MEDIJSKI RITUALI

= so tisti izjemni medijski fenomeni, ki služijo vzdrževanju in/ali mobiliziranju kolektivnih sentimentov ali solidarnosti na osnovi simbolizacije in usmerjenosti k temu, kar bi lahko bilo ali kar bi moralo biti

* lahko vzdržujejo družbeno solidarnost, utrjujejo konsenz
* lahko so transformativni (vodijo k družbenim spremembam)
* lahko imajo disruptivni potencial
  + \*Razširjanje medijev
  + McRobbie: MP so postale bolj standardizirana reakcija medijev kot izredno, urgentna, interventna
  + Konstruiranje moralnih panik je postala standardna novinarska praksa, panike pa se kmalu naveličajo ali pa za njen nastanek krivijo sebe
  + Sodobne MP so mnogo manj monolitne kot predpostavlja klasični model 🡪 »teren« moralne panik je postal prizorišče političnih bojev, obenem se pogosto omiljene z obrambo ljudskih hudičev.
* večina teoretikov obravnava rituale kot HEGEMONSKE
* tipologija medijskih ritaulov:
* MORALNA PANIKA
* mobilizacija kolektivnih strahov, bojazni, razširjenih s pomočjo medijev, ki se osredotočajo na simbolične druge – ljudske hudiče
* Pretirana reakcija na relativno nepomemben dogodek.
* to služi procesom socialne kontrole, s pomočjo upravljanja s kolektivnimi moralnimi mejami
* je orodje s katerimi potrjujejo sporazumne socialne vrednote v nasprotju z medijsko prikazano grožnjo

* SLAVNOSTNI MEDIJSKI DOGODKI
* pomenijo prekinitev rutine oddajanja
* monopolistični – vsi kanali predstavljajo ta dogodek
* oddajajo jih v živo
* imajo veliko občinstvo
* so hegemonski
* združujejo ljudi in pripomorejo k obnovitvi lojalnosti družbe in njenih legitimnih avtoritet
* primer: Olimpijske igre, kronanje
* izjemni medijski dogodki povežejo družbo
* KONFLIKTNI MEDIJSKI DOGODKI
* razdelijo skupnost na dva pola
* kritika medijskih dogodkov: ni kritične ostrine
* primer: Romi
* MEDIJSKE KATASTROFE
* primer: Železniki
* spodbujajo SOLIDARNOST (dobrodelni koncerti, zbiranje denarja…)
* takšni dogodki povežejo družbo
* z mobiliziranje sentimentov (skozi personalizirane zgodbe) spodbujajo solidarnost
* MOŽNOSTI KRITIKE (pod vprašaj se postavlja hitrost pomoči, reagiranja, različnih ukrepov…)
* MEDIJSKI ŠKANDALI
* zelo podobni moralni paniki (sta kot dvojajčna dvojčka)
* razlika je le v tem, da za moralno paniko potrebujemo neko skupino, medijski škandal pa lahko povzroči en posameznik z nenavadnim vedenjem, kršenjem nekih norm
* 3 vrste medijskih škandalov:

\* škandali v katere so vpleteni ugledni posamezniki (politiki…)

\* zvezdniški škandali

\* škandali v katere so vpleteni običajni ljudje

* klasični medijski škandali: Avrelij Jurij, Severina, dopping Jolande Čeplak
* MEDIJSKE JAVNE KRIZE

MORALNA PANIKA

PROCESNI MODEL:

1. faza: POJAV PANIKE (obnašanje ali dogodek je dojet kot grožnja moralnemu redu)

* primer Lipe:
* 3 punce umrejo (vse zelo mlade, vprašanje varnosti, organizacije)
* ljudje se zavejo, da se to lahko zgodi vsakemu
* obseg vodi v serijo argumentacije
* red je ogrožen

1. faza: MEDIJI (vmešavanje medijev: naredijo pregled stanja, širijo paniko)

* pretiravanje/popačenje (primer Lipa: govoriti se je začelo da so bile punce narkomanke)
* napovedovanje (primer Lipa: če ne bomo nekaj naredili se bo to ponovilo)
* simbolizacija (skupina se nadomesti z večjo enoto; primer Lipa: 3 punce = mladina)

1. faza: MORALNA AVTORITETA (cerkev, uredniki, duhovščina, politiki, varuhi človekovih pravic)
2. faza: STROKOVNJAKI (primer Lipa: varnostni strokovnjaki, psihologi, sociologi)
3. faza: OBVLADOVANJE in RAZREŠITEV (primer Lipa: zaprtje diskoteke, zakonske spremembe – predlagana omejitev izhodov)
4. faza: ZATON PANIKE
5. faza: ZAPUŠČINA (večina moralnih panik je nima, v primeru Lipe ostane sprejeti zakon in Lipa ostane zaprta)

* panike so kratkotrajne, hitro se odvijajo
* hitro minejo, nič se ne zgodi

Primer Romov: ni klasičen primer moralne panike, ker v družbi ne obstaja nek konsenz o njih, vedno več je ljudi, zagovornikov, ki so na njihovi strani

ATRIBUCIJSKI MODEL:

* ni poudarka na linearnosti
* da govorimo o moralni paniki je potrebnih **vseh** 5 elementov
* ta model ima manj poudarjeno vlogo medijev, medije skoraj zanemari
  + Ključna razlika.

1. element: ZASKRBLJENOST (nekaj se zgodi, vzpostavi se konsenz, vsi morajo biti zaskrbljeni, mora biti merljiva)
2. element: SOVRAŽNOST (v primeru Lipe nismo sovražni, zato ta model ne drži vedno)
3. element: KONSENZ (če ni konsenza ni moralne panike)
4. element: NESORAZMERNOST med medijskim dogodkom in tem kar mi mislimo
5. element: KRATKOTRAJNOST

* Primeri moralne panike
  + Nova gripa
  + Prometna nesreča s smrtnim izidom, ki jo povzroči alkoholiziran voznik
    - To bi kvečjemu moral biti samo škandal
  + Primer romske družine Strojan
  + Lipa/Global
  + Razprava ob referendumu o oploditvi samskih žensk z biomedicinsko pomočjo/novi družinski zakonik
    - Najpogosteje se o vprašanju družine razvijajo moralne panike