

ජනමාධ්‍යයේ නිරූපිත කාන්තා ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අධ්‍යයනයක්
(පුවත්පත් මාධ්‍යයට විශේෂිතව)

ඒ. ජී. අමාලි උත්පලා නන්දසිරි¹

නූතනයේ මාතෘත්වය, ප්‍රේමය, විවාහය, දරිද්‍රතාව, සාක්‍ෂරතාව, ශ්‍රම සුරාකෘම, යුද්ධය, ලිංගිකත්වය, ගණිකා වෘත්තිය, සමාජ විප්ලව, ආගම, දේශපාලනය වැනි ආර්ථික, සංස්කෘතික හා දේශපාලන ක්‍ෂේත්‍රවල කාන්තාව පිළිබඳ විවිධ විවරණ ඉදිරිපත් වී තිබේ. සමාජයේ විවිධ ක්‍ෂේත්‍රවල සාකච්ඡාවට බඳුන්වන ස්ත්‍රීත්වය නූතන ජනමාධ්‍ය සංදේශ සැකසීමේ දී ද යොදා ගන්නා ආකාරය විමර්ශනය කිරීම කාලෝචිත වූවකි. ඒ අනුව දිගු ඉතිහාසයකට උරුමකම් කියන ලාංකේය පුවත්පත සිය මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පෝෂණයෙහි ලා ස්ත්‍රීත්වය හා බැඳී 'කාන්තා ප්‍රතිරූපය' උපයෝගී කර ගන්නා ආකාරය සහ එය පුවත්පත වෙතින් නිරූපණය වන ආකාරය විමර්ශනය කිරීම මෙම අධ්‍යයනයේ මූලික අරමුණයි. පුවත්පත් අන්තර්ගතය තුළ 'කාන්තා ප්‍රතිරූපය' නිරූපණය වන්නේ කෙසේද? යන්න අධ්‍යයනයේ ගැටලුවයි. නූතන පුවත්පත සිය තොරතුරු අලෙවිකරණ පෙලඹුම්කාරකයක් කාන්තා ප්‍රතිරූපය භාවිත කෙරේ යන උපන්‍යාසය මත අධ්‍යයනය සිදුකෙරිණි. මෙහිදී මැයි මස සිට දෙසැම්බර් දක්වා මාස හයක කාලපරිච්ඡේදයේදී පළ වූ ලංකාදීප, දිවයින දිනමිණ හා මව්බිම යන දිනපතා පළවන පුවත්පත් අන්තර්ගතයෙහි 'ස්ත්‍රීත්වය' පිළිබඳ සංස්කෘතික සංකල්පය නිරූපණය වන ආකාරය විශ්ලේෂණය කෙරිණි. කාන්තාව පිළිබඳ පුවත්පතේ ඉදිරිපත් කරන සෑම සංකල්පයක් සඳහා ම ස්ත්‍රීත්වය සමඟ බැඳී ඓතිහාසික සංස්කෘතික අදහස් ප්‍රයෝජනයට ගෙන ඇත. කාන්තා සිරුර හා එහි හැඩය ඉස්මතු කෙරෙන රූප පුවත්පතේ විවිධාංග නිරූපණයන් සඳහා භාවිත කරයි. මාතෘත්වය හා තාරුණ්‍යය ප්‍රවෘත්ති, දැන්වීම්, සිරස්තල ආදියෙහි අර්ථ වඩාත් සංවේදී කරවීම පිණිස උපයෝගී කරගෙන ඇත. කාන්තා ප්‍රතිරූපය සමඟ බැඳුණු සංස්කෘතික අර්ථ භාණ්ඩවල ගුණය හා සේවාව ප්‍රවර්ධනය සඳහා තොරතුරු අලෙවිකරණ ක්‍රමවේදයක් ලෙස යොදාගෙන තිබේ. නමුත් පෙරදිග සමාජයේ කාන්තාව පිළිබඳ පවත්නා සමාජ විද්‍යාත්මක සහ දාර්ශනික දෘෂ්ටිවාද හා බැඳී ප්‍රතිරූප නූතන පුවත්පත් වාර්තාකරණය මගින් නිරූපණය නොවේ. කාන්තා පෞරුෂය, දැනුම, කාන්තාවගේ ජීවන දෘෂ්ටිය, ස්ත්‍රීත්වය පදනම් කරගත් ජන විඥානය නූතන මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් සකස් කිරීමේ දී හඳුනාගෙන ඇත්තේ මද වශයෙනි. කාන්තා පිළිබඳ පුවත්පත් මාධ්‍යයේ අර්ථ දක්වන ප්‍රතිරූපය සංස්කෘතික හා ආර්ථික රාමුවක සැකසී ඇත. එහිදී සන්නිවේදකයාගේ සමාජ පසුබිම අනුව 'ස්ත්‍රීත්වය' පිළිබඳ දරන සංස්කෘතික ආකල්ප මාධ්‍යය අන්තර්ගතයෙන් නිරූපණය වේ. සාම්ප්‍රදායික සමාජයේ කාන්තාව පිළිබඳ පවත්නා සමාජමය නොගැඹුරු ජනප්‍රිය ආකල්ප තවදුරටත් මාධ්‍ය මගින් නිරූපිත කාන්තා ප්‍රතිරූපය මගින් තහවුරු කරයි. එබැවින් ස්ත්‍රීත්වය හා බැඳුණු සමාජීය වටිනාකම් නිරූපණය කරනවා වෙනුවට ප්‍රචාරණ හා අලෙවිකරණ ක්‍රමෝපායක් ලෙස කාන්තා ප්‍රතිරූපය භාවිත කෙරේ.

ප්‍රමුඛ පද - කාන්තා ප්‍රතිරූපය, පුවත්පත, සංස්කෘතික මතවාද, ස්ත්‍රීත්වය, ජනමාධ්‍ය

¹සහකාර කථිකාවරිය, ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.