

‘ಬ್ಲಿಂಕ್ ಸಿನಿಮಾ ಬಗ್ಗೆ ಈಗ ಜನರು ಒಳ್ಳೆಯ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದು ಮೊದಲು ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಪ್ರದರ್ಶನ ಕಂಡಿತು. ಅಲ್ಲಿ ನೋಡಿದ ಮೇಲೆ ಜನರಿಂದ ಒಳ್ಳೆಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಬಂತು. ಹೀಗೆಯೇ ಬಾಯಿಂದ ಬಾಯಿಗೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹರಿದ ನಂತರ ನರ್ತಕಿ, ವೀರೇಶ್ ತರಹದ ಸಿಂಗಲ್ ಸ್ಟ್ರೀನ್ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಗೆ ನಮ್ಮ ತಂಡದವರು ಹೋದರು. ಈ ಸಿನಿಮಾ ಹೇಗಿದೆ ಎಂದು ನೋಡಿ, ಮೊದಲೇ ಸಿಂಗಲ್ ಸ್ಟ್ರೀನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಕಬಹುದಿತ್ತಲ್ಲವೆ? ಹೊಸಬರ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಚೆನ್ನಾಗಿದ್ದರೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಅತ್ತ ಕಡೆಯಿಂದಲೂ ಸಿಗಬೇಕಲ್ಲವೆ? - ಚೈತ್ರಾ ಹಾಕಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಭವವೂ ಬೆರೆತಿತ್ತು.

ಆ ಕಾಲ ಹಾಗೂ ಈ ಕಾಲ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಈ ಹೊಸ ನಟಿ ನೋಡುವ ಕ್ರಮವೇ ಬೇರೆ. ‘ಆಗ ಟಿವಿ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಸಿನಿಮಾವೊಂದೇ ಮನರಂಜನಾ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿತ್ತು. ಟಿವಿ ಬಂದಮೇಲೆ ಚಾನಲ್‌ಗಳು ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದವು. ಆಗಲೂ ಸಿನಿಮಾ ಮನರಂಜನೆಯ ಬೇಡಿಕೆ ಚೆನ್ನಾಗಿಯೇ ಇತ್ತು. ಈಗ ಹಾಗಲ್ಲ. ಜನರಿಗೆ ಇರುವ ಅವಕಾಶಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿವೆ. ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ ಕೂಡ ಇವತ್ತು ಮನರಂಜನೆಯ ಮಾಧ್ಯಮ; ಸಿನಿಮಾ, ಟಿವಿ, ಒಟಿಟಿಯಷ್ಟೆ ಅಲ್ಲ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತೆಲುಗು, ಮಲೆಯಾಳ, ಹಿಂದಿ, ತಮಿಳು ಎಲ್ಲ ಭಾಷೆಯ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಈಗ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡಲು ಸಿಗುತ್ತಿವೆ. ಆ ಕಂಟೆಂಟ್ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ವಿಮರ್ಶೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಹೋಲಿಸಿ ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಅಣ್ಣಾವ್ರ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಬರುತ್ತಿದ್ದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಜನರು ಅವಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಕಾಯುತ್ತಿದ್ದರು. ಇಷ್ಟೊಂದು ಸ್ಪರ್ಧೆ ಆಗ ಇರಲಿಲ್ಲ’ ಎಂದು ಚೈತ್ರಾ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಇಳಿದರು.



ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಒಳ್ಳೆಯ ಅಕೌಸ್ಟಿಕ್, ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾದ ಆಸನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಬಂದರೆ ಅವುಗಳಿಗೂ ಉಳಿಗಾಲ ಇದೆ. ‘ಒನ್‌ಸ್ಟಾಪ್ ಡೆಸ್ಟಿನೇಷನ್’ ತರಹ ಆಗಿರುವ ಮಾಲ್‌ಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಹಣವನ್ನು ಬೇಡುತ್ತಿರುವುದು ಬರೀ ಸಿನಿಮಾ ಒಂದರಿಂದಲೇ ಅಲ್ಲ.

-ಚೈತ್ರಾ ಆಚಾರ್, ನಟಿ

ಹೊಸಕಾಲದ ಬೇಡಿಕೆ...

ಹಳೆಯದೇ ಚಡಪಡಿಕೆ

-ತರುಣ್ ಸುಧೀರ್

ಪುಟ್ಟಣ್ಣ ಕಣಗಾಲ್, ಸಿದ್ದಲಿಂಗಯ್ಯ ಅವರಂತಹ ನಿರ್ದೇಶಕರು ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಎರಡೆರಡು ಸಿನಿಮಾ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅವರಿಗೆ ಕಾದಂಬರಿ ಸಿಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅದನ್ನು ಚಿ. ಉದಯಶಂಕರ್ ಅವರಂತಹವರು ಚಿತ್ರಕಥೆಗೆ ಒಗ್ಗಿಸಿಕೊಡುತ್ತಿದ್ದರು. ನಿರ್ದೇಶಕರು ಎತ್ತಿಕೊಂಡು ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿ ಸಿನಿಮಾ ತಯಾರು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಇಲ್ಲಿ ಮೂರು ಸೃಜನಶೀಲ ಮನಸ್ಸುಗಳು ಇರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಇವತ್ತು ಬಹುತೇಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು ಅವರೇ ಬರೆಯುತ್ತಾ ಕೂರಬೇಕು. ಅವರೇ ಸಂಭಾಷಣೆ ತಿದ್ದಬೇಕು. ಹೀಗಾಗಿಯೇ ಸಿನಿಮಾ ಮಾಡುವ ಅವಧಿಯೂ ಲಂಬಿಸಿದೆ.

ನಮ್ಮ ಹಿಂದಿನ ತಲೆಮಾರಿನವರು ನೆಲಮಂಗಲದಿಂದ ಮೆಜೆಸ್ಟಿಕ್ ಅನ್ನು ಬಸ್‌ನಲ್ಲೇ ಪ್ರಯಾಣ ಮಾಡಿಯೂ ಮುಕ್ಕಾಲು ಗಂಟೆಗೆ ತಲುಪುತ್ತಿದ್ದರು. ಈಗ ಎರಡು

ಗಂಟೆ ಆದರೂ ತಲುಪುವುದು ಅನುಮಾನ. ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿ ಟ್ರಾಫಿಕ್ ಗಿಜಿಗಿಜಿ. ಚಿತ್ರೋದ್ಯಮವೂ ಹಾಗೆಯೇ. ನಿರ್ದೇಶಕನೊಬ್ಬ ತನ್ನ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲ ನಿಲ್ದಾಣ ತಲುಪಲು ಎಲ್ಲ ‘ರಕ್ತ’ ದಾಟಿಕೊಂಡು ಹೋಗಬೇಕಾಗಿದೆ. ಅದಕ್ಕೇ ಸಿನಿಮಾ ಮಾಡುವ ಅವಧಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಹೊಸಬರ ಕೈಲಿ ಒಂದು ಸಾಹಸ ದೃಶ್ಯದ ಚಿತ್ರೀಕರಣವನ್ನು ಮೂರು ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಿ ಮುಗಿಸಬಹುದು. ಸ್ಟಾರ್ ಸಿನಿಮಾದ ಸಾಹಸ ದೃಶ್ಯ ತೆಗೆಯಲು 15 ದಿನಗಳಾದರೂ ಬೇಕು. ಯಾಕೆಂದರೆ, ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಮಟ್ಟ ಹಾಗಿದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ, ನಿರ್ದೇಶಕರ ಬೇಕುಗಳು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ.

ಸಿನಿಮಾ ಚೆನ್ನಾಗಿದ್ದರೆ ಜನ ಖಂಡಿತ ಬಂದು ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ‘ಬಾಹುಬಲಿ’ ಸಿನಿಮಾ ಎದುರಲ್ಲಿ ಇದ್ದರೂ ನಮ್ಮ ಜನ ಗೆಲ್ಲಿಸುತ್ತಾರೆ. ಕೋವಿಡ್ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ‘ಲವ್ ಮಾರ್ಕೆಟೇಲ್’ ಸಿನಿಮಾ ಗೆದ್ದ ಉದಾಹರಣೆ ನಮ್ಮ ಎದುರಲ್ಲಿ ಇದೆ. ‘ಹಾಸ್ಟೆಲ್ ಹುಡುಗರು’ ಸಿನಿಮಾ ಗೆಲುವಿನಲ್ಲಿ ಹೊಸಬರೇ ಅಲ್ಲವೇ ಕಾಣುವುದು?

ಒಟಿಟಿ ಎನ್ನುವುದು ಇವತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ಭಾಗ. ಅದು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಕಂಪನಿಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿ ಇದೆ. ಅವರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಏನು ಬೇಕು ಎಂಬ ಅಂದಾಜು ಇದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆಯೇ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ನಾವು ಥಿಯೇಟರ್‌ಗಾಗಿಯೇ ಸಿನಿಮಾ ಮಾಡಬೇಕು. ಕೆಟ್ಟ ಚಿತ್ರ ಬ್ಲಾಕ್‌ಬಸ್ಟರ್ ಆಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದೆ. ಆದರೆ, ಸೂಪರ್-ಎಕ್ಸ್‌ಟ್ರಾಡಿನ್‌ರಿ ಕಥೆಯ ಸಿನಿಮಾ ಖಂಡಿತ ಸೋಲುವುದಿಲ್ಲ.

ಸಿನಿಮಾ ಟಿಕೆಟ್ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಾನು ಒಪ್ಪುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಪಾಪ್‌ಕಾರ್ನಿ-ಕೂಲ್‌ಡಿಂಕ್ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಸುಲಿಗೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು. ನಾಲ್ವರು ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಲು ಮಾಲ್‌ನಲ್ಲಿ 800 ಟಿಕೆಟ್ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಪಾಪ್‌ಕಾರ್ನಿ, ಕೂಲ್‌ಡಿಂಕ್, ಪಾರ್ಕಿಂಗ್ ಇತ್ಯಾದಿಗೆ 1200 ಆಗುತ್ತದೆ. ಕಡಿಮೆ ಆಗಬೇಕಿರುವುದು ಇಂತಹ ದರದಲ್ಲಿ.

ಒಳ್ಳೆಯ ಊಟ ಸಿಗುವ ಹೋಟೆಲ್ ಅನ್ನು ನಾವು ಹುಡುಕಿಕೊಂಡು ಹೋಗುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಒಳ್ಳೆಯ ಸಿನಿಮಾ ಬಂದರೆ, ಜನರೇ ಬಾಯಿಂದ ಬಾಯಿಗೆ ಮಾತಾಡಿಕೊಂಡು, ಬಂದು ಖಂಡಿತ ನೋಡುತ್ತಾರೆ.

