ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය - කෙටුම්පත

2024 ජූලි 18 සංස්කරණය - සිංහල අනුවාදය

මෙම ප්‍රතිපත්ති කෙටුම්පත සම්පාදනය කිරීම සඳහා ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් පහසුකම් සලසන ලද අතර (facilitated), ඒ පිළිබඳ සියළුම තීරණ ගනු ලැබුවේ ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් 2023 මැයි මාසයේ පත් කරන ලද සහ එතැන් පටන් කැඳවන ලද බහුපාර්ශ්වික මෙහෙයුම් කමිටුවේ සාමාජිකයින් විසිනි. එම කමිටුවට අදාළ රාජ්‍ය අංශයේ ආයතන සහ ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදය, ශ්‍රී ලංකා විකාශකයන්ගේ සංසදය, නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය යන ආයතනවලින් නිර්දේශිත ජ්‍යෙෂ්ඨ නියෝජිතයින් මෙන්ම මාධ්‍ය අධ්‍යාපනයේ හා පර්යේෂණයේ නිරත විද්වතුන් ද අයත් විය.

2023 මැයි මස සිට දෙසැම්බර් දක්වා කමිටුව අට වරක් රැස් වූ අතර, 2023 සැප්තැම්බර් සිට නොවැම්බර් චකවානුවේ ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට අදාළ විවිධ පාර්ශ්වකරුවන්ගේ අදහස් විමසීමේ රැස්වීම් (consultative meetings) හතක් පවත්වන ලදී. (මේවායේ විස්තර ඇමුණුම් 1 සහ 2 තුළ අඩංගුය.) මෙහෙයුම් කමිටුව විසින් අනුමත කරන ලද කෙටුම්පත (zero draft), 2024 ජනවාරියේ ජාතික සැලසුම් දෙපාර්තමේන්තුව (NPD) වෙත යවන ලද අතර, ඔවුන්ගේ නිරීක්ෂණ සහ නිර්දේශ 2024 මැයි මාසයේ ලැබුණි. ඒ අනුව, සියලු ජාතික ප්‍රතිපත්ති සඳහා නිර්දේශිත ආකෘතියට (format) කෙටුම්පත යළි සකස් කරන ලදී (අන්තර්ගතයේ වෙනසක් නොවීය). 2024 ජූලි 18 දින දරන එම ඉංග්‍රීසි මුල් කෙටුම්පතේ අනුවාදයකි, මෙය.

මෙම ප්‍රතිපත්ති කෙටුම් පත සම්පාදනයේදී UNESCO ආයතනය විසින් ඒ පිළිබඳව පල කර තිබෙන විශ්ලේෂණ සහ නිර්දේශ විශේෂයෙන් සැළකිල්ලට ගන්නා ලදී. ආයතනගත ජනමාධ්‍ය සහ වෙබ්ගත අන්තර්ගතය නිර්මාණය කරන පුද්ගලයන් (online content creators) යන දෙපිරිසම නූතන ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවලින් ආවරණය විය යුතු බව UNESCO නිර්දේශයයි.

දැක්ම (Vision)

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය, සංවර්ධනයේ මානතාව සහ සමාජීය යුක්තිය අභිවර්ධනයෙහිලා ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය බහුත්වවාදී විශ්වසනීය මෙන්ම වගවන බවට පත්වීම

මෙහෙවර (Mission)

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියේ මෙහෙවර වන්නේ මාධ්‍ය සංවිධානවලට, මාධ්‍යවේදීන්ට සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය අන්තර්ගත නිර්මාණකරුවන්ට සිය වෘත්තීයභාවය ඉහළ නැංවීමටත්, සුරක්ෂිත සහ වගවීමෙන් යුක්ත රාමුවක් තුළ පොදු උන්නතිය වෙනුවෙන් ක්‍රියා කිරීමටත් හැකි වන ප්‍රශස්ත පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීමයි.

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය - කෙටුම්පත

2024 ජුලි 18 සංස්කරණය

1. ප්‍රතිපත්ති නාමය

2. බලාත්මක වන දිනය

3. හැඳින්වීම
   - 3.1 පසුබිම
   - 3.2 ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක අවශ්‍යතාව
   - 3.3 අරමුණු සහ සන්දර්භය
   - 3.4 තාර්කික පදනම

4. ප්‍රතිපත්තියේ අභිමතාර්ථ (Policy Objectives)

5. ප්‍රතිපත්තියේ සිද්ධාන්ත (Policy Principles)

6. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන (Policy Statements)

7. ප්‍රතිපත්තියේ අදාලත්වය සහ විෂය පථය (Applicability and Scope)

8. ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීම
   - 8.1 ක්‍රමෝපායයන් (Implementation strategies)
   - 8.2 වගකීම සහ අධිකාරිය
   - 8.3 අධීක්ෂණය සහ ඇගයුම

9. සමාප්තිය

ඇමුණුම 1: ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කමිටුවේ සාමාජිකයන් සහ ඔවුන් රැස් වූ දින

ඇමුණුම 2: ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය කෙටුම්පත් කිරීමේදී අනුගමනය කරන ලද අදහස් විමසීමේ ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ සටහන

ඇමුණුම 3: ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

1. ප්‍රතිපත්ති නාමය

මෙම ප්‍රතිපත්තිය, ශ්‍රී ලංකා ප්‍රජාතාන්ත්‍රික සමාජවාදී ජනරජයේ ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය යන නාමයෙන් හැඳින්වෙනු ඇත.

2. බලාත්මක වන දිනය

කැබිනට් අමාත්‍ය මණ්ඩලය විසින් අනුමත කරනදින පටන්, මෙම ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය බලාත්මක වනු ඇත. [අපේක්ෂිත බලාත්මක වන දිනයයි].

මෙම ප්‍රතිපත්තිය වසර තුනකට (3) වරක් සමාලෝචනයට පත්ව, සුදුසු යාවත්කාලීන කිරීම් සිදු කිරීමට යටත් වන පරිදි, ඉදිරි වසර දහයක (10) කාලයක් සඳහා බලපැවැත්වෙනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ.

3. හැඳින්වීම

3.1 පසුබිම

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජවල මූලික ලක්ෂණයක් වන්නේ නිදහස්, බහුත්වවාදී සහ ස්වාධීන ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වීමයි. මානව නිදහස, ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලනය, සමානාත්මතාව මත පදනම් වූ සංවර්ධනය සහ සමාජ සාධාරණත්වය තහවුරු කර ගැනීමට ශක්තිමත් වූද, වගකීමෙන් ක්‍රියා කරන්නා වූද ජනමාධ්‍ය අත්‍යවශ්‍ය වෙයි.

ප්‍රශස්ත ආණ්ඩුකරණය උදෙසා, ස්වාධීන, නිදහස් සහ බහුත්ව මාධ්‍ය අත්‍යවශ්‍ය වන්නේ එමගින් පාරදෘශ්‍යතාව, වගවීම සහ නීතියේ ආධිපත්‍යය සහතික කරන බැවිනි. එසේම, එවන් මාධ්‍යකරණයක් සමාජයේ විවෘත සංවාද හා දේශපාලන කතිකා ප්‍රවර්ධනය කිරීමටත්, එතුලින් දරිද්‍රතාවට එරෙහි සටහනට දායක වීමටත් හැකි බැවිනි.

මාධ්‍ය නිදහස යනු මහජන සුභසිද්ධියට අදාළ කාරණා පිළිබඳව නිදහසේ වාර්තා කිරීමට මාධ්‍යවේදීන්ට ඇති අවකාශය හා හැකියාවයි. මාධ්‍ය නිදහසට සංකල්පීය පදනම සැපයෙන්නේ, භාෂණයේ නිදහසට ඇති අයිතිය සහ තොරතුරු දැනගැනීමට ඇති අයිතියෙනි.

ශ්‍රී ලංකාවේ ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් පහත දැක්වෙන පරිදි මෙකී අයිතීන් දෙකම සහතික කර දී ඇත.

- 14 වැනි ව්‍යවස්ථාව (1)(අ) තුළින්, ප්‍රකාශනය ඇතුළුව භාෂණයේ නිදහසත්, අදහස් පළ කිරීමේ නිදහසත් ආවරණය වේ.
- 14 වැනි ව්‍යවස්ථාවේ (අ) මගින් තොරතුරු ලබා ගැනීම විමසා බැලීමේ අයිතිය තහවුරු කෙරේ.

ශ්‍රී ලංකා රාජ්‍යය අත්සන් කොට සහ අපරානුමත කර තිබෙන ජාත්‍යන්තර මානව හිමිකම් ගිවිසුම් තුළත් ඉහත කී මූලික අයිතිවාසිකම් ද්විත්වය සුරක්ෂිත කර තිබේ.

තවද, ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ 15(2) වැනි ව්‍යවස්ථාව මගින් භාෂණයේ නිදහසට ඇති අයිතිය කෙරෙහි එක්තරා සීමා කිරීම් කිහිපයක් නිර්වචනය කර දෙයි. මූලික අයිතිවාසිකම භුක්ති විඳිය හැක්කේ ද, ක්‍රියාත්මක විය හැක්කේ ද, වාර්ගික හා ආගමික සහයෝගිතාව තහවුරු කිරීම සඳහා හෝ පාර්ලිමේන්තු වරප්‍රසාද, අධිකරණයට අපහාස කිරීම, අපහාසය හෝ වරදකට පෙළඹවීම හා සම්බන්ධව නීතියෙන් නියම කරනු ලැබිය හැකි සීමා කිරීම්වලට යටත්වය. මෙයින් ගම්‍ය වන්නේ, භාෂණයේ නිදහස භුක්ති විඳිය යුත්තේ ඊට ප්‍රමාණවත් සමාජීය වගකීමක්ද දරාගෙන බවයි.

භාෂණයේ නිදහස සහ තොරතුරුවලට ප්‍රවේශවීමේ අයිතිය අවසානයේදී පුරවැසියා බලගන්වයි. මෙහිදී බලගැන්වීම යනු පුරවැසියාට තම ජීවිතය කෙරෙහි වඩා ඉහළ පාලනයක් සපයා ගැනීමෙහිලා උපකාරී වන බහුමානීය සමාජීය සහ දේශපාලනික ක්‍රියාවලියකි.

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

3.2 ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක අවශ්‍යතාව

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් යනු මාධ්‍ය නිදහස ද ඇතුලු භාෂණයේ නිදහසට ඇති මූලික අයිතිය එක් පසෙකින්ද, මාධ්‍යයේ වගකීම, වගවීම සහ මහජන සුභසිද්ධිය රැක ගැනීමේ අවශ්‍යතාව අනෙක් පසින්ද තුලනය කර ගැනීමට රටකට මග පෙන්වන ඉහළ මට්ටමේ සංකල්පීය රාමුවයි.

මනාව සැකසූ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියකින් මාධ්‍ය බහුත්වවාදය (media pluralism) ප්‍රවර්ධනය කිරීම තුලින් මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය තුළ විවිධ මත ප්‍රකාශ වීමත්, විවිධ පැතිකඩ නිරාවරණය වීමත් ඉටු වේ. පුළුල් පරාසයක විහිදුණු තොරතුරු සහ මත දැන ගැනීමේ අවස්ථා මාධ්‍ය ප්‍රේක්ෂකයින්ට විවර කර ගැනීමට හැකි වන බැවින්, මාධ්‍ය බහුත්වවාදය සහ මාධ්‍ය විවිධතාව, පැහැබර ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී වාතාවරණයක අත්‍යවශ්‍ය සාධකයකි.

මෙතෙක් ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් නොමැතිවීම, මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ ඉදිරි ගමන සහ පරිනාමය මන්දගාමී වීමටත්, තාක්ෂණයේ, ජන විකාශයේ සහ වෙළඳපොලේ වෙනස්වීම්වලට නිසි කලට අනුගත වීමට මාධ්‍ය කර්මාන්තයට ඇති හැකියාව සීමා වීමටත් හේතු වී තිබුණි. එසේම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති රාමුවක් නොමැති බව නිසා ආචාර ධාර්මික ප්‍රවෘත්ති කලාව, ගුණාත්මක බවකින් යුතු විනෝදාස්වාදය සැපයීම සහ සමාජයට වග කියන දැන්වීම්කරණය යන මාධ්‍යකරණයේ පැතිකඩ සියල්ලේම ඉහළ මට්ටමේ වෘත්තීය භාවයක් සාක්ෂාත් කර ගැනීම දුෂ්කර වී තිබේ.

3.3 අරමුණු සහ සන්දර්භය

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියකට, භාෂණයේ නිදහස දෙයාකාරයකින් ප්‍රවර්ධනය කළ හැකිය.

- පළමුව, ස්වාධීන සහ බහුත්ව මාධ්‍යයක මනා පැවැත්ම සාක්ෂාත් කිරීමෙහිලා අවශ්‍ය නීතිමය රැකවරණවල සීමා නිර්ණය කිරීමට, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියට හැකි වේ. මේ හරහා මහජන සුභසිද්ධිය තකා, ජනමාධ්‍යවේදීන්ට තම වෘත්තිය නියමාකාරයෙන් කර ගෙන යාමට ඇති අයිතිය රාජ්‍යය සහ සමාජයේ අනෙකුත් අංශ විසින් පැහැදිලිවම පිළිගනු ලබයි.

- දෙවනුව, නියාමන අවශ්‍යතා සහ ආචාර ධර්ම ප්‍රමිතිවලට අනුගතව කටයුතු කිරීමේදී මාධ්‍ය වෘත්තිකයින්ගේ සහ ඔවුන්ගේ ආයතනවල වගකීම් කවරේදැයි මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියට පැහැදිලි කර දිය හැකිය.

මෙම ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සම්පාදනය කර ඇත්තේ සමස්ත සමාජීය ප්‍රවේශයකිනි (whole-of-society approach). මෙයට හේතුව මාධ්‍ය යනු, බහුවිධ පාර්ශ්වකරුවන්ගෙන් සමන්විත ප්‍රපංචයක් බැවිනි. රාජ්‍යය, පෞද්ගලික අංශය, මාධ්‍ය වෘත්තිකයින්, මාධ්‍ය පර්යේෂකයන් සහ මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන් යන සැවොම මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ නෛසර්ගික පාර්ශ්වකරුවන් වෙති. එම නිසා මෙම ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ආකෘතිගත කර ඇත්තේ හුදෙක් රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් ලෙසින් නොව, සකලවිධ පංගුකාර පාර්ශ්වයන් සියල්ලන්ගේම අභිවෘද්ධිය සැලකිල්ලට ගනිමිනි.

ශ්‍රී ලංකාවේ රාජ්‍යය, මාධ්‍ය අරභයා එක විට භූමිකා ගණනාවක් ඉටු කරයි. එය ඇතැම් මාධ්‍ය ආයතනවල හිමිකාරිත්වය සහ කළමනාකාරිත්වය දරයි. මාධ්‍යවලට දැන්වීම් සපයන ප්‍රමුඛ දැන්වීම් ප්‍රභවයක් වෙයි. සමස්ත මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ නියාමන වගකීම ද උසුලයි. ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය මේ බහුවිධ භූමිකා සැලකිල්ලට ගනී. එසේම පෞද්ගලික මාධ්‍ය හිමිකරුවන්, මාධ්‍ය දැන්වීම්කරුවන්, මාධ්‍ය ගුරුවරුන් සහ පර්යේෂකයින්, වෙබ්ගත අන්තර්ගත නිර්මාපකයින් මෙන්ම මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින් යන සෙසු පංගුකාර පාර්ශ්වයන්හි අයිතීන් සහ වගකීම් ද මෙකී ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය විසින් පිළිගැනීමට ලක් කරයි.

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

3.4 තාර්කික පදනම

පෙර සඳහන් පරිදි, සියළු පුරවැසියන් හට තම භාෂණයේ නිදහසට ඇති අයිතිය සහ තොරතුරු දැන ගැනීමට ඇති අයිතිය රටේ උත්තරීතර නීතිය වන ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් පැහැදිලිව සහතික කොට ඇතත්, රටේ වෙනත් නීති සහ නියාමන විසින් එම අයිතීන් නිසි ලෙස ක්‍රියාත්මක වීම ඇතැම් අවස්ථාවල අඩාල කරයි.

මෙයට හේතුව භාෂණය, ප්‍රකාශනය සහ මාධ්‍ය සඳහා අදාළ නීති සහ නියාමන ඓතිහාසිකව ගොඩනැගී ඇත්තේ සියවස් දෙකක පමණ කාලයක් ඔස්සේ, විවිධ පාලන තන්ත්‍රයන් යටතේ බැවිනි. මෙකී වකවානුවේ බහුතර කාල පරාසයක් ඔස්සේ මතුව ආ විවිධ අවශ්‍යතා සහ අභියෝග හමුවේ විවිධ රජයන් විසින් ප්‍රතිචාර දක්වන ලද්දේ, ඒ අවස්ථාවට සහ සන්දර්භයට ගැලපෙන පරිදි කෙටි කාලීන දැක්මක් තුළ මිස දිගු කාලීන ප්‍රතිපත්තිමය චින්තනයක් මත පදනම් වී නොවේ. මේ නිසා ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ අදාළ මූලික අයිතිවාසිකම්වලට අනුගත නොවන හෝ පරස්පර විරෝධී ඇතැම් නීති නියාමන රටේ සමස්ත නීති පද්ධතිය තුළ තවමත් ශේෂ වී තිබේ.

එබැවින්, මෙම ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියේ තාර්කික ප්‍රවේශය වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ බහුත්වවාදී, ශක්තිමත් සහ වගවීමෙන් යුතු මාධ්‍ය කර්මාන්තයක් සහ මාධ්‍ය වෘත්තියක් බිහි කර ගැනීමට සහ තිරසාර කර ගැනීමට අවශ්‍ය සංකල්පීය රාමුව සහ නිල සහතික කිරීම ලබා දීමයි. මෙහි යෝජිත ප්‍රතිපත්ති රාමුව ක්‍රියාත්මක වීම ඇරඹුණු පසු, භාෂණයට, ප්‍රකාශනයට සහ මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයට අදාළ සියලුම නීති සහ නියාමන යළි සමාලෝචනය කිරීමට සහ අවශ්‍ය පරිදි සංශෝධනය කිරීමට මෙහි අඩංගු මූලධර්ම හා විශ්ලේෂණ ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇත.

4. ප්‍රතිපත්තියේ අභිමතාර්ථ (Policy Objectives)

ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයින් විසින් සාක්ෂාත් කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන පුළුල් ප්‍රතිඵල ප්‍රතිපත්ති අරමුණු (policy objectives) වේ. ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය පහත සඳහන් ප්‍රතිපත්ති අරමුණු හඳුනා ගනී.

<u>පළමු අභිමතාර්ථය:</u>
ශ්‍රී ලංකා ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් ස්ථාපිත කරන ලද සහ ශ්‍රී ලංකා රාජ්‍යය බැඳී තිබෙන ජාත්‍යන්තර මානව හිමිකම් සම්මුතිවලින්ද පිළිගෙන ඇති භාෂණයේ නිදහසේ අයිතිය සහ තොරතුරු සපයා ගැනීමට ප්‍රවිෂ්ට වීමේ අයිතිය, සුරකිමින් ප්‍රවර්ධනය කිරීම

<u>දෙවන අභිමතාර්ථය:</u>
මහජන සුභසිද්ධියට කැප වන්නා වූ ස්වාධීන මාධ්‍යකරණයකට ඇති නිදහස සුරකිමින් හා පෝෂණය කරමින්ද, ජනමාධ්‍යවේදීන්ට ආචාර ධාර්මිකව, වගවීමෙන් යුතුව සහ සිය කර්තෘ මණ්ඩල ස්වාධීනත්වය හෙවත් සංලේඛ්‍ය නිදහස (editorial independence) රැක ගනිමින් සිය කාර්ය කර ගෙන යාමට උදව් සැපයීම.

තෙවන අභිමතාර්ථය:

ස්වාධීන සහ ශක්තිමත් මාධ්‍ය පරිසර පද්ධතියක් බිහි කර ගැනීම සඳහා ඉතා වැදගත් සාධක දෙකක් වන මාධ්‍ය බහුත්වවාදය සහ මාධ්‍ය විවිධත්වය ප්‍රවර්ධනය කිරීම මගින් හැකි තාක් පුළුල් වූද ගැඹුරු වූද මාධ්‍ය අන්තර්ගතය ජනනය කිරීමට උපකාර වීම.

සිවු වන අභිමතාර්ථය:

කවරාකාරයක හෝ ශාරීරික, ලිංගික, මනෝ සමාජීය, නෛතික හෝ වෙබ්ගත හිංසන කිසිවකින් තොර වූ හිතකර පරිසරයක, තම වෘත්තීයමය ක්‍රියාකාරකම් කර ගෙන යෑමට සුරක්ෂිත වූ සේවා වාතාවරණයක් ජනමාධ්‍යවේදීන්ට, සෙසු මාධ්‍ය සේවකයින්ට මෙන්ම වෙබ්ගත අන්තර්ගත නිර්මාපකයින්ට සියලු දෙනාටම ද සලසා දීම

පස් වන අභිමතාර්ථය:

ජනමාධ්‍යවේදීන්ට සහ මාධ්‍ය ආයතනවල සේවයේ නියුතු මාධ්‍ය සේවකයින්ට, බිම මට්ටමේ සිට වාර්තාකරණයේ යෙදෙන ප්‍රාදේශීය මාධ්‍යවේදීන් සහ තනි ආයතනයකට නොබැඳී ස්වාධීන මාධ්‍යවේදීන් (freelancers) වශයෙන් වාර්තාකරණයේ යෙදෙන සෑම අයෙකුටම වඩා හොඳ සේවා තත්ත්වයන් ප්‍රවර්ධනය කිරීම තුළින් මෙකී සියළු දෙනාගේ සේවක අයිතිවාසිකම් සහතික කර දීම

හය වන අභිමතාර්ථය:

මාධ්‍ය ආයතනයන්හි ස්ත්‍රී පුරුෂ දෙපාර්ශ්වයට සම සේ සලකන, කාන්තාවන්ට අඩු සැලකිලි නොදක්වන, ස්ත්‍රී පුරුෂ සමානාත්මතා (gender equality) තහවුරු කරන වාතාවරණයක් ඔස්සේ සියළුම මාධ්‍ය වෘත්තිකයින් හට වඩා හිතකර සේවා වාතාවරණයක් ලබා දීම

හත් වන අභිමතාර්ථය:

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ මනා පාලනය (media sector governance) සඳහා බහු පාර්ශ්ව ප්‍රවේශයක් (multi-stakeholder approach) ප්‍රවර්ධනය කිරීම (එනම් රාජ්‍යය, මාධ්‍ය කර්මාන්තය, මාධ්‍ය වෘත්තිකයන්, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනඥයින් සහ සිවිල් සමාජය සහයෝගයෙන් ප්‍රතිපත්ති, නීති සහ නියාමන සම්බන්ධයෙන් කටයුතු කරන පොදු එකඟතාවක් ගොඩනගා ගැනීම)

අට වන අභිමතාර්ථය:

භාෂණයේ නිදහසටත්, ජන මාධ්‍යයටත් බලපාන්නා වූද, එමෙන්ම මෙකී ක්ෂේත්‍රයන්හි ඉදිරි නීතිමය සහ නියාමන ක්‍රියාකාරකම්වලට අදාලව සුගම ආකෘතියක් සපයා දෙනු වස්, පවත්නා නීති සහ නියාමන සමාලෝචනය කිරීමට සහ අවශ්‍ය පරිදි සංශෝධනය කිරීමට ප්‍රතිපත්තිමය උපදෙස් සැපයීම

නව වන අභිමතාර්ථය:

පොදු මහජන දේපලක් වන විද්‍යුත් චුම්බක සංඛ්‍යාත පරාසය පාරදෘෂ්‍ය හා තාර්කික අන්දමින් කළමනාකරණය කිරීම සඳහා විද්‍යුත් මාධ්‍ය විකාශන බලපත්‍ර ලබා දීමේ කාර්ය සහ සංඛ්‍යාත අනුයුක්ත කිරීමේ ක්‍රියාවලිය වඩා විධිමත් කිරීම.

දස වන අභිමතාර්ථය:

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ඕනෑම උප ක්ෂේත්‍රයක හෝ භූගෝලීය සීමාවක හෝ මාධ්‍ය ඒකාධිකාරිත්වයක් (media monopoly) මතුවීම වළක්වා ගැනීම පිණිස සහ, විදේශිකයන් හෝ විදේශ සමාගම් විසින් ශ්‍රී ලංකා මාධ්‍ය සමාගම්වල අයිතිය දරන්නට ඇති අවකාශය නියාමනය කිරීම සඳහා, මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය පිළිබඳ පාරදෘශ්‍යතාව සහතික කිරීම

<u>එකොළොස් වන අභිමතාර්ථය:</u>
අනෙකාගේ බුද්ධිමය දේපල හිමිකමට ගරු කරන්නා වූ මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් මාධ්‍ය වෘත්තිකයින් තුළ පෝෂණය කරමින්, එයට සමාන්තරව මාධ්‍යවේදීන්ගේ සහ මාධ්‍ය ආයතනවල බුද්ධිමය දේපල හිමිකම් ද සුරක්ෂා කිරීම

<u>දොළොස් වන අභිමතාර්ථය:</u>
රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික හිමිකාරිත්වයක් දරන මාධ්‍ය මෙන්ම වෙබ්ගත ආකාරයෙන් අන්තර්ගත නිර්මාණය කරන අයගේ ද ප්‍රයෝජනය පිණිස, මහජන සුභසාධනය පෙරදැරි කර ගත් මාධ්‍ය අන්තර්ගතය වැඩියෙන් නිර්මාණය කිරීම සඳහා අරමුදල් සම්පාදනය කර දිය හැකි නවෝත්පාදිත ක්‍රම ගවේෂණය කිරීම

<u>දහතුන් වන අභිමතාර්ථය:</u>
විශ්වසනීය ප්‍රවෘත්තිකරණයක් මෙන්ම ගුණාත්මක විනෝදාස්වාදයක් සපයන මාධ්‍ය ලැබීමට මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන් සතු අයිතිය තහවුරු කරන අතර, අගතිදායක මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පිලිබඳ මහජනතාවගෙන් එල්ලවන පැමිණිලි අපක්ෂපාතව විමර්ශනය කරන දුක්ගැනවිලි යාන්ත්‍රණයක් සැකසීම ප්‍රවර්ධනය කිරීම.

<u>දාහතර වන අභිමතාර්ථය:</u>
විචාර බුද්ධියෙන් යුතුව මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පරිශීලනය කිරීමට උපකාර වන මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව (media literacy) සහ වෙබ්ගත අන්තර්ගතය සබුද්ධිකව ග්‍රහණය කිරීමට අවශ්‍ය ඩිජිටල් සාක්‍ෂරතාව (digital literacy) යන දෙකම පුරවැසියන් අතර ප්‍රවර්ධනය කිරීම.

<u>පහළොස් වන අභිමතාර්ථය:</u>
විශ්වවිද්‍යාල කේන්ද්‍රීය මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය මගින් කැරෙන න්‍යායාත්මක පුහුණු කිරීම සහ මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ ප්‍රායෝගික අවශ්‍යතා අතර දැනට පවතින පුළුල් පරතරය අවම කිරීමේ අරමුණින් විශ්වවිද්‍යාල සහ මාධ්‍ය කර්මාන්තය අතර සහයෝගිතා වැඩසටහන් ස්ථාපිත කිරීම.

<u>දහසය වන අභිමතාර්ථය:</u>
වෘත්තීය ආයතනයක් පිහිටුවීම හරහා ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍යවේදය වෘත්තියක් ලෙස පිළි ගැනීම, සහ ජාතික මිණුම් සලකුණු පද්ධතියක් (national benchmarking system) නිර්මාණය කිරීම මගින් මාධ්‍යවේදීන්ගේ සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය සේවකයින්ගේ සේවා පළපුරුද්ද සඳහා වඩාත් ඉහළ පිළිගැනීමක් ලබා දීම

5. ප්‍රතිපත්තියේ සිද්ධාන්ත (Policy Principles)

පහත සඳහන් ප්‍රතිපත්තිමය සිද්ධාන්ත (policy principles) පදනම් වී ඇත්තේ වගවීම (accountability), අභිමානය (dignity), සංවාදශීලි බව (dialogue), සාධාරණත්වය (equity), නිදහස (freedom), සමාජයේ සියලු දෙනාම සැලකිල්ලට ගැනීම (inclusiveness), විවෘත බව (openness), ආරක්ෂාව (security), ස්වයං නිර්ණය (self-determination) සහ සමාජයීය වගකීම (social responsibility) යන මූලධාර්මික වූත්, විශ්වීය වූත්, සාරධර්ම සමුදායක් මත ය.

මෙම සාරධර්ම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජවල හර පද්ධතියේ අත්‍යවශ්‍ය අංග වන අතර, මාධ්‍ය අන්තර්ගතය නිර්මාණයේදී, විකාශය කිරීමේ සහ පරිභෝජනයේදී මේ සාරධර්ම ඒ සඳහා රාමුව සලසා දිය යුතු බව මෙහිදී අවධාරණයකෙරේ.

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

අංක 163 ... මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

අංකය	ප්‍රතිපත්ති සිද්ධාන්තය
1	භාෂණ සහ ප්‍රකාශන නිදහස (Freedom of expression) යනු සියළු පුරවැසියන්ගේ අයිතියක් වන අතර, එයට කතා කිරීමේ නිදහස, ප්‍රකාශනයේ නිදහස, මාධ්‍ය නිදහස, පිළිතුරු දීමේ අයිතිය, සන්නිවේදන මාධ්‍ය වෙත ප්‍රවේශවීමේ අයිතිය, තොරතුරු දැන ගැනීමට ඇති අයිතිය සහ ප්‍රතිවිරුද්ධ අදහස් වෙතට යොමු වීමේ අයිතිය යනාදියද අඩංගු වේ.
2	නිදහස් හා විවෘත සමාජයක සක්‍රීය ලෙස සහභාගී වීමට පුරවැසියන්ට අවශ්‍ය විශ්වාසදායක තොරතුරු ලබා දීමෙන් සහ ස්වාධීන සෝදිසිකරුවෙකු (independent watchdog) ලෙස ක්‍රියා කිරීමෙන් සෞඛ්‍ය සම්පන්න සිවිල් ක්ෂේත්‍රයක් ප්‍රවර්ධනය කිරීමේදී ජනමාධ්‍යවේදය තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි.
3	ජනමාධ්‍යවේදීන්ට සහ පුවත් කාමරවලට දේශපාලනික හෝ වාණිජමය බලපෑම්වලින් තොරව කටයුතු කිරීමේ අත්‍යවශ්‍ය කොන්දේසියක් වන්නේ කර්තෘ මණ්ඩල ස්වාධීනත්වය හෙවත් සංලේඛ්‍ය නිදහස (editorial independence) වන අතර, එවිට මහජන සුභසිද්ධිය ප්‍රමුඛ කොට ගනිමින් සහ ජනමාධ්‍ය ආචාර ධර්මවලට අනුකූලව ජනමාධ්‍යකරණයේ යෙදිය හැකිය.
4	හිතකර ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයක් උදෙසා මාධ්‍ය බහුත්වවාදය (Media pluralism) අත්‍යවශ්‍ය වන අතර, එමගින් සමස්ත මාධ්‍ය අන්තර්ගතය තුළ කිසිදු තනි ව්‍යුහයක හෝ තනි මතයක හෝ පමණක් ආධිපත්‍ය පැතිරවීමට ඉඩ නොතබා, වඩා සමබර මහජන කතිකාවකට අවස්ථා උදා කර දෙයි.
5	මහජන සුභසිද්ධිය වෙනුවෙන් මාධ්‍ය වෘත්තියේ නියැලෙමින් සිටියදී, මාධ්‍යවේදීන් හට අඩන්තේට්ටම් කිරීම, සිරගත කිරීම, ප්‍රචන්ඩ ක්‍රියා කිරීම හෝ මරා දැමීම වැනි ආකාරයන්ගෙන් තර්ජනයට ලක් වන්නේ නම්, ඔවුන් භෞතිකව, නෛතිකව සහ ආයතනමය වශයෙන් රැක ගත යුතුය.
6	මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ පත්වීම් සහිතව හෝ රහිතව ක්‍රියා කරන සියලු වෘත්තිකයන්ට සාධාරණ වේතන/ගෙවීම් ලැබීමට මෙන්ම යහපත් සේවා තත්වයන් යටතේ සේවය කිරීමට අයිතිය හිමි වේ. කිසිදු ශාරීරික, ලිංගික, මනෝ සමාජීය හෝ වාචික හිංසනවලට ලක් නොවීමටත්, වෙනස් කොට සලකනු නොලැබීමටත් ඇති අයිතිය මෙයට ඇතුළත්ය.
7	මාධ්‍ය ආයතනවල වගවීම සහ සමාජයීය වගකීම සඳහා මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පිළිපැදීම අත්‍යවශ්‍ය වන අතර, අගතිදායක මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පිළිබඳ මහජන පැමිණිලි විසඳීම සඳහා ආයතනික යාන්ත්‍රණයන් ද අවශ්‍ය වේ.
8	මාධ්‍ය නිදහස වඩාත් හොඳින් සහතික කරනු ලබන්නේ පාර්ලිමේන්තු නීතියක් මගින් බලාත්මක කරන, එහෙත් සෘජු රාජ්‍ය පාලනයකට නතු නොවී මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට අදාළ බහු පාර්ශ්වකරුවන් (රාජ්‍යය, පෞද්ගලික අංශය, සිවිල් සමාජය, මාධ්‍ය වෘත්තිය සහ ශාස්ත්‍රීය ප්‍රජාව) සම්බන්ධ කර ගනිමින් ක්‍රියාත්මක කරන සහයෝගී නියාමන යාන්ත්‍රණයක් (co-regulatory mechanism) මගිනි.
9	ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ ඉදිරි නියාමන ආකෘතිය, ජාත්‍යන්තර මානව හිමිකම් ප්‍රමිතීන්ට අනුකූල විය යුතු මෙන්ම මාධ්‍යයේ ස්වාධීනත්වය හා වගවීම අතර හිතකර තුලනයක් සාක්ෂාත් කර ගත යුතුය.
10	මාධ්‍ය විවිධත්වය (media diversity) සහ බහුත්වවාදය (media pluralism) පිළිබඳ තත්ත්වයන් වඩාත් ප්‍රශස්ත කිරීමට හොඳම ප්‍රවේශය වන්නේ මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වයේ පූර්ණ විනිවිදභාවයක් අවශ්‍ය කරන ප්‍රතිපත්ති ස්ථාපිත කිරීම සහ සාධාරණ වෙළඳපල තරඟකාරිත්වයක් සහතික කිරීමයි.
11	මාධ්‍ය ව්‍යවසායකත්වයට රාජ්‍යය විසින් හොඳම සහාය ලබා දිය හැක්කේ එයට හිතකර මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති පවත්වා ගැනීම සහ මාධ්‍ය නවෝත්පාදනයට ඉඩ අහුරන බාධක ඉවත් කිරීම හරහා මාධ්‍ය සමාගම් සියල්ලට සම බිමක් (level playing field) නිර්මාණය කිරීම මගිනි.

අංකය	ප්‍රතිපත්ති සිද්ධාන්තය
12	පොදු උන්නතිය සඳහා වන ප්‍රවෘත්තිකරණය සහ මාධ්‍යවේදය පැවැත්ම සඳහා මහජන සහාය අවශ්‍ය වේ. මෙය සාක්ෂාත් කරගත හැක්කේ මාධ්‍ය කර්මාන්තයට පරිබාහිර මූලාශ්‍රවලින් අමතර අරමුදල් රැස් කර, ඒවා සාධාරණ වූත් සම වූත් ආකාරයකින් බෙදා හැරීම තුළිනි.
13	මාධ්‍ය කෙරෙහි මහජන විශ්වාසය ශක්තිමත් කිරීම මාධ්‍යයේ අනාගත පැවැත්ම සඳහා අත්‍යවශ්‍යය. ඒ සඳහා ආචාර ධාර්මික ප්‍රවෘත්ති කලාව, සැම විටම වග වීමෙන් ක්‍රියා කරන මාධ්‍ය ආයතන සහ ඉහළ වෘත්තීයභාවයෙන් යුතු මාධ්‍යවේදීන් යන සාධක සියල්ල අවශ්‍ය වේ.
14	විද්‍යුත් චුම්භක වර්ණාවලිය (electro-magnetic spectrum) යනු පොදු දේපළක් වන අතර, සීමිත සම්පතකි. එය විදුලි සංදේශ සේවා, විද්‍යුත් මාධ්‍ය විකාශන, හදිසි ආපදා සන්නිවේදන සහ අනෙකුත් අවශ්‍යතා සඳහා ප්‍රශස්ත ලෙස සහ විනිවිදභාවයෙන් කළමනාකරණය කළ යුතුය.
15	මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ අභිවෘද්ධිය සඳහා එමගින් ජනනය වන බුද්ධිමය දේපළ හොඳින් ආරක්ෂා කිරීම අවශ්‍ය වන අතර, එයට සමාන්තරව මාධ්‍ය වෘත්තිකයන් සෙසු අයගේ බුද්ධිමය අයිතිය හොඳින් ගරු කළ යුතුය.
16	සාධාරණ, දැනුවත් සහ වගකිවයුතු මාධ්‍ය පරිසරයක් සහතික කිරීම සඳහා මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන්ගේ අයිතිවාසිකම් ආරක්ෂා කිරීම ඉතා වැදගත් වේ.
17	මාධ්‍ය අන්තර්ගතය විචාරශීලීව පරිභෝජනය කිරීමට සහ පරිශීලකයන් ජනනය කරන අන්තර්ගතය (user-generated content) වගකීමෙන් යුතුව නිර්මාණය කිරීමට මාධ්‍ය සහ තොරතුරු සාක්ෂරතාවය (ඩිජිටල් සාක්ෂරතාවය ඇතුළු), වර්තමාන පුරවැසියන්ට අත්‍යවශ්‍ය ජීවන කුසලතා වේ.
18	මාධ්‍ය වෘත්තීයභාවය වැඩි කිරීමට නිසි ආකාරයේ මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ පුහුණුව බෙහෙවින් දායක වන අතර, නූතන මාධ්‍ය යථාර්ථයන්ට ගැලපෙන පරිදි අධ්‍යාපනය සහ පුහුණුව යාවත්කාලීන සහ ප්‍රතිසංස්කරණය කළ යුතුය.
19	සමාජ මාධ්‍ය සහ සෙසු වෙබ් වේදිකා හිමි ගෝලීය තාක්ෂණ සමාගම් සමඟ මනා සම්බන්ධ පවත්වා ගැනීම ඉතා වැදගත් වන්නේ එමඟින් එකී අවකාශයන්ගේ පල කෙරෙන හානිකර අන්තර්ගතයන් නිරීක්ෂණය කිරීමටත්, හානි අවම කිරීමටත්, වෙබ්ගත දැන්වීම් හරහා ජනනය වන ආදායම වඩාත් සාධාරණ ලෙස ගෝලීය සමාගම් සහ අන්තර්ගතය නිර්මාණකරුවන් අතර බෙදා ගැනීමටත් උපකාර වන බැවිනි.
20	මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ කෘත්‍රිම බුද්ධිය (AI) භාවිතයේ නව ප්‍රවණතා තුළින් අලුත් ආචාර ධාර්මික අභියෝග මතු වන බැවින් ඒ පිලිබඳ ප්‍රවේශමෙන් සලකා ඊට ගැලපෙන සහ කාලෝචිත ප්‍රතිපත්තිමය ප්‍රතිචාර සැපයිය යුතු වේ.

6. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන (Policy Statements)

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
163 කිරුළපන මාවත පොල්හේ...
කොළඹ 05

A. **භාෂණ සහ ප්‍රකාශන නිදහස ප්‍රවර්ධනය:** අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහස සඳහා වන මූලික අයිතිවාසිකම මඟින් ඕනෑම මාධ්‍යයක්, ඕනෑම ආකෘතියක් සහ සියලු මායිම් හරහා තොරතුරු සහ අදහස් සෙවීමට, ලබා ගැනීමට සහ බෙදා හැරීමට ඇති අයිතිය ආවරණය වේ. මෙය සැම පුද්ගලයෙකුගේම අයිතිවාසිකමක් වන අතර, මාධ්‍ය නිදහස ලෙස විග්‍රහ කැරෙන්නේ ප්‍රවෘත්ති කලාවේ අරමුණු සඳහා තොරතුරු සොයන, ලබා ගන්නා සහ ලබා දෙන අය සම්බන්ධයෙන් මෙම අයිතිය තහවුරු කිරීමය. මුද්‍රිත මාධ්‍ය, විකාශන මාධ්‍ය සහ ඔන්ලයින් ප්‍රකාශන සම්බන්ධ නියාමනය වැඩි දියුණු කළ යුත්තේ පුරවැසියන් හට තොරතුරු සහ අදහස් ලබා ගැනීමට සහ ලබා දීමට සහ පොදු අවකාශයේ වාද විවාද කිරීමට ඇති හැකියාව අනිසි හෝ අසාධාරණ ලෙස සීමා නොකරන පරිදි ය.

B. උපරිම අන්දමින් භාෂණ සහ ප්‍රකාශන නිදහස සක්‍රිය කිරීම: භාෂණයේ සහ ප්‍රකාශනයේ නිදහස අදාළ වන්නේ, හිතකර යයි සලකනු ලබන තොරතුරු සහ අදහස් සඳහා පමණක් නොවේ. යම් අවස්ථාවලදී ඇතැම් දෙනකුට සිත් රිදවන හෝ කම්පනය ඇති කළ හැකි තොරතුරු සහ අදහස් සඳහා ද එම නිදහස එලෙසින්ම අදාළ වේ. විසම්මුතිය (dissent) සඳහා ඇති අයිතිය ද ප්‍රකාශනයේ නිදහසට අත්‍යවශ්‍ය අංගයකි. මාධ්‍ය සහ වෙනත් ප්‍රකාශන හා සංවාද අවකාශ හරහා භාෂණයේ සහ ප්‍රකාශනයේ නිදහස උපරිම අන්දමින් සිදු කිරීමට හිතකර වාතාවරණයක් පවත්වා ගැනීම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයන් විසින් සිදු කළ යුතුය. භාෂණයේ සහ ප්‍රකාශනයේ සීමා කිරීම සිදු කළ යුත්තේ නිශ්චිතව හා පටු ලෙස විග්‍රහ කරන ලද සහ යුක්ති යුක්ත අවස්ථා කිහිපයකදී පමණකි. එකී ව්‍යතිරේකයන් ස්වාධීන අධිකරණයක් අපේක්ෂා කරන ප්‍රමිතීන්ට අනුගත වන අන්දමින් නීතිගත විය යුතුය.

C. ප්‍රවෘත්ති කලාව පොදු යහපතක් ලෙස හඳුනා ගැනීම **(Recognising journalism as a public good):** විශ්වාසදායක සහ වගකීම් සහගත ප්‍රවෘත්ති කලාව ජන ජීවිතයට කෙතරම් තීරණාත්මක වේද යන්න COVID-19 වසංගතය විසින් පෙන්වා දෙන ලදි. නිදහස්, බහුවිධ සහ ස්වාධීන පුවත්පත් කලාව යනු, විශ්වාසදායක ප්‍රවෘත්ති සහ සමබර විශ්ලේෂණ සැපයීම හරහා 'පොදු යහපතක් ලෙස තොරතුරු' (information as a public good) සඳහා දායක වන ප්‍රධාන සාධකයකි. තාක්ෂණික දියුණුව සහ වෙළඳපොළ ප්‍රවාහයන් ස්වාධීන ප්‍රවෘත්ති කලාවේ ආර්ථික ශක්‍යතාවට තර්ජනාත්මක වන විට ප්‍රවෘත්ති කලාව පොදු යහපතක් ලෙස දිගටම ක්‍රියාත්මක වීම සහතික කිරීම සඳහා ප්‍රතිපත්ති මට්ටමේ ක්‍රියාමාර්ග අවශ්‍ය වේ. ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් සඳහා, විශේෂයෙන් ගවේෂණාත්මක මාධ්‍යවේදය සඳහා මහජන සහ පරිත්‍යාගශීලී අරමුදල් රැස් කිරීම මෙයට ඇතුළත් වේ (අරමුදල් ප්‍රභවයන් ඒවා ලබා ගන්නා මාධ්‍ය සංවිධාන විසින් සම්පූර්ණයෙන්ම හෙළිදරව් කළ යුතුය).

D. කර්තෘ ස්වාධීනත්වය රැක ගැනීම: කර්තෘ ස්වාධීනත්වය සහිත මාධ්‍ය විසින් පුරවැසියන්ට විවෘත මනසකින් ප්‍රවෘත්ති සහ තොරතුරු වෙත ප්‍රවේශ වීමට ඉඩ සලසයි. කර්තෘ මණ්ඩල ස්වාධීනත්වය යනු, මාධ්‍යවේදීන් හෝ විකාශකයින් විසින් අන්තර්ගත සම්බන්ධයෙන් ගන්නා සියලු තීරණ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ, ව්‍යාපාර කළමනාකරුවන්ගේ, දැන්වීම්කරුවන්ගේ, රජයේ නිලධාරීන්ගේ හෝ උද්දේශක කණ්ඩායම්වල බලපෑමකින් තොරව වෘත්තීය නිර්ණායක සහ මහජනතාවගේ තොරතුරු දැන ගැනීමේ අයිතිය මත පමණක් පදනම්ව ගනු ලැබීමයි. මාධ්‍යවේදීන්ට තම මූලාශ්‍ර ආරක්ෂා කර ගැනීමට ඇති අයිතිය කර්තෘ ස්වාධීනත්වයේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් වන අතර, එය ගරු කළ යුතු සහ ආරක්ෂා කළ යුතු දෙයක් වේ.

E. මාධ්‍ය බහුත්වවාදය ප්‍රවර්ධනය: නිදහස් හා ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මාධ්‍ය බහුත්වවාදය පැවතීමට නම් මාධ්‍ය අන්තර්ගතය සපයන විවිධාකාර පාර්ශවයන් සිටීම (බාහිර මාධ්‍ය බහුත්වවාදය) මෙන්ම සෑම තනි මාධ්‍යයක් තුළම විවිධ අදහස් ඇති කරන මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් පැවතීම (අභ්‍යන්තර මාධ්‍ය බහුත්වවාදය) යන සාධක දෙකම අවශ්‍යය. මාධ්‍ය කර්මාන්තය සහ වෘත්තිය විසින් මාධ්‍ය බහුත්ව සංකල්පය පිළිගත යුතු අතර, කර්තෘ මණ්ඩල, සේවක සහ කළමනාකරණ යන සෑම මට්ටමකින්ම ඒ සඳහා කැපවිය යුතුය. මාධ්‍ය බහුත්වවාදයේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් වන්නේ සමාජයේ කොන් කර තිබෙන කණ්ඩායම්වල අවශ්‍යතා සහ අදහස් සඳහා මාධ්‍ය අන්තර්ගතය තුළ ඉඩ සැලසීම සහතික කිරීමයි.

F. මාධ්‍යවේදීන් සහ මාධ්‍ය සේකයින්ගේ සුරක්ෂිතතාව තහවුරු කිරීම: මහජන සුභ සිද්ධිය තකා මාධ්‍යවේදීන් සහ මාධ්‍ය ආයතන ක්‍රියාත්මක වීමේදී ඔවුන්ට එරෙහිව තර්ජන එල්ල වන්නේ නම්, එවිට ඔවුන්ගේ සුරක්ෂිතතාව තහවුරු කර දීම, සමාජයේ යුතුකමයි. ශාරීරික, ලිංගික, මනෝ සමාජීය, නෛතික හෝ වෙබ්ගත/ඩිජිටල් හිංසනයන්ගෙන් තොර පරිසරයක මාධ්‍යවේදීන්ට සහ මාධ්‍ය සේවකයින්ට සේවය කිරීමට සුදුසු සුරක්ෂිත වාතාවරණයක් සකසා දීම උදෙසා, ආණ්ඩුව,

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 ... පොල්හේන්ගොඩ
05

මාධ්‍ය සමාගම්, මාධ්‍යවේදී වෘත්තීය සංගම්, ප්‍රජා සංවිධාන ඇතුළු අනෙකුත් පංගුකාර පාර්ශ්ව සහයෝගයෙන් ක්‍රියා කළ යුතුය. මාධ්‍යවේදීන්ට සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය සේවකයන්ට එරෙහි සෑම ආකාරයකම ප්‍රචණ්ඩත්වය හා සම්බන්ධ අපරාධකරුවන්ට ලැබී තිබෙන දණ්ඩමුක්තිය අවසන් කිරීම සඳහා නීතිය හරිහැටි බලාත්මක කිරීම සහ අධිකරණ ක්‍රියාවලින් ශක්තිමත් කිරීම කළ යුතුය.

G. **හිතකර සේවා තත්ත්වයන් පවත්වා ගැනීම**: මාධ්‍යවේදීන් සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය සේවකයින්, විධිමත් හෝ අවිධිමත් ලෙස හෝ මෙහෙයුම් කාර්යාල මට්ටමින් හෝ ක්ෂේත්‍රයේ හෝ වෘත්තියේ නියැලී සිටියදී ඔවුන්ට වඩා හොඳ වැඩ කරන පසුබිමක් සහ සේවා කොන්දේසි අවශ්‍ය වේ. රැකියා සුරක්ෂිතභාවය, සුදුසු වැටුප්, වෙනත් ව්‍යවස්ථාපිත ප්‍රතිලාභ සඳහා ප්‍රවේශය, රක්ෂණ ආවරණය, සහ රටේ නීතියෙන් සියලු ශ්‍රමිකයන්ට සහතිගත කොට තිබෙන අයිතිවාසිකම් මේවාට ඇතුළත් වේ. ඒ අතරම, මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ සේවය කරන සියලුම දෙනාට ශාරීරික, ලිංගික, මනෝ-සමාජ හෝ වාචික හිරිහැරවලින් මෙන්ම ඕනෑම ආකාරයක වෙනස්කම් කිරීම්වලින් සම්පූර්ණයෙන්ම තොර පරිසරයක සේවය කිරීමට අයිතියක් ඇත. සේවා ස්ථානයේ ගැටලුවලට මුහුණ දෙන මාධ්‍යවේදීන් සඳහා ද සුදුසු දුක්ගැනවිලි යාන්ත්‍රණයක් තිබිය යුතුය.

H. **මාධ්‍යයේ වගකීම සහ වගවීම තහවුරු කිරීම**: මාධ්‍ය විසින් සමාජයේ සියලුම කොටස්වල වග වීම ප්‍රශ්න කරන අතරම, තමන්ගේම වගවීම සහ වගකීම සහතික කිරීමට ද මාධ්‍ය බැඳී සිටී. මෙය සාක්ෂාත් කර ගැනීමට මාධ්‍ය විසින් ඉහළ වෘත්තීය ප්‍රමිතීන් පවත්වා ගැනීම, මාධ්‍ය ආචාර ධර්මවලට අනුගත වීම සහ පොදු උන්නතිය වෙනුවෙන් ක්‍රියාකරන මාධ්‍යවේදීන්ට කර්තෘ ස්වාධීනත්වය සහතික කිරීම යන සාධකය අත්‍යවශ්‍යය. ප්‍රකාශිත මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් (හෝ චර්යා ධර්ම පද්ධතියක්) අඛණ්ඩව පිළිපැදීමෙන් මාධ්‍යයේ වගවීම සහ වගකීම් සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයකට සපුරාලිය හැකිය. ඒ අතරම, මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ පරිපූර්ණ සමාජයීය වගවීම සඳහා මුද්‍රිත, විකාශන සහ ඔන්ලයින් මාධ්‍යවල නිශ්චිත අන්තර්ගතයන් නිසා අගතියට පත් වන ඕනෑම අයෙකුට ඒ ගැන පැමිණිලි කිරීමට සහ සහන ලබා දීමට ආයතනික යාන්ත්‍රණයක් අවශ්‍ය වේ.

J. **මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ මනා පාලනය (media governance) විධිමත් කිරීම**: මාධ්‍ය විසින් සමාජයේ සෙසු සියලු ස්ථරයන් සහ පාර්ශවයන් වගවීමට ලක් කරන අතරම, මාධ්‍ය වෘත්තියේ වගවීම තහවුරු කිරීම ද අත්‍යවශ්‍ය වෙයි. මේ සඳහා ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට නියාමන ක්‍රමවේදයක් තිබිය යුතුය. රාජ්‍ය නියාමනයේ (state regulation) අන්තරායන් සහ ස්වයං-නියාමනයේ (self-regulation) දුර්වලතා සැලකිල්ලට ගනිමින්, සහයෝගී නියාමන (co-regulation) මාදිලිය ලෙස හඳුන්වන තුන්වන විකල්පයට මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය වැඩි නැඹුරුවක් දක්වයි. සහයෝගී නියාමනය යනු රාජ්‍ය නියාමනයේ සහ ස්වයං-නියාමනයේ සම්මිශ්‍රණයක් වන අතර, එය රටේ නීතියකින් බලාත්මක කරන එහෙත් රාජ්‍ය ආයතනයක් වෙනුවට බහු පාර්ශ්වික ප්‍රවේශයක් හරහා ක්‍රියාත්මක කරන වඩාත් සහභාගිත්ව පදනමකින් යුත් නියාමන ක්‍රමවේදයකි.

K. **මැතිවරණ සම්බන්ධ සුපිළිපන්බව ප්‍රවර්ධනය කිරීම (Promoting electoral integrity through media)**: මැතිවරණ සම්බන්ධයෙන් මාධ්‍යයට ප්‍රධාන කාර්යභාරයක් ඉටු කළ හැකිය. ඒ මැතිවරණ ක්‍රියාවලිය සහ අපේක්ෂකයින් පිළිබඳ තොරතුරු සැපයීම, අපේක්ෂකයින්ගේ කතා සහ ක්‍රියාවන් පිළිබඳ වාර්තා කිරීම, දේශපාලන පක්ෂවල ස්ථාවරයන් විවරණය කිරීම, ඡන්දදායකයින් තම ගැටලු සහ තේරීම් පිළිබඳ පොදු සාකච්ඡා කරන අවකාශයන් නිර්මාණය කිරීම සහ නිදහස් හා සාධාරණ මැතිවරණයක් පැවැත්වීම සඳහා මැතිවරණ නිලධාරීන්ගේ වගවීම අවධාරණය කිරීම ඒ අතර වේ. මෙම භූමිකාවන් හොඳින් ඉටු කිරීමට, සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සහ සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා ඇතුළු ඔන්ලයින් මාධ්‍ය රටේ මැතිවරණ නීතිවලට අවනත විය යුතු අතර මැතිවරණ පරිපාලක විසින් නිකුත් කරන ලද මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදන මාර්ගෝපදේශවලට ද අනුකූල විය යුතුය. මැතිවරණයක් ප්‍රකාශයට පත් කළ මොහොතේ සිට සියලු ප්‍රතිඵල නිල වශයෙන් ප්‍රකාශයට පත් කරන තෙක් රාජ්‍ය මාධ්‍ය ආයතන, පෞද්ගලික මාධ්‍ය ආයතන සහ ගෝලීය සමාජ මාධ්‍ය

වේදිකාවල හැසිරීම එවැනි මාර්ගෝපදේශ මගින් පාලනය විය යුතුය. අභිසාරී මාධ්‍යවල යථාර්ථයන් සහ බහුවිධ අධිකරණ බල ප්‍රදේශවල (එනම් රට තුළ සහ රටෙන් පිටත සිට) ක්‍රියාත්මක වන වෙබ් අන්තර්ගතය නිර්මාණකරුවන් සම්බන්ධයෙන් නීතිය ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී මුහුණ දීමට සිදු වන අභියෝග, මැතිවරණ නීති සහ මාධ්‍ය මාර්ගෝපදේශ සම්පාදනය කිරීමේදී සැලකිල්ලට ගත යුතුය.

L. මාධ්‍යයට අදාල නීති සහ විධිවිධාන සමාලෝචනය: සියවස් දෙකකට ආසන්න කාලයක් පුරා ශ්‍රී ලංකාවේ ගොඩනැගුණු මාධ්‍ය නීති සහ රෙගුලාසි සමූහයට, නවීන මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදන යථාර්ථයන්ගේ අභියෝගවලට මුහුණ දීමට නොහැකි වී ඇත. පවතින නීතිවල සැලකිය යුතු නියාමන හිදැස් ද අඩංගු වේ. මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදනයට අදාළ සියලුම නීති සහ රෙගුලාසි සමාලෝචනය කිරීමේ හදිසි අවශ්‍යතාවක් පවතී. එහිදී යල්පැන ගිය නීති ඉවත් කිරීම, අනෙකුත් ඒවා යාවත්කාලීන කිරීම සහ ජාත්‍යන්තර මානව හිමිකම් ප්‍රමිතීන්ට අනුකූල වන පරිදි සමස්ත නියාමන රාමුව ප්‍රතිසංවිධානය කිරීම අවශ්‍යය. එවැනි ප්‍රතිසංවිධානය කිරීමක් හේතුවෙන් අනාගතයේදී අවිධිමත් නීතිමය ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම අවම කර ගත හැකිය. [හොඳ ආරම්භක ලක්ෂ්‍යයක් ලෙස සැලකිය හැක්කේ මාධ්‍ය නිදහසට සහ ප්‍රකාශනයේ නිදහසට බලපාන නීති ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම සඳහා උපදෙස් දීම සඳහා වූ විශේෂඥ කමිටුවේ 1996 වාර්තාවයි ('ආර් කේ ඩබ්ලිව් ගුණසේකර කමිටු වාර්තාව' ලෙස ප්‍රකටය).]

M. මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වයෙහි පාරදෘශ්‍යතාව: මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය තනි හිමිකරුවෙකු, සමාගමක්, රාජ්‍යය හෝ වෙනත් ඕනෑම ආයතනයක් සතු වුවද, එම මාධ්‍යයේ කර්තෘ මණ්ඩල ස්ථාවරයන් සහ චර්යාවන් සමග හිමිකාරිත්වය නිරායාසයෙන්ම සම්බන්ධ වේ. මාධ්‍යවලට මහජන මතයට කෙතරම් බලපෑම් කළ හැකිද යන්න සලකා බලන විට, මාධ්‍ය අයිති කාටද යන්න සහ ඔවුන්ගේ මාධ්‍ය ආයතන විසින් ගනු ලබන කර්තෘ මණ්ඩල ස්ථාවරයන් ඔවුන් විසින් කෙතරම් දුරට පාලනය කරන්නේද යන්න පිළිබඳව දැඩි අවධානයක් යොමු කළ යුතුය. මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය පුද්ගලයන් කිහිප දෙනෙකු හෝ සමාගම් කිහිපයක් අතේ සංකේන්ද්‍රණය වූ විට, සියලුම මාධ්‍ය විසින් සන්නිවේදනය කළ යුතු පොදු උන්නතියට වඩා පෞද්ගලික අවශ්‍යතාවලට ප්‍රමුඛත්වය ලැබිය හැකිය. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රටවල් මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වයේ ප්‍රවණතා නිරන්තරවම නිරීක්ෂණය කළ යුතු අතර, අයිතිකරුවන් කිහිප දෙනෙකුගේ අතේ අනවශ්‍ය පරිදි මාධ්‍ය සංකේන්ද්‍රණය වීම වැළැක්වීමේ ක්‍රියාමාර්ග ගත යුතුය. එම ක්‍රියාවලියේ පළමු පියවර වන්නේ මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය පිළිබඳ තොරතුරු විවෘතව, විනිවිදභාවයෙන් යුතුව සහ ක්‍රියාශීලීව මහජනතාවට හෙළිදරව් කිරීම අනිවාර්ය කිරීමයි. මාධ්‍ය හිමිකාරිත්ව හිමිකාරිත්ව තොරතුරු සමාගම් නියාමන අධිකාරියට පමණක් සීමා නොවී, පොදු අවකාශයේ විවෘත තිබිය යුතුය. එවන් විනිවිදභාවය මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය සීමා නොකළත්, එය වඩාත් දෘශ්‍යමාන කරයි, එවිට එක් එක් මාධ්‍ය තමන්ට සපයන අන්තර්ගතයට ප්‍රතිචාර දැක්විය යුතු ආකාරය පිළිබඳව දැනුවත් තේරීම් කිරීමට මහජනතාවට හැකිය. මීට අමතරව මාධ්‍යවල හරස් හිමිකාරිත්වය (cross-ownership of media: එනම් එක් සමාගමක් හෝ සමූහයක් විසින් එකම වෙළඳපොළේ ඇති මුද්‍රිත, රේඩියෝ, ටෙලිවිෂන් සහ ඉන්ටනෙට් මාධ්‍ය ආයතන හිමි කර ගැනීම) සීමා කිරීම මෙන්ම, සහ විදේශීය පුද්ගලයන්ට හෝ සමාගම්වලට ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය සමාගම්වල කොටස් හිමි කර ගත හැක්කේ කුමන පදනමකින් ද සහ කුමන සීමාවලට යටත්ව ද යන්න පැහැදිලිව නීතියෙන් නියාමනය කළ යුතුය.

N. මාධ්‍ය ව්‍යවසායකත්වයට හිතකර වාතාවරණයක් නිර්මාණය කර දීම: ස්මාට් ජංගම දුරකථනවල ව්‍යාප්තිය සහ ඉන්ටනෙට් භාවිතය ඉහළ යාම හේතුවෙන් මාධ්‍ය හා සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ නව අවස්ථා නිර්මාණය වී ඇත. සම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවලට නවෝත්පාදන හරහා ග්‍රාහකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ නව ක්‍රම අත්හදා බැලීමට හැකිය. මෙම වාතාවරණයේදී නව මාධ්‍ය ව්‍යවසායකයින්ට දේශීය සහ ගෝලීය වෙළඳපොළ සඳහා විශේෂිත අන්තර්ගතයන් නිර්මාණය කිරීමට හැකියාව ලැබේ. ගෝලීය බාහිර නැණසේවා (business process outsourcing, BPO) කර්මාන්තයේ විශේෂිත උප අංශයක් වන මාධ්‍ය ආශ්‍රිත නැණසේවා (media process outsourcing,

MPO) තව දුරටත් ව්‍යාපාරික අවස්ථා නිර්මාණය කරයි. ශ්‍රී ලංකාවේ සිට විදේශීය මාධ්‍ය සහ විනෝදාස්වාද සමාගම් වෙත දුරස්ථව නිර්මාණාත්මක සේවාවන් රැසක් (සජීවීකරණ, සංගීත සංයෝජනය සහ පරිවර්තන ඇතුළුව) සැපයීමට හැකියාව ලැබී තිබේ. මාධ්‍ය නවෝත්පාදනයට සහ ව්‍යවසායකත්වයට අහිතකර විවිධ පරිපාලන, මූල්‍ය සහ නෛතික බාධක අවම කිරීම මගින් එවැනි වෙළඳපොළ ක්‍රියාවලීන් සඳහා රජයට සහාය විය හැකිය. සියලුම මාධ්‍ය ආයතනවලට සාධාරණ ලෙස තරඟ කිරීමට සමබිමක් නිර්මාණය කර දීම ද රජයට සහතික කළ හැකිය.

O. **ස්වාධීන මාධ්‍ය අන්තර්ගතය සඳහා අරමුදල් පුළුල් කිරීම:** ඉතිහාසය පුරාම මාධ්‍ය කර්මාන්තය ආදායම් ජනනය කරන්නේ ප්‍රධාන කොටම වෙළඳ දැන්වීම්, අනුග්‍රාහකත්වය සහ මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන් කරන ගෙවීම් හෙවත් දායකත්ව මගිනි. ඔන්ලයින් වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ නැගීම සහ ග්‍රාහකයින් සමාජ මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් වෙත සංක්‍රමණය වීම හේතුවෙන් මෙම ආදායම් මාර්ග බෙහෙවින් අඩාල වී ඇත. බොහෝ සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ආයතනවලට හොඳ ප්‍රවෘත්ති කලාවක් පවත්වා ගැනීමට සහ ගුණාත්මක විනෝදාස්වාදයක් සම්පාදනය කර ගැනීමට ඇති තරම් අරමුදල් සොයා ගැනීම දුෂ්කර වී තිබේ. අභියෝගය වන්නේ මාධ්‍ය කර්මාන්තයට පිටතින් අමතර අරමුදල් සුරක්ෂිත කර ගැනීම සහ මාධ්‍යයේ කර්තෘ ස්වාධීනත්වයට හානියක් නොවන පරිදි සාධාරණ ආකාරයෙන් ඒවා බෙදා හැරීමයි. වෙනත් රටවල ඒ සඳහා යොදා ගැනෙන ක්‍රමවේද අතර රජයෙන් ලබා දෙන ප්‍රතිපාදන, අනිවාර්ය බලපත්‍ර ගාස්තු, ලොතරැයි අරමුදල් හෝ පරිත්‍යාගශීලීන්ගේ අරමුදල් වේ. වෙළඳපොළ බලවේග මගින් පමණක් පිරිවැය සොයා ගත නොහැකි, මහජනයා උනන්දුවක් දක්වන වෙනත් මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් ද ඇත. මාධ්‍ය කර්මාන්තය සහ මාධ්‍ය වෘත්තිකයන් මාධ්‍යයේ කර්තෘ ස්වාධීනත්වය ආරක්ෂා කරමින් බාහිර අරමුදල් සම්පාදනය කර ගැනීමේ අලුත් ක්‍රමවේද හඳා බැලිය යුතුය (crowd-funding හෙවත් වෙබ්ගතව අරමුදල් සම්පාදනය මීට එක් උදාහරණයකි).

P. **මාධ්‍ය කෙරෙහි මහජන විශ්වාසය ශක්තිමත් කිරීම:** මාධ්‍යයේ වගවීම සහ වගකීම් අඩුපාඩු හේතුවෙන් මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් සහ මාධ්‍ය ආයතන කෙරෙහි මහජන විශ්වාසය බිඳ වැටේ. එමගින් මාධ්‍යයට එහි ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී කාර්ය භාරයන් ඉටු කිරීමට ඇති හැකියාව අඩපණ වේ. මහජන විශ්වාසය ශක්තිමත් කිරීම ක්‍රමානුකූලව සහ සාමූහිකව සිදු කළ යුතුය. ආචාර්ය ධර්මීය මාධ්‍යවේදය, වගකිවයුතු සහ වගවන මාධ්‍ය සංවිධාන, වෘත්තිකයන් අතර ඉහළ වෘත්තීයභාවයක් සහ මාධ්‍ය සහ-නියාමනය සඳහා රාමුවක් එහිදී අවශ්‍ය වේ.

Q. **විද්‍යුත් චුම්භක පරාසයේ භාවිතය ප්‍රශස්ත කිරීම:** විද්‍යුත් චුම්භක පරාසයේ ඇති රේඩියෝ තරංග හෙවත් සංඛ්‍යාත පොදු දේපළක් බව ජාත්‍යන්තර මට්ටමෙන් පිළිගෙන ඇත. සංඛ්‍යාත පරාසය යනු විදුලි සංදේශ, රේඩියෝ සහ ටෙලිවිෂන් විකාශ, හදිසි සන්නිවේදන සහ වෙනත් අරමුණු සඳහා මහජනතාව වෙනුවෙන් පොදු අධිකාරියක් විසින් ප්‍රශස්ත ලෙස කළමනාකරණය කළ යුතු සීමිත සම්පතකි. ඩිජිටල් විකාශන ප්‍රමිතීන් අනුගමනය කිරීමෙන් සංඛ්‍යාත පරාසය තුළ ක්‍රියාත්මක කළ හැකි රේඩියෝ සහ ටෙලිවිෂන් නාලිකා සංඛ්‍යාව වැඩි කර ගත හැකි වුවද, අසීමිත සංඛ්‍යාත සැපයුමක් සිදු කළ නොහැකිය. එබැවින්, සංඛ්‍යාත පරාසයේ භාරකරු ලෙස රජය මෙම පොදු සම්පත භාවිතා කරන විකාශකයින් මත යම් නීතිමය වගකීම් පැවරීම සහ සංඛ්‍යාත පරාසයට ප්‍රවේශය සාධාරණ ලෙස බෙදා හැරීම සහතික කිරීම අවශ්‍ය වේ. ඕනෑම සංඛ්‍යාත පරාස නියාමන යාන්ත්‍රණයක් සැකසීමේදී වෙනත් අවශ්‍යතාවලට වඩා පොදු උන්නතියට ප්‍රමුඛත්වය දිය යුතුය.

R. **බුද්ධිමය දේපළවලට ගරු කිරීම:** බුද්ධිමය දේපල (intellectual property) යනු සාහිත්‍ය කෘති, කලා නිර්මාණ, විද්‍යාත්මක සොයා ගැනීම් සහ නව නිපැයුම් සඳහා සැලසුම් වැනි අස්පර්ශීය වස්තූන් වෙනුවෙන් භාවිතා වන යෙදුමකි. ඒවා මූලික වශයෙන් වටිනාකම ලබා ගන්නේ ඒවායේ නිර්මාණාත්මකභාවයෙනි. මාධ්‍ය තුළ බුද්ධිමය දේපළ සම්බන්ධ ගැටලු සංකීර්ණ වන අතර බොහෝ විට විවාදාත්මකය. ඉන්ටනෙට් ඔස්සේ අන්තර්ගතයන් නිර්මාණය සහ බෙදා හැරීම සමගම තත්වය තව දුරටත් සංකීර්ණ වී ඇත. මාධ්‍ය වෘත්තිකයන්ට සහ ඔවුන්ගේ මාධ්‍ය

සංවිධානවලට තම අන්තර්ගතය රටේ බුද්ධිමය දේපළ නීති මගින් ආරක්ෂා වනු ඇතැයි අපේක්ෂා කිරීමට අයිතියක් ඇත. ඒ අතරම, සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය වෘත්තිකයන්, බ්ලොග්කරුවන් හෝ සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නන් වැනි සියලු අන්තර්ගත නිර්මාණකරුවන්ගේ බුද්ධිමය දේපළ අයිතිවාසිකම්වලට ගරු කරන මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් තිබිය යුතුය.

S. **මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන්ගේ අයිතිවාසිකම් ආරක්ෂා කිරීම:** මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින්ට පුරවැසියන් සහ පාරිභෝගිකයන් යන ආකාරයෙන්ම නෛතික සහ සදාචාරාත්මක අයිතිවාසිකම් (legal and moral rights) ඇත. සාධාරණ, දැනුවත් සහ වගකීම් සහගත මාධ්‍ය පරිසරයක් සහතික කිරීම සඳහා මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන්ගේ අයිතිවාසිකම් ආරක්ෂා කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. ග්‍රාහකයන්ට විකෘති කිරීමකින් තොරව නිවැරදි, සමතුලිත සහ සන්දර්භගත ප්‍රවෘත්ති ලබා ගැනීමට අයිතියක් ඇත. තම සමාජයේ විවිධත්වය පිළිබිඹු කරන බහුත්වවාදී මාධ්‍ය අන්තර්ගතයට ද ඔවුන්ට අයිතියක් ඇත. පරිශීලකයන් විසින් නිර්මාණය කරනු ලබන අන්තර්ගතයන් ඉන්ටනෙට්හි වැඩි වීමත් සමඟ එම අන්තර්ගතයන් නිසි ලෙස අධීක්ෂණය කිරීම අවශ්‍යව ඇත. මෙම ගැටලු විසඳීම සඳහා මාධ්‍ය ආයතන, නියාමන ආයතන, තාක්ෂණ සමාගම් සහ සිවිල් සමාජය අතර සහයෝගීතාවයෙන් මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන්ගේ අයිතිවාසිකම් සහ යහපැවැත්මට ප්‍රමුඛත්වය දෙන ආචාර ධර්මීය ප්‍රමිතීන් වර්ධනය කිරීම සහ බලාත්මක කිරීම අවශ්‍ය වේ.

T. **ඩිජිටල් සාක්ෂරතාවය ඇතුළුව මාධ්‍ය සහ තොරතුරු සාක්ෂරතාවය ප්‍රවර්ධනය කිරීම:** මාධ්‍ය සහ තොරතුරු සාක්ෂරතාව (media and information literacy, MIL) යනු මාධ්‍ය සහ තොරතුරු පද්ධති සමඟ ඵලදායීව සහ වගකීමෙන් කටයුතු කිරීමට හැකි වන පරිදි පුරවැසියන් නිපුණතා සහ කුසලතාවලින් සන්නද්ධ කිරීමයි. සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හෝ ඔන්ලයින් මෙවලම් ඔස්සේ තමන් වෙත ලැබෙන තොරතුරු සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් ගැන විචාරශීලීව සිතීමට එමගින් මිනිසුන් යොමු කරනු ලැබේ. සිවිල් ජීවිතයට සහ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයට සහභාගී විය හැකි ක්‍රියාශීලී සහ විචාරශීලී පුරවැසියන් බවට පත්වීමට මෙමගින් ඔවුන්ට හැකියාව ලැබේ. ඉන්ටනෙට් සහ ඩිජිටල් මෙවලම් භාවිතය වැඩි වූ පමණින් තොරතුරු සාක්ෂරතාව ඉහළ යාම සිදු වන්නේ නැත. ඒ සඳහා රාජ්‍යය, සිවිල් සමාජය සහ විද්වතුන් විසින් අවශ්‍යතා හඳුනාගෙන වයස් කාණ්ඩ අනුව සමාජයේ සෑම තරාතිරමකම පුද්ගලයන් තුළ කුසලතා ගොඩනැගීම අවශ්‍යය.

U. **මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සහ පුහුණුව ප්‍රශස්ත කිරීම:** මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ වෘත්තීයභාවය ඉහළ නැංවීම සඳහා එහි නියැලි වෘත්තිකයන් තුළ ප්‍රධාන සංකල්ප, න්‍යායන් සහ භාවිතයන් පිළිබඳ වඩා හොඳ අවබෝධයක් තිබීම අවශ්‍ය වේ. මේ සම්බන්ධයෙන් ඇති ප්‍රධාන බාධාවක් වන්නේ විශ්වවිද්‍යාල පාදක මාධ්‍ය අධ්‍යයනය හෝ ප්‍රවෘත්ති කලාවේදී පාඨමාලා සහ මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ ප්‍රායෝගික අවශ්‍යතා අතර පරතරයයි. මෙම පරතරය අවම කිරීම සඳහා ජනමාධ්‍ය හා ප්‍රවෘත්ති කලා අධ්‍යාපන පාඨමාලා සමාලෝචනය කර යාවත්කාලීන කළ යුතුය. එම පාඨමාලා කර්මාන්ත අවශ්‍යතා සපුරාලන, වෙනස් වන මාධ්‍ය පරිභෝජන රටාවන්ට ගැලපෙන ඒවා බවට පත් කළ යුතුය. මාධ්‍ය වෘත්තිකයන්ගේ වරලත් ආයතනයක් පිහිටුවීම, මාධ්‍යවේදීන්ගේ ක්ෂේත්‍රයේ පළපුරුද්ද ප්‍රමිතිගතව ගණනය කිරීම සහ දිවයින පුරා මාධ්‍ය පුහුණු මධ්‍යස්ථාන සඳහා ප්‍රමිතීන් සැකසීම මේ සඳහා උපකාරී වේ.

V. **ගෝලීය තාක්ෂණ වේදිකා සමඟ මනා සබඳතා පවත්වා ගැනීම:** මෑත වසරවලදී සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ආයතන සියල්ලම පාහේ ඔවුන්ගේම වෙබ් අඩවි හරහා මෙන්ම ගෝලීය සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා භාවිතා කරමින් ද සිය මාධ්‍ය අන්තර්ගතය ඉන්ටනෙට් හරහා බෙදා හරිමින් ග්‍රාහකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා කටයුතු කරයි. ගෝලීය තාක්ෂණ සමාගම්වලට අවශ්‍ය පරිදි සකස් කර ඇති ඉන්ටනෙට් සෙවුම් යන්ත්‍ර හෝ සමාජ මාධ්‍ය වේදිකාවල ක්‍රියාකාරීත්වය හෝ ඒවායේ පරිශීලකයන්ට බලපවත්වන කොන්දේසිවලට බලපෑම් කිරීමට දේශීය මට්ටමේ මාධ්‍ය සමාගම්වලට හැකියාවක් නැත. ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියකට ගෝලීය තාක්ෂණ සමාගම් සම්බන්ධයෙන් ඍජුව බලපෑම් කිරීමට හැකියාවක් ද නොමැත. දැවැන්ත ගෝලීය ඉන්ටනෙට්

සමාගම් සහ දේශීය මාධ්‍ය අතර තිබෙන සුවිසල් අසමමිතික බව අභිබවා හැක්කේ ඔවුන් සමඟ සහයෝගීතාවය ගොඩනඟා ගැනීමෙන් පමණකි. ඒ සඳහා ගෝලීය තාක්‍ෂණ සමාගම් අඛණ්ඩ සංවාදයකට සම්බන්ධ කර ගැනීම අවශ්‍ය වේ, නිදසුනක් වශයෙන්, ඔවුන්ගේ කලාපීය සන්ධාන හරහා, හානිකර අන්තර්ගතයන් විමර්ශනය කිරීම සහ අවම කිරීම, සහ අන්තර්ගතයන්ගෙන් උපයන ආදායම වඩාත් සාධාරණ සේ බෙදා ගැනීම වැනි කාරණා සැලකිය හැකිය. ආපදා වැනි හදිසි අවස්ථාවලදී මෙන්ම මැතිවරණ කාලවලදී ද ගෝලීය තාක්‍ෂණ සමාගම් සමඟ එවැනි අඛණ්ඩ සම්බන්ධකම් අත්‍යවශ්‍ය වේ.

W. **කෘත්‍රිම බුද්ධිය සහ ඒ ආශ්‍රිත තාක්ෂණයෙන් ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීම:** මාධ්‍ය කර්මාන්තය කෘත්‍රිම බුද්ධිය (AI) මගින් විවිධ ආකාරවලින් බලපෑමට ලක් වෙමින් පවතී. AI තාක්ෂණයන් මාධ්‍ය අන්තර්ගත නිර්මාණය, සැකසීම සහ බෙදා හැරීම සඳහා වැඩි වැඩියෙන් භාවිතා වේ. ස්වයංක්‍රීය ඇල්ගොරිතම මගින් ඒ ඒ සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයාට ගැලපෙන පරිදි ඔන්ලයින් අන්තර්ගතයන් නිර්දේශ කළ හැකිය. එමගින් පරිශීලක අත්දැකීම් සහ බැඳියාව වැඩි දියුණු කරයි. දැනටමත් ඇතැම් මාධ්‍ය ආයතන AI භාවිතා කරති. එමගින් වේගවත් හා වඩා කාර්යක්ෂම ප්‍රවෘත්ති කලාවක් සඳහා මග පෑදෙයි. ඉලක්කගත වෙළඳ දැන්වීම් හරහා මාධ්‍ය මුදල් ඉපැයීමේදී ද AI භූමිකාවක් ඉටු කරයි. කෙසේ වෙතත්, ඇල්ගොරිතම පක්ෂග්‍රාහීත්වය, සාවද්‍ය තොරතුරු සහ AI මගින් ජනනය කරන ලද අන්තර්ගතය හරහා වෛරී කථනය පැතිරීම සහ සම්ප්‍රදායික ප්‍රවෘත්ති කලාවට එහි ඇති බලපෑම ආදී අහිතකර විපාක ගැන ද අවධානය යොමුවී තිබේ. AI අඛණ්ඩව විකාශනය වන විට, ජන මාධ්‍ය කෙරෙහි එහි බලපෑම තවත් තීව්‍ර වීමට ඉඩ තිබේ. වගකීම් සහගත සහ අපක්ෂපාතී මාධ්‍ය භාවිතයන් සහතික කිරීම සඳහා මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ AI භාවිතය පිළිබඳව ආචාර ධර්මීය මාර්ගෝපදේශනයක් සකසා ගත යුතුව ඇත.

7. ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියේ අදාලත්වය සහ විෂය පථය (Applicability and Scope)

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියේ විෂය පථය, එනම්, එය කොතෙක් දුරට අදාල වන්නේද යන වග, මෙහි පහත විග්‍රහ කෙරේ:

- **සංකල්පීය වශයෙන්**, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය, අධ්‍යාපන මාධ්‍ය, විනෝදාස්වාද මාධ්‍ය මෙන්ම සමාජ මාධ්‍ය තුළ අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය ඇතුළු අනෙකුත් සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරකම් සමඟ ද සම්බන්ධ වේ. වත්මන් මාධ්‍ය පරිසරය තුළ අන්තර්ගතය පරිභෝජනය කරනු ලබන්නේ ස්මාට් දුරකථන වැනි අභිසාරී උපාංග හරහාය. එබැවින් ඒකාබද්ධව සලකා බැලීම අවශ්‍ය වේ.

- **සමස්තයක් ලෙස ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය සලකා බලන විට**, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ (මාධ්‍ය හිමිකරුවන් සහ කළමනාකරුවන්), මාධ්‍ය වෘත්තිකයන්ගේ (මාධ්‍යවේදීන් සහ අනෙකුත් සියලුම මාධ්‍ය සේවකයින්), මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින්ගේ, මාධ්‍ය අධ්‍යාපනඥයින්ගේ සහ පුහුණුකරුවන්ගේ මෙන්ම මාධ්‍ය නියාමකයින්ගේ ද අවශ්‍යතා ආවරණය කරයි.

- මාධ්‍ය බෙදා හැරීමේ ක්‍රම සලකා බලන විට, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය මුද්‍රිත මාධ්‍ය (පුවත්පත් සහ සඟරා), විකාශන මාධ්‍ය (රේඩියෝ සහ ටෙලිවිෂන්), සහ ඔන්ලයින් මාධ්‍ය (පුවත් වෙබ් අඩවි, අදහස් වෙබ් අඩවි, මෙන්ම සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා) ආවරණය කරයි.

- මාධ්‍ය අන්තර්ගත විවිධත්වය සලකා බලන විට, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය, කාලීන සිදුවීම් විශ්ලේෂණය, විශේෂාංග, මතවාද, ගවේෂණාත්මක පුවත්පත් කලාව, ක්‍රීඩා ආවරණය, ඡායාරූප මාධ්‍යකරණය, වාර්තා චිත්‍රපට නිෂ්පාදනය සහ විනෝදාස්වාද අන්තර්ගතයන් යන සමස්ත පරාසයම ආවරණය කරයි. වෙළඳ දැන්වීම් සහ මහජන සම්බන්ධතා අන්තර්ගතය

මුද්‍රිත, විකාශන හෝ ඔන්ලයින් මාධ්‍ය හරහා බෙදා හරින අවස්ථාවලදී ඒවා ද මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියේ විෂය පථයට අයත් වෙයි.

- මාධ්‍ය වෘත්තිකයන් සම්බන්ධයෙන් ගත් කල, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය පෙළ, ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය හෝ බහුමාධ්‍ය යන ඕනෑම මාදිලියක් භාවිතා කරමින් ප්‍රවෘත්ති සහ කාලීන සිදුවීම් වාර්තා කරන මාධ්‍යවේදීන්, මතවාද ලේඛකයින් සහ තීරු ලිපි රචකයින්, මාධ්‍ය කළමනාකරුවන්, මෙන්ම වෙබ් අවකාශයේ ප්‍රවෘත්ති, අධ්‍යාපනික, ක්‍රීඩා හෝ විනෝදාස්වාද අන්තර්ගතයන් සම්බන්ධ අන්තර්ගත නිර්මාපකයින්, සංස්කාරකවරුන් සහ අභිරක්ෂකයන් (curators) යන සියල්ලන්ම ද ආවරණය කරයි.

- මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන්ගේ සම්භවය අනුව සලකා බලන විට, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය මූලික වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාව පදනම් කරගත් (හෝ මූලික වශයෙන් ශ්‍රී ලාංකික ග්‍රාහකයින් ඉලක්ක කර ගත්) මාධ්‍ය සංවිධාන සහ අන්තර්ගත නිර්මාණකරුවන් විසින් නිෂ්පාදනය කරන ලද මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් පිළිබඳව සැලකිලිමත් වේ. එසේ වුවද, ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින් සිය දිවයිනෙන් පිටත නිෂ්පාදිත අන්තර්ගතයන් සඳහා නිතිපතා ප්‍රවේශ වන බව වත්මන් යථාර්ථයයි. උදාහරණයක් ලෙස චන්ද්‍රිකා රූපවාහිනී විකාශන, විදේශීය සඟරා සහ ඉන්ටනෙට් හරහා ඔවුහු එසේ දිවයිනෙන් පිටත නිෂ්පාදනය කරන ලද අන්තර්ගතයන් වෙත පිවිසෙති.

සිනමා කර්මාන්තය සහ සංගීත, නාට්‍ය, රූකඩ සහ හාස්‍ය යන ප්‍රාසාංගික කලාවන් සම්බන්ධයෙන්, මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය අදාළ වන්නේ ඒවායේ අන්තර්ගතය විකාශන මාධ්‍ය හෝ ඔන්ලයින් මාධ්‍ය හරහා බෙදා හරින විට පමණි.

8. ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීම

8.1 ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ක්‍රමෝපායන්

2025 වසරේ සිට 2034 වසර දක්වා වසර දහයක (10) කාලසීමාවක් පුරා, ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය බලාත්මකව පවතී. උචිත යාවත්කාලීන කිරීම සඳහා එය වසර තුනකට (3) වරක් සමාලෝචනයට ලක් කෙරේ.

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමෙහිලා ක්‍රමවත් වූත්, බහුවිධ පංගුකාර පාර්ශව ප්‍රවේශයක් අවශ්‍ය කෙරේ. ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය විධිමත්ව අනුමත වී කෙටි කලෙකින් ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ක්‍රමෝපායන් (implementation strategies) සකස් කෙරෙනු ඇත.

8.2 වගකීම සහ අධිකාරිය

රාජ්‍ය ආයතන, මාධ්‍ය කර්මාන්තය, මාධ්‍ය වෘත්තිකයින්, මාධ්‍ය ගුරුවරුන්, මාධ්‍ය පර්යේෂකයින්, ප්‍රජා සංවිධාන, ගෝලීය තාක්ෂණ සමාගම් සහ අනෙකුත් අය ආදී සියලුම අදාළ පාර්ශවකරුවන්ගේ සහභාගීත්වයෙන් ක්‍රියාත්මක කිරීම සම්බන්ධීකරණය කිරීමේ වගකීම, ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් දරනු ඇත..

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක 163 කිරුළපන මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

8.3 අධීක්ෂණය සහ ඇගයුම

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා ප්‍රමාණවත් අධීක්ෂණ සහ ඇගයුම් (monitoring and evaluation) අවශ්‍ය කෙරෙන බැවින්, ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් ඊට උචිත සැලසුමක් සකස් කළ යුතුව තිබේ.

9. සමාප්තිය

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අපේක්ෂා කරන දශකය තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදන අවකාශයේ අඛණ්ඩ, වේගවත් වෙනසක් සිදු වනු ඇත. තාක්ෂණය, ජන විකාශන සංක්‍රාන්ති සහ වෙළඳපොළ බලවේග වෙනස් වීම මෙහිදී බලපාන ප්‍රධාන ධාවකයන් ලෙස පවතින අතර, ගෝලීය වසංගත සහ ආර්ථික අර්බුද වැනි අනපේක්ෂිත සිදුවීම් මගින් ද මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට බලපෑම් සිදු විය හැකිය.

විසි වන සියවසේ ආකෘතින් මත තවමත් ක්‍රියාත්මක වන මාධ්‍ය ආයතන සහ සංවිධානවලට විසි එක් වන සියවසේ කැළඹීලි සහගත යථාර්ථයන්ට සාර්ථකව මුහුණ දීමට නම් පරිණාමීය මට්ටමේ පිම්මක් පනින්නට සිදු වෙයි. ඔවුන්ගේ අන්තර්ගතය ප්‍රවෘත්ති හෝ විනෝදාස්වාද හෝ අධ්‍යාපනික වුවද, එම අන්තර්ගතය බෙදා හැරීමේ ක්‍රමය කුමක් වුවද, සමස්තයක් ලෙස මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය මුහුණ දෙන අභියෝගවලින් අත්මිදීමට කිසිදු මාධ්‍ය ආයතනයකට නොහැකි වනු ඇත. කාලානුරූපව හැඩ ගැසීමට අසමත් වන ආයතන කෙටි කලකින් අභාවයට යාම වැළැක්විය නොහැකිය.
මෙම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සකස් කොට ඇත්තේ පුළුල් දැක්මක් හ ප්‍රායෝගික භාවිතයක් මත පදනම් වී මාධ්‍ය කර්මාන්තයට අභියෝගය ජය ගැනීමට සහ කැලඹීලිවලට ඔරොත්තු දීමට හැකියාව සහ ධාරිතාව වැඩි දියුණු කිරීමේ අරමුණ ඇතිවය.

එහෙත් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියට හැකි වන්නේ දිශානතිය ලබා දීම සහ ගත යුතු පියවර නිර්දේශ කිරීමයි. මෙම ප්‍රතිපත්ති රාමුව තුළින් තමන්ට අදාල වන කරුණු හා පියවර උකහා ගැනීම ඒ ඒ මාධ්‍ය ආයතනවල සහ වෘත්තිකයන්ගේ වගකීමකි.

සියලුම මාධ්‍ය ආයතන ඔවුන්ගේ ග්‍රාහකයින් වඩාත් හොඳින් සම්බන්ධ කර ගැනීමට, ඔවුන්ගේ විශ්වාසය නැවත දිනා ගැනීමට සහ කෙමෙන් ඉදිරියට යන තොරතුරු සමාජයේ තමන්ගේ අදාළ බව තව දුරටත් පවත්වා ගැනීමට අවධානය යොමු කළ යුතුය.

[illegible] මාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය
අංක [illegible] මාවත පොල්හේන්ගොඩ
කොළඹ 05

ඇමුණුම 1

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කමිටුවේ සාමාජිකයන්

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් 2023 මැයි මාසයේ පත් කරන ලද සහ එතැන් පටන් කැඳවන ලද බහුපාර්ශ්වික කමිටුවේ සාමාජිකයින් විසින් ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන ක්‍රියාවලිය මෙහෙයවන ලදී.

1. ඩී. එල්. යූ. පීරිස් මිය	ජනාධිපති අතිරේක ලේකම්, ජනාධිපති කාර්යාලය	කමිටුවේ සභාපති
2. ඩබ්ලිව්. පී. සෙව්වන්දි මිය	අධ්‍යක්ෂ (සංවර්ධන), ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය	කමිටු ලේකම්
3. එන්. ඒ. කේ. එල්. විජේනායක මහතා	අතිරේක ලේකම් (සංවර්ධන, සැලසුම් සහ තොරතුරු), ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය	කමිටු සාමාජික
4. ධනුෂ්ක රාමනායක මහතා	අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් (මාධ්‍ය), ජනාධිපති මාධ්‍ය අංශය	කමිටු සාමාජික
5. සුදර්ශන ගුණවර්ධන මහතා	සභාපති, සීමාසහිත ස්වාධීන රූපවාහිනී ජාලය	කමිටු සාමාජික
6. මහාචාර්ය හරේන්ද්‍ර කාරියවසම් මහතා	සභාපති, එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම	කමිටු සාමාජික
7. මහින්ද පතිරණ මහතා	සභාපති, ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය	කමිටු සාමාජික
8. කපිල දසනායක මහතා	නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් - ඉංජිනේරු ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව	කමිටු සාමාජික
9. යුරේකා වේලාරත්න මිය	නීති නිලධාරිනි, ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය	කමිටු සාමාජික
10. හර්ෂ බී. අබේකෝන් මහතා	සහකාර අධ්‍යක්ෂ, රජයේ තොරතුරු දෙපාර්තමේන්තුව	කමිටු සාමාජික
11. නාලක ගුණවර්ධන මහතා	ජ්‍යෙෂ්ඨ මාධ්‍යවේදී සහ විද්‍යා ලේඛක	කමිටු සාමාජික
12. ආචාර්ය රංග කලංසූරිය මහතා	කලාපීය උපදේශක - ආසියා	කමිටු සාමාජික
13. මොහාන් සමරනායක මහතා	උපදේශක, ජනමාධ්‍ය අමාත්‍ය	කමිටු සාමාජික
14. විජයානන්ද රූපසිංහ මහතා	ප්‍රධානී, ජනසන්නිවේදන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය	කමිටු සාමාජික
15. අසංග ජයසූරිය මහතා	සභාපති, ශ්‍රී ලංකා විකාශකයන්ගේ සංසදය	කමිටු සාමාජික
16. ලක්සිරි වික්‍රමගේ මහතා	ලේකම්, ශ්‍රී ලංකා විකාශකයන්ගේ සංසදය	කමිටු සාමාජික
17. ආචාර්ය (ඉංජිනේරු) තාරක මොහොට්ටි මහතා	ප්‍රධාන විධායක නිලධාරී, EBC සමාගම	කමිටු සාමාජික
18. සිසිර පරණතන්ත්‍රි මහතා	කර්තෘ මණ්ඩල අධ්‍යක්ෂ, එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම	කමිටු සාමාජික
19. මන්දනා ඉස්මයිල් මහත්මිය	ප්‍රධාන කර්තෘ, සන්ඩේ මෝනිං පුවත්පත	කමිටු සාමාජික
20. ටී. සෙන්දිවේල් මහතා	ප්‍රධාන කර්තෘ, තිනකරන්, එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම	කමිටු සාමාජික
21. ලසන්ත ද සිල්වා මහතා	ලේකම්, නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය (FMM)	කමිටු සාමාජික
22. මොහාන් ලාල් පියදාස මහතා	නියෝජ්‍ය ලේකම්, ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදය	කමිටු සාමාජික
23. ධර්මන් වික්‍රමරත්න මහතා	විධායක සභික, ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදය	කමිටු සාමාජික

<u>2023 මැයි සහ දෙසැම්බර් අතර කමිටුව පහත සඳහන් දිනවලදී රැස්වීම් අටක් පවත්වන ලදී:</u>

මැයි 23; ජූනි 5; අගෝස්තු 17; සැප්තැම්බර් 1; ඔක්තෝබර් 12; නොවැම්බර් 9; දෙසැම්බර් 11; දෙසැම්බර් 20

ඇමුණුම 2

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සකස් කිරීමේදී අනුගමනය කරන ලද අදහස් සහ උපදෙස් විමසීමේ ක්‍රියාවලිය

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සකස් කිරීම සඳහා අදහස් සහ උපදෙස් විමසීමේ ක්‍රියාවලිය ආරම්භ වූයේ ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කමිටුව පිහිටුවීම සහ කැඳවීමත් සමඟ වන අතර, එහි සාමාජිකයින් 23 දෙනාගේ නම් ඇමුණුම 1 හි ලැයිස්තුගත කර ඇත. මෙම බහුපාර්ශ්වික කමිටුව අවස්ථා 8කදී රැස්විය (ප්‍රධාන සාකච්ඡා කරුණු සහ තීරණ සම්පාදනය කරන ලදී). එහිදී තොරතුරු හා අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම සිදු විය. මේ සඳහා විශේෂයෙන් WhatsApp කණ්ඩායමක් පිහිටුවන ලදී. කමිටුව සමස්තයක් ලෙස පාර්ශවකරුවන්ගේ උපදෙස් විමසීම සහ කෙටුම්පත් කිරීම සඳහා උපදෙස්, මග පෙන්වීම සහ අධීක්ෂණය සපයන ලදී.

ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් පහසුකම් සලසන ලදුව, පාර්ශ්වකරුවන් සඳහා අදහස් විමසීමේ රැස්වීම් (consultative meetings) පහත දැක්වෙන පරිදි පවත්වනු ලැබීය. එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවර්ධන වැඩසටහන (UNDP) සමඟ හවුල්කාරිත්වයක් හරහා උපදේශන ක්‍රියාවලියට බර පැන සපයන ලදී.

පාර්ශවකරුවන්ගේ කණ්ඩායම	දිනය සහ ස්ථානය	මෙහෙයවීම
මාධ්‍ය අධ්‍යයනය, ජන සන්නිවේදනය හෝ පුවත්පත් කලාව උගන්වන සියලුම රාජ්‍ය විශ්වවිද්‍යාලවල විද්වතුන්	2023.09.18 කොළඹ	මොහාන් සමරනායක මහතා ආචාර්ය රංග කලංසූරිය මහතා
මාධ්‍යවේදීන්ගේ වෘත්තීය සංගම් සහ මාධ්‍යවේදීන්ගේ වෙනත් සමිති සංවිධාන	2023.09.25 කොළඹ	මහින්ද පතිරණ මහතා මන්දනා ඉස්මයිල් මහත්මිය
මානව හිමිකම් සම්බන්ධයෙන් කටයුතු කරන රාජ්‍ය අංශයේ සංවිධාන	2023.10.02 කොළඹ	සුදර්ශන ගුණවර්ධන මහතා දිල්රුක්ෂි හඳුන්නෙත්ති මෙනෙවිය
මාධ්‍ය කර්මාන්තය (හිමිකරුවන් සහ කළමනාකරුවන්)	2023.10.09 කොළඹ	ආචාර්ය රංග කලංසූරිය මහතා මන්දනා ඉස්මයිල් මහත්මිය
උතුරු පළාත් බහුපාර්ශ්වික රැස්වීම	2023.10.25 යාපනය	මහාචාර්ය එස්. රඝුරාම් මහතා නාලක ගුණවර්ධන මහතා
නැගෙනහිර පළාත් බහුපාර්ශ්වික රැස්වීම	26.10.2023 මඩකලපුව	ආචාර්ය ජූඩ් නවීන්රාජ් මහතා මහින්ද පතිරණ මහතා
කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරා ගත් පාසල් මාධ්‍ය සමාජ නියෝජිතයන්	2023.11.01 කොළඹ	නාලක ගුණවර්ධන මහතා මන්දනා ඉස්මයිල් මහත්මිය

සියලුම පාර්ශ්වකරුවන්ගේ රැස්වීම් ශ්‍රව්‍ය පටිගත කරන ලද අතර, ප්‍රධාන සාකච්ඡා කරුණු, යෝජනා සහ නිර්දේශ පිළිබඳ සංශ්ලේෂණ වාර්තා සම්පාදනය කරන ලදී.

මීට අමතරව, ජනමාධ්‍ය අමාත්‍යාංශය විසින් පිහිටුවන ලද ad.secdev.media@gmail.com සහ nationalmediapolicymm23@gmail.com විද්‍යුත් තැපැල් ලිපින දෙකට ලිඛිත අදහස් සහ යෝජනා යැවීමට සහභාගිවන්නන්ට ආරාධනා කරන ලදී. ලිඛිත ඉදිරිපත් කිරීම් කිහිපයක් ලැබිණි.

ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය කෙටුම්පත් කිරීමේදී ජාතික කමිටුවේ වාර්තා, පාර්ශවකරුවන්ගේ රැස්වීම් වාර්තා, සමහර පාර්ශවකරුවන්ගෙන් ලිඛිත ඉදිරිපත් කිරීම් සහ පසුගිය වසර 30 තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ ශාස්ත්‍රීය, උද්දේශක හෝ වෙනත් සිවිල් සමාජ සංවිධාන විසින් නිකුත් කරන ලද මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සහ නියාමනයට අදාළ ලේඛන සැලකිල්ලට ගන්නා ලදී. ජාත්‍යන්තර මට්ටමින් මාධ්‍ය විශේෂඥ විග්‍රහයන් සහ එක්සත් ජාතීන්ගේ නිර්දේශද පරිශීලනය කරනු ලැබීය.

මෙම කෙටුම්පත 2023 දෙසැම්බර් 11 සහ 2023 දෙසැම්බර් 20 යන දිනවල කමිටුව විසින් සමාලෝචනය කර, ඒ අනුව සංශෝධනය කරන ලදී.

ඇමුණුම 3

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ

මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම (media ethics) යනු මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ සේවය කරන පුද්ගලයන්ගේ සහ සංවිධානවල චර්යාවන්ට මග පෙන්වන මූලධර්ම, වටිනාකම් සහ ප්‍රමිතීන් වේ. මෙම මාර්ගෝපදේශ සැලසුම් කර ඇත්තේ ප්‍රවෘත්ති සහ තොරතුරු රැස් කිරීම, වාර්තා කිරීම සහ බෙදා හැරීමේදී වගකීම් සහ සාධාරණ හැසිරීම සහතික කිරීම සඳහා ය. මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම විසින් පුළුල් පරාසයක නිරවද්‍යතාව, සාධාරණත්වය, අපක්ෂපාතීත්වය, වගවීම, විනිවිදභාවය සහ විවිධ ඉදිරිදර්ශනවලට සංවේදීතාව ඇතුළු සලකා බැලීම් රැසක් ආවරණය කරයි. මහජනතාව ඉදිරියේ මාධ්‍ය ආයතනවල විශ්වසනීයත්වය පවත්වා ගැනීමට මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පිළිපැදීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

වගකිවයුතු මාධ්‍යවේදය සම්බන්ධ මුලපිරීම (Accountable Journalism initiative) මගින් පවත්වාගෙන යනු ලබන ජාත්‍යන්තර දත්ත ගබඩාවක මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ 400කට වඩා තිබේ. මේවා තනි මාධ්‍ය ආයතනයක්, රටක මාධ්‍ය කර්මාන්ත අංශය, මාධ්‍ය සංගමයක් හෝ මාධ්‍යවේදීන්ගේ සංගමය හෝ ව්‍යවස්ථාපිත පුවත්පත් මණ්ඩල මගින් සම්පාදනය කරන ලද ඒවාය. දත්ත සමුදාය ඇත්තේ: https://accountablejournalism.org/ethics-codes

සම්පූර්ණ සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පද්ධතිය ආවරණය වන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් ශ්‍රී ලංකාවට නොමැත.

මුද්‍රිත මාධ්‍ය අංශයට පහත සඳහන් ආචාර ධර්ම දෙක ඇත:

- 1973 අංක 5 දරන ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල නීතියේ 30 (i) (a) වගන්තිය යටතේ නිකුත් කරන ලද, පාර්ලිමේන්තුව විසින් අනුමත කරන ලද සහ 1981 ඔක්තෝබර් 14 දින ගැසට් කරන ලද (මුද්‍රිත) මාධ්‍යවේදීන් සඳහා වූ ආචාර ධර්ම සංග්‍රහය. මෙය පුවත්පත්වලට එරෙහි පැමිණිලි සම්බන්ධයෙන් තීරණ ගැනීමේදී ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය විසින් භාවිතා කරන රාමුවයි. https://slpc.lk/media/attachments/2019/10/18/1981-10-14-english.pdf

- 2004 දී ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් පැමිණිලි කොමිසම (PCCSL) විසින් සම්මත කරන ලද ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදයේ චර්යා සංග්‍රහය එතැන් සිට අවස්ථා කිහිපයකදී එය සංශෝධනය කර ඇත. මෙය ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් පැමිණිලි කොමිසම වෙත ලැබෙන පැමිණිලි විභාග කිරීමේ රාමුව ලෙස භාවිතා වේ. ස්වේච්ඡා ආයතනයක් වන එහි තීන්දු සම්බන්ධයෙන් නෛතික බැඳීමක් නැත. http://www.pccsl.lk/code-of-professional-practice-code-of-ethics-of-the-editors-guild-of-sri-lanka-adopted-by-the-press-complaints-commission-of-sri-lanka/

ශ්‍රී ලංකාවේ රේඩියෝ සහ ටෙලිවිෂන් විකාශන අංශයට කර්මාන්තය පුරා බලපාන ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් නොමැත. ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව (SLBC) සහ ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව (SLRC) වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය සහ පිළිගත හැකි වෙළඳ දැන්වීම් සඳහා තමන්ගේම අභ්‍යන්තර මාර්ගෝපදේශ නිර්මාණය කර ඇත. නමුත් මේවා තව දුරටත් බහුලව භාවිතා නොවේ. ඇතැමුන් විද්‍යුත් විකාශකයන් තමන්ට අභ්‍යන්තර මාර්ගෝපදේශ ඇති බව ප්‍රකාශ කළත්, (නෙත් FM හැරුණු විට) පෞද්ගලික විද්‍යුත් විකාශකයින් කිසිදු ආචාර ධර්ම සංග්‍රහයක් ප්‍රකාශයට පත් කර නැත.

වෘත්තීය වෙබ් මාධ්‍යවේදීන්ගේ සංගමය (PWJA) 2018 දී ඔන්ලයින් වෘත්තීය මාධ්‍යවේදීන් සඳහා ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් සම්මත කරන ලදි. එය ප්‍රවෘත්ති සහ කාලීන සිදුවීම් ආවරණය කරන ශ්‍රී ලාංකීය වෙබ් අඩවි සඳහා අදාළ වන අතර, මෙය ඔවුන්ගේ රාමුව ලෙස පිළිගෙන ඇත්තේ ප්‍රවෘත්ති වෙබ් අඩවි අතලොස්සක් පමණි. http://www.meepura.com/wp-content/uploads/2018/01/Web-Media.pdf

අංක 163
අමාත්‍යාංශය