

Adbertisement Pantelebisyon Bilang Salamin Ng Kulturang Popular : Isang Pagsusuri

LORELIE L. ROBLES, AMALIA D. DOHINA, AT DIOLYN E. DURO

Abstrak — Ang telebisyon ang isa sa mga pinakamakapangyarihang midyum na nakaaapekto sa buhay ng mga bata (Media Awareness Network). Subalit nakadepende sa mga sumusunod na salik ang laki ng epekto nito: (1) uri ng palabas na pinanonood at kung gaano sila kadalas manonood, (2) ang kanilang edad at personalidad, (3) kung mag-isa o may kasamang nanonood, at (4) kung ipinaliliwanag sa kanila ng mga magulang at mga kasamahan ang mensahe at diwa maging ang mga bahaging di nauunawaan sa pinanonood. Nilalayon ng pag-aaral na ito na matukoy ang kulturang popular sa mga adbertainment pantelebisyon sa pangkalahatan. Sa maraming adbertainment, tatlo ang pinili at sinuri ng mananaliksik. Napag-alamang ang mga napili ay angkop ding gamitin bilang kagamitan at lunsaran sa pagtuturo sa dahilang ang mga ito’y nagpapahayag ng makabuluhang ideya, kapupulutan ng aral sa buhay at nagbibigay inspirasyon para sa isang mabuting pakikisama o pakikipagkapwa-tao.

Mga Susing Salita — *Adbertainment Pantelebisyon, Kulturang Popular, Pagsusuri*

I. Kaligiran ng Pag-aaral

Naging madali ang akses ng masa sa dyaryo, radyo, telebisyon at internet dahil sa maunlad at makabagong teknolohiya. Maraming tao ang nakakaalam ng mga mahahalagang pangyayari at naging malapit sa mga isyung direktang nakakaapekto sa kanilang buhay. Ito ang layunin ng media – mapalapit sa mga tao sa pamamagitan ng programang panlibangan gaya ng balita, isports, pelikula, *talkshows* at maging ang adbertainment o komersyal at *ads* na nagdadala ng *trends* na lumilina sa kultura.

Maliban sa mga impormasyong inihahatid ng *media*, ipinararating din nito ang mensahe na kung hindi maiproseso nang mabuti ng mga tagatanggap o tagapanood ay maaaring magpahamak sa kanila (Rugeria, 1996 sa kay Sto. Tomas, 2008). Ilan sa mga ito ang imoralidad, karahasan, masamang asal na di dapat matutunan lalo na ng mga bata.

Kaya naman, sa murang edad pa lamang ay nararapat nang matutunan ng mga mag-aaral na gamitin nang mabuti at tama ang *media resources*. Madaling makuha ninuman ang iba’t ibang mensaheng ipinararating. Katunayan, sa pagbubukas ng radyo at telebisyon, pagbuklat ng dyaryo at magasin, pagsaksak ng pelikula sa DVD player o pagklik sa isang website, agad may mapupulot na mga impormasyon.

Sa loob lamang ng ilang segundo, maaaring magaya ang karakter sa isang sitcom, makanta ang *advertising jingle*, makapagbigay ng panibagong bersyon o komposisyon mula sa serye ng

napanood na programa. Ayon kay Friendly, sa lektyur ni Francisco (2006) gustuhin man o hindi, ang *media* ang pinakamakapangyarihang lakas at sandigan ng edukasyon na alam ng tao.

Maituturing ang adbvertisement pantelebisyon na isang literatura dahil nasasalamon nito ang mga karanasan o napagmamasdang serye ng buhay ng manunulat at ng mga bumubuo nito, lalong-lalo na ng mga nangyayari sa lipunan. Humuhubog din ito sa kamalayan, nakaiimpluwensya sa pag-iisip, nagdadala ng pagbabago sa sangkatauhan, pumupukaw sa kamalayan, ritmo at estilo ng pamumuhay ng kasalukuyang henerasyon. Dito natututo ang tao ng mga aral na hindi nakukuha sa mga teorya upang magkaroon ng ganap na pagkaunawa sa buhay. Higit sa lahat, malakas ang puwersa ng adbvertisement sa paghubog ng pagkatao at pagbago sa panlabas na itsura. Ang mga ito'y nagpapahayag ng mga kaisipang humuhulma ng personalidad at identidad ng mamamayang Pilipino na naiimpluwensiyahan ng makabagong estilo ng pamumuhay dala ng modernisasyon at makabagong teknolohiya na tinatawag na kulturang popular.

Ang pag-aaral na ito, samakatuwid, ay isang pagtatangka na masuri ang kulturang popular at mga pananaw na sumasalamin sa mga piling adbvertisement pantelebisyon.

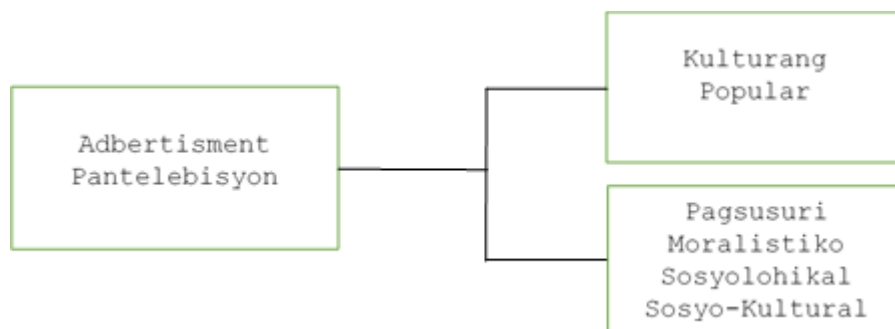
Paglalahad ng Suliranin

Ang pananaliksik na ito ay naglalayong matukoy at masuri ang mensaheng ipinahahayag ng mga piling adbvertisement pantelebisyon (*TV Ads*).

Bilang pagtiyak, sinagot ng pag-aaral na ito ang mga sumusunod na katanungan:

1. Ano ang paksa o temang nangingibabaw sa mga sinuring adbvertisement?
2. Anong uri ng pamumuhay at kulturang Pilipino ang masasalamon sa mga adbvertisement pantelebisyon?
3. Ano ang diwang taglay ng mga adbvertisement pantelebisyon kung susuriin sa dulong moralistiko, sosyolohikal at sosyo-kultural?

Banghay Konseptwal



II. Pamamaraan

Kwalitatibong-dokumentaryong pagsusuri ang ginamit sa pagususuri ng mga napiling adbvertisement pantelebisyon.

Pumili ng tatlong (3) adbvertisement o patalastas sa istasyong ABS-CBN. Sa pamamagitan ng Youtube ay kumuha ng malinaw na kopya ng video. Ang mga napiling adbvertisement o patalastas ay batay sa kulturang popular na sumasalamin ng pag-uugali, katangian ng mga Pilipino. Sinuri din ang diwang ipinahihiwatig sa tatlong dulog o pananaw - moralistko, sosyo-kultural at sikolohikal. Ang mga dulog na ito ay ayon sa teorya ni Vygotsky na naniniwalang ang pag-unlad ng kaisipan at pagkatuto ay produkto ng lipunan at kultura.

Ang pag-aaral na ito ay isinakatuparan sa pamamagitan ng mga sumusunod na hakbang:

1. Pinili at tinukoy ang istasyon ng telebisyon na pagkukunan ng mga adbvertisement.
2. Pumili ng araw at inantabayanan ang oras kung kailan mapapanood ang mga adbvertisement o patalastas.
3. Mula sa mga napanood, pinili ang tatlong kinasinagan ng kulturang popular.
4. Sa tulong ng Youtube, nag-download ng mas malinaw na *video* ng mga napiling adbvertisement.

Ang mga napiling patalastas ay sinuri batay sa tema, kulturang popular at tatlong dulog - ang moralistiko, sosyo-kultural at sikolohikal.

III. Pagpapakahulugan ng mga Datos, Pagtalakay sa Resulta, Pagsusuri sa Tatlong Dulog

Buod ng Paglalarawan sa mga Patalastas

Ang bahaging ito ay naglalahad at naglalarawan ng nilalaman ng tatlong adbvertisement na sinuri gayon din ang biswal na presentasyon nito. Ito ang Globe Go Sakto!, Jollibee Chickenjoy at Pond's Clear Solution Facialwash .

Globe Go Sakto!

Ang bagong patalastas ng Globe ay nagpapakita ng pagiging praktikal at matipid ng isang tao. Pipiliin ang bagay na alam niyang higit na makabubuti sa kanya. Tulad na lamang ni Xian Lim at mga kasamahan sa adbvertisement, pinili ang Globe Sakto sa dahilang dito ay puwede silang gumawa ng sarili nilang promo para makatipid - ang *text*, tawag at *surf* kahit sa mababang halaga. Sa huli, hinikayat din ni Xian ang mga manonood na subukan ang bagong promo na ito ng Globe.

Ang nasa ibaba ay ang dayalogo sa adbvertisement ng Globe (Tingnan ang Larawan 1).

Xian: Sobrang dami na naming naka-experience ng globe prepaid go sakto.

Lalake 1: Kahit 24 pesos lang ang load ko, I still create my own promo. Sakto sa budget ko.

Babae 1: I even name that after my self, tapos I share that pa sa facebook

*Xian: kaya nag go saktop na rin ako with my own call, text and surf promo. That's just the way I wanted. Just dial *143# to create your own promo now. Mag go sakto na rin kayo!*



Larawan 1. Globe Go Sakto! (ika-30 sigundo)

May mg bagay sa mundo na kailangan pagpilian, kung ano ang mas pagtutuunan ng pansin at kung ano ang babalewalain, kung sino ang kakaibiganin at kung sino ang aawayin. Sadyang ganyan ang buhay ng tao sa daigdig - lagi nang may pinagpipilian. Tuwina'y hinuhubog ng magkatambal na sangkap ng kalikasan, gaya ng init sa lamig, o lungkot at galak.

Ang modernong buhay ay talagang kakikitaan ng magkakambal na sangkap subalit kailangang pumili ng alinman sa dalawang bagay, pagkain, pangkat, pag-ibig, magulang at kapatid, at iba pa.

Sa adbvertisement ng Globe Sakto, pumili si Xian at mga kaibigan ng pinakapatok na cellphone load. Hindi man ipinakita ang iba pang *telecommunication companies* at mga *promo* nito, pinatunayan na ang kompanyang Globe at ang promo nitong Globe Sakto ang mas patok sa nakararami.

Isa pa sa mga patunay na lubhang mapang-akit ang adbvertisement ng Globe ay dahil sa wikang ginamit, ang *code mixing* o paghahalong koda. Mapapansing naghahalo ang wikang Ingles at Filipino. Kahit sa anong paraan ng pag-usap, ito ang ginagamit.

Pagsusuri

Tema / Paksa

Komunikasyon ang nagbubukolod at nagpapatibay sa relasyon at koneksyon ng isa't isa.

Kulturang Popular

Isa sa pinakapalask na kulturang popular ng kasalukuyang henerasyon ang *text messaging* at *Facebook*. Kilala sa buong mundo ang pagkahilig sa *cellphone* ng mga Pilipino, kaya binansagan ang Pilipinas na *texting capital of the world* (Ipsos Media Atlas Philippines). Mapabata o matanda, mayaman at mahirap, propesyunal at tambay ay may cellphone. Ang *cellphone* ay napakahalagang ari at patuloy na kinahuhumalingan. Hindi kumpleto ang araw kung wala ito. Sa paglipas ng panahon ay paiba-iba ang nagsusulputang yunit. Marami ang nabubuyo mag-*Facebook* – ang pinakasikat na *social networking site* sa ngayon. Sa pamamagitan ng *Facebook*, patuloy ang pakikipag-ugnayan sa maraming tao, malayo man o malapit.

Tatlong Uri ng Dulog

Moralistiko

Mahihinuha na isa sa magandang ugali ng mga Pilipino ang pagiging matipid at masinop. Sa kabila ng pagkakaroon ng magandang trabaho, mataas sahod, karangyaan sa buhay ay naiisip pa rin na gumastos nang naaayon lamang sa pangangailangan. Hangga't may mura, *promo*, iyon ang susunggaban upang may matitira at maitatabing halaga. Mahalaga ang bukas sa halip na ubos biyaya sa isang araw lamang.

Sa *promo* na ibinigay ng Globe, malaki ang natitipid ng mga Pinoy. Sa halip na gumugol ng P300.00 *regular load* sa isa o dalawang araw ay pwede namang pumili ng *load promo* na abot kayang halaga. Sa dalawampung piso ay may pantawag at pang*text* na, unlimited pa. Magagamit pa ang malaking tirang pera sa ibang pangangailangang personal o sa pamilya. Naipapakita na di kailangang gumastos ng malaking halaga mapanatili lamang ang komunikasyon at ugnayan sa mga mahal sa buhay na nasa malayo.

Sosyolohikal

Nakikita sa advertisement ang maayos na pakikipag-ugnayan ng mga milinyals o bagong henerasyon sa tulong ng teknolohiya. Maging mga bata't matatanda ay nahihikayat gumamit ng gadyet sa pakikipag-usap. Kung dati'y kakaunti lamang ang makakasalamuha at makikilalang tao. Kailangan pang maglaan ng malaking halaga para sa pamasahi at maraming oras ng pagbyahe para sadyain ang mga taong gustong makilala at makausap. Ngayon iba na, sa kaunting halaga, may load ka na. Isang klik lamang ng celfon ay makikita mo ang listahan ng pangalan at larawan ng mga taong gustong kausapin, makapalagayang-loob. Sa isang klik lamang ay marami nang makakausap at mapag-uusapan.

Sosyo-Kultural

Nasa kultura ng mga Pilipino ang magtangkilik sa mga promo upang makatipid. Bilang patunay, mas tinatangkilik ng Pinoy ang Ukay-ukay kaysa sa mga mamahalin at *branded*. Hindi lamang ang mahihirap maging nasa katamtamang antas ng pamumuhay ang bumibili nito kundi maging ng mga mayayaman din. Malaki ang paniniwala ng nakararami na ang mga mura at *promo* ay nakapagdudulot din ng saya at nakapagpapatibay ng pagsasama.

Jollibee Chickenjoy

Likas sa pamilyang Pilipino ang magkasamang nagsasalo-salo . Kaunti man o maraming handaan ay makikita pa rin ang saya at ngiti sa bawat isa. Kagaya na lamang sa bagong patalastas ng Jollibee Chickenjoy sa kanilang ika-35 na anibersyaryo. Makikita na sa kahit simpleng pagkain ng manok ay makikita ang matibay na bigkis ng pamilya.

Tunghayan ang dayalogo sa adbvertisement ng Jollibee, ang popular na kainan sa Pilipinas (Tingnan ang larawan 2)

Walang kasinsaya ang pamilyang

Pinoy. Pinakamalutong ang hagikhan.

Pinakajuicy ang kwentuhan.

Pinakamasarap ang lambingan.

Kaya naman da best ang saya pag nagsasama-sama. Best tasty crispylicious, juicylicious chicken joy. Para sa the best pamilyang Pinoy.



Larawan 2. Ang screen shot ng adbvertisement ng Jollibee Chickenjoy (31 sigundo)

Pagsusuri

Tema / Paksa

“Matibay na Pagbibigkis ng Pamilya”

Sa hapagkainan nagtitipon ang buong pamilya. Ginagawang sagrado ang oras ng pagkain. Minsan sa hapagkainan nabubuksan ang lahat ng paksang pag-uusapan, gaya ng mga problema at maging ang mga masasayang karanasan. Ang sabay-sabay na pag-upo sa harap ng masarap na pagkain ay panahon ng *bonding* ng pamilya. Isang patunay ang adbertisement ni Sharon Cuneta na ‘Lucky Me beef na beef Mami’ na nagpapahayag na “Meal time is Family time”.

Sa adbertisement ng Jollibee, ipinakikita na ang pamilya ay masayang magkasabay sa pagkain ng fried chicken. Mas sumasaya at umiinit ang kanilang usapan at tawanan. Mababatid ito sa mga pahayag na:

“Walang kasing saya ang pamilyang Pinoy, pinakamalutong ang hagikgikan.”

Ipinapahayag din sa adbertisement ang pagpapahalaga sa pamilya. Hindi maikakaila na kilala tayong mga Pinoy sa metatag na pagkakabigkis ng mga kasapi.

Mapapansin ang bahaging ito: *“Best tasting, crispylicious, juicylicious chicken joy. Para sa the best pamilyang Pinoy”*.

Ang pagpapahalaga sa pamilya ay nagpapatibay ng lipunan. Sa maganda at masayang pagsasama ay nadarama ng bawat kasapi ang halaga ng isa’t isa, ang pakikibahagi hindi lamang sa panahon ng saya maging sa panahon din ng kalungkutan at problema.

Kulturang Popular

Isa sa pinakapalask na kulturang popular ay ang Jollibee. Isa itong *fast food chain* na nagbebenta ng patok na patok na *fried chicken, fries, burger, sundaes* at iba pang produktong pagkain. Ngayong panahon, ang Jollibee ay naging suki sa mga espesyal na okasyon tulad ng kaarawan, mga binyag, Christmas Party, Araw ng Pagtatapos at iba pa.

Noon, sa pagkakaakala ng mga mahihirap ay sobrang mahal ng mga pagkain dito. Tanging mga mayayaman lamang at mga nakaluluwag ang bulsa ang pumapasok upang kumain. Subalit ito’y isang maling akala. Ang Jollibee ay para sa masa sa dahilang ang mga presyo ay abot-kaya. Hindi na kailangang magpakahirap sa pamimili at pagluluto. Anumang oras ay puwedeng umorder, magpadeliber at kumain. Patunay na nakikisabay rin ang pamilyang Pinoy sa pagiging praktikal at modernong pamumuhay ng mga kanluraning kultura.

Dulog Moralistiko

Labis na pinahahalagahan ang bawat kasapi ng pamilyang Pilipino. Sa kabila ng kakapusan at kahirapan, sisikaping mailabas ang lahat ng miyembro ng pamilya para lamang mapakain sa mga kilalang restawran gaya ng Jollibee. Mababaw man kung maituturing subalit hindi mabibili at masusuklian ng kahit na anong materyal na bagay ang namumutawing ngiti sa mukha lalo na ng mga bata. Hindi rin magkamayaw ang ingay ng pasasalamat dahil napakaespesyal para sa kanila ang mapakain ng anumang mga produkto ng Jollibee.

Dulog Sosyolohikal

Halos hindi maputol ang masayang usapan, kulitan at kumustahan, ang malutong na mga halakhakan ng buong pamilya, ng magkakabarkada't magkakaopisina maging ng bagong magkakakilala lalo pa't nalalapas at naaamoy ang masarap na pagkain. Dahil sa kakaiba at nakakaakit na panghatak ng Jollibee, halos marami ang nagaganahang kumain ng kanilang mga produkto. Mula nang magsimulang magbigay ng serbisyo ang *fast food chain* na ito, nananatiling number 1 ito hindi lamang sa Pilipinas kundi sa buong mundo. Milyon-milyon ang tumatangkilik dito.

Dulog Sosyo-Kultural

Ipinakikita na ang pamilya ang pangunahin at pinakamaliit na yunit na bumubuo sa lipunan. Ang patalastas na ito ay nagpapakita ng isang matatag na pundasyon ng lipunan. Pusong Pilipino ang talagang nangingibabaw sapagkat pinahahalagahan ng bawat Pilipino ang pamilyang buo dahil may kasabihang “Ang pamilyang tunay na nagmamahalan ay may katatagan”. Pag matatag ang pamilya, matatag din ang lipunan.

Pond's Clear Solution Facialwash

Likas na sa mga babae ang paggamit ng produktong pampaganda- may mga umiinom ng pampaputi, pampapayat at pampataas. Dala ng modernisasyon at teknolohiya, halos lahat ating katawan ay pwede nating dagdagan at bawasan. Ang adbvertisement nag Pond's ay tungkol sa isang produktong makakatulong upang maiwasan ang pagkakaroon ng tagiyawat. Ang tagiyawat ang isa sa mga nakakasira ng kutis ng mga kababaihan. Makikita sa adbvertisement ang babaeng nasasabik pumunta sa lugar na pinag-usapan nila ng kanyang kaibigan lalo pa't darating din ang lalaking gusto niya. Nang makita niyang may tagiyawat siya sa mukha ay hindi siya mapakali at doon niya ginamit ang Pond's upang mawala. Nang mawala ang tagiyawat sa kanyang mukha ay kompiyansa siyang handa na ng humarap sa nagugustuhan. Sa simpleng adbvertisement na ito, pinapakitang nadagdagan ang tiwala niya sa kanyang sarili, Napanatag ang kanyang loob sapagkat alam niyang maganda siya.

Makikita sa adbvertisement na Pond's (tingnan ang larawan 3) ang hilig ng mga Pinoy lalong-lalo na ng mga kababaihan sa produktong pampaputi, pampaganda at pampakinis ng balat.

Babae 1: 6 P.M? Jake is coming too? Yes!

Pimples! What should I do?

Tagapagsalaysay: Use Pond's clear solution facialwash with herbal clay and salicylic acid. It removes 99% of pimple germs. Goodbye pimples!

Babae 2: Look 399 likes!

Lalake: 400

Tagapagsalaysay: Use Pond's Solution Facialwash and get to win prizes everyday with Pond's Fresh Face Surprise. Like Pond's on facebook to join.



Larawan 3. Ponds Clear Solution Facialwash (30 sigundo)

Pagsusuri

Tema

Lubhang metikuluso at mapag-alaga ng balat, mukha at katawan ang mga Pilipino, mapababae man o lalaki.

Bawat isa ay may angking kagandahan subalit kaakibat nito ay ang responsibilidad na ito'y pahalagahan, pangalagaan at pakaingatan. Dahil dito, lahat ay gustong subukan, mumurahin man o mahal, matagpuan lamang ang produktong makapagpapakinis at makapagpapaganda.

Kulturang Popular

Isa ng pinakapalask ngayong henerasyon ay ang panggagaya kapag may bagong uso na makikita o mapapanood. Ang *Twitter* ang isa sa pinaksikat sa panahon ngayon. Dito puwedeng magpost ng kahit anong litrato para ma-*Like* ng mga manonood.

Ang adbertisment gaya ng mga produktong pampaganda ay patunay na nananatili ang kolonyal na mentalidad sa dahilang karamihan sa iniindorso ay banyaga. Labis na pinaniniwalaang mas nakapuputi, higit na nakapagpapaganda at nakapagpapakinis ng balat ang mga ito kumpara sa mga produktong lokal.

Ang labis na pagpapahalaga ng mga Pilipino sa pisikal na katangian gaya ng kagandahan ay halaw sa kanluraning kaisipan na siyang nagpapababa ng pagtingin sa lokal na kakayahan at kaalaman.

Ang makinis na mukha ay nagpapatunay ng *post modern culture* sa tranpormasyon ng katawan. Kahit na ipinaganak na pangit, mataba, o anumang kalagayang lihis sa ideyal na hinahangad o pinapangarap ay may mga paraan para mapabago ang anyo. Mula liposuction hanggang bleaching, cell therapy, sa pagtanggap ng tagiyawat hanggang sa prolifikasyon ng mga derma clinics, mula sebo demacho hanggang sa Ponds facial wash, cosmetic surgery. Kailangang gumanda hindi lang para sa sariling kasiyahan, kundi para manatiling kahanga-hanga sa mata ng mga tumitingin.

Pagsusuri ayon sa Dulog

Moralistiko

Masasalamain sa adbertisment ang kahinaan ng isang babae. Isa sa nagpapahina ng loob ang pagkakaroon ng di maganda at deperensyang mukha. Naging problema sa babaeng nasa adbertisment ang kanyang taghiyawat. Subalit ang isang Pilipina ay hindi basta-basta sumusuko sa gitna ng mga pagsubok lalo na sa pisikal na aspeto. Sa halip na manlupaypay ay naghanap ng solusyon upang mawala ang pinoproblema, at ito ay sa pamamagitan ng Ponds facialwash. Dito mapatutunayang sa anumang hamon ng buhay, ang mga kababaihan ay naghahanap ng solusyon upang ang kahinaan ay mapalitan ng kalakasan lalong-lalo na ng kalakasan ng loob. Dito rin masasalamain sa adbertisment na sa bawat pagsubok na nahaharap ay may aral na natutunan. Aral na nagpapatibay ng pagka-Pilipino.

Sikolohikal

Ang mga taong pinakikisamahan sa araw-araw ay may malaking ambag sa anumang pananaw sa buhay. Isa sa may malaking impluwensiya sa pakikipagkapwa ay ang *social media*. Ang mga tao sa modernong panahon ay nakatuon na sa kung ilang likes, hearts at views mayroon sila sa kanilang naipost. Kapag marami ang likes na nakuha, natutuwa sila... Ganito na ngayon ang paraan ng pakikisalamuha - elektronikong pakikipag-ugnayan na. Dahil sa mga pagbabagong nagaganap sa lipunan ay nagbabago rin ang pakikipag-ugnayan ng mga Pilipino sa kapwa Pilipino. Makikita sa adbertisment, dahil sa paggamit ng babae ng Pond's, mas lalong dumami ang kanyang mga tagahanga o *likers*. Masasabing malaki ang impluwensiya ng *social media* sa buhay ng bawat Pilipino.

Sosyo-Kultural

Ang buhay ay hindi lamang binubuo at naiimpluwensyahan ng mga taong nakasasalamuha sa loob ng tahanan lamang. Isang malaking ambag ang sosyudad sa buhay ng isang tao. Iba-iba ang pananaw ng bawat isa, lahi sa tinatawag na kagandahan. Halimbawa na lamang sa Japan, kapag ang isang babae ay may singkil na ngipin, siya ay napakaganda sa paningin ng nakararami. Subalit sa mga Pilipino ay hindi ito kaaya-ayang tingnan kung kaya malimit ay nagpapa-*brace* ng ngipin. Katulad na lamang sa adbertisement na Pond's. Ang mga Pilipino ay mahilig magpakinis at magpaputi ng kutis. Noong nakita ng babae ang taghiyawat sa mukha, nahiya siya. Naisip niyang baka mandiri ang lalaking kanyang nagugutuhan. Isang malaking dagok sa kababaihan ang pagkakaroon ng taghiyawat dahil sa pananaw ng buong sosyudad ng salitang maganda. Halos lahat ng mga babae sa Pinas ay mas pinapahalagahan ang kutis. Hindi man lahat ay mapanlait sa hindi kakinisan subalit maaari itong maging dahilan ng pangungutya. Ito ang ipinahihiwatig sa adbertisement. Dahil sa pananaw ng sosyudad na gagawin at susubukan ang lahat ng produkto, maging maganda hindi lamang sa lalaking kanyang napupusuan kundi sa lahat ng nakakakita sa kanya.

Pagtatalakay ng Resulta

Ang mga sumusunod na paksa o tema ay inilahad: kolonyal na mentalidad, mga uso o *rending* at interaktibo na naghuhudyat ng kabataang subkultura, transpormasyon ng bahagi ng katawan, ideyal na pamantayan sa pagpapahalaga sa pamilya, midyum na komersyalisasyon ang mga adbertisement.

Kolonyal na Mentalidad

Hindi maipagkakaila na ang pinakamalaking bahagdan ng negosyo sa bansa na mga *multinational corporation* ay pagmamay-ari ng mga banyaga. Nakatatak sa isipan ng maraming Pilipino na ang mga produktong banyaga ay kapani-paniwalang epektibo, mataas ang kalidad, matibay at may tatak.

Hindi maputol-putol ang tanikalang nakatali sa mga dayuhan at mamamayang Pilipino. Isinsabuhay araw-araw ng maraming Pinoy ang impluwensiya ng kanluraning kultura gaya ng pagkain sa mga *fastfood chains*, paggamit ng *Facebook at Twitter* at ang “*pop culture*” na nagbibigay ng identidad sa mga kabataan ng kasalukuyang henerasyon.

Ito ay nagpapatunay lamang na kahit nakamtan na natin ang kalayaan ay hindi pa rin maputol-putol ang tanikalang nakatali. Nakabuntot pa rin ang anino ng mga sumakop sa bansa noon. Ang mga bansang ito ay patuloy na nagmamaniipula ng buhay.

Ang Uso at Interaktibo ay Naghuhudyat ng Kabataang Subkultura

Ang “pop culture” ay mahalagang bahagi ng pagkatao ng kasalukuyan(Lantad na ipinakilala ito ng advertisement ng Globe Saktol). Ang uso o *trending* ay may mga pamantayan o istandard na itinakda ang madla at industriya ng produksyon.

Transpormasyon ng Bahagi ng Katawan Tungo sa Ideal na Pamantayan

Ang temang ito ay halaw sa advertisement ng Pond’s Facial Wash. Bahagi ng kultura ng mga kababaihan ang pagpapahalaga sa pisikal o panlabas na katangian. Bakit nga ba dumarami ang gumagamit ng mga produktong pampaganda?

Taliwas sa mga lumang pananaw sa kung ano ang tunay na kagandahan – simple, walang kolorete sa mukha, ang kababaihan sa kasalukuyang panahon ay naglalaan ng malaking halaga sa mga serbisyo at produktong pampaganda – *liposuction* para pumayat, *skin whitener* sa pagpapaputi ng kayumangging balat, pagpapa-*nose lift* para tumangos ang pangong ilong, at kung ano-ano pa.

Kung bakit mahalaga ang pisikal na kagandahan, marahil sa papel na ginagampanan sa lipunan. Bago makisalamuha sa ibang tao, kailangang sinisigurado muna ang itsura sa harap ng salamin, maganda at kaakit-akit. Subalit taliwas sa tradisyunal na kalagayan ng babaeng nasa tahanan lang, simple, walang make-up. Tanging inaatupag ang gawaing bahay maging pag-aalaga sa mga anak at asawa. Sa ganitong tungkulin, hindi na niya kailangan ng pampaganda.

Pagpapahalaga sa Pamilya (Pamamasyal kasama ang pamilya)

Isang magandang palatandaan sa pamilyang Pinoy ang pagiging matibay, matatag na nagbibigkis sa kabila ng mga unos na dumarating sa buhay. Ang paglalaan ng kaunting halaga at oras makasama at mapasaya ang pamilya ay mapapanood sa advertisement ng Jollibee Chickenjoy.

Midyum ng Komersyalisasyon ang mga Advertisement

Ang panood ng telebisyon ay isang pangunahing libangan. Ang mga advertisement ay tunay na nakakaakit. Totoong makulay. Nakadagdag pa sa atraksyon ang personalidad ng mga nag-eedorsong mga tanyag na tao, mga artista, pulitiko, mangangalakal, at prominenteng tao. Dahil sa ganitong katangian, hindi matatawaran ang malakas na panghatak nito sa mga manood na naging sanhi ng malaking kita ng may-ari ng mga produkto at istasyon ng telebisyon.

Paglalom

Ang pananaliksik na ito ay naglalayong matukoy at masuri ang mensaheng ipinahahayag ng mga piling advertisement pantelebisyon (TV Ads).

Bilang pagtiyak, sinagot ng pag-aaral na ito ang mga sumusunod na katanungan:

1. Ano ang paksa o temang nangingibabaw sa mga sinuring adbvertisement?
2. Anong uri ng pamumuhay at kulturang Pilipino ang masasalamang sa mga adbvertisement pantelebisyong?
3. Ano ang diwang taglay ng mga adbvertisement pantelebisyong kung susuriin sa pananaw moralistiko, sosyolohikal at sosyo-kultural?

Ito ay ginamitan ng paraang kwalitatibong palarawan.

Ang mga mananaliksik ay pumili ng tatlong adbvertisement. Tinukoy ang tema, kulturang popular na sinasalamang, sinuri ang nilalaman at mensahe sa tatlong dulog o pananaw – moralistiko, sosyolohikal at sosyo-kultural. Lumitaw ang mga kaisipang pumapaksa tulad ng kolonyal na mentalidad, kung ano ang uso o *trending*. Naipakita ang mga imahe gaya ng kabataang subkultura, transpormasyon ng katawan batay sa ideal na pamantayan, pagpapahalaga sa pamilya, at midyum ng komersyalisasyon ang mga adbvertisement.

Napatunayan sa pag-aaral na ito na ang pinakapangunahing layunin ng adbvertisement ay maihatid ang impormasyon at mahikayat ang mga manonood sa pamamagitan ng mga testimonya ng mga nag-iindorso upang kumagat ang mga tao na tangkilikin ang mga produkto. Sa mga adbvertisement napaunlad ang mga negosyo, *multinational corporations*.

Nakapaloob sa mga adbvertisement ang iba't ibang kulturang popular: paggamit ng *gadgets* gaya ng *cellphone*. Hindi masaya ang araw kung walang *text*, tawag at *online* na laro. Ang pagkahumaling sa *social networking* gaya ng *Facebook* at *Twitter* ay naapektuhan ang pananalita. Karamihan lalo na ang mga *teenager* ang nagpapalit-koda o gumagamit ng mix-mix variety ng wika. Naipahiwatig din sa mga nasuring adbvertisement ang pagsunod sa uso ng mga kabataan. Natutong makaramdam ng pagiging *conscious* sa pisikal na anyo ang mga babae.

IV. Konklusyon

Batay sa mga isinaad na mga resulta ng pag-aaral, ang mga sumusunod na konklusyon ay lumitaw.

1. Pagpapanatili sa kolonyal na mentalidad
2. Ang uso at interaktibo ay naghuhudyat ng kabataang subkultura
3. Transpormasyon ng bahagi ng katawan batay sa ideal na pamantayan
4. Pagpapahalaga sa pamilya (pamamasyal kasama ang pamilya)

Implikasyon

Ang adbvertisement ay kilala sa paghahatid ng mga impormasyon ukol sa produkto. Ito'y nagtataglay ng mga mensahe tangkilikin ang produktong ipinakilala.

Ang adbvertisement bilang salamin ng kulturang popular, ay bumubuo ng mga konseptong naglalaman ng mga mensahe may ugnay sa mga popular na mga bagay. Dito makikita ang

iba'tibang kaisipang nangingibaw. Nasisinag din sa mga adbvertisement ang mga “*trending topics*” na lumalaganap ngayon. Ilan rito ay ang paggamit ng mga *gadgets* tulad ng *cellphones*, *social networking sites* tulad ng *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* at iba pa. Nasisinag din dito ang modernong pamamaraan ng interaksyon sa kapwa at pagpapahalaga sa mga kaisipang nais iparating sa mga tumatangkilik. Sa adbvertisement, kakitaan ito ng iba't ibang pangyayaring nakapalibot sa lipunan ngayon.

Isang paksa ng pagsuri ng adbvertisement bilang salamin ng kulturang popular ang mga pang araw-araw na buhay ng mga tao ngayon. Binibigyang-diin din dito kung paano mapanatili ang magandang kalidad ng pamumuhay sa ngayon.

Ang pag-aaral na ito ay isang inisyatibo upang mabigyang sigla ang interes ng mga guro, mag-aaral, magulang, mananaliksik at mga taong mahilig sa napapanahong paksa na lalo na ang pagbibigay importansya ng adbvertisement sa mga manonood.

V. Rekomendasyon

Batay sa kinalabasan ng pag-aaral na ito, inihain ang mga sumusunod na rekomendasyon:

1. Para sa mga mag-aaral, bigyang-pansin ang halaga ng bawat adbvertisement na pinapalabas sa telebisyon sa dahilang makukunan ito ng kaalaman at makakatulong sa pagpapalawak ng kaalaman sa mga bagay-bagay na nakatawag pansin sa kanilang kamalayan.
2. Para sa mga guro, mahalagang ilakip bilang bahagi ng pag-aaral at talakayan sa silid-aralan ang mga adbvertisement sa higit na ikakaunawa ng mga mag-aaral sa dahilang ito'y kalakip na rin sa ating kultura bilang isang Pilipino. Maliban dito, maging behikulo ito upang lubos na mapaunawa sa mga mag-aaral na mahalaga ang panonood ng adbvertisement dahil ito ang nagbibigay ng malawakang impormasyon tungkol sa mga bagong produktong naimbento.
3. Para sa mga magulang, mabigyang pansin ang adbvertisement na pinapalabas para makunan nila ito ng impormasyon kung ito ba ay nakakabuting gamitin o hindi, ito'y para rin matantya ang bibilhing produkto dahil malalaman na nila kung ano ang magiging posibleng epekto nito sa kanilang pamilya lalong-lalo na sa kanilang mga anak. Para rin magabayan nila ang kanilang mga anak kung ano ang dapat na bigyang pansin na adbvertisement at matulungan ang kanilang mga anak para sa malawakang pag-intindi.
5. Para sa mga mananaliksik, magagamit nilang sanggunian ang pag-aaral na ito. Maaari ding gumawa ng replikasyon ng pag-aaral na ito na gagamit ng mas masaklaw na samples ng mga adbvertisement.
6. Para sa mga taong mahilig sa mga trending na bagay, para matunghayan nila ang mga bagong likhang produkto at malaman ang mga malawak na impormasyon tungkol dito upang hindi maging huli sa uso.

TALASANGGUNIAN

- [1] Belgira, N. (2011). *Kulturang popular (Isang Proyekto)*. Pamantasang Estado ng Kanlurang Bisaya, Lungsod ng Iloilo
- [2] Belgira, N., Lopez, J., & Sangasina, J., (2011). *Kulturang Popular. (Isang proyekto)*. Pamantasang Estado ng Kanlurang Bisaya, Lungsod ng Iloilo:
- [3] Claro, M.L., (2013). *Loa ng mga Ilonggo: Pagtitipon at Pagsusuring Sosyo-Kultural*. Di-nalathalang Tesis. Lungsod ng Iloilo: Pamantasan Estado ng Kanlurang Bisaya.
- [4] Dingsalan, R. (2005). *Kritisismong Pampanitikan*. Manila: Rex Book Store.
- [5] Eriman, E. (2007). *Pagsusuri sa mga Piling Maikling Kwentong Hiligaynon Gamit ang Pagdulog Moralistiko at Paglinang ng Kagamitang Pampagtuturo (Di-nailathalang Tesis)*. Pamantasang Estado ng Kanlurang Bisaya, Lungsod ng Iloilo.
- [6] Naelgas, D. (2013). *TV ads: Hanguan ng Kagamitang Pampagtuturo ng Pulturang Popular (Di-nailathalang tesis)*. Pamantasang Estado ng Kanlurang Bisaya, Lungsod ng Iloilo:
- [7] Punsalan, T. (1994). *Edukasyon sa Pagpapahalaga IV*. Manila: Rex Bookstore.
- [8] Rabulan, C. (2009). *Pagbasa at Pagsulat Tungo sa Pananaliksik*. Iloilo City: Seguiban.
- [9] Recarte, P. (1984). *Pagsusuri sa Estetikong Porma, Sosyolohikong Implikasyon at Katuturang Eksistensyal ng sa mga Kuko ng Liwanag*. Panunuring Pampanitikan II, Mga Nagwagi sa Gawad Surian sa Sanaysay Gantimpalang Collates (1984-1988)
- [10] Recorba, F. et al. (2003). *Retorika: Mabisang pagpapahayag sa Kolehiyo*. Bulacan: Trinitas Publishing House.
- [11] Reyes, S. (1992). *Kritisismo*. Lungsod ng Quezon; International Publishing Co. Inc.
- [12] Sto. Tomas, I. (2008). *TV Ads: Hanguan ng mga Kagamitang Pampagtuturo sa Elementarya*. Di-nalathalang Tesis. Lungsod ng Naga: University of Nueva Caceres Laboratory Highschool
- [13] Torres-Yu, R. (2006). *Kilates*. The University of the Philippines Press. UP Campus, Diliman, QC
- [14] Tolentino, R. (2001). *Kulturang Popular*. Pamantasang Estado ng Kanlurang Bisaya
- [15] Lungsod ng Iloilo.
- [16] Villafuerte, P. (1984). *Ang Santanas sa Lupa: Repleksyon ng Kamalayang Sosyo-Pulitikal sa Bansa*. Panunuring Pampanitikan II, Mga Nagwagi sa Gawad Surian sa Sanaysay gantimpalang Collates (1984-1988)
- [17] Yu, R. (1976). *Si Amado V. Hernandez sa Pagitan ng Dalawang Tradisyong Pampanitikan: Isang Pag-aaral sa Ugnayan ng Panitikan at Lipunan*. University of the Philippines, Diliman, Quezon City.