ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ මාධ්‍ය වෘත්තීයභාවය)

ප්‍රකාශනය

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ මාධ්‍ය වෘත්තීයභාවය)

උපදේශකත්වය

ලේකම්

වෛද්‍ය අනිල් ජාසිංහ

සෞඛ්‍ය සහ ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය

අධීක්ෂණය

එච්. එස්. කේ. ජේ. බණ්ඩාර

රජයේ ප්‍රවෘත්ති අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

සහාය අධීක්ෂණය සහ සම්බන්ධීකරණය

හර්ෂ බී. අබේකෝන්

සහකාර ප්‍රවෘත්ති අධ්‍යක්ෂ

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

ප්‍රකාශනය

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

163, පොල්හේන්ගොඩ

කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ මාධ්‍ය වෘත්තීයභාවය)

ප්‍රධාන සංස්කාරක

මහාචාර්ය ධර්මකීර්ති ශ්‍රී රන්ජන්

සංස්කාරක මණ්ඩලය

මහාචාර්ය සිව සුබ්‍රමනියම් රඝුරාම්

ආචාර්ය මනෝජ් ජිනදාස

ආචාර්ය කුමේෂ් ප්‍රභාෂිණී ගමගේ

ආචාර්ය නයනා සුරවීර

ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය සමන් රාජපක්ෂ

ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය ඉමේෂා ධර්මසේන

ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය දිනීෂා ලියනගේ

ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය පොන්ගුලාලේ ශ්‍රී සන්ගීර්තනාන්

ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය චමිලා සොමිරත්න

ප්‍රකාශනය

රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

163, පොල්හේන්ගොඩ

කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන

(මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ මාධ්‍ය වෘත්තීයභාවය)

ISSN: 2756 - 9322

© රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

ප්‍රථම මුද්‍රණය - 2025 - සැප්තැම්බර්

සම්බන්ධීකරණය

පියුමි හංසිකා ලියනගේ
සංවර්ධන නිලධාරී
රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

පිටකවර නිර්මාණය

සැලසිනෙ ආයතනය

පිටු සැකසුම සහ මුද්‍රණය

සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම(ලේක්හවුස්), කොළඹ 10.

ප්‍රකාශනය

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ අංශය
රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව
163, පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05.

ජාතික මාධ්‍ය සංකථන ශාස්ත්‍රීය සංග්‍රහයට ඇතුළත් ලේඛනවල භාෂා රීතිය හා පද බෙදීමේ ක්‍රම ඒ ඒ ලේඛකයන්ගේ අභිමතය පරිදි බව සැලකුව මනා ය. එමෙන් ම එකී ලේඛනවලින් ප්‍රකාශ වන අදහස් එම ලේඛන සම්පාදනය කළ ලේඛකයන්ගේ බැවින් ඒ පිළිබඳ ව සංස්කාරකවරුන්ගේ හෝ රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුවේ කිසිදු වගකීමක් නොමැති බව සඳහන් කරමු.

සංස්කරණ උපදේශකත්වය

ජ්‍යෙෂ්ඨ මහාචාර්ය සමන්ත හේරත්

කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

මහාචාර්ය ප්‍රණීත් අභයසුන්දර

ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය

මහාචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ

කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

6

ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය වෘත්තියභාවය කෙරෙහි ආචාරධර්මීය උපයෝගීතාව පිළිබඳ අධ්‍යයනයක්

අමිල ලොකුමාන්නගේ

හැඳින්වීම

වර්තමාන මිනිසා ජීවත් වන්නේ තොරතුරු මූලික කරගත් සමාජයක ය. එකී සමාජය තුළ වෙසෙන මිනිසා නිරන්තරයෙන් තොරතුරු පසුපස හඹා යයි. කාර්මික විප්ලවය බිහිවී ධනවාදී සමාජ ක්‍රමය ව්‍යාප්ත වන්නට ගත් විට ඊට සමගාමීව නව තාක්ෂණය යොදා ගනිමින් වඩා පුළුල් වූ භූගෝලීය පරාසයක පැතිරුණු ජන සමාජයකට එකවර ආමන්ත්‍රණය කළ හැකි තාක්ෂණික මාධ්‍ය බිහි වන්නට විය. මේවා නූතන මාධ්‍ය ලෙසින් මූලිකවම හඳුනා ගත යුතු අතර බොහෝ විට ජනමාධ්‍ය (Mass Media) බවට පත් වන්නේ මෙම නූතන මාධ්‍යයන් ය. ප්‍රථමයෙන්ම පුවත්පත ඉන් පසුව ගුවන්විදුලිය සහ පසුව බිහි වූ රූපවාහිනිය ජනමාධ්‍ය ලෙස විකාශනය වූ නූතන මාධ්‍යයෝ වෙති. විශාල භූගෝලීය පරාසයක විසිරී සිටින සන්නිවේදකයාට දෘශ්‍යමාන නොවන විශාල ග්‍රාහක ප්‍රජාවක් වෙත ආයතනගත වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් මඟින් ජනමාධ්‍යයන් යොදාගෙන සිදුකරන සන්නිවේදනය ජන සන්නිවේදනය ලෙස හඳුනාගත හැකිය. මෙසේ පුළුල් ජන සන්නිවේදන කාර්යයන් සඳහා සඳහා යොදා ගනු ලබන මාධ්‍යයන් ජනමාධ්‍යයන් ලෙස විශේෂ හැදෑරීමකට ලක් කළ යුතු වේ.

