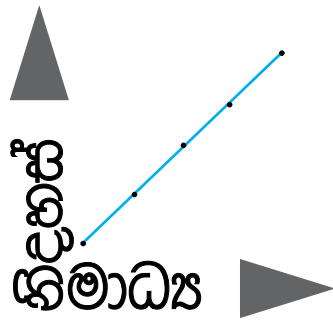




නිදහස් මාධ්‍ය

නිදහස් නිවහල් දේශයක් උදෙසා



© රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

ISBN 978-955-9073-20-8

ප්‍රධාන සංස්කාරක
මහාචාර්ය ආර්යරත්න ඇතුගල

සංස්කරණය
මහාචාර්ය රෝහණ ලක්ෂ්මන් පියදාස
ජ්‍යෙෂ්ඨ කවිකාචාර්ය විජයානන්ද රූපසිංහ

නිර්මාණ සැලසුම
අනුහස් මහවලගේ

මුද්‍රණය
රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව



ප්‍රකාශනය
රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව



2013



2013 මැයි 03 දිනට යෙදෙන
ලෝක නිදහස් මාධ්‍ය දිනය සැමරුමේ
විසි වැනි සංවත්සරය වෙනුවෙන් ද,
කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශයට
හතළිස් වසරක් පිරීම හා
දෙසතිය සඟරාවට තිස්පස් වසරක් පිරීම ද සමරමින්
ජනමාධ්‍ය හා තොරතුරු අමාත්‍යාංශයේ අනුග්‍රහයෙන්
'2010 ජාතික ජනමාධ්‍ය සමූහවේදී' පිහිටුවා ගත්
විශ්වවිද්‍යාල ජනසන්නිවේදනය පිළිබඳ
ආචාර්යවරුන්ගේ සංගමයේ ශාස්ත්‍රීය දායකත්වයෙන්
මෙම කෘතිය විලිපුක් වේ.



අරුණ ලොකුලියන
ජ්‍යෙෂ්ඨ කටිකාවරය
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය
කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය



මානව හිමිකම් රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම සහ චිහි භාවිතයේ ප්‍රායෝගික ගැටලු

මානව හිමිකම් යනු නූතන ලෝකවල රටාව තුළ පැහැදිලිව ම දේශපාලන අවියකි. සැබෑ ලෙස ම හදවතෙහි උපන් මානව දයාව නිසා ම මනුෂ්‍යත්වයට සම්ප්‍රදායකට වඩා එය අතිශය ආත්මාර්ථ සාධනය පිණිස සෑම සියලු පාලක රෙජිමයන් විසින් අස්වාභාවිතයේ යොදන්නකි.

මනුෂ්‍යත්වයට ගරු කිරීම, මනුෂ්‍යත්වය පළමු තැත්හිලා සලකා කටයුතු කිරීම මානව ශිෂ්ටාචාරය සත්ත්ව සන්නතියෙන් බෙදා වෙන් කරන පැහැදිලි රේඛාවක් බඳු ය. එය එක් අතකින් ජීව විද්‍යාත්මක පදනමකින් ගොඩ නැගෙන්නකි.

ආචාරධර්ම සහ ජීව විද්‍යාත්මක පදනම :-

ආචාරධර්ම (Ethics) යන සංකල්පය ලොව පහළ වන්නේ මානව සංහතියේ පැවැත්ම ආරම්භ වූ සමයේ සිටයි. මානව ශිෂ්ටාචාරය ආරම්භවීමත් සමඟම සාමූහිකත්වය බලය පිළිබඳ, එහි ඇති වඩා ප්‍රතිඵලදායී බව හා ප්‍රායෝගික හා උපයෝගිතා ගුණය පිළිබඳ මානවයා වටහා ගන්නට ඇත.

මානව හිමිකම්,
 රජපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
 සහ වගී භාවිතයේ
 ප්‍රායෝගික ගැටලු

එය සෛද්‍ය සත්ත්වයින් අභිබවා ජයග්‍රහණ රැසක් හිමිකර ගැනීමටත් ශිෂ්ටාචාරය ගොඩනැගීමටත් අත්‍යවශ්‍ය ම කොන්දේසියක් සේ, වෙනත් වචනයකින් ප්‍රකාශ කළහොත් ධර්මතාවක් සේ ඔවුහු වටහා ගන්නට ඇත. මිනිස් පරිණාමයේ ආරම්භක වටයේදී ම එනම්, දඩයම් යුගයේ දී ම මානවයාගේ පැවැත්ම තහවුරු වන්නේ තනිව වැඩ කිරීමෙන් නොව සමූහයක් ලෙස වැඩ කිරීමෙන් බව ඔවුන් තේරුම් ගන්නට ඇත. සෛද්‍ය අයගේ ස්වාධීනත්වයට, පැවැත්මට ඇති අයිතියට ගරු කිරීම, එය ආරක්‍ෂා කිරීමට කැපවීම ම සිය පැවැත්ම හා ආරක්‍ෂාව තහවුරු වීමට හේතු වන බව වටහා ගන්නට ඇත. අත්‍යවශ්‍ය මානව කොන්දේසියක් බවට පත් වූ මෙම ධර්මතාව මානව වංශකතාවේ පමණක් නොව සකල සත්ත්ව ලෝකයේම පැවැත්ම සඳහා ජීව විද්‍යාත්මක සත්තාවකි. සෑම සත්ත්වයකුටම ස්වකීය පැවැත්ම සඳහා පැවතිය යුතු අවම ඉඩකඩක් පවතී. එය ජීව විද්‍යාත්මක අවශ්‍යතාවකි. ජීවත් වීම සඳහා අවශ්‍ය එම අවම ඉඩ ප්‍රමාණය, අවම නිදහස යන්න එක් එක් සත්ත්වයාගෙන් සත්ත්වයාටත්, අවස්ථාවෙන් අවස්ථාවටත් සාපේක්‍ෂ ව වෙනස් වෙයි. එහෙත්, ඒ ඒ මොහොතට සාපේක්‍ෂව වුව ද එය අත්‍යවශ්‍ය කොන්දේසියකි. සත්ත්ව ලෝකයේ දී එය ප්‍රබලයා ඉදිරියේ දුබලයා ගොදුර බවට පත්වීම තුළින් කැළෑ නීතිය බවට පත් වී විනාශ වුවත් මානව සමාජයේ කැළෑ නීතිය වෙනුවට ආදේශ වන්නේ ආචාර විද්‍යාව ලෙස පසුව අප වර්ධනය කරගන්නා පෙර කී ජීව විද්‍යාත්මක සත්ත්වයා යි. අපි මානවයින් ලෙස කිසිදු අයෙකුගේ ජීවත් වීමට ඇති අවම ඉඩකඩ ප්‍රමාණය උල්ලංඝනය නොකිරීමට බැඳී සිටිමු. එකී අවම ඉඩකඩ යනු පෞද්ගලිකත්වයේ සිට මෙම ජීව විද්‍යාත්මක සංකල්පය සමාජයේ යහ පැවැත්ම දක්වා සංකීර්ණ වපසරියක විහිදී තිබේ. ගෝත්‍රික යුගයේ සිට මෙම ජීවත් වීමට අවශ්‍ය අවම ඉඩ, පෞද්ගලිකත්වයට ගරු කිරීම සමස්ත සමාජය පුරා විවිධාකාරයෙන් ආරක්‍ෂා කර ඇති ආකාරය අධ්‍යයනය කළ හැකිය.

ආචාරධර්ම සහ ගෝත්‍රික තහංචි සංකල්පය

විවිධ ගෝත්‍රික සමාජ වල හඳුනාගත හැකි තහංචි යනු ඒ ඒ ගෝත්‍රයන් හි මනා පැවැත්ම, යහ පාලනය සඳහා සමූහයා එක්ව ආරක්‍ෂා කිරීමට සම්මත කරගත් මානව ජීව විද්‍යාත්මක ජීවත් වීමට අවශ්‍ය අවම ඉඩ යන සංකල්පයේ දිගුවක් ය. තම වර්ගයා පවා නොදීම, සමාජ, සංස්කෘතික සම්මතය නොඉක්ම වීම එවැනි තහංචි ලෙස හැඳින්විය හැක. මෙහි දී තහංචි ආරක්‍ෂා කිරීම සමූහයේ වගකීම වූ අතර, ඒවා උල්ලංඝනය



මාතව ගිම්කම්,
රජවාහිණි මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ එහි භාවිතයේ ප්‍රායෝගික
ගැටලු

කරන්නන්ට දඬුවම් ද සම්මත ව පැවතිණි. එකී දඬුවම් කුඩා තරවටු කිරීම සිට කුලයෙන් තෙරපීම, දඩ නියම කිරීමේ සිට මරණීය දණ්ඩනය දක්වා පරාසයක විහිද පැවතුණි. වර්තමානයේ නොදියුණු යැයි සලකනු ලබන ගෝත්‍රවල පවා දැකිය හැකි එවැනි 'තහංචි' සංකල්පයේ දිගුවක් ලෙස ශ්‍රීක රෝම ශිෂ්ටාචාරයන්ගේ ද ආචාරධර්ම යන සංකල්පය බිහි වෙයි. දේශ ගවේෂකයකු වූ කපිතාන් ජේම්ස් කුක් ක්‍රි. ව. 1728 - 1779 වකවානුවේ සිය දේශ ගවේෂණයන් අතර, පොලිනීසියානු ජන සමාජ අතර පැවති මෙම තහංචි සංකල්පය යුරෝපයට හඳුන්වා දුන් අතර ඇදහීම්, විශ්වාස, වත් පිළිවෙත් ආදී විවිධ වේශයන්ගේ මෙකී තහංචි ක්‍රියාත්මක වී තිබේ. සමාජ ජීවිතයට හානිකර ප්‍රතිඝෝෂක කළ යුතු දේ එවැනි විවිධ වේශයන්ගෙන් බැහැර කළ අතර, එය ගෝත්‍රික සමාජ සම්මත බවට පත් වී ගෝත්‍රය ආරක්‍ෂාවට ක්‍රියා කරනු ලැබීය.

ගෝත්‍රික සමාජය තුළ හැදී වැඩී එහි පැවැත්මට අනුබල දුන්නා වූ තහංචි සංකල්පය ගෝත්‍රික සමාජ ක්‍රමයෙන් දියුණු වීමත් සමඟ ම, වෙනසකට භාජනය වෙයි. සියලු දෙනා ම සියලු දෙනා ව ම හඳුනනු ලබන සෑම අයෙකුට ම ඥාතීත්වයක් පැවති ගෝත්‍රික සමාජයන් හි මනා පාලනය සඳහා ඔවුන් විසින් ම ඇති කරගත් සම්මතයන් එනම්, තහංචි ප්‍රමාණවත් වුවත් සමාජය ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වැඩෙත් ම ඇති වූ සංකීර්ණතා ජය ගැනීමට තවදුරටත් තහංචි ප්‍රමාණවත් නොවීය. අවශ්‍යතා සංකීර්ණ වූ අතර, ඊට සාපේක්‍ෂ ව සිදු වන වැරදි ද සංකීර්ණ විය. එබැවින් තහංචිවලට වඩා විධිමත් නිශ්චිත දඬුවම් සහ පිළිවෙත් සමුදායක අවශ්‍යතාව පැන නැගුණි. වාරණය යන සංකල්පය සමාජයට ඇතුළත් වන්නේ එකී සංකීර්ණ තත්ත්වයන්ට පිළිතුරක් වශයෙනි.

වාරණය හම් සංකල්පය බිහිවීම සහ එහි ආචාරධර්මය පදනම

තහංචි සංකල්පය මෙන් ම වාරණය ද සංකීර්ණ සමාජ සම්බන්ධතාවල මනා පැවැත්ම උදෙසා මිනිසුන් විසින් නිර්මාණය කරගත් සම්ප්‍රදායන් සේ සැලකිය හැකි ය. බර්ට්‍රන්ඩ් රසල් ස්වකීය Marriage and Moral (විවාහය හා සාරධර්ම) කෘතියේ පැහැදිලි ව පෙන්වා දෙන කරුණක් වන්නේ සාරධර්ම බිහිවීම පිටුපස ඇති ලිංගිකත්වය හා බැඳුණු තහංචි වාරණ සංකල්පය යි. එබැවින් තහංචි මෙන් ම වාරණය ද කිසියම් ජීව විද්‍යාත්මක පසුබිමකින් පැන නැගී ප්‍රභවයකි. ලිංගිකත්වය හා බැඳුණු ස්වාභාවික ජීව න්‍යාය ධර්මයන් සංස්කෘතික හා සදාචාර සංකල්පයන්

මානව හිමිකම්,
 රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
 සහ වගී භාවිතයේ
 ප්‍රායෝගික ගැටලු

තුළින් පාලනය කිරීම තුළින් ලිංගිකත්වය හා බැඳුණු වාරණ හා තහංචි බිහි වී තිබේ. එබැවින් වාරණය නම් සංකල්පය පිටුපස ඇත්තේ ද ජීව විද්‍යාත්මක සම්භවයකි. වාරණය යන්නට ශ්‍රී සුමංගල ශබ්දකෝෂය දෙන අරුත් වන්නේ වැළකීම, බාධක, වළකන යන්න යි. වාරණය යන සංකල්පය මඟින් එතෙක් සමාජයේ අයහපත හෝ නරක ලෙස සලකන ලද අංගයන්ගෙන් මිනිසුන් වැළකීමට කිසියම් නෛතිකමය බලයක් ඊට ආරෝපණය කරනු ලැබීය. පෞද්ගලික ව තමන්ටත් පොදුවේ සමාජයටත් අයහපතක් විය හැකි දේ සහ ඒවා සිදු කළහොත් පැනවෙන දඬුවම් ද තීරණය වූ අතර, පසුකාලීන ව නීති ලෙස විධිමත් ව සහ ලිඛිත ව ගොඩනැගෙන්නේත් එම සම්මතයන් ය. මේ පිළිබඳ පළමු ලිඛිත සාක්ෂි ග්‍රීක සහ රෝම ශිෂ්ටාචාරයන් ආශ්‍රිතව හඳුනාගත හැකි ය. ක්‍රි. පූ. 470 දී පමණ ග්‍රීසියේ ඇතැන්ස් හි විසූ ශ්‍රේෂ්ඨ දාර්ශනිකයෙක් වන සොක්‍රටීස්, ඔහුගේ ශිෂ්‍යයෙකු වන ක්‍රි. පූ. 427 උපන් ජ්ලේටෝ සහ ජ්ලේටෝගේ ගෝලයා වූ ඇරිස්ටෝටල්ගේ (ක්‍රි. පූ. 384) මතවාද හා ලේඛන තුළින් මෙකී වාරණ හා ආචාර විද්‍යාත්මක මතවාද පළමුවරට හමුවෙයි.

ඇරිස්ටෝටල් සහ ආචාර ධර්ම :-

ඇරිස්ටෝටල් විසින් රචනා කරන ලද බවට සැලකෙන කෘතීන් ත්‍රිත්වයකි. ‘මහා ආචාර ධර්ම’ (Magna Moral), ‘යුචේමියානු ආචාර ධර්ම’ සහ ‘නිකොමාකියානු ආචාර ධර්ම’ යනුවෙනි. මෙයින් තෙවන ග්‍රන්ථය වන නිකොමාකියානු ග්‍රන්ථයේ ආචාර ධර්ම පිළිබඳ ඔහුගේ අදහස් පැහැදිලි ව දක්නා ලදී.

ආචාර ධර්ම පිළිබඳ ඔහුගේ ඉගැන්වීම් යහපත සහ සද්ගුණය (Virtue) නම් සංකල්ප තුළින් ගොඩනගා තිබේ. යහපත පිළිබඳ ඇරිස්ටෝටල් මෙසේ ප්‍රකාශ කරයි. ‘මිනිසාට ම විශේෂ වූ වැඩ කටයුතු සඵල වීම නිසා ඔහුගේ යහපත ඇති වේ. මිනිසා පිළිබඳ මේ කටයුතු ඔහුගේ විචාර ශක්තියේ ක්‍රියාකාරීත්වය, එම විචාර ශක්තියේ කර්තව්‍යය හා අවිහිංසාවාදී (හෙවත් අනුරූප) විය යුතු ය. මෙසේ ස්වකීය කර්තව්‍යය හා අනුරූප වන්නා වූ විචාර ශක්තිය පිළිබඳ ක්‍රියාකාරීත්වය නම් සද්ගුණය යි. පරිණත බව සහ ජීවිතයේ පිරිපුන් බව යහපතෙහි ලා අත්තර්ගත වන කරුණු දෙකකි.

ඇරිස්ටෝටල් විසින් සද්ගුණය කොටස් දෙකකට බෙදා දක්වනු ලබයි. එනම්, ඥානාන්විත සද්ගුණය (Interlectual virtue) සහ සදාචාරාත්මක



සද්ගුණය (Moral virtue) යනුවෙන්. ඉගෙනීමෙන් ඥානාන්විත සද්ගුණයෙන් පුරුදු හා වර්යාවන් තුළින් සදාචාර සද්ගුණයන් ඇතිවන බව පවසයි.

මානව හිමිකම්,
රජපොලිති මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ විවිධ භාවිතයේ ප්‍රායෝගික
ගැටලු

ඇරිස්ටෝටල් ගේ මෙම ඉගැන්වීම් පසුකාලීන ව ආචාරධර්ම විෂයක් ලෙස ප්‍රචලිත වීමට බලපෑ අතර, ඒවා සමාජ අවශ්‍යතාවක් වූ නීති සම්පාදනයට ද උපයෝගී විය. ඇරිස්ටෝටල් ආචාරධර්ම ලෙස ගොඩනගන සංකල්ප වන්නේ ආචාරධර්ම හා ඉඳුරා ම සමරූපී නොවෙනත් ඒවා එම යුගයට සාපේක්ෂ ව වැදගත් කාර්යය සාධනයක යෙදෙන්නට ඇත. කාලානුරූපී ව ඒවා අවශ්‍යතාවයන්ට අනුරූප ව ක්‍රමයෙන් සංකීර්ණ වූ අතර, වඩාත් විධිමත් ව හා නිවැරදි ව ස්ථාපිත විය. සදාචාරාත්මක සංකල්පය තුළින් (Moral Concept) ආචාරධර්මීය සංකල්ප (Ethical Concept) බිහි වූ අතර, ඒවාට ඇති ශ්‍රීක රෝම සම්භවය එම වචනාර්ථයන් හි නිරුක්ති තුළින් ද හඳුනාගත හැකි ය. Ethics (ආචාරධර්ම) යන්න ශ්‍රීක භාෂාවේ Ethos (ආචාර විධි) යන්නෙන් ද Morality (සදාචාරය) යන්න ලතින් භාෂාවේ Mores (චාරිත්‍ර ධර්ම) යන්නෙන් ද බිඳී විත් තිබේ.

ශිෂ්ටාචාර යුගයට පිළිපත් මානව සමාජය පැන නැගුණු බොහෝ අවශ්‍යතා සහ වැඩි වන ජනගහනය රටවල්, ජාතීන්, සමාජ සංස්කෘතීන් සහ විවිධ වෘත්තීන් හේතුවෙන් වඩ වඩාත් සංකීර්ණ විය. පුද්ගල සද්භාවය හෝ සදාචාර සංකල්ප හෝ තුළින් පමණක් එවැනි සමාජයන් පාලනය කළ නොහැකි බැවින් සමාජ ආරක්ෂණය උදෙසා පාලන තන්ත්‍රයන් ද, පාලන තන්ත්‍ර විධික්‍රමයන් ද (නීති සහ රීති) බිහි විය. පුද්ගලයාටත් සමාජයටත් හානිදායක සංසිද්ධි ඒවායේ බරපතලකම අනුව වර්ගීකරණය විය.

කඩකිරීම මඟින් සෘජු ව ම හා ක්ෂණික ව සමාජයේ පැවැත්මට බාධා වන වර්යාවන් හා ක්‍රියාකාරකම් තතර කිරීමටත් පාලනය කිරීමටත් නීති සම්පාදනය විය. ඒවා කඩකළ විට දිය යුතු දඬුවම් ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා වන පුද්ගලයින් ඇති විය. එහි අනෙක් අංශය වූයේ කඩ නොකළ යුතු එහෙත් කඩකිරීම මඟින් සෘජු ව ම සහ ක්ෂණික ව සමාජ පැවැත්මට බාධා නොවූවත් දීර්ඝ කාලීන ව සමාජය හා පුද්ගලයා කෙරෙහි අයහපත් බලපෑම් ඇති කරන වර්යාත්මක ඇවතුම් සහ පැවතුම් පාලනය කිරීම යි. මෙය සෑම වැසියකු ම ස්වයං විනයකින් සහ වගකීමකින් ඉටු කිරීමට බැඳී සිටින රීති ලෙස ගොඩ නගනු ලැබී ය. එම ස්වයං වගකීම සහ යුතුකම් ආචාර ධර්ම සහ සිරිත් විරිත් ලෙස ඒ ඒ සමාජ සංස්ථාවන් හි

මානව හිමිකම්,
 රෂ්ට්‍රවාදී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
 සහ එහි භාවිතයේ
 ප්‍රායෝගික ගැටලු

වෘත්තීය හි ස්වරූපය අනුව වැඩි වර්ධනය විය. එවැනි රීතීන් කඩකළ විට ලබා දුන් දඬුවම් නීති කඩකළ විට පැනවූණු ශාරීරික දඬුවම් තරම් තදබල නො වූ අතර, ඒවා සමාජ සම්මතයන් විය. කඩ කිරීම සමාජයේ ගර්භාවටත් අවඥාවටත් ලක් කෙරෙන ශාරීරික දඬුවම්වලට වඩා මානසික දඬුවම් විය.

ජනමාධ්‍ය ආචාරධර්ම බිහිවීම :-

සංකීර්ණ සමාජයේ අනිවාර්ය අංගයක් වූ සන්නිවේදන අවශ්‍යතා උදෙසා ජනමාධ්‍ය බිහිවීමත් සමඟ තොරතුරුවල නිරවද්‍යභාවය, තොරතුරු සොයා ගැනීම, සකස් කිරීම සහ ඒවා සන්නිවේදනය කිරීමේදීත් අනුගමනය කළ යුතු ආචාරධර්ම බිහිවිය. සදාචාර සංකල්ප ජනමාධ්‍ය වෙත බල පෑ අයුරු 'විද්‍යුත් සන්නිවේදනය' කෘතියේ මෙසේ දැක්වෙයි.

"Moral (සදාචාරවත්) යන පදයෙහි විරුද්ධාර්ථ පදය Immoral (දුරාචාරවත්) යන්න ය. නිවැරදි අයුරින් ක්‍රියා කරන්නා සදාචාරවත් පුද්ගලයෙකු වන අතර, එයට පටහැනි ව ක්‍රියා කරන්නා දුරාචාරවත් තැනැත්තෙකි. පුද්ගලයෙකු නිරාචාරී (Amoral) වීම ගැන ද අපට කථා කළ හැකි ය. ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශකයකු වචනයක් වැරදි ලෙස උච්චාරණය කරන්නේ නම් එසේ තැත්නම් ප්‍රමාද දෝෂයකින් නමක් මඟහරින්නේ නම් එකී ක්‍රියාවන් නිරාචාරවත් (Amoral) වන්නේ ය. ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශකයකු ධ්‍රැවමනාවෙන් ම කරුණු හසුරුවමින් පුවත් විකෘති කරන්නේ නම් එවැනි සිද්ධියක දී එකී ක්‍රියාවන් සාමාන්‍යයෙන් ආචාරධර්ම විරෝධී (Unethical) ලෙස හැඳින්වූව ද ඒවා දුරාචාරවත් (Immoral) ක්‍රියාවක් ලෙස දැක්වේ."

මිනෑම පුද්ගලයෙක් සෙසු අය සහ සමාජය කෙරෙහි දක්වන සැලකිල්ල, ගෞරවය, සමාජ වගකීම්, ආචාරධර්ම තුළින් ප්‍රතීයමාන වන අතර ජනමාධ්‍යවේදියකු විෂයයෙහි ද මෙම තත්ත්වය එසේ ම බලපායි. ජනමාධ්‍යවේදියා සිය කාර්යය පිළිබඳ දක්වන වගකීම, කැපවීම සහ ස්වකීය කාර්යයෙහි ඇති සමාජ වගකීම් කෙරෙහි වන ගෞරවය සහ සැලකිලිමත්භාවය ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්මයන් හි පදනම යි. ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම යනු ඒ ඒ මොහොතෙහි මාධ්‍යවේදියකු ක්‍රියා කළ යුතු ආකාරය හඳුන්වාදෙන පෙරමඟ සටහනකි. ජනමාධ්‍ය ආචාරධර්මයන් හි මූලය මුර බල්ලෙකු (Watch Dog) ලෙස සමාජය ආරක්ෂා කිරීමට බැඳී සිටීම හෙවත් 'ජනමාධ්‍යවේදියා ගේ සමාජ වගකීම' යන්න මත සකස් වෙයි.

රූපවාහිනී ආචාරධර්ම :-

විද්‍යුත් මාධ්‍ය විෂයට ගැනෙන ප්‍රධාන ජනමාධ්‍යය රූපවාහිනිය යි. රූපවාහිනී මාධ්‍යකරුවා සිය මාධ්‍යයෙහි ඇති සජීවී ව තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමේ හැකියාව තුළින් නිරතුරු ව වෘත්තීය අභියෝගයන්ට ලක්වෙයි. ඔහුට බොහෝ තීරණ ඝෂණික ව ගැනීමට සිදු වෙයි. එහි දී තම තීරණ තුළින් තොරතුරුවල සත්‍ය අසත්‍යභාවය, නිරවද්‍යතාව, එහි ඇති සදාචාරවත් භාවය හෝ සමාජ සංස්කෘතීන්ට එල්ල විය හැකි බලපෑම් ආදී වශයෙන් බොහෝ තත්ත්වයන් පිළිබඳ සැලකිලිමත් වීමට සිදුවෙයි. ඒ සියලුම තත්ත්වයන්ට අමතර ව රූපවාහිනී මාධ්‍යකරුවා සිය සහෝදර මාධ්‍ය ආයතන වෙතින් එල්ල වන මාධ්‍ය තරගයට ද මුහුණ දිය යුතු ය. සියල්ලන්ට පෙර ඝෂණික ව නිවැරදි තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම මගින් ඔහුට ඇත්තේ අභියෝගාත්මක සතුටකි. විද්‍යුත් මාධ්‍ය ආචාරධර්ම තුළින් සිදු වන්නේ එවැනි අවස්ථාවන්ට මුහුණ දෙන රූපවාහිනී මාධ්‍යවේදීන් වෙත මඟ පෙන්වීම යි. රූපවාහිනී මාධ්‍ය බිහි වී දසක අටක් පමණ ගෙවී අවසන් ය. ලාංකේය රූපවාහිනී මාධ්‍ය බිහි වී දසක හතරකට ආසන්න වෙමින් තිබේ. රූපවාහිනී මාධ්‍ය බිහිවීමේ දී එහි ආචාරධර්මීය පද්ධතීන් සඳහා පූර්වාදර්ශ වූයේ ඒ වන විට බිහි වී තිබූ ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය සහ සිනමාව යි. ඒ අනුව ගොඩනැගුණු ලෝක රූපවාහිනී ආචාරධර්ම යාවත්කාලීන වීමක් දැකගත නොහැකි වීම විවිධ ගැටලු බිහිකර තිබේ. ඒ බව ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී පනත තුළ ප්‍රතීයමාන ආචාරධර්මීය තත්ත්වයන් සහ ඒවා රූපවාහිනී ආයතන විසින්ම උල්ලංඝනය කරනු ලබන ආකාරයෙන් වටහා ගත හැකි ය.

ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී පනත සහ රූපවාහිනී ආචාරධර්ම :-

වර්ෂ 1982 ජනවාරි මස 22 වන දින පළ කරන ලද ගැසට් පත්‍රයේ 1982 අංක 6 දරන ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනත මගින් ජාතික රූපවාහිනිය පිහිටුවීමට අදාළ අණපනත් සහ විධි නියම පනවනු ලැබූ අතර, එහි II වන කොටසේ සංස්ථාවේ කර්තව්‍යය දක්වා තිබේ. එහි මතු උද්‍යතය ආචාරධර්ම විෂයෙහි වඩාත් වැදගත් ය. එනම්, "7(1) (අ) ශ්‍රී ලංකාව ඇතුළත රූපවාහිනී ප්‍රචාරක සේවයක් පවත්වා ගෙන යාම සහ එම සේවය ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ දියුණු කිරීම සහ මහජන හිත සුව පිණිස වැඩසටහන් සම්පාදනය කිරීමෙහි ලා උසස් තත්ත්වයක් පවත්වාගෙන යාම." 7(1) (ඇ) අපනයනය කිරීම සඳහා රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කරන විදේශීය හා වෙනත්

රූපවාහිනී කණ්ඩායම් විෂයෙහි අධීක්ෂණය හා පාලනයට ක්‍රියාත්මක කිරීම වශයෙනි. එම කොටසෙහි ම 7(2) (1) වන උප වගන්තියේ මෙසේ දැක්වෙයි.

7(2) (1) උප වගන්තියේ (අ) ඡේදය යටතේ සංස්ථාවේ කර්තව්‍යයන් ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා, සංස්ථාව විසින් ප්‍රචාරය කරනු ලබන වැඩසටහන්, හැකි තාක් දුරට පහත සඳහන් නියමයන්ට අනුකූල වන බවට සෑහීමකට පත්වීම සංස්ථාවේ යුතුකම වන්නේ ය.

(අ) මනා රස වින්දනයට නැතහොත් ශිෂ්ටත්වයට හානිකර හෝ අපරාධ කිරීමට පොලඹවන හෝ කැළඹීමට තුඩුදෙන හෝ යම් වාර්ගික හැඟීම්වලට හානිකර හෝ මහජන කැළඹීම්වලට හානි කළ හැකි කිසිවක් ඒ වැඩසටහනක ඇතුළත් නොකරන බව;

(ආ) වැඩසටහන්වල යථා පරිදි ස්ථානික, ප්‍රාදේශීය හා ජාත්‍යන්තර වශයෙන් තුලනයක් ද වැඩසටහන්වල විෂය කරුණු අතින් තුලනයක් සහ සාමාන්‍යයෙන් උසස් ගුණ තත්ත්වයක් පවත්වාගෙන යන බව;

(ඇ) වැඩසටහන්වල ඇතුළත් කරනු ලබන (කවර හෝ ආකාරයේ) යම් ප්‍රවෘත්ති නිසි පරිදි නිවැරදි ව හා අපක්ෂපාතී ව හා මහජන යහපත පිළිබඳ නිසි සැලකිල්ලෙන් යුතු ව ඉදිරිපත් කරනු ලබන බව වශයෙනි.

රූපවාහිනී පනතෙහි දැක්වෙන ඉහත වගන්ති රූපවාහිනී ආචාර ධර්ම විෂයයෙහි වැදගත් ය. එසේම එකී රූපවාහිනී සංස්ථා පනතේ හි ම II වන කොටසේ 28 වන වගන්තිය යටතේ අමාත්‍යවරයා ගේ බලතල යටතේ මෙසේ දැක්වෙයි.

‘රූපවාහිනී ප්‍රචාරක මධ්‍යස්ථාන පවත්වාගෙන යාම තහනම් කිරීම’ 28(1) මේ පනත යටතේ පිහිටවනු ලබන සංස්ථාව හැර වෙනත් කිසිම තැනැත්තෙකු විසින්, ඒ තැනැත්තා අමාත්‍යවරයාගෙන් බලපත්‍රයක් ලබාගෙන ඇති නම් මිස, රූපවාහිනී ප්‍රචාරක මධ්‍යස්ථානයක් පවත්වාගෙන නොයා යුතු ය.

28 (2) අමාත්‍යවරයා විසින් සංස්ථාව විමසා, පුද්ගලික රූපවාහිනී ප්‍රචාරක මධ්‍යස්ථානයක් පිහිටුවීමේ හා පවත්වාගෙන යාම සඳහා යම් තැනැත්තෙකුට බලපත්‍රයක් නිකුත් කරනු ලැබිය හැකි ය.

28 (3) බලපත්‍රයක් සඳහා ඉල්ලුම් කරන තැනැත්තෙකුට, පුද්ගලික රූපවාහිනී ප්‍රචාරක මධ්‍යස්ථානයක් පිහිටුවීමේ හා පවත්වාගෙන යාමේ කාර්යය සඳහා



මාතව් ගිම්මම්,
රජපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ එහි භාවිතයේ ප්‍රායෝගික
ගැටලු

යුක්ති සහගත ව අවශ්‍ය විය හැකි කාර්මික, මුදල් හා වෘත්තීය සුදුසුකම් ඇති බවට සෑහීමකට පත්වන්නේ නම් මිස අමාත්‍යවරයා විසින් කිසි ම බලපත්‍රයක් නිකුත් නොකරනු ලැබිය යුතු ය.

