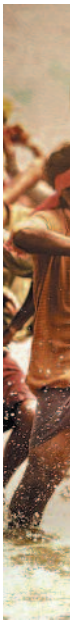
‘ರಂಗಸ್ಥಲಂ’ ತೆಲುಗು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಮಂತಾ



ಗಮಾರನ ಪಾತ್ರ ಮಾಡಲು ಹಿಂಜರಿಯುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಇಂಥ ಪ್ರಯೋಗಶೀಲತೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅಪರೂಪ. ಇಲ್ಲಿ ಹೀರೊಗಳ ಬಿಲ್ಡಪ್‌ಗಳಿಗೆ ಮೊದಲ ಆದ್ಯತೆ, ನಂತರವಷ್ಟೇ ಕಥೆಯತ್ತ ಗಮನ. ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಬಿಲ್ಡಪ್‌ಗಳೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಂದ ದೂರ ಉಳಿಯುವಂತಾಗುತ್ತದೆ.

‘ಹುಸಿ ಸಮರ್ಥನೆಗಳನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಸ್ಟಾರ್ ನಟರು ಮತ್ತು ನಿರ್ದೇಶಕರು ಈಗ ಸುತ್ತುತ್ತಿರುವ ಗಾಣದಿಂದ ಕೊಂಚವೇ ಆಚೀಚೆ ಸರಿದರೂ ಅದರ ಫಲ ಹಿರಿದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕಗಣ ಇರುವುದು ಸ್ಟಾರ್ ನಟರು / ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಮಾತ್ರ’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಹರೀಶ್.

‘ಹಿಂದಿಯಲ್ಲಿ ಅಮೀರ್ ಖಾನ್, ಅಮಿತಾಭ್ ಬಚ್ಚನ್, ಅಕ್ಷಯ್ ಕುಮಾರ್ ಇವರೆಲ್ಲ ತಮ್ಮ ಸ್ಟಾರ್‌ಡಮ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಭಿನ್ನಪಾತ್ರಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮನ್ನು ಒಡ್ಡಿಕೊಳ್ಳುವುದರ ಮೂಲಕವೇ ಅವರು ತಾರಾ ಪ್ರಭಾವಳಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್ ರಾವ್, ಆಯುಷ್ಮಾನ್ ಖುರಾನಾ ಅವರೆಲ್ಲ ಸಣ್ಣ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು

ಗಣಿತ ಕಷ್ಟ!

ಈಗ ಒಂದು ಸಿನಿಮಾದ ಗಳಿಕೆಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಸುಲಭವೂ ಅಲ್ಲ, ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿಯೂ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಮೊದಲು ಸಿನಿಮಾಗಳು ತುಂಬ ದಿನ ಓಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಗಳಿಕೆಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವೂ ನಿಖರವಾಗಿ ತಿಳಿಯುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಅವೆಲ್ಲ ಸೋಷಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾಗಳ ಊಹಾಪೋಹಗಳಷ್ಟೇ ಆಗಿ ಉಳಿದಿವೆ. ನಿಖರವಾಗಿ ಹೇಳುವ ಯಾವ ಆಧಾರಗಳೂ ಇಲ್ಲ.

‘ಮೊದಲು ವಿತರಣೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೂ ಬೇರೆ ರೀತಿಯೇ ಇತ್ತು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗಿ ಪ್ರದರ್ಶನ ಮಾಡಬೇಕಿತ್ತು. ಈಗ ಹಾಗಲ್ಲ. ‘ಯುಎಫ್‌ಒ’ ಅಥವಾ ‘ಕ್ಯೂಬ್’ ಸಂಸ್ಥೆಗಳವರು ಸಿನಿಮಾ ಪ್ರದರ್ಶನದ ಹೊಣೆ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಕೊಟ್ಟ ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನ ಆಗುತ್ತದೆ. ಆ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೂ ಒಂದಿಷ್ಟು ಹಣ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ‘ಬುಕ್ ಮೈ ಷೋ’ದಲ್ಲಿ ಟಿಕೆಟ್ ಬುಕ್ ಮಾಡಿದರೆ ಅವರಿಗೊಂದಿಷ್ಟು ಕಮಿಷನ್ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ವಿತರಕರಿಗೆ ಬೇರೆ ಪಾಲಿರುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಸಿನಿಮಾದ ಗಳಿಕೆ ಇಷ್ಟೆಲ್ಲ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಹರಿದು ಹಂಚಿಹೋಗುತ್ತಿರುವಾಗ ಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಕರಾರುವಾಕ್ ಆಗಿ ಹೇಳುವುದು ಕಷ್ಟ’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಹರೀಶ್.

ಈ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರದ ಅಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಆಚೆಗಿಟ್ಟು ನೋಡಿದರೆ, ಇಂದು ಗಳಿಕೆ ಎನ್ನುವುದೂ ಪ್ರಚಾರದ ಒಂದು ತಂತ್ರವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ದೊಡ್ಡ ಬಜೆಟ್ ಹಾಕಿ ಸಿನಿಮಾ ಮಾಡಿದ ಯಾರೂ ತಮಗೆ ನಷ್ಟವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ವಾರಕ್ಕೆ ಇಪ್ಪತ್ತು ಕೋಟಿಯ ಲೆಕ್ಕ ಸೃಷ್ಟಿಸಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಕನ್ನಡದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ವಾರಕ್ಕೆ 20 ಕೋಟಿ ಗಳಿಕೆ ಮಾಡುವುದು ಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಷ್ಟೇ ಸಾಧ್ಯ. ಶುಕ್ರವಾರ ಬಿಡುಗಡೆಯಾದ ಸಿನಿಮಾದ ಸಕ್ಸೆಸ್ ಮೀಟ್ ಸೋಮವಾರ ಏರ್ಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮೂರು ದಿನದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡದ ಚಿಕ್ಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅದೆಂಥ ಸಕ್ಸೆಸ್ ಕಾಣಲು ಸಾಧ್ಯ? ಇಂಥ ಹುಸಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಿಜಕ್ಕೂ ವಿಸ್ತರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವೇ?