

ದೇವರ ಲೀಲೆ ಎಂದು ಹೇಳಿರುವುದನ್ನು ನೋಡಿದರೆ, ಆ ದೇವರು ಕೂಡ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗದ ಕೈಹಿಡಿಯಲಿಕ್ಕೆ ಹಿಂಜರಿಯುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಚಿತ್ರೋದ್ಯಮವೇ ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಂಡಿರುವಂತಿದೆ.

ಅಭಿಮಾನಿಗಳನ್ನು ದೇವರೆಂದು ಕರೆಯುವ ಮೂಲಕ ಭಾರತೀಯ ಚಿತ್ರರಂಗಕ್ಕೊಂದು ಮಾದರಿಯನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಟ್ಟವರು ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್. ಬದಲಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗ ಅಭಿಮಾನಿ ದೇವರುಗಳ ವಿಶ್ವಾಸ ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಅಮೂರ್ತ ದೇವರುಗಳನ್ನು ಒಲಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮುಂದಾಗಿದೆ. ಅಭಿಮಾನಿ ದೇವರುಗಳ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಮರಳಿ ಗಳಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡದೆ, ಪೂಜೆ ಪುನಸ್ಸ್ಮರಣಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗಿರುವ ಚಿತ್ರರಂಗ, ಸ್ವಂತಿಕೆ ಹಾಗೂ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನೇ ಕಳೆದುಕೊಂಡಂತಿದೆ.

ಬೌದ್ಧಿಕ ದಿವಾಳಿತನದ ಸಂಗತಿಯನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ಚಿತ್ರರಂಗದ ತೀವ್ರ ಹಿನ್ನಡೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ, ಸೋಲು ಹಾಗೂ ಹತಾಶೆ ಚಿತ್ರೋದ್ಯಮದ ಯೋಜನಾಶಕ್ತಿಯನ್ನೇ ಕಸಿದುಕೊಂಡಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ. ಈ ದಾರುಣ ಸೋಲನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ, 2024ರಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ತೆರೆಕಂಡ ಸಿನಿಮಾಗಳ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಕೆಲವು ಅಂಕಿಅಂಶ ಗಮನಿಸಿ:

2024ರ ಮೂರನೇ ಎರಡು ಭಾಗ

ಕಳೆಯುವ ವೇಳೆಗೆ- ಆಗಸ್ಟ್ ಮೂರನೇ ವಾರದ ವೇಳೆಗೆ- ತೆರೆಕಂಡಿರುವ ಸಿನಿಮಾಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ 140 ದಾಟಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗದ ವಾರ್ಷಿಕ ಯಶಸ್ಸಿನ ಸರಾಸರಿ ಶೇ. 5ರಿಂದ 8ರಷ್ಟಿರುವುದು ವಾದಿಕೆ. ಕನಿಷ್ಠ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಲೆಕ್ಕಕ್ಕೆ ಹಿಡಿದರೂ, ತೆರೆಕಂಡ 140ರಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ 7 ಸಿನಿಮಾಗಳು ಗೆಲುವಿನ ಗೆರೆ ಮುಟ್ಟಬೇಕಿತ್ತು. ಆದರೆ, ಸಮಾಧಾನಕರ ಎನ್ನುವ ಯಶಸ್ಸು ದೊರೆತಿರುವುದು ಕೇವಲ 2 ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ - ವಿಜಯ್ ನಟನೆ-ನಿರ್ದೇಶನದ 'ಭೀಮ' ಹಾಗೂ ಸಂತೋಷ್ ಆನಂದರಾಮ್ ನಿರ್ದೇಶನ, ಯುವ ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್ ನಟನೆಯ ಪರಿಚಯಗೊಂಡ 'ಯುವ' ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ. ಗೆಲುವಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 1.5ಕ್ಕೂ ಕಡಿಮೆಯಿದೆ. ಈ ದಾರುಣ ಸೋಲೇ ಸಿನಿಮಾ ಮಂದಿಯನ್ನು ದಿಕ್ಕಿಡಿಸಿದೆ, ವಿವೇಚನೆ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಿದೆ.

4000ದಿಂದ 5000 ಮೈಲುಗಲ್ಲಿನವರೆಗೆ...

ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗ 4000 ಸಿನಿಮಾಗಳ ಗಡಿ ದಾಟಿದ್ದು 2018ರಲ್ಲಿ. ಆ ವರ್ಷದ ಮಾರ್ಚ್ 30ರಂದು ತೆರೆಕಂಡ ನಾಲ್ಕು ಸಿನಿಮಾಗಳ ಮೂಲಕ ('ಇದೀಗ ಬಂದ ಸುದ್ದಿ', 'ಗುಲ್ಬು', 'ಹೀಗೊಂದು ದಿನ' ಹಾಗೂ 'ಜಾನಿ ಜಾನಿ ಎಸ್ ಪಪ್ಪ') ಆವರೆಗೆ ತೆರೆಕಂಡ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ 4000 ದಾಟಿತು.

ರಂಗಾಯಣ ರಘು: ಭಿನ್ನ ಪಾತ್ರಗಳ ಪಥಿಕ



ಗಟ್ಟಿಯಾಗಬೇಕಿದೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ - ಸಿನಿಮಾ ಸಂಬಂಧ ಕೊಂಡಿ

ಒಂದು ಸಿನಿಮಾ ಗೆಲ್ಲಬೇಕೆಂದರೆ, ಎಲ್ಲಾ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೆಲಸವನ್ನು ಚುರುಕುಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಕಂಟೆಂಟ್ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಬೇಕು. ಈಗ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಜಾಸ್ತಿಯಾಗಿದೆ. ಬೇರೆ ಚಿತ್ರರಂಗಗಳಿಂದಲೂ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಇದೆ. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಭೆಗಳಿಗೆ ಕೊರತೆಯಿಲ್ಲ. ಉತ್ತಮ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕಲಾವಿದರು ಇದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕಂಟೆಂಟ್ ಕಡೆ ಗಮನ ನೀಡುವುದು ಸದ್ಯದ ತುರ್ತು.

ಈಗ ಸೋಷಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾ ಬಲಶಾಲಿಯಾಗಿದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಭಾಷೆಯ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಜನರು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದನ್ನೇ ಪಾಸಿಟಿವ್ ಆಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. ಪ್ರಮೋಷನ್‌ನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಬಾಯಿ ಮಾತಿನ ಪ್ರಚಾರವನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಿದೆ. ಥಿಯೇಟರಿಗೆ ಜನರು ಬರುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಅಳಲು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಈಗಲೂ ಸಿನಿಮಾಗೆ ಬರುವವರು ಇದ್ದೇ ಇದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹಾಗೂ ಸಿನಿಮಾಗೆ ಇರುವ ಒಂದು ಕನೆಕ್ಷನ್ ಸಡಿಲಗೊಂಡಿದ್ದು, ಆ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತೆ ಗಟ್ಟಿಗೊಳ್ಳಬೇಕಿದೆ. 'ಕೆಜಿಎಫ್', 'ಚಾರ್ಲಿ'ಯಂಥ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಈ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಮಾಡಿದಂಥ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳು.

ಸಿನಿಮಾ ಟಿಕೆಟ್ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು ಕೂಡ ಈ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪುನರ್ ಮರಳಿಸಬಲ್ಲ ಒಂದು ದಾರಿ. ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗ, ಕೆಳ ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದವರು ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ ಮರಳಲು ಟಿಕೆಟ್ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು ದಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಇದರೊಂದಿಗೆ, ಜನರಿಗೆ ಆಕರ್ಷಣೆಯಾಗುವಂಥ ವಿಷಯಗಳು ಬರಬೇಕು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ಕೈಂ ಸಿನಿಮಾ ಬಂದರೆ, ಹತ್ತು ಜನ ಅದೇ ಹಾದಿ ಹಿಡಿಯುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ಕೈಂ ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಿದರೆ, ಮತ್ತೆ ಆರು ತಿಂಗಳು ಅದೇ ರೀತಿಯ ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಲು ಜನ ಇಷ್ಟಪಡಲ್ಲ. ಹೀಗಿದ್ದಾಗ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಸೋಲುವುದು ಸಹಜ. ಆ ಟ್ರೆಂಡ್ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಬೇಕು. ಜೀವನಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರವಿರುವ ಕಥೆಗಳು ಬಂದರೆ ಖಂಡಿತ ಜನರು ಥಿಯೇಟರ್‌ಗೆ ಬಂದೇ ಬರುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವುದು ನನ್ನ ನಂಬಿಕೆ.

-ಪೂಜಾ ಗಾಂಧಿ
ನಟಿ