

VYTAUTAS MAGNUS UNIVERSITY  
KAUNAS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY  
LITHUANIAN SOCIAL RESEARCH CENTRE

Gintarė POČĖ

**RELIGION AND MEDIA IN LITHUANIA: FEATURES OF  
RELIGIOUS DIVERSITY DISCOURSE IN 1990–2015**

Summary of Doctoral Dissertation  
Social Sciences, Sociology (S 005)

Kaunas, 2020

Dissertation was prepared at Vytautas Magnus University in 2013–2020. The right of doctoral studies was granted to Vytautas Magnus University jointly with Kaunas University of Technology and Lithuanian Social Research Centre on 22 February, 2019, by the decision No. V–160 of the Government of the Republic of Lithuania.

**Scientific Supervisor:**

Prof. dr. **Milda Ališauskienė** (Vytautas Magnus University, Social Sciences, Sociology S 005).

**Council of defence of the doctoral dissertation:**

**Chairwoman:**

Prof. dr. **Kristina Juraitė** (Vytautas Magