

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **EFFECTIVE**

ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION



കണ്ണടകളെ ഫാഷൻ സിമ്പലുകളാക്കി മാറ്റിയ ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ



ബ്രാൻഡിംഗ് എന്ന പ്രതിഭാസം ഭാഗം 20



വാട്ടർകളിലെ സുന്ദരചിത്രങ്ങളുമായി ധനേഷ് ജി നായർ



ചിത്രരചനയും കാർട്ടൂണും കാരിക്കച്ചുറും ഒരുപോലെ വഴങ്ങുന്ന വിനു നായർ



ചിരിയും നൊമ്പരവും നിറഞ്ഞ കാർട്ടൂണുകളുമായി വി. ആർ. രാഗേഷ്



**MOST TRUSTED OET EXAM
COACHING CENTRE**



The expert and perfect guidance offered for
NCLEX - RN & PROMETRIC EXAMS
Specially designed courses for

OET 2.0 • RN-USA NNAS (Canada)

Online Coaching available

New Batch starts on every Monday

Registration assistance for all Exams

Most Trusted agency for NCLEX-RN Registration

Admission Helpline

0481 - 2300396 / 380

99468 59475

Application
assistance to all
Nursing Boards
in U.S.A



CHAZ ACADEMY

Arafa Tower, Vth Floor, Near SBI Branch, Thirunakkara, Kottayam-1

Email: chazacademykottayam@gmail.com, chaz_ktm@yahoo.com

www.chazusa.in

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് ഭദ്രശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം ക്രിക് ഡോക് ഡോക്ട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്രിക് ഡോക് ഡോക്ട് കോം. ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ദ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണി വരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കൺകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ദ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

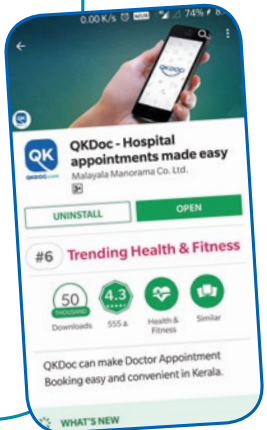
നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദ്ദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാമ്പുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

<p>ഓപ്ഷൻ 1 A) qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കൺകൾ നേടുക D) രജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കൺകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.</p>	<p>ഓപ്ഷൻ 2 A) അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസ് ന്നിന്നും ഒടിപി നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കൺകൾ നൽകുന്നു.</p>
---	---

ഡോക്ടറുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റിനായി വിളിക്കുക

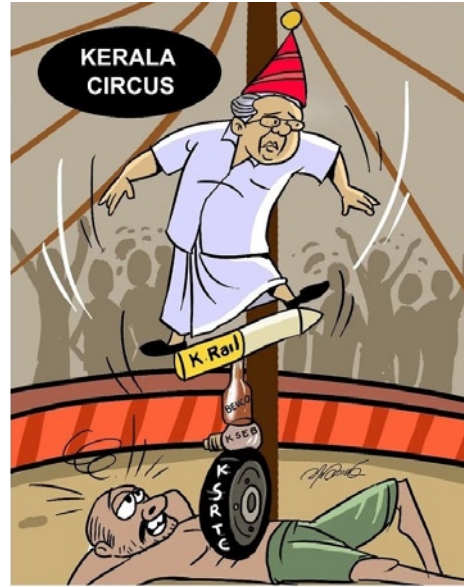
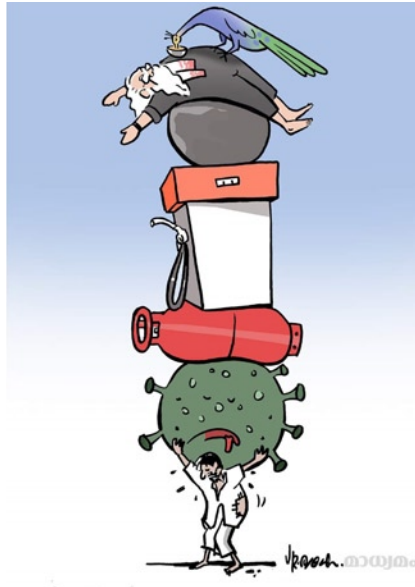
7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കൺകൾ നൽകുന്നു





6	ബ്രാൻഡിംഗ് എന്ന പ്രതിഭാസം - ഭാഗം 20
9	കണ്ണടകളെ ഫാഷൻ സിമ്പലുകളാക്കി മാറ്റിയ ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ
11	ചിരിയും നൊമ്പരവും നിറഞ്ഞ കാർട്ടൂണുകളുമായി വി. ആർ. രാഗേഷ്
14	MODEL WATCH
30	CONCEPT SHOOT

38	വാട്ടർകളിലെ സുന്ദരചിത്രങ്ങളുമായി ധനേഷ് ജി നായർ
42	ചിത്രരചനയും കാർട്ടൂണും കാരിക്കച്ചറും ഒരു പോലെ വഴങ്ങുന്ന വിനു നായർ
45	FILM NEWS
46	EDITORIALS OF THE MONTH
49	NEWS & EVENTS
52	FUN ROOM

Images Courtesy: Google

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
 Ph: 9744993356

Layout / Illustration
 Adart Designing

Marketing Offices:
Effective Publications
 Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
 Kottayam - 2, Kerala, India.
 Ph: 08593 998705, 0481 2561791
 e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
 Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
 Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @



effectiveadcom/posts 09846057461

/effective.adcom.14 /effective-adcom

www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

ആശയങ്ങളുടെ ആയുസ്സ് അധികാരം വരെ

പല പ്രത്യയശാസ്ത്രങ്ങളും ആശയങ്ങളും ഉയർത്തിപ്പിടിച്ചും പ്രസംഗിച്ചും പ്രതിഷേധിച്ചുമൊക്കെയാണ് പലരും പൊതുപ്രവർത്തനങ്ങളിലും രാഷ്ട്രീയത്തിലുമെല്ലാം മുന്നേറുന്നത്. അല്പം മുന്നേറിക്കഴിഞ്ഞാലോ? അധികാരത്തിന്റെ രൂപം അറിയുന്ന നിമിഷം മുതൽ അത്രയും കാലം ഉയർത്തിപ്പിടിച്ച ആശയങ്ങളെ മറന്നുപോകുന്നു. ആനപ്പുറത്തു കയറിയിരുന്നാൽ പിന്നെ താഴെയുള്ളവരെല്ലാം നിസ്സാരന്മാരായി മാറുന്നു. എല്ലാകാലത്തും ആനപ്പുറത്തു തന്നെയായിരിക്കും താൻ എന്നായിരിക്കും അപ്പോഴത്തെ ചിന്ത.

നമ്മുടെ ജനാധിപത്യം പ്രാതിനിധ്യം അടിസ്ഥാനമാക്കിയ റെല്ലോ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. അതായത് 138 കോടി ജനങ്ങൾക്ക് ഒന്നിച്ച് പാർലമെന്റിലോ രാജ്യസഭയിലോ ചെന്നിരിക്കാൻ പറ്റില്ല എന്നതുകൊണ്ട് ഈ ജനങ്ങളുടെ പ്രതിനിധിയായി ഓരോരുത്തരെയായി തിരഞ്ഞെടുത്ത് 788 പേരെ എംപിമാരായി ദില്ലിയിലേക്കു വിടുന്നു. മൂന്നര കോടി ജനങ്ങൾക്കു പകരമായി 140 പേരെ കേരള അസംബ്ലിയിലേക്കും വിടുന്നു. അതായത് അവിടെ ഇരിക്കുന്നവർ പറയേണ്ടത് ഈ ജനങ്ങൾക്കു പറയാനുള്ള കാര്യങ്ങളാണ്. ഇവർ അവിടെ എന്തു പറയുന്നു എന്തു ചെയ്യുന്നു എന്നു കാണുവാനും അറിയുവാനുമുള്ള പൂർണ്ണമായ അവകാശം ഈ ജനങ്ങൾക്കുണ്ട്. അതും വെറുതെയല്ല ശമ്പളം കൂടി കൊടുത്താണ് അവിടെ ഇരുത്തുന്നത്. നമ്മുടെ ശമ്പളം വാങ്ങുന്നവർ എന്തു ചെയ്യുന്നു എന്ന് കാണുവാനും അറിയുവാനും നമുക്കവകാശമില്ലേ?

ഇതിനാണ് സഭാ നടപടികൾ ചിത്രീകരിക്കാനും റിപ്പോർട്ടു ചെയ്യുവാനും മാധ്യമങ്ങളെ കാലങ്ങളായി നിയോഗിച്ചിരിക്കുന്നത്. അതിനെ വിലക്കുക എന്നത് ജനാധിപത്യപരമല്ല. ഇത് ഏതെങ്കിലും രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടിക്ക് മാറ്റി തീരുമാനിക്കുവാനുള്ള വിഷയമാണോ? ജനങ്ങളുടെ പ്രതിനിധികൾ ജനങ്ങൾക്കുവേണ്ടി നിലകൊള്ളട്ടെ. അതു ജനങ്ങൾ കാണട്ടെ. ആനപ്പുറത്തു കയറി യവർക്ക് താഴെ ഇറങ്ങാതെ പറ്റില്ലല്ലോ.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.



സാമൂഹിക മാറ്റങ്ങളെ അത് പ്രതിഫലിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. സാങ്കേതിക പുരോഗതിയുടെയും വിപണന ഗവേഷണത്തിന്റെയും ഫലമായി പുതിയ ആശയങ്ങൾ വികസിക്കുന്നു. മാർക്കറ്റിംഗ്, അതിന്റെ ഏറ്റവും അടിസ്ഥാന തലത്തിൽ, ഉപഭോക്താക്കളെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുകയും അവരുമായുള്ള ബന്ധം വികസിപ്പിക്കുകയും നിലനിർത്തുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ്. കമ്പനിയുടെ വലുപ്പത്തെ ആശ്രയിച്ച്, മാർക്കറ്റിംഗ് അതിന്റെ വിജയത്തിന് നിർണായകമാണ്.

വിപണനക്കാർക്ക്, രണ്ട് തരത്തിലുള്ള സ്റ്റാൻഡേർഡ് പ്രൊമോഷണൽ രീതികളുണ്ട്. പരമ്പരാഗതവും ഡിജിറ്റലും. അച്ചടി മാധ്യമങ്ങൾ, പ്രക്ഷേപണം, നേരിട്ടുള്ള തപാൽ, ബിൽബോർഡുകളും പോസ്റ്ററുകളും, റഫറൽ, അതായത് വായ്മൊഴി എന്നിവ പരമ്പരാഗത മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇമെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്രൊമോഷൻ, കണ്ടന്റ് മാർക്കറ്റിംഗ്, സെർച്ച് എഞ്ചിൻ ഒപ്റ്റിമൈസേഷൻ (SEO), മൊബൈൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, പണമടച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം ഡിജിറ്റൽ തന്ത്രങ്ങളുടെ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

നാം വിവിധ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങളെക്കുറിച്ച് സംസാരിക്കുമ്പോൾ, ആധുനിക കാലത്ത് പ്രാരംഭ ചിന്താ പ്രക്രിയയിൽ ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് കടന്നു വരുന്നു, പല തരത്തിലുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികളേപ്പറ്റി തുടർ അധ്യായങ്ങളിൽ പറയുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ ആരംഭിക്കുന്നതിന്, ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് ആധുനിക കാലത്തെ ഒരു ആശയം പോലെയാണ് പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നത്. എന്നിരുന്നാലും, 1990 മുതൽ ഇത് നിലവിലുണ്ട്. ഓരോ ബിസിനസ്സുകാർക്കും അവർക്കിണങ്ങിയ ബിസിനസ്സ് അഥവാ മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികൾ അവലംബിക്കാൻ സ്വാതന്ത്ര്യമുണ്ടെന്നു പറയാറുണ്ട്. എന്നാൽ എല്ലാ സ്വാതന്ത്ര്യവും ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗിൽ വന്നുചേരുന്നു എന്നത് ഈ കാലഘട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്. ഈയിടെയായി, മാർക്കറ്റിംഗ് എന്നത് ഒരു ഫേസ്ബുക്ക് പേജിന്റെയോ ട്വിറ്റർ അക്കൗണ്ടിന്റെയോ പര്യായമായി മാറിയിരിക്കുന്നു. പല ബിസിനസ്സുകാരുടെയും അഭിപ്രായത്തിൽ, ഇത് വലിയ തോതിൽ വിൽപ്പനയെ സഹായിക്കുന്നു.

ഓരോ ബിസിനസ്സുകാർക്കും അവർക്കിണങ്ങിയ ബിസിനസ്സ് അഥവാ മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികൾ അവലംബിക്കാൻ സ്വാതന്ത്ര്യമുണ്ടെന്നു പറയാറുണ്ട്. എന്നാൽ എല്ലാ സ്വാതന്ത്ര്യവും ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗിൽ വന്നുചേരുന്നു എന്നത് ഈ കാലഘട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്.

യത്തിൽ, ഇത് വലിയ തോതിൽ വിൽപ്പനയെ സഹായിക്കുന്നു.

ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളേയും പ്രശ്നങ്ങളേയും അഭിരുചികളേയും ചുറ്റിപ്പറ്റിയാണ് മാർക്കറ്റിംഗ് നിലകൊള്ളുന്നത് എന്ന് മുൻ അധ്യായങ്ങളിൽ സൂചിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളതാണല്ലോ. എല്ലാ മാർക്കറ്റിംഗ് ശ്രമങ്ങളും ഉപഭോക്താക്കളുടെ വൈവിധ്യമാർന്ന ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനാണ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. അതിനാൽ, മാർക്കറ്റിംഗിനെക്കുറിച്ച് അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്. മാർക്കറ്റിംഗ്, യഥാർത്ഥത്തിൽ, ബിസിനസ്സിന്റെയും ഉപഭോക്താവിന്റെയും ക്രോസ്റോഡിലാണ് നിലകൊള്ളുന്നത്, വാങ്ങുന്നയാളുടെ ആവശ്യകതകളെയും കമ്പനിയുടെ സ്വന്തം താൽപ്പര്യങ്ങളെയും ആത്യന്തികമായി മനസിലാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന വിഭാഗമാണ് മാർക്കറ്റിംഗ് വിഭാഗം. അതായത് മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന പദം വിശദീകരിക്കുമ്പോൾ, ഇത് ആർക്കൊക്കെ എത്രയൊക്കെ വേഗത്തിൽ ആശയവിനിമയം നടത്താം അല്ലെങ്കിൽ മാർക്കറ്റിംഗിൽ കൂടുതൽ ഡീലുകൾ പൂർത്തിയാക്കാം എന്നതിനെക്കുറിച്ചല്ല. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് എന്താണ് വേണ്ടത് എന്നതിന്റെ ശക്തമായ മനഃശാസ്ത്രപരമായ ഗ്രാഹ്യമാണ് ഇതെല്ലാം.

ലോകത്ത് പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങൾ നടത്തുകയും മികച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്ത എല്ലാവരും തന്നെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളെ ഉപഭോക്താക്കൾപോലും തിരിച്ചറിയുന്നതിനു മുൻപേ കണ്ടെത്തുകയും



ലോകത്ത് പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങൾ നടത്തുകയും മികച്ച ഉത്പന്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്ത എല്ലാവരും തന്നെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളെ ഉപഭോക്താക്കൾപോലും തിരിച്ചറിയുന്നതിനു മുൻപേ കണ്ടെത്തുകയും മനസ്സിലാക്കുകയും അവ പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ ശ്രമിച്ചവരുമാണ്.

മനസ്സിലാക്കുകയും അവ പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ ശ്രമിച്ചവരുമാണ്. മറ്റേതൊരു വ്യക്തിയിലും നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന് ഈ കഴിവ് ധാരാളമായി ഉണ്ടായിരുന്നു. ലോകത്തെ മാറ്റി മറിക്കുന്ന ഓരോ നവീകരണവും മനുഷ്യന്റെ ആവശ്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള അസാധാരണമായ ധാരണയും അവ നിറവേറ്റുന്നതിനുള്ള നൂതനമായ കാഴ്ചപ്പാടും സംയോജിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നവയാണ്. പ്രശസ്ത അമേരിക്കൻ വ്യവസായി ഹെൻറി ഫോർഡും പ്രശസ്ത കണ്ടുപിടുത്തക്കാരനായ തോമസ് എഡിസണും മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ബ്രാൻഡിന്റെ ഉദ്ദേശ്യം അത് ക്ലെയർന്റെ ആവശ്യങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമാക്കുക എന്നതാണ്, അതേസമയം ബിസിനസിന്റെ ഉദ്ദേശ്യം നവീന ആശയങ്ങളെ കണ്ടെത്തി ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളെ പൂർത്തീകരിക്കുക എന്നതാണ്. ഉപഭോക്താക്കളോട് ആദ്യം ചോദിക്കുന്നത് അവർ ആരാണെന്നും അവർക്ക് എന്താണ് വേണ്ടതെന്നും വിപണനത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ എന്താണ് നാം ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതെന്നുമാണ്.

പരസ്പരം അപരിചിതരായ രണ്ടുപേർ തമ്മിലുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന്റെ തുടക്കമാണിത്. മികച്ച സംഭാഷണങ്ങൾ ആവശ്യകതകളെക്കുറിച്ചുള്ള മികച്ച അറിവിലേക്ക് നയിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിലുള്ള വിവരങ്ങൾ ആകർഷകമായ ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തി നൽകുന്ന മികച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലേക്ക് നയിക്കുന്നു.

ബിസിനസ്സ്, വിപണനവും കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളും കൊണ്ട് നിർമ്മിച്ചതാണെങ്കിൽ ഓരോ ജീവനക്കാരന്റെയും അദ്ധ്വാനം ഇതിൽ പ്രധാനമാണ്, കൂടാതെ മാർക്കറ്റിംഗ് എല്ലാം ആഴത്തിലുള്ള ഉപഭോക്തൃ സ്ഥിതി വിവരക്കണക്കുകളാണ്. സോഷ്യൽ മീഡിയ കാരണം ഈ ആശയം ഇപ്പോൾ കൂടുതൽ വ്യക്തമായി പ്രകടമായിരിക്കുന്നു; ഓരോ ജീവനക്കാരനും ഒരു ബ്രാൻഡ് വിപുലീകരണമാണെന്നു പറയാം. അതിനാൽ ജീവനക്കാർക്ക് ആവശ്യമായ പരിശീലനവും പരിഗണനയും നൽകേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണെന്നുകൂടി ഇവിടെ പ്രസ്താവിക്കേണ്ടതുണ്ട്. മികച്ച ബ്രാൻഡ് നൽകുന്ന ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ജീവനക്കാർക്കു നൽകുന്ന പ്രാധാന്യവും പരിഗണനയും ശ്രദ്ധിക്കുക.

വിപണനത്തിനുള്ള സാധ്യതകൾ വിൽപ്പനയേക്കാൾ വലുതാണ്, കാരണം അവർ ടാർഗെറ്റ് പ്രേക്ഷകരെ നിർണ്ണയിക്കാനും അവബോധം സൃഷ്ടിക്കാനും ശ്രമിക്കുന്നു. മാർക്കറ്റിംഗിലുള്ളവർ പുതിയ സാധ്യതകൾ തേടാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നു, അതേസമയം സെയിൽസ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് അറിയപ്പെടുന്ന സാധ്യതകളുമായും നിലവിലുള്ള ഇടപാടുകാരുമായും കണക്ഷനുകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നു.

വിൽപ്പനവിഭാഗത്തിന്റേയും വിപണനവിഭാഗത്തിന്റേയും പ്രാഥമിക ലക്ഷ്യങ്ങൾ വ്യത്യസ്തമാണെങ്കിലും, വിൽപ്പനയും വിപണനവും പലപ്പോഴും കൂടിച്ചേരുന്നുണ്ട്, അതിനാൽ ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുകയും വേണ്ടിവരും. ഒരു പങ്കാളിത്തം രൂപീകരിച്ചും ഓവർലാപ്പിച്ചെയ്യുന്ന ഏതെങ്കിലും മെറ്റീരിയലുകൾ പങ്കിട്ടും അവർക്ക് അവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ വിന്യസിക്കാൻ കഴിയും. വലിയ കമ്പനികളിൽ ഇത് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഒരു മാർഗ്ഗം ഒരു സേവന-തല കരാർ (service-level agreement-SLA) ഉണ്ടാക്കുക എന്നതാണ്. ഒരു വകുപ്പ് മറ്റൊന്നിന് ആവശ്യമായ വിവരങ്ങൾ യഥാസമയം നൽകാൻ സമ്മതിക്കുന്ന രണ്ട് വകുപ്പുകൾ തമ്മിലുള്ള കരാറാണിത്. ഇത് ടീമുകൾക്കിടയിൽ പങ്കാളിത്തം കെട്ടിപ്പടുക്കാൻ സഹായിക്കുകയും ഇരുവർക്കും ഇടയിൽ എന്താണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നതെന്ന് വ്യക്തമായി വിശദീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ചെറുകിട ബിസിനസ്സുകൾക്ക്, ഇത് ആവശ്യമില്ലായിരിക്കാം. എന്നിരുന്നാലും, രണ്ട് ടീമുകൾക്കും വിപണിയിൽ അവരുടെ സ്ഥാനത്തെക്കുറിച്ച് മാന്ദ്യമെന്റ് വ്യക്തമാക്കണം. കാമ്പെയ്നുകൾ നടത്തുമ്പോൾ മാർക്കറ്റിംഗ് ടീം സെയിൽസ് ടീമിനെ അറിയിക്കണം, അപ്പോൾ സെയിൽസ് ടീമിന് ആ സമയങ്ങളിൽ അവരുടെ പരിശ്രമം പരമാവധിയാക്കാനാകും. അതുപോലെ, സെയിൽസ് ടീം തങ്ങളുടെ പക്കലുള്ള ഉപഭോക്തൃ ഡാറ്റാ മാർക്കറ്റിംഗ് ടീമുമായി പങ്കിടണം, അതിനാൽ ടാർഗെറ്റ് പ്രേക്ഷകരുടെ എണ്ണവും അതുപോലെ നടത്തിയ ശ്രമങ്ങൾ എന്തെല്ലാം വിജയിച്ചുവെന്നും എന്തെല്ലാം വിജയിച്ചിട്ടില്ലെന്നും അവർക്ക് കണ്ടെത്താനാകും.

മാർക്കറ്റിംഗും സെയിൽസും പരസ്പരം സഹകരിച്ചും സഹായിച്ചും പ്രവർത്തിക്കുമ്പോഴാണ് ഒരു ബിസിനസ്സിന് അതിന്റെ ബ്രാൻഡിനെ വിജയിപ്പിക്കാനാകുക.

(തുടരും)

Ray-Ban®



കണ്ണടകളെ ഫാഷൻ സിമ്പലുകളാക്കി മാറ്റിയ ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ

ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ ഒരു ഇറ്റാലിയൻ ശതകോടിശ്വരനായ ബിസിനസുകാരനായിരുന്നു, ലക്സോട്ടിക്കയുടെ സ്ഥാപകനും ചെയർമാനുമാണ്, 77,734 ജീവനക്കാരും 8,000-ത്തിലധികം സ്റ്റോറുകളുമായി കാഴ്ചയ്ക്ക് അപ്പുറം കണ്ണടകളെ ഫാഷന്റെയും ആഡംബരത്തിന്റെയും അടയാളമാക്കി മാറ്റിയ ധിഷണാശാലി.

ഡോളമെറ്റ് പർവതനിരകളിൽ ഒരു ചെറിയ ഒപ്റ്റിക്സ് വർക്ക്ഷോപ്പിലൂടെ ആരംഭിച്ച് കണ്ണടകളുടെ കാര്യത്തിൽ ലോകനേതാവായി എത്തിയ ഇറ്റാലിയൻ സംരംഭകനായിരുന്നു ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ. ഗ്ലാസുകളുടെയും ഫ്രെയിമുകളുടെയും ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ നിർമ്മാതാവും ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരനും. മരിക്കുമ്പോൾ, അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആസ്തി 24.1 ബില്യൺ യുഎസ് ഡോളറായിരുന്നു, ഇറ്റലിയിലെ രണ്ടാമത്തെ ഏറ്റവും ധനികനായ വ്യക്തിയും ലോകത്തിലെ 54-ആം സ്ഥാനത്തുമായിരുന്നു.

1935 മെയ് 22 ന് ഇറ്റലിയിലെ മിലാനിൽ തെക്കൻ ഇറ്റലിയിലെ ബാർലേറ്റയിൽ നിന്നുള്ള ഒരു ദരിദ്ര കുടുംബത്തിലാണ് ലിയോനാർഡോ ഡെൽ വെച്ചിയോ ജനിച്ചത്. പിതാവ് ഒരു തെരുവ് കച്ചവടക്കാരനായിരുന്നു, അവർ ജനിക്കുന്നതിന് മുമ്പ് പിതാവ് മരിച്ചു. കുടുംബം നാല് സഹോദരങ്ങൾ കൂടി ഉണ്ടായിരുന്നു. ലിയോനാർഡോ ഒരു അനാഥാലയത്തിലാണ് വളർന്നത്.

മിലാനിലെ ഒരു ടൂൾ ആൻഡ് ഡൈ മേക്കറുടെ അപ്രന്റീസായി അദ്ദേഹം തന്റെ കരിയർ ആരംഭിച്ചു, മിലാൻ അനാഥാലയത്തിൽ വളർന്ന ഡെൽ വെച്ചിയോ വടക്കൻ നഗരത്തിൽ നിന്ന് വെനീസിന് വടക്കുള്ള ആൽപ്സിലെ അഗോർഡോ പട്ടണത്തിൽ ഷോപ്പ് തുടങ്ങാൻ പോയി, തന്റെ ലോഹനിർമ്മാണ കഴിവുകൾ ഉപയോഗിച്ച് കണ്ണട ഭാഗങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചു.

1961-ൽ അദ്ദേഹം ബെല്ലൂനോ പ്രവിശ്യയിലെ അഗോർഡോയിലേക്ക് താമസം മാറ്റി, അത് ഇറ്റാലിയൻ കണ്ണട വ്യവസായത്തിന്റെ ആസ്ഥാനമാക്കി. വിപണിയിൽ പരിമിതമായ പങ്കാളിത്തമുള്ള പ്രാദേശിക കണ്ണട നിർമ്മാതാക്കൾക്ക് ഫ്രെയിം ഭാഗങ്ങളുടെ ഒരു ചെറിയ വിതരണക്കാരനായി ആരംഭിച്ചു. പ്രാദേശിക സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയെ ഉത്തേജിപ്പിക്കുന്നതിനായി പട്ടണത്തിൽ നിന്ന് സ്വതന്ത്രമായി ലഭിച്ച ഭൂമിയിൽ 14



1999-ൽ അദ്ദേഹം 640 മില്യൺ ഡോളറിന് റേ-ബാൻ വാങ്ങി. സൺഗ്ലാസുകളെ ഫാഷന്റെയും ആഡംബരത്തിന്റെയും അടയാളമാക്കി മാറ്റിയ വാക്കാണ് റെയ്ബാൻ. കാഴ്ചയ്ക്ക് അപ്പുറം കണ്ണടകളെ ഫാഷൻ സിമ്പലുകളാക്കി മാറ്റിയ ബ്രാൻഡ്. രാഷ്ട്രതലവന്മാരും ഹോളിവുഡ് അഭിനേതാക്കളും മോഡലുകളും മുതൽ സാധാരണക്കാരെ വരെ ആരാധകരാക്കി മാറ്റിയ ബ്രാൻഡ്.

തൊഴിലാളികളുമായി 1961 ൽ അദ്ദേഹം ലക്സോട്ടിക്ക എന്ന കമ്പനി ആരംഭിച്ചായിരുന്നു വ്യവസായത്തിൽ ഇറങ്ങിയത്. 1960 കളുടെ അവസാനത്തിൽ ലക്സോട്ടിക്ക സ്വന്തം ഡിസൈനുകൾ നിർമ്മിക്കാൻ തുടങ്ങി.

1999-ൽ അദ്ദേഹം 640 മില്യൺ ഡോളറിന് റേ-ബാൻ വാങ്ങി. സൺഗ്ലാസുകളെ ഫാഷന്റെയും ആഡംബരത്തിന്റെയും അടയാളമാക്കി മാറ്റിയ വാക്കാണ് റെയ്ബാൻ. കാഴ്ചയ്ക്ക് അപ്പുറം കണ്ണടകളെ ഫാഷൻ സിമ്പലുകളാക്കി മാറ്റിയ ബ്രാൻഡ്. രാഷ്ട്രതലവന്മാരും ഹോളിവുഡ് അഭിനേതാക്കളും മോഡലുകളും മുതൽ സാധാരണക്കാരെ വരെ ആരാധകരാക്കി മാറ്റിയ ബ്രാൻഡ്. തലമുറകൾ പിന്നിട്ടിട്ടും മാരാത്ത ഫാഷൻ സിമ്പലായി നിലകൊള്ളുന്ന റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസുകളിലൊന്ന് സ്വന്തമാക്കാൻ കൊതിക്കാത്തർ ചുരുക്കം.

രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിന് മുമ്പ് അമേരിക്കൻ സൈനികർക്ക് വേണ്ടി ആദ്യമായി നിർമ്മിച്ച ഈ സൺഗ്ലാസ് പിന്നീട് ലോകമെമ്പാടും ജനപ്രിയമാകുകയായിരുന്നു. വൈമാനികരുടെ കണ്ണുകൾക്ക് സൂര്യരശ്മികളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന മികച്ച ഡിസൈനിലുള്ള ഒരു സൺഗ്ലാസ് എന്നതായിരുന്നു അമേരിക്കൻ സൈന്യത്തിന്റെ ആവശ്യം. 1937ൽ ബൗഷ് ആൻഡ് ലോംബ്

റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസിന്റെ പേറ്റന്റ് സ്വന്തമാക്കി.

രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധ കാലത്താണ് റെയ്ബാൻ ഗ്ലാസിന് അമേരിക്കക്ക് പുറത്തേക്ക് ജനപ്രീതി ലഭിക്കുന്നത്. ഫിലിപ്പീൻസിൽ നിന്നുള്ള അമേരിക്കൻ ജനറൽ ഡഗ്ലസ് മക് അർതറിന്റെ റെയ്ബാൻ ധരിച്ചുള്ള ചിത്രം പുറത്തുവന്നതോടെയായിരുന്നു ഇത്. 1952ൽ പരമ്പരാഗത ലോഹ ഫ്രെയിമിൽ നിന്ന് പ്ലാസ്റ്റിക് ഫ്രെയിമിലേക്ക് റെയ്ബാൻ മാറി. ഇതോടെ വൈമാനികർക്ക് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന കണ്ണടയിൽ നിന്ന് അമേരിക്കൻ ഫാഷൻ സിംബലായി റെയ്ബാൻ മാറി.

സ്റ്റാമ്പെർഗ് ശതകോടിശ്വരൻമാരുടെ സൂചിക പ്രകാരം ജൂൺ 1 വരെ ഡെൽ വെച്ചിയോയുടെ ആസ്തി 25.7 ബില്യൺ ഡോളറായിരുന്നു.

1967-ൽ, ലക്സോട്ടിക്ക ബ്രാൻഡിന് കീഴിൽ സമ്പൂർണ്ണ കണ്ണട ഫ്രെയിമുകൾ വിൽക്കാൻ തുടങ്ങി, 1971-ൽ അദ്ദേഹം കോൺടാക്റ്റ് ലെൻസ് മാതൃ ഫാക്ടറിംഗ് ബിസിനസിൽ പ്രവേശിച്ചു.

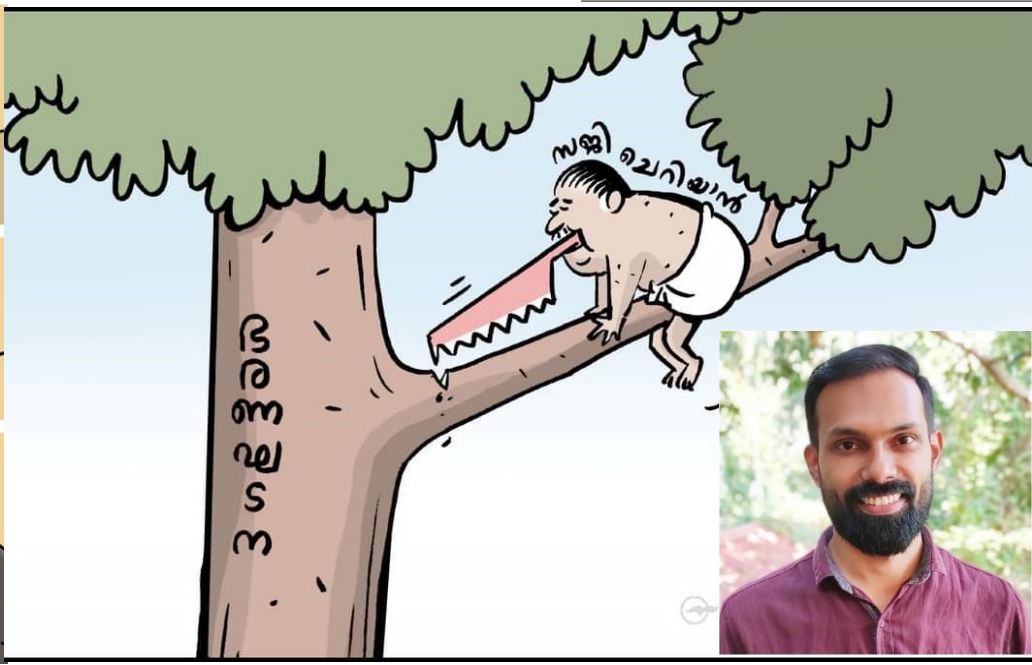
1974-ൽ അദ്ദേഹം വിതരണ കമ്പനിയായ സ്കറോണിനെ ഏറ്റെടുത്തു. 1981-ൽ, കമ്പനി ജർമ്മനിയിൽ അതിന്റെ ആദ്യത്തെ അന്താരാഷ്ട്ര ഉപസ്ഥാപനം സ്ഥാപിച്ചു. ഡിസൈനർ ജോർജിയോ അർമാനിയുമായി ഒരു ലൈസൻസിംഗ് കരാർ 1988-ൽ തീർപ്പാക്കി.

കമ്പനി 1990-ൽ ന്യൂയോർക്കിലും 2000 ഡിസംബറിൽ മിലാനിലും ലിസ്റ്റ് ചെയ്തു, 1990-ൽ ഇറ്റാലിയൻ ബ്രാൻഡായ വോഗിൽ തുടങ്ങി മറ്റ് ബ്രാൻഡുകൾ സ്വന്തമാക്കാനുള്ള കമ്പനിയുടെ കഴിവ് ഈ ലിസ്റ്റിംഗ് വർദ്ധിപ്പിച്ചു. 1995-ൽ പെർസോൾ ആൻഡ് യുഎസ് ഷു കോർപ്പറേഷൻ (ലെൻസ്ക്രാഫ്റ്റ്സ്), 1999-ൽ റേ-ബാൻ, 2001-ൽ സൺഗ്ലാസ് ഹട്ട്, ഇൻക്. 2003-ൽ സിൽനി ആസ്ഥാനമായുള്ള ഒപിഎസ്എം, 2004-ൽ പേൾ വിഷൻ, 2006-ൽ സർഫെയ്സ്, 2004-ൽ കോൾ നാഷണൽ എന്നിവ ഏറ്റെടുത്ത് അവർ കൂടുതൽ റീബ്രെയ്യിൽ കമ്പനികൾ തേടി.

2018ൽ ഫ്രഞ്ച് കമ്പനി എസിലോറിനെ ഏറ്റെടുത്ത് എസിലോർ- ലക്സോട്ടിക്ക എന്ന കമ്പനിക്ക് രൂപം നൽകി. ജോർജിയോ അർമനി അടക്കം കമ്പനികളുമായി സഹകരിക്കുകയും പിന്നീട് റെയ്ബാൻ, ഓക്ലി, പെഴ്സൽ തുടങ്ങി ബ്രാൻഡുകൾ ഏറ്റെടുക്കുകയുമായിരുന്നു. ഇറ്റാലിയൻ നിക്ഷേപ ബാങ്കായ മെഡിയോബാങ്കയിൽ ഡെൽ വെച്ചിയോയ്ക്ക് 10% ഓഹരിയുണ്ട്

ഡെൽ വെച്ചിയോ മൂന്ന് തവണ വിവാഹിതനായി. അദ്ദേഹത്തിന് ആറ് കുട്ടികളുണ്ടായിരുന്നു, മിലാനിലാണ് താമസിച്ചിരുന്നത്. അദ്ദേഹത്തിന് ഒരു മകനും ക്ലോഡിയോ ഡെൽ വെച്ചിയോയും രണ്ട് പെൺമക്കളും ഉണ്ടായിരുന്നു, മാരിസയും പൗളയും. രണ്ടാമത്തെ ഭാര്യയോടൊപ്പം അദ്ദേഹത്തിന് മറ്റൊരു മകനുണ്ടായി, ലിയോനാർഡോ മരിയ; അദ്ദേഹത്തിന്റെ മൂന്നാമത്തെ ഭാര്യയോടൊപ്പം ലൂക്ക, ക്ലൈമെന്റെ എന്നീ രണ്ട് ആൺമക്കളും. 2010ൽ രണ്ടാം ഭാര്യയെ വീണ്ടും വിവാഹം കഴിച്ചു.

2022 ജൂൺ 27-ന് 87-ആം വയസ്സിൽ മിലാന്റെ കിഴക്കൻ പ്രാന്തപ്രദേശമായ സെഗ്രെറ്റിലെ സാൻ റഫേൽ ഹോസ്പിറ്റലിൽ വച്ച് ന്യുമോണിയ ബാധിച്ച് ഡെൽ വെച്ചിയോ മരിച്ചു.



ചിരിയും നൊമ്പരവും നിറഞ്ഞ കാർട്ടൂണുകളുമായി വി.ആർ.രാഗേഷ്

കാർട്ടൂണിൽ വി.ആർ.രാഗേഷിന്റെ രചനാശീലയും ആശയവും ആരെയും ചിന്തിപ്പിക്കുകയും നൊമ്പരപ്പെടുത്തുകയും ചിലപ്പോൾ അത്യധികം ആഹ്ലാദിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും.

ഒരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റിനെക്കുറിച്ച് എഴുതുമ്പോൾ അദ്ദേഹം വരച്ച കാർട്ടൂണുകളിൽ നിന്നു തുടങ്ങാം. ജൂൺ 5 പരിസ്ഥിതി ദിനമാണല്ലോ. പരിസ്ഥിതി ദിനം വൃക്ഷത്തെ നടുവിലിട്ട് ദിനമായി ആഘോഷിക്കുന്നു. ഒരു തൈ നടാം തണലിനായി. നമുക്കായ്, നമ്മുടെ വരും തലമുറയ്ക്കായ്, നൂറ് കിളികൾക്കായ്... എല്ലായിടവും മരം നടീൽ കർമ്മം നടത്തുന്നത് ഓർമ്മയുണ്ടല്ലോ? അതിന്റെ ഒരു കാർട്ടൂൺ എല്ലാവരുടെയും ഓർമ്മയിൽ ഓടിയെത്തും. ഒരാൾ ഒരു മരം വെയ്ക്കുവാൻ പോകുന്നു. മരത്തെ കിളിർത്ത് വൻ മരമാകത്തക്കവിധം നടാൻ പോയപ്പോൾ ആ കർമ്മത്തിന്റെ ഫോട്ടോ എടുക്കുവാൻ മൊബൈൽ ക്യാമറയുമായി വന്ന ഫോട്ടോഗ്രാഫർ പറയുന്നു 'അവിടെ വെളിച്ചമില്ല നല്ല പടം കിട്ടില്ല'. മരം വെയ്ക്കുന്ന ആൾ 'കുറച്ച് അപ്പൂറം നോക്കാം' എന്നു പറഞ്ഞ് മുന്നോട്ട് നീങ്ങി തുടങ്ങി. വലിയൊരു പാറമലയുടെ മുകളിൽ കയറി മരം വെയ്ക്കുന്ന രീതിയിൽ ചിരിച്ചു കൊണ്ടു നിന്നു. മരം കിളിർക്കാത്ത പാറയുടെ മുകളിലത്തെ ലൈറ്റിൽ മരം വെയ്ക്കുന്ന രീതിയിൽ നിന്ന ആൾ

കൃത്യം ലൈറ്റിലായിരുന്നു ഫോൺ കൊണ്ടുവന്ന ആൾക്ക് ഇഷ്ടപ്പെട്ടു. അയാൾ ഫോട്ടോ എടുത്തു. മരം വെയ്ക്കുന്ന ചിത്രം എങ്ങനെയെന്ന് മരം വെച്ച ആൾ ചോദിച്ചപ്പോൾ മൊബൈൽ ഫോണുമായെത്തിയ ഫോട്ടോഗ്രാഫർ 'കിടൂ' എന്നു പറയുന്നു. വരും തലമുറയ്ക്കും നൂറു നൂറ് കിളികൾക്കും വേരിറങ്ങാത്തതിടത്ത് മരം വെച്ചാൽ തണലിനായി എങ്ങനെ മരം വരും? ആ കാർട്ടൂണിലെ ആശയം ആരെയും ചിന്തിപ്പിക്കും.

മാധ്യമം വെളിച്ചം സ്പീമെന്റിലെ പീക്കിരി എന്ന കാർട്ടൂൺ കുടി നോക്കിയിട്ട് നമുക്ക് കാർട്ടൂണിസ്റ്റിനെ പരിചയപ്പെടാം.

രണ്ടു കൊച്ചു കുട്ടികൾ തമ്മിലുള്ള സംഭാഷണമാണ്. പെൺകുട്ടി ആൺകുട്ടിയോട് ചോദിക്കുന്നു. 'നിന്റെ ബുക്കിൽ വെച്ച മയിൽപീലി പ്രസവിച്ചോ?' ഉടൻ ആൺകുട്ടിയുടെ മറുപടി. 'മയിൽപീലിയുടെ സ്വകാര്യതയിൽ ഇടപെടണമെന്നു കരുതി ഞാൻ ബുക്ക് തുറക്കാറില്ല!'



മയിൽപ്പീലി വെച്ച് കുട്ടികളെ കൊണ്ട് ബുക്ക് തുറപ്പിക്കാമെന്ന ചിന്ത നടക്കുകയില്ല എന്ന് മനസ്സിലായല്ലോ?

വി.ആർ.രാഗേഷിനെ നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം. കണ്ണൂരിലെ മീമ്പറ്റിയിൽ വി.വി.രാമചന്ദ്രന്റെയും കെ.യശോദയുടെയും മകനാണ് വി.ആർ.രാഗേഷ്. അദ്ദേഹം ചിത്രരചന പഠിച്ചിട്ടില്ല. കുട്ടിക്കാലം മുതൽ ചിത്രങ്ങൾ നോക്കി വരയ്ക്കുമായിരുന്നു. വരയ്ക്കുന്നതിൽ കാർട്ടൂൺ ആയിരുന്നു ഏറെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടിരുന്നത്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസം സെന്റ് ജോസഫ് എച്ച് എസ് എസ് വായാട്ടുപറമ്പ്, ഡിഗ്രിയ്ക്കു പഠിച്ചത് സർ സയ്യിദ് കോളേജ് തളിപ്പറമ്പ്, പി. ജി.യ്ക്കു പഠിച്ചത് സി എ എസ് കോളേജ് മാടായി എന്നിവിടങ്ങളിലാണ്. ഇനി നമുക്ക് രാഗേഷ് പറയുന്നതു തന്നെ കേൾക്കാം.

ദാരിദ്ര്യം നിറഞ്ഞ മനുഷ്യൻ. ആ മനുഷ്യന്റെ മുകളിൽ കയറിയിരിക്കുന്ന ഭാരം ഒന്നു കാണൂ. കൊറോണ അവന്റെ തലയിൽ. അതിനും മുകളിൽ വിലയേറിയ ഗ്യാസ് സിലിണ്ടർ. അതിനും മുകളിൽ പെട്രോൾ, അതിനും മുകളിലുള്ള ഗോളത്തിൽ സ്വന്തമായി മയങ്ങുന്ന പ്രധാനമന്ത്രി. അദ്ദേഹത്തിന്റെ നെഞ്ചത്തിരുന്ന് ഭക്ഷണം കഴിക്കുന്ന മയിൽ. അത്താഴപ്പട്ടിണിക്കാരന്റെ ഗതി കേട് ഒന്ന് ആലോചിച്ചു നോക്കുക.

‘ആൾക്കാരെ ചിന്തിപ്പിക്കുകയും ചിരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന കാർട്ടൂണുകൾ ഞാൻ കാണുകയും അത് വരച്ചു നോക്കുകയും ചെയ്യുമായിരുന്നു. മനോരമ പത്രവും വാരികയും വനിതയും ബാലരമയും തുടങ്ങി അന്നിറങ്ങുന്ന മിക്ക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലെയും കാർട്ടൂണുകൾ ഞാൻ പകർത്തി വരയ്ക്കുമായിരുന്നു. കുട്ടിക്കാലത്തെ ഒരു ഹോബി ആയിരുന്നു അത്. കാർട്ടൂൺ വരയുടെ ഒരു പഠനം തന്നെയായിരുന്നുവെന്ന് വേണമെങ്കിൽ പറയാം. ഓരോ കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളുടെയും രചനാരീതിയും സംഭാഷണങ്ങളും എല്ലാം ഞാൻ പ്രത്യേകം

ശ്രദ്ധിക്കുമായിരുന്നു. അന്ന് പല കാർട്ടൂണുകളും ഞാൻ പകർത്തി വരച്ചു നോക്കുമായിരുന്നു. സ്കൂൾ കോളേജ് പഠനകാലത്ത് കാർട്ടൂൺ മത്സരങ്ങളിൽ പങ്കെടുത്തിട്ടുണ്ട്. പല പ്രാവശ്യവും മൽസരങ്ങളിൽ വിജയിക്കുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ചിത്രരചനയുടെ മറ്റു മേഖലകളിലൊന്നും മൽസരത്തിനും ഒന്നും പോയിട്ടില്ല. കാർട്ടൂൺ മൽസരത്തിനു മാത്രമേ ഞാൻ പോകുമായിരുന്നുള്ളൂ. പഴയ ഒരു പാട് കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളുടെ കാർട്ടൂൺ ഞാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് ശങ്കർ, ആർ.കെ.ലക്ഷ്മൺ, അബുഎബ്രഹാം ഇവരുടെയൊക്കെ കാർട്ടൂണുകൾ ഏറെ ഇഷ്ടമാണ്. കോളേജ് വിദ്യാഭ്യാസ കാലത്തു തന്നെ എന്റെ കാർട്ടൂൺ അച്ചടിച്ചുവന്നു. മക്കത്ത് എന്ന പേരുള്ള സായാഹ്ന പത്രത്തിലാണ് ആദ്യ കാർട്ടൂൺ അച്ചടിച്ചു വന്നത്.

മാതൃഭൂമിയ്ക്ക് ഗൾഫ് ഫീച്ചർ എന്നൊരു സപ്ലിമെന്റ് ഉണ്ടായിരുന്നു. കുറെക്കാലം അതിൽ ഞാൻ കാർട്ടൂൺ വരച്ചിരുന്നു. മാതൃഭൂമിയുടെ ഗൾഫിൽ മാത്രം പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്ന സപ്ലിമെന്റാണ്. എന്റെ തൊട്ട് അയൽ പക്കത്ത് ഗിരീഷ് കുമാർ കെ.ജി. എന്ന ഒരു സുഹൃത്ത് എനിക്ക് ഉണ്ട്. അദ്ദേഹം മാതൃഭൂമിയിലെ ഒരു സീനിയർ സബ് എഡിറ്റർ ആണ്. കാർട്ടൂൺ വരയ്ക്കുന്നതിൽ അദ്ദേഹം എപ്പോഴും പ്രോത്സാഹനം തരുമായിരുന്നു. അദ്ദേഹം പറഞ്ഞിട്ടാണ് ഞാൻ കാർട്ടൂൺ വരച്ച മാതൃഭൂമിയ്ക്ക് അയച്ചു കൊടുത്തത്. മാതൃഭൂമിയുടെ ഗൾഫ് ഫീച്ചർ സപ്ലിമെന്റിൽ രണ്ടു വർഷം ഞാൻ വരച്ചിരുന്നു. ആദ്യമായി പ്രതിഫലം കിട്ടുന്നതും മാതൃഭൂമിയിൽ നിന്നാണ്. മാതൃഭൂമിയുടെ ഗൾഫ് സപ്ലിമെന്റിൽ ഞാൻ വരച്ച ഒരു കാർട്ടൂൺ ഓർക്കുന്നത് ജോർജ് ബുഷ് ഇന്ത്യയിൽ വന്നപ്പോൾ രാജ്ഘട്ടിൽ സന്ദർശനം നടത്തിയപ്പോൾ അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഒരു കാർട്ടൂൺ വരച്ചതാണ്. ആഴ്ചയിൽ ഒരു കാർട്ടൂൺ വീതമാണ് അന്ന് മാതൃഭൂമിയുടെ ഗൾഫ് സപ്ലിമെന്റിൽ വരച്ചിരുന്നത്. 75 കാർട്ടൂണുകൾ ഗൾഫ് സപ്ലിമെന്റിൽ ഞാൻ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. പി.ജി. കഴിഞ്ഞ് ഞാൻ കോഴിക്കോട്ടേയ്ക്ക് വന്നു. ആനിമേഷൻ പഠിക്കാനാണ് കോഴിക്കോട്ട് എത്തിയത് ആനിമേഷൻ പഠനം കഴിഞ്ഞ് ചന്ദ്രികയിൽ ഫ്രീലാൻസ് ആയി ജോയിൻ ചെയ്തു. അവിടെ ഒരു മൂന്നു നാലു വർഷം വരച്ചിരുന്നു. 2011 അവസാനമായപ്പോൾ മാധ്യമത്തിൽ എത്തി. മാധ്യമത്തിലെ തുടക്കം ഫ്രീലാൻസ് ആയിട്ടാണ്. 2012 ൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി ജോയിൻ ചെയ്തു. അവിടെ പൊളിറ്റിക്കൽ കാർട്ടൂണിന് ഒരു സ്പെയിസ് ഉണ്ട്. സത്യാവസ്ഥ വരയ്ക്കാനുള്ള സാതന്ത്ര്യവും



ഉണ്ട്. മാധ്യമം പത്രത്തിലും മാസത്തിൽ ഒന്നു വീതം ഇറങ്ങുന്ന അവരുടെ മാഗസിനിലും വരയ്ക്കുന്നുണ്ട്.

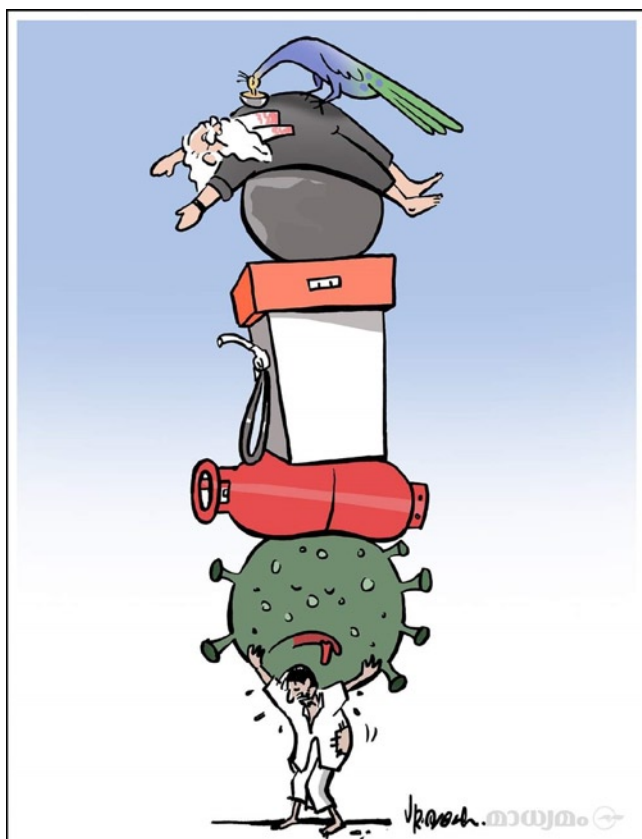
രാഗേഷിന്റെ ഓരോ കാർട്ടൂണിന്റെ രചനയെ കുറിച്ചും ആശയത്തെക്കുറിച്ചും ഒരുപാട് എഴുതാനുണ്ട്. എഴുതുന്നതിനേക്കാൾ നല്ലത് ചിത്രം കണ്ട് മനസ്സിലാക്കുന്നതു തന്നെയാണ്. ഒന്നു രണ്ടു കാർട്ടൂണുകളെക്കുറിച്ച് പറയാം. അട്ടപ്പാടിയിൽ മധ്യ എന്ന യുവാവ് വിശനപ്പോൾ ആരും ഒന്നും കൊടുത്തില്ല. കയ്യിൽ കാശില്ലാത്ത മധ്യ വിശപ്പ് സഹിക്കാതെ എന്തോ മോഷ്ടിച്ച് കഴിച്ചു. വിശപ്പ് അടക്കാനായി ഭക്ഷണം മോഷ്ടിച്ചതിന്റെ പേരിൽ നാട്ടുകാർ കൂട്ടം ചേർന്ന് അയാളെ കെട്ടിയിട്ട് തല്ലി കൊന്നു. കേരളത്തെപ്പോലുള്ള സംസ്ഥാനത്ത് ശരിക്കും തെട്ടിച്ച ഒരു സംഭവമായിരുന്നല്ലോ? വിശന്നിട്ട് ഭക്ഷണം എടുത്തു തിന്നവനെ ആൾക്കാർ ആക്രമിച്ച് കൊന്നിട്ടിരുന്നപ്പോൾ വരച്ച കാർട്ടൂൺ ആരും മറക്കുകയില്ല. കെട്ടിയിട്ട് തല്ലിക്കൊന്ന മധ്യവിന്റെ ശവശരീരം ഓർക്കുന്നു

‘വിശപ്പുകെട്ടു നന്ദി’. കാർട്ടൂൺ കാണുന്നവരുടെ മനസിനെ അതു വല്ലാതെ നൊമ്പരപ്പെടുത്തും. അത്ര ഏറെ കരളലിയിപ്പിക്കുന്ന കാർട്ടൂണാണ് അത്.

കർഷക വിരുദ്ധ നയങ്ങളുമായി വൻ ജല പീരങ്കിയിൽ എത്തുന്നത് പ്രധാനമന്ത്രിയും അദ്ദേഹത്തോടൊത്ത് മന്ത്രിയുമാണ്. മൺവെട്ടിയുമായി നിന്നു അധ്വാനിക്കുന്ന കർഷകനെ അവർ കാണുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ നേർക്ക് ജലപീരങ്കി പ്രയോഗിക്കുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ദേഹത്ത് ആഞ്ഞു പതിച്ച ജലം കിളിർത്തുവരുന്ന സസ്യത്തിലേക്ക് അയാൾ കൈ നീട്ടി ഒഴിച്ചു കൊടുക്കുന്നു. ചോര നീരാക്കിയ കർഷകനോടു വേണ്ട നിങ്ങളുടെ കർഷക വിരുദ്ധ നിയമങ്ങൾ എന്ന് ആ കൃഷിക്കാരൻ പറിപ്പിക്കുന്നു. കാർട്ടൂണിന്റെ വരയുടെ ചന്തവും ചിന്തിപ്പിക്കുന്ന ആശയവും ആരുടെയും മനസ്സിൽ പതിയും.

അദ്ദേഹത്തിന്റെ കാർട്ടൂണുകളെപ്പറ്റി ഒത്തിരി ഒത്തിരി എഴുതാനുണ്ട്. ഒരു കാർട്ടൂണിനെ കുറിച്ചു കൂടി പറയാം. ദാരിദ്ര്യം നിറഞ്ഞ മനുഷ്യൻ. ആ മനുഷ്യന്റെ മുകളിൽ കയറിയിരിക്കുന്ന ഭാരം ഒന്നു കാണു. കൊറോണ അവന്റെ തലയിൽ. അതിനും മുകളിൽ വിലയേറിയ ഗ്യാസ് സിലിണ്ടർ. അതിനും മുകളിൽ പെട്രോൾ, അതിനും മുകളിലുള്ള ഗോളത്തിൽ സ്വസ്ഥമായി മയങ്ങുന്ന പ്രധാനമന്ത്രി. അദ്ദേഹത്തിന്റെ നെഞ്ചത്തിരുന്ന് ഭക്ഷണം കഴിക്കുന്ന മയിൽ. അത്താഴപ്പട്ടിണിക്കാരന്റെ ഗതി കേട് ഒന്ന് ആലോചിച്ചു നോക്കുക. ആശയം തുളുമ്പുന്ന രാഗേഷിന്റെ ചിത്രങ്ങൾ കണ്ടു തന്നെ മനസ്സിലാക്കുക. ഓരോ കാർട്ടൂണിലും ഒത്തിരി ഒത്തിരി ആലോചിക്കാനുണ്ട്.

സജ്ജനയാണ് രാഗേഷിന്റെ ഭാര്യ. ഋതുബാല, നിലാമിഴി എന്നിവർ മക്കൾ. ഓരോ കാർട്ടൂണിൽ നിന്നും ഒത്തിരി ഒത്തിരി കാര്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കാനുണ്ട്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ കൂടുതൽ കാർട്ടൂണുകൾ കാണുക.



എൽ.രാജശേഖരൻ മുതുകുളം

Model code: 344/2022

Name : **Diksha Pawar**

Height : 5.6 ft

Vitals : 34 -28 - 34

Interest : Acting & Modeling





Model code: 345/2022

Name : **Bijas VS**

Height : 5.7 ft

Interest : Acting & Modeling

Job Track : MR marvellous handsome
King kerala 2022 winner)
married catagory





Model code: 346/2022

Name : **Keerthana Reddy**

Height : 5.6 ft

Vitals : 38- 30 -39

Interest : Acting & Modeling





Model code: 347/2022

Name : **Keisha Rawat**

Height : 5.6 ft

Vitals : 32- 28 -36

Interest : Acting & Modeling



▼ Model Watch



Model code: 348/2022

Name : **Tanishka Shrivastava**

Vitals : 36.28.36

Interest : Acting & Modeling

Job Track : Worked in city webseries, print shoot, Ramp show etc.





Model code: 349/2022

Name : **Vaishali Bhaorjar**

Height : 5.6ft

Vitals : 36 -29-39

Interest : Acting & Modeling

Job Track : Gladrags mega
model winner 2018, Beauty
Pageant,Modelling,Print
shoot & Theatre.





Model code: 350/2022

Name : **Ruchi Tripathi**

Interest : Acting & Modeling

Job Track : Actress, working for TV Shows, print &TV Ads





Model code: 351/2022

Name : **Riya Vachhani**

Height : 5.3ft

Vitals : 34-28-36

Interest : Acting & Modeling



CONCEPT SHOOT

Concept:

WESTERN

Costume Designer :
Smruthy Simon

Makeup & Hair :
Jijo JO Bridal Studio

Photography &
Retouch : **Franks Sebz**

Footages:
Ajith Krishnan

Art & Location
manager:
Suresh M.P

Assistant:
Rejeena

Co-ordinators :
Reshma Sreeju, Reshmi P. B

Models :
**Abhirami Krishnan, Mitha Milan,
Lulu Fathima, Tency**

















വാട്ടർകളിലെ സൗന്ദര്യചിത്രങ്ങളുമായി ധനേഷ് ജി നായർ

കാണുന്നവരുടെ മനസ്സിൽ നിന്നു മാറാത്ത പ്രകൃതി ചിത്രങ്ങൾ ജലചായത്തിലൂടെ വരയ്ക്കുന്ന ധനേഷ് ജി നായർ. പ്രകൃതി ചിത്രങ്ങൾ മാത്രമല്ല ഒരു പാട് നല്ല ഇലസ്ട്രേഷനുകളും അദ്ദേഹം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

ധനേഷ് ജി നായർ ജലചായത്തിൽ വരച്ചിട്ടുള്ള ചിത്രങ്ങൾ ആർക്കും മറക്കുവാൻ ഒക്കുകയില്ല. നമുക്ക് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ചില ചിത്രങ്ങൾ കാണാം. അദ്ദേഹം വരച്ച കണ്ണാടിച്ചാൽ എന്ന ചിത്രം കാണുന്നവർക്ക് കോട്ടയത്തുള്ള കണ്ണാടിച്ചാൽ നേരിട്ടു കാണുന്ന പ്രതീതി ഉണ്ടാകും. ഒരു വലിയ ചിറയുടെ രണ്ടു വശങ്ങളിലും വെള്ളം നിറഞ്ഞു നിൽക്കുന്നു. ചിറയുടെ ഒരു വശത്ത് നദിയും മറുവശത്ത് പുഞ്ചപാടവും. ചിറയിൽ നിറഞ്ഞു നിൽക്കുന്ന നാളികേര വൃക്ഷത്തിന്റെ സൗന്ദര്യം മനസ്സിൽ നിറഞ്ഞു നിൽക്കും. തെങ്ങുകളും തെങ്ങുകളുടെ ഓലകളും നേരിൽ കാണുന്ന ഒരു പ്രതീതി തന്നെ ഉണ്ടാകും. ചിറയിൽ ഒരു വള്ളം ഇരിപ്പുണ്ട്. വള്ളത്തിനുള്ളിൽ ആളുകൾ നിന്ന് കാര്യങ്ങൾ സംസാരിക്കുന്നു. വാട്ടർ കളർ കൊണ്ട് അതിമനോഹരമായി വരച്ചിരിക്കുന്ന ചിത്രത്തിന്റെ സൗന്ദര്യം വിവരിക്കാൻ പറ്റുന്നില്ല. അവിടെപ്പോയി ഒരു ഫോട്ടോ എടുത്താൽ പോ

ലും വരച്ചിട്ടുള്ള ഈ ചിത്രത്തിന്റെ സൗന്ദര്യം കിട്ടില്ല. കണ്ണാടിച്ചാൽ നേരിട്ട് കാണുന്ന പ്രതീതിയിലാണ് വരച്ചിരിക്കുന്നത്. ഡൽഹിയിൽ നടന്ന ഇന്റർനാഷണൽ വാട്ടർ കളർ സൊസൈറ്റി ഇൻഡ്യ ബിനാലെ 2022 ൽ പ്രദർശിപ്പിച്ച ചിത്രമാണിത്. ചിത്രം കാണാൻ എത്തിയവർ എല്ലാം കണ്ണാടിച്ചാൽ എന്ന ചിത്രം അതീവ ശ്രദ്ധയോടെ നോക്കി നിന്നു. അവരുടെ മനസ്സിൽ ഉള്ള തെങ്ങുകളും പുഴയും പുഞ്ചയും മുന്നിൽ എത്തിയപ്പോൾ ചിത്രത്തിന്റെ അടുത്തു നിന്നു മാറാൻ അവർക്ക് തോന്നിയില്ല. വളരെ ഭംഗിയോടെ വളർന്നു നിൽക്കുന്ന തെങ്ങുകൾ അതിന്റെ പ്രതിബിംബം പുഞ്ചയിലെ ജലത്തിൽ ലയിച്ച് കാണുന്ന ചിത്രത്തിന്റെ സൗന്ദര്യം മറ്റൊരു ചിത്രത്തിനും കിട്ടില്ല. വാട്ടർ കളർ കൊണ്ടുള്ള ചിത്ര പ്രദർശനത്തിൽ കണ്ടവർക്കെല്ലാം ഈ ചിത്രം ഇഷ്ടപ്പെട്ടു.

ഇനി ഒരു ചിത്രം കൂടി കണ്ടിട്ട് നമുക്ക് ധനേഷ് ജി നായരെ പരിചയപ്പെടാം. പമ്പ കണമല പാലം കാണാം. പല ശബരിമല യാത്രക്കാരും കണ്ടിട്ടുള്ള പാലമാണിത്.



ശബരിമല വീഥിയുടെ ഒരു ഭാഗത്തുള്ള പാലമാണിത്. പാലം അതിഗംഭീരമായി വരച്ചിട്ടുണ്ട്. വെള്ളപ്പൊക്കം ഇല്ലാത്ത സമയത്ത് വരച്ച പാലമാണിത്. പാലത്തിനടിയിലൂടെ മണലിൽ കൂടി ഒഴുകിപ്പോകുന്ന പമ്പാനദി കാണാം. നദിയിൽ പല സ്ഥലങ്ങളിലും മണൽ മാത്രം കാണാം. റോഡിൽ കൂടി വരുന്ന വാഹനങ്ങൾ കണമല പാലം കടന്നു പോകുന്നതും മനോഹരമായി വരച്ചിട്ടുണ്ട്. പാലത്തിന്റെ ഒരു വശത്തു നിന്നു കൊണ്ട് മറുവശത്തേക്ക് നോക്കിയാൽ നദിയുടെ ഒരു വശത്ത് കാടുപിടിച്ചു കിടക്കുന്നതു കാണാം. ഈ അതിമനോഹരമായ ചിത്രം ലളിത കലാ അക്കാദമി സംസ്ഥാന പ്രദർശനത്തിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇത്ര മനോഹരമായി ചിത്രങ്ങൾ വരയ്ക്കുന്ന ധനേഷ് ജി നായരെ നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം.

കോട്ടയം ജില്ലയിലെ ഉരുളികുന്ന് എന്ന സ്ഥലത്തെ മഴുവഞ്ചേരിൽ വീട്ടിൽ എം.ആർ. ഗോപിനാഥൻ നായരുടെയും പി.ജി.രാധാമണിയുടെയും മകനാണ്. ധനേഷ് കുട്ടിക്കാലം മുതൽ ചിത്രങ്ങൾ വരയ്ക്കുമായിരുന്നു. പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസം ഉരുളികുന്ന് എസ്.ഡി.എൽ.പി. സ്കൂളിലും യുപിസ്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസം എം.ജി.എയും പി സ്കൂൾ എലിക്കുളം. പ്രീഡിഗ്രി പഠിച്ചത് എസ് വി ആർ എൻ എസ് എസ് എസ് കോളേജ് വാഴൂരിൽ നിന്നുമാണ്. തൃപ്പൂണിത്തുറ ആർ എൽ വി കോളേജിൽ നിന്ന് ബി എഫ് എയും എം എഫ് എയും നേടി. രണ്ടും ഫസ്റ്റ് റാങ്കോടെയാണ് പാസ്സായത്. വാട്ടർ കളറിൽ പ്രകൃതിദൃശ്യങ്ങൾ റഫായി ഒരു പാട് വരച്ചിട്ടുണ്ട്. ഫോട്ടോ നോക്കി വരച്ച ലണ്ടൻ ബ്രിജ് കണ്ടാൽ ലണ്ടൻ പാലം നമ്മുടെ മുന്നിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടതായി തോന്നും. തോടിന്റെ പകുതിയിൽ തകർന്നു പോയ പാലം നമ്മുടെ ഉള്ളിൽ നിറഞ്ഞു നിൽക്കും. പകുതി തകർന്ന പാലവും പാലത്തെ അലങ്കരിച്ചു കൊണ്ട് കാട്ടുചെടികൾ വളർന്നു നിൽക്കുന്നതും പാലത്തിനു കീഴിൽ കിടക്കുന്ന വള്ളവും എല്ലാം വാട്ടർ കളർ കൊണ്ട് ആരുടെയും മനസ്സിൽ തങ്ങിനിൽക്കും വിധം വരച്ചിരിക്കുന്നു. വെള്ളത്തിൽ വിരിഞ്ഞു നിൽക്കുന്ന ആമ്പൽപ്പുക്കളും അതി മനോഹരമായി വരച്ചിട്ടുണ്ട്. അരുവിയിൽ വിരിഞ്ഞു നിൽക്കുന്ന ആമ്പൽപ്പുക്കളുടെ സൗന്ദര്യം ആരെയും ആകർഷിക്കുന്നതാണ്.



മലയാള മനോരമയുടെ വനിത വീട് മാഗസിനിലെ ആർട്ടിസ്റ്റാണ് ധനേഷ്. പ്രകൃതി ചിത്രങ്ങൾ മാത്രമല്ല ഒരു പാട് നല്ല ഇലസ്ട്രേഷനുകളും അദ്ദേഹം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. പൂക്കച്ചവടക്കാരുടെ മനോഹരമായ ഒരു ചിത്രം അദ്ദേഹം വരച്ചിട്ടുണ്ട്. പൂക്കളും പൂമാലകളും വിൽക്കുന്ന ഒരു കച്ചവടക്കാരി കൂലപ്പുക്കൾ എടുത്ത് കെട്ടിവെയ്ക്കുന്ന ചിത്രം വാട്ടർ കളറിൽ ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. വാട്ടർ കളറിനോടാണ് ധനേഷിന് ഏറെ താല്പര്യം. മറ്റു കളറുകളേക്കാൾ ഏറ്റവും പ്രയാസം വാട്ടർ കളർ ചെയ്യുവാൻ തന്നെയാണ്. കളർ ചെയ്യുമ്പോൾ ഓരോ കളറും കൃത്യമായി ചെയ്യണം. വെള്ള നിറം ഉപയോഗിക്കുവാൻ പാടില്ല. വെള്ള നിറത്തിന്



പേപ്പർ വൈറ്റ് തന്നെയാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. വരയ്ക്കുമ്പോൾ തെറ്റുപറ്റിയാൽ ചിത്രം മാറ്റി വരയ്ക്കേണ്ടി വരും. മാറ്റി വരയ്ക്കുമ്പോൾ ചിത്രം ആദ്യം മുതൽ വീണ്ടും തുടങ്ങേണ്ടി വരും. ഓയിൽ പെയിന്റിംഗിനും അക്രിലിക് കളർ ഉപയോഗിച്ചു വരയ്ക്കുന്നതിനും തെറ്റിയ ഭാഗം മാറ്റിയെടുക്കാം. വാട്ടർ കളറിൽ അത് നടക്കുകയില്ല. നല്ല കഴിവുള്ളവർക്കു മാത്രമേ വാട്ടർ കളർ ഉപയോഗിച്ച് ചിത്രം വരയ്ക്കാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ധനേഷ് എല്ലാ കളറും ഉപയോഗിച്ച് ചിത്രം വരയ്ക്കും. കൂടുതലും വാട്ടർ കളർ ഉപയോഗിച്ചു തന്നെയാണ് വരയ്ക്കുന്നത്.

ഇനി ധനേഷ് ജി നായർ പറയുന്നത് നമുക്കൊന്ന് കേൾക്കാം: ‘അനൂപ് മേനോന്റെ ഒരു യാത്രാ വിവരണം എനിയ്ക്ക് വരയ്ക്കാൻ ഉണ്ടായിരുന്നു. ചൈനയിൽ നടന്ന ഒരു സംഭവമാണ് പറയുന്നത്. സ്റ്റോറി നന്നായി വായിച്ചിട്ടാണ് ഞാൻ ഇലസ്ട്രേഷൻ ചെയ്തത്. ഒരു പ്രായമായ മനുഷ്യനും സ്ത്രീയുമാണ് അതിലെ കഥാപാത്രങ്ങൾ. ആ കഥാപാത്രങ്ങളെ വെച്ചുള്ള സംഭവം ഞാൻ വാട്ടർ കളറിൽ വരച്ചു. മാഗസിൻ പ്രിന്റു ചെയ്ത് ഇറങ്ങി. അദ്ദേഹം അതുകണ്ടിട്ട് എന്നെ വിളിച്ചു. അദ്ദേഹം കണ്ട ആളിന്റെ ചിത്രം തന്നെയാണ് ഞാൻ വരച്ചിരിക്കുന്നത് എന്നു പറഞ്ഞു. ചൈനയിൽ നടന്ന സംഭവം എന്റെ ഭാവനയിൽ ആ കഥാപാത്രം അതുപോലെ തന്നെ വന്നതിൽ എന്നെ അദ്ദേഹം അഭിനന്ദിച്ചു. വാട്ടർ കളറിൽ വരച്ച ഒരു പാട് ചിത്രങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഇനിയും എഴുതുവാനുണ്ട്. രണ്ടു മൂന്നു ചിത്രങ്ങളെ കുറിച്ചു കൂടി പറയാം.

വോളിബോൾ കളിയുടെ പരിശീലനത്തിന്റെ ചിത്രം അതിഗംഭീരമായി അദ്ദേഹം വരച്ചിട്ടുണ്ട്. പന്തുകളിക്കാർ വൈകുന്നേരം 5 മണിക്കൂ ശേഷം പരിശീലനം തുടങ്ങിയിട്ട് സന്ധ്യാസമയം ആയപ്പോഴുള്ള ചിത്രം ആരും ഉറുനോക്കും. വാട്ടർ കളറിൽ നന്നായ് വരച്ചിരിക്കുന്നതിനാൽ ആകാശ

ത്തിന്റെ വർണ്ണവും വെളിച്ചവുമെല്ലാം നമ്മളെ സമയംമനസ്സിലാക്കിത്തരും. ഒരു വില്ലേജിന്റെ സൗന്ദര്യം വരയിലൂടെ നമ്മളെ മനസ്സിലാക്കി തന്നിട്ടുണ്ട്. അതിലെ വലിയ വൃക്ഷവും വീടിന്റെ വർണ്ണവും എല്ലാം കാണുന്നവരുടെ ഉള്ളിൽ പതിയും. സന്തോഷ് ജോർജ്ജ് കുളങ്ങരയുടെ റിസോർട്ടിന്റെ ചിത്രം കാണുന്നവർ ആരും അന്തിച്ചുപോകും. പഴയ കെട്ടിടം പോലെയുള്ള പടുകുറ്റൻ കെട്ടിടം. മനോഹരമായ വെള്ള ഭിത്തിയും വളഞ്ഞ വാതിലുകളും ജനലുകളും എല്ലാം ചേർന്ന റിസോർട്ടിന്റെ ചിത്രത്തെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുവാൻ പ്രയാസം. പൂരയിടത്തിൽ നിൽക്കുന്നതെങ്ങുകളുടെ ചിത്രവും അതിഗംഭീരമായി വരച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഫിഷിംഗിന്റെ ഒരു ചിത്രം. ഒരാൾ വളളം തുഴഞ്ഞു കൊണ്ട് മീൻ പിടിക്കാൻ പോകുന്നു. ആകാശത്തിന്റെയും കായലിന്റെയും അർത്ഥനീലിയും വെള്ളയും ലയിച്ചു വർണ്ണം ചിത്രത്തെ അതിമനോഹരമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ചീനവലയുടെ അടുത്തേയ്ക്കുള്ള വള്ളത്തിന്റെ പോക്കും വെള്ളത്തിലുള്ള വള്ളത്തിന്റെ പ്രതിബിംബവും എല്ലാം ഉൾക്കൊണ്ട ചിത്രം അതിഗംഭീരമായിട്ടുണ്ട്. ഇതു പോലെ പറഞ്ഞു പോകാൻ ധനേഷിന്റെ ഒരു പാട് ചിത്രങ്ങൾ ഉണ്ട്. ധാരാളം സ്ഥലങ്ങളിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നതിനായി ധനേഷിന്റെ ചിത്രങ്ങൾ തിരഞ്ഞെടുത്തിട്ടുണ്ട്.

എം.കെ.കൃഷ്ണപ്രിയയാണ് ധനേഷിനെ ഭാര്യ. രണ്ടു പെൺമക്കളും അദ്ദേഹത്തിനുണ്ട് മുത്തമകൾ പല്ലവി, രണ്ടാമത്തെ മകൾ പവിത്ര. ●



എൽ.രാജശേഖരൻ മുതുകുളം

Homage

വി.പി.ഖാലിദ്



16-ാം വയസ്സിൽ ഒരു നാടക മത്സരത്തിൽ പങ്കെടുക്കാനായി അഭിനയിച്ചാണ് അഭിനയ രംഗത്തേക്ക് എത്തിയത്. കോമഡി വേഷത്തിൽ തകർത്തഭിനയിച്ച ഖാലിദിനു മികച്ച കൊമേഡിയനുള്ള അവാർഡും കിട്ടി. ആലപ്പി തിയറ്റേഴ്സ് അംഗമായിരുന്ന ഖാലിദ് അറിയപ്പെടുന്ന ഗായകനുമായിരുന്നു. കൊച്ചിൻ സനാതനയുടെ എഴുന്നള്ളത്ത്, ആലപ്പി തിയറ്റേഴ്സിന്റെ ഡ്രാക്കുള്ള അഞ്ചാം തിരുമുറിവ് തുടങ്ങിയവയാണ് പ്രധാന നാടകങ്ങൾ. 1973ൽ പി.ജെ.ആന്റണി സംവിധാനം ചെയ്ത പെരിയാർ എന്ന ചിത്രത്തിലൂടെയാണ് സിനിമയിലെത്തുന്നത്. ഏണിപ്പടികൾ, പൊന്നാപുരം കോട്ട തുടങ്ങിയ ചിത്രങ്ങളിലും വേഷമിട്ടു. മഴവിൽ മനോരമയിലെ മറിമായം പരമ്പരയിലെ സുമേഷ് എന്ന കഥാപാത്രം ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടിരുന്നു. 2022 ജൂൺ 24ന് 74-ാം വയസ്സിൽ അന്തരിച്ചു.

ചൊവ്വല്ലൂർ കൃഷ്ണൻകുട്ടി



1959-ൽ സി.പി.ഐ നേതാവായിരുന്ന മുൻ വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പ് മന്ത്രി ജോസഫ് മുണ്ടശ്ശേരി നടത്തിയിരുന്ന നവജീവൻ പത്രത്തിൽ സബ് എഡിറ്ററായി ചൊവ്വല്ലൂർ കൃഷ്ണൻകുട്ടി ജോലിയിൽ പ്രവേശിച്ചു. 1963-ൽ ഗുരുവായൂരിൽ നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്ന സായാഹ്നപത്രമായിരുന്ന സ്വതന്ത്രമണ്ഡപം എന്ന പത്രത്തിന്റെ എഡിറ്ററുമായി. 1966-ൽ മലയാള മനോരമയുടെ കോഴിക്കോട് യൂണിറ്റിൽ സബ് എഡിറ്ററായി ചേർന്നു. 2004-ൽ അസിസ്റ്റന്റ് എഡിറ്ററായി വിരമിച്ചു. ആകാശവാണി സ്റ്റാഫ് ആർട്ടിസ്റ്റ്, കേരള കലാമണ്ഡലം വൈസ് ചെയർമാൻ, സംഗീത നാടക, സാഹിത്യ അക്കാദമി അംഗം, ഗുരുവായൂർ ദേവസ്വത്തിന്റെ ഭക്തപ്രിയ മാസിക പത്രാധിപസമിതി അംഗം എന്നീ നിലകളിലും പ്രവർത്തിച്ചു.

ഒരു നേരമെങ്കിലും കാണാതെ വയ്ക്കന്റെ ഗുരുവായൂരപ്പാ നിൻ ദിവ്യരൂപം... ഉദിച്ചുയർന്നു മാമല മേലേ ഉത്രം നക്ഷത്രം... തുടങ്ങിയ പ്രശസ്തമായ ഭക്തിഗാനങ്ങൾ രചിച്ചു. ഏകദേശം 3000 ഭക്തിഗാനങ്ങൾ എഴുതിയിട്ടുണ്ട്. ഗാനരചയിതാവ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്, നടൻ, ഹാസ്യസാഹിത്യകാരൻ, നാടകകൃത്ത്, കലാനിരൂപകൻ തുടങ്ങിയ നിലകളിൽ തന്റേതായ വ്യക്തിമുദ്ര പതിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. 2022 ജൂൺ 26ന് 85-ാം വയസ്സിൽ അന്തരിച്ചു.

ലോക പ്രകൃതി സംരക്ഷണ ദിനം

ആരോഗ്യകരമായ ഒരു മനുഷ്യ സമൂഹത്തിന്റെ അടിത്തറയാണ് സുസ്ഥിരവും ആരോഗ്യകരവുമായ അന്തരീക്ഷം. ഇതിന്റെ പ്രാധാന്യം ലോകത്തെ അറിയിക്കാൻ എല്ലാ വർഷവും ജൂലൈ 28ന് ലോക പ്രകൃതി സംരക്ഷണ ദിനം ആഘോഷിക്കുന്നു. വംശനാശത്തിന്റെ വക്കിലെത്തിയ മൃഗങ്ങളെയും വൃക്ഷങ്ങളെയും സംരക്ഷിക്കുക എന്നതാണ് ലോക പ്രകൃതി സംരക്ഷണ ദിനം ആഘോഷിക്കുന്നതിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം.

ആരോഗ്യകരമായ അന്തരീക്ഷം, സുസ്ഥിരവും ഉൽപാദനപരവുമായ ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ അടിത്തറയാണ്. ഭൂമിയെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനു ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത് പ്രകൃതി വിഭവങ്ങളെ പരിപാലിക്കുക എന്നതാണ്.

ലോക പ്രകൃതി സംരക്ഷണ ദിനം ആഘോഷിക്കുന്നതിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം നാം എങ്ങിനെ പ്രകൃതിയെ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നുവെന്നതിനെക്കുറിച്ചുള്ള ആത്മപരിശോധന നടത്തി പ്രകൃതിയെ സംരക്ഷിക്കാനുള്ള നടപടികൾ കൈക്കൊള്ളുക എന്നതാണ്. പ്രകൃതിയെ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നത് മൂലം ആഗോളതാപനം, വിവിധ രോഗങ്ങൾ, പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങൾ, വർദ്ധിച്ച താപനില തുടങ്ങിയവയാണ് മനുഷ്യർ നേരിടുന്നത്.



ചിത്രരചനയും കാർട്ടൂണും കാരിക്കേച്ചറും ഒരുപോലെ വഴങ്ങുന്ന വിനു നായർ

ചട്ടി വരച്ചു ജട്ടിയാക്കി ടീച്ചറിന്റെ അടി വാങ്ങിക്കൂട്ടിയ ഓർമ്മകൾ പങ്കു വയ്ക്കുകയാണ് വിനു നായർ.

വിനു നായർ, ചിത്രരചനയും കാർട്ടൂണും കാരിക്കേച്ചറും ഒരു പോലെ ശ്രദ്ധിക്കുന്നു.

വിവാദം സൃഷ്ടിച്ച ഒരു കാർട്ടൂണിൽ നിന്നു തന്നെ തുടങ്ങാം. ആരും ആ കാർട്ടൂൺ ശ്രദ്ധിക്കാതിരിക്കുകയില്ല. ആരെയും ചിരിപ്പിക്കുകയും ചിന്തിപ്പിക്കുകയും വിധമാണ് ആ കാർട്ടൂൺ വരച്ചിരിക്കുന്നത്. കരിമല കയറ്റം കാർട്ടൂൺ കണ്ട് ചിരിക്കാത്തവർ ആരും കാണുകയില്ല. മുഖ്യമന്ത്രി കറുത്തമുണ്ട് താറുമൊക്കെയുടുത്ത് കൂട്ടയ്ക്കുള്ളിൽ പുകവലിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന നിക്കറും ബ്ലൂസ്മിട്ട് ഒരു യുവതി ഇരിപ്പുണ്ട്. അവരെ തലയിൽ താങ്ങിക്കൊണ്ട് മുഖ്യമന്ത്രി കയറുന്നത്. പിന്നിൽ സംരക്ഷണത്തിനായി ധാരാളം പോലീസും ഉണ്ട്.

'കരിമല കയറ്റം കഠിനമെന്റേപ്പാ' ജപിച്ചുകൊണ്ട് യുവതിയേയും തലയിൽ താങ്ങിക്കൊണ്ടുവരുന്ന മുഖ്യമന്ത്രിയുടെ ചിത്രം വിവാദം സൃഷ്ടിച്ച അതിമനോഹരമായ കാർട്ടൂണാണ്. ആരും ഈ കാർട്ടൂൺ കണ്ട് ചിരിച്ചു പോകും. ഇനി ഒരു

കാർട്ടൂൺ കൂടി; 'കേരള സർക്കസ്' എന്ന കാർട്ടൂൺ. ഇവിടുത്തെ സത്യാവസ്ഥ എടുത്തുകാട്ടുന്ന കാർട്ടൂൺ ആണത്. ഒരു പാവപ്പെട്ടവൻ മലർന്നു കിടക്കുന്നു. അവന്റെ നെഞ്ചത്ത് കെ.എസ്.ആർ.ടി.സി, കെ.സ്.ഇ.ബി, ബീവ്കോ, കെ റയിൽ എന്നിവ ഒന്നിനു പുറമേ ഒന്നായി ഇട്ടിട്ട് അവയ്ക്കു മുകളിൽ കയറി നിന്ന് ഗോഷ്ടി കാണിക്കുന്ന ബഹുമാന്ദ്യ മുഖ്യമന്ത്രിയാണ്. പട്ടിണി പാവങ്ങളുടെ നെഞ്ചത്തു കാട്ടുന്ന സർക്കസ് മനോവിഷമത്തോടെ ആരും എടുത്തു നോക്കും. ചിത്രങ്ങളും കാർട്ടൂണുകളും കാരിക്കേച്ചറുകളും വരയ്ക്കുന്ന വിനു നായർ ആണ് ഈ കാർട്ടൂണുകൾ വരച്ചിരിക്കുന്നത്.

വിനു നായർ ചെങ്ങന്നൂർകാരനാണ്. ചെങ്ങന്നൂർ കല്ലിശ്ശേരിയിൽ പടിഞ്ഞാറേത്ത് വീട്ടിൽ പി. സുകുമാരൻ നായരുടെയും ഇന്ദിര പി നായരുടെയും മകനാണ്. കുട്ടിക്കാലം മുതലേ വിനു ചിത്രങ്ങൾ വരയ്ക്കുമായിരുന്നു. പാറയിൽ സ്കൂൾ, കല്ലിശ്ശേരി ഹൈസ്കൂൾ, പരുമല കോളേജ്, മാവേലിക്കര രാജരാജവർമ്മ കോളേജ് ഓഫ് ആർട്സ്



വിനു നായർ

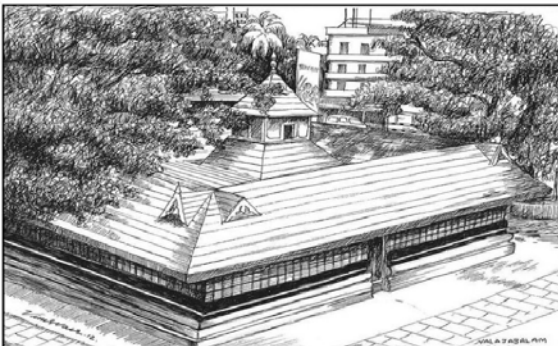
എന്നിവിടങ്ങളിൽ പഠിച്ചു. എൻ.ഡി.എഫ്.എ പോസ്റ്റ് ഗ്രാഡുവേറ്റ് ഡിപ്ലോമ രാജ രവിവർമ്മയിൽ നിന്ന് നേടി. അതിനു ശേഷം പല സ്ഥലങ്ങളിൽ ജോലി ചെയ്തു. ഹൈദരാബാദിൽ 2D ആനിമേറ്റർ എന്ന ജോലിയാണ് ചെയ്തത്. ഫയാദ് പ്രിന്റിംഗ് അബുദാബിയിൽ ചെയ്തു. കരൂനാഗപ്പള്ളിയിലുള്ള മാ ഇലസ്ത്രീഷൻ, എറണാകുളത്തുള്ള ഇമേജ് ക്രിയേറ്റീവ് എഡ്യൂക്കേഷൻ സെന്റർ എന്നിവിടങ്ങളിലും ജോലി ചെയ്തിരുന്നു. ഇപ്പോൾ ചങ്ങനാശ്ശേരി സെന്റ് ജേസഫ് കോളേജിൽ വർക്കു ചെയ്യുന്നു.

കുട്ടിക്കാലം മുതലുള്ള ചിത്രരചനാ താൽപ്പര്യം സ്കൂളിൽ പഠിക്കുന്ന കാലത്ത് ഒത്തിരി അടി വാങ്ങുവാനും കാരണമായി. അദ്ദേഹത്തിന്റെ വാക്കുകളിൽ നിന്ന് നമുക്ക് അതു കേൾക്കാം. 'ഞാൻ എൽ.പി.സ്കൂളിൽ പഠിക്കുന്ന കാലം. പാഠയിൽ സ്കൂൾ എന്നായിരുന്നു സ്കൂളിന്റെ പേര്. സ്കൂൾ പഴയൊരു ഓല കെട്ടിടമാണ്. സ്കൂളിൽ പഠിക്കാൻ പോകുമ്പോൾ ഇന്നത്തേതുപോലെ ഷൂവിട്ട് ടൈ കെട്ടി കൊണ്ടെന്നുമല്ല പോയിരുന്നത് സാധാരണ ഉടുപ്പും നിക്കറും ഇട്ടു കൊണ്ടായിരുന്നു. പൂസ്തകം കൊണ്ടു പോകുവാൻ ബാഗും ബോക്സും ഒന്നുമില്ലായിരുന്നു. അന്നത്തെ കാലത്ത് പൂസ്തകം കൊണ്ടുവരാൻ ഒരു അലുമിനിയം പെട്ടി ഉണ്ടായിരുന്നു. അതുമായി വരുന്നവനാണ് ക്ലാസിലെ പ്രമാണി. അത് അധികം പേർക്കൊന്നും കാണില്ല. ഞങ്ങൾ പാവങ്ങൾ ജോസഫ് ചേട്ടന്റെ കടയിൽ നിന്നു കിട്ടുന്ന സൈക്കിൾ റബ്ബർ ട്യൂബ് മുറിച്ചുണ്ടാക്കുന്ന റബ്ബർ ബുക്കിനു മുകളിലൂടെ വലിച്ചിട്ടു കൊണ്ടുള്ള പൂസ്തകങ്ങളും ബുക്കുകളുമായാണ് പള്ളിക്കൂട്ടത്തിൽ പൊയ്ക്കൊണ്ടിരുന്നത്. അന്നത്തെ ബാല്യകാലം പുള്ളിയുടെയും മധുരത്തിന്റെയും ആസ്വാദന നിറങ്ങളും സ്വാദുകളുമായിരുന്നു. അങ്ങനെയിരിക്കെ ശ്രീകുമാർ എന്ന സഹപാഠി ചില ചിത്രങ്ങൾ ഒക്കെ വരച്ചുകൊണ്ടു വരുമായിരുന്നു. അവന്റെ ഓരോ ചിത്രങ്ങളും



കാണുമ്പോൾ മറ്റു കുട്ടികൾക്ക് അവനോടായി താൽപ്പര്യം. അവൻ ക്ലാസിലെ ഹീറോ ആയി വാഴുന്ന കാലം. എന്റെ ഉള്ളിലെ വരമോഹങ്ങളും കുടിക്കൊണ്ടിരുന്നു. ഞാൻ വരയ്ക്കുമെന്ന് എന്റെ കുട്ടുകാരെ ഒന്ന് കാണിക്കണമല്ലോ. എന്റെ മനസ്സിൽ ആഗ്രഹങ്ങൾ കുടിക്കൊണ്ടിരുന്നു. എങ്ങനെ കുട്ടുകാരെ വരച്ചുകൊടുമെന്ന് ഞാൻ ആലോചിച്ചു കൊണ്ട് നടന്നു. ഒരു ദിവസം ഉച്ച സമയം ക്ലാസ് ടീച്ചർ ലീവായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ തന്നെ കുട്ടുകാരെ വരച്ചുകൊണ്ടിരിക്കാം. ഞാൻ തീരുമാനിച്ചു.

മേശപ്പുറത്തു കിടന്ന ചോക്കൈത്തു ഞാൻ ബോർഡിന്റെ അടുത്തെത്തി. വര തുടങ്ങി. പച്ചപ്പിടിയും പൂവും അയിരുന്നു എന്റെ ലക്ഷ്യം. പച്ചപ്പിടിയും വരച്ചു തുടങ്ങിയപ്പോൾ അതിൽ വലിയ പൂതുമ തോന്നിയില്ല. ചെറിയ ഡിസൈൻ പണി നടത്തി. താഴത്തെ ഭാഗം രണ്ടു സൈഡും അകത്തേയ്ക്ക് വളച്ചു. ക്ലാസിൽ നിന്നും അടക്കിപിടിച്ച ചിരികൾ. എന്തൊക്കെയാണെന്ന് എനിയ്ക്ക് മനസ്സിലായില്ല. ക്ലാസിലെ ബഹളം കേട്ട് അന്നമ്മ ടീച്ചർ വടിയുമായി വന്നു. ചോക്ക് ഉപേക്ഷിച്ച് ഞാൻ എന്റെ ഇരിപ്പിടത്തിലേയ്ക്ക് ഓടി. എന്റെ കലാസൃഷ്ടി ബോർഡിൽ നിന്ന് തുടച്ചില്ല. ടീച്ചർ വന്ന് ബോർഡിൽ നോക്കി. തല ചരിച്ചുമൊക്കെ ടീച്ചർ ബോർഡിൽ നോക്കി. അപ്പോൾ ഒരു കുട്ടുകാരൻ വിളിച്ചു പറഞ്ഞു. 'ടീച്ചറേ വിനു ബോർഡിൽ ജട്ടിയാണ് വരച്ചിരിക്കുന്നത്.' ഞെ ഞാൻ ചട്ടിയും ചെടിയുമാണല്ലോ വരച്ചത്. ജട്ടി വരച്ചില്ലല്ലോ. ഞാൻ സൂക്ഷിച്ചു നോക്കി ചട്ടി എങ്ങനെ ജട്ടി യായി? ശരിയാണ് എന്റെ ഡിസൈനിംഗ് കൂടുതൽ കൊണ്ട് ചട്ടി ജട്ടിയായി! പിള്ളേർ ഒരു തളളും കുടി എനിക്കിട്ട് തളളി, ടീച്ചറേ ടീച്ചറിന്റെ ജട്ടിയാണെന്നു പറഞ്ഞു. പിന്നെ അടിയുടെ ഒരു പുരം തന്നെ ആയിരുന്നു. ടീച്ചർ എന്നെ ഒരു പാട് തല്ലി.





എന്റെ കാലു പൊട്ടി ചോര ഒഴുകുന്നതുവരെ ടീച്ചർ അടിച്ചു. നിരപരാധിയായ ഒരു കുട്ടിയെ തല്ലിയത് അന്നത്തെ കാലമായതുകൊണ്ട് ടീച്ചർ രക്ഷപെട്ടു. കുട്ടിയായിരുന്നപ്പോൾ സ്കൂളിൽ വെച്ചുണ്ടായ സാദരം മറക്കാതെ വിനുവിന്റെ മനസ്സിൽ നിറഞ്ഞു നിൽക്കുന്നു.

ഒരു പാട് പുസ്തകങ്ങൾക്ക് വിനു കവർ പേജുകൾ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. അമ്പലങ്ങളുടെയും വള്ളപ്പുരയുടെയും ഉൾപ്പടെ നിരവധി രേഖാചിത്രങ്ങൾ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. നാഷണൽ ഫോറം ഫോർ പീപ്പിൾസ് റെറ്റേൺ ആലപ്പുഴ ജില്ലാ കമ്മറ്റിയുടെ ആദരവ് കിട്ടിയിട്ടുണ്ട്. ഓരോ ദിവസവും രസകരമായ കാർട്ടൂണുകൾ വരയ്ക്കുന്നു. കാർട്ടൂണുകൾ പോലെ തന്നെ ധാരാളം കാരിക്കച്ചറുകളും വിനു നായർ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രധാനമന്ത്രിയുടെയും മുഖ്യമന്ത്രിയുടെയും മോഹൻലാലിന്റെയും മമ്മൂട്ടിയുടെയും നെടുമുടി വേണുവിന്റെയും സുരേഷ്ഗോപിയുടെയും മഞ്ജു വാര്യരുടെയും എല്ലാം കാരിക്കച്ചറുകൾ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. കാർട്ടൂണിനെപ്പറ്റി പറയാൻ ഒരുപാടുണ്ട്. ഗ്യാസ് സിലിണ്ടറിന്റെ വില കുടിയപ്പോൾ വീടിന്റെ മുകൾഭാഗം തകർത്തു കൊണ്ട് കുതിച്ചു ചാടുന്ന ഗ്യാസ് സിലിണ്ടറും. കൈനിയെ

മദ്യക്കുപ്പിയുമായി വരുന്ന ആളിനോട് മീൻ മേടി ക്കാനല്ലേ മനുഷ്യാ നിങ്ങളെ വിട്ടത് എന്നു ചോദിക്കുമ്പോൾ ചിരിച്ചു കൊണ്ട് ആ മനുഷ്യൻ പറയും മീൻ കിട്ടിയില്ലെടി എന്ന്. ഇതു പോലെ രസകരമായ ഒരുപാട് കാർട്ടൂണുകൾ വരയ്ക്കുന്നുണ്ട്. പെട്രോൾ വില കുടിയപ്പോൾ വീട്ടുകാരൻ കാർ കഴുകുന്ന ഡ്രൈവറോട് പറയുന്നു 'കുടുംബം നശിപ്പിക്കുന്ന ഈ സാധനം എവിടെ എങ്കിലും കൊണ്ടു കള' ഇതു പോലെ ഒത്തിരി കാർട്ടൂണിനെക്കുറിച്ച് പറയാനുണ്ട് ചിത്രങ്ങൾ കണ്ട് എല്ലാവരും ആസ്വദിക്കുക. സെന്റ് ജോസഫ് കോളേജിൽ ക്ലാസ് എടുക്കുന്നതോടൊപ്പം നിരവധി കാരിക്കച്ചറുകളും കാർട്ടൂണുകളും വിനു നായർ വരച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. വിനുവിന്റെ ഭാര്യയുടെ പേര് ദീപ. മക്കൾ വി. വിധുൻ, വി. വേദവ് എന്നിവർ ●

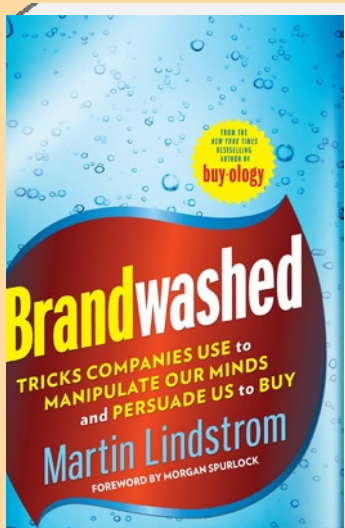


എൽ.രാജശേഖരൻ മുതുകുളം

Brandwashed

by Martin Lindstrom

പുസ്തക പരിചയം



Marketing visionary Martin Lindstrom has been on the front lines of the branding wars for over twenty years. Here, he turns the spotlight on his own industry, drawing on all he has witnessed behind closed doors, exposing for the first time the full extent of the psychological tricks and traps that companies devise to win our hard-earned dollars.

Picking up from where Vance Packard's bestselling classic, *The Hidden Persuaders*, left off more than half-a-century ago, Lindstrom reveals how advertisers and corporations:

- Intentionally target children at an alarmingly young age
- Stoke the flames of public panic and capitalize on paranoia over global contagions, extreme weather events, and food contamination scares.
- Are secretly mining our digital footprints to uncover some of the most intimate details of our private lives.
- Purposely adjust their formulas in order to make their products chemically addictive.
- And much, much more.

This searing expose introduces a new class of tricks, techniques, and seductions--the *Hidden Persuaders* of the 21st century--and shows why they are more insidious and pervasive than ever. Amazon Kindle edition Rs.1291/-

പൊക

ആനുകാലിക സംഭവങ്ങളെ ആസ്പദമാക്കി അരുൺ അയ്യപ്പൻ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന പൊക എന്ന സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം തിരുവനന്തപുരത്ത് ആരംഭിച്ചു. അയ്വാൻസ് ഫിലിം ഫാക്ടറിയുടെ ബാനറിൽ ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. പ്രമുഖ താരങ്ങളോടൊപ്പം സവിത സാവിത്രി, ജാനകി ദേവി, സന്ധ്യാനായർ, ബേബി സേറ, ഇഷിത സുധീഷ്, ജോണി എം. എൽ, സാബു ബാർട്ടൺഹിൽ, എം. സജീവ്, കൃഷ്ണദാസ്, അരുൺ ഭായ്, ബിജു ബാഹുലേയൻ, അനിൽ മാസ്, സന്തോഷ് നിർമ്മിതി, ലിബിൻ നെടുമങ്ങാട്, ഷംനാദ് ഷെരീഫ്, സുധീഷ് തമലം തുടങ്ങിയവർ അഭിനയിക്കുന്നു.

സിനിമാട്രോഗ്രാഫി : മനു ബാലക്. എഡിറ്റർ : എം. എസ്. അയ്യപ്പൻ നായർ. ഗാനരചന : കവിപ്രസാദ് ഗോപിനാഥ്, അരുൺ. സംഗീതം : ജോസ് ബപ്പയ്യ. കലാ സംവിധാനം : ആദർശ് ഉത്തരംകോട്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ശ്രീകുമാർ പെരുന്താനി. അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ : ദിനേഷ് നെടുമങ്ങാട്. അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടർ : സഞ്ജയ് എസ്. എ.കോസ്റ്റുമർ : സന്തോഷ് നിർമ്മിതി. മേക്കപ്പ് : സുധീഷ് എരുവായിൽ. സൗണ്ട് ഡിസൈൻ : രഞ്ജിത്ത് രാജഗോപാൽ, അരുൺ വർമ്മ (സ്റ്റാർ ഫോർച്ചുൺ മൂവി). സ്റ്റിൽസ് : ഷാലു പേയാട്. വി എഫ് എക്സ് : ഐഡിയന്റ്സ് മോഷൻ ഡിസൈൻ. എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊ



ഡ്യൂസർ : എം.സജീവ്. അസോസിയേറ്റ് എഡിറ്റർ : ദിനേഷ് ദിനു. സ്കോട്ട് എഡിറ്റർ : മനു കൃഷ്ണ. ക്യാമറ അസോസിയേറ്റ് : എബിൻ തോമസ് പെരുന്തൽമണ്ണ, തോമസ്. പോസ്റ്റർ ഡിസൈൻ : അമൽ എസ്.ഹരി. മരയ്ക്കാർ അറബിക്കടലിന്റെ സിംഹം എന്ന ചിത്രത്തിനു ശേഷം എം. എസ്. അയ്യപ്പൻ നായർ എഡിറ്റിംഗ് നിർവഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണിത്.

പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ.

തിരുവോണ ശലഭങ്ങൾ

ഓണത്തിന്റെയും പ്രണയത്തിന്റെയും പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള മ്യൂസിക്കൽ ആൽബമാണ് 'തിരുവോണ ശലഭങ്ങൾ'. ഓഫ്ണിക് റോയിറ്റി ആണ് സംവിധായകൻ. വിഷ്ണു ശ്രീം പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിലാണ് ആൽബം നിർമ്മിക്കുന്നത്. സാബു കൃഷ്ണ, ലക്ഷ്മി സജു, റോബിൻ തോമസ്, സണ്ണി അങ്കമാലി, കുമാർ സെൻ, ഹരിനന്ദന, ഗൗതം കൃഷ്ണ എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ.

ഗാനരചന: ശർമ്മാജി. സംഗീതം രമേശ് കെ.വി. ഛായാഗ്രഹണം : സനുപ് എ. എസ്. ഓർക്കസ്ട്രേഷൻ : മുരളി ക്രിഷ്. അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ : കുമാർ സെൻ. കലാ സംവിധാനം : സണ്ണി അങ്കമാലി. പോസ്റ്റർ ഡിസൈനിംഗ് : അനുഗ്രഹ് പ്രസാദ്. കൊച്ചി, ഒറ്റപ്പാലം എന്നിവിടങ്ങളിലായിരുന്നു ചിത്രീകരണം.

ഓണത്തിന് ആൽബം പ്രേക്ഷകരുടെ മുന്നിലെത്തും.

പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ.





Editorials of the month.

മലയാള മനോരമ ജൂൺ 01, 2022

ഭാരതം ഭാഷകളിൽ തിളങ്ങട്ടെ

ഭാരതം എന്ന മഹാവൃക്ഷത്തിലെ വൈവിധ്യമാർന്ന ചില്ലുകളാണ് ഇവിടത്തെ ഓരോ ഭാഷയും. രാജ്യത്തെ ഒരു ഭാഷയും മറ്റൊന്നിനെക്കാൾ മുന്നിലോ പിന്നിലോ അല്ല. സ്വാഭിമാനവും പരസ്പര ബഹുമാനവുമാണ് ഇന്ത്യൻ ഭാഷകളുടെ മനോഹര മുഖമുദ്ര. ഒട്ടേറെ ഭാഷകളുടെ സമ്പന്നമായ കലവറയാണ് ഇന്ത്യ. ഭാഷ, ഭക്ഷണം, വേഷം, സംസ്കാരം ഉൾപ്പെടെയുള്ള വൈവിധ്യങ്ങളാണു രാജ്യത്തെ ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതും ഒരുമിച്ചു നിർത്തുന്നതും. ഭാഷയുടെ പേരിൽ വിവാദങ്ങളുണ്ടാക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങളെ കരുതിയിരിക്കണമെന്നും പ്രധാനമന്ത്രി ആവശ്യപ്പെട്ടിരുന്നു. പ്രാദേശിക ഭാഷകൾക്കു പ്രാമുഖ്യം നൽകണമെന്നതാണ് ദേശീയ വിദ്യാഭ്യാസനയത്തിന്റെ ഊന്നലെന്നും ഓരോ ഭാഷയിലും ഇന്ത്യയുടെ സം

സ്കാരമുണ്ടെന്നും ഇന്ത്യയുടെ ആത്മാവാണ് ഇന്ത്യൻ ഭാഷകളെന്നും പ്രധാനമന്ത്രി ഓർമ്മിപ്പിച്ചു. ഒറ്റ പൊതു ഭാഷകൊണ്ടു രാജ്യത്തെ ഏകീകരിച്ചു നിർത്താമെന്നുള്ള ധാരണ അപലപനീയമാണ്. നാനാത്വത്തിലെ ഏകത്വത്തിൽ വിശ്വസിക്കുന്ന നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് ഭരണഘടന അംഗീകരിച്ച എല്ലാ ഭാഷകൾക്കും ഒരേ സ്ഥാനവും ഒരേ അന്തസ്സുമാണെന്നതിൽ സംശയമില്ല. ഈ തുല്യതയെ നിന്ദിക്കുമ്പോൾ ഇന്ത്യതന്നെയാണു നിന്ദിക്കപ്പെടുന്നത്. ഭാഷാ വൈവിധ്യത്തിനു വേണ്ടിയുള്ള നിലപാട് അഭിനന്ദനീയവും പ്രതീക്ഷാജനകവുമാണ്.

കേരളകൗമുദി ജൂൺ 02, 2022

സ്വകാര്യ സർവകലാശാല വരുമ്പോൾ

സംസ്ഥാനത്ത് സ്വകാര്യ സർവകലാശാലകൾ സ്ഥാപിക്കാൻ സർക്കാരിന്റെ എൻ.ഒ.സി. ആവശ്യമാണ്. അതു ലഭിക്കാതെ സർവകലാശാല തുടങ്ങാൻ യു.ജി.സി. അനുമതി നൽകില്ല. വർഷങ്ങൾക്ക് മുമ്പ് നിരവധി പ്രൊഫഷണൽ സ്വാശ്രയ കോളേജുകൾക്ക് അനുമതി നൽകിയപ്പോൾ അവതു ശതമാനം സീറ്റ് സർക്കാരിന് വിട്ടുനൽകാമെന്ന് അവർ വാഗ്ദാനം ചെയ്തിരുന്നു. അതിനാൽ രണ്ട് സ്വാശ്രയ കോളേജുകൾക്ക് സമം ഒരു സർക്കാർ കോളേജ് എന്ന് അന്നത്തെ മുഖ്യമന്ത്രി പറയുകയും ചെയ്തിരുന്നു. എന്നാൽ അനുഭവത്തിൽ അതല്ല നടന്നത്. വാഗ്ദാനം പാലിക്കാൻ ചിലർ തയ്യാറായില്ല. അന്ന് തുടങ്ങിയ പല സ്വാശ്രയ വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളും പ്രത്യേകിച്ചു എൻജിനീയറിംഗ് കോളേജുകൾ പഠന നിലവാരത്തിൽ വളരെ പിന്നോക്കം പോവുകയും കൂട്ടികളെ കിട്ടാതെ പട്ടികയും ചെയ്തു. വിദ്യാഭ്യാസ രംഗത്ത് യാതൊരു മുൻപരിചയമില്ലാത്ത വരും സമ്പത്തിന്റെ ബലത്തിൽ കോളേജുകൾ തുടങ്ങിയതും തിരിച്ചടിയായി. അതിനാൽ വ്യക്തമായ നിയമവും ചട്ടങ്ങളും നിർമ്മിച്ച് കരാറിൽ

ഒപ്പിടാതെ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങാൻ അനുമതി നൽകിയാൽ ഗുണത്തേക്കാളേറെ ദോഷമാവും. സംവരണവും മെറിറ്റും സാമൂഹ്യനീതിയും ഉറപ്പാക്കിയാലേ സ്വകാര്യ സർവകലാശാലകൾ അനുവദിക്കു എന്ന സർക്കാർ നിലപാടിനെ സ്വാഗതം ചെയ്യാതിരിക്കാനാവില്ല. മെഡിക്കൽ രംഗത്തെ പ്രശസ്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ കേരളത്തിൽ വന്നാൽ പഠനത്തിനായി കൂട്ടികളുടെ ദേശാടനം ഒരു പരിധിവരെ ഒഴിവാക്കാനാവും. ഇതൊരു നിക്ഷേപ സാധ്യതയുമാണ്. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ ഇത്തരം നിക്ഷേപങ്ങൾ വരുന്നത് നിരവധി തദ്ദേശീയർക്ക് തൊഴിൽ ലഭിക്കാനും അനുബന്ധ തൊഴിൽ മേഖലകൾ കണ്ടെത്താനും ഇടയാക്കും.

മംഗളം ജൂൺ 02, 2022

സുരക്ഷിതമാവണം ആധാർ

ഒരു ഇടവേളയ്ക്കു ശേഷം വീണ്ടും ആധാറിന്റെ സുരക്ഷ ചർച്ചാ വിഷയമായിരിക്കുകയാണ്. ആധാർ വിവരങ്ങൾ ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നതു തടയാനായി ചില നിർദ്ദേശങ്ങൾ യൂണിക് ഐഡന്റിഫിക്കേഷൻ അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ മുന്നോട്ടുവെച്ചിരുന്നു. ആധാർ കാർഡിന്റെ അവസാന നാലക്ക നമ്പർ മാത്രം കാണുന്ന തരത്തിലുള്ള മാസ്ക്ഡ് ആധാർ കാർഡുകളുടെ കോപ്പി മാത്രമേ നൽകാവൂ എന്നതായിരുന്നു പ്രധാന നിർദ്ദേശം. ഉടമയുടെ സ്വകാര്യത സംരക്ഷിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ എല്ലാ സംവിധാനവും ആധാറിലുണ്ടെന്ന് അവകാശപ്പെട്ട കേന്ദ്രം ജാഗ്രത പാലിക്കണമെന്ന പൊതുവായ നിർദ്ദേശം മാത്രമാണു നൽകിയതെന്നാണു വിശദീകരിച്ചത്. ജീവിതത്തിന്റെ വിവിധ മേഖലകളിൽ ആധാർ ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്നു.

കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ ഒരു സംരംഭം എന്ന നിലയിൽ ജനങ്ങളിൽ ഭൂരിപക്ഷവും ആധാറിനെ വിശ്വസിക്കുന്നുണ്ട്. ആ സ്ഥിതിക്ക് ആധാറിന്റെ സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പുവരുത്താൻ കേന്ദ്ര സർക്കാരിനും യു.ഐ.ഡി.എ.ഐ.ക്കും ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട്. ആധാർ നമ്പർ ഉപയോഗിക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ ജാഗ്രത വേണമെന്ന് മുന്നറിയിപ്പ് നൽകുകയും പിന്നീട് പിൻവലിക്കുകയും ചെയ്തതോടെ ജനങ്ങളിൽ സംശയമുണർന്നിട്ടുണ്ട്. അതു പരിഹരിക്കാനുള്ള നടപടി സർക്കാരിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്നുണ്ടാകണം.

ദീപിക ജൂൺ 03, 2022

ഭക്ഷണത്തെ ആയുധമാക്കരുത്

റഷ്യൻ അധിനിവേശം എത്രയും വേഗം അവസാനിപ്പിച്ചില്ലെങ്കിൽ അനുഭവിക്കുന്നത് യുക്രെയ്ൻ മാത്രമായിരിക്കില്ലെന്ന മുന്നറിയിപ്പ് ലോകം നേരിടുന്ന ഭക്ഷ്യക്ഷാമത്തിലൂടെ യാഥാർത്ഥ്യമാകുകയാണ്. അതിന്റെ ദുരിതപൂർണ്ണമായ വശമാണ് ഭക്ഷണത്തെ ആയുധമാക്കരുതെന്ന അഭ്യർത്ഥനയിലൂടെ മാർപാപ്പ അങ്ങേയറ്റം ഉളിതവ്യം ഹൃദയസ്പർശിയുമായി ലോകത്തിനു മുന്നിൽ അവതരിപ്പിച്ചത്. ഭക്ഷണം മനുഷ്യന്റെ അവകാശമാണെന്നും യുക്രെയ്ൻ തുറമുഖങ്ങളിലെ ഉപരോധം നീക്കി ധാന്യങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യാൻ അടിയന്തര നടപടി സ്വീകരിക്കണമെന്നുമാണ് മാർപാപ്പയുടെ അഭ്യർത്ഥന.

ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ദശലക്ഷക്കണക്കിനു പാവങ്ങൾ യുക്രെയ്നിൽനിന്നും റഷ്യയിൽനിന്നുമുള്ള ഗോതമ്പിനെയാണ് ആശ്രയിക്കുന്നത്. ഈ രണ്ടു രാജ്യങ്ങളും ചേർന്ന് ലോകത്തിനാവശ്യമായ 19 ശതമാ

നം ധാന്യങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഈ യുദ്ധം ലോകത്തെ ഭക്ഷ്യക്ഷാമത്തിലേക്കു തള്ളിവിട്ടിരിക്കുകയാണ്. രണ്ടു രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള യുദ്ധം ലോകത്തെയാകമാനം ബാധിക്കുന്നത് എങ്ങനെയാണെന്നതിന് ഉദാഹരണമാണു നാം കണ്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. വിദ്യാഭ്യാസത്തെയും ആരോഗ്യ സേവനത്തെയും കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനത്തെയും ഏറെ പ്രധാനമായ വിശപ്പിനെയും യുദ്ധം രൂക്ഷമാക്കിയിരിക്കുന്നു. ഭക്ഷണം സമൃദ്ധമായി ഉണ്ടായിട്ടും കൊടുക്കാനോ വാങ്ങാനോ കഴിയാത്ത അവസ്ഥയാണ്. ഭക്ഷണകാര്യത്തിൽ മാത്രമല്ല യുദ്ധക്കെടുതി. കേരളമുൾപ്പെടെ അത് അനുഭവിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പണപ്പെരുപ്പവും വിലക്കയറ്റവുമൊക്കെ കുതിച്ചുയരാൻ ഈ യുദ്ധം കാരണമായി. രണ്ടു രാജ്യങ്ങൾക്കു മാത്രമായി ഒരു യുദ്ധവും ഇനിയുണ്ടാവില്ല. ഭൂമുഖത്ത് എവിടെയൊരു സംഘർഷമുണ്ടായാലും എല്ലാവരെയും ബാധിക്കും. ഇപ്പോഴത്തെ യുദ്ധം ഒഴിവാക്കേണ്ടത് റഷ്യയുടെയും യുക്രെയ്നിന്റെയും മാത്രം ആവശ്യമല്ല. ആർക്കും വേണ്ടാത്ത യുദ്ധം അവസാനിപ്പിക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾക്കു മാർപാപ്പയുടെ വാക്കുകൾ പ്രചോദനമാകട്ടെ.

മാതൃഭൂമി ജൂൺ 03, 2022

നികേഷപസാധ്യതകളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തണം

മാനവവികസനത്തിൽ യൂറോപ്യൻ നിലവാരത്തിലേക്കെത്തിക്കഴിഞ്ഞ കേരളത്തെ 25 വർഷംകൊണ്ട് സമ്പൂർണ്ണ വികസിത നവകേരളമാക്കി മാറ്റുകയാണ് ലക്ഷ്യം. സ്വാഗതാർഹമായ ഈ ലക്ഷ്യം യാഥാർത്ഥ്യമാകണമെങ്കിൽ വ്യവസായ - വിവരസാങ്കേതിക മേഖലകളിൽ വൻതോതിൽ നിക്ഷേപം ആവശ്യമാണ്. അതിനെക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ ചർച്ചകളും വിവാദങ്ങളും ഉണ്ടാകുന്നതൊഴിച്ചാൽ മൂലധനനിക്ഷേപം വരുന്ന കാര്യത്തിൽ ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും പിറകിലാണ് കേരളത്തിന്റെ സ്ഥാനം. സിറ്റിസർവ്വീസിലെ ദാവോസിൽ നടന്ന ലോക സാമ്പത്തിക ഫോറത്തിൽ അയൽ സംസ്ഥാനങ്ങൾ പങ്കെടുക്കുകയും വൻനേട്ടങ്ങളുണ്ടാക്കുകയും ചെയ്തപ്പോൾ കേരളം വിട്ടുനിന്നത് വലിയ വീഴ്ചയാകുന്നത് ഈ സാഹചര്യത്തിലാണ്. ലോകത്തിലെ വമ്പൻ കമ്പനികളിൽ മിക്കതും പങ്കെടുത്ത

ഫോറത്തിൽ പങ്കെടുത്തിരുന്നെങ്കിൽ സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ നോളജ് ഇക്കോണമി കാഴ്ചപ്പാടും ഭാവിയിലേക്കുള്ള രൂപരേഖയും അവതരിപ്പിക്കാനും വിപുലമായ ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കാനും കഴിയുമായിരുന്നു.

ലോകസാമ്പത്തിക ഫോറത്തിൽ 2006ൽ പങ്കെടുത്ത കേരളം പിന്നീട് അങ്ങോട്ട് തിരിഞ്ഞുനോക്കിയതേയില്ല. മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളെല്ലാം പങ്കെടുക്കുന്ന ഇത്തരം ഫോറങ്ങളിൽ പങ്കെടുത്ത് സാധ്യതകൾ തേടുകയും നേടുകയും ചെയ്യുന്നതിൽ താല്പര്യമെടുക്കാത്തതിന് ന്യായീകരണമില്ല. കേരളം തനതായ നിലയിൽ നിക്ഷേപകസംഗമം നടത്താനുള്ളതും അതിൽ വാഗ്ദാനങ്ങൾ ഏറെയുണ്ടാകാനുള്ളതുമാണെങ്കിലും ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്താനുള്ളത് തുലോം പരിമിതമാണെന്നതാണ് വസ്തുത. സുസ്ഥിര വികസനസാധ്യതയുള്ള, ആദായകരമെന്ന് തോന്നുന്ന പദ്ധതികൾ വിലങ്ങാത സമ്പദ്ഘടനാവികസനവും മികച്ച തൊഴിലവസരങ്ങളുമെന്ന് ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് കുതിക്കാൻ ഇനിയുള്ള സമയം ഉപയോഗപ്പെടുത്താനാവണം. അതിന് വ്യവസായമേഖലയിലേക്ക് എവിടെനിന്നുള്ള നിക്ഷേപം ആകർഷിക്കാൻ ശ്രമവും വേണം.

മലയാളമനോരമ ജൂൺ 03, 2022

നമ്മുടെ കുട്ടികളെ മടക്കി വിളിക്കാൻ

കഴിഞ്ഞ രണ്ട് അധ്യയനവർഷങ്ങളുടെ സജീവത കോവിഡ് കെടുത്തിയപ്പോൾ ഡിജിറ്റൽ കാലത്തിന്റെ സാധ്യതകളത്രയും ഉപയോഗിച്ചവരാണു നമ്മുടെ കുട്ടികൾ. ഇപ്പോൾ രോഗഭീതിക്കു ശമനമുണ്ടായ സാഹചര്യത്തിൽ സ്കൂളുകൾ തുറന്നിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ ഇതുവരെ സങ്കല്പിക്കുകപോലും ചെയ്യാതിരുന്ന പുതിയൊരു ആശങ്കയിലേക്കു കുടിയൊന്നു നാം പ്രവേശിച്ചിരിക്കുന്നത്. കഴിഞ്ഞ രണ്ടു വർഷവും ഡിജിറ്റലിൽ ചെലവഴിച്ച കുട്ടികളിൽ ചിലർക്കുണ്ടായ ഡിജിറ്റൽ ആസക്തി എങ്ങനെയാണു കളയേണ്ടത്? അത്യധികം ഗൗരവമുള്ളതാണ് ഈ ആശങ്ക. മൊബൈൽ ഫോൺ കിട്ടിയില്ലെങ്കിൽ ദേഷ്യം, ആക്രമണവാസന തുടങ്ങിയവ പ്രകടമാകുന്ന ഡിജിറ്റൽ അടിമത്തം എന്ന സങ്കീർണ്ണ അവസ്ഥയിലെത്തിയതിനു കുട്ടികളെ കുറു

പറയാനാകില്ല. കുട്ടികളിലെ ഡിജിറ്റൽ ആസക്തി മാറ്റാൻ ഏറ്റവുമധികം കഴിയുന്ന രക്ഷിതാക്കൾതന്നെ മൊബൈൽഫോണിനും ടാബിനും അടിമയാവുന്ന അവസ്ഥയുണ്ട്. കുട്ടികളോടൊപ്പമിരിക്കുമ്പോൾ ഫോൺ ഉപയോഗം നിയന്ത്രിക്കുക, അവരോട് പ്രചോദനാത്മകമായ കഥകളും വാർത്തകളുമൊക്കെ പങ്കുവയ്ക്കുന്നത് കുഞ്ഞുമനസ്സിൽ നന്മയുടെയും സ്നേഹത്തിന്റെയും കരുണയുടെയും വാടാത്ത പൂക്കൾ വിടർത്താൻ കഴിയും. പാഠ്യേതര പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്കൂൾ ജീവിതത്തിലൂടെ വിദ്യാർഥികൾ ആർജ്ജിക്കുന്ന സാമൂഹികബോധവും നഷ്ടമായ വർഷങ്ങളാണു കടന്നുപോയത്. പുതിയ അധ്യയനവർഷം ഇവകുടി വിണ്ടെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. രക്ഷിതാക്കൾക്കൊപ്പം അദ്ധ്യാപകരും പൊതുസമൂഹവും സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങളുമൊക്കെ ചേർന്നാണു കുട്ടികളെ ഡിജിറ്റൽ ആസക്തിയിൽനിന്നു കരകയറ്റേണ്ടത്. വീടുകളും ക്ലാസ് മുറികളും കളിസ്ഥലങ്ങളും കൂട്ടുകാരുമൊക്കെച്ചേർന്ന് നമ്മുടെ കുട്ടികളുടെ മടങ്ങിവരവിനും സാർഥകമായ അരങ്ങൊരുക്കട്ടെ.

മംഗളം ജൂൺ 07, 2022

ഹരിത ഭാവിക്ക് നട്ടത് വളരണം

മരം നട്ടും പ്രതിജ്ഞ ചെയ്തും റാലി നടത്തിയും ലോക പരിസ്ഥിതി ദിനാചരണം ഇത്തവണയും സംസ്ഥാനത്ത് ആഘോഷമായി. ഒരേയൊരു ഭൂമി, അതിന്റെ സംരക്ഷണം നമ്മൾ ഓരോരുത്തരുടെയും കടമയാണെന്ന സന്ദേശം ഒരിക്കൽകൂടി എല്ലായിടങ്ങളിലും മുഴങ്ങി. പ്രകൃതി സംരക്ഷണ പാഠങ്ങൾ ജൂൺ അഞ്ചിലെ ആചരണങ്ങൾക്കുശേഷവും മറക്കേണ്ടതല്ലെന്ന ബോധ്യം സമൂഹത്തിൽ ഇനിയും കൂടുതൽ ശക്തമാകേണ്ടതുണ്ട്. മലിനമായ വായുവും പരിസരവും ശുദ്ധമാക്കാൻ പച്ചപ്പാണ് പ്രകൃതിയുടെ മരുന്ന്. നവ കേരളം കർമ്മ പദ്ധതിയിൽ ഹരിതമിഷൻ നടപ്പിലാക്കുന്ന പച്ചത്തുരുത്ത് പദ്ധതിക്കൊപ്പം കൃഷി വകുപ്പിന്റെ കീഴിൽ ഒരു കോടി വ്യക്തമായ വിതരണം ചെയ്യുന്ന ഒരു തൈ നടാം പദ്ധതിയും പരിസ്ഥിതി ദിനത്തിൽ ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു.

പരിസ്ഥിതി ദിനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് മരങ്ങൾ നടുന്ന ഏർപ്പാട് സംസ്ഥാനത്ത് ആരംഭിച്ചിട്ട് വർഷങ്ങളായി. എന്നാൽ നട്ട മരങ്ങളും ചെടികളും എവിടെയെന്ന ചോദ്യത്തിനു മുന്നിൽ ഇല്ലാതായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പച്ചത്തുരുത്തുകളും കുറയുന്ന കൃഷിയിടവുമാണ് ഭൂരിപക്ഷത്തിനും

ചൂണ്ടിക്കാണിക്കാനുള്ളത്. മരങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കാൻ നമുക്ക് കഴിയുന്നുണ്ടോ? സംരക്ഷണമെന്നത് വാക്കിൽ ഒരുക്കുന്നതിനപ്പുറം ഉത്തരവാദിത്വത്തോടെ നിർവഹിക്കേണ്ട കടമയാക്കി മാറ്റാൻ ഇതുവരെ കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല. അതിനു കഴിഞ്ഞാൽ മാത്രമേ പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം കൊട്ടിഘോഷിച്ചുകൊണ്ടുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഭൂമിക്കും ജനങ്ങൾക്കും ഗുണകരമായി മാറുകയുള്ളൂ. മരങ്ങൾ നടുന്നതിനൊപ്പം കാർബൺ ബഹിർഗമനം കുറയ്ക്കുന്നതിനുള്ള മാർഗങ്ങൾ തേടുന്നതും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിൽ പ്രധാനമാണ്. എന്തും ഏതും വലിച്ചെറിഞ്ഞും വെട്ടി വീഴ്ത്തിയും തുരന്നെടുത്തും ഭൂമിക്ക് ചരമഗീതം രചിക്കുകയാണ് ചിലർ. പ്രകൃതിയെ മറന്നുള്ള വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് തുനിയുന്നവരെ ശിക്ഷിക്കാനും സർക്കാരിനു കഴിയണം.

മാതൃഭൂമി ജൂൺ 20, 2022

പ്ലാസ്റ്റിക് വിട

കിനം കുറഞ്ഞതും ഒറ്റത്തവണ ഉപയോഗത്തിനുള്ളതുമായ പ്ലാസ്റ്റിക് സാമഗ്രികളുടെ ഉൽപാദനവും സംഭരണവും വിതരണവും ഉപയോഗവും ജൂൺ 30-ഓടെ രാജ്യവ്യാപകമായി നിരോധിക്കുകയാണ്. പ്ലാസ്റ്റിക് ജീവജാലങ്ങൾക്കൊക്കെ ഭീഷണിയായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണെന്ന് ദീർഘകാലമായി ബോധവൽക്കരണം നടത്തിയിട്ടും പ്ലാസ്റ്റിക് സഞ്ചികളും മറ്റും ഭാഗികമായി നിരോധിച്ചിട്ടും ഫലമില്ലെന്നു വന്നപ്പോഴാണ് സമ്പൂർണ്ണനിരോധനം ഏർപ്പെടുത്തുന്നതിലേക്കെത്തിയത്. പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യം സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഗുരുതരമായ പാരിസ്ഥിതിക - ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങൾ അറിഞ്ഞിട്ടും അതിനെ ഉപേക്ഷിക്കാൻ മഹാഭൂരിപക്ഷമാളുകളും തയ്യാറാകുന്നില്ല. അഥവാ സാധിക്കുന്നില്ല എന്ന ദുരവസ്ഥയാണ് നിയമപരമായ നിരോധനം നിർബന്ധമാക്കുന്നത്.

പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യത്തിനെതിരായ യുദ്ധം ഇന്ത്യയിൽ വളരെ വൈകിയാണ് തുടങ്ങുന്നതെന്നതാണ് വസ്തുത. 2002ൽ ബംഗ്ലാദേശാണ് ഒറ്റത്തവണ ഉപയോഗിക്കുന്നതും കനം കുറഞ്ഞതുമായ പ്ലാസ്റ്റിക് നിരോധിച്ച് ലോകത്തിനാകെ മാതൃകയായത്. ഇതു പിന്തുടർന്ന് 94 രാജ്യങ്ങൾ കനംകുറഞ്ഞ പ്ലാസ്റ്റിക് നിരോധിച്ചു. 2024-നകം പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യ മുക്തമാകുമെന്ന് 2019ൽ നെയ്റോബിയിൽ ചേർന്ന സമ്മേളനത്തിൽ ഇന്ത്യയടക്കം 180 രാജ്യങ്ങൾ കരാറൊപ്പിട്ടതാണ്. ഒറ്റത്തവണ ഉപയോഗിക്കുന്ന കനംകുറഞ്ഞ പ്ലാസ്റ്റിക് സാധനങ്ങളുടെ നിരോധനത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഇനി പ്രചാരണമോ ബോധവൽക്കരണമോ മാത്രമല്ല ശക്തമായ നിയമനടപടി തന്നെയുണ്ടാവണം. ഇവ വിൽക്കുന്നില്ലെന്നും വാങ്ങുന്നില്ലെന്നും ഉറപ്പാക്കാൻ നിരീക്ഷണവും നടപടികളും ശക്തമാക്കണം.

കേരള കൗമുദി ജൂൺ 24, 2022

നികുതി വർദ്ധനയ്ക്കൊപ്പം സേവനവും മെച്ചപ്പെടണം

സർക്കാർ ചെലവുകൾ ഏറുന്നതിനനുസരിച്ച് ജനങ്ങളുടെ മേൽ നികുതിഭാരം കൂടും. സംസ്ഥാനത്ത് തദ്ദേശസ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വരുമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ വിവിധ നിരക്കുകൾ ഉയർത്താൻ പോവുകയാണ്. കെട്ടിടനികുതികളിലും ലൈസൻസ് ഫീസിലും സിനിമാ ടിക്കറ്റിലുമൊക്കെ ഇതു പ്രതിഫലിക്കും. മറ്റു വകുപ്പുകളിലുമുണ്ടാകും സേവനങ്ങളിൽ ഫീസ് വർദ്ധന.

നികുതി നിരക്കുകളിൽ കാലാനുസൃത മാറ്റം വരുത്തുന്നത് സാധാരണ നടപടിക്രമം മാത്രമാണെങ്കിലും ആനുപാതിക സേവനങ്ങൾ തദ്ദേശ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ജനങ്ങൾക്കു ലഭിക്കുന്നുണ്ടോ എന്നും പരിശോധിക്കണം. നിർമ്മാണം പൂർത്തിയായ കെട്ടിടങ്ങളിൽ നിന്ന് നികുതി പിരിക്കാൻ കാണിക്കുന്ന ഉത്സാഹം നിർമ്മാണലൈസൻസും മറ്റും അനുവദിക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ കാണാറേയില്ല. അനുമതിക്കായി അപേക്ഷകൻ

നിരന്തരം കയറിയിറങ്ങേണ്ടി വരാറുണ്ട്. ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു നടമാടുന്ന അഴിമതിയും കുപ്രസിദ്ധമാണ്. നികുതിയായി പിരിക്കുന്ന പണം കണക്കിൽ വരവു വയ്ക്കാത്ത സംഭവങ്ങൾ പതിവായിട്ടുണ്ട്. റോഡുകൾ, വഴിവിളക്കുകൾ, കുടിവെള്ള വിതരണം, പ്രാഥമിക ചികിത്സാസൗകര്യങ്ങൾ, ബാലവാടികൾ തുടങ്ങിയവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് അവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടേണ്ടതുണ്ട്. നികുതികൾ വിവേചനരഹിതമായി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതല്ല മികച്ച ഭരണത്തിന്റെ ലക്ഷണം. ഉയർന്ന നികുതി അടിച്ചേൽപ്പിക്കുന്നതിനൊപ്പം സേവന നിലവാരം ഉയർത്താൻ കൂടി നടപടി ഉണ്ടാകേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

Licious ഒരു പുതിയ ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി



ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ D2C ബ്രാൻഡായ Licious, പുതുക്കിയ ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി അനാവരണം ചെയ്തു. പുതിയ ഐഡന്റിറ്റി അനാച്ഛാദനത്തിന്റെ ഭാഗമായി, ബ്രാൻഡ് ഒരു പുതിയ ലോഗോയും കളർ സ്കീം സ്പോർട് ചെയ്യുന്നു.

ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രിയപ്പെട്ട ബ്രാൻഡായ Licious, മികച്ച ഗുണനിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സമാനതകളില്ലാത്ത അനുഭവത്തിന്റെയും മികച്ച മിശ്രിതം ഉപയോഗിച്ച് ഇന്ത്യൻ ഉപഭോക്താക്കളുടെ അടുക്കളകളിലും ഹൃദയങ്ങളിലും സ്ഥാനം പിടിച്ചു. അത്യാധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ വിന്യസിച്ചുകൊണ്ട് വാങ്ങൽ പ്രക്രിയ ലളിതമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കൂടാതെ, ഓരോ 7 വർഷത്തിലും ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി പുതുക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകതയും സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

ToI, ET ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വിശ്വസനീയമായ വാർത്താ ബ്രാൻഡുകൾ

റോയിട്ടേഷൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഫോർ ദി സ്റ്റഡി ഓഫ് ജേർണലിസം നടത്തിയ 46 രാജ്യങ്ങളിൽ നടത്തിയ സർവ്വേ പ്രകാരം, ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ, ദി ഇക്കണോമിക് ടൈംസ് എന്നിവ ബിസിസിഎല്ലിന്റെ രണ്ട് മുൻനിര ബ്രാൻഡുകളായ ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വിശ്വസനീയമായ വാർത്താ ബ്രാൻഡുകളായി ഉയർന്നു.

പട്ടികയിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനത്തെത്താൻ ToI 75% സ്കോർ ചെയ്തപ്പോൾ, ET 72% നേടി പബ്ലിക് സർവീസ് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റർ ഓൾ ഇന്ത്യ റേഡിയോയുമായി രണ്ടാം സ്ഥാനം പങ്കിട്ടു. ഈ വർഷത്തെ ലിസ്റ്റിൽ ET മൂന്ന് സ്ഥാനങ്ങൾ ഉയർന്നു, അതേസമയം ToI കഴിഞ്ഞ വർഷവും 74% സ്കോറോടെ ഏറ്റവും വിശ്വസനീയമായ പട്ടികയിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനത്തായിരുന്നു.

വ്യാജവാർത്തകൾ വ്യാപകമാകുകയും വാർത്തകളുടെ ഗുണനിലവാരം പ്രധാന ആശങ്കയുളവാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഒരു സമയത്ത്, ET, ToI പോലുള്ള സ്ഥാപിത ബ്രാൻഡുകൾ കൂടുതൽ വായനക്കാരെ ആകർഷിക്കുന്നുണ്ടെന്ന് വിദഗ്ധർ പറയുന്നു.

MR HANDSOME KING KERALA 2022



29-5-2022 കാലിക്കറ്റ് ട്രേഡ് സെന്ററിൽ വെച്ച് ബിസിനസ് കേരള ട്രേഡിങ്ങ് എക്സ്പോ കാലിക്കട്ടം എസ് എസ് ഇൻറർനാഷണൽ മോഡലിംഗ് ഫാക്ടറി ദുബായിലും ചേർന്ന് നടത്തിയ marvellous ബ്യൂട്ടി കോൺടെസ്റ്റിൽ MR HANDSOME KING KERALA 2022 (Married category) ആയി തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ബിജാസ് വിഎസ്. മരട് നെട്ടൂർ സ്വദേശിയാണ്.

iStream കോൺഗ്രസ് 2022

iStream കോൺഗ്രസ് 2022 സ്ട്രീമിംഗ് ബിസിനസിലെ വെല്ലുവിളികൾ ഡീകോഡ് ചെയ്യുകയും ഇന്ത്യയിലെ പുതിയ അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യും. ഇന്ത്യയിലെ Media/OTT ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ ഉപഭോഗം, ധനസമ്പാദനം, വിതരണം എന്നിവയിലെ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ചലനാത്മകതയെക്കുറിച്ചും മാധ്യമങ്ങളുടെയും പരസ്യങ്ങളുടെയും വിപണന വ്യവസായത്തെയും കുറിച്ച് ETBrandEquity.Com സംഘടിപ്പിച്ച കോൺഫറൻസിൽ ചർച്ച ചെയ്തു.

നൂറു വർഷം പഴക്കമുള്ള മീഡിയ കമ്പനിയായ ഡിസ്നി അതിന്റെ സ്ട്രീമിംഗ് പ്ലാറ്റ്ഫോം 2024-ഓടെ 60 ദശലക്ഷം വരിക്കാരെ നേടുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ ആരംഭിച്ചു. ആപ്പിൾ ടിവി, ആമസോൺ പ്രൈം, നെറ്റ്ഫ്ലിക്സ്, വയാകോം18, സോണി-സീ ലയിപ്പിച്ച സ്ഥാപനം എന്നിവയ്ക്കെല്ലാം സമാനമായ ലക്ഷ്യങ്ങളുണ്ട്. 2021-ൽ OTT പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ 100-ലധികം ഡയറക്ട് സൂ ഡിജിറ്റൽ സിനിമകൾ ഉൾപ്പെടെ 2,500 മണിക്കൂർ 'ഒറിജിനൽ' ഉള്ളടക്കം വാഗ്ദാനം ചെയ്തു. 'ഒറിജിനലുകൾ' അവയ്ക്ക് ചുറ്റുമുള്ള വിപുലമായ വിപണന ഉപഭോഗത്തിൽ ഗണ്യമായ വളർച്ചയ്ക്ക് കാരണമായി. 2020-ൽ ആദ്യമായി 50 മില്യൺ കടന്ന പണമടച്ചുള്ള സബ്സ്ക്രിപ്ഷനുകൾ 2021-ൽ 80 ദശലക്ഷമായി ഉയർന്നു. 2021-ൽ ഇന്ത്യയിലെ 197 ദശലക്ഷം ആളുകൾ പ്രതിമാസ അടിസ്ഥാനത്തിൽ സംഗീതം ഓൺലൈനിൽ സ്ട്രീം ചെയ്തു, കൂടാതെ രാജ്യത്ത് 3 ദശലക്ഷം പണമടച്ചുള്ള സംഗീത സ്ട്രീമർമാർ ഉണ്ടായിരുന്നു.

ഷോപ്പിഫൈ പുതിയ ടൂളുകൾ അനാവരണം ചെയ്യുന്നു

കനേഡിയൻ ടെക് ടീമൻ ഷോപ്പിഫൈ ഇൻക്, ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗിലെ പാൻഡെമിക് മാന്യത്തെ നേരിടാൻ വിൽപ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും മറ്റ് ബിസിനസ്സുകളിലും ടിറ്ററിലും വിൽക്കാൻ വ്യാപാരികളെ സഹായിക്കുന്നതിനും പുതിയ ടൂളുകൾ പുറത്തിറക്കി.

100-ലധികം പുതിയ ടൂളുകൾ അവർ അനാച്ഛാദനം ചെയ്തു, ബിസിനസ്സ് ടു ബിസിനസിലേക്ക്

കടക്കാനുള്ള പദ്ധതികളെ പിന്തുണയ്ക്കുന്നതും ഷോപ്പർമാർക്ക് അവരുടെ ക്രിപ്റ്റോ വാലറുകൾ ഒരു സ്റ്റോറുമായി ബന്ധിപ്പിക്കുന്നതും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ബിസിനസ്സുകളെ അവരുടെ ഓൺലൈൻ സ്റ്റോറുകൾ സജ്ജീകരിക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന Shopify, ലോക്ക്ഡൗൺ സമയത്ത് ആഗോള ബ്രാൻഡുകളും പോപ്പ് സ്റ്റോറുകളും ഒരുപോലെ അവരുടെ ഷോപ്പുകൾ അടച്ചിരുന്നപ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് ഓൺലൈനായി വിൽക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു.

ബ്രാൻഡ് ഇക്വറ്റി-ഷാർക്ക് അവാർഡ് 2022

മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രൊഫഷണലുകളുടെ മികച്ച മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രവർത്തനത്തിന് ബ്രാൻഡ് ഇക്വറ്റി നൽകുന്നതാണ് ഈ അവാർഡ്.

അമുലിന്റെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ ആർ എസ് സോധിക്ക് ലൈഫ് ടൈം അച്ചീവ്മെന്റ് അവാർഡ് ലഭിച്ചപ്പോൾ ബിസ്ലേരിയുടെ സംവിധായിക അഞ്ജനാലോഷ് 'മാർക്കറ്റർ ഓഫ് ദ ഇയർ' അവാർഡും ബ്രാൻഡ് ഓഫ് ദ ഇയർ വിഭാഗത്തിൽ UltraTech സിമന്റാണ് വിജയിച്ചത്. 'ഏജൻസി ഓഫ് ദ ഇയർ' ട്രോഫി ഓഗിൽവി ആൻഡ് മാതർ ഇന്ത്യയ്ക്ക് ലഭിച്ചു. 'ബി2സി കാമ്പയിൻ' വിഭാഗത്തിൽ സോണി സ്പോർട്സ് നെറ്റ്വർക്ക് ക്ലാസ് സർണം നേടിയത്. മറുവശത്ത്, പെർഫെറ്റി വാൻ മെല്ലെ, വേവ്മേക്കർ, പിആർപബ്ലിറ്റി എന്നിവർക്ക് 'ബ്രാൻഡ് കണ്ടന്റ് കാമ്പെയ്ൻ' ലഭിച്ചു, 'പ്രൊഡക്റ്റ് ലോഞ്ച് കാമ്പെയ്ൻ' ജാകാർ ബാത്ത് & ലൈറ്റിംഗ് ആൻഡ് എന്തർടെയിൻ ലഭിച്ചു. ഡിസ്കവറി+, വാർണർ ബ്രദേഴ്സ് ഡിസ്കവറി എന്നിവരാണ് 'ഡാറ്റാ അനലിറ്റിക്സിന്റെ ഉപയോഗം അല്ലെങ്കിൽ ഉപഭോക്തൃ സ്ഥിതിവിവരക്കണക്ക്' വിഭാഗത്തിൽ സർണം നേടിയത്.

ആമസോൺ AMC നെറ്റ്വർക്കുകളുമായി പങ്കാളികളാകുന്നു

ഒടിടി പ്ലാറ്റ്ഫോമായ ആമസോൺ പ്രൈം വീഡിയോ, ഇന്ത്യയിലെ പ്രൈം വീഡിയോ ചാനലുകളിൽ ഉള്ളടക്കം നൽകുന്നതിന് യുഎസ് ആസ്ഥാനമായുള്ള വിനോദ കമ്പനിയായ എഎംസി നെറ്റ്വർക്കുമായി സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നു. സഹകരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി, ആമസോൺ പ്രൈം വീഡിയോ, പരസ്യരഹിത സബ്സ്ക്രിപ്ഷൻ സേവനമായ AMC+, AMCയുടെ സ്ട്രീമിംഗ് സേവനമായ Acorn TV എന്നിവയിലേക്ക് ഇന്ത്യയിലെ പ്രൈം വീഡിയോ ചാനലുകളിൽ സബ്സ്ക്രിപ്ഷൻ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആക്സസ് നൽകും.

ആമസോൺ പ്രൈം വീഡിയോ ഇന്ത്യ, പ്രൈം വീഡിയോ ചാനലുകളുടെയും സ്പോർട്സിന്റെയും മേധാവി ചൈതന്യ ദിവാൻ പറഞ്ഞു, "കഴിഞ്ഞ വർഷം സമാരംഭിച്ചത് മുതൽ, പ്രൈം വീഡിയോ ചാനലുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമായ ഇംഗ്ലീഷ്, അന്തർദ്ദേശീയ ഉള്ളടക്കങ്ങളുടെ തിരഞ്ഞെടുപ്പ് കൂടുതൽ വിപുലീകരിച്ചു. ഒന്നിലധികം സ്ട്രീമിംഗ് സേവനങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ഉയർന്ന നിലവാരമുള്ള പ്രോഗ്രാമിംഗ്, അവരുടെ എല്ലാ പ്രൈം വീഡിയോ ഫീച്ചറുകളോടും കൂടി അവരുടെ പ്രിയപ്പെട്ട ഷോകളും സിനിമകളും ഒരൊറ്റ ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്ത് ആസ്വദിക്കാനുള്ള സൗകര്യം അവർക്ക് വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

കാൻ ലയൺസ് 2022

കാൻ ലയൺസ് ഫെസ്റ്റിവൽ ഓഫ് ക്രിയേറ്റിവിറ്റിയിൽ ഇന്ത്യൻ പരസ്യ ഏജൻസികൾ തങ്ങളുടെ ഏറ്റവും വിജയകരമായ പ്രകടനം കാഴ്ചവെച്ചു. ഡെന്റസു ക്രിയേറ്റീവ് ബെംഗളൂരു ഏജൻസി ഓഫ് ദ ഇയർ ആയി - ഈ ബഹുമതി നേടുന്ന ആദ്യത്തെ ഇന്ത്യൻ ഏജൻസിയായി ഇത് മാറി.

5 ഗ്രാൻഡ് പ്രിക്സ് അവാർഡുകൾ, 2 ടൈറ്റാനിയം ലയൺസ്, 8 ഗോൾഡ് ലയൺസ്, 15 സിൽവർ ലയൺസ്, 15 വെങ്കല ലയൺസ് എന്നിങ്ങനെ 5 ഗ്രാൻഡ് പ്രിക്സ് അവാർഡുകൾ നേടിയാണ് ഇന്ത്യൻ ഏജൻസികൾ മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവെച്ചത്. ഇന്ത്യ ഏറ്റവും ഉയർന്ന അംഗീകാരങ്ങൾ നേടിയ വിഭാഗങ്ങളായിരുന്നു (ഗ്രാൻഡ് പ്രിക്സ്) എന്നാൽ ഇന്ത്യൻ ഏജൻസികൾ മെഡലുകളൊന്നും നേടാത്ത വിഭാഗങ്ങളുമുണ്ട്. ഡിസൈൻ ലയൺസ് വിഭാഗത്തിൽ ഇന്ത്യയ്ക്ക് ആറ് ഷോർട്ട്ലിസ്റ്റുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഔട്ട്ഡോർ ലയൺസ്, ഫാർമ ലയൺസ്, പ്രിന്റ് ആൻഡ് പബ്ലിഷിംഗ് ലയൺസ്, എന്റർടെൻമെന്റ് ലയൺസ് ഫോർമ്യൂസിക്, എന്റർടെൻമെന്റ് ലയൺസ് ഫോർ സ്പോർട്സ്, ഫിലിം ക്രാഫ്റ്റ് ലയൺസ്, ക്രിയേറ്റീവ് സ്ട്രാറ്റജി ലയൺസ് എന്നീ വിഭാഗങ്ങളിൽ ഷോർട്ട് ലിസ്റ്റുകൾ ഉണ്ടായിട്ടും ഇന്ത്യൻ വിജയികൾ ഇല്ലായിരുന്നു.

ASCI വാർഷിക പരാതി റിപ്പോർട്ട് 2021-22 പുറത്തിറക്കി

അഡാർടെസിംഗ് സ്റ്റാൻഡേർഡ് കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യ (ASCI) ഏപ്രിൽ 21 മുതൽ മാർച്ച് 22 വരെയുള്ള കാലയളവിലെ വാർഷിക പരാതി റിപ്പോർട്ട് പുറത്തിറക്കി, ഈ സമയത്ത് പ്രിന്റ്, ഡിജിറ്റൽ, ടെലിവിഷൻ എന്നിവയുടെ 5,532 പരസ്യങ്ങൾ പ്രോസസ്സ് ചെയ്തു. ഡിജിറ്റൽ മേഖലയിൽ ശ്രദ്ധിച്ചതുകൊണ്ട് 94% പരാതികൾ കാണാൻ സാധിച്ചു.

2021-22ൽ, മുൻ വർഷത്തെ അപേക്ഷിച്ച് 62% കൂടുതൽ പരസ്യങ്ങളും 25% കൂടുതൽ പരാതികളും ASCI പ്രോസസ്സ് ചെയ്തു. ടെലിവിഷനും പ്രിന്റ് പരസ്യങ്ങളും ഫോക്കസിൽ തുടരുമ്പോൾ, ഡിജിറ്റൽ ലാൻഡ് സ്കേപ്പിലെ പരസ്യങ്ങൾ മുൻകൂട്ടി നിരീക്ഷിച്ചുകൊണ്ട് ASCI അതിന്റെ വ്യാപ്തി വളരെ വിശാലമാക്കി. പ്രോസസ്സ് ചെയ്ത പരസ്യങ്ങളിൽ ഏകദേശം 48% ഡിജിറ്റൽ മീഡിയത്തിന്റേതാണ്. ഇൻഫ്ലൂവൻസർ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ കഴിഞ്ഞ വർഷം പ്രാബല്യത്തിൽ വന്നതോടെ, സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നവർക്കെതിരായ പരാതികൾ മൊത്തം പരാതികളിൽ 29% വരും. സെലിബ്രിറ്റികളെ അവതരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളിലെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന ക്ലെയിമുകളെക്കുറിച്ചുള്ള പരാതികളിൽ 41% വർദ്ധനയുണ്ടായി, അതിൽ 92% ASCIയുടെ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ ലംഘിക്കുന്നതായി കണ്ടെത്തി. ASCI അതിന്റെ സജീവമായ നിരീക്ഷണം തുടരുകയും പ്രോസസ്സ് ചെയ്ത പരസ്യങ്ങളിൽ 75% സ്വമേധയാ നടപടി എടുക്കുകയും ചെയ്തു. ഡിജിറ്റൽ ട്രാക്കിംഗിനായി ASCI സജ്ജീകരിച്ച AI അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള നിരീക്ഷണവും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നുള്ള പരാതികളിൽ 21%, ഇൻട്രാ-ഇൻഡസ്ട്രി 2%, CSO/ സർക്കാർ പരാതികൾ 2% എന്നിങ്ങനെയാണ്. പ്രോസസ്സ് ചെയ്ത മൊത്തം 5,532 പരസ്യങ്ങളിൽ, 39% പരസ്യദാതാവ് എതിർത്തിട്ടില്ല, അവയിൽ 55% അന്വേഷണത്തിന് ശേഷം ആക്ഷേപകരമാണെന്ന് കണ്ടെത്തി, കൂടാതെ 4% പരസ്യങ്ങൾക്കെതിരായ പരാതികൾ ASCI കോഡ് ലംഘിക്കാത്തതിനാൽ നിരസിച്ചു. ASCI പ്രോസസ്സ് ചെയ്ത 94% പരസ്യങ്ങൾക്കും ASCI കോഡ് ലംഘിക്കാതിരിക്കാൻ മാറ്റങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്.

ഡിജിറ്റൽ മോണിറ്ററിംഗിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുമ്പോൾ, ഉയർന്നുവരുന്ന വിഭാഗങ്ങളിൽ താരതമ്യേന പുതിയ വിഭാഗങ്ങളായ വെർച്വൽ ഡിജിറ്റൽ അസറ്റുകളും ഓൺലൈൻ റിയൽ മണി ഗെയിമിംഗും ഉൾപ്പെടുന്നു, ഇത് ആക്ഷേപകരമായ പരസ്യങ്ങൾക്ക് 8% വീതം ഗണ്യമായി സംഭാവന നൽകുന്നു. വിദ്യാഭ്യാസം (33%), ഹെൽത്ത് കെയർ (16%), വ്യക്തിഗത പരിചരണം (11%) എന്നിവയാണ് നിയമലംഘനം നടത്തുന്ന ആദ്യ 3 വിഭാഗങ്ങൾ. പരാതികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിലും പരിഹരിക്കുന്നതിലും ഉപഭോക്താക്കൾക്കും പരസ്യദാതാക്കൾക്കും തടസ്സമില്ലാത്ത അനുഭവം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിനായി ASCI അതിന്റെ പരാതി സംവിധാനമായ "TARA" അപ്ഗ്രേഡ് ചെയ്തു. പരാതികളുടെ തത്സമയ ട്രാക്കിംഗ് പോലുള്ള സവിശേഷതകൾ ഏതൊരു സമകാലിക ടെക്സ്റ്റ് പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽ നിന്നും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത് പോലെ ഉപകാരപ്രദമായിരിക്കുമെന്ന് ASCI അവകാശപ്പെടുന്നു.

ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം പ്രമോഷനുകൾ ഡിജിറ്റൽ പരസ്യ ലംഘനം - ASCI റിപ്പോർട്ട്

ആഡർടെസിംഗ് സ്റ്റാൻഡേർഡ് കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യ (ASCI) യിൽ ലഭിച്ച പരാതികളിൽ 29% സ്വാധീനിക്കുന്നവരുടെ (Influencer) ലംഘനങ്ങളെപ്പറ്റിയാണെന്ന് റിപ്പോർട്ട്.

കഴിഞ്ഞ വർഷം ജൂണിൽ, എഎസ്സിഐ സ്വാധീനിക്കുന്നവരുടെ നിയന്ത്രണങ്ങൾക്ക് മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ കൊണ്ടുവന്നിരുന്നു. സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നവർ പോസ്റ്റു ചെയ്യുന്ന പ്രമോഷണൽ ഉള്ളടക്കം ലേബൽ ചെയ്യുന്നത് നിർബന്ധമാക്കിയതിനാൽ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ സുതാര്യത വർദ്ധിപ്പിച്ചു.

“ഈ ലംഘനങ്ങളിൽ 95% വെളിപ്പെടുത്താത്തവയാണ്, പണമടച്ചുള്ള ഉള്ളടക്കമാണ് താങ്കൾ കാണുന്നതെന്ന് സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നയാൾ ഉപഭോക്താക്കളോട് വ്യക്തമാക്കിയിട്ടില്ല. ബാക്കിയുള്ളവ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളാണ്,” ASCI സിഇഒയും സെക്രട്ടറി ജനറലുമായ മനീഷ് കപൂർ പറഞ്ഞു.

സ്വാധീനമുള്ളവർക്കെതിരെ 1,593 പരാതികൾ പരിഗണിച്ചു. പ്രധാന വിഭാഗങ്ങളിൽ ക്രിപ്റ്റോ (24.16%), വ്യക്തിഗത പരിചരണം (23.2%), ഫാഷൻ (16.3%) എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. മറ്റ് വിഭാഗങ്ങളിൽ ഇ-കൊമേഴ്സ്, എഫ് ആൻഡ് ബി, സേവനങ്ങൾ, മൊബൈൽ ആപ്ലികൾ, ധനകാര്യം എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ പരസ്യങ്ങൾ 2023-ഓടെ ടെലിവിഷൻ പരസ്യത്തെ മറികടക്കുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ഇത് പരസ്യ പരാതികളിലും പ്രതിഫലിക്കുന്നു. ആക്ഷേപാർഹമായ പരസ്യങ്ങളിൽ 48% ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങളിലാണ് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചത് - ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ആണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ (43%), തുടർന്ന് YouTube (28%).

പരസ്യങ്ങൾ ഡിജിറ്റൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലേക്ക് കൂടുതലായി മാറുമ്പോൾ, തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന ഉള്ളടക്കത്തിനായുള്ള പരസ്യങ്ങളുടെ നിരീക്ഷണം കൂടുതൽ വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞതാകുന്നു. പരസ്യങ്ങൾ വ്യക്തിഗത സ്ക്രീനുകളിൽ കൂടുതലായി നൽകപ്പെടുകയും ഉപഭോക്താക്കൾ ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു, ഇത് റെഗുലേറ്റർമാർക്ക് അവയുടെ അളവും സ്വാധീനവും ശരിക്കും മനസ്സിലാക്കാൻ പ്രയാസമുണ്ടാക്കുന്നു. പരസ്യ ക്രിയേറ്റീവ് യൂണിറ്റുകളുടെ എണ്ണം കൂടി ഒരു ശരാശരി വ്യക്തി പ്രതിദിനം 6,000 - 10,000 പരസ്യങ്ങൾ കാണുന്നതായി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. ASCI റിപ്പോർട്ട് പറയുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ പരസ്യം ഒരു പുതിയ ഫോർമാറ്റായതിനാലും പരസ്യദാതാക്കളിലധികവും പുതിയവരായതിനാലും ഇത് പരിണാമത്തിന്റെ പ്രശ്നമാണെന്ന് കപൂർ പറയുന്നു. മറുവശത്ത്, ടിവി, പ്രിന്റ് പരസ്യങ്ങൾ എന്നിവ കൂടുതൽ സ്ഥാപിതമാണ്. അച്ചടിയിലും ടിവിയിലും ആക്ഷേപകരമായ പരസ്യങ്ങൾ താരതമ്യേന കുറവാണ്.

ഡിജിറ്റലിന് പുറമെ, ആക്ഷേപകരമായ പരസ്യങ്ങളുടെ അടുത്ത ഏറ്റവും ഉയർന്ന ശതമാനം അച്ചടി മാധ്യമത്തിനാണ് (47%). അതേസമയം, ടെലിവിഷൻ മൈനസ് 3% ആയിരുന്നു.

“ഈ വർഷം, ഡിജിറ്റൽ മീഡിയത്തിന്റെ സ്വന്തം നിരീക്ഷണവും ASCI ത്വരിതപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. അത് നിരീക്ഷിക്കാനുള്ള നടപടികളും സജീവമായി സ്വീകരിക്കുന്നുണ്ട്. ടിവി പരസ്യങ്ങളും വളരെ കൂടുതലാണ്, എന്നാൽ അതിനായി നൂതന സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു അതിനാൽ, ഇത്രയധികം ലംഘനങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നില്ല” കപൂർ വിശദീകരിക്കുന്നു.

ഉയർന്ന പ്രിന്റ് ശതമാനവും ASCIയുടെ നിരീക്ഷണത്തിന് വിധേയമാകുന്നുണ്ട്. 2021-22 ൽ ഏകദേശം 600-700 പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ ട്രാക്ക് ചെയ്തു, അവയിൽ പലതും പ്രാദേശിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളാണ്.

“ഈ പ്രാദേശിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾക്ക് വിഘടിച്ച പരസ്യദാതാക്കളുണ്ട്. അവ പ്രാദേശികമോ ചെറുകിട ബിസിനസുകളോ ആകാം. പരസ്യദാതാക്കളുടെ സ്വഭാവം വ്യത്യസ്തമാണ്. മൊത്തത്തിൽ, ആ വിഭാഗത്തിലെ പരസ്യദാതാക്കളുടെ എണ്ണം വളരെ കൂടുതലാണ്.” കപൂർ കൂട്ടിച്ചേർക്കുന്നു.

മെൻസ പെബിൾ സ്വന്തമാക്കുന്നു

സ്കാർട്ട് വെയറബിൾസ് വിഭാഗത്തിലേക്കുള്ള ചുവടുവെപ്പ് അടയാളപ്പെടുത്തി, വെളിപ്പെടുത്താത്ത തുകയ്ക്ക് വെയറബിൾസ് ബ്രാൻഡായ പെബിൾ സ്വന്തമാക്കിയതായി ഡയറക്ട്-ടു-കൺസ്യൂമർ (D2C) സ്ഥാപനമായ മെൻസ ബ്രാൻഡ്സ് അറിയിച്ചു. ഇത് പെബിളിന്റെ ഓൺലൈൻ ഫുട്പ്രിന്റ് ശക്തിപ്പെടുത്തുകയും ഒരു ഗാർഹിക ഡിജിറ്റൽ ബ്രാൻഡായി മാറുന്നതിനുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ്, ബ്രാൻഡിംഗ് ശ്രമങ്ങൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുമെന്ന് മെൻസ ബ്രാൻഡ്സ് പ്രസ്താവനയിൽ പറഞ്ഞു. “അതിവേഗം വളരുന്ന സ്കാർട്ട് വെയറബിൾസ് വിഭാഗത്തിൽ, ഫാഷനെ അത്യാധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയുമായി സമന്വയിപ്പിക്കുന്നതിനാൽ പെബിൾ വേറിട്ടു നിൽക്കുന്നുവെന്ന് ഞങ്ങൾ വിശ്വസിക്കുന്നു. പെബിളുമായുള്ള ഞങ്ങളുടെ സഹകരണം ബ്രാൻഡിന്റെ യാത്രയിൽ അടുത്ത അധ്യായം എഴുതാൻ ഒരുങ്ങുകയാണ്.” ഇന്ത്യയിലെതും ആഗോളതലത്തിലെയും മാർക്കറ്റ് ഷെയ്സുകളിലും D2Cചാനലുകളിലും വളർച്ച ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്നതിന് അവരുമായി പങ്കാളിത്തത്തോടെ ഇന്ത്യയിൽ നിന്ന് പുതിയ ഡിജിറ്റൽ ബ്രാൻഡുകൾ നിർമ്മിക്കുന്നതായി മെൻസ പറഞ്ഞു.

യുഎസ്: പ്രസിദ്ധീകരണം നിർത്തുന്ന പത്രങ്ങൾ വർദ്ധിക്കുന്നു

വരുമാനം ഇടിഞ്ഞതോടെ യുഎസിൽ പ്രസിദ്ധീകരണം നിർത്തുന്ന പത്രങ്ങളുടെ എണ്ണത്തിൽ വർദ്ധനവ് തുടരുന്നു. നിലവിൽ രാജ്യത്ത് 6,377 പത്രങ്ങൾ മാത്രമാണ് പ്രസിദ്ധീകരണം തുടരുന്നത്.

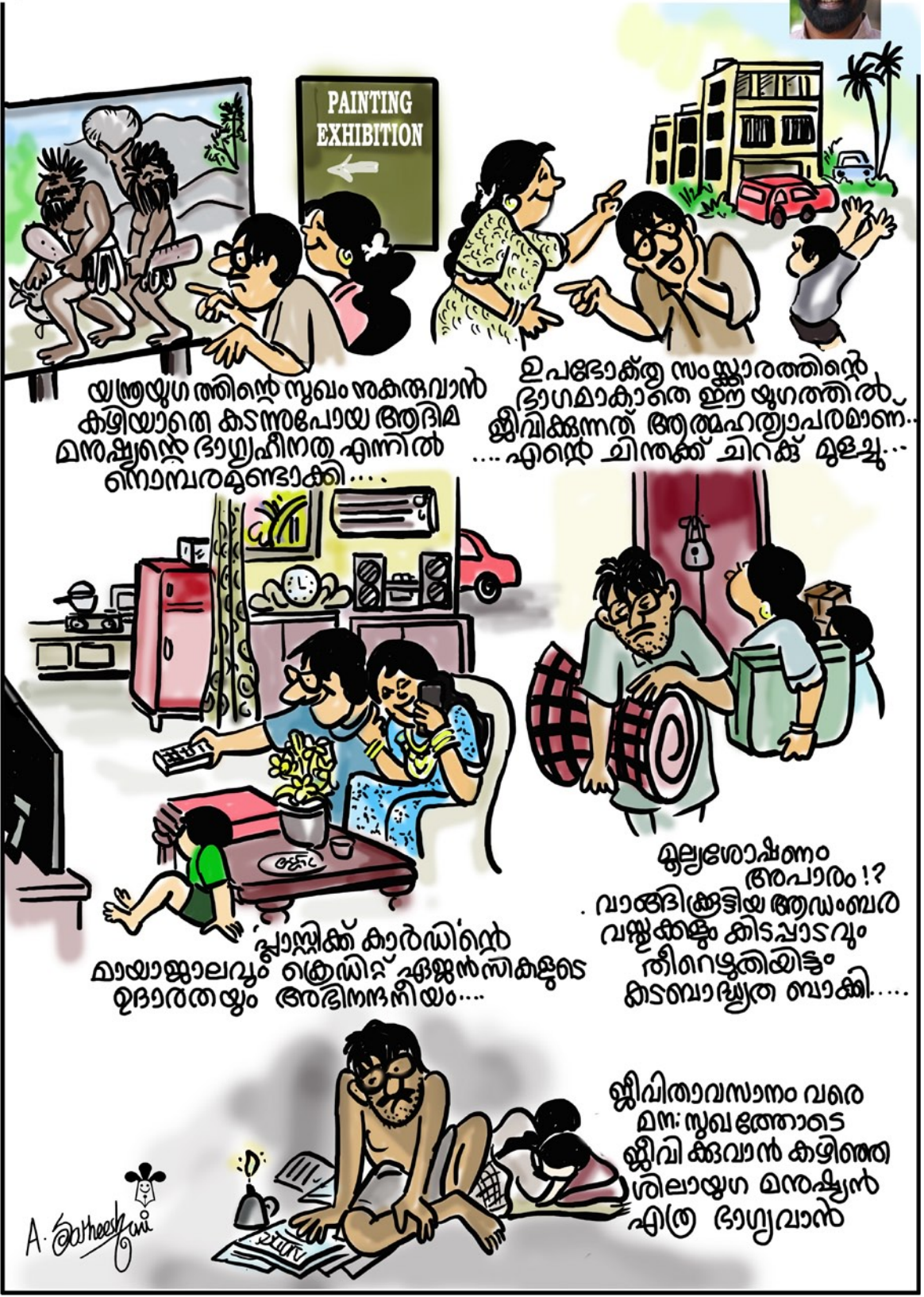
2005 ലെ കണക്കുകൾ പ്രകാരം, ഏകദേശം 8,891 പത്രങ്ങളാണ് യുഎസിൽ ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഡിജിറ്റൽ ന്യൂസ് പോർട്ടലുകൾ വ്യാപകമായതോടെ വരുമാനത്തിൽ വൻ ഇടിവാണ് പത്ര മാധ്യമങ്ങൾക്ക് നേരിടേണ്ടി വന്നത്. നോർത്ത്വെസ്റ്റ് സർവകലാശാലപുറത്തിറക്കിയ റിപ്പോർട്ടുകൾ പ്രകാരം, ആഴ്ചയിൽ 2 പത്രങ്ങൾ വീതമാണ് അച്ചടി അവസാനിപ്പിക്കുന്നത്. 2019 ന് ശേഷം 360 ഒളം പത്രങ്ങൾ അച്ചടി അവസാനിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ, മാധ്യമ മേഖലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ജീവനക്കാരുടെ എണ്ണവും ഗണ്യമായി കുറഞ്ഞു. നിലവിൽ, 31,000 ജീവനക്കാരാണ് ഈ മേഖലയിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നത്. യുഎസിലെ മുൻനിര പത്രങ്ങൾ ഓൺലൈൻ പ്രസിദ്ധീകരണം നടത്തുന്നതും മാധ്യമ രംഗത്തെ പ്രതികൂലമായി ബാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇതോടെ, ആഴ്ചയിൽ ഏഴു ദിവസവും പ്രിന്റ് ചെയ്യുന്ന പത്രങ്ങളുടെ എണ്ണവും കുറഞ്ഞു.

മൂന്നുമാസത്തിൽ താഴെ പ്രായക്കാരെ അഭിനയിപ്പിക്കരുത്

മൂന്നുമാസത്തിൽ താഴെ പ്രായമുള്ള കുട്ടികളെ സിനിമകളിലും മറ്റും അഭിനയിപ്പിക്കരുതെന്ന് ദേശീയ ബാലാവകാശകമ്മീഷൻ ഈ പ്രായത്തിലുള്ള കുട്ടികളെ മൂലയുട്ടൽ, പ്രതിരോധ ബോധവൽക്കരണ പരിപാടികൾ തുടങ്ങിയവയുടെ ചിത്രീകരണത്തിനായി മാത്രമേ ഉപയോഗിക്കാവൂ. സിനിമ, ടെലിവിഷൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ, സാമൂഹിക മാധ്യമ വെബ്സൈറ്റുകൾ തുടങ്ങിയവയിൽ കുട്ടികളെ അഭിനയിപ്പിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ബാലാവകാശ കമ്മീഷൻ പുറത്തിറക്കിയ കരടു മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശത്തിലാണ് ഈ വ്യവസ്ഥകൾ.



around us



യന്ത്രയുഗത്തിന്റെ സുഖം അനുഭവാനു
കഴിയാതെ കടന്നുപോയ ഭരതദിമ
മനുഷ്യന്റെ ദ്രാഗ്യഹീനത എന്നിൽ
റെറാവരമുണ്ടാക്കി....

ഉപഭോക്തൃ സംസ്കാരത്തിന്റെ
ദ്രാഗമാകാതെ ഈ യുഗത്തിൽ
ജീവിക്കുന്നത് ആത്മഹത്യാപരമാണ്..
...എന്റെ ചിന്തക്ക് ചിറക്ക് മുളച്ചു..

പ്ലാസ്റ്റിക് കാർഡിന്റെ
മായാജാലവും ട്രെഡിംഗ് ഏജൻസികളുടെ
ഉദാരതയും അഭിനന്ദനീയം....

മുല്ലശോഷണം
രൂപാരം!?
വാങ്ങിത്തുടിയ ആഡംബര
വസ്തുക്കളും കിടപ്പുമുറവും
തീരപ്പെട്ടതിലിടും
കിടമ്പാശ്ചര്യത ബാക്കി.....

ജീവിതാവസാനം വരെ
മന: സുഖത്തോടെ
ജീവിക്കുവാൻ കഴിഞ്ഞ
ശിലായുഗ മനുഷ്യൻ
എത്ര ദ്രാഗ്യവാൻ

A. Satheesh

Take all these in a **Platter**



**We give you more than
what you can chew**

Read **Business News** to learn & earn RICH dividends from the financial market. Become a Maestro of Finance through **Business News**. We guide those who got misguided, to the right path.

Subscribe today or grab a copy from your nearest book stall

BUSINESS NEWS

Since 2000



Call us at 0491 2546490, 9539009313 or mail at businessnewspkd@gmail.com

Quickerala ഉണ്ടെങ്കിൽ കാര്യം നിസ്സാരം



എന്ത് ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്നവരുടേയും കോൺടാക്റ്റ്
ഡിറ്റെയിൽസിനായി ലോഗോൺ ചെയ്യൂ

അല്ലെങ്കിൽ app ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യൂ



Customer Care : 04812222222

mail: support@quickerala.com