



ಯಾವುದೇ ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಬರಬಹುದಾದ ಚೆಂಡನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ಕ್ರೀಡಾಂಗಣದಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಟ್ ಹಿಡಿದು ನಿಂತಿರುವ ಪೋರ. ಮತ್ತೊಂದು ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಚೆಂಡನ್ನು ಯಾವ ಲಯದಲ್ಲಿ ಎಸೆಯಬೇಕು ಎಂದು ಚಿಂತಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಲಾಕಾರ. ಈ ಇಬ್ಬರನ್ನೂ ದಿಟ್ಟಿಸುತ್ತಾ ಚಡಪಡಿಸುತ್ತಿರುವ ಹಿರಿಯ ವ್ಯಕ್ತಿ. ಮೈದಾನದ ಆಚೆಗೆ ಕಟ್ಟಡಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಂಬಣ್ಣದ ಓಕುಳಿ ಚೆಲ್ಲುತ್ತಿರುವ ಸೂರ್ಯ. ವಾಹನಗಳ ಓಡುವಿಕೆಯಿಂದ ಜೀವಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ರಸ್ತೆಗಳು. ಚಲನಶೀಲತೆಯ ಪಾಠ ಹೇಳುವಂತಿರುವ ನೀರಿನ ಅಲೆಗಳು. ಆಗಸವನ್ನು ಅಳಿಯುವಂತೆ ರೆಕ್ಕೆ ಬಿಚ್ಚಿರುವ ಬಾನಾಡಿಗಳು. ಮೈದಾನ, ಆಟ, ಕಣ್ಣೋಟ, ವಾಹನಗಳ ಓಟ, ನೀರಿನಲೆಗಳ ಮಾಟ, ಪಕ್ಷಿಗಳ ಹಾರಾಟ - ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ನೋಡಿದರೆ ಸಿನಿಮಾ ದೃಶ್ಯವೊಂದರಲ್ಲಿನ ಸುಂದರ ಕೊಲಾಜ್‌ನಂತೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತದೆ. ಹೌದು, ಇವೆಲ್ಲವೂ ದೃಶ್ಯಬಿಂಬಗಳೇ. ಆದರೆ, ಸಿನಿಮಾಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದವಲ್ಲ - ಪುಸ್ತಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದವು.

'ಸೆಲೆಕ್ಷನ್ ಡೇ ಬುಕ್ ಟ್ರೈಲರ್' ಎಂದು 'ಯು ಟ್ಯೂಬ್'ನಲ್ಲಿ ಕ್ಲಿಕ್ಕಿಸಿದರೆ 'ವೈಟ್ ಟ್ರೈಗರ್' ಪುಸ್ತಕದ ಖ್ಯಾತಿಯ ಅರವಿಂದ ಅಡಿಗರ ಪುಸ್ತಕ ಕುರಿತ ಅರವತ್ತೊಂಬತ್ತು ಸೆಕೆಂಡ್‌ಗಳ ಚಿತ್ರವೊಂದೊಂದು ಎದುರಾಗುತ್ತದೆ. ಮುಂಬೈನ ಕೇರಿಯೊಂದರಲ್ಲಿ ನೆಲೆನಿಂತ ಮಹಾತ್ಮಾಕಾಂಕ್ಷಿ ತಂದೆಯೊಬ್ಬ ತನ್ನ ಇಬ್ಬರು ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕ್ರಿಕೆಟ್‌ಪಟುಗಳನ್ನು ಕಾಣುತ್ತ, ಅವರನ್ನು ಶಿಸ್ತಿನಿಂದ ಬೆಳೆಸುವ ಕಥೆ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಪುಸ್ತಕದ ಟ್ರೈಲರ್ ನೋಡಿದ ಯಾರಲ್ಲಾದರೂ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಓದಬೇಕೆಂಬ ಸೆಳಕು ಉಂಟಾಗದಿರದು.

ಅರವಿಂದರಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ - ಸಿನಿಮಾ ಟ್ರೈಲರ್‌ಗಳಂತೆ ಪುಸ್ತಕಗಳ ಟ್ರೈಲರ್‌ಗಳ ಪ್ರಚಾರತಂತ್ರವೊಂದು ಆರಂಭವಾಗಿರುವುದನ್ನು 'ಯುಟ್ಯೂಬ್' ಎನ್ನುವ ಮಾಯಾಕನ್ನಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು. ಇತ್ತೀಚೆಗಷ್ಟೇ ಚೇತನ್ ಭಗತ್ ತಮ್ಮ 'ದಿ ಗರ್ಲ್ ಇನ್ ರೂಮ್ 105: ಲೈನ್ ಅನ್‌ಲವ್ ಸ್ಟೋರಿ' ಪುಸ್ತಕದ ಟ್ರೈಲರ್ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಓದುವ ಪುಸ್ತಕದ ಬಗ್ಗೆ ಜನರ ಗಮನ

ಸೆಳೆಯಲು ನೋಡುವ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಚೇತನ್ ತಮ್ಮ ಹೊಸ ಪುಸ್ತಕದ ಪ್ರಚಾರ ಪ್ರಯೋಗದ ಬಗ್ಗೆ ಪುಳಕದಿಂದ ಮಾತನಾಡಿದ್ದಾರೆ.

ಆದರೆ, ಈ ಪ್ರಯೋಗ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಹೊಸತೇನೂ ಅಲ್ಲ. ಕನ್ನಡದ ಕಥೆಗಾರ ವಸುಧೇಂದ್ರ ತಮ್ಮ 'ವಿಷಮ ಭಿನ್ನರಾಶಿ' ಪುಸ್ತಕಕ್ಕೆ ಇಂತಹುದೇ ವಿಡಿಯೋ ಪ್ರಯೋಗವನ್ನು 2017ರಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದ್ದರು. ಕಾಗದವನ್ನು ತುಂಡರಿಸುತ್ತಾ ತುಂಡರಿಸುತ್ತಾ ಅಕ್ಷರ ಭಿನ್ನರಾಶಿಯೊಂದು ರೂಪುಗೊಳ್ಳುವ ಸೋಜಿಗವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದ ಆ ವಿಡಿಯೋ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ ಹಾಗೂ ವಾಟ್ಸ್‌ಆಪ್ ಮೂಲಕ ಪುಸ್ತಕಪ್ರಿಯರನ್ನು ತಲುಪಿತ್ತು. ಈ ವಿಡಿಯೋವನ್ನು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿದ್ದ ಅವರು, ಅದನ್ನು ಶೇರ್ ಮಾಡಲು ತಮ್ಮ ಗೆಳೆಯರನ್ನು ಆಹ್ವಾನಿಸಿದ್ದಲ್ಲದೆ, ಆಯ್ಕೆ 25 ಮಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಹೊಸ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಬಹುಮಾನವಾಗಿ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿದರು. ಹೀಗೆ ಶೇರ್ ಮಾಡಿದವರಲ್ಲಿ 25 ಮಂದಿಯ ಹೆಸರುಗಳನ್ನು ವಿಮರ್ಶಕ ಸಿ.ಎನ್. ರಾಮಚಂದ್ರನ್ ಅವರ ಮೂಲಕ ಚೇಟಿ ಎತ್ತಿಸಿ ಆರಿಸಿದ್ದರು. ಈ ಲಾಟರಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನೂ ವಿಡಿಯೋ ಮಾಡಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಉಣಬಡಿಸುವ ಮೂಲಕ ಭಿನ್ನರಾಶಿ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಮುಂದುವರೆಯಿತು.

'ಐದು ಪೈಸೆ ವರದಕ್ಷಿಣೆ' ಪುಸ್ತಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆಯೂ ವಸುಧೇಂದ್ರ ಇದೇ ಬಗೆಯ ತಂತ್ರ ಅನುಸರಿಸಿದ್ದರು. ಪುಸ್ತಕದ ಕುರಿತ ಚಿತ್ರಕೆಯೊಂದನ್ನು ರೂಪಿಸಿ ಅದನ್ನು ವಾಟ್ಸ್‌ಆಪ್ ಹಾಗೂ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಗೆಳೆಯರ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಂಡರು. ಇದರ ಫಲಿತಾಂಶದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪುಸ್ತಕ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ವಾರದಲ್ಲೇ 1000 ಪ್ರತಿಗಳು ಖಾಲಿಯಾದವು. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನ 'ಪ್ರೈಮೊಷನ್' ಸವಲತ್ತುನ್ನೂ ಅವರು ಬಳಸಿಕೊಂಡರು. ಇದರ ಮೂಲಕ, ಮೂರ್ನಾಲ್ಕು ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿ ಶುಲ್ಕದ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಪುಸ್ತಕಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ತೆಕ್ಕೆಯಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡ ಸಮುದಾಯಗಳಿಗೆಲ್ಲ ತಲುಪಿತು.

