

மின் ஊடகங்களில் பால்நிலை  
சமத்துவத்தைப் பேண கையாளப்பட  
வேண்டிய ஒழுக்காற்று விதிகள்



**உருவம் - காட்சிக்கரு**



**சுவெலிஸ் - யதார்த்தம்**

විද්‍යුත් මාධ්‍ය තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ  
සමාජභාවය නිරූපනයේදී සැලකිය යුතු  
ආචාර ධර්ම පද්ධතිය



කාන්තා අධ්‍යාපන සහ පර්යේෂණ කේන්ද්‍රය

## පටුන

පූර්විකාව

හැඳින්වීම

01

රූපවාහිනී ආයතනයන්හි ප්‍රතිපත්ති  
සැලසුම්කරුවන් සහ කලමනාකාරවරුන්  
සඳහා නිර්දේශ

05

රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදකවරුන්  
සඳහා මාර්ගෝපදේශ

08

වෙළඳ ප්‍රචාරණ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය  
සඳහා මාර්ගෝපදේශ

11

මාධ්‍ය තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සම සාධාරණත්වය  
උදෙසා වන ක්‍රියාකාරී සැලසුම

13

## පූර්විකාව

විද්‍යුත් මාධ්‍යයන් තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවී නියෝජනය සඳහා වන ප්‍රථම ආචාර ධර්ම පද්ධතියකින් යුත් මෙම පොත් පිංච, බොහෝදෙනාගේ විශාල දයකත්වයකින් යුතුව කැනේඩියානු අන්තර්ජාතික සංවර්ධන ආයතනයෙහි ආධාරය යටතේ වන ව්‍යාපෘතියක එක් කොටසක් වශයෙන් සකස් කරන ලදී. ඉහත දැක්වූ සියලු අංශයන්හි දයකත්වය කෘතඥතා පූර්වකව සිහිපත් කරනු කැමැත්තෙමි. මෙම ආචාර ධර්ම පද්ධතිය සකස් කිරීමේලා ප්‍රථම පියවර වශයෙන්, පර්යේෂණ සහායකාවන් අදාළවන විසින් තෙමසක කාලයක් තුළ සිංහල සහ දෙමළ විද්‍යුත් මාධ්‍යයන් නිරීක්ෂණයට භාජනය කරන ලදී. මෙම පර්යේෂණයෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මාධ්‍ය කළමනාකාරවරු, වෘත්තීය පිරිස් සහ පර්යේෂකවරුන්ගෙන් සමන්විත වූ උපදේශක මණ්ඩලයක සාකච්ඡාවන් සඳහා අවශ්‍ය මූලික අභිකාලම සකස් විය. මෙම ආචාර ධර්ම පද්ධතිය සකස් කිරීමේදී පාදක වී ඇත්තේ ඔවුන්ගේ අදහස් හා යෝජනා වේ. අනුමැතිය සම්බන්ධ තීරණගැනීමේදී අප විසින් දකුණු අප්‍රිකාව, සිංගප්පූරුව සහ බ්‍රිතාන්‍ය ගුවන් විදුලිය මගින් සකස් කරනු ලැබූ ආචාර ධර්ම පද්ධතීන්ගෙන් තොරතුරු ලබාගන්නා ලද බැව් සඳහන් කිරීම අවස්ථාවෝචිත යැයි හඟිමි.

සීඩා (CIDA) ආයතනය හා එහි කාර්යය මණ්ඩලයද, විශේෂයෙන්ම අපට ඉමහත් ධෛර්යක් වූ ශාමලා සිවගුරුනාදන් මහත්මියද, ශිරානි මිල්ස් මහත්මියද, පිටකවරය නිර්මාණය කළ කුසන්ත පරණවිතාන මහතාද මෙය සිංහලට පරිවර්තනය කළ ඉන්දිරා මාවැල්ල මහත්මියද අපි මෙහිදී ස්තූති පූර්වකව සිහිපත් කරනු කැමැත්තෙමු.

සෙල්වි තිරුවන්ද්‍රන්

(විධායක අධ්‍යක්ෂක)

කාන්තා අධ්‍යාපන සහ පර්යේෂණ කේන්ද්‍රය

නො. 58, ධර්මාරාම පාර

කොළඹ 06.

වෙලි : 595296/596826

උපදේශක මඩුල්ලේ සාමාජිකයන්

ඩී. ඊ. ඩබ්. ගුණසේකර මහතා  
සභාපති

ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව

ග්‍රෑහැම් අයන්සයිඩ් මහතා  
අධ්‍යක්ෂ

එම්.ටී.ටී රූපවාහිනිය

ශාමිනී බොයිල් මහත්මිය සහ ශානි ජයවර්ධන  
මෙනෙවිය

යන් ජිෂයා ටෙලිවිෂන්

ආචාර්ය සෙල්වි තිරුවන්ද්‍රන් මහත්මිය සහ  
සී.කේ. අබයරත්න මෙනෙවිය  
කාන්තා අධ්‍යාපන සහ පර්යේෂණ කේන්ද්‍රය

සැලසුම්කරණ මණ්ඩලයේ සාමාජිකයින්

චිත්‍රා රණවක මහත්මිය

රත්ජන් ද සිල්වා මහතා

ශාමිනී බොයිල් මහත්මිය

ආචාර්ය සෙල්වි තිරුවන්ද්‍රන් මහත්මිය

පර්යේෂණ කණ්ඩායම

නාමල් වීරසේන මහතා

වාසුකී සෝමසේකරම් මෙනෙවිය

බී.ටී. ශිරානි තේජනි මෙනෙවිය

ප්‍රභා තේවරාජා මෙනෙවිය

එම්.ඩී.සී.එස්. ආරියපාල මෙනෙවිය

ඒ. නික්සන් මහතා

ශ්‍රියානි පෙරේරා මහත්මිය

දර්ශනී කුමාරදස් මෙනෙවිය

සැදින්වීම

විද්‍යුත් මාධ්‍යයෙහි ස්ත්‍රීය කෙසේ නිරූපනය වේදැයි පරීක්ෂා කිරීම සම්බන්ධයෙන් කාන්තා අධ්‍යාපන සහ පර්යේෂණ කේන්ද්‍රය මගින් දියත් කරනු ලැබූ පර්යේෂණ ව්‍යාපෘතියෙන් තෙමසක කාලයක් තුළ රූපවාහිනී නාලිකා පහක් ඔස්සේ විකාශය වූ වැඩසටහන් ගණනාවක් වෙත අවධානය යොමු කරන ලදී. මේවා අතර ප්‍රචායනි හා ප්‍රචාරක දැන්වීම් ඇතුළත් වේ. ඉහත පර්යේෂණයෙන් හෙළි වූ කරුණක් වූයේ රූපවාහිනී වැඩසටහන් හා චිත්‍රපට බහුතරයකම පාහේ ස්ත්‍රීය නිරූපනය වී ඇත්තේ ගෘහාශ්‍රිත හෝ සමාජයේ සේවාදායක කටයුතු ඉටුකරන්නියක වශයෙන් බවයි. රැකියාවක නිරත ස්ත්‍රීන් පවා ප්‍රතිනිරූපනය කර ඇත්තේ සාම්ප්‍රදායික රැකියා ක්ෂේත්‍රයන් තුළ ලේකම්වරියන්, ගුරුවරියන් හා වෙළඳ සහායිකාවන් ලෙස කාර්යභාරය ඉටුකරන්නියන් වශයෙනි.

ශ්‍රී ලංකාව සැබෑ ජීවිතයේදී තම පවුලේ තඩත්තුව සඳහා මුදල් උපයන, රටේ ආර්ථිකය සඳහා සැලකිය යුතු දායකත්වයක් දරන ස්ත්‍රීන්ගෙන් යුත් රටක් ලෙස ඉහත කී සත්තිවේදන මාධ්‍යයන් හඳුනාගෙන නොතිබූ බවක් පර්යේෂණයෙන් හෙළි විය. නූතනයේ පවුල හා සමාජය තුළ ස්ත්‍රීන් පුරුෂයන් හා සම සමව වගකීම් දැරීම හා

කිරණ ගැනීම සිදු කරන බැව් පිළිනොගන්නා මෙම මාධ්‍ය, රාමුගත ස්ත්‍රී ප්‍රතිනිරූපනය නොකඩවා පවත්වාගෙන යන අතර ස්ත්‍රීය සම්බන්ධයෙන් වන සෘණ ප්‍රතිරූපයන් දිරිගැන්වීමක් හා ප්‍රතිස්ථාපනය කිරීමක් සිදුකරන බැව් පෙනෙන්නට තිබේ.

ලිංගික බලහත්කාරය (Rape) හා ලිංගික අපචාර වැනි විෂයයන් සම්බන්ධව ඇති අසංවේදී බව විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්හි ස්ත්‍රීයගේ නිරූපනය සීමාවන තවත් අවස්ථාවකි. රූපවාහිනියේ එවැනි වැඩසටහන් මගින් බොහෝවිට ඉදිරිපත් කෙරෙනුයේ ස්ත්‍රීයට එරෙහි ලිංගික බලහත්කාරය ඊට ලක්වූ ස්ත්‍රීයට හා ඇයගේ පවුලේ අයට ලැබෙන දඩුවමක් යන අදහසයි. මීට අමතරව ස්ත්‍රීන් බොහෝවිට නිරූපනය වනුයේ වාචික, කායික හා මානසික ප්‍රචණ්ඩත්වයට ලක්වන පිරිසක් ලෙසය. ප්‍රචණ්ඩත්වය ඉදිරිපත් කරන ආකාරය ආන්දෝලනයට ලක්ව ඇති මාතෘකාවකි. සැබැවින්ම එවැනි මට්ටමකට හා එවැනි ආකාරයකට ප්‍රචණ්ඩත්වය ඉදිරිපත් කිරීම අවශ්‍යද යන්න ප්‍රශ්නයට තුඩු දෙන කරුණකි. දෙවන ගැටළුව මීටත් වඩා වැදගත්වේ. අප දකින පැහැදිලිවම ආක්‍රමණශීලී ප්‍රචණ්ඩත්වය සැබෑ සමාජයේද එවැනි ප්‍රචණ්ඩත්වයන්ට හේතුවේද යන්න සලකා බැලිය යුතු විවාදයට තුඩු දෙන්නා වූ මාතෘකාවකි.

ප්‍රචණ්ඩ හා කාලීන සිදුවීම් සම්බන්ධ වැඩ

සටහන්හිදී ස්ත්‍රී දේශපාලනයන් කිහිපදෙනෙකු ආවරණය කෙරෙන වැඩසටහන් හැරුණුවිට ස්ත්‍රීන්ට බලපාන මාතෘකා සහ ගැටළු බොහෝ සෙයින් නොසලකා හරිනු ලැබ තිබේ. ස්ත්‍රීන් විසින් ස්ත්‍රී ප්‍රේක්ෂක පිරිස උදෙසාම නිමවුන වැඩසටහන් වුවද ඉවුම් පිහුම්, ගෘහ අලංකරණය සහ රූ රැසින තේරීම වැනි විෂයයන්ට සීමා වේ. වෙළඳ ප්‍රචාරය ප්‍රබල, එමෙන්ම ස්වභාවයෙන්ම ජනතාවට බලපෑම් කළ හැකි ක්ෂේත්‍රයකි. වෙළඳ ප්‍රචාර මහජනතාවට නිතර දෙවෙලේ අසන්නට දකින්නට ලැබේ. මාධ්‍යයන් මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන ප්‍රතිරූප සමාජයේ පිළිගත් චර්යා රටාවන් හා සමාජ යථාර්ථයට යම් පමණකින් හෝ සමීප විය යුතුය. ප්‍රචණ්ඩ හා අනෙකුත් අංග සමග වෙළඳ ප්‍රචාරයද සම්බන්ධ වූ විට එහි විශ්වාසනීයත්වය ඉහළ මට්ටමක පවතී. මේ අනුව ප්‍රචාරක ආයතන යම් පමණක හෝ සද්චාරාත්මක සහ වෘත්තීයමය වගකීමකින් කටයුතු කිරීම අත්‍යාවශ්‍ය වේ.

මීට අමතරව, ප්‍රචාරක දැන්වීම් මගින් ස්ත්‍රීන්ගේ ලිංගිකත්වයෙන් අයුතු ප්‍රයෝජන ගැනීම, සීමාසහිත ලිංගික භූමිකාවන් දක්වා ඔවුන් අවතක්සේරු කිරීම හෝ නිෂ්පාදන අලෙවි කිරීමේ මාර්ගයක් ලෙස ඔවුන් යොදවා ගැනීම සිදුකෙරේ. වෙළඳ ප්‍රචාරක ක්ෂේත්‍රය මගින් ස්ත්‍රීන් අවට ලෝකයේ ජනතාව අතර බොහෝවිට ස්වාධීන, සැහීමකට පත්, එලදැසි පිරිසක් ලෙස හුවා දැක්වීමක් සිදු නොකෙරෙන බැව් පෙනෙන්නට තිබේ.

ලෝකය ප්‍රතිනිරූපනය මගින් ප්‍රේක්ෂකයන් බලපෑමට ලක්කිරීම රූපවාහිනී මාධ්‍යයෙහි ඇති ප්‍රබලතම ලක්ෂණයකි. රූපවාහිනියෙන් අප වෙත ලැබෙන 'පණිවිඩ' සමාජය සම්බන්ධ අපගේ සංජානනයන් හා අපේක්ෂාවන් හැඩගැස්වීම සහ ව්‍යුහගත කිරීම සිදු කෙරෙන අතර එමගින් අපගේ හැසිරීම් රටාවන් වෙනද බලපෑම් එල්ල වේ. මෙය අවස්ථාවක් කොටගෙන, සීඝ්‍රයෙන් වෙනස් වන සමාජයක් වෙත විවිධාකාරයෙන් වන ස්ත්‍රීයගේ දයකත්වය පිළිබිඹු කෙරෙන, ඇය පිළිබඳ සමබර වූ චිත්‍රයක් ඉදිරිපත් කිරීමට ශ්‍රී ලංකාවේ විද්‍යුත් මාධ්‍ය උත්සුක විය යුතුය. ස්ත්‍රීන් වෙත බලපාන ප්‍රචණ්ඩකාරී අවස්ථාවන් හා ඔවුන් පිළිබඳ වූ සෘණ ප්‍රතිනිරූපනයන් බොහෝදුරට අවම කිරීමට එය ඉවහල් වනු ඇත. ශ්‍රී ලාංකික ප්‍රේක්ෂකයන් උදෙසා රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදනයේදී හා වැඩසටහන් පෙළ ගැස්වීමේදී ලිංගික සමානතාවයේ වැදගත්කම හඳුනාගැනීම සඳහා මාධ්‍ය කළමනාකරුවන් සහ වෘත්තිකයන් දිරිමත් කිරීම මෙම ආචාර ධර්ම පද්ධතියෙන් සිදු කෙරෙනුයි අපේක්ෂා කෙරේ.

## රූපවාහිනී ආයතනයන්හි ප්‍රතිපත්ති සැලසුම්කරුවන් සහ කළමනාකරුවන් සඳහා නිර්දේශ

තම රූපවාහිනී ආයතනයෙන් සහ ජාල පද්ධතීන් මගින් ප්‍රචාරය වන වැඩසටහන්, වෙළඳ දැන්වීම්, අනෙකුත් දැන්වීම් තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය නිරූපනය වන ආකාරයට ප්‍රවෘත්ති සැලසුම් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය ආයතන කළමනාකරුවන් උනන්දු කිරීම අරමුණු කොට ගෙන මෙම නිර්දේශ සකස් කර ඇත. ඔවුන්ගේ සමාජයම බැඳීම මෙන්ම සේවායෝජකයන් ලෙස ඔවුන්ගේ වගකීමද හඳුනාගැනීම උදෙසා ඔවුන් විසින් :

- \* වෙළඳ ප්‍රචාරකයන් හා ස්වාධීන නිෂ්පාදකවරුන් සඳහා වන මාර්ගෝපදේශ තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවයට අදාළ කරුණු ඇතුළත් කරනු ලැබිය යුතුය.
- \* වාරණ කමිටු තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය පිළිබඳ සංවේදී ස්ත්‍රී හා පුරුෂ යන දෙකටම සමාන සමසේ නියෝජනය වන්නේදැයි තහවුරු කරගනු ලැබිය යුතුය.



\* ස්ත්‍රීන් විසින් ස්ත්‍රීන් උදෙසා නිපදවන ලද වැඩසටහන් ප්‍රමාණය ඉහළ නැංවීමත්, වැඩසටහන් නිෂ්පාදනයේදී, ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය හා සංස්කෘතිය නියෝජනය වේදැයි තහවුරු කරගනු ලැබිය යුතුය.

\* රාමුවකට කොටු කර ඇති ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය සහ ස්ත්‍රීන් වානිජමය සුරාකෑමට ලක්කිරීම වැනි විෂයයන් සාකච්ඡා කැරෙන, ඒවා විවාරාත්මකව අධ්‍යයනය කෙරෙන වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය ඉහළ නංවනු ලැබිය යුතුය.

\* පුහුණු වැඩසටහන් සඳහා ස්ත්‍රීන්ගේ දයකන්වය වර්ධනය කරනු ලැබිය යුතුය. ස්ත්‍රීන් අ නියෝජනයකට ලක්වන ප්‍රදේශ සඳහා මෙහි විශේෂත්වය හිමිවේ.

\* වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය සඳහා බඳවාගන්න ස්ත්‍රීන්ගේ සංඛ්‍යාව වර්ධනය කරනු ලැබිය යුතුය.

මාධ්‍යයන් තුළ ස්ත්‍රීන්ගේ සහභාගිත්වය හා ප්‍රතිනිරූපනය සම්බන්ධව දැනට කෙරෙමින් පවතින පර්යේෂණ තහවුරු කරනු ලැබිය යුතුය.

අ. සේවයට බඳවාගැනීම සහ උසස් කිරීම සම්බන්ධ ක්‍රියාපටිපාටිය

ආ. නිෂ්පාදනය හා විකාශනය

ඇ. පුහුණු වැඩසටහන් හා වෙළඳ ප්‍රචාරක දැන්වීම් යන අංශයන්ට බලපාන ප්‍රතිපත්තීන් ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය සඳහා ප්‍රතිවාරාත්මක වේදැයි සහතික කරගනු ලැබිය යුතුය.



## රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදකවරුන් සඳහා මාර්ගෝපදේශ

රූපවාහිනියේ සිදුවන ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවී නියෝජනය වටහා ගැනීමටත් ඊට සංවේදීවීමටත් වැඩසටහන් රචකයන් සහ නිෂ්පාදකවරුන් වෙත මෙම මාර්ගෝපදේශ උපකාරී වනු ඇත. ස්ත්‍රීන්ගේ සහ පුරුෂයන්ගේ චරිත විස්තර කිරීමේදී හා ප්‍රතිනිරූපනයේදී සාවද්‍ය, අවනක්සේරුවට භාජනය කෙරෙන හෝ එක් පාර්ශ්වයකට වෙනස් වශයෙන් සැලකෙන උද්ධෘතයන් දිරිගැන්වීමෙන් හෝ අනුමත කිරීමෙන්ද, පවත්නා රාමු තුළට ස්ත්‍රී පුරුෂ චරිත සීමාකිරීමෙන්ද, අසාධාරණ ලෙස කෙරෙන සාමාන්‍යකරණයෙන්ද වැළකිය යුතුය. විශේෂයෙන්ම :

ස්ත්‍රී පුරුෂ දෙකොට්ඨාශයට අසමාන වශයෙන් සලකන හෝ එක් පාර්ශ්වයක් අනවශ්‍ය ලෙස මඟහරිනු ලබන භාෂාවක් භාවිතා කිරීමෙන් වැළකිය යුතුය.

ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය පදනම් කොටගෙන ජනතාව හා සම්බන්ධ වන ඇතුළුම හුමිකා,

හැසිරීම රටා, පෞද්ගලික හෝ සමාජමය ගති ලක්ෂණ හෝ භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනය සම්බන්ධයෙන් රාමුවකට කොටු කරන ලද ස්ත්‍රී පුරුෂ නිරූපනය නොකළ යුතුය.

යම් පුද්ගලයකු සිය ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය හේතුවෙන් අවනක්සේරුවට ලක් කෙරෙන, ඇතුළු කාර්යයන්හිදී හෝ ක්ෂේත්‍රයන්හිදී එක් පාර්ශ්වයක් අනෙක් පාර්ශ්වයට වඩා ස්වභාවයෙන්ම උසස් තැනක් ගන්නා බැව් හඟවන වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය නොකළ යුතුය.

වාර්තාකරණයේදී හෝ විස්තර ප්‍රචාරයේදී නූතනයේ ස්ත්‍රීන් හා පුරුෂයන් සමානව විවිධාකාරයේ හුමිකා පරාසයන්ට ඇතුළත් වන බැව් වටහාගත යුතුය.

යම් ක්ෂේත්‍රයන්හි හසල දැනුමැති පුද්ගලයන් සහ බලධාරීන් වශයෙන් සේවය ලබාගැනීමේදී ස්ත්‍රීන් හා පුරුෂයන් අතර වඩා යහපත් සම්බන්ධතාවක් ඇතිකිරීමට සහ ක්‍රීඩා හා දේශපාලනය වැනි සාම්ප්‍රදයික නොවන ක්ෂේත්‍රයන්හි ස්ත්‍රී පුරුෂ දෙපාර්ශ්වයම ඇති කරගන්නා ජයග්‍රාහකයන්ට සමාන වශයෙන් මුල්තැන දිය යුතුය.

ප්‍රවණ්ඩකාරී සිද්ධීන් (විශේෂයෙන්ම ලිංගික අතවර)  
සමබන්ධ වාර්තා කිරීමේදී මතු දැක්වෙන කරුණු  
කෙරෙහි විශේෂ සැලකිල්ලක් දැක්විය යුතුය.

ප්‍රවණ්ඩකාරී අවස්ථාව කෙරෙහි  
පුද්ගලයාගේ ජෛගලික වගකීම අවම  
කෙරෙන හෝ එම සිද්ධියෙහි දෝෂය එම  
අපරාධයට ලක්වූ පාර්ශ්වය වෙත යොමු  
කැරෙන ආකාරයේ පහදුරු නොකළ  
යුතුය.

ලිංගික අතවරයකට ලක් වූ අයෙකු හැඳ  
පැළඳ සිටි ආකාරය පිළිබඳ විස්තර සහ  
අපරාධය සමබන්ධ විස්තරාත්මක  
විග්‍රහයන් කිරීමෙන් වැළකිය යුතුය.

## වෙළඳ ප්‍රචාරණ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය සඳහා මාර්ගෝපදේශ

වෙළඳ ප්‍රචාරාත්මක ප්‍රතිපත්තීන් සැකසීම සඳහා  
වෙළඳ ප්‍රචාරය සඳහා ප්‍රතිපත්ති සැලසුම් කිරීමට  
රූපවාහිනී ආයතන කළමනාකරුවන්ට මෙම  
මාර්ගෝපදේශන උපයෝගී කරගත හැකි වනු ඇත.

පුරුෂ ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ අවධානය යොමුකර ගැනීම  
පිණිස ස්ත්‍රීන් අලංකරණ, ලිංගික සහ වෙළඳ  
භාණ්ඩයන් ලෙස යොදාගැනීමෙන් වැළකී සිටිය  
යුතුය.

කාන්තාවන් හා කිසිදු සමබන්ධයක් නැති  
නිෂ්පාදන ප්‍රචාරය කිරීමේදී ස්ත්‍රීන් යොදා ගැනීමෙන්  
වැළකීම.

ස්ත්‍රීන් නුවණ මද පිරිසක් ලෙස හුවා දක්වමින්  
ඔවුන් වඩා පහත් තත්ත්වයකට ඇඳ දමන  
භූමිකාවන් කෙරෙහි එම භූමිකා සාමාන්‍යයෙන්  
පිළිගත් ඒවා බව හඟවමින් ස්ත්‍රීන් යොදවා  
ගැනීමෙන් වැළකිය යුතුය.

ස්ත්‍රීන්ගේ එකම හෝ මූලික කාර්යභාරය ගෘහභයාගේ  
 භූමිකාව යැයි සන්නිවේදනය කැරෙන ආකාරයෙන්  
 ස්ත්‍රීන් ප්‍රතිනිරූපනය කිරීමෙන් වැළකිය යුතුය. ඒ  
 වෙනුවට ඔවුන්ගේ විවිධාකාර සංකීර්ණ භූමිකාවන්  
 නිරූපනය සඳහා ක්‍රියාකාරී ලෙස සහාය දැක්විය  
 යුතුය.

ගෘහනියගේ කාර්යභාරය ස්ත්‍රීන් සමාජයේ ඉටුකරන  
 අනෙකුත් භූමිකාවන් අභිබවන බැව් හැඟවෙන  
 ආකාරයෙන් ස්ත්‍රීන් ප්‍රතිනිරූපනයෙන් වැළකිය  
 යුතුය.

පවුලේ අනෙකුත් සමාජිකයන් විවේකසුවෙන්  
 පසුවේදී ස්ත්‍රීන් ගේ දොර කටයුතුවල යෙදීම  
 සිදුකරන ආකාරය දක්වන ස්ත්‍රී ප්‍රතිනිරූපන  
 නොකළ යුතුය.

පිරිමි දරුවන් වඩා ප්‍රබල ලෙසත්, ගැහැණු දරුවන්  
 අනාගත ගෘහණියගේ /මවගේ භූමිකාවන් රූ  
 දක්වන පුද්ගලයින් ලෙසත් ඉදිරිපත් කිරීමෙන්  
 වැළකිය යුතුය.

## මාධ්‍ය තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ සම සාධාරණත්වය උදෙසාවන ක්‍රියාකාරී සැලසුම

මෙම ආචාර ධර්ම පද්ධතියේ අරමුණ වනුයේ  
 විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්හි ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවී නියෝජනය  
 සාධාරණ ලෙස සිදුවන්නේදැයි සැක හැර දැනගැනීමයි.  
 එබැවින් රූපවාහිනී ආයතනයන් හා ජාල පද්ධතීන්  
 විසින් නිපදවනු ලබන හෝ අනුමත කරනු ලබන  
 වැඩසටහන් මෙන්ම ප්‍රචාරය කරනු ලබන වෙළඳ දැන්වීම්  
 සඳහාද මෙය අදාල වේ. මෙම පොත් පිංවෙහි සඳහන්  
 මාර්ගෝපදේශ ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී මාධ්‍ය ප්‍රධානීහු,  
 දෙපාර්තමේන්තු ප්‍රධානීහු සහ කළමනාකාරවරු එහි  
 වගකීම දැරිය යුතුය. රූපවාහිනී වැඩසටහන් සැකසීමෙහිලා  
 ස්ත්‍රී පුරුෂ නියෝජනයේ වැදගත්කම පිළිබඳ අවබෝධය  
 වර්ධනය කිරීම පිණිස කළමනාකරුවන් සහ වැඩසටහන්  
 නිෂ්පාදකයන් ඊට සංවේදී කරවන ආකාරයේ වැඩමුළු  
 පැවැත්වීම අවශ්‍යය. රාජ්‍ය ආයතන සහ ස්ත්‍රී පුරුෂ  
 සමාජභාවී ගැටළු පිළිබඳ සැලකිල්ලක් දක්වන රාජ්‍ය  
 නොවන ආයතන සමග එක්ව මෙය ක්‍රියාත්මක කළ හැකි  
 වේ නම් වඩා ඵලදායී වනු ඇත.

විද්‍යුත් මාධ්‍ය ආයතන සහ ජාල පද්ධතීන්හි  
 නියෝජිතයන්, පර්යේෂකයන් හා ස්වාධීන

நிஷ்பாஹவிருத்துதேன் ஸுதூமீரத் திரிஷூக கதீபூவக்  
பந்நிரிம மகித் தாபார டர்ம பத்நிசேகி துக்ஷேன  
ஈபதேச பிபிபதினு லெந்நேதூயி பரிஷா கெரேனு துந.

ராகு தோவன காதநா ஸ்விமாத ஸத விஷி  
வித்யாஹ துதீத் தைராதத் தீதீத் தா துரூதததே மெம  
கதீபூவஹ துதூததீத் த்ரேதக வி.

**மின் ஊடகங்களில் பால்நிலை  
சமத்துவத்தைப் பேண கையாளப்பட  
வேண்டிய ஒழுக்காற்று விதிகள்**

**பெண்கள் கல்வி, ஆய்வு நிறுவனம்**

## யொருளடக்கம்

முன்னுரை

பதிப்பாசிரியருரை

01

1. தொலைக்காட்சி நிலைய முகாமையாளர்- 06  
களுக்கும் கொள்கை வகுப்பாளர்களுக்கும்  
சில ஆலோசனைகள்
2. தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பாளர்- 09  
ர்களுக்கு உதவும் வழிமுறைகள்
3. விளம்பரங்களை கொள்கை ரீதியில் 12  
நெறிப்படுத்த பின்பற்ற வேண்டிய  
வழிமுறைகள்.
4. ஊடகங்களில் பால்நிலைச் சமத்துவத்தைப் 14  
பேணுவதற்கான செயற் திட்டம்

## முன்னுரை

மின் ஊடகங்களில் பால்நிலைச் சமத்துவத்தைப் பேண கையாளப்பட வேண்டிய ஒழுக்காற்று விதிகள் பற்றிய இச் சிறு நூல் கனடிய சர்வதேச அபிவிருத்திப் பிரிவின் நிதியுதவியுடன் பிரசுரிக்கப்படுகிறது. இம்முயற்சியில் எம்முடன் சேர்ந்து பலர் ஒத்துழைத்தனர். அவர்களுடைய பங்களிப்பை நினைவுகூரும் அதே வேளை இவ்விடயத்தில் அவர்கள் காட்டிய ஆர்வத்துக்கும் ஒத்துழைப்புக்கும் நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறேன்.

இந்த ஒழுக்காற்று விதிகளை வகுக்க ஆய்வாளர்கள் மூன்று மாதங்களாகத் தமிழ், சிங்கள நிகழ்ச்சிகளைப் பார்வையிட்டு ஆய்வு செய்தனர். இந்த ஆய்வில் கண்டறியப்பட்டவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டு ஊடக முகாமை யாளர்கள், ஊடகத் தொழில் புரிவோர், ஆய்வாளர்கள் ஆகியோரைக் கொண்ட ஒரு ஆலோசனைக்குழுவில் ஆய்வின் பரிணாமங்கள் அலசி ஆராயப்பட்டன. அவர்களுடைய கருத்துக்களே இங்கு ஒழுக்காற்று விதிகளாக அமைகின்றன.

தென்னாபிரிக்கா, சிங்கப்பூர், பிரித்தானிய ஒலிபரப்புக்கூட்டுத்தாபனம் (பீ.பீ.சி) போன்ற

வற்றின் ஒழுக்காற்று விதிகளும்பரிசீலிக்கப்பட்டு இணக்கமான முடிவுகள் எடுக்கப்பட்டன.

கனடிய சர்வதேச அபிவிருத்தி நிறுவனத்தின் அலுவலர்களுக்கும் விசேடமாக எமக்கு மிகவும் ஊக்கமளித்த செல்வி சிவகுருநாதன், செல்வி ஷிரானி மில்ஸ் என்போரின் ஒத்துழைப்புப் பற்றியும் இங்கு குறிப்பிடல் அவசியம். இச் சிறு நூலின் முன் அட்டையை கலை நயத்துடன் ஆக்கித் தந்த குசந்த பறனவிதான அவர்களுக்கு எனது நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறேன்.

நிறைவேற்றுப் பணிப்பாளர்,  
பெண்கள் கல்வி, ஆய்வு நிறுவனம்  
58 தர்மராம வீதி,  
கொழும்பு 06.

## ஆலோசனைக்குழு அங்கத்தவர்கள்

D.E.W. குணசேகர

தலைவர்,

இலங்கை ரூபவாகினி கூட்டுத்தாபனம்

திரு கிரகாம் ஜயன்சைட் (Ironsides)  
பணிப்பாளர் எம்.ரீ.வீ (M.T.V)

செல்வி ஷாமினி போயில்  
செல்வி ஷார்னி ஜயவர்த்தன  
இளம் ஆசிரியா தொலைக்காட்சி

கலாநிதி செல்வி திருச்சந்திரன்  
செல்வி C.K அபயரத்ன  
பெண்கள் கல்வி, ஆய்வு நிறுவனம்

ஒழுக்காற்றுவிதிகளை எழுத்தாக்கம் செய்தோர்.

செல்வி சித்திரா றனவக்க  
திரு ரஞ்சன்சில்வா  
செல்வி ஷாமினி போயில்  
கலாநிதி செல்வி திருச்சந்திரன்

## ஆய்வுக்குழு

- திரு நாமல் வீரசேன
- செல்வி வாசுகி சோமசேகரம்
- செல்வி ஷிரானி தேஜந்தி
- செல்வி பிரபா தேவராஜா
- திரு அ. நிக்ஸன்
- செல்வி சிறியானி பெரேரா
- திருமதி தர்ஷினி குமாரதாஸ்



## பதிப்பாசிரியருரை

பெண்கள் கல்வி, ஆய்வு நிறுவனத்தின் ஆய்வுத் திட்டத்திற்கமைய இலங்கையில் உள்ள மின் ஊடகங்கள் மூலம் 5 அலை வரிசைகளிலும் ஒளிபரப்பப்பட்ட நிகழ்ச்சிகள், செய்திகள், நிகழ்வுகள், திரைப்படங்கள், தொலைக்காட்சி நாடகங்கள், விளம்பரங்கள் என்பனவற்றில் பெண்கள் எப்படிச் சித்தரிக்கப்பட்டிருக்கிறார்கள் என்பது ஆய்வுக்குட்படுத்தப்பட்டது.

இந்த ஆய்வு பல உண்மைகளை நிறுவியுள்ளது, பெரும்பான்மையான தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள், திரைப்படங்கள், என்பவற்றில் பெண்கள் வீட்டைப் பராமரிப்பவர்களாகவும் குடும்பத்துக்கு சேவை செய்பவர்களாகவும் மட்டுமே சித்தரிக்கப்படுகிறார்கள். தொழில் புரியும் பெண்கள் கூட மரபுரீதியான குறிப்பிட்ட தொழில்களைப்புரியும் பாத்திரங்களாகவே சித்தரிக்கப்படுகின்றனர். உதாரணமாக ஆசிரியர்கள் செயலாளர்கள் விற்பனையாளர்கள் போன்ற தொழில்கள் செய்பவர்களாகவே இப் பெண்கள் சித்தரிக்கப்படுகின்றனர்.

இந்த ஆய்வின் படி சமகால, இலங்கையில் வீட்டுச்செலவுக்கானபணத்தைச் சம்பாதிப்பவர்களிலும் நாட்டுக்குத் தேவையான பொருளாதார வளத்தை ஈட்டித்தருபவர்களிலும் அனேகர் பெண்களாகவே இருக்கின்றனர் என்ற உண்மையைத் தொலைக்காட்சி தயாரிப்பாளர்கள் காணத் தவறுகிறார்கள் என்பது தெரிய வருகிறது. அத்துடன் இலங்கையில் இன்றைய பெண்கள் ஆண்களோடு வீட்டிலும் சமுதாயத்திலும் அதிகமான பொறுப்புக்களை ஏற்பவர்களாகவும், தீர்மானங்களை எடுப்பவர்களாகவும் இருக்கிறார்கள் என்பதை அவர்கள் காண்பதில்லை.

பெண்களுக்கென்று வரையறுக்கப்பட்ட ஒரே வகைப் படிமங்களில் பெண்களைச் சித்தரிப்பதன் மூலம், பெண்களை எதிர்மறைப் படிமப்படுத்தலுக்கும் அப்படிமங்களை நிலை நிறுத்துவதற்குட் ஊடகங்கள் பெரிதும் துணைபோகின்றன.

பாலியல் துஷ்பிரயோகம், பாலியல் வல்லுறவு போன்ற விடயங்களைக் கையாளும் போது பரபரப்பூட்டுவதற்காக பொறுப்புணர்ச்சியற்ற விதத்தில் பெண்களைச் சித்தரிப்பது தவிர்க்கப்பட வேண்டும். அச் சித்தரிப்பில் சமூகப் பிரக்ஞை உள்ள கட்டுப்பாடுகள் இருக்க வேண்டும். பாலியல் வல்லுறவு அதற்குப் பலியாகும் பெண்ணையும் அவளது குடும்பத்தையும்

தண்டிக்க எடுக்கும் முயற்சியாக தென்படும் ஒரு கருத்தையே அனேகமான தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் முன் வைக்கின்றன. இப்படிச் சித்தரிக்கப்படும் பொழுது ஒரு படிமத்தையே அவர்கள் உருவாக்குகிறார்கள். அத்துடன் பெண்கள் பேச்சினால், உடலரீதியாக உளரீதியாக வன்முறைகளுக்கு ஆளாவது அடிக்கடி காட்டப்படுகிறது. வன்முறைச் சம்பவங்கள் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளில் சித்தரிக்கப்படுகின்ற விதங்கள் பிரச்சனைக்குரியதாகவும் பல சர்ச்சைகளை ஏற்படுத்துவதாகவும் உள்ளன. வன்முறைகள் இந்த அளவில் சித்தரிக்கப்படுவது உண்மையில் அவசியந்தானா என்பது கேள்விக்குரியது. இரண்டாவது வினா இன்னும் முக்கியமானது. நாம் தொலைக்காட்சிகளில் காணுகின்ற அடக்குமுறை, வன்முறை என்பவை நிஜவாழ்க்கையில் சமூகத்தில் இடம் பெறும் வன்முறைகளுக்கு காரணமாக அமைகின்றதா என்ற விடயம் கவனத்திற்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

செய்திகளும், நிகழ்வுகளும் காட்டப்படுகின்ற போது ஒரு சில பெண் அரசியல்வாதிகள் கலந்து கொள்ளும் நிகழ்வுகளுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறதே தவிரப் பெண்கள் தொடர்பான வேறு விடயங்கள் அவர்கள் பிரச்சனைகள் பற்றிய விடயங்கள் அலட்சியப்படுத்தப்படுகின்றன. பெண் பார்வையாளர்களுக்காகப் பெண்களால் தயாரிக்கப்படுகின்ற

நிகழ்ச்சிகள் கூட மிகப் பெரும்பான்மையாக சமையல் செய்முறைகள், மனை அலங்கரிப்பு, உடை அலங்கார அணிவகுப்பு போன்ற விடயங்களை நடத்துவதோடு நின்று விடுகின்றன.

விளம்பரம் மிகவும் சக்திவாய்ந்தது. மனதை தூண்டிச் செயற்படுத்தும் தன்மையுடையது. விளம்பரங்களைப் பொதுமக்கள் தினந்தோறும் காண்கிறார்கள். கேட்கிறார்கள். இவ்விளம்பரங்களில் சித்தரிக்கப்படும் படிமங்கள் சமூக நிதர்சனங்கள் சமூகத்தின் நிலை என்பவற்றுடன் தொடர்புடையவையாக அமைய வேண்டும், செய்திகளும் ஏனைய நிகழ்ச்சிகளையும் தொடர்ந்து வெளியிடப்படும் விளம்பரங்களுக்கு உயர்ந்த நம்பகத்தன்மை உண்டு. ஆகவே முகவர்களும் நிறுவனங்களும் தமது தொழில் சார்ந்த பொறுப்புணர்வோடு நடந்து கொள்ள வேண்டியது அவசியமாகின்றது மேலும் இச் சித்தரிப்புகள் பெண்களை தரங்குறைந்தமுறையில் பயன்படுத்தியும் அவர்களை குறைத்து மதிக்கும் விதத்திலும் விற்பனைக்காக அலங்கரிக்கப்பட்டவர்களாகவும் பயன்படுத்துகின்றன.

விளம்பரத்துறையில் பெண்கள் சுதந்திரமானவர்களாகவும் ஆளுமைநிறைந்தவர்களாகவும் ஆக்க பூர்மானவர்களாகவும் சித்தரிக்கப்படுவ தில்லை. தொலைக்காட்சி மிகவும் சக்தி வாய்ந்தது

“நாம் தொலைக் காட்சிமூலம் பெறுகின்ற செய்திகள்” சமூகத்தின் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு உருவம் கொடுக்க முயற்சிக்கின்றன, அவை எமது நடத்தை மாதிரிகளைப் பாதிப்பனவாகவும் இருக்கின்றன. இதை ஒரு வாய்ப்பாக ஏற்று இலங்கையின் மின் ஊடகங்கள், துரிதமாக மாறிவரும் சமூகத்தில் பெண்கள் அளிக்கும் பல்வேறுவிதமாக பிரதிபலிக்கும் தோற்றங்களில் பெண்களைச் சித்தரிக்க முயற்சி எடுக்க வேண்டும்.

பெண்களுக்கெதிரான வன்முறைகள் சித்தரிக்கப்படும் நிலைமைகளையும் அவர்கள் எதிர்மறையான ஒரே வகைப் படிமமாகச் சித்தரிக்கப்படுவதையும் குறைக்க இது பெருமளவில் உதவக்கூடும். இலங்கையின் பாவனையாளர்களுக்காக நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரிக்கும் பொழுது ஊடக முகாமை யாளர்களுக்கும் ஊடகங்களில் பணியாற்றுவோருக்கும் பால்நிலைச் சமத்துவத்தின் முக்கியத்துவத்தை அங்கீகரிக்கச் செய்ய இந்த ஒழுக்காற்று விதிகள் உதவும் என நம்புகிறோம்

கலாநிதி செல்வி திருச்சந்திரன்

**தொலைக்காட்சி நிலைய  
முகாமையாளர்களுக்கும் கொள்கை  
வகுப்பாளர்களுக்கும் சில ஆலோசனைகள்**

ஊடக முகாமையாளர்கள் தமது தொலைக்காட்சி நிலையங்களால் ஒளிபரப்பப்படும் நிகழ்ச்சிகளிலும் வர்த்தக விளம்பரங்களிலும் பால்நிலைச் சமத்துவத்தை பேணுவது பற்றிய கொள்கையை வகுப்பதற்கு உதவுமுகமாக நாம் இக் கருத்துக்களை முன்வைக்கிறோம். அவர்களின் சமூகக் கடமைகளையும், தொழில் புரிபவர்கள் என்ற வகையில் அவர்களது பொறுப்புணர்வையும் உணர்த்துமுகமாக விளம்பரதாரர்களுக்கும் தனிப்பட்ட தயாரிப்பாளர்களுக்கும் கொள்கை ரீதியில் கையாளப்படவேண்டிய வழிவகைகளைக் அவர்களுக்கு தெரியப்படுத்த வேண்டும்.

❁ தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை முதலில் பார்க்கும் மதிப்பீட்டுக்குழுவில் ஆண்கள் மட்டுமன்றிப் பெண்களும் இடம் பெற வேண்டும். இவர்கள் இருபாலாரும் பால்நிலைச் சமத்துவத்தை கருத்தியல் ரீதியில் அங்கீகரிக்கிறவர்களாக இருக்க வேண்டும்.

❁ பெண்களால் பெண்களுக்கெனத் தயாரிக்கப்படும் நிகழ்ச்சிகளின் தொகை அதிகரிக்கப்படல் வேண்டும். அவை பால்நிலை தொடர்பான விடயங்களையும்

கலாசாரத் தொடர்புடைய விடயங்களைப் பிரதிபலிப்பனவாகவும் இருத்தல் வேண்டும்.

❁ வர்த்தக ரீதியில் பெண்கள் எப்படிச் சுரண்டப்படுகிறார்கள் என்பதைக் கேள்விக் குள்ளாக்கும் நிகழ்ச்சிகளையும், ஒரே படிமத்தில் பெண்களைச் சித்தரிக்கின்ற நிகழ்ச்சிகளையும் பற்றி விவாதித்து அவை பற்றிய நிகழ்ச்சிகளை அதிகரித்தல் வேண்டும்.

❁ பெண்கள் மிகக் குறைவாகப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தப்பட்டுள்ள பயிற்சிநெறிகளில் பெண்களின் தொகை அதிகரிக்கப்படல் வேண்டும்.

❁ நிகழ்ச்சிகளுக்காகவும் நிகழ்ச்சித் தயாரிப்புக் காகவும் தெரிவு செய்யப்படும் பெண்களின் தொகை அதிகரிக்கப்படல் வேண்டும்.

❁ ஊடகத்துறையில் பெண்களின் பங்களிப்பும் சித்தரிப்பும் பற்றிய ஆய்வுகள் தொடர்ச்சியாக நடைபெறுவது உறுதிப்படுத்தப்படுதல் வேண்டும்.

❁ கொள்கைரீதியாக பால்நிலைச் சமத்துவத்தைப் புரிந்து கொண்டு அதை அங்கீகரிக்கும் நிலையில் பின்வரும் திட்டங்களையும் துறைகளையும் கையாளுதல் வேண்டும்

- 1) பதவிகளுக்கு ஆட்களை நியமித்தல்
- 2) தயாரிப்பும் ஒளிபரப்பும்
- 3) பயிற்சித் திட்டங்களும், வர்த்தக விளம்பரங்களும்

## தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பாளர்களுக்கு உதவும் வழிமுறைகள்

பெண்களும் ஆண்களும் கதாபாத்திரங்களாக சித்தரிக்கப்படும் பொழுது சிலவற்றை கவனத்திற் கொள்ள வேண்டும். ஆண்களும் பெண்களும் வித்தியாசமான குணஇயல்புகள், ஆளுமைகளுக்கு உட்பட்டவர்கள் என்ற சித்தரிப்பு தவிர்க்கப்பட வேண்டும். பெண்கள் கீழ்த்தரமானவர்கள் என்ற பாரபட்சமான சித்தரிப்புகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும். அதே போல ஒரே தன்மைத்தான குணாதிசயச் செயற்பாடுடையவர்கள் என்று ஒரு படிம நிலையில் அவர்களை எப்பொழுதும் பிரதிபலித்துக்காட்டுவது தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

❶ ஒருபால்நிலையை மேம்படுத்தியும் ஒன்றைத் தவிர்த்தும் ஒன்றைக்கீழ் இறக்கியும் காட்டுவதற்கு ஏதுவான மொழிநடை தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

❷ பால்நிலை ரீதியில் ஒரே தன்மைத்தான குணாதிசயச் செயற்பாடுகள் பங்களிப்புகள், நடத்தைமுறைகள், சேவைகள், பாவனைப் பொருட்கள் ஒரே பால்நிலைக்கே உரியவை என்ற படைப்புகள் சித்தரிப்புகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

- பால்நிலையில் ஒன்று கீழ்த்ரமுடையது என்றாவது அல்லாவிட்டால் ஒரு பால்நிலைக் குரியவர்கள் இயற்கையாகவே மேல்நிலையில் உள்ளவர்கள் அவர்களது துறையும் தொழிற்பாடும் செயற்பாடும் மேல் நிலையிலேயே இருக்கும் என்ற சித்தரிப்புகள் தவிர்க்கப்படவேண்டும்.
- செய்திகளோ விமர்சனங்களோ வெளிவரும் போது பெண்களும் ஆண்களும் சம ரீதியில் பல்வாறு விடயங்களிலும் பல்வேறு பங்களிப்பைச் செய்கிறார்கள் என்ற விடயம் கருத்து ரீதியில் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட வேண்டும்.
- அரசியல் விளையாட்டுத்துறை போன்ற நவீன விடயங்களில் ஆண்களும் பெண்களும் சம நிலையில் திறமையும் ஆளுமையும் கொண்டவர்களாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு அவர்களது சம அந்தஸ்து அங்கீகரிக்கப்பட வேண்டும்.
- வன்முறைச் செய்தி கையாளப்படும் போது விசேட கவனம் எடுக்கப்பட வேண்டும். வன்முறையாளர்களின் பொறுப்பையும் குற்றத்தையும் குறைக்கும் முறையில் நடந்து முடிந்த வன்முறைக்கு காரணம் கூறுவது தவிர்க்கப்பட வேண்டும். அதேசமயம்

- வன்முறைக்கு உட்படுத்தப்படுவரே அதற்குப் பொறுப்பு என்ற ரீதியில் காரணம் காட்டும் சித்தரிப்புகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.
- வன்முறைக்கு உட்படுத்தப்பட்டவரின் உடை அல்லது உடை அற்றநிலை போன்றனவும் தேவையற்ற விபரம் கூறப்படுவதையும் தவிர்க்க வேண்டும்.

**விளம்பரங்களை கொள்கை ரீதியில்  
நெறிப்படுத்த மின்பற்ற வேண்டிய  
வழிமுறைகள்.**

இவை தொலைக்காட்சி நிலையங்களும் முகாமையாளர்களும் கொள்கை ரீதியில் எப்படி இயங்கலாம் என்ற சில விதிமுறைகளை முன் வைக்கின்றன. இதன் முக்கிய குறிக்கோள்கள் பெண்களை யதார்த்த நிலையிலும் ஆக்கபூர்வமான விதத்திலும் சித்தரிக்கப்பட வேண்டும் என்பதே

பெண்கள் அலங்காரமான பால்ரீதியான வியாபாரப் பொருள்களாகப் பயன்படுத்தப்படுவது தவிர்த்துக் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

பெண்களுக்குத் தொடர்பற்ற, பொருத்தமற்ற விற்பனைப் பொருட்களை விளம்பரங்கள் செய்யும் பொழுது விளம்பரங்களில் பெண்களை பயன்படுத்தவதை தவிர்த்துக்கொள்ளுங்கள்.

பெண்கள் கீழ்ப்படிவுள்ள புத்தியற்ற ஜடங்கள், இது தான் நிஜம் என்ற ரீதியில் விளம்பரங்களில் பெண்களைச் சித்தரிப்பது வழக்கம். இது தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

பெண் வீட்டுவேலை செய்யும் மனையாளாக மட்டுமே காட்டுவதைத் தவிர்த்து கருத்தியல் ரீதியில் அவள் பல்வேறு பாத்திரங்களாக இயங்குபவள் எனச் சித்தரிக்கப்பட வேண்டும்.

பெண்கள் வீட்டு வேலைகளைச் செய்யும் போது குடும்பத்தில் ஏனையோர் ஓய்வாக இருப்பதாகக் காட்டப்படும் காட்சிகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

பெண் குழந்தைகளை எதிர்கால மனையாளாகவும் தாய்மைப் பாத்திரங்களை வகிப்பவர்களாகவும் மட்டுமே சித்தரிப்பதையும் ஆண் குழந்தைகள் அவர்கள் மீது அதிகாரஞ் செலுத்துவதாகவும் சித்தரிப்பது தவிர்த்துக்கொள்ளப்படவேண்டும்



## ஊடகங்களில் பால்நிலைச் சமத்துவம் பேணுவதற்கான செயற் திட்டம்

ஊடகங்களில் பாலியல் ரீதியான பாத்திரப் படைப்புக்களில் சமநிலை பேணப்படுவதே இவ் ஒழுக்காற்று விதிகளின் நோக்கமாகும். எனவே இவை ஒளிபரப்பு நிலையங்கள் இணையங்கள் என்பவற்றால் நெறிப்படுத்தப்பட்டு ஒளிபரப்பப்படும் நிகழ்ச்சிகளுக்கும் விளம்பரங்களும் பொருத்தமானவையே. ஊடகங்களின் தலைவர்கள், திணைக்களத் தலைவர்கள், முகாமையாளர்கள் என்போர் இந்நூலில் கூறப்படும் வழிமுறைகளை நடைமுறைப்படுத்தும் பொறுப்பை ஏற்கவேண்டும்.

தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளில் பால்நிலைச் சமத்துவம் பேணப்பட வேண்டும் என்பதை கருத்திற்கொண்டு நிகழ்ச்சித்தயாரிப்பாளர் களுக்கும் முகாமையாளர்களுக்கும் பால்நிலைச் சமத்துவ உணர்வை ஏற்படுத்தும் பயிற்சி செயலமர்வுகள், தொடர்ந்து நடத்தப்பட வேண்டும். இப்பயிற்சிகளை பெண்கள் பிரச்சனைகளில் அக்கறையுள்ள அரசு நிறுவனங்கள், அரசு சார்பற்ற நிறுவனங்கள் என்பவற்றின் ஒருங்கிணைப்புடன் செயற்படுத்தப்பட்டால் மிகுந்த செயற்திறனுடையனவாய் அவை இருக்கும்.

ஒளிபரப்பு நிலையங்கள் இணையங்கள், ஆய்வாளர்கள், தனிப்பட்ட தயாரிப்பாளர்கள், போன்றோரின் பிரதி நிதிகளைக் கொண்ட கண்காணிப்புக்குழுவுவான்று அமைக்கப்பட வேண்டும். ஒழுக்காற்று விதிகளை செயல்படுத்துவது அக்குழுவின் பொறுப்பாகும்.

பெண் அமைப்புக்கள் பல்கலைக்கழகங்கள் போன்றவற்றில் இருந்து ஆண்களையும் பெண்களையும் பிரதிநிதிகளாக இக்குழுவில் இடம் பெறச் செய்ய வேண்டுமெனவும் ஆலோசனை கூறப்படுகிறது.