ආචාර ධර්ම (Ethics) විෂය ක්ෂේත්‍රය ඉතා දිගු ඉතිහාසයකට හිමිකම් කියනවා මෙන්ම පුළුල් පරාසයක ද විහිදී යයි. ආචාර ධර්ම යන වචනය ග්‍රීසියෙන් බිහි වුණු බව පෙනේ. ග්‍රීක භාෂාවේ එන “Ethos˜ යන වචනයෙන් —Ethics˜ හෙවත් ‘ආචාර ධර්ම’ යන්න බිහි වී ඇති බව කියැවේ. එහි අර්ථය වන්නේ “යහපත් හැසිරීම” යන්නයි. විලියම් ජේම්ස්ගේ විග්‍රහයට අනුව “ආචාර ධර්ම යනු මිනිසුන් ජීවත් වන

කුඩා වූත්, විශාල වූත් සමාජයන්ගේ හැසිරීම් පද්ධතිය නිගමනය කරන විද්‍යාවයි. එමගින් හොඳ හෝ නරක, නිරවද්‍යතාව, සාවද්‍යතාව යනාදී සාධකවලට විනිශ්චයක් දෙනු ලබයි.” තවද “සමාජයට කිසියම් ප්‍රයෝජනයක් ආචාර ධර්මවලින් ලැබේ නම් එය සමාජයට වැදගත්ය. මේ අවස්ථාවට ගැළපෙන පරිදි සමාජයේ තීරණ ගැනීම සාධාරණ සහ යුක්තිගරුක තීරණ ගැනීමට ආචාර විද්‍යාව වැදගත් වේ”(සේනාරත්න,2013).

සමාජයේ ගැටුම් ඇති කිරීම සහ ගැටුම් නිවාරණය සඳහා ද ජනමාධ්‍ය (Mass Media) හේතු වේ. වෘත්තීයභාවයකින් තොරව සිදු වන මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පුද්ගලයාට, සමාජ සංවිධානවලට සහ සමස්ත සමාජයට ප්‍රබල ගැටලු නිර්මාණය කරයි. ඒ තුළින් සමාජ සංහිඳියාව (Social reconciliation) වෙනුවට සමාජ වෛරය, පුද්ගල සහ සමාජ සංවිධානයන්හි ගරුත්වය (Reputation), සමාජ ආර්ථික බිඳ දැමීම් ද සිදු කරයි. යම් රටක හෝ සමාජයක සමාජ වගකීම් රහිත මාධ්‍ය පවතින විට ජනතාව රැක ගැනීමේ අරමුණින් රාජ්‍ය වගකීම් ද ඉදිරියට පැමිණෙන බැව් පෙනේ. ආචාරධර්ම සහ නීතිය යනු ප්‍රධාන සමාජ සංකල්ප දෙකක් වුව ද, ඒ දෙක අතර ප්‍රබල වෙනසක් ද දක්නට ලැබේ. නෛතික තත්ත්වයන් බිඳ දැමීමට ජනමාධ්‍යයට හැකියාවක් නොමැත. මෙම ජනමාධ්‍යවල වෘත්තීයභාවය තුළ මාධ්‍ය ආචාර ධර්මවල ප්‍රායෝගික භාවිතය පිළිබඳව මෙම අධ්‍යයනයෙන් සලකා බලනු ලැබේ.

ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම

ආචාර ධර්ම යනු දර්ශනය (Philosophy) විෂය තුළ සමාජ ක්‍රියා, සමාජ අන්තර්ක්‍රියා සහ මානසික සාධක පාදක කොටගෙන පෝෂණය වන ගැඹුරු විෂයකි. මෙය සදාචාරය පිළිබඳ මූලධර්ම පදනම්ව තාර්කීකරණය වී තිබේ. සදාචාරය සහ සාරධර්ම යනු එකිනෙකින් වියුක්ත කළ නොහැකි සංයුක්ත වූ සංකල්ප දෙකකි. ආචාර ධර්ම සහ එහි ක්‍රමවේදාත්මක ස්වරූප සෞන්දර්යවේදාත්මක දෘෂ්ටිය තුළ වුව ද ව්‍යුහගත කළ හැකි අතර එය සාරධර්මවේදය පිළිබඳ දර්ශනය ලෙස ද සැලකේ. මෙය කායික, මානසික මෙන්ම සමාජ චර්යාත්මක කාරණාවක් බව ද පැහැදිලි ය. ඒ අනුව මේ තුළින් සමාජ පද්ධතික ස්වරූපයක් මෙන්ම මූලධර්මීය (Principle) ලක්ෂණ ද ඉස්මතු වන බව පෙනේ. මෙම සාධක අනුව මෙහි සමාජ විද්‍යාත්මක කාරණා, මනෝ විද්‍යාත්මක කාරණු මෙන්ම ආගමික කාරණාවන් ද බද්ධ වී ඇති බැව් පැහැදිලිය.

ආචාර ධර්ම පිළිබඳ දාර්ශනිකව සමාජය මෙහෙයවීම සොක්‍රටීස් (469 BC- 399 BC) විසින් සිදු කරනු ලබන්නේ ද මෙම පදනමෙහි පිහිටමිනි (රාජපක්ෂ,2000).

සමාජයෙහි කේන්ද්‍රීය ලක්ෂය පුද්ගලයා වේ. පුද්ගල ඓක්‍යයෙන් තොරව සමාජයක් නිර්මාණය නොවේ. පුද්ගලයා යනු සමාජ පද්ධතියෙහි ක්‍රියාකාරකයෙකි. ඔහුගේ අවශ්‍යතා සහ ඔහු වටා ගොඩ නැගෙන සියලු දේ ඔහුට බලපාන අතර එය සමාජ කාරණා බවට ද පරිවර්තනය වේ. ඔහු මෙහෙයවන්නේ සමාජ පද්ධතික කාරණාවන්ය. සමාජය යන්න ඇති තැන නිදහස නැති බවට ද ඇති තර්කයකි. පුද්ගල ආත්ම ඥාන (Self knowledge) සංවර්ධනයේ දී මෙම ව්‍යුහීය දෑ වැදගත් වේ. පුද්ගලයා සමාජ ජීවිතයේ දී හොඳ, නරක පිළිබඳ උපග්‍රහණය කර ගන්නා අතර හොඳ ප්‍රවර්ධනය කර ගනු ලබන්නේ සමාජ ක්‍රියා සහ එහි ප්‍රගමන කාර්ය සඳහා ය. හොඳ, නරක යනු සමාජ නිර්මාණයකි. නරක ප්‍රවර්ධනය තුළින් ද සමාජ පර්යායෙහි දිශානතිය වෙනස් විය හැකි ය. බුද්ධිමය සහ ආධ්‍යාත්මික දියුණුව අපරාධමය කාරණා නොකැඳවයි. නිවැරදි බව විඥානගත වූ කල්හි එය නිරායාසයෙන්ම ක්‍රියාවට නැගෙන බව ග්‍රීක දාර්ශනික සොක්‍රටීස්ගේ ද මතයයි. මෙහි ප්‍රතිවිරුද්ධ සාධකය ද මෙම තර්කය තුළම සාධාරණීකරණය කළ හැකි ය.

මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම බලවත් කිරීම තුළින් ස්වයං වාරණයක් (Self censorship) ඇති කරගන්නා අතර එවැනි අවභාවිතයන්ට එරෙහිව කටයුතු කිරීමට ග්‍රාහකයන්ට අවකාශ නිර්මාණය වේ. මෙවැනි පාලනයන් හෝ නියාමනයන් පුද්ගලබද්ධව නොව විෂය බද්ධව වර්ධනය කළ හැක්කේ පොදු මානව වටිනාකම් හා නීතිමය සාධක පදනම් කර ගත් ආචාර ධර්ම පද්ධතීන් ගොඩනැගීමෙන් සහ ඒවා බල ගැන්වීමෙනි (සේනාරත්න, 2013).

පුවත්පත් මාධ්‍යයට අදාළ වන ආචාර ධර්ම පද්ධතීන් ජාත්‍යන්තරව ද දේශීයව ද වර්ධනය වී තිබේ. 1981 වර්ෂයේ දී පුවත්පත් මණ්ඩලය විසින් ද 2003 වසරේ දී කර්තෘ සංසදය විසින් ද ආචාර ධර්ම පද්ධති හඳුන්වා දී තිබේ. මෙම ආචාර ධර්මවලට අමතරව එක් එක් මාධ්‍ය ආයතන විසින් ද තමන්ට අනන්‍ය වූ ආචාර ධර්ම පද්ධතීන් ගොඩනගාගෙන තිබේ. "රාවය" පුවත්පත ගොඩනගා ඇති ආචාර ධර්ම පද්ධතිය ඊට නිදසුනකි. එවන් ආචාර ධර්ම පද්ධතීන් නොවීම නිසා අද වන

විට ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියට එය අයහපත් අයුරින් බලපා ඇත. මේ පිළිබඳ දැනුවත් සමාජ ක්‍රියාකාරීන් සහ විද්වතුන් තුළින් අති ප්‍රබල විවේචනයන් පැන නැගී තිබේ. ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනතේ ඇතුළත් කරුණු රූපවාහිනී මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ උපදෙස් ලෙස භාවිත වේ. රූපවාහිනී දැන්වීම්කරණය සඳහා ද මාර්ගෝපදේශන සංග්‍රහයන් ප්‍රකාශයට පත් වී තිබේ.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ස්වයං පාලනයක් සාක්ෂාත් කර ගැනීමේ ගැටලුව යනු බොහෝ දුරට ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය මගින් ජනතාව පරිපූර්ණව දැනුවත් කිරීම සහතික කිරීම පිළිබඳ ගැටලුවයි. සිය ප්‍රවෘත්තිවල නිරවද්‍යතාව සහ සාධාරණත්වය මහජනයාට ඒත්තු ගැන්වීම පිණිස මීට වසර 80 කට පමණ පෙර ඇතැම් ඇමෙරිකානු පුවත්පත් වාස්තවිකතාව (Objectivity) පිළිබඳ මූලධර්මය හඳුන්වා දෙනු ලැබිණි. තත්කාලීන ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍යයේ වෘත්තීය නොපනත්කම් පිළිබඳ තදබල විවේචනයක් කළ ඇමරිකානු තීරු ලිපි රචක වෝල්ටර් ලිප්මන් එකල ජනමාධ්‍ය බෝවෙන රෝගයකට ගොදුරුව ඇති බව පළ කළේය. ලිප්මාන්ගේ Public opinion නම් කෘතිය හැරුණු විට එවැනි ප්‍රශ්න කිරීම් නිව්යෝර්ක් ටයිම්ස් පුවත් පත රුසියානු විප්ලවය වාර්තා කිරීමේ දී දැක්වූ ආකල්පය විවේචනය කරමින් වෝල්ටර් ලිප්මන් Test of the News නමින් 1920දී පළ කළ කෘතියේ දැක්වෙයි. රටවැසියන්ගේ නිදහස සහ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය සත්‍ය වශයෙන්ම රඳා පවතින්නේ පුවත්පත්වලින් බලාපොරොත්තුවන විශ්වාසදායක සත්‍ය තොරතුරු මත නම්, එකල ඇමරිකාවේ නිදහස සහ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය සැබවින්ම අනතුරට ලක්ව ඇති බව ඔහු තර්ක කළේය. තත්කාලීන පුවත්පත් යනු පළ කරන කරුණුවල නිරවද්‍යතාව සනාථ කිරීම සඳහා දැඩි ක්‍රමවේදයක් නැති, ඉහළ වෘත්තීය පුහුණුවක් ලත් පිරිස් සහ බලාත්මක කළ හැකි වෘත්තීය ප්‍රමිතීන් නොමැති බලයෙන් ඉදිමී ගිය ආයතනවලින් පළ කරන ඒවා බව ඔහු චෝදනා කළේය. ලිප්මන් පෙන්වා දුන් පරිදි ජනමාධ්‍යවේදය මගින් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයට සේවය කළ හැක්කේ ලෝකය පිළිබඳ නිරවද්‍ය වාස්තවික තොරතුරු සැපයීමෙන් මිස හිතළු ප්‍රබන්ධ බිහි කිරීමෙන් හෝ මිනිසුන් "ඒකාකෘතිකයන්" (Stereotypes) බවට පත්කිරීමෙන් නොවේ.

ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම ඉතිහාසය සහ ජාත්‍යාන්තර අවධානය

ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම ඉතිහාසය පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමේදී එය දශක ගණනක් ඈතට විහිදී යයි. එනම්, ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් බිහිකිරීමේ මූලික අවශ්‍යතාව ඇති වූයේ 1920 දශකයේ මැද භාගයේ දී පමණය. ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම ගැන මුලින්ම සඳහන් වන්නේ ජාත්‍යන්තර කම්කරු සංවිධානයේ වාර්තාවෙහි ය. මෙම වකවානුවේදීම පුවත්පත් ක්ෂේත්‍රයේ සේවයේ නියුතු මාධ්‍යකරුවෝ තමන්ට වෘත්තීය මට්ටමක් ලබාදෙන ලෙසත්, පුහුණුව සහ සමාජ පිළිගැනීම ලබාදෙන ලෙසත් ඉල්ලමින් උද්ඝෝෂණය කළහ. මීට විසඳුමක් 1926 දී වොෂින්ටන් නුවර පැවැත්වුණු Pan American Press Conference නම් වූ පුවත්පත් සම්මේලනයේ දී ගනු ලැබීය. ඉන් අනතුරුව 1950 දී ඇමෙරිකාවේ නිව්යෝර්ක් නුවර පැවැත්වුණු ඇමෙරිකානු පුවත්පත් සම්මේලනයේ දී ආචාර ධර්ම පිළිබඳ යෝජනාවලියක් ගෙන එනු ලැබීය. වර්ෂ 1926 දී ලෝකයේ ප්‍රථම අන්තර් ජාතික පුවත්පත් කලාවේදින්ගේ සම්මේලනය ආරම්භ කරනු ලැබූ අතර, එමගින් වෘත්තීය පත්‍ර කලාවේදී තත්ත්වයක් ලොව පුරා මාධ්‍යයවේදීන්ට ලබාදීමට මූලික පදනම වැටුණි. එහෙත් දෙවන ලෝක සංග්‍රාමය ආරම්භ වීම නිසා පත්‍ර කලාවේදී සම්මේලනය විසුරුවා හැරීමට සිදුවිය. ඉන් අනතුරුව 1961 දී පිහිටුවනු ලැබූ අන්තර්ජාතික ගෞරව අධිකරණයේ (International Court of Honor) එක් අරමුණක් වූයේ පුවත්පත් කලාව වෘත්තියක් ලෙස පිළිගැන්වීමට අවශ්‍ය පදනම සකස් කිරීමයි. ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන වෘත්තීය බැඳීම වූ ආචාර් ධර්ම මාලාව ප්‍රථම වරට 1969 දී සකස් කරනු ලැබීය. මේ කාර්ය සඳහා පුවත්පත් කලාවේදී සංගම්වල ජාත්‍යන්තර සංවිධානය ද (The International Union of Press Association) උනන්දු වී ඇත. වර්ෂ 1965 දී ලීමා සම්මේලනයේ දී අන්තර් ඇමෙරිකානු ගුවන්විදුලි සංගමය (Inter American of Broadcaster - IAAB) විසින් ගුවන්විදුලි සහ රූපවාහිනී සඳහා ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් පිළියෙල කරනු ලැබීය. මේ ආචාරධර්ම ප්‍රකාශනයේ අන්තර්ජාතික කාර්යයේ වගකීම අධ්‍යාපනික, සංස්කෘතික සහ විද්‍යාත්මක වැඩසටහන් ආශ්‍රිත මූලික කරුණු ද ඇතුළත්ව තිබේ. වර්ෂ 1952 දී පිහිටුවා ගනු ලැබූ ජාත්‍යන්තර පුවත්පත් කලාවේදීන්ගේ සම්මේලනය [Internal Federation Journalists (IFJ)] මගින් ද මාධ්‍යවේදීන්ගේ ආචාර ධර්ම සහ අයිතිවාසිකම් පිළිබඳව දැඩි ලෙස අවධානය යොමු කරනු ලැබීය. ඔවුන් 1954 දී

පැවති ඔවුන්ගේ දෙවැනි ජාත්‍යන්තර සම්මේලනයේ දී පුවත්පත් කලාවේදීන්ගේ වගකීම් යන ප්‍රකාශය සම්මත කර ගන්නා ලදි.

නූතන මාධ්‍ය, විශේෂයෙන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය (Television Media) මානව සංජානනය (Perception) වෙනස් කිරීමට සමත් වන අතරම එය රටක හෝ සමාජයක ආර්ථික සමාජ සංස්කෘතික ක්‍රියාවලියෙහි ප්‍රතිබිම්බය බවට ද පත් වේ. එමෙන්ම එය පුද්ගලයාට සමාජ අනුවර්තනීය දිශාව ද පෙන්වා දෙනු ලබයි. බොහෝ මාධ්‍ය පාරිභෝගිකයන් මාධ්‍යයේ සහ මාධ්‍ය සෞන්දර්ය කලාවේ ප්‍රබලත්වය හඳුනා ගෙන නොමැත. එහෙත් ප්‍රේක්ෂකත්වයෙහි මනෝභාවාත්මක තත්ත්ව පිළිබඳ සාක්ෂරතාව (Emotional literacy) නූතන සහ නව මාධ්‍ය තුළ පැහැදිලි වේ. එහෙත් මෙම සියලු සමාජ සෞන්දර්යාත්මක දෑ ආචාරධර්මීය සන්දර්භයකට අනුගත විය යුතු ය. මානව වර්ගයෙහි උදාරත්වය පැහැදිලි වන්නේ සදාචාරාත්මක රාමුව (Moral framework) තුළ ය. ආචාර ධර්ම සහ මනෝ භාවාත්මක ස්වරූප එකිනෙකින් වියුක්ත කොට මානව, මනෝ ගතික, මනෝ භාවාත්මක සහ සදාචාරාත්මක තත්ත්ව පිළිබඳ සාකච්ඡා කළ නොහැකිය. මාධ්‍ය ආචාරධර්ම (Media ethics) යනු ප්‍රායෝගික ආචාර ධර්මවල (Applied ethics) ප්‍රධාන කොටසකි. මාධ්‍යකරුවා ඉදිරියේ ඇති ප්‍රධාන අභියෝගය ආචාර ධර්ම වන අතර එය යුද්ධය පිළිබඳ ජනමාධ්‍ය තුළින් ද පැහැදිලි වේ. ජනමාධ්‍යවේදියා යනු චිත්තාකර්ෂණීය ප්‍රායෝගික වෘත්තිකයෙකි. වෘත්තීයත්වය යනු කෙටි කාලීනව නිර්මාණය කර ගත්තක් නොව දිගු කාලීන මනෝභාවාත්මක තත්ත්වයන්ගේ (State of mindfulness) ප්‍රතිඵලයකි. මාධ්‍යවේදියාගේ කාර්යභාරය යනු වගකීම් සහගත එකකි. ඔහු පිළිබඳ සමාජ බලාපොරොත්තුව ඉතා ප්‍රබල ය.

ආචාර ධර්ම නිරන්තර බද්ධ වන්නේ නිවැරදි, සාධාරණ, අපක්ෂපාතී, යුතුකම් ඉටු කරන, වගකීම් සහිත ක්‍රමවේද සමඟ ය. මෙය දිගු කාලීන සමාජ සම්ප්‍රදායානුගත ක්‍රියාවලියකි. හිපොක්‍රටික්ගේ දිවුරුම (Hippocratic oath) තුළ සඳහන් වන්නේ ද යම් ක්‍රියාවකින් සමාජයට හානි සිදු නොවිය යුතු බවකි. මෙලෙස ජනමාධ්‍යවේදියා තුළින් ද සමාජ හානිය අවම විය යුතු (Minimize Harm) අතර ප්‍රවෘත්ති ආවරණය තුළින් ද බලපෑමට ලක් වන්නන් පිළිබඳව සිතිය යුතු වේ. මාධ්‍යවේදීන් සමාජ ගැටලු පිළිබඳ සත්‍ය සෙවීමට, නිදහස් ලෙස ක්‍රියාත්මක වීමට සහ මහජන සේවය සඳහා ආචාර ධර්මීයව බැඳී පවතී.

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම බිහිවීම

ජනමාධ්‍යවේදියාට සිය සමාජ වගකීම අමතක කර කටයුතු කළ නොහැකි වේ. එහෙත් ගෝලීයකරණ සංකල්පය දී මාධ්‍යවේදියා සිය සමාජ වගකීම් ඒ ආකාරයෙන්ම ඉටු කරනවා ද යන්න ගැටලුවකි. ගෝලීයකරණ ක්‍රියාවලිය වර්ධනයත් සමග ජනමාධ්‍යය ද විවෘත ආර්ථිකයේ කොටසක් බවට පත් වී ඇති බැවින් එහි වගකීම සහ වගවීම පිළිබඳ එතරම් තැකීමක් නොකරන බව ද හඳුනාගත හැකි ය. මේ තත්ත්වය හමුවේ ජනමාධ්‍යවේදියා මඟින් කටයුතු කරන්නේ සිය මාධ්‍ය නිදහස පිළිබඳව පවතින සීමා ඉක්මවමින් බව ඇතැම් අවස්ථා මඟින් පැහැදිලි වේ. සෙසු මාධ්‍යයන්ට සාපේක්ෂව රූපවාහිනිය සිය ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ දී ආචාර ධර්ම කෙරෙහි වඩාත් සැලකිලිමත් විය යුතු ය. මන්දයත් වර්තමාන පසුබිම යටතේ රූපවාහිනිය ගෘහස්ථ මාධ්‍යයක් තෙක් පරිවර්තනය වී ඇති හෙයිනි. එවැනි තත්ත්වයක් යටතේ රූපවාහිනිය වැනි මාධ්‍යයකට සමාජය කෙරෙහි දැඩි බලපෑමක් සිදු කළ හැකි වේ. රූපවාහිනි ප්‍රවෘත්ති විකාශ මඟින් මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම කෙරෙහි සැලකිලිමත් නොවන්නේ නම් එමඟින් සමාජය කෙරෙහි අයහපත් බලපෑමක් වුව ද එල්ල කළ හැකි වේ. රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ දී ප්‍රමුඛ වන්නේ රූප මාධ්‍යයයි. රූපය මඟින් ග්‍රාහක සමාජය ආමන්ත්‍රණය කරන බැවින් රූපවාහිනියෙ දී රූපය වචනය බවට පත් වෙයි. විශේෂයෙන්ම රූපය ග්‍රාහක මනසේ ප්‍රබල අන්දමින් බලපෑම් කරනු ලබන බැවින් රූපවාහිනිය ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ දී රූප සංස්කරණය හා සම්බන්ධව මනාව ආචාරධර්මීය ක්‍රියාපිළිවෙතක් මත පිහිටා වාර්තාකරණය සිදු කළ යුතු වේ. රූපවාහිනී වාර්තාකරණයේ දී ආචාර ධර්මීය ක්‍රියාපිළිවෙතක් වඩාත් වැදගත් වන්නේ දෘශ්‍යමය වශයෙන් පුද්ගලයාගේ අවධානය දිනා ගැනීම හේතුවෙනි. එමෙන්ම බහුවිධ ජනයා ප්‍රවෘත්ති කෙරෙහි නැඹුරු වී සිටින බැවින් එහිදී යොදා ගනු ලබන ආචාර ධර්ම ඉතා වැදගත් වේ. එසේම ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ දී සමාජයට සිදුවන යහපත සහ අයහපත වශයෙන් වන බලපෑම් දෙකක් හඳුනාගත හැකිවේ. මාධ්‍ය ආචාර ධර්මවලට පිටුපාමින් මාධ්‍ය ආචාරධර්ම උල්ලංඝණය වන සේ සිදුකරන ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණ මඟින් සමාජයට සිදුවන යහපත් බලපෑමට වඩා අයහපත් බලපෑම ප්‍රමාණාත්මකව වැඩිවන බව තහවුරු වී තිබේ. එබැවින් රූපවාහිනිය වාර්තාකරණයේ දී මාධ්‍ය ආචාර ධර්මවල උපයෝගීතාව වඩාත් වැදගත් වෙයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ උත්තරීතර නීතිය ලෙසින් හඳුන්වන 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ 14 (1)(අ) යටතේ දක්වා ඇති ප්‍රකාශන නිදහස තුළත්, 15 (1) (ඊ) සහ 15 (2) (වී) වගන්ති තුළින් දක්වා ඇති ව්‍යතිරේඛයන් තුළ ද ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනත, ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථා පනත, පුවත්පත් මණ්ඩල පනත, අසභ්‍ය ප්‍රකාශන ආඥා පනත, මුද්‍රණාල ආඥා පනත, ප්‍රසිද්ධ රැඟුම් පාලක ආඥා පනත ආදිය තුළින්ද ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ ජාත්‍යන්තර සම්මේලනය, ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය, වෘත්තීය ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ සංගමය, මාධ්‍ය සන්ධානය ආදී විවිධ සංගමයන් හඳුන්වා දුන් ආචාරධර්ම තුළින් ද මාධ්‍ය ආචාරධර්ම ස්වරූපයන් හඳුනාගත හැකි ය.

