

ಪುನೀತ್ ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್ ಅಭಿನಯದ 'ಯವರತ್ನ', ಸುದೀಪ್ ಅಭಿನಯದ 'ಕೋಟಿಗೊಬ್ಬ 3' ಮತ್ತು 'ವಿಕ್ರಾಂತ್ ರೋಣ', ದುನಿಯಾ ವಿಜಯ್ ಅಭಿನಯದ 'ಸಲಗ' - ಹೀಗೆ ಜನಸಮೂಹವನ್ನು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಕ್ಕೆ ಸೆಳೆಯುವ ಸ್ಟಾರ್‌ಗಳ ಸಿನಿಮಾಗಳು ತೆರೆಯ ಮೇಲೆ ಬರಲು ಸರತಿ ನಿಂತಿದ್ದವು. ಅಂದಮೇಲೆ ಕೇಳಬೇಕೆ? 'ನೋಡುತ್ತಿರಿ, ಚಿತ್ರರಂಗ ಹೇಗೆ ದೂಳುಕೊಡವಿಕೊಂಡು ಎದ್ದು ನಿಲ್ಲುತ್ತದೆ. ಜನ ಹಿಂದಿನ ದಿನಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಾರೆ' ಎನ್ನುವ ಮಾತುಗಳು ಕೇಳಿಬರುತ್ತಲೇ ಇದ್ದವು.

ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳು ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಶೇ 50ರಷ್ಟು ಜನರಿಗೆ, ನಂತರ ಶೇ ನೂರರಷ್ಟು ಜನರಿಗೆ ತೆರೆದುಕೊಂಡವು. ಆದರೆ ಗಾಂಧಿನಗರ ನಂಬಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಹಾಗೆ ಜನರೇನೂ ಮುಗಿಬೀಳಲಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆಯೇ ಜನ ಬರದೆಯೂ ಇರಲಿಲ್ಲ. 'ಪೊಗರು' ಮತ್ತು 'ರಾಬರ್ಟ್' ಸಿನಿಮಾಗಳು ಭರ್ಜರಿ ಯಶಸ್ಸು ಗಳಿಸಿವೆ ಎಂಬ ಬೊಬ್ಬೆ ಊರತುಂಬ ಕೇಳಿಸಿದ್ದೇನೋ ನಿಜ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ 'ರಾಬರ್ಟ್' ನೂರು ಕೋಟಿ ಕ್ಲಬ್ ಸೇರಿದೆ ಎಂಬ ಸುದ್ದಿಯೂ ಸುಡುನೀಲದಲ್ಲಿ ತಂಗಾಳಿಯ ಹಾಗೆ ಬೀಸಿಹೋಯಿತು. ಆದರೆ ಗಾಂಧಿನಗರದ ಅಂತರಂಗವನ್ನು ಅರಿತವರು ಹೇಳುವುದೇ ಬೇರೆ.

"ಪೊಗರು ಸಿನಿಮಾವನ್ನು ಮೊದಲು ಎರಡು ದಿನ ಜನ ಮುಗಿಬಿದ್ದು ನೋಡಿದ್ದು ನಿಜ. ಆದರೆ ಮೂರನೇ ದಿನದಿಂದಲೇ ಕಲೆಕ್ಟನ್ ಕುಸಿಯಿತು.



ಮನೋಜ್

ಮೊದಲೆರಡು ದಿನಗಳನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ನೋಡಿದರೆ ಉಳಿದಂತೆ ಗಲ್ಲಾಪೆಟ್ಟಿಗೆ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರದಲ್ಲಿ ಅಂಥ ಪೊಗರೇನೂ ಕಾಣಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಮೊದಲ ಎರಡು ದಿನಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಅದು ಹತ್ತಿರ ಹತ್ತಿರ ಮೂವತ್ತು ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಿತ್ತು. ನಂತರ ಟಿವಿ ಹಕ್ಕಿನ ಮಾರಾಟದ ಹಣವೂ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು ನಿರ್ಮಾಪಕರ ಖರ್ಚಿನ ಬಾಬತ್ತನ್ನು ಅಂತೂ ಇಂತೂ ತುಂಬಿಬಹುದು. ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚೆಂದರೆ ಮೂರು ನಾಲ್ಕು ಕೋಟಿ ಖೋತಾ ಆಗಿರಬಹುದಷ್ಟೆ" ಎನ್ನುತ್ತವೆ ಗಲ್ಲಾಪೆಟ್ಟಿಗೆಯ ಸದ್ದನ್ನು ಹತ್ತಿರದಿಂದ ಕೇಳಿರುವ ಮೂಲಗಳು.

