



## ජනාධිපතිවරණ කාලසීමාව තුළ මුද්‍රිත මාධ්‍ය වාර්තාකරණයන් පිළිබඳ නිරීක්ෂණ

**වාර්තා අංක - 02 නාමයෝජනා දිනයේ සිට අගෝස්තු 31 දිනපතා සහ සතිඅන්ත පුවත්පත්වල මුල් පිටුවේ ප්‍රවෘත්ති ආචාරණයන් (අගෝස්තු 16 සිට 31 දක්වා)**

2024 ජනාධිපතිවරණයේදී ඡන්ද විමසීම පැවැත්වෙන කාලසීමාවට අදාළව ජනමාධ්‍ය විසින් පිළිපැදීමට බැඳී සිටින මැතිවරණ කොමිෂන් සභාවේ මාධ්‍ය උපමාන සහ ජනමාධ්‍ය විසින් එදිනෙදා වාර්තාකරණයේ සම්මත ප්‍රමිති පවත්වාගෙන යාම සඳහා අනුගමනය කරනු ලබන වෘත්තීය ආචාර ධර්ම මාලාව, මැතිවරණ ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයන්හිදී කෙතරම් දුරට අදාළ කරගෙන තිබේද යන්න කෙරෙහි මෙම අධ්‍යයනයේදී විශේෂ අවධානයක් යොමු කර තිබේ.

- මුද්‍රිත මාධ්‍ය මධ්‍යස්ථ හා අපක්ෂපාතී ආකාරයෙන් ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ යෙදෙන්නේද?
- කිසියම් දේශපාලන පක්ෂයකින් හෝ ස්වාධීනව තරග කරන අපේක්ෂකයෙකුට අගතියක් හෝ ප්‍රවර්ධනයක් සිදු නොවන පරිදි මාධ්‍යයේ ඉඩ වෙන්කිරීම් සිදුවන්නේද?

යන කරුණු කෙරෙහිද මෙහිදී විශේෂ අවධානයක් යොමු කර ඇත. අධ්‍යයනය සඳහා යොදාගෙන ඇති ක්‍රමවේදය මගින් මුද්‍රිත මාධ්‍ය අන්තර්ගතය සහ එහි අර්ථ ගුණාත්මකව සහ ප්‍රමාණාත්මකව විශ්ලේෂණය කර තිබේ.

අපගේ නිරීක්ෂණ නියැදිය

| පුවත්පත් ආයතන     | දිනපතා |    |   | සති අන්ත |    |   |
|-------------------|--------|----|---|----------|----|---|
| 9                 | සි     | දෙ | ඉ | සි       | දෙ | ඉ |
|                   | 7      | 4  | 6 | 8        | 5  | 5 |
|                   | 17     |    |   | 18       |    |   |
| සමස්ත පුවත්පත් 35 |        |    |   |          |    |   |

මෙම නිරීක්ෂණ වාර්තාව මගින් අවධානය යොමු කර ඇත්තේ නාමයෝජනා දිනයේ සිට අගෝස්තු 31 දක්වා (අගෝස්තු 16 -31 දක්වා) දිනපතා සහ සතිඅන්ත පුවත්පත්වල මුල් පිටුවේ සහ මුල් පිටුවෙන් ඉතිරි වශයෙන් ඇතුළු පිටුවල පළවූ ප්‍රවෘත්ති සඳහා වෙන්වී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය මෙවර ජනාධිපතිවරණයට ඉදිරිපත්වී සිටින අපේක්ෂකයින් 38 දෙනා අතර බෙදීගොස් ඇති ආකාරයත්, එම ප්‍රවෘත්ති අන්තර්ගතයන් මගින් අපේක්ෂකයින්ට ඇතිකරණ බලපෑමත් නිරීක්ෂණය කිරීම කෙරෙහිය.

මාධ්‍යවල ප්‍රවෘත්ති ආචාරණය පිළිබඳව මැතිවරණ කාලසීමාව තුළ වරින්වර මෙවැනි නිරීක්ෂණ වාර්තා ඉදිරිපත් කිරීමටත්, මැතිවරණය අවසානයේ ඒ පිළිබඳව පූර්ණ වාර්තාවක් ඉදිරිපත් කිරීමටත් SLPI මාධ්‍ය නිරීක්ෂණ කණ්ඩායම අපේක්ෂා කරයි.

අපගේ මාධ්‍ය නිරීක්ෂණ පිළිබඳ ඔබ දක්වන සෑම ප්‍රතිචාරයක්ම අපි බෙහෙවින් අගය කොට සලකමු.  
අපගේ ලිපිනය info@slpi.lk

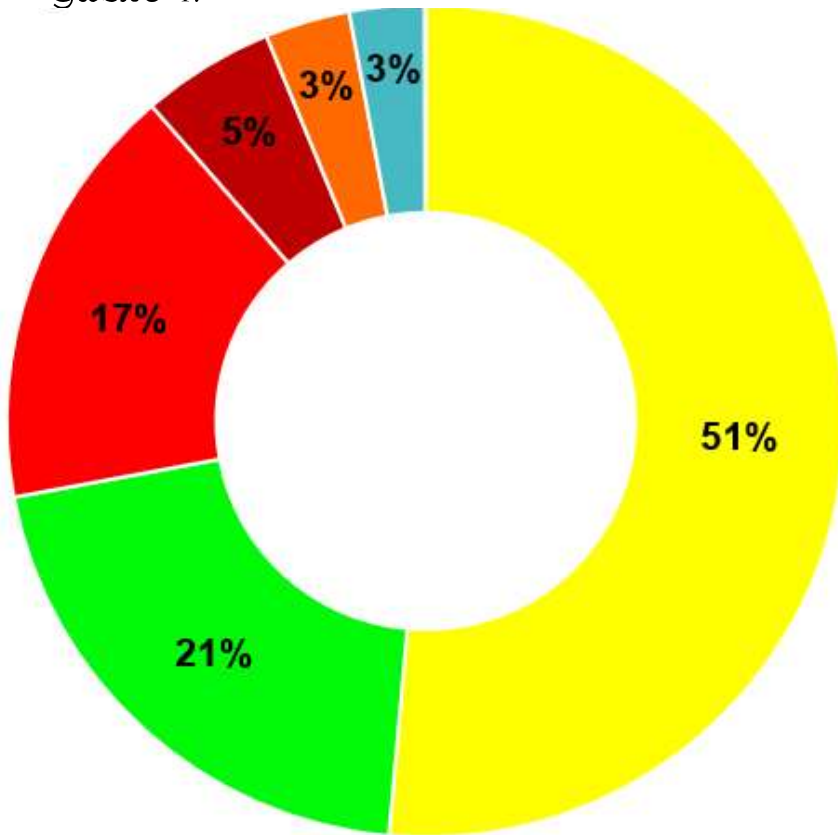
මාධ්‍ය නිරීක්ෂණ-ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් ආයතනය, නො. 96 බර්නාඩ් සොයිසා මාවත, කොළඹ 05.



**දිනපතා සහ සති අන්ත පුවත්පත් මුල් පිටුවේ ප්‍රවෘත්ති අන්තර්ගතය ජනාධිපති අපේක්ෂකයින් 38 දෙනා අතර බෙදී ඇති ආකාරය - නාමයෝජනා දිනයේ සිට අගෝස්තු 31 දක්වා.**

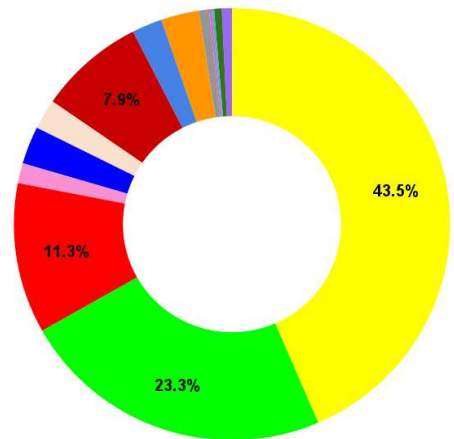
- නිරීක්ෂණ නියැදිය • පුවත්පත් මුල්පිටු 236 • නිරීක්ෂණය කරන ලද සමස්ත පුවත් සංඛ්‍යාව 2402
- මැතිවරණයට සෘජුව අදාළ (1383) සහ වක්‍රව අදාළ (300) පුවත් එකතුව 1683
  - ප්‍රවෘත්ති අන්තර්ගතයට අදාළ ශීර්ෂ පාඨ, ඡායාරූප හා ප්‍රවෘත්ති සඳහා වෙන්වී තිබූ සමස්ත ඉඩ වර්ග සෙ.මී.509,028 කි.

ප්‍රස්තාර 1:

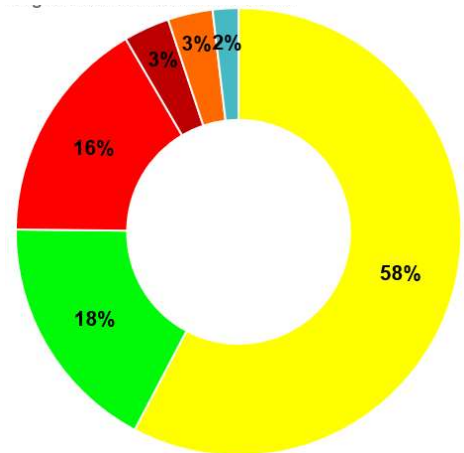


- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සජිත් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- පාක්‍යසෙල්වම් අරියනේන්දිරත්
- වෙනත්

1.1: පළමු සතිය



1.2 : දෙවැනි සතිය



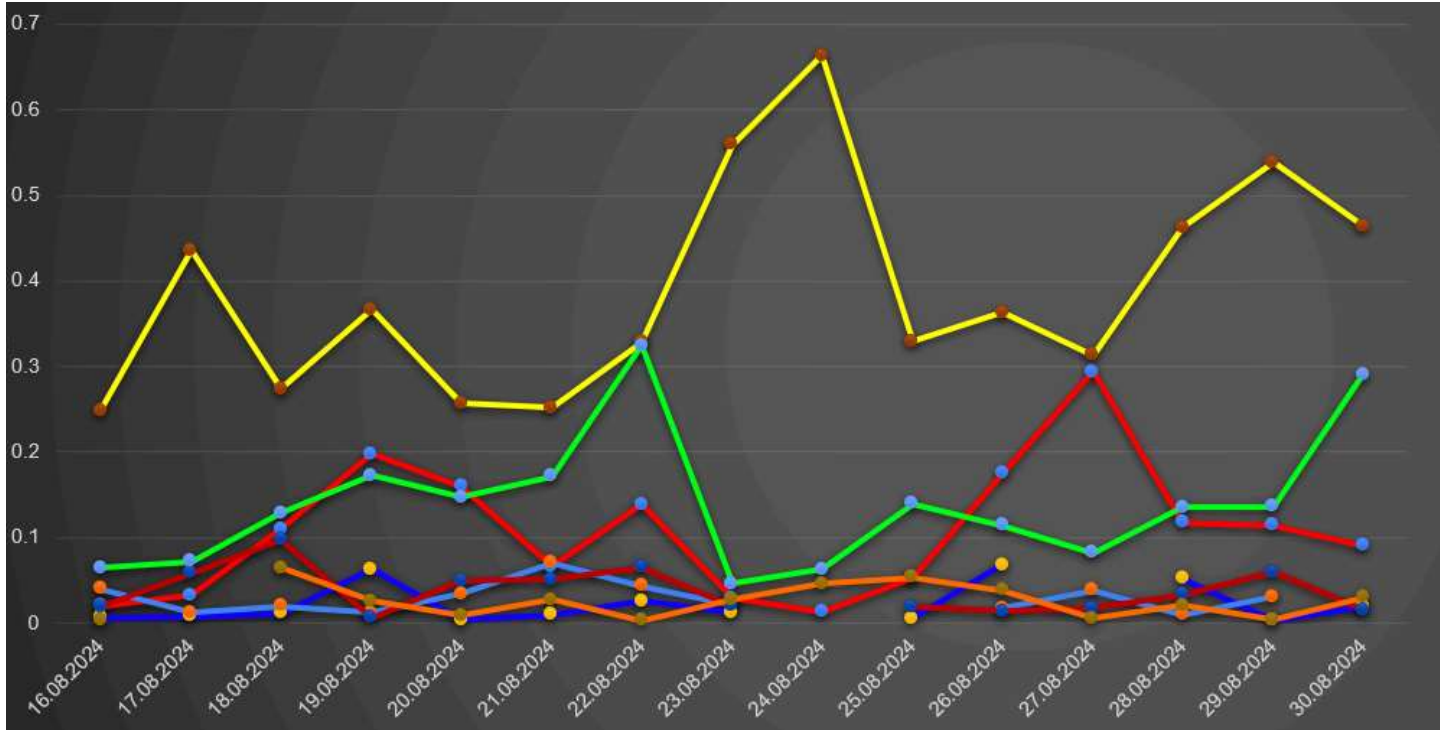
ජනාධිපති අපේක්ෂකයින් 38 දෙනා අතරින් මුද්‍රිත මාධ්‍ය අවකාශයෙන් වැඩිම ඉඩ ප්‍රමාණයක් (51%) වෙන්වී ඇත්තේ ස්වාධීන අපේක්ෂක රනිල් වික්‍රමසිංහ මහතා වෙතුවෙති. ඊළඟට වැඩිම ඉඩ ප්‍රමාණයක් හිමිවී ඇත්තේ පිළිවෙලින්, සජිත් ප්‍රේමදාස (21%), අනුර කුමාර දිසානායක (17%), නාමල් රාජපක්ෂ (5%), පාක්‍යසෙල්වම් අරියනේන්දිරත් (3%) යන අපේක්ෂකයින් වෙතුවෙති. ඉතිරි සියලු අපේක්ෂකයින්ට වෙන්වී ඇත්තේ 3% කට අඩු ප්‍රතිශතයකි.

මෙම ඉඩ ප්‍රමාණයන්ට අපේක්ෂකයින් සඳහා සෘජුව වෙන්වී ඇති ප්‍රමාණයන් මෙන්ම මැතිවරණයට අදාළ, අපේක්ෂකයින් සඳහා ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක ලෙස වක්‍රව බලපෑමක් ඇතිකරණ ප්‍රවෘත්ති අන්තර්ගතයන්ද ඇතුළත්ය.



දෛනිකව මුල් පිටුවේ පුවත් අවකාශ අපේක්ෂකයින් සඳහා වෙන් වී ඇති ආකාරය - අගෝස්තු 16 සිට 30 දක්වා

ප්‍රස්තාර 2:



- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- සජිත් ප්‍රේමදාස
- දිලීන් ජයවීර
- වෙනත්
- අනුර කුමාර දිසානායක
- නාමල් රාජපක්ෂ
- පාකාසසෙල්වම් අරියතේන්දිරන්

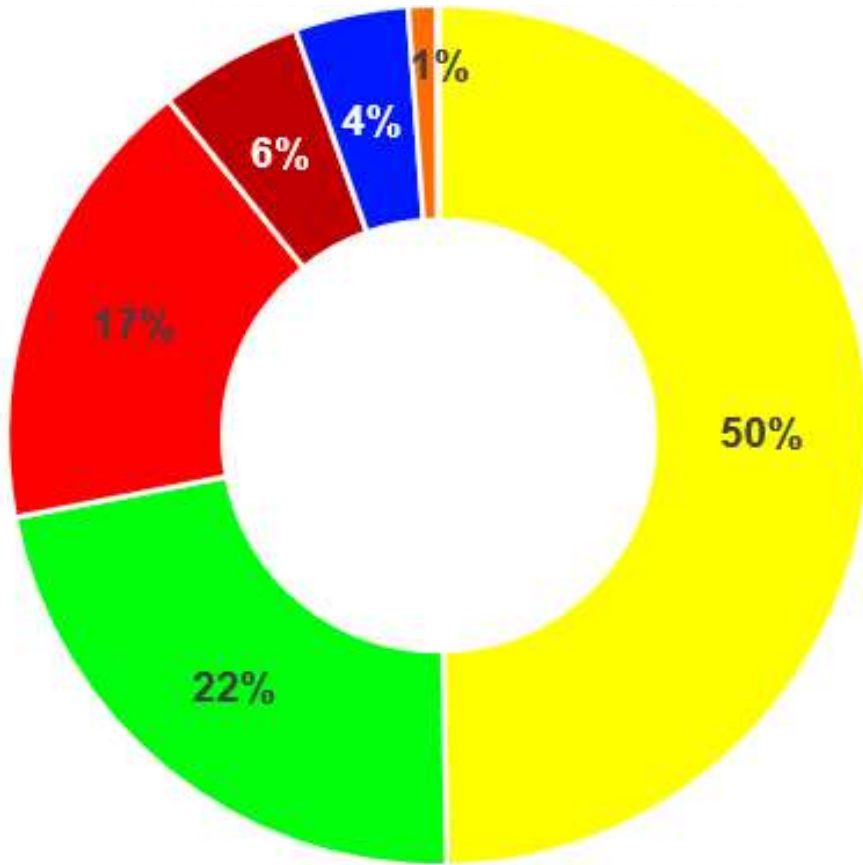
ඉහත ප්‍රස්තාරය මගින් ඒ ඒ දිනයන් තුළ අපේක්ෂකයන් වෙනුවෙන් වෙන් වී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණයන් නිරූපණය වේ. එම ඉඩ ප්‍රමාණයන්ට අපේක්ෂකයා ප්‍රවර්ධනය කරන, ඔහු අවවර්ධනය කරන මෙන්ම මධ්‍යස්ථ පුවත් අන්තර්ගතයන් ද ඇතුළත් ය.



## පුවත්පත් ප්‍රවෘත්ති ඉඩ එක් එක් ජනාධිපති අපේක්ෂකයින්ට වෙන්වී ඇති අයුරු (නාමයෝජනා දිනයේ සිට අගෝස්තු 31 දක්වා දෙසතිය)

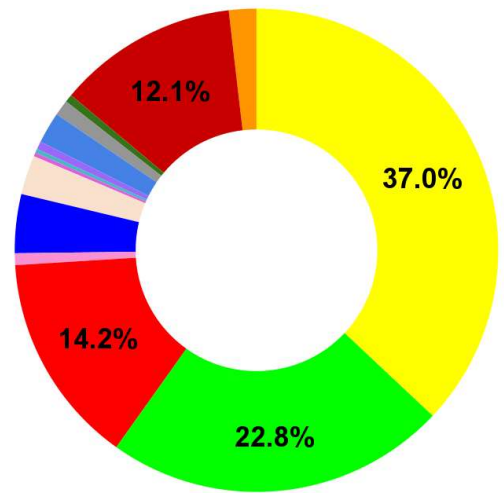
නියැදියට අයත් පුවත්පත් 35 සිංහල මාධ්‍ය, දෙමළ මාධ්‍ය හා ඉංග්‍රීසි මාධ්‍ය පුවත්පත් වශයෙන් වර්ගීකරණයට ලක්කර එම මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන්හි ජනාධිපති අපේක්ෂකයින් 38 දෙනාට වෙන්වී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය නිරීක්ෂණය කළ විට දක්නට ලැබෙන තත්ත්වය පහත ප්‍රස්ථාර මගින් නිරූපණය වේ.

ප්‍රස්ථාර 3: සිංහල මාධ්‍ය පුවත්පත් (අගෝ:16-31)

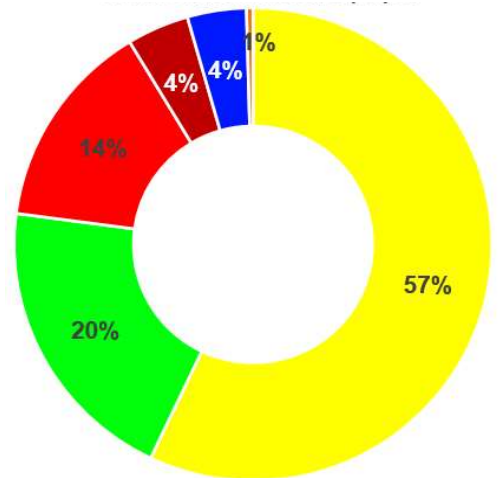


- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සසීන් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- දිලීන් ජයවීර
- සාකාශසෙල්වම් අරියනේන්දිරත්

ප්‍රස්ථාර 3.1: පළමු සතිය

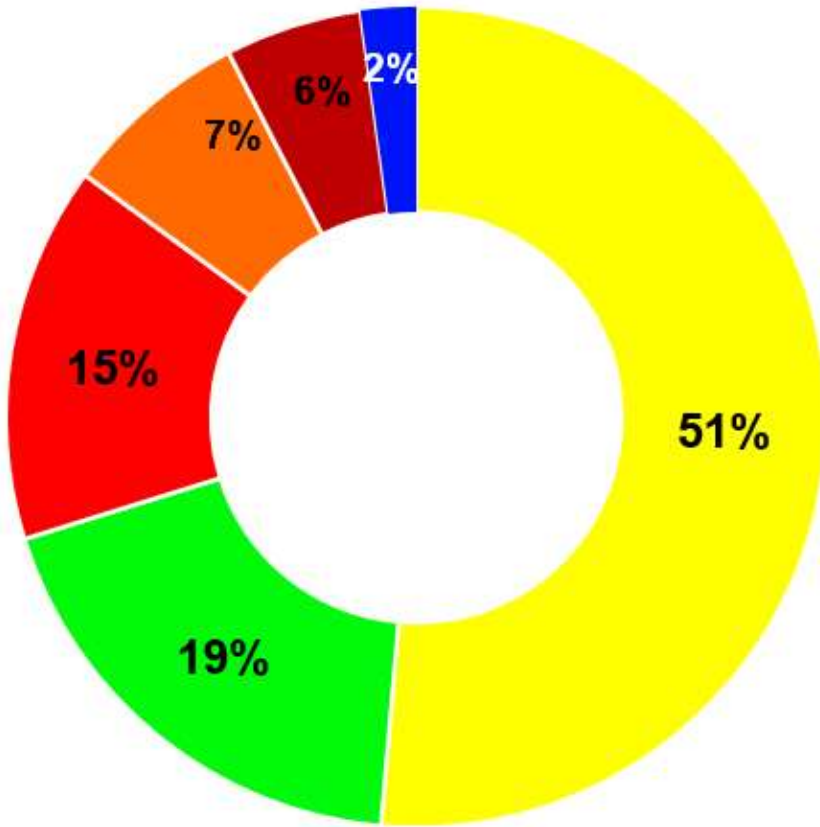


ප්‍රස්ථාර 3.2: දෙවන සතිය



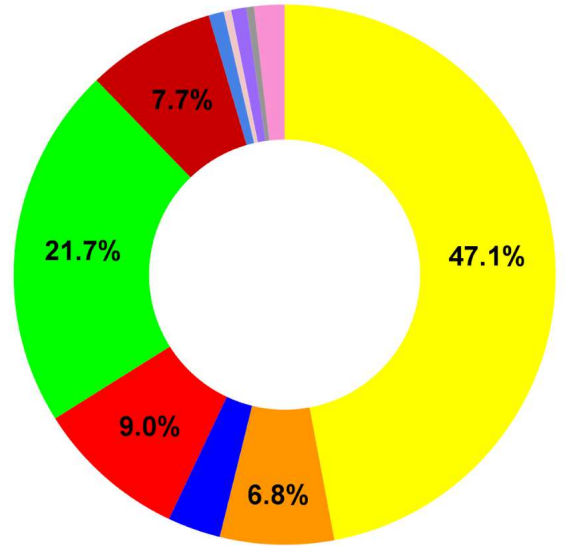


ප්‍රස්තාර 4: දෙමළ මාධ්‍ය පුවත්පත් (අගෝ:16-31)

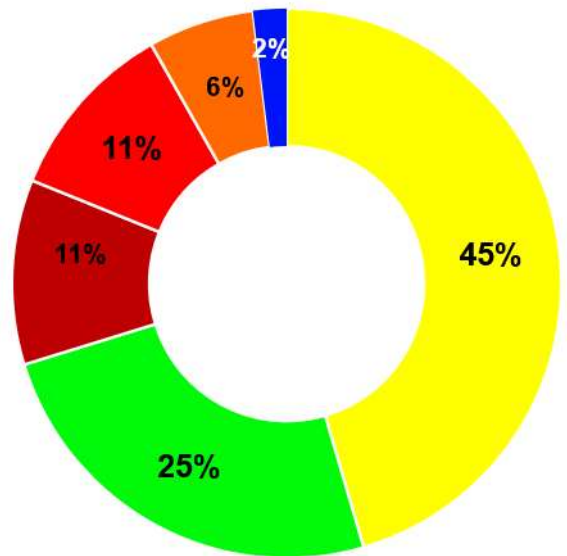


- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සජීත් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- දිලීන් ජයවීර
- පාකායසෙල්වම් අරියනේන්දිරත්

ප්‍රස්තාර 4.1: පළමු සතිය

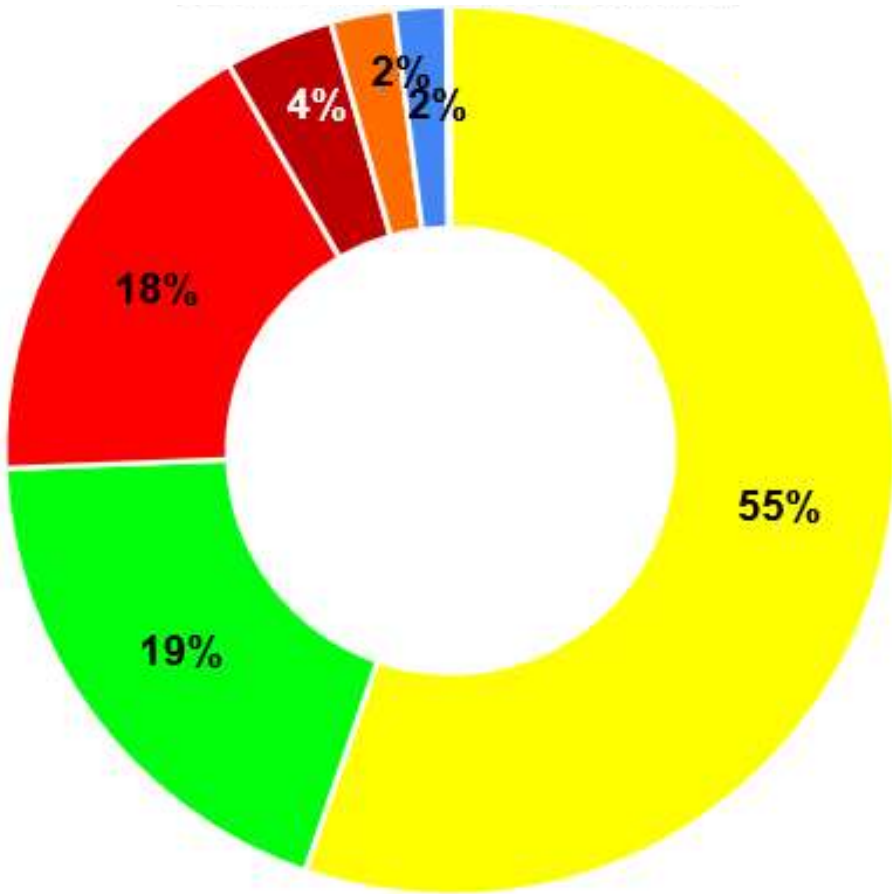


ප්‍රස්තාර 4.2: දෙවන සතිය

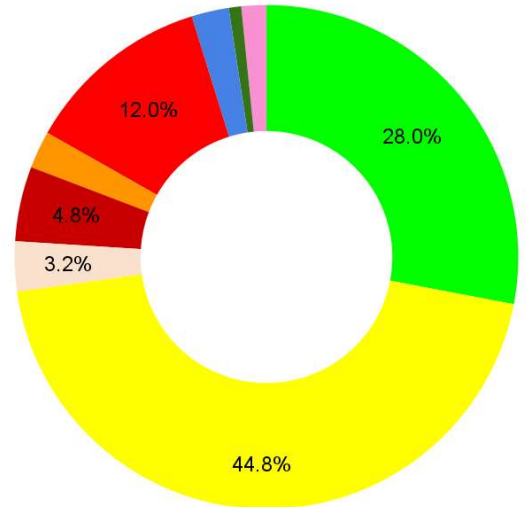




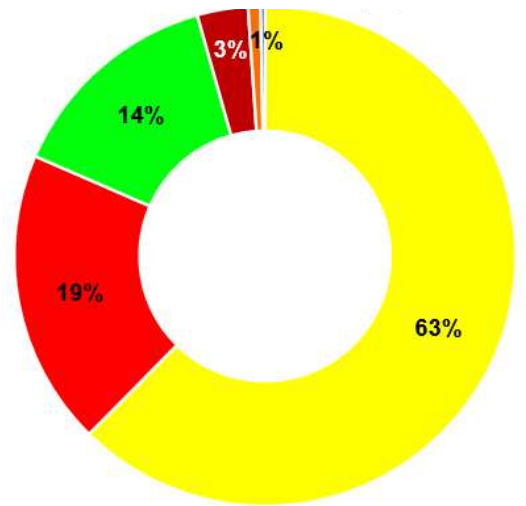
ප්‍රස්තාර 5: ඉංග්‍රීසි මාධ්‍ය පුවත්පත් (අගෝ:16-31)



ප්‍රස්තාර 5.1: පළමු සතිය



ප්‍රස්තාර 5.2: දෙවන සතිය



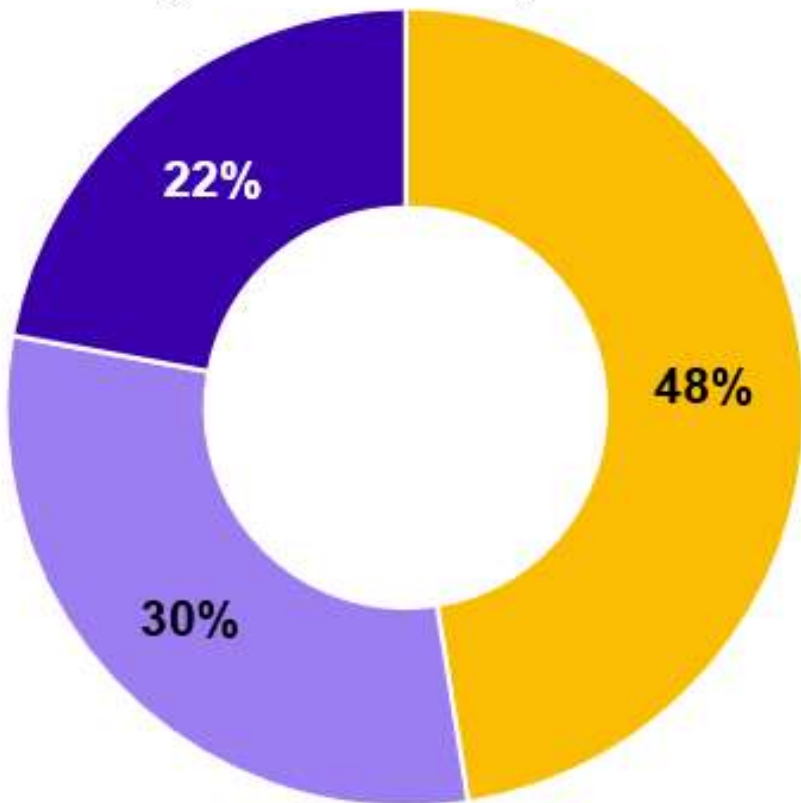
- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සජිත් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- සාකාශනෙල්ලම් අරියනේන්දිරත්
- වෙනත් (5% ට අඩු)



**අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය - ජනාධිපති අපේක්ෂකයින්ගේ 'ප්‍රතිපත්ති' වෙනුවෙන් වෙන්වී ඇති මුළු පිටුවේ පුවත් අවකාශය.**

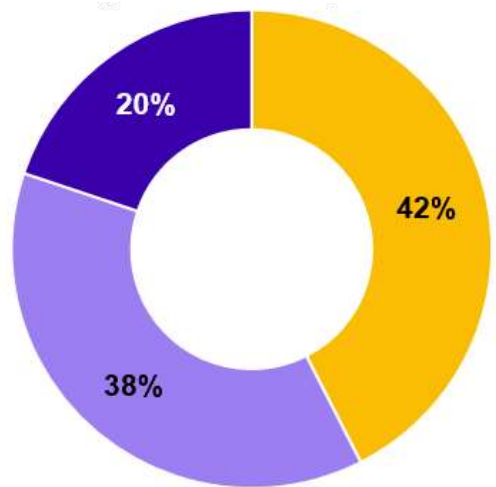
මැතිවරණයට අදාළ පුවත් අතර දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති, දේශපාලන සිදුවීම් / අර්බුද ආදී විවිධ ක්ෂේත්‍ර වලට හිමි වී ඇත්තේ කවර ඉඩ ප්‍රමාණයක් දැයි විශ්ලේෂණය කළවිට දක්නට ලැබෙන තත්ත්වය පහත රූප සටහනෙන් විනුණය වේ.

ප්‍රස්තාර 6: අගෝස්තු 16 සිට 31 දක්වා

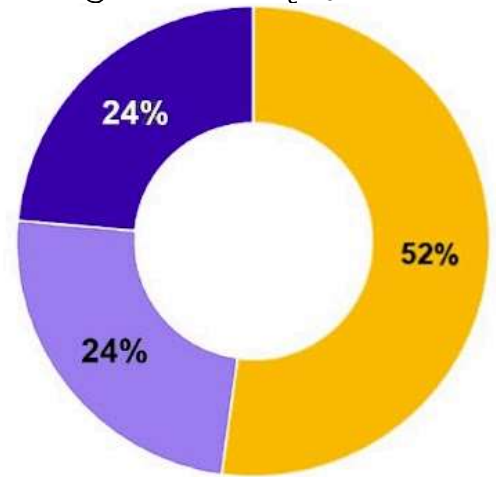


- දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති political policies
- දේශපාලන සිදුවීම් / අර්බුද Political Incidents / Issues
- වෙනත් Other

ප්‍රස්තාර 6.1: පළමු සතිය



ප්‍රස්තාර 6.2: දෙවැනි සතිය



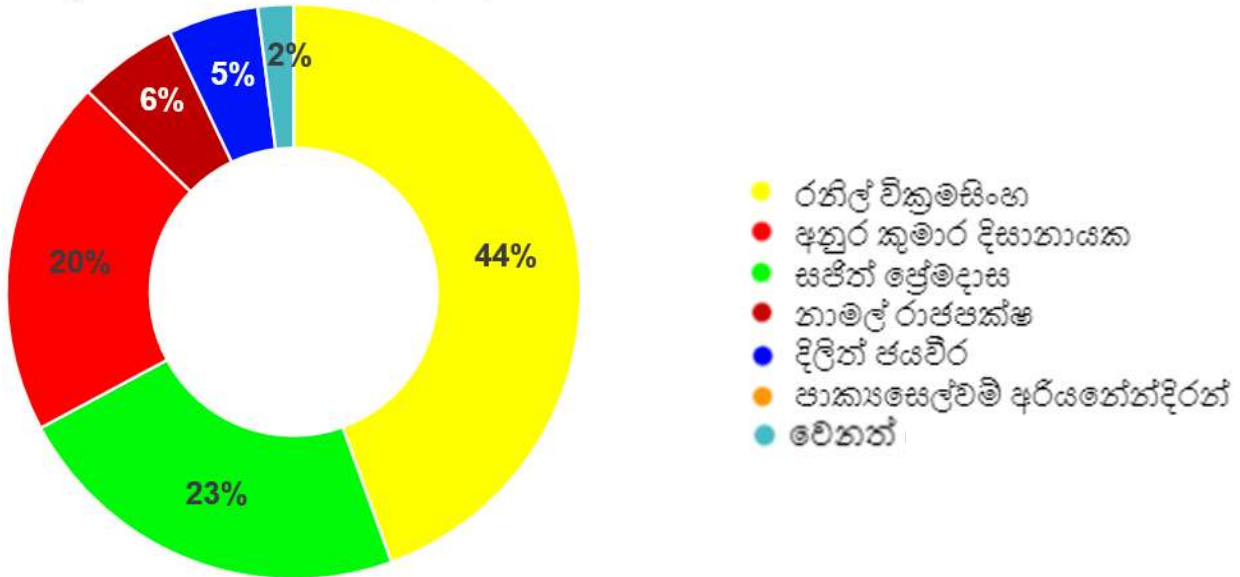
ඉහත ප්‍රස්ථාරය අනුව පුවත් අන්තර්ගතයන් අතුරින් වැඩිම ඉඩක් හිමි වී ඇත්තේ ප්‍රතිපත්ති වෙනුවෙන් බව නිරීක්ෂණයවේ. පළමු සතියට සාපේක්ෂව දෙවැනි සතිය තුළ ප්‍රතිපත්ති වෙනුවෙන් වෙන් වී ඇති අවකාශයේ සැලකිය යුතු වර්ධනයක් දක්නට ලැබේ.



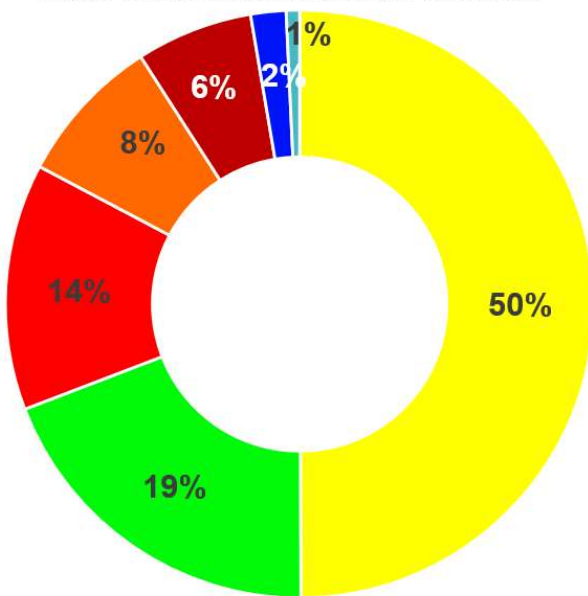
### සිංහල දෙමළ හා ඉංග්‍රීසි පුවත්පත්වල එක් එක් අපේක්ෂකයින්ගේ දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති සඳහා වෙන් වී ඇති අවකාශ

නාමයෝජනා දිනයේ සිට මුල් දෙසතිය තුළ ජනාධිපති අපේක්ෂකයින් කිහිපදෙනෙකුගේම ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන ප්‍රසිද්ධ කරනු ලැබූ අතර අපේක්ෂක ප්‍රතිපත්ති වෙනුවෙන් මාධ්‍යයේ වෙන්වී ඇති අවකාශ පිළිබඳව පහත ප්‍රස්ථාරයෙන් නිරූපණය වේ.

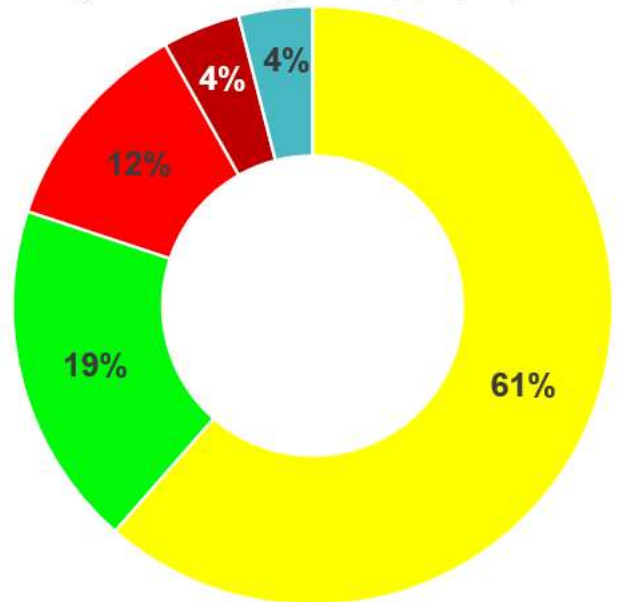
ප්‍රස්තාර 7.1 : සිංහල මාධ්‍ය පුවත්පත් (16 - 31)



ප්‍රස්තාර 7.3: දෙමළ මාධ්‍ය පුවත්පත් (16 - 31)



ප්‍රස්තාර 7.2 : ඉංග්‍රීසි මාධ්‍ය පුවත්පත් (16 - 31)



ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ මහජන දැනුම්වත්භාවය වෙනුවෙන් පොදුවේ සෑම පුවත්පතක්ම සිය ප්‍රවෘත්ති අවකාශයෙන් සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් වෙන්කර ඇතත් එම අවකාශ හිමි වී ඇත්තේ අපේක්ෂකයින් සීමිත සංඛ්‍යාවකට පමණක් බව නිරීක්ෂණය වේ.





අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය - පුවත්පත් ආයතනයන්හි සමස්ත ප්‍රචාරණ අවකාශ අතර 'ප්‍රතිපත්ති' වෙනුවෙන් වෙන්වී ඇති ඉඩ ජනාධිපති අපේක්ෂකයින්ට බෙදීගොස් ඇති අයුරු.

Chart 8.1: Lake House

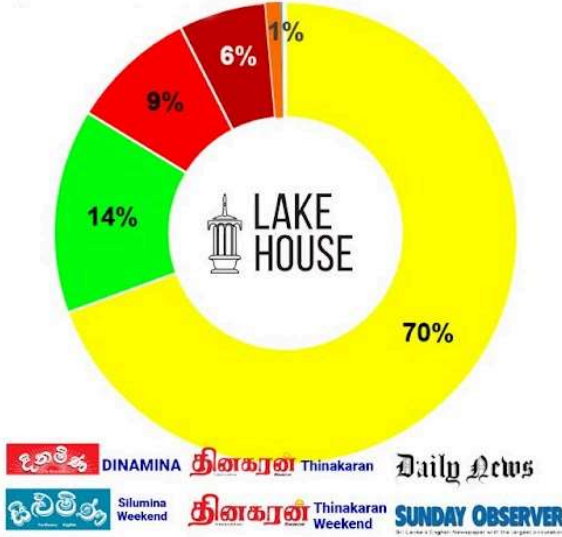


Chart 8.2: Wijeya Newspapers

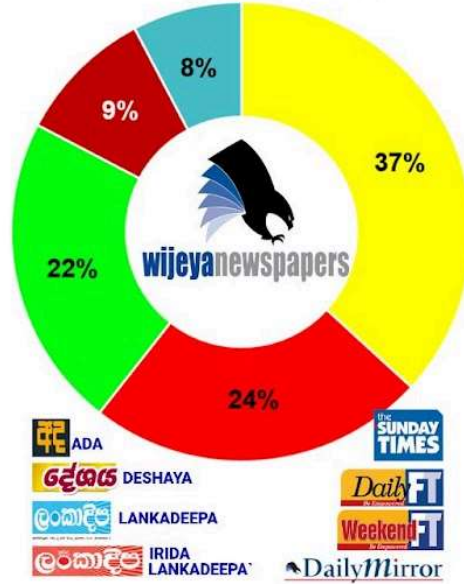


Chart 8.3: Asian Media Publishers

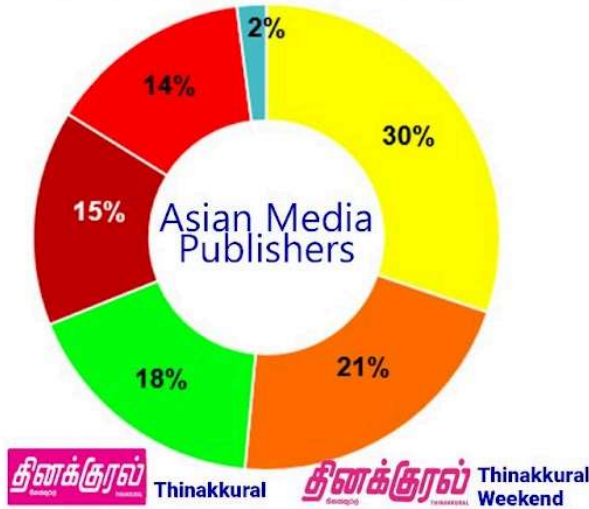


Chart 8.4: Janahada Publications



- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සජිත් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- දිලීන් ජයවීර
- පාකායසෙල්වම් අරියනේන්දිරත්
- වෙනත් (5% ට අඩු)



අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය - එක් එක් පුවත්පත් ආයතනයෙහි 'ප්‍රතිපත්ති' වෙනුවෙන් වෙන්වී ඇති ඉඩ ජනාධිපති අපේක්‍ෂකයින් අතර බෙදීගොස් ඇති අයුරු.

Chart 8.5: Liberty Publishers

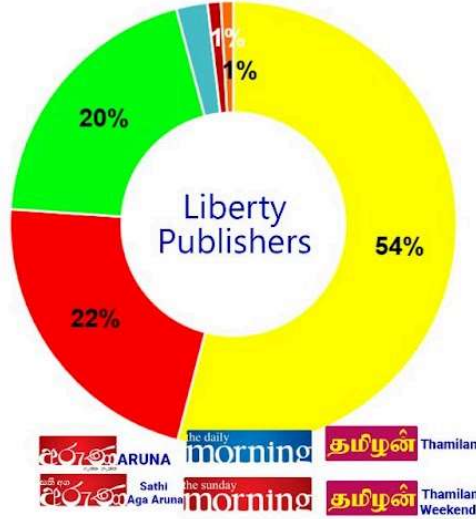


Chart 8.6: Upali Publications

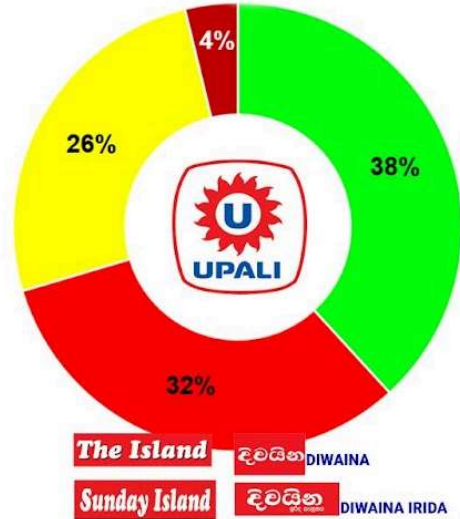


Chart 8.7: Express Newspapers

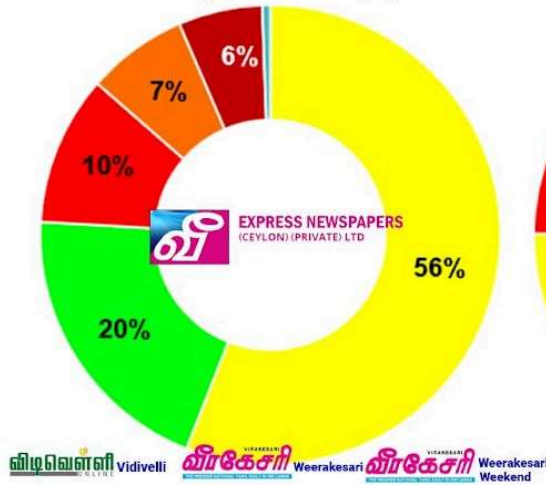


Chart 8.8: Anidda Publishers

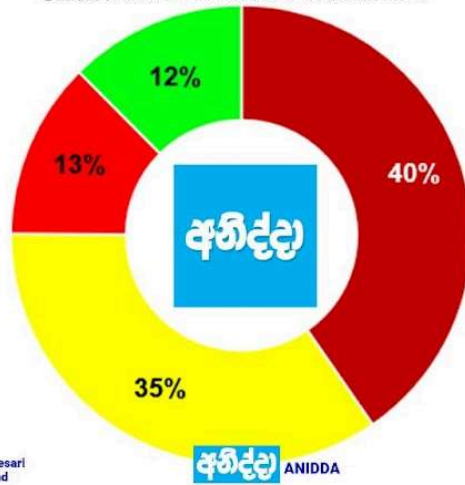
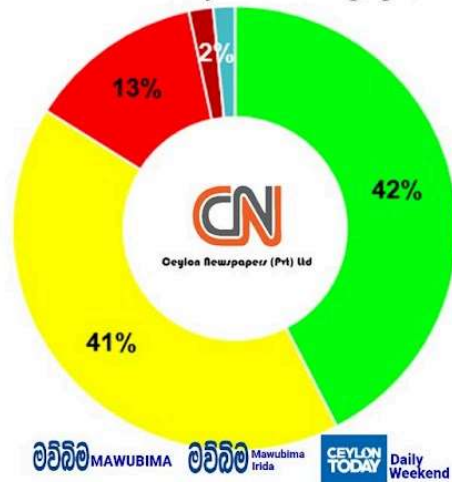


Chart 8.9: Ceylon Newspapers



- රනිල් වික්‍රමසිංහ
- අනුර කුමාර දිසානායක
- සජීත් ප්‍රේමදාස
- නාමල් රාජපක්ෂ
- දිලීන් ජයවීර
- පාකයසෙල්වම් අරියනේන්දිරත්



## පොදු නිරීක්ෂණ

- මැතිවරණ කොමිෂන් සභාවේ 'මුද්‍රිත මාධ්‍ය ආයතන සඳහා වන මාධ්‍ය උපමානවල 3.1 සහ 3.5 (මධ්‍යස්ථ සහ අපක්ෂපාතීඛව සහ අපේක්ෂකයෙකු ප්‍රවර්ධනය කිරීම හෝ අවවර්ධනය වන අයුරින් ඉඩ වෙන්කරදීම) පිළිබඳව නවමත් බහුතරයක් මාධ්‍ය ආයතන දක්වමින් සිටින්නේ අඩු අවධානයක් බව නිරීක්ෂණය වේ.
- පුවත්පත් ආයතන බහුතරයක් දේශපාලන සිදුවීම්, ගැටලු සහ වෙනත් සාධක පිළිබඳව වාර්තා කිරීමට වඩා අපේක්ෂකයින්ගේ 'දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති' වලට වැඩි ඉඩක් වෙන් කර ඇතත්, එම අවස්ථාව සමාන ලෙස අපේක්ෂකයින් අතර බෙදී ගොස් නැත.