



**സംസ്കാരവ്യവസായത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ:  
ഓണാഘോഷം മുൻ നിർത്തിയുള്ള പഠനം**

C Ganesh, Assistant Professor, School of Creative Writing, Thunchath Ezhuthachan Malayalam University, Vakkad, Tirur , Malappuram, Kerala, India.

**Article information**

Received: 9 <sup>th</sup> January 2025	Volume: 1
Received in revised form: 12 <sup>th</sup> February 2025	Issue: 1
Accepted: 24 <sup>th</sup> March 2025	DOI: <a href="https://doi.org/10.5281/zenodo.15341424">https://doi.org/10.5281/zenodo.15341424</a>
Available online: 28 <sup>th</sup> April 2025	

**Abstract**

This study, which reinterprets Onam as part of cultural industry, selectively examines some of the recent cultural production elements. The attempt is to highlight the frameworks of cultural construction in areas such as print advertisements, the internet, and tourism. This perspective, grounded in an understanding of the specific consciousness of cultural evolution, will reveal how it enters into the political narratives of popular culture.

**സാരാംശം**

ഓണത്തെ സംസ്കാരവ്യവസായത്തിന്റെ ഭാഗമായി പുനർവിവരിക്കുന്ന ഈ പഠനം സമീപകാലത്തെ സാംസ്കാരിക നിർമ്മാണ ഉപാദാനങ്ങളിൽ ചിലതിനെ സൗകര്യപൂർവ്വം തിരഞ്ഞെടുക്കുകയാണ്. അച്ചടിയിലെ പരസ്യങ്ങൾ, ഇന്റർനെറ്റ്, ടൂറിസം, എന്നീ മേഖലകളിലെ സംസ്കാര നിർമ്മിതിയുടെ അടങ്കൽ വ്യക്തമാക്കാനാണ് ശ്രമിക്കുന്നത്. സംസ്കാര പരിണാമത്തിന്റെ സവിശേഷബോധത്തിൽ നിന്നുകൊണ്ടുള്ള ഈ നോട്ടം ജനപ്രിയ സംസ്കാരത്തിന്റെ രാഷ്ട്രീയാഖ്യാനങ്ങളിലേയ്ക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതായി അറിയാനാവും.

**പ്രധാന വാക്കുകൾ :** മദ്യപാനസക്തി, സംസ്കാരവ്യവസായം, ഓണാഘോഷം, പരസ്യങ്ങൾ, ടൂറിസം, പുലികളി, ചെണ്ടമേളം

**ആമുഖം - അച്ചടിയിലെ പരസ്യങ്ങൾ**

ആധുനിക ലോകത്ത് ഒരു ആശയം മറ്റുള്ളവരിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിന് ഏറെ സഹായിക്കുന്നവയാണ് പരസ്യങ്ങൾ. വിപണിരംഗമാണ് പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതൽ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത് എന്നതിനാൽ തന്നെ ഉൽപ്പന്നവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആശയം എന്ന അർത്ഥം പരസ്യങ്ങൾക്ക് കൈവന്നിട്ടുണ്ട്. സൂക്ഷ്മമായ അർത്ഥത്തിൽ അതുമത്രമല്ല പരസ്യങ്ങൾ എന്ന സംജ്ഞ ഉൾക്കൊള്ളുന്നത്.

അച്ചടിയിൽ മാത്രമല്ല ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾ വഴിയും പരസ്യങ്ങൾ വിനിമയം ചെയ്യുന്നു. മാധ്യമത്തിന്റെ സ്വാഭാവമനുസരിച്ചാണ് പരസ്യങ്ങൾ തയ്യാർ ചെയ്യപ്പെടുന്നത് ജനങ്ങളുടെ ദൈനംദിനാവശ്യങ്ങളുടെ സാക്ഷാത്കരണം ലക്ഷ്യംവച്ചാണ് പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നത് എന്നതുകൊണ്ടുതന്നെ ജനബോധത്തെ അത് ഗൗരവമായി ഉൾവഹിക്കുന്നു. മുതലാളിത്തത്തിന്റെ

ഉപകരണമായി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അതു നൽകുന്ന പരിഗണന പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധേയമാണ്. സംസ്കാരികനിർമ്മാണപ്രക്രിയയിൽ ആസൂത്രിതവും ബോധപൂർവ്വകവുമായ തുടർപെടലാണ് പരസ്യങ്ങൾ നടത്തുന്നത്. ടി.വി, റേഡിയോ, ഇന്റർനെറ്റ് തുടങ്ങിയവയിലെല്ലാം വ്യത്യസ്ത ആവിഷ്കാര രീതികളിൽ പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നു.

അച്ചടിമാധ്യമത്തിൽ വരുന്ന പരസ്യങ്ങളെ പത്രങ്ങളിൽ വന്നിട്ടുള്ളവ, ഓണപ്പതിപ്പുകളിൽ വന്നിട്ടുള്ളവ എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിക്കാം. 2006 ലെ ഓണക്കാലത്ത് മലയാളമനോരമ, മാതൃഭൂമി, കേരളകൗമുദി എന്നീ പത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച പരസ്യങ്ങളും 2006,07,08 വർഷങ്ങളിലെ ഓണപ്പതിപ്പുകളും ഉപയോഗിച്ചാണ് പഠനം നടത്തിയത്.

**പത്രങ്ങളിലെ പരസ്യങ്ങൾ**

2006 ഓണത്തിന് (27-8-2006) അത്തംനാളിലാണ് മാതൃഭൂമിയുടെ ഒന്നാം പേജിൽ ഓണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആദ്യപരസ്യം വരുന്നത്. കൊച്ചിയിലെ വീഗാലാന്റ് എന്ന അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്കിന്റെ ഉദ്ഘാടനത്തോടനുബന്ധിച്ചുള്ള പരസ്യത്തിൽ “63 മീറ്റർ ഉയരത്തിൽ നിന്ന് ആരംഭിക്കാം. ഇത്തവണത്തെ ഓണാഘോഷം” എന്നതായിരുന്നു വാചകം. പിറ്റേന്ന് ഒന്നാം പേജിൽ ഇതേസമാനത്ത് ‘ടാക്സ്ഫ്രീ ഓണം’ എന്ന തലക്കെട്ടിൽ എൽ.ജി ഗ്രൂപ്പിന്റെ പരസ്യമാണ് വന്നത്. “ഈ ഓണക്കാലത്ത് വർദ്ധിച്ച നികുതി എൽ. ജി തന്നെ നൽകുന്നു. കാരണം കൊച്ചുകേരളത്തിന്റെ ആഘോഷങ്ങളെ എന്നും എൽ.ജി ആദരിക്കുന്നു” എന്നും കാണുന്നു. അടുത്ത ദിവസത്തെ പ്രധാനപേജിലും പരസ്യമുണ്ടെങ്കിലും ഓണവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ല. 30-08-2006 ന് ‘മഹാരാജയുടെ ഓണം ഓഫർ’ എന്ന തലക്കെട്ടോടെ ഗ്രൈൻഡർ, മിക്സി എന്നിവയുടെ പരസ്യം പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു. ഇഗോ എന്ന ടി.വി കമ്പനിയുടെ ഓണം ഓഫർ വിശദാംശങ്ങളോടെയുള്ള പരസ്യമാണ്. സെപ്റ്റംബർ 1 ന് വീഗാലാന്റിന്റെ പരസ്യം “ആഘോഷങ്ങളുടേയും വിനോദങ്ങളുടേയും സമ്മാനങ്ങളുടേയും ഓണക്കാലം വീഗാലാന്റിൽ” എന്ന വാക്യത്തോടെ വീണ്ടും വന്നുകാണുന്നു. “ഓണം ഫൺ ഫെസ്റ്റ്” എന്ന പ്രത്യേക ശീർഷകവും തലക്കെട്ടിലുണ്ടായിരുന്നു. സെപ്റ്റംബർ 2 ന് മുഖ്യപേജിൽ തൃശൂർ ഗോൾഡ് സെന്ററിന്റേയും സെപ്റ്റംബർ 3ന് അരീന മൾട്ടിമീഡിയ സെന്ററിന്റേയും സെപ്റ്റംബർ 4ന് “മാവേലി നാടൻ സങ്കല്പം സഫലമാക്കാം” എന്ന സതേൺജില്ലറിയുടേയും പരസ്യങ്ങളുണ്ട്. തിരുവോണദിവസം കെ.പി നമ്പൂതിരിസ് എന്ന ആയുർവ്വേദപരിപോടിയുടെ പരസ്യമാണുള്ളത്.

2006 ൽ കേരളകൗമുദിയുടെ പ്രധാനപേജുകൾ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ ഓണപരസ്യങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നത് ഓഗസ്റ്റ് 29 മുതൽക്കാണ്. അതായത് അത്തം കഴിഞ്ഞ് രണ്ടു നാളിനു ശേഷം. ഓണം ഓഫറിൽ വാങ്ങുന്ന ടി വിയും റെഫ്രിജറേറ്ററും എസിയും സംരക്ഷിക്കാൻ വി.ഗാർഡ് സ്റ്റേബിലൈസർ ഉപയോഗിക്കുവാൻ പരസ്യം കൊണ്ടാണ് കേരളകൗമുദി തുടങ്ങുന്നത്. തൊട്ടടുത്ത രണ്ടു ദിവസങ്ങളിലും പ്രധാനപേജിൽ ഓണപ്പരസ്യം കൊടുത്തിട്ടില്ല. സെപ്റ്റംബർ 1 വീഗാലാന്റിന്റെ പരസ്യം നൽകിയിരിക്കുന്നു. സെപ്റ്റംബർ 2ന് “ഓണം & ഉല്ലാസം @ സിൽവർസ്റ്റോം” എന്ന പരസ്യവാചകത്തോടെ ആതിരപ്പള്ളി അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്കിന്റെ പരസ്യമാണുള്ളത്. ഇതേ പേജിൽ കേരളകൗമുദി ഓണപ്പതിപ്പിന്റേയും പരസ്യം കാണാം. സെപ്റ്റംബർ 4 ന് “മാവേലി ബിസിയാ” എന്ന വാചകത്തിൽ മറ്റൊരു അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്കായ ഡ്രീവേൾഡിന്റെ പരസ്യമാണുള്ളത്. തിരുവോണദിവസം “വഞ്ചിപ്പാട്ടിന്റെ ഈരടികൾക്കൊപ്പം ആഹ്ലാദത്തിന്റെ പുതിയ തരംഗങ്ങളുയരട്ടെ” എന്ന പരസ്യവാചകത്തോടെ എസ്.ബി.ടി യുടെ പരസ്യം.

2007 ഓണക്കാലത്ത് മലയാളമനോരമ പത്രത്തിന്റെ പ്രധാന പേജിൽ ഒന്നിടയിൽ ടി. വി, ലൂയി ഫിലിപ്പ്, എൽ.ജി മൊബൈൽ ഫോൺ, വീഗാലാന്റ് , ശാന്തിമാം ബിൽഡേഴ്സ്, അമൃലു എന്നിവയുടെ പരസ്യങ്ങളാണ് വന്നിട്ടുള്ളത്. “1200 വാട്സ് ഒന്നിടയിൽ ഓക്സിജൻ തണ്ടറുനൊപ്പം മഹാബലിയെ വരവേൽക്കൂ” എന്ന് ഒന്നിടയിൽ “പൊന്നോണം കൊണ്ടാട്ടൂ എൽ.ജി മൊബൈൽ ഫോണിനൊപ്പം”

എന്ന് എൽ.ജിയും “ആഘോഷിക്കൂ, ഈ ഓണക്കാലം വീഗാലാൻറിനൊപ്പം” എന്ന വീഗാലാൻറും ആഹ്വാനം ചെയ്യുന്നു.

പത്രങ്ങളിലെ ഒന്നാം പേജിൽ വരുന്ന പരസ്യം പ്രധാന വാർത്തപോലെ ജനങ്ങളിലെത്തുന്നു. ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങളുടെയും തുണിവ്യവസായത്തിന്റേയും പരസ്യങ്ങളാണ് ഒന്നാം പേജിൽ കൂടുതലായി വന്നുകാണുന്നത്. ആറുലക്ഷത്തിൽ കൂടുതൽ തുക ഈടാക്കിയാണ് പത്രസമാപനം പരസ്യം സ്വീകരിക്കുന്നത് എന്നതിനാൽ വൻകിട കമ്പനികളുടെ പരസ്യം മാത്രമാണ് മുഖ്യപേജിൽ വരുന്നത്. 2006,07 വർഷങ്ങളിൽ എൽ.ജി യുടെ ബ്രാന്റ് അംബാസിഡറായ പൃഥ്വിരാജ് വിവിധ എൽ.ജി ഉപകരണങ്ങളിൽ കുടുംബനാഥനായി വനിതാ മോഡലിനൊപ്പം പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നുണ്ട്. 2006 ലെ മലയാളമനോരമയിൽ വന്ന എയർ ഇന്ത്യയുടെ പരസ്യത്തിൽ വിമാനച്ചിറകിൽ വള്ളംകളിയുടെ ചിത്രമാണുള്ളത്. 2006-07 എന്നീ വർഷങ്ങളിൽ മലയാളമനോരമ, മാതൃഭൂമി, മാധ്യമം എന്നിവയിൽ വന്നിട്ടുള്ള ഉൾപ്പെടുത്തലുകളിൽ സൊണാറ്റവാച്ച്, മഹീന്ദ്ര, ടൈമെക്സ്, വാച്ചുകൾ, അമൂല്യ മിൽക് പൗഡർ, വനിത, നെരോലാക് പെയിന്റ്, ഗോദ്ദൈജ്, ഇലക്ട്രോലൈറ്റ്, നോക്കിയ, പോണ്ടസ്, പ്രീതി മിക്സി, വീരമണി ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, സാംസങ്, എൽ.ജി, ടി.വി.എസ്, റിലയൻസ് മൊബൈൽ, ടച്ച്ഫോൺ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഒന്നാം പേജിൽ നിന്നും ഉൾപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളിലേക്കെത്തുമ്പോൾ കാണുന്ന പ്രകടമായ ഒരു മാറ്റം വൻകിട കമ്പനികളോടൊപ്പം ഇടത്തരം കമ്പനികളും പരസ്യത്തിന് തയ്യാറാവുന്നു എന്നതാണ്. ഉൾപ്പെട്ട പരസ്യ ചാർജ്ജ് താരതമ്യേന കുറവാണ് എന്നതാണ് കാരണം. രണ്ടുവർഷങ്ങളിലെ ഉൾപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളുടെ പൊതുപ്രത്യേകത ഓണക്കാലത്തെ വിപണികാലമായി മാറ്റുവാൻ ഇവ തയ്യാറാവുന്നു എന്നതാണ്. കേരളീയമെന്നു തോന്നിപ്പിക്കുന്ന രീതിയിൽ ചിത്രീകരിച്ചുകൊണ്ട് ഉത്സവകാലത്തെ ആഘോഷിക്കാനാണ് പരസ്യങ്ങൾ എല്ലാം പറയുന്നത്. ഉത്സവകാലത്ത് വിപണിയിലെത്താനും അങ്ങനെ ആഘോഷിക്കാനുമാണ് പരസ്യങ്ങൾ പറയുന്നത്. ഓരോ പരസ്യവും ഓണത്തെ പല രീതിയിലാണ് വ്യാഖ്യാനിക്കുന്നത്. വിനോദങ്ങളിലേർപ്പെടാനുള്ള കാലമാണ് ഓണക്കാലമെന്നും അതിനാൽ വാട്ടർതീം പാർക്കുകളിൽ എത്തണമെന്നും വീഗാലാൻറിന്റേയും ഡ്രീംവേൾഡിന്റേയും പരസ്യങ്ങൾ പറയുന്നു. പുതുവസ്തുങ്ങൾ അണിഞ്ഞാണ് ഓണം ആഘോഷിക്കേണ്ടതെന്ന് തുണിവ്യവസായപരസ്യങ്ങളും ആഭരണങ്ങളണിഞ്ഞാണ് ആഘോഷിക്കേണ്ടതെന്ന് ജൂവല്ലികളും ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ വാങ്ങിയാണ് ആഘോഷിക്കേണ്ടതെന്ന് ഇലക്ട്രോണിക് കമ്പനികളും പറയുന്നു. പരസ്യവാചകങ്ങൾ കാല്പനികയാർന്ന ഭാഷാശൈലികൊണ്ട് ഏവരേയും എളുപ്പത്തിൽ ആകർഷിക്കാൻ പോന്ന രീതിയിലാണ് ചിത്രപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ഓണം എന്ന വാക്കിനെ പലരീതിയിൽ പരസ്യവുമായി കൂട്ടിയിണക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. സിനിമാനടന്മാരും ബ്രാന്റ് അംബാസഡർമാരുമായി വരുന്ന പരസ്യങ്ങൾ മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് വിപണി കീഴടക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. ഒരേ രംഗത്തുള്ള വിവിധ കമ്പനികൾ തമ്മിൽ പരസ്യത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും മത്സരിക്കുന്നത് കാണാനാവും. തങ്ങളുടെ ഉല്പന്നമാണ് ഏറ്റവും മികച്ചതെന്ന് ഓരോ പരസ്യവും ജനങ്ങളോട് പറയുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളെ വാങ്ങുവാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുക എന്നതു മാത്രമാണ് പരസ്യങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യം. ഓണവുമായി ബന്ധമുള്ളവ മാത്രമല്ല യാതൊരു ബന്ധവുമില്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളും പരസ്യങ്ങളുമായി ഓണക്കാലത്തെത്തുന്നു. രതി വർധക പരസ്യങ്ങൾ, കുറികമ്പനി പരസ്യങ്ങൾ, ടയർ കമ്പനി പരസ്യങ്ങൾ എന്നിവ ഉദാഹരണം.

**ഓണപ്പതിപ്പിലെ പരസ്യങ്ങൾ**

മാതൃഭൂമി, മലയാള മനോരമ തുടങ്ങിയവയുടെ ഓണപ്പതിപ്പുകൾ 2001 മുതൽ രണ്ടു വാല്യങ്ങളായാണ് ഇറങ്ങുന്നത്. പരസ്യങ്ങളുടെ പേജുകൾ നീക്കിയാൽ ഒരു വാല്യത്തിലൊതുങ്ങേണ്ട പേജുകളെ രചനകളായുള്ളൂ. കൂടുതൽ പരസ്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാനും ‘വലിയ ഓണപ്പതിപ്പ്’ എന്ന പ്രതീതി ജനിപ്പിക്കാനുമാണ് രണ്ടു വാല്യങ്ങളായി ഇറങ്ങുന്നത്.

ഓണപ്പതിപ്പുകളിൽ പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത് മൂന്നു രീതിയിലാണ്. കവർ ചിത്രത്തോടൊപ്പം ഏവരും പെട്ടെന്ന് കാണുന്നവിധത്തിൽ കൊടുക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളാണ് ഇവയിലൊന്ന്. അരപ്പേജ്, മുഴുപേജ്, എന്നീ രീതിയിലും പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നു. കവർചിത്രത്തോടൊപ്പമുള്ളവയ്ക്കും പിൻ കവറിനാണ് ഏറ്റവും തുക ഈടാക്കുന്നത്. മുൻകൈകൾ കവർ (ഫ്രണ്ട് ഇൻസൈഡ് കവർ, പിൻ ഉൾവശകവർ (ബാക്ക് ഇൻസൈഡ് കവർ) എന്നിവയിലെ പരസ്യങ്ങൾക്കും താരതമ്യേന ഉയർന്ന തുക ഈടാക്കുന്നു. ബഹുവർണ്ണ ഗ്ലൈസിങ്ങ് പേപ്പറിലുള്ള പരസ്യങ്ങൾക്കും ചാർജ്ജ് കൂടുതലാണ്.

2006 മാതൃഭൂമി ഓണപ്പതിപ്പിനോടൊപ്പം കെ.പി. നമ്പൂതിരിസിന്റെ പൽപ്പൊടി സൗജന്യമായി വിതരണം ചെയ്തത് ഒരു പരസ്യതന്ത്രമായി കണക്കാക്കാം. മാതൃഭൂമിയോട് വിപണനരംഗത്ത് മത്സരിക്കുന്ന മലയാളമനോരമ ആ വർഷം സൗജന്യസമ്മാനങ്ങളൊന്നും നൽകിയിരുന്നില്ലെങ്കിലും തൊട്ടടുത്ത വർഷം (2007) മാക്സി ഹെൻഷ് കോൾഗേറ്റ് ടൂത്ത്പേസ്റ്റ് പായക്കറ്റും, ആശീർവാദ് മുളകുപൊടി പായ്ക്കറ്റും സൗജന്യമായി നൽകുകയുണ്ടായി. എന്നാൽ ആ വർഷം മാതൃഭൂമി കോൾഗേറ്റ് ടൂത്ത്പേസ്റ്റ് പായ്ക്കറ്റ് മാത്രമാണ് നൽകിയിരിക്കുന്നത്. 2006 മാതൃഭൂമി ഓണപ്പതിപ്പിൽ അപ്പോളോ ഗോൾഡ്, ബജാജ്, ഡയബറ്റിക് ലബോറട്ടറി, ബിർലാഡെവ്, പോളോഷർട്സ്, എൽ.ജി, ഫ്ലോഗാർഡ് പി.വി.സി, പീതാംബരി പൗഡർ, വെസ്റ്റേൺ യൂണിയൻ, എച്ച്.ഡി.എഫ്.സി ബാങ്ക്, കരൂർവൈശ്യബാങ്ക്, സെൻട്രൽ ബാങ്ക്, പ്രീതി മിക്സി, ഗാർഡൻ തുണിത്തരങ്ങൾ, ഫ്രാൻകി അടക്കളോപകരണകമ്പനി, ഇൻഡസ്റ്റാൻ്റ് ബാങ്ക്, എ.സി.സി. സിമന്റ്, അപ്പോളോ ആശുപത്രി, എസ്.ബി.ഐ, ഡി.സി.ബുക്സ്, ജോയ് ആലുക്കാസ്, ഫിലിപ്പ്സ്, ശ്രീമദ്കൃപാ ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, മിത്രാ മെഗാമാർട്ട് സൂപ്പർമാർക്കറ്റ്, നിറപറപ്പത്തിരി, സോണി, ഡി.എച്ച് ഷർട്ടുകൾ, ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ, എം.സി.ആർ മുണ്ട്, എം.ആർ.എഫ്, സിൻഡിക്കേറ്റ് ബാങ്ക്, ഇൻഫോടെക്, ശീമാട്ടി, സപ്ലൈകോ, ധനലക്ഷ്മി ബാങ്ക്, എൽ ഐ.സി, ക്രോംപുൺ ഗ്രീവ്സ് അക്ബർ ട്രാവൽസ്, വർദ് ടൂറിസ്റ്റ് & ട്രാവൽസ് എന്നിവയാണ് പ്രധാന മുഴുപേജ് പരസ്യക്കാർ, “പതിവായെത്തും പൊന്നോണം, പത്തരമാറ്റായ് അപ്പോളോ” എന്നാണ് അപ്പോളോ ഗോൾഡിന്റെ പരസ്യവാചകം. കോഴിക്കോട്, തിരൂർ, മഞ്ചേരി, വടകര എന്നിവിടങ്ങളിൽ ശാഖകളുണ്ടെന്നും ഉടൻ കണ്ണൂരിൽ തുറക്കുമെന്ന അറിയിപ്പും നൽകിയിട്ടുണ്ട്. പിൻകവറിലെ ബജാജ് പരസ്യത്തിൽ ഡിസ്കവർ എന്ന പുതിയ ബൈക്ക് പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു. “റോഡിൽ മായാജാലം സൃഷ്ടിക്കൂ” എന്നാണ് വാചകം. “ഓണം ആഘോഷിക്കൂ, ഒരു പുതിയ നിറം സഹിതം പച്ച” എന്ന തലക്കെട്ടിൽ പച്ചനിറത്തിലുള്ള എൽ.ജി ഫ്രീഡ്ജുകളുടെ പരസ്യത്തിൽ നാക്കിലയുടെ ചിത്രവും മഹാബലിയുടെ ചിത്രവും നൽകിയിരിക്കുന്നു. (പേ. 12) ഫ്ലോഗാർഡ് പി.വി.സി ‘ഓണം വിഷസ്’ നൽകുമ്പോൾ “ഏദയംഗമമായ ഓണാംശംസക”ളാണ് ചെമ്പുപിച്ചളയ്ക്ക് നിറം കൊടുക്കുന്ന പീതാംബരി പൗഡർ നൽകുന്നത്. “പ്രിയപ്പെട്ടവരുടെ ആശംസകളാൽ നിങ്ങളുടെ ഓണാഘോഷം സമ്പൂർണ്ണമാകട്ടെ” എന്നാണ് വെസ്റ്റേൺ മണി ട്രാൻസ്ഫറിന്റെ പരസ്യം. ‘തികഞ്ഞ ഒത്തൊരുമ’ എന്ന തലക്കെട്ടോടെ വള്ളംകളി ചിത്രസഹിതം സെൻട്രൽ ബാങ്കിന്റെ പരസ്യം ‘ഹാപ്പി ഓണം’ ആശംസിക്കുന്നു. “ഓണസദ്യക്ക് പ്രീതിയോ പ്രീതി” എന്ന് പ്രീതി മിക്സിയുടെ പരസ്യം(പേ.25) പറയുമ്പോൾ “ഷെയ്ഡുകളുടെ സന്തുഷ്ടി ആഘോഷിക്കുവാൻ ഹാപ്പി ഓണം” എന്ന് ബർഗർപെയിന്റസ് (പേ.67) പറയുന്നു. ഓണം എന്ന തലക്കെട്ടിൽ “ഇത്തവണ ഓണത്തിന് വേഗതയുടെ പര്യായമായ എസ്കിമയുമുണ്ട് നിങ്ങൾക്കൊപ്പം” എന്ന വാചകത്തോടെ എസ്കിമ എന്ന നിർമ്മാണകമ്പനിയുടെ പരസ്യത്തിൽ “പഴമകളിലൊളിയുമൊരു പൂക്കളും തീർക്കുന്നു/ പണ്ടത്തെഓണപ്പലരികളോർക്കവെ” എന്നു തുടങ്ങുന്ന കവിതാവരികളും നൽകിയിരിക്കുന്നു. (പേ.82) ഓണസദ്യയൊരുക്കാൻ മുത്തശ്ശി പത്തായപ്പെട്ടി തുറന്ന് നിറപറ പുത്തരി എടുക്കുന്നതായാണ് അരിയുടെ പരസ്യം പറയുന്നത് (പേ.109) “ആഘോഷിക്കൂ ഓണം സപ്തൈകോയോടൊപ്പം” എന്ന് സപ്തൈകോയുടെ പരസ്യം പറയുമ്പോൾ സേവിംഗ്സ് ഫെസ്റ്റിവൽ എന്ന (പേ.152) ധനലക്ഷ്മി ഓണക്കാലത്തെ കാണുന്നു.

(പേ.155) 2006 വർഷത്തെ മലയാളമനോരമ ഓണപ്പതിപ്പ് ആദ്യമൂന്നുപേജ് എൽ.ജി.യുടെ പരസ്യത്തിൽ “ഇത് ഓണമാണ് യഥാർത്ഥ ആവേശത്തിനുള്ള കാലം” എന്നു കാണുന്നു. ഓണസമ്മാനങ്ങൾ ഉണ്ടെന്ന അറിയിപ്പും നൽകിയിട്ടുണ്ട്. ഭാഗം 2 ൽ കാണുന്ന എൽ.ജി.യുടെ മറ്റൊരു പരസ്യത്തിൽ “ഈ ഓണത്തിന് 90% ഈർപ്പസഹനശേഷി 100% ആഘോഷങ്ങൾ ഉറപ്പാക്കുന്നു” എന്നാണുള്ളത്. തങ്ങളുടെ കമ്പനിയുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കനുയോജ്യമായ പരസ്യവാചകങ്ങളാണ് പരസ്യക്കാർ തയ്യാറാക്കുന്നതെന്നും അത് ഉൽപന്നത്തെ ശ്രദ്ധിപ്പിക്കാനുള്ള തന്ത്രം മാത്രമാണെന്നും മനസ്സിലാക്കുന്നു. പ്രൈം ഉപ്പു കമ്പനി ‘കളങ്കമില്ലാത്ത ഓണം കലർപ്പില്ലാത്ത ഉപ്പ്’ എന്ന പരസ്യവാചകം നൽകുന്നതിനു പിന്നിലും ഈ യുക്തിയാണുള്ളത്. കളങ്കം പോലെ കലർപ്പ് ഉണ്ടാവുമ്പോൾ അവിടെ ശുദ്ധത ഇല്ലാതാവുന്നു. പ്രകൃതിദത്തമോ സ്വാഭാവികത ആയതും ശുദ്ധവുമായ ഉപ്പാണ് കമ്പനി നൽകുന്നതെന്നാണ് ഈ പരസ്യത്തിലൂടെ പറയാൻ ശ്രമിക്കുന്നത്. ബെൻസി ഫുഡ്സ് കടവയറനായ മാവേലിചിത്രത്തോടൊപ്പം പരസ്യം നൽകി ഓണാംശംസകൾ നേരുന്നു. ചെന്നൈ വെർമിസെല്ലി, സ്റ്റാർ സിറ്റി ബൈക്, ഹിൻഡ് വെയർ, ഗോദ്രെജ്, ഗോൾഡ് വിന്നർ ഓയിൽ, സെൻട്രൽ ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ, നവ്ജസം സെറാമിക്സ്, സ്ലീപ് വെൽ ബെഡ്, കേരാമൂത്ത് ഓയിൽ, കെ.എസ്.ഇ. കാലിത്തീറ്റ, സൗത്ത് മലബാർ ബാങ്ക്, ജോൺസൺ ധോത്തിസ്, ശക്തി ഓട്ടോ മൊബൈൽ, പാറഗൺ സ്റ്റീൽ, ജോസ്റ്റോ, ആന്ദ്രബാങ്ക്, എം.ആർ.എഫ്, അയോദ്ധ്യ ജല്ലേഴ്സ്, തമിഴ്നാട് മെർക്കന്റയിൽ ബാങ്ക് എന്നിവയുടേതാണ് മറ്റു മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങൾ. ഭാഗം-2 ൽ റാഡോ, റിക്കാർഡോ ഇലക്ട്രീണിക്സ്, മാക്സിമ, ഫിലിപ്പ്, വിഡിയോൺ തുടങ്ങിയ ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങളും ചെന്നൈ സിൽക്സ്, പൊന്നി സിൽക്സ്, ചാമുണ്ഡി സിൽക്സ്, വാൻഹുസെൻ തുടങ്ങിയ തുണി വ്യവസായ പരസ്യങ്ങളും സഹേലി ഘർനേറോധന ഉപകരണം, മുസ്ലീം പവർ തുടങ്ങിയവയുടെ പരസ്യങ്ങളും കാണുന്നു. 396 പേജുള്ള ദേശാഭിമാനി (2006) ഓണപ്പതിപ്പിൽ 188 പേജ് പരസ്യങ്ങളാണ്. ജൂവല്ലറി ബാങ്കുകൾ, ഗൃഹോപകരണങ്ങൾ, തുണിവ്യവസായം, ഗവ. ഏജൻസികൾ എന്നിവയുടെ പരസ്യങ്ങൾക്കാണ് മുൻതൂക്കം. കെ.ടി.ഡി.സി, ബാംബു കോർപ്പറേഷൻ, കെ.പി.എഫ്.സി , സപ്ലൈകോ തുടങ്ങിയ സർക്കാർ പരസ്യങ്ങളും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. കേരളകൗമുദിയുടെ 2006 ഓണപ്പതിപ്പിന്റെ ഒന്നാം വാല്യത്തിന്റെ മുഖചിത്രത്തോടൊപ്പം “വരു പച്ചവെള്ളംപോലെ ഇംഗ്ലീഷ് സംസാരിക്കാം” എന്ന വേദയുടെ പരസ്യം ചേർത്തിരിക്കുന്നു. ഒരേ പരസ്യം തന്നെ വ്യത്യസ്ത രീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നു. കൂടുതൽ ഉപഭോക്താക്കളെ സ്വീകരിക്കുന്നതിനുള്ള തന്ത്രമായി ഇതിനെ വിലയിരുത്താം. കേരളകൗമുദിയുടെ രണ്ടു ഭാഗങ്ങളിലുമായി 176 പേജ് പരസ്യങ്ങളാണുണ്ടായിരുന്നത്. തുണി വ്യവസായം, ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണം, ഗൃഹോപകരണം, ജൂവല്ലറി, ആശുപത്രി, അനുബന്ധവ്യവസായങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം പ്രാതിനിധ്യമുള്ള പരസ്യങ്ങളാണുള്ളത്. യു.എ.ഇ എക്സൈബിന്റേതായിരുന്നു പിൻകവർ പരസ്യം.

2007 മലയാള മനോരമ ഓണപ്പതിപ്പിൽ ഭാഗം 1 - ൽ വാൻ ഹുസെൻ, സിറ്റി ഷർട്ട്സ്, സെഞ്ചുറിയാൻ ബാങ്ക്, ഡാൽമിയ സിമന്റ്, ഫിലിപ്പ് പരസ്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ 148 മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങളുണ്ട്. പിൻകവർ പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ടിന്റെ ഓണക്കോടി എന്ന ബ്രാൻറിന്റേയും പിൻ ഉൾവശകവർ മുഡ്സ് കോണ്ടംസിന്റേതുമാണ്. ഭാഗം 2 ൽ ആകെയുള്ള 246 പേജിൽ 126 മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങളുണ്ട്. മുൻ ഉൾവശകവർ വാൻ ഹുസെൻ ഷർട്ടും, പിൻ ഉൾപേജ് എം.ആർ.എഫ് പെയിന്റ്സിന്റേയും, പിൻകവർ ഒന്നാം ഭാഗത്തിലേതുപോലെ പീറ്റർ ഇംഗ്ലണ്ടിന്റെ ഓണക്കോടി ബ്രാൻറിന്റേതുമാണ്. ഇതേവർഷത്തെ മാതൃഭൂമി ഓണപ്പതിപ്പിനോടൊപ്പം കോൾഗേറ്റ് മാക്സി ഫ്രഷ് ടൂത്ത് പേസ്റ്റ് സൗജന്യമായി നൽകി. ആകെ 534 പേജുകളുള്ളതിൽ ഭാഗം 1 ൽ 94 ഉം ഭാഗം 2 ൽ 76 ഉം പേജുകൾ പരസ്യങ്ങളാണ്. പിൻകവറുകൾ പാർക് അവന്യൂ, ചെന്നൈ സിൽക്സ് എന്നിവയുടേതാണ്. മുൻഉൾവശ കവർ രണ്ടും ഫിലിപ്പിന്റെ പരസ്യമാണുള്ളത്. ഗോകുലം ചിറ്റ്സ്, വിവിധ ബാങ്കുകൾ, ജല്ലറികൾ, തുണിക്കടകൾ എന്നിവയുടെ പരസ്യങ്ങൾ കഴിഞ്ഞ വർഷത്തേത് ആവർത്തിക്കുന്നു. മാധ്യമത്തിൽ (2007) കോർപ്പറേഷൻ ബാങ്ക്, മുസ്ലീം ക്യാപ്പൂൾ, ലുലു ഹോട്ടൽ, പാർത്ഥാസ്, അൽസലാമ കണ്ണാശുപത്രി, സാഹിബ് കോളേജ്, ലാൻസി പ്ലാസ, വെസ്റ്റിംഗ് സെന്റർ, ശിവപ്രിയ ആയുർവ്വേദ ഹോസ്പിറ്റൽ എന്നിവയുടേതാണ് മുഴുപേജ്

പരസ്യങ്ങൾ. മംഗളം ഓണപ്പതിപ്പിൽ സിൻഡിക്കേറ്റ് ബാങ്ക്, ലീല ഹോട്ടൽ ഗ്രൂപ്പ്, കനറാബാങ്ക്, എൽ.ഐ.സി തുടങ്ങിയവയുടേതടക്കം 35 പേജുകൾ പരസ്യങ്ങൾക്കായി നീക്കിവെച്ചിരിക്കുന്നു.

2006 ലെ മനോരമ, മാതൃഭൂമി ഓണപ്പതിപ്പുകളിലെ പരസ്യങ്ങൾ മുൻവർഷത്തേത് ആവർത്തിക്കുന്നു. മാതൃഭൂമിയുടെ പിൻകവറുകൾ അക്ബർ ട്രാവൽസ്, പാർക്ക് അവന്യൂ തുടങ്ങിയ പരസ്യങ്ങൾ കരസ്ഥമാക്കിയിരിക്കുന്നു. ചെന്നൈ സിൽക്സ്, മെഡിമിക്സ് സോപ്പ്, റിംകെവി തുണിക്കര തുടങ്ങിയവയും കവർ പരസ്യങ്ങളാണ്. ജർമ്മൻ മോട്ടേഴ്സ്, മംഗല്യ ജപ്ലേഴ്സ്, ടോപ് ഇൻ ടൗൺ തുടങ്ങിയ പുതിയ പരസ്യങ്ങൾ പുതുതായി ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. കേരള കൗമുദിയിൽ (2008) 45 മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങളാണുള്ളത്. മുൻഉൾവശകവർ അർജുൻ അസോസിയേറ്റ്സ് എന്ന വാസ്തു ശാസ്ത്ര സ്ഥാപനത്തിന്റേയും പിൻഉൾവശകവർ മെഡിമിക്സിന്റേയും പിൻകവർ അക്ബർ ട്രാവൽസിന്റേയും പരസ്യം ഉൾക്കൊള്ളുന്നു. കേസരിയുടെ (2008) പതിപ്പിൽ മുൻഉൾവശകവർ ജയലക്ഷ്മി സിൽക്സിന്റേതും പിൻഉൾവശകവർ ബാൽകോ പിവിസി പൈപ്പിന്റേതുമാണ്. 20 മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങളുള്ള മാധ്യമത്തിൽ (2008) കവർ പരസ്യങ്ങളിൽ ലീലഹോട്ടൽസ്, ക്രിയേഷൻസ് ഇന്ത്യ എന്ന നിർമ്മാണ കമ്പനി, അഹാലിയ കണ്ണാശുപത്രി എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. കലാകൗമുദിയുടെ പതിപ്പിൽ ആകെ 194 പേജുകളിൽ ഇരുപത്തഞ്ചോളം മുഴുപേജ് പരസ്യങ്ങളാണ്. ലീല ഹോട്ടൽ ഗ്രൂപ്പാണ് പ്രധാന പരസ്യം. തിരുവനന്തപുരത്തു മാത്രം അറിയപ്പെടുന്ന ചില സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പരസ്യവും ഉണ്ട്. ദേശാഭിമാനി (2008) മുൻകവർ പ്രത്യേകരീതിയിൽ പാളിയാക്കി 'അൽക്ക ഗ്രൂപ്പ്' എന്ന നിർമ്മാണകമ്പനിയുടെ പരസ്യം നൽകിയിരിക്കുന്നു. 2006 ഓണപ്പതിപ്പുകളിൽ മലയാള മനോരമ 50% ഉം മാതൃഭൂമി 53% ഉം മാധ്യമം 13% ഉം ദേശാഭിമാനി 47% കേരളകൗമുദി 46% മലയാളം 29% ഉം മംഗളം 20% ഉം കലാകൗമുദി 38% ശതമാനവും പേജുകൾ വ്യത്യസ്ത പരസ്യങ്ങൾക്കായി നീക്കിവെച്ചതായി പട്ടികയിൽ നിന്ന് മനസ്സിലാക്കുന്നു.

മനോരമ, മാതൃഭൂമി, കേരളകൗമുദി എന്നിവ രണ്ടു വാല്യങ്ങളായി ഇറങ്ങിയത് പരസ്യവരുമാനം ലക്ഷ്യം വെച്ചു കൊണ്ടാണെന്നും നിരീക്ഷിക്കാം. കേരളകൗമുദി 2008 ൽ ഒറ്റവാല്യമാകുന്നുണ്ടെങ്കിലും പരസ്യത്തിന്റെ എണ്ണത്തിൽ കുറവിലല്ല. ഓണപ്പതിപ്പ് മറ്റേതൊരു ഉൽപ്പന്നത്തേയും പോലെ വിപണി വസ്തുവാകുമ്പോൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്ന മാർക്കറ്റ് തന്ത്രത്തിന്റെ ഭാഗമാണ് മാതൃഭൂമി ഓണപ്പതിപ്പിനോടൊപ്പം സൗജന്യമായി കൊടുത്ത ദന്തധാവനചൂർണ്ണ (2006). പല പരസ്യങ്ങളും മൂന്നുവർഷവും ആവർത്തിക്കുന്നത് പത്രസ്ഥാപനവും കമ്പനിയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം കാണിക്കുന്നു. അതുപോലെതന്നെ കേരളത്തിലെ പ്രമുഖപതിപ്പുകൾക്കെല്ലാം പരസ്യം നൽകുന്ന കമ്പനികളുണ്ട്. ചുരുക്കത്തിൽ ഉപഭോക്താക്കളെ എളുപ്പത്തിൽ കണ്ടെത്താനുള്ള മാർഗമായി ഓണപ്പതിപ്പുകൾ മാറുന്നു.

2006 ലെ തിരഞ്ഞെടുത്ത ഓണപ്പതിപ്പുകളിലെ പരസ്യങ്ങളുടെ പട്ടിക പരിശോധിക്കുമ്പോൾ ബാങ്കുകളുടേയും ഗൃഹോപകരണങ്ങളുടേയും പരസ്യങ്ങളാണ് ഓണപ്പതിപ്പുകളിൽ കൂടുതലായി വരുന്നതെന്നു കണ്ടെത്താം. വാട്ടർ തീം പാർക്കുകൾ, ക്ഷേത്രങ്ങൾ, വിവാഹബ്യൂറോ, കുടുംബാസൂത്രണസംബന്ധിയായവ, മണിചെയിൻ ശൃംഖല, പബ്ലിക്കേഷനുകൾ, ചാനലുകൾ, ലോട്ടറികൾ, വിദ്യാഭ്യാസസംബന്ധിയായവ, ജ്യോതിഷം, കുട്ടിച്ചാത്തൻ സേവ തുടങ്ങിയ പരസ്യങ്ങളാണ് മറ്റുള്ളവ എന്ന വിഭാഗത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയത്. ഇവയുടെ പരസ്യങ്ങളാണ് തൊട്ടടുത്ത സ്ഥാനത്ത്. ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനങ്ങളും, ഏജൻസികളും, ജനങ്ങളുമായുള്ള ബന്ധം നിലനിർത്താനും വർദ്ധിപ്പിക്കാനുമായി വലിയ തോതിൽ പരസ്യം നൽകുന്നത് പട്ടികയിൽ കാണാൻ കഴിയുന്നു. റബ്ബർ ബോർഡ്, നാളികേര വികസന കോർപ്പറേഷൻ, കെ.ടി.ഡി.സി, കെ.എസ്.ഐ.ഡി.സി തുടങ്ങിയവയാണ് പ്രധാന സർക്കാർ പരസ്യങ്ങൾ. സമകാലികമലയാളം, കലാകൗമുദി തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലാണ് സർക്കാർ പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതലായി വന്നിട്ടുള്ളത്. മാധ്യമങ്ങളുടെ രാഷ്ട്രീയവും നിലപാടും നിലനിർത്തുന്നതിൽ പരസ്യങ്ങൾ ഒരു പരിധിവരെ പങ്കുവഹിക്കുന്നു.

ആശുപത്രികളുടേയും അനുബന്ധ വ്യവസായങ്ങളുടേയും പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതൽ കാണുന്നത് മാധ്യമം സമകാലിക മലയാളം എന്നീ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലാണ്. ദേശാഭിമാനിയിലാണ് ജില്ലാ പരസ്യങ്ങൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. അതുപോലെ ആശുപത്രികളുടെ പരസ്യങ്ങൾ ദേശാഭിമാനിയിൽ തീരെയില്ല എന്നതും ശ്രദ്ധേയം. ലോട്ടറികളുടേയും ചിട്ടികമ്പനികളുടേയും പരസ്യങ്ങൾ മാധ്യമത്തിൽ കാണാത്തത് പത്രാധിപസമിതിയുടെ തീരുമാനപ്രകാരമാണ്. വൻകിട പത്രങ്ങളായ മനോരമ, മാതൃഭൂമി എന്നിവയുടെ ഓണപ്പതിപ്പുകളിലെ പരസ്യവിതരണത്തിൽ സാമ്യങ്ങളുണ്ട്. ഗൃഹോപകരണപരസ്യങ്ങളാണ് രണ്ടിലും ഏറെയുള്ളത്. ബാങ്കുകൾ, തുണിവ്യവസായം, ഇലക്ട്രോണിക് വ്യവസായം ഇവയുടെ പരസ്യങ്ങളും മനോരമയിലും മാതൃഭൂമിയിലും ഏതാണ്ടോരേ അനുപാതത്തിലാണെന്നു കാണാം. തുണിവ്യവസായസംബന്ധിയായ പരസ്യങ്ങൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ നൽകിയിരിക്കുന്നത് മാതൃഭൂമിയാണ്. ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾക്ക് മാധ്യമമാണ് ഏറെ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുന്നത്. എന്നാൽ കലാകൗമുദി ഇലക്ട്രോണിക് വ്യവസായ പരസ്യങ്ങൾ ഉപേക്ഷിച്ചിരിക്കുന്നു. ദേശാഭിമാനി, കേസരി, മാധ്യമം എന്നിവ ജില്ലാ പരസ്യങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ ഏതാണ്ടോരേ നിലയിലാണ്. ജില്ലാ പരസ്യങ്ങളും ഹോട്ടൽ പരസ്യങ്ങളും സമകാലികമലയാളത്തിൽ തീരെ കാണുന്നില്ല എന്നത് ശ്രദ്ധേയം. അടുത്തിടെ കേരളത്തിലാരംഭിച്ച ഫ്ലാറ്റുകളുടേയും നിർമ്മാണ പ്രവർത്തനങ്ങളുടേയും പരസ്യങ്ങൾ മനോരമ, മാധ്യമം, ദേശാഭിമാനി , കേരളകൗമുദി എന്നിവയിലാണ് കൂടുതലായി കാണുന്നത്.

**കമ്പ്യൂട്ടർ**

കേരളത്തിൽ കൂടുതൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ വിൽക്കപ്പെടുന്നത് ഓണമാസത്തിലാണ്. ഓണമാസത്തിൽ കമ്പ്യൂട്ടർ വില്പന മറ്റ് മാസത്തേക്കാൾ 30-40% വരെ ഉയരാറുണ്ട്. സെനിത്ത്, ഏസർ, കോംപാക് എൽജി, ഡെൽ, ലിനോവ, വിപ്റോ, എച്ച് സി.എൽ എന്നിവയാണ് പ്രചാരമുള്ള കമ്പ്യൂട്ടർ കമ്പനികൾ. ആഗസ്റ്റ്, സെപ്റ്റംബർ മാസങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ പ്രധാന ആഘോഷങ്ങൾ നടക്കുന്ന സീസണായതിനാൽ ഫെസ്റ്റിവൽ സീസൺ എന്നാണ് ഓണക്കാലം അറിയപ്പെടുന്നത്. ഓണത്തിനു മുമ്പുതന്നെ ഓരോ കമ്പനിയും ഡീലർമാർക്കായി പ്രത്യേക ക്യാമ്പുകളും ഓഫറുകളും നൽകി ഒരു ഷോപ്പിംഗ് സീസണാക്കി മാറ്റിയാണ് കൂടുതൽ വിൽപനസമാപനങ്ങൾ നൽകുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടറിനൊപ്പം അനുബന്ധ ഉപകരണങ്ങൾ ചേർത്തുള്ള സൗജന്യ വിലക്കുള്ള വിൽപനയാണ് അതിലൊന്ന്. ഐ ടി വിപണനരംഗത്ത് വൻകുതിപ്പ് നടന്ന കേരളത്തിൽ 2006 ൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ വിറ്റഴിഞ്ഞത് എച്ച്.സി.എൽ നേയും 2007 ൽ കോപാക്കിനേയും 2008 ൽ ഏസ റിനേയും കമ്പ്യൂട്ടറുകളാണ്.

**വെബ്സൈറ്റുകൾ**

നിലവിലുള്ള നൂറുകണക്കിന് വെബ്സൈറ്റുകൾ പുറമെ നിന്നുകൊണ്ടാണ് ഓണത്തെ സമീപിക്കുന്നത്. പുതിയ തലമുറയുടെ ഓണമാണ് മിക്കവയിലുമുള്ളത്. ഏറ്റവും പുതിയ വർഷത്തെ വിവരങ്ങളല്ലാതെ കഴിഞ്ഞകാല ഓണങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ ഇവയിൽ മിക്കവയിലും ഇല്ല. വരാനിരിക്കുന്ന ഓണത്തിന് ചെയ്യാവുന്നതും മാർക്കറ്റുമായി ബന്ധമുള്ളതുമായ ഇനങ്ങൾക്കാണ് പ്രാമുഖ്യം . ഓണത്തിന്റെ എല്ലാ ആവിഷ്കാരങ്ങളേയും പ്രതിഫലിപ്പിക്കാൻ വെബ്സൈറ്റുകൾക്ക് ആവുന്നില്ല. ഓണത്തെക്കുറിച്ച് നൽകുന്ന കുറിപ്പുകൾ പലതും ആലങ്കാരികമായി അവതരണം മാത്രമായി ചുരുങ്ങിപ്പോകുന്നുണ്ട്. ഓണമെന്നത് പൂരമായും കഥകളിയായും തായമ്പകയായും മാറ്റപ്പെടുന്നു. സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ച് ഓണത്തെ കാഴ്ചയുടേയും കേൾവിയുടേയും ആഖ്യാനമാക്കി മാറ്റാൻ ഇവർ ശ്രമിക്കുന്നു. ഓണം എന്ന ഫോക്ലോർ രൂപം ഏറ്റവും പുതിയ തലമുറയുടെ സമകാലപ്രവർത്തനമായി മാറുന്നതാണ് ഇന്റർനെറ്റ് സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഓണം.

### ഓണം ടൂറിസം - സർക്കാർ ഓണാഘോഷം

1986-ലാണ് ടൂറിസം വ്യവസായമായി ഔദ്യോഗികമായി പ്രഖ്യാപിക്കപ്പെട്ടതെങ്കിലും 1982- മുതൽ തന്നെ കേരള ടൂറിസം ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഓണം ആഘോഷിക്കുന്നുണ്ട്. ടൂറിസം നയം സർക്കാർ നടപ്പാക്കിയതോടെ കൂടുതൽ ടൂറിസ്റ്റുകൾ കേരളത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കപ്പെട്ടു. എന്നാൽ ഓണക്കാലമെന്നത് ഓഫ് സീസൺ ആയതിനാൽ ഓണത്തിന് മാത്രം ലക്ഷ്യം വെച്ചെത്തുന്ന വിദേശികൾ കുറവാണ്. എന്നാൽ ഇക്കാലത്ത് കേരളത്തിലുള്ള ഇന്റേണൽ ടൂറിസ്റ്റുകളും വിദേശികളും ടൂറിസ്റ്റ് ഓണാഘോഷപരിപാടികളിൽ സംബന്ധിക്കാറുണ്ട്. കേരള ടൂറിസം ഡെവലപ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷനാണ് സർക്കാർ ഓണാഘോഷപരിപാടികളുടെ ചുമതല. എല്ലാ ജില്ലകളിലും കെ.ടി.ഡി.സി യുടെ കീഴിൽ ജില്ലാ ടൂറിസം പ്രമോഷൻ കൗൺസിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. കോഴിക്കോട്, എറണാകുളം, തിരുവനന്തപുരം എന്നിവിടങ്ങളിൽ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് നേരിട്ടും മറ്റു ജില്ലകളിൽ വിവിധ ഏജൻസികളുടെ സഹായത്തോടെയാണ് പരിപാടികൾ നടത്താറുള്ളത്. ഓണത്തിന്റെ ദേശീയോത്സവമാനമാണ് സർക്കാർ തലത്തിൽ ആഘോഷം സംഘടിപ്പിക്കാനുള്ള കാരണം.

2006 ന് സെപ്റ്റംബർ 3 മുതൽ 9 വരെ തിരുവനന്തപുരത്ത് 13 വേദികളിലായി സർക്കാർതല ഓണാഘോഷ പരിപാടികൾ നടന്നപ്പോൾ 2007 ൽ ആഗസ്റ്റ് 23 മുതൽ 28 വരെ 15 വേദികളിലാണ് പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കപ്പെട്ടത്. രണ്ടുവർഷവും തിരുവനന്തപുരത്തെ ചന്ദ്രശേഖരൻനായർ സ്റ്റേഡിയത്തിലാണ് ഉദ്ഘാടനസമ്മേളനം നടന്നത്. 2006 ലെ ഓണാഘോഷം മുഖ്യമന്ത്രി വി.എസ്. അച്യുതാനന്ദൻ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു.

‘പൂരക്കളം’ എന്നുപേരിട്ട സാംസ്കാരിക പരിപാടിയായിരുന്നു 2006 ലെ മെഗാഘോഷം. വലിയ പൂക്കളത്തിനു സമീപം തൃശൂർപുരത്തിന്റെ മാതൃകയിൽ ആനകൾ നിരന്നു നിൽക്കുകയും ചെറിയതോതിലുള്ള കരിമുരുന്ന പ്രയോഗവുമായിരുന്നു, ‘പൂരക്കളം’. കനകകുന്ന് കൊട്ടാരം, സൂര്യകാന്തി, നിശാഗന്ധി, പൂജപ്പുരഗ്രൗണ്ട്, വി.ജെ.ടി ഹാൾ, ഗാന്ധി പാർക്ക്, തീർത്ഥപാദമണ്ഡപം, വൈലോപ്പിള്ളി സംസ്കൃതി ഭവൻ, ടാഗോർ തിയേറ്റർ, പബ്ലിക് ഓഫീസ് കോമ്പൗണ്ട്, പ്രസ് ക്ലബ്ബ്, ശ്രീവരാഹം മണ്ഡപം, ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് എഞ്ചിനീയേഴ്സ് ഹാൾ കോമ്പൗണ്ട് എന്നിവിടങ്ങളായിരുന്നു വേദികൾ.

എല്ലാ ദിവസവും വൈകുന്നേരം 5 മുതൽ 8.30 വരെ കനകകുന്ന് കൊട്ടാരഗേറ്റിൽ ആനച്ചമയം, പഞ്ചവാദ്യം, ചെണ്ടമേളം എന്നിവ നടന്നു. സൂര്യകാന്തിയിൽ ജൂനിയർ വിദ്യാർത്ഥികളുടെ ഗാനമേളയായിരുന്നു പ്രധാന ഇനം. കനകകുനിൽ തോറ്റംപാട്ട്, ഓട്ടൻതുളളൽ, തെയ്യം, പടയണി, തിരയാട്ടം, ഒപ്പന, ദഹുട്ട്, പൂതംകളി, ചിവിട്ടുനാടകം, വെളിച്ചപ്പാട് തുളളൽ, അർജ്ജുനനൃത്തം, തോറ്റംപാട്ട്, കക്കാശ്ശി നാടകം എന്നിവ സെപ്റ്റംബർ 4 മുതൽ 8 വരെ നടന്നു. സൂര്യകാന്തിയിൽ ഹെൽത്ത് ക്ലബ്ബുകളുടെ നേതൃത്വത്തിൽ കണ്ട്ഫു, മാരുതി മർമ്മചികിത്സാകേന്ദ്രത്തിന്റെ പരിപാടികൾ, ആയോധനകലകൾ എന്നിവയാണ് നടന്നത്. അങ്കത്തട്ട് എന്നായിരുന്നു പരിപാടിയുടെ പേര്. ഗാന്ധിപാർക്കിൽ അയിലം ഉണ്ണികൃഷ്ണൻ, എ.ആർ ചന്ദ്രൻ, വസന്തകുമാർ സാംബശിവൻ, മണവൂർ രാധാകൃഷ്ണൻ, കടാക്കോട് വിശ്വംഭരൻ എന്നിവരുടെ കഥാപ്രസംഗങ്ങളായിരുന്നു. തീർത്ഥപാദമണ്ഡപത്തിൽ തിരുവനന്തപുരം അക്ഷരശ്ലോകസമിതിയുടെ അക്ഷരശ്ലോകസദസ്സും ദുര്യോധനവധം കഥകളിയുമാണ്. 4-9-06 ന് നടന്നത്. പിറ്റേന്ന് വൈകുന്നേരം 6 മുതൽ 10 വരെ നളചരിതം രണ്ടാം ദിവസം കഥകളി നടന്നു. കോട്ടക്കൽ നന്ദകുമാരും മാർഗിവിജയകുമാരുംമായിരുന്നു രംഗത്ത്. 6-9-06 ന് കലാമണ്ഡലം ഉണ്ണികൃഷ്ണൻ നമ്പ്യാരുടെ പാഠകവും ഏറ്റുമാനൂർ കണ്ണൻ, ഹരിപ്രിയനമ്പൂതിരി തുടങ്ങിയവർ അരങ്ങിലെത്തിയ ബാലിവധം കഥകളിയും നടന്നു. മാർഗി നാരായണൻ ചാക്യാർ & പാർട്ടി അവതരിപ്പിച്ച ചാക്യാർകൂത്തും സുന്ദരിസ്വയംവരം കഥകളിയും 7-9-06 ന് തീർത്ഥപാദമണ്ഡപത്തിൽ നടന്നു. സെപ്റ്റംബർ 8-ന് കൂടിയാട്ടം (മായാസീതാകം) അവതരിപ്പിച്ചത്. മാർഗി മധുവും സംഘവുമായിരുന്നു. ഓണാഘോഷം 2006 നോടനുബന്ധിച്ച് മാർഗി സംഘം കൂടിയാട്ടം സ്പെഷലായി അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു നിശാഗന്ധി ഓഡിറ്റോറിയത്തിൽ സൂര്യകൃഷ്ണമൂർത്തി സംവിധാനം ചെയ്ത് ക്ലാസിക് കലകളുടെ ദൃശ്യവിരന്ന് നടന്നു. നടീ ശോഭനയും സംഘവും അവതരിപ്പിച്ച

നൂത്തമായിരുന്നു മറ്റൊരു ഇനം 8-9-06 ന് ഇതേ വേദിയിൽ കോൺഫെഡറേഷൻ ഓഫ് ടെലിവിഷൻ ആർടിസ്റ്റ് കമ്മ്യൂൺ & ടെക്നീഷ്യൻസ് അവതരിപ്പിച്ച പരിപാടികളാണ് നടന്നത്. പബ്ലിക് ഓഫീസിൽ മട്ടന്നൂർ ശങ്കരൻകുട്ടിയുടെ ശ്രുതിമേളം, പൊന്നക്കുട്ടമാരാരുടെ പാണ്ടിമേളം, ചേരാനല്ലൂർ ശങ്കരൻകുട്ടിമാരാരുടെ വലിയപഞ്ചാരിമേളം, ശികാരിമേളം എന്നിവയാണ് നടന്നത്. കനകകുന്ന് അകത്തളത്തിൽ തിരുവിഴ ജയശങ്കർ & പാർട്ടിയുടെ മംഗളവാദനവും പദ്മശ്രീ നെയ്യാറ്റിൻകര വാസുദേവൻ, പാർവ്വതിപുരം പത്മനാഭനായർ, അനന്തപദ്മനാഭൻ & പാർട്ടി, മണക്കാല ഗോപാലകൃഷ്ണൻ എന്നിവരുടെ കച്ചേരിയും നടന്നു. വൈലോപ്പിള്ളി സംസ്കൃതിഭവനിൽ തരംഗ് ഡാൻസ് അക്കാദമി, നാട്യാഞ്ജലി, നൃപുര ഡാൻസ് സ്കൂൾ, കേരളനാട്യ അക്കാദമി തുടങ്ങിയവരുടെ നൃത്തനൃത്യങ്ങൾ അരങ്ങേറി. ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് എഞ്ചിനീയേഴ്സ് കോംപൗണ്ടിൽ 'നാട്ടരങ്ങ്' എന്ന പേരിട്ട പരിപാടിയിൽ പുളളുവൻ പാട്ട്, തിരുവാതിരക്കളി, ശീതകൻ തുള്ളൽ, നാടൻപാട്ട് ആലാപനം, പറയൻതുള്ളൽ, ചരടുപിന്നിക്കളി, പുലികളി, ചെണ്ടമേളം എന്നിവ നടന്നു. വി.ജെ.ടി ഹാളിൽ സ്വദേശഭിമാനി തീയേറ്റേഴ്സ് (നെയ്യാറ്റിൻകര) ന്റെ 'അമ്മകോലങ്ങൾ' ഉൾപ്പെടെ അഞ്ചുദിവസവും നാടകങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചു. പൂജപ്പുര ഗ്രൗണ്ടിൽ വെച്ചാണ് 4-9-06 ന് എം.ജയചന്ദ്രന്റേയും, 5-9-06 ന് റിമി ടോമിയുടേയും 6-9-06 ന് കെ.ജി മാർകോസിന്റേയും 7-9-06 ന് ജി വേണുഗോപാലിന്റേയും ജാസി ഗിഫിറ്റ്ന്റേയും ഗാനമേളകൾ നടന്നത്. ശ്രീവരാഹം മണ്ഡപത്തിൽ ശാസ്ത്രീയ സംഗീതപരിപാടികളും പ്രസ് ക്ലബ്ബിൽ ഗസലുകളും ടാഗോർ തിയേറ്ററിൽ സിനിമപ്രദർശനവുമായിരുന്നു. സെപ്റ്റം 3 മുതൽ 9 വരെ എല്ലാ ദിവസവും കനകക്കുന്ന് 'ഫുഡ് ഫെസ്റ്റിവൽ' വ്യാപാരമേളയും നടന്നു. കെ.ടി.ഡി.സി ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുന്നത് ഇതിനാണ്.

2007 ൽ പ്രശസ്തകലാകാരന്മാർ അണിനിരന്ന 'ചാനൽമെഗാഷോ'യായിരുന്നു മുഖ്യപ്രത്യേകത. മലയാളം ചാനലുകളായ കൈരളി ടി.വി, എ.സി.വി, ഏഷ്യാനെറ്റ്, ജീവൻ ടി.വി, ദൂരദർശൻ എന്നിവയാണ് ചാനലുകൾ. 'നിശാഗന്ധി' ഓഡിറ്റോറിയത്തിൽ ശ്രീശങ്കരം, ലക്ഷ്യ സ്കൂൾ ഓഫ് ഡാൻസ് തിരുവനന്തപുരം, കേരളയൂണിവേഴ്സിറ്റി യൂണിയൻ, ഭരതാഞ്ജലി തിരുവനന്തപുരം, തരംഗം തിരുവനന്തപുരം തുടങ്ങിയവയുടെ നൃത്തനൃത്തയങ്ങൾ അരങ്ങേറിയപ്പോൾ സൂര്യകാന്തിയിൽ ഗാനമേള, ചവിട്ടുനാടകം, മംഗലംകളി, ഒപ്പന, ദഹുട്ട് എന്നിവയാണ് വിവിധ ദിവസങ്ങളിലായി നടന്നത്. കനകക്കുന്നിൽവെച്ച് കണ്യാർകളി, ഗദ്ദിക, തോറ്റംപാട്ട്, മുടിയേറ്റ്, കമ്മാട്ടി, പൂപ്പട്ടുള്ളൽ, വേലകളി, ഓട്ടൻതുള്ളൽ, അർജ്ജുനനൃത്തം, തിരയാട്ടം, കാക്കാരശ്ശിരി നാടകം, സർപ്പം പാട്ട്, നാടൻ ചിന്ത് തുടങ്ങിയവയും സംഘടിപ്പിച്ചു. കനകക്കുന്നിന്റെ അകത്തളത്തിന് 'സംഗീതിക' എന്ന പേരു നൽകി, സംഗീതകച്ചേരികൾ അരങ്ങേറി. കഴിഞ്ഞ വർഷത്തിലേതു പോലെ തന്നെ തീർത്ഥപാദമണ്ഡപത്തിൽ അക്ഷരശ്ലോകവും കഥകളിയുമായിരുന്നു. 2006 ൽ നളചരിതം (രണ്ടാം ദിവസം) കഥകളി നടന്നപ്പോൾ അതിന്റെ തുടർച്ചയായി 2007 ൽ നളചരിതം (മൂന്നാം ദിവസം) കളിയാണ് നടത്തിയത്. ഗാന്ധിപാർക്കിലെ കഥാപ്രസംഗങ്ങളിൽ കഴിഞ്ഞവർഷം അവതരിപ്പിച്ച വസന്തകുമാർ സാംബശിവൻ, അയിലം ഉണ്ണികൃഷ്ണൻ, എ.ആർ.ചന്ദ്രൻ, കടക്കോട് വിശ്വംഭരൻ തുടങ്ങിയവരുടേതാണ് എട്ട് കഥാപ്രസംഗങ്ങൾ നടന്നു. പൂജപ്പുരമൈതാനിയിലെ ഗാനമേളയിൽ 25-8-07 ന് വിദ്യാധരൻമാസ്റ്റർ നയിച്ച അനശ്വരഗാനങ്ങളിൽ പി.ജയചന്ദ്രൻ, ശ്രീകാന്ത്, കല്ലറഗോപൻ, ബി.വസന്ത തുടങ്ങിയവർ പങ്കെടുത്തു. ഉണ്ണിമേനോൻ അവതരിപ്പിച്ച തമിഴ്ഹിന്ദി ഗാനമേളയും, കലകേരളം അവതരിപ്പിച്ച ഞാറ്റുവേല എന്ന സംഗീതപരിപാടിയും ആഗസ്റ്റ് 26,27 തിയ്യതികളിലായി നടന്നു. 28-08-07 ന് നടന്ന 'യംഗ് ടാലൻറിസി'ൽ ഗായകൻ യേശുദാസിന്റെ മകൻ വിയജ് യേശുദാസ്, വിധുപ്രതാപ്, ജാസി ഗിഫ്റ്റ് തുടങ്ങിയവർ പങ്കെടുത്തു. ശംഖുമുഖത്ത് 2-08-07 ന് ജീവൻ സംഗീത് മ്യൂസിക് അക്കാദമിയുടെ ഓർക്കസ്ട്രയും സ്വരധാരയുടെ ഗാനമേളയുമാണ് നടന്നത്. വൈലോപ്പിള്ളി സംസ്കൃതിഭവനിൽ പൊതുജനങ്ങൾക്കും കുട്ടികൾക്കുമായി നടന്ന ഓണപ്പാട്ട് മത്സരം, തിരുവാതിരക്കളി മത്സരം, നോക്കുപാവകളി, ചിത്രരചനാമത്സരം, ഓണകിസ്, തായമ്പകമത്സരം, കഥ കവിത മത്സരങ്ങൾ എന്നിവയിൽ നിരവധിപേർ പങ്കെടുത്തു. സെക്രട്ടേറിയറ്റിനു മുൻവശം കളരിപ്പയറ്റ് പ്രദർശനങ്ങളും വി.ജെ.ടി ഹാളിൽ നാടകങ്ങളും നടന്നു. കഴിഞ്ഞവർഷം കനകക്കുന്നിൽ മാത്രമുണ്ടായിരുന്ന

പഞ്ചവാദ്യം, ശികാരിമേളം, ചെണ്ടമേളം എന്നിവ 2007 ൽ രക്തസാക്ഷിമണ്ഡപത്തേക്കുകൂടി വ്യാപിപ്പിച്ചു. കെ.ടി.ഡി.സി.യുടെ നേതൃത്വത്തിൽ നടന്ന വ്യാപാരമേളയിൽ 70 ൽ പരം സ്റ്റാളുകൾ അണി നിരന്നു. 23-08-07 മുതൽ 29-08-07 വരെ സൂര്യകാന്തിയിൽ തിരുവനന്തപുരത്തെ പ്രമുഖഹോട്ടലുകളും കാറ്ററിംഗ് സ്ഥാപനങ്ങളും അണിനിരന്ന ഭക്ഷ്യമേള സംഘടിപ്പിച്ചിരുന്നു. കെ.ടി.ഡി.സി വളരെ പ്രാധാന്യത്തോടെയാണ് 'ട്രെയ്ഡ് ഫെയർ' നടത്തുന്നത് എന്ന് നിരീക്ഷണമുണ്ട്.

**സംഘാടനം**

സർക്കാർ ഓണാഘോഷപരിപാടികൾക്ക് തയ്യാറെടുപ്പുകൾ നേരത്തെ ആരംഭിക്കുന്നു. രണ്ടുമൂന്നു മാസം മുമ്പ് തന്നെ ടൂറിസം മന്ത്രിയും കളക്ടറുമുൾപ്പെടെയുള്ളവർ അംഗങ്ങളായുള്ള കമ്മിറ്റി നടത്തിപ്പിനായി നിലവിൽ വരുന്നു. സർക്കാർ തീരുമാനിക്കുന്ന കമ്മിറ്റികളുടെ നേതൃത്വത്തിൽ പരിപാടികൾ ആസൂത്രണം ചെയ്താണ് സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്. പ്രധാനയോഗം നടക്കുന്നത് തിരുവനന്തപുരത്തുവെച്ചാണ്. തിരുവനന്തപുരം, കോഴിക്കോട്, എറണാകുളം, എന്നിവിടങ്ങളിൽ ടൂറിസം ഡിപ്പാർട്ടുമെന്റ് നേരിട്ടു നടത്താനായി സർക്കാർ ഫണ്ടും, ഓണർഷിപ്പും സ്വീകരിക്കാറുണ്ട്. പ്രോഗ്രാം കമ്മിറ്റി, ഇൻഫ്രാസ്ട്രക്ചർ, സെക്യൂരിറ്റി, ചിൽഡ്രൻസ്വിങ്ങ്, ചാനൽ കോ-ഓർഡിനേഷൻ, ഫുഡ് ഫെസ്റ്റിവൽ, ട്രെയ്ഡ് ഫെയർ, എന്നീ കമ്മിറ്റികൾ വഴിയാണ് തിരുവനന്തപുരത്തെ പരിപാടികൾ നടത്തുന്നത്. പോലീസിന്റെ സേവനം ക്രമ സമാധാനപാലനത്തിന് ആവശ്യമായിവരാറുണ്ട്. കൃത്യമായി എത്രപേർ പങ്കെടുക്കുന്നു എന്നു പറയാനാവാത്ത വിധം ജനത്തിരക്ക് അനുഭവപ്പെടാറുണ്ട്. ചാനലുകളുടെ സൗകര്യം കണക്കിലെടുത്തു 2007- ൽ നാടൻകലകൾ കൂടുതൽ ചേർത്തു. ആളുകൾ വരികയും പങ്കെടുക്കുകയും പിരിഞ്ഞുപോവുകയും ചെയ്യുന്ന അവസ്ഥയാണ് ഇത്തരം ഓണാഘോഷത്തിൽ കാണുന്നത്. വ്യാപാരമേള, ഭക്ഷ്യമേള എന്നിവയിൽ ഇതുതന്നെയാണ് സ്ഥിതി.

2006,07 വർഷങ്ങളിൽ തിരുവനന്തപുരത്തു നടന്ന സർക്കാർ ഓണാഘോഷപരിപാടി വിലയിരുത്തുമ്പോൾ ഓണത്തിന്റെ ഏറ്റവും പുതിയ ആഘോഷരീതിയാണ് വെളിവാകുന്നത്. ജനങ്ങൾ വരികയും പങ്കെടുക്കുകയും പോവുകയും ചെയ്യുന്നത് ആഘോഷപരിപാടികൾക്ക് കാർണിവൽ സ്വഭാവം നൽകുന്നു. റോഡിനിരുവശമുള്ള ഓഫീസുകൾ അലങ്കരിക്കുന്നു. മരങ്ങളിൽ ഇലക്ട്രിക് ലൈറ്റുകൾ ഘടിപ്പിക്കുന്നു. മോഡിയുള്ള ഗേറ്റുകൾ വെയ്ക്കുന്നു. കടകൾ ബലൂണുകൾ തൂക്കി അലങ്കരിക്കുന്നു. ജനങ്ങളെ ആകർഷിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കപ്പെടുന്നു. തിരുവനന്തപുരത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ ഒരേസമയം ഒരേ ദിവസം നടത്തപ്പെടുന്ന വിനോദപരിപാടികളാണ് ഓണാഘോഷമായി കണക്കാക്കുന്നത്. ഓരോ സ്റ്റേജിലും പരിപാടികളും ഉദ്ഘാടനവും സമാപനസമ്മേളനവും നടക്കുകയും അവയിലൊക്കെ ജനപ്രതിനിധികളും മന്ത്രിമാരും പങ്കെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. വൻതുകയാണ് ഓരോ വർഷത്തെ പരിപാടികൾക്കും ഖജനാവിൽ നിന്നും നീക്കിവയ്ക്കുന്നതും ചിലവാകുന്നതും. 2006 ലെ ഓണാഘോഷ പരിപാടികൾക്ക് ഒരു കോടിയും 2007 ൽ ഒന്നേകാൽ കോടിയും രൂപ ചിലവു വന്നിരുന്നു. എന്നാൽ പൊതുവെ ലാഭകരമായാണ് പരിപാടി സമാപിക്കാറുള്ളത്. തിരുവനന്തപുരത്തു നടക്കുന്നതേതെ തീയ്യതികളിൽ അതേ രീതിയിൽ തന്നെയാണ് കേരളത്തിന്റെ മറ്റിടങ്ങളിലും സർക്കാർ ഓണാഘോഷപരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്. വിനോദകലകൾ ആസ്വദിക്കുക, ചിരിക്കുക, തിന്നുക, കുടിക്കുക, വ്യാപാരം നടത്തുക, മത്സരങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കുക തുടങ്ങിയവയാണ് ഇത്തരം ഓണാഘോഷ പരിപാടികളുടെ പൊതുസവിശേഷത എന്നു കാണാവുന്നതാണ്. പരിപാടികൾ ആസ്വദിക്കുന്നത് മിക്കവാറും ഒറ്റക്കല്ലെ. ചെറുസംഘങ്ങളായി പരിപാടികൾ കാണുകയും അവയുടെ പ്രതികരണങ്ങൾ തമ്മിൽ കൈമാറുകയും ചെയ്യുകയാണ് കാണികളായവരുടെ പ്രവർത്തനരീതി. ഒരു വേദിയിലെ പരിപാടി കാണുന്നവർ അടുത്തവേദിയിലേക്കോ വ്യാപാരമേള നടക്കുന്ന ഇടത്തേക്കോ ഒക്കെ പോവുന്നത് സഞ്ചരിക്കുന്ന കാണിസംഘത്തെ രൂപപ്പെടുത്തുന്നു. ചുരുക്കത്തിൽ സർക്കാർ തല ഓണാഘോഷപരിപാടികൾ ഉത്സവാത്മകമായ സ്വാതന്ത്ര്യം ജനങ്ങളുടേതിനു നൽകുകയും അനവധി ചെറുകാർണിവലുകളുടെ മഹാമേളനമായി മാറുകയും ചെയ്യുന്നു.

### വിശകലനങ്ങളും നിഗമനങ്ങളും

മാധ്യമദൗത്യത്തെ സാക്ഷാത്കരിക്കുന്ന പ്രധാന ഘടകമായി പരസ്യത്തെ തിരച്ചറിഞ്ഞാണ് റെയ്ഞ്ച് വിലയംസ് അവയെ ആധുനിക കാലത്തെ ഔദ്യോഗിക കല എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. ചിഹ്നവിജ്ഞാനീയത്തിന്റേയും ഭാഷാവിജ്ഞാനീയത്തിന്റേയും സഹായത്തോടെ പരസ്യങ്ങളെ നിർധാരണം ചെയ്യാൻ ശ്രമിക്കുന്നത് സമൂഹപഠനമായി വികസിക്കാൻ പോന്നതാണ്. കാരണം അടിസ്ഥാനപരമായി അവ സമൂഹസത്യങ്ങളെയാണ് പരസ്യപ്പെടുത്തുന്നത്. (എറീക് ബർനൗ 1996.125) പരസ്യത്തെ സ്വയം ഒരു മാധ്യമമായി മാർഷൽ മക്ലൂഹൻ വിശേഷിപ്പിക്കുന്നതും അതുകൊണ്ടാണ്. സൗന്ദര്യ രാഷ്ട്രീയത്തിന്റെ പ്രായുക്തികൊണ്ട് പരസ്യങ്ങൾ നിത്യജീവിതത്തിൽ ഇടപെടുന്നു. പാരമ്പര്യം, ആധുനികത, വരേണ്യത തുടങ്ങിയ മൂല്യസങ്കല്പങ്ങളുടെ നിർമ്മിതിയിലൂടെയാണിതു സാധിക്കുന്നത്.

അത്തംമുതൽ പത്തു ദിവസമാണ് മലയാളികൾ ഓണം ആഘോഷിക്കുന്നത്. ആദ്യദിനം മുതൽ തന്നെ പത്രങ്ങൾ പരസ്യം പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നുവെന്നത് പരസ്യനിർമ്മാതാക്കളുടെ തയ്യാറെടുപ്പിനെ കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്തുന്നു. വാട്ടർതീം പാർക്കായ വീഗാലാൻറിന്റെ പരസ്യത്തിൽ 63മീറ്റർ ഉയരത്തിൽ നിന്നും തുടങ്ങാമെന്ന പരാമർശം ഓണാഘോഷത്തിന്റെ പെരുപ്പത്തെ സൂചിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് വാട്ടർതീം പാർക്കിലെ ഒരു ഇനത്തിന്റെ അനുഭവവിവരണം കൂടിയാവുന്നു. ഒളിപ്പിച്ചുവെച്ച ഇത്തരം അർത്ഥങ്ങൾ മനുഷ്യമനസ്സിലെ സവിശേഷമായ പൈതൃകബോധം ഉണർത്താനുദ്ദേശിച്ചുള്ളതാണ്. ആഘോഷങ്ങളെ ബഹുമാനിച്ചുകൊണ്ടാണ് എൽ.ജി. കമ്പനി പരസ്യ വാചകം തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഇത് ജനതയെ മയക്കി കിടത്തുന്നതിനു തുല്യമാണ്. ഓഫറുകൾ നൽകി ധാരാളിത സത്തുഷ്ടി നടത്തി ആഘോഷിക്കാൻ ക്ഷണിക്കുന്നത് മറ്റൊരു തന്ത്രമാണ്. മാവേലി നാടെന്ന സങ്കല്പത്തെ ഓർമ്മിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് മിത്തിന്റെ ചുവടുപിടിച്ച് വിപണിയിലേക്കാണ് പരസ്യം ക്ഷണിക്കുന്നത്. ചിരിയണർത്തിക്കൊണ്ട് നമ്മെ സംസ്കാര പ്രവർത്തനത്തിൽ പങ്കാളിയാക്കാനാണ് 'മാവേലി ബിസിയാ' തുടങ്ങിയ പരസ്യവാചകം ശ്രമിക്കുന്നത്.

ഓണപതിപ്പുകളുടെ പരസ്യങ്ങൾ അവയുടെ മൊത്തം പേജിന്റെ 50 വരുന്ന. പതിപ്പിനോടൊപ്പം നിത്യോപയോഗസാധനങ്ങളുടെ സാമ്പിൾ പായ്ക്കുകൾ സൗജന്യമായി നൽകുന്നത് പായ്ക്കറ്റ് ഉല്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങിക്കുന്ന ശീലം ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ കൂടിയാണ്. വാങ്ങിക്കൽ ശൈലിയിൽ വരെ തങ്ങൾക്കനുഗമനമായ മാറ്റം ഉണ്ടാക്കാൻ കമ്പനികൾ ശ്രമിക്കുന്നു എന്നു വേണം കരുതാൻ. നിറം കൊണ്ട് ആഘോഷത്തെ നിർണയിക്കുകയും അതുവഴി തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നത്തെ ആഘോഷവുമായും വിപണിയുമായും ബന്ധിക്കുകയാണ് എൽ.ജി കമ്പനി ചെയ്യുന്നത്. പരസ്യചിത്രത്തിൽ പച്ച നിറത്തിലുള്ള ഫ്രീഡ്ജിനൊപ്പം പച്ച വാഴയില നൽകിക്കൊണ്ട് ഓണവുമായി ആഭിമുഖ്യം ഉണ്ടാക്കുന്നു. എസ്. എം.എസ് സന്ദേശങ്ങളുടെ കാലത്ത് ഹാപ്പി ഓണമെന്ന ഇംഗ്ലീഷ് വാചകം സ്വാഭാവികമായി മലയാളി സ്വീകരിക്കുന്നു.

പാരമ്പര്യത്തിന്റെ മേലാളത്താലായ നൽകി ഉപഭോക്താക്കളെ മനശാസ്ത്രപരമായി കീഴ്പ്പെടുത്തുകയാണ് പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നത്. ബോധപൂർവ്വകമായി നാടകീയവൽക്കരണത്തിലൂടെ സത്തുഷ്ടിക്കപ്പെടുന്ന പരസ്യങ്ങൾ പഴമയെ സമകാലിക ജീവിതലേക്ക് കോർത്തിണക്കുന്നു. സംസ്കാരത്തിന്റെ മൂല്യസങ്കല്പത്തിലും ചിട്ടവട്ടകളിലും വിശ്വാസത്തിലും ആചാരപദ്ധതികളിലും ആശയാവലികളിൽപ്പോലും മാറ്റം വരുത്തിക്കൊണ്ടും മിനുക്കം വരുത്തിക്കൊണ്ടുമുള്ള കർതൃത്വ പരിപാടിയാണിത്. ടൂറിസത്തിന്റെ ഭാഗമായുള്ള ഓണാവിഷ്കാരവും സംസ്കാര പുനർനിർമ്മാണത്തിന്റെ തലത്തിൽ രാഷ്ട്രീയകർതൃത്വമായി മാറുന്നു. ജനാധിപത്യസംവിധാനം സംസ്കാരത്തിന്റെ മാനകീകരണ ബോധത്തിൽ ഊന്നുമ്പോഴും മാർക്കറ്റിന്റെ ഭാഗമാവുന്നതും അതുവഴി സംസ്കാരപരിണാമത്തിൽ പങ്കാളിയാവുന്നതും സൂക്ഷ്മ നിരീക്ഷണത്തിൽ അറിയുവാനും അതേ സമയം സംസ്കാരത്തിന്റെ ആന്തരവൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ അതിൽ നിലനിന്നുമായിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

വെബ്സൈറ്റുകൾ ഇതേകാര്യം ഇന്റർനെറ്റ് എന്ന മാധ്യമത്തിലൂടെ ചെയ്യുന്നു. കേരളീയതയെക്കുറിച്ചുള്ള ലളിതബോധം വെബ്സൈറ്റുകളിലെ ഓണസൂചിതബിംബങ്ങളിൽ കാണാം. ഓണവിഭവങ്ങൾ, ഓണക്കളികൾ തുടങ്ങിയവയുടെ കാര്യത്തിൽ ആധുനികവിപണിയുടെ നേരിട്ടുള്ള ഇടപെടൽ കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കാനാവുന്നു. ഓണവിഭവങ്ങളിൽ ബനാന ഹൽവയും ഓണക്കളിയായി കഥകളിയും വെബ്സൈറ്റുകളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത് നിരവധി ചോദ്യങ്ങൾ ഉയർത്തുന്നു.

**ഉപസംഹാരം**

ഓണത്തിന്റെ പാരമ്പര്യത്തെ ആധുനികതയുമായി സമന്വയിപ്പിച്ചുകൊണ്ടുള്ള സംസ്കാരനിർമ്മാണമാണിവിടെ നടക്കുന്നത്. ആഗോളീയ ഉത്സവമായി ഓണത്തെ മാറ്റിക്കൊണ്ട് ആഘോഷാത്മകതയിൽ ഇടപെടുന്നു, മാറ്റിതീർക്കുന്നു. പുതിയ കാലത്തിന്റെ ഓണത്തിന്റെ ഉത്സവാത്മകതയിൽ പരസ്യങ്ങളും ഇന്റർനെറ്റും ഓണടൂറിസവും നിർണായക പങ്കുവഹിക്കുന്നു. സംസ്കാരത്തിന്റെ വിപണിസാധ്യതയും വിനിമയസാധ്യതയും കൈകോർക്കുമ്പോൾ സംസ്കാരപുനർനിർമ്മാണത്തിനു കളമൊരുങ്ങുന്നു. അതതു കാലത്തിന്റെ ജനപ്രിയചേരുവകൾ പരസ്യങ്ങളിലും ടൂറിസം പരിപാടികളിലും ഉൾച്ചേർന്നു കിടക്കുന്നു. വിപണിയുടെ ലോകം, ഏകലോകം, വിഭാവനം ചെയ്തുകൊണ്ട് ഉത്സവങ്ങളെപ്പോലും കീഴ്പ്പെടുത്തുന്ന കാഴ്ചയാണ് ഇവിടെ കാണുന്നത്.

**റഫറൻസുകൾ**

ആനന്ദറാം, എം. എം. *കേരളത്തിലേക്കുള്ള ക്രിറ്റ്*. കീർത്തി പബ്ലിഷിംഗ് ഹൗസ്, കോയമ്പത്തൂർ, 1999.

സെൻസസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ. വാല്യം 1, മോണോഗ്രാഫ് സീരീസ്. ആഭ്യന്തര മന്ത്രാലയം, ഡൽഹി, 1961.

ക്ലിഫോം, ജെയിംസ്, എഡിറ്റർ. *എഴുത്ത് സംസ്കാരം*. യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് കാലിഫോർണിയ പ്രസ്സ്, ബെർക്ലി, 1986.

ഡേ, ഫ്രാൻസിസ്. *പെരുമാറ്റങ്ങളുടെ നാട് അല്ലെങ്കിൽ കൊച്ചി അതിന്റെ ഭൂതകാലവും വർത്തമാനവും*. 1863. ഏഷ്യൻ എജ്യൂക്കേഷണൽ സർവീസ്, ന്യൂഡൽഹി, 1990.

ഗീർട്സ്, ക്ലിഫോർഡ്. *സംസ്കാരങ്ങളുടെ വ്യാഖ്യാനം*. ഫൊട്ടാന പ്രസ്സ്, ലണ്ടൻ, 1993.

കാർത്ത, പി. സി. *ഓണ-വിജ്ഞാനകോശം*. നാഷണൽ ബുക്സ്റ്റാൾ, കോട്ടയം, 1991.

കാർത്ത, പി. സി. *ആചാരാനുഷ്ഠാനകോശം*. ഡി. സി. ബുക്സ്, കോട്ടയം, 1998.