

မြန်မာ့ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအဖွဲ့
ပြန်လည်ထူထောင်ရေးအဖွဲ့

Myanmar Press Council (Interim)

ဝါဒီသမဂ္ဂသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်
ဝါဒီသမဂ္ဂသမ္မတမြန်မာနိုင်ငံတော်

Media Code of Conduct

Myanmar Press Council (Interim) and Media Code of Conduct

Myanmar Press Council (Interim) was founded in September 17, 2012 at Chartrium Hotel, Yangon with 29 founding members. The founding ceremony was officially recognized by the presence of Union Minister of the Ministry of Information, HE. U Aung Kyi. During the day, the founding members voted to choose U Khin Maung Aye as a Chairman, U Soe Thein (Maung Wun Tha) as Vice-Chairman, U Kyaw Minn Swe as Secretary and Daw Nang Kalyar Win as Joint-Secretary. The future action points were also discussed and decided by the 29 members of Interim Press Council. (Note - U Ko Ko Gyi from the 88 Generations Peace and Open Society refused to accept the Council's position and voluntarily resigned in the beginning of the founding day. Later on, the Vice-Chairman U Soe Thein passed away and his position was later replaced by U Khin Maung Lay (Phoe Thaukkyar) until nowadays. Again, another Council member U Kyaw Zaw Naing deceased and the Council has 26 acting members at the moment).

Since January 1, 2014, Myanmar Press Council (Interim) started to implement 'the Programme on the Developing Code of Conducts for Myanmar Journalists' in close collaboration with the International Media Support (IMS). According to the action plan of the programme, Myanmar Press Council (Interim) initiated a series of consultative workshops with the journalists nationwide, in order to properly consult with them before finalizing into the National Consensus Document of the Media Code of Conduct or Draft Journalists' Ethics. Altogether eight Consultative Workshops were organized in eight major cities, Magway, Taunggyi, Mandalay, Monywa, Sittwe, Bago, Patheingyi and Mawlamyine, in order that all States and Regions were reasonably reflected. Based on the feedbacks and recommendations from these Consultative Workshops, this Media Code of Conduct was developed and edited as a final version.

Myanmar Press Council (Interim)

မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်းကောင်စီ (ယာယီ)နှင့် သတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်

မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်းကောင်စီ (ယာယီ) ကို ၂၀၁၂ ခုနှစ်၊ စက်တင်ဘာလ (၁၇)ရက်နေ့တွင် ရန်ကုန်မြို့၊ ချက်ထရိယမ်ဟိုတယ်၌ အဖွဲ့ဝင်(၂၉) ဦးဖြင့် ဖွဲ့စည်းခဲ့ပါသည်။ ယင်းအခမ်းအနားသို့ ပြန်ကြားရေးဝန်ကြီးဌာန ပြည်ထောင်စုဝန်ကြီး ဦးအောင်ကြည် တက်ရောက်ခဲ့သည်။ ယင်းနေ့တွင်ပင် ဥက္ကဋ္ဌအဖြစ် ဦးခင်မောင်အေး၊ ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌအဖြစ် ဦးစိုးသိမ်း (မောင်ဝံသ)၊ အတွင်းရေးမှူးအဖြစ် ဦးကျော်မင်းဆွေ၊ တွဲဖက်အတွင်းရေးမှူးအဖြစ် ဒေါ်နန်းကလျာဝင်းတို့ကို အဖွဲ့ဝင်များ၏ဆန္ဒဖြင့် ရွေးချယ်ခဲ့သည်။ ကျန်အဖွဲ့ဝင်များကိုလည်း အများဆန္ဒ ဆုံးဖြတ်ချက်ဖြင့် ရွေးချယ်တာဝန်ပေးခဲ့ကြပါသည်။ ယင်းနေ့တွင် ကောင်စီဝင် (၂၉) ဦးတို့က ရှေ့လုပ်ငန်းစဉ်များ ဆွေးနွေး ဆုံးဖြတ်ကြပါသည်။ (မှတ်ချက် - ဦးကိုကိုကြီး (၈၈မျိုးဆက်)မှာ ကောင်စီတွင် တာဝန်မယူနိုင်သောကြောင့် စတင်ဖွဲ့စည်းသည့်နေ့တွင်ပင် နုတ်ထွက်သွားခဲ့ပြီး ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌဖြစ်သော ဦးစိုးသိမ်း (မောင်ဝံသ) ကွယ်လွန်သွားသဖြင့် ယခုလက်ရှိတွင် ဒုတိယဥက္ကဋ္ဌအဖြစ် ဦးခင်မောင်လေး(ဖိုးသောကြာ)က ဆက်လက်၍ တာဝန်ယူထမ်းဆောင်လျက်ရှိပါသည်။ ဦးကျော်စောနိုင်လည်း ကွယ်လွန်ခဲ့၍ ယခုအခါ ကောင်စီဝင် (၂၆)ဦးသာ ရှိပါသည်။)

မြန်မာနိုင်ငံ စာနယ်ဇင်းကောင်စီ (ယာယီ)နှင့် နိုင်ငံတကာ မီဒီယာပုံပိုးရေးအဖွဲ့ ပူးပေါင်းပြီး မြန်မာသတင်းစာဆရာများ သတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ် ဖွဲ့ဖြိုးတိုးတက်ရေး စီမံကိန်းကို ၂၀၁၄ ခုနှစ်၊ ဇန်နဝါရီလ (၁)ရက်နေ့တွင် စတင် အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ခဲ့ပါသည်။ စီမံကိန်း၏ လုပ်ဆောင်ချက်/လုပ်ငန်းစဉ်များအရ မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်းကောင်စီ (ယာယီ)က ထုတ်ပြန်ထားသော သတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ် (မူကြမ်း)ကို အမျိုးသားအဆင့် ဘုံသဘောတူညီချက် ရရှိရန် မြန်မာနိုင်ငံအနှံ့ရှိ စာနယ်ဇင်းသမားများ၊ သတင်းစာဆရာများ၏ အကြံဉာဏ် တောင်းခံသည့် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများ ကျင်းပခဲ့ပါသည်။ ထိုအလုပ်ရုံ ဆွေးနွေးပွဲများကို မြန်မာနိုင်ငံရှိ တိုင်းဒေသကြီးများနှင့် ပြည်နယ်များ ခြုံငုံမိစေရန် အထင်ကရမြို့ကြီးများဖြစ်သော မကွေးမြို့၊ တောင်ကြီးမြို့၊ မန္တလေးမြို့၊ မုံရွာမြို့၊ စစ်တွေမြို့၊ ပဲခူးမြို့၊ ပုသိမ်မြို့နှင့် မော်လမြိုင်မြို့တို့တွင် အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ (၈)ခုကို ထိရောက်အောင်မြင်စွာ ကျင်းပနိုင်ခဲ့ပါသည်။

ယင်းအလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲများမှ ရရှိလာသော တုံ့ပြန်ချက်၊ အကြံပြုချက်များအားအခြေပြု၍ ဤသတင်း မီဒီယာကျင့်ဝတ်ကို အပြီးသတ် တည်းဖြတ်ရေးဆွဲခဲ့ပါသည်။

မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်းကောင်စီ (ယာယီ)

Contents

-	Introduction	5
-	Rights of Individuals and Role of Council	7
-	Duty of Media Outlets	8
-	The Programme Code	9
1.	Accuracy, balance and fairness	9
2.	Politics and elections	10
3.	Leaked and restricted content and the protection of sources	11
4.	Identification and attribution of content	11
5.	Privacy and the public interest	12
6.	Grief, bereavement and distress	12
7.	Harassment, pursuit and covert recording	12
8.	Subterfuge	13
9.	Interviews	14
10.	Discrimination	15
11.	Religion	15
12.	Strong language	16
13.	The involvement of children	16
14.	Victims of sexual crimes	16
15.	Portrayal of sexual conduct	17
16	Portrayal of violence in broadcasting	17

မာတိကာ

-	နိဒါန်း	၅
-	တစ်သီးပုဂ္ဂလများ၏ အခြေခံရပိုင်ခွင့်များနှင့် ကောင်စီ၏အခန်းကဏ္ဍ	၇
-	မီဒီယာဌာနများ၏ တာဝန်ဝတ္တရားများ	၈
-	မီဒီယာအစီအစဉ်များဆိုင်ရာ ကျင့်ဝတ်များ	၉
၁။	တိကျမှု၊ ဘက်မလိုက်မှုနှင့် မျှတမှု	၉
၂။	နိုင်ငံရေးနှင့် ရွေးကောက်ပွဲများ	၁၀
၃။	ပေါက်ကြားလာသော အကြောင်းအရာများ၊ ကန့်သတ်သတင်း အချက်အလက်များနှင့် သတင်းရင်းမြစ်ကို ကာကွယ်ခြင်း	၁၁
၄။	သတင်းမီဒီယာတွင်ဖော်ပြသော အကြောင်းအရာများကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ခြင်းနှင့်အမျိုးအစားအလိုက်အညွှန်းပြုခြင်း	၁၁
၅။	ကိုယ်ရေးလွတ်လပ်ခွင့်နှင့် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွား	၁၂
၆။	ဝမ်းနည်းကြေကွဲခြင်း၊ သေဆုံးခြင်းနှင့် ဘေးဒုက္ခရောက်ခြင်း	၁၂
၇။	မှတ်တမ်းယူရာတွင် ကာယိန္ဒြေထိပါးခြင်း၊ အတင်းအကျပ် ရယူခြင်းနှင့် ချောင်းမြောင်းရယူခြင်း	၁၂
၈။	အယောင်ဆောင်၊ လှည့်စားခြင်း	၁၃
၉။	အင်တာဗျူးခြင်း	၁၄
၁၀။	ခွဲခြားဆက်ဆံခြင်း	၁၅
၁၁။	ကိုးကွယ်ယုံကြည်မှု	၁၅
၁၂။	ပြင်းထန်ကြမ်းတမ်းသော ဘာသာစကားအသုံးအနှုန်း	၁၆
၁၃။	ကလေးသူငယ်များ	၁၆
၁၄။	လိင်ဆိုင်ရာ ရာဇဝတ်မှုကျူးလွန်ခြင်း ခံရသူများ	၁၆
၁၅။	လိင်ဆိုင်ရာ အပြုအမူများကို သရုပ်ဖော်တင်ပြခြင်း	၁၇
၁၆။	ရုပ်သံထုတ်လွှင့်မှုများတွင် အကြမ်းဖက်မှုများနှင့် သွေးထွက်သံယိုမှုများကို တင်ပြခြင်း	၁၇

17.	Scheduling considerations, ‘labelling’ and on-air warnings in broadcasting	17
18.	Crime and anti-social behaviour	18
19.	Kidnapping and hi-jacking	18
20.	Demonstrations and civil unrest	18
21.	Relations with the police and other authorities	19
22.	Payment in criminal cases	19
23.	Advertising, product-placement and ‘undue prominence’	19
24.	Competitions	20
25.	Personal interest and influence	20
26.	Financial journalism	21
27.	Other considerations of content and treatment for broadcasters	21
28.	NOTES	22
	1. Children	22
	2. The Public Interest	22

၁၇။	ရုပ်သံလွှင့်အစီအစဉ်များ ရေးဆွဲခြင်း၊အစီအစဉ်များ ခေါင်းစဉ်တပ်ခြင်းနှင့် မထုတ်လွှင့်မီ ကြိုတင်အသိပေးကြေညာခြင်း	၁၇
၁၈။	ရာဇဝတ်မှုများ၊ လူမှုစံနှုန်းများနှင့် ဖိလာဖြစ်သော အပြုအမူများ	၁၈
၁၉။	ပြန်ပေးဆွဲခြင်းနှင့် အပိုင်စီးခြင်း	၁၈
၂၀။	ဆန္ဒပြမှုများနှင့် ပြည်တွင်းနိုင်ငံရေး မငြိမ်သက်မှုများ	၁၈
၂၁။	ရဲတပ်ဖွဲ့၊ အခြားအာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ဆက်ဆံရေး	၁၉
၂၂။	ရာဇဝတ်မှုများတွင် သတင်းဝယ်ယူခြင်း	၁၉
၂၃။	ကြော်ငြာခြင်း၊ ကုန်ပစ္စည်းများ ထည့်သွင်းပြသခြင်းနှင့် ကြော်ငြာမဟုတ်သော အစီအစဉ်များတွင် အလွန်အကျွံညွှန်းဆိုခြင်း	၁၉
၂၄။	ပြိုင်ဆိုင်ခြင်း	၂၀
၂၅။	ပုဂ္ဂလအကျိုးစီးပွားများနှင့်ဩဇာလွှမ်းမိုးမှုများ	၂၀
၂၆။	ဘဏ္ဍာရေးအကြောင်းအရာများ တင်ဆက်မှု	၂၁
၂၇။	ရုပ်သံထုတ်လွှင့်သူများနှင့်ပတ်သက်ပြီး အကြောင်းအရာပိုင်းနှင့် စီစဉ်တင်ဆက်မှုအပိုင်းတွင် စောင့်ထိန်းသင့်သည်များ	၂၁
၂၈။	မှတ်ချက်	၂၂
	(၁) ကလေးသူငယ်	၂၂
	(၂) အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွား	၂၂

Myanmar Press Council

Media Code of Conduct

INTRODUCTION

This Code of Conduct has been adopted by the Interim Media Council of Myanmar as a statement of the standards to which all media outlets should abide. It takes as its starting point the right to freedom of expression as enshrined in Article 19 of the 1948 UN *Universal Declaration of Human Rights*, which states:

Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes the freedom to hold opinions without interference and to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers.

This right is not, however, only about freedom to speak: it is also about the rights of readers, listeners and viewers and involves certain responsibilities. Irresponsible or unethical conduct puts media freedoms at risk. As a result, the media have a duty to maintain high professional standards. The responsibilities of the media in a democracy include duties of accuracy and balance, fairness and respect for others, and ensuring the right of people to receive information. This Code sets the standard for those responsibilities, protecting the rights of the individual and the public's right to know, as well as media freedom.

မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်းကောင်စီ

သတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်

နိဒါန်း

ဤသတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်သည် နိုင်ငံအတွင်းရှိ မီဒီယာဌာနအားလုံး လိုက်နာကျင့်သုံး ဆောင်ရွက်သင့်သည့် စံချိန်စံညွှန်းများကို ဖော်ပြထားသော လမ်းညွှန်အဖြစ် မြန်မာနိုင်ငံစာနယ်ဇင်း ကောင်စီက ကိုင်စွဲကျင့်သုံးသော လမ်းညွှန်ဖြစ်သည်။ ဤလမ်းညွှန်တွင် ၁၉၄၈ ကုလသမဂ္ဂ နိုင်ငံတကာ လူ့အခွင့်အရေး ကြေညာစာတမ်း၊ အပိုဒ် ၁၉ တွင် ဖော်ပြထားသော လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောကြားခြင်း အခြေခံအခွင့်အရေးကို မူလအခြေခံအဖြစ် သတ်မှတ်သည်။ လူ့အခွင့်အရေး ကြေညာစာတမ်း အပိုဒ် ၁၉ တွင် အောက်ပါအတိုင်း သတ်မှတ်ပြဋ္ဌာန်းထားသည်။

“လူတိုင်းတွင် လွတ်လပ်စွာတွေးခေါ်ကြံဆခွင့်နှင့် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြော ကြားခွင့်ရှိသည်။ ထိုအခွင့်အရေးများတွင် နောက်ယှက်ဟန့်တားခြင်း တစ်စုံတစ်ရာမရှိဘဲ လွတ်လပ်စွာ တွေးခေါ်ကြံဆခွင့်နှင့် နယ်နိမိတ်စည်းမျဉ်းများနှင့် မသက်ဆိုင်စေဘဲ မည်သည့်မီဒီယာမှမဆို သတင်းအချက်အလက်များနှင့် စိတ်ကူးစိတ်သန်းများကို လွတ်လပ်စွာရှာဖွေခွင့်၊ လက်ခံရယူခွင့်၊ တစ်ဆင့်လွှဲပြောင်းပေးခွင့်တို့ ပါဝင်သည်။”

သို့ရာတွင် ထိုအခွင့်အရေးမှာ လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောကြားခွင့် တစ်ခုတည်းမဟုတ်ဘဲ လက်ခံနားထောင်သူ၏ အခွင့်အရေးများနှင့် အချို့သော တာဝန်ယူမှုများကိုလည်း ထည့်သွင်း သတ်မှတ်ထားသည်။ တာဝန်မဲ့သော၊ ကျင့်ဝတ်နှင့်မညီသော လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုများသည် မီဒီယာလွတ်လပ်ခွင့်ကို ဆိုးဆိုးရွားရွား ထိခိုက်စေနိုင်သည်။ ထို့ကြောင့် မီဒီယာများသည် အမြင့်ဆုံးသော ပရော်ဖက်ရှင်နယ် ကျင့်ဝတ်စံနှုန်းများကို ထိန်းသိမ်းလိုက်နာရန် လိုအပ်သည်။ ဒီမိုကရေစီ မီဒီယာများအနေနှင့် တိကျမှု၊ ဟန်ချက်ညီမှု၊ မျှတမှု၊ တစ်ပါးသူကို လေးစားမှုစသည့် တာဝန်များ ရှိနေပြီး ပြည်သူလူထု၏ သတင်းသိပိုင်ခွင့် အခွင့်အရေးကိုလည်း အာမခံချက် ပေးရသည်။ ယခု ကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်တွင် အထက်ပါတာဝန်ယူမှုများအတွက် စံချိန်စံညွှန်းများ သတ်မှတ်ပေးသည့်အပြင် တစ်သီးပုဂ္ဂလ အခွင့်အရေးများကို ကာကွယ်ခြင်း၊ ပြည်သူလူထု၏ သတင်းသိပိုင်ခွင့်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးခြင်းနှင့် မီဒီယာလွတ်လပ်ခွင့်ကို ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ခြင်း စသည်တို့အတွက် စံနှုန်းများလည်း ပါဝင်သည်။

Democracy is, critically, not about agreement: it is about how we handle disagreement. Nor is democracy simply the rule of the majority, although the will of the majority as expressed in elections is one of its essential elements. Democracy rests on an environment in which, in the course of public debate, all voices are properly and fairly represented and the interests and views of minorities are safeguarded. This Code supports this principle of democratic pluralism and the role of the media in giving effect to it.

While responsible governments, politicians and media workers should share a common aim – the best interests of society – their roles are different. In a healthy democratic society, the relationship between politicians and free media is likely, quite properly, to be wary, questioning and sceptical, rather than close, cosy and complimentary. This Code enables the media to operate freely and at arm's-length from government and confirms the legitimate duty of the media in a democracy of disclosure in the public interest and the holding to account of public and private institutions and individuals.

This Code sets out the standards adopted by the Interim Media Council regarding editorial matters and matters relating to the content of what is published or broadcast in the media (media content). It is the cornerstone of the system of self-regulation to which the Council is committed and thus contains a set of standards against which to assess complaints from the public and others about media behaviour. It applies to media outlets – journals, newspapers, radio and television, as well as to online content providers who voluntarily submit themselves to it – rather than individual journalists, but it is of course individual journalists that must ensure respect for it. It applies to all categories of media content, including advertisements.

ဒီမိုကရေစီဆိုသည်မှာ သဘောတူညီခြင်းများအကြောင်း သက်သက်မဟုတ်ပါ။ အငြင်းပွားမှုများကို ကျွန်ုပ်တို့ မည်ကဲ့သို့ ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းကြသည်ဆိုသော အချက်ကသာ ဒီမိုကရေစီဖြစ်သည်။ ထို့အပြင် ဒီမိုကရေစီဆိုသည်မှာ အများဆန္ဒအရ အုပ်ချုပ်ခြင်းဆိုသည့် အယူအဆ သက်သက်လည်း မဟုတ်ပြန်ချေ။ ရွေးကောက်ပွဲနည်းအားဖြင့် ထုတ်ဖော်သော အများဆန္ဒအရ အုပ်ချုပ်ခြင်းဆိုသည်မှာ ဒီမိုကရေစီ၏ အရေးပါသော အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုသာ ဖြစ်သည်။ အများပြည်သူ ဆွေးနွေးငြင်းခုံခြင်းဆိုသော နောက်ခံကားတွင် မတူညီသော အမြင်အမျိုးမျိုးကို သင့်တင့်လျောက်ပတ်စွာ မျှမျှတတ ဖော်ပြခြင်း၊ လူနည်းစုများ၏ ရပ်တည်ချက်နှင့် အကျိုးစီးပွား များကို ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ခြင်း စသည်တို့မှာ ဒီမိုကရေစီပင် ဖြစ်သည်။ ယခု မီဒီယာကျင့်ဝတ် လမ်းညွှန်သည် ဒီမိုကရေစီဗဟုဝါဒ ထင်ဟပ်ပြီး ထိုဗဟုဝါဒ ရှင်သန်ရေးတွင် မီဒီယာများ ထမ်းရွက်ရသော အခန်းကဏ္ဍကိုလည်း မီးမောင်းထိုးပေးရန် ရည်ရွယ်ပါသည်။

တာဝန်ယူမှုရှိသော အစိုးရများ၊ နိုင်ငံရေးသမားများ၊ သတင်းမီဒီယာသမားများသည် လူ့အဖွဲ့အစည်း၏ အကောင်းဆုံး အကျိုးစီးပွားကို ဖော်ဆောင်ပေးမည်ဟူသော ဘုံရပ်တည်ချက်ဖြင့် လုပ်ကိုင် ဆောင်ရွက်နေကြသော်လည်း ယင်းတို့အသီးသီး၏ အခန်းကဏ္ဍများမှာမူ ကွဲပြားခြားနားသည်။ ရင့်ကျက်ပြီး ကောင်းစွာလည်ပတ်သော ဒီမိုကရက်တစ် လူ့အဖွဲ့အစည်းတစ်ခုတွင် နိုင်ငံရေးသမားများနှင့် လွတ်လပ်သော မီဒီယာအကြားမှ ဆက်ဆံရေးသည် တစ်ဦးနှင့်တစ်ဦး ရွေ့လမ်းငွေ့လမ်းဖောက်ပြီး အပြန်အလှန် ပါရမီဖြည့်ဖက်သဘော ဆောင်ရွက်နေကြသည် မဟုတ်။ ယင်းအစား သတိကြီးစွာ မေးခွန်းထုတ်နေသော၊ သံသယဖြင့် စောင့်ကြည့်နေသော အခြေအနေမျိုးဘက်သို့ သဘာဝကျစွာ ပိုမိုသိမ်းနေတတ်သည်။ ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်သည် မီဒီယာများကို လွတ်လပ်စွာ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ပြီး အစိုးရများကိုလည်း အလွယ်တကူ လက်လှမ်းမီနေစေရန် ဆောင်ရွက်ပေးမည် ဖြစ်သည်။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားနှင့်ဆက်စပ်သော ကိစ္စအားလုံး သိပိုင်ခွင့် ရရှိရေး၊ အများပြည်သူဆိုင်ရာ အဖွဲ့အစည်းများ၊ ပုဂ္ဂလိက အဖွဲ့အစည်းများနှင့် လူပုဂ္ဂိုလ်များ၏ ပြည်သူများအပေါ် သက်ရောက်စေသော လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုများအားလုံး သတင်းထုတ်ပြန်ပေးရေးတို့ကိုလည်း ဤလမ်းညွှန်က အထောက်အကူ ပေးမည်ဖြစ်သည်။

သတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်သည် သတင်းတည်းဖြတ်မှုနှင့် မီဒီယာများတွင် ပုံနှိပ်ထုတ်လွှင့်သည့် အကြောင်းအရာပိုင်းများနှင့် ပတ်သက်ပြီး ကောင်စီက လက်ခံကျင့်သုံးမည့် စံချိန်စံညွှန်းများကို ပြဋ္ဌာန်းသတ်မှတ်ပေးသည်။ ကောင်စီသည် မီဒီယာလောက၏ မိမိဘာသာ ထိန်းချုပ်/ထိန်းညှိမှုစနစ်ကို အကောင်အထည်ဖော်ရန် တာဝန်ရှိရာ မီဒီယာများ၏ လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်မှုနှင့် ပတ်သက်ပြီး ကန့်ကွက်တိုင်ကြားမှုများကို ကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းရန်အတွက် ဤလမ်းညွှန်က စံချိန်စံညွှန်းများကို ပြဋ္ဌာန်းပေးသွားမည်ဖြစ်သည်။ ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်သည် သတင်းစာ၊ ဂျာနယ်၊ ရေဒီယိုနှင့် ရုပ်မြင်သံကြားမှအစ၊ ကြော်ငြာအဆုံး မီဒီယာပုံစံများအားလုံးနှင့် သက်ဆိုင်အကျိုးဝင်မှုရှိသည်ဟု မှတ်ယူရမည်။

This Code is published as a document in the public domain, accessible to all.

This Code should be honoured not only in a formalistic manner but in a way that gives effect to its full meaning. It should neither be interpreted in an unduly narrow manner which renders it ineffective nor so broadly that it unnecessarily undermines freedom of expression or publication in the public interest. It is in the nature of the media that such a Code cannot provide a complete or final guide in all cases.

The Council will interpret this Code in the light of all the circumstances of any case and so as best to give effect to its underlying principles. While the Council is willing to give general guidance to media outlets on the Code, it will not comment in advance on individual content (i.e. programmes or articles).

RIGHTS OF INDIVIDUALS AND ROLE OF COUNCIL

Any individual who believes that a media outlet has failed to respect the standards set out in this Code of Conduct may lodge a complaint with the Media Council. They may also pursue a complaint directly with the media outlet.

The Media Council shall review carefully, and in a timely fashion, all complaints that raise a serious issue as to a possible breach of this Code. It shall provide the concerned media outlet with a copy of any such complaint, and provide both the complainant and the concerned media outlet with an opportunity to make representations. The Media Council shall disseminate publicly and transparently a statement of its findings after investigating any complaint, which shall indicate whether or not it has found a breach of the Code.

ဤသတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ် လမ်းညွှန်သည် အများပြည်သူနှင့် သက်ဆိုင်သည့်အတွက် မည်သူမဆို ကြည့်ရှုလေ့လာနိုင်စေရမည်။

လမ်းညွှန်ကို တည်ဆဲဥပဒေများအရ တရားဝင် စည်းမျဉ်းစံနှုန်းများအဖြစ် သတ်မှတ်လက်ခံ ရမည့်အပြင် လမ်းညွှန်၏ အနက်အဓိပ္ပာယ်ကိုလည်း ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် ဖွင့်ဆိုအသုံးပြုရမည်။ ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်များကို ကျဉ်းမြောင်းစွာ ဖွင့်ဆိုခြင်းနှင့် အလွန်ကျယ်ပြန့်စွာ ဖွင့်ဆိုခြင်း တို့ကြောင့် တစ်သီးပုဂ္ဂလ လွတ်လပ်ခွင့်များအား အလေးဂရုမပြုခြင်းနှင့် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက် လွတ်လပ်စွာ ထုတ်ဖော်ပြောကြားခွင့်၊ ထုတ်ဝေဖြန့်ချိခွင့်များအား မလိုအပ်ဘဲ ဖိနှိပ်ပိတ်ပင်ခြင်းများ မဖြစ်စေရန် သတိပြုရမည်။ သတင်းမီဒီယာများ၏ သဘောသဘာဝကြောင့် ယခုကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ပါ အချက်များသည် အငြင်းပွားမှုကိစ္စအားလုံးနှင့်ပတ်သက်၍ ပြီးပြည့်စုံသော လမ်းညွှန်မှုဖြစ်မည်ဟု တစ်ထစ်ချ မမှတ်ယူနိုင်ပေ။

ကောင်စီသည် အငြင်းပွားမှုတိုင်းတွင် ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်၏ အခြေခံမူများကို အကောင်းဆုံး ထင်ဟပ်စေရန်အတွက် ထည့်သွင်းစဉ်းစားစရာရှိသော အခြေအနေအားလုံးကို ခြုံငုံသုံးသပ် စဉ်းစားပြီးမှ အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုရမည်။ ကောင်စီသည် ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်နှင့် ပတ်သက်ပြီး သတင်းမီဒီယာဌာနများကို ရှင်းလင်းအကြံပြုမှုများ ပေးမည်ဖြစ်သော်လည်း သတင်းမီဒီယာများ၏ မည်သည့် ရေးသား၊ ထုတ်လွှင့်မှုကိုမျှ တင်ကြိုမှတ်ချက် တစ်စုံတစ်ရာပေးမည် မဟုတ်ပါ။

တစ်သီးပုဂ္ဂလများ၏ အခြေခံရပိုင်ခွင့်များနှင့် ကောင်စီ၏ အခန်းကဏ္ဍ

မီဒီယာဌာနတစ်ခုက ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်တွင် ဖော်ပြထားသော ကျင့်ဝတ်စံနှုန်းများကို လိုက်နာကျင့်သုံးခြင်း မရှိဟု ယူဆပါက တစ်သီးပုဂ္ဂလများသည် မီဒီယာကောင်စီထံသို့ ကန့်ကွက်တိုင်ကြားနိုင်သည်။ သို့မဟုတ်အဆိုပါ မီဒီယာဌာနသို့လည်း တိုက်ရိုက် စောဒကတက် ကန့်ကွက်ချက်ကို ပို့နိုင်သည်။

ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ကို ချိုးဖောက်သည်ဟု ယူဆရသော အရေးကြီး ကိစ္စရပ်များအတွက် တိုင်တန်းချက်များအားလုံးကို ကောင်စီက ဂရုတစိုက် အချိန်ကိုက် လေ့လာသုံးသပ်ပြီး တိုင်ကြား ခံရသူ မီဒီယာဌာနသို့လည်း တိုင်ကြားစာ မိတ္တူပေးပို့မည်ဖြစ်သည်။ တိုင်ကြားသူနှင့် အတိုင်ခံမီဒီယာ နှစ်ခုစလုံးကိုလည်း တိုင်ကြားမှုနှင့် ပတ်သက်ပြီး ကိုယ်စားပြုရှင်းလင်းရန် ကောင်စီက အခွင့်အရေးများ ပေးရမည်။ ကောင်စီသည် တိုင်ကြားမှုများကို စုံစမ်းစစ်ဆေးပြီးနောက် ကျင့်ဝတ် ချိုးဖောက်ခြင်း ရှိ / မရှိဟူသော စစ်ဆေးတွေ့ရှိချက်ကို အများပြည်သူ သိရှိရန် ပွင့်လင်း မြင်သာစွာဖြင့် ထုတ်ပြန်ကြေညာရမည်။

Where the Media Council finds that there has been a breach of this Code, it shall first attempt to negotiate a mutually acceptable resolution between the complainant and the concerned media outlet. In terms of remedies, the Council may warn the concerned media outlet and may require it to undertake one or more of the following actions:

- publish or broadcast a notice acknowledging that it has breached the Code and how;
- apologise to the complainant;
- issue a correction of factually mistaken statements it had previously published or broadcast;
- provide a right of reply to the complainant;
- publish or broadcast the decision of the Media Council finding a breach of the code in the concerned media outlet, with due prominence, making it clear that it is a decision of the Council.

The Council will keep the Code under review and will, from time-to-time, update it to reflect changing values and standards, after broad consultation with concerned parties.

DUTY OF MEDIA OUTLETS

It is the responsibility of media outlets and their editors and publishers to ensure that this Code is implemented properly. They should take care to ensure it is observed not only by all staff, whether or not they are journalists, but also by external actors who contribute to their content. Specifically, all media outlets should ensure that:

- Ø The content they publish or broadcast complies with the Code.
- Ø They have adequate systems and procedures in place to fulfil this requirement.

ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ချက်ကို ချိုးဖောက်သည်ဟု ဖော်ထုတ်တွေ့ရှိရပါက ကောင်စီသည် ပထမဦးဆုံးအနေဖြင့် တိုင်ကြားသူနှင့် တိုင်ကြားခံရသူ မိမိယာဌာနတို့အကြား နှစ်ဦးနှစ်ဖက် လက်ခံနိုင်မည့် သဘောတူညီမှု ရရှိရန်အတွက် ညှိနှိုင်းဆောင်ရွက်ပေးရမည်။ ထိုချိုးဖောက်မှုကို ဖြေရှင်းရန်အတွက် ကောင်စီက သက်ဆိုင်ရာ မိမိယာဌာနကို သတိပေးချက် ထုတ်ပြန်မည့်အပြင် အောက်ပါတို့အနက်မှ တစ်ခု သို့မဟုတ် အများကို ဆောင်ရွက်နိုင်သည်။

- (က) မိမိယာဌာနသည် ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ကို ချိုးဖောက်ကြောင်းနှင့် မည်သို့ချိုးဖောက်ကြောင်း ရှင်းလင်းဖော်ပြထားသော ကြေညာချက်ထုတ်ပြန်ခြင်း သို့မဟုတ် ထုတ်လွှင့်ခြင်း၊
- (ခ) မိမိယာဌာနအနေဖြင့် နစ်နာတိုင်ကြားသူအား ဝန်ချတောင်းပန်စေခြင်း၊
- (ဂ) မိမိယာဌာနအား ၎င်းမှားယွင်းဖြန့်ချိခဲ့သော အချက်အလက်များကို ပြန်လည် ပြင်ဆင်ပေးသည့် အမှားပြင်ဆင်ချက် ထုတ်ပြန်စေခြင်း၊
- (ဃ) မိမိယာဌာနကို တုံ့ပြန်ဖြေရှင်းရန် တိုင်ကြားသူများအား အခွင့်အရေးပေးခြင်း၊
- (င) မိမိယာကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ကို ချိုးဖောက်ကြောင်း ကောင်စီ၏ ဖြေရှင်းဆုံးဖြတ်ချက်ကို သက်ဆိုင်ရာ မိမိယာဌာနတွင် အထင်အရှား ထည့်သွင်းပုံနှိပ်စေခြင်းနှင့် ထုတ်လွှင့်စေခြင်း။

ကောင်စီသည် ဤမိမိယာကျင့်ဝတ်များကို အခါအားလျော်စွာ ပြန်လည်လေ့လာသုံးသပ်နေပြီး ပြောင်းလဲနေသော တန်ဖိုးနှုန်းစံများ၊ စံချိန်စံညွှန်းများနှင့်အညီ ပြင်ဆင်ပြောင်းလဲရန် လိုအပ်ပါက သက်ဆိုင်သူများနှင့် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့် တိုင်ပင်ဆွေးနွေးပြီးနောက် ပြင်ဆင်ပြောင်းလဲမည် ဖြစ်သည်။

မိမိယာဌာနများ၏ တာဝန်ဝတ္တရားများ

မိမိယာဌာနများမှ အယ်ဒီတာများနှင့် ထုတ်ဝေသူများသည် ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ပါ စံနှုန်းများ အားလုံးကို ကောင်းမွန်စွာ အကောင်အထည်ဖော် ဆောင်ရွက်ရန် တာဝန်ရှိသည်။ ဂျာနယ်လစ်များနှင့် မိမိယာဌာနရှိ အခြားဝန်ထမ်းများအပြင် မိမိယာထုတ်ဝေဖြန့်ချိရေးတွင် တစ်စုံတစ်ရာ ပါဝင်ပတ်သက်သော ပြင်ပပုဂ္ဂိုလ်အားလုံးကိုလည်း ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ကို ကောင်းစွာနားလည် သဘောပေါက်နေစေရန် ဆောင်ရွက်ပေးထားရမည်။ မိမိယာဌာနများသည် အထူးသဖြင့် အောက်ပါ တာဝန်ဝတ္တရားများ ရှိနေသည်။

- (က) ပုံနှိပ်ဖော်ပြသော သို့မဟုတ် ထုတ်လွှင့်သော အချက်အလက်များအားလုံးသည် ကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်နှင့် ကိုက်ညီမှု ရှိရမည်။
- (ခ) ထိုလိုအပ်ချက်ကို ကောင်းမွန်စွာ ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်မည့် စနစ်များနှင့် လုပ်ထုံး လုပ်နည်းများ ရှိနေရမည်။

- Ø Personnel involved in producing, acquiring and scheduling media content, including independent producers, are aware of and understand the Code.
- Ø There is a procedure whereby staff and others listed above can seek guidance on the Code from a senior editor at the media or a manager designated for this purpose.
- Ø They have in place internal procedures for dealing, promptly, fully and fairly, with any complaints from readers, listeners or viewers. All complaints made directly to a media outlet, and the outlet's responses, must be retained by the outlet for a year and made available to the Media Council on request.
- Ø They fully respect any remedial order made by the Media Council based on a decision that they have breached the Code and co-operate swiftly and fully with the Media Council in the resolution of any complaints.

THE PROGRAMME CODE

1 Accuracy, balance and fairness

- 1.1 Media outlets have a duty to be balanced, impartial and fair in the treatment of news and current affairs. This implies that media outlets report and interpret news and current affairs honestly, and take care not publish or broadcast content which is inaccurate or distorted, or which may mislead or confuse readers, viewers or listeners.
- 1.2 If a significant inaccurate, misleading or distorted statement is published or broadcast, it should be corrected promptly, with due prominence and as close as possible in terms of place and time to the original statement and, if appropriate, a right of reply should be given to any individual or organisation directly affected by the inaccuracy.

- (ဂ) မိဒီယာဌာနအတွင်းမှဖြစ်စေ၊ ပြင်ပမှဖြစ်စေ မိဒီယာထုတ်လုပ်မှု တစ်ခုခုကို ထုတ်ဝေခြင်း၊ ရယူခြင်းနှင့် စီစဉ်ခြင်းတွင် ပါဝင်သူအားလုံး ဤကျင့်ဝတ်ကို ကောင်းစွာ နားလည်သဘောပေါက်ပြီး ဖြစ်နေရမည်။
- (ဃ) အထက်တွင် ဖော်ပြထားသော ပုဂ္ဂိုလ်အားလုံးသည် ကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်နှင့် ပတ်သက်သော အကြံဉာဏ်နှင့် ညွှန်ကြားချက်များကို အကြီးတန်းအယံဒီတာ သို့မဟုတ် သတ်မှတ် တာဝန်ပေးအပ်ထားသော မန်နေဂျာတစ်ဦးဦးထံမှ ရယူနိုင်ရန် လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို ထားရှိရမည်။
- (င) စာဖတ်သူ၊ နားဆင်သူနှင့် ရှုစားသူများထံမှ ဝေဖန်တိုင်ကြားမှုများ အားလုံးကို အချိန်မဆိုင်းဘဲ အပြည့်အဝနှင့် မျှမျှတတကိုင်တွယ်ဖြေရှင်းနိုင်မည့် စနစ်တစ်ခု မိဒီယာဌာနတိုင်းတွင် ရှိရန်လိုအပ်သည်။ မိဒီယာဌာနသို့ ပေးပို့လာသော တိုင်ကြားချက်များနှင့် မိဒီယာဘက်မှ ပြန်လည်တုံ့ပြန်ဖြေရှင်းမှုများ အားလုံးကို တစ်နှစ်တိတိ မှတ်တမ်းတင် ထိန်းသိမ်းထားရမည်ဖြစ်ပြီး ကောင်စီမှ တောင်းခံလာပါက ထိုမှတ်တမ်းများကို ထုတ်ပေးရမည်။
- (စ) တိုင်ကြားချက်နှင့်ပတ်သက်သည့် မိဒီယာကောင်စီ၏ အပြီးသတ်ဖြေရှင်းသည့် ဆုံးဖြတ်ချက်ကို မိဒီယာဌာနများက အပြည့်အဝ လေးစားလိုက်နာရမည်။ တိုင်ကြားချက်ကို ဖြေရှင်းသည့် ဆုံးဖြတ်ချက်နှင့် ပတ်သက်ပြီး မိဒီယာဌာနများသည် ကောင်စီနှင့် အပြည့်အဝ၊ နှောင့်နှေးခြင်း လုံးဝမရှိဘဲ ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်ရမည်။

မိဒီယာအစီအစဉ်များဆိုင်ရာ ကျင့်ဝတ်များ

၁။ တိကျမှု၊ ဘက်မလိုက်မှုနှင့် မျှတမှု

၁.၁၊ သတင်းများ၊ မျက်မှောက်ဖြစ်ရပ်များနှင့် ပတ်သက်ပြီး ဘက်မလိုက်ဘဲ ဟန်ချက်ညီညီ မျှတစွာ ကိုင်တွယ်ဆောင်ရွက်ရမည်။ သတင်းနှင့်မျက်မှောက်ဖြစ်စဉ်များအား ရေးသားတင်ပြခြင်းနှင့် အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုခြင်းကို ရိုးသားစွာဆောင်ရွက်ရမည်။ မတိကျသော၊ အနက်ကောက်လွှဲစေသော၊ ပုံဖျက်ထားသော အချက်အလက်များကို ရေးသားထုတ်လွှင့်ခြင်း မပြုလုပ်ရပါ။

၁.၂၊ အကယ်၍ မတိကျသော၊ အနက်ကောက်လွှဲစေသော၊ ပုံဖျက်ထားသော အချက်အလက်များကို ဖော်ပြမိပါကလည်း အချိန်မဆိုင်းဘဲ ပြင်ဆင်ချက်ထုတ်ပြန်ရမည်။ ထိုသို့ ပြင်ဆင်ချက် ထုတ်ပြန်ရာတွင်လည်း မူလဖော်ပြချက်နှင့် အနီးစပ်ဆုံးနေရာတွင် ပေါ်လွင်ထင်ရှားစွာ အမြန်ဆုံး ပြင်ဆင်ဖော်ပြပေးရမည်။ ထိုမတိကျမှုကြောင့် ထိခိုက်နိုင်သော လူ/အဖွဲ့ အစည်းများ အားလုံးကိုလည်း ပြန်လည်ဖြေရှင်းတုံ့ပြန် ဆောင်ရွက်ခွင့်ပေးရမည်။

- 1.3 Broadcasters should not ‘editorialise’ (that is, express partisan views which may be taken as those of the broadcaster) while print media outlets should limit editorialising to explicit editorial content (i.e. this should be avoided in news and current affairs reporting).
- 1.4 For content which appears in a regular pattern (i.e. a repeat broadcast or a column in a newspaper), it is balance may be achieved across the series, rather than in every individual programme or article. For other content, balance achieved over a reasonable period of time is acceptable. ‘Authored’ content which presents an individual’s personal view should be clearly identified as such.
- 1.5 Media outlets should report fairly the result of any legal action brought against them or any legal or regulatory judgement made against them.

2 Politics and elections

- 2.1 Media outlets should aim to reflect the diversity of political opinion in society and to enable free and open debate on matters of public concern. Coverage of the positions and views of political parties should broadly reflect their representation in society, particularly during election campaigns.
- 2.2 Content published or broadcast by or on behalf of political parties should always be identified as such.
- 2.3 Media outlets should not allow active politicians – including individuals who have been elected or are running for an elected position or who are employees or office bearers of political parties – to appear as newscasters, interviewers or reporters in news programmes and, in other contexts, the party allegiance of active politicians should be clearly identified. This obligation is of particular importance during elections.

၁.၃၊ ရုပ်/သံ ထုတ်လွှင့်သူများသည် မိမိ၏အာဘော်များကို ထည့်သွင်းထုတ်လွှင့်မှု မပြုသင့်။ (ပါတီစွဲအယူအဆများကို ထုတ်လွှင့်သူ၏ သဘောထားအဖြစ် ယူဆစေနိုင်သည့် အာဘော်များ မထည့်ရ။) ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေသူများသည် အယ်ဒီတာ အာဘော်များကို အကန့်အသတ်ဖြင့်သာ ဆောင်ရွက်ပြီး ရေးသူ၏သဘောထားအမြင်ဖြစ်ကြောင်း ထင်ရှားစွာဖော်ပြရမည်။ သတင်းနှင့် မျက်မှောက်ရေးရာ အစီအစဉ်များတွင် ရေးသူ၏ သဘောထားအမြင်များ ပါဝင်ခြင်းကို ရှောင်ရှားရမည်။

၁.၄၊ ရေးသားဖော်ပြထုတ်လွှင့်လေ့ရှိသော ဆောင်းပါးတစ်ခုချင်းစီ/ အစီအစဉ်တစ်ခုချင်းစီတွင် မျှတမှုရှိရန်ထက် ပုံမှန်စဉ်ဆက်မပြတ် ဖော်ပြသောအစီအစဉ်များ/သတင်းများ (ဥပမာ- ရုပ်/သံလွှင့် အစီအစဉ်တစ်ရပ် သို့မဟုတ် သတင်းစာတစ်စောင်၏ ပုံမှန်ကဏ္ဍ ဖော်ပြချက်တစ်ရပ်)ကို ခြုံငုံကြည့်သည့်အခါ မျှတရန်လိုသည်။ အခြားဖော်ပြ/ထုတ်လွှင့်သောကဏ္ဍများတွင်လည်း သင့်လျော်သော အချိန်ကာလအတိုင်းအတာ တစ်ခုအတွင်း ခြုံကြည့်ပါက မျှတနေသော အကြောင်းအရာများကို ထည့်သွင်းပေးလျှင် လုံလောက်သည်။ စာရေးဆရာ၏ တစ်သီးပုဂ္ဂလ အမြင်ကို ထင်ဟပ်သော ကဏ္ဍများတွင်လည်း စာရေးသူ၏အာဘော်သာဖြစ်ကြောင်း ရှင်းလင်းစွာ ဖော်ပြပေးရမည်။

၁.၅၊ မီဒီယာဌာနများသည် မိမိတို့ကိုယ်တိုင် တရားစွဲခြင်းခံရလျှင်ပင် ထိုသတင်းကို မျှတစွာ ရေးသားထုတ်လွှင့်ရမည်။

၂။ နိုင်ငံရေးနှင့်ရွေးကောက်ပွဲများ

၂.၁၊ မီဒီယာဌာနများသည် လူ့အဖွဲ့အစည်းအတွင်း မတူကွဲပြားစွာ ရှိနေသော နိုင်ငံရေး အယူအဆများကို ထင်ဟပ်ဖော်ပြပေးရမည်ဖြစ်ပြီး အများပြည်သူအကျိုးစီးပွားနှင့် သက်ဆိုင်သော ကိစ္စရပ်များကို လွတ်လပ်ပွင့်လင်းစွာ ဆွေးနွေးငြင်းခုံနိုင်စေရန် ဆောင်ရွက်ပေးရမည်။ အထူးသဖြင့် ရွေးကောက်ပွဲမဲဆွယ်ကာလများတွင် နိုင်ငံရေးပါတီများ၏ ရပ်တည်ချက်များနှင့် နိုင်ငံရေး အယူအဆများကို ဖော်ပြရာတွင် လူ့အဖွဲ့အစည်းအတွင်း ထိုပါတီများ၏ ကိုယ်စားပြုဆောင်ရွက်နေမှုများ ထင်ဟပ်ပေါ်လွင်စေရန် ကျယ်ကျယ်ပြန့်ပြန့်ဖော်ပြသင့်သည်။

၂.၂၊ နိုင်ငံရေးပါတီများကိုယ်တိုင် သို့မဟုတ် ယင်းတို့ကိုယ်စား ရေးသားထုတ်လွှင့်သော အကြောင်းအရာများကိုလည်း ပါတီများ၏ ရေးသားထုတ်လွှင့်ချက်ဖြစ်ကြောင်း ထင်ရှားစွာ ဖော်ပြရမည်။

၂.၃၊ နိုင်ငံရေးတွင် လက်ရှိပါဝင်ဆောင်ရွက်နေသူများ (ရွေးကောက်ခံ ကိုယ်စားလှယ်များ၊ ကိုယ်စားလှယ်လောင်းများ၊ နိုင်ငံရေးပါတီများမှ ဝန်ထမ်းများနှင့် ပါတီတာဝန်ရှိသူများ)သည် သတင်းအစီအစဉ် ထုတ်လွှင့်သူများ၊ အင်တာဗျူးသမားများနှင့် သတင်းထောက်များအဖြစ် သတင်းအစီအစဉ်များတွင် ဆောင်ရွက်ခြင်းမပြုရ။ အခြားသောကဏ္ဍများတွင် ဆောင်ရွက်ပါကလည်း ယင်းတို့၏ ပါတီနောက်ခံများကို ရှင်းလင်းစွာ ဖော်ပြပေးရမည်။

3 Leaked and restricted content and the protection of sources

- 3.1 Where media outlets receive leaked official and other content, for example from politicians or civil servants, it is their professional duty to publish or broadcast this content, where this is in the public interest and where they are legally allowed to do so. This Code supports that duty.
- 3.2 Media outlets have a moral obligation to protect confidential sources of information and to respect confidences knowingly and willingly accepted in the course of their work. This Code supports that obligation.
- 3.3 In cases of national emergency, media outlets may wish to limit disclosure of sensitive information in order to avoid danger to life (e.g. of armed-services personnel in wartime) or to public safety. This Code supports media outlets' right to make such choices.
- 3.4 Embargoes on the release of content until a certain time which are imposed by the originator of that content (such as an embargo on a press release) should be respected unless the originator makes the content public, after which media outlets may also publish or broadcast it.
- 3.5 The laws of copyright and intellectual property should be observed, recognising that these allow for extracts or quotations from works to be carried in the media as long as attribution is given.

4 Identification and attribution of content

- 4.1 Media outlets should make a clear distinction between fact, comment and speculation. Care should be taken over the use of recognised media figures, such as newscasters, in other programme contexts and especially in advertisements.
- 4.2 Content which has been provided to media outlets by government, by other official sources, by commercial concerns, by campaigning organisations or by members of the public should, subject to the obligation to on confidential sources, be identified as such.

၃။ ပေါက်ကြားလာသော အကြောင်းအရာများ၊ ကန့်သတ် သတင်းအချက်အလက်များနှင့် သတင်းရင်းမြစ်ကို ကာကွယ်ခြင်း

၃.၁။ မီဒီယာဌာနတစ်ခုသည် ပေါက်ကြားလာသော ဌာနဆိုင်ရာနှင့် အခြားသတင်းအချက်အလက်များ (ဥပမာ နိုင်ငံရေးသမားများနှင့် ပြည်သူ့ဝန်ထမ်းများထံမှ အချက်အလက်များ)ကို အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဖြစ်စေသည်ဟု ခိုင်လုံပါက လူသိရှင်ကြား ထုတ်ဖော်ရမည့် ပရော်ဖက်ရှင်နယ် တာဝန်ရှိသည်။ မီဒီယာကျင့်ဝတ်က ဤတာဝန်ဝတ္တရားကို ထောက်ခံသည်။

၃.၂။ မီဒီယာဌာနများသည် လျှို့ဝှက်အပ်သော သတင်းရင်းမြစ်များကို ကာကွယ်ပေးရန် ကျင့်ဝတ်အရ တာဝန်ရှိပြီး မီဒီယာလုပ်ငန်းစဉ်တစ်ရပ်လုံးတွင် ထိုလျှို့ဝှက်ချက်ကို အသိရှိရှိ လေးစားလိုက်နာရန် လိုအပ်သည်။ ထိုသို့ ကာကွယ်ပေးရန် တာဝန်ရှိမှုကို ဤမီဒီယာကျင့်ဝတ်က ထောက်ခံသည်။

၃.၃။ နိုင်ငံတော်အဆင့် အရေးပေါ်အခြေအနေ ကျရောက်သောအခါများတွင် မီဒီယာဌာနများ အနေဖြင့် အသက်အန္တရာယ်ရှိမှု (ဥပမာ စစ်ကာလအတွင်း စစ်ရေးတာဝန်ရှိသူများကို မဖော်ပြခြင်း) သို့မဟုတ် ပြည်သူလူထု၏ အသက်အိုးအိမ်လုံခြုံရေးကို ထိခိုက်နိုင်သော သတင်းအချက်အလက်များကို မဖော်ထုတ်ဘဲ ကန့်သတ်ထားနိုင်သည်။ မီဒီယာကျင့်ဝတ်က မီဒီယာများ၏ ထိုသို့ မိမိသဘောအလျောက် ရွေးချယ်ဆောင်ရွက်မှုကို အသိအမှတ်ပြုလက်ခံသည်။

၃.၄။ သတင်းထုတ်ပြန်ရန် အချိန်ကန့်သတ်ထားသော သတင်းများကို လက်ဝယ်ရရှိထားသော်လည်း မူရင်းသတင်းထုတ်ပြန်သူက သတ်မှတ်ထားသော အချိန်ရောက်မှသာ ထုတ်ပြန်ရမည်။

၃.၅။ မူပိုင်ခွင့်ဥပဒေနှင့် ဉာဏပစ္စည်းပိုင်ဆိုင်မှု ဥပဒေများကို လေးစားလိုက်နာရမည်။ မူပိုင်ခွင့်ရှိသော အကြောင်းအရာများမှ ကောက်နုတ်ချက်၊ ကိုးကားချက်များကိုသာ မူရင်းပိုင်ရှင်သို့ ညွှန်းဆိုပြီး ထည့်သွင်းဖော်ပြခွင့်ရှိကြောင်း သိရှိရမည်။

၄။ သတင်းမီဒီယာတွင်ဖော်ပြသော အကြောင်းအရာများကို ခွဲခြားသတ်မှတ်ခြင်းနှင့် အမျိုးအစားအလိုက် အညွှန်းပြုခြင်း

၄.၁။ သတင်းမီဒီယာဌာနများသည် အချက်အလက်များ၊ မှတ်ချက်စကားများနှင့် မှန်းဆဟောကိန်းထုတ်မှုများကို ရှင်းလင်းကွဲပြားစွာ ဖော်ပြရမည်။ အထူးသဖြင့် လူသိများသော သတင်းကြေညာသူများကို အခြားသောအစီအစဉ်များနှင့် စီးပွားရေးကြော်ငြာများတွင် အသုံးပြုခြင်းကို သတိပြုသင့်သည်။

၄.၂။ သတင်းရင်းမြစ်ကို လုံခြုံစွာထိန်းသိမ်းရမည်ဆိုသော ကျင့်ဝတ်နှင့်မဆန့်ကျင်လျှင် အစိုးရ၊ အခြားတရားဝင်သတင်းရင်းမြစ်များ၊ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများ၊ အဖွဲ့အစည်းများနှင့် အများပြည်သူမှ မီဒီယာဌာနများသို့ ပေးပို့လာသော သတင်းအချက်အလက်များအား မည်သည့်အရင်းအမြစ်မှ ရရှိသည်ကို ထင်ရှားစွာ ဖော်ပြထည့်သွင်းရမည်။

- 4.3 Where this is likely to play a positive role in the control or alleviation of natural disasters, media outlets may wish to transmit official announcements, instructions or advice; in this case, their nature and origin should be made clear.

5 Privacy and the public interest

- 5.1 The publication or broadcasting of information about the private or family lives of individuals without their consent is acceptable only where this is justified in the public interest.
- 5.2 Normally, consent should be obtained before a recording or picture is taken of an individual in a private place, defined as a place where the individual has a reasonable expectation of privacy. This is without prejudice to the dissemination, in the public interest, of images of individuals where it is impractical to obtain consent, for example in a crowded location. When such content is used to illustrate a specific point, care should be taken not to associate an identifiable individual with a potentially damaging implication (such as a medical statistic or an extreme political opinion).

6 Grief, bereavement and distress

- 6.1 Media workers should approach people in extreme distress or suffering from personal grief or shock with sensitivity and discretion. This is without prejudice to the right of media outlets to report on legal proceedings, including investigations into crimes and procedures taking place before courts and other bodies with the power to impose legally binding remedies.

7 Harassment, pursuit and covert recording

- 7.1 Media outlets should not seek interviews or information by intimidation, harassment or coercion.

၄.၃၊ သဘာဝဘေးအန္တရာယ်များ ကျရောက်မှုမျိုးကဲ့သို့သော အဖြစ်ဆိုးများနှင့် ပတ်သက်၍ မိဒီယာများအနေဖြင့် အပြုသဘောဆောင်သော အခန်းကဏ္ဍတွင်သာ ရှိသင့်သည်။ အစိုးရ၏ တရားဝင် ကြေညာချက်များ၊ ညွှန်ကြားချက်များနှင့် အကြံပြုချက်များကို တစ်ဆင့်ဖြန့်ဖြူးလိုပါက ရင်းမြစ်နှင့် အကြောင်းအရာကို ရှင်းလင်းစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြရမည်။

၅။ ကိုယ်ရေးလွတ်လပ်ခွင့်နှင့် အများပြည်သူအကျိုးစီးပွား

၅.၁၊ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက်ဖြစ်သည်ဟု အထင်အရှားပြနိုင်လျှင် လူတစ်ဦးချင်းနှင့် မိသားစုများ၏ ပုဂ္ဂလိကဘဝဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များကို ယင်းတို့၏ သဘောတူ ခွင့်ပြုချက်မပါဘဲ ရေးသားဖော်ပြခြင်း သို့မဟုတ် ထုတ်လွှင့်ခြင်းကို ပြုလုပ်နိုင်သည်။

၅.၂၊ လူပုဂ္ဂိုလ်များ အနေဖြင့် ကိုယ်ရေးလွတ်လပ်ခွင့်ရှိမည်ဟု ကြောင်းကျိုးညီညွတ်စွာ မျှော်လင့်နိုင်သောနေရာများတွင် လူပုဂ္ဂိုလ်များအား ကြိုတင်ခွင့်ပြုချက် တောင်းခံခြင်းမပြုဘဲ အသံ၊ ဗီဒီယိုမှတ်တမ်းတင်ခြင်းနှင့် ဓာတ်ပုံရိုက်ခြင်း မပြုရပါ။ သို့ရာတွင် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက် ဖြစ်ပါက ကြိုတင်ခွင့်ပြုချက်တောင်းခံရန် လက်တွေ့တွင် မဖြစ်နိုင်သော အခြေအနေများ (ဥပမာ - လူအုပ်ကြားထဲ)တွင် ခွင့်ပြုချက်မတောင်းဘဲ မှတ်တမ်းတင်နိုင်သည်။ ထိုရုပ်ပုံများကို အကြောင်းအရာတစ်ရပ် ညွှန်းဆိုရန်အတွက် အသုံးပြုသောအခါတွင် ထင်ရှားသူများကို ၎င်းတို့၏ ဂုဏ်သရေထိခိုက်စေမည့် အကြောင်းအရာများနှင့် ယှဉ်တွဲဖော်ပြခြင်းကို သတိပြု ဆင်ခြင်ရမည်။ (ဥပမာ-ကျန်းမာရေး ချို့ယွင်းမှုနှင့် အစွန်းရောက် နိုင်ငံရေး အယူအဆဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များစသည်)

၆။ ဝမ်းနည်းကြေကွဲခြင်း၊ သေဆုံးခြင်းနှင့် ဘေးဒုက္ခရောက်ခြင်း

၆.၁၊ ဘေးဒုက္ခရောက်နေသူများ၊ ဝမ်းနည်းကြေကွဲနေသူများ၊ ပုဂ္ဂလိကထိခိုက်နာကျင်မှုနှင့် တုန်လှုပ်ချောက်ချားမှု ကြုံတွေ့နေသူများကို ချဉ်းကပ်ရာတွင် စာနာနားလည်မှုနှင့် သတိပြုဆင်ခြင် ရမည်။ သို့သော် သတင်းဖော်ပြရာတွင် ဥပဒေကြောင်းရာဖြစ်စဉ်များကို အစီရင်ခံခြင်း ကိစ္စရပ်များ၊ ရာဇဝတ်မှုများကို စုံစမ်းစစ်ဆေးခြင်းနှင့် တရားရုံး သို့မဟုတ် ဥပဒေအရ အတည်ဖြစ်သည့် ဖြေရှင်းဆုံးဖြတ်ချက်များကို ပေးနိုင်သည့် အဖွဲ့အစည်းများ၏ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို ကြိုတင်အဟန့် အတား မဖြစ်စေရ။

၇။ မှတ်တမ်းယူရာတွင် ကာယိန္ဒြေထိပါးခြင်း၊ အတင်းအကျပ်ရယူခြင်းနှင့် ချောင်းမြောင်းရယူခြင်း

၇.၁၊ ပုံမှန်အားဖြင့် မိဒီယာများသည် အင်တာဗျူးနှင့် သတင်းအချက်အလက် မှတ်တမ်းများ ရယူရာတွင် ခြိမ်းခြောက်ခြင်း၊ မဖွယ်မရာပြုလုပ်ခြင်းနှင့် အတင်းအကျပ် ဖိအားပေး ဆောင်ရွက်ခြင်း မပြုရ။

- 7.2 Media workers should not, unless this is justified in the public interest, use deception, including by using people who are close to the individual to get information from them or persist in questioning, telephoning, pursuing or photographing individuals once asked to desist or remain on their property when asked to leave, or follow people in these cases.
- 7.3 The use of covert technical recording tools, such as concealed cameras or microphones, to obtain covert recordings is not legitimate unless the content so gathered: is of legitimate public interest; is essential to the credibility and authority of the piece; and could not have been obtained or obtained safely by any other legitimate means; and the practice has been explicitly approved by a senior editor, provided that this latter requirement may be waived in emergency situations.
- 7.4 In set-up situations, such as ‘candid camera’ formats in television entertainment, where a specific individual’s behaviour is recorded without their knowledge or prior warning, their consent should be sought before the content is transmitted. Its use without their permission can be justified only if this is necessary to make an important point of public interest, and this should be approved at a senior editorial level.
- 7.5 Individuals should be told when a telephone conversation is being recorded for media purposes, except when the provisions for covert recording apply.

8 Subterfuge

- 8.1 Media outlets should normally use straightforward means to obtain information, identifying themselves as journalists and their organisation. The use of a false identity or similar techniques is justified only where disclosure is in the public interest and the content could not have been obtained by any other means.

၇.၂။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက်ဖြစ်ကြောင်း အခိုင်အမာသက်သေပြနိုင်ခြင်း မရှိပါက လှည့်ဖြားသောနည်းဖြင့် ချဉ်းကပ်ခြင်း၊ ဥပမာ ကာယကံရှင်နှင့် နီးစပ်သောသူများထံ သတင်း အလိုငှာ ချဉ်းကပ်ခြင်း၊ အဖြေမရမချင်း မေးခွန်းမေးမြန်းခြင်း၊ ဖုန်းဆက်ခြင်း၊ နောက်မှ လိုက်ခြင်းတို့တွင် ကာယကံရှင်က ငြင်းဆိုခြင်း သို့မဟုတ် ပိုင်နက်အတွင်းမှ ထွက်ခွာသွားရန် တောင်းဆိုခြင်း ခံရပြီးနောက် ဆက်လက်ဆောင်ရွက်ခြင်း မပြုလုပ်ရ။ ထိုသို့ဖြစ်ပြီးနောက်တွင်လည်း ထိုပုဂ္ဂိုလ်များထံသို့ ထပ်မံချဉ်းကပ်ခြင်း မပြုလုပ်သင့်ပေ။

၇.၃။ လျှို့ဝှက်ကင်မရာများနှင့် အသံဖမ်းစက်များသုံးခြင်းတို့ အပါအဝင် လျှို့ဝှက်သတင်း ထောက်လှမ်းသော နည်းပညာများကို သုံးရာတွင်လည်း ထိုသို့ရယူသော အချက်အလက်မှတ်တမ်း သည် အများပြည်သူအကျိုးစီးပွားအတွက်ဖြစ်ကြောင်း အသေအချာသက်သေပြနိုင်ခြင်း၊ သတင်း၏ တရားဝင်မှုနှင့် ခိုင်လုံမှန်ကန်မှုအတွက် အလွန်အရေးပါသော အချက်အလက်ဖြစ်ခြင်း၊ အခြားသော တရားဝင်နည်းလမ်းများဖြင့် ရရှိနိုင်ရန် လုံးဝမဖြစ်နိုင်ခြင်းစသော အခြေအနေများတွင် အကြီးတန်း အယ်ဒီတာက တိကျရှင်းလင်းစွာ သဘောတူခွင့်ပြုမှသာ တရားဝင်ဆောင်ရွက်ပိုင်ခွင့်ရှိသည်။ သို့ရာတွင် အရေးပေါ်အခြေအနေများ၌ အကြီးတန်းအယ်ဒီတာ၏ ခွင့်ပြုချက်မယူဘဲ ဆောင်ရွက်နိုင်ပြီး ယင်းသို့ဆောင်ရွက်ရကြောင်းကို သက်ဆိုင်ရာအယ်ဒီတာထံ လျင်မြန်စွာ သတင်းပေးပို့ရမည်။

၇.၄။ ရုပ်သံသတင်းမီဒီယာများတွင် အစီအစဉ်စတင်မရှိကူးမီ ကင်မရာ စမ်းသပ်တပ်ဆင်ချိန်၌ ခွင့်ပြုချက်မယူဘဲ သို့မဟုတ် လူအများ သတိမမူမီဘဲ ရိုက်ကူးသောဖြတ်ပိုင်းများကို ပြန်လည်ထုတ် လွှင့်မည်ဆိုပါက ခွင့်ပြုချက်တောင်းခံပြီးမှ ပြန်လည်ထုတ်လွှင့်ရမည်။ ခွင့်ပြုချက်မရဘဲ ထုတ်လွှင့်မည် ဆိုပါကလည်း အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဖြစ်ကြောင်း အခိုင်အမာ သက်သေပြနိုင်ရမည့်အပြင် အကြီးတန်းအယ်ဒီတာ၏ သဘောတူခွင့်ပြုချက်လည်း လိုအပ်သည်။

၇.၅။ အကြီးတန်းအယ်ဒီတာက လျှို့ဝှက်အသံဖမ်းရန် တရားဝင် ခွင့်ပြုသော အခြေအနေမျိုးမှအပ တယ်လီဖုန်းဆက်သွယ်ပြောဆိုမှုများကို အသံဖမ်းယူမည်ဆိုပါက သတင်းရင်းမြစ်များထံ ကြိုတင် အသိပေးရမည်။

၈။ အယောင်ဆောင်၊ လှည့်စားခြင်း

၈.၁။ သတင်းအချက်အလက်များကို ရရှိရန်အတွက် မိမိမည်သူမည်ဝါဆိုသည်နှင့် မည်သည့် အဖွဲ့အစည်းကို ကိုယ်စားပြုကြောင်း ရှင်းလင်းစွာဖော်ပြပြီး ရိုးဖြောင့်စွာ ဆောင်ရွက်ရမည်။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဖြစ်ကြောင်း အခိုင်အမာသက်သေပြနိုင်ပြီး အခြားနည်းလမ်းများဖြင့် သတင်းရရှိနိုင်ခြင်း မရှိသော အခြေအနေမျိုးမှအပ အမည်နာမ လှီးလွှဲပြောဆိုခြင်းနှင့် အခြား မရိုးဖြောင့်သော နည်းလမ်းများ အသုံးမပြုရ။

9 Interviews

- 9.1 Conventional interviews should be arranged, conducted and edited fairly and honestly. Interviewees are entitled to know in advance the format and subject (although not necessarily the detailed content) of the interview, and whether, for broadcasters, it will be live or recorded.
- 9.2 If a prospective interviewee attempts to impose conditions on an interview (for example by refusing to appear with other interviewees, by insisting that the contribution not be edited or by demanding a list of questions for vetting in advance), the media outlet may withdraw the invitation. Any conditions which are accepted may be made clear to the audience.
- 9.3 Anyone has an absolute right to refuse to take part in a programme or interview. If they do so, their refusal should be described to the audience in neutral terms (such as ‘declined our invitation’ or ‘was unavailable for comment’). The media outlet may publish or broadcast the known views of a non-participant, provided this is done in a fair and balanced way.
- 9.4 The presentation and/or editing of an interview should not distort or misrepresent the views of the interviewee, or suggest that he or she said something he or she did not.
- 9.5 There should be sound public interest reasons for allowing an interviewee to be presented anonymously.
- 9.6 ‘Doorstepping’, i.e. catching people unaware for an interview, should be resorted to only when a direct approach has failed provided that where a direct approach might lead to the suppression of public interest information this requirement may be waived.

၉။ အင်တာဗျူးခြင်း

၉.၁။ သမားရိုးကျ အင်တာဗျူးများကို စီစဉ်ခြင်း၊ မေးမြန်းခြင်းနှင့် တည်းဖြတ်ခြင်းတို့ကို မျှတ၊ ရိုးဖြောင့်စွာ ဆောင်ရွက်ရမည်။ အင်တာဗျူး ဖြေဆိုမည့်သူများသည်လည်း အင်တာဗျူး၏ အစီအစဉ်ပုံစံနှင့် အကြောင်းအရာများကို ကြိုတင်သိပိုင်ခွင့်ရှိသည်။ (အကြောင်းအရာ အသေးစိတ် ကြိုတင်ပြောထားရန် မလို။) ရုပ်သံအင်တာဗျူး ဖြစ်ပါက တိုက်ရိုက်ထုတ်လွှင့်မည် သို့မဟုတ် မှတ်တမ်းတင်မည်ကို ကြိုတင်အသိပေးထားရမည်။

၉.၂။ အကယ်၍ အင်တာဗျူးခံရန် လျာထားသောသူက အင်တာဗျူးနှင့်ပတ်သက်ပြီး၊ လိုလားသောအချက်များ (အခြားအင်တာဗျူးခံ ပုဂ္ဂိုလ်များနှင့် အတူယှဉ်တွဲဖော်ပြခြင်းကို ကြိုတင်ငြင်းဆိုခြင်း၊ တစ်စုံတစ်ရာ တည်းဖြတ်ခြင်းမပြုရန် တောင်းဆိုခြင်း၊ မေးခွန်းများကို ရွေးချယ်ဖြေကြားရန်အတွက် ကြိုတင်ပေးပို့ရန် တောင်းဆိုခြင်းစသည်)ကို အတင်းအကျပ် တောင်းဆိုလာပါက သတင်းမီဒီယာဌာန သည် အင်တာဗျူးရန် ကမ်းလှမ်းချက်ကို ရုပ်သိမ်းနိုင်သည်။ ထိုတောင်းဆိုချက်များကို လိုက်လျောခဲ့ပါကလည်း မည်သည့်အချက်များကို လိုက်လျောခဲ့ကြောင်း ရေးသားထုတ်လွှင့်ရာတွင် ရှင်းလင်းစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြရမည်။

၉.၃။ မည်သူမဆို မီဒီယာအစီအစဉ်များနှင့် အင်တာဗျူးများတွင် ပါဝင်ခြင်းကို ငြင်းဆိုရန် အခွင့်အရေးရှိသည်။ ထိုသို့ငြင်းဆိုကြောင်းကိုလည်း အခြားအဓိပ္ပာယ်တစ်စုံတစ်ရာ သက်ရောက်ခြင်း မရှိသော အသုံးအနှုန်းများဖြင့် မီဒီယာတွင် ဖော်ပြနိုင်သည်။ (ဥပမာ-အင်တာဗျူး ကမ်းလှမ်းခြင်း ကို ငြင်းဆိုသည်၊ မှတ်ချက်တစ်စုံတစ်ရာ ပေးနိုင်ခြင်းမရှိပါ စသည်။) မီဒီယာများသည် တိုက်ရိုက် အင်တာဗျူးထားခြင်း မရှိသူများ၏ လူသိထင်ရှား ထုတ်ဖော်ပြောကြားထားပြီးဖြစ်သော မှတ်ချက်များကို ဟန်ချက်ညီမျှတစွာ ထည့်သွင်းဖော်ပြနိုင်သည်။

၉.၄။ အင်တာဗျူးတင်ဆက်ခြင်းနှင့် တည်းဖြတ်ခြင်းတို့တွင် အင်တာဗျူးဖြေဆိုသူ၏ သဘောထား ရပ်တည်ချက်များကို ပုံဖော်ခြင်း သို့မဟုတ် မမှန်မကန် ပြန်လည်ဖော်ပြခြင်း မပြုလုပ်ရ။

၉.၅။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဖြစ်ကြောင်း ခိုင်လုံသည့် အကြောင်းပြချက်မရှိဘဲ အင်တာဗျူး ဖြေဆိုသူကို အမည်မဖော်လိုသူအဖြစ် ဖြေဆိုခွင့်မပြုရ။

၉.၆။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက် လိုအပ်သော သတင်းအချက်အလက်များရယူရာတွင် တိုက်ရိုက်ချဉ်းကပ်ရန် မဖြစ်နိုင်ခြင်း၊ သို့မဟုတ် တိုက်ရိုက်ချဉ်းကပ်ပါက အထောက်အထား ဆုံးရှုံးခြင်းနှင့် သတင်းထိန်းချုပ်ခြင်းတို့ ဖြစ်နိုင်သော အခြေအနေမျိုးမှအပ ကြိုတင်အကြောင်းမကြားဘဲ ရှောင်တခင် အင်တာဗျူးမေးမြန်းခြင်းကို ရှောင်ကြဉ်ရမည်။

10 Discrimination

- 10.1 Media outlets should avoid any discriminatory, derogatory or patronising reference to people's race, colour, religion, sex, sexual orientation or preference, age, physical or mental disability or illness.
- 10.2 The characteristics listed above (race, colour, etc.) should not be identified in media content except where this is directly relevant or adds significantly to readers', listeners' or viewers' understanding. Particular care should be taken regarding references to vulnerable minorities.
- 10.3 Media outlets are free to report and comment on all matters of public interest, but they should take care not to encourage or promote racial, ethnic or sectarian hatred or discord, including by one-sided reporting on ethnic tensions.

11 Religion

- 11.1 Media outlets should respect the special place which religions are likely to hold in the lives of their adherents. Sensitive and balanced treatment of religious themes is particularly important in a multi-faith society like Myanmar, and media outlets should be aware of the offence which can be caused to believers by casual, gratuitous and expletive references to religious figures.
- 11.2 Religious programmes which are broadcast on television or radio should not proselytise or attempt to influence the audience by preying on their fears, by making claims about individuals or groups which cannot be substantiated, or by denigrating the religious beliefs of others.

၁၀။ ခွဲခြားဆက်ဆံခြင်း

၁၀.၁။ လူမျိုး၊ အသားအရောင်၊ ကိုးကွယ်ယုံကြည်မှု၊ လိင်၊ လိင်တိမ်းညွတ်မှု၊ အသက်အရွယ်၊ ကိုယ်ကာယပိုင်းနှင့် စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ မသန်စွမ်းမှု၊ နာမကျန်းမှုတို့နှင့် ပတ်သက်ပြီး ခွဲခြားဆက်ဆံခြင်း၊ ထိခိုက်နစ်နာစေခြင်းနှင့် နှိမ်ချခြင်း အဓိပ္ပာယ်သက်ရောက်စေသော မည်သည့်အသုံးအနှုန်း၊ တင်ဆက်မှု မျိုးကိုမျှ မပြုလုပ်ရ။

၁၀.၂။ သတင်းတင်ပြမှုတွင် တိုက်ရိုက်သက်ဆိုင်ခြင်း၊ ဖတ်ရှုသူ၊ နားဆင် ကြည့်ရှုသူများ၏ အကြောင်းအရာအပေါ် နားလည်မှုကို ထူးထူးကဲကဲ သက်ရောက်စေခြင်းရှိသော အခြေအနေများမှအပ အထက်(၁၀.၁)ပါ ဝိသေသများကို မီဒီယာများတွင် ထည့်သွင်းဖော်ပြခြင်း မပြုရ။ ထိခိုက်လွယ်သော အုပ်စုများအား အထက်(၁၀.၁)ပါ ဝိသေသရည်ညွှန်းချက်များဖြင့် တွဲဖက်ဖော်ပြမည်ဆိုပါက အထူး ဂရုပြုသင့်သည်။

၁၀.၃။ မီဒီယာများသည် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားနှင့် ဆက်စပ်သော မည်သည့်အကြောင်း အရာကိုမဆို လွတ်လပ်စွာ ဖော်ပြခွင့်နှင့် ဝေဖန်သုံးသပ်ခွင့်ရှိသည်။ သို့ရာတွင် လူမျိုးရေး ပဋိပက္ခများ၌ ဘက်တစ်ဖက်တည်းမှ သတင်းရေးခြင်းအပါအဝင် လူမျိုးရေး သို့မဟုတ် အုပ်စုအချင်းချင်း အမုန်းတရားများနှင့် သဘောကွဲလွဲမှုများကို အားပေးလှုံ့ဆော်ခြင်း မပြုမိစေရန် အထူးသတိပြုရမည်။

၁၁။ ကိုးကွယ်ယုံကြည်မှု

၁၁.၁။ မီဒီယာများသည် ကိုးကွယ်ယုံကြည်သူများ၏ သက်ဆိုင်ရာ ဘာသာတရား၊ အယူ အသီးသီး၏ အရေးပါမှုကို ကောင်းစွာနားလည်လေးစားရမည်။ မြန်မာနိုင်ငံကဲ့သို့ ကိုးကွယ်ယုံကြည်မှု အမျိုးစုံစွာ ရှိနေသော လူ့အဖွဲ့အစည်းများတွင် ဘာသာရေးဆိုင်ရာ အကြောင်းအရာများနှင့် ပတ်သက်ပြီး နားလည်မှုရှိရှိနှင့် မျှတသော ရေးသားတင်ဆက်မှုမျိုးမှာ အထူးအရေးတကြီး လိုအပ် သည်။ ဘာသာရေးနှင့်ဆိုင်သော အကြောင်းအရာ၊ လူပုဂ္ဂိုလ်များနှင့်ပတ်သက်ပြီး မရည်ရွယ်သော အမှားများ၊ မလိုအပ်ဘဲ တင်စားခိုင်းနှိုင်းမှုများနှင့် ထိပါးမှုများသည် ကိုးကွယ်ယုံကြည်သူများကို မည်သို့ထိခိုက်စော်ကားမှုများ ဖြစ်စေသည်ကို ကောင်းစွာနားလည်ဂရုပြုရမည်။

၁၁.၂။ ရုပ်သံနှင့် ရေဒီယိုများတွင် ထုတ်လွှင့်သော ဘာသာရေးဆိုင်ရာ အစီအစဉ်များသည်လည်း နာယူသူများကို အကြောက်တရားသုံးပြီး ဩဇာလွှမ်းမိုးရန် ကြိုးစားခြင်း၊ လက်တွေ့သက်သေပြ၊ အကောင်အထည်ဖော်ရန် မဖြစ်နိုင်သော သဘာဝလွန်တန်ခိုးထူးများကို တစ်ဦးချင်း သို့မဟုတ် အုပ်စုလိုက်ရရှိမည်ဟု ကြွေးကြော်၊ ဟောပြောခြင်း သို့မဟုတ် အခြားဘာသာဝင်များကို ထိပါး၊ နှိမ်ချခြင်းများ လုံးဝမရှိစေရ။

12 Strong language

- 12.1 The gratuitous use of strong swearwords or obscene or blasphemous language should be avoided. The dissemination of such terms is justified only where it is essential to the audience's understanding, including because it forms part of a direct quotation, or to the dramatic development of a story.

13 The involvement of children

- 13.1 Children (see notes for definition) should not be interviewed in the absence of, or without the consent of, a parent or other adult responsible for the child, unless this is justified in the public interest, including because the child does not have a parent or guardian.
- 13.2 Children should not be approached or interviewed at school without the permission of the headmaster or headmistress or concerned teacher.
- 13.3 The dissemination through the media without consent of content about a child's private life cannot be justified solely by the fame, prominence or position of his or her parents.
- 13.4 Children should not be paid or otherwise compensated (for example by giving a gift) to obtain content relating to the child's welfare, and parents and guardians should not be paid or otherwise compensated for content about their children or wards, unless this is clearly in the child's interest.

14 Victims of sexual crimes

- 14.1 Victims of sexual crimes should not be identified, or content published or broadcast from which their identity is likely to be inferred, and children should not be identified where they are appearing as witnesses in sexual offence cases, unless this is permitted by law and can also be justified in the public interest.
- 14.2 Reports of cases alleging sexual offences against a child may identify an involved adult but may not identify the child or include facts which imply a close relationship between an accused adult and a child victim, unless this is permitted by law and can also be justified in the public interest.

၁၂။ ပြင်းထန်ကြမ်းတမ်းသော ဘာသာစကားအသုံးအနှုန်း

၁၂.၁။ ရုန်ရင်းကြမ်းတမ်းသော၊ ညစ်ညမ်းသော၊ ယုတ်ညံ့သော အနက်အဓိပ္ပာယ်ထွက်သည့် စကားလုံးများအား မလိုအပ်ဘဲ သုံးစွဲခြင်းကို ရှောင်ကြဉ်ရမည်။ စာဖတ်ပရိသတ် သို့မဟုတ် ရုပ်သံပရိသတ်များ၏ နားလည်မှုကို ထူးကဲစွာ အထောက်အပံ့ ဖြစ်စေသောအခါနှင့် တိုက်ရိုက်ပြောစကားတွင် အစိတ်အပိုင်းအနေဖြင့် ပါဝင်နေခြင်း သို့မဟုတ် တင်ပြနေသော ဇာတ်လမ်း၏ အနှစ်သာရကို ပံ့ပိုးကူညီပေးသည်ဟု သက်သေပြနိုင်သောအခါများမှလွဲ၍ သုံးစွဲခြင်း မပြုရ။

၁၃။ ကလေးသူငယ်များ

၁၃.၁။ ကလေးသူငယ်များကို မိဘ သို့မဟုတ် အုပ်ထိန်းသူ၏ ခွင့်ပြုချက်မရဘဲ သို့မဟုတ် ၎င်းတို့၏ မျက်မှောက်မဟုတ်ဘဲ အင်တာဗျူး မပြုလုပ်ရပါ။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားအတွက် အထူးအရေးကြီးသည့် အခါမျိုးမှလွဲ၍ သို့မဟုတ် ကလေးတွင် မိဘရော အုပ်ထိန်းသူပါ မရှိသောအခါမှလွဲ၍ ဤပရော်ဖက်ရှင်နယ် ကျင့်ဝတ်လိုအပ်ချက်ကို ရှောင်လွှဲခြင်း မပြုရ။

၁၃.၂။ ကျောင်းအုပ်ဆရာကြီး/ဆရာမကြီး သို့မဟုတ် အတန်းပိုင်ဆရာ/မတစ်ဦးဦး၏ ခွင့်ပြုချက် မရဘဲ ကျောင်းပရိဝုဏ်အတွင်း ကျောင်းသားများကို ချဉ်းကပ်ခြင်း၊ အင်တာဗျူးခြင်း မပြုရပါ။

၁၃.၃။ ကလေးမိဘများ၏ ထင်ရှားမှု၊ လူသိများမှုနှင့် ရာထူးဌာနန္တရတို့ကို အကြောင်းပြုပြီး ကလေး၏ကိုယ်ရေးဘဝနှင့် ပတ်သက်သည့် အကြောင်းအရာများကို ဖော်ပြခြင်း မပြုရ။

၁၃.၄။ ကလေး၏ ဘဝနှင့်ဆိုင်သော အကြောင်းအရာများ ဖော်ပြရန်အတွက် ကလေးကို အခကြေးငွေပေးခြင်း သို့မဟုတ် လက်ဆောင်ပေးခြင်းကဲ့သို့သော အခြားမက်လုံးများပေးခြင်း၊ ကလေး သို့မဟုတ် အုပ်ထိန်းခံအကြောင်းကို ဖော်ပြရန်အတွက် မိဘအုပ်ထိန်းသူများကို အခကြေးငွေ ပေးခြင်း သို့မဟုတ် အခြားမက်လုံး တစ်မျိုးမျိုးပေးခြင်း မပြုရ။

၁၄။ လိင်ဆိုင်ရာ ရာဇဝတ်မှုကျူးလွန်ခြင်းခံရသူများ

၁၄.၁။ လိင်ဆိုင်ရာ ရာဇဝတ်မှုကျူးလွန်ခြင်းခံရသော ဓားစာခံများကို မည်သူမည်ဝါဖော်ပြခြင်း၊ ယင်းတို့ မည်သူမည်ဝါဆိုသည်ကို သိရှိနိုင်သော အထောက်အထားများဖော်ပြခြင်း မပြုလုပ်ရပါ။ ဥပဒေကြောင်းအရ ခွင့်ပြုချက်ရရှိပြီး အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားကိုလည်း အထောက်အပံ့ပေး နိုင်မည်ဟု သက်သေပြနိုင်သော အခါမျိုးမှလွဲ၍ လိင်ဆိုင်ရာ ရာဇဝတ်မှုများတွင် သက်သေအဖြစ် ပါဝင်နေသော ကလေးသူငယ်များကိုလည်း မည်သူမည်ဝါဟု ဖော်ပြခြင်း မပြုရပါ။

၁၄.၂။ ဥပဒေကြောင်းအရ ခွင့်ပြုချက်ရရှိပြီး အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားကိုလည်း အထောက် အပံ့ပေးနိုင်မည်ဟု သက်သေပြနိုင်သော အခါမျိုးမှလွဲ၍ ကလေးသူငယ်များပေါ် ကျူးလွန်သည်ဟု စွပ်စွဲခံရသော လိင်ဆိုင်ရာ ရာဇဝတ်မှုများတွင် ကလေးသူငယ်များကို မည်သူမည်ဝါဟု ဖော်ပြခြင်း မပြုရ။ အရွယ်ရောက်ပြီး စွပ်စွဲခံရသူကိုမူ ဖော်ပြနိုင်သည်။ ကလေးနှင့် စွပ်စွဲခံရသူတို့တွင် နီးကပ်သော ဆက်ဆံရေး ရှိပါကလည်း ဖော်ပြခြင်း မပြုရပါ။

15 Portrayal of sexual conduct

- 15.1 When reporting on or portraying sexual activity or conduct, media outlets should be sensitive to the danger of offending public decency or the feelings of the audience, especially before the watershed.

16 Portrayal of violence in broadcasting

- 16.1 Broadcasters should be able to justify the realistic portrayal of violence or the threat of violence as being essential, in its content and intensity, to the integrity of the programme. In other words, they should be able to show that ‘sanitising’ or removing the violent content would undermine the programme’s coherence, completeness and/or honesty. Especial care should be taken where there is a risk that portrayal of violence might fuel further violence.
- 16.2 Detailed and/or prolonged depiction of violence should not be broadcast through the media, particularly where the practices are capable of easy imitation and involve articles or substances readily available to children, such as domestic knives or household chemicals. Similar restrictions apply to the portrayal of suicide or attempted suicide.

17 Scheduling considerations, ‘labelling’ and on-air warnings in broadcasting

- 17.1 Content unsuitable for children should not be broadcast at times when large numbers of children may be expected to be viewing or listening. The ‘watershed’ time after which this expectation may be progressively relaxed is 22:00. This provision also applies to trailers and promotions which are broadcast before 22:00, regardless of when the actual programmes are to be broadcast.

၁၅။ လိင်ဆိုင်ရာ အပြုအမူများကို သရုပ်ဖော်တင်ပြခြင်း

၁၅.၁။ လိင်ဆိုင်ရာ အပြုအမူများနှင့် ဆောင်ရွက်ချက်များကို တင်ပြခြင်း၊ ပြန်လည် ဖော်ပြခြင်းများ ပြုလုပ်ရာတွင် အများပြည်သူ ဖတ်ရှုနားဆင်၍ အမြင်မတင့်တယ်ခြင်း၊ ကြည့်ရှုသူများ စိတ်မသက်မသာ ဖြစ်စေခြင်းများ မဖြစ်စေရန် အထူးသတိပြုရမည်။ အထူးသဖြင့် ရုပ်မြင်သံကြားများတွင် ကြည့်ရှုသူအများစုရှိနေသော အချိန်များအတွင်း ထုတ်လွှင့်ခြင်းမပြုရန် အထူးသတိပြုရမည်။

၁၆။ ရုပ်သံထုတ်လွှင့်မှုများတွင် အကြမ်းဖက်မှုများနှင့် သွေးထွက်သံယိုမှုများကို တင်ပြခြင်း

၁၆.၁။ ရုပ်သံထုတ်လွှင့်သူများသည် အကြမ်းဖက်မှုများ၏ တကယ့်သရုပ်မှန် သို့မဟုတ် ခြိမ်းခြောက်မှု (အကြောင်းအရာများနှင့် ရက်စက်ကြမ်းကြုတ်မှုများ)ကို အစီအစဉ်တွင် ထည့်သွင်း တင်ပြရန်အတွက် ခိုင်လုံသော အကြောင်းပြချက်များ ရှိရမည်။ အစီအစဉ်၏ ပြီးပြည့်စုံမှု၊ မှန်ကန်မှုနှင့် ထောင့်စေ့မှုတို့အတွက် လိုအပ်ကြောင်း သက်သေပြနိုင်ခြင်းမရှိဘဲ ထိုသို့ အသေးစိတ် ဖော်ပြခြင်း မပြုရပါ။ အထူးသဖြင့် အကြမ်းဖက်မှုများကို သရုပ်ဖော်တင်ပြခြင်းက နောက်ဆက်တွဲ အကြမ်းဖက်မှုများ ဖြစ်ပေါ်စေရန် တွန်းအားပေးနိုင်သော အခြေအနေများကို အထူးသတိထားရမည်။

၁၆.၂။ အကြမ်းဖက်မှုများကို အသေးစိတ်ပုံပေါ်အောင် ဖော်ပြခြင်း၊ အစအဆုံး သရုပ်ဖော် တင်ဆက်ခြင်းမျိုးကို ရှောင်ရှားသင့်သည်။ အထူးသဖြင့် ဖော်ပြမည့်အကြမ်းဖက်မှု ပုံစံများကို အလွယ်တကူ အတုခိုးနိုင်သောအခါ သို့မဟုတ် ကလေးသူငယ်များ အလွယ်တကူ လက်လှမ်းမီသော မီးဖိုချောင်သုံးစား၊ အိမ်သုံးဓာတုပစ္စည်းများစသော ပစ္စည်းများဖြင့် အကြမ်းဖက်မှု ကျူးလွန်သော အခါမျိုးများတွင် အသေးစိတ်ဖော်ပြခြင်းကို ရှောင်ရှားရမည်။ အလားတူပင် မိမိကိုယ်ကို အဆုံး စီရင်မှုများနှင့် အဆုံးစီရင်ရန် ကြိုးပမ်းမှုများကိုလည်း အသေးစိတ်ဖော်ပြခြင်း မပြုရ။

၁၇။ ရုပ်သံလွှင့် အစီအစဉ်များရေးဆွဲခြင်း၊ အစီအစဉ်များခေါင်းစဉ်တပ်ခြင်းနှင့် မထုတ်လွှင့်မီ ကြိုတင်အသိပေးကြေညာခြင်း

၁၇.၁။ ကလေးသူငယ်များနှင့် မသင့်လျော်သော အကြောင်းအရာများကို ကလေးသူငယ်အများစု ကြည့်ရှုချိန်၊ သို့မဟုတ် နားဆင်ချိန်ဟု ယူဆရသော အချိန်များတွင် ထုတ်လွှင့်ခြင်း မပြုရ။ ၂၂:၀၀ နာရီ နောက်ပိုင်း အချိန်များတွင်မူ ထိုကန့်သတ်ချက်ကို လျှော့ပေါ့ စဉ်းစားလေ့ရှိသည်။ ပြသမည့် ကန့်သတ်အစီအစဉ်နှင့် ပတ်သက်သော နမူနာအပိုင်းများနှင့် မြှင့်တင်ရေးအစီအစဉ် အပိုင်းများကိုလည်း ၂၂:၀၀ နာရီ မတိုင်မီတွင် ပြသခြင်းမပြုရ။

- 17.2 Where acquired programmes have been given a suitability classification at origin, this should be reviewed and edited for appropriateness in the Myanmar context and then included in promotions and trailers and shown before or at the beginning of transmission of the programme. Media outlets may also attach such classifications to their own programmes and to unclassified acquired programmes. In all cases, an appropriate warning should be broadcast before or at the beginning of any programme containing content which is likely to be disturbing or offensive to the average viewer or listener, or harmful to children, bearing in mind the nature of the media outlet, the time of transmission and the likely audience.

18 Crime and anti-social behaviour

- 18.1 Crime and anti-social behaviour, especially where it involves violence, should not be glamorised or reported or portrayed in a manner which is likely to encourage imitation or experimentation.
- 18.2 Relatives of people accused or convicted of crime should not normally be identified unless this is directly relevant.

19 Kidnapping and hi-jacking

- 19.1 No information should be published or broadcast which is likely to endanger lives in, or prejudice attempts to deal with, a kidnapping or a hi-jacking.

20 Demonstrations and civil unrest

- 20.1 Media outlets should be aware that media coverage can influence events and that their presence at the scene of a demonstration or civil unrest may be exploited by elements in the crowd.

၁၇.၂။ ပြဿမည့်အစီအစဉ်များတွင် ကြည့်ရှုသူကို ကန့်သတ်သည့် အကြံပြုချက်များ ထည့်သွင်းရမည့်အပြင် နမူနာအပိုင်းများ၊ အစီအစဉ် မြှင့်တင်ရေးကြော်ငြာများနှင့် ထပ်ဆင့်ထုတ်လွှင့်မှုများတွင်ပါ ထိုကန့်သတ် သတိပေးချက်ကို ထည့်သွင်းရမည်။ အစီအစဉ်များကိုလည်း မြန်မာလူမှုအဖွဲ့အစည်းနှင့် သင့်လျော်ခြင်း ရှိ / မရှိ သုံးသပ်တည်းဖြတ်ရမည်။ မီဒီယာအခွဲများမှ ပြဿမည့် အစီအစဉ်များတွင်လည်း ကန့်သတ်သတိပေးချက်များ ထည့်သွင်းရမည်ဖြစ်ပြီး အမျိုးအစား မခွဲနိုင်ပါကလည်း အမျိုးအစား ခွဲမထားဟူသော သတိပေးချက် ထည့်သွင်းရမည်။ ပျမ်းမျှ ကြည့်ရှုနားဆင်သူများကို စိတ်အနှောင့်အယှက်ဖြစ်စေသည့်၊ ရန်ရှင်းကြမ်းတမ်းသည်ဟု မှတ်ယူနိုင်စေသည့် သို့မဟုတ် ကလေးသူငယ်များကို ထိခိုက်စေနိုင်သည့် အစီအစဉ်များကို ပြဿရာတွင် ယင်းအစီအစဉ်နှင့် ပတ်သက်သော ကန့်သတ်သတိပေးချက်ကို အစီအစဉ် မစခင်ဖြစ်စေ၊ အစီအစဉ်၏ အစတွင်ဖြစ်စေ ထည့်သွင်းပြသရမည်။ ထို့အပြင် မီဒီယာ၏ သဘောသဘာဝ၊ ထုတ်လွှင့်မည့်အချိန်နှင့် ပုံမှန် ကြည့်ရှုနိုင်ချေရှိသည့် ပရိသတ်များကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားပြီးမှ ထုတ်လွှင့်မှုများနှင့် ကန့်သတ်ချက် သတိပေးမှုများကို ထုတ်ပြန်ရမည်။

၁၈။ ရာဇဝတ်မှုများ၊ လူမှုစံနှုန်းများနှင့် ဖီလာဖြစ်သော အပြုအမူများ

၁၈.၁။ ရာဇဝတ်မှုများ၊ လူမှုစံနှုန်းများနှင့် ဖီလာဖြစ်သော အပြုအမူများနှင့်ပတ်သက်၍ အတုခိုးခြင်း သို့မဟုတ် စမ်းသပ်ပြုလုပ်ကြည့်ခြင်းကို အားပေးရာရောက်သော ဆွဲဆောင်မှု ဖြစ်စေသည့် ရေးသားတင်ဆက်မှုများ၊ သတင်းပေးပို့မှုများနှင့် သရုပ်ဖော်တင်ဆက်မှုများ ရှောင်ကြဉ်ရမည်။

၁၈.၂။ သတင်းတင်ဆက်မှုအတွက် တိုက်ရိုက်ဆက်စပ် ပတ်သက်သော အခြေအနေမျိုးမှ လွဲ၍ ရာဇဝတ်မှုဖြင့် စွပ်စွဲခံရသော သို့မဟုတ် ပြစ်မှုထင်ရှားကြောင်း စီရင်ချက်ချမှတ်ခြင်း ခံရသူများ၏ မိသားစုနှင့် ဆွေမျိုးသားချင်းများကို ပုံမှန်အားဖြင့် မည်သူမည်ဝါ အမည်တပ်ပြီး ဖော်ပြခြင်း မပြုရ။

၁၉။ ပြန်ပေးဆွဲခြင်းနှင့် အပိုင်စီးခြင်း

၁၉.၁။ ပြန်ပေးဆွဲမှုနှင့် အပိုင်စီးမှုများအတွင်း ဓားစာခံများကို အသက်အန္တရာယ် ထိခိုက်စေနိုင်သော သို့မဟုတ် စေ့စပ်ညှိနှိုင်းခြင်းကို လမ်းကြောင်းလွဲစေနိုင်သော သတင်းအချက်အလက်များ တင်ပြခြင်း မပြုရ။

၂၀။ ဆန္ဒပြမှုများနှင့် ပြည်တွင်းနိုင်ငံရေး မငြိမ်သက်မှုများ

၂၀.၁။ အထက်ပါ အဖြစ်အပျက်များ ဖြစ်ပွားရာတွင် မီဒီယာများ၏ ဩဇာလွှမ်းမူ ကြီးမားသည်ကို ဂရုပြုရမည်ဖြစ်ပြီး မီဒီယာများရောက်ရှိနေခြင်းကို အခွင့်ကောင်းယူနိုင်သောသူများလည်း လူအုပ်ထဲတွင် ရှိနေသည်ကို သတိထားရမည်။

- 20.2 Live coverage of demonstrations and disturbances should be placed in context and should, where these incidents involve sensitive matters, such as race relations, be balanced in nature.

21 Relations with the police and other authorities

- 21.1 Media workers should not appear to act as direct agents of the police or other authorities since this could call into question their editorial independence or put the safety of their staff at risk.
- 21.2 This Code supports the principle that content which has not been published or broadcast should not be released to the authorities except where required by law, including in response to a court order.

22 Payment in criminal cases

- 22.1 Payments should not be made, directly or indirectly, to individuals who have been convicted of or have confessed to crimes, or to their associates or relatives, for information related to those crimes.
- 22.2 No payment or offer of payment should be made, directly or indirectly, for information to any person expected to be a witness in criminal proceedings until the proceedings are brought to a final conclusion by whatever means.
- 22.3 Payments of this kind may very exceptionally be allowed where this is justified in the public interest and where the content cannot be obtained by any other means.

23 Advertising, product-placement and ‘undue prominence’

- 23.1 Advertisements should be clearly distinguished from other media content, normally by a visual device or a jingle.

၂၀.၂။ ဆန္ဒပြမှုများနှင့် ဆူပူအုံကြွမှုများကို တိုက်ရိုက် ထုတ်လွှင့်မည်ဆိုပါက ယင်းတို့၏ နောက်ခံအကြောင်းများနှင့်တကွ ထုတ်လွှင့်ရမည်။ အထူးသဖြင့် လူမျိုးရေးကိစ္စများကဲ့သို့ အထိအရှက် မခံသော ပြဿနာရပ်များနှင့် ပတ်သက်ပါက သတင်းဖော်ပြပုံသည် မျှမျှတတရှိရန် လိုသည်။

၂၁။ ရဲတပ်ဖွဲ့၊ အခြားအာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများနှင့် ဆက်ဆံရေး

၂၁.၁။ မီဒီယာလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်သူများသည် ရဲတပ်ဖွဲ့နှင့် အခြားအာဏာပိုင် အဖွဲ့အစည်းများ၏ သတင်းပေးအဖြစ် ဆောင်ရွက်ခြင်း မပြုရပါ။ အဘယ့်ကြောင့်ဆိုသော် အယ်ဒီတာများ၏ သီးခြား လွတ်လပ်မှုနှင့် မီဒီယာတာဝန်ထမ်းဆောင်နေသူများအတွက် အန္တရာယ်ကျရောက်နိုင်ခြေရှိသော ကြောင့် ဖြစ်သည်။

၂၁.၂။ တရားရုံးအမိန့်အရ ဆောင်ရွက်ရသော အခြေအနေမျိုးမှလွဲ၍ ပုံနှိပ်ဖော်ပြခြင်း သို့မဟုတ် ထုတ်လွှင့်ထားခြင်းမရှိသော အကြောင်းအရာများကို လုံခြုံရေးအာဏာပိုင်များထံသို့ လွှဲပြောင်း ပေးခြင်း မပြုရ။

၂၂။ ရာဇဝတ်မှုများတွင် သတင်းဝယ်ယူခြင်း

၂၂.၁။ ရာဇဝတ်မှုကျူးလွန်ကြောင်း စီရင်ချက်ကျသူများ သို့မဟုတ် ဖြောင့်ချက်ပေးထားသူများ သို့မဟုတ် ၎င်းတို့၏ လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့် ဆွေမျိုးများအား ရာဇဝတ်မှုများနှင့် ပတ်သက်သော သတင်းအချက်အလက်များ ရရှိရန်အတွက် တိုက်ရိုက်ဖြစ်စေ၊ သွယ်ဝိုက်၍ဖြစ်စေ အခကြေးငွေ ပေး၍ ဝယ်ယူခြင်း မပြုရ။

၂၂.၂။ ရာဇဝတ်အမှုအခင်းများတွင် သက်သေဖြစ်နိုင်သောသူများထံမှ သတင်းအချက်အလက် များနှင့် အထောက်အထားများကို တနည်းနည်းဖြင့် အမှုအဆုံးသတ်စီရင်ချက်ချ မပြီးမချင်း တိုက်ရိုက်ဖြစ်စေ၊ သွယ်ဝိုက်၍ဖြစ်စေ ဝယ်ယူခြင်း၊ ဝယ်ယူရန် ကမ်းလှမ်းခြင်း မပြုရ။

၂၂.၃။ အထူးခြင်းချက်ပြုနိုင်သော အခြေအနေအချို့မှလွဲ၍ အများပြည်သူအကျိုးအတွက် ယင်းသတင်းအချက်အလက်များ လိုအပ်သည်ဟု သက်သေပြနိုင်ပြီး အခြားနည်းများဖြင့် ရရန်နည်းလမ်း မရှိသောအခါမျိုးမှအပ ထိုသို့ အခကြေးငွေပေး ဝယ်ယူခြင်း မပြုရ။

၂၃။ ကြော်ငြာခြင်း၊ ကုန်ပစ္စည်းများ ထည့်သွင်းပြသခြင်းနှင့် ကြော်ငြာမဟုတ်သော အစီအစဉ်များတွင် အလွန်အကျွံ ညွှန်းဆိုခြင်း

၂၃.၁။ ကြော်ငြာများနှင့် အခြားသော မီဒီယာအခန်းကဏ္ဍများကို ကော်လံခွဲဖော်ပြခြင်း၊ တီးလုံးသံစဉ်တစ်ခုဖြင့် အမှတ်အသားပြုခြင်းစသော သိသာထင်ရှားသည့် ပုံစံတစ်မျိုးမျိုးဖြင့် အမြင်အာရုံ ရှင်းလင်းစေရန် ခွဲခြားဖော်ပြရမည်။

- 23.2 Advertising should normally be confined to paid-for advertising space or time (‘commercial breaks’). Product placement within other media content in return for payment or other considerations is not acceptable. Where reference is made within programmes or articles to commercial products or services, they should not be given greater prominence than is justified by purely editorial considerations.
- 23.3 Advertising content should respect the principles of ‘legal, decent, honest and truthful’. Advertisements should observe similar criteria to editorial content in terms of taste, decency and social responsibility. It should not disparage identifiable competitors or other products and any comparisons should be based on facts which can be substantiated. Testimonials or endorsements should be genuine and relate to the endorser’s personal experience.

24 Competitions

- 24.1 Media outlets should ensure that, as regards media coverage of competitions, there is no collusion between the media outlet and contestants which results in an advantage for any contestant over any other.

25 Personal interest and influence

- 25.1 People engaged in the media should not allow personal or family interests to influence them in the conduct of their professional duties.
- 25.2 They should not allow themselves to be influenced by any person through an offer of payment, gift or other advantage, or by advertising or commercial considerations.

