

ಎಂಥ ಒಳ್ಳೆಯ ಸಿನಿಮಾ ಇದ್ದರೂ ಅವರು ತಿರುಗಿಯೂ ನೋಡುವುದಿಲ್ಲ' ಎಂದು ವಾಸ್ತವ ಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ರೂಪಾರಾವ್ ನಿರ್ದೇಶನದ 'ಗಂಟುಮೂಟೆ' ಚಿತ್ರವನ್ನು ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಒಳ್ಳೆಯ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಕೊಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದು ಚಿತ್ರರಂಗದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಸಂಚಲನ ಹುಟ್ಟಿಸಿತ್ತು. ಆದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ಕಾರಣಗಳಿವೆ. ಆ ಸಿನಿಮಾ ಬಗ್ಗೆ ಆಗಲೇ ಒಳ್ಳೆಯ ಮಾತು ಕೇಳಿಬರುತ್ತಿತ್ತು. ಸಿನಿಮಾದ ಸ್ವರೂಪವೂ ಒಟ್ಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗೆ ಹೊಂದುವ ಹಾಗೆಯೇ ಇತ್ತು. ಹಾಗಾಗಿ ವರ್ಕ್ ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಕಾರಣದಿಂದಲೇ ಖರೀದಿಸಿದ್ದರು. ಆದರೆ ಎಲ್ಲ ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೂ ಹಾಗೆಯೇ ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂದೇನಿಲ್ಲ. ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿರುವ, ಒಳ್ಳೆಯ ಕಂಟೆಂಟ್ ಇರುವ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಟಿ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದೇನೋ ನಿಜ. ಆದರೆ ಅದಕ್ಕೂ ಒಂದು ಮಿತಿಯಿರುತ್ತದೆ. ಆ ಮಿತಿಯಲ್ಲಿ ಇಂಡಸ್ಟ್ರಿಯಲ್ಲಿ ತಯಾರಾಗುವ ಶೇ 5ರಷ್ಟು ಸಿನಿಮಾಗಳೂ ಬರುವುದಿಲ್ಲ.

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ 'ಆಕ್ಟ್ 1978' ಸಿನಿಮಾ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿತ್ತು. ಅದರ ನಿರ್ದೇಶಕ ಮಂಸೋರೆ ಒಟ್ಟಿಟಿಯ ಕುರಿತಾದ ಇನ್ನಷ್ಟು ಕಟುಸತ್ಯಗಳನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿಡುತ್ತಾರೆ.

'ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಅನ್ನೇ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಅಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನೂ ಕೊಳ್ಳಲು ಒಂದಿಷ್ಟು ಬಜೆಟ್ ನಿಗದಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಬಜೆಟ್ ಇರುವುದು ಕನ್ನಡ ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಅವರು.

ಮಂಸೋರೆ ಅವರು ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ, ಯಾವುದೇ ಒಟ್ಟಿಟಿಯವರು ತಮಗೆ ನಿಗದಿಯಾದ ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಮೊದಲು ಸ್ಟಾರ್ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ವಿನಿಯೋಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಿನಿಮಾ



ಹಿಮೆಶ್ ರಾಜ್

ಚೆನ್ನಾಗಿರಲಿ ಬಿಡಲಿ, ಜನರು ಒಮ್ಮೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ ಓಪನ್ ಮಾಡುವಷ್ಟು ಚಿತ್ರ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿರಬೇಕು. ನಂತರ ಒಳ್ಳೆಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಯಾರಿಸಿದ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಅಪರೂಪಕ್ಕೋಮ್ಮೆ ತುಂಬ ಒಳ್ಳೆಯ ಮಾತುಗಳು ಕೇಳಿಬರುತ್ತಿದ್ದರೆ ಬೇರೆ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

'ಲಾಕ್‌ಡೌನ್ ನಂತರ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ಗೆ ಬರುವ ಸಿನಿಮಾಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ವಿಪರೀತ ಜಾಸ್ತಿ ಆಯಿತು. ಆದರೆ ಅವರು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಂಡುಕೊಂಡ ಸಿನಿಮಾಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಚಿತ್ರಗಳು ನಷ್ಟವನ್ನೇ ಅನುಭವಿಸಿದವು. ಹಾಗಾಗಿ ಈಗ ಸಿನಿಮಾ ಕೊಳ್ಳುವ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಿಗಿ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ' ಎನ್ನುವ ಮಂಸೋರೆ, 'ಮೊದಲೇ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಬೇರೆ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಒಟ್ಟಿಟಿಯಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲು ಯಾವ ಒಟ್ಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳೂ ಈಗ ಉತ್ತಾಹ ತೋರಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಚಿತ್ರಮಂದಿರದಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಲಿ, ಜನರ ಸ್ಪಂದನವನ್ನು ನೋಡಿಕೊಂಡು ನಂತರ ಖರೀದಿಸಬೇಕಾ ಬೇಡವಾ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತೇವೆ ಎಂಬ ಉತ್ತರ ಅವರಿಂದ

ಬರುತ್ತಿದೆ' ಎಂದು ಒಟ್ಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯ ವಾಸ್ತವ ದರ್ಶನ ಮಾಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

**ಪ್ರೈಮ್ ವಿಡಿಯೊ ಡೈರೆಕ್ಟ್**

ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಈಗ ಪಿವಿಡಿ (ಪ್ರೈಮ್ ವಿಡಿಯೊ ಡೈರೆಕ್ಟ್) ಎಂಬ ಹೊಸ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ತಂದಿದೆ. 'ಪಿವಿಡಿ ಅನ್ನುವುದು ಒಂದು ಅಂಗಡಿ ಇದ್ದ ಹಾಗೆ. ನಾವು ಅಂಗಡಿ ಹಾಕಿಕೊಡ್ಡೀವಿ. ಅಲ್ಲಿ ಕೂತು ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಸಿನಿಮಾ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಿ. ನಾವು ಜಾಗ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಕ್ಕೆ ಆದ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಕಮೀಷನ್ ಕೊಡಿ' ಎನ್ನುವುದು ಈ ವೇದಿಕೆಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ. 'ಈಗ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಫಿಲ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಮಂಸೋರೆ.

ಮೊದಲು ಸುಲಭವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಪಿವಿಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಕುತ್ತಿದ್ದರು. ಈಗ ಹಾಗಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಒಂದೋ ನಿಮ್ಮ ಸಿನಿಮಾ ಚಿತ್ರಮಂದಿರದಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿರಬೇಕು. ಇಲ್ಲವೇ ಬಿಡುಗಡೆಗೆ ಸಜ್ಜಾಗುವಷ್ಟು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿರಬೇಕು. ಆಗ ಒಟ್ಟಿಟಿಯ ತಂಡ ಮೆಟಾಡೇಟಾ ತೆಗೆದು, ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಜನರ ಸ್ಪಂದನ ಹೇಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಒಂದು ರಿಪೋರ್ಟ್ ತಯಾರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆ ರಿಪೋರ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದಷ್ಟು ಒಳ್ಳೆಯ ಸ್ಪಂದನ ಇದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಪಿವಿಡಿ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಕಳೆದ ವರ್ಷ ಒಂದು ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿದ್ದ ಒಂದು ಸಿನಿಮಾಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಸ್ಪಂದನ ಇತ್ತು. ಯಾರೂ ಅದರ ಕುರಿತು ನಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮಾತಾಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಆ ಸಿನಿಮಾ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ನ ಮೆಟಾಡೇಟಾ ಅಧ್ಯಯನ ತಂಡದ ರಿಪೋರ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಾಸ್ ಆಗಲು ವಿಫಲವಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವರು ಸಿನಿಮಾವನ್ನು ಪಿವಿಡಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲೂ ಬಿಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದು ವಾಸ್ತವ.

ವಿವಿಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನವಾದ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಜನರು ಎಷ್ಟು ಕಾಲಾವಧಿ ವೀಕ್ಷಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನುವುದರ ಮೇಲೆ ಅವರಿಗೆ ಹಣ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೂ ತುಂಬ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ನಿರ್ಮಾಪಕನ ಜೇಬಿಗೆ ಸಿಗುವುದು ಚಿಲ್ಲರೆ ಕಾಸಷ್ಟೇ. ಆದರೆ ಸದ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಒಳ್ಳೆಯ ದಾರಿ ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ ಬಂದಷ್ಟು ಬರಲಿ ಎಂದು ನಿರ್ಮಾಪಕರು ಯೋಚಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಪಿವಿಡಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನವಾಗುವ ಸಿನಿಮಾದ ಹಕ್ಕುಗಳು ನಿರ್ಮಾಪಕನಲ್ಲಿಯೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲೂ ಈ ಚಿತ್ರ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಅವಕಾಶ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ ಎನ್ನುವುದೊಂದು ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಫ್ಲಸ್ ಪಾಯಿಂಟ್. ಅಲ್ಲದೆ ಈ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಿದ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯವರು ಡಬ್ಬಿಂಗ್, ರೀಮೇಕ್ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಮುಂದೆ ಬರಬಹುದು. ಮಂಸೋರೆ ಅವರ 'ಆಕ್ಟ್



ಕೃಷ್ಣ ಟಾಕೀಸ್