అందం కోసం తప్పదు

సీరియల్స్ ద్వారా పాపులారిటీ తెచ్చుకుని సినిమాల్లో అవకాశాలు పట్టేస్తున్నది రాధికా మదన్. 2014లో 'మేరీ ఆశికీ తుమ్ సే హీ' సీరియల్‌తో బుల్లితెరపై అడుగుపెట్టిన ఈ ఢిల్లీ బ్యూటీ బాలీవుడ్ ఎంట్రీ ఇచ్చింది. అక్షయ్‌కుమార్ హీరోగా సుధా కొంగర దర్శకత్వంలో తెరకెక్కిన 'సిర్ఫ్ రా' సినిమాలో కనిపించింది. అందం, ప్లాస్టిక్ సర్జరీలపై ఇటీవల రాధిక చేసిన కామెంట్లు వైరల్ అవుతున్నాయి. 'ఇండస్ట్రీలో హీరోయిన్‌గా స్థిరపడాలంటే ప్రతిభ ఒక్కటే సరిపోదు. అందం కూడా ఉండాలి. అది ఏ మాత్రం తగ్గకుండా కాపాడుకోవాలి. కొందరైతే అందం కోసం సర్జరీలు చేయించుకుంటారు. ముక్కు, పెదాలు ఇలా శరీరంలోని పలు భాగాలను ఆపరేషన్ ద్వారా సరిచేసుకుంటారు. అది తప్పని నేను అనుకోను. అలా చేయించుకునే వారిని కూడా తప్పుపట్టను. అందంగా ఉండటం వల్ల ఆత్మవిశ్వాసం కూడా రెట్టింపు అవుతుంది. అందాన్ని పెంచుకునేందుకు సర్జరీలే సరైన పద్ధతి అని చెప్పను. భవిష్యత్తులో మరింత అందంగా కనిపించడానికి సర్జరీల గురించి నేను కూడా ఆలోచించే అవకాశం ఉంది' అని చెప్పుకొచ్చింది రాధికా మదన్.

అదే నా కల

షార్ట్ ఫిల్మ్, రీల్స్, వ్లాగ్స్.. ఇలా టాలెంట్ నిరూపించుకునేందుకు అనేక ప్లాట్‌ఫామ్స్ వచ్చేశాయి. వాటిలో పాపులర్ అయితే చాలు ఇండస్ట్రీలో కూడా అవకాశాలు బాగానే అందుతున్నాయి. 'విత్ యు ఫర్ యు ఆల్వేస్' అనే షార్ట్ ఫిల్మ్‌తో నటిగా పరిచయమైంది మేధా శంకర్. 'షాదిస్తాన్' సినిమా చేసింది. అవేమీ ఆమెకు అనుకున్నంత పాపులారిటీ తెచ్చిపెట్టలేదు. 2023లో చేసిన 'ట్వల్త్ ఫెయిల్' మేధకు అనూహ్య విజయాన్ని కట్టబెట్టింది. ఆ సినిమాలో ఆమె నటనకు ప్రేక్షకుల నుంచి మంచి రెస్పాన్స్ వచ్చింది. 'ట్వల్త్ ఫెయిల్ సినిమాకు ముందు కూడా మూడు పెద్ద సినిమాల్లో అవకాశాలు వచ్చాయి. కాకపోతే వేరే వాళ్లతో వాటిని రీప్లేస్ చేశారు. ఎప్పటికైనా మంచి అవకాశాలు వస్తాయని పాజిటివ్‌గా ఎదురుచూశాను. అదే నా విజయ రహస్యం. హృతిక్ రోషన్, దీపికా పదుకొణె, ఆలియా భట్ స్క్రీన్ ప్రెజెన్స్ బాగుంటుంది. తెరవెనుక కూడా వాళ్లు చాలా స్ట్రాంగ్‌గా ఉంటారు. వారిని స్ఫూర్తిగా తీసుకుంటా. సినిమాలు, సిరీస్‌లు ఎందులోనైనా నటిస్తా. ట్వల్త్ ఫెయిల్ సినిమాలో నా క్యారెక్టర్‌కు చాలామంది కనెక్ట్ అయ్యారు. ఆ తరహా పాత్రలకే పరిమితం కాకూడదని భావిస్తున్నాను. మంచినటిగా గుర్తింపు తెచ్చుకోవాలన్నదే నా కల' అని చెబుతున్నది మేధ.

నాలుగు రోజులు కారులోనే

సినిమాలు, సీరియల్స్, రియాలిటీ షోలు.. అన్నిటిలో కనిపించే తారలు తక్కువమంది ఉంటారు. బుల్లితెర, వెండితెర రెండిటినీ బ్యాలెన్స్ చేసుకుని కెరీర్ కొనసాగించడం మామూలు విషయం కాదు. అందుకు ఎంతో ప్లానింగ్, క్రమశిక్షణ అవసరం. అలా వచ్చిన ప్రతి అవకాశాన్ని సద్వినియోగం చేసుకుంటూ కెరీర్‌లో జెట్‌స్పీడ్‌తో దూసుకెళ్తున్న నటి రష్మి దేశాయ్. 2004లో 'యే లమ్హే జుదాయి కే' సినిమాతో బాలీవుడ్‌లోకి అడుగుపెట్టిన ఈ ముంబయి భామ భోజ్‌పురి, గుజరాతీ, ఉర్దూ భాషల్లోనూ నటించింది. పలు రియాలిటీ షోల్లోనూ పాల్గొన్నది. హిందీ బిగ్‌బాస్ 15వ సీజన్‌లో టాప్ ఫైవ్ కంటెస్టెంట్‌గా నిలిచింది. 2011లో సీరియల్ నటుడు నందీశ్ సంధును పెండ్లి చేసుకున్న రష్మి.. 2014లో విడాకులు తీసుకోవాలని నిర్ణయించుకుంది. ఆ సమయంలో తనకు ఎదురైన ఓ చేదు అనుభవాన్ని ఇటీవల ఒక ఇంటర్వ్యూలో పంచుకుంది. '2016లో వివాహ బంధం నుంచి అఫీషియల్‌గా విడిపోయా. సరిగ్గా అదే సమయంలో ఓ ఇల్లు కొనుగోలు చేశాను. అందుకోసం రూ.2.5 కోట్ల అప్పు చేశాను. అప్పటికే కోటి రూపాయల వరకు వేరే అప్పులు ఉన్నాయి. వీటిని ఎలాగైనా తీర్చేయగలనన్న నమ్మకం నాకుండేది. అయితే, ఆ సమయంలో నేను చేస్తున్న షో ఒకటి అర్ధంతరంగా ఆగిపోవడంతో షాక్‌కు గురయ్యాను. నాలుగైదు రోజులు రోడ్డుపైనే ఉన్నాను. కారులోనే నిద్రపోయాను. రూ.20కి దొరికే భోజనం చేశాను. ఆ కష్ట సమయాన్ని ఎలా దాటుకొచ్చానో నాకిప్పటికీ అర్థం కాదు. ఎప్పుడూ ఏదో ఒక పనిచేస్తూ ఉండేదాన్ని. నిద్రాహారాల్లేకుండా కష్టపడ్డా. అలా ఒక్కొక్కటిగా అప్పులన్నీ తీర్చేశా!' అని చెప్పుకొచ్చింది రష్మి. ఆమె నటించిన హిందీ సినిమాలు మిషన్ లైలా, హిసాబ్ బరాబర్, గుజరాతీ చిత్రం మామ్ తానే నై సమ్‌ఝే.. తదితర చిత్రాలు ఈ ఏడాది విడుదల కానున్నాయి.

పింక్ ట్యాక్స్

ఆడపిల్లలకే అన్నీ ఖరీదు

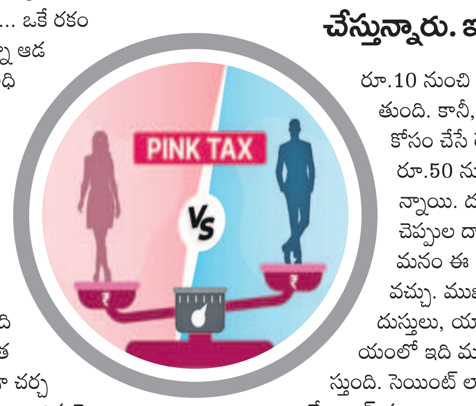
'అమ్మాయిగా బతకడం చాలా ఖరీదైన వ్యవహారం...' అంటూ ఈ మధ్య ఓ నెటిజన్ పెట్టిన ట్వీట్ తెగ వైరల్ అవుతున్నది. అవును నిజమే... అయ్య బాబోయ్... 'పింక్ ట్యాక్స్' అంటూ మరింతమంది అమ్మాయిలు దానికి సమాధానాలు ఇస్తున్నారు. ఆడపిల్లల కొనుగోలు శక్తిని దెబ్బ తీస్తున్న పింక్ ట్యాక్స్ ఇప్పుడు హాట్ టాపిక్. ప్రపంచవ్యాప్తంగా చాలారోజుల నుంచి చర్చల్లో ఉంటున్న ఈ విషయం మరోసారి తెరమీదకి వచ్చింది. 'అసలేమిటీ ట్యాక్సూ?!' అంటూ అమ్మాయిలు నెట్ వీధుల్లో వాకబు చేస్తున్నారు. ఇది నిజంగా తెలుసుకోవలసిన విషయమే మరి!

ఏమిటీ పింక్ ట్యాక్స్?

లింగభేదాన్ని బట్టి ధరలు నిర్ణయించడాన్ని పింక్ ట్యాక్స్‌గా పిలుస్తున్నారు. ఒకే రకమైన ఉత్పత్తి, సేవలకు మగవాళ్ల కన్నా ఆడవాళ్లు ఎక్కువ ధర చెల్లించాల్సి రావడం అన్నది ఇక్కడి విషయం. ఇక, గులాబీ రంగును మహిళలను ప్రతిబింబించేందుకు వాడతాం అన్న సంగతి తెలిసిందే. అసలే వేతనాల్లో ఆడామగా మధ్య భేదం అన్నది ఒక పక్క ఆలోచించ దగ్గ అంశంగా ఉంటే... ఇక కొనుగోళ్లలో ఈ కోణం ఆందోళన కలిగిస్తున్నది.

ఎప్పుడు మొదలైంది...

2015లో న్యూయార్క్ నగరపు వినియోగదారుల వ్యవహారాలు చూసే సంస్థ... ఒకే రకం ఉత్పత్తులకు మగవాళ్ల కన్నా ఆడవాళ్లు సగటున 7 శాతం అధికంగా చెల్లిస్తున్నట్టు గుర్తించింది. ఫ్రమ్ క్రాడిల్ టు కేన్ (పుట్టడం నుంచి గిట్టడం దాకా) అనే పేరుతో ఓ అధ్యయనం జరిపింది. ఇందులో 794 ఉత్పత్తుల్లో ఈ తేడా ఉన్నట్టు గమనించింది. అది నివేదిక వెల్లడించిన తర్వాత దీనిమీద ప్రపంచవ్యాప్తంగా చర్చ ప్రారంభమైంది. సాధారణంగా ఉపయోగించేవే కాదు... వృద్ధాప్యంలో ఉన్న మహిళలకు అవసరమైన ఉత్పత్తులు కూడా 8 శాతం ధర ఎక్కువగా ఉన్నాయంటూ ఆ మధ్య వరల్డ్ ఎకనమిక్ ఫోరం లెక్కలు తేల్చింది.



ఎలా వేస్తున్నారు...

ఇన్‌కం ట్యాక్స్, జీఎస్టీలలాగా ప్రభుత్వాలు వేసే ట్యాక్స్ కాదిది. స్త్రీ పురుషులిద్దరికీ ఉత్పత్తులు, సేవలు అందించే సంస్థలు... ఆడవాళ్ల ఉత్పత్తుల మీద మాత్రం అధిక ధరను నిర్ణయిస్తున్నాయి. సంస్థను బట్టి, ఉత్పత్తిని బట్టి, సేవలను బట్టి ఈ తేడా ఎంత అన్నది ఉంటున్నది. ఉదాహరణకు ఉత్పత్తుల విషయం తీసుకుంటే... ఒక కంపెనీ మగవాళ్లు వాడుకునేందుకు తయారుచేసే బేసిక్ మోడల్ రేజర్ ధర రూ.10 నుంచి ప్రారంభమవుతుంది. కానీ, అదే సంస్థ ఆడవాళ్ల కోసం చేసే రేజర్ ధరలు మాత్రం రూ.50 నుంచి మొదలవుతున్నాయి. దుస్తుల నుంచి చెప్పుల దాకా ప్రతిదాంట్లోనూ మనం ఈ తేడాను గమనించవచ్చు. ముఖ్యంగా బ్రాండెడ్ దుస్తులు, యాక్సెసరీల విషయంలో ఇది మరీ స్పష్టంగా కనిపిస్తుంది. సెయింట్ లారెంట్, గూచి, డాల్చే అండ్ గబ్బానా, బాల్‌మెయిన్, వాలెంటినో... ఇలా పేరుమోసిన బ్రాండ్లన్నీ పింక్ ట్యాక్స్‌లు బాదుతున్నవే. ఈ విషయంలో బిజినెస్ ఆఫ్ ఫ్యాషన్.కామ్ అనే సంస్థ ఓ అధ్యయనం చేసింది. దాని ప్రకారం... వీటిలో ఓ సంస్థ ఈ విషయంలో మరింత ముందున్నట్టు తెలిపింది. ఈ బ్రాండ్‌కు సంబంధించి ఒక డిజైన్‌తో గీతలు ఉండే పురుషుల స్వెటర్ ధర రూ.78 వేల చిల్లర ఉంటే... అదే డిజైన్‌లో మహిళల స్వెటర్ ధర దాదాపు లక్ష రూపాయలు ఉంది. పొట్టి చేతులుండే నలుపు రంగు సిల్కు చొక్కా ధర అబ్బాయిలకు రూ.41వేలకు అమ్మితే... అదే చొక్కా అమ్మాయిలకు మాత్రం రూ.50 వేలుగా ధర నిర్ణయించింది. ఇవి అనే కాదు... వివిధ సంస్థలు ఆడపిల్లల కోసం ప్రత్యేకంగా తయారుచేస్తున్న షాంపూలు, ఫేస్‌క్రీమ్‌లు, బాడీవాష్‌లు... ఇలా అన్నిటిలోనూ ఇదే వివక్ష సుస్పష్టంగా కనిపిస్తున్నది. చెప్పులూ, బ్యాగుల్లాంటి యాక్సెసరీల విషయంలోనూ చాలా కంపెనీలది ఇదే ధోరణి.

ఇక సేవల విషయంలోనూ పింక్ ట్యాక్స్ మహిళల్ని భయపెడుతూనే ఉంది. సెలూన్ సంగతే తీసుకుందాం... మన దగ్గరనే కాదు... ప్రపంచవ్యాప్తంగా మహిళలు, పురుషుల హెయిర్‌కట్ ధరల్లో తేడా ఏకంగా 60 శాతం దాకా ఉంది. హెయిర్‌వాష్, ఫేషియల్, క్లీన్‌అప్.. ఇలా ప్రతిదాని ధరల్లోనూ విపరీతమైన వ్యత్యాసం ఉంటున్నది.

ట్వీట్‌లో ఏముంది?

అమ్మాయిగా బతకడం చాలా ఖరీదైన విషయం. నెలసరి ఖర్చులకు నెలకు కనీసం 150 రూపాయలు అవుతున్నాయి. ఒక మంచి బ్రా ఖరీదు రూ. 400–500 మధ్య ఉంటున్నది. అదే ఏ జాగింగ్‌కో రన్నింగ్‌కో వెళ్లామంటే... సపోర్టివ్ బ్రాలు అవసరం అవుతాయి. ఎలా చూసినా అవి కూడా 800 నుంచి 1500 రూపాయల దాకా అవుతున్నాయి. మన దగ్గరనే కాదు... ప్రపంచవ్యాప్తంగా ఒకే రకమైన ఉత్పత్తులకు మగవాళ్లకన్నా ఆడవాళ్లు 7 శాతం అధికంగా చెల్లిస్తున్నారు. అదే ఉద్యోగ భద్రత కోసం కట్టే ఇన్‌కమ్ ప్రొటెక్షన్ పాలసీలు 50 శాతం దాకా ఎక్కువ ప్రీమియమ్‌లు ఉంటున్నాయి. రేజర్‌ల మీద 29 శాతం, బాడీవాష్‌ల మీద 16 శాతం... ఇలా వ్యక్తిగత సంరక్షణ ఉత్పత్తులు, దుస్తులు... చాలావాటిలో పింక్ ట్యాక్స్ ఉంది. సగటున చెప్పాలంటే తమ అవసరాల కోసం ఆడపిల్లలు ఏడాదిలో వేల రూపాయలు అధికంగా చెల్లిస్తున్నారు... అంటూ రాసుకొచ్చింది. సామాజిక మాధ్యమం ఎక్స్‌లో పర్పుల్ రెడీ అనే ఐడీతో ఉన్న అమ్మాయి రాసిన ఈ పోస్టే ఇటీవల పింక్ ట్యాక్స్ మీద చర్చలకు దారి తీసింది.

ఎందుకిలా...

పింక్ ట్యాక్స్ విషయంలో ఇలా ఎందుకు జరుగుతున్నది అన్నదానికి భిన్న వాదనలు వినిపిస్తున్నాయి. కాస్త జాగ్రత్తగా పరిశీలిస్తే ఆడవాళ్ల అవసరాలూ, ఆసక్తుల్ని కంపెనీలు సొమ్ము చేసుకుంటున్నాయని అర్థమవుతుంది. ఒక కొత్త ఉత్పత్తి కనిపించినా, ఆకర్షణీయమైన దుస్తులు, యాక్సెసరీలు కంటబడ్డా చాలామంది మహిళలు ఖరీదు లెక్కపెట్టకుండా కొంటారు... అని కంపెనీలు అనుకుంటున్నాయి. ఆ కారణంగానే ఒకే రకమైన ఉత్పత్తులకు మహిళల విషయంలో ఎక్కువ ధరలు నిర్ణయిస్తున్నాయి. ఆడవాళ్లకు మాత్రమే ప్రత్యేకమైనవిగా కనిపించేలా ప్యాకింగ్‌లను రంగుల్లో ఆకట్టుకునేలా తీర్చుదిద్దుతున్నాయి. తద్వారా మహిళల నుంచి పెద్ద ఎత్తున వ్యాపారం చేస్తున్నాయి... అని కొందరు మార్కెట్ పండితులు విశ్లేషిస్తే... వాళ్ల కోసం తయారుచేసే ఉత్పత్తులను కొన్నిసార్లు దిగుమతి చేసుకోవాల్సి రావడం, చర్మానికి సున్నితంగా ఉండేందుకు ఎక్కువ ఖరీదైన పదార్థాలు వాడాల్సి రావడం కూడా కారణాలుగా మరి కొందరు చెబుతున్నారు.

రుకో యూట్యూబర్.. దేఖో ఏఐ ఫీచర్

హాట్ ఫీచర్!

ఫ్యాషన్స్, ట్రెండ్స్, కుకింగ్.. ఇలా ఏదో ఒక కంటెంట్‌ని చేస్తూ యూట్యూబర్‌గా ఎంతోమంది సక్సెస్ అవుతున్నారు. కొందరు తొలిదశలో తీవ్ర ప్రయత్నాలు చేస్తూ గుర్తింపు కోసం పరితపిస్తుంటారు. ఇలా ఎవరికైనా ఎన్నని కంటెంట్ ఐడియాలు వస్తాయి గనుక? ఏదో ఒకదశలో బుర్ర బ్లాంక్ అయిపోతుంది. అప్పుడు 'ఐడియా సర్ జీ..!!' అంటూ ఏఐ ముందుకొస్తే. అబ్బో.. అదెలా? అని ఆశ్చర్యపడనక్కర్లేదు. యూట్యూబే అందుకో ప్రత్యేక ఏఐ ఫీచర్‌ని అందుబాటులోకి తెస్తున్నది. అదే మీరు పోస్ట్ చేస్తున్న కంటెంట్ ఆధారంగా 'నెక్ట్స్‌వీడియో' ఐడియాని చెబుతుందట! అందుకు గూగుల్ ఏఐ 'జెమిని' సేవల్ని యూట్యూబ్‌కి జతచేశారు. దీంతో యూట్యూబర్లు సులభమైన పద్ధతిలోనే 'యూట్యూబ్ స్టూడియో'లోనే ఈ ఆప్షన్‌ని యాక్సెస్ చేయొచ్చు.

'సెర్చ్ బార్'లా వాడుకోవచ్చు

ప్రయోగాత్మకంగా పరిమిత యూజర్లకే అందుబాటులోకి తెచ్చిన ఈ ఫీచర్‌ని 'బ్రెయిన్ స్టార్మింగ్ విత్ జెమిని' అని పిలుస్తున్నారు. ఏఐ టూల్స్‌కి యూజర్లు అమితంగా దగ్గరవుతున్న క్రమంలో యూట్యూబర్ల కోసం ఈ ఫీచర్‌ని గూగుల్ తీసుకురావడం ఓ వరమే. కంటెంట్ ఐడియాలు మాత్రమే కాదు, వీడియో టైటిల్స్, వీడియో థంబ్‌నెయిల్స్‌ని కూడా 'జెమిని' అందిస్తుంది. చేస్తున్న కంటెంట్‌కి సరిపడే వాటిని యూట్యూబర్లు వాడుకోవచ్చు. వీడియోకి కావాల్సిన 'డిస్క్రిప్షన్', కాన్సెప్ట్స్‌ని కూడా ఇది అందిస్తుంది. అంటే.. ఆడియన్స్ పల్స్ పట్టుకోవడానికి ఇక యూట్యూబర్లు పెద్దగా కష్టపడాల్సిన అవసరం లేదు. అంతేకాదు.. చానెల్ బ్రాండ్ ఏ మాత్రం తగ్గకుండా క్వాలిటీ చెక్‌లానూ ఈ ఏఐ ఫీచర్‌ని వాడుకోవచ్చు. ఒకవేళ మీ ప్రమేయం లేకుండా ఏదైనా తప్పుడు సమాచారం మీ కంటెంట్‌లో ఉంటే.. ఇది ఇట్టే పసిగట్టేస్తుందట. అదీ నేటి ఏఐ మహిమ మరి.

ఒక హత్య.. ఎన్నో సవాళ్లు!

ఓటీటీ హిట్

వెబ్ సిరీస్: బృంద
నటీనటులు: త్రిష, ఇంద్రజిత్ సుకుమారన్, జయప్రకాశ్, ఆమని
దర్శకత్వం: సూర్య మనోజ్ వంగల
ఓటీటీ: సోనీ లివ్ (ఆగస్టు 2)

గ్లామర్‌తోపాటు నటనకు అవకాశం ఉన్న పాత్రలు పోషిస్తూ 20 ఏండ్లుగా ఇండస్ట్రీలో సత్తా చాటుతున్నది నటి త్రిష. సెకండ్ ఇన్నింగ్స్‌లోనూ వరుస విజయాలతో దూసుకుపోతున్నది. ఆమె తొలిసారిగా నటించిన వెబ్‌సిరీస్ 'బృంద' స్ట్రీమింగ్ అవుతున్నది. ఎనిమిది ఎపిసోడ్లుగా ఓటీటీకెక్కిన ఈ క్రైమ్ థ్రిల్లర్ ఎలా ఉందంటే.. ఎస్ఐగా విధులు నిర్వరిస్తున్న బృంద(త్రిష)కు అడుగడుగునా అవమానాలు ఎదురవుతూ ఉంటాయి. మహిళ అనే కారణంగా తోటి పోలీసులు కూడా ఆమెకు అంతగా ప్రాధాన్యం ఇవ్వరు. ఉన్నతాధికారులు కూడా బృంద పనితీరుపై నమ్మకంగా ఉండరు. చిన్నచిన్న కేసులను మాత్రమే ఆమెకు అప్పగిస్తూ ఆఫీసుకే పరిమితం చేస్తుంటారు. ఒకరోజు ఓ దారుణ హత్య వెలుగుచూస్తుంది. ఆ కేసుపై ఉన్నతాధికారులు ఉదాసీనంగా వ్యవహరిస్తారు. దాన్ని ఎలాగైనా పరిష్కరించాలని అనుకుంటుంది బృంద. నేర విచారణలో ఒళ్లు గగుర్పొడిచే ఒక నిజం బయటపడుతుంది. అధికారులు కూడా షాక్‌కు గురవుతారు. స్పెషల్ టీమ్ ఏర్పాటుచేసి కేసు దర్యాప్తు చేయాలని నిర్ణయిస్తారు. ఆ బాధ్యతలు బృందకు అప్పగిస్తారు. ఆ కేసును ఆమె ఎలా పరిష్కరించింది? బృంద బాల్యమేంటి? ఆమె బాల్యానికీ, ఈ కేసుకూ ఉన్న లింకేంటి? కేసు విచారణలో ఆమెకు ఎలాంటి సవాళ్లు ఎదురయ్యాయి అన్నది మిగిలిన కథ. ఇన్వెస్టిగేషన్‌లో అక్కడక్కడా లాజిక్‌లు మిస్ అయినట్టు అనిపిస్తుంది. ఏదేమైనా ఇన్వెస్టిగేషన్, థ్రిల్లర్ జానర్ ఇష్టపడే ప్రేక్షకులను బృంద అలరిస్తుంది.