



රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුවේ
පරිත්‍යාගයකි.

ජාතික මාධ්‍ය සංකල්ප

(සංවිකාසන සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය ආචාරධර්ම සහ
නියාමනය)



ප්‍රකාශනය

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(සංවිකාස සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය ආචාරධර්ම සහ
නියාමනය)

ප්‍රධාන සංස්කාරක
මහාචාර්ය ධර්මකීර්ති ශ්‍රී රත්නන්

සංස්කාරක මණ්ඩලය
මහාචාර්ය විශ්වවීර විරසිංහ
මහාචාර්ය අනුර වික්‍රමසිංහ
මහාචාර්ය කමල් වලේඛොඩ
මහාචාර්ය සේන නානායක්කාර

මහාචාර්ය එස්. රසුරාමි
ආචාර්ය සෙනෙරත්න දිසානායක බණ්ඩාර
ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය සේනානි හරිශ්චන්ද්‍ර
ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය අරුණ ලොකුලියන
ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය කළණි ඉරෝපා ධර්මසිරි
ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය කලාණි විජේසුන්දර
කථිකාචාර්ය නයනා සුරවීර

ප්‍රකාශනය
රජයේ ප්‍රචාරිත දෙපාර්තමේන්තුව
163, පොල්හේන්ගොඩ,
කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(සංවිකාස සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය ආචාරධර්ම සහ නියාමනය)

ISBN: 2756 - 9322

© රජයේ ප්‍රචාණි දෙපාර්තමේන්තුව

ප්‍රථම මුද්‍රණය - 2023 ජනවාරි - මාර්තු

සම්බන්ධීකරණ සභාය

ඩී. එන්. ඩී. ඩයස්

ප්‍රචාණි නිලධාරී

රජයේ ප්‍රචාණි දෙපාර්තමේන්තුව.

පිටකවර නිර්මාණය

සැලසිනෙ ආයතනය

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය

නිර්මාණ සංකල්පය

හර්ෂ බී. අබේකෝන්

පිටු සැකසුම සහ මුද්‍රණය

රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ 08.

ප්‍රකාශනය

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ අංශය

රජයේ ප්‍රචාණි දෙපාර්තමේන්තුව

163, පොල්හේන්ගොඩ,

කොළඹ 05.

මෙම ලිපි සරණියෙහි අන්තර්ගතය පිළිබඳ වගකීම ඒ ඒ ඊටකරුන් සතු ය. තව ද මෙහි අන්තර් විකාශය සඳහා ඇත්තේ ද ඔවුන්ගේ පිළිගත් සම්ප්‍රදාය ගරු කොටගෙන ය. මෙහි අන්තර්ගත, අදහස් සහ කරුණු පිළිබඳ ව සංස්කාරකවරුන්ගේ හෝ ප්‍රකාශකයන්ගේ හෝ කිසිදු වගකීමක් නොමැති බව සඳහන් කරමු.

විමර්ශිත මණ්ඩලය

මහාචාර්ය විමල් දිසානායක

විශ්‍රාමික
හවාසි විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය සුනන්ද මනේන්ද්‍ර

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය රෝහණ ලක්ෂ්මන් පියදාස

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය ආරියරත්න ඇතුගල

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය වන්දසිරි රාජපක්ෂ

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය මාපා තිලකරත්න

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය අජන්තා හපුආරච්චි

විශ්‍රාමික
ජනසන්නිවේදන ඒකකය - කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය.

මහාචාර්ය රන්ජන් හෙට්ටිආරච්චි

ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනාංශය, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය.

සංඛ්‍යාංක යුගයේ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සහ නියාමනයෙහි ස්වරූප

අමිල ලොකුමාන්නගේ

සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණයෙහි (Digital technology) වේගවත් සහ පුළුල් සංවර්ධනය නැවත සිතා බැලීමට හේතු වී ඇති බව පැහැදිලි ය. මාධ්‍ය සංකල්පය සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණයට පෙර සිටම, තාක්ෂණයේ බලපෑම මාධ්‍ය මත සැලකිය යුතු ලෙස සිදු විය. සියලුම මාධ්‍ය වරක් අලුත් වූ අතර ශාස්ත්‍රීය සහ වෘත්තීයමය ජනතාව නව තාක්ෂණයෙන් ඇති විය හැකි බලපෑම පිළිබඳව සාකච්ඡා කළහ. මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ නව තාක්ෂණය නිසා ඇති වූ වෙනස්කම් සහ සමාජීය වෙනස්කම් විද්‍යුත් මාධ්‍යයෙහි විශාල ප්‍රේක්ෂක සංඛ්‍යාවක් වර්ධනය කර ඇත. අද්‍යතන සමාජය තුළ සියලු මාධ්‍ය තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි (Lorimer, 1998). මෙය 18 වන සියවසෙහි දී නිරීක්ෂණය වූ අතර, එය එවකට මාධ්‍ය හතරවන පන්තිය ලෙස සැලකිණි. එනම් පළමු පන්ති තුන ලෙස පල්ලිය, ඉඩම් හිමියන් සහ ධනේශ්වරය වශයෙන් හඳුනා ගැනේ. මාධ්‍ය වැඩි වශයෙන් ජනතාව දැනුවත් කරනුයේ විශ්ලේෂණ සැපයීම සහ අර්ථ දැක්වීම මගිනි (Singer, 2017). කෙසේ වෙතත් සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය හේතුවෙන් බිහිවන නව මාධ්‍ය (New media) සියලුම අන්තර්ගතයන් එකම උපාංගය මත සංඛ්‍යාංක කේත (Digital code) මගින් නිරූපණය කළ හැකි ය. නව මාධ්‍ය ආකෘති සහ ඒවායේ අන්තර්ගතය සංඛ්‍යාංක වේදිකා තුළ ඉදිරිපත් කළ හැකි වේ. බ්ලොග් (Blogs), ට්විටර් (Twitter), වීඩියෝ වාර්තා (Video reports) ආදිය පළ කරන ක්‍රියාකාරී ග්‍රාහක පිරිසක් ඇත. සාමාන්‍ය පුරවැසියන් ක්‍රියා කරන සහභාගීත්ව ජනමාධ්‍ය (Participatory mass media) බිහිව ඇත. වෘත්තීයමය මාධ්‍යවේදීහු ඇතැම් සිදුවීම්වල සාක්ෂිකරුවන්ගේ දෘෂ්ටිකෝණයෙන් මෙම තත්ත්වයන් තුළ ඔවුන් කෙරෙහි විශ්වාසය තබති (Herman & Mekcesni, 2004). ලොව පුරා නූතන මාධ්‍ය (පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය) හතරෙන් එකකට වඩා අන්තර්ජාලයට සම්බන්ධව ඇත. සජීවී ප්‍රවාහය (Live streaming) සහ පොඩ්කාස්ට් (Podcast) සාම්ප්‍රදායික ස්වභාවය වෙනස් කර තිබේ. ගුවන්විදුලිය සහ අන්තර්ජාලය මෙම මාධ්‍යයේ පුනරුදය සක්‍රීය කර ඇත. ඉල්ලුම මත රූපවාහිනී අන්තර්ගතයන් තෝරා ගන්නා ආකාරයට සියල්ල වෙනස් කර ඇත.

මාධ්‍ය න්‍යායාචාර්ය රෝලන්ඩ්, ඔහුගේ ජන සන්නිවේදනය (Mass communication) නම් කෘතියෙහි සඳහන් කරනුයේ නීති සම්පාදකයින්ට සහ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයින්ට විශාලතම අභියෝගය වන්නේ තාක්ෂණයෙන් හැකිතාක් මිනිසුන්ට ප්‍රතිලාභ ලැබෙන බව සහතික කරන්නේ කෙසේද යන්න බවයි (Lorimer, 1998). කෙසේ වෙතත්, වෛරය පිරුණු හැඟීම සමඟ වෙබ් අඩවි සහ පුවත්බවක් වශයෙන් ප්‍රවර්ධනය කිරීම හමුවේ මානව හිමිකම් ආරක්ෂා කිරීම සංඛ්‍යාංක ක්ෂේත්‍රයේ ද අවශ්‍යතාවක් බවට පත්වෙමින් තිබේ (Singer, 2017). මෑතක දී, නවසීලන්තයේ ඉන්ටර් ටැරන්ට් විසින් සිදු කළ ත්‍රස්තවාදී ප්‍රහාරයක් සජීවීව විකාශය කිරීමට ෆේස්බුක් (Facebook) භාවිත කළවිට එය බෙහෙවින් සාකච්ඡාවට ලක් විය. පුද්ගලික දත්ත ආරක්ෂාව සහ අන්තර්ජාලය සඳහා ඇති පෞද්ගලිකත්වය ද එවැන්නකි. ගූගල් (Google), මයික්‍රොසොෆ්ට් (Microsoft) වැනි අන්තර්ජාල සමාගම්හි බලය අනුව පුද්ගලික දත්ත විකිණීමෙන් ආරක්ෂා කිරීමට රජය අපේක්ෂා කරයි. එවැනි අපයෝජනයන් පිළිබඳ මෑත නිදර්ශන තිබේ. ඩොනල්ඩ් ට්‍රම්ප්ගේ (Donald Trump) 2016 ජනාධිපතිවරණ ව්‍යාපාරය සඳහා සම්මත කරන ලද සාමාන්‍ය දත්ත ආරක්ෂණ රෙගුලාසි (General Data Protect Regulations- GDPR) ප්‍රතිස්ථාපනය විය. සංඛ්‍යාංක ලෝකයේ, පුද්ගලයෝ ස්වේච්ඡාවෙන් තම පෞද්ගලිකත්වය අත්හරිති (Singer, 2017). තවද, ඔවුහු තම දරුවන්ගේ පෞද්ගලිකත්වය ද අත්හරිති. ඔවුන්ගේ බාලවයස්කාර දරුවන්ගේ පින්තූර

සහ විවිධ සමාජ මාධ්‍යවල පළ කිරීමෙන් මෙය සිදු වේ. මෑත වසර වැඩිහිටි නිදහස වන්නේ සුදුසුදායක සම්ප්‍රේෂණ ක්‍රියාකාරීත්වය (Gwyneth Paltrow) දියණියගේ සිද්ධියයි. ඇගේ දියණියගේ අවසරය නොමැතිව සමාජ මාධ්‍යවල පළ කිරීම මෑත දියණිය සිය මව විවේචනය කළාය. මේ පසුබිම තුළ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සංවිධානවල විමසාගැනීම මාධ්‍යයන්ගේ ගමන් මග වෙනස් අතකට හැරවීමට හමන් වී ඇත.

රූපවාහිනී මාධ්‍ය නියාමනය

අදාළ මත කතාමාලා සහ සංඛ්‍යාත ලෙස බෙදාහරින ලද විකුටට කවර වේලාවක කවර ස්ථානයක සිට සම්ප්‍රේෂණය වීමට උපකරණයකින් හෝ ටැබ්ලටයකින් අන්තර්ජාලය මගින් ප්‍රවාහ කළ හැකි ය. නැතහොත් පසුව බැලීම සඳහා බාගත (Download) කළ හැකි ය. භෞතික විද්‍යාව රූපවාහිනී සහ ගුවන්විදුලි විකාශය සඳහා පවතින වර්ණාවලියේ ප්‍රමාණය සීමා කළේ ය. ෆෙඩරල් සන්නිවේදන කොමිෂන් සභාව (Federal Communication Committee - FCC, 1934) ආරම්භ කරන ලද සන්නිවේදන පනත සම්මත කිරීමේ දී රජය මහජන යහපත සඳහා සීමිත වර්ණාවලිය සාධාරණීයකරණය කරන ලද විකාශන නියාමනය පවත්වාගෙන යෑමේ ය.

අදාළතමයෙහි විවිධයේ On-demand නාලිකා කවර කෙනෙකුට වුව අන්තර්ගතය නිෂ්පාදනය කිරීමට සහ බෙදාහැරීමට ඉඩ සලසයි. FCC හි විකාශන අධිකාරිය අන්තර්ජාල රූපවාහිනියට දීර්ඝ ප්‍රවේශයෙන් සලකා බැලිය යුත්තේ එබැවිනි. නියාමනය සඳහා පැරණි තර්ක තවදුරටත් අදාළ නොවේ. විවිධයේ විනෝදාස්වාදය සහ තොරතුරු පිළිබඳ නව මාදිලි මත පනවනු ලැබුවහොත්, එය නව මාධ්‍යයන්හි වර්ධනයට සහ ව්‍යාප්තියට ප්‍රතිඵලදායකවනු ඇත.

තෙවර්ෂයකට ආසන්න පැරණි විකාශන ආකෘතිය ගුවන්විදුලි හෝ රූපවාහිනී නාලිකාවක් විසින් වැඩසටහන් කාලසටහනක් නියම කරන ලද අතර එය අසන්නන් (Listners) සහ නරඹන්නන් (Viewers) විසින් ඔවුන්ගේ සන්ධ්‍යාවන් සැලසුම් කරන ලදී. පාරිභෝගිකයින්ට ඔවුන්ගේ ප්‍රියතම ක්‍රමලේඛනයට ප්‍රවේශවීමේ දී පෙර නොවූ විරූ තේරීම් සහ ක්‍රම මගින් එය ප්‍රතිස්ථාපනය වේ. දේශීය විකාශන මධ්‍යස්ථාන සහ ප්‍රාදේශීය කේබල් ස්වාධීනව අන්තර්ජාලය මගින් විවිධයේ විනෝදාස්වාදය බෙදාහරින සමාජ වෙත Over the Top (OTT) නියාමන ප්‍රවේශය ව්‍යාප්ත කිරීමට FCC යෝජනා කර ඇත. මෙම සමාජවලට Netflix, Hulu සහ Amazon ඇතුළත් විය හැකි බැවින් ඒවා විවිධ මට්ටම්වලට නරඹන්නන්ට එහි ආසිත දායක ගාස්තු සඳහා විකුටට සහ රූපවාහිනී වැඩසටහන් තෝරාගත හැකිය. අන්තර්ගත එකතු කිරීමේ මට්ටමක් හඳුන්වා දෙන Apple TV වැනි සේවා ද ඒවාට ඇතුළත් වනු ඇත. Apple විසින් අන්තර්ජාලය මගින් කේබල් නාලිකා 25 ක් පිරිනැමීම ආරම්භ කිරීමට සැලසුම් කරයි. එය සාම්ප්‍රදායික ජාල මගින් සම්ප්‍රේෂණය වන විට එකම අන්තර්ගතය සමගාමීව විකාශය කරයි (Herman & Mekeesni, 2004). එමෙන්ම, රූපවාහිනිය සහ කේබල් ජාල විසින්ම අන්තර්ජාලය මගින් තවම කාලීන වැඩසටහන් ලබාදීම ආරම්භ කර තිබේ. යු ටියුබ් නරඹන්නන්ට නොමිලේ අන්තර්ගතය ලබාදීම පමණක් නොව, තරඹන්නන්ගේ පදනම වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා යු ටියුබ් නාලිකා නිර්මාණය කළ හැකි ස්වාධීන අන්තර්ගත නිෂ්පාදකයින් සඳහා අතිශයින්ම ලාභදායී වේදිකාවක් සපය යි. ප්‍රචාරණයෙන් මුදල් ඉපැයීම සඳහා නාලිකා නිර්මාණය කර ඇති බැවින් යු ටියුබ් බා ගැනීම නොමිලේ සිදු කිරීමේ පහසුකම් පවතී.

Over The Top ප්‍රවණතාව රූපවාහිනී නරඹන්නන්ගේ සංඛ්‍යා වෙනස් කරන ආකාරය අධ්‍යයනය කළ හැකි ය. සත්‍ය වශයෙන්ම, වැඩසටහන් බෙදාහැරීමේ අභියෝග විකාශය සහ කේබල් විකල්ප ක්‍රම වෙනුවට FCC හි නියාමන භූමිකාව නැවත පරිමාණය කිරීමේ අවකාශය පිළිබඳව අවධානය යොමු කළ යුතු ය. විශේෂයෙන් එවැනි ක්ෂේත්‍රයන්හි,

1. නැවත සම්ප්‍රේෂණය, රැගෙන යා යුතු සහ අනෙකුත් ක්‍රමලේඛන අවශ්‍යතා
2. අන්තර්ගත සැපයුම්කරු (Content supplier)/ අන්තර්ගත බෙදාහරින්නාගේ (Content distributor) ආරවුල් විසඳීම
3. අන්තර්ගත නියාමනය (Content regulation)
4. නියාමන ගාස්තු (Regulation fee) ආදිය සලකා බැලිය යුතුය (Martinoli, Krivokapic, Perkov, Stojkovic, 2019).

මෙම වර්ධන විකාශ සහ කේබල් රූපවාහිනී (Cable television) සපයන්නන් නියාමනය කිරීමේ වෙරදහාවට ලක්ව ඇති FCC අවධානයට ලක් වී නැත. සන්නිවේදන පනතේ II වගන්තිය යටතේ අන්තර්ජාල සේවා සපයන්නන් උපයෝගීතා ලෙස නැවත වර්ගීකරණය කිරීමට 2015 පෙබරවාරි මස ගත් නියෝගයන් සමග, FCC සිය නියාමන ප්‍රවේශය අන්තර්ජාලයට සහ වෙබ් අඩවිවලට පුළුල් කිරීමට ද අපේක්ෂා කරයි. නැට් වාදන යන්ත්‍රණ (Phonographs) සහ පසුව, CD, VHS සහ DVD ධාවකයන්, පාරිභෝගිකයින්ට ඔවුන්ගේම විනෝදාස්වාදය තෝරා ගැනීමට ඉඩ ලබා දුන්නේ ය. නමුත් එය මිල අධික විකල්පයක් විය. පාරිභෝගිකයා උපකරණය මිල දී ගැනීම පමණක් නොව, උපකරණය වාදනය කළ විවිධ මූලික නැට් සඳහා අමතර වියදම් ද අවශ්‍ය වේ. ප්‍රතිලාභය වූයේ සවන් දීමට හෝ නැරඹීමට අවශ්‍ය ඕනෑම වේලාවක ගිණයක්, ඇල්බමයක්, චිත්‍රපටයක් හෝ රූපවාහිනී වැඩසටහනක් ඔබේ ඇඟිලි තුඩුවල තිබීම ය. පාරිභෝගිකයින්ට ඔවුන්ගේම විනෝදාස්වාදය වැඩසටහන් කිරීමට ඉඩ දීමෙන් OTT නැට් වාදන යන්ත්‍රණ සාම්ප්‍රදාය දිගටම කරගෙන යයි. වෙනස වන්නේ පටිගත කිරීම නිවසේ රාක්කයෙහි වෙනුවට සංඛ්‍යාත අතරා අවකාශයේ ගබඩා කර තිබීමයි. එම Cloud මගින් ඔවුන්ගේ විනෝදාස්වාදය බාගත කිරීම සඳහා, පාරිභෝගිකයින් FCC විසින් සාම්ප්‍රදායිකව නියාමනය කරනු ලබන සමාගම් සතු පහසුකම් භාවිත කරයි. Cloud මත පදනම් වූ අන්තර්ගත සපයන්නන් වෙත FCC නියාමනය දීර්ඝ කිරීමට එය සහතික නොවේ. ක්‍රමලේඛන තේරීම්වල විස්මයජනක පරිමාවෙන් පමණක්, OTT නැට් වාදන යන්ත්‍රණ/ සිටිසි ආකාරයට සමීප වේ. Netflix, Hulu, YouTube, Amazon සහ වෙනත් ඒවා පිළිබිඹු කරන්නේ විකාශන රූපවාහිනිය නොව, Dropbox (ලේඛන ගබඩා කිරීම), ගිණුම් කළමනාකරණය සහ Photobucket (පින්තූර) වැනි පුද්ගලික පරිගණකකරණය හා සම්බන්ධ යෙදුම්වල Cloud මත පදනම් වූ අනුවාදයන් ය. මෙම ලක්ෂණ විකාශන නියාමකයින් විසින් OTT සපයන්නන් කෙරෙහි සුළු හෝ අධිකරණ බලයක් සඳහා තර්ක කෙරෙයි (Milic, 2016). දිනපතා පුවත්පතක මෙන් ප්‍රචාරණි, ක්‍රීඩා, ව්‍යාපාරික සහ දේශීය ලිපි ඇතුළත් වන බැවින්, ඒවායින් බොහොමයක් පාඨකයන්ගේ පවුල ප කුලකයකට පමණක් උනන්දුවක් දක්වයි. කේබල් සමාගම් විශාල විනෝදාස්වාද විකල්ප මගින් සේවා සැපයීමේ පිරිවැය ව්‍යාප්ත කරයි. ක්‍රමලේඛන අත්පත් කර ගැනීමේ ආර්ථික විද්‍යාව බොහෝ පාරිභෝගිකයින්ට නාලිකා මට්ටමට වඩා විකල්ප මිල දී ගැනීම වඩා මිල අධික වනු ඇත.

පාරිභෝගිකයින්ට විධියේ බාගත කර නැරඹිය හැකි නව ක්‍රම වෙනුවට සාමාන්‍යයෙන් විකාශන සහ කේබල් නියාමනය නැවත බැලීමක් නිර්දේශ කරයි. අන්තර්ජාලයට විමධ්‍යගත අන්තර්ගත ප්‍රභවයන් සඳහා සහාය විය හැකි ආකාරය සමග ඒකාබද්ධව Broadband සම්පූර්ණ ධාරිතාව, සන්නිවේදන පනත සහ එය FCC පිහිටුවීම පිටුපස ඇති තාර්කිකත්වය යටපත් කරයි. විකාශන වර්ණාවලියේ (Channel spectrum) තේනසර්ගික හිඟය එක්සත් ජනපද විකාශ නියාමනයට හේතු විය. එම හිඟය මාධ්‍ය හිමිකාරීත්වය, සාධාරණත්වය පිළිබඳ මූලධර්මය, බලපත්‍ර අලුත් කිරීමේ දී ප්‍රජා සේවා සලකා බැලීම, විකාශ දිනය තුළ දේශීයව නිෂ්පාදනය කරන ලද වැඩසටහන් සඳහා වෙන් කිරීම සහ වැඩසටහන් අන්තර්ගතයේ ප්‍රමිති සහ භාවිතයන් සඳහා පීඩනය යෙදීම ආදියට හේතු විය. සීමිත නිෂ්පාදකයින් ඔවුන්ට විකාශය කළ හැකි විනෝදාස්වාදය සහ ඔවුන්ට නාට්‍ය කළ හැකි විෂයයන් සහ වර්ත මෙම නියාමන විධාන සියල්ල සහ ඇතැම් අවස්ථාවන්හි දී අනෙකුත් කරුණු ද සමාලෝචනය කළ යුතු ය.

අන්තර්ජාල රූපවාහිනිය මැදිහත්වීම සාධාරණීයකරණය කිරීම වසර පහකට පෙරට වඩා වර්තමානයේ දුර්වලතා ඇත. තේරීම යනු අවකලනය බව නියාමකයින් තේරුම්ගත යුතු ය. සෑම සේවාවකටම එකම කොන්දේසි යටතේ එකම අන්තර්ගතය පිරිනැමීමට බල කිරීම මතුපිටින් පමණක් සාධාරණ වන අතර ඇත්ත වශයෙන්ම රජය විසින් සකසන ලද අවම පොදු හරයකට තරගය අවම කරනු ඇත. ප්‍රාදේශීය මධ්‍යස්ථාන වෙත ප්‍රේක්ෂකයින් වෙත ළඟා විය හැකි එකම මාර්ගය කේබල් සපයන්නන් බව තර්ක කළ හැකි ය. අද්‍යතනයේ ප්‍රාදේශීය මධ්‍යස්ථානවලට ඔවුන්ගේම OTT සපයන්නන් බවට පත් විය හැකි අතර අවම වියදමකින් වැඩි තරඟන්නන් වෙත ළඟා විය හැකි ය. නමුත් සියලුම සාම්ප්‍රදායික රූපවාහිනිය මෙන්, එය නිශ්චිත වේලාවක විකාශය කරන බැවින් සීමිත තරඟන්නන් පිරිසකට ලබා ගත හැකි ය. වර්තමානයේ ඩොලර් දහස් ගණනක උපකරණ හෝ රූපවාහිනී ඉංජිනේරුවේකුගේ සහ තර්ක මණ්ඩලයේ සහභාගිත්වය නොමැතිව සිදුවීමක් පටිගත කර අන්තර්ජාලයට උඩුගත කළ හැකි ය. සමාජ මාධ්‍ය මගින් තරා කාලීන වර්ධනයන් සමඟ පහසුවෙන් කබාගත හැකි උනන්දුවක් දක්වන සංඝටකයින්ට

කවර වෙලාවක හෝ විධියේව නැරඹිය හැකි ය. රජයේ කිසිදු අධීක්ෂණයකින් තොරව, YouTube සහ සමාජ මාධ්‍ය PEG නාලිකාවලට වඩා දේශීය පුවත් සහ තොරතුරු සඳහා ප්‍රජා අවශ්‍යතා සපුරාල යි.

අන්තර්ගත නියාමනය

YouTube විසින් ඔවුන්ගේම නාලිකා සමග අන්තර්ගත සපයන්නන් දහස් ගණනකට සන්කාරකත්වය සපයයි. ඒවා සාමාන්‍ය නරඹන්නන් අතලොස්සක සිට මිලියන ගණනක් දක්වා ඇත. Google අසහ්‍ය දර්ශන සහ ප්‍රකාශන හිමිකම් උල්ලංඝනය කිරීම් සඳහා වෙබ් අඩවිය නිරීක්ෂණය කරන අතර, එය රජය හෝ වයස් යෝග්‍යතාව මත අන්තර්ගතය විනිශ්චය නොකරයි. FCC හි අභිලාෂයන්ට අමතරව, මාධ්‍ය නිරීක්ෂණ සහ ළමා උපදේශන කණ්ඩායම්වල සන්ධානයක ඉල්ලීම පරිදි, YouTube Kids විමර්ශනය කිරීමට සැලසුම් කරයි. පෙර පාසල් ළමුන් සඳහා නව යෙදුමක් වන අතර එය වැඩිහිටි-නැඹුරු අන්තර්ගත අඩංගු විධියේ පෙරීමට නිර්මාණය කර ඇත.

