

கெடுதல்பதி

வரைபு

Draft



சனமூடிர ஹ சூவர்தீ அலூதஹூட
மக்தகர் தூடர்பூடல், தகவல் அமெச்சு
Ministry of Mass Media and Information

சனமூடிர ஹலூர்தீஃ சஹூத
ஊடக ஒழூங்கு வர்திகர் கூவூ
Code of Media Ethics



ජනමාධ්‍ය හා ප්‍රචාරණ අමාත්‍යාංශය

ජනමාධ්‍ය ආචාරධර්ම සංග්‍රහය

හැඳින්වීම

ජනමාධ්‍යවේදයෙහි උසස්ම ප්‍රමිති පවත්වාගන්නා අතරම ශ්‍රී ලංකාවේ විද්‍යුත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ වෙබ් අඩවිවල අන්තර්ගතය හිඳහස්, වගකීම් සහගත හා පාඨක/ප්‍රේක්ෂක වුවමනා සහ අපේක්ෂාවන්ට සංවේදී බව සහතික කිරීම අරමුණු කරගත් මෙම ජනමාධ්‍ය ආචාරධර්ම සංග්‍රහය, වෙබ් අඩවි ඇතුළු සියලුම විද්‍යුත් සහ මුද්‍රිත මාධ්‍ය ආයතන සහ මාධ්‍යවේදීන් විසින් පිළිපැදිය යුතුය.

මෙම ප්‍රමිතීන් මගින් විද්‍යුත්, මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ වෙබ් අඩවි විසින් මාධ්‍ය හිඳහසේ මූලික නියමයන්ට එරෙහි විකෘති වාණිජභාවයෙන් හෝ අයුතු පීඩනයෙන් හෝ පටු අභිමතාර්ථයන්ගෙන් මිදුණු නිවැරදි බව හා වෘත්තීය ඒකාබද්ධතාවය උදෙසා උත්සාහ දැරීමත්, මහජන සුභසිද්ධිය වෙනුවෙන් ගවේෂණාත්මක මාධ්‍යවේදයෙහි උසස් සම්ප්‍රදායන් පවත්වාගෙනයාමත් අපේක්ෂා කෙරේ. විද්‍යුත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය, වෙබ් අඩවි ප්‍රකාශන මෙන්ම එහි මාධ්‍යවේදීන් හටද තමන්ගේම ප්‍රබල මත දැරීමට හා ප්‍රකාශ කිරීමට හිඳහස ඇත. එසේම ඔවුන් අන් අයගේ අඳහස්වලට හිසි අවධානය යොමු කිරීමේ සමාජ වගකීම පිළිබිඹු කිරීමට ද වගබලා ගත යුතුය.

මෙම ආචාරධර්ම සංග්‍රහය පුද්ගලිකභාවයේ අයිතිය මෙන්ම තොරතුරු දැනගැනීම සඳහා මහජනතාව සතු අයිතිය සුරැකීමට ස්ථාපනය කරන ලද්දකි. මෙය අකුරටම පිළිපැදීම සහ එහි ජීව ගුණයට ගරු කිරීම කළයුතු අතර, පුද්ගලිකත්වයේ අයිතීන් හෘල්ලුවට ලක්වන ආකාරයේ පටු අර්ථකථනයන් දීමක් හෝ මහජන සුභසිද්ධිය සඳහා වන ප්‍රකාශන වැලැක්වීමේ පටු අර්ථකථනයන් දීමක් කිසිවිටෙකත් සිදු නොකළ යුතුය.

1. යම් ප්‍රකාශනයක,

- (අ) මහජන අපේක්ෂාවන් හා රටේ සදාචාරය උල්ලංඝනය වන කරුණු හෝ මහජන රුචිය සහ සදාචාරය පහත හෙලීමට ඉවහල්වන කරුණු ඇතුළත් වේ නම්;
- (ආ) විදේශ සබඳතා කෙරෙහි බලපාන විවේචන අඩංගු වේ නම්;
- (ඇ) ආගමික කණ්ඩායම් හෝ ප්‍රජාවන් පිළිබඳ අපහාසාත්මක කරුණු අඩංගුවේ නම් හෝ වාර්ගික හෝ ආගමික සමගිය පලදු කිරීමට අනුබල දේ නම්;
- (ඈ) අසත්‍ය, අපහාසාත්මක, අසත්‍ය, අර්ධ සත්‍ය සහ විවෘති සැඟවුණු අරුත් දනවන කරුණු සහ සිතා මතා සිදු කරන පැහැරහැරීම් අඩංගු වේ නම්;

කෙටුම්පතක්

- (ඉ) මහජනතාව නොමග යවන සුළු තොරතුරු ඇතුළත් වේ නම්;
- (ඊ) ප්‍රවණ්ඩත්වය දිරිගන්වන සුළු හෝ නීතිය හා සාමය පවත්වාගෙන යාමට බාධාකාරී වන ආකාරයේ හෝ දේශද්‍රෝහී ආකල්පයන්ට අනුබල දෙන ආකාරයේ නම්;
- (උ) අධිකරණයට අපහාස වන ආකාරයේ කිසිවක් අඩංගු වේ නම්;
- (ඌ) විධායකය, ව්‍යවස්ථාදායකය හා අධිකරණය පිළිබඳව මහජනතාව තුළ ඇති ගෞරවනීයත්වය කෙළසන ආකාරයේ කරුණු අඩංගු වේ නම්;
- (එ) යම් පුද්ගලයකු පුද්ගලිකව හෝ පුද්ගල කණ්ඩායමක් ලෙස එනම් වාර්ගික, භාෂාමය, ආගමික වශයෙන් විවේචනයට හෝ අපහාසයට ලක් වන සුළු වේ නම්;
- (ඒ) යම් පුද්ගලයකුගේ පෞද්ගලික ජීවිතය, මූල්‍ය තොරතුරු, ජනවර්ගය, කුලය, ආගම, ලිංගික යොමුව, කායික හෝ මානසික රෝගී තත්ත්වයන් හෝ දුබලතාවයන් සහ යම් පුද්ගලයකුගේ පවුලේ තොරතුරු සහ රෝහල්ගත පුද්ගලයන් පිළිබඳ තොරතුරු, මහජන සුභසිද්ධියට ඝාතනීය අදාල නොවේ නම්;
- (ඔ) මිත්‍යා මත හෝ අන්ධ විශ්වාස දිරිගන්වන සුළු නම්;
- (ඕ) මිලේච්ඡත්වය, මත්ද්‍රව්‍ය, අපචාර, ප්‍රවණ්ඩත්වය හා පරපීඩා කාමය, කාමුකත්වය සහ අසහනත්වය දිරිගන්වන සුළු නම්;
- (ක) දිළිඳු අවමානයට ලක්කරයි නම්;

විවිධ ප්‍රකාශනයන් පළකිරීම නොකළ යුතුය.

2. නිරවද්‍යතාව

වෙබ් අඩවි ඇතුළු විද්‍යුත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍යවල කර්තෘවරුන්/මාධ්‍යවේදීන් විසින් ප්‍රසිද්ධ කිරීමට පෙර සිය ප්‍රකාශන සහ විකාශනවල (අන්තර්ගතය) නිරවද්‍යතාවය සහතික කරනු වස් සෑම සාධාරණ උත්සාහයක්ම ගත යුතුය.

3. නිවැරදි කිරීම් හා සමාව අයැදීම

ප්‍රකාශන හා විකාශන (අන්තර්ගතය) කරුණු අතින් වැරදි යැයි කර්තෘවරුන්/මාධ්‍යවේදීන්ට පෙනී යන අවස්ථාවකදී එය නිසි ප්‍රමුඛතාවක් හා යෝග්‍ය වන්නේ නම් සමාව අයැදීමක්ද ඇතිව, එම නිවැරදිකිරීම හා සමාව අයැදීම පිළිබඳ පාර්ශවයේ කැමැත්තට පටහැනි වන අවස්ථාවකදී හැර, අනෙක් සෑම විටකදීම වහාම නිවැරදි කළ යුතුය.

4. පිළිතුරු දීමේ අවස්ථාව

පුද්ගලයන්ගේ හෝ සංවිධානවල කීර්තියට, අභිමානයට, ගෞරවයට, හැඟීම්වලට, පුද්ගලිකත්වයට හෝ නිලයට හානිකර වූද කරුණු අතින් සාවද්‍ය වූද ප්‍රකාශන හා විකාශනවල (අන්තර්ගතය) සම්බන්ධයෙන් පිළිතුරු දීම සහ එක් පිළිතුරු එම මාධ්‍ය තුළින්ම ප්‍රසිද්ධ කිරීම සඳහා එක් පුද්ගලයන්ට හෝ සංවිධානවලට සාධාරණ සහ යුක්තිසහගත අවස්ථාවක් ලබාදිය යුතුය.

5. කරුණු හා මතවාද අතර පැහැදිලි වෙනස

සෑම මාධ්‍යවේදියකුම පළ කිරීමට නියමිත සෑම ප්‍රකාශනයකම (අන්තර්ගතය) කරුණු දැක්වීම, මතවාද හා විවේචන පළකිරීම අතර පැහැදිලි වෙනසක් ඇති කිරීමට සෑම සාධාරණ උත්සාහයක්ම ගත යුතුය.

6. විශේෂ අවස්ථා

- 6.1 ශෝකය හෝ කම්පනය හා සම්බන්ධ සිද්ධි පිළිබඳ කරුණු විමසීමේදීත් ඒ සඳහා ඒවාට සම්පවීමේදීත් නිසි සංවේදිතාවෙන් හා ස්ථානෝචිත ප්‍රඥාවෙන්ද කටයුතු කිරීමට මාධ්‍යවේදීන් විශේෂයෙන්ම සැලකිලිමත් විය යුතුය.
- 6.2 සියදිවි නසාගැනීම් වාර්තා කිරීමේදී ඒ ජීවිත හානිය සඳහා යොදා ගැනුණු උපක්‍රමය පිළිබඳ පමණට වැඩි විස්තර ඉදිරිපත් නොකිරීමට මාධ්‍යවේදීන් පරෙස්සම් විය යුතුය.
- 6.3 සිදුවීම් ප්‍රතිහිරෂ්පණය කිරීම
ප්‍රවෘත්තියක් ලෙස විනා අපරාධ හා හදිසි අනතුරු භාවිතා කිරීමේදී නාට්‍යමය ස්වරූපයෙන් සිද්ධි උලුප්පා දක්වමින් සිද්ධි ප්‍රතිහිරෂ්පණය කිරීම නොකළ යුතුය.
- 6.4 මෘත ශරීර ප්‍රදර්ශනය
ප්‍රවෘත්ති ප්‍රචාරණයේදී හා සිද්ධි වාර්තාකරණයේදී මෘත ශරීර ප්‍රදර්ශනය කිරීම නොකළ යුතුය.

7. අපරාධ නඩු

අපරාධ හෝ අපරාධ නඩු වාර්තා කිරීමේදී නීතිමය අවශ්‍යතාවයක් ඇතොත් මිස :-

- (අ) ලිංගික අපරාධවලට ගොදුරුවූවන්ගේ නම් චලිතව කිරීම ;
- (ආ) සාපරාධී වරදකට චෝදනා ලැබ සිටින සහ පෙර දඬුවම් නොමැති වයස අවුරුදු 18 ට අඩු බාල වයස්කාර තැනැත්තකු බව දැන දැනම එම තැනැත්තාගේ නම සඳහන් කිරීම ;
- (ඇ) අපරාධයකට චෝදනා ලැබ සිටින හෝ දඬුවම් ලැබ සිටින හෝ පුද්ගලයකුගේ ඥාතීන් ඔවුන්ගේ කැමැත්තෙන් තොරව හඳුන්වා දීම

නොකළ යුතුය.

8. රහස්‍ය මූලාශ්‍ර

රහස්‍ය තොරතුරු ලබා දුන් පුද්ගලයකු තම අනන්‍යතාවය හෙළි කිරීමට අවසර ලබා දුන් අවස්ථාවකදී හැර සෑම මාධ්‍යවේදියකු විසින්ම තොරතුරු මූලාශ්‍ර සම්බන්ධයෙන් රහස්‍යතාවය රැකිය යුතුය.

9. ගරුත්වය

- 9.1 සෑම මාධ්‍යවේදියකුම තම වෘත්තියෙහි ගරුත්වය රැකිය යුතුය. ඔහු/ඇය කිසිවිටෙකත් තම වෘත්තියට සම්බන්ධ හෝ එසේ නොවන කරුණක් වෙනුවෙන් මුදලින්, ද්‍රව්‍යමය හෝ සේවාවක් ලෙසින් හෝ අල්ලස් ලබා නොගත යුතුය.

වමෙන්ම,

9.2 මාධ්‍යවේදියා අනුන්ගේ නිර්මාණ තමන්ගේ නිර්මාණ ලෙස හුවාදැක්වීම නොකළ යුතුය.

10. කාන්තාවන් සහ දරුවන්

- 10.1 කාන්තාවකගේ ශරීරයේ හැඩය, ස්වරූපය හෝ ශරීර අංගයක් අවිනිත ආකාරයෙන් විස්තර කිරීම තුළින් කාන්තාව අපහාසයට හෝ අවමානයට පත් කරන හෝ මහජන සදාචාරයට හානිකර හෝ සාරධර්ම කෙලසන ආකාරයේ කිසිදු ප්‍රකාශනයක් පළකිරීම නොකළ යුතුය.
- 10.2 දරුවන් අවමානයට ලක් කරන ආකාරයේ කිසිදු ප්‍රකාශනයක් පළකිරීම නොකළ යුතුය.
- 10.3 දරුවන් වෙනුවෙන් පළකරන ප්‍රකාශන තුළ අසහ්‍ය භාෂාව යොදා ගැනීම හෝ ව්‍යංගිත ලිංගිකත්වය හෝ ප්‍රචණ්ඩත්වය දිරිගැන්වීම නොකිරීමට වගබලා ගත යුතුය.
- 10.4 දරුවන්ගේ යමක් විශ්වාස කරන සුළු භාවය හා ඔවුන්ගේ රැවටෙන සුළු භාවය අහිසිලෙස භාවිතා නොකළ යුතුය.
- 10.5 සිය මව්පියන්ගේ ප්‍රසිද්ධිය හෝ අපකීර්තිය නිසා හෝ තම පාසලේ සිදුවීමක් හේතුකොට ගෙන හෝ දරුවන්ගේ පුද්ගලිකත්වයට ඇති අයිතිය අහිමි නොකළ යුතුය.
- 10.6 දරුවකුගේ පුද්ගලික ජීවිතය හා සම්බන්ධ තොරතුරු පළකිරීමෙන් වැලකිය යුතුය.

11. තොරතුරු ලබා ගැනීම

- 11.1 අදාළ කරුණු අනාවරණය කිරීම මහජන සුභසිද්ධිය ඉක්මවා යන සහ අදාළ තොරතුරු ලබා ගැනීම වෙනත් කිසිදු ආකාරයකට කළ නොහැකි අවස්ථාවක දී හැර සත්‍ය සිදුවීම් පිළිබඳ වැඩසටහන් නිර්මාණය කරන්නන් විසින් කරුණු වරදවා දැක්වීමෙන් හෝ රැවටීමෙන් හෝ තොරතුරු හෝ ඡායාරූප ලබා ගැනීම නොකළ යුතුය.
- 11.2 රහස්‍ය පටිගත කිරීම යොදාගත යුත්තේ එසේ කිරීමට අදාළ ප්‍රවෘත්තියෙහි විශ්වසනීයත්වය හා සත්‍යතාවය තහවුරු කිරීමට අවශ්‍ය අවස්ථාවකදී පමණි.
- 11.3 අනපේක්ෂිත විපතකට භාජනය වූ හෝ පෞද්ගලික බේදවාවකයක් හේතුවෙන් පීඩා විඳින පුද්ගලයන් සම්මුඛ සාකච්ඡාවලට භාජනය කිරීම හෝ තොරතුරු අනාවරණය කරගැනීම සඳහා එකී පුද්ගලයන් පීඩාවට පත් කරවන ආකාරයෙන් ඔවුන්ව සම්මුඛ සාකච්ඡාවලට භාජනය නොකළ යුතුය.

12. සිදුවීම් වාර්තාකරණය

පුද්ගලයන්ට කම්පන දනවන සිදුවීම් වාර්තා කිරීමේදී වින්දිතයන්ට හෝ ජීවත්වන ඥාතීන්ට හැරවන සිදුවීම් විස්තර කිරීමේදී ඇතිවිය හැකි පීඩාව අවම වන පරිදි කටයුතු කළ යුතුය.

13. ප්‍රචාරණය

13.1. වෙබ් අඩවිද ඇතුළත්ව විද්‍යුත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍යයන්හි ඉදිරිපත් කරන ප්‍රචාරණ දැන්වීම් රටතුළ ක්‍රියාත්මක වන තීරියට අනුකූල වියයුතු අතර, පාඨක/ ශ්‍රාවක/ ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ සදාචාරය, සහත්වය, ගරුත්වය සහ ආගමික නැඹුරුතාවන්ට එරෙහි නොවිය යුතුය.

13.2 යම්කිසි ප්‍රචාරණ දැන්වීමක්,

- (අ) යම් ජනවර්ගයක්, කුලයක්, වර්ණයක්, ආගමක් හෝ ජාතිකත්වයක් අවඥාවට ලක් කරයි නම් හෝ
- (ආ) යම් ආකාරයකින් අපරාධ සඳහා ජනතාව පොළඹවයි නම්, කැළඹීමක් හෝ හීෂණයක් ඇතිකරයි නම් හෝ හීෂණය හෝ අසහනතාව වර්ණනා කරයි නම් හෝ
- (ඇ) සාපරාධීනාවය ආකර්ශණීය ලෙසින් ඉදිරිපත් කරයි නම් හෝ
- (ඈ) රාජ්‍ය ලාංඡනය, ජාතික ධජය, ජාතික ගීය හෝ ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව හෝ ඉන් කොටසක් හෝ වෙළඳ ප්‍රචාරණ සඳහා භාවිතා කරයි නම් හෝ
- (ඉ) ජාතික නායකයකු, රාජ්‍ය තාන්ත්‍රිකයකු හෝ එවැනි අයෙකුගේ පෞරුෂත්වය අයුතු ලෙස භාවිතා කරයි නම් හෝ
- (ඊ) ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් සියලුම පුරවැසියන්ට ඇති හිමිකම කාන්තාව, දරුවන් සහ ආබාධිත පුද්ගලයින් පිළිබඳ සඳහන් කිරීමේදී උල්ලංඝනය කරයි නම් හෝ

එවන් ප්‍රචාරණ දැන්වීම් පළකිරීම නොකළ යුතුය.

13.3 ප්‍රචාරණය නුසුදුසු යැයි සැලකෙන භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් පිළිබඳ දැන්වීම් විශේෂයෙන්ම :

- (අ) මධ්‍යසාරවල බලපෑම සැඟවීමට භාවිතා කරන නිෂ්පාදන සහ විය පරීක්ෂා කිරීමට යොදා ගන්නා උපකරණ,
- (ආ) ශාස්ත්‍රකරුවන් වැනි පුද්ගලයින්,
- (ඇ) අවමංගලය අධ්‍යක්ෂවරු හෝ මෘත ශරීර හෝ භූමදාන කටයුතු හා සම්බන්ධ පුද්ගලයන්,
- (ඈ) බලපත්‍ර ලබා නොගත් රැකියා සැපයීමේ සේවාවන් සහ එවන් ලේඛන හෝ කාර්යාංශ,
- (ඉ) ඔට්ටු ඇල්ලීම සඳහා තොරතුරු සැපයීමේ අරමුණින් ප්‍රචාරණයෙහි යෙදෙන සංවිධාන, සමාගම් හෝ පුද්ගලයන්,
- (ඊ) ඔට්ටු ඇල්ලීම,
- (උ) සිගරට්, මත්පැන් හා මධ්‍යසාරමය පානයන්

ප්‍රචාරණය නොකළ යුතුය.

කෙටුම්පතක්

සැ.යු. - එක් හිඡ්පාදනයකට වඩා අලෙවි කරන ප්‍රචාරකයකු පිළිගත් හිඡ්පාදනයක ප්‍රචාරණ පිටපත පිළිනොගත් භාණ්ඩයක සන්නාමය හෝ හඳුනාගැනීමේ සලකුණු ප්‍රචාරණය කිරීම සඳහා යොදාගැනීම නොකළ යුතුය.

- 13.4 කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක හිඡ්පාදනයේ ස්වභාවය හෝ එහි නිර්දේශිත අරමුණ වෙනුවෙන් සුදුසු බව පිළිබඳව ඝෘජුව හෝ වක්‍රව නොමග යවන සුළු විස්තරයක්, ප්‍රකාශයක් හෝ චිත්‍රයක් අඩංගු නොවිය යුතුය.
- 13.5 ඡායාරූපකරණයේ තාක්ෂණික සීමාවන් නිසා යම් වස්තුවක් තාත්විකව නිරූපණයේදී ගැටළු මතුවන බව පිළිගත් සත්‍යයක් වන අතර, එම ගැටළු නිරාකරණය කිරීමේ දී විශේෂ තාක්ෂණික උපක්‍රම අයුතු ලෙස භාවිතා කිරීම නොකළ යුතුය. එවැනි උපක්‍රම භාවිතා කළ දැන්වීමක් එහි සම්ප්‍රයුක්ත රූපය අදාළ හිඡ්පාදනය හෝ එහි බලපෑම පිළිබඳ යහපත් හා සාධාරණ හැඟීමක් ඉදිරිපත් වන්නේ නම් සහ නොමග යවන සුළු නොවේ නම් මිස එවන් දැන්වීමක් පිළිනොගත යුතුය.
- 13.6 මිල සැසඳීම් හෝ අඩු කිරීම් ඇතුළත් දැන්වීම් වෙළඳ නීතිරීති හා එකඟ විය යුතු අතර, පවතින මිල ගණන් හා සංසන්දනාත්මක මිල ගණන් පිළිබඳ දෘශ්‍යමය සහ වාචික ඉදිරිපත් කිරීම් නිවැරදි විය යුතු අතර අනවශ්‍ය අවධාරණය හෝ විකෘති කිරීම් මගින් නොමග යවන සුළු නොවිය යුතුය.
- 13.7 ප්‍රචාරණ දැන්වීම් මගින් වෙනත් හිඡ්පාදන, සේවා හෝ වෙනත් ප්‍රචාරණ දැන්වීම්වලට අවමන් කිරීම හෝ අසාධාරණ ලෙස පහරගැසීම නොකළ යුතුය. හිඡ්පාදනයක වාසි ඉදිරිපත් කිරීමේදී වෙනත් හිඡ්පාදන හෝ සේවා සමග කරන සංසන්දනය (ප්‍රකාශිත හෝ වක්‍රාකාර) සාධාරණ, තහවුරු කළ හැකි හා කිසිදු ආකාරයකින් නොමග යවන සුළු නොවිය යුතුය.
- 13.8 ප්‍රකාශන හිමිකම උල්ලංඝනය කිරීම හෝ රැවටීම සම්බන්ධයෙන් නීතිමය ගැටළු මතු කරන ආකාරයේ නොවුවද ප්‍රේක්ෂකයන්, අසන්නන්, පාඨකයන් නොමග යවන ආකාරයේ අනුකරණයන් වැළැක්විය යුතුය.
- 13.9 භාණ්ඩ හෝ සාම්පල නොමිලේ හෝ අතිරේක වියදමකින් තොරව (නියමිත තැපැල් හෝ ප්‍රවාහන ගාස්තු හැර) ප්‍රතිග්‍රාහකයාට ලබා දෙන්නේ නම් හැර ප්‍රචාරණ දැන්වීම් තුළ "නොමිලේ" යනුවෙන් සඳහන් නොකළ යුතුය. යම් අත්හදා බැලීමකදී පාරිභෝගිකයා, භාණ්ඩය ආපසු භාර දීමේ ගාස්තුව ගෙවිය යුතු වුවද පාරිභෝගිකයාගේ මෙම බැඳීම දැන්වීමෙහි පැහැදිලිව සඳහන් වන අවස්ථාවකදී පමණක් යම් අත්හදාබැලීමක් "නොමිලේ" යනුවෙන් සඳහන් කළ හැකිය.
- 13.10 කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක ඝෘජුව හෝ වක්‍රව ගැනුම්කරුගේ ව්‍යවස්ථාපිත හෝ පොදු නීතිමය අයිතිවාසිකම් සීමා කිරීම හෝ අඩු කිරීම අරමුණු කරගත් වගකීම් සහතිකයක් ඇතුළත් නොවිය යුතුය.
- 13.11 නීතිමය අවසරය සහිත තරඟ සඳහා සහභාගිවන ලෙස මහජනතාවට ආරාධනා කරන ප්‍රචාරණ දැන්වීම්වල එම තරඟවලට සහභාගි වන්නන්ට අදාළ තරඟයේ ප්‍රතිඵල දැනුම්දීම හා ත්‍යාග බෙදාදීම පිළිබඳ ඇතුළත් තරඟ කොන්දේසි අදාළ ප්‍රචාරණ දැන්වීමෙහි සඳහන් කළ යුතුය.

කෙටුම්පතක්

- 13.12 ප්‍රචාරණය කරනු ලබන භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගික ආරක්ෂක පනත, ආහාර පනත සහ/හෝ විෂයවස්තුවට අදාළ වෙනත් යම් නීතියක සඳහන් ආකාරයට යම්කිසි අඩුපාඩුවක් හෝ ඌණතාවයක් නොතිබිය යුතුය.
- 13.13 කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක ප්‍රචාරණය කරනු ලබන නිෂ්පාදනයේ හෝ භාණ්ඩයේ හෝ සේවාවක තනවුරු කිරීමට අසිරුවන්නා වූ යම් සුවිශේෂී, ප්‍රාතිහාර්යමය හෝ අද්භූත වස්තුවක් හෝ ගුණයක් ඇති බවට හැඟෙන කිසිදු සඳහනක් නොකළ යුතුය.
- 13.14 අවිනීත, අසහන, ව්‍යංගාර්ථ සහිත ප්‍රගුප්සාපනක හෝ අපහාසාත්මක තේමාවන්ගෙන් යුත් ප්‍රචාරණ දැන්වීම් පළනොකළ යුතුය.
- 13.15 සියලුම ප්‍රචාරණ දැන්වීම්, වැඩසටහනකින් පැහැදිලිව වෙන්කර හඳුනාගත හැකිවිය යුතුය. තවද, වැඩසටහන හා ගැටීමක් ඇති නොවිය යුතු අතර එම වැඩසටහන නරඹන, අසන මෙන්ම කියවන අයගේ රසවින්දනයට බාධා නොවිය යුතුය.
- 13.16 ආරක්ෂක හමුදාවන්, ශ්‍රී ලංකා පොලීසිය හා සිවිල් ආරක්ෂක බලකායෙහි චිත්ත ධෛර්යය භීතකරවනසුළු කිසිවක් අඩංගු කිසිදු දැන්වීමක් ප්‍රචාරය නොකළ යුතුය.
- 13.17 ප්‍රචාරණය සහ දරුවන්

13.17.1 කියවන/නරඹන/ශ්‍රවණය කරන දරුවා -

කුඩා දරුවන් වෙනුවෙන් වන වැඩසටහන් හෝ දරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් විසින් නැරඹිය හැකි/ශ්‍රවණය කළහැකි වැඩසටහනක් සම්බන්ධයෙන් දරුවන්ට ශාරීරිකව, මානසිකව හෝ සදාචාරාත්මකව හානිවන ආකාරයේ කිසිදු නිෂ්පාදනයක්, සේවාවක් හෝ ප්‍රචාරණ විධික්‍රමයක් භාවිතා නොකළ යුතු සේම දරුවන්ගේ විශ්වාසය, පක්ෂපාතී හැඟීම තුළින් අයුතු ප්‍රයෝජන ලබාගන්නා ආකාරයේ කිසිදු ප්‍රචාරණ විධික්‍රමයක් යොදා නොගත යුතුය.

විශේෂයෙන්ම,

ප්‍රචාරණය කරනු ලබන භාණ්ඩය හෝ සේවාව තමා සතු නොවීම තුළින් දරුවකු යම්කිසි ආකාරයකින් අනෙකුත් දරුවන්ට වඩා පහත් යැයි හෝ එම නිෂ්පාදන ඔවුන් සතු නොවීම තුළින් අවතක්සේරුවට භාජනය වියහැකි යැයි විශ්වාසයක් ඇතිකරවන ආකාරයේ කිසිදු දැන්වීමක් ප්‍රචාරණය නොකළ යුතුය.

13.17.2 ප්‍රචාරණ දැන්වීම් තුළ දරුවා - ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සඳහා දරුවන් යොදාගැනීම පහත කොන්දේසිවලට යටත්විය යුතුය.

(අ)සේවය ලබාගැනීම - දරුවන් ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සඳහා යොදා ගැනීමේදී තත්කාලයේ වලංගු නීතිමය ප්‍රතිපාදනයන් යටතේ සිදුකළ යුතුය.

(ආ)ආරක්ෂාව පිළිබඳ දායකත්වය - දරුවන් වෙළඳ දැන්වීම් සඳහා දායකවන ඕනෑම අවස්ථාවකදී ආරක්ෂාව සම්බන්ධයෙන් සැලකිලිමත් විය යුතුය.

විශේෂයෙන්,

- (i) දරුවන් අවධානයකින් තොරව මාර්ග දර්ශන සඳහා යොදා නොගත යුතුය; ක්‍රීඩාකිරීම සඳහා ආරක්ෂාකාරී ස්ථානයක් බව පැහැදිලිව පෙන්නුම් කරන්නේ

කෙටුම්පතකි

- නම් මිස දරුවන් මාර්ගයන්හි ක්‍රීඩාකිරීම ප්‍රචාරණය නොකළ යුතුය; නිසි අවධානයකින් තොරව පදිකවේදිකාවෙන් බැසීම හෝ පාර මාරුවන ආකාරය විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
- (ii) දරුවන් අවදානම් ආකාරයෙන් ජනේල මඟින් හෝ පාලම් මඟින් වීඩි බැලීම හෝ භයානක කඳුවැටි තරණය කිරීම විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
 - (iii) කුඩා දරුවන් ඉහළ රාක්ක මතට නැගීම හෝ තම හිසට ඉහළින් ඇති මේසයක් මගින් යමක් ගන්නා ආකාරය විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
 - (iv) දෙමව්පියන්ගේ සමීප අවධානයකින් තොරව දරුවන් ඖෂධ, විෂබීජ නාශක, බැක්ටීරියා නාශක සහ අන්තරායකාරී ද්‍රව්‍යවලට සමීපවීම විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතු මෙන්ම කිසිසේත්ම දරුවන් වචන හිඞ්පාදන භාවිතාකිරීම විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
 - (v) පිළිස්සුම් තුවාල, විදුලිසැර වැදීම් හෝ වෙනත් තුවාල ඇතිවිය හැකි ආකාරයේ ගිනිකූරු, ගෑස්, ඉට්ට්ටු, පෙට්ට්, තූම්තෙල් හෝ විදුලි උපකරණ ළමයින් භාවිතා කරන අයුරු දැක්වෙන වෙළඳ දැන්වීම් විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
 - (vi) දරුවන් විසින් වාහන පැදවීම හෝ යන්ත්‍ර ක්‍රියාකරවන ආකාරය (කෘෂිකාර්මික යන්ත්‍ර, කෘෂිකාර්මික උපකරණ, ට්‍රැක්ටර් හෝ වචන ආකාරයේ උපකරණද ඇතුළුව) දැන්වීම් විකාශනය/පළකිරීම නොකළ යුතුය.
 - (vii) ගෘහස්ථ හෝ විවෘත ගිනිමැල ඇතුළත් ප්‍රචාරණ දැන්වීම්වල දරුවකු වේ නම් එහි අභිචාර්යයෙන්ම ගිනි ආවරණය තිබිය යුතුය.
 - (viii) දරුවන්ගේ ආරක්ෂාවට තර්ජනයක් වන හෝ ඔවුන්ට හිතකර නොවන දෙයක් පිළිබඳ කැමැත්තක් ඇති කරවන හෝ දරුවන්ගේ අයිතිවාසිකම්වලට හෝ ඔවුන්ගේ ගෞරවනීයත්වයට හානිවන ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කෙරෙන දැන්වීම් කිසිදු මාධ්‍යයක පළ නොකළ යුතුය.

13.17.3. යහපත් හැසිරීම හා වර්යාව - ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සඳහා දරුවන් යොදාගැනීමේදී ඔවුන්ගේ නිරූපණයන් යහපත් හැසිරීම් හා යහපත් වර්යාවන් පිළිබිඹු වන ආකාරයේ ඒවා විය යුතුය.

13.18 ඖෂධ සහ ප්‍රතිකාර පිළිබඳ ප්‍රචාරණය

13.18.1 පිළිගත නොහැකි නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් - වෛද්‍ය සභාව හෝ ආයුර්වේද වෛද්‍ය සභාව හෝ වෙනත් පිළිගත් වෛද්‍ය සංවිධානයක අනුමැතිය රහිතව වෛද්‍ය නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් පිළිබඳ ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සඳහා අවසරය ලබා නොදිය යුතුය.

13.18.2 වෘත්තීමය උපදෙස් ලෙස හැඟෙන ප්‍රකාශ වැලැක්වීම - සෞඛ්‍ය ප්‍රවර්ධනය උදෙසා වන හෝ රෝග සම්බන්ධ නිල නොවන ඖෂධ, ප්‍රතිකාර සහ නිෂ්පාදන පිළිබඳව වන ප්‍රචාරණ දැන්වීම් තුළ පහත දෑ ඇතුළත් නොවිය යුතුය.

කෙටුම්පතක්

අ) වෛද්‍යවරු, දන්ත වෛද්‍යවරු, ඖෂධ රසායනාගාර ශිල්පීන්, හෙද නිලධාරීන්, පවුල් සෞඛ්‍ය සේවා නිලධාරීන් ආදී පුද්ගලයන් ලෙස පෙනී සිටීමින් වෘත්තීමය උපදෙස් ලබාදෙන රජයේ ඉදිරිපත්කිරීම්, සහ

ආ) වෘත්තීමය සුදුසුකම් ලත් පුද්ගලයින් ලෙස සෘජුව හෝ වක්‍රව හැඟෙන ආකාරයට දැන්වීම්වල පෙනීසිටින පුද්ගලයන් වෘත්තීමය උපදෙස් හෝ නිර්දේශ ලබා දෙනවිට එම පුද්ගලයාගේ තත්ත්වය පිළිබඳව වැරදි වැටහීමක් ඇති නොවීමට අදාළ පුද්ගලයා වෘත්තීය සුදුසුකම්ලත් පුද්ගලයකු නොවේ නම් ඒ බව දැන්වීම් කාලය තුළ සඳහන් කිරීම අවශ්‍ය වේ.

13.18.3 රෝහල් පරීක්ෂණ - අදාළ රෝහලේ වෛද්‍ය කමිටුව යම් රෝහල් පරීක්ෂණයක නිරවද්‍යතාව පිළිබඳ සහතික වන්නේ නම් මිස රෝහල් පරීක්ෂණයක් පිළිබඳ කිසිදු සඳහනක් නොකළ යුතුය.

13.18.4 සහතික - ඖෂධයක් හෝ ප්‍රතිකාරයක් පිළිබඳ දැන්වීම් තුළ ක්‍රීඩා, විනෝදාත්මක ක්ෂේත්‍රයන්හි ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයකු විසින් ඉදිරිපත් කරන සහතිකයන් අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.

13.18.5 විටමින් - පුද්ගලයන් විසින් තම ආහාරවේලට අතිරේකයක් ලෙස විටමින් ලබානොගැනීම තුළින් ඔවුන්ගේ යහපත් සෞඛ්‍යය තර්ජනයට ලක්විය හැකි බවට කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක් තුළින් ප්‍රකාශ කිරීම හෝ ඇගවීම නොකළ යුතුය.

ආචාරධර්ම සංග්‍රහයෙහි මෙම කොටස අදාළ වනුයේ යම් ආබාධයක්, අසනීපයක් හෝ රෝගයක් වැලැක්වීම හෝ අඩුකිරීම සඳහා වන ඖෂධ, ප්‍රතිකාර සහ උපකරණ පිළිබඳ ප්‍රසිද්ධ කෙරෙන ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සඳහා පමණි. එය රජයේ අමාත්‍යාංශයක්, දෙපාර්තමේන්තුවක් විසින් පළකරනු ලබන ප්‍රචාරණ දැන්වීම් හෝ ලියාපදිංචි වෛද්‍ය නිලධාරීන්, දන්ත වෛද්‍ය නිලධාරීන්, ඖෂධවේදීන්, සහායකයින් හෝ හෙද නිලධාරීන් සඳහා වන ඖෂධ, ප්‍රතිකාර සහ උපකරණ පිළිබඳව සෘජුව ඔවුන් වෙත යැවෙන දැන්වීම් හෝ අදාළ වෘත්තීමය හෝ තාක්ෂණික ග්‍රන්ථවල පළකරනු ලබන දැන්වීම් සඳහා අදාළ නොවේ.

13.18.6 ප්‍රතිකර්ම - ප්‍රචාරණ දැන්වීම්වල යම්කිසි ආබාධයක්, අසනීපයක්, රෝගයක් හෝ රෝග ලක්ෂණයක් සුවකරන බවට කිසිදු සඳහනක් සෘජුව හෝ වක්‍රව අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.

13.18.7 වෛද්‍ය උපදෙස් අවශ්‍ය රෝග - සුදුසුකම් ලත් වෛද්‍යවරයෙකුගේ උපදෙස් අවශ්‍ය බරපතල රෝග තත්ත්වයන් සඳහා ඖෂධ හෝ ප්‍රතිකාර ඉදිරිපත් නොකළ යුතුය.

13.18.8 බිය උපදවීම - පාඨකයාගේ හෝ ප්‍රේක්ෂකයාගේ හෝ ශ්‍රාවකයාගේ සිත තුළ තමා යම්කිසි ආබාධයක්, අසනීපයක් හෝ රෝගයකින් පෙළෙන්නේ යැයි හෝ ප්‍රතිකාරයකින් තොරව තත්ත්වය අසාධ්‍ය වන්නේ යැයි හැඟෙන ආකාරයේ කිසිදු ප්‍රකාශයක්, චිත්‍රයක් ප්‍රචාරණ දැන්වීමක අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.

13.18.9 රෝග විනිශ්චය හෝ ලිපි ගනුදෙනු මගින් ප්‍රතිකාර කිරීම - ප්‍රචාරණ දැන්වීමක යම්කිසි ආබාධයක්, අසනීපයක් හෝ රෝගයකට හෝ රෝග ලක්ෂණ ලිපි ගනුදෙනු තුළින් හඳුනාගැනීමට ඉදිරිපත් නොවිය යුතුය. එසේම, උපදෙස්දීම සඳහා තොරතුරු ඉල්ලා සිටීම හෝ ලිපි මගින් ප්‍රතිකාර නිර්දේශ කිරීම නොකළ යුතුය.

කෙටුම්පතක්

- 13.18.10 **මුදල් ආපසු ලබාදීමේ අවස්ථා** - ප්‍රචාරණ දැන්වීමක කිසිදු අවස්ථාවක අසතුවට පත් පාරිභෝගිකයන් වෙත මුදල් නැවත ලබාදෙන බවට කරන ප්‍රකාශ අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.
- 13.18.11 **පාසල, රෝහල, විකිත්සාගාරය, ආයතනය, රසායනාගාරය** - ප්‍රචාරණ දැන්වීමක් තුළ පාසල, රෝහල, විකිත්සාගාරය, ආයතනය, රසායනාගාරය ආදිය හෝ වෙනත් සමාන ආයතනයක් සඳහන් කිරීම අදාළ විස්තරයට ගැලපෙන ආයතනයක් ස්ථාපිතව ඇත්නම් හැර අන් කිසිදු අවස්ථාවක නොකළ යුතුය.
- 13.18.12 **වෛද්‍යමය ප්‍රකාශ, පෙරහුරු සහ පරීක්ෂණ** - විශ්වාස කළහැකි සාක්ෂි මගින් සනාථ කළ නොහැකි අවස්ථාවක ප්‍රචාරණ දැන්වීමක් තුළ වෛද්‍යමය ප්‍රකාශයක්, විකිත්සාමය හෝ වෙනත් පෙරහුරුවක් හෝ පරීක්ෂණයක් පිළිබඳ සඳහනක් යොදා නොගත යුතුය.
- 13.18.13 **සාක්ෂි** - සුදුසුකම් ලත් වෛද්‍යවරයකු නොවන පුද්ගලයකු ඉදිරිපත් කරන සාක්ෂි අදාළ පුද්ගලයා විසේ සුදුසුකම් නොලත් පුද්ගලයකු බව පැහැදිලිව සඳහන් කරන අවස්ථාවකදී හැර ප්‍රචාරණ දැන්වීමක අන්තර්ගත නොකළ යුතුය.
- 13.18.14 **සමාජ හිතකර දැන්වීම් පිටපත්** - ප්‍රචාරණ දැන්වීමකට නොගැලපෙන වචන, වාක්‍ය කොටස් භාවිතා කිරීම හෝ ඉදිරිපත් කරන ආකාරය සමාජයට අහිතකර නොවිය යුතුය.
- 13.18.15 **“ස්වභාවික” ප්‍රතිකර්ම** - කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක යම් නිෂ්පාදනයක් විස්තර කිරීමේදී ඍජුව හෝ වක්‍රව “ස්වභාවික”, “ස්වභාවධර්මයේ ප්‍රතිකර්මය” ආදිය හෝ ඊට සමාන ප්‍රකාශ යොදා නොගත යුතුය.
- 13.18.16 **තරඟ** - ඖෂධ, ප්‍රතිකාර සහ වචන් උපකරණ සඳහා වන දැන්වීම්වල ත්‍යාග ලබාදීමේ තරඟයක් හෝ ඊට සමාන වැඩසටහනක් පිළිබඳ සඳහනක් අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.
- 13.18.17 **කාන්තාවන් සඳහාම වෙන් වූ නිෂ්පාදන** - ප්‍රචාරණය කරනු ලබන කිසිදු නිෂ්පාදනයක් හෝ ප්‍රතිකාරයක් ගබ්සාවීම් ඇතිකරවන බව නොහැඟවිය යුතුය.
- 13.18.18 **මෝහනය** - කිසිදු ප්‍රචාරණ දැන්වීමක මෝහනය කිරීම තුළින් රෝග විනිශ්චය හෝ ප්‍රතිකාර ලබාදීමේ අවස්ථා පිළිබඳ අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.
- 13.18.19 **විටමින් නිෂ්පාදන** - කිසිදු අවස්ථාවක ප්‍රචාරණ දැන්වීම් තුළ විටමින්, වෛරස් ආසාදනවලට අවශ්‍ය ආරක්ෂාව හෝ ප්‍රතිකාර ලබාදෙන බව හෝ වෛද්‍ය විෂය වෘත්තීය වචන් ප්‍රකාශ අනුමත කරන බව වැනි නුසුදුසු ප්‍රකාශ අන්තර්ගත නොවිය යුතුය.



மக்கள் தொடர்பாடல், தகவல் அமைச்சு

ஊடக ஒழுங்கு விதிகள் கோவை (அச்ச மற்றும் இலத்திரனியல்)

முன்னுரை

அனைத்து இலத்திரனியல் மற்றும் பத்திரிகை நிறுவனங்கள், இணையத்தளங்கள் உட்பட ஊடகவியலாளர்கள், இந்த ஊடக ஒழுங்குவிதிகளின் கோவையை அனுசரித்து, இலங்கையின் இலத்திரனியல் மற்றும் பத்திரிகை நிறுவனங்கள், இணையத்தளங்கள் ஆகியவை சுதந்திரமாகவும் அதேசமயம் பொறுப்புணர்வோடும், தகவல் அறிவோரின் தேவைகள், எதிர்பார்ப்புகள் என்பவற்றுக்கேற்றாற்போல அவதானத்துடன் தகவல்களை வழங்குகின்ற அதேசமயம் ஊடகத்துறையின் உயர்ந்த தரத்தையும் பேணவேண்டியது அவசியமானதாகின்றது

உயர்ந்த தரம் என்பது, இலத்திரனியல் மற்றும் பத்திரிகைத்துறை, இணையத்தளங்கள் என்பவை கச்சிதமான தகவல்கள் மற்றும் தொழில்சார் ஒருங்கிணைப்பு என்பவற்றை பேணுவதாக விளங்குகின்றது. அதேசமயம் பொதுநலன் கருதியதாக புலனாய்வுச் செய்தித்துறையில் சிறந்த வழிமுறைகளைக் கையாண்டு, வர்த்தக ரீதியாக திரிவுபடுத்தப்படக்கூடியவை அல்லது நேர்த்தியற்ற அழுத்தங்கள் மற்றும் குறுகிய சுயநலப்போக்கு ஆகியவற்றுக்கு இடமளிக்காது. ஊடகசுதந்திரத்துக்கு ஏற்புடையதற்றவற்றைக் கொண்டிருத்தலாகாது. இலத்திரனியல், பத்திரிகைத்துறை, இணையத்தள ஊடகவியலாளர்கள் தமது உறுதியான அபிப்பிராயங்களை சுதந்திரமாக வெளிப்படுத்துகின்ற அதேசமயம், ஏனையவர்களுடைய கருத்துக்களுக்கும் மதிப்பளிப்பதோடு சமூக, பொறுப்புணர்வையும் பேணுவதற்கு முயலவேண்டும்.

இவ் ஒழுங்குவிதிக்கோவை தனிநபர் ஒருவரது உரிமைகளைப் பாதுகாக்கும் அதேசமயம், பொதுமக்களின் தகவல் அறியும் உரிமையையும் உறுதிசெய்கின்றது. எனவே இவ்விதிமுறைகள் மிக உன்னதமான முறையில் உணர்வுபூர்வமாக அனுசரிக்கப்படவேண்டும். அதேசமயம் இவ்விதிமுறைகள் குறுகிய முறையில் அர்த்தப்படுத்தப்படாது, தனிநபர் அல்லது பொதுநலன் கருதிய தகவல்களை வழங்கும் விடயத்தில் அவர்களது தகவலறியும் உரிமைகளை மதிப்பதாக அமைந்திருத்தல் வேண்டும்.

1. எந்தவொரு ஊடகமும் கீழ்வருவனவற்றை தவிர்க்க வேண்டும்:-

- (அ) பொதுமக்களுடைய எதிர்பார்ப்புக்கு களங்கத்தை ஏற்படுத்தல் நாட்டின் ஒழுக்கவிதியை அல்லது பொதுமக்களின் ரசனை மற்றும் ஒழுக்கத்தின் தரம் தாழ்த்துதல்.
- (ஆ) வெளிநாட்டு உறவுகளை பாதிக்கும் விமர்சனங்கள்.
- (இ) மதக்குழுக்கள், சமூகங்கள் அல்லது இனவாதத்தை தூண்டும், மதப்பூசல்களை ஏற்படுத்தும், அவதூறான கருத்துக்கள்.

வரைபு

- (ஈ) துஷ்பிரயோகமான, மாண்பங்கத்துக்குரிய வேண்டுமென்றே வெளிப்படுத்தும் தவறான மற்றும் எதிர்மறையான கருத்துக்கள் முழுமையற்ற உண்மைத்தகவல்கள் உட்பட வேண்டுமென்றே தவிர்ந்துக்கொள்ளப்படுபவை .
- (உ) பாரபட்சமான மற்றும் பொதுமக்களை தவறாக வழிப்படுத்தும் உள்ளடக்கங்கள் .
- (ஊ) வன்முறைகளை ஊக்கப்படுத்தும் அல்லது தூண்டிவிடும் உள்ளடக்கங்கள், சட்டம், ஒழுங்கு மற்றும் தேசியத்துக்கு எதிரான நடைமுறைகள் .
- (எ) நீதிமன்றத்தை அவமதிக்கும் விடயங்கள் .
- (ஏ) சனாதிபதி, நீதித்துறை மற்றும் தேசத்தினுடைய ஒருமைப்பாட்டைப் பாதிக்கும் விடயங்கள் .
- (ஐ) ஒரு நபருடைய குடும்ப வாழ்க்கை, நிதித்தகவல்கள் , இனம், மதம் , சாதி , பால்நிலை வேறுபாடுகள், உடல் மற்றும் மனோநிலை குறைபாடுகள், அங்கவீனம், ஒருவரது இல்லம் மற்றும் குடும்பம் உட்பட பொதுமக்களுக்கு நேரடியான கரிசனை ஏற்படுத்தாதவிடத்து தனிநபர்களின் வைத்தியசாலை அனுமதி பற்றியவை .
- (ஒ) தனிஒருநபரை பிரத்தியேகமாகவோ அல்லது இன, மொழி, மதரீதியாக ஒரு குழுவை கடுமையாகச் சாடுதல் .
- (ஓ) மூடநம்பிக்கைகள், மற்றும் கண்மூடித்தனமான நம்பிக்கைகள் .
- (ஔ) அராஜகம், போதைவஸ்து துஷ்பிரயோகம் , மூர்க்கத்தனமான வக்கிரப்போக்கு , பாலியல் ரீதியான முறைகேடுகள் மற்றும் வன்முறைகளை ஊக்கப்படுத்தல் .
- (க) ஏழ்மையை இகழ்தல் .

