2019 නොවැම්බර් 7 වන දින, කොළඹ දී. ප්‍රතිපත්ති විකල්ප කේන්ද්‍රය (CPA) 2019 ජනාධිපතිවරණයට අදාළ වෙළඳ දැන්වීම් අධීක්‍ෂණය පිළිබඳව විමසමින් ෆේස්බුක් හි ශ්‍රී ලංකා නියෝජිත සෙනුර අබේවර්ධන මහතා වෙත 2019 සැප්තැම්බර් 30 වන දින ලිපියක් යොමු කරන ලදී.

එම ලිපිය PDF ලෙස මෙතනින් බාගත කරගන්න. එහි සම්පූර්ණ ලිපිය පහතින් දැක්වේ.

අප විසින් සිදුකරන ලද විමසීම් වලට පිළිතුරක් නොලද හෙයින්, අබේවර්ධන මහතා වෙත ඔක්තෝබර් 9 වන දිනත්, නැවත ඔක්තෝබර් 25 වන දිනත් ඊමේල් මඟින් සිහි කැඳවුම් ලිපි යවන ලදී. එහෙත්, මේ වන තුරුත්, අබේවර්ධන මහතා හෝ ෆේස්බුක් හි කිසිදු නියෝජිතයෙකු විසින් මුල් ලිපියට හෝ පසු විපරම් ඊමේල් පණිවුඩ දෙකෙන් එකකට හෝ නිල මට්ටමින් කිසිදු ප්‍රතිචාරයක් දක්වා නොමැත.

ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ මාධ්‍යවල ජනපතිවරණ දේශපාලන සන්නිවේදනයන් සඳහා වන වැදගත්ම වේදිකාව වන ෆේස්බුක් හි කායර්භාරය හමුවේ වෙළඳ දැන්වීම් අධීක්‍ෂණය සම්බන්ධයෙන් ඒ වෙත යවන ලද ලිපිය සහ ඊමේල්වල අන්තගර්තයෙහි වැදගත්කම බෙහෙවින් ඉස්මතුව පවතී. ජනාධිපති අපේක්ෂකයින්ගේ අනුගාමිකයන් ලෙස අනුබද්ධිත හෝ ක්‍රියා කරන ෆේස්බුක් පිටු සහ සමූහ (Group) හරහා සිදුවන ප්‍රචාරක වියදම් දැඩි ලෙස අධීක්ෂණය කිරීම සඳහා ඉන්දියාව ඇතුලු වෙනත් කලාපවල සහ රටවල සිටින මැතිවරණ නිරීක්ෂකයින්ට, මැතිවරණ කොමිසමට මෙන්ම පුරවැසියන්ට විශේෂිත මෙවලම් ලබා දෙන ලෙස ෆේස්බුක් ආයතනයෙන් ඉල්ලා සිටින ලදී.

ප්‍රමුඛ පෙළේ ජනාධිපති අපේක්ෂකයින් තිදෙනෙකුගේ නිල පිටු හරහා ෆේස්බුක් හි නිල ප්‍රචාරක වියදම් පිළිබඳව කළ පළමු අධ්‍යයනයෙන් පසුව ඔක්තෝබර් 25 වන දින අබේවර්ධන මහතා වෙත ලිපියක් යවන ලදි. විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රය විසින් මෙම ලිපිය නිකුත් කරනු ලබන්නේ පයෙර්ෂණ දත්ත පදනම්වත්, ප්‍රසිද්ධියේ පළ කරන ලද විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රයේ ජ්‍යෙෂ්ඨ පයෙර්ෂක සංජන හත්තොටුවගේ හෙළිදරව් කිරීම් මත සහ 2019 ඔක්තෝබර් 14 සිට 31 දක්වා කාලය තුළ රුපියල් බිලියනයක මුදලක් ප්‍රමුඛ අපේක්ෂකයින් දෙපළ විසින් වියදම් කර ඇති බවට මැතිවරණ ප්‍රචණ්ඩක්‍රියා නිරීක්ෂණ මධ්‍යස්ථානයේ (CMEV) අනාවරණයන් ද යන නිරීක්ෂණයන් උපයෝගී කරගනිමිනි.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ඵලදායී ජනාධපතිවරණයක් පවත්වා ගැනීම උදෙසා ෆේස්බුක් වෙතින් ලබා දී ඇති අධීක්ෂණ යාන්ත්‍රණයන්, ඉන්දියාවට හඳුන්වා දුන් ඒවාටත් වඩා බෙහෙවින් අඩු මට්ටමක පැවතීම මෙහිලා විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රයේ ප්‍රමුඛ සැලකිල්ලට භාජනය වේ. ශ්‍රී ලංකාව සඳහා ද එම මෙවලම් සහ පද්ධතීන් හඳුන්වා දෙන ලෙස ෆේස්බුක් සමාගමට කරන ලද ඉල්ලීම් වලට, කුමන හේතුවක් නිසා හෝ කිසිදු නිල ප්‍රතිචාර දැක්වීමක් හෝ අදාළ මෙවලම් හඳුන්වාදීමක් හෝ කර නැත. ෆේස්බුක් සහ සමාජ මාධ්‍ය විසින්ම මැතිවරණ ප්‍රචාරණ ව්‍යාපාරවල ඇති අන්තගර්තයන්හි පවතින අතිශය ගැටලු සහගත ස්වභාවය පිළිබඳ වාතර්ා ඉදිරිපත් කරමින්ම, වාගරීක ගැටුම් ඇතිකරන අසත්‍ය තොරතුරු ද ඇතුළත්ව, එහෙත් එයට පමණක් සීමා නොවූ, ඉතා මෑතකදී මැතිවරණ කොමිෂන් සභාවේ සාමාජිකයන්ට එරෙහිව එල්ල කරනු ලබන විවේචන ද ඇතුලු අන්තගර්තයන් සියල්ල වෙළඳ දැන්වීම් ලෙස ෆේස්බුක් හී පළ කොට තිබිමම අනෙක් අතට උත්ප්‍රාසජනකය. ඔක්තෝබර් 9 වන දින අබේවර්ධන මහතා වෙත විද්‍යුත් තැපෑලෙන් ඉල්ලා සිටියේ, ජනාධිපතිවරණයට සහ ඉන් ඔබ්බට ප්‍රධාන ෆේස්බුක් සේවාවන් හරහා වෛරී, සාවද්‍ය සහ ව්‍යාජ හෝ නොමග යවන සුළු අන්තගර්තයන් පැතිරීම වැළැක්වීම සඳහා මෙවලම් සක්‍රීය කරමින් නිවැරදිව කටයුතු ලෙසය.

අපි තවමත් මෙම ඉල්ලීම් සඳහා ප්‍රතිචාරයක් බලාපොරොත්තුවෙන් සිටිමු.

###

2019 සැප්තැම්බර් 30

ජනපතිවරණ ප්‍රචාරක වියදම් දැඩිව අධීක්ෂණයට කඩිනමින් පහසුකම් සපයා ගැනීම සඳහා

සෙනුර මහතාණනි,

නව දිල්ලියේ ෆේස්බුක් සහකරුවන් සමඟ, ශ්‍රී ලංකාවේ පැවැත්වීමට නියමිත ජනාධිපතිවරණය සඳහා ෆේස්බුක් සමාගම සැලසුම් කර ඇති ක්‍රියාමාගර්යන් පිළිබඳව විස්තරාත්මකව කරුණු දැක්වීමට කාලය ගැනීම සම්බන්ධයෙන් ඔබට ස්තුතිය පළ කරමි. මැතිවරණ කොමිෂන් සභාව සමඟ සමීපව, වේගවත්ව කටයුතු කිරීම සම්බන්ධව මම සතුටු වන අතර, ඡන්ද දායකයින්ගේ අවබෝධය සහ ජනපතිවරණ අඛණ්ඩතාව ශක්තිමත් කිරීම සඳහා වන අනෙකුත් ක්‍රියාමාගර් සම්බන්ධයෙන් ද ෆේස්බුක් සමාගම විසින් විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රයේ සහ මැතිවරණ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා නිරීක්ෂණ මධ්‍යස්ථානයේ (CMEV) අදහස් ද සැලකිල්ලට ගනු ඇතැයි මම විශ්වාස කරමි.

දුරකතන සංවාදයේදී සඳහන් කළ පරිදි, මැතිවරණ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා නිරීක්ෂණ මධ්‍යස්ථානය, විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රය සහ ට්‍රාන්ස්පේරන්සි ඉන්ටනර්‍ෂනල් ශ්‍රී ලංකා වැනි ආයතන වසර ගණනාවක් මුළුල්ලේ සිට ම මැතිවරණ ප්‍රචාරක මූල්‍යකරණය පිළිබඳ විශාල කායර්භායර්ක් ඉටු කර ඇත. එම කටයුතු පිළිබඳව අදාළ නිල වෙබ් අඩවිවල දක්වා ඇති අතර තනි ගූග්ල් සෙවුමකින් පවා තොරතුරු රැසක් ලබා ගන්නට හැකි වනු ඇත. කෙසේවෙතත්, ෆේස්බුක් ඇතුලු අන්තජර්ාල ප්‍රචාරක වියදම් සඳහා වත්කම් ප්‍රකාශ කිරීම මෙන්ම විනිවිදභාවයද ඉතා අවම මට්ටමක පවතී. ෆේස්බුක් හි ම තුන්වන පාශර්විය නිරවද්‍යතා විමෂර්කයක් (Fact Check) වන ප්‍රංශ පුවත් සේවයේ (AFP) විසින් ප්‍රෝඩාකාරී බවට හඳුනාගත් ෆේස්බුක් පිටුවකින් දේශපාලන ප්‍රචාරක දැන්වීම් පළ කර ඇති සිද්ධියක් සම්බන්ධයෙන් ද මා විස්තර යොමු කර තිබේ. මෙම දැන්වීමෙහි තිබූ අන්තගර්තය ජාතිවාදය අවුස්සමින් මුස්ලිම් ප්‍රජාවට එරෙහිව ප්‍රචණ්ඩත්වය හා වෛරය අවුලුවාලීමට උපකාරී විය. මේ සම්බන්ධව ට්විටර් හි පළ කළ අවස්ථාවේ ඔබ ආයතනය විසින් ප්‍රජා මාගෙර්ෝපදේශයන් උල්ලංඝණය කරන මෙවන් දැන්වීම් සම්බන්ධව ක්‍රියාමාගර් ගත යුතු බව බොහෝ දෙනාගේ මතය විය. මෙම දැන්වීම දැවැන්ත ගැටලුවක පෙර නිමිත්තක් වන අතර, දැන්වීම් අනුමත කිරීම සඳහා ෆේස්බුක් සමාගමට කෙතරම් විමෂර්ණශීලී අධීක්ෂණයන් අවශ්‍ය වේ ද යන්න ඉස්මතු කරන්නකි.

එසේම, දුරකතන සංවාදයේදී ද සඳහන් කළ පරිදි, ෆේස්බුක් සමාගම ‘දේශපාලන ප්‍රචාරණයක්’ යන්න අථර් දක්වන්නේ කෙසේ ද යන්න පිළිබඳව පැහැදිලිව සලකා බැලිය යුතු අතර, මෙම කාලය තුළ ශ්‍රී ලංකාවෙහි පළවන දැන්වීම් සම්බන්ධව දැඩි අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

හදිසි පදනමක් මත ශ්‍රී ලංකාවට වෙළඳ දැන්වීම් වාතර්ා (Ads Library Report) මෙවලම (https://www.facebook.com/ads/library/report/) ලබා දීමේ අවශ්‍යතාව නැවත අවධාරණය කිරීමට මම කැමැත්තෙමි. මෙය දැනටමත් ඉන්දියාවට ලබා දී ඇති අතර, එහි භාවිතය නිසා https://economictimes.indiatimes.com/news/elections/lok- sabha/india/political-ad-spend-on-facebook-crosses-rs-10-cr-bjp-supporters-continue-to-lead/articleshow/68761641.cms?from=mdr වැනි වාතර්ා ලිපි පළ වී තිබේ. දුරකතන සංවාදයේදී ෆේස්බුක් සාමාජිකයකු පවසන ලද්දේ දැනට නිකුත් කිරීමට අදහස් කොට ඇති එකම මෙවලම ෆේස්බුක් ඇඩ් ලයිබ්‍රි (Facebook Ad Library), https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country =ALL බවයි.

කෙසේ නමුදු මෙය කිසිසේත්ම ප්‍රමාණවත් නොවේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ ජනාධිපතිවරණයට ෆේස්බුක් සමාගම ඉන්දීය ලෝක් සභා මැතිවරණයටත් වඩා වෙනස් ආකාරයකින් සැලකීමට කිසි සාධාරණ හේතුවක් මා දකින්නේ නැත. එබැවින්, ඉන්දියාවට ඉහළ අධීක්ෂණ පහසුවක් ලබා දුන් සේවාවන්/මෙවලම් ශ්‍රී ලංකාවට ද ලබා දිය යුතු වේ. ඇමතුමේ දී සඳහා කළ ආකාරයට, ඇඩ් ලයිබ්‍රි (Ad Library) මඟින් කිසියම් ෆේස්බුක් පිටුවක් හෝ වෙළඳ දැන්වීමක් පිළිබඳව පමණක් තොරතුරු ලබා දෙන අතර,ඇඩ්ස් ලයිබ්‍රි රිපෝටර් (Ads Library Report) මඟින් සවිස්තරව දේශපාලන පක්ෂ,දේශපාලනඥයන්ගේ නිශ්චිත වියදම් පවා දක්වයි. මෙය ශ්‍රී ලංකාව සඳහා හදිසි අවශ්‍යතාවයක් වන අතර, නීති සම්පාදනයකින් තොරව වුවද, ෆේස්බුක් ප්‍රචාරක වියදම් පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම සඳහා ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ සහ සිවිල් සමාජයේ වැඩකටයුතු සඳහා මෙය සඵල කරලීම විශාල පහසුවක් වනු ඇත. එය මෙරට මැතිවරණ ඉතිහාසයේ එවැන්නක් ලද පළමු වාරය සනිටුහන් කරනු ඇත.

ෆේස්බුක් සමාගම ‘දේශපාලන ප්‍රචාරණයක් ’ යන්න ප්‍රසිද්ධියේ අථර්කථනය නොකොට, ඇඩ්ස් ලයිබ්‍රි රිපෝටර් (Ads Library Report) මෙවලම් සක්‍රීය නොකොට සිටීම වනාහි මැතිවරණ නිරීක්ෂකයන් හෝ මැතිවරණ කොමිසමට පාලනය කළ නොහැකි පසුබිමක් නිමර්ාණය කරමින් ෆේස්බුක් වේදිකාව හුදෙක් අවිගතකිරීමක් බවට පත් කරවීමකි.

ෆේස්බුක් වේදිකාව ආයුධයක් බවට පත් කිරීම සහ අන්තගර්ත ගතිකයන් පිළිබඳ ගෙන හැර දැක්වූ අධ්‍යයනයේ හරය අවබෝධ කර ගනිමින් ඔබ සමාගම විසින් මෙම නිදෙර්ශයන් වෙත කඩිනමින් අවධානය යොමු කරනු ඇතැයි ද විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රය සහ මැතිවරණ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා නිරීක්ෂණ මධ්‍යස්ථානය සතු දශකයකට එපිට නිරීක්ෂණ අත්දැකීම් මත මෙම ඉල්ලීම කරනු ලබන බවට සලකනු ඇතැයි කියා ද මම විශ්වාස කරමි.

මෙයට විශ්වාසී,

සංජන හත්තොටුව,
ජ්‍යෙෂ්ඨ පයෙර්ෂක
සංස්කාරක නිමර්ාතෘ, Groundviews.org
පිටපත්: විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රයේ විධායක අධ්‍යක්ෂ ආචායර් පාකියසෝති සරවනමුත්තු