மலர் 1 இதழ் 1 ஜூலை, 2016 ISSN : 2454-3993

புனைவில் காட்சிமொழியும் சுவரொட்டியும்

சு.பலராமன்
முனைவர் பட்ட ஆய்வாளர், தமிழ்த்துறை
அறிஞர் அண்ணா அரசு கலைக் கல்லூரி,
நாமக்கல்

திரைப்படச் சுவரொட்டித் தயாரிப்பின் நோக்கம் திரைப்படத்தைச் சந்தைப்படுத்துவது தான். ஒரு திரைப்படத்தின் ஆரம்பம் முதல் வெளியீடு வரை மக்களின் கவனத்திற்குத் திரைப்படத்தைக் கொண்டு செல்கின்றன சுவரொட்டிகள். திரைவழிக் கவர்ச்சிக்கான முன்னோட்டமாகவும், மோகத்தை அதீதப்படுத்தித் திரை மாயைக்கு இழுக்கவும், பார்வையாளர் உள்ளத்தில் மையலைக் கிளர்த்தவும் எனப் பல்வேறு வகைமைகளில் மானிடத்தைத் தூண்டும் செயலில் சுவரொட்டிகள் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. அரங்கையும் மக்களையும் இணைக்கும் பாலமாகப் பணியாற்றுகின்றது. அரங்கிற்கு மக்களை இழுக்கும் முதல் முயற்சியைச் சுவரொட்டிகள் செய்கின்றன. யானை வரும் பின்னே மணி ஓசை வரும் முன்னே என்கிற பழமொழிக்கேற்ப திரைப்படம் வருவதற்கு முன் சுவரொட்டிகள் வருகை புரிந்து மக்களிடம் ஆவலை ஏற்படுத்துகின்றன. சுவரொட்டி இந்தியாவில் குறிப்பாகத் தமிழகத்தில் திரைப்படங்களை விளம்பரப்படுத்துவதற்காக அதிக அளவில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன' என்று விக்கிப்பீடியா குறிப்பிடுகிறது.

திரைப்படத்தைத் தயாரிக்கும் நிறுவனமோ அல்லது வெளியீட்டு நிறுவனமோ படப்பெட்டியுடன் படத்தின் விளம்பரச் சுவரொட்டியினை அச்சடித்துத் திரையரங்கிற்கு அனுப்புகின்றனர். கிராம, நகரத் திரையரங்கில் முதல் முறை, மறுமுறை திரையிடப்படும் திரைப்படத்திற்கு ஏற்ப விளம்பரச் சுவரொட்டிகளின் தயாரிப்பிலும், அளவிலும், வகைமைகளிலும் வேற்றுமை காணப்படுகின்றது. கிராமியத் திரையரங்கில் திரையிடப்படும் படத்தின் சுவரொட்டிகள், இணைத்து ஒட்ட வேண்டிய போஸ்டர்கள், அகலம் குறைந்த சின்னவை. இன்று முதல். இன்றே கடைசி என எழுத்துப் போஸ்டர்கள்' (ப–84) பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்று நிழல் முற்றத்தில் பெருமாள் முருகன் காட்டியுள்ளார்.

பெரு நகரங்களில் வெளியிடப்படும் திரைப்படத்தின் சுவரொட்டியானது மூன்று, நான்கு முறை மடித்து ஆறு பாகங்கள் ஒன்று சேர்ந்து இருக்கும். பெரிய சுவரொட்டிகளாக இருக்கும். இம்மாதிரியான சுவரொட்டிகள் திரைப்படத்தின் முதல் வெளியீட்டின் போது பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதில் திரையரங்கு பெயருடனும் பெயரின்றியும் அச்சிடப்படுகிறது. சுவரொட்டிகள் எந்நகரிலும் ஒட்டப்படும் விதமாகவும் தயாரிக்கப்படுகிறது என்று அசோகமித்திரன் கரைந்த நிழல்களில் கூறுகிறார். ‘சினிமா போஸ்டருங்களைச் செவுத்திலேருந்து கியிச்சிப் பொடவை மாதிரி சுத்திக்கினு……' (ப–101) என்று உடலை முழுமையாகச் சுற்றிக் கொள்ளக் கூடிய முழு நீள அளவிற்குச் சுவரொட்டிகள் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன என்பதை சினிமாவுக்குப் போன சித்தாளு புதினத்தில் ஜெயகாந்தன் வழி அறிய முடிகிறது. சுஜாதா டெண்ட் சினிமா அரங்கில் விளம்பர வண்டியில் பயன்படுத்தும் அளவிற்கான சுவரொட்டிகள் குறித்து ‘போஸ்டர் காதுகளுடன் சரிந்திருந்த விளம்பர வண்டியில் ஒரு கிளாரினெட்' (ப–316) எனக் கனவு தொழிற்சாலையில் குறிப்பிடுகிறார். மேலும் இவர் திரைப்பட விளம்பரத்தின் அடுத்த கட்டமாகக் கருதப்படும்

பதாகைகள் (பேனர்கள்) பற்றியும் தொட்டுக் காட்டுகிறார். 'எத்தனையோ கார்கள் உலவும் சுறுசுறுப்பான அண்ணா சாலைச் சுவரின் மேல்புறத்தில் பானர்கள் எம்.எஸ்.விஸ்வநாதன், கண்ணதாசன், பாபு......' (ப-180) திரைப்படத்தின் வெற்றி அதனை விளம்பரப்படுத்துதலில்தான் உள்ளது. விளம்பரச் சுவரொட்டிகள் திரைப்படத்துறையின் அச்சாணியாகச் செயலாற்றுகின்றன.

திரையரங்க நிர்வாகம் கமிசன் அடிப்படையில் சுவரொட்டியினை ஒட்டப் பணியாட்களை நியமித்து ஒருவருக்கு ஒரு பகுதி எனப் பிரித்து ஆட்களை அனுப்புகிறது. இப்பணியாட்கள், சுவரொட்டியினை ஒட்டுவதற்குச் செல்லும் முறைமையானது 'சுவரொட்டியை உருவி எடுத்து ஒட்டுவதற்கு வாகாகப் போஸ்டரை மடித்துச் சைக்கிள் தண்டில் மாட்டிக் கொள்வார்கள். எழுத்துப் போஸ்டர்களைக் கேரியர் இருந்தால் அதிலோ, இல்லாவிட்டால் செயினுக்குக் கீழ் சொருகியே வைத்துக் கொள்வார்கள். பசை பக்கெட் ஹேண்டில் பாரில் மாட்டியிருக்கும்' (ப-85) என நிழல் முற்றம் குறிப்பிடுகிறது. சில பகுதியில் நாய்களின் தொல்லையும் இரசிகர்களின் தொந்தரவும் அதிகம் உண்டு. நட்சத்திர நாயகனின் சுவரொட்டிப் படம் என்றால் ஆளாளுக்கொரு சுவரொட்டியைக் கேட்பதும் தங்களின் பார்வைபடும் இடத்திற்கு அருகாமையில் அப்படச் சுவரொட்டியை ஒட்ட வற்புறுத்துவதும் போன்ற இன்னல்களைச் சுவரொட்டியாளர்கள் சந்திக்கின்றனர். ஐந்து ஆறு பக்கச் சுவரொட்டி என்றால் இரண்டு நபர்களுக்கு மேல் தேவைப்படுகின்றனர். மேலும் ஏணி போன்ற வசதிகளும் தேவையாய் உள்ளது. சுவரொட்டியை ஒட்ட குறிப்பாக இரவு நேரங்களைத் தேர்ந்தெடுத்துச் செல்கின்றனர்.

சுவரொட்டியினை ஒட்டத் தேர்ந்தெடுக்குமிடங்களாகப் 'பழுப்பாண்ட தண்ணி புடிக்கறக் கோசரம் வந்து நிக்கறப்போ புச்சா போஸ்டரு ஒட்டி இருந்ததை.....' (ப-39) "தெருவுக்கு தெரு மூலைக்கு மூலை சந்துக்குச் சந்து தான் வாத்தியார் நின்னுக்கினு..." (ப-24) என ஜெயகாந்தன் பதிவு செய்கிறார். கூடுகிற இடங்களையும் மக்களின் கண்களில் படும்படியான இடங்களையும் தேர்வு செய்கின்றனர். தேநீர்க் கடைகள், பெண்கள் குழுமுகின்ற இடங்கள், சந்தைப்பகுதி, பேருந்து நிலையம், முக்கியத் திருப்பங்கள், மக்களின் கவனத்தைப் பெறுகின்ற இடங்களிலும் திரைப்படச் சுவரொட்டிகள் ஒட்டப்படுகின்றன. மேலும் அதே இடத்தில் தொடர்ந்து சுவரொட்டிகளை ஒட்டித் திரைப்படம் பற்றிய சுவரொட்டிக்கான இடம் என்று எளிமையாக அவ்விடம் அடையாளப்படுத்தப்படுகிறது. இவ்விடங்களில் சென்று பார்த்தால் எந்தத் திரையரங்கில் எந்தத் திரைப்படம் திரையிடப்பட்டுள்ளது என்பதை எளிதாக அறிய முடிகிறது.

'தலைவர் வாளை வீசிக்கொண்டு பாவாடை சுழல நின்றார். அந்தக் கணத்தில் அவர் தான் எல்லாம் என்று தோன்றியது. சுற்றிலும் உதிர்ந்து எறியும் பூக்களை வெட்டி சாய்த்து விடத்தானவர் கையில் வாள். வாளற்று அணைக்கிற விதத்தில் விரித்திருக்கும் இன்னொரு கை ஆதரவாகக் கட்டிக் கொள்ளும். கண்களில் பொங்கும் கனிவு. நேருக்கு நேர் பேசும் வாய். போஸ்டரில் இருந்து எழுகிறது உருவம்' (ப-15) என்று பெருமாள் முருகன் சுவரொட்டியிலுள்ள நாயகப் பிம்பத்தை ஆண்பால் பாத்திர வழி நின்று வெளிப்படுத்துவதைக் காண முடிகிறது. 'போஸ்டர் மேலே வெச்ச கண்ணெ எடுக்க முடியலே. வாத்தியார் சும்மா ஒருத்தியைப் புடிச்சி வில்லாட்டமா வளைச்சி அவ முதுகை மடிச்சி மொயங்கால் மேலே போட்டுக்கினு மூஞ்சிக்கி நேராக் குனிஞ்சிக்கினு கண்ணை மட்டும் ஒசத்தி நம்பளை ஒரு சிரிப்பு சிரிச்சிக்கினு பாக்கறாரு ஐயோ! ஐயோ! உன்னை இந்த மாதிரி முறிச்சிப் போட்டுக்கினு முத்தம் குடுக்கட்டுமா?ன்னு கேக்கற மாதிரி இருக்குது' (ப-39) என்று ஜெயகாந்தன் சுவரொட்டியிலுள்ள பிம்பத்தினைப் பெண்பால் பாத்திர வழிநின்று வெளிப்படுத்துகிறார்.

திரைப்படச் சுவரொட்டி ஆண்மகனின் வாழ்நிலைச் சிக்கலைத் தீர்க்க வந்த நாயகப் பிம்பமாகவும், பெண்மகளின் பாலியல் இச்சையைப் பூர்த்தியாக்க வந்த நாயகப் பிம்பமாகவும்

காட்சிப்படுத்தப்படுகின்றன. இருபாலருக்கும் சுவரொட்டி நாயகப் பிம்பத்திடம் மனதோடு உறவாடுகின்றனர். சிக்கல் பொதிந்த வாழ்க்கை வாழும் மக்கள் தங்களின் பிரச்சனைகளைத் தீர்க்க ஒரு ஆண்மகன் வரமாட்டானா? ஒரு வீரன் உதிக்கமாட்டானா? என்று ஏங்கித் தவிக்கும் சூழலில் ஆட்பட்டுள்ளனர் என்பது புலனாகிறது. இச்சிக்கலைத் தீர்க்க வந்தவனே திரை நாயகப் பிம்பம். இவர்களின் சிக்கலை லாவகமாகக் கைக்கொண்டு நாயகப் பிம்பத்தைக் கட்டமைக்கிறது திரைத்துறை. ஒரு காட்சி வீரம். மறு காட்சி காதல். காதலும் வீரமும் தமிழ்த் திரைப்படங்கள் தமிழ்ப் பண்பாட்டைக் குறி வைத்துக் காட்சிப்படுத்துகின்றன என்பது தெளிவாகிறது. இது படைப்பாளிகள் காட்டும் சுவரொட்டி நாயகப் பிம்பமும் எம்ஜிஆர்தான் இந்நாயகன் சமூகத்தில் அடித்தட்டு மக்களின் ஆசையைப் பூர்த்தி செய்யும் நவீன வீரனாகப் பாவிக்கப்பட்டுள்ளார் என்பதை அறிய முடிகிறது. இம்மக்களின் உளவியலைச் சுவரொட்டிப் பிம்பம் வழி இரு எழுத்தாளர்களும் ஊடுருவிக் காண்கின்றனர்.

சுவரொட்டி பாலியல் இச்சையைப் பூர்த்தியாக்கும் வழிமுறைகளில் ஒன்றாக உள்ளது. திரைப்படச் சுவரொட்டி, மக்களின் கண்முன்னே நின்று காட்சிப்படுத்துகிறது. இது விளம்பரச் சுவரொட்டி மட்டுமல்ல. திரைப்படத்தை நேசிக்கும், மோகத்தில் மூழ்கித் தவிக்கும் தீவிர ரசிகர்களுக்கு ஆதர்சன விருந்தாகவும் இது அமைகிறது. திரையரங்கம், திரைப்படத்துறைச் சாமானிய மக்களுக்கு மூன்று மணி நேரத்தில் காட்டி விட்டுப் பிறகு மறைந்து விடுகிறது. இக்காட்சிகள் நீளாதா என்ற எதிர்பார்ப்புள்ள ரசிகர் பார்க்கும் முறைமைக்கும் இவை தூண்டுதலாகின்றன. திரைப்படச் சுவரொட்டிக் காட்சியை நிதானமாக வைத்த கண் எடுக்காமல் மனதில் ஏற்ற ரசிகர்களுக்குப் பயன்படுகின்றது. திரை நாயகன் மீது மையல் கொண்டுள்ள சாமானியப் பெண்கள், ஆசை நாயகனை நேரடியாக நுகர முடியாமல் உள்ளனர். ஆஸ்தான நாயகனுடன் ஜோடி சேர இப்பெண்மணிகளுக்கு எளிய வழியைச் சுவரொட்டி ஏற்படுத்திக் கொடுக்கிறது. இச்சுவரொட்டிகள் பெண்களின் காம இச்சையைத் தீர்க்கும் வடிகாலாக உருமாறுகின்றன. சுவரொட்டி வெறும் காகிதம் அல்ல. அதிலுள்ள வண்ணக் கலர் படம் உயிர் உள்ள சீவன். அச்சீவனே தங்களின் உயிர் என்கிற அடிநாதத்திலேதான் பாமர மக்கள் வாழ்க்கையைக் கடக்கின்றனர். அசையும் நிழலான திரைப்படத்திற்கு அசையா நிழலான சுவரொட்டி ஒரு முன்னோட்டமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. சுவரொட்டிகள் நிறைவேறாத எண்ணப்பதிவை நிறைவேற்றும் நோக்கை உருவாக்கித் தருகின்றன. மனித உயிரிகள் ஏதோ ஒரு வழியில் பாலியல் தேவையை விருப்பப்பட்டவர்களுடன் பூர்த்தியாக எத்தனிக்கின்றனர். திரைப்படச் சுவரொட்டி மனித மனம் சார்ந்த பிரச்சினைகளை நிவர்த்தியாக்கும் பின்னணியோடு இயக்கம் பெறுகிறது.

சுவரொட்டிகள் நடிகரின் முகத்தைச் சமூக வெளியில் பிரபலப்படுத்துவதற்கான சாதனம். பத்திரிக்கையில், நாற்சந்திகளில், விளம்பரங்களில் என்று எங்கும் பார்த்திருக்கக்கூடிய முகமாகிறது. பெயர் சொன்னால் முகம் நினைவுக்குத் தட்டுப்படும் அளவிற்கு நாயகனின் பிம்பத்தை மக்கள் மனதில் ஏற்றுகின்றன. சுவரொட்டியில் பிரபல நாயகப் பிம்பத்தைப் பெரியதாகக் காட்டி மக்களைத் திரையரங்கிற்கு அழைத்துத் தன் உத்திமுறையில் வெற்றி காணுகிறது திரைப்படம். சுவரொட்டி விளம்பரத்தில் காணப்படும் சம்பந்தப்பட்ட நாயகப் பிம்பத்தின் படம் மக்களின் எதிர்பார்ப்புகளை ஏமாற்றாமல் நிறைவேற்றுகிறது. அதே சமயத்தில் பிரபல நட்சத்திர நாயகப் பிம்பம் ஒரு திரைப்படத்தில் கௌரவ நடிகனாக நடித்தால் அத்திரைப்படத்தின் நாயகனை முன்நிலைப்படுத்தாது நட்சத்திர நாயகப் பிம்பத்தை முதன்மைப்படுத்தியே சுவரொட்டிகள் தயார் செய்யப்படுகின்றன. இவ்வுத்திமுறையால் சம்பந்தப்பட்ட திரைப்படத்திற்கு அறிமுகமும் பிரபலமும் வசூலும் அதிகரிக்கின்றன.

சுவரொட்டியைப் பார்த்துத் திரையரங்கிற்குச் சென்ற கூட்டத்திற்குப் படத்தின் காட்சியில் ஆஸ்தான நாயகனின் வருகை என்பது மிகக் குறைவாக இருக்கும் பட்சத்தில் ஏமாற்றமே மிஞ்சுகிறது. ஏமாற்றப்பட்டதை ஏற்க முடியாத அக்கூட்டம் தங்களின் ஆதங்கத்தை ஏமாற்றிய சுவரொட்டியின் மீதே செலுத்துகின்றனர். திரைப்படச் சுவரொட்டிகளைத் தயாரிக்கும் உத்திமுறைகளில் பொதுமக்களை ஏமாற்றும் வித்தையும் குடிகொண்டுள்ளது. இச்சுவரொட்டிகளின் தொடர்ச்சியாக ப்ளக்ஸ், பேனர், கட்அவுட் போன்றவை தமிழ்ப் பண்பாட்டிலும், தமிழர் வாழ்வியல் கூறுகளிலும் இடம் பெற்றிருப்பது கவனிக்கத்தக்கது.

துணைநூல் பட்டியல்

1. அசோகமித்ரன், கரைந்த நிழல்கள், 2005, கிழக்குப் பதிப்பகம், சென்னை.
2. சுஜாதா, கனவுத் தொழிற்சாலை, 2010, கிழக்குப்பதிப்பகம், சென்னை.
3. பெருமாள் முருகன், நிழல் முற்றம், 2005, காலச்சுவடு பப்ளிக்கேஷன், நாகர்கோவில்.
4. ஜெயகாந்தன், சினிமாவுக்குப் போன சித்தாளு, 2012, மீனாட்சி புத்தக நிலையம், மதுரை.