

ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ಹುಡುಕುವ ಮೊದಲು, ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ನಲ್ಲಿ ಸಿಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಯಾವ ಬಗೆಯವು ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಅವು ಯಾವುದನ್ನು ಆಪಲ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಹಾಗೂ ಇತರ ಕೆಲವು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಕಾಣಿಸುವುದು ಇಂಗ್ಲಿಷ್‌ನಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು. ಅಲ್ಲದೆ, ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ನೆಲೆ ಕಂಡುಕೊಂಡಿರುವ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಅಥವಾ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ, 'ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+'ನಲ್ಲಿ ಇರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ.

ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ಅ ಮೆ ಜಾ ನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಕೂಡ ಇವೆ. ಸೆಕ್ರೆಟ್ ಗೇಮ್ಸ್, ಟೈಲಾಂಡ್‌ಹ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಸರಣಿಗಳು ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯ ಕೂಡ ಆಗಿವೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಭಾರತ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ವೀಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಆದರೆ, ಈ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ ಹಿಂದಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಸದ್ಯಕ್ಕೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮಾತ್ರ. ಅದರಲ್ಲೂ, ಭಾರತದ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಹಾಗೂ ಕಲಾವಿದರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕಥೆಗಳು ಇಲ್ಲ.

'ಆಪಲ್‌ನ ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನ ಇರುವುದು ಸಮಾಜದ ಕೆನಪದರದವರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಎಂಬ ಭಾವನೆ ಇದೆ. ಆಪಲ್ ಕಂಪನಿಯು ಆ ವರ್ಗದವರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡೇ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತದೆ, ಅವುಗಳ ಬೆಲೆ ನಿಗದಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಟಿವಿ+ ಸೇವೆಯ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿಗದಿ ಮಾಡಿರುವ ಆಪಲ್, ಮುಂದೊಂದು ದಿನ ಭಾರತದ ಕಲಾವಿದರು, ನಿರ್ದೇಶಕರನ್ನೇ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಒಳ್ಳೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವುದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯಲಾಗದು' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತ ಬಂದಿರುವ ಕನ್ನಡಪರ ಕಾರ್ಯಕರ್ತ ಗೌತಮ್ ಹೆಗ್ಡೆ.

2019ರ ವೇಳೆಗೆ ಭಾರತದ ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್‌ನ ಪಾಲು ಶೇಕಡ 90.58ರಷ್ಟು ಇದೆ. ಆಪಲ್ ಕಂಪನಿಯ ಐಒಎಸ್ ಪಾಲು ಶೇಕಡ 2.79ರಷ್ಟು ಇದೆ. ಹೀಗಿದ್ದರೂ, ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್‌ನ ಪ್ಲೇಸ್‌ಟೋರ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ ಆಪ್ ಇಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹೊಂದಿರುವವರು, ವೆಬ್ ಬ್ರೌಸರ್ ಮೂಲಕ ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು.

'ಇದು ಕಂಪನಿಯ ಈ ಹಂತದ ನಡೆ. ಮುಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅದು ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್‌ಗೆ ಕೂಡ ಅದು ಆಪ್ ಸೌಲಭ್ಯ ಕಲ್ಪಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ, ಈಗ ಇರುವ ಬರೀ ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೂ ಭಾರತದ ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿಕೊಂಡ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೂ ಬಂದೇ ಬರುತ್ತವೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಚಿತ್ರ ನಿರ್ದೇಶಕ ಗಂಗಾಧರ ಸಾಲಿಮಠ.

'ನಾನು ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹುಡುಕಾಟ ನಡೆಸಿದಾಗ, ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮಾತ್ರ ಕಂಡವು. ಆದರೆ, ಮುಂದಿನ ಒಂದೆರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅವರು ಭಾರತದ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಹತ್ತಿರವಾಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಖಂಡಿತ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಿದ್ದಾರೆ. ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್, ಹಾಟ್‌ಸ್ಟಾರ್, ಅಮೆಜಾನ್ ಜೊತೆ ಆಪಲ್ ಕೂಡ ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲಿದೆ. ಆಗ ಸೃಜನಶೀಲ ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಬರುವುದು ಖಂಡಿತ' ಎನ್ನುವುದು ಸಾಲಿಮಠ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ.

ಭಾರತದ ಒಟಿಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸಿರುವ ಕಪಿಎಂಜಿ, ಶೇಕಡ 64ರಷ್ಟು ಜನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಿಂದಿಯಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ, ಶೇಕಡ 30ರಷ್ಟು ಜನ ಇತರ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ, ಇಂಗ್ಲಿಷ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ವೀಕ್ಷಿಸಲು ಬಯಸುವ ಜನರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇಕಡ 6ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಎಂದು ಹೇಳಿದೆ. ಅಂದರೆ, ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡು ಕೂತರೆ ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಸದ್ಧು ಮಾಡುವುದು ಕಷ್ಟದ ಕೆಲಸ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳೇ ಹೇಳುತ್ತವೆ.

'ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಇಲ್ಲಿನ ವೀಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿ ಭಾರತದ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಹೇಳಬೇಕು, ಭಾರತದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗಬಹುದು' ಎನ್ನುವುದು ಸಾಲಿಮಠ ಅನಿಸಿಕೆ.

## ಆಪಲ್‌ಗೊಂದು ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಮಾರ್ಗ

ಆಪಲ್ ಟಿವಿ+ ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಿರುವುದನ್ನೂ, ಈಗಾಗಲೇ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೆಲೆ ಕಂಡುಕೊಂಡಿರುವ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಹೊಸದಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನೂ ಒಟ್ಟಾಗಿ ಕಂಡರೆ ಭಾರತದ್ದೇ ಆದ ಕಥೆಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಕರ ಮುಂದಿರಿಸುವುದರ ಮಹತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಇನ್ನೊಂದಿಷ್ಟು ಹೊಳಹುಗಳು ಸಿಗುತ್ತವೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇನ್ನಷ್ಟು ಹೊಸ ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಜಾಗತಿಕ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಆಲೋಚನೆ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್‌ನದ್ದು. ಇದನ್ನು ಕಂಪನಿಯ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾ ಅಧಿಕಾರಿ ರೀಡ್ ಹೆಸ್ಟಿಂಗ್ಸ್ ಅವರೇ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

'ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಒಳ್ಳೆಯ ಕಥೆಗಳು ಇವೆ. ಇಂತಹ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳನ್ನು ವಿಶ್ವದ ಇತರ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿನ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ನಾವು ಹಣ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಹತ್ತು ಹಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧವಾಗುವ ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ವಿಶ್ವದ ಇತರ ಭಾಗಗಳ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದು ಕೂಡ ಅದು ಮಾಡುವ ಒಂದು ಕೆಲಸ' ಎಂದು ಹೆಸ್ಟಿಂಗ್ಸ್ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ₹ 3,000 ಕೋಟಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ಆಲೋಚನೆ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್‌ನದ್ದು.

'ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ವೆಬ್ ಸಿರಿಸ್‌ಗಳಾದ ಲೈಲಾ ಮತ್ತು ಸೆಕ್ರೆಟ್ ಗೇಮ್ಸ್ ಅನ್ನು ವಿಶ್ವದ ಎಲ್ಲೆಡೆ ವೀಕ್ಷಿಸಲಾಯಿತು. ಹಾಗೆಯೇ, 'ಮೈಟಿ ಲಿಟಲ್ ಭೀಮ್' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಕೂಡ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನ ವೀಕ್ಷಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಭೀಮ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಬ್ರೆಜಿಲ್, ಕೆನಡಾ ದೇಶಗಳ ಜನರೂ ವೀಕ್ಷಿಸಿದ್ದಾರೆ' ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ ಹೆಸ್ಟಿಂಗ್ಸ್. ಈ ಎಲ್ಲ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಭಾರತದ್ದೇ ಕಥೆ ಹೊಂದಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಅಷ್ಟೆಲ್ಲ ದೇಶಗಳ ಜನ ಇವುಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂದಾದರೆ, ಆ ಕಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೂ ಗುರುತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್ ಹಾಗೂ ಇತರ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್ ಉಪಕರಣಗಳ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ 'ದೈತ್ಯ' ಎಂಬ ಹೆಸರು ಸಂಪಾದಿಸಿದವರು ಆಪಲ್‌ಗೆ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್‌ನ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದಲ್ಲಿ ಒಂದಿಷ್ಟು ಹೊಳಹುಗಳು ಖಂಡಿತ ಸಿಗಬಹುದು.