



## बॉक्स ऑफिस बनाम हिंदी फिल्मों की वितरण व्यवस्था

राकेश प्रकाश

शोधार्थी, म.गां.अं.हि.वि., वर्धा



### प्रस्तावना:

हिंदी फिल्मों की वितरण व्यवस्था पिछले 100 सालों में मजबूत और ठोस हो चुकी है। पहले निर्माता फिल्मों की घोषणा करने के बाद फिल्मों की घोषणा करने के बाद वितरकों से बैठक करते थे। वितरकों से मिले पैसों से ही फिल्मों का निर्माण होता था। वितरक और फायनेंसर फिल्म की फेस वैल्यू के आधार पर फिल्म की कीमत तय करते थे। आज़ादी के बाद लंबे समय तक वितरण के लिहाज से छह प्रमुख टेरिटरी रही। इधर देश की जनसंख्या बढ़ने के साथ सिनेमाघरों की संख्या भी बढ़ी है। इस वजह से वितरण क्षेत्रों का भी नया विभाजन हुआ है। अभी 16 से ज्यादा वितरण क्षेत्र हो चुके हैं<sup>1</sup>। अच्छी मगर सीमित बजट की फिल्मों को वर्तमान वितरण प्रणाली में सही प्रतिनिधित्व नहीं मिल पाता। कई बार ऐसा होता है कि छोटी फिल्में बड़ी फिल्मों की बलि चढ़ जाती है। जैसे अगर सलमान खान की कोई फिल्म आएगी तो उसे ज्यादा सिनेमा हॉल मिलेंगे। इस कोशिश में कई बार छोटी फिल्मों को उतार या हटा दिया जाता है<sup>2</sup>। बड़ी फिल्मों के वितरण में कोई दिक्कत नहीं होती। इन दिनों बड़ी फिल्मों के 3000 हजार से अधिक प्रिंट रिलीज होते हैं और छोटे बड़े सभी सिनेमाघरों में पहुंच जाते हैं। इसके अलावा डिजिटल प्रसारण की सुविधा से प्रिंट भेजने और वापस मंगवाने की समस्या खत्म हो गई है। साथ ही व्यापार और कारोबार का हिसाब भी मिलने लगा है। मल्टीप्लेक्स संस्कृति के विकास के बाद टिकटों की बिक्री और कलेक्शन का सही आंकड़ा निर्माताओं तक पहुंचने लगा है। इधर एक परिवर्तन यह भी आया है कि शनिवार-रविवार के दिनों के कलेक्शन पर अधिक जोर दिया जाने लगा है। गोल्डन जुबली और सिल्वर जुबली की बात अब अतीत का हिस्सा हो चुकी है। फिल्मों का भविष्य शुरुआती तीन दिनों का कारोबार बता देता है। आमतौर पर हिट हो रही फिल्मों का कारोबार शुरुवार के 100 रुपये से आरंभ होकर शनिवार को 125-30 रुपये और फिर रविवार को 150

रुपये तक होता है<sup>3</sup>। असफल फिल्मों को लेकर ओपनिंग और शनिवार का कलेक्शन ही बता देता है कि कोई उम्मीद करना बेकार है। भारत में फिल्मों की वितरण व्यवस्था निम्नलिखित तरीके से की जाती है।

भारत में फिल्म वितरण के विभिन्न क्षेत्र इस प्रकार हैं:-

### मुंबई सर्किट

1. महाराष्ट्र के कुछ हिस्से, वृहद मुंबई के सभी जिले, रायगढ़, सिंधुदुर्ग, रत्नागिरि, पुणे, नासिक, सतारा, अहमदाबाद, सांगली, शोलापुर, कोल्हापुर और ठाणे<sup>4</sup>।
2. गुजरात राज्य
3. कर्नाटक के कुछ हिस्से, बेलगाम, बीजापुर, धारवाड़, उत्तर कनारा



<sup>1</sup> अजय ब्रह्मात्मज, फिल्मों की वितरण व्यवस्था, नया पथ, जनवरी-जून (संयुक्तांक) 2013, पृ-105

<sup>2</sup> वही

<sup>3</sup> अजय ब्रह्मात्मज, फिल्मों की वितरण व्यवस्था, नया पथ, जनवरी-जून (संयुक्तांक) 2013, पृ-106

<sup>4</sup> अजय ब्रह्मात्मज, फिल्मों की वितरण व्यवस्था, नया पथ, जनवरी-जून (संयुक्तांक) 2013, पृ-106

4. दादर नागर हवेली, दमन, दीव और गोवा

### दिल्ली, उत्तर प्रदेश, उत्तराखंड

दिल्ली/यूपी सर्किट के दो भाग है

1. दिल्ली, पश्चिमी उत्तर प्रदेश और उत्तराखंड
2. पूर्वी उत्तर प्रदेश

### ईस्टर्न सर्किट

1. बंगाल और त्रिपुरा
2. भूटान, सिक्किम और अंडमान निकोबार द्वीप समूह

### असम सर्किट

1. असम
2. अरुणाचल प्रदेश
3. मेघालय
4. मिजोरम
5. मणिपुर
6. नागालैंड

### बिहार/झारखंड सर्किट

1. बिहार
2. झारखंड

### ईस्ट पंजाब सर्किट

1. हरियाणा
2. हिमाचल प्रदेश
3. जम्मू कश्मीर
4. पंजाब
5. चंडीगढ़

### राजस्थान सर्किट

राजस्थान

## सीपी/बरार सर्किट<sup>5</sup>

1. महाराष्ट्र के कुछ हिस्से- अकोला, अमरावती, भंडारा, बुलढावणा, चंद्रपुर, गढ़चिरौली, जलगांव, नागपुर, वर्धा, यवतमाल, वाशिम गोंडिया, नुदरबार
2. मध्य प्रदेश के कुछ हिस्से- हरदा, बालाघाट, बस्तर, बैतुल, छिंदवाड़ा, दमोह, होशंगाबाद, खंडवा, मंसोला, नरसिंहपुर, रायसेन, सागर, जबलपुर
3. छत्तीसगढ़ के कुछ हिस्से- रायपुर, दुर्ग, राजनंदगांव, बिलासपुर, सरगुजा, रायगढ़, कोरबा, कोरिया, जसपुर, बस्तर, महासमुंद, धमतरी, जांगिर-चंपा, कबीर धाम, कांकेड़

## सीआई सर्किट

मध्य प्रदेश के कुछ अन्य हिस्से- भिंड, भोपाल, वारवानी, छत्तरपुर, दतिया, देवास, धार, गुना, ग्वालियर, इंदौर, झाबुआ, खरगौन, मंदसौर, मुरैना, पन्ना, राजगढ़, रतलाम, रीवा, सतना, सिहोर, शहडोल, शाजापुर, शिवपुरी, सिद्धी, टीकमगढ़, उज्जैन, विदिशा

## निजाम सर्किट

1. आंध्र प्रदेश के कुछ हिस्से – अदिलाबाद, करीमनगर, खम्मम, हैदराबाद, मेंडक, मेहबूबनगर, नलगौडा, निजामाबाद, वारंगल और रंगा रेड्डी
2. कर्नाटक के कुछ हिस्से- मैसूर, बीदर, गुलबर्गा, कोप्पल, रायपुर
3. महाराष्ट्र के कुछ हिस्से- औरंगाबाद, बीड, नांदेड़, ओसमानाबाद, प्रभाणी, लातूर

## मैसूर सर्किट

कर्नाटक के कुछ अन्य हिस्से – बंगलुरु, बेल्लारी, चिकमंगलूर, चिड़दुर्गा, कुर्ग, दवणगेर, हासन, कोलार, मांड्या, मैसूर, शिमोगा, दक्षिण कनारा, तुमकूर

## आंध्र प्रदेश सर्किट

आंध्र प्रदेश के कुछ हिस्से – अनंतपुर, चिल्लू, कुडोया, पूर्वी गोदावरी, गुंटूर, कृष्णा, कुरुतुल, वेल्लोर, प्राकसम, श्रीकाकुलम, पश्चिमी गोदावरी<sup>6</sup>

## केरल और तमिलनाडु सर्किट

हिंदुस्तान में हिंदी फिल्मों के वितरण क्षेत्र को लेकर कुछ मतभेद है। लेखक केवल जे कुमार ने अपनी किताब मास कम्युनिकेशन इन इंडिया में फिल्म वितरण के लिहाज से भारत को सिर्फ छह हिस्सों में ही बांटा है<sup>7</sup>।

1. मुंबई-इसमें महाराष्ट्र, दक्षिणी गुजरात और कर्नाटक के हिस्से शामिल हैं।
2. दिल्ली – इसमें उत्तर प्रदेश, उत्तरांचल और राष्ट्रीय राजधानी के क्षेत्र शामिल हैं।

<sup>5</sup> अजय ब्रह्मात्मज, फिल्मों की वितरण व्यवस्था, नया पथ, जनवरी-जून (संयुक्तांक) 2013, पृ-106

<sup>6</sup> अजय ब्रह्मात्मज, फिल्मों की वितरण व्यवस्था, नया पथ, जनवरी-जून (संयुक्तांक) 2013, पृ-107

<sup>7</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-189

3. पूर्वी पंजाब – पंजाब, हरियाणा और जम्मू कश्मीर के क्षेत्र शामिल है।
4. पूर्वी सर्किट – पश्चिम बंगाल, बिहार, झारखंड, नेपाल, उड़ीसा और असम के हिस्से शामिल है।
5. राजस्थान – राजस्थान, छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश और उत्तरी महाराष्ट्र के हिस्से शामिल है।
6. दक्षिण – निजाम (आंध्र और दक्षिण महाराष्ट्र के हिस्से शामिल), मैसूर (बंगलुरु और कर्नाटक के वैसे हिस्से, जो मुंबई टेरिटरी में शामिल नहीं है), आंध्र (आंध्र प्रदेश के बचे हुए भाग) और तमिलनाडु (तमिलनाडु और केरल के सभी हिस्से)

### विदेशों में भारतीय फिल्मों के वितरण और प्रदर्शन की शुरूआत

विदेशों में हिंदी फिल्मों के वितरण का सबसे पहले जिक्र 1920 में ब्रिटिश सरकार द्वारा गठित रंगाचारियार कमेटी की रिपोर्ट में किया गया है। इस रिपोर्ट में दर्ज है कि उसे इस बात के सबूत मिले हैं कि भारत में बनी मूक फिल्मों का वितरण एशिया, अफ्रीका और यूरोप में किया गया है<sup>8</sup>। हिंदी सिनेमा के विदेशों में पांव जमाने की शुरूआत के तौर पर इसे देखा जा सकता है। लेकिन उस समय बाजार या फिल्मों से होने वाली कमाई के बारे में कोई खास जानकारी नहीं मिल पाई है। साल 2002 में आई सिंघवी रिपोर्ट के अनुसार दुनिया के 110 देशों में तकरीबन 22 मिलियन भारतीय मूल के लोग रहते हैं। गौर करने वाली बात है कि हिंदी की कम जानकारी होने के बाद भी नाइजीरिया और पूर्वी अफ्रीका में हिंदी फिल्मों का काफी लोकप्रिय है। यहां बिना डबिंग के ही फिल्मों दिखाई जाती है। विदेशी थियेट्रों में हिंदी फिल्मों के प्रदर्शन का चलन दादा साहेब फाल्के के जमाने से ही चली आ रही है। पहली हिंदी फीचर फिल्म राजा हरिश्चंद्र को भी बर्मा, सिंगापुर और पूर्वी अफ्रीका में प्रदर्शित किया गया था।

1914 में दादा साहेब फाल्के की फिल्म का लंदन में प्रदर्शन किया गया था। बांबे टाकीज के संस्थापक हिमांशु राय की फिल्म लाइट ऑफ एशिया बर्लिन, विएना, बुडापेस्ट, वेनिस, ब्रुसेल्स और जिनेवा में प्रदर्शित की गई थी। इन सभी जगहों पर खुद हिमांशु राय भी मौजूद थे। भारत और जर्मनी के सहयोग से बनी फिल्म लाइट ऑफ एशिया लंदन के एक सिनेमा हॉल में चार महीने तक चली। यह शायद पहली भारतीय फिल्म थी, जो विदेशी बॉक्स ऑफिस पर हिट साबित हुई। इसी के आधार पर हिमांशु राय को अगली फिल्म A Throw of Dice और कर्मा बनाने के लिए इमेलका फिल्मस और दूसरे यूरोपीय स्टूडियोज से आर्थिक मदद मिली<sup>9</sup>। शांताराम की फिल्म शकुंतला और डॉ. कोटनिस की कहानी भी लंदन में रिलीज की गई। लेकिन यह फिल्म कामयाबी नहीं पा सकी। लेकिन राज कपूर की फिल्म में मास्को और सोवियत संघ में काफी लोकप्रिय रही<sup>10</sup>।

### विदेशों में भारतीय फिल्मों का वितरण

तकरीबन 2 करोड़ 25 लाख भारतीय मूल के लोग विश्व के करीब 100 अलग-अलग देशों में रहते हैं। इस लिहाज से दिनों-दिन विदेशों में हिंदी फिल्मों का कारोबार बढ़ता ही जा रहा है। अमेरिका में करीब 32 लाख भारतीय मूल के लोग रहते हैं। ब्रिटेन में भारतीय मूल के तकरीबन 12 लाख लोग रहते हैं। इसके अलावा भारतीय मूल के लोग म्यांमार (25 लाख), मलेशिया (16 लाख), दक्षिण अफ्रीका (10 लाख), केन्या (10 लाख), कनाडा (8,50,000), मारीशस (715,000), त्रिनिदाद और टोबैगो (500600), फिजी (337,000), सिंगापुर (3,00000), ऑस्ट्रेलिया (190,000), न्यूजीलैंड (55,000), हांगकांग (45,000), खाड़ी देशों में विदेशी मूल के लोगों को नागरिकता प्रदान करने का चलन नहीं है। लिहाजा यहां लोग अलग-अलग श्रेणी के कामगार के रूप में काम करते हैं। खाड़ी के अलग-अलग देशों में करीब 20 लाख भारतीय मूल के लोग रहते हैं। यूरोपीय देशों में भारतीय मूल के लोगों की तादाद तुलनात्मक रूप से थोड़ी कम है। फ्रांस में भारतीय मूल के 65 हजार लोग रहते हैं, जबकि जर्मनी में भारतीय मूल के संख्या तकरीबन 35 हजार है। नीदरलैंड में भारतीय मूल के लोगों की संख्या दो लाख 15 हजार के आसपास है<sup>11</sup>। इसके अलावा आमिर खान की फिल्म पीके ने चीन में बॉक्स ऑफिस पर रिकॉर्ड एक करोड़ पैंतीस लाख

<sup>8</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-191

<sup>9</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-192

<sup>10</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-193

<sup>11</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-189

अमेरिकी डॉलर यानि करीब सौ करोड़ रुपये की कमाई की है। चीन में किसी भारतीय फिल्म का ये अब तक का सबसे बेहतर प्रदर्शन है। आमिर खान, राजकुमार हिरानी और विधु विनोद चोपड़ा ने मीडिया और दर्शक आधारित समारोह में फिल्म का प्रचार करने के लिए पूरी मार्केटिंग टीम के साथ चीन की यात्रा की थी। पीके ने ऑस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड और पाकिस्तान में भी सर्वाधिक कमाई करने वाली भारतीय फिल्म का मुकाम हासिल किया है। वहीं, उत्तरी अमेरिका में 2014 में सर्वाधिक कमाई करने वाली विदेशी भाषा की फिल्म बनकर उभरी है। ऊपर दिए गए आंकड़ों के आधार पर आप विदेशों में हिंदी फिल्मों के बाज़ार और कारोबार का अनुमान लगा सकते हैं।

1990 में तत्कालीन प्रधानमंत्री नरसिम्हा राव सरकार की ओर से उदाररीकरण की नीति देश में लागू किए जाने के बाद हिंदी फिल्मों के लिए विदेशी बाज़ार में पांच जमाना पहले के मुकाबले ज्यादा आसान हो गया। पहले तो सिर्फ गिन-चुनी फिल्में जैसे राज कपूर की मेरा नाम जोकर ने रूस और कुछ अन्य विदेशी बाज़ार में कामयाबी हासिल की थी। लेकिन साल 2000 से 2010 के बीच हिंदी फिल्मों ने विदेशी बाज़ार में न सिर्फ अपनी पहचान बनाई बल्कि खूब पैसा भी कमाया। अंतरराष्ट्रीय बॉक्स ऑफिस ने अपने चार्ट में हिंदी फिल्मों के रिलीज की तारीखों को भी शामिल करना शुरू कर दिया। इसके अलावा विदेशी समाचार पत्रों ने भी हिंदी फिल्मों की समीक्षाएं छापनी शुरू कर दी<sup>12</sup>। इस दौरान भारतीय फिल्म निर्माताओं ने लंदन, न्यूयॉर्क और टोक्यों में अपने कार्यालय खोले। विदेशी फिल्म वितरण कंपनी इरोज इंटरनेशनल और अयानगरण इंटरनेशनल ने भारत, अमेरिका, ब्रिटेन, यूएई और फिजी में अपने कार्यालय खोले। हर साल तकरीबन 130 से 140 हिंदी फिल्में विदेशों में प्रदर्शित की जाती हैं। इससे फिल्म निर्माताओं को तकरीबन 15 से 20 फीसदी की आय होती है। साल 2011 में यशराज फिल्मस की कुल आय 90 करोड़ रुपये थी। इसमें से 30 करोड़ रुपये उसने विदेशी बाज़ार से कमाए थे। भारतीय फिल्मों के निर्यात से तकरीबन 10 अरब रुपये की सालाना कमाई होती है साथ ही विदेशी बाज़ार से होने वाली कमाई में एक अनुमान के मुताबिक 2 अरब रुपये की सालाना वृद्धि भी हो रही है। भारत की फिल्म निर्माण से जुड़ी कंपनियां एडलैक्स-रिलायंस बिग इंटरटेनमेंट, यशराज फिल्मस, पीवीआर पिक्चर्स और सहारा वन मोशन पिक्चर्स फिल्म निर्माण, वितरण और प्रदर्शन तीनों ही काम खुद करती हैं। अगर यह सिलसिला ज्यादा दिनों तक चला तो जल्द ही प्रमुख निर्माण कंपनियों की पूरे देश भर में अपने मल्टीप्लेक्स की चेन होगी और ज़रूरत पड़ने पर वह अपने प्रतिद्वंदी की फिल्म के प्रदर्शन को रोकने की भी कोशिश कर सकते हैं। साल 2007 तक के आंकड़ों के अनुसार देश में कुल 13000 हजार सिनेमा स्क्रीन हैं। इनमें से 20 प्रतिशत छोटे शहरों के मोबाइल सिनेमा हॉल हैं। इनमें से तकरीबन 100 ई-सिनेमा हॉल हैं, जो सेटेलाइट डिस्ट्रीब्यूशन नेटवर्क के जरिए फिल्मों के डिजीटल कंटेंट हासिल करते हैं। इसके अलावा मल्टीप्लेक्स का चलन महानगरीय जीवन शैली में बढ़ता ही जा रहा है।

#### राष्ट्रीय स्तर पर बॉक्स ऑफिस से प्राप्त राजस्व (2001-2006)

साल	राजस्व(डॉलर में)	फिल्म देखने वालों की संख्या	मल्टीप्लेक्स की संख्या
2001	593 मिलियन	2.8 बिलियन	10
2002	568	3.2	19
2003	643	3.42	34
2004	707	3.59	54
2005	1.19 बिलियन	3.77	68
2006	1.41 बिलियन	3.95	101

ऊपर दिए गए आंकड़े केवल जे कुमार की किताब मास कम्युनिकेशन इन इंडिया लिए गए हैं। इन आंकड़ों से साफ है कि जैसे-जैसे मल्टीप्लेक्स की संख्या बढ़ती गई, वैसे-वैसे फिल्मों का कारोबार भी बढ़ता जा रहा है।

#### भारत में विदेशी फिल्मों का बाज़ार

<sup>12</sup> केवल जे. कुमार, मास कम्युनिकेशन इन इंडिया, पृ-190

परदे पर फ़रटिदार हिंदी या दूसरी भारतीय भाषा बोलते विदेशी कलाकार या शुद्ध भारतीय भाषा में रोमांटिक डायलॉग बोलते, गाली गलौच करते और मारपीट करते ये विदेशी किरदार अब छोटे बड़े सभी शहरों के सिनेमाघरों में देखे जा सकते हैं। जी हां, भारत में हॉलीवुड फिल्मों को भारतीय भाषा में डब करके रिलीज़ करने का व्यापार दिनों दिन बढ़ता जा रहा है। हजारों कोस दूर हॉलीवुड में बनी फिल्मों के लिए वर्चुअल संसार और डिजिटल पोस्टर का इस्तेमाल प्रचार के लिए किया जाता है। हॉलीवुड की फिल्मों के प्रचार के लिए हाई-टेक तरीका अपनाया जाता है। फिल्मों के ट्रेलर मेकिंग और सेंसर बोर्ड के काटे गए अश्लील दृश्यों को प्रचार कह कर इंटरनेट पर सार्वजनिक करके दिखाते हैं<sup>13</sup>



**राकेश प्रकाश**

**शोधार्थी, म.गां.अं.हिं.वि., वर्धा**

---

<sup>13</sup> केतन दीक्षित, मीडिया विमर्श, मार्च 2013 (सिनेमा विशेषांक-2), पृ-20