

MANIFESTASYON: KULTURANG POPULAR SA BAGONG HENERASYON

by:

Jayson Yutuc Mangune

Teacher II, Limay National High School

Sa panahong sumasabog ang mga impormasyon, hindi na maitatanggi ang malaking epekto nito sa pang-araw-araw na pamumuhay ng mga tao. Pakikinig sa radyo, pagbabasa ng diyaryo at magasin, at mga babasahing online tulad ng Manga, Webtoon, Wattpad at iba pa. Panonood sa telebisyon, sa sinehan at maging sa Netflix at iba pang streaming sites. Pagshopping tulad sa Lazada at Shopee, at pag-scroll sa socmed o social media upang maging updated sa mga nangyayari sa mga kaibigan, kamag-anak, iniidolng vlogger o influencer, at iba pa. Nagiging daan ito upang ang bawat isa ay magkararoon ng kamalayan kung anong nangyayari sa ginagalawang lipunan, at nagiging bahagi na'ng kulturang popular dahil kung ano ang in, uso o trending-sumabay na sa kulturang bago, niyayakap ang pagbabago ng mundo.

Batay kay Tolentino (2010), ang kulturang popular ay kulturang hinubog ang lipunan batay sa impluwensiya ng media at komersiyo. Ito ay maaaring pananamit, awitin, sayaw, pagkain, inumin, teknolohiya tulad ng smartphone, online applications, mobile games at iba pa. Kolektibong kultura na itinakda ng makapangyarihang tao o gahum, kompanya at bansa. Kulturang batay sa kagustuhan o tinatangkilik ng maraming tao dahil nararamdaman nilang tanggap sila ng lipunan tulad ng pag-inom ng mahahalang kape ay nakasabay at naipapakita nilang kaya nila, dahil na rin dito marami ang sumulpot na mga coffe shop sa iba't ibang panig ngunit nasa abot-kayang presyo. Pagsusuot ng mga nauusong damit tulad sa kanilang mga idolng artista, vloggers o maging sa bias nilang K-POP artist/ band ay kapansin-pansing nagkaroon ng ibang panlasa ang karamihan sa larang ng fashion.

Sa ano mang larang ng media at komersiyo, malaking tulong din sa mga negosyante ang mabilis na paghahatid ngayon ng impormasyon tulad ng pagkakaroon ng access sa internet at ang socmed na sa isang scroll lamang ay makikita o mapanonood na ang kanilang advertisement o pag-eendorso ng mga influencers ng kanilang produkto. Sa mundo ng media ay nagdodominante sila kung ano ang kanilang ipakita sa mga manonood o followers nila ay tinutularan, ginagaya at tinatangkilik hanggang sa makilala at tanggapin ng mga nakararami. Halimbawa, ang pangangailangang maging maganda tulad ng paggamit ng pampaputi, kolorete, maging tuwid ang mga buhok, paggamit ng skin care, at pagbili ng bagong labas na smartphones (kahit ilang feature lang ang binago). Ngunit sa mga hindi abot ang budget ay hindi rin mahuhuli sa uso sapagkat magtatakda ang mga negosyante na maglabas ng panghaliling produkto sa mahal at orihinal tulad ng mga branded na sapatos, damit, bag, pabango, at marami pang iba. Ang pagkondisyon sa utak ng mamamayan na hindi sila nakukuntento hanggang hindi sila nakasabay sa bago.

Sinasabing ang mga taong nasa kulturang popular ay maihahalintulad sa spongha na kung ano mang ang ibibigay ay lahat ay sisipsipin, ang papel lamang ng mga tao ay tanggapin kung anong ihahain sa atin ng mga gahum o makapangyarihang taong na may kakayang lumikha ng mga produktong tatangkilikin ng mamamayan, sa kabila nito, dito nagkakaroon ng karanasan ang ibang tao upang matanggap sila ng modernismo. Sa panahong umiikot lamang ang karamihan sa tinatakdang kultura gamit ang media at komersyo, at sa panahong madaling makuha na ang impormasyon, mabilis na sa mga taong makasabay sa pagbabago ng mundo.

References:

Tolentino, Rolando B.(2010) Gitnang Uring Fantasya: Politikang Kritisismo ng Kulturang Popular. Manila: UST Publishing House