၂၃.၂၊ ကြော်ငြာများကို ပုံမှန်သတ်မှတ်ပေးလေ့ရှိသည့် စာမျက်နှာနေရာများနှင့် ထုတ်လွှင့်ချိန်များမှလွဲ၍ ကျန်နေရာများတွင် ထည့်သွင်းခြင်းကို ရှောင်ကြဉ်သင့်သည်။ အခြားသော မီဒီယာအခန်းကဏ္ဍများတွင်လည်း ကုန်ပစ္စည်းကြော်ငြာများ ထည့်သွင်းခြင်းကို ရှောင်ကြဉ်သင့်သည်။ စီးပွားဖြစ်ထုတ်လုပ်ရောင်းချသော ကုန်စည်၊ ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ပတ်သက်၍လည်း အစီအစဉ်အတွင်း ညွှန်းဆိုတင်ပြရန် လိုအပ်ပါက အယ်ဒီတာ လုပ်ထုံးလုပ်နည်းများကို ကျော်လွန်ခြင်းမရှိဘဲ အလွန်အမင်း ပေါ်လွင်ထင်ရှားအောင် အသားပေးဖော်ပြခြင်း မပြုရ။

၂၃.၃၊ ကြော်ငြာသော ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုများအားလုံးသည် တရားဝင်ခြင်း၊ ကောင်းမွန်ဆီလျော်ခြင်း၊ ရိုးဖြောင့်ခြင်းနှင့် အယုံကြည်ခံထိုက်ခြင်းစသော စည်းမျဉ်းများနှင့်အညီ ဖြစ်ရမည်။ ပရိသတ်များ ခံစားရသော အရသာ၊ ကောင်းမွန်ပြည့်စုံမှုနှင့် လူမှုတာဝန် သိမှုဆိုင်ရာ ကြော်ငြာများတွင်လည်း အယ်ဒီတာစံချိန်စံညွှန်းများကို အညွှန်းပြုသုံးစွဲရန် လိုသည်။ အခြားသော ဈေးကွက်ပြိုင်ဆိုင်သူများနှင့် ထုတ်ကုန်များအပေါ်တွင်လည်း ကဲ့ရဲ့ပြစ်တင်ခြင်းများကို ရှောင်ရှားရမည်။ ထို့အပြင် သက်သေအခိုင်အလုံ မပြနိုင်သော အချက်အလက်များကို အားကိုးပြီး နှိုင်းယှဉ်ဖော်ပြခြင်း မပြုရ။ စီးပွားဖြစ် ကုန်စည်၊ ဝန်ဆောင်မှုများနှင့်ပတ်သက်သည့် သက်သေခံချက်များ၊ ထောက်ခံပြောဆိုချက်များအားလုံးသည် အစစ်အမှန်ဖြစ်ရမည့်အပြင် ထောက်ခံသူ၏ ကိုယ်ပိုင်အတွေ့အကြုံအပေါ်တွင်သာ အခြေခံထားရမည်။

၂၄။ ပြိုင်ဆိုင်ခြင်း

၂၄.၁၊ မီဒီယာဌာနများသည် စီးပွားရေးနှင့်ပတ်သက်သော ယှဉ်ပြိုင်မှုများကို မျှတစွာ လွှမ်းခြုံဖော်ပြသင့်သည်။ ယှဉ်ပြိုင်သူတစ်ဦးက အခြားတစ်ဦးအပေါ် အသာစီးရစေရန် မီဒီယာနှင့် ယှဉ်ပြိုင်သူများအကြား မလျော်မကန် ပူးပေါင်းကြံစည်မှုမျိုး မရှိစေရ။

၂၅။ ပုဂ္ဂလအကျိုးစီးပွားများနှင့် ဩဇာလွှမ်းမိုးမှုများ

၂၅.၁၊ သတင်းမီဒီယာလုပ်ငန်းများတွင် ပရော်ဖက်ရှင်နယ် လုပ်ကိုင်ဆောင်ရွက်ကြသူများသည် ပုဂ္ဂလ သို့မဟုတ် မိသားစု အကျိုးစီးပွားများအတွက် ၎င်းတို့အပေါ် ဩဇာလွှမ်းမိုးခြင်း ခွင့်မပြုရ။

၂၅.၂၊ သတင်းမီဒီယာလုပ်ငန်းမှ ပရော်ဖက်ရှင်နယ် ဆောင်ရွက်ကြသူများ ကိုယ်တိုင်ကလည်း အခကြေးငွေ၊ တံစိုးလက်ဆောင်၊ အကျိုးခံစားခွင့် သို့မဟုတ် စီးပွားရေးကြော်ငြာများ ထည့်သွင်းမှုနှင့် အခြားစီးပွားရေး အကျိုးရလဒ်များကို အခြေခံပြီး ဩဇာလွှမ်းမိုးခံခြင်း မရှိစေရန်လည်း ရှောင်ကြဉ်ရမည်။

26 Financial journalism

- 26.1 People engaged in the media should not use financial information received in their professional capacity for their own or their families' profit, or pass it on to others, before it becomes publicly available.
- 26.2 They should not comment on financial holdings in which they or their families have an interest without disclosing that interest to their editor and, where appropriate, to the audience.
- 26.3 They should not buy or sell financial holdings about which they have published or broadcast recently or on which they are about to comment.

27 Other considerations of content and treatment for broadcasters

- 27.1 Subliminal techniques (the use of images and/or sounds of very short duration, of which the viewer or listener may not be consciously aware) should not be used in any context. Care should also be taken over the use of strobe light effects, which can aggravate certain medical conditions.
- 27.2 If a programme features a hypnotist, he or she should not be shown performing straight to camera. Demonstrations of exorcism or of occult practice are not permitted in news and current affairs programming, except where they are the subject of a legitimate investigation. Other programmes containing such content should not be scheduled before the 22:00 'watershed'.

၂၆။ ဘဏ္ဍာရေးအကြောင်းအရာများ တင်ဆက်မှု

၂၆.၁၊ သတင်းမီဒီယာလုပ်ငန်း လုပ်ကိုင်ရင်း ရရှိသော ဘဏ္ဍာရေးဆိုင်ရာ သတင်းအချက်အလက်များကို အများပြည်သူသိရှိအောင် ထုတ်ပြန်ခြင်းမပြုမီ မိမိ၏ သို့မဟုတ် မိသားစုပုဂ္ဂလ အကျိုးစီးပွားအတွက် အသုံးချခြင်း၊ အခြားသူများကို လွှဲပြောင်းပေးအပ်ခြင်း မပြုရ။

၂၆.၂၊ မိမိတို့ကိုယ်တိုင် သို့မဟုတ် မိသားစုဝင်များ ပိုင်ဆိုင်ပတ်သက်မှုရှိသော ဘဏ္ဍာငွေရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများနှင့် ပတ်သက်ပြီး သတင်းရေးသားမည်ဆိုပါက ထိုသို့ ဆက်စပ်မှုရှိကြောင်းကို အယ်ဒီတာထံသို့ဖြစ်စေ၊ လိုအပ်ပါက စာဖတ်ပရိသတ်ထံသို့ဖြစ်စေ ဖွင့်ဟအသိပေးရမည်။

၂၆.၃၊ သတင်းမီဒီယာများတွင် ပရော်ဖက်ရှင်နယ် ဆောင်ရွက်ကြသူများသည် ဆိုင်ရာမီဒီယာတွင် မကြာသေးခင်က သတင်းရေးသား ထုတ်လွှင့်ဖော်ပြမှု သို့မဟုတ် သတင်းခန့်မှန်း သုံးသပ်ချက်အဖြစ် ဖော်ပြမှုများနှင့် ပတ်သက်သည့် ဘဏ္ဍာငွေရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုများ ဝယ်ယူခြင်း၊ ရောင်းချခြင်း မပြုသင့်။

၂၇။ ရုပ်သံထုတ်လွှင့်သူများနှင့် ပတ်သက်ပြီး အကြောင်းအရာပိုင်းနှင့် စီစဉ်တင်ဆက်မှုအပိုင်းတွင် စောင့်ထိန်းသင့်သည်များ

၂၇.၁၊ ကြည့်ရှုသူ နားဆင်သူများ အသိစိတ်ကို ရှုပ်ထွေးစေနိုင်သည့် ရုပ်ပုံများနှင့် အသံများ အသုံးပြုခြင်းကို မည်သည့်အစီအစဉ်တွင်မျှ အသုံးမပြုသင့်ပါ။ ဓာတ်ပုံ၊ ဗီဒီယို လျှပ်ပြက်အလင်းများသည် လူ့ကျန်းမာရေးကို ထိခိုက်စေသောကြောင့် အထူးသတိပြု သုံးစွဲရမည်။

၂၇.၂၊ အိပ်မွေ့ချခြင်းကို တင်ပြသော အစီအစဉ်များတွင် အိပ်မွေ့ချသူအား ကင်မရာတည့်တည့်သို့ကြည့်ပြီး ဆောင်ရွက်ခြင်း မပြုစေရ။ မီဒီယာကျင့်ဝတ်နှင့် ဥပဒေကြောင်းအရ စုံစမ်းဖော်ထုတ်မှုများနှင့် တိုက်ရိုက်သက်ဆိုင်သော အခြေအနေမျိုးမှအပ အစိမ်းသရဲနှင်ခြင်းနှင့် အခြား စုန်းကဝေမှောင်ဆိုင်ရာ ကိစ္စရပ်များကို သတင်းနှင့် မျက်မှောက်ရေးရာ အစီအစဉ်များအတွင်း ထည့်သွင်းပြသခြင်း မပြုရ။ အခြားအစီအစဉ်များတွင် ထည့်သွင်းမည်ဆိုပါကလည်း ၂၂:၀၀ နာရီ နောက်ပိုင်းအချိန်များတွင်သာ ထည့်သွင်းရမည်။

28. NOTES

1. Children

Unless otherwise specified in this Code, *children* means individuals who are less than 18 years old. People aged 18 and over are regarded as adults.

2. The Public Interest

As indicated in this Code, in some cases media behaviour which is otherwise in breach of this Code may be justified by reference to an overriding public interest. In such cases, the Council will undertake a balancing of the public interest and the interest protected by the Code standard, to see which is dominant. The list of legitimate public interests is not closed, but some leading examples are: the detection, exposure or prevention of crime, corruption or serious impropriety; the protection of public health and safety; preventing the public from being misled on an important matter; and satisfying an overriding public right to know. Revealing the private affairs of public figures is legitimate where this is relevant to their performance in, or fitness for, their public roles.

It may be noted that ‘in the public interest’ is not the same as ‘of interest to the public’. Breach of this Code is not justified by mere curiosity. It is up to the media outlet to demonstrate that, in all of the circumstances, their behaviour was justified by reference to a legitimate and overriding public interest. In cases involving children, an exceptional public interest will be required to override the otherwise dominant interest of the child.

၂၈။ မှတ်ချက်

၁။ ကလေးသူငယ်

ဤသတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်တွင် အခြားနည်းများဖြင့် ပြဋ္ဌာန်းထားခြင်းမရှိလျှင် အသက် ၁၈ နှစ် မပြည့်သေးသူအားလုံးကို **ကလေးသူငယ်** ဟု သတ်မှတ်သည်။ အသက် ၁၈ နှစ်နှင့် အထက်ကို အရွယ်ရောက်သူဟု သတ်မှတ်သည်။

၂။ အများပြည်သူအကျိုးစီးပွား

ဤသတင်းမီဒီယာကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်တွင် ရည်ညွှန်းဖော်ပြထားချက်များအား ဖောက်ဖျက်သည်ဟု သတ်မှတ်ယူဆနိုင်သော လုပ်ဆောင်ချက်များသည် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဖြစ်စေသည်ဟု ခိုင်လုံပါက လက်ခံ အသိအမှတ်ပြုနိုင်သည်။ ဤသို့သော အခြေအနေများတွင် ကောင်စီသည် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားနှင့် ဤလမ်းညွှန်အရ ကာကွယ်ရန် ရည်မှန်းထားသော အကျိုးစီးပွားများအကြား ချိန်ညှိသုံးသပ်ပြီး မည်သည့်ဘက်က အလေးသာသည်ကို ဆုံးဖြတ်မည် ဖြစ်သည်။ အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဟု ခေါ်ဆိုနိုင်သည့် အကြောင်းအရာများစွာ ရှိသည့်အနက် ရာဇဝတ်မှု၊ အဂတိလိုက်စားမှု၊ ဆိုးရွားသော ကျင့်ဝတ်ဖောက်ဖျက်မှုများကဲ့သို့ အမှုကိစ္စများအား ထောက်လှမ်းခြင်း၊ ဖော်ထုတ်ခြင်းနှင့် ကြိုတင်ကာကွယ်တားဆီးခြင်း၊ အများပြည်သူကျန်းမာရေးနှင့် လုံခြုံရေးကို ကာကွယ်စောင့်ရှောက်ခြင်း၊ အများပြည်သူတို့ ရေလိုက်လွဲစေရန်ကြိုးပမ်းမှုများကို ကာကွယ်တားဆီးခြင်းနှင့် အများပြည်သူ၏ သတင်းအချက်အလက် သိရှိပိုင်ခွင့်ကို ဖြည့်ဆည်းပေးခြင်း စသည်တို့မှာ ထင်ရှားသောဥပမာများ ဖြစ်သည်။ အများပြည်သူဆိုင်ရာ လုပ်ငန်းနယ်ပယ် တစ်ခုခု၌ ထင်ရှားကျော်ကြားသူများ၏ လုပ်ငန်းစွမ်းဆောင်နိုင်စွမ်း၊ ကျန်းမာရေးအခြေအနေ၊ ပြည်သူများအကြားတွင်ရှိနေသော ၎င်းတို့၏ လက်ရှိအနေအထားများနှင့် စပ်လျဉ်း၍ ရေးသားဖော်ပြမှုများမှာ တရားဝင်သည်။

အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားဆိုသည်နှင့် အများပြည်သူ၏ စိတ်ပါဝင်စားမှုတို့ မတူညီသည်ကို သတိပြုမိကြရမည်။ စပ်စုလိုစိတ် သက်သက်ဖြင့် ဤကျင့်ဝတ်လမ်းညွှန်ပါ ပြဋ္ဌာန်းချက်များကို မချိုးဖောက်ရ။ သတင်းမီဒီယာများသည် မည်သို့သော အခြေအနေမျိုးတွင်မဆို ၎င်းတို့၏ လုပ်ဆောင်ချက်များ မှန်ကန်မှုတကြောင်းကို အများပြည်သူအကျိုးစီးပွားအား အခြေခံကြောင်းနှင့် တရားဝင်ဖြစ်ကြောင်းတို့ဖြင့် ဖော်ထုတ်ပြသနိုင်ရမည်။ ကလေးသူငယ်များနှင့် သက်ဆိုင်သော အကြောင်းအရာများနှင့် ပတ်သက်၍ ဖော်ပြရာတွင်လည်း အထူးခြင်းချက်ပြုပေးထားရန် လိုအပ်သည့် အများပြည်သူ အကျိုးစီးပွားတစ်ရပ်ဖြစ်မှသာ ဖော်ပြရမည်။ ။

