

## ಪಿವಿಆರ್, ಐನಾಕ್ಸ್ ಹೇಳಿದ್ದೇನು?

### ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕ

ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ ಅತಿಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯ ಬರುವುದು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಂದ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಈಗ ಕಡಿಮೆ ಇರುವ ಕಾರಣ, ಮುಂದಿನ ಹಲವು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತ ಸಾಗಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಸಿನಿಮಾಗಳಿಗೆ ಬರುವ ಆದಾಯವೂ ಹೆಚ್ಚಲಿದೆ ಎಂಬುದು ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವದ ಇತರ ಚಿತ್ರ ನಿರ್ಮಾಪಕರು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ಬಿಡುಗಡೆ ಹಾಗೂ ಇತರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಿನಿಮಾ ಬಿಡುಗಡೆ ಅವಧಿಯ ನಡುವೆ ಅಂತರ ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡು ಬಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಭಿನ್ನ ಅನುಭವ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡುವ ಹಾಗೂ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡುವ ಬಗ್ಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕವಾಗಿ ಉಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಿವೆ.

—ಪಿವಿಆರ್

### ನಿರ್ಮಾಪಕರೇ ತೀರ್ಮಾನಿಸಬೇಕು

ಮೊದಲ ದಿನದ ಮೊದಲ ಶೋ ಯೋಜನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಈಗಲೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುವುದು ಕಷ್ಟ. ಹೀಗಿದ್ದರೂ, ನಾವು ನಮ್ಮ ಆರಂಭಿಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಉದ್ದಿಮೆಯು ಸಾಕಷ್ಟು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ವೀಕ್ಷಿಸುವ ಅನುಭವವನ್ನು ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಕುಳಿತು ವೀಕ್ಷಿಸಿ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಭಾರತದ ಸಿನಿಪ್ರೇಮಿಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವ, ದೊಡ್ಡ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಸಿನಿಮಾ ವೀಕ್ಷಿಸಬೇಕು ಎಂಬ ಬಯಕೆಯನ್ನು ಬದಲಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ನಾವು ನಂಬಿದ್ದೇವೆ. ಅವರಲ್ಲಿನ ಈ ಬಯಕೆಯೇ ಉದ್ದಿಮೆಯನ್ನು ಮುಂದಿನ ಹಲವು ದಶಕಗಳವರೆಗೆ ಬೆಳೆಸಲಿದೆ.

ನಿರ್ಮಾಪಕರು, ವಿತರಕರು ಹಾಗೂ ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸ್ ಮಾಲೀಕರು ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳ ಮೂಲಕ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ ಎಂಟು ವಾರಗಳ ನಂತರವೇ ಇತರ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಸಹಮತ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬೇರೆ ಬೇರೆ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವುದು ಈ ಪದ್ಧತಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ, ಯಾವ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಮಾಪಕರೇ ತೀರ್ಮಾನಿಸಬೇಕು.

—ಐನಾಕ್ಸ್



ಕನ್ನಡದ ಸಾಹಿತ್ಯಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಅಲ್ಲಿ ಶುರುವಾಗಬಹುದು. ಕನ್ನಡದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಳ್ಳೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಸಿದ್ಧಗೊಂಡು, ಅದು ಹೊಸ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಜನರನ್ನು ತಲುಪಬಹುದು. ಇಂಥವನ್ನೆಲ್ಲ ಈಗಿನ ಟಿ.ವಿ. ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೂಲಕ ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವಂತಿಲ್ಲ. ಜಿಯೊ ಫೈಬರ್‌ಗೆ ಏರ್‌ಟೆಲ್ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಕೂಡ ಒಟ್ಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಕೆಲಸ ಶುರು ಮಾಡಿದೆ. ಇದರಿಂದಲೂ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಿಗೆ ಲಾಭವಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಕನ್ನಡ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೂಟದ ಸದಸ್ಯರೊಬ್ಬರು.

‘ಜಿಯೊ ಫೈಬರ್ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿನ ವೈವಿಧ್ಯ ಜಾಸ್ತಿ ಆಗುತ್ತದೆ. ಬರೀ ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಅಥವಾ ಹಿಂದಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ವೈವಿಧ್ಯ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದಲ್ಲ; ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ವೈವಿಧ್ಯ ಕೂಡ ಜಾಸ್ತಿ ಆಗುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡಕ್ಕೂ ಲಾಭವಿದೆ’ ಎನ್ನುವುದು ಗೌತಮ್ ಹೆಗ್ಡೆ ಅವರ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ.

ಜಿಯೊ ಫೈಬರ್ ಮತ್ತು ಒಟಿಟಿ ಕುರಿತ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾಗ ಸಂಗತಿ ಇನ್ನೊಂದಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಚಂದಾ ಆಧಾರಿತ ಮನರಂಜನಾ ಹೂರಣ ಕೊಡುವ ಒಟ್ಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳು ಕೆಲವು ಮಾತ್ರ.

ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್, ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್, ಜಿ5 ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು. ಇಂತಹ ವೇದಿಕೆಗಳು, ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಚಂದಾದಾರರ ಸಮೂಹವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅವುಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಆರೋಗ್ಯಕರವೇ ವಿನಾ, ಜಿಯೊ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿ, ಅದರ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಚಂದಾದಾರರ ನೆಲೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಯತ್ನ ಫಲ ಕೊಡಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ.

ಈ ಮಾತಿಗೆ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ, ‘ಆಲ್ಟ್ ಬಾಲಾಜಿ’ಯನ್ನು ಹೆಸರಿಸಬಹುದು. ಈ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಚಂದಾ ಹಣ ಕೊಟ್ಟು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಇಲ್ಲವೇ, ಜಿಯೊ ಗ್ರಾಹಕರು ಜಿಯೊ ಸಿನಿಮಾ ಆಪ್ ಮೂಲಕ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಜಿಯೊ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಜಿಯೊ ಸಿನಿಮಾ ಆಪ್ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಶುಲ್ಕವಿಲ್ಲದೆ ದೊರೆಯುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗಿರುವಾಗ, ಆಲ್ಟ್ ಬಾಲಾಜಿಗೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಸಾಧ್ಯವೇ?

### ಖಾಸಗಿತನ - ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ

ಹಿಂದೆ ತೈಲಕ್ಕೆ (ಕಚ್ಚಾತೈಲ) ಯಾವ ಬೆಲೆ ಇತ್ತೋ ಈಗ ಡೇಟಾಕ್ಕೆ (ಮಾಹಿತಿ) ಅಷ್ಟೇ ಬೆಲೆ ಇದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದವರಲ್ಲಿ ಮುಕೇಶ್ ಅಂಬಾನಿ ಪ್ರಮುಖರು. ಡೇಟಾ ವಿಚಾರದ ಪ್ರಸ್ತಾಪ ಆದಾಗಲೆಲ್ಲ, ಖಾಸಗಿತನದ ಪ್ರಶ್ನೆಯೂ ಬಂದೇ