

Ime in priimek: G.r P.	Ocena:
Vpisna številka: -	
Smer študija: novinarstvo, 2. letnik, redni študij	
Datum: 26. april 2012	
Naslov eseja: Moralna panika – medijska panika	

	5	6	7	8	9	10
Širina raziskovanja ter prebrane in uporabljene literature (vključno z bibliografijo, referencami...)						
Znanje in razumevanje						
Izvirnost kritične razprave						
Jasna in logično strukturirana argumentacija, ki se drži raziskovalnega vprašanja in je primerno podprta z dokazi						
Ustrezen stil prezentacije (vključno s pravopisom)						

SPLOŠNI KOMENTAR/ KAJ BI BILO TREBA DODELATI, IZBOLJŠATI:

.....

.....

.....

.....

.....

Predlagana nova družinska zakonodaja je v Sloveniji zadnje leto dvignila veliko prahu. Tematiki so bile posvečene celovečerne oddaje na televizijah, polemiziralo se je tako na ulici kot v barih, nekdanji najboljši prijatelji so brisali drug drugega s spletnih socialnih omrežij, na okopih so bili voditelji družbenih gibanj, predstavniki klerikalnega in posvetnega življenja. Tako kot je Simon Gregorčič leta 1879 napovedal „vihar grožán, vihar strašán,“ smo tudi mi vedeli, da prihaja bitka za nekaj, kar pa že ves čas obstaja med nami, le domišljali smo si, da je nekako oddaljeno od nas, in da se nas ne tiče, da „to ni največji trenutni problem, ki bi ga morali reševati“ (Primc 2011). Prebudili smo spečega tigra, ki pa ga nato nismo znali ukrotiti. Šolski primer moralne panike. Za razumevanje dogajanja okoli javnega diskurza na to temo so koristne tako klasične kot tudi sodobne konceptualizacije moralne panike.

Moralna panika je „opis družbenega stanja, v katerem veliko ljudi v družbi pretirano reagira na neko (novonastalo) domnevno grožnjo ustaljenemu redu, ki jo spodbujajo družbeni devianti, čeprav je dejanska grožnja zanemarljiva“ (Bulc 2003). S pomočjo klasične konceptualizacije moralne panike, ki jo je leta 1972 objavil Stanley Cohen, nastalo situacijo razdelimo v šest faz. Cohen predpostavlja, da so družbe vsake toliko časa podvržene obdobjem moralne panike. Vse se začne s pojavom nekega posameznika ali skupine, ki ogroža ustaljen družbeni red in vrednote. Takrat še Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve je pripravilo nov predlog družinske zakonodaje, s katerim bi posodobili zakon iz leta 1976. Pisci v novo besedilo zakona vključijo tudi „nove oblike družinskega življenja“, ki seveda obstajajo že od vekomaj, le da jih zakonodaja do sedaj ni bila pripravljena obravnavati, javnost pa si je zatiskala oči in problema ni hotela videti. Dejstvo, da veliko takšnih družin obstaja, nimajo pa nobene pravne podlage, je v bistvu sililo k temu. Takoj so se dvignili zagovorniki tradicionalne družine in zaščitniki normalnih vrednot, ki so za t. i. družbene hudiče ožigosali homoseksualno usmerjene osebe, ki želijo ali pa bi po novem lahko sklenile zakonsko zvezo in posvojile otroke, pripadale pa bi jim tudi nekatere druge pravice, ki so za normalno zvezo moškega in ženske samoumevne. Kmalu za tem so mediji to grožnjo začeli predstavljati v stereotipizirani obliki. V časopisih smo lahko brali o vseh možnih teorijah, zakaj nekdo lahko postane homoseksualno usmerjen in katero obdobje njegovega življenja je odločilno za izbiro njegovih spolnih preferenc. V televizijskih oddajah so bile predstavljene enostarševske in homoseksualne družine, mediji pa so zgodbo napihovali, kot še nikoli poprej. Pretiravali so, zato je v javnost vse prevečkrat prišla popačena slika realnosti in namenov, ki jih je želel novi Družinski zakonik doseči. Na tem mestu se v Cohenovih šest faz lahko vključi tudi teorija petih karakteristik moralne panike Gooda in Ben-Yahude. Tema je namreč kaj kmalu postala osovražena, skupaj z njo

pa tudi njeni akterji – člani družbene skupine, ki so dobili kolektivno oznako sovražnikov družbe (Critchler 2003). Na odprto fronto so bili s strani medijev kmalu povabljeni številni ugledni politiki, predstavniki cerkvenega življenja in ostali moralisti, ki so, vsak na svojem bregu seveda, krepili svoje barikade. Še posebej glasen je bil Aleš Primc, vodja Civilne iniciative za družino in pravice otrok. Vseskozi je glasno in včasih celo nasilno do ostalih sogovornikov razglabljal o pravicah otrok do materinske in očetovske ljubezni ter o medsebojnem spoštovanju, v istem dihu pa za sprevržene in „nenaravne“ označil vse homoseksualne osebe, ki da so potrebne zdravljenja in posebnega sočutja. Tudi na klerikalni strani niso skoparili z nesmisli, v smislu: „Mi nikogar ne obsojamo in mi spoštujemo vse, želimo, da se to področje uredi, samo ne na tak način,“ je poudarjal tajnik pri slovenski škofovski konferenci dr. Tadej Strehovec v oddaji Pogledi Slovenije leta 2011. Dodobra so izrabili medije kot „agente moralne ogorčenosti“ (Critchler 2003), prav tako pa moralna panika očitno „ostaja močna strategija konservativne politike, ki si skuša na ta način pridobiti družbeni konsenz o primernosti lastnih vrednot in ciljev (Bulc 2003). Treba je tudi priznati, da je strokovna javnost, katere mnenje je bilo velikokrat zlorabljeno v prid nasprotnikov zakona, imela izredno malo besede pri diskusijah o tej temi, saj so mediji v svoje studie vabili predvsem goreče zagovornike ene in druge strani, ki so ustvarjali povsem drugačno sliko. Ta je bila medijem seveda povšeči, saj je ob konfliktnih temah in nemalo razburjenja še kako dvigovala gledanost. Deviantnost okoli tega, kaj se poskuša spraviti v mirno in tradicionalno slovensko družbo, so ustvarjali predvsem mediji sami. Cohen namreč trdi, da je narava družbene reakcije odvisna od tipa informacij, ki so na voljo v javni sferi. Ob dejstvu, da pa je seksualnost že po definiciji podvržena regulaciji in kontroli skozi množico inštitucij, kjer ima vsaka svoje diskurzivne prakse ter svoje lastne strategije (McRobbie 1994), je bilo upanje na konsenz skoraj ničelno že na samem začetku. Posebej zanimivo je bilo spremljati tudi ostale „pravilno misleče ljudi“ (Cohen v Critcher 2003), ki so podajali svoja mnenja, ne glede na to, da s področja urejanja družinske zakonodaje nimajo najmanjše reference, ki bi jim dovoljevala tovrstno udejstvovanje. Dejansko so ti ljudje delovali kot nekakšne vsesplošne avtoritete, ki imajo vso pravico in čast, da povedo svoje mnenje. Pevka Elda Viler je tako za televizijo celo izjavila, da ona podpira normalne družine in da je vse ostalo nenormalno ... Tudi številni politiki se niso izrekli na podlagi strokovnih ali vsaj lastnih mnenj, pač pa predvsem glede na prepričanje svoje stranke – tudi politične stranke lahko v tem primeru štejemo za edino pravilno misleče, saj nekateri ljudje sveto verjamejo svojim voditeljem. Na tem mestu pridemo že do četrte Cohenove faze, ko družbeno priznani ljudje analizirajo dogajanje, ter ponudijo vsak svojo rešitev. To je seveda tudi idealen čas, da posamezni veljaki na politični sceni med seboj

obračunajo še za stare grehe. Govorim o tem, da velikokrat nismo slišali argumentov za in proti družinskemu zakoniku, pač pa, kdo je zadolžil državo v preteklosti in kdo je ne zna voditi v sedanjem času. Tudi zahteve po drugačnem in boljšem urejanju tega področja so privrele na dan. Mediji so (zavedno ali pa tudi ne) pritiskali na politiko in na ljudi glede tega vprašanje, češ, naj se vendar že ukrepa in postori kaj, poglejte, koliko ljudi „trpi“ zaradi tega, ker to področje ni urejeno. V tej fazi se je prvič tudi jasno opazilo, da so se mediji bolj postavili na stran zagovornikov zakona, ki so bili hkrati tudi grešniki za vso nastalo situacijo. Zadostna škoda pa je bila družbi že vseeno povzročena. Noben zakon ne bi mogel rešiti na videz nepremostljivih razlik, ki so se zarisale med eno in drugo stranjo. Moralna panika pa je po referendumu nenadoma izginila. To je tudi 6 Cohenova faza. Ko so bili rezultati znani in ko so se strasti vseeno nekoliko pomirile, so se mediji prenehali ukvarjati s to temo, na vrsti so bila že druga pomembnejša dogajanja. Sploh Stanley Cohen in Stuart Hall pripisujeta medijem odločilno vlogo pri tem, katere teme se bodo obravnavale in ali se bo moralna panika sploh ustvarila. Za razliko od njiju pa npr. Philip Jenkins zavrača možnost, da bi mediji ustvarili moralno paniko (Cricher 2003). Na primeru Družinskega zakonika se srečujeta obe teoriji, saj so mediji delno krivi za nastanek moralne panike (osrednja tema skoraj vseh informativnih oddaj), delno pa so bili vendarle povsem nepomembni (so zgolj opisovali nastalo situacijo). Zapisane trditve samo še bolj potrjujejo tezo, da so različne konceptualizacije moralne panike še kako koristne pri razumevanju dotičnega vprašanja.

Članku Angele McRobbie z naslovom *The moral panics in the age of postmodern mass media* ponudi nekakšno posodobljeno različico moralne panike. Modernejši koncept „mora upoštevati bolj pluralistične družbene odnose, vseprisotnost medijsko posredovanega komuniciranja, močan politični vpliv različnih interesnih skupin in povečano družbeno moč ljudskih hudičev“ (McRobbie v Bulc 2003). Če je pri moralni paniki včasih res šlo za nekakšno paniko med množicami, nek standarden odziv na določeno situacijo, pa je le-ta danes „postala nekaj povsem poznanega ali celo retoričnega“ (McRobbie 1994). Posebej razmah in povečanje vpliva določenih interesnih skupin, ki bi v družbo rade implementirale svoje poglede s pomočjo moralne panike, ni zanemarljiv. V moderni skupnosti imamo na nek način vsi možnost sodelovati pri javni razpravi o za nas pomembnih zadevah, če smo dovolj zanimivi za medije. Bodisi preko svojega podjetja, bodisi preko stranke, ki ji pripadamo, lahko pa tudi kot posameznik preko socialnih omrežij. Slednji imajo močan vpliv, ki se vztrajno povečuje. Pa vendar pri tem prednjačijo tisti, ki so tako ali drugače na oblasti in pritegnejo medijsko pozornost. Ob raznih aferah v politiki se vedno pojavljajo ugibanja o podtaknjenosti in o tem, da je celotna drama zgolj kulisa, za katero se dogaja

nekaj povsem drugega, nam nedostopnega. Politika, preko nje pa tudi močne družbene interesne skupine ali vplivni posamezniki, vrže ljudstvu kost za glodanje. To je lahko teroristična grožnja, recesija, podražitev nafte, propad podjetja, Družinski zakonik ... Skratka nekaj, „kar v ljudi vstavlja določeno mero strahu in jih spodbuja k temu, da se obrnejo stran od vidnih in resnično kompleksnih problemov vsakdanjega življenja“ (McRobbie 1994). Predvsem mentalni razvoj družbe je omogočil, da se v javnosti pogovarjamo o temah, ki so bile nekoč tabu in nezaželene. Gejevski lobij je kot interesna skupina danes izredno močan. Glede na razvejanost in resnično velik vpliv pa bi jo lahko poimenovali kar dejavnik odločanja. Povečana moč t. i. družbenih hudičev v teoriji Angele McRobbie res nima zanemarljivega vpliva. Pravice homoseksualcev so sicer predmet razprav vsakdanjega življenja že vse od seksualne revolucije naprej. Ne gre zanemariti dejstva, da so se ravno zaradi krivic še bolj povezali med seboj, kar jim omogočajo tudi modernejše poti komunikacije, s tem pa so pridobili toliko večjo moč. Boj za pravice gejevskih skupnost je bil še bolj čustven preko Atlantika. V svoji knjigi ga natančneje opisuje Fred Fejes. „V boju za svoje pravice sicer niso povsem uspeli, so pa dobili identiteto in postali vsaj politično vidni. Zavladal je tudi čut povezanosti, kot ga prej še nikoli ni bilo“ (Fejes v Palmer-Mehta 2009). Vidnega uspeha na primeru Družinskega zakonika pri nas sicer ni bilo. Morda ravno zaradi tega, ker je „pojem moralne panike v sodobni različici prešel tudi v popularno uporabo, v kateri je njegov izvirni pomen oskrunjen“ (Bulc 2003). Mediji seveda niso več nek zunanji dejavnik družbe, ampak so postali eden od sestavnih delov le-te. Ker vsi hlepijo po gledanosti in branosti, se osredotočajo na to, kako privabiti čim večji del javnosti. Zato predstavljajo kar se da raznolika mnenja in poglede – ustvarjajo konflikt ne le med akterji dogajanja, pač pa tudi med bralci in poslušalci. Moralna panika tako ni več nek fenomen, ki se vsake toliko pojavi v družbi, ampak je „postala norma novinarske prakse ... Mediji si preprosto želijo škandalizirati, senzacionalizirati“ (McRobbie 1994), saj konec panike zanje pomeni konec gledanosti, tega pa si vsekakor ne želijo.

Fenomen moralne panike je zanimiv, saj se razvija skupaj z družbo in njenimi posebnostmi, kar dokazujejo njegove številne konceptualizacije. Zanimivo bi bilo spremljati, kako bo z njim v prihodnosti. Sam menim, da se bo le še stopnjeval. Glede na to, da mediji že sedaj poročajo v značilnem dramatično-paničnem slogu, gre pričakovati, da se bo tak način v prihodnje le še bolj potenciral. Sploh zato, ker jim javni diskurz, poln panike in stalnega prerekanja še kako ugaja. Gledanost oz. branost je namreč edino merilo uspeha, ne glede na vidne posledice, ki jih taka panika pušča na moralnih vrednotah, pravnem sistemu in družbi kot taki.

Viri in literatura

- Bulc, Gregor (2003): Serijski morilci mačk: moralna panika in mladinsko prestopništvo. *Teorija in praksa* 40 (2): 245–264.
- Critcher, Chas. 2003. *Moral panics and the media*. London: Open university press.
- Gregorčič, Simon. 1879. *Soči*. Dostopno prek: http://www2.arnes.si/~osngsg1s/s_greg/s_greg4.htm (25. april 2012).
- McRobbie, Angela. 1994. *Postmodernism in popular culture*. London: Routledge.
- Palmer-Mehta, Valerie. 2009. Gay rights and moral panics: The origins of America's debate on homosexuality. *Women's studies in communication* 32 (3): 409–411.
- TV Slovenija, 1. program. 2011. *Odmevi*. Ljubljana, 15. december.
- TV Slovenija, 1. program. 2011. *Pogledi Slovenije*, 3. junij.