FCC විසින් අන්තර්ජාලයේ අනිවාර්ය අන්තර්ගත ශ්‍රේණිගත කිරීම් හෝ වෙනත් ආකාරයේ අන්තර්ගත නියාමනය සඳහා වන ඇමතුම්වලට විරුද්ධ විය යුතු ය. විශේෂයෙන්ම "ප්‍රහාරාත්මක" කථන ක්ෂේත්‍රය තුළ මේ වන විට ශාස්ත්‍රීය කවයන් තුළ සීමා කිරීම් කළ යුතු ය. Netflix, Apple, Amazon, YouTube සහ Hulu කේබල් රූපවාහිනී සමාගම් හෝ විකාශකයින් නොවේ. ඔවුන් නිවෙස්වලට කේබල් ධාවනය කරන්නේ නැත. රජය විසින් ලබා දෙන රූපවාහිනී වර්ණාවලිය භාවිත නොකරයි. ඔවුන් විසින් නිර්මාණය කරන ලද YouTube නාලිකාවක ජනප්‍රිය විශාල හොලිවුඩ් චිත්‍රපටවල සිට මිනිත්තු 10ක ආකාරය විධියේ දක්වා අන්තර්ගත ගබඩා කර සේවා සපයයි. බහු නාලිකා විධියේ ක්‍රමලේඛන බෙදාහරින්නා යන නිර්වචනයට OTT සපයන්නන් ඇතුළත් කළ යුතු බවට යෝජනාවෙන් ගම්‍ය වූ. කෙසේ හෝ දේශීය බලයලත් ගාස්තු ගෙවිය යුතු හෝ ෆෙඩරල් විශ්ව සේවා අරමුදලට ගෙවිය යුතු ය යන අදහස භාසාජනක ය.

සමාලෝචනය

OTT විසින් පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා අන්තර්ජාලයේ හැකියාවන් සහ රැහැන් රහිත උපාංග යන්හි විප්ලවය භාවිත කරමින් රූපවාහිනී නැරඹීමේ පුරුදු වෙනස් කරයි. Netflix, Hulu, Google සහ Amazon මෙම නව පරිසර පද්ධතියේ ප්‍රධාන බලවේග වනු ඇත. නියාමකයින් ඔවුන්ගෙන් කිසිවෙකුට විශේෂ හිතකර සැලකිල්ලක් නොදිය යුතු අතර, පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවලට අදාළ නොවන හෝ වරක් මහජන අවශ්‍යතා විය හැකි අවශ්‍යතාවලින් ඔවුන්ව පැටවීම නොකළ යුතු ය. ජාල තුනක් සහ ස්වාධීන ස්ථාන අතලොස්සක් පමණක් තිබූ ලෝකයක මහජන උනන්දුව පිළිබඳ සංකල්පය වර්ධනය වූ විට එය විශේෂයෙන් සත්‍ය වේ. නියාමකයින් පසෙකට වී වෙළෙඳපොළට කටයුතු කිරීමට අවස්ථාව ලබා දෙන්නේ නම්, වැඩි තරගකාරිත්වයක් පවතින අතර විකාශන රූපවාහිනිය සඳහා වරක් අපේක්ෂා කළ විශාල පාරිභෝගික තේරීම් සහ වැඩසටහන් විවිධත්වය ඇතිවේය යන්න එක් මතයකි. මෙම විනෝදාස්වාදය සහ ක්‍රමලේඛනය පැමිණෙන්නේ ප්‍රේක්ෂකයින් වෙත ළඟා වීමට විශාල සහ මිල අධික යටිතල පහසුකම් අවශ්‍ය නොවන නිර්මාණාත්මක කුසලතා විමධ්‍යගත සංවිතයකිනි.

විමර්ශිත ඉන්ට

Herman, E. S., & Mekcesni, R. V., (2004). *The Global Media*. Beograd: Clio.
Lorimer, R., (1998). *Mass Communications*. Beograd: Clio.
Martinoli, A., Krivokapic, N., Perkov, B., and Stojković, M., (2019). *The regulatory framework and business models of online media: A handbook*. Beograd: Fondacija za otvoreno drustvo.
Milic, D., (2016). *Online media copyright guide*. Nis: Asocijacija onlajn medija.
Singer, J. B., (2017). *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*. Boston: Wiley-Blackwell.