DW Akademie

ဆွေးနွေးချက်စာတမ်း | မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း

အသပြာချည်းသာလော |

ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ်တွင် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ပြန်လည်ဆန်းစစ်ခြင်း

စာတမ်းရှင်များ- PETER DESELAERS, KYLE JAMES, ROULA MIKHAEL, LAURA SCHNEIDER

ယခုစာတမ်းတွင် မီဒီယာဌာနများက ငွေကြေးအရမနစ်မွန်းအောင်ကြိုးစားရင်း အရည်အသွေးမြင့် သတင်းတင်ဆက်မှုပြုလုပ်ရန် ကြီးလေးသောအခက်အခဲများ ရင်ဆိုင်နေရချိန်တွင် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် စံပြုပုံစံ(model) အသစ် တစ်ခုကို တင်ပြထားပါသည်။ အဆိုပါ စိန်ခေါ်မှုအများအပြားသည် လုပ်ငန်းစံပြု ပုံစံများ ပျက်ယွင်းစေပြီး မီဒီယာ ရယူလက်ခံမှု အလေ့အထများ ပြောင်းလဲစေ ခဲ့သော ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ် အကူးအပြောင်းတွင် ပေါ်ထွက်လာခြင်းဖြစ်သည်။ လိုအပ်သည်မှာ မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ငွေကြေးကဏ္ဍထက်ကျော်လွန်ရှုမြင်ထားသော ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ရှုမြင်သုံးသပ်ပုံမျိုး ဖြစ်ကြောင်း ကျွန်ုပ်တို့အဆိုပြု ထားပါသည်။ ကျွန်ုပ်တို့၏ စံပြုပုံစံသည် စီးပွားရေး၊ နိုင်ငံရေး၊ သတင်းအကြောင်းရပ်၊ နည်းပညာနှင့် လူ့အသိုင်း အဝိုင်းစသည့် ရှုထောင့် ငါးရပ်ကိုလည်းကောင်း၊ မီဒီယာ အဖွဲ့အစည်းများ၊ ကွန်ရက်များနှင့် အထွေထွေမှုဘောင်စသည့် အဆင့်သုံးဆင့်ကိုလည်းကောင်း လေ့လာပါသည်။ ထိုအခါ ပိုမိုထိရောက် သည့် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းဆိုင်ရာ မဟာဗျူဟာ များနှင့် စီမံကိန်းများ ဖော်ထုတ်ခွင့် ရရှိစေပါသည်။

မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် စိန်ခေါ်မှု

ကမ္ဘာတစ်ဝန်းတွင် ဝင်ငွေမြင့်တိုင်းပြည်များတွင်ရော ဝင်ငွေနည်း(သို့) ဝင်ငွေအသင့်အတင့် တိုင်းပြည်များတွင်ပါ သတင်းဌာနများစွာသည် မိမိတို့ ရပ်တည်နိုင်ရေးအတွက် ရုန်းကန်နေရသည်ဟုဆိုလျှင် ချဲ့ကားပြောခြင်း မဟုတ်ပါ။ ၎င်းတို့သည် စီးပွားရေးအရ အရှုံးပြနေချိန်တွင် မိမိတို့ပရိသတ်များအား အရည်အသွေးမြင့်၊ ဆီလျော်မှုရှိသော သတင်း အကြောင်းအရာများ မည်သို့လျှင် တင်ဆက်နိုင်ပါမည်နည်း။ မီဒီယာလုပ်ငန်း များစွာသည် ရုံးခန်းငှားခ၊ သတင်းခန်းအတွက် ဓာတ်အားခ စသည်ဖြင့် ပေးရန် ခက်ခဲနေချိန်တွင် သတင်းထောက်များငှားခြင်း၊ နေထိုင် ရန်လုံလောက်သော လခပေးထားခြင်း၊ အရေးကြီးသော သတင်းတင်ဆက်မှုအတွက် ရင်းနှီး မြှုပ်နှံခြင်း တို့အတွက် မည်သို့လျှင်တတ်နိုင်ပါမည်နည်း။

ဤသည်မှာ မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် စိန်ခေါ်မှုဖြစ်ပြီး အခြားအမည်နာမများစွာဖြင့် "မီဒီယာများ ရေရှည်တည်တံ့မှု"၊ မီဒီယာများ၏ "ဘဏ္ဍာရေးအရ ရေရှည်တည်တံ့မှု"၊ "လုပ်ငန်း ရှင်သန်နိုင်စွမ်း" သို့မဟုတ် "စီးပွားရေး ရေရှည်တည်တံ့မှု" ဟုလည်းဆိုကြပါသည်။ ၎င်းတို့အား ဘုံနားလည်မှု မရှိသော်လည်း ချဉ်းကပ်မှုအများစုသည် လုပ်ငန်းအစီအစဉ်များ နှင့် အခြားငွေကြေးဆိုင်ရာအပိုင်းများကို အာရုံစိုက်ကြပါသည်။ DW Akademie ၏ ဘက်စုံခြုံငုံသောရှုထောင့်အရ ဖွင့်ဆိုသည်မှာ– မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းသည် မီဒီယာဌာနများနှင့် မီဒီယာ အခင်းအကျင်းများက အရည်အသွေးမြင့် စာနယ်ဇင်းလုပ်ငန်းကို ရေရှည်တည်တံ့သောနည်းလမ်းဖြင့် ထုတ်လုပ်နိုင်စွမ်း ဖြစ်ပါသည်။

မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် ဤအဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုချက်သည် ရှင်သန်နိုင်စွမ်းပြဿနာများအတွက် မကြာခဏ အကြံပြုထားသောအဖြေ ဖြစ်သည့် တစ်သီးပုဂ္ဂလ ဆန်းသစ်သော စီးပွားရေးစံပြပုံစံအရ အစဉ်အလာ ရှုမြင်ပုံနှင့် မတူညီဘဲ ဈေးကွက်များ၊ ကွန်ရက်များနှင့် ဌာန တစ်ခုချင်း အပါအဝင် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သောပုံစံကို လေ့လာထားပါသည်။ ဤသို့ကျယ်ပြန့် သော ရှုထောင့်တွင် အခြေခံလျက် ဤစာတမ်းသည် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း အတွက် စံပြုပုံစံအသစ်ကို တင်ဆက်ထားပါသည်။ ၎င်းသည် စီးပွားရေး၊ နိုင်ငံရေး၊ သတင်းအကြောင်းရပ်၊ နည်းပညာနှင့် လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းစသည့် တိုင်းပြည်၏ မီဒီယာကဏ္ဍ ပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခုလုံးကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားသည်။ စဉ်းစားစရာများ ပေးနိုင်အောင် ရည်ရွယ်ထားသလို ဤရှုပ်ထွေးသော ပြဿနာအတွက် ပိုမိုခြုံငုံမိသော ချဉ်းကပ်မှုဖြင့် ပိုမိုကျယ်ပြန့်သော စကားဝိုင်းများ စတင်နိုင်ရန်လည်း မျှော်လင့်မိပါသည်။

DW Akademie သည် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးပညာရှင်များနှင့် မီဒီယာ စီမံခန့်ခွဲသူများကို ဦးတည်ကာ မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအပေါ် သူတို့၏ နားလည်ထားမှုကို ပြန်သုံးသပ်ရန်တိုက်တွန်းပြီး မီဒီယာလုပ်ငန်း ဆောင်ရွက်သူများ နှင့်အတူ ဤဆွေးနွေးချက်စာတမ်းကို ဖော်ဆောင် ရေးသားပါသည်။ ၎င်းအနေဖြင့် ဖွံ့ဖြိုးဆဲတိုင်းပြည်များနှင့် အကူးအပြောင်း ကာလ တိုင်းပြည်များရှိ အမြတ်အစွန်းကို ပဓာနမထားဘဲ လုပ်ငန်း ဆက်လက်လည်ပတ်မှုနှင့် ၎င်းတို့၏လူ့အသိုင်းအဝိုင်းများတွင် ပြောင်းလဲမှု ရှိစေလိုသည့် အသေးစား နှင့်အလတ်စား မီဒီယာဌာနများကို အထူးအားဖြင့် ထည့်သွင်း စဉ်းစားထားပါသည်။

ရှင်သန်ရန်အတွက် ရုန်းကန်ခြင်း

မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းသည် မီဒီယာလုပ်ငန်းနယ်ပယ်တစ်ခုလုံးကို ဆန်းသစ်တီထွင်နိုင်စွမ်း ပေးသည်နှင့်အညီ ပျက်စီးစေနိုင်သော တွန်းအားအဖြစ် ရိုက်ခတ်လာသော ဒစ်ဂျစ်တယ်အကူးအပြောင်း ကာလတွင် အထူးသဖြင့်သိသာလာသည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ် ဆက်သွယ်ရေး သည် မီဒီယာအနေအထားကို ပါဝင်သူအသစ်များ၊ ဖြစ်နိုင်ခြေ အသစ်များဖြင့် လမ်းဖွင့်ပေးလိုက်သလို မီဒီယာများ၏ အစဉ်အလာ လုပ်ငန်းပုံစံကိုလည်း ပျက်သုဉ်းခြင်းအချက်ပေးသံပမာ ဖြစ်စေပါ သည်။ သတင်းစာများအတွက် အရေးပါသောဝင်ငွေရင်းမြစ်ဖြစ်သည့် ကြော်ငြာ များမှာ နောက်ကျောဘက်စာမျက်နှာများမှသည် အွန်လိုင်းပေါ် သို့ ရုတ်တရက်ဆိုသလို ရောက်သွားပါသည်။ သတင်းစာများ၏ ဝင်ငွေသည်လည်း လျင်မြန်စွာလျော့ကျလာရသည်။ ကြော်ငြာရှင်များက အင်တာနက်ပေါ် စုရုံးရောက်ရှိလာချိန်တွင် ပုံနှိပ်ကြော်ငြာ များ၏ မီဒီယာစုစုပေါင်းအသုံးစရိတ်အပိုင်းမှာ စတင်ကျဆင်းလာပြီး ယနေ့ အထိ ထိုအတိုင်း ဆက်လက်မြင်တွေ့နေရပါသည်။

ယနေ့ခေတ် ကြော်ငြာများ၏ ဒစ်ဂျစ်တယ် ဝေစုမှာ ၂၀၀၁ ခုနှစ်ကထက် ဆယ်ဆခန့်ပိုများပြီး တစ်ကမ္ဘာလုံး ကြော်ငြာအသုံးစရိတ်၏ သုံးပုံတစ်ပုံ ဝန်းကျင်သည် ဒစ်ဂျစ်တယ်မီဒီယာပေါ်၌ ဖြစ်လာပါသည်[1]။ ဤသည်မှာ အွန်လိုင်းတွင်လည်း ထုတ်ဝေသော မီဒီယာဌာနများအတွက် ကောင်းမွန်သော်လည်း ကြော်ငြာဈေးကွက်တွင် ဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုများကြောင့် အနေအထားရှုပ်ထွေးလာပါသည်။ အွန်လိုင်း ကြော်ငြာကွန်ရက် ကဏ္ဍသည် ပို၍ပို၍ ကြီးထွားလာပါသည်။ ၎င်းကို Google နှင့် Facebook နည်းပညာကုမ္ပဏီကြီးများက လွှမ်းမိုးထားပြီး ၂၀၁၆ ခုနှစ်အကုန်တွင် ၎င်းတို့နှစ်ခုကအွန်လိုင်းကြော်ငြာဈေးကွက်၏ ၆၀ ရာခိုင်နှုန်း နီးပါးကို ထိန်းချုပ်ထားပါသည်[2] ။ ထို့ပြင် ထုတ်လုပ်သူများက ကြော်ငြာဝယ်ယူမှုများကို ထိန်းချုပ်သောအခါ ဝင်ငွေ၏ အစိတ်အပိုင်း အနည်းငယ်မျှသာ တစ်ခါတစ်ရံ ရရှိပါသည်။ ယခုအခါ တစ်ဒေါ်လာတွင် ၃၀ ဆင့်မျှသာဖြစ်ပါသည်[3]။ ဤပုံစံသည် စီးပွားရေးတိုးတက်စ နိုင်ငံများဆီ ရောက်လာမည်ဟု မျှော်လင့်ရပြီး ထိုနိုင်ငံများတွင် Google နှင့် Facebook တို့၏ အနာဂတ်ဝင်ငွေများ ရရှိလာမည်ဟု ခန့်မှန်းပါသည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်များမှ ကြော်ငြာများ ဖယ်ထုတ်သည့် ပိတ်ဆို့သော ဆော့ဖ်ဝဲများ ပိုသုံးလာမှုနှင့်အတူ မီဒီယာဌာနများသည် ကြော်ငြာဝင်ငွေတစ်ခုတည်းမှ ရေရှည် ရပ်တည်နိုင်ခြင်း မရှိတော့သည့် စိတ်ပျက်ဖွယ်အမှန်တရားနှင့် ရင်ဆိုင်နေရပါသည်။

ဒစ်ဂျစ်တယ် နည်းပညာကြောင့် အစဉ်အလာ ဝင်ငွေလမ်းကြောင်းများ ပျက်ယွင်းမှုသည် အမေရိကန်နှင့် ဥရောပတွင် ပိုမိုထင်ရှားသော်လည်း ယခုအခါ ဝင်ငွေနည်း (သို့) ဝင်ငွေအသင့်အတင့် တိုင်းပြည်များမှ မီဒီယာဌာနများ တွင်လည်း လက်တွေ့ရင်ဆိုင်ရန် ဖြစ်လာပါသည်။ ကမ္ဘာ့သတင်းစာများနှင့် သတင်းထုတ်ဝေသူများအသင်း၏ စစ်တမ်းအရ ဆာဟာရဒေသအာဖရိက နိုင်ငံများအပါအဝင် ထွန်းသစ်စ ဒီမိုကရေစီ နိုင်ငံများမှ သတင်းစာများသည် ၎င်းတို့၏ အွန်လိုင်းကမ်းလှမ်းမှုများမှ ငွေကြေးရရှိမှု အကျပ်အတည်းနှင့် ရုန်းကန်နေရပါသည်။ ထိုစစ်တမ်းအရ ထွန်းသစ်စ ဒီမိုကရေစီနိုင်ငံများမှ သတင်းစာများ၏ ၃၆ ရာခိုင်နှုန်းတွင် အင်တာနက်မှဝင်ငွေမရှိကြောင်း တွေ့ရှိခဲ့ပါသည်[4]။

---

[1] သတင်းစာကြော်ငြာဝင်ငွေကျဆင်းလာမှုက အပြောင်းအလဲလှိုင်းသစ်ကို ပေါ်ထွက်စေခြင်း (အောက်တိုဘာ၊ ၂၀၁၆)၊ www.wsj.com/articles/plummeting-newspaper-ad-revenue-sparks-new-wave-of-changes-1476955801

[2] Google နှင့် Facebook တို့၏လွှမ်းမိုးမှုကို ဇယားတစ်ခုတည်းတွင် ဖော်ပြခြင်း (ဒီဇင်ဘာ၊ ၂၀၁၆)၊ www.visualcapitalist.com/dominance-google-and-facebook-one-chart

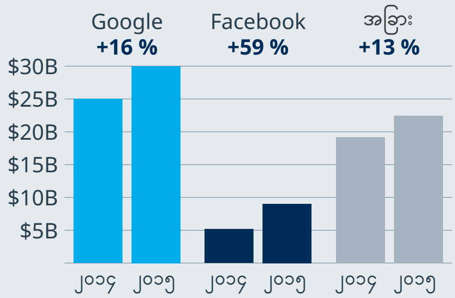
[3] The Guardian က adtech ၏လုပ်ငန်း Rubicon Project ကိုစာချုပ်ချိုးဖောက်မှုအတွက် တရားစွဲခြင်း (မတ် ၂၀၁၇)၊ www.thedrum.com/news/2017/03/28/the-guardian-suing-adtech-outfit-rubicon-project-breach-contract

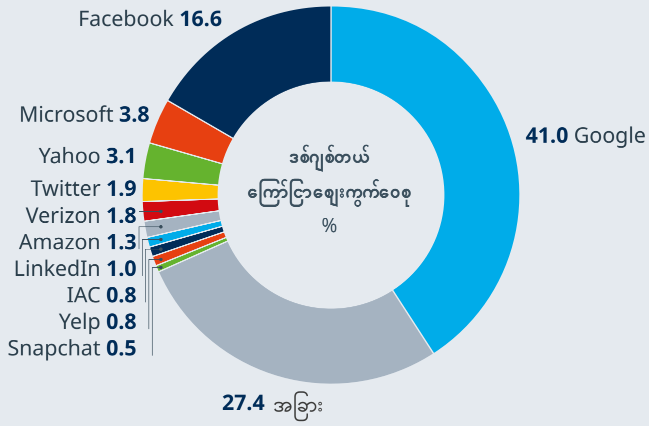
[4] Catherine W. Gicheru, ဆာဟာရတစ်ပိုင်းအာဖရိကတွင် လွတ်လပ်သောသတင်းစာများရင်ဆိုင်ရသည့် စိန်ခေါ်မှုများ (၂၀၁၄)၊ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Challenges%2520Facing%2520Independent% 2520Newspapers%2520in%2520Sub-Saharan%2520Africa.pdf

Google နှင့် Facebook တို့၏လွှမ်းမိုးမှု

Google နှင့် Facebook သည် ဒစ်ဂျစ်တယ်ကြော်ငြာ ဈေးကွက်၏ ၅၇.၆% ကို ထိန်းချုပ်ထားပြီး ၎င်းတို့၏ဝေစုမှာလည်း တိုးလာနေပါသည်။

ဒစ်ဂျစ်တယ်ကြော်ငြာဝင်ငွေ တိုးတက်မှု





ကိုးကား– eMarketer (data); Visual Capitalist, ဒီဇင်ဘာ၊ ၂၀၁၆

နယ်စည်းမခြား သတင်းထောက်များအဖွဲ့၏ ၂၀၁၈ စာနယ်ဇင်း လွတ်လပ်ခွင့်စစ်တမ်းတွင် အာဖရိကတိုက်၌ ဒုတိယနေရာ သတ်မှတ်ထားသည့် နမီးဘီးယားကဲ့သို့ လွတ်လပ်သော မီဒီယာအနေအထားများရှိသည့် နိုင်ငံများမှာပင် အကျပ်အတည်း ဖြစ်နေပါသည်။ ထိုနိုင်ငံ၏ ပြည်သူ့မူဝါဒသုတေသန အဖွဲ့အစည်း၏ အစီရင်ခံစာအရ ကြော်ငြာလျော့နည်းမှုနှင့် အထက်ဖော်ပြပါ အွန်လိုင်းဝင်ငွေ ရရှိရေး အခက်အခဲများကြောင့် အစဉ်အလာ မီဒီယာဌာနများ ကျဆင်းလာကြောင်း တွေ့ရှိထားပါသည်။ ဘဏ္ဍာရေး အခက်အခဲများက စာနယ်ဇင်းများ၏ အထွေထွေ အရည်အသွေးနှင့် သတင်းထောက်များ၏ အမှီအခိုကင်းအပေါ် အကျိုးသက်ရောက်မှု ရှိလာပါသည်[5]။

ထိုဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှု လုပ်ငန်းအတွေးအခေါ်အသစ်များ လိုအပ်နေ ကြောင်း ဆိုလိုပါသည်။ သို့ရာတွင် စီးပွားရေးတိုးတက်စနိုင်ငံများစွာ နှင့် မီဒီယာလုပ်ငန်းသစ်များတွင် ထိုသို့မရှိပါ။ အများစုတွင် ဆန်းသစ် သော စာနယ်ဇင်း အမြင်များရှိသော်လည်း စိန်ခေါ်မှု အသစ်များ ရင်ဆိုင်ရန် လိုအပ်သည့် စီးပွားရေးအမြင်စူးရှခြင်းမျိုး မရှိကြပါ။ လက်တင်အမေရိက နိုင်ငံလေးခုတွင် စတင်ခါစ ဒစ်ဂျစ်တယ် လုပ်ငန်းများအား ပြုလုပ်သော စစ်တမ်းတစ်ခုအရ လုပ်ငန်း လေးခုလျှင် တစ်ခုသာ အခပေးအရောင်း ဝန်ထမ်း ရှိပြီး ထက်ဝက် ကျော်တွင် တည်ထောင်သူတစ်ဦးတည်းကသာ ဝင်ငွေတိုးတက်အောင် တာဝန်ယူထားပါသည်[6]။

အသုံးပြုသူများ၏ပြောင်းလဲနေသော အလေ့အထများကို အမီလိုက်ရန်ခက်ခဲခြင်း

အင်တာနက်နှင့် စမတ်ဖုန်းခေတ်တွင် သတင်းနှင့် အချက်အလက်ရယူမှု အလေ့အထများလည်း ပြောင်းလဲလာပါသည်။ လူတို့၏အဓိက သတင်းရင်းမြစ် များအနေနှင့် တီဗီ၊ အွန်လိုင်းရင်းမြစ်များနှင့် လူမှုကွန်ရက် မီဒီယာတို့သည် ပုံနှိပ်သတင်းစာများကို ယခုအခါ သိသိသာသာ ကျော်ဖြတ်လာပါသည်။

အွန်လိုင်းတင်ဆက်မှုများများမှာ တစ်ခါတစ်ရံအခမဲ့ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် သုံးစွဲသူများက သတင်းစာဆိုင်မှ တန်ရာတန်းကြေး မပေးရဘဲ သတင်းစာများကို ယူမည်ဖြစ်သော်လည်း အွန်လိုင်း တွင်မူ သတင်းများကို အခပေး ကြည့်ရှုခဲလှပါသည်။ ၂၀၁၅ ခုနှစ် လေ့လာမှုတစ်ခုအရ ကမ္ဘာတစ်ဝန်း၌ လူ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းခန့်သာ အွန်လိုင်းသတင်းအတွက် အခပေးပါသည်[7]။ ထို့ပြင် ထိုသူတို့သည် ပုံနှိပ်သတင်းဘက်ကိုလည်း လှည့်ကြည့်ပုံမရတော့ပါ။ ပုံနှိပ်စောင်ရေ မှာ အာရှဒေသမှအပ ကမ္ဘာတစ်ဝန်းနေရာအများစုတွင် ရပ်တန့်နေခြင်း သို့မဟုတ် ကျဆင်းနေပါသည်[8]။

သို့သော် အွန်လိုင်းမီဒီယာများလည်း ရုန်းကန်နေရပါသည်။ ဒစ်ဂျစ်တယ်တင်ဆက်မှုများ ပေါ်များပြီး ချက်ချင်းရရှိလာနိုင်သော် လည်း အသုံးပြုသူများ အာရုံစိုက်အောင် ပြုလုပ်ရန် ခက်ခဲလာ ပါသည်။ အကြောင်းအရာက သူတို့ကို ချက်ချင်းမဖမ်းစားနိုင်လျှင် ပရိသတ်အတော်များများက အခြားတစ်ခုသို့ပြောင်းကြည့်လေ့ရှိသည်။ ထိုအခါ အရေးကြီးသော သတင်း တင်ဆက်မှု အရည်အသွေးနှင့် အရေအတွက် ကျဆင်းမှုအကြောင်း မီဒီယာစောင့်ကြည့်သူများစွာက ဆွေးနွေးလာကြရသည်။ အွန်လိုင်းတွင် ထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှုအတွက် အသုံးတည့်သည့် ဆိုက်ဘာရာဇဝတ်မှုဥပဒေအကြောင်း သတင်းထက် လူစိတ်ဝင်စားသော သတင်းခေါင်းစဉ်နှင့် ရုပ်ပုံများကို ပိုပြီး ကလစ်နှိပ်ကြလိမ့်မည်ဟု အွန်လိုင်းအယ်ဒီတာများကလည်း ကောက်ချက် ချလာကြပါသည်။

သို့သော် မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းသည် အထက် အာဏာပိုင်များ နှင့်လည်း စိန်ခေါ်မှုများရင်ဆိုင်ရပါသည်။ နိုင်ငံများစွာတွင် နိုင်ငံရေးနှင့် ဥပဒေမူဘောင် များက မီဒီယာကိုဆန့်ကျင်ဆောင်ရွက်လျက်ရှိ သည်။ နိုင်ငံရေးအထင်ကရပုဂ္ဂိုလ် သို့မဟုတ် အဖွဲ့များက ဝေဖန်သော သတင်းများ မဖော်ပြအောင်၊ သတင်းတင်ဆက်မှု ပိုခက်အောင် သို့မဟုတ် ဥပဒေအရအန္တရာယ် များအောင် ကန့်သတ်သောဥပဒေ များပြဋ္ဌာန်းခြင်း သို့မဟုတ် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများထားရှိခြင်းဖြင့် မီဒီယာများကို ဖိအားပေးနိုင်ပါသည်။ မလေးရှား အွန်လိုင်းသတင်း ပေါ်တယ်ဖြစ်သည့် Malaysiakini က နိုင်ငံ၏ဝန်ကြီးချုပ် ပါဝင်ပတ်သက်သော ငွေကြေးအရှုပ်တော်ပုံ သတင်းများဖွင့်ချခဲ့ပြီး နောက် ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် အစိုးရ၏စောင့်ကြည့်ခံရကြောင်း သိရှိခဲ့သည်။ သတင်းဌာနက ရာဇဝတ်မှု မြောက်သော

[5] နမီးဘီးယား- အစဉ်အလာမီဒီယာများရှင်သန်ရေး ခြိမ်းခြောက်ခံနေရသောနိုင်ငံ (မေ ၂၀၁၈)၊ www.namibian.com.na/177207/archive-read/Traditional-media-survival-threatened

[6] ဒစ်ဂျစ်တယ်သတင်းရယူသူများက သတင်းအကြောင်းရပ်ကိုမဝယ်ယူလိုခြင်းနှင့် ကြော်ငြာများပိတ်ပိတ်လာကြခြင်း (ဇွန် ၂၀၁၅)၊ www.cjr.org/analysis/reuters_digital_news_report.php

[7] ကမ္ဘာ့စာနယ်ဇင်းတူရှုချက် ၂၀၁၇- အချက်အလက်နှင့်ကိန်းဂဏန်းများ (မတ် ၂၀၁၇)၊ www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures

[8] လွတ်လပ်သောမလေးရှားသတင်းဝက်ဘ်ဆိုက် ခြိမ်းခြောက်မှု၊ စော်ကားမှုများရင်ဆိုင်နေရ (ဒီဇင်ဘာ ၂၀၁၆)၊ https://cpj.org/2016/11/independent-malaysian-news-website-faces-threats-h.php

ဥပဒေကို ချိုးဖောက်သည်ဟု “ပါလီမန်ဒီမို ကရေစီကို ပျက်ယွင်းစေကြောင်း” အရာရှိအချို့က စွပ်စွဲကြခြင်းဖြစ်သည်[9]။ ကမ္ဘောဒီးယားနိုင်ငံတွင် အာဏာရှိသူများကို မကြာခဏဝေဖန်သည့် အင်္ဂလိပ်နေ့စဉ်သတင်းစာ The Cambodia Daily သည် အစိုးရက ဒေါ်လာခြောက်သန်း အခွန်ဆောင်ခိုင်းပြီးနောက် ၂၀၁၇ ခုနှစ်တွင် ရုတ်တရက် ပိတ်သွားပါသည်။

အစိုးရများနှင့် အင်အားကြီးသော စီးပွားရေးဆိုင်ရာအကျိုးစီးပွား ရှေ့ရှုသူ များက ကြော်ငြာဈေးကွက်များအပေါ် ထိန်းချုပ်မှုကဲ့သို့ အခြားတွန်းအား များနှင့်အတူ ၎င်းတို့မနှစ်သက်သော သတင်းများ ရေးသားသော မီဒီယာဌာန များကို နှုတ်ဆိတ်သွားအောင် ဆောင်ရွက် နိုင်ပါသည်။ လွတ်လပ်ပြီး ဝေဖန်တတ်သော၊ တစ်ခါတစ်ရံ စီးပွားရေး မခိုင်မာသော မီဒီယာဌာနများကို အာဏာရှိသူများက အပြတ်ဝယ်ယူ လိုက်သည်မှာလည်း အတွေ့များပါသည်။ ဟွန်ဒူးရပ်စ်နိုင်ငံတွင် မီဒီယာ ပိုင်ဆိုင်မှုသည် မိသားစုခြောက်စု လက်ထဲတွင် စုနေပြီး ၎င်းတို့မှာ အခြားကဏ္ဍများတွင်လည်း ကျယ်ပြန့်စွာ ထိန်းချုပ်ထားသလို အစိုးရနှင့်လည်း နီးစပ်မှုရှိကြပါသည်။ ထိုမီဒီယာ ဌာနများ ရှင်သန်ရန် အစိုးရ၏ ကြော်ငြာဝင်ငွေအပေါ် မတည်မှီသော်လည်း အစိုးရနှင့် ၎င်းတို့၏ အကျိုးအမြတ်ရှိသော ဆက်ဆံရေးကိုကာကွယ်ရန် စုံစမ်း တင်ဆက်သော သတင်းအရေးအသားကို ဖိနှိပ်ကြပါသည်။ ဝေဖန်သံ များကို လုံးဝ မကြားရ တော့ပါ။[10]

မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းသည် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှုနှင့် ယှဉ်တွဲနေပါသည်

ရပ်တည်ရှင်သန်နိုင်ပြီးဝေဖန်တတ်သော မီဒီယာသည် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှုနှင့် သတင်းအချက်အလက်ရရှိမှုအတွက် အထူးအရေး ပါလှုပြီး ကမ္ဘာ့လူ့အခွင့်အရေးကြေညာစာတမ်း အပိုဒ်၁၉တွင် ပါဝင်ပါသည်။ စီးပွားရေး မကောင်းခြင်း၊ နိုင်ငံရေးဖိအားရှိခြင်း သို့မဟုတ် ထိုအချက်များ ပေါင်းစုနေခြင်းကြောင့် လွတ်လပ်စွာဝေဖန်နိုင်သော မီဒီယာအသံများ တိတ်ဆိတ်သွားပါက ထင်မြင်ချက်ဖော်ပြမှုများ လျော့နည်းပြီး မျှတသော အများပြည်သူ အပြန်အလှန်ဆွေးနွေးမှုများ မရှိလာနိုင်တော့ပါ။ မီဒီယာဌာန တစ်ခုသည် ဘဏ္ဍာရေး တောင့်တင်းသော်လည်း အရည်အသွေးမြင့် အကြောင်းရပ်များ မတင်ဆက်တော့ပါက အစိုးရကို စောင့်ကြည့်ခြင်း၊ အာဏာရှိသူများကို တာဝန်ခံစေခြင်း၊ လူနည်းစုကို ကာကွယ်ခြင်း၊ လူ့အသိုင်းအဝိုင်း တစ်ခုလုံးအပေါ် သက်ရောက်မှုရှိသော ဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်မှုကို ရိုးသားတိကျစွာ တင်ဆက်ခြင်းစသည့် ယင်း၏ ပင်မရည်မှန်းချက် မအောင်မြင်တော့ပါ။ အချုပ်ဆိုရသော် အမှီအခို ကင်းပြီး အရည်အသွေးမြင့်သော စာနယ်ဇင်းလုပ်ငန်းသည် ရှင်သန်နိုင်စွမ်းရှိသည့် မီဒီယာကဏ္ဍပေါ်၌ မူတည် ပါသည်။ ၎င်းသည် ငွေကြေးနှင့်အခြေခံအဆောက်အအုံမှသည် လူ့အသိုင်းအဝိုင်း၏ ထောက်ခံမှုနှင့် မဟာဗျူဟာမြောက် ပူးပေါင်းမှုအထိ ရင်းမြစ် များစွာလိုအပ်ပါသည်။ လွတ်လပ်သော မီဒီယာအပေါ် ကန့်သတ်ပြီး အများပြည်သူ အပြန်အလှန် ဆွေးနွေးမှုအပေါ် ထိန်းချုပ်လိုသူများ သည် မီဒီယာစနစ်၏ မညီမျှမှုနှင့် အားနည်းချက်များအပေါ် တစ်ခါတစ်ရံ အခွင့်ကောင်း ယူတတ်ကြသည်။ ၎င်းတို့သည် မိမိတို့ အစီအစဉ်များ ချမှတ်ရန် သို့မဟုတ် သတင်းအချက်အလက်ရရှိမှု ကန့်သတ်ရန် တစ်ခါတစ်ရံ စီးပွားရေးနည်းလမ်းများကို အသုံးပြုပါသည်။ ထို့ကြောင့် ရှင်သန်နိုင်စွမ်း ရှိသော မီဒီယာများသည် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ရေးသားခွင့်ကို ကာကွယ်ရာ တွင် အထူးအရေးပါသူများ ဖြစ်ကြပါသည်။

အထက်ပါစီးပွားရေးနှင့် နိုင်ငံရေး ဖြစ်ထွန်းမှုများကြောင့် အရည်အသွေးမြင့် စာနယ်ဇင်းပေါ်ထွက်မှုကို ပိုမိုခက်ခဲစေသော်လည်း ၎င်းကို ဆာလောင်မှုများစွာ ရှိနေပါသည်[11]။ အထူးသဖြင့် အမြတ်အစွန်းမရသော မီဒီယာလုပ်ငန်းရှိသည့် နိုင်ငံများတွင်ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့်လည်း မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးသည် လူ့အသိုင်းအဝိုင်း မှသက်ဆိုင်သူအဆင့်ဆင့်နှင့် အနီးကပ်ဆောင်ရွက်ရန် လိုအပ်ခြင်းဖြစ်ပါသည်။ သို့မှသာ မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကိုအားပေးပြီး လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှုနှင့် သတင်းအချက် အလက် ရရှိမှုတို့ကို အကာအကွယ်ပေးမည့် သင့်လျော်သော မဟာဗျူဟာများ ရှာဖွေနိုင်ပါမည်။

ငွေကြေးကဏ္ဍသက်သက်ချည်းမဟုတ်တော့ပါ -- ကောင်းမွန်သော မီဒီယာ ဂေဟစနစ်ကိုရည်မှန်းခြင်း

ယခုအချိန်အထိ မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှုသည် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအပေါ် အမြင်ကျဉ်းလျက်ရှိပြီး ထိုအတွက် ဝေဖန်စရာဖြစ်လာပါသည်။ မီဒီယာ ဖွံ့ဖြိုးမှုသည် စနစ်မကျသော ချဉ်းကပ်မှုနည်းလမ်းကို လက်ခံထား တတ်ကာ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ထိခိုက်သော စနစ်တကျဖြစ်နေသော ပြဿနာများကို ထည့်မစဉ်းစားဘဲ ဒေတာသတင်းပညာ သို့မဟုတ် သတင်းတုသတင်းမှား စစ်ဆေးသော နည်းပညာများကဲ့သို့ နှစ်အလိုက်အကြိုက်နှင့်ဆိုင်သော စီမံကိန်းများကိုသာ ပံ့ပိုးနေသည်ဟု အငြင်းပွားကြသည်။ စီးပွားရေး၊ နိုင်ငံရေးနှင့် လူမှုအဆက်အစပ်များ အလွန်ကွဲပြားပါလျက် နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံ၏ ချဉ်းကပ်မှုနည်းလမ်းကို အခြား တစ်နိုင်ငံသို့ ကူးယူလိုက်ကြသည်ဟု အချို့က မှတ်ချက်ပြုကြပါသည်။

ထို့ပြင် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှုအဖွဲ့အစည်းများ၏ အဓိကအာရုံစိုက်မှုသည် ဝင်ငွေလမ်းကြောင်း တိုးမြှင့်ခြင်း၊ ပိုပြီးထိရောက်သောလုပ်ငန်း ဖြစ်အောင် ဖန်တီးခြင်း၊ အစီအစဉ်များရေးဆွဲခြင်းနှင့် လူမှုကွန်ရက် မီဒီယာ သတင်းများမှ ငွေဝင်စေခြင်းတို့ ဖြစ်ပါသည်။ ထိုအပိုင်းများမှာ အရေးကြီးနိုင်သော်လည်း ကျွန်ုပ်တို့အမြင်တွင် ယင်းတို့သည် တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းသာ ဖြစ်နေပါသည်။

ရှင်သန်နိုင်စွမ်းဟုဆိုရာတွင် အထူးသဖြင့် ကျေးလက်ဒေသများတွင် အမြတ်အစွန်းရခြင်းကိုသာ ဆိုလိုခြင်းမဟုတ်ပါ။ မီဒီယာဌာနတစ်ခုကို ၎င်း၏ လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းနှင့် ပေါင်းစည်းခြင်းလည်း ပါဝင်ပါသည်။ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းရှိသော သတင်းစာ သို့မဟုတ် ရေဒီယိုအသံလွှင့်ဌာန သည် ထိုလူမှုအသိုင်းအဝိုင်းကို အကျိုးပြုသည့်နည်းလမ်းတစ်ခု ဖြစ်သည်ဟု ဆိုလိုပါသည်။ ရပ်ရွာအခြေပြုလူထု ရေဒီယိုအသံလွှင့် ဌာနသည် ငွေကြေးရရှိမှုအခက်အခဲများ အမြဲရင်ဆိုင်ရနိုင်သော်လည်း ပံ့ပိုးမှုရှိသော ဥပေဒမူဘောင်ရှိခြင်း၊ အခြားအသံလွှင့်ဌာနများနှင့် အနီးကပ်ဆက်ဆံနေခြင်း၊ ၎င်း၏အကျိုးအတွက် ဆောင်ရွက်သော ကွန်ရက်တွင် ပါဝင်ခြင်းတို့ကြောင့် ဆက်လက်ရှင်သန်နိုင်စွမ်း ရှိပါသည်။ ၄င်းသည် အနည်းငယ်မျှသော ဝင်ငွေလမ်းကြောင်းများ ကွဲပြားစုံလင်စွာ ဖန်တီးထားကာ လူထုတွင် ခိုင်မာစွာအမြစ်တွယ်နေရာ ယင်းထုထုအသိုင်းအဝိုင်းကလည်း ရေရှည်ရပ်တည်နိုင်ရေးကို ကူညီပါ သည်။ ထိုရေဒီယိုအသံလွှင့်ဌာနသည် လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းနှင့် တစ်သားတည်း ဖြစ်နေတော့သည်။

ထို့ကြောင့် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် ပိုမိုလွှမ်းခြုံမှုရှိသော ချဉ်းကပ်မှုသည် မီဒီယာဌာန တစ်ခုချင်းအဆင့်တွင် ဝင်ငွေတစ်ခုတည်း အပေါ် ကြည့်ခြင်းကို ရှောင်ရှားသည်။ ဤသို့ ကျယ်ပြန့်သော ချဉ်းကပ်မှုသည် တိုင်းပြည်၏ မီဒီယာ ဂေဟစနစ်ဖြစ်သည့် မီဒီယာကဏ္ဍ တစ်ခုလုံးကို ထည့်သွင်း စဉ်းစားပါသည်။

---

[9] Independent Malaysian news website faces threats, harassment (Dec. 2016), https://cpj.org/2016/11/independent-malaysian-news-website-faces-threats-h.php

[10] Michelle Foster, ညွှန်ကြားထိန်းချုပ်ခြင်း- ပိုင်ဆိုင်မှုပုံစံက သတင်းမီဒီယာများ၏လွတ်လပ်ခွင့်ကို ထိခိုက်နိုင်ပုံ (၂၀၁၂): https://www.cima.ned.org/resource/calling-the-shots-how-ownership-structures-affect-the-independence-of-news-media-2

[11] JanineWarner, Mijal Iastrebner et al., အပြောင်းအလဲဆုံမှတ် — သက်ရောက်မှု၊ ခြိမ်းခြောက်မှုများနှင့် ရေရှည်တည်တံ့မှု။ လက်တင်အမေရိက ဒစ်ဂျစ်တယ်မီဒီယာ စွန့်ဦးတီထွင်သူများကို လေ့လာခြင်း (၂၀၁၇): http://data.sembramedia.org/

စီမံကိန်းနမူနာ– အီကွေဒေါနိုင်ငံရှိ ကွန်ရက်များကို အားဖြည့်ပေးခြင်း

အီကွေဒေါနိုင်ငံ၏ အလွန်ကွဲပြားသော မီဒီယာအနေအထားတွင် တိုင်းပြည်၏ ကျေးလက်တိုင်းရင်းသား အများစုသည် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှု၊ မီဒီယာနှင့် အချက်အလက် များရရှိမှုတို့တွင် အထူးခက်ခဲမှုနှင့် ရင်ဆိုင်နေရသည်။ လူထု အခြေပြုရေဒီယိုက သတင်းအချက်အလက် ပေးအပ်ရာတွင် ထိရောက်သည်ဟုတွေ့ရပြီး ဖဲကြဉ်ခံထားရသော အသိုင်းအဝိုင်း များ၏ အသံဖြစ်နေသော်လည်း လူထုအခြေပြုအသံလွှင့် လုပ်ငန်းများထံ အသံလွှင့်လိုင်းနှုန်းများ ခွဲဝေ ခွင့်ပြုပေးရာတွင် တိုးတက်မှု နည်းပါးလှပါသည်။ ၎င်းတို့သည် ငွေကြေး အထောက်အပံ့အတွက် စိန်ခေါ်မှုများနှင့် နိုင်ငံရေးအရ လွှမ်းမိုးရန် ပြင်ပမှ ကြိုးပမ်းချက်များကိုလည်း ရင်ဆိုင်နေရ သည်။ အီကွေဒေါ နိုင်ငံ၏ လူထုအခြေပြု အသံလွှင့်လုပ်ငန်းကို ပံ့ပိုးရန် DW Akademie သည် အမျိုးသားအဆင့် လူထုအခြေပြုရေဒီယို မဟာမိတ်အဖွဲ့ CORAPE နှင့် ၎င်း၏ အဖွဲ့ဝင်လေးဦးနှင့် ပူးပေါင်းကာ အသံလွှင့်ဌာန၏ ရေရှည်ရှင်သန်နိုင်စွမ်း ရရှိပြီး နိုင်ငံတော် အထောက် အပံ့မှီခိုရမှု လျော့နည်းစေမည့် ခြားနားသည့် လုပ်ငန်းစံပြုပုံစံများ ဖော်ထုတ်ပေးခဲ့ပါသည်။ ဥပမာ၊ အဖွဲ့ဝင်အသံလွှင့်ဌာန ဖြစ်သည့် ERPE သည် ဆီထွက်သီးနှံ ထုတ်လုပ်မှုနှင့် အော်ဂဲနစ် ကုန်စုံဆိုင်တို့မှ ဝင်ငွေ စတင်ရရှိလာပါပြီ။ ကွန်ရက်အဖွဲ့ဝင်များသည် လည်း လူမှုကွန်ရက်မီဒီယာသင်တန်းများ တက်ရောက်ကာ လူငယ်များထံ ပိုမိုရောက်ရှိပြီး ပါဝင်လာအောင် အားပေးနိုင်ကြပါသည်။ DW Akademie နှင့်တိုက်ရိုက်ဆောင်ရွက်သည့် CORAPE အဖွဲ့ဝင် အသံလွှင့်ဌာန များသည် ယင်းတို့၏ အသိပညာနှင့်အတွေ့အကြုံများကို အခြား အဖွဲ့ဝင် များထံသို့ လွှဲပြောင်းပေးနေပါသည်။ အထွေထွေ ရည်မှန်းချက်မှာ ကိုယ်ပိုင်မီဒီယာလုပ်ငန်းများ စတင်လိုသော လူ့အသိုင်းအဝိုင်းများနှင့် လူမှု အဖွဲ့အစည်းများက ရေရှည် တည်တံ့သော လုပ်ငန်းစံပြုပုံစံများအတွက် အကြံဉာဏ်ရရှိ အောင် CORAPE ကို နိုင်ငံ၏ လူထုအခြေပြု ရေဒီယိုကဏ္ဍ အတွက် ကျွမ်းကျင်မှု ဗဟိုဌာနအဖြစ် တည်ထောင်ရေး ဖြစ်ပါသည်။ CORAPE သည် ကွန်ရက်တစ်ခုလုံး၏ ကြော်ငြာ ဝယ်ယူမှုများကို ကိုင်တွယ်ရန် ၎င်း၏ ကိုယ်ပိုင်ကြော်ငြာ အေဂျင်စီလည်း တည်ထောင် ပါသည်။ ဤမဟာဗျူဟာကြောင့် အသံလွှင့်ဌာနတစ်ခုစီ သူတို့ကိုယ်ပိုင် ကြော်ငြာရှင်များရှာဖွေခြင်းထက် ပိုမိုကြီးကျယ်သော စာချုပ်များ ရရှိရန် ပိုမိုလွယ်ကူလာပါသည်။

ကောင်းမွန်သော သဘာဝဂေဟစနစ်တွင် ကွဲပြားစုံလင်သော အပင်နှင့် သတ္တဝါများက ရေနှင့်အစားအသောက်ရရှိကာ ၎င်းတို့၏သီးခြား ရှင်သန်ရာ တွင် ကြီးထွားရန်လိုအပ်သော ဓလေ့စရိုက်များ ပိုင်ဆိုင်ကြပါသည်။ ထို့အတူ ကောင်းမွန်သော မီဒီယာဂေဟစနစ်သည် သင့်လျော်သော စီးပွားရေး လုပ်ငန်းစုံပြုပုံစံဖြစ်သည့် ၎င်းအားပံ့ပိုးသော ပတ်ဝန်းကျင်အပေါ်တည်မှီရုံ မျှမက ၎င်းအား ပံ့ပိုးမှုရှိသော ဥပဒေရေးရာပတ်ဝန်းကျင်၊ မျှတသော ကြော်ငြာဈေးကွက်၊ စာနယ်ဇင်းပညာ သင်တန်းကျောင်းများ၊ ပညာရှင်အစည်းအရုံးများ၊ ဖြန့်ချိရေး ကွန်ရက်များ၊ အားထားရသော အင်တာနက်အခြေခံစနစ်၊ အသိုင်းအဝိုင်း၏ယုံကြည်မှု စသည်တို့အပေါ်တွင် လည်း မူတည်ပါသည်။

ထိုသို့သော 2အခြေအနေများမရှိပါက ဆန်းသစ်မှုအရှိဆုံးသော လုပ်ငန်းစံပြု ပုံစံ သို့မဟုတ် သတင်းထောက်သင်တန်း အစီအစဉ်သည် ပင် ရေရှည် ရှင်သန်နိုင်စွမ်း မရှိတော့ပါ။ အစိုးရသည် ကြော်ငြာဈေးကွက် အများစုကို ထိန်းချုပ်ကာ မီဒီယာဌာနအချို့ကို ကြော်ငြာထည့်သွင်းမှု ထိန်းချုပ်လိုက်သောအခါ ကျနစွာစီစဉ်ထားသော လုပ်ငန်းစံပြုပုံစံက အလုပ်မဖြစ်တော့ပါ။ ချုပ်ချယ်သည့် တရားရေးပတ်ဝန်းကျင်ကြောင့် အချက်အလက်ရရှိမှု ခက်ခဲသောအခါ ကောင်းမွန်သည့် ဝင်ငွေ လမ်းကြောင်းသည်ပင်သတင်းထောက်များ အား အရည်အသွေးမြင့် သတင်းပေးပို့အောင် မပြုလုပ်နိုင်တော့ပါ။ ဒေသခံ အသိုင်းအဝိုင်း ကမီဒီယာအဖွဲ့အစည်းအပေါ် ယုံကြည်မှုပျောက်ဆုံးပါက ၎င်း၏သတင်း များမှာ ရည်ရွယ်သော ပရိသတ်ထံ မရောက်ရှိနိုင်တော့ပါ။

မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် စံပြုပုံစံအသစ်

အထက်ဖော်ပြပါ ပိုမိုလွှမ်းခြုံမှုရှိသောချဉ်းကပ်မှုနှင့် လိုက်လျောညီထွေ စေရန် DW Akademie အနေဖြင့် တစ်သီးပုဂ္ဂလမီဒီယာအဆင့်နှင့် ၎င်း၏ ဝင်ငွေလမ်းကြောင်းများထက် ကျော်လွန်သည့် မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်း စံပြုပုံစံတစ်ခုကို ဖန်တီးထားပါသည်။

DW Akademie ၏မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်း စံပြုပုံစံ

DW Akademie ၏မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း စံပြုပုံစံသည် မီဒီယာအသုံးပြုသူများက ယုံကြည်အားထားရသော၊ လွတ်လပ်သော သတင်းအချက်အလက်များ ရရှိနိုင်ရေးကို ဗဟိုပြုပါသည်။ ၎င်းသည် အစဉ်အလာဖြစ်နေသော ရေရှည် တည်တံ့ရေး ချဉ်းကပ်မှုနယ်ပယ်ကို ချဲ့ထွင်ကာ မီဒီယာဌာန တစ်ခုချင်း၏ လုပ်ငန်းစံပြုပုံစံ များကိုထက်ကျော်ပြီး အသားပေးစဉ်းစားထားသည်။

အဆင့် ၃ ဆင့်– အဖွဲ့အစည်းများ၊ ကွန်ရက်များနှင့် အထွေထွေ ပတ်ဝန်းကျင် (ဈေးကွက်များ၊ တရားရေးစနစ်များ၊ နိုင်ငံရေးနှင့် နည်း ပညာအခြေခံ အဆောက်အအုံ စသဖြင့်) တို့သည် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း အတွက် ဆီလျော်သောအဆင့်များ ဖြစ်သည်။

ရှုထောင့် ၅ ရပ်– မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းသည် နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူ့အသိုင်းအဝိုင်း၊ နည်းပညာနှင့် သတင်းအကြောင်း ရပ်စသည့် ရှုထောင့်များအကြား တည်ငြိမ်သောဟန်ချက်ညီ မျှတစ်ခုရှာဖွေခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

ကျွန်ုပ်တို့၏စံပြပုံစံတွင် ရှုထောင့်ငါးရပ် (စီးပွားရေး၊ နိုင်ငံရေး၊ သတင်းအကြောင်းရပ်၊ နည်းပညာနှင့် လူ့အသိုင်းအဝိုင်း) နှင့်တကွ (မက်တာ၊ မီဆိုနှင့် မိုက်ခရိုအဆင့်များဟု သိထားသည့်) အထွေထွေ ပတ်ဝန်းကျင်များ၊ ကွန်ရက်များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများဆိုသည့် မီဒီယာအခင်းအကျင်းများကို ဖော်ပြထားပါသည်။

စီးပွားရေးရှုထောင့်ဟူသည် စီးပွားရေး၊ ရံပုံငွေရှာခြင်းနှင့်ဆက်နွယ် သည့် ရှုထောင့်များနှင့် သက်ဆိုင်ပြီး၊ အများအားဖြင့် မီဒီယာ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းမဟာဗျူ ဟာများတွင် အဓိက ထည့်သွင်းစဉ်းစား ပါသည်။ နိုင်ငံရေး ရှုထောင့်ဟူသည် မီဒီယာကဏ္ဍအပေါ် အကျိုး သက်ရောက်နိုင်သည့် အမျိုးသားအဆင့်နှင့် ဒေသအဆင့် နိုင်ငံရေးနှင့် ဥပဒေရေးရာမူဘောင်များကို ဆိုလိုပါသည်။ ၎င်းသည် မီဒီယာဌာနများ သို့မဟုတ် ကွန်ရက်များအတွင်းမှ လုပ်ငန်းတွင်း အင်အားများ၊ ဆုံးဖြတ်ချက်ချမှတ်သည့် လုပ်ငန်းစဉ်များနှင့်လည်း သက်ဆိုင်နိုင်ပါသည်။ သတင်းအကြောင်းရပ်ရှုထောင့်တွင် မီဒီယာ လုပ်ကိုင်သူများမှသည် ၎င်းတို့ထုတ်လုပ်သော သတင်းအကြောင်းရပ် များအထိ စာနယ်ဇင်း ပိုင်းဆိုင်ရာ ကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုကို အဓိကထားပါ သည်။ နည်းပညာ ရှုထောင့်သည် ကုန်ကျစရိတ်သက်သာနိုင်မည့် ထုတ်လုပ်မှု လုပ်ငန်းစဉ် များမှသည် အသုံးပြုသူများ၏ အင်တာနက်အသုံးပြုမှုအထိ (ဒစ်ဂျစ်တယ်) ပေးပို့မှုစနစ်များကို အဓိကလေ့လာ ပါသည်။ နောက်ဆုံးအနေဖြင့် လူ့အသိုင်းအဝိုင်းရှုထောင့်သည် မီဒီယာဌာန၏အထွေထွေ တင်ဆက်မှုနှင့် စွမ်းဆောင်ရည်များအပြင် ယုံကြည်ခံရမှု သို့မဟုတ် စိတ်ခံစားချက် ဆက်သွယ်မှုစသဖြင့် မီဒီယာဌာနနှင့် လူ့အသိုင်းအဝိုင်း၏ဆက်ဆံရေးနှင့် အခြားပရိသတ်နှင့် ဆိုင်သောအပိုင်းများကို ထည့်သွင်း စဉ်းစားထား ပါသည်။ မီဒီယာဌာနတစ်ခုအားပံ့ပိုးနေသော လူထုအသိုင်းအဝိုင်းများ သည် နိုင်ငံရေးဝင်ရောက်စွက်ဖက်မှုကို ဆန့်ကျင်ရန်အတွက် စွမ်းအား အကြီးမားဆုံးအကာအကွယ်ဖြစ်သည်။

ထိုရှုထောင့်တိုင်းသည် တစ်ခုချင်းအနေနှင့် နံရံခြားထား၍ရမည် မဟုတ်သလို တစ်ခုနှင့်တစ်ခု များစွာအပြန်အလှန် ဆက်စပ်နေပါသည်။ ဥပမာ– စီးပွားရေး ရှုထောင့်တွင် ဈေးကွက် (မက်တာ) အဆင့် ဆန်းစစ်ချက်က ဝင်ငွေအဆင့် များကိုကြည့်ကာ နိုင်ငံနှင့် ဒေသအလိုက် ပရိသတ်များက စာနယ်ဇင်း ထုတ်ကုန်ကို ဝယ်ယူရန် တတ်နိုင်သလားဟု မေးရန်စောင့်ကြည့်နိုင်သည်။ ၄င်းသည် လူ့အသိုင်းအဝိုင်း ရှုထောင့်နှင့်လည်း ဆက်စပ်နေပါသည်။ ကွန်ရက် (မီဆို) အဆင့်တွင် ဈေးကွက်တင်သော အသင်းများ ထည်ထောင်ပြီး ကြော်ငြာဝင်ငွေကို လေ့လာရန် စဉ်းစားနိုင်ပြီး ဆက်သွယ်ရေးနှင့် သတင်းအချက်အလက် မျှဝေရေး စွမ်းဆောင်ရည်များအကြောင်း ပြောသောအခါ နည်းပညာ ရှုထောင့်နှင့်လည်း သက်ဆိုင်ပါသည်။ မီဒီယာဌာန (မိုက်ခရို) အဆင့်တွင် ခိုင်မာသည့် လုပ်ငန်းအစီအစဉ်မရှိခြင်းနှင့် ဝန်ထမ်းများအကြား အဂတိ လိုက်စားခြင်းတို့မှာ စိန်ခေါ်မှုများ ဖြစ်နိုင်ပြီး ထိုနှစ်ခုစလုံးမှာ နိုင်ငံရေးရှုထောင့်နှင့် ဆက်စပ်ပါသည်။ ယင်းတွင် လုပ်ငန်းတွင်း မူဝါဒများနှင့် စီမံခန့်ခွဲရေးအလေ့အထများမှာ အရေးပါသောကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။ သို့မဟုတ် အဂတိလိုက်စားမှုကြောင့် ယုံကြည်ရမှုနှင့် ဌာနကိုအသိအမှတ်ပြုလိုစိတ်တို့ကို ထိခိုက်စေခြင်းက လူ့အသိုင်းအဝိုင်း အဆင့်နှင့် ဆက်စပ်နေပါသည်။

အဆိုပါရှုထောင့်များက မီဒီယာဝန်းကျင်ကို ပိုမိုလွှမ်းခြုံပါဝင်သည့် ဆန်းစစ် ချက် ရရှိစေပြီး ရှုထောင့်တစ်ခုချင်းတွင် အဓိကချဉ်းကပ်မှုနှင့် စိန်ခေါ်မှုများ ကို ပေါင်းစုထားနိုင်ပါသည်။ ရလဒ်မှာ ရေရှည်ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ဖန်တီးရာ၌ ပါဝင်သည့်အချက်များကို ပိုမိုပြည့်စုံစွာ တွေ့မြင်လာ ခြင်းဖြစ်သည်။

ရှုထောင့်ငါးရပ်ကို တစ်ခုချင်းစီ၏ (အားလုံးမဟုတ်သည့်တိုင်) ထင်ရှားသော အပိုင်းများနှင့် စိန်ခေါ်မှုများနှင့်တကွ အောက်ပါဇယားတွင် ဖော်ပြထား ပါသည်။ ထိုရှုထောင့်နှင့် စိန်ခေါ်မှုအချို့ကို ရှုထောင့်တစ်ခုထက် ပိုပြီးထည့်သွင်းနိုင်ပါသည်။

စီမံကိန်းနမူနာ– ယူကရိန်းနိုင်ငံတွင် အရည်အသွေးနှင့် ရှင်သန်နိုင်စွမ်း မြှင့်တင်ခြင်း

ယူကရိန်းနိုင်ငံ၏ လွတ်လပ်သော အသံလွှင့်လုပ်ငန်းများအသင်း (IAB) တွင် ဒေသဆိုင်ရာနှင့် နိုင်ငံအဆင့် အသံလွှင့်လုပ်ငန်း ၁၀၀ ကျော်ပါဝင်ပြီး အဖွဲ့ဝင်များ၏ ရေရှည်ရှင်သန်နိုင်စွမ်း ပိုကောင်း အောင် ၎င်းတို့အတွက် လွှမ်းခြုံပါဝင်သော မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲရေး သင်တန်း အလွန်လိုအပ်နေသည်ကို တွေ့ရှိရပါသည်။ ၂၀၁၅ ခုနှစ်တွင် IAB နှင့် DW Akademie တို့သည် ယူကရိန်းမီဒီယာ အီလက်ထရွန်းနစ်ကျောင်းကို စတင်ပြီး မီဒီယာ စီမံခန့်ခွဲရေးနှင့် ဒစ်ဂျစ်တယ်သတင်းပညာ အစီအစဉ် နှစ်ခုဖြင့် ဒေသဆိုင်ရာ မီဒီယာ ဌာနများ၏ ဘဏ္ဍာရေးအခြေခံနှင့် သတင်းတင်ဆက်မှုတို့ကို အဓိက အာရုံစိုက်ခဲ့ပါသည်။ အီလက်ထရွန်းနစ်ကျောင်း၏ “ရောစပ်ထားသော သင်ယူမှု” အယူအဆသည် အွန်လိုင်းနှင့် စာသင်ခန်း ညွှန်ကြားချက်များ ၏ အားသာချက်ကိုပေါင်းစပ်ကာ မီဒီယာဖြင့် အသက် မွေးဝမ်းကျောင်း သူများ၏ မအားလပ်သည့်အချိန်များကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားလျက် အထူး သဖြင့် ကျေးလက်ဒေသများအတွက် အရေးကြီးသည့် အချိန်မရွေး၊ နေရာမရွေး သင်ယူခွင့်ကိုပေးခဲ့ပါသည်။

မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲရေးကို အတွင်းကျကျလေ့လာသည့် ရေရှည် အစီအစဉ် သည် မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲသူများအား သူတို့လုပ်ငန်းကို အကျိုးအမြတ် ရသည့် လုပ်ငန်းများအဖြစ်ပြောင်းလဲရာ၌ အသုံးပြုနိုင်မည့် ကျွမ်းကျင်မှု နှင့် အသိပညာများ ပေးအပ်သည်။ ထိုအစီအစဉ်သည် လွှမ်းခြုံမှုရှိစွာ ချဉ်းကပ်ဆောင်ရွက်ပြီး (၁) ရှင်သန်နိုင်စွမ်းရှိသည့် မီဒီယာလုပ်ငန်း မဟာဗျူဟာ ချမှတ်အကောင်အထည် ဖော်ပုံ၊ (၂) သတင်းအကြောင်း ရပ်ဖန်တီး၊ လူသိများအောင်လုပ်ပြီး ရောင်းချကာ မီဒီယာအသိုက်အဝန်း တစ်ခု တည်ထောင်ပုံ၊ (၃) အထူးသဖြင့် ကြော်ငြာဈေးကွက်များ ကောင်းစွာမဖွံ့ဖြိုးသောနေရာများ၌ ဝင်ငွေရရှိနိုင်ရေး၊ (၄) ထိရောက် သော အဖွဲ့တည်ဆောက်ပြီးစီမံခန့်ခွဲပုံ စသည့် မေးခွန်းများကို အသားပေးခဲ့ပါသည်။ ၂၀၁၇ ခုနှစ်မှစတင်ကာ အီလက်ထရွန်းနစ် ကျောင်း၏ မီဒီယာ စီမံခန့်ခွဲရေးအစီအစဉ်ကို ချဲ့ထွင်ပြီး အလားတူ စိန်ခေါ်မှုများနှင့် ခြိမ်းခြောက်မှုများ ရင်ဆိုင်နေရသည့် မော်ဒိုဗာနှင့် ဂျော်ဂျီယာနိုင်ငံတို့မှ မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲသူများကိုလည်း ပါဝင်စေခဲ့ပါသည်။ ဤအစီအစဉ်၏ အလုပ်လုပ်ရင်းသင်ယူသော ချဉ်းကပ်နည်းတွင် ပြိုင်ဆိုင်မှုရှိသော အဖွဲ့များတွင်လုပ်ကိုင်သည့် မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲသူများ ရှိပြီး တစ်ဦးချင်းစီသည် ၎င်းတို့ရွေးချယ်သည့် အသိုင်းအဝိုင်းကို ဝန်ဆောင်မှုပေးရန် ကိုယ်ပိုင်မီဒီယာစီမံကိန်းကို ပြုလုပ်ကြရပါသည်။ ထို့ကြောင့် မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲသူများက ကျင့်ထုံးကောင်းများ မျှဝေကာ မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် ဆန်းသစ်သော ဖြေရှင်းမှုများ ရှာဖွေပြီး မိမိတို့ဒေသရှိ မီဒီယာများအတွက် စွန့်ဦးတီထွင်သော ချဉ်းကပ်မှုများဖော်ထုတ်ကြပါသည်။

အဓိက ရှုထောင့်ငါးရပ်

ရှုထောင့်	အစိတ်အပိုင်းများ / စိန်ခေါ်မှုများ (ပတ်ဝန်းကျင်၊ ကွန်ရက်နှင့် မီဒီယာ အဆင့်များ)
စီးပွားရေး	– နိုင်ငံနှင့် ဒေသအလိုက် ဝင်ငွေအဆင့် (ဦးတည်ပရိသတ်က စာနယ်ဇင်းထုတ်ကုန်ကို ဝယ်ယူရန်တတ်နိုင်သလား။) – ပြိုင်ဆိုင်မှုအဆင့် (အကန့်အသတ်ရှိသော ကြော်ငြာပမာဏအတွက် ပြိုင်ဆိုင်သူများစွာက လုံးပန်းနေကြသည်) – ဒစ်ဂျစ်တယ်ကြော်ငြာဈေးကွက် ဖွံ့ဖြိုးလာမှု (Google နှင့် Facebook တို့၏လွှမ်းမိုးမှု) နှင့် ပြည်တွင်း/ဒေသဆိုင်ရာ ကြော်ငြာဈေးကွက်များ (၎င်းတို့က ပြည်တွင်းနှင့် ဒေသဆိုင်ရာ ခိုင်မာသော မီဒီယာဌာနများကို ပံ့ပိုးပေးနိုင်မလား။) – ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ ကြီးကြပ်မှု (ကြီးကြပ်မှုမရှိက စီမံခန့်ခွဲမှုလွဲခြင်း၊ အဂတိလိုက်စားခြင်းနှင့် လိမ်လည်ခြင်းတို့ ဖြစ်စေသည်) – ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် မီဒီယာမဟုတ်သောထုတ်လုပ်မှုများအတွက် ဈေးကွက် (နောက်ထပ်ဝင်ငွေလမ်းကြောင်းများ) – ဈေးကွက်မြှင့်တင်သော အသင်းများ (ကြော်ငြာဝင်ငွေ သို့မဟုတ် ချိတ်ဆက်ခွင့်များ ရှာဖွေရန်အုပ်စုဖွဲ့ခြင်း) – ဝင်ငွေရရန်အခြားနည်းလမ်းများအတွက် အခြေခံစနစ်များ (မိုက်ခရိုပေးချေမှုများ သို့မဟုတ် လူအများထံမှ ရန်ပုံငွေစုဆောင်းခြင်း) – ခိုင်မာသော လုပ်ငန်းအစီအစဉ်/မဟာဗျူဟာ မရှိခြင်း – ကောင်းစွာဖွံ့ဖြိုးပြီးဖြစ်သော လုပ်ငန်းကျွမ်းကျင်မှုနှင့် အတတ်ပညာများ မရှိခြင်း – ဝင်ငွေရင်းမြစ်စုံလင်ကွဲပြားခြင်း (ဝင်ငွေရင်းမြစ် ကုန်ခမ်းလာပါက စီးပွားရေးအရမှီခိုခြင်း၊ စာတည်းအဖွဲ့ လွတ်လပ်မှုဆုံးရှုံးခြင်း၊ ငွေကြေးပြဿနာများ)
နိုင်ငံရေး	– မီဒီယာကဏ္ဍကို အားဖြည့်ပေးသော သို့မဟုတ် တားဆီးသော ဥပဒေများ၊ မူဝါဒများ၊ နည်းဥပဒေများ (ဥပမာ၊ သတင်းအချက်အလက်ရရှိမှု၊ ဆင်ဆာဖြတ်ခြင်း၊ လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောဆိုမှုကို ကန့်သတ်ခြင်း) – မီဒီယာအခင်းအကျင်း၏ ပိုင်ဆိုင်မှုဆိုင်ရာဖွဲ့စည်းတည်ဆောက်ပုံတွင် ပွင့်လင်းမြင်သာမှုရှိခြင်း – ကြော်ငြာအပေါ် အစိုးရ၏လွှမ်းမိုးမှု သို့မဟုတ် ကြော်ငြာဈေးကွက်ကို အပြတ်အသတ်ထိန်းချုပ်မှု – မီဒီယာအသင်းအဖွဲ့များအတွက် ဥပဒေနှင့် နည်းဥပဒေများ – မီဒီယာဌာနတစ်ခု၏ လုပ်ငန်းတွင်းမူဝါဒများ (ပွင့်လင်းမြင်သာမှု၊ အားလုံးပါဝင်မှု၊ ဒီမိုကရေစီဆန်မှုတို့ ရှိသလား။) – အခြား မီဒီယာဌာနများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုများ – စာတည်းအဖွဲ့နှင့် ဈေးကွက်မြှင့်တင်သောအဖွဲ့များအကြား သီးခြားခွဲထားမှုနှင့်စပ်လျဉ်းသည့် နည်းဥပဒေများ (အမှီအခိုကင်းမှုနှင့် ယုံကြည်ရမှုတို့အတွက် အရေးကြီးသည်)
သတင်းအကြောင်းရပ်	– နိုင်ငံတွင် စာနယ်ဇင်းဆိုင်ရာ အထွေထွေ ကျွမ်းကျင်မှု/အရည်အချင်း – သတင်းပညာသင်တန်းအစီအစဉ်များ၊ ပညာရှင်များနှင့် သင်တန်းဆရာများ မရှိခြင်း – ပရိသတ်အကြောင်း မသိရှိခြင်း (ပရိသတ်ကို သုတေသနပြုလုပ်မှု သို့မဟုတ် ဒေတာမရှိခြင်း) – အယ်ဒီတာပိုင်းဆိုင်ရာအကြောင်းရပ်များ ဖလှယ်ခြင်း – သတင်းအကြောင်းအရာနှင့် အပြင်အဆင်ဆန်းသစ်မှုအတွက် နေရာပေးမှု – သတင်းအကြောင်းအရာ၏ အရည်အသွေး – သတင်းအကြောင်းအရာက လူ့အသိုင်းအဝိုင်းနှင့် ဆီလျော်မှုရှိခြင်း – ကျွမ်းကျင်သတင်းထောက်များကို ဆွဲဆောင်ထိန်းသိမ်းထားနိုင်ခြင်း – သတင်းအကြောင်းအရာများကို အွန်လိုင်းတွင်မြင်တွေ့နိုင်ခြင်း (SEO၊ သတင်းဝက်ဘ်ဆိုက်/သတင်းအချက်အလက်ကို အလွယ်တကူရှာတွေ့မှု)

နည်းပညာ	– ဆင်ဆာ (ဆင်ဆာဖြတ်ရန် အစိုးရတွင် နည်းပညာဆိုင်ရာစနစ်များ ရှိသလား/အသုံးပြုသလား။ – အင်တာနက် အခြေခံအဆောက်အအုံ (မည်မျှ ဖွံ့ဖြိုးသလဲ။ တစ်နိုင်ငံလုံး အင်တာနက်လွှမ်းခြုံမှု ရှိသလား။ စျေးနှုန်းသက်သာပါသလား။) – သယ်ယူပို့ဆောင်ရေးနှင့် လမ်းအရည်အသွေး (သတင်းစာများကို ကျေးလက်ဒေသများအထိ ပေးပို့နိုင်သလား။) – ဒစ်ဂျစ်တယ်ငွေပေးချေစနစ်များ ရရှိမှု (ဝင်ငွေရရှိနိုင်ခြေရှိသော ရင်းမြစ်) – သတင်းအကြောင်းရပ် ဖြန့်ချိရေးကွန်ရက်များ – သတင်းအကြောင်းရပ် ဖလှယ်မှု (အင်တာနက်မှတစ်ဆင့်) – ဖြန့်ချိသော လမ်းကြောင်းများ – ထုတ်လုပ်မှုနည်းပညာ အသစ် – နည်းပညာပိုင်းဆိုင်ရာ စက်ပစ္စည်းများ – နည်းပညာသစ်များကို သင်တန်းပေးခြင်း – နည်းပညာသစ်များကို အသုံးပြုလိုစိတ်
လူ့အသိုင်းအဝိုင်း	– သတင်းတင်ဆက်မှုအပေါ် ရှုမြင်မှု (အသိုင်းအဝိုင်း၏ တန်ဖိုးများအပေါ် တိုက်ခိုက်သည်ဟုမြင်ပါက လူ့ဒါန်းမှုများနှင့် အခြားပံ့ပိုးမှုပုံစံများ ဆုံးရှုံးနိုင်သည်။) – တီထွင်ဆန်းသစ်မှုဆိုင်ရာ ယဉ်ကျေးမှု (စမ်းသပ်ပြီးကျရှုံးမှုကို မလိုလားခြင်း) – မီဒီယာ အသုံးပြုမှု အလေ့အထများ (စာတတ်မြောက်မှု၊ အင်တာနက်သုံးစွဲမှု၊ လူမှုကွန်ရက်များ) – မီဒီယာ အဖွဲ့အစည်းများအပေါ် ယုံကြည်မှု – ဒစ်ဂျစ်တယ်တင်ဆက်မှုများသည် အခမဲ့ဖြစ်သင့်သည်ဆိုသော သဘောထား – အသုံးပြုသူများက ထုတ်လုပ်သောအကြောင်းအရာများ – လူ့အသိုင်းအဝိုင်း၏ ပိုင်ဆိုင်မှု – မီဒီယာဌာနက လူ့အသိုင်းအဝိုင်းနှင့် ယုံကြည်စိတ်ချရမှု – အခြားသူများအား အသိုင်းအဝိုင်းက ထောက်ခံပြောကြားမှုများ – မီဒီယာဌာနနှင့် အသိအမှတ်ပြုမှု/စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာချိတ်ဆက်မှု – မီဒီယာဌာနကို နိုင်ငံရေးအရပံ့ပိုးမှု (ကြံခိုင်မှု)

စံပြုပုံစံအသစ်၏ အရေးကြီးပုံ– ကျွန်ုပ်တို့၏ ထောက်ခံအကြံပြုချက်

မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်မှုက မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ဝင်ငွေ ဗဟိုပြု ရှုထောင့် တစ်ခုတည်းမှသာ ဆန်းစစ်ပါက ကျွန်ုပ်တို့၏ ပံ့ပိုးမှု လိုအပ် သည့် ဌာနများစွာသည် အကျိုးကျေးဇူး ရရှိမည် မဟုတ်ပါ။ ဘဏ္ဍာရေး နှင့် စီးပွားရေး ရှုထောင့်ကိုကျော်လွန်လေ့လာရန် အထူးအရေးကြီးပါ သည်။ ထို့ကြောင့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေး အဖွဲ့အစည်းများက နည်းဗျူဟာ ပြောင်းရန် လိုပါသည်။ မီဒီယာများရေရှည်တည်တံ့မှုကို ဆွေးနွေးပုံ ပြောင်းလဲဖို့လိုမည်။ မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးမှု ဆောင်ရွက်ရာတွင် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ဘက်စုံလွှမ်းခြုံပါဝင် သော ရှုထောင့်မှ ကြည့်ရပါမည်။

ဤနေရာတွင် DW Akademie ၏ စံပြုပုံစံအသစ် ပါဝင်လာပါသည်။ မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် အထူးအရေးပါသည့် ခိုင်မာသော ရှုထောင့်အမြင်များ အကြံပြုခြင်းအားဖြင့် ၎င်းသည် မီဒီယာ လုပ်ကိုင်သူများ၊ မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေး အကောင်အထည်ဖော်သူများ၊ အလှူရှင်များ၊ မီဒီယာမူဝါဒချမှတ်သူများကို ပိုမိုထိရောက်ပြီး လိုအပ်ချက် အဓိကထားကာ ရေရှည်တည်တံ့သော လုပ်ငန်းများကို ဆောင်ရွက်နိုင် စေသည်။ ၎င်းသည် မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်း နယ်ပယ်တွင် ပိုကောင်း သည့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးချဉ်းကပ်မှုများနှင့် စီမံကိန်း မဟာဗျူဟာများ အတွက် မူဘောင်များချမှတ်ပေး ပါသည်။ ၎င်းသည် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း၏ ရှုပ်ထွေးသော အယူအဆကို ဆန်းစစ်အကဲဖြတ်ကာ အချို့သောမီဒီယာ စနစ်များ၏ အားနည်းချက်၊ အားသာချက်များအပေါ် ပိုပြီးအသေးစိတ် ကျသည့် အပြန်အလှန် နားလည်မှု ရရှိလာစေ သည်။ ၎င်းသည် အပြည်ပြည်ဆိုင်ရာအပြန်အလှန် ဆွေးနွေးမှုကို ကျယ်ပြန့် စေကာ ဘုံနားလည်မှုရရှိလာပြီး ဒေသတစ်ခုနှင့်တစ်ခု ပူးပေါင်း အားထုတ်မှုကို ပံ့ပိုးပေးမည်ဟု မျှော်လင့်ရပါသည်။

လက်ရှိကျဉ်းမြောင်းသော အာရုံစိုက်မှုထက် ပိုမိုထိရောက်သော မဟာဗျူဟာမှာ မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်း စီမံကိန်းများအတွက် စနစ်တကျဖွံ့ဖြိုးရေးနည်းလမ်းကို လက်ခံရန်ဖြစ်ပြီး ၎င်းတွင် မီဒီယာလုပ်ငန်းဖြင့် အသက်မွေးသူများ၊ ဒေသဆိုင်ရာ ကျွမ်းကျင်သူများ နှင့် မီဒီယာစီမံခန့်ခွဲသူများ စသည့် သက်ဆိုင်သူအားလုံး ပါဝင်သည့် ချဉ်းကပ်မှုပါဝင်သည်။ ပုံသေကားကျ မဟာဗျူဟာနောက်မလိုက်ဘဲ ပြည်တွင်းမှ သက်ဆိုင်သူများနှင့် အနီးကပ်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုမှ တစ်ဆင့် ပြည်တွင်းနှင့် ဒေသဆိုင်ရာ အခြေအနေများကို တုံ့ပြန်သော မဟာဗျူဟာကို ဖော်ဆောင်သင့်ပါသည်။

မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း၏ စိန်ခေါ်မှုများကို သတင်းဌာန တစ်ခုချင်းအဆင့်တွင် မဖြေရှင်းနိုင်ပါ။ ကွဲပြားသော ပါဝင်ပတ်သက် သူများစုပေါင်းလျက် ကျယ်ပြန့်သော ထိုသူတို့မှ ကျယ်ပြန့်သော အမြင်ဖြင့် ကြည့်မြင်ပေးကာ၊ တိုင်းပြည်၏ အခြေအနေ သို့မဟုတ် ဒေသ တစ်ခု၏ မီဒီယာဂေဟစနစ်ကို အကဲဖြတ်သုံးသပ်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ ထို့နောက် ပူးပေါင်း ပါဝင်သူများက မီဒီယာဌာနများ ရှင်သန်ခွင့် သို့မဟုတ် ကြီးထွားခွင့် ရရှိနိုင်အောင် အားပေးသော မီဒီယာပတ်ဝန်းကျင်တစ်ခု ဖန်တီးပေးသော စီမံကိန်းများကို မဟာဗျူဟာမြောက်စွာ စီစဉ်နိုင်ပါ သည်။ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း ပိုကောင်းအောင်

စီမံကိန်းနမူနာ- ယူဂန်ဒါနိုင်ငံတွင် သတင်းအကြောင်းရပ်များ မျှဝေခြင်း

ယူဂန်ဒါရေဒီယိုကွန်ရက် (URN) သည် တစ်နိုင်ငံလုံးရှိ သတင်းဌာန ၁၀၂ ခု ခန့်ကို သတင်း၊ ဆောင်းပါး၊ အသံဖိုင်နှင့် ဓာတ်ပုံများ ဖြန့်ဝေသည့် သတင်းအေဂျင်စီတစ်ခုဖြစ်သည်။ ၂၀၀၅ ခုနှစ်တွင် တည်ထောင်ခဲ့သော URN သည် နိုင်ငံ၏ မီဒီယာဌာနကြီးများက ပေးသည့် သတင်းနှင့် ကွဲပြားစွာ ဝန်ဆောင်မှုပေးသည့်အခန်းကဏ္ဍ ဟု မိမိကိုယ်ကို ရှုမြင်ပြီး မိမိတို့၏ဒေသပြင်ပမှ သတင်းများ မဝယ်ယူနိုင်သော သို့မဟုတ် တင်ဆက်နိုင်စွမ်းမရှိသော သတင်းဌာနများအား ကြားဖြတ်သတင်းများ၊ အထူးဆောင်းပါးများ ပံ့ပိုးပေးပါ သည်။ သတင်းဌာနများက လစဉ်ကြေးပေးကာ URN ဝန်ဆောင်မှုကို စာရင်းသွင်းရယူနိုင်သလို သတင်းတစ်ခုချင်းလည်း ဝယ်ယူနိုင်ပါသည်။ URN သည် ၎င်း၏ သတင်းအေဂျင်စီလုပ်ငန်းအပြင် အထူးသဖြင့် ဖဲကျဉ်ခံ လူမှုအသိုင်းအဝိုင်းများမှ သတင်းထောက်များကို နည်းပညာသစ်များ၊ မီဒီယာကျင့်ဝတ်များ စသည့် ခေါင်းစဉ်များနှင့်သက်ဆိုင်သော သင်တန်းများစီစဉ်ပေးပါသည်။ နိုင်ငံ၏ပိုမိုဝေးလံသောဒေသများအထိ သတင်းဖြန့်ကျက်နိုင်ရန် URN သည် Android ဖုန်းများအတွက် မိုဘိုင်းအပလီကေးရှင်း ထုတ်လုပ်၍ သတင်းတင်ဆက်သည့်လုပ်ငန်းစဉ်ကို ပြည်သူ့သတင်းထောက်များထံ တစ်ဆင့်ချင်းရှင်းပြပါသည်။ သူတို့သည် အပလီကေးရှင်းကိုသုံးပြီး သူတို့အသိုင်းအဝိုင်း၌ စိုးရိမ်ဖွယ်ရာ ကိစ္စများကို အရုပ်၊ အသံနှင့် စာသားများဖြင့် သတင်းပို့ကြပါသည်။ ထိုသတင်းများသည် URN က လွှင့်တင်သည့် အင်တာနက်လိုင်းထဲရောက်ကာ ကွန်ရက်ထဲရှိ ရေဒီယိုအသံလွှင့်ဌာနများက ရယူနိုင်ပါသည်။ ပြည်သူ့သတင်းထောက်များ က ပေးပို့ သည့် သတင်းများမှာ လူမှုရေး၊ နိုင်ငံရေး အဖြစ်မပျက်များနှင့် အများ ပြည်သူဝန်ဆောင်မှုပေးခြင်း မှသည် မြေအငြင်းပွားမှုများနှင့် အသေးစား ရာဇဝတ်မှုများအထိ ပါဝင်ပါသည်။ ယူဂန်ဒါနိုင်ငံသားများ ရင်ဆိုင်ရသည့် နေ့စဉ်ရုန်းကန်ရမှုများ အကြောင်း သတင်းအချို့မှာ အပြန်အလှန် ဆွေးနွေးစရာ ဖြစ်လာပြီး အသိုင်းအဝိုင်းအတွင်း အပြောင်းအလဲများ ဖြစ်ပေါ်စေခဲ့ပါသည်။

ထိုအစီအစဉ်သည် ဒေသခံရေဒီယို၏ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို မြှင့်တင်ပါသည်။ ငွေကြေးအကျပ်အတည်းကြောင့် အသံလွှင့်ဌာနများစွာသည် အလွန်ဝေး သောဒေသမှ သတင်းများ၊ သုတေသနသတင်းများ မတင်ဆက်နိုင်ပါ။ နိုင်ငံတွင်း ရေဒီယိုအားလုံးက ထုတ်လွှင့်သော တူညီသည့် သတင်းများကို ထုတ်လွှင့်ကြရပါသည်။ ပြည်သူ့သတင်းထောက်များ၏ သတင်း အစီရင်ခံမှုကြောင့် ဒေသခံရေဒီယိုများက ပိုမိုပြည့်စုံများပြားသော သတင်းများ လွှင့်နိုင်လာပါသည်။ အသံလွှင့်ဌာနသည် ဒေသတွင်း အကြောင်း ရပ်များ ပိုမိုလွှင့်ထုတ်ရန် ဆုံးဖြတ်သောအခါ သောတရှင်ဦးရေ တိုးလာပါသည်။ အချို့နေရာများတွင် ထိုတိုးတက်မှုကြောင့် ကြော်ငြာ ရှင်များ ပိုမိုရရှိလာသည်ဟု ဆိုလိုပါသည်။

URN ၏ရည်ရွယ်ချက်မှာ အရည်အသွေးမြင့်သတင်းများ ဖြန့်ဝေ ရန်နှင့် နိုင်ငံ၏မီဒီယာအထွေထွေအဆင့်အတန်းကို မြှင့်တင်ရန် ဖြစ်သည်။ အသင်းဝင်ကြေး၊ ထောက်ပံ့ကြေး၊ DW Akademie နှင့်အခြားသူများ စသည့် မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးရေးအဖွဲ့အစည်းများနှင့် ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ခြင်း အပါအဝင် အရင်းမြစ်များက ၎င်းကို ငွေကြေးပံ့ပိုးပါသည်။

UGANDA RADIONETWORK™
www.ugandaradionetwork.com

ကွန်ရက်များကလည်း များစွာ အကျိုးပြုနိုင်ပြီး နိုင်ငံရေးအရ လွှမ်းမိုးမှုကို စုပေါင်းကာကွယ်နိုင်သလို မီဒီယာဌာနများက ရင်းမြစ်များမျှဝေပြီး ဝင်ငွေရင်းမြစ် အားလုံးကို ရရှိအောင် ၎င်းတို့၏ဖြစ်နိုင်ခြေကို တိုင်းတာနိုင်ရန် ကူညီပါသည်။

နောက်ဆုံးအနေဖြင့် မီဒီယာဌာနများတစ်ခုချင်းအဆင့်၌ မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းရှိစေရန် မည်သည်က အရေးကြီးပါသနည်း။ အရေး အကြီးဆုံး အဆင့်မှာ ဝင်ငွေရင်းမြစ်အသစ်များကိုချည်း ရှာဖွေခြင်း ထက် ကျော်လွန်ရှုမြင်ရန်ဖြစ်သည်။ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းရှိ သည့် မဟာဗျူဟာသည် လူထုအခြေပြု ရေဒီယိုအသံလွှင့်ဌာနများ၊ စတင်ခါစ ဒစ်ဂျစ်တယ်လုပ်ငန်းများနှင့် ပြည်တွင်းသတင်းစာများကို ပိုမိုရှင်သန်နိုင် သောလမ်းကြောင်းပေါ်တင်ပေးနိုင်ရန် မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်း၏ ရှုထောင့်အမျိုးမျိုးဖြစ်သော စီးပွားရေး၊ နိုင်ငံရေး၊ နည်းပညာ၊ အကြောင်းရပ်နှင့် လူ့အသိုင်းအဝိုင်းတို့အကြား ဟန်ချက်ညီညီ ချိန်ညှိနိုင်အောင် ကြိုးပမ်းပါသည်။

မီဒီယာများ ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် ဖြေရှင်းရန်ဖြတ်လမ်း မရှိသည့်အပြင် လက်တွေ့အမှန်တရားများနှင့် ကျွန်ုပ်တို့ ရင်ဆိုင်ရ သောအခါ စိတ်ပျက်ဖွယ်ရာသာ ဖြစ်လေ့ရှိသည်။ သို့သော် စာနယ်ဇင်းလုပ်ငန်းသည် စဉ်ဆက်မပြတ် တိုးတက် နေသည့်အချက်ကလည်း အကောင်းမြင်စရာ ဖြစ်လာပါသည်။ ၎င်း၏ ထက်မြက်သွက်လက်သော သဘာဝက ဆန်းသစ်သော ဖြေရှင်းနည်း များ၊ ပြောင်းလဲထားသည့် ချဉ်းကပ်မှုများနှင့် အလေ့အထသစ်များ ဖန်တီးခွင့်ပေးပါသည်။ ဤအပြောင်းအလဲများ ကို ကျွန်ုပ်တို့လက်ခံပြီး အခွင့်အလမ်းအဖြစ် ကြိုဆိုသင့်ပါသည်။ ကျွန်ုပ်တို့ လုံး၀ လက်မခံရမည်မှာ လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော် ပြောဆိုမှုအပေါ် ခြိမ်းခြောက်မှုများဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် ဤအကူးအပြောင်းပတ်ဝန်းကျင်တွင် သတင်းထောက်များကို လူ့အသိုင်းအဝိုင်းအတွင်း သူတို့၏အခြေခံအရေးပါသော အခန်းကဏ္ဍပြည့်မီအောင် ပံ့ပိုးသော မိတ်ဖက်အဖွဲ့အစည်းများ၊ ဖွဲ့စည်းပုံများနှင့် ကျင့်သုံးမှုများကို အားကြိုးမာန်တက် အဓိကထား ရှာဖွေပေးသင့်ပါသည်။

အခြားအချက်များ

- နိုင်ငံတစ်ခုချင်းစီအလိုက် မီဒီယာများရင်ဆိုင်ရသော စီးပွားရေး စိန်ခေါ်မှုများအကြောင်း သုတေသန ပြုလုပ်ပြီး အသိပညာ မျှဝေရန် လိုပါသည်[12]။ ဝင်ငွေနည်း(သို့) ဝင်ငွေအသင့်အတင့် နိုင်ငံများရှိ အစပျိုးနေသည့်စာနယ်ဇင်းများ၏ အတွေ့အကြုံအပေါ် ဦးစားပေးသော အစီရင်ခံစာများမှာ မများလှပါ။[13]

- ပရိသတ်ကိုသုတေသနပြုခြင်းမှာ အရေးကြီးပါသည်။ ထိုသုတေသန မျိုးသည် ကြော်ငြာဈေးကွက်များတွင် ဘုံအသုံးပြုမှုတစ်ခု သတ်မှတ်ရန် အခြေခံအုတ်မြစ်ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် မီဒီယာဌာနများက မိမိတို့ကိုယ်ပိုင် အသိုင်းအဝိုင်းများ ဖွဲ့စည်းလိုပါက ယင်းတို့၏ ပရိသတ်၊ သူတို့၏ စိတ်ဝင်စားမှုများနှင့် လိုအပ်ချက်များကို သိရှိရန်လိုပါသည်။ ထိုအတွက် လက်ရှိဒစ်ဂျစ်တယ် ဆန်းစစ်နည်း များသာမက လုပ်ရိုးလုပ်စဉ်ဖြစ်သည့် မျက်နှာချင်းဆိုင် နည်းလမ်း များမှာလည်း အရေးကြီးပါသည်။

- သတင်းထောက်များစွာသည် သဘာဝအရ စွန့်ဦးတီထွင် သူများ မဟုတ်ကြပါ။ စာနယ်ဇင်းပညာသင်တန်း သို့မဟုတ် အလုပ်ရုံ ဆွေးနွေးပွဲများတွင် စွန့်ဦးတီထွင်စိတ်ဓာတ် ဖြည့်ဆည်းပေး ခြင်းသည် ရှင်သန်နိုင်စွမ်းအပေါ် ခြုံငုံကြည့်ရှုသည့်အမြင် ရရှိလာရေးအတွက် အဓိကကျပါသည်။ မီဒီယာ ဌာနများသည် ကနဦးကပင် မဟာဗျူဟာမြောက် လုပ်ငန်းအစီအစဉ် တစ်ခုရှိရန် အရေးကြီးပါသည်။

- မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းအတွက် ယုံကြည်မှုမှာ အခရာပင်ဖြစ် သည်။ ၎င်းသည် ငွေဝင်နိုင်သော်လည်း ထိခိုက်လွယ်သော ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ရှင်သန်နိုင်သော မဟာဗျူဟာ တိုင်းသည် ပရိသတ်၏ ယုံကြည်မှုနှင့်ဆိုင်သော ဖြစ်နိုင်ချေများကို ကို ထည့်သွင်း စဉ်းစားပါသည်။ ပရိသတ်၏ပါဝင်မှုမှာ ရေရှည် တည်တံ့မှုအတွက် အဓိကကျသည့်အတွက် အသုံးပြုသူများနှင့် ဆက်ဆံရေးများ ရယူထားသင့်ပါသည်။

Vanessa Völkel နှင့် *Samuel Gummah* အား ဤဆွေးနွေးချက်စာတမ်းအတွက် သူတို့၏အားထုတ်မှုများနှင့် တန်ဖိုးရှိသောပေးပို့မှုများအတွက် လည်းကောင်း၊ ထင်မြင်ချက်၊ ဝေဖန်ချက်နှင့် စိတ်ကူးစိတ်သန်းများပေးအပ်သည့် အခြားသော လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်နှင့် ပူးတွဲဆောင်ရွက်သူများစွာကိုလည်းကောင်း စာတမ်းရှင်များက ကျေးဇူးတင်ပါသည်။

---

[12] DW Akademie သည် မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို တိုင်းတာရန်ညွှန်းကိန်းများ ဖော်ထုတ်ထားပါသည်။ Schneider, Hollifield နှင့် Lublinski တို့၏ “လုပ်ငန်းဆိုင်ရာတိုင်းတာခြင်း- မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို အကဲဖြတ်ရန်ညွှန်းကိန်းများ” (၂၀၁၆) တွင်ကြည့်ပါ။ မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ပိုမိုလွှမ်းခြုံပါဝင်သည့် တိုင်းတာနည်းကိုလက်ရှိ ဖော်ထုတ်ထားပါသည်။

[13] ကိုးကားချက်များမှာ SembraMedia အစီရင်ခံစာ “Inflection Point” (၂၀၁၇); AMI အစီရင်ခံစာ “Mobile media services at Sub-Saharan African newspapers” (၂၀၁၁); CIMA အစီရင်ခံစာ “Calling the Shots” (၂၀၁၂); the Reuters Institute for the Study of Journalism report “Survival is Success: Journalistic Online Start-ups in Western Europe” (၂၀၁၂). ဝင်ငွေနည်း(သို့) ဝင်ငွေအသင့်အတင့် တိုင်းပြည်များရှိ စတင်ခါစမီဒီယာလုပ်ငန်းများကို အာရုံစိုက်သော လွှမ်းခြုံပါဝင်သည့် အစီရင်ခံစာမှာ Robinson, Grennan နှင့် Schiffrin တို့၏ “Publishing for Peanuts” (၂၀၁၅)။

Supported by the

Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development

ထုတ်ဝေမှု

ထုတ်ဝေသူ
Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

တာဝန်ယူသူ
Petra Berner

ထုတ်ဝေချိန်
မတ် ၂၀၁၉
© DW Akademie

ဓါတ်ပုံရည်ညွှန်းချက်
Visual Capitalist
DW Akademie

အသပြာချည်းသာလော | ဒစ်ဂျစ်တယ်ခေတ်တွင် မီဒီယာများရှင်သန်နိုင်စွမ်းကို ပြန်လည်ဆန်းစစ်ခြင်း။ ။ © 2020 Deutsche Welle မှ မူပိုင်သည် ။ Dr. Peter Deselaers, Kyle James, Roula Mikhael, Dr. Laura Schneider တို့မှ ရေးသားပြုစုပြီး Deutsche Welle မှ ၂၀၁၉ တွင် ထုတ်ဝေသည့် "More than money | Rethinking Media Viability in the digital age" အပေါ် အခြေပြုသည်။ ဘာသာပြန်ခြင်းနှင့် တည်းဖြတ်ခြင်းကို Panorama Languages ဘာသာပြန်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းနှင့် David Lian တို့မှ ဆောင်ရွက်သည်။

စာတမ်းရှင်များ

Peter Deselaers
နိုင်ငံကိုယ်စားလှယ် နမီးဘီးယား
DW Akademie
peter.deselaers@dw.com

Kyle James
စီမံကိန်းမန်နေဂျာ
DW Akademie
kyle.james@dw.com

Roula Mikhael
ညွှန်ကြားရေးမှူး Maharat ဖောင်ဒေးရှင်း
roula.mikhael@ maharatfoundation.org

Dr. Laura Schneider
ရှေ့နေအကြီးအကဲ
DW Akademie
laura.schneider@dw.com

facebook.com/DWAkademie

@dw_akademie

dw.com/newsletter-registration

dw.com/mediadev

dw-akademie.com

DW Akademie သည်မီဒီယာဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်ရေးအတွက် ဂျာမနီနိုင်ငံ၏ဦးဆောင်အဖွဲ့အစည်းဖြစ်ပြီး Deutsche Welle ၏ ပညာရေးနှင့် အသိပညာဖလှယ်ရေးအတွက် စင်တာဖြစ်ပါသည်။ ဂျာမနီနိုင်ငံ၏ စီးပွားရေးပူးပေါင်းဆောင်ရွက်မှုနှင့် ဖွံ့ဖြိုးမှု ဖက်ဒရယ်ဝန်ကြီးဌာန၏ မဟာဗျူဟာမြောက်ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သူအနေနှင့် ကျွန်ုပ်တို့သည် လူသားအားလုံး၏ အခွင့်အရေးဖြစ်သည့် လွတ်လပ်စွာထုတ်ဖော်ပြောဆိုရေး၊ ပညာရေး နှင့် ရပိုင်ခွင့်ရှိရေး တို့ကို ခိုင်မာစေရန်ကြိုးပမ်းပါသည်။

Akademie

Made for minds.