့် ပြည်ထောင်စုကြံ့ခိုင်ရေးနှင့်ဖွံ့ဖြိုးရေးပါတီ (USDP) ၏ အဓိက ပြိုင်ဘက်ပါတီဖြစ်သည့် အမျိုးသားဒီမိုကရေစီအဖွဲ့ချုပ်ပါတီ (NLD) ကို ဖျက်သိမ်းခဲ့ပြီး NLD ပါတီဝင်ဟောင်းများနှင့် ဖွဲ့စည်းထားသည့် အမျိုးသားဒီမိုကရေစီ အင်အားစုပါတီ (NDF) ကိုလည်း ရွေးကောက်ပွဲမတိုင်ခင် ပါတီကို ဖျက်သိမ်းခဲ့သည်။ ထို့ အပြင် နောက်ထပ်အင်အားကြီးပါတီတစ်ခုဖြစ်သည့် ပြည်သူ့ရှေ့ဆောင်ပါတီ (PPP) ဥက္ကဋ္ဌ ဒေါ်သက်သက်ခိုင်ကို ကိုယ်စားလှယ်လောင်းအဖြစ်မှ ရုပ်သိမ်းခဲ့သည်။

ထိုသို့ဖြင့် စစ်တပ်ကျောထောက်နောက်ခံ USDP ပါတီသည်။ အဓိကပြိုင်ဘက်မရှိဖြစ်လာခဲ့ သည်။ စစ်အုပ်စု၏ အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲကို အနောက်နိုင်ငံအများစု နှင့် အာဆီယံက လက်မခံကြောင်း ထုတ်ဖော်ပြောကြားထားသည့်ကြားကပင် ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်ပြီး ဝေဖန်သူများကို အပစ်ပေးအရယူမည့် အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲများ ကာကွယ်ပေးရေး ဥပဒေ ပြဋ္ဌာန်းကာ ဖမ်းဆီးအရေးယူမှုများ လုပ်ဆောင်ခဲ့သည်။ ထို့သို့ဖြင့် ရွေးကောက်ပွဲ တွင် ရွေးကောက်ပွဲကော်မရှင်၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ၊ မှားယွင်းမှုများ၊ ဘက်လိုက်မှုများ၊ မသမာမှုများကို ပြည်သူများသာမက ပါတီများနှင့် အမတ်လောင်းများပါ ဝေဖန်နိုင်ခြင်းမရှိ အောင် လုပ်ဆောင်လာခဲ့သည်။

ရွေးကောက်ပွဲတွင်လည်း ကြိုတင်မဲကိစ္စရပ်များနှင့်ပတ်သက်ပြီး မကျေလည်မှုများရှိခဲ့သည်။ ထို့အပြင် မဲရုံမဲထက် ကြိုတင်မဲက ပိုများပြီးအနိုင်ရသွားသည့် **USDP** ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများလည်းအများအပြားရှိနေသည်။ ရွေးကောက်ပွဲရလဒ်သည်လည်း အားလုံးကြိုတင်ယူဆထားသည့်အတိုင်းပင် **USDP** ပါတီသည် လွှတ်တော်သုံးရပ်ပေါင်းတွင် နေရာအားဖြင့် ၇၂.၁% ဖြစ်သည့် ၇၃၉ နေရာ ရရှိခဲ့သည်။

ထို့သို့ စစ်တပ်ကျောထောက်နောက်ခံပါတီ အနိုင်ရအောင် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ဖန်တီးထားသည့် ရွေးကောက်ပွဲအခင်းအကျင်းတစ်ခုကို လူမှုကွန်ရက်တွင် မည်ကဲ့သို့ပုံဖော်ခဲ့သည်နှင့် လူမှုကွန်ရက်ကတစ်ဆင့် ခြိမ်းခြောက်မှုများ၊ ဝါဒါဖြန့်မှုများ၊ ပါတီတစ်ခုအနိုင်ရရန် ကြိုးပမ်းလှုပ်ဆောင်မှုများ၊ ပြည်တွင်းသတင်းမီယာများ ၏ ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်ပြီး လွတ်လပ်စွာ သတင်းဖော်ပြနိုင်ခြင်း ရှိမရှိအခြေအနေများကို လေ့လာခဲ့သည်။

လေ့လာစောင့်ကြည့်မှုနည်းလမ်း

မြန်မာနိုင်ငံတွင် လူသုံးအများဆုံး လူမှုကွန်ရက်ပလက်ဖောင်းများဖြစ်သည့် **Facebook**၊ **Telegram** နှင့် **TikTok** တို့ကို အဓိကထားစောင့်ကြည့်လေ့လာခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ **Facebook** ပလက်ဖောင်းတွင် နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ စာမျက်နှာ ၂၆ ခု၊ ပြည်တွင်းမီဒီယာ ၅ ခု ကို လေ့လာစောင့်ကြည့်ခဲ့သည်။ **Telegram** တွင် ပြည်တွင်းမီဒီယာ ၃ခု နှင့် စစ်ကော်မရှင် ဝါဒဖြန့်ချိနယ် ၆ ခုကို စောင့်ကြည့်လေ့လာခဲ့သည်။ **TikTok** ပလက်ဖောင်းတွင်မူ နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ ရွေးကောက်ပွဲဆိုင်ရာ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုအခြေအနေများကို ကျပန်းရယူစုဆောင်းစောင့်ကြည့်ထားသည်။ နိုင်ငံရေးပါတီများကို စောင့်ကြည့်လေ့လာရာတွင် နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ လူမှုကွန်ရက်ပေါ်တွင် မဲဆွယ်နိုင်စွမ်းကို လေ့လာခဲ့သည်၊ ပြည်တွင်းမီဒီယာများကို စောင့်ကြည့်လေ့လာရာတွင် ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်ပြီး ပြဿနာများ၊ အငြင်းပွားမှုများ၊ ရွေးကောက်ပွဲကို အကောင်းမမြင်ဖြစ်စေသည့် အကြောင်းအရာများကို လွတ်လပ်စွာ ဖော်ပြနိုင်ခြင်းရှိမရှိ နှင့် မည်သည့် ပါတီတွေကို အဓိက ရေးသားပေးသည် တို့ကို လေ့လာခဲ့သည်။ စစ်ကော်မရှင်ဝါဒဖြန့်ချိသည့် အကောင့်များကို လေ့လာရာတွင် ရွေးကောက်ပွဲနှင့် ပတ်သက်ပြီး ခြိမ်းခြောက်မှု၊ ဝါဒဖြန့်ချိမှု၊ သတင်းတုသတင်းမှားနှင့် အမုန်းစကားဖြန့်ချိမှု၊ နိုင်ငံရေးပါတီများကို မဲဆွယ်ပေးမှု အခြေအနေများကို လေ့လာစောင့်ကြည့်ထားခြင်းဖြစ်သည်။



ပြည်တွင်းမီဒီယာ

၂ ခု +

ဝါဒဖြန့် ချန်နယ် ၆ ခု



ပြည်တွင်းမီဒီယာ

၅ ခု +

နိုင်ငံရေးပါတီ ၂၆ ခု

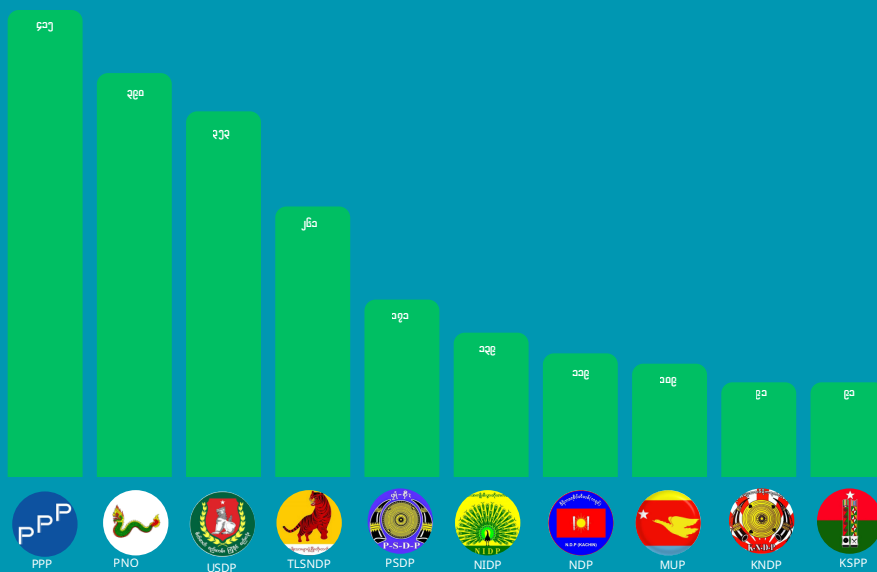


ကျပန်းလေ့လာစောင့်ကြည့်ခြင်း

နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမဲဆွယ်မှု

မြန်မာနိုင်ငံမှာ အသက်ဝင် (Active) ဖြစ်သည့် လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုသူ ၂၁ သန်းကျော်ရှိကြောင်း လူမှုကွန်ရက်အသုံးပြုမှုများကို သုတေသနပြုလုပ်နေသည့် **Kepios** ကဆိုသည်။ အဓိက အသုံးပြုသည့် လူမှုကွန်ရက်ပလက်ဖောင်းမှာ **TikTok** ပလက်ဖောင်းဖြစ်ပြီး အသုံးပြုသူ ၂၁ သန်းအထိ ရှိကြောင်း **TikTok** ၏ ကြော်ငြာရင်းမြစ်များတွင် ထုတ်ဝေထားသော ကိန်းဂဏန်းများ အရသိရသည်။ **Facebook** ၏ ကြော်ငြာရင်းမြစ်များတွင် ထုတ်ဝေထားသော ကိန်းဂဏန်းများ အရ **Facebook** အသုံးပြုသူမှာ ၁၄ သန်းကျော်ရှိသည်။ အာဏာမသိမ်းခင် ၂၀၂၀ က အသုံးပြုသူ ၂၈ သန်းကျော်အထိ ရှိခဲ့သည့် **Facebook** သည် အင်တာနက်ပြတ်တောက်မှု နှ့် စစ်ကော်မရှင်ရဲ့ ပိတ်ဆို့ထားမှုကြောင့် အသုံးပြုသူ ထက်ဝက်နီးပါး လျော့ကျသွားခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် ပိတ်ဆို့ခြင်းမခံရသည့် **TikTok** သည် မြန်မာနိုင်ငံတွင် အကြီးဆုံးလူမှုကွန်ရက် ပလက်ဖောင်းဖြစ်လာနေသည်။

မဲဆွယ်ကာလအတွင်း နိုင်ငံရေးပါတီများရရှိခဲ့သည့် Facebook Post စုစုပေါင်း



စစ်ကော်မရှင်ထံမှတ်ပုံတင်ထားသည့် နိုင်ငံရေးပါတီ ၅၇ ပါတီရှိခဲ့သော်လည်း အများစုမှာ လူမှုကွန်ရက်များမှာ မဲဆွယ်မှုများလုပ်ဆောင်နိုင်ခြင်းမရှိသည်ကိုတွေ့ရသည်။ **TikTok** သည် မြန်မာနိုင်ငံတွင် အကြီးဆုံးလူမှုကွန်ရက်ပလက်ဖောင်းဖြစ်နေသော်လည်း ပြီးခဲ့သည့် ၂၀၂၅ အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲတွင် ပါတီတချို့သာ **TikTok** အသုံးပြုပြီး မဲဆွယ်မှုများလုပ်ခဲ့ကြ သည်ကိုတွေ့ရသည်။ နိုင်ငံတဝန်းယှဉ်ပြိုင်သည့် ပါတီကြီးများဖြစ်သည့် ပြည်ထောင်စု ကြံ့ခိုင်ရေးနှင့်ဖွံ့ဖြိုးရေးပါတီ (**USDP**)၊ ပြည်သူ့ရှေ့ဆောင်ပါတီ (**PPP**)၊ ပြည်သူ့ပါတီ (**PP**)၊ ရှမ်း နှင့်တိုင်းရင်းသားများဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ (**SNDP**) နှင့် မြန်မာနိုင်ငံတောင်သူလယ်သမား ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးပါတီ (**MFDP**) တို့သာ **TikTok** တွင် အဓိက မဲဆွယ်မှုများ ပြုလုပ်ခဲ့ကြ သည်။ **Facebook** တွင်မူ နိုင်ငံရေးပါတီ ၂၆ ခုက သူတို့ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်စာမျက်နှာတွေကတဆင့် မဲဆွယ် စည်းရုံးမှုများ လုပ်ဆောင်နိုင်ခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။

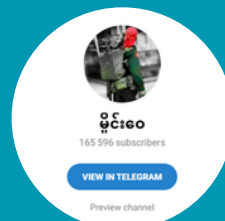
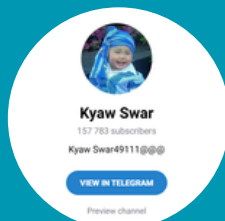
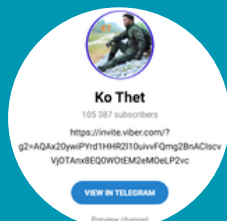
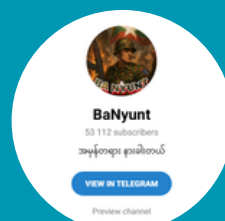
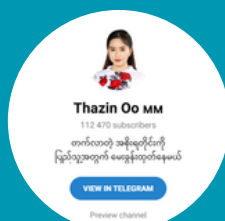


Facebook မဲဆွဲခြင်းတွင် ပရိတ်သတ်တုံ့ပြန်မှု အများဆုံးရရှိသည်မှာ ပြည်ထောင်စုကြံ့ခိုင် ရေးနှင့်ဖွံ့ဖြိုးရေးပါတီ (**USDP**) ပါတီဖြစ်သည်။ ဒုတိယ အများဆုံးမှာ ပအိုဝ်းအမျိုးသားအဖွဲ့ ချုပ်ပါတီ (**PNO**) ဖြစ်ပြီး တတိယ အများဆုံးမှာ ပြည်သူ့ရှေ့ဆောင်ပါတီ (**PPP**) ဖြစ်သည်။

စစ်တပ်ဝါဒဖြန့် Telegram ချန်နယ်များ၏ ပုံဖော်ဝါဒဖြန့်မှု

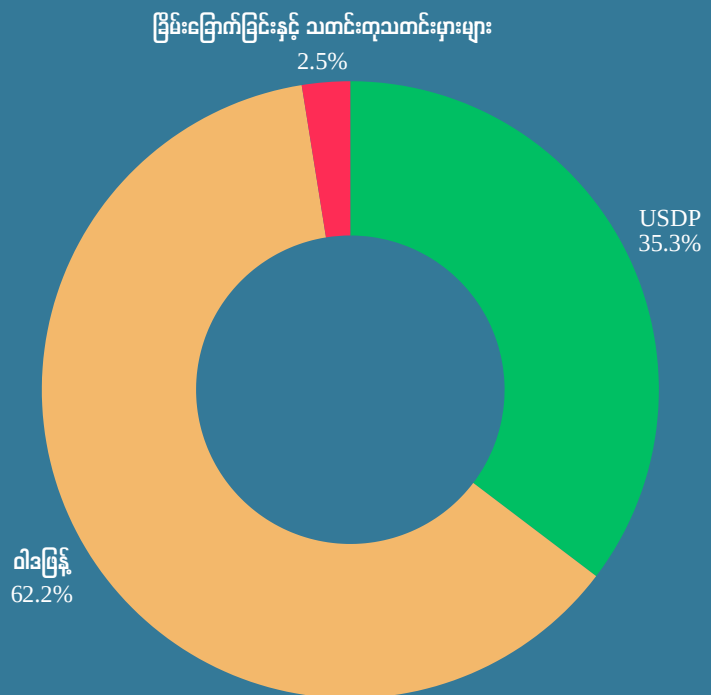
စစ်အာဏာသိမ်းပြီးနောက် **Facebook** ပလက်ဖောင်းတွင် မြန်မာစစ်တပ်နှင့်စပ်နွယ်သည့် ဝါဒဖြန့်ချိရေးအကောင့်များ၊ အာဏာသိမ်းမှုကိုထောက်ခံ ဝါဒဖြန့်သည့် အကောင့်များကို ဖြုတ်ချခဲ့ခြင်းကြောင့် စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ချိရေးယန္တရားသည် **Telegram** ပလက်ဖောင်းကို အလုံးအရင်းဖြင့် ရောက်ရှိလာသည်။ ၂၀၂၁ ခုနှစ်ကထဲက စတင်ခဲ့သည့် စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ချိ ရေးအကောင့်များသည် **Telegram** တွင် ပရိတ်သက်အခိုင်အမာရရှိထားသည်။ **CJ Platform** အနေဖြင့် အဓိက နာမည်ရရှိပြီးသားဖြစ်သည့် ဟန်ငြိမ်းဦး၊ **Ko Thet**၊ မှိုင်းဝေ၊ **Kyaw Swar**၊ **Ba Nyunt**၊ **Thazin Oo** စသည့် **Channel** ၆ ခုကို ၂၀၂၅ အောက်တိုဘာလက စတင်ကာ ၂၀၂၆ ဇန်နဝါရီလကုန်အထိ ၄ လတာ စောင့်ကြည့်လေ့လာခဲ့သည်။

လေ့လာစောင့်ကြည့်ခဲ့သည့် စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ချိချန်နယ်များ



၄ လတာကာလအတွင်း စောင့်ကြည့်ခဲ့သည့် ချန်နယ်များသည်ရွေးကောက်ပွဲနှင့် သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာတွေကို အကြိမ်ရေ ၃၂၀၀ ကျော်ဖော်ပြခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။ အဆိုပါအကြိမ်ရေ ၃၂၀၀ တွင် အကြိမ်ရေ ၁၁၀၀ ကျော်သည် **USDP** အတွက် မဲဆွယ်ပေးသည့် အကြောင်းအရာများဖြစ်သည်။ အကြိမ်ရေ ၂၀၀၀ ခန့်မှာ အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲနှင့် ပတ်သက်သည့် ဝါဒဖြန့်ချိမှုများဖြစ်ပြီး ကျန်သည့်အကြောင်းအရာများမှာ သတင်းတုသတင်းမှားများ၊ အမုန်းစကားများ၊ ခြိမ်းခြောက်မှုများဖြစ်သည်။ ထူးခြားသည်မှာ အခြားပါတီများကို မဲဆွယ်ပေးသည်များမရှိဘဲ **USDP** ပါတီကိုသာ အဓိက မဲဆွယ်ပေးခဲ့ခြင်းသည်။

ရွေးကောက်ပွဲ
အကြောင်းအရာပေါင်း
၃၂၀၀ +



USDP ကိုမဲဆွယ်ပေးသည့်
အကြောင်းအရာပေါင်း
၁၁၀၀+

USDP ကို မဲဆွယ်ပေးသည့် အကြောင်းအရာများတွင် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းတစ်ဦးချင်းဆီ အလိုက် မဲဆွယ်ပေးမှုများလည်းပါဝင်သည်။ ထိုအထဲတွင် **USDP** ပါတီ ဥက္ကဋ္ဌ ဦးခင်ရီကို မဲဆွယ်ပေးမှုသည် အများဆုံးဖြစ်သည်။ ဒုတိယ အများဆုံးမှာ ပါတီ ဒုဥက္ကဋ္ဌဖြစ်သူ ဒုဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မျိုးဇော်သိမ်းဖြစ်သည်။ တတိယ အများဆုံးမှာ ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦး၊ စတုတ္ထမှာ **USDP** ဒုဥက္ကဋ္ဌ ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြတ်ဟိန်း နှင့် ပဉ္စမမှာ ဒုဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း ကံမြင့်သန်းဖြစ်သည်။

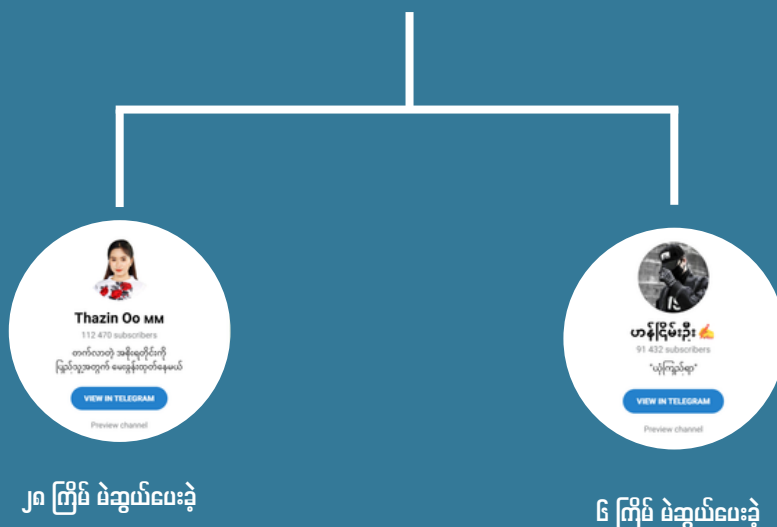
စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ချိနယ်များ ၏ လူပုဂ္ဂိုလ်အလိုက် မဲဆွယ်ပေးမှု အကြိမ်ရေ



ထူးခြားသည်မှာ ချန်နယ်အများစုက ဦးခင်ရီကို အများဆုံး မဲဆွယ်ပေးခဲ့ကြသော်လည်း ဟန်ငြိမ်းဦးနှင့် **Thazin Oo** ချန်နယ်များက ပြင်ဦးလွင်ကနေ ဝင်ရောက်ယှဉ်ပြိုင်တဲ့ ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦးကို အဓိကထား မဲဆွယ်ပေးခဲ့ကြသည်။ ဟန်ငြိမ်းဦး ချန်နယ်သည် လူပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးချင်းစီအလိုက် မဲဆွယ်ပေးသည့် အကြိမ်ရေ ၇ ကြိမ်ရှိခဲ့ပြီး ၆ ကြိမ်သည် ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦးကို မဲဆွယ်ပေးခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ သဇင်ဦးသည်လည်း လူပုဂ္ဂိုလ်အလိုက် မဲဆွယ်ပေးမှု ၄၄ ကြိမ်တွင် ၂၈ ကြိမ်သည် ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်းမြထွန်းဦးကို မဲဆွယ်ပေးခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်းမြထွန်းဦးသည် လက်ရှိတွင် ပို့ဆောင်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာန ဝန်ကြီးဖြစ်သည်။ အဆိုပါဝန်ကြီးဌာနသည်။ ပြည်သူများ၏ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုများ၊ မိုဘိုင်းဖုန်းအသုံးပြုမှုများကို စောင့်ကြည့်ရာတွင် အရေးအပါဆုံး ဝန်ကြီးဌာနတစ်ခုဖြစ်သည်။

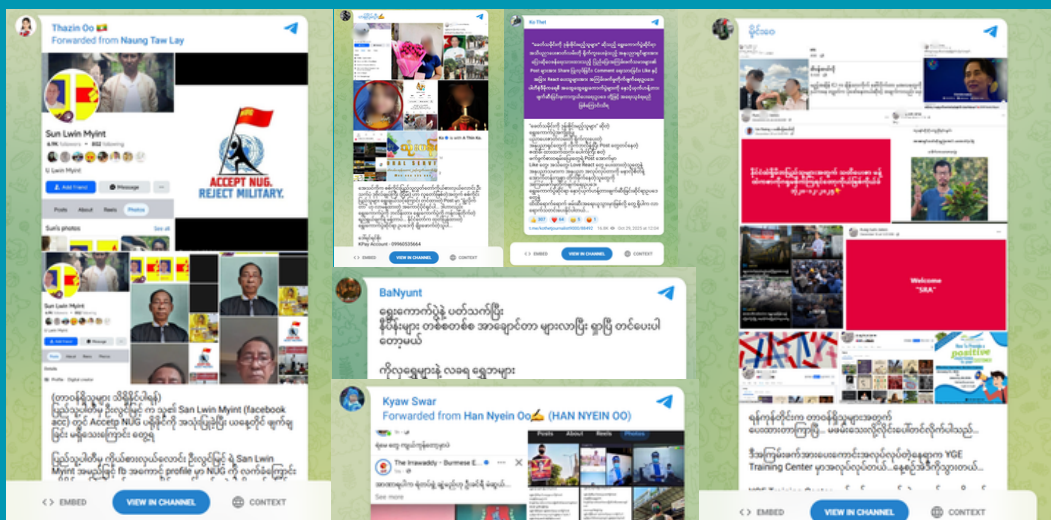


ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း
မြထွန်းဦး



စစ်တပ်ဝါဒဖြန့် **Telegram** ချန်နယ်များသည် အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲ အတွက်ဝါဒဖြန့်ခြင်း၊ **USDP** ပါတီကို မဲဆွယ်ပေးခြင်း သာမက အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်ပြီး ခြိမ်းခြောက်မှုများ၊ သတင်းတု သတင်းဟာ ဖြန့်ဝေခြင်းများ၊ အမုန်းစကားဖြန့်ဝေခြင်းများ လည်းလုပ်ဆောင်ခဲ့သည်။ အဓိကအားဖြင့် အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်ပြီး ဝေဖန်သူများ၏ ကိုယ်ရေးအချက်အလက်များကို ၎င်းတို့၏ချန်နယ်များတွင် ဖော်ပြကာ ဖမ်းဆီးခိုင်းခြင်း၊ ၎င်းတို့သဘောမကျသည့် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများကို အရေးယူခိုင်းခြင်းများပြုလုပ်ခဲ့ကြသည်။

စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ချန်နယ်များ ၏ ခြိမ်းခြောက်မှုများကို ကြည့်ရှုရန်



ခြိမ်းခြောက်ခြင်းများ၊ ဖမ်းဆီးခိုင်းခြင်းများ ကို စုစုပေါင်း ၆၇ ကြိမ်အထိပြုလုပ်ခဲ့သည်။ ထိုသို့ပြုလုပ်ခဲ့ခြင်းကြောင့် ဖမ်းဆီးခံရသူများရှိခဲ့ပြီး အထူးသဖြင့် ပြည်သူ့ပါတီက သမီးနန်းကျွန်းမြို့နယ်မှာ ဝင်ရောက်ယှဉ်ပြိုင်ခဲ့တဲ့ ဦးလွင်မြင့်မှာ ဖမ်းဆီးထောင်ချခံခဲ့ရပြီး လေဘာပါတီမှ ကိုယ်စားလှယ်လောင်း ဦးကျော်သူရ(ခ)မာမတ်အနီဆူရာမန် ကိုလည်း ကိုယ်စားလှယ်လောင်းအဖြစ်မှ ပယ်ဖျက်ခဲ့သည်။ အထွေထွေရွေးကောက်ပွဲများ ကာကွယ်ပေးရေး ဥပဒေ ဖြင့် အရေးယူခံရသူသည်လည်း ၃၀၀ ကျော်အထိရှိခဲ့သည်။

ပြည်တွင်းမီဒီယာများ၏ ရွေးကောက်ပွဲ အကြောင်းအရာဖော်ပြမှု

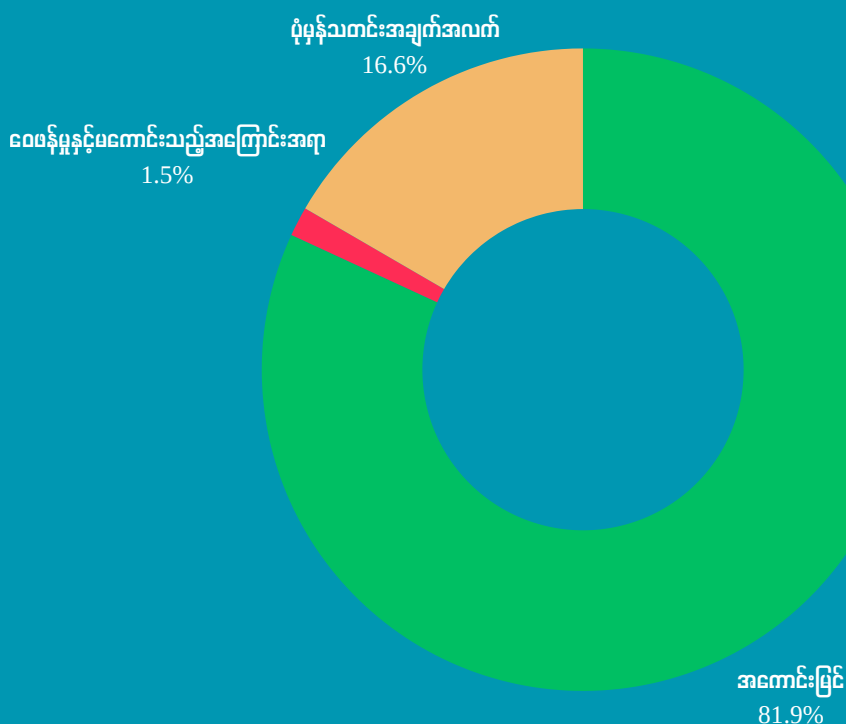
ပြည်တွင်းမီဒီယာများကို လေ့လာစောင့်ကြည့်ရာတွင် လွတ်လပ်စွာရပ်တည်သည်ဟုဆိုထားသည့် ပြည်တွင်းမီဒီယာများသာမက စစ်ကော်မရှင်နှင့်နီးစပ်သည့် မီဒီယာများကိုပါ လေ့လာစောင့်ကြည့်ထားသည်။ မီဒီယာ စုစုပေါင်း ၈ ခုကို စက်တင်ဘာလမှ စတင်ကာ ဇန်နဝါရီလကုန်အထိ ၅လတာ လေ့လာခဲ့သည်။ လေ့လာရာတွင် အတုယောင် ရွေးကောက်ပွဲ နှင့်ပတ်သက်ပြီး နိုင်ငံရေးပါတီများ နှင့် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများ ၏ ဝေဖန်ချက်များ၊ နိုင်ငံတကာ၏ ဝေဖန်ချက်များ ကို ပြည်တွင်းမီဒီယာများအနေဖြင့် ဖော်ပြ နိုင်ခြင်းရှိမရှိ၊ မည်သည့်ပါတီ မည်သည့်ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများ၏ မဲဆွယ်စည်းရုံးသည့် အကြောင်းအရာများကို ဖော်ပြခဲ့သနည်း စသည့် အကြောင်းအရာများကို အဓိကထား လေ့လာခဲ့သည်။

လေ့လာစောင့်ကြည့်ခဲ့သည့် ပြည်တွင်းမီဒီယာများ



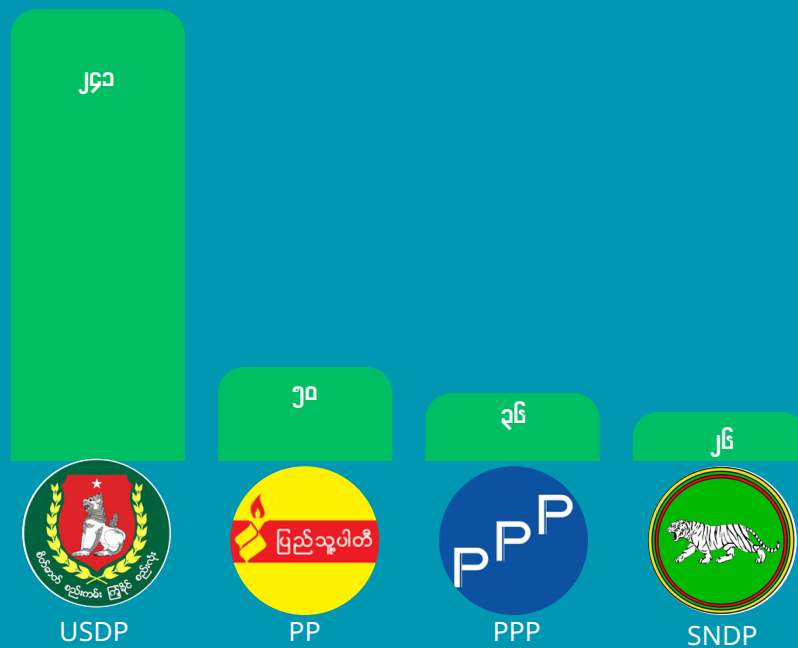
ထိုသို့လေ့လာရာတွင် ပြည်တွင်းမီဒီယာ ၈ ခုသည် အတုယောင် ရွေးကောက်ပွဲနှင့်သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာများကို အကြိမ် ၂၆၀၀ ကျော်ဖော်ပြခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။ အဆိုပါ အကြိမ် ၂၆၀၀ ကျော်တွင် အကြိမ်ပေါင်း ၂၁၀၀ ကျော်မှာ ရွေးကောက်ပွဲကို အကောင်းမြင်ဖော်ပြသည့် အကြောင်းအရာများဖြစ်သည်ကိုတွေ့ရသည်။ အကြောင်းအရာ ၃၉ ခုကသာ ရွေးကောက်ပွဲကို ဝေဖန်သည့် အကြောင်းအရာများ၊ ရွေးကောက်ပွဲပုံရိပ်ကို ထိခိုက်စေသည့် အကြောင်းအရာများဖြစ်ကြောင်းတွေ့ရသည်။ ကျန်သည့် အကြိမ် ၄၀၀ ကျော်မှာ ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်သည့် အချက်အလက်ကိန်းဂဏန်းနှင့် ထုတ်ပြန်ချက်များဖြစ်သည်။ ပြည်တွင်းသတင်းဌာနများတွင် **The Standard Time Daily** နှင့် **Voice of Myanmar** သတင်းဌာနနှစ်ခုသာ ရွေးကောက်ပွဲကို ဝေဖန်သည့်အကြောင်းအရာများကို အများဆုံးဆုံးဖော်ပြကြသည်။ **The Standard Time Daily** သည် ရွေးကောက်ပွဲဝေဖန်သည့် အကြောင်းအရာများနှင့် ထောက်ခံသည့် အကြောင်းအရာများကို မျှခြေကျကျ ဖော်ပြခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။

ပြည်တွင်းမီဒီယာများ၏ ရွေးကောက်ပွဲနှင့်ပတ်သက်သည့် ဖော်ပြမှု အခြေအနေ



နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ မဲဆွယ်သည့်အကြောင်းအရာများ လှုပ်ရှားမှုများကို ဖော်ပြမှု စုစုပေါင်း အကြိမ် ၄၀၀ ကျော်ရှိပြီး အကြိမ်ပေါင်း ၂၀၀ ကျော်မှာ **USDP** ပါတီအကြောင်း ဖော်ပြကြသည်ကိုတွေ့ရသည်။ ဒုတိယမှာ ပြည်သူ့ပါတီ (**PP**) ဖြစ်ပြီး၊ တတိယမှာ ပြည်သူ့ ရှေ့ဆောင်ပါတီ (**PPP**) နှင့် စတုတ္ထမှာ ရှမ်းနှင့်တိုင်းရင်းသားများ ဒီမိုကရက်တစ်ပါတီ (**SNDP**) တို့ဖြစ်သည်။

ပြည်တွင်းမီဒီယာများ၏ နိုင်ငံရေးပါတီအလိုက် ဖော်ပြမှု အခြေအနေ



ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများ၏ မဲဆွယ်သည့် အကြောင်းအရာများ၊ လှုပ်ရှားမှုများကို ဖော်ပြရာတွင် **USDP** ဥက္ကဋ္ဌ ဦးခင်ရီ နှင့် ပတ်သက်ပြီး အဓိကဖော်ပြကြကာ ဒုတိယမှာ မိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦးဖြစ်ပြီး တတိယမှာ လဝကဝန်ကြီး ဦးမြင့်ကြိုင် နှင့် စတုတ္ထမှာ **USDP** ပါတီဥက္ကဋ္ဌ ဒုမိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း မျိုးဇော်သိမ်း အကြောင်းဖြစ်သည်။ **The Standard Time Daily** မှာမူ ပါတီနှင့် လူပုဂ္ဂိုလ်အလိုက် မဲဆွယ်သည့် အကြောင်းအရာများ မဖော်ပြခဲ့ပေ။

ပြည်တွင်းမီဒီယာများ၏ ကိုယ်စားလှယ်လောင်းအလိုက် ဖော်ပြမှု အခြေအနေ



ထူးခြားသည်မှာ ရှေ့တွင်ဖော်ပြခဲ့သည့် ဟန်ငြိမ်းဦးနှင့် **Thazin Oo** ချန်နယ်များကဲ့သို့ပင် **People Media** သည်လည်း မိုက်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦး ၏ မဲဆွယ်စည်းရုံးမှုများကိုသာ အဓိကဖော်ပြခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။



မိုက်ချုပ်ကြီးဟောင်း
မြထွန်းဦး



သည့် မိုက်ချုပ်ကြီးဟောင်း မြထွန်းဦး
မဲဆွယ်သည့်အကြောင်းအရာများကို

၂၈ ကြိမ်

ထက်မနည်း ဖော်ပြခဲ့သည်

အနှစ်ချုပ်သုံးသပ်ချက်

စစ်ခေါင်းဆောင် မင်းအောင်လှိုင်သည် ၂၀၂၅-၂၀၂၆ အတုအယောင် ရွေးကောက်ပွဲကို လွတ်လပ်ပြီးတရားမျှတသည့်ရွေးကောက်ပွဲဟု ဆိုထားသော်လည်း အထက်ပါ အချက်အလက်များကို ကြည့်ခြင်းဖြင့် ကန့်သတ်မှုများ၊ ပိတ်ပင်မှုများ၊ ခြိမ်းခြောက်မှုများ ပြုလုပ်ကာ ပါတီတစ်ခု အနိုင်ရစေရန် ကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားသည့် ရွေးကောက်ပွဲဖြစ်သည် တွေ့နိုင်သည်။ ပထမဆုံးအနေဖြင့် လူမှုကွန်ရက်မဲဆွယ်မှုတွင်ပင် စစ်တပ် ကျောထောက်နောက်ခံ **USDP** သည် နှစ်ပေါင်းများစွာကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားသည့်အခြေအနေ ကြောင့် ပြိုင်ဘက်များထက် ပိုပြီးလုပ်ဆောင်နိုင်စွမ်းရှိသည့်အခြေအနေဖြစ်သည်။ ထို့ အပြင် ၂၀၂၁ ကထဲက စစ်တပ်အတွက် ဝါဒဖြန့်ပေးနေသည့် ဝါဒဖြန့်ချိနယ်များသည် လည်း **USDP** ပါတီကိုသာ အဓိက မဲဆွဲခဲ့ကြပြီး ပြိုင်ဘက်ပါတီကိုယ်စားလှယ်လောင်းများကို ခြိမ်းခြောက်တိုက်ခိုက်မှုများပင် လုပ်ခဲ့သည်ကိုတွေ့ရသည်။ ဝါဒဖြန့်ချိနယ်များ၏ တိုက်ခိုက်မှုကြောင့် ကိုယ်စားလှယ်လောင်းတချို့ ဖမ်းဆီးထောင်ချခံခဲ့ရပြီး ကိုယ်စားလှယ် လောင်းအဖြစ်က ရုပ်သိမ်းခံခဲ့ရသည်များပင်ရှိခဲ့သည်။

အရေးကြီးဆုံးအချက်မှာ မီဒီယာလွတ်လပ်ခွင့်ပင်ဖြစ်သည်။ ရွေးကောက်ပွဲ၏ပွင့်လင်း မြင်သာမှုနှင့် လွတ်လပ်တရားမျှတမှုတို့သည် မီဒီယာလွတ်လပ်ခွင့်ဖြင့် တိုက်ရိုက်အချိုးကျ နေသည်။ မြန်မာနိုင်ငံတွင် စစ်အုပ်စုသည် မီဒီယာများစုကို ပိတ်သိမ်းကာ ဖမ်းဆီးထောင်ချ မှုများလုပ်ဆောင်နေသည့် အတွက် မီဒီယာလွတ်လပ်ခွင့် အနိမ့်ဆုံးအခြေအနေတွင်ရှိ နေသည်။ အများစုသည် ပြည်ပတွင်ရပ်တည်နေကြရပြီး ပြည်တွင်းတွင်ရပ်တည်သည့်မီဒီ ယာများသည်လည်း စစ်အုပ်စုမကြိုက်သည့် အကြောင်းအရာများကို ဖော်မပြရဲကြပေ။ အချက်အလက်များအရပင် ပြည်တွင်းမီဒီယာများသည် ပြီးခဲ့သည့် အတုယောင် ရွေးကောက်ပွဲတွင် ရွေးကောက်ပွဲအကြောင်းကောင်းမွန်သည့် အချက်အလက်များကိုသာ တင်ဆက်ရဲကြပြီး ရွေးကောက်ပွဲ အငြင်းပွားမှုများ၊ ချို့ယွင်းချက်နှင့်လိုအပ်ချက်များ၊ နိုင်ငံတကာ၏ ဝေဖန်ထောက်ပြမှုများကို ဖော်မပြရဲကြပေ။



ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်း
မြထွန်းဦး



၂၈ ကြိမ် မဲဆွယ်ပေးခဲ့

၂၈ ကြိမ် မဲဆွယ်ပေးခဲ့

၆ ကြိမ် မဲဆွယ်ပေးခဲ့

ထူးခြားသည်မှာ ပြည်တွင်းမီဒီယာများ နှင့် စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်တယ်လီဂရမ်ချန်နယ်များသည် ကြံ့ခိုင်ရေးပါတီ (USDP) နှင့် ပါတီက စစ်ဗိုလ်ချုပ်ဟောင်းများ၊ ဝန်ကြီးများ၏ ပြောကြားချက်များ၊ လှုပ်ရှားမှုများ နှင့် မဲဆွယ်ပွဲများကို အဓိကဖော်ပြခဲ့ခြင်းဖြစ်သည်။ ယင်းတို့အထဲတွင် **Pepople Media**၊ **Thazin Oo** နှင့် **ဟန်ငြိမ်းဦး**တို့သည် လက်ရှိပို့ဆောင်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီး ဗိုလ်ချုပ်ကြီးဟောင်းမြထွန်းဦး ကို အဓိက မဲဆွယ်ပေးခဲ့ကြခြင်းဖြစ်သည်။ ပို့ဆောင်ဆက်သွယ်ရေးဝန်ကြီးဌာနသည်။ ပြည်သူများ၏ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုများ၊ မိုဘိုင်းဖုန်းအသုံးပြုမှုများကို စောင့်ကြည့်ရာတွင် အရေးအပါဆုံး ဝန်ကြီးဌာနတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ထိုဝန်ကြီးဌာနဝန်ကြီးသည် ဝါဒဖြန့်မှုနှင့် ပြည်သူများကိုစောင့်ကြည့်ကာ ခြိမ်းခြောက်ဖမ်းဆီးဖို့လှုံ့ဆော်နေသည့် **Telegram** ချန်နယ်များနှင့်ဆက်စပ်မှုရှိနေသည်မှာ စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းပေသည်။ ထို့ကြောင့် အတုယောင်ရွေးကောက်ပွဲကာလအတွင်း စစ်တပ်ဝါဒဖြန့်ယန္တရားသည် ပါတီတစ်ခုအနိုင်ရရေးအတွက် စနစ်တကျ ဝါဒဖြန့်မှုများ လုပ်ဆောင်ခဲ့သည်ကိုတွေ့ရပေမည်။