'ರಾಬರ್ಟ್' ಸಿನಿಮಾ ಗೆಲುವಿನ ನಗೆ ಬೀರಿರುವುದು ನಿಜವೇ. ಆದರೆ ನೂರು ಕೋಟಿ ಕ್ಲಬ್ ಎನ್ನುವುದೆಲ್ಲ ಗಾಳಿಮಾತಷ್ಟೆ ಎನ್ನುತ್ತದೆ ಇನ್ನೊಂದು ಮೂಲ. 'ರಾಬರ್ಟ್ ಹೆಚ್ಚೆಂದರೆ ಐವತ್ತು ಕೋಟಿ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಿರಬಹುದು.

ಆದರೆ ಅದರಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಪಕರ ಕೈಗೆ ಸಿಗುವುದು ಮೂವತ್ತು ಕೋಟಿ ಮಾತ್ರ. ಉಳಿದೆಲ್ಲವೂ ಚಿತ್ರಮಂದಿರದ ಬಾಡಿಗೆ, ವಿಜಯಯಾತ್ರೆಯ ಜಾತ್ರೆಗಳಿಗೆ ಹೋಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ಅದೂ ಬ್ರೇಕ್ ಇವನ್ ಅಷ್ಟೆ" ಎನ್ನುವುದು ಅದೇ ಮೂಲದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ.

'ಯವರತ್ನ' ಸಿನಿಮಾದ್ದಂತೂ ಬೇರೆಯದೇ ಕಥೆ. ಇಂದಿಗೂ ಏಕಪರದೆಯ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಗೆ ಕುಟುಂಬಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯಬಲ್ಲ ಕನ್ನಡದ ವಿರಳ (ಒಬ್ಬರೇ ಎಂದರೂ ಸುಳ್ಳಾಗದು) ಸ್ಟಾರ್ ನಟರಲ್ಲಿ ಪುನೀತ್‌ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್ ಒಬ್ಬರು. ಇಂಥ ಕೊರೊನಾ ಕಾಲದಲ್ಲಿಯೂ ಬೆಂಗಳೂರಿನ ನವರಂಗ್‌ನಂಥ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಕ್ಕೆ ಅಜ್ಜಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಮಕ್ಕಳು, ಮೊಮ್ಮಕ್ಕಳು ಬರುವುದನ್ನು ಪುನೀತ್ ಸಿನಿಮಾ ಬಿಡುಗಡೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಷ್ಟೇ ನೋಡಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆದರೆ ಈ ಸಲ ಕೊರೊನಾ ಸಂಕಷ್ಟದಲ್ಲಿಯೂ ರಿಸ್ಕ್ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ 'ಯವರತ್ನ' ನಿರಾಸೆ ಮಾಡಿದ್ದ. ಚಿತ್ರಮಂದಿರದ ಕತ್ತಲಿಂದ ಜನರು ಹೊರಬರುವಷ್ಟರಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತೆ ಚಿತ್ರಮಂದಿರದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಶೇ 50ಕ್ಕೆ ಇಳಿಸಿತ್ತು. ಚಿತ್ರಮಂದಿರದಲ್ಲಿ ಇರುವಾಗಲೇ 'ಯವರತ್ನ' ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಯಿತು. ಅಲ್ಲಿಗೆ 'ಯವರತ್ನ' ಯಶಸ್ಸನ್ನು ನೀವೇ ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಈಗ ಕೊರೊನಾ ಎರಡನೇ ಅಲೆ ಅಪ್ಪಳಿಸಿದೆ.

'ಒಂದು ಸಿನಿಮಾ ತಯಾರಾಗಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನು ಜನ ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಸಿನಿಮಾ ಸೋಲುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಗೆಲ್ಲುತ್ತದೆ'. ಸಿನಿಮಾ ವ್ಯವಹಾರ ಜನರಿಗೆ ಕಾಣುವುದು ಇಷ್ಟೆ. ಸಿನಿಮಾ ವ್ಯವಹಾರ ಇದೇ ಮೂರು ಹಂತದಲ್ಲಿಯೇ ನಡೆಯುವುದಾದರೂ ಹಂತಗಳ ನಡುವೆ ಅನೇಕ ಸಂಕೀರ್ಣ ದಾರಿಗಳಿರುತ್ತವೆ.

ಒಂದು ಸಿನಿಮಾ ಸಿದ್ಧವಾದಮೇಲೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಿರ್ಮಾಪಕರು ಬಿಡುಗಡೆಗೆ ವಿತರಕರ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ವಿತರಕರು ಸಿನಿಮಾವನ್ನು ನೋಡಿ ವ್ಯವಹಾರ ಕುದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ದೊಡ್ಡ ನಟ, ನಿರ್ದೇಶಕರ ಸಿನಿಮಾವಾದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಗೆ ವಿತರಣೆ ಹಕ್ಕನ್ನು ಕೊಂಡು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವುದಷ್ಟೇ ಅವರ ಕೆಲಸ. ಚಿತ್ರಮಂದಿರದ ಬಾಡಿಗೆಯಿಂದ ಹಿಡಿದು, ನಾಯಕನಟನ ಕಟೌಟಿಗೆ ಹಾಕುವ ಹಾರದವರೆಗೆ ನಿರ್ಮಾಪಕನ ಜೇಬಿನಿಂದಲೇ ಕರ್ಚಾಗುವುದು.

ವಿತರಣೆಯ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿಯೂ ಎರಡು ವಿಧಗಳಿವೆ. ಒಂದು, ಎಲ್ಲ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಬರುವ ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಇಷ್ಟು ಪರ್ಸೆಂಟೇಜ್ ಎಂದು ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಇನ್ನೊಂದು, ಇಷ್ಟು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತೇವೆ, ಇಷ್ಟು ಹಣ ಕೊಡಿ ಎಂದು ಮಾತಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

ವಿತರಣೆಯ ನಂತರ ಬರುವುದು ಪ್ರಚಾರದ ಕೆಲಸ. ಅತ್ಯಂತ ಕನಿಷ್ಠ ಎಂದರೂ ಒಂದು ಸಿನಿಮಾಗೆ ರಾಜ್ಯದಾದ್ಯಂತ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಇಪ್ಪತ್ತು ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯಮ ಬಜೆಟ್ ಎಂದರೆ ಐವತ್ತು ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿವರೆಗೆ ಖರ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಭರ್ಜರಿಯಾಗಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ ಎನ್ನುವವರ ಪ್ರಚಾರದ ಖರ್ಚು ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿಗಳ ಗಡಿ ದಾಟುತ್ತದೆ.

ಇನ್ನು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳೆಲ್ಲ ಬೇರೆಯದೇ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ

ಏಕಪರದೆ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳು ವಾರದ ಬಾಡಿಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಚಿತ್ರವರ್ಧನ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಮುಖ್ಯ ಚಿತ್ರಮಂದಿರವೊಂದರ ವಾರದ ಬಾಡಿಗೆ ನಾಲ್ಕು ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿಗಳು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಚಿತ್ರಮಂದಿರವೆಂದರೂ ಎರಡೂವರೆಯಿಂದ ಮೂರು ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ ಬಾಡಿಗೆ. ಎರಡೇ ದಿನಕ್ಕೆ ಚಿತ್ರಮಂದಿರ ಖಾಲಿ ಹೊಡೆಯಲಾರಂಭಿಸಿದರೂ ಇಡೀ ವಾರದ ಬಾಡಿಗೆ ಕೊಡಲೇಬೇಕು.

ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಕೊಂಚ ಭಿನ್ನ. 'ಬಂದಿದ್ದರಲ್ಲಿ ಪಾಲು ಕೊಡಿ' ಎನ್ನುವುದು ಅವರ ಪಾಲಿಸಿ. ಚಿತ್ರ ಬಿಡುಗಡೆಯಾದ ಮೊದಲ ವಾರ 70:30ರ ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿ ಲಾಭ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಬಂದ ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಶೇ 30ರಷ್ಟು ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್ ಮಾಲೀಕರಿಗೆ, ಶೇ 70ರಷ್ಟು ನಿರ್ಮಾಪಕರಿಗೆ. ಎರಡನೇ ವಾರ ಇದು 50:50ಕ್ಕೂ ಮೂರನೇ ವಾರ 60:40ಕ್ಕೂ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಾಗೆಂದು ಇದೂ ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಕಾಣುವಷ್ಟು ಸರಳವೇನಲ್ಲ. ಮಾರ್ನಿಂಗ್ ಶೋಗೆ ಜನ ಬರದಿದ್ದರೆ ಮ್ಯಾಟಿನಿ ಕ್ಯಾನ್ಟನ್ ಮಾಡಿಸುವ ಪಕ್ಕಾ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಕಾರ್ಯಗಳೂ ಇಲ್ಲಿಯೇ ಕಾಣುತ್ತವೆ. ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿ ವಾರದ ಷಷ್ಠಾ ಶೋ ನಂತರ ಜನರು ಕುದುರಿಕೊಂಡು ದಾಖಲೆಯ ಗೆಲುವು ಸಾಧಿಸಿದ 'ಪ್ರೇಮಲೋಕ', 'ಮುಂಗಾರು ಮಳೆ'ಯಂಥ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿದ್ದರೆ ಹೇಳಹಸಿರಿಲ್ಲದಂತೆ ಮಾಯವಾಗಿ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದವು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ಮುಖ ಅನಾವರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಇಷ್ಟೆಲ್ಲ ಆಗಿ ಜನರು ನೋಡಿ ಹರಸಿದರೂ, ಅವರು ನೀಡಿದ ಹಣದ ಛೇಲಿ ಹಲವು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಪರ್ಸೆಂಟೇಜ್ ಕತ್ತರಿಸಿಕೊಂಡು ನಿರ್ಮಾಪಕನ ಕೈಗೆ ಬರುವಾಗ ಅರೆಕಾಸಿನ ಮಜ್ಜಿಗೆಯಷ್ಟೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸಿನಿಮಾ ವ್ಯವಹಾರ ಹೇಗೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ?