



# 05

## නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය



### අභිමතාර්ථ

සන්නිවේදනය මානව සමාජයේ වැදගත්ම ක්‍රියාකාරකම්වලින් එකකි. වර්තමානයේ දී, සන්නිවේදනය සඳහා ඉතා සරල ක්‍රමවල සිට වඩාත් සංකීර්ණ සහ නිර්මාණාත්මක ක්‍රම දක්වා වූ විවිධ උපායමාර්ග යොදා ගනී. ග්‍රාහකයාගේ ආකර්ෂණය ලබා ගැනීම, සන්නිවේදකයාගේ තෘප්තිය වැනි අරමුණු මෙන්ම වාණිජ පරමාර්ථ ද මෙහි ගැබ් වී ඇත.

ඇත අතීතයේ සිට ම මාධ්‍ය සන්නිවේදනයේ දී මෙන්ම සාමාන්‍ය පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයේ දී ද නිර්මාණාත්මක ක්‍රම භාවිත කෙරිණි. ඒ අනුව සන්නිවේදන කාර්යයන් සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා විවිධ නිර්මාණ මූලාශ්‍රය යොදා ගනු ලැබේ.

නිර්මාණාත්මක ප්‍රකාශනය විවිධ සීමා හා ප්‍රමිතීන්ට අනුකූලව සිදුකරනු ලැබේ. එහි දී ආචාර ධර්ම සහ නීතියට වැදගත් ස්ථානයක් හිමි වේ. මෙහි දී ඇතැම් විට සමාජයේ පොදු ආචාර ධර්ම සහ නීති උල්ලංඝනය වන බැවින් මාධ්‍ය නිර්මාණ, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය අතර පවතින සම්බන්ධතාව වටහා ගැනීම වැදගත්ය.

මෙම පාඩමේ දී ඔබට නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ විවිධතා, යොදා ගනු ලැබූ මූලාශ්‍රය පිළිබඳව සහ සන්නිවේදනයේ දී පිළිපැදිය යුතු ආචාර ධර්ම හා නීති පිළිබඳව ද මූලික අවබෝධයක් ලැබෙනු ඇත.



## 5.1 නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය හැඳින්වීම

සාමාන්‍ය සමාජයෙහි සිදු වන සන්නිවේදනයේ දී මෙන්ම මාධ්‍ය මඟින් කෙරෙන සන්නිවේදනයේ දී ද නිර්මාණාත්මකභාවයට වැඩි වැදගත්කමක් හිමි වේ. විශේෂයෙන් ම ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍යවල වාණිජ පරමාර්ථ ඉටු කර ගැනීම සඳහා නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන විධික්‍රම භාවිතය ශීඝ්‍රයෙන් ඉහළ යමින් පවතී. එය මේ වන විට තරගයක් දක්වා ම වර්ධනය වී ඇත.

මාධ්‍ය හා නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය එකිනෙක බැඳී පවතින අතර ප්‍රචන්ද්‍රණ, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන ජන මාධ්‍ය ද අන්තර්ජාලය, පරිගණකය, ජංගම දුරකථනය වැනි නව මාධ්‍ය ද නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය හා සම්බන්ධව සන්නිවේදන කාර්යයෙහි නිරත වන බව දැකගත හැකිය. නාට්‍ය, ගීත, කාව්‍ය, කෙටිකතා, නවකතා වැනි නිර්මාණ, මාධ්‍ය සමග සංකලනය වී ඇති අතර දැන්වීම්, තීරු ලිපි, විශේෂාංග, වාර්තා වැඩසටහන් පමණක් නොව ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් ද නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ ඇසුර ලබයි. 'ප්‍රවෘත්ති යනු නිර්මාණ විශේෂයක් ද? ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන භාවිතයක් බවට පත් කිරීම කෙතරම් සුදුසු ද' යන්න කෙරෙහි වෙනම ම අවධානය යොමු කළ යුතුය. කෙසේ වෙතත් මාධ්‍යයට නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයෙන් බැහැරව පැවතිය නොහැකි තරමට මාධ්‍ය හා නිර්මාණ එකිනෙක බැඳී පවතී. මෙහි දී අප වඩාත් අවධානය යොමු කළ යුතු කරුණ වන්නේ ඕනෑම නිර්මාණයක් මානව සමාජයේ යහපැවැත්ම උදෙසා ම විය යුතු බවයි.

එසේ ම එදිනෙදා සිදු වන සන්නිවේදනයේ දී ද තම අභිමානය ඉහළ නංවා ගැනීම, ප්‍රශංසා ලැබීම, වාණිජ කටයුතු, පොදු පුරවැසි අවශ්‍යතා, දේශපාලන අවශ්‍යතා, වෘත්තීය කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම, කැපී පෙනීම, අවධානය යොමු කර ගැනීම ආදී අරමුණු පෙරදැරිව මිනිස්සු තම සන්නිවේදන කාර්යය නිර්මාණාත්මකව සිදු කිරීමට පෙළඹී සිටිති.

### 5.1.1 නිර්මාණය සහ නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය

නිර්මාණය යන සංකල්පය පහසුවෙන් නිර්වචනය කිරීමට හැකි සංකල්පයක් නොවේ. ඊට හේතුව එය පුළුල් පරාසයක විහිදී පැවැතීමයි. බොහෝ විද්වතුන් මේ සම්බන්ධයෙන් විවිධ මත පළ කර තිබේ. එක් එක් නිර්මාණ වර්ග පිළිබඳ නිර්වචන වෙන් වෙන් වශයෙන් ගොඩ නැගී තිබේ. නිදසුන් ලෙස කාව්‍ය නිර්මාණ, චිත්‍ර නිර්මාණ, නාට්‍ය නිර්මාණ පිළිබඳ නිර්වචන දැක්විය හැකිය.

මෙම සියලු අර්ථ දැක්වීම් සලකා බලමින්, නිර්මාණය යන්න පහත සඳහන් පරිදි සරලව දැක්විය හැකිය.

**නිර්මාණය යනු,**

නැවුම්බව හා සුවිශේෂබව සහිත ප්‍රයෝජනවත්, අර්ථසම්පන්න අදහසක් ඔස්සේ බිහි වන යමකි. නිර්මාණයක් ගුණාත්මක සන්නිවේදන කාර්යය ඉටු කර ගැනීම සඳහාත් ඉහළ රුචිකත්වයක් ඇති කිරීම සඳහාත් ඉවහල් වේ.



යම් පුද්ගලයෙකු යම් තොරතුරක් සන්නිවේදනය කිරීමේ දී ඔහුට ප්‍රධාන වශයෙන් හැකියා දෙකක් තිබීම වැදගත් වේ.

1. භාෂා හැකියාව
2. සන්නිවේදන හැකියාව

භාෂා හැකියාව, භාවිතයත් සමග ප්‍රගුණ කරගත හැකි හැකියාවකි. එහෙත් සන්නිවේදන හැකියාව ප්‍රගුණ කරගත හැකි වන්නේ ග්‍රාහකයා පොළඹවා ගැනීමෙන් සන්දේශ ග්‍රාහක ගත කර ගැනීමට කටයුතු කිරීමෙනි. මෙම සන්නිවේදන හැකියාව සඳහා නිර්මාණ කාර්යය ඉතා වැදගත් වේ. යම් තොරතුරක් අපූර්ව ආකාරයෙන් ආකර්ෂණීය ලෙස ග්‍රාහකගත කිරීමත් එමඟින් ග්‍රාහකයා සන්නිවේදන කාර්යය සඳහා පොළඹවා ගැනීමත් ඒ අනුව සිදු වේ.

උදාහරණයක් ලෙස බුදුරජාණන් වහන්සේ පිරිනිවන් පා බොහෝ කලකට පසුව ද උන්වහන්සේගේ මහා කරුණාව වස්තු විෂය කරගත් නිර්මාණකරුවා බුදුරජාණන් වහන්සේගේ ප්‍රතිමා නිර්මාණය කිරීම සිදු කරයි. එමෙන්ම බුද්ධ චරිතය හා බැඳී සිද්ධි වස්තු විෂය කරගනිමින් චිත්‍ර, නාට්‍ය, ගීත යනාදිය ද බිහි කරයි.

### 5.1.2 නිර්මාණයක ගුණය හඳුනා ගැනීම.

සන්නිවේදන කාර්යයේ දී ලිඛිතව හෝ වාචිකව හෝ වෙනත් ඕනෑම ආකාරයකින් යමක් සෘජුව ප්‍රකාශ කළ හැකිය. එහෙත් සෘජුව ප්‍රකාශ කිරීමට වඩා එම ප්‍රකාශය යම් වින්දනයක් ද ලැබෙන ලෙස ඉදිරිපත් කළ විට එයට වැඩි අවධානයක් යොමු වේ.

එම වින්දනය ඔබට ලැබෙන්නේ එම ප්‍රකාශනයෙන් යම් අපූර්වත්වයක් අත් විඳිය හැකි හෙයිනි. මෙම අපූර්වත්වය තම ප්‍රකාශනය තුළ ගැබ් කිරීම සෑම පුද්ගලයෙකුට ම කළ නොහැකි ය. සියලු දෙනා ම කතා කරන නමුත් සියලු දෙනා ම ලියන නමුත් ඒ සියල්ල නිර්මාණශීලී නොවේ. නිර්මාණශීලීව සන්නිවේදනය සිදු කිරීමට නම් නිර්මාණ ගුණය පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා තිබීම වැදගත්ය.

නිර්මාණයක ගුණාංග බොහොමයක් අන්තර්ගත වන අතර, ඉන් වැදගත් ගුණාංග කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- නැවුම්බව
- සුවිශේෂීබව
- ප්‍රයෝජනවත්බව
- අර්ථ සම්පන්නබව
- ගුණාත්මක සන්නිවේදනයක් සිදු වීම
- ඉහළ රුචිකත්වයක් ඇති කිරීම
- සංවේදීබව
- සියුම් ලෙස සිතීමේ හැකියාව

ඉහත සඳහන් ගුණාංග ඇතුළත් වන පණිවුඩය තුළ ගොඩනැගෙන්නේ නිර්මාණාත්මක බවකි. එය සන්නිවේදනය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය ගුණාංගයකි. සරල සමාජවලට වඩා සංකීර්ණ සමාජයෙහි නිර්මාණාත්මකබව අදාළ වන්නේ සමාජය තරගකාරීත්වයෙන් යුතු වන බැවිනි. එය ආකර්ෂණීය මෙන්ම වඩාත් ඵලදායී වන්නේ සමාජ අන්තර් ක්‍රියාවලියෙහි දීය.

### 5.1.3 එකම අත්දැකීම විවිධාකාරයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම

නිර්මාණ විවිධ ස්වරූපයෙන් දැක ගත හැකි අතර එකම නිර්මාණය වුව ද විවිධ දෘෂ්ටිකෝණයෙන් විචරණය කළ හැකිය. එකම පණිවුඩය හෝ අත්දැකීම ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, පුවත්පත මෙන්ම නව මාධ්‍ය මඟින් විවිධ ස්වරූපයෙන් ඉදිරිපත් වේ. එසේ ම එකම මාධ්‍යයක වුවත් එකම සිදුවීම සම්බන්ධ තොරතුරු ඉදිරිපත් කරනු ලබන ආකාරය ආයතනානුබද්ධව හා පුද්ගලානුබද්ධව වෙනස් වේ. පුවත්පත් කිහිපයක එකම සිදුවීම වෙනස් ආකාරයකින් දක්වා ඇති අවස්ථා නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

ගුවන්විදුලිය සඳහා නිර්මාණකරණයේ දී ශ්‍රවණ මාධ්‍ය පිළිබඳව පුළුල් අවධානයක් යොමු කළ යුතු අතර, රූපවාහිනිය සඳහා නිර්මාණකරණයේ දී ශ්‍රවණය මෙන්ම රූප පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කළ යුතුය. පුවත්පතේ දී පාඨකයාට ගෝචර වන ලිඛිත භාෂාවක් අනුගමනය කරයි.

ක්‍රියාකාරකම 01

1 ඉබි යාළුවේ අපි තරගයට දුවමු ද?

2 ඇයි මාව පරද්දන්න ද? ඔයාට මට වඩා හොඳින් දුවන්න පුලුවනිනේ?

3 එහෙම හිතන්න එපා. උත්සාහ කළොත් ඔයාටත් දිනන්න පුළුවන් වෙයි. බැහැ කියල පස්සට යනවට වඩා අභියෝග භාර ගන්න පුරුදු වෙන්න ඕන.

4 ඔව් ඔව් එහෙනම් මම අභියෝගය භාර ගන්නවා.

ඉහත සිදුවීම තේමා කොට ගනිමින් ගුරුතුමාගේ සහය ඇතිව කණ්ඩායම් තුනකට බෙදී රූපවාහිනියෙහි සහ ගුවන්විදුලියෙහි විකාශනය කිරීමට සුදුසු ආකාරයේ කුඩා ඒකාංගික නාට්‍යය දෙකක් ද පුවත්පතෙහි පළ කිරීම සඳහා විශේෂාංග ලිපියක් ද සකස් කර පත්ති කාමරයේ දී ඉදිරිපත් කරන්න.

### 5.1.4 නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ ප්‍රාදේශීය විවිධතා

නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී පුද්ගලයාගේ බාහිර අත්දැකීම් එනම් භූ ගෝලීය පරිසරය, සංස්කෘතිය, හුරුපුරුදු, විශ්වාසයන්, ඇවතුම් පැවතුම් හා ප්‍රාදේශීය භාෂා භාවිතය නිර්මාණයට නිරායාසයෙන් ම එකතු වේ.

උදාහරණයක් ලෙසින් ප්‍රාදේශීයව බිහි වන නර්තන සම්ප්‍රදායන් ප්‍රාදේශීයව පවතින ඇවතුම් පැවතුම් විශ්වාස මත ගොඩ නැගීම දැක්විය හැකිය. පහතරට නර්තනය දකුණේ යක් තොවිල්, බලි තොවිල් ආශ්‍රිතව බැඳුණු සම්ප්‍රදායන් මුල් කර ගෙන බිහි වෙන අතර





උඩරට නර්තනය උඩරට සමාජයෙහි මුල් බැසගත් කොහොඹායක් කංකාරිය හා බැඳුණු සම්ප්‍රදායන් මුල් කරගෙන බිහි වෙයි.

නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ගැමියන් තම සිතූම් පැතුම් කවියට නැගීමේ දී ප්‍රාදේශීය විවිධතා උකහා ගෙන තිබේ. ඇළ දොළ ගංගා ආශ්‍රිත ප්‍රදේශවල පාරැකවි බිහි වෙද්දී කුඹුරු ගොවිතැන ආශ්‍රිත ප්‍රදේශවල පැල්කවි බිහි වේ. වැදි ජනයා ජීවත්වන ප්‍රදේශවල වැදි ගි බිහි වන්නේ ප්‍රාදේශීයව ඔවුන් භාවිත කරන භාෂා රටා මුල් කර ගනිමිනි.

ප්‍රාදේශීය වශයෙන් බිහිවන සම්ප්‍රදායන් නිර්මාණයට අපූර්වත්වය ගෙන දෙයි. නිර්මාණයක නිර්මාණශීලීත්වය වැඩි කිරීමටත් එය සමාජගත කිරීමටත් නිර්මාණකරුවාට මේ ඔස්සේ හැකියාව ලැබේ. මෙම ප්‍රාදේශීය විවිධත්වය නිසා මාධ්‍යවලට ද ඒ ඒ කණ්ඩායම් ආමන්ත්‍රණය කිරීම සඳහා වෙනස් ආකාරයේ සන්නිවේදන උපක්‍රම භාවිත කිරීමට සිදු වේ. ප්‍රාදේශීය පුවත්පත්, ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි නාලිකා ආදිය බිහි වී ඇත්තේ ද මෙම අවශ්‍යතාව නිසාය. මේවා එකම සිදුවීමක් හෝ ප්‍රවෘත්තියක් ඒ ඒ ප්‍රදේශයට අනන්‍ය ව විවිධ ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කරනු දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම නිර්මාණාත්මක මාධ්‍ය සන්නිවේදනයේ දී ඒ ඒ මාධ්‍යයට අදාළ විශේෂතා ඇති බව ද සැලකිය යුතුය.

## 5.2. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ දී යොදා ගන්නා ප්‍රකාශන විධි

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය වඩාත් නිර්මාණාත්මකව සිදු කිරීම සඳහා විවිධ ප්‍රකාශන විධි භාවිත කරනු දක්නට ලැබේ. විශේෂයෙන් ම මාධ්‍ය ඔස්සේ කෙරෙන සන්නිවේදනය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමේ දී මෙම ප්‍රකාශන විධි වඩාත් පැහැදිලිව හඳුනාගත හැකිය.

### 5.2.1 භාෂාත්මක ප්‍රකාශන විධි

භාෂාව මුල් කර ගෙන සන්නිවේදනය සිදු කිරීම භාෂාත්මක ප්‍රකාශනය ලෙස හැඳින්වේ. බොහෝ විට මෙය අනෙකුත් ප්‍රකාශන විධිවල පදනම ලෙස ද ක්‍රියා කරයි. ජන මාධ්‍යවල මෙන්ම නව මාධ්‍යවල ද වැඩිපුර ම භාවිත වන්නේ භාෂාත්මක ප්‍රකාශනයයි. යම් සිදුවීමක් පිළිබඳ තොරතුරු සමාජය වෙත ගෙන යාමේ දී එහි ආකර්ෂණීයත්වය මෙන්ම ගුණාත්මකබව ද මේ ඔස්සේ වැඩි දියුණු කළ හැකිය. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ දී යොදා ගැනෙන භාෂාත්මක ප්‍රකාශන විධික්‍රම ලෙස උපමා උපමේයන්, ප්‍රස්තාව පිරුළු, කෙටිකතා, ව්‍යංග්‍යාර්ථ සහිත භාෂා රටාවන් හඳුනා ගත හැකිය. කවිය, කෙටිකතාව, නවකතාව, නාට්‍ය ආදිය භාෂාත්මක ප්‍රකාශනය භාවිත කරන නිර්මාණ සඳහා නිදසුන් වේ.

### 5.2.2 ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශන විධි

ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශනය, මානව සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා තවත් ප්‍රකාශන ස්වරූපයකි. හුව, බෙරහඬ, නළා හඬ වැනි සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ගෙන් ආරම්භ වූ ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශනය වර්තමානය වන විට ඉතා දියුණු තත්ත්වයකට පත්ව තිබේ. එය ස්වාධීන ප්‍රකාශන ස්වරූපයක් ලෙස මෙන්ම වෙනත් සන්නිවේදන ස්වරූප සමග එක්ව ද භාවිත වේ.

ගුවන්විදුලිය නිර්මාණාත්මක ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශන බිහි කිරීමේ සුවිශේෂී මාධ්‍යයක් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. හඬ, නිහඬබව, සංගීතය හා ශබ්ද ඇසුරින් ගුවන්විදුලිය ක්‍රියාත්මක වේ. එහෙයින් එය හුදු ශබ්ද මාධ්‍යය ඉක්ම වූ නිර්මාණාත්මක ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයකි. ගුවන්විදුලි ශ්‍රාවකයා අදහස් අවබෝධ කරගන්නේ පරිකල්පනයෙනි. එහෙයින් ගුවන්විදුලි සන්නිවේදකයා පරිකල්පනීය භාෂාවක් භාවිත කළ යුතුය. ගුවන්විදුලියේ සෑම වැඩසටහනකට ම එය අදාළ වේ. ප්‍රවෘත්තියක් ඉදිරිපත් කිරීමේ දී වුව ද නිවේදකයාගේ හඬ, කථන ස්වරූපය වැදගත් වේ. ගුවන්විදුලියේ නිහඬබව මගින් ද යම් යම් දෑ සන්නිවේදනය කළ හැකිය. සංගීතය සුදුසු පරිදි යොදාගැනීමෙන් නිර්මාණාත්මකව යමක් සන්නිවේදනය කළ හැකිය.

### 5.2.3 දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි

සන්නිවේදනයේ නිර්මාණාත්මකබව ඇති කර ගැනීම සඳහා බහුලව යොදා ගන්නා ප්‍රකාශන විධියක් ලෙස දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය හඳුනාගත හැකිය. දැකීම මගින් අවබෝධ කර ගත හැකි යම් තොරතුරක් ලබා දීම මෙහි දී සිදු වේ. ආදි මිනිසා ඉතා සරල සංඥා, සංකේත, ඉඟි බිඟි හා චිත්‍ර ආදිය මගින් දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය සිදු කළහ. වර්තමානය වන විට දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය වඩාත් දියුණු තත්ත්වයක පවතී.

දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය සඳහා

- අකුරු
- අභිනය
- ඡායාරූප
- චිත්‍ර
- සංකේත
- සංඥා
- වගු
- ප්‍රස්තාර

ආදී බොහෝ දේ යොදා ගනී.

දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා අවස්ථාවලට උදාහරණ ලෙස දැන්වීම්, ප්‍රදර්ශන පුවරු, අත් පත්‍රිකා, සඟරා ආදී දැකීමෙන් පමණක් පණිවිඩ ලබා ගන්නා ක්‍රම දැක්විය හැකිය.



5.1 රූපය : දෘශ්‍ය මාධ්‍ය ආශ්‍රිත ඡායාරූපයක්

යමක් දෙස මතු පිටින් බැලූ විට පෙනෙන දෙයට වඩා එහි ගැඹුරු අර්ථයක් තිබිය හැකිබව පෙන්වීම සඳහා සුදුසු ඡායාරූපයකි.



### 5.2.4 ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි

ශබ්දය සහ රූපය යන අංශ දෙක ම යොදා ගනිමින් යම් තොරතුරක් ප්‍රකාශ කිරීම ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි ලෙස හැඳින්වේ. රූපවාහිනිය, සිනමාව ආදියෙහි යොදා ගැනෙන්නේ මෙම ප්‍රකාශන ස්වරූපයයි. එසේ ම ජංගම දුරකථනය, පරිගණකය හා අන්තර්ජාලය ආශ්‍රිත නව මාධ්‍යවල ද ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි භාවිත වේ.

යම් තොරතුරක් හෝ සංකල්පයක් සජීවී බවින් යුක්තව නිර්මාණාත්මකව ඉදිරිපත් කිරීමේ හැකියාව ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන සතුව ඇත. ශබ්දය හා රූපය ප්‍රබල ලෙස භාවිත වීම මීට හේතු වේ.

සෙසු ප්‍රකාශන විධිවලට සාපේක්ෂ වශයෙන් ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධිවල ග්‍රාහකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ මට්ටමක පවතී. ඊට හේතු වී ඇත්තේ මෙමගින් ග්‍රාහකයා වෙත ලබා දෙන තොරතුරු අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ මට්ටමක පැවතීමයි.

### 5.3. මාධ්‍ය නිර්මාණ, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය



නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ යෙදෙන මාධ්‍යකරුවාගේ සමාජ වගකීම නියාමනය වන්නේ කෙසේ ද? ඒ සඳහා ප්‍රධාන වශයෙන් මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම හා නීතිය යොදා ගැනේ. ආචාර ධර්ම වඩා මෘදු නියාමන උපකරණයක් ලෙසත් නීතිය දෘඪ නියාමන උපකරණයක් ලෙසත් හඳුනා ගත හැකිය. ආචාර ධර්ම කඩ කළ විට නිශ්චිත දඬුවම් හිමි නොවේ. එහෙත් නීතිය උල්ලංඝනය කළ විට නිශ්චිත දඬුවම් හිමි වේ. ආචාර ධර්ම කැමති නම් අනුගමනය කළ හැකිය. එහෙත් නීතිය අනිවාර්යෙන් පිළිපැදිය යුතුය.

#### 5.3.1 මාධ්‍ය නිර්මාණ හා අචාර ධර්ම

නිර්මාණකරුවකු හෝ වර්තාකරුවකු හෝ ජනතාවගේ යහපත පිණිස සන්නිවේදන කාර්යයෙහි යෙදීම ඉතා වැදගත් කරුණකි. නවකතාකරුවා සිය රචනයෙන් සමාජ මෙහෙවරක් කළ යුතුය. කෙටිකතාකරුවා, කවියා හෝ සංගීත ශිල්පියාට ද වෙනත් ඕනෑම නිර්මාණකරුවකුට ද මෙය අදාළය. නිර්මාණයක් පරිශීලනය කරන රසිකයා ආනන්දයෙන් ප්‍රඥාව කරා ගෙන යාම නිර්මාණකරුවාගේ වගකීම වන බව පිළිගත් මතයයි. එයින් අදහස් කරන්නේ නිර්මාණකරුවා කිසියම් වගකීමක් හිස දරන්නකු වන බවයි.

විවිධ මාධ්‍ය ආයතන ස්වාධීන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පද්ධති සකස් කර ගෙන ඒ අනුව කටයුතු කරනු දැකිය හැකිය. එසේ ම මාධ්‍යවේදීන් ස්වයං චාරණයක සිට කටයුතු කිරීම ද දැකිය හැකිය. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන කාර්යයේ යෙදීමේ දී සමාජයට අයහපතක් වන්නේ නම් එවන් කාර්යයන්හි නොයෙදීමට තරම් විනයක් මාධ්‍යවේදියාට හෝ නිර්මාණකරුවාට තිබිය යුතුය. එය ඉතා වැදගත් නියාමන ක්‍රමයක් යැයි කිව හැකිය. මන්ද බාහිර නීතිරීති හෝ ආචාර ධර්ම පද්ධතිවලට වඩා මාධ්‍යවේදියා ම ස්වේච්ඡාවෙන් සමාජ වගකීමකින් කටයුතු කිරීම වඩාත් ප්‍රායෝගික මෙන්ම සාර්ථක උපක්‍රමයක් වන බැවිනි.

- ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ වූ විවිධ ආචාර ධර්ම පද්ධති දැකිය හැකිය.
  - ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ ජාත්‍යන්තර සම්මේලනයේ ආචාර ධර්ම මාලාව
  - ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදයේ වෘත්තීය ප්‍රතිපත්ති මාලාව
  - ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල පනතේ ආචාර ධර්ම ලේඛනය
  - නිදහස් මාධ්‍ය සංසදයේ ආචාර ධර්ම මාලාව

### 5.3.2. මාධ්‍ය නිර්මාණ හා නීතිය

කිසියම් රටක සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරිත්වය ආචාර ධර්ම මගින් පමණක් පාලනය කළ නොහැකිය. ඒ සඳහා ශක්තිමත් නීති පදනමක් ද තිබිය යුතුය. එයට ප්‍රධාන ම හේතුව වන්නේ සෑම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රටක ම පාහේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය ඉහළින් ම අගය කිරීමයි. එකී නිදහස නිසා ම මාධ්‍ය නිර්මාණ සමාජයට හිතකර මෙන්ම අහිතකර ප්‍රතිඵල ද ඇති කරයි.

මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ නිදහස් මතවාදය බටහිර රටවල් කේන්ද්‍ර කරගෙන ආරම්භ වූ අතර පසුව ලෝකයේ බොහෝ රටවල එය ව්‍යාප්ත විය. ජෝන් මිල්ටන්, ජෝන් ලොක්, ජෝන් ස්ටුවට් මිල්, තෝමස් ජෙෆර්සන් වැනි සමාජ ප්‍රතිසංස්කරණවාදීහු ජන මාධ්‍ය නිදහස අවධාරණය කළහ. ඔවුන්ට අනුව කිසියම් රටක ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයට එරට පාලකයින් බාධා නොකළ යුතුය. ජන මාධ්‍යයට ස්වාධීනව, නිදහස්ව කටයුතු කිරීමේ අයිතිය හිමි විය යුතුය. එහෙත් පසු කාලීනව එම නිදහස ම සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිඵල ඇති කිරීමට ද හේතු විය. එහෙයින් ප්‍රකාශන අයිතිය ආරක්ෂා කළ යුතු සේම ප්‍රකාශන නිදහස හේතුවෙන් සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිඵල ඇති වේ නම් එයට ද ප්‍රතිකර්ම තිබිය යුතුය.

ප්‍රකාශන නිදහස රටකට පමණක් සීමා වුවක් නොව සමස්ත ලෝකයට ම පොදු වූවකි. ලොව මෙතෙක් ප්‍රකාශයට පත්ව ඇති මූලික මානව අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ උසස් ම ප්‍රකාශනය ලෙස සැලකෙන එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය විසින් ප්‍රකාශිත මානව හිමිකම් පිළිබඳ විශ්ව ප්‍රකාශනයේ 19 වන වගන්තියේ මෙසේ දක්වා ඇත.

“තම නිදහස් මතය දැරීමට හා ප්‍රකාශ කිරීමට සෑම පුද්ගලයෙකුට ම අයිතිය ඇත. අනුන්ගේ බාධාවක් නොමැතිව තම මත දැරීමටත් දේශ සීමා නොසලකා කවර මාධ්‍යයකින් හෝ තොරතුරු ලැබීමට හා දීමටත් ඇති අයිතිය ඊට ඇතුළත් ය.”

ශ්‍රී ලංකාව එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානයේ සාමාජික රටකි. එහෙයින් මානව හිමිකම් පිළිබඳ විශ්ව ප්‍රකාශනයේ ඇතුළත් කරුණු ක්‍රියාත්මක කිරීමට ශ්‍රී ලංකාව ද බැඳී සිටියි. 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ ප්‍රකාශන නිදහස තහවුරු කර ඇත්තේ පහත ආකාරයෙනි.

“14 (1) සෑම පුරවැසියෙකුටම  
(අ) භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළ කිරීමේ නිදහසට හිමිකම් ඇත්තේ ය.”

ඉහත ප්‍රතිපාදන මගින් ප්‍රකාශන නිදහස තහවුරු කළ ද එය කිසියම් සීමාවකට යටත් විය යුතුය. එසේ නොවුනහොත් සීමා රහිත නිදහස සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිවිපාක ඇති කරනු ඇත. ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ ම ප්‍රකාශන නිදහසට යම් යම් සීමා ඇති කෙරෙන අනු ව්‍යවස්ථා දැකිය හැකිය. 15 (2) හා (7) අනු ව්‍යවස්ථා මගින් මීට අදාළ ප්‍රධාන සීමා පනවා තිබේ.

එසේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ තවත් විවිධ නීතිමය තත්ත්ව දැකිය හැකිය. ප්‍රසිද්ධ රැගුම්පාලක මණ්ඩලය, විදුලි සන්දේශ නියාමන කොමිෂන් සභාව





ආදී නියාමන ආයතන ඒ අතර ප්‍රධාන වේ. නිර්මාණකරුවාට සිය නිර්මාණකරණ විෂයයෙහි කවර නිදහසක් තිබුණ ද එය නියාමනයට ලක් විය යුතු බව රැගුම්පාලක මණ්ඩල ක්‍රියාකාරිත්වයෙන් කියැවේ. එසේ නොවුනහොත් සමාජයට අහිතකර නිර්මාණ සමාජගත වනු ඇත. නව මාධ්‍යයක් ලෙස සමාජයට වැඩි බලපෑමක් එල්ල කරන අන්තර්ජාලය නියාමනයට විදුලි සන්දේශ නියාමන කොමිෂන් සභාව ආදී නියාමන ආයතන අවශ්‍ය වේ. මෑතක දී ශ්‍රී ලංකාවේ අසභ්‍ය වෙබ් අඩවි විශාල ප්‍රමාණයක් තහනමට ලක් විය. අන්තර්ජාලය සම්බන්ධයෙන් ඇති ප්‍රධාන ම ගැටලුව වන්නේ එය පාලනය කිරීමට නීති සම්පාදනය කිරීම අසීරු කරුණක් වීමයි.

මාධ්‍ය නිර්මාණ පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේ දී නවකතාව, කෙටිකතාව, කවිය වැනි නිර්මාණ පාලනයට හෝ නියාමනයට නීති සම්පාදනය නොවීම විශේෂිත කරුණකි. නවකතාකරුවකුට, කෙටිකතාකරුවකුට හෝ කවියකුට ඉතා පුළුල් නිදහසක් ඇතිව සිය නිර්මාණකරණයෙහි යෙදීමට අවස්ථාව හිමිව තිබේ. එහෙයින් ම ඔවුන් සමාජ වගකීමකින් යුතුව ස්වයං විනයකින් කටයුතු කිරීම අතිශයින් වැදගත් වේ. ස්වකීය නිර්මාණවලින් සමාජයට අයහපතක් නොවන බවට විශ්වාසයක් ඔවුන්ට ම තිබිය යුතුය. මෑත කාලීනව සම්මාන ඉලක්ක කර ගනිමින් ප්‍රකාශනය කරන ලද බොහෝ නවකතා අනවශ්‍ය පරිදි ලිංගිකත්වය මතු කර දක්වන බවට ඇතැම් විචාරකයෝ පෙන්වා දුන්හ. සිය නිර්මාණය සාධාරණීකරණය කිරීමට නිර්මාණකරුවාට ඇතැම්විට නිදහස ඇතත් එමඟින් සමාජයට අයහපතක් වන්නේ නම් එය වැළැක්වීමට පියවර ගැනීම ද අත්‍යවශ්‍ය වේ.

රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය හා පුවත්පත යන ප්‍රධාන ජන මාධ්‍ය පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමේ දී මේ සෑම මාධ්‍යයක් ම පවත්වා ගෙන යාමට බලපත්‍රක් හෝ ලියාපදිංචි වීමක් අවශ්‍ය වීම වැදගත් කරුණකි. එමඟින් මාධ්‍ය භාවිතය කිසියම් ප්‍රමාණයකින් පාලනයට යටත් කළ හැකිය. කෙසේ වුව ද ගීත, ගුවන්විදුලි නාට්‍ය, ටෙලිනාට්‍ය, දැන්වීම් වැනි නිර්මාණ නියාමනයට නීතිමය ප්‍රතිපාදන නොමැති වීම ගැටලුවකි. ඒ අනුව මාධ්‍ය නිර්මාණකරණය ඇතැම්විට සමාජයට විවිධ ගැටලු ඇති කරමින් පවතින බැවින් පරිහරණය කළ යුත්තේ ප්‍රවේසමෙනි.

### 5.3.3. මාධ්‍ය භාවිතය

මාධ්‍ය කර්මාන්තයක් බවට පත්ව තිබේ. කර්මාන්තයක මූලික අරමුණ ලාභ ලැබීමයි. වර්තමාන මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය දැවැන්ත ව්‍යාපාරයක් බවට පත්ව ඇති අතර, එහි මූලාරම්භය මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ බිහිවීම දක්වා දිව යයි. ගුට්ටන්බර්ග් විසින් මුද්‍රණ ශිල්පය ලොවට දායාද කිරීමෙන් පසු විලියම් කැක්ස්ටන් විසින් මුද්‍රණ ශිල්පය යුරෝපය පුරා ව්‍යාප්ත කරන ලදී. එහි එක් ප්‍රතිඵලයක් වූයේ පොත්පත් ප්‍රකාශ කිරීමට අදාළ ව ප්‍රකාශන හිමිකම් පිළිබඳ පනතක් බ්‍රිතාන්‍ය පාර්ලිමේන්තුවට ඉදිරිපත් වීමයි. ලොව ප්‍රථම ප්‍රකාශන හිමිකම් නීතිය ලෙස 1910 අප්‍රේල් 10 වන දින සම්මත වන එම නීතිය රැජිනගේ ව්‍යවස්ථාව (Queen Ann's Statute) ලෙස හැඳින්විණි. මෙම ව්‍යවස්ථාව පොත් සඳහා පමණක් සීමා වූ අතර, මේ අනුව යම් කෘතියක් ප්‍රකාශයට පත් කිරීමේ දී කර්තෘට කිසියම් ගෙවීමක් සිදු කිරීමට ප්‍රකාශකයින්ට සිදු විය. මෙසේ ඇරඹුණු ප්‍රකාශන හිමිකම් නීතිය වර්තමානය වන විට සෑම මාධ්‍යයකට ම අදාළව ක්‍රියාත්මක වෙමින් තිබේ.

නිර්මාණාත්මක හැකියාව බුද්ධිමය දේපළකි. එය සෑම පුද්ගලයකු ම සතු දේපළක් නොවේ. ලෝක බුද්ධිමය දේපළ සංවිධානයේ වර්ගීකරණයට අනුව බුද්ධිමය දේපළ වර්ග දෙකකි.

1. නව සොයා ගැනීම්, වෙළඳ ලකුණු හා කාර්මික සැලසුම් අයත් කාර්මික දේපළ
2. සාහිත්‍යමය, සංගීතමය, චිත්‍රමය, ඡායාරූපමය හා ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය කාර්යයන් අයත් වන ප්‍රකාශන හිමිකම්

මෙහි දී අපගේ අවධානයට යොමු වන්නේ ප්‍රකාශන හිමිකම් පිළිබඳව පමණි. නිර්මාණකරුවකු දිරිමත් කිරීමට සමාජය විසින් නිර්මාණකරුවාට ගෙවීමක් කළ යුතුය. අනෙක් අතට නිර්මාණකරුවා සිය ජීවිතය පවත්වා ගැනීමටත් ස්වකීය නිර්මාණ අගය තහවුරු කරගැනීමටත් කිසියම් අය කිරීමක් කළ යුතුය. එම අය කිරීම ප්‍රකාශකයාගෙන් හෝ සෘජුව ම ග්‍රාහකයාගෙන් විය හැකිය. මෙම ප්‍රකාශන හිමිකම කාලයත් සමග වෙනස් වෙමින් සංවර්ධනය වනු දැකිය හැකිය. 1948 එක්සත් ජාතීන්ගේ මානව හිමිකම් ප්‍රකාශනයේ මෙසේ සඳහන් වේ.

### 27 වන වගන්තිය

- (1) ප්‍රජාවගේ සංස්කෘතියට සහභාගි වීමට, කලාව රසවිඳීමට හා විද්‍යාත්මක නවීන කාර්යයන් හා ඒවායේ ප්‍රතිලාභ බෙදාහදා ගැනීමට සෑම කෙනෙකුට ම නිදහස් අයිතියක් තිබේ.
- (2) යම් විද්‍යාත්මක, සාහිත්‍යමය හෝ කලාත්මක නිෂ්පාදනයක කර්තෘ යම් අයෙක් වේ ද, එම කැනැත්තාට තම ස්වතන්ත්‍ර නිර්මාණයේ සදාචාරාත්මක හා ද්‍රව්‍යාත්මක අයිතිය ආරක්ෂා කර ගැනීමට අයිතිය ඇත්තේ ය.

ප්‍රකාශන හිමිකම විශ්ව මට්ටමින් ක්‍රියාත්මක වන අතර ශ්‍රී ලංකාවේ ද ප්‍රකාශන හිමිකම සම්බන්ධයෙන් නීති සම්පාදනය වී තිබේ. ඒ අනුව 1979 අංක 52 දරන බුද්ධිමය දේපළ පනත හඳුන්වාදීම වඩාත් සුවිශේෂී සිදුවීමකි. එය යම් යම් සංශෝධනවලට ලක්ව වර්තමානයේදී 2003 අංක 36 දරන බුද්ධිමය දේපළ පනත ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතී. එහි පනතේ 6(1) වගන්තිය පහත දක්වා ඇත.

6 (1) (මෙහි මින් මතු “කෘතිය” යනුවෙන් සඳහන් කරනු ලබන) විශේෂයෙන් පහත සඳහන් නිර්මාණ ඇතුළත් වන ශාස්ත්‍රීය, කලා සහ විද්‍යාත්මක පරාසයකට ඇතුළත් පහත සඳහන් මුල් බුද්ධිමය නිර්මාණ, ශාස්ත්‍රීය, කලාත්මක සහ විද්‍යාත්මක නිර්මාණ වශයෙන් ආරක්ෂා කරනු ලැබිය යුතුය :-

- (අ) පොත්, පත්‍රිකා, ලිපි, පරිගණක වැඩසටහන් හා වෙනත් ලියවිලි;
- (ආ) කථා, දේශන, ඇමතීම්, අනුශාසනා සහ වෙනත් වාචික කෘති;
- (ඇ) නාටකීය හෝ ගීත නාටකීය කෘති, අභිරූපණ, නාභ්‍ය, විද්‍යාත්මක කෘති සහ වේදිකා සඳහා වන නිෂ්පාදන වශයෙන් නිෂ්පාදිත වෙනත් කෘති;
- (ඈ) ඡේදයේ නිශ්චිතව සඳහන් කෘති, වේදිකාගත කිරීම සඳහා නිෂ්පාදනය කිරීම සහ එවැනි නිෂ්පාදන සඳහා යෝග්‍ය ජනප්‍රවාද ප්‍රකාශන වේදිකාගත කිරීම සඳහා නිෂ්පාදනය කිරීම;
- (ඉ) සංගීතය සමග ගයන වචන ඇතුළත් හෝ නොවන සංගීතමය කෘති;
- (ඊ) ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය කෘති;



- (උ) ගෘහ නිර්මාණ ශිල්පීය කෘති;
- (උඟ) විත්‍ර, පින්තාරු කිරීම්, මූර්ති, කැටයම්, ලිතෝ මුද්‍රණ, විචිත්‍ර ගෙත්තම් සහ වෙනත් ලලිත කලාත්මක කෘති;
- (ඌ) ඡායාරූප ශිල්පීය කෘති;
- (ඍ) ව්‍යවහාරික කලා කෘති;
- (ඞ) භූගෝලවිද්‍යාව හා භූ ලක්ෂණ විද්‍යාව, ගෘහ නිර්මාණ ශිල්පීය හෝ විද්‍යාව හා සම්බන්ධ සිතියම්, පිඹුරු කටු සටහන් සහ ත්‍රිමාණ කෘති.

නිර්මාණකරුවකු නව නිර්මාණයක් කිරීමේ දී සිය බුද්ධිය මෙහෙයවයි. බුද්ධිමය දේපළ විෂයයෙහි සුවිශේෂ ලක්ෂණයක් වන්නේ, එය වෙනත් වංචල හෝ නිශ්චල දේපළ මෙන් ස්පර්ශ කළ නොහැකි දේපළක් වීමයි. එනම් බුද්ධිමය දේපළ යනු අස්පර්ශනීය දේපළකි. බුද්ධිමය දේපළ සම්බන්ධ අයිතිවාසිකම් දෙවර්ගයකි.

- (1) ආර්ථික අයිතිවාසිකම්
- (2) සදාචාර අයිතිවාසිකම්

කිසියම් නිර්මාණයක හිමිකරුවාට එනම් කර්තෘට සිය නිර්මාණයේ ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ලැබීමට ඇති අයිතිය ආර්ථික අයිතිය ලෙස හැඳින්වේ. කර්තෘට සිය කෘතියේ අයිතිය සම්පූර්ණයෙන් විකිණීමට, බදු දීමට හෝ කුලියට දීමට නීතිමය අයිතියක් තිබේ. ඒ සඳහා කර්තෘ අදාළ අයිතිය ලිඛිතව පැවරිය යුතුය. කිසියම් කෘතියක් ප්‍රකාශනයකට පැවරීමෙන් පසු එම කෘතිය ප්‍රති නිෂ්පාදනය කරනු ලබන පිටපත් ප්‍රමාණය මත කිසියම් මූල්‍ය ප්‍රතිලාභයක් ලැබීමට කර්තෘට අයිතියක් තිබේ. එම අයිතිය කර්තෘ භාගය (Royalty) ලෙස හැඳින්වේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ යම් කෘතියක් නිර්මාණය කළ වහා ම ප්‍රකාශන හිමිකම ලැබෙන අතර ඇමරිකාවේ එම හිමිකම ලැබෙන්නේ කෘතිය ලියාපදිංචි කිරීමෙන් පසුවය. ශ්‍රී ලංකාවේ කිසියම් කෘතියකට ලැබෙන ප්‍රකාශන හිමිකම කර්තෘගේ ජීවිත කාලය තුළ ද ඉන්පසු වසර 75ක කාලයක් දක්වා ද බලපැවැත්වේ. එනැන් සිට එය පොදු සමාජ අයිතියක් ඇති දේපළක් බවට පත්වීම දැනට ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක බුද්ධිමය දේපළ පනතට අනුව සිදු වේ.

කිසියම් නිර්මාණයක කර්තෘගේ අන්‍යන්‍යතාව පිළිබඳව පවතින අයිතිය, සදාචාර අයිතිවාසිකම් ලෙස හැඳින්වේ. එය ආර්ථික අයිතිවාසිකම මෙන් අන්‍යයන්ට පැවරිය නොහැකිය. නිර්මාණයක ආර්ථික අයිතිවාසිකම අනෙකෙකුට පැවරුව ද එම නිර්මාණයට අදාළ ව නිර්මාණකරුවාගේ නම සඳහන් කිරීමට ඇති අයිතිය මින් තහවුරු වේ.

කවර රටක වුව ද ප්‍රකාශන හිමිකම පිළිබඳ නීතියෙන් නිර්මාණකරුවා සතු බුද්ධිමය දේපළ ආරක්ෂා කිරීම සිදු වේ. එය ඉතා වැදගත් වන්නේ නිර්මාණකරුවන් නිර්මාණකරණයෙහි දිරිමත් කිරීම සඳහාය. ශ්‍රී ලංකාවේ බුද්ධිමය දේපළ පනත උල්ලංඝනය කරන්නකුට එරෙහිව නඩු පැවරීමෙන් පසු මහේස්ත්‍රාත්වරයකු ඉදිරියේ පැවැත්වෙන නඩු විභාගයකින් අදාළ අය වරදකරුවකු වුවහොත් රුපියල් පන්ලක්ෂය නොඉක්මවන දඩයකට හෝ මාස හයක් නොඉක්මවන සිර දඬුවමකට හෝ ඒ දෙකට ම හෝ යටත් කළ හැකිය.

මාධ්‍ය භාවිතය පිළිබඳ නීති හා ආචාර ධර්ම සකස් කර ඇත්තේ නිර්මාණකරුවන්ගේත් ග්‍රාහකයන්ගේත් යහපත පිණිසය. එහෙයින් ඒවා ක්‍රියාත්මක කිරීම ඉතා වැදගත්ය. එවිට මාධ්‍ය භාවිතය සමාජයට හිතකර එකක් වන අතර, එය සමාජ සංවර්ධනයට දායක වනු නිසැකය.

ක්‍රියාකාරකම 02

1. ජන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සහ නීතිය ආරක්ෂා කිරීමේ වැදගත්කම පිළිබඳ වචන 300 - 350ක් අතර ප්‍රමාණයෙන් යුක්ත පුවත්පත් ලිපියක් සම්පාදනය කරන්න.
2. 'ජන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම හා නීතිය ආරක්ෂා කිරීමේ වැදගත්කම' පිළිබඳ පුවත්පත්වල පළ වන ලිපි රැස්කර පොත් පිංචක් සකස් කරන්න.
3. මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සහ නීතිය කඩ වන ආකාරයෙන් පුවත්පතෙහි පළ වන ලිපි, ගුවන්විදුලියෙහි සහ රූපවාහිනියෙහි විකාශනය වන වැඩසටහන් ලැයිස්තුගත කරන්න.

