

ராஜ் கபூர் முதல் ஆமிர் கான் வரை: தூதர்களாக மாறும் பாலிவுட் நட்சத்திரங்கள்

ஸ்வப்னில் ராய்



2021ஆம் ஆண்டில் கோவிட்-19 தொற்றுநோய் பரவி, இந்தியாவில் தினசரி இறப்புகள் அதிகமாக இருந்த நேரம் அது. சர்ச்சைக்குட்பட்ட எல்லைப் பகுதியில் ஏற்பட்ட மோதல்களால் இந்தியாவிற்கும் சீனாவிற்கும் இடையிலான உறவுகளும் சீர்குலைந்திருந்தன. அந்தச் சமயத்தில் சீன கம்யூனிஸ்ட் கட்சி (CCP) தனது Weibo கணக்கில் இந்தியாவில் நடக்கும் இறுதிச் சடங்குகளைக் கேலி செய்யும் விதத்தில் ஒரு படத்தை வெளியிட்டது. அண்மையில் சீனா விண்ணில் செலுத்தியிருந்த ராக்கெட் ஏவுதலின் படத்துடன் இந்தியாவில் நடக்கும் இறுதிச் சடங்கை ஒப்பிட்டுக்காட்டியது. "சீனாவில் நெருப்பை மூட்டுவது vs. இந்தியாவில் நெருப்பை மூட்டுவது" (படம் 1) என்று அதற்குத் தலைப்பிட்டிருந்தது. வியப்பூட்டும் விதத்தில் இந்தப் பதிவுக்குச் சீன இணையவாசிகளிடமிருந்து எதிர்ப்பு வந்தது. அவர்கள் சீன கம்யூனிஸ்ட் கட்சியின் நுண்ணுணர்வற்ற செய்கையைக் கண்டு திகைத்துப்போனார்கள். அந்தப் பதிவு உடனடியாக அகற்றப்பட்டது. அதைத் தொடர்ந்து இந்தியாவிற்குச் சீனா ஆதரவளிப்பதாக அறிவிப்புகள் வந்தன. இந்திய மக்களின் உணர்வுகளைப் பற்றிய புரிதலோடு சீனாவிலிருந்து வெளியான செய்திகள் பாலிவுட் நட்சத்திரம் ஆமிர் கானுக்குச் சீனாவில் இருக்கும் நட்சத்திர மதிப்பின் காரணமாகவே வெளிப்பட்டதாகத் தோன்றியது. தொற்றுநோயின் ஆரம்ப கட்டத்தில் சீனாவிற்கான ஆதரவைத் தெரிவித்தவர்களில் முதன்மையானவர் ஆமிர் கான் என்று Weibo பயனர்கள் குறிப்பிட்டார்கள். அதற்குச் சில மாதங்களுக்கு முன்பு கோவிட்-19 தொற்றால் ஆமிர் கான் பாதிக்கப்பட்டபோது, இந்தியர்கள்மீதும் ஆமிர் கான் மீதும் Zhihu (சீன Reddit) போன்ற பிற தளங்களில் சீனர்கள் ஆழ்ந்த பரிவுணர்ச்சியை வெளிப்படுத்தினார்கள். "ஆமிர் கான் விரைவில் குணமடைவார், தடுப்பூசிக்குப் பிறகு 1.3 பில்லியன் இந்தியர்கள் விரைவில் கூட்டு நோய் எதிர்ப்பு சக்தியை அடைவார்கள்" என்று பதிவிட்டார்கள். இது, தொற்றுநோயின் அடுத்த கட்டத்தின்போது சீனர்கள் இந்தியாமீது காட்டிய பரிவுணர்ச்சியை வடிவமைப்பதில் கான் ஏற்படுத்திய தாக்கத்தை அடிக்கோடிட்டுக் காட்டுகிறது.

Backlash after China Weibo post mocks India Covid crisis

2 May 2021

Share  Save 



The image was posted by an account linked to an official Chinese law enforcement agency

சீன Weibo பதிவு இந்தியாவின் கோவிட் நெருக்கடியைப் பரிகசித்ததற்குக் கடும்கும் எதிர்ப்பு (Backlash after China Weibo post mocks India Covid crisis)

(This image was posted by an account linked to an official Chinese law enforcement agency - சீன சட்ட அமலாக்க அமைப்புக்குடன் தொடர்புடைய கணக்கிலிருந்து இந்தப் படம் பதிவேற்றப்பட்டது)

Figure 1: Source: [BBC, May 2021](#) படம் 1: ஆதாரம்: பிபிசி, மே 2021

மேலே உள்ள மேற்கோள், சீனாவில் ஆமிர் கானின் நட்சத்திர அந்தஸ்தால் உருவாக்கப்பட்ட மென்சக்தி என்ற கருத்தை உள்ளடக்கியிருக்கிறது. இந்த சக்தி தேசிய அரசின் எல்லைகளுக்கு அப்பால் செயல்படுகிறது. மென்சக்தி என்னும் கருத்தை அரசியல் விஞ்ஞானி ஜோசப் நெய் முதலில் முன்மொழிந்தபோது , ஊடகங்கள், உற்பத்திப் பொருள்கள், வெளிநாட்டிலுள்ள பொதுமக்களிடம் ஒரு நாட்டை நல்ல விதமாகச் சித்தரிக்கும் பிற வழிகள் மூலம் ஈர்ப்புகளை உருவாக்கும் நாடுகளின் திறன்கள் என்று அதை வரையறுத்தார். மரபார்ந்த பார்வையின்படி, அந்த ஈர்ப்புகளை உருவாக்கும் செயல்முறை, அரசை மையமாகக் கொண்டது அல்லது அரசால் தொடங்கப்பட்டது. கலாச்சார இராஜதந்திரத்தின் பரந்த எல்லைக்குள், திரைப்பட நட்சத்திரங்கள் தேசிய அரசின் வரம்புகளைத் தாண்டிச் செல்லும் திறன் கொண்ட அரசு சாராத பங்கேற்பாளர்களாகச் செயல்பட முடியும் என்பது என்னுடைய வாதம். ஆமிர் கான் தொடர்பாகச் சீனாவில் நடந்த சம்பவம் குறிப்பிடத்தக்கது. ஏனென்றால் அவரது நட்சத்திர அந்தஸ்தின் வசீகரம் இந்தியா, சீனா ஆகிய இரு தரப்பிலும் அரசை மையமாகக் கொண்ட முயற்சிகளுக்கு அப்பாற்பட்டது.

ஆமிர் கான் நடித்த 3 இடியட்ஸ் திரைப்படத்தின் அதிகாரப்பூர்வமற்ற பிரதி சீனாவில் வினியோகம் ஆனதையடுத்து அவர் சீனாவில் பிரபலமடைந்தார். இந்தப் படம் முதன்முதலில் 2010இல் ஹாங்காங் சர்வதேசத் திரைப்பட விழாவில் திரையிடப்பட்டது. படம் பார்த்தவர்களின் பாராட்டுக்கள் இதற்கான விளம்பரமாக அமைந்ததில் இது பெய்ஜிங் சர்வதேசத் திரைப்பட விழாவிலும் திரையிடப்பட்டது. முறைசாராத சட்ட விரோத வலைப்பின்னல்கள் மூலம் பரவலான மக்களைச் சென்றடைந்த இந்தப் படம் இறுதியில் திரையரங்குகளில் வெளியாயிற்று. ஆமிர் கானும் பிறரும் இதை அறிந்தபோது, சீனாவில் படத்தை முறையாக வெளியிட முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன. படம் சீனாவில் பரவலான பாராட்டைப் பெற்றது. ஆமிர் கான் சமகால உதாரணம் மட்டுமே. அந்தக் கால நட்சத்திரமான அமிதாப் பச்சன், ஆப்கானிஸ்தானில் குடகாவா படப்பிடிப்பில் இருந்தபோது முஜாஹிதீன்களுடனான சண்டையில் இடைநிறுத்தம் மேற்கொள்ள வழிவகுத்தார். ஷாருக் கானின் "கல் ஹோ நா ஹோ" பாடலை இந்தியாவிற்கான ஜெர்மன் தூதர் மைக்கேல் ஸ்டெய்னர் (2012-15) நடித்துக்காட்டினார். இப்படியாக இந்தியத் திரைப்பட நட்சத்திரங்கள் கலாச்சார ராஜதந்திரத்தின் தலைமையில் மென்சக்திக்கான ஒரு வழியாகத் தொடர்ந்து விளங்கிவருகிறார்கள்.

Networked Bollywood: How Star Power Globalized Hindi Cinema (பாலிவுட் வலைப்பின்னல்: நட்சத்திர வசீகரம் இந்தித் திரையுலகை உலகளாவிய

சக்தியாக ஆக்கியது எப்படி) என்ற எனது புத்தகத்தில், ஆண் மெகாஸ்டார்கள் சிலர் இத்தகைய ஆற்றலைக் கொண்டிருப்பதாக வாதிடுகிறேன். சில நட்சத்திரங்கள் தங்கள் வலைப்பின்னகளின் எல்லைகளைத் தாண்டி, முன்பு இல்லாத இணைப்புகளை உருவாக்கும் திறனைப் பெற்றிருப்பதை நட்சத்திரங்களின் ஆற்றல் என்று வரையறுக்கிறேன். அஜர்பைஜான் முதல் ஜெர்மனி வரையிலான பல்வேறு பகுதிகளில் இந்தித் திரைப்படங்களுக்கான புதிய சந்தைகளை இவர்கள் உருவாக்குகிறார்கள். நட்சத்திரங்கள் மின்சார இணைப்பைத் தரும் சவிட்சைப்போல என்று சொல்லலாம். சவிட்சைப் போட்டதும் மின்சாரம் மின் சாதனங்கள் வழியாக ஊடுருவிச் சென்று ஒளிதருவதுபோல, மின் கருவிகளைச் செயல்படவைப்பதைப் போல, நட்சத்திரங்களால் புதிய தொடர்புகளையும் வலைப்பின்னல்களையும் உருவாக்க முடிகிறது.

தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் நட்சத்திர ஆற்றல் இரண்டு மையக் கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது. முதலாவது பொதுவாகக் கொண்டிருக்கும் உணர்ச்சியின் அடிப்படையிலான ஆற்றல். இது திரையிலும் திரைக்கு வெளியிலும் தன் ஆளுமையின் மூலம் உணர்ச்சி ரீதியாக மக்கள்மீது தாக்கம் செலுத்தும் நட்சத்திரத்தின் திறன். இதை நாம் நன்கு அறிவோம். இதை நட்சத்திர அந்தஸ்து எனக் கூறுகிறோம். நட்சத்திர ஆற்றலின் இரண்டாவது கூறு, சில நட்சத்திரங்கள், பெரும்பாலும் ஆண்கள், மட்டுமே கொண்டிருக்கும் நேரடியான, பயனுள்ள ஆற்றல். இந்த ஆற்றல் நட்சத்திரத்தின் சமூக-பொருளாதார, அரசியல், தொழில்துறை செல்வாக்கினாலும் அவர்களின் வர்க்கம், பாலினம், சாதி ஆகியவற்றிலிருந்தும் பெறப்பட்டு நேரடியாகப் பயனளிக்கும் ஆற்றல். எளிமையாகச் சொல்லப்போனால், பயனளிக்கும் சக்தி என்பது முக்கியமான தொழிலதிபர்கள், தயாரிப்பாளர்கள், பெரிய தயாரிப்பு நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்கள் என்னும் வகையில் நட்சத்திரங்கள் கொண்டிருக்கும் நேரடியான தொழில்துறை, சமூக சக்தியைக் குறிக்கிறது. இந்த நட்சத்திரங்கள் அணுகக்கூடிய உயரடுக்கு வர்க்கம், பாலின அடிப்படையிலான நிறுவன, அரசியல் வலைப்பின்னல்கள் ஆகியவையும் இந்த சக்திக்குக் கூடுதலாக வலு சேர்க்கின்றன. உணர்ச்சிகரமானதும் பயனுள்ளதுமான இந்த இரு சக்திகளும் ஒரு நட்சத்திரம் "மாற்றத்திற்கு" உதவுவதற்கும் புதிய இணைப்புகளை உருவாக்குவதற்கும் உதவுகின்றன. இது திரைப்படத் தொழில்துறை அதன் தற்போதைய செல்வாக்கு மண்டலங்களான தொழில்துறை, புவிசார் அரசியல் ஆகியவற்றின் வரம்புகளை மீறி இந்திய சினிமா புதிய சந்தைகளில் நுழைய உதவுகிறது.

உதாரணமாக, ஷாருக் கான் அபரிமிதமான உணர்ச்சிப்பூர்வமான சக்தியைக் கொண்ட ஒரு ஆண் மெகாஸ்டார். அது மட்டுமல்ல; அவர் பாலிவுட்டின்

மிகப்பெரிய தயாரிப்பு நிறுவனங்களில் ஒன்றான ரெட் சில்லிஸின் உரிமையாளரும் கூட. ரெட் சில்லிஸ் நிறுவனத்தின் மூலம் ஷாருக் கான் தனது 'கல் ஹோ நா ஹோ' திரைப்படத்தை ஜெர்மன் தொலைக்காட்சி சேனலான RTL2இல் வெளியிட முடிந்தது. இது பாலிவுட் படங்கள் அதுகாறும் அறிந்திராத சந்தையாக இருந்த இணைய வெளி ரசிகர்களை ஷாருக் கான் பக்கம் ஈர்த்தது. படத்தின் வெற்றியைத் தொடர்ந்து ஜெர்மன் ரசிகர்கள் ஷாருக் கானுக்காக இணைய மன்றம் ஒன்றைத் தொடங்கினார்கள். ஷாருக் கானுக்காகவே நடத்தப்படும் பத்திரிகை ஒன்றைத் தொடங்க இது வழிவகுத்தது. ரசிகர்களின் இந்த முயற்சி பிறகு முழு அளவிலான பாலிவுட் முகவாண்மை நிறுவனமாகப் பரிணமித்துள்ளது. இது இப்போது பத்திரிகைகளை வெளியிடுகிறது. பாட்காஸ்ட் எனப்படும் ஒலிப்பதிவுச் சேவைகளை வழங்குவதுடன் திரைப்பட நிகழ்வுகளையும் நடத்துகிறது. மாற்றம் அல்லது தாக்கம் ஏற்படுத்தக்கூடிய ஷாருக் கானின் நட்சத்திர ஆற்றல் மூலம், அரசு முயற்சிகள் ஏதுமின்றி மற்ற துறைகளும் ஜெர்மன் சந்தைக்குள் நுழைய முடிந்தது. 2015ஆம் ஆண்டில் இந்தியாவுக்கான ஜெர்மானியத் தூதர் ஸ்டெய்னர் "கல் ஹோ நா ஹோ"வை அடிப்படையாகக் கொண்ட நடன நிகழ்ச்சி வீடியோவை உருவாக்கியபோது இந்தப் போக்கு அதிகாரப்பூர்வமான ராஜதந்திரமாக உருவானது. அதற்கான நிகழ்வில் முன்னாள் இந்திய வெளியுறவு அமைச்சர் சல்மான் குர்ஷித்தும் பங்கேற்றிருந்தார்.

புதிய சாதனம் ஒன்றை ஒளிர்ச் செய்வது என்ற உருவகம் இந்த இணைப்புகளில் சில எவ்வாறு முழுமையாகக் கணிக்க முடியாதவை என்பதையும், அவற்றின் தாக்கத்தை நேரடியாக அளவிடுவது கடினம் என்பதையும் நமக்குக் காட்டுகிறது. இருப்பினும், மாபெரும் ஆண் நட்சத்திரமாக விளங்கும் ஒருவர் வினையூக்கியாகவும், இணைப்புகளை இயக்கும் விசையாகவும் இருப்பதன் மூலம் அவை அனைத்தும் ஒருங்கிணைக்கப்படுகின்றன. இந்த வழியில், பாலிவுட் நட்சத்திரங்கள் இரண்டு வெவ்வேறு வகையான சக்திகளைச் செயல்படுத்துகிறார்கள்: முதலாவது அவர்களின் நட்சத்திர ஆளுமைகளால் உருவாக்கப்பட்ட உணர்வின் மூலம் நடக்கிறது. இரண்டாவது வலைப்பின்னல்களை உருவாக்கும் சக்தியைக் கொண்ட பெரிய தயாரிப்பு நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்களாக இருப்பதன் மூலம் சாத்தியமாகிறது. இந்தச் செயல்முறை ஆப்கானிஸ்தான், சோவியத் யூனியன் ஆகிய நாடுகளிலும் பிற இடங்களிலும் உள்ள புலம்பெயர்ந்தோர் அல்லது இந்தியரல்லாத பார்வையாளர்கள் மூலம் இந்தியாவிலும் வெளிநாட்டிலும் அவர்கள் செலுத்தும் செல்வாக்கில் உச்சத்தை அடைகிறது.

இந்திய அரசு சுதந்திரம் அடைந்ததிலிருந்து வெகுமக்கள் திரைப்படங்களின்பால் காட்டிய அலட்சியத்தாலேயே ஆண் மெகாஸ்டாரின் சக்தி பாலிவுட் உலகமயமாவதற்கு முக்கியக் காரணியாக மாறியது. மைய நீரோட்டத்தைச் சேர்ந்த வெகுமக்கள் திரைப்படங்களை அரசும் கலாச்சார உயரடுக்கினரும் வெறும் பொழுதுபோக்காகவும், "தவிர்க்கக்கூடிய சமூகப் பேரழிவாகவும்" கருதினார்கள் என்று இந்தியத் திரைப்பட அறிஞர் அருணா வாசுதேவ் கூறியிருக்கிறார். இந்தப் பின்புலத்தில், தொழில்முனைவோராகவும் இருக்கும் நட்சத்திரங்கள் அரசுக்கும் தொழில்துறைக்கும் இடையில் பாலமாக இருந்தார்கள். அங்கு அவர்கள் சமூக, கலாச்சார, இராஜதந்திர விஷயங்களில் மாறுதல் ஏற்படுத்தக்கூடிய தங்கள் சக்தியைப் பயன்படுத்தினார்கள். இந்திய இராஜதந்திர வட்டாரத்தில் சினிமா வெகுமக்கள் கலாச்சாரமாகக் கருதப்பட்டது. இந்தியப் பாரம்பரிய நடனத்தையும் இசையையும் காட்டிலும் குறைவான மதிப்பையே இது பெற்றது. பிற நாடுகளுடனான கலாச்சாரப் பரிமாற்றங்களுக்காக இந்திய கலாச்சார உறவுகள் கவுன்சில் (ICCR) என்னும் அமைப்பை 1950ஆம் ஆண்டு இந்திய அரசு நிறுவியது. இந்த அமைப்பு பாரம்பரிய நடனத்தையும் இசையையும் "மேலான கலாச்சாரமாக" அங்கீகரித்தது.

நட்சத்திரங்களும் திரைப்படங்களும், குறிப்பாக பிரதான இந்தித் திரைப்படங்கள், ராஜதந்திரப் பரிமாற்றத்தின் எல்லைக்கு வெளியே இருந்தன. சீனா அல்லது ரஷ்யா போன்ற நாடுகளில், சித்தாந்த அல்லது அரசியல் கதையாடல்களை முன்வைக்க அரசு நேரடியாக நிதியளித்த அல்லது ஆதரித்த திரைப்படங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. அமெரிக்கா அல்லது தென் கொரியா போன்ற நாடுகள் தங்கள் மென்சக்தியை முன்நிறுத்தவும், நேரடியான வழிகளில் அவற்றை ஆதரிக்கவும் தங்களுடைய வெகுமக்கள் சார்ந்த பொழுதுபோக்குத் தொழில்துறைகளைப் பெரிதும் நம்பியுள்ளன. தங்களுடைய ஏற்றுமதிகளுடன் அவற்றை இணைப்பதன் மூலமும் இதைச் செய்கின்றன. அமெரிக்கத் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் (குறிப்பாகப் பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகள்) உலகின் பிற பகுதிகளுக்கு அனுப்பப்பட்டதை ஆரம்பகால யுனெஸ்கோ ஆய்வுகள் சுட்டிக்காட்டுகின்றன. இது ஒருவழிப் பயணமாகவே இருந்தது. இந்தப் பயணம் அமெரிக்கத் தொலைக்காட்சியின் நிகழ்ச்சிகளை எளிதில் பெறும் வகையிலான கட்டமைப்பில் வேரூன்றியிருந்தது. அதிபர் ஜான் எஃப். கென்னடி உருவாக்கியிருந்த ஏற்றுமதிக் கொள்கை ஹாலிவுட்டில் தயாரான தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளையும் திரைப்படங்களையும் வெளிநாடுகளுக்கு அனுப்புவதை அமெரிக்கப் பொருளாதார நலன்களின் இயற்கையான நீட்சியாகவும் ஏற்றுமதியை அதிகரிப்பதற்கான ஒரு வழியாகவும் நிலைநிறுத்தியது.

இதன் விளைவாக, டல்லாஸ் (1978-1991) போன்ற தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் அமெரிக்கக் கலாச்சார மேலாதிக்கத்தின் முன்மாதிரிகளாக ஆயின. இதற்கு நேர்மாறாக, இந்தியாவின் மென்சக்தி, அதன் பிரதான திரைப்படத் துறையின் மூலமாகவும் வசீகரமான நட்சத்திரங்கள் மூலமாகவும் பரவுவது தற்செயல் நிகழ்வாகவே உள்ளது.

இந்தப் போக்கை விரிவாகப் பார்க்கலாம். 1950 ஏப்ரல் 1ஆம் தேதி இந்தியா முதன்முதலாகச் சீனாவுடன் இராஜதந்திர உறவுகளை ஏற்படுத்திக்கொண்டது. ஆசியாவில் கம்யூனிஸ்ட்/சோஷலிசம் சாராத ஒரு நாடு அப்படிச் செய்தது அதுவே முதல்முறை. இராஜதந்திரியும் அரசியல்வாதியும் பிரதமர் ஜவஹர்லால் நேருவின் சகோதரியுமான விஜயலட்சுமி பண்டிட், சீனாவிற்கான இந்தியாவின் கலாச்சார, நல்லெண்ணப் பயணத்திற்குத் தலைமையேற்கும் பணியை மேற்கொண்டார். இந்தக் குழுவின் சீனப் பயணத்தில் ஒரு சிக்கல் ஏற்பட்டது. "சீன அதிகாரிகள் இந்தியச் சமூக, பொருளாதார நிலவரங்களைச் சித்தரிக்கும் ஒரு திரைப்படத்தைப் பார்க்க வேண்டும் என்ற விருப்பத்தை வெளிப்படுத்தினார்கள்" என்று விஜயலட்சுமி பண்டிட் குறிப்பிட்டார். மாவோவைப் பொறுத்தவரை சினிமா என்பது மாறுபட்ட செயல்பாட்டைக் கொண்டது. அரசியல் கதையாடல்களைப் பயிற்றுவிப்பதற்கும் கற்பிப்பதற்கும் உருவாக்குவதற்கும் திரைப்படக் கலையின் குறியீடுகள் முக்கியமானவை என்று மாவோ கருதினார். எனவே திரைப்படங்கள் தொடர்பான சீனாவின் வலியுறுத்தல் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருந்தது. பிரபலமான இந்தித் திரைப்படங்கள் "பொருத்தமற்றவை" என்றும் "சமூகத்தின் குப்பைகள்" என்றும் பொதுவாகக் கருதப்பட்டதால், இந்திய அதிகாரிகள் பொருத்தமான படத்தைக் கண்டுபிடிக்கப் போராடினார்கள் (திரைப்பட விமர்சகர்கள் அருணா வாசுதேவ், சிதானந்த தாஸ் குப்தாவின் இந்திய சினிமா பற்றிய அரசின் பார்வைகள், கருத்துக்கள் குறித்த எழுத்துக்களில் இது குறித்து மேலும் விரிவாகக் காணலாம்). ஒருவழியாக, ராஜ் கபூரின் ஆவாரா, வி. சாந்தாராமின் மராத்தியப் படமான அமர் பூபாலி ஆகியவை தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டன. இந்தத் தேர்வு மிக முக்கியமானதாக இருந்தது. ஏனென்றால் ஆவாரா மாவோவுக்கு மிகவும் பிடித்திருந்தது. எனினும், இந்தியாவிற்கும் சீனாவிற்கும் இடையிலான மோதல்கள் காரணமாக இந்த உறவு மிகக் குறுகிய காலமே நீடித்தது.

அமிதாப் பச்சனுக்கு எகிப்தில் இருக்கும் நட்சத்திர அந்தஸ்து, நட்சத்திரத்தின் தாக்கம், கலாச்சார ராஜதந்திரம் தொடர்பான இதேபோன்ற நிலவரத்தை விவரிக்கிறது. மத்தியக் கிழக்கின் பிற பகுதிகளில் இந்திய சினிமா அரசு சாராத் தொடர்புகள் வழியாகச் சென்றது. இதில் எகிப்து குறிப்பிடத்தக்க விதிவிலக்கு. ஏனெனில் எகிப்தின் இரண்டாவது

ஜனாதிபதியான கமல் அப்தெல் நாசர் பனிப்போர் காலகட்டத்தில் நேருவின் அணிசேராக் கொள்கைக்கு முக்கியமான கூட்டாளியாக இருந்தார். இதன் விளைவாக, இரு நாடுகளுக்கிடையே முறையான திரைப்படப் பரிமாற்றம் இருந்தது. இந்திய-எகிப்திய திரைப்பட நிறுவனமான அல்-விகாலா அல்-மிஸ்ரியா அல்-ஹிந்தியா லி-தெளசி'அல்-அஃப்லாம் முக்கிய விநியோகஸ்தராகச் செயல்பட்டது. இரு நாடுகளுக்கிடையே அணிசேரா நாடுகள் சார்ந்த உறவுகள் இருந்தபோதிலும், 1970இல் நாசருக்குப் பிறகு அன்வர் சதாத் பதவியேற்றபோது சூழ்நிலை வெகுவாக மாறியது. அமெரிக்காவுடனான பனிப்போர் தொடர்பில் அமெரிக்காவுடன் இணக்கம் காட்டியதன் காரணமாக சித்தாந்த ரீதியாக இந்தியாவிடமிந்து விலகிய சதாத், இந்தியத் திரைப்படங்கள் உள்ளூர் எகிப்தியத் தொழிலுக்கும் ஒழுக்கத்திற்கும் தீங்கு விளைவிப்பதாகவும் கருதினார். என்றாலும் அமிதாப் பச்சனும் அவரது படங்களும் இந்தப் போக்கில் சுவாரஸ்யமான முரண்பாடாகவே இருந்தன. எகிப்தில் அவரது பரவலான புகழ் காரணமாக அவர் படங்கள் அங்கே தொடர்ந்து திரையிடப்பட்டன. 1991ஆம் ஆண்டு அமிதாப் பச்சன் எகிப்துக்கு விஜயம் செய்தபோது, அவரை வரவேற்றது வேறு யாருமல்ல, அன்வர் சதாத்தின் மனைவி ஜெஹான் எல்-சதாத்.

இந்த ஒவ்வொரு சந்தர்ப்பத்திலும், நட்சத்திரங்களின் சக்தி, அவர்கள் தேசிய அரசின் எல்லைகளைத் தாண்டிச் சென்று, கலாச்சார ராஜதந்திரத்தில் அரசு சாராத முக்கியமான பாத்திரங்களாக மாறவும் உதவுகிறது. ரசிகர்கள் மூலமாகவும் தங்களின் சினிமாவால் ரசிகர்களிடையே உருவாக்கப்பட்ட உணர்ச்சிகரமான ஈர்ப்பினாலும் தொடர்பினாலும் திரைப்பட நட்சத்திரங்கள் இந்தியாவைப் பற்றிய நேர்மறையான கருத்துக்களை உருவாக்கியிருக்கிறார்கள். இந்தியாவுக்கு வெளியே செயலற்றக்கூடிய மென்சக்தியையும் வளர்த்திருக்கிறார்கள். சீனாவில் அமீர் கான் போன்ற சமகால நட்சத்திரங்கள்மீதும் கடந்த கால நட்சத்திரங்கள்மீதும் ரசிகர்களுக்கு இருக்கும் உணர்ச்சிபூர்வமான ஈடுபாடு (தனிப்பட்ட நடிகர்கள்மீதான உணர்ச்சிபூர்வமான ஈடுபாடு என்று நான் இதைக் குறிப்பிடுகிறேன்) இந்த ஈர்ப்புகளை வரையறுக்க உதவிவருகிறது என்பதையும் இது காட்டுகிறது. பொதுவான அனுபவங்களிலும் செயல்முறை யதார்த்தங்களிலும் வேருன்றிய கலாச்சார அதிர்வுகளை இது உருவாக்குகிறது. திரைப்படம் சார்ந்த கலாச்சார ராஜதந்திரம் இந்தியப் பொது ராஜதந்திர நடைமுறைக்கு அன்னியமானது. ஏனென்றால் இது அரசால் நேரடியாக மேற்கொள்ளப்படவில்லை. கடந்த காலத்தில் "உயர் ரசனை, கலாச்சாரம்" சார்ந்த கலாபூர்வமான சினிமாவின் மீது ஈடுபாடு காட்டிவந்த இந்திய அரசாங்கம், சமகாலச் சூழலில் செய்திகளை உணர்த்தும் சைகைகளையும் புகைப்பட வாய்ப்புகளையும் சார்ந்திருக்கிறது. இந்நிலையில், வெகுமக்கள் ரசனை சார்ந்த மைய

நீரோட்டத் திரைப்படத் துறையையும் அதன் நட்சத்திரங்களையும் புவிசார் அரசியலில் மூலோபாய ரீதியாக ஏன் பயன்படுத்தவில்லை என்பது என்பது ஆர்வமுட்டக்கூடிய கேள்வி.

ஸ்வப்னில் ராய், மிஷிகன் பல்கலைக்கழகத்தில் திரைப்படம், தொலைக்காட்சி மற்றும் ஊடகத் துறையில் உதவிப் பேராசிரியராக உள்ளார். [Networked Bollywood: How Star Power Globalized Hindi Cinema](#) (பாலிவுட் வலைப்பின்னல்: நட்சத்திர வசீகரம் இந்தித் திரையுலகை உலகளாவிய சக்தியாக ஆக்கியது எப்படி) என்ற நூலின் ஆசிரியர்.