

**ಸಂಕೀರ್ಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಿಂದ..**

ನಾವಿಂದು ಅತ್ಯಂತ ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಬದುಕುತ್ತಾ ಇದ್ದೇವೆ. ಇಂದಿನ ನೋಡುಗರು ಸಹ ತಮ್ಮ ಎದುರಿಗೆ ಕಂಡು ಬರುವ ಯಾವುದೇ ದೃಶ್ಯ ವಿವರವನ್ನು ಮೇಲ್ನೋಟದ ಕಾಣ್ಕೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಗಮನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ತಯಾರಿಸಿದವರು ಯಾರು, ಅವರ ಜಾತಿ, ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಧರ್ಮ, ರಾಜಕೀಯ ನಿಲುವು ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ನೋಡಲಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ನಿಲುವಿಗೆ ಹೊಂದದ ಯಾವುದೇ ನಿಲುವು ಅವರಿಗೆ ಅಪಸವ್ಯ ಅಥವಾ ಅಮೇಧ್ಯ ಎನಿಸುತ್ತದೆ. ಆ ಬಗೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಹೂರಣ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ ಇನ್ನಿತರ ವಿವರಗಳು ಕಾರಣವಾಗಿರುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರಿಂದಾಗಿ, ಇಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ತಯಾರಿಸುವವರು ಸಹ ಬಹುಜನರ ರಾಜಕೀಯ ಮೆಚ್ಚಿಗೆ ಪಡೆಯುವಂತಹ ವಿವರಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಚಿತ್ರಿಸಲು ತೊಡಗಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಇಂತಹ ನೋಡುಗರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಳೆದ ಒಂದು ದಶಕದಿಂದ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣವಾಗಿ ಕಲಾತ್ಮಕ ವಿವರಗಳ ಕಡೆಗೆ ಗಮನ ಕೊಡದೆ, ಕೇವಲ ಒಂದು ವರ್ಗವನ್ನು ಮೆಚ್ಚಿಸುವಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ತಯಾರಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದನ್ನು ಸಹ ಗಮನಿಸಬಹುದು. ದಿಢೀರನೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವ ಹಾವುಗಳ ಆತ್ಮವು ಹೆಣ್ಣಿಲ್ಲ ಸೇರುವ ಕತೆ, ಪುನರ್ಜನ್ಮ ಹಾಗೂ ದೆವ್ವದ ಮನೆಯ ಕತೆಗಳ ಹಿಂದೆ ಇಂತಹುದೇ ಆಲೋಚನೆ ಇದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಹೂರಣವೇ 'ಟಾಪ್' ಎಂಬ ಕಲಮಿಗೆ ಸೇರುವಂತಹದು. ಆದರೆ ಅವುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದರ ಹಿಂದೆ ನಮ್ಮ ನೋಡುಗರಲ್ಲಿನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂಕೀರ್ಣತೆಗಳು ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ತಯಾರಕರು ತಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಎಂಬ ನಿಲುವು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ತಯಾರಿಸಿದರೆ ನೋಡುಗರು ತಮ್ಮ ಸಂಕೀರ್ಣ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ನಿಲುವಿನ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಇಂತಹವುಗಳನ್ನು ಸೇವಿಸುತ್ತಾ ಇರುತ್ತಾರೆ.

**ಅಭ್ಯಾಸಬಲ**

ಇವೆಲ್ಲದರ ಆಚೆಗೆ ಬಯ್ಯುತ್ತಲೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡುವುದರ ಹಿಂದೆ ಇರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣ- ಅಭ್ಯಾಸಬಲ. ಅನೇಕ ನೋಡುಗರಿಗೆ ಯಾವುದೋ ಒಂದು ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಹಚ್ಚಿಟ್ಟಿರುವ ಅಭ್ಯಾಸ ಇರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿ ಬರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ನೋಡದೆ ಇದ್ದರೂ ಆ ವಾಹಿನಿಯು ಅವರ ದೈನಂದಿನ ಬದುಕಿನ ಭಾಗ ಎಂಬಂತೆ ಸದ್ದು ಮಾಡುತ್ತಾ ಇರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿನ ಹಲವು ವಿವರಗಳು ಒಳಿತಿಗಾಗಿದ್ದಿರಬಹುದು, ಕೆಲವು ತೀರಾ ಜೊಳ್ಳಾಗಿರಬಹುದು. ಆದರೂ ಅಂತಹ ವಿಮರ್ಶೆಗೆ ಒಳಪಡದೆ ಅಭ್ಯಾಸಬಲದಿಂದ ಆ ವಾಹಿನಿಯು ಆ ನೋಡುಗರ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಶಾಶ್ವತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹವರು ಸಹ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಬಹುಕಾಲ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವುದಕ್ಕೆ ಸಣ್ಣ ಬೆಂಬಲವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಇದೇ ವಿಷಯವಾಗಿ ಹಲವು ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಬರಹಗಾರರ ಜೊತೆಗೆ ಮಾತಾಡಿದಾಗ ಒಬ್ಬರು ಹೀಗೆಂದರು: ನೋಡುಗರೆಲ್ಲಾ ಬಯ್ಯುವವರೇನಲ್ಲ. ಬಯ್ಯುವವರೆಲ್ಲಾ ನೋಡುವವರೇನಲ್ಲ. ತುಂಬಾ ನೋಡುಗರು ನಿಜವಾಗಿ ಪ್ರೀತಿಯಿಂದ ತಾವು ನೋಡಬಯಸುವುದನ್ನೇ ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಆಕಸ್ಮಾತ್ ಯಾವುದಾದರೂ ಅಚಾತುರ್ಯ ನುಸುಳಿದರೆ ಮಕ್ಕಳ ಹಾಗೆ ರೇಗುತ್ತಾ, ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಇಂಥಾ ತಪ್ಪು ಆಗಬಾರದು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅಂತಹ ನೋಡುಗರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವುದರಿಂದಲೇ ನಮ್ಮ ಬರವಣಿಗೆಗೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೆಚ್ಚಿದೆ.

ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಬರಹಗಾರರದ್ದು ಬೇರೆ ಸಮಸ್ಯೆ. 'ಈಗಿಲ್ಲಾ ನಮಗೆ ಸಿ.ಡಿ

ಕಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಿ.ಡಿ ಯಲ್ಲಿ ಕಂಡದ್ದನ್ನು ಯಥಾವತ್ತಾಗಿ ಅನುವಾದಿಸಿ ಕಳಿಸುವುದೇ ನಮ್ಮ ಬರವಣಿಗೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಒಬ್ಬ ಅನುವಾದಕ ಸಾಕು. ಬರಹಗಾರ ಯಾಕೆ ಬೇಕು.. ಎಂದು ಪ್ರಶ್ನಿಸಿದೆ. ಮುಂದೆ ಕತೆಯು ಬೇರೆಯದೇ ದಾರಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆಗ ನೀವೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತೀರಿ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ನಿರ್ಮಾಪಕರು. ಹಾಗಾಗಿ ನಾವೂ ಸಿಡಿಯಿಂದ ಅಕ್ಷರಕ್ಕೆ ತರುವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ ಇದ್ದೇವೆ' ಎಂದರು ಅವರು! ಇನ್ನೂ ಒಬ್ಬ ಬರಹಗಾರರು 'ಈಗಿಲ್ಲಾ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ, ನಮ್ಮ ನೆಲದ ವಾತಾವರಣ ಇರುವ ಕತೆಯೇ ಇಲ್ಲ. ಹೀಗಾಗಿ ಅವರು ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆ ನಾವು ಬರೀತೇವೆ. ಬಯ್ಯುವವರ ಮಾತಿಗಿಂತ, ನಮಗೆ ಕೆಲಸ ಕೊಟ್ಟವರ ಮಾತೇ ಮುಖ್ಯ' ಎಂದರು. ಹೀಗೆ ಉದ್ಯಮದ ಒಳಗೂ ತೃಪ್ತಿ, - ಅತ್ಯಪ್ಪಿಗಳ ನಡುವೆ ಜೇಜುತ್ವ, ಹೊಟ್ಟೆಪಾಡು ಎಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತಾ ದುಡಿಯುವವರು ಇದ್ದಾರೆ.

**'ಗುಂಡಮ್ಮ'ಳಾಗಿ ಗೀತಾ**



ಕೆಲವೇ ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದ್ದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವೊಂದನ್ನು ಇಂದು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಕ್ಕೆಂದು ನೋಡಿದಾಗ ಇಂತಹುದೊಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಈ ಮಟ್ಟದ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಹೇಗೆ ಸಾಧಿಸಿತು ಎಂಬ ಅನುಮಾನ ಖಂಡಿತ ಬರುತ್ತದೆ.

**ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ**

ಇಷ್ಟೆಲ್ಲದರ ನಡುವೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಎಂಬುದು ಕೇವಲ ಟಿವಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ನೋಡುವಂತಹ ವಿವರವಾಗಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಮೊಬೈಲ್ ಬಳಕೆದಾರರು ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಮತ್ತು ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಜಾಲಗಳು ಶಕ್ತಿ ಪಡೆದಂತೆ ಆಯಾ ಫೋನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ವಾಹಿನಿಯವರ ಟ್ಯಾಪ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಧಾರಾವಾಹಿ ನೋಡುವವರೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಒಂದು ದಶಕದ ಹಿಂದೆ ಇಂತಹ ಕಾಲಮಾನಕ್ಕೆ ಎಂದು ರೂಪಿತವಾಗುತ್ತಿದ್ದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಈಗ ಬದಲಾಗಿದೆ. ನೋಡುಗ ತನಗೆ ಬಿಡುವಾದ ವೇಳೆಯಲ್ಲಿ ತನಗೆ ಇಷ್ಟವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಇದನ್ನು ಓಟಿಟಿ (ಓವರ್ ದ ಟಾಪ್) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಹಲವಾರು ವೆಬ್ ಸೀರೀಸ್‌ಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಕೂಡಾ ಈಗ ಭರದಿಂದ ನಡೆದಿದೆ. ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್, ಆಮೆಜಾನ್ ಮುಂತಾದ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕವೇ ದೊರೆಯುವ ಹೂರಣ ಹಂಚುವವರು ತಮ್ಮ ತಾಣಕ್ಕಾಗಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಸಲು ಆರಂಭಿಸಿವೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಟಿ.ವಿ ಗಾಗಿಯೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮಾಡುವವರು ಸಹ ತಮ್ಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಬಹುತೇಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಎಚ್‌ಡಿ ಗುಣಮಟ್ಟದಿಂದ 4ಕೆ ವರೆಗಿನ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಆಗುವಂತೆ ರೂಪಿತವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಹೊಸ ಕಾಲಮಾನದ ಟ್ಯಾಪ್‌ಗಳು ಸಿನಿಮಾ ತಯಾರಕರಿಗೂ ಸಹ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯವನ್ನು