2 . கச்சித்தன்மை :

அனைத்து இலத்திரனியல், பத்திரிகைத்துறை , இணையத்தள நிறுவனங்களின் ஆசிரியர்கள், செய்தியாளர்கள் ஆகியோர் தமது தகவல் உள்ளடக்கங்களை வெளியிடுமுன்னர் அவற்றின் கச்சித்தன்மையை உறுதிப்படுத்த சகல முயற்சிகளையும் மேற்கொள்ளவேண்டும் .

3. திருத்தங்களும், மன்னிப்பும் :

வெளியிடப்பட்ட தகவல் தவறானதென ஆசிரியர் தெரிந்துகொள்ளும் பட்சத்தில் பாதிக்கப்பட்டவருக்கு ஆறுதலளிக்கும் விதத்தில் தவறான குறித்த தகவலை சரியான முறையில் திருத்தத்தோடு முன்னிலைப்படுத்தி, மன்னிப்புக்கோரலுடன் அதனை பிரசுரிக்கவேண்டும் .

4. பதிலளிப்பதற்கான வாய்ப்பு :

தனிநபர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் என்பவற்றைப் பொறுத்தவரை உண்மைக்குப்புறம்பான அறிக்கைகள், அவர்களது கௌரவம் , மேன்மை உணர்வுகள், தனித்துவம் காரியாலய நடவடிக்கைகள் என்பவற்றை பாதிக்குமிடத்து நியாயமான, ஏற்புடைய விதத்தில் பாதிப்புற்றோருக்கு பதிலளிக்க வாய்ப்பு வழங்கப்படவேண்டும்.

5. உண்மைத்தகவலுக்கும் , அபிப்பிராயத்துக்குமிடையே தெளிவான வேறுபாடு :

ஒவ்வொரு ஊடகவியலாளரும் ஏற்புடையதான முறைகளில் தனது ஆளுமைக்குட்பட்டதாக வெளியிடப்படவிருப்பவை சம்பந்தமாக உண்மையான ஓர் அறிக்கை ஒரு புறத்திலும் , ஏனைய விமர்சனங்கள் அபிப்பிராயங்களின் வெளிப்பாடுகள் மறுபுறமுமாக தெளிவான வரையறையைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும் .

6. விசேட சூழ்நிலைகள் :

6.1 துயரம் மற்றும் அதிர்ச்சி சம்பந்தப்பட்ட விசாரணைகள் பற்றிய விடயங்களைக் கையாளும்போது மிக அவதானமாக நடந்து கொள்ளல் வேண்டும் . இதுவிடயங்கள் குறித்த அணுகுமுறைகள் எச்சரிக்கையோடும் நுணுக்கமான முறையிலும் கையாளப்படவேண்டும் .

6.2 தற்கொலை வழக்குகள் பற்றிய செய்தி வெளியிடும்போது மிக அவதானமாக நடந்து கொள்வதோடு, தற்கொலை மேற்கொள்ளப்பட்ட விதம்குறித்து அதிகளவில் விபரித்தலாகாது.

6.3. சம்பவங்களை மீள உருவாக்குதல்

குற்றவியல்களும் விபத்துக்களும் செய்திகளாக மட்டும் மீள வளங்கப்படவேண்டும் அந்த சம்பவங்களை நாடக உருவில் மீண்டும் நடக்கும் விதத்தில் செயற்படுத்தப்படாது

6.4. பிரேதங்களை காட்சிப்படுத்தல்

செய்திகளை வெளியிடும்போதும் சம்பவங்களை அறிவிக்கும் போதும் பிரேதங்களை காட்சிப்படுத்தப்படாது.

7. குற்றவியல் வழக்குகள் :

குற்றச்சம்பவங்கள் மற்றும் குற்றவியல் வழக்குகள் பற்றி செய்தி வெளியிடும்போது சட்டரீதியாக அனுமதிக்கப்பட்டாலன்றி கீழ்வருவனவற்றை வெளியிடலாகாது.

- பாலியல் குற்றங்களில் பாதிக்கப்பட்டவரின் பெயர்.
- முன்னர் குற்றஞ்சாட்டப்படாதவராகவும், 16 வயதுக்குட்பட்ட குற்றச்செயல் சம்பந்தமாக குற்றஞ்சாட்டப்பட்ட இளவயதினரின் பெயர்.
- குற்றச்செயல் ஒன்று சம்பந்தமாக உறவினரது சம்மதமின்றி குற்றஞ்சாட்டப்பட்ட ஒருவரை அடையாளப்படுத்துதல்.

8. அந்தரங்கமான செய்திமூலங்கள் :

ஒவ்வொரு ஊடகவியலாளரும், தனது செய்திமூலத்தின் அந்தரங்கத்தன்மையை பாதுகாக்க வேண்டியவராகின்றார். தனது செய்திமூலம் அந்நபர் அதிகாரமளித்தாலன்றி அவர் பற்றிய அடையாளத்தை வெளிப்படுத்தலாகாது.

9. மகத்துவம் :

9.1 ஒவ்வொரு ஊடகவியலாளரும் தனது தொழில் மகத்துவத்தை பேணவேண்டியவராகின்றார். பணமாகவோ, சேவையாகவோ அல்லது எதிர்பாராதவிதத்திலோ லஞ்சம் பெறலாகாது.

9.2 இன்னுமொருவருடைய கருத்தையோ , தகவலையோ குறிப்புக்களையோ ஊடகவியலாளர் கவர்தலாகாது.

10. பெண்களும் குழந்தைகளும் :

- 10.1 பெண்களை அவர்களது உடலமைப்பை குறிப்பிடுவதன் மூலமாக தாழ்மைப்படுத்தி எதனையும் பிரசுரித்தலாகாது. பெண் ஒருவரது உடலமைப்பைப்பற்றிய தகவல்கள் , ஒழுக்கமற்றதாகவும் , பெண்களை அவதூறுபடுத்துவதாகவும், மோசடித்தனமானதாகவும் அமைவதோடு, சமூக ஒழுக்கக்கட்டுப்பாட்டையும் புண்படுத்துவதாக அமையும் .
- 10.2 சிறுபராயத்தினரை தாழ்மைப்படுத்தும் பிரசுரங்களை வெளியிடலாகாது .
- 10.3 சிறுவர்களுக்கென வெளியிடப்படும் பிரசுரங்களில் தகாத வார்த்தைகளோ அல்லது பாலியல் மற்றும் வன்முறைகளைத் தூண்டும் வார்த்தைப் பிரயோகங்களோ பயன்படுத்தலாகாது.
- 10.4 சிறுவர்களது அப்பாவித்தனம் அல்லது நம்பகத்தன்மை என்பன துஷ்பிரயோகம் செய்யப்படலாகாது.
- 10.5 சிறுவர்களுடைய அந்தரங்கத்தன்மைக்கான உரிமைகள் பெற்றோரின் முறைகேடுகள் மற்றும் பாடசாலை நிகழ்வுகள் என்பவற்றால் இழக்கப்படலாகாது.
- 10.6 சிறுவர்களுடைய தனிப்பட்ட வாழ்க்கை சம்பந்தப்பட்ட விடயங்களைப் பிரசுரிப்பதை தவிர்க்கவேண்டும்.

11. தகவல்களைப் பெறுவது :

- 11.1 ஆதாரங்களுடன் கூடிய நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரிப்போர் பொதுவாக தகவல்களையோ அல்லது படங்களையோ, முறையற்றதாகவும் ஏமாற்றியோ அல்லது துன்புறுத்தியோ பெறலாகாது. நியாயமான முறையிலேயே பொதுமக்கள் கரிசனையை மையப்படுத்தி அவற்றைப் பெறமுயல வேண்டும்.
- 11.2 ஒரு தகவலின் நம்பகத்தன்மை மற்றும் உண்மைத்தன்மை ஆகியவை உறுதிப்படுத்தப்படும் பட்சத்திலேயே அதனை ஒலிப்பதிவு செய்ய முனையவேண்டும்.
- 11.3 தனிப்பட்ட முறையில் துன்பத்துக்குள்ளானவரிடமிருந்தோ அல்லது அவசரநிலைமைகளுக்குள்ளானவர்களிடமிருந்தோ ஊடகவியலாளர்கள் அழுத்தங்களை பிரயோகித்து பேட்டிகளையோ அல்லது தகவல்களையோ பெறலாகாது.

12. கடந்தகால நிகழ்வுகளை அறியத்தருதல் :

வரைபு

தனிப்பட்டவர்களுடைய கடந்தகால குற்றவியல் சம்பந்தப்பட்ட அல்லது வேறு பிரச்சினைகள் சம்பந்தமாக செய்திகளை அறியத்தரும்போது, சம்பந்தப்பட்டவர்களுடைய உறவினர்கள் அது பற்றிய தகவல்களால் மன உளைச்சல்களுக்குள்ளாகாதிருப்பதை உறுதி செய்யவேண்டும்.

13. விளம்பரக்கோவை

13.1 இலத்திரனியல் மற்றும் பத்திரிகை விளம்பரங்கள் , நாட்டினுடைய சட்டங்களுக்கு அமைவாக , ஒழுக்கத்துக்கு பங்கம் ஏற்படாது, நேர்த்தியாக மதங்களைப் பாதிக்காத விதத்திலும் அமைந்திருத்தல் வேண்டும் .

13.2 கீழ்வருவனவற்றைப் பாதிக்கும் விளம்பரங்களை அனுமதித்தலாகாது :-

- (அ) இனம், மதம், சாதி, நிறம், தேசியம் ஆகியவற்றை பாதிக்கும் விளம்பரங்கள்.
- (ஆ) வன்முறைகளைத் தூண்டும், குற்றச்செயல்களை நோக்கி மக்களை தூண்டும், சட்டத்தை மீறும் விளம்பரங்கள்.
- (இ) குற்றவியலை முதன்மைப்படுத்தும் விளம்பரம்.
- (ஈ) தேசிய சின்னம், தேசியக்கொடி, தேசியகீதம் அல்லது அரசியலமைப்பின் எந்தவொரு பிரிவையும், தேசியத்தலைவர் அல்லது தேசத்தின் முக்கியஸ்தர் ஒருவரை பாதிக்கும் விளம்பரங்கள்.
- (உ) அரசியலமைப்பு ரீதியாக உத்தரவாதப்படுத்தப்பட்டவற்றுக்கு மாறாக பெண்களை சிறுபராயத்தினரை, ஊனமுற்றோரை விமர்சிக்கும் விளம்பரங்கள்.

13.3 ஏற்றுக்கொள்ளப்படமுடியாத பொருட்கள், சேவைகள் குறிப்பாக கீழ்வரும் விடயங்கள் சம்பந்தப்பட்டவை,

- (அ) மதுபானத்தின் தாக்கத்தை மூடிமறைக்கக்கூடிய சுவாசப் பரிசோதனைக்கருவிகள், மற்றும் உற்பத்திகள் .
- (ஆ) சோதிடம் கூறுவோர் மற்றும் அவர்களைப் போன்றோர்.
- (இ) மரணம், இறுதிக்கிரியைகள் மற்றும் அந்திமகால சேவையாளர்கள் பற்றியவை .
- (ஈ) அனுமதிப்பத்திரமற்ற தொழில் சேவைகள் பதிவுகள், பணியகங்கள் .
- (உ) நிறுவனங்கள், கம்பனிகள், பந்தயம் பிடிப்போருக்கான உத்திகளை விளம்பரமாக வழங்க விரும்புவோர்.
- (ஊ) சூதாட்டபந்தயங்கள்.

(எ) சிகரெட்டுகள், மதுபானங்கள், மதுபான நிறுவனங்கள்.

குறிப்பு :-

ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட உற்பத்திகளை சந்தைப்படுத்தும் விளம்பரதாரர் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட உற்பத்திப்பொருள் ஒன்றுக்காகப் பயன்படுத்தும் விளம்பரப் பிரதியை ஏற்றுக்கொள்ளப்படமுடியாத பொருள் ஒன்றுக்காகப் பயன்படுத்தலாகாது.

- 13.4. விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருள் அல்லது சேவை பற்றி தவறாக தகவல்களை வழங்கி தவறான புரிந்துணர்வை ஏற்படுத்தும் விதத்திலும் அவற்றின் தன்மைகள் பற்றியும் குறிப்பிடலாகாது.
- 13.5 ஒரு விடயத்தின் உண்மைத்தன்மையை உறுதிசெய்வதில் புகைப்படத்துறையின் தொழில்நுட்ப வரையறைகள் பிரச்சினைகளை ஏற்படுத்துவது அறியப்பட்டுள்ளது. இப்பிரச்சினைகளை கையாள விசேட தொழில்நுட்பங்களை பயன்படுத்துவது அவசியமானதாகின்றது. இத்தொழில்நுட்பங்கள் துஷ்பிரயோகப்படுத்தப்படலாகாது. விசேட தொழில்நுட்பங்கள் கொண்டதான விளம்பரங்கள் நியாயமான முறையில் அபிப்பிராயங்களை விளம்பரப்படுத்தும் பொருட்கள் சம்பந்தமாக கொண்டிராத பட்சத்தில் அவற்றை ஏற்கலாகாது. தவறாக வழிநடத்தாமல் அதன் தயாரிப்புக்கள் அமைந்திருத்தல் அவசியமானதாகும் .
- 13.6 விலை ஒப்பீடுகள் அல்லது குறைப்பு என்பவை வர்த்தக ஒழுங்குவிதிகளுக்கமைவாக இருத்தல் வேண்டும். பார்வைக்குரிய மற்றும் வாய்மூலமான சரியான ஒப்பீட்டு ரீதியான விலைகள், செலவு என்பவை கச்சிதமானவையாகவும், தவறாக வழிநடத்தப்படாதவையாகவும், திரிவுபடுத்தப்படாதவையாகவும் இருத்தல் அவசியமானதாகும்.
- 13.7 விளம்பரங்கள் ஏனைய பொருட்கள் நியாயமற்றவிதத்திலும் தாழ்வுபடுத்தும் முறையிலும் இருத்தலாகாது. ஏனைய பொருட்கள், சேவைகள் பற்றிக் குறிப்பிடுவதானால் அவை நியாயமானதாகவும் தவறாக வழிநடத்தாத முறையிலும் இருத்தல் அவசியமாகும்.
- 13.8 எந்தவொரு போலித்தனமும் பார்வையாளர்களை தவறாக வழிநடத்தும் தன்மையுடையது. சட்டநடவடிக்கை அல்லது பதிப்புரிமை என்பவற்றுக்கு அவை இடமளிக்காவிடினும் அத்தகைய போலித்தன்மையானவை விலக்கப்படவேண்டும்.
- 13.9 பொருட்களையோ அல்லது மாதிரிகளையோ அவை இலவசமாக விலையின்றியும், மேலதிக விலையின்றியும் வழங்கப்பட்டாலன்றி ‘இலவசம்’ எனக்குறிப்பிடப்படலாகாது. (தபால் மற்றும் கொண்டு சேர்க்கும் கட்டணம் தவிர) வாடிக்கையாளர் பெற்றுக்கொண்ட பொருளை மீளக்கொடுப்பதற்கான செலவை செலுத்துவதற்கு வழிவகுக்கும் விதத்தில் விளம்பரம் தெளிவாக இருக்கக்கூடியதாக, பரீட்சார்த்தமாக இலவசம் எனக்குறிப்பிடமுடியும்.
- 13.10 விற்கப்படும் பொருளில் குறிப்பிடப்பட்டாலன்றி அல்லது நிறுவனரீதியான பரிசோதனைக் குட்படுத்தப்படுவதாக இருந்தாலன்றி, “உத்தரவாதம்”, “உத்தரவாதமளிக்கப்பட்டது”, “உத்தரவாதத்துக்குரியது” என்ற வார்த்தைகள் விளம்பரங்களில் இடம்பெறலாகாது. கொள்வனவு செய்பவருக்கு நிவாரணமளிக்கும் விதத்திலான விளக்கங்கள் வழங்கப்பட்டிருத்தல் வேண்டும். எந்தவொரு விளம்பரமும் நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ உத்தரவாதம்

வரைபு

பற்றிய குறிப்பில் சட்டபூர்வ வாங்கும் உரிமையை களங்கப்படுத்தாதிருத்தலையும் உறுதிசெய்யவேண்டும்.

- 13.11 போட்டிகளில் பங்குபற்றுமாறு பொதுமக்களுக்கு அழைப்பு விடுக்கும் விளம்பரங்கள் சட்டபூர்வமாக அனுமதிக்கப்பட்டவிதத்தில் தெளிவாகப்போட்டி பற்றியும் அதற்கான பிரவேசம், நிபந்தனைகள் அத்துடன் முடிவுகளை அறிவிப்பதற்கான ஏற்பாடுகள் , பரிசுகளை வழங்குதல் பற்றி பிரசுரவாயிலாக வழங்கமுடியும்.
- 13.12 விளம்பரப்படுத்தப்பட்டபொருட்களோ அல்லது சேவைகளோ பாவனையாளர் பாதுகாப்பு சட்டம் அல்லது உணவுச்சட்டம் இவைதவிர வேறு விதிகளுக்கு அமைவாக பாதிப்படையாது அல்லது பழுதடையாது இருத்தல் வேண்டும்.
- 13.13 பாவனையாளர்களை தவறாகச் கருதச் செய்யும் விதத்தில் விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட பண்டத்திலோ அல்லது அதில் உள்ளக்கப்பட்டவற்றிலோ விசேட அம்சங்கள் , அபூர்வமான, அற்புதமான பயன்பாடுகள் காணப்படுகின்றன என்று விளம்பரங்கள் குறிப்பிடலாகாது.
- 13.14 ஒழுங்கீனமான, தரக்குறைவான, நோகச்செய்கின்ற அருவருக்கத்தக்க அணுகுமுறைகள் அனைத்து விளம்பரங்களிலும் தவிர்க்கப்படவேண்டும் .
- 13.15 சகல விளம்பரங்களும் அவற்றிற்குரியவரை பாதிக்காதவையாகவும், நிகழ்ச்சியிலிருந்து வேறுபடுத்தப்பட்டதாகவும் அமைதல் அவசியம் .
- 13.16 ஆயுதப்படையினர், பொலிஸார், சிவில்பாதுகாப்புப் படையினரைப்பாதிக்கும் விதத்திலான விளம்பரங்கள் அனுமதிக்கப்படலாகாது .
- 13.17 விளம்பரமும் சிறுவர்களும் :

13.17.1 வாசித்தல் - பார்த்தல் கேட்கும் சிறுவர்.

எந்தவொரு பொருளோ அல்லது சேவையோ சிறுவர்களுக்கென விளம்பரப்படுத்தப்படும் போது, அதனை அவர்கள் பெருமளவில் பார்வையிடுவார்கள் அல்லது செவிமடுப்பார்கள் என்ற ரீதியில் , அவர்களை உடல் அல்லது உளரீதியாகவோ பாதிப்பதாகவும் , ஒழுக்கத்துக்கு தீங்கு விளைவிப்பதாகவும் அவர்களது இயல்பான சபாவத்தையும் , விசுவாசத்தையும் பாதிப்பதாக அமையலாகாது .

குறிப்பாக - விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருளையோ சேவையையோ சொந்தமாக வைத்திருக்காவிட்டால் தாழ்வாக நோக்கப்படலாம் அல்லது அவற்றை கொண்டிராவிட்டால் பாதிப்புகள் ஏற்படும் என்று சிறுவர்கள் எண்ணும்விதத்தில் விளம்பரங்கள் அமையலாகாது.

- 13.17.2 விளம்பரங்களில் சிறுவர் - விளம்பரங்களில் சிறுவர்களின் தோற்றம் கீழ்வரும் நிபந்தனை களுக்குட்பட்டதாகும் .

(அ) **வேலைக்கமர்த்தல்** - தற்காலிக அடிப்படையில் தற்போதுள்ள சட்டங்களுக்கு அமைவாகவே சிறுவர்கள் விளம்பரப்படுத்தப்படும் நடவடிக்கைகளில் பணியிலமர்த்தப்படமுடியும் .

வரைபு

(ஆ) சிறுவர்களின் பாதுகாப்பு - எந்தவொரு சூழ்நிலையிலும் விளம்பரங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் சிறுவர்களின் பாதுகாப்பு அவதானத்துடன் கவனத்தில் கொள்ளப்படவேண்டும் .

முக்கியம் .

- (i) சிறுவர்கள் வீதிகளில் தோன்றும் காட்சிகளில் கவனிப்பாரற்று இருப்பதை தவிர்க்கவேண்டும். வீதிகளில் விளையாடும் காட்சியையும் தவிர்க்கவேண்டும். தகுந்த பாதுகாப்பின்றி நடைபாதையிலிருந்தும் விலகி நடப்பதுபோல அல்லது வீதியைக்கடப்பது போன்ற காட்சிகள் தவிர்க்கப்படவேண்டும் .
- (ii) அபாயகரமான முறையில் சிறுவர்கள் ஜன்னல்களுக்கு வெளியே தமது உடம்பை வெளிப்படுத்துவது போலவோ பாலங்களில் ஏறுவது மற்றும் செங்குத்தான பாறைகளில் ஏறுவது போன்ற காட்சிகள் பிரசரிக்கப்படலாகாது .
- (iii) உயரமான தட்டுக்களில் ஏறமுனைவது போல அல்லது மேசையொன்றைவைத்து தமது தலைக்கு மேலே உள்ளவற்றை எடுக்கமுனைவது போலவும் சித்தரிக்கலாகாது .
- (iv) மருந்துப்பொருட்கள் , கிருமிநாசினிகள் மற்றும் ஆபத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய பொருட்கள் சிறுவர்களின் கைக்கு எட்டக்கூடிய தூரத்தில் பெற்றோரது அவதானத்துக்கு உட்படாத விதத்தில் இருப்பதுபோல விளம்பரங்களில் காண்பிக்கலாகாது .
- (v) சிறுவர்கள் தீக்குச்சிகள், எரிவாயு, பெற்றோல் மற்றும் தீஅபாயம் நிறைந்த பொருட்களை கையாளுவதைக் காண்பிப்பதை தவிர்ப்பதோடு , இயந்திரங்களை கையாளுவதையோ அதிவலுவுள்ள மின்சார உபகரணங்களைக் கையாளும் காட்சிகளும் விளம்பரங்களில் தவிர்க்கப்படவேண்டும் . மேற்குறிப்பிட்டவற்றினால் தீக்காயங்கள், மின்சாரத்தாக்கம் அல்லது வேறு உபாதைகளுக்கு சிறுவர் உட்பட முடியும் .
- (vi) சிறுவர்கள் வாகனங்களைச் செலுத்தவதுபோலவோ , இயந்திரங்களை குறிப்பாக விவசாய இயந்திரங்கள், டிராக்டர்களால் இழுக்கப்படும் சாதனங்கள் என்பவற்றை இயக்குவது போன்ற காட்சிகளை காண்பிக்கலாகாது .
- (vii) வீடுகள் போன்ற இடங்களில் தீப்பற்றிக்கொள்வதுபோல காட்சிகள் அமையும் விளம்பரங்களில் தீ அபாயங்களில் இருந்து காப்பாற்றும் சாதனங்கள் தெளிவான முறையில் தென்படும் விதத்தில் வைக்கப்படவேண்டும் .
- (viii) சிறுவர்களின் பாதுகாப்புக்கு ஊறுவிளைவிக்கும் விதத்தில் ஆரோக்கியமற்ற நடவடிக்கைகளை அவர்களது உரிமைகளைப்பாதிக்கும் விதத்தில் அல்லது கௌரவமற்றதாக, பண்பற்ற முறையில் எந்தவொரு ஊடகங்களிலும் கொண்டிருத்தல் ஆகாது .

13. 17. 3 நல்ல பண்புகளும் , நடத்தையும் பற்றிய விளம்பரங்களில் தோன்றும் சிறுவர்கள் இயல்பாகவே நல்ல பண்பாளர்களாகவும் , நன்நடத்தை உள்ளவர்களாகவும் வளர்வார்கள் .

13.18 மருந்துவகைகள், சிகிச்சைகளை விளம்பரப்படுத்தல் :

13.18.1 ஏற்றுக்கொள்ளப்படமுடியாத தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் - மருந்துகள் ஒழுங்கமைப்பு கமிட்டி, ஆயுர்வேத கவுன்ஸில் அல்லது வேறு அங்கீகரிக்கப்பட்ட மருத்துவ நிறுவனமொன்றின் அனுமதியின்றி மருந்துப்பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் விளம்பரங்கள் அனுமதிக்கப்படலாகாது .

13.18.2 அபிப்பிராயம் நிபுணத்தவ ஆலோசனை என்பவற்றைத் தவிர்த்தல். தேகாரோக்கியத்தை ஏற்படுத்துவதுபோன்ற வைத்தியரற்ற சிகிச்சை ஆகியவற்றைப்பற்றிக் குறிப்பிடும்போது கீழ்வருவனவற்றை அனுமதிக்கலாகாது :

(அ) சட்டரீதியற்ற டாக்டர்கள், பல்வைத்தியர்கள், தாதிமார், மருத்துவச்சிகள் மற்றும் மருந்து விற்பனையாளர்கள் .

(ஆ) ஆலோசனை அல்லது சிபார்சு என்பவற்றை தகுதியுடையோர் போல விளம்பரங்களில் தோன்றி நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ அறிக்கைகளை வெளிப்படுத்தல் .

மருந்துஅல்லது சிகிச்சைஆகியவை பற்றிக் குறிப்பிடுபவர் பற்றிய தவறான புரிந்துணர்வை தவிர்க்க, விளம்பரத்தைக் குறிப்பிடுபவர் தொழில் ரீதியாகத் தகுதிபெற்ற ஆலோசகர் அல்ல என்பதை தெரிவிக்கவேண்டியதும் அவசியமானதாகின்றது.

13.18.3. வைத்தியசாலை பரிசோதனைகள் - மருந்து அல்லது சிகிச்சை என்பவைபற்றி பொதுவாழ்வில் நன்கு பரிச்சயமான ஒருவரோ அல்லது விளையாட்டு மற்றும் உவகையூட்டும் நிகழ்வுகளில் பங்குபற்றுவராலோ அத்தாட்சிப்படுத்தும் விளம்பரங்கள் வெளிப்படலாகாது .

13.18.4. நற்சான்றுகள் - பொதுவாழ்க்கையில் பிரசித்திபெற்ற எந்த ஒருவரினதோ, விளையாட்டுத்துறை, களியாட்டங்களில் ஈடுபடுகின்ற ஒருவரினது வைத்தியம் மற்றும் மருந்தைப்பற்றிய நற்சான்றிதழ் விளம்பரங்களில் உள்ளடக்கப்படாது.

13.18.5 விட்டமின்கள் - விட்டமின்களை உணவோடு சேர்க்காவிட்டால் தேகாரோக்கியம் பாதிக்கப்பட்டுவிடும் என்று எந்தவொரு விளம்பரமும் குறிப்பிடலாகாது .

மருந்துவகைகள் , சிகிச்சைகள் , மற்றும் நோயைத்தடுப்பதற்கான அல்லது இல்லாதொழிப்பதற்கான மருந்துகள் , என்பவற்றை பொதுமக்கள் மத்தியில் விளம்பரம் செய்வது பற்றிய விதிமுறையை இப்பாகம் உள்ளடக்கியுள்ளது. அரசாங்க அமைச்சு அல்லது திணைக்களம் என்பவற்றின் அதிகாரத்துடன் மேற்கொள்ளப்படும் விளம்பரங்களுக்கு இது ஏற்புடையதல்ல அத்துடன் பதிவு செய்யப்பட்ட மருத்துவர்கள் அல்லது பல்வைத்தியர்கள், மருந்து விற்பனையாளர்கள் , ஆகியோருக்கும் மருத்துவ சேவையாளர்கள், தாதிகள் ஆகியோருக்கும் , நேரடியாகவே வழங்கப்படக்கூடிய மருந்துகள் , உபகரணங்கள் , என்பவற்றுக்கு இந்த விதிமுறை ஏற்புடையதல்ல .

13.18 . 6 குணப்படுத்தல் - நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ விளம்பரங்கள் நோய் , வியாதி அல்லது நோய்பற்றிய அறிகுறிகளை குணப்படுத்துவது பற்றி வெளிவரலாகாது.

வரைபு

- 13.18.7 மருத்துவ கண்காணிப்புத்தேவையான வியாதிகள் - விளம்பரங்கள் மருந்துகள் , சிகிச்சைகள் மற்றும் கடுமையான வியாதிகளுக்கு தேர்ச்சி பெற்ற மருத்துவரின் தேவை பற்றிக் குறிப்பிடலாகாது .
- 13.18.8. பீதியூட்டும் விதத்தில் அமைதல் - அறிக்கைகளாகவோ , படங்களாகவோ வாசகரை, நேயர்களை பீதியடைச்செய்வதாக மருந்துகள், சிகிச்சைகள், நோய்கள் என்பவைபற்றி விளம்பரப்படுத்தலாகாது .
- 13.18.9 நோய்காரணமறிதல் அல்லது சிகிச்சைத்தொடர்பு - நோய்காரணத்தையறிதல் அல்லது நோய், வியாதி அல்லது நோய்க்கான அறிகுறி என்பவற்றுக்கு சிகிச்சையளித்தல் என்பவை பற்றி விளம்பரங்கள் வெளிவரலாகாது. அத்துடன் தொடர்பாடல் மூலம் சிகிச்சைபற்றி அறியத்தருதலோ, அறிவுரையோ வழங்கப்படலாகாது .
- 13.18.10 பணத்தைத் திருப்பிக்கொடுத்தல் - திருப்தியடையாதவர்களுக்கு பணம் திருப்பித்தரப்படும் என விளம்பரப்படுத்தலாகாது.
- 13.18.11 கல்லூரி, வைத்தியசாலை, சிகிச்சை நிலையம், நிறுவனம், ஆய்வுகூடம், கல்லூரி, வைத்தியசாலை , சிகிச்சை நிலையம் , நிறுவனம் , ஆய்வுகூடம் அல்லது அவற்றையொத்த நிறுவனங்கள் நம்பத்தகுந்த ஸ்தாபனங்கள் இல்லாதவிடத்து அவைபற்றி விளம்பரப்படுத்தலாகாது .
- 13.18.12 மருத்துவ அறிக்கைகள், பரிசோதனைகள், செய்முறைகள் - அதிகாரபூர்வமாக ஆதரவளிக்கப்படாதவிடத்து சிகிச்சைமுறைகள், செய்முறைகள், பரிசோதனைகள் என்பவைபற்றி விளம்பரங்கள் மருத்துவ அறிக்கைகளை வெளியிடலாகாது .
- 13.18.13 தகுதியற்ற வைத்தியர் ஒருவர் தமது தகுதியின்மை பற்றி, அந்த வைத்தியரால் வழங்கப்பட்ட சான்றிதழ்களை விளம்பரப்படுத்தலாகாது.
- 13.18.14 திரிவுபடுத்தப்பட்ட பிரதி - திரிவுபடுத்தப்பட்ட சொற்பதங்களுடன், வார்த்தைப் பிரயோகங்களுடன் விளம்பரங்கள் அமைந்திருக்கலாது. சமூகத்திற்கு ஒவ்வாத வார்த்தைப்பிரயோகங்களை விளம்பரங்களில் உபயோகிக்கப்படாது .
- 13.18.15 இயற்கை வைத்தியம் - தவறான வகையில் மருத்துவ தயாரிப்புகள் இயற்கையானவை அல்லது இயற்கை வைத்தியம் என்று நேரடியாகவோ, மறைமுகமாகவோ விளம்பரங்கள் காணப்படலாகாது.
- 13.18.16 போட்டித்தன்மை - போட்டித்தன்மையுடன் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ பரிசுத்திட்டங்களை உள்ளடக்கியதாக மருத்துவகைகள் , சிகிச்சைகள் என்பவை பற்றிய விளம்பரங்கள் அமைந்திருக்கலாகாது.
- 13.18.17 குறிப்பாக பெண்களுக்கென தயாராகும் உற்பத்திகள் - கருச்சிதைவுகளை உண்டு பண்ணக்கூடியவை என்ற விதத்தில் தயாரிப்புகள், மருத்துவகைகள், சிகிச்சைமுறைகள் என்பவை பற்றிய விளம்பரங்கள் அமையலாகாது .
- 13.18.18 மனவசியம் - வியாதிகள், உபாதைகள் என்பவற்றை மனவசியம் மூலம் சிகிச்சையளிக்க முடியும் என்ற விளம்பரங்கள் வெளிவரலாகாது .
- 13.18.19 விட்டமின் தயாரிப்புகள் - விட்டமின்கள் வைரஸ் தொற்றுநோய்களுக்கு சிகிச்சையளிப்பதைவிட பாதுகாப்பைத்தரும் எனவும், அத்துடன் மருத்துவத்துறையினர் இதனை ஏற்றுக்கொள்கின்றனரென அறிக்கையிட்டும் விளம்பரப்படுத்தலாகாது .



Ministry of Mass Media and Information

Code of Media Ethics

PREAMBLE

All Electronic and Print media institutions including Websites and journalists shall adhere to this code of Media Ethics which aims to ensure that the Electronic and Print media and Websites in Sri Lanka are free and responsible and sensitive to the needs and expectations of the receivers of the message it sends out whilst maintaining the highest standards of journalism.

Those standards require Electronic and Print media and Websites to strive for accuracy and professional integrity, and to uphold the best traditions of investigative journalism in the public interest, unfettered by distorting commercialism or by improper pressure or by narrow self-interests which are against the bare norms of media freedom. Electronic and Print media and publications in Websites and journalists, while free to hold and express their own strong opinions, should give due consideration to the views of others and endeavour to reflect social responsibility.

This code protects both the rights of the individual and upholds the public's right to know. It should be honoured to the letter as well as in the spirit – neither interpreted so narrowly as to compromise its commitment to respect the rights of the individual nor so broadly as to prevent publication in the public interest.

1. *No publications should be published which*

- (a) offends against expectations of the public, morality of the country or tend to lower the standards of public taste and morality
- (b) contains criticism affecting foreign relations
- (c) contains derogatory remarks on religious groups or communities or promoting communal or religious discord which may affect religious and communal harmony

- (d) contains anything obscene, defamatory, deliberate falsehood and suggestive innuendos and half truths or willful omissions
- (e) contains information which could mislead the public
- (f) is likely to encourage or incite violence or contains anything against maintenance of law and order or which may promote anti-national attitudes
- (g) contains anything amounting to contempt of court
- (h) contains materials against the integrity of the Executive, Judiciary and Legislative
- (i) criticizes maligns or slanders any individual or groups of persons such as ethnic, linguistic or religious or such segments of the public
- (j) contains details of a person's family life, financial information, race, caste, religion, sexual orientation, physical or mental illness or disability and one's home or family and individuals in hospitals unless it has a direct relevance to the public interest
- (k) encourages superstitions or blind belief
- (l) promote atrocity, drug abuse, brutality sadism, sexual salacity and obscenity
- (m) denigrates the poor

2. Accuracy

All reasonable efforts shall be made by the editors/journalists of Electronic and Print media institutions including Websites to ascertain the accuracy of the contents of their publications and broadcasts.

3. Corrections & Apologies

Where it is recognized by the editor that a publication/broadcast contain incorrect information and or facts it shall be corrected promptly with due prominence and with an apology where appropriate, except where the proposed correction or apology is against the wishes of the aggrieved party.

4. Opportunity to Reply

A fare and reasonable opportunity to reply shall be given to individuals and organizations in respect of factually incorrect statements endangering their

reputation, dignity, honor, feelings, privacy and such reply shall be given due publicity in a semilar manner.

5. Clear difference between fact and opinion

Every journalist shall use all reasonable means at his command in any publication to be published to draw a clear distinction between any statement of fact on the one hand any expression of opinion or criticism on the other.

6. On special situations

6.1 Particular care shall be taken to ensure that in cases involving grief or shock, inquiries and approaches are handled with sensitivity and discretion.

6.2 When reporting suicide cases extreme care shall be taken not to give excessive details of the method used.

6.3 Re-creation of incidents

Crimes and accidents should only be repeated as news and should not be dramatically performed emphasizing the incidents therein.

6.4 Exhibition of corpses

Corpses should not be exhibited in newscasting and in reporting incidents.

7. Criminal cases

In reporting accounts of crime or criminal cases' publications shall not, unless required by law:

- disclose the identity of victims of sex crimes
- knowingly name any young person accused of a criminal offence who is below the age of 18 years and who has no previous convictions.
- identify without consent relatives of a person accused or convicted of a crime.

8. Confidential sources

Every journalist shall observe secrecy regarding any source of information unless the person who gave him such information authorizes the disclosure of his identity.

9. Dignity

9.1 Every journalist shall safeguard the dignity of his profession. He shall not accept any bribe in money, in kind or service for any matter connected with or incidental to his profession

and

9.2 The journalist shall not commit plagiarism.

10. Women & Children

10.1 No publications shall be published which denigrates women through the depiction in any manner of the figure of a woman, her form or body or any part thereof in such a way as to have the effect of being indecent, or derogatory to women, or is likely to deprave, corrupt or injure the public morality or morals

10.2 No publications shall be published which denigrates children

10.3 Care shall be taken to ensure the publications meant for children do not contain any bad language or promote sexuality or violence.

10.4 Care shall be taken that a child's gullibility or trust is not abused.

10.5 Children shall not lose their rights to privacy because of the fame or notoriety of their parents or because of events in their schools.

10.6 Publication of material concerning a child's private life shall not be encouraged.

11. Obtaining information

11.1 Factual programme-makers shall not in the ordinary course obtain or seek information or pictures through misrepresentation or deception except where the disclosure is reasonably believed to serve an overriding public interest and the material cannot reasonably be obtained by other means.

11.2 The use of secret recording would only be considered where it is necessary to the credibility and authenticity of the story.

11.3 The journalist shall not cause the people who caught up in emergencies or suffering a personal tragedy under any pressure to provide interviews or reveal information.

12. Reporting events

Journalists intend to examine events involving trauma to individuals, shall try to minimize the potential distress to surviving victims or surviving relatives in re-casting the story.

13. Advertising code

13.1 Advertising carried out in the electronic and print media including websites shall be so designed as to conform to the laws of the country and

shall not offend morality, decency and religious susceptibilities of the subscribers.

13.2 No advertisement shall be permitted which

- (a) derides any race, caste, colour, creed and or nationality
- (b) tends to incite people to crime, cause disorder or violence or breach of law or glorifies violence or obscenity in any way
- (c) presents criminality as desirable
- (d) exploits the National emblem, National flag and National Anthem or any part of the Constitution or the person or personality of a national leader or a state dignitary
- (e) in its depiction of women, children and differently abled persons violates the Constitutional guarantees to all citizens.

13.3 No advertisement shall be permitted which is for Unacceptable Products or Services coming within the recognized character of or specially concerned with, the following-

- (a) breath testing devices and products tend to mask the effect of alcohol
- (b) fortune-tellers and the like
- (c) Undertakers or others associated with death or burial
- (d) Unlicensed employment services, registers or bureaus
- (e) Organizations/Companies/persons seeking to advertise for the purpose of giving betting tips
- (f) Betting
- (g) Cigarettes, Liquors and Alcoholic Beverages

N.B. - An advertiser who markets more than one product may not use advertising copy devoted to an acceptable product for purpose of publishing the brand name or other identification of an unacceptable product.

13.4 No advertisement may contain any descriptions, claims or illustrations which directly or by implication mislead about nature of the product or service advertised or about its suitability for the purpose recommended.

- 13.5 It is accepted that the technical limitations of photography can lead to difficulties in securing a realistic portrayal of a subject, and that the use of special techniques or substitute materials may be necessary to overcome these difficulties. These techniques must not be abused. No advertisement in which such techniques been used shall be accepted, unless the resultant picture presents a fair and reasonable impression of the product or its effects and is not intend to mislead.
- 13.6 Advertisements indicating price comparisons or reductions must comply with the trade regulations, visual and verbal presentations of actual and comparative prices and cost must be accurate and incapable of misleading by undue emphasis or distortion.
- 13.7 Advertisements shall not discredit or unfairly attack other products, services or other advertisements. In featuring product benefits, any comparison (either stated or implied) with other products or services must be fair, capable of substantiation and in no way misleading.
- 13.8 Any imitation likely to mislead viewers, readers, and listeners even though it is not of such a kind to give rise to a legal action for infringement of copyright or for 'passing off', must be avoided.
- 13.9 Advertisements shall not describe goods or samples as "free" unless the goods or samples are supplied at no cost or no extra cost (other than actual postage or carriage) to the recipient. A trial may be described as "free" although the customer is expected to pay the cost of returning the goods, provided that the advertisement makes clear the customer's obligation to do so.
- 13.10 No advertisement may contain a direct or indirect reference to a guarantee which purports to take away or diminish the statutory or common law rights of a purchaser.
- 13.11 Advertisements inviting the public to take part in competitions, where allowable under the law, shall state clearly how prospective entrants may obtain the conditions including the arrangement for the announcement of results and for the distribution of prizes.
- 13.12 The goods or services advertised shall not suffer from any defect or deficiency as mentioned in the Consumer Protection Act Food Act, and/ or any other law concern in the subject matter advertised.
- 13.13 No advertisement shall contain references which are likely to lead the public to infer that the product advertised or any of its ingredients has

some special or miraculous or super-natural property or quality, which is difficult of being proved.

13.14 Indecent, vulgar, suggestive, repulsive or offensive themes or treatment shall be avoided in all advertisements

13.15 All advertisements shall be clearly distinguishable from the programme and shall not adversely affect the recipient.

13.16 No advertisements permitted which contains anything causing embarrassment or affect the morale of the Armed Forces, Police and Civil Security Force.

13.17 Advertising and Children:

13.17.1 The Reading/Viewing/Listening Child-

No product or service may be advertised and no method of advertising may be used in association with a programme intended for children or which large numbers of children are likely to view/listen, which might result in harm to them physically, mentally or morally, and no method of advertising may be employed which takes advantage of the natural credulity and sense of loyalty of children.

In particular -

No advertisement shall be allowed which leads children to believe that if they do not own the product or service advertised they will be inferior in some way to other children or that they are able to be held in contempt or include for not owning it.

13.17.2 The Child in Advertisements - The appearance of children in advertisements is subjected to the following conditions:

- (a) **Employment** - It shall be noted that the conditions under which children are employed in the making of advertisements are governed by laws applicable for the time being.
- (b) **Contributions to Safety**- Any situations in which children are to be seen in advertisements shall be carefully considered from the point of view of safety.

In Particular:

- (i) Children shall not appear to be unattended in street scenes, shall not be playing on the road, or other safe areas; shall not be published stepping carelessly off pavement or crossing the road without due care.
- (ii) Children shall not be published leaning dangerously out of windows or over bridges or climbing dangerous cliffs.

- (iii) Small Children shall not published climbing up to high shelves or reaching up to take things from a table above their heads.
 - (iv) Medicines, disinfectants, antiseptics and caustic substances must not be brought within reach of children without close parental supervision nor shall children be shown using these products in any way, in the process of production of any advertisement.
 - (v) No advertisement shall be published which depicts children using matches or any gas, paraffin, petrol, mechanical or mains powered appliances which could lead to their suffering burns, electrical shock or other injury:
 - (vi) Children must not shown driving or operating vehicles or machinery (including agricultural machines, agricultural equipments, tractor-drawn carts or implements).
 - (vii) An open or fire in a domestic scenes in an advertisement must always have a fireguard clearly visible if a child is included in the scene
 - (viii) No advertisement which endangers the safety of children or creates in them any interest in unhealthy practices or presenting them in a manner which affect their rights or in an undignified or indecent manner shall not be carried in any media.
- 13.17.3. Good Manners and Behaviour - Children seen in advertisements shall be reasonably well mannered and well behaved.

13.18 Advertising of Medicines and Treatment

13.18.1 Unacceptable Products or Services - Advertisements for medical products and services shall not be permitted unless approved by the Medical Formulary Committee, Ayurvedic Council or any other recognized medical organisation.

13.18.2 Avoidance of Impression of Professional Advice - In advertisement for medicines, treatments and products which are claimed to promote health or be non-official in illness, the following shall not be allowed.

- (a) Presentations of perperated doctors, dentists, pharmaceutical chemists, nurses, midwives, etc.,
- (b) Statements giving the impression of professional advice or recommendation made by persons who appear in the advertisements and who are presented, either directly or

by implication, as being qualified to give such advice or recommendation.

To avoid misunderstanding, about the status of the presenter of a medicine or treatment, it may be necessary to establish positively in the course of an advertisement that the presenter is not a professionally qualified adviser.

- 13.18.3 Hospital Tests** - No reference may be made to a hospital test unless the medical committee of the hospital concerned is prepared to vouch for its validity.
- 13.18.4 Testimonials** - No advertisement for a medicine or treatment may include a testimonial by a person well known in public life, sport, entertainment etc.
- 13.18.5 Vitamins** - No advertisements shall state or imply that good health is likely to be endangered solely because people do not supplement their diet with vitamins.

This part of the Code applies to the advertising to the public of medicines, treatments and appliances for the prevention or alleviation of any ailment, illness or disease. It does not apply to advertisements published by or under the authority of a Government Ministry or Department, not to advertisements for medicine, treatments and appliances addressed directly to registered medical or dental practitioners, pharmacists, registered medical or auxiliaries or nurses, sent direct or published in their respective professional or technical journals.

- 13.18.6 Cure** - Advertisements should not contain any claim (directly or by implication) to extirpate any ailment, illness, disease or symptom of ill health.
- 13.18.7 Illness Requiring Medical Attention** - Advertisements shall not offer any medicine or treatment or serious disease conditions or complains which need the attention of a qualified medical practitioner.
- 13.18.8 Appeals to Fear** - Advertisements shall not contain any statement or illustration likely to induce fear on the part of the reader, viewer or listener that he is suffering or may without treatment, suffer, or suffer more severely, from an ailment, illness or disease.
- 13.18.9 Diagnosis or Treatment Correspondence** - Advertisements shall not contain any offer to diagnose or to treat any ailment, illness or disease, or symptoms of ill-health by correspondence; nor invite information in order to advice on or prescribe treatment by correspondence.
- 13.18.10 Money back offers** - Advertisements shall not contain any offer to refund money to dissatisfied users.

- 13.18.11 College, Hospital, Clinic, Institute, Laboratory** - Advertisements shall not contain any reference to a College, Hospital, Clinic, Institute, Laboratory, or similar establishments unless there exists a bonafide establishment corresponding to the description used.
- 13.18.12 Medical Statements, Trials and Tests** - Advertisements shall not contain any medical statement or reference to clinical or other trial or tests which cannot be substantiated by authoritative evidence.
- 13.18.13 Testimonials** - Advertisements shall not contain any testimonials given by a doctor who is not a qualified medical practitioner unless the advertisement makes it clear that the writer is not so qualified.
- 13.18.14 Social - Friendly advertising scripts**- Inappropriate words and phrases should not be used in an advertisement and the way of presentation should not affect the society adversely.
- 13.18.15 "Natural" Remedies** - Advertisements shall not contain any false claims, direct or indirect, that a product is "natural", "nature's remedy" or the like.
- 13.18.16 Competitions** - Advertisements for medicines, treatments and appliances shall not contain any reference to a prize competition or similar scheme.
- 13.18.17 Products offered particularly to Women** - Advertisements shall not suggest or imply that any products, medicines or treatments offered therein will induce miscarriage.
- 13.18.18 Hypnosis** - Advertisements shall not contain any offer to diagnose or treat conditions of ill health by hypnosis.
- 13.18.19 Vitamin Products** - Advertisements shall not contain any unqualified claims that vitamins will give adequate protection against or treatment for virus infections, unqualified statements that the medical profession supports such claims.