1982 අංක 06 දරණ ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනත මඟින් ජාතික රූපවාහිනිය පිහිටුවීමට අදාළ අණ පනත් සහ විධි නියම පනවනු ලැබූ අතර, එම රූපවාහිනී සංස්ථා පනතෙහි 7 (1) සහ 7 (2) යන වගන්ති වලින් ද පනතෙහි දෙවන කොටසේ 28 වන වගන්තිය මඟින් ද හඳුන්වා දී ඇති නිර්ණායක තුළින් සහ ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාවේ වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය පිළිබඳ ප්‍රමිතිය සහ තත්ත්ව පාලන ස්වභාවයන් ලෙස දක්වා ඇති කරුණු ද ළමයින් පිළිබඳ දැන්වීම් පළකිරීමේ දී අනුගමනය කළ යුතු නිර්ණායක ද රූපවාහිනී ආචාර ධර්ම ලෙස විග්‍රහයට බඳුන් කළ හැකිය.

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම වඩාත් විධිමත්ව ගොඩනැඟී ඇත්තේ පුවත්පත හා සම්බන්ධව ය. ශ්‍රී ලංකා වෘත්තීය පත්‍ර කලාවේදීන්ගේ සංගමය, ශ්‍රී ලංකා දෙමළ මාධ්‍ය සංසදය, ශ්‍රී ලංකා මුස්ලිම් මාධ්‍ය සංසදය, නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය ආදී මාධ්‍ය සංගම් ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ ජාත්‍යන්තර සම්මේලනය විසින් හඳුන්වා දෙන ලද ජනමාධ්‍යවේදී චර්යාව පිළිබඳ ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශය අනුව යමින් ආචාර ධර්ම ගොඩනගා තිබේ.

1973 අංක 5 දරණ ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල පනතෙහි 30 (1) (අ) වගන්තිය යටතේ පුවත්පත් කලාවේදීනට ආචාර ධර්ම සංග්‍රහයක් නියම කරමින් ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය විසින් සම්පාදනය කර එම පනතෙහි 30 (2) වගන්තිය යටතේ පාර්ලිමේන්තුව විසින් අනුමත කරන ලද රීතිය ඔස්සේ නිර්මාණය වූ ආචාර ධර්ම මාලාව ද හඳුනාගත හැකිය. මෙම රීති 1961 පුවත්පත් මණ්ඩල (පත්‍ර කලාවේදීන් සඳහා ආචාර ධර්ම සංග්‍රහය) රීති යනුවෙන් හඳුන්වනු ලැබේ. ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්ම

පිළිබඳව සලකා බැලීමේදී ජනමාධ්‍ය හා තොරතුරු අමාත්‍යාංශය විසින් 2008 වර්ෂයේදී හඳුන්වා දෙන ලද ජාතික මාධ්‍යය ප්‍රතිපත්තියේ සඳහන් කරුණු කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කළ හැකිය.

සමාලෝචනය

ජනමාධ්‍යවේදී වෘත්තීය තුළ මාධ්‍ය ආචාර ධර්මයන් භාවිතය ඉතා වැදගත් කොට සලකනු ලබයි. අන් සෑම වෘත්තියක් මෙන්ම ජනමාධ්‍යවේදීන්ට ද සදාචාරාත්මක රාමුවක් පවතින අතර වෘත්තීයකට වඩා ජනමාධ්‍යවේදියෙකු සතුව ඇති සමාජ වගකීම වැඩි ය. ජනමාධ්‍යවේදීන්ට පමණක් නොව අන් සෑම වෘත්තියකට ම එය එසේමය. වෘත්තීය වලංගුභාවය, වෘත්තීය වගකීම හා වෘත්තිය වටිනාකම සහිතව ක්ෂේත්‍රයේ නියැළිය යුතු ය. මෙහිදී වෘත්තිය ආචාර ධර්ම පිළිපැදීම ජනමාධ්‍යවේදීන් වෙත අන් කිසිදු වෘත්තියකට නොමැති තරම් සුවිශාල වගකීමක් පවතින අතර එයට හේතුව වන්නේ ජනතාව වැඩි වශයෙන් සමීප වීම හා සමාජයට වැඩි වශයෙන් බලපෑම් එල්ල කිරීමට හැකියාව මෙන්ම විශාල සමූහයකට එකවර ආමන්ත්‍රණය හැකි එකම වෘත්තීය වීමයි.

විමර්ශිත ග්‍රන්ථ

රාජපක්ෂ, විජයදාස. (2000). *මාධ්‍ය නිදහස සහ වගකීම.* කොළඹ 10. රත්න පොත් ප්‍රකාශකයෝ.

සේනාරත්න, තුසිත. (2013) *රූපවාහිනී සන්නිවේදනය.* කොළඹ 02. සී/ස ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ (පුද්.) සමාගම.