



ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಗೆ ಹೊಸ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ಒಟಿಟಿ: ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಅನಿಲ್‌ಕುಮಾರ್ ಟಿ.

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ, ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಭಾಗ,
ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಬೆಂಗಳೂರು-560056
ಮೊಬೈಲ್ ನಂ.9844431816/9481282013,
anilkumar.tirumalesha@gmail.com

ಡಾ. ವಾಹಿನಿ ಅರವಿಂದ್

ಸಹಾಯಕ ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು, ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಭಾಗ,
ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಬೆಂಗಳೂರು-560056

ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನ ಸಾರಾಂಶ:

ಕಳೆದ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಒಟಿಟಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಈ ವೇದಿಕೆಯು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರ ತಯಾರಕರಿಗೆ ಸ್ಥಳೀಯ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ವಿತರಿಸಲು ಅವಕಾಶವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಿದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರ ತಯಾರಕರು, ವಿತರಕರು ಮತ್ತು ನಿರ್ಮಾಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸ್ವಯಂ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಕಳೆದ ವರ್ಷದಿಂದ ಈ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಆಧಾರಿತ ಮನರಂಜನೆ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತರು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದವರೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಬಹುಪಾಲು ಎಲ್ಲಾ ಕುಟುಂಬಗಳನ್ನು ಸಹ ಆವರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಒಟಿಟಿ ಎಂದರೆ 'ಓವರ್-ದಿ-ಟಾಪ್ ವೇದಿಕೆ' ಎಂದರ್ಥ. ಇನ್ನೂ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕಾದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಮೇರೆಗೆ ವೀಡಿಯೋ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ / ವಂತಿಕೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಿ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್, ಟ್ಯಾಬ್, ಲ್ಯಾಪ್ಟಾಪ್, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಥವಾ ಟಿ.ವಿ ಯಲ್ಲಿ ಇಚ್ಛೆಗನುಸಾರವಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರ ಹಾಗೂ ಇತರೆ ವಿಷಯ ವಸ್ತುವಿರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮೊಟ್ಟಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ 2018 ರಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾದ ಒಟಿಟಿ ಎಂದರೆ 'ರಿಲಿಯನ್ಸ್ ಎಂಟರ್ ಟೈನ್ಮೆಂಟ್' ಪರಿಚಯಿಸಿದ 'ಬಿಗ್ ಸ್ಕ್ರೀನ್'. ಆದರೆ ಈಗ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಸರಿಸುಮಾರು 40 ಕ್ಕೂ ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳು ಲಭ್ಯವಿವೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರ ವೀಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಅನುಕೂಲವಾಗಿಯೂ ಹಾಗೂ ಕೈಗೆಟುಕುವಂತೆಯೂ ಮಾಡಿವೆ. ಕೋವಿಡ್ ಗೂ ಮುನ್ನ ಒಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯ ಸರಾಸರಿ 35 ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ವ್ಯಯಿಸುತ್ತಿದ್ದ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಆ ಸರಾಸರಿ ಸಮಯ ಈಗ ಎರಡು ಗಂಟೆಗೆ ಏರಿತು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಭಾರತದ ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಯಶಸ್ವಿಗೊಳಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ವಿಷಯ ರಚನೆಯ ತಂತ್ರಗಳು, ವಿತರಣಾ ತಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಬಳಸುವ ಪ್ರಚಾರ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ತನಿಖೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳೆಂದರೆ, ಭಾರತದ ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು, ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು, ವಿತರಕರು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ತಯಾರಕರು ಸಿನಿಮಾ ವಿತರಣೆಗೆ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಕಡತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದು. ಆಯಾ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಬೆಂಬಲಿಗರಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಲೆಹಾಕಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾಪಕಗಳ ಮೂಲಕ ವಸ್ತು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗುವುದು. ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಕೀ ವರ್ಡ್ಸ್ : ಒಟಿಟಿ, ಚಲನಚಿತ್ರ ತಯಾರಕರು, ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಕರು, ವೀಕ್ಷಕರ ಮಾದರಿ, ಚಲನಚಿತ್ರ.

ಪೀಠಿಕೆ:

ಕಳೆದ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಈ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳ ಆಧಾರಿತ ಮನರಂಜನೆ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತರು, ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದವರೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಬಹುಪಾಲು ಎಲ್ಲಾ ಕುಟುಂಬಗಳನ್ನೂ ಸಹ ಆವರಿಸುತ್ತಿದೆ. ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಜನತೆಗೆ ಚಲನಚಿತ್ರ ಆಧಾರಿತ ಮನರಂಜನೆ ಎಂದರೆ ಅಚ್ಚುಮೆಚ್ಚು. ಮನರಂಜನೆ ಕ್ಷೇತ್ರ ಅದರಲ್ಲಿಯೂ, ಟಿವಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಮನಸ್ಸುಗಳ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿದೆ. ಒಟಿಟಿ ಎಂದರೆ ಓವರ್ ದಿ ಟಾಪ್ ವೇದಿಕೆ ಎಂದರ್ಥ. ಇನ್ನೂ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕಾದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯ ಮೇರೆಗೆ ವೀಡಿಯೋ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವ ವೇದಿಕೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ವಂತಿಕೆ/ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಪಾವತಿಸಿ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್, ಟ್ಯಾಬ್, ಲ್ಯಾಪ್ಟಾಪ್, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಥವಾ ಟಿವಿಯಲ್ಲಿ ಇಚ್ಛೆಗನುಸಾರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಈವರೆಗೆ ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಡಿಟಿಹೆಚ್, ಕೇಬಲ್ ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚು ತಿಳಿದಿತ್ತು. ಒಟಿಟಿ ಹಾಗೂ ಡಿಟಿಹೆಚ್ ನಡುವೆ ಇರುವ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳೆಂದರೆ, ನಮಗಿಷ್ಟವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿಯೇ ನಿಲ್ಲಿಸಿ, ಕೆಲಸ ಮುಗಿದ ನಂತರ (ಪೌಸ್ ಅಂಡ್ ಪ್ಲೇ) ವೀಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಬಹುದು. 2018 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಈ ಒಟಿಟಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ರೂ.2,150



(ರೂ.21.5 ಬಿಲಿಯನ್) ಕೋಟಿಗಳಷ್ಟಾಗಿತ್ತು. ಪ್ರಸ್ತುತ, ಅಂದರೆ 2019 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಈ ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬರೋಬ್ಬರಿ ರೂ.25 ಬಿಲಿಯನ್‌ಗಳಿಗೆ ಏರಿತು. ಕಡಿಮೆ ದರದ ಮೊಬೈಲ್ ಡೇಟಾ ಲಭ್ಯವಾದ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೆಲವು ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಇಡೀ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿಯೇ ಭಾರತ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ದರದಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಡೇಟಾ ಒದಗಿಸುತ್ತಿರುವ ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಯುವಜನರಿಗೆ ಒಟ್ಟು ವೀಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಕೈಗೆಟಕುವ ದರದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಾಯಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮೊಟ್ಟಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ 2018 ರಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾದ ರಿಲಿಯನ್ಸ್ ಎಂಟರ್‌ಟೇನ್‌ಮೆಂಟ್ ಪರಿಚಯಿಸಿದ ಬಿಗ್ ಪಿಕ್ಸ್ ಆಗಿನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಖ್ಯಾತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿತು. ಪ್ರಸ್ತುತ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ 40 ಕ್ಕೂ ಅಧಿಕ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು ಲಭ್ಯವಿವೆ. ಪ್ಯಾನ್ ಇಂಡಿಯಾ, ಮೆಗಾ ಬ್ಲಾಕ್ ಬಸ್ಪರ್ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಈ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳ ಬಳಕೆದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯು ಸಹ ಹೆಚ್ಚಾಗ ತೊಡಗಿದೆ. ನೆಟ್ ಪಿಕ್ಸ್, ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್, ಜೀ-5, ವೂಟ್ ಗಳಂತಹ ಹಲವು ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು ಹಿಂದಿ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್, ಕನ್ನಡ, ತೆಲುಗು, ತಮಿಳು ಹಾಗೂ ಇತರ ಭಾಷೆಯ ಭಾರತೀಯ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಭಿತ್ತರಿಸುತ್ತಿವೆ.

ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಾಮರ್ಶೆ:

(ಪೂರ್ಣಿ, 2018) ಪ್ರಕಾರ ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಮೂರು ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ವೇದಿಕೆಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಸಂಕೀರ್ಣ ಸ್ಥಳವಾಗಿದೆ. ನೆಟ್ ಪಿಕ್ಸ್, ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್, ಹುಲು- ಬಿಗ್ 3. ಈ ದೊಡ್ಡ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮುಂದೆ ಸಣ್ಣ ವೇದಿಕೆಗಳು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವುದು ಇಂದು ಸವಾಲಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಕ್ಯುರೇಟೆಡ್ ಕಂಟೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸುವ ಖಾತೆ ಹಂಚಿಕೆ, ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಪಡೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧಗಳ ಮೂಲಕ ಮಂಥನವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದರೆ ಅವರನ್ನು ಸೆಳೆಯಬಹುದು. ಒಟ್ಟು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಾಗ ಬೆಲೆಯು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದರೂ, ವಿಷಯವು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಚಾಲನೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಬೋಸ್ಟನ್ ಕನ್ಸಲ್ಟಿಂಗ್ ಗ್ರೂಪ್ (ಬಿಸಿಜಿ) ಮತ್ತು ಸಿಐಐ ವರದಿಯ ಪ್ರಕಾರ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ವೀಡಿಯೋ ಬಳಕೆ ಕಳೆದ ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಭಾರತೀಯರು ಸರಾಸರಿ ವೀಡಿಯೋ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಳೆಯುವ ಸಮಯವು ದಿನಕ್ಕೆ 11 ನಿಮಿಷಗಳಿಂದ 24 ನಿಮಿಷಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಎಂದು ವರದಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ:

ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಸಿನಿಮಾ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳ ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನ :

ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಕಡತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದು. ಆಯಾ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳ ವೆಬ್ ಪುಟಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಲೆಹಾಕಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾಪಕಗಳ ಮೂಲಕ ವಸ್ತು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗುವುದು. ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳು :

ಭಾರತದ ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.

ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು.

ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.

ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಗಳು:

ಡಿಸ್ನಿ+ಹಾಟ್ ಸ್ಟಾರ್: ಈ ವೇದಿಕೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯ ಒಟ್ಟು ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ಕ್ರೀಡೆಗಳು, ಮಕ್ಕಳ ವಿಷಯ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿಯೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಒದಗಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದು ಐಒಎಸ್ ಮತ್ತು ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್ ಎರಡಕ್ಕೂ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಡಿಸ್ನಿ+ಹಾಟ್ ಸ್ಟಾರ್ ಇದು ಡಿಸ್ನಿ ಸ್ಟಾರ್ ನೋವಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಎಂಟರ್ ಟೈನ್ಮೆಂಟ್ ಒಡತನದ ಮತ್ತು ವಾಲ್ಟನ್ ಎರಡೂ ವಿಭಾಗಗಳಾದ ಡಿಸ್ನಿ ಮೀಡಿಯಾ ಮತ್ತು ಎಂಟರ್ ಟೈನ್ಮೆಂಟ್ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ ನಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸಲ್ಪಡುವ ವೀಡಿಯೋ ಆನ್ ಡಿಮಾಂಡ್ ಒಟ್ಟು ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ದೂರದರ್ಶನ ಸರಣಿಗಳು, ಲೈವ್ ಕ್ರೀಡೆಗಳು ಮತ್ತು ಮೂಲ ಪ್ರೋಗ್ರಾಮಿಂಗ್ ಸೇರಿದಂತೆ ಡಿಸ್ನಿ ಸ್ಟಾರ್‌ನ ಸ್ಥಳೀಯ ನೆಟ್ ವರ್ಕ್‌ಗಳಿಂದ ವಿಷಯವನ್ನು ಸಾಗಿಸುವ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಾಗಿ ಈ ಬ್ರಾಂಡ್ ನ್ನು ಮೊದಲು ಹಾಟ್ ಸ್ಟಾರ್ ಎಂದು ಪರಿಚಯಿಸಲಾಯಿತು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ರಾಡ್ ಬ್ಯಾಂಡ್‌ನ ಗಮನಾರ್ಹ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮಧ್ಯೆ ಹಾಟ್ ಸ್ಟಾರ್ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರಬಲವಾದ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ. 2019 ರಲ್ಲಿ ಅಮೇರಿಕಾದ ಮಾತೃ ಸಂಸ್ಥೆ (21 ನೇ ಸೆಂಚುರಿ



ಫಾಕ್ಸ್‌ನ್ನು) ಡಿಸ್ಕಿ ಸ್ವಾಧೀನ ಪಡಿಸಿಕೊಂಡ ನಂತರ ಹಾಟ್ ಸ್ಪಾರ್ ಕಂಪನಿಯ ಹೊಸ ಜಾಗತಿಕ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಬ್ರಾಂಡ್ ಡಿಸ್ಕಿಯೊಂದಿಗೆ ಏಪ್ರಿಲ್ 2020 ರಲ್ಲಿ ಡಿಸ್ಕಿ+ಹಾಟ್ ಸ್ಪಾರ್ ಆಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿತು.

ಜೀ-5: ಜೀ 5 ಎಂಬುದು ಭಾರತೀಯ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ವೀಡಿಯೋವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಜೀ ಎಂಟರ್‌ಟೈನ್‌ಮೆಂಟ್ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸಸ್‌ನಿಂದ ನಡೆಸಲ್ಪಡುವ ಉನ್ನತ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಭಾರತದಲ್ಲಿ 14 ಫೆಬ್ರವರಿ 2018 ರಂದು 12 ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಜೀ 5 ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ವೆಬ್, ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್, ಐಒಎಸ್, ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಟಿವಿಗಳು ಇತರ ಸಾಧನಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.

ವರದಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಕಾಶ್ಮೀರಿ ಪೈಲ್ ಸಿನಿಮಾ ಆರಂಭಿಕ ವಾರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ವೀಕ್ಷಣೆಗಳನ್ನು (6 ಮಿಲಿಯನ್) ಮತ್ತು 220 ಮಿಲಿಯನ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.ಯಶಸ್ವಿ ಥಿಯೇಟ್ರಿಕಲ್ ರನ್ ನಂತರ ಈ ಚಲನಚಿತ್ರವು ಮೇ 13 ರಂದು ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯಾದ ಜೀ 5 ನಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಯಿತು.ಈ ಚಿತ್ರ ಕೇವಲ ಒಂದು ವಾರದಲ್ಲಿಯೇ 9 ಮಿಲಿಯನ್ (90 ಲಕ್ಷ) ವೀಕ್ಷಣೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಜೀ 5 ನಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಮುರಿದಿದೆ.ಈ ಚಿತ್ರವು ಜೀ5 ನಲ್ಲಿ ಹಿಂದಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ ತಮಿಳು, ತೆಲುಗು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿದೆ.

ಜೀ 5 ಒಂದು ಅದ್ಭುತವಾದ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ರೋಮಾಂಚನಕಾರಿ ಷೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು.ಈ ವೇದಿಕೆಯ ಒಂದು ತಿಂಗಳ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯನ್ನು ಸದ್ಯಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಹಾಕಲಾಗಿದೆ.ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕೇವಲ 399 ಕ್ಕೆ ಖರೀದಿಸಬಹುದು.ಜೀ5 ನ ವಾರ್ಷಿಕ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಪ್ರಸ್ತುತ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಯ ಕಾರಣ ಅದನ್ನು ಶೇ.50 ರಷ್ಟು ರಿಯಾಯಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ರೂ 599 ಕ್ಕೆ ಪಡೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಜೀ5 ಈ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಧಾರವಾಹಿಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹಿಂದಿ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್, ಕನ್ನಡ, ತೆಲುಗು ಮುಂತಾದ ಭಾರತದ ಭಾಷೆಗಳ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಷೋಗಳನ್ನು ಸಹ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ: ಏಪ್ರಿಲ್ 16,2017 ರಂದು ಬಾಲಾಜಿ ಟೆಲಿಫಿಲ್ಮ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಗತ್ತನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ಅಮೋಘ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಮತ್ತು ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ಹರಡಿರುವ ತನ್ನ ಭಾರತೀಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಆರಂಭಿಸುವ ಮೂಲಕ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ನಾಂದಿ ಹಾಡಿತು.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ ಭಾರತೀಯ ವಿಷಯ ಆಧಾರಿತ ವೀಡಿಯೋ-ಆನ್-ಡಿಮ್ಯಾಂಡ್ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ.ಇದು ತನ್ನ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ 32 ವಿಭಿನ್ನ ಇಂಟರ್ ಫೇಸ್ ಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.ಈ ವೇದಿಕೆಯು ಸುಮಾರು 32 ಮಿಲಿಯನ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಯೂಸರ್ಸ್ ಹೊಂದಿದೆ.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ ವೀಡಿಯೋ ಆನ್ ಬೇಡಿಕೆಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಆಗಿದ್ದು, ಹಿಂದೆಂದೂ ನೋಡಿರದ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ.ಡಿಜಿಟಲ್ ಲ್ಯಾಂಡ್ ಸ್ಕೇಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಾಲಾಜಿ ಟೆಲಿಫಿಲ್ಮ್ ನ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯು ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯು ಬೆಲೆ ನಿಗದಿ ತಂತ್ರ, ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ವಿಷಯ ಬಳಕೆದಾರ, ಸ್ನೇಹಿ ಇಂಟರ್ ಫೇಸ್ ಮತ್ತು ವಿಶಾಲವಾದ ಕಂಟೆಂಟ್‌ನ್ನು ಹೊತ್ತು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಸೇವೆಯೊಂದಿಗೆ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ.ಮತ್ತು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದಿಂದ ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತನ್ನೆಡೆಗೆ ಸೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ.ಒಟ್ಟಾರೆ ಭಾರತೀಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಈ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯು ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡಿತು.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯು ಏಕ್ವಾ ಕಪೂರ್ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ.ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿಯು ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಮುಂಬೈ ನಗರದಲ್ಲಿದೆ.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ ವೇದಿಕೆಯು ಬಾಲಾಜಿ ಟೆಲಿಫಿಲ್ಮ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್‌ನ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ.

ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿಯ ಪ್ರಕಾರಗಳು: ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಹಾಸ್ಯ, ನಾಟಕ, ಹಾರರ್, ಪ್ರಣಯ, ಥ್ರಿಲ್ಲರ್, ರಹಸ್ಯ ಮುಂತಾದ ವಸ್ತುವಿಷಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಿನಿಮಾ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.ಸುವರ್ಣ ಯುಗದ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಿಂದ ಹಿಡಿದು ಇತ್ತೀಚಿನ ಬ್ಲಾಕ್ ಬಸ್ಟರ್ ಚಿತ್ರಗಳವರೆಗೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅದ್ಭುತವಾದ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯನ್ನು ಆನಂದಿಸಬಹುದು.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿಯು ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಜನಪ್ರಿಯ ಮತ್ತು ಮೂಲ ಅನಿಮೇಷನ್ ಹಾಗೂ ಲೈವ್ ಆಕ್ಷನ್ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅದ್ಭುತವಾದ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳ ಸಂಗ್ರಹವನ್ನು ಸಹ ಹೊಂದಿದೆ.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿಯು ವೆಬ್ ಸೀರಿಸ್ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಿದೆ.ಎ ಎಲ್ ಟಿ ಬಾಲಾಜಿಯು ಬೆಂಗಳೂರಿನ, ಹಿಂದಿ, ಮರಾಠಿ, ಪಂಜಾಬಿ, ತಮಿಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ.

ವೂಟ್: ವೂಟ್ ಎಂಬುದು ವೈಯಾಕಾಮ್ 18 ಒಡೆತನದ ವೀಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ.ವೂಟ್ ಭಾರತ, ಯುನೈಟೆಡ್ ಸ್ಟೇಟ್ಸ್ ಮತ್ತು ಕಿಂಗ್‌ಡಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಎಮ್‌ಟಿವಿ ನಿಕೆಲ್ ಡಿಯಾನ್ ಮತ್ತು ಕಲ್ಸರ್‌ನಂತಹ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ 40,000 ಗಂಟೆಗಳ ವೀಡಿಯೋ ವಿಷಯವನ್ನು ಹೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ.ಕನ್ನಡ, ಮರಾಠಿ, ಬೆಂಗಳೂರಿನ, ಗುಜರಾತಿ, ಒಡಿಯಾ, ಮಲಿಯಾಳಂ, ತೆಲುಗು ಮತ್ತು ತಮಿಳು ಮುಂತಾದ ಬಹು ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಸಹ ಲಭ್ಯವಿದೆ.ಫೆಬ್ರವರಿ 2020 ರಲ್ಲಿ, ವೂಟ್ ಸೆಲೆಕ್ಟ್ ಎಂಬ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ.

ವೂಟ್ ಕಲ್ಸರ್ ಟಿವಿ, ಎಮ್ ಟಿ ವಿ, ನಿಕೆಲ್ ಡಿಯಾನ್ ಮತ್ತು ಇತರ ವೈಯಾಕಾಮ್ 18 ಮಾಲೀಕತ್ವದ ದೂರದರ್ಶನ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಿಂದ ವಿಷಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.ಇದು ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್‌ಗಾಗಿ ಅನೇಕ ಬಾಲಿವುಡ್ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸಹ ಆಯೋಜಿಸುತ್ತಿದೆ.ಮತ್ತು ಹಲವಾರು ವೂಟ್ ಒರಿಜಿನಲ್ ಶೋಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ.ಮಕ್ಕಳ ವಿಭಾಗದ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಮಲಿಯಾಳಂನಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಮಾಡುತ್ತಿದೆ.

ಪ್ರೀಮಿಯಂ: ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ವೇದಿಕೆಯ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ರಿಯಾಯಿತಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಒಂದು ತಿಂಗಳವರೆಗೆ ವೂಟ್ ಪ್ರೀಮಿಯಂಗೆ ಚಂದಾದಾರರಾಗಿದ್ದರೆ, ಕೇವಲ 99 ರೂಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.ಇದೇ ವೇಳೆ 1 ವರ್ಷದ ವೂಟ್ ಸೆಲೆಕ್ಟ್ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕಾದರೆ 499 ರೂಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.ಆದರೆ, ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೆಲ ದಿನಗಳವರೆಗೆ 299 ರೂ ಗೆ ಒಂದು



ವರ್ಷದ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು: ಈ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಅದ್ಭುತ ಷೋಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುವ ಅವಕಾಶ ಸಿಗಲಿದೆ. ಕಲರ್ಸ್‌ನ ಟಿ.ವಿ. ಧಾರವಾಹಿಗಳು, ಬಿಗ್‌ಬಾಸ್ ಮತ್ತು ಶಾರ್ಕ್ ಟ್ಯಾಂಕ್ ಮತ್ತು ಅಮೇರಿಕಾ ಗಾಟ್ ಟ್ಯಾಲೆಂಟ್ ನಂತಹ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಜೊತೆಗೆ ವೂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರುವ ಮೂಲ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಮತ್ತು ವೂಟ್‌ನಲ್ಲಿ 45 ಲೈವ್ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಸಹ ಯಾವುದೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಲ್ಲದೆ ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ: ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ ರಿಲಯನ್ಸ್ ಇಂಡಸ್ಟ್ರೀಸ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್‌ನ ಅಂಗ ಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಜಿಯೋ ಫ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳ ಒಡೆತನದ ಬೇಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಭಾರತೀಯ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ವೀಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಓವರ್-ದಿ-ಟಾಪ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ.ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು 2016 ರಲ್ಲಿ ಜಿಯೋ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಬಿಡುಗಡೆಯೊಂದಿಗೆ ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 5 ರಂದು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು.ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿಯು ಮುಂಬೈ ನಗರದಲ್ಲಿದೆ.ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾನ ವಿಷಯ ಲೈಬ್ರರಿಯು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ದೂರದರ್ಶನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ವೆಬ್ ಸರಣಿಗಳು, ಸಂಗೀತ ವೀಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಕ್ಷ್ಯಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ ಇತರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಜಿಯೋ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಒದಗಿಸಲಾದ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ.(ಜಿಯೋ ಟಿ.ವಿ, ಜಿಯೋ ಸಾವನ್, ಜಿಯೋ ನ್ಯೂಸ್, ಜಿಯೋ ಮಾರ್ಟ್, ಜಿಯೋ ಮೀಟ್, ಜಿಯೋ ಚಾಟ್ ಮತ್ತು ಜಿಯೋ ಟಾಕ್ಸ್) ವೇದಿಕೆಗಳು.ಜಿಯೋ ಸಿನಿಮಾ ವೇದಿಕೆಯು ಕನ್ನಡ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್, ತಮಿಳು, ತೆಲುಗು, ಮಲಿಯಾಳಂ, ಹಿಂದಿ, ಮರಾಠಿ ಮತ್ತು ಬೆಂಗಾಳಿ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.

ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಪ್ಲೇಯರ್: ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಪ್ಲೇಯರ್ ಭಾರತೀಯ ವೀಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋ ಆನ್ ಡಿಮ್ಯಾಂಡ್ ಫ್ಲಾಟ್ ಫಾರ್ಮ್‌ನ್ನು ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಮೀಡಿಯಾ ಮತ್ತು ಎಂಟರ್‌ಟೈನ್‌ಮೆಂಟ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪಡಿಸಿದೆ.ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿ ಮುಂಬೈ ನಗರದಲ್ಲಿದೆ. ಇದು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ 280 ಮಿಲಿಯನ್ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.ಈ ವೇದಿಕೆಯು ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹೀರಾತು ಬೆಂಬಲಿತ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ವೇದಿಕೆಯು ಇಂಗ್ಲೀಷ್, ಮಲಿಯಾಳಂ, ತಮಿಳು, ತೆಲುಗು ಮತ್ತು ಹಿಂದಿ ಸೇರಿದಂತೆ 12 ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ 15000 ಗಂಟೆಗಳ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಲೈಬ್ರರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.ಇದು ಐಒಎಸ್, ಆಂಡ್ರಾಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ವೆಬ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ.ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಪ್ಲೇಯರ್ ಅನ್ನು 18 ಜುಲೈ 2011 ರಂದು ವೀಡಿಯೋ ಪ್ಲೇಯರ್ ಆಗಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು.ಇದು ಉಪಶೀರ್ಷಿಕೆ ಬೆಂಬಲ ಮತ್ತು ಆಫ್‌ಲೈನ್ ವೀಡಿಯೋ ವೀಕ್ಷಣೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಪ್ಲೇಯರ್: ವೀಡಿಯೋ ಪ್ಲೇಯರ್ ಆಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಎಮ್ ಎಕ್ಸ್ ಪ್ಲೇಯರ್ ಅನ್ನು 20 ಫೆಬ್ರವರಿ 2019 ರಂದು ಮೂಲ ಪೋಗ್ರಾಮ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಒಟಿಟಿ ಫ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಆಗಿ ಮರು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಇದು ಫಿಲ್ಮ್‌ರೈಸ್, ಸೋನಾರ್ ಎಂಟರ್‌ಟೈನ್‌ಮೆಂಟ್, ಸ್ಟ್ರೀನ್ ಮೀಡಿಯಾ ಫಿಲ್ಮ್, ಗೋಲ್ಡ್ ಮೈನ್, ಹಂಗಾಮ, ಶೆಮರೂ, ಪ್ಯಾರಾಮೌಂಟ್ ಪಿಕ್ಚರ್ಸ್, ಸೋನಿ ಎಂಟರ್‌ಟೈನ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಸನ್ ಟಿವಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಸೇರಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ಭಾರತೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸ್ಟುಡಿಯೋಗಳಿಂದ ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಸಹ ಹೊಂದಿದೆ.2020 ರಲ್ಲಿ ಇದು ವಯಸ್ಕರ ಕಂಟೆಂಟ್‌ಗಾಗಿ ಯ್ಯಾಪ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿತು.

ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್: ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಸರಳವಾಗಿ ಪ್ರೈಮ್ ವೀಡಿಯೋ ಎಂದೂ ಸಹ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.ಇದು ಅಮೇರಿಕನ್ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ವೀಡಿಯೋ ಆನ್ ಡಿಮ್ಯಾಂಡ್, ಓವರ್ ದಿ ಟಾಪ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಅಮೆಜಾನ್ ಬಾಡಿಗೆ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸ್ವತಂತ್ರ ಸೇವೆಯಾಗಿ ಅಥವಾ ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.ಈ ಸೇವೆಯು ಪ್ರಾಥಮಿಕವಾಗಿ ಅಮೆಜಾನ್ ಸ್ಟುಡಿಯೋಸ್ ಮತ್ತು ಎಮ್.ಜಿ.ಎಮ್ ಹೋಲ್ಡಿಂಗ್ಸ್ ನಿರ್ಮಿಸಿದ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನ ಸರಣಿಗಳನ್ನು ವಿತರಿಸುತ್ತದೆ.ಅಮೆಜಾನ್ ಒರಿಜಿನಲ್ಸ್ ನಂತೆ ಅಮೆಜಾನ್ ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದಿದೆ.ಈ ಸೇವೆಯು ಇತರ ಪೂರೈಕೆದಾರರು, ವಿಷಯ ಆಡ್ ಆನ್‌ಗಳು, ಲೈವ್ ಕ್ರೀಡಾಕೂಟಗಳು ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋ ಬಾಡಿಗೆ ಮತ್ತು ಖರೀದಿ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ವಿಷಯವನ್ನು ಹೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಉಪಸಂಹಾರ:

ಪ್ರಸ್ತುತ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಥಿಯೇಟರ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಒಟಿಟಿ ಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಅಂತಹ ವೇದಿಕೆಗಳು ಜನರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಥಿಯೇಟರ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಒಟಿಟಿ ಯಲ್ಲಿ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇಂತಹ ವೇದಿಕೆಗಳು ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿತ್ತಿವೆ. 2021 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಕೆಲವು ಹೊಸ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ್ದು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಒಟಿಟಿ ವಿಷಯವನ್ನು ವಯಸ್ಸಾಧಾರಿತ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಮಾನದಂಡಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ತರುತ್ತದೆ. ಅದು ದೇಶದ ಇತರ ಮನರಂಜನಾ ವಿಷಯ ವೇದಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ.ಒಟಿಟಿ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಿಂದಭಾರತೀಯ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಕಡೆಗೆ ಪಕ್ಕಪಾತವಿದೆ ಎಂಬ ಅಂಶವು ಸ್ವತಂತ್ರ ಚಲನಚಿತ್ರ ನಿರ್ಮಾಪಕರಿಂದ ಪ್ರತಿಭಟಿಸುವ ನಿರಂತರ ದೂರಾಗಿದೆ.ಕೋವಿಡ್ ತೀವ್ರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಸಿನಿಮಾಗಳು ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಮತ್ತು ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ವೀಕ್ಷಣೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ.ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ನಂತಹ ಒಟಿಟಿ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸಿನಿರಸಿಕರು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.ಅಮೆಜಾನ್ ಪ್ರೈಮ್ ನಂತಹ ಒಟಿಟಿ ವೇದಿಕೆಗಳು ಸ್ಟುಡಿಯೋ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಕಡೆಗೆ ಪಕ್ಕಪಾತವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ದೊಡ್ಡ ಹೆಸರುಗಳು ಮತ್ತು ಬಜೆಟ್‌ಗಳು ಭಾರತೀಯ ಚಲನಚಿತ್ರ ನಿರ್ಮಾಪಕರಿಗೆ ಜಾಗವನ್ನು ಕುಗ್ಗಿಸುತ್ತಿವೆ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತಿದೆ.



ಗ್ರಂಥಸೂಚಿ:

1. Jain, M. K. (2021). The Rise of OTT Platform: Changing Consumer Preferences. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 7(6), 257-261.
2. Park, E. A. (2018). Business strategies of Korean TV players in the age of over-the-top (OTT) video service. *International Journal of Communication*, 12, 22.
3. Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2021). Crowdfunding model for financing movies and web series. *International Journal of Innovation Studies*, 5(2), 99-105.
4. Kumari, T. (2020). A study on growth of over the top (OTT) video services in India. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, 3(9), 68-73.
5. Bose, N. (2022). India's online streaming revolution: Global over-the-top (OTT) platforms, film spectatorship and the ecosystem of Indian cinemas. *World Cinema On Demand: Global Film Cultures in the Era of Online Distribution*, 125.
6. Lobato, R., & Sarkar, P. (2019). The OTT TV box as a diasporic media platform. *Media Industries Journal*, 6(2).
7. Patel, M. K., Khadia, R., & Awasya, G. (2020). A Study: OTT Viewership in "Lockdown" and Viewer's Dynamic Watching Experience. *International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication*, 5(2), 10-22.
8. Changsong, W., Kerry, L., & Marta, R. F. (2021). Film distribution by video streaming platforms across Southeast Asia during COVID-19. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1542-1552.
9. Awasya, G., & Patel, M. K. OTT Viewership and Pandemic: A study on New Trends of online video content and cinema hall footfalls.
10. Sontakke, K. S. (2021). Trends in OTT Platforms Usage During COVID-19 Lockdown in India. *Journal of Scientific Research*, 65(8).
11. Parikh, N. (2020). The emergence of OTT platforms during the pandemic and its future scope.