මෙයින් පැහැදිලි වන්නේ ශ්‍රී ලංකාව තුළ සියලු ම රූපවාහිනී නාලිකාවන් විෂයයෙහි බලපානු ලබන තෛතික බලතල සහ ආචාරධර්මීය කරුණු ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව මගින් ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව සහ අදාළ අමාත්‍යවරයා යටතට පත්කර ඇති බව යි. එහෙයින් එකී රූපවාහිනී සංස්ථා පනතෙහි දක්වා ඇති පොදුවේ සියලු අංශ විෂයෙහින් විශේෂයෙන් ළමයින් පිළිබඳවත් දැන්වීම් ප්‍රචාරය පිළිබඳවත් වන ප්‍රමිති සහ තත්ත්ව පාලන ස්වභාවයන් ශ්‍රී ලංකාව තුළ රූපවාහිනී විකාශන පවත්වාගෙන යාමේ දී අනුගමනය කළ යුතු ආචාරධර්ම ලෙස සැලකිය හැකි ය.

ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත් පත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය විෂයයෙහි අනුගමනය කළ යුතු ආචාරධර්ම වර්ෂ 1981 ඔක්තෝබර් 14 වන දින නිකුත් කළ 1973 අංක 5 දරන ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල පනතෙහි 30(1) අ වගන්තිය යටතේ පුවත්පත් කලාවේදීන්ට ආචාරධර්ම සංග්‍රහයක් නියම කර ඇති අතර, එයට තෛතික බලතල ද හිමිකර දී තිබුණි. එහි ආචාරධර්ම සංග්‍රහයේ මෙන් පැහැදිලි තෛතික බලතල නැතත් පසුව පිහිටුවා ලූ පුවත්පත් කොමිසම ද පුවත්පත් කලාවේදීන් සඳහා නිශ්චිත ආචාරධර්ම සංග්‍රහයක් දක්වා තිබේ.

එහෙත්, ශ්‍රී ලංකාවේ විද්‍යුත් මාධ්‍ය විෂයයෙහි එවැනි සෘජු ආචාරධර්ම සංග්‍රහයක් දක්නට නොමැත. එහෙත්, ඉහත දක්වන ලද රූපවාහිනී සංස්ථා පනතෙහි 'ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාවේ වෙළෙඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය පිළිබඳ ප්‍රමිති සහ තත්ත්ව පාලන ස්වභාවයන් ලෙස දක්වා ඇති කරුණු සෘජු ව ම රූපවාහිනී ආචාරධර්ම යටතට ගත යුතු අංශයන් සේ සැලකිය හැකි ය. එබැවින් එම වගන්ති ශ්‍රී ලංකාවේ සියලු ම රූපවාහිනී නාලිකා විෂයයෙහි ද වැදගත් වන ආචාරධර්ම මාලාවක් සේ සැලකිය හැකි ය. එම ප්‍රමිති හා තත්ත්ව පාලන ස්වභාවයන් මෙසේ ය.

ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී සංස්ථාවේ වෙළෙඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය පිළිබඳ ප්‍රමිති හා තත්ත්ව පාලන ස්වභාවයන් :- වෙළෙඳ දැන්වීම් වනාහි මුදලක් ගෙවීමෙන් අනතුරුව වැඩසටහන් අතරට ප්‍රචාරය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නකි.

A. පොදු

1. වෙළෙඳ දැන්වීම් රටේ නීතිය හා සාමය කඩ නොකළ යුතු ය.
2. වෙළෙඳ දැන්වීමක් වැඩසටහනකින් පැහැදිලි ව වෙන්කර හඳුනාගත හැකි ලක්ෂණවලින් යුක්ත විය යුතු ය.
3. සැඟවී සැඟවී දැන්වීම්කරණය :- අඩු කාල සීමාවක් තුළ ප්‍රචාරය වීම, පණිවුඩය ලබාදීමට තරම් ප්‍රමාණවත් කාලයක් විකාශය නො වීම, ප්‍රේක්ෂක කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින්ගේ අනුදැනුමින් තොර ව ඔවුන්ගේ මනසට බලපෑම් ඇති කිරීම, අනුදැනුම ඇති ව එසේ කිරීම තහනම් වේ.
4. බිය උපදවන සුළු දැන්වීම් :- සාධාරණ හේතුවකින් තොර ව වෙළෙඳ දැන්වීමක් හයංකාර නො විය යුතු ය.
5. සැකය වර්ධනය නොකළ යුතු ය.
6. පොදු ජන භාවයන්ගේ රසඥතාවට බාධා නොකළ යුතු ය.
7. රූපවාහිනී තරඹන්නන්ට පමණක් ලැබෙන ආකාරයේ වරප්‍රසාද (ත්‍යාග හා දීමනා) වෙළෙඳ දැන්වීම් අනුසාරයෙන් ලබාදීම නොකළ යුතු ය.
8. වෙළෙඳ දැන්වීමේ ශ්‍රව්‍ය තත්ත්වය කරදරකාරී එකක් නොවිය යුතු ය.
9. කිසිදු වෙළෙඳ දැන්වීමක් ආගමික හෝ පෞද්ගලික අරමුණු ඉෂ්ට කර ගැනීමට යොදා නොගත යුතු ය.
10. පහත සඳහන් ආකාරයේ නිෂ්පාදන දැන්වීම්කරණයෙන් වැළකී ක්‍රියා කළ යුතු ය.

- a) හුස්ම පරීක්ෂා කිරීමෙන් සිදු කරන මත්ද්‍රව්‍ය මාපක
- b) රාත්‍රී සමාජ ශාලා
- c) ජ්‍යෝතිෂ ශාස්ත්‍ර
- d) අවමංගලය අධ්‍යක්ෂ
- e) ලියාපදිංචි නොකළ ආයතනවල දැන්වීම්
- f) සුදු / ඔට්ටු ඇල්ලීම් සඳහා අනුබල දීමේ ක්‍රියා
- g) ඔට්ටු ඇල්ලීම්
- h) සිගරට්, මධ්‍යසාර හෝ මධ්‍යසාර සහිත බීම

එක් නිෂ්පාදනයකට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් නිපදවන නිෂ්පාදනයක් මේ ගණයට අයත් නිෂ්පාදනයක් සිදු කරයි නම් ඔවුන්ගේ නිල නාමය භාවිත කිරීමෙන් වැළකී සෙසු නිෂ්පාදන ප්‍රචාරය කළ යුතු ය.



මාතව හිමිකම්,
රජපවතිනි මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ එහි භාවිතයේ ප්‍රායෝගික
ගැටලු

11. කිසිදු දැන්වීමක නිෂ්පාදනය නොවන පහත අන්දමේ විස්තර හා රූප සටහන් නොතිබිය යුතු ය.

a) සුවිසෙස් හැඟවුම් :- කිසිවිටකත් සිදු නොවිය හැකි දෙයක් එම නිෂ්පාදනය භාවිත කිරීමෙන් ලැබෙන බව කියා ප්‍රචාරණය නොකළ යුතු ය.

ඉ) විද්‍යාත්මක නාමයන්, සංඛ්‍යාලේඛන හා තාක්ෂණ භාවිතයෙන් ලබාගත් උදාහරණ සාමාන්‍ය ජනයාට වැටහෙන පරිදි ප්‍රචාරණය කළ යුතු ය. විද්‍යාත්මක වටිනාකමක් නොමැති භාණ්ඩවලට අදාළ නොවන විද්‍යාත්මක නාමයන් යොදා කරන ප්‍රචාරය තහනම් වේ. වටිනාකමක් නොමැති සංඛ්‍යානයක් විශ්වීය සත්‍යයන් ලෙස ප්‍රකාශ කිරීමෙන් වැළකිය යුතු ය.

12. ප්‍රතිනිෂ්පාදන තාක්ෂණය :- ඡායාරූපකරණය මඟින් පවත්නා භාණ්ඩයක තත්ත්වය ඉස්මතු කර පෙන්වීම මේ යටතට ගැනේ. මේ සඳහා යොදා ගන්නා තාක්ෂණය අපයෝජිත එකක් නොවිය යුතු ය. භාණ්ඩවලට වඩා හොඳ තත්ත්වයක් පෙන්වා ප්‍රේක්ෂකයා නොමඟ නොහැරිය යුතු ය. නිදසුනක් ලෙස පොළොවේ හෝ ගෘහ භාණ්ඩවල තත්ත්වය පෙන්නුම් කිරීමට වීදුරු හෝ ප්ලාස්ටික් තහඩු භාවිත කිරීම වැනි ය.

13. මිල සඳහන :- මිල සංසන්දනය හා අඩුකිරීම් සහිත වෙළෙඳ දැන්වීම්වල වෙළෙඳ කොන්දේසිවලට එකඟ විය යුතු ය. ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය හා භාෂණ මාධ්‍යවලින් පෙන්නුම් කරන නියම මිල හා සංසන්දනාත්මක මිල නිවැරදි විය යුතු ය. අදාළ නොවන පෙලඹවීම් ඇති නොකළ යුතු ය.

14. ත්‍යාග හෝ ප්‍රදාන :- ත්‍යාග ලබාදීම අව්‍යාජ විය යුතු ය. එහි දී අනවශ්‍ය පෙලඹවීම් ඇති නොකළ යුතු ය. කිසියම් ගැටලුවක දී වෙළෙඳ දැන්වීම්කරුවන් හා එම ආයතන (වෙළෙඳ දැන්වීම් නිර්මාණය කළ) ප්‍රමාණවත් සාක්ෂි ඉදිරිපත් කළ යුතු ය.

15. සැසඳුම් දැන්වීම්කරණය :- සෙසු දැන්වීම්වලට, නිෂ්පාදන හෝ සේවාවලට අගෞරව හෝ ප්‍රහාරයන් එල්ල නොකළ යුතු ය. සෙසු භාණ්ඩවලට සාපේක්ෂ ව තම භාණ්ඩයේ ප්‍රයෝජන ප්‍රකාශ කිරීමේ දී එය ඉතා යහපත් ලෙස කළ යුතු ය. අනවශ්‍ය පෙලඹවීම් ඇති නොකළ යුතුය.

16. ව්‍යාජ අනුකරණ :- කිසියම් ජනප්‍රිය කණ්ඩායමක මුඛාවෙන් එය අනුකරණය කිරීමෙන් වැළකී සිටිය යුතු ය.

17. නොමිලේ යන සඳහන - කිසියම් භාණ්ඩයක් සම්පූර්ණ මිලෙන් ම නිදහස් මෙන් ම තැපැල් ගාස්තුවක් පවා අය නොකෙරේ නම් පමණක් එය නොමිලේ යන මුද්‍රාව යටතේ ප්‍රචාරණය කළ යුතුය.
18. තත්ත්ව සහතික :- කිසියම් ආයතනයක් මඟින් අලෙවි කරන භාණ්ඩයට වගකීම් සහතිකයක් දී ඇත්නම් පමණක් එහි නිවැරදි තත්ත්වය ප්‍රචාරය කළ යුතු ය.
19. තරග සංවිධානය :- කිසියම් තරගයක් පැවැත්වීමට ක්‍රියා කරයි නම් එහි දී නිවැරදිව තරග කොන්දේසි හා තරග පිළිබඳ විස්තර ඉදිරිපත් කළ යුතු අතර, ඒවා නීත්‍යානුකූල තරග විය යුතු ය.
20. ගෘහ කර්මාන්ත :- ගෘහ කර්මාන්ත සඳහා අමුද්‍රව්‍ය හා අමුද්‍රව්‍ය ප්‍රචාරණය කරමින් ඒවා මිල දී ගෙන ගෘහ කර්මාන්තවලට පෙළඹවීම් කිරීමේ වෙළෙඳ දැන්වීම් භාර නොගත යුතු ය.
21. උපදේශන පාඨමාලා :- කිසියම් පාඨමාලා සඳහා දැන්වීම්කරණයේ දී එම පාඨමාලා කිරීම මඟින් රැකියා අවස්ථා ඇතිවන බවට අනිශ්චයත්වයෙන් ප්‍රකාශ කිරීම නොකළ යුතු ය. එසේ ම එමඟින් උපාධි හෝ සුදුසුකම් ලැබෙන බවට ප්‍රකාශ නො කළ යුතු ය.
22. තැපැල් හරහා දැන්වීම්කරණය :-
 - a) දෙන ලද ලිපියේ දැන්වීම්කරුගේ නම හොඳින් ප්‍රදර්ශනය විය යුතු ය.
 - b) නියමිත ව්‍යාපාරික වේලාවන්වල දී ඒ සඳහා විමසීම් කළ හැකි වගකීමකින් යුතු පුද්ගලයකු සිටිය යුතු ය.
 - c) වෙළෙඳ දැන්වීමට අදාළ භාණ්ඩ මහජන නිරීක්ෂණය සඳහා තබා තිබිය යුතු ය.
 - d) පාරිභෝගියා සෑහීමකට පත් නොවේ නම් භාණ්ඩය ආපසු භාරදීමට හැකියාව තිබිය යුතු ය.

B. දැන්වීම්කරණය හා දරුවා

1. දරුවන් විසින් නරඹන වැඩසටහන් :- දරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් නරඹනු ලබන වැඩසටහන්වල දී ඔවුන්ගේ සදාචාරයට, භෞතික හා මානසිකත්වයට හානිවන කුමන ආකාරයක හෝ දැන්වීම් ක්‍රමයක් භාවිත නොකළ යුතු ය. විශේෂයෙන් ම,
 - a) කුපහ, දඬුවන හා ලාංඡන එකතු කිරීමට නුහුරු ස්ථානවලට දරුවන් යොමු කරන හා උනන්දු කරන වෙළෙඳ දැන්වීම් නොපෙන්විය යුතු



මාතව් ගිම්හම්,
රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ ව්‍යවස්ථාප ප්‍රායෝගික
ගැටලු

- ය. මේ ආකාරයේ සැලසුම් ඉදිරිපත් කිරීමට පෙර ඒවා සමීක්ෂණය කොට දැරුවන්ට අනතුරක් සිදු නොවන බවට සහතික කරවා ගත යුතු ය.
- b) කිසියම් භාණ්ඩයක් මිල දී නොගත් දැරුවකු සෙසු දැරුවන් භාසායට ලක් කරන ආකාරයක් පෙන්නුම් කරන වෙළෙඳ දැන්වීම් තහනම් වේ.
- c) සමිති (Club) ආකාරයේ ක්‍රියාදාමයන් සමඟ සම්බන්ධ වෙළෙඳ දැන්වීම් ඉදිරිපත් කරන්නේ නම් ඒවා රහස් සමාජ නොවන බවට පිළිගත හැකි සාධක තිබීම වැදගත් ය.
- d) බොහෝ විට දැරුවන් සෘජු පාරිභෝගිකයන් නොවන බැවින් ඔවුන්ගේ භාරකරුවන්ට කරදරයක් නොවන පරිදි ඔවුන් හැසිරවීමට හැකි පරිදි වෙළෙඳ දැන්වීම් සකස් කළ යුතු ය. කිසියම් තැග්ගක් හෝ තරගයක් එම භාණ්ඩවලට අන්තර්ගත නම් එම භාණ්ඩ මිස එම දීමනා අවධාරණය නොකළ යුතු ය.

රූපවාහිනී සංස්ථා ආචාරධර්ම හා ව්‍යවස්ථාප ප්‍රායෝගික :-

ඉහත වගන්ති ඇතුළත් රූපවාහිනී සංස්ථා පනත නිකුත් වන විට මෙරට පැවතියේ ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවාව පමණි. පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාළිකා බිහි වී නොතිබුණි. වර්තමානය වන විට බිහි වී ඇති පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාළිකා මඟින් එල්ල වී ඇති වෙළෙඳ තරගය නිසා ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාවේ ඉහත වගන්තිවලින් ඇතැම් වගන්ති සංස්ථාව වෙතින් බහුල ව පෞද්ගලික නාළිකා මඟින් උල්ලංඝනය වනු ඇතැයි හැකි ය.

ඇතැම් වගන්ති වර්තමාන සමාජ, දේශපාලනික, ආර්ථික හා සංස්කෘතික තත්වයන් සමඟ සමරූපී නොවන බවක් ද පෙනේ. අන්තර්ජාලය ස්මාර්ට් ෆෝන් වැනි විද්‍යුත් මාධ්‍ය හා උපකරණයන් , නිරාවරණිත දැරුවන් විෂයෙහි ම ආචාරධර්ම ප්‍රායෝගික නොවිය හැකි ය.

එහෙත්, රූපවාහිනී නාළිකාවක් ක්‍රියා කළ යුතු පිළිවෙළ පිළිබඳ වැදගත් අංශ සියල්ලක් ම පාහේ එම ආචාරධර්ම තුළින් අවධාරණය කර තිබේ. එසේ ම මේ වන විට විද්‍යුත් මාධ්‍ය ආචාරධර්ම සංග්‍රහයක අවශ්‍යතාව වෙන කවර කාලයකටත් වඩා දැනෙනමින් පවතී. එහෙත් එය ඉතා සිරුරුවෙන් අධ්‍යයනය කොට කළ යුතු කර්තව්‍යයකි. එය කාලීන අවශ්‍යතාවකි.

මානව හිමිකම්,
රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආචාරධර්ම
සහ වගි භාවිතයේ
ප්‍රායෝගික ගැටලු

එහෙත් එය රජය, විශ්වවිද්‍යාල, මාධ්‍ය ආයතන හා මාධ්‍ය පර්යේෂකයින් හා විද්වතුන් එක් රැස් වී මාධ්‍ය සංගායනාවක් පවත්වා, සියලුම රූපවාහිනී සහ විද්‍යුත් මාධ්‍යයන් සඳහා වන ආචාරධර්ම පද්ධතියක් පිහිටුවා ගැනීම තෙක් විස්තීර්ණ විය යුතු ක්‍රියාවකි. විද්‍යුත් මාධ්‍ය තුළින් මානව හිමිකම් සැබෑ ලෙස ම ආරක්‍ෂා කරගත හැකි වනු ඇත්තේ එවන් කාර්යසාධනයක් තුළින් පමණි.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

- ඇරිස්ටෝටල් - විරසිංහ එස්. ජී. එම්. - විද්‍යාලංකාර මුද්‍රණාල ප්‍රකාශන 1973
- *A Dictionary of Communication and Media Studies - Watson James, Hill Anne – Universal book Stall New Delhi- 1996*
- *The Right to due information - Fr. Tirimanna, Vimal, Auther Publication – 1997*
- *Marriage and Moral* රසල් බර්ට්‍රන්ඩ්, පරිවර්තනය කොළොන්නෙගේ.
- සූරිය ප්‍රකාශකයෝ - 1998
- ශ්‍රී සුමංගල ශබ්දකෝෂය - ගොඩගේ ප්‍රකාශන - 1978
- විද්‍යුත් සන්නිවේදනය - කරුණානායක නන්දන, සරස්වතී ප්‍රකාශන - 2000
- *Mass Media Mass Culture, James, Wilson Stan Le Roy; McGraw - Hill, - 1995*
- 1982 අංක 6 දරන ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනත
- 1973 අංක 5 දරන ශ්‍රී ලංකා පුවත් පත් මණ්ඩල පනත - පුවත් පත් කලාවේදීන් සඳහා වන ආචාරධර්ම සංග්‍රහය
- පුවත් පත් පැමිණිලි කොමිසම - ආචාරධර්ම සංග්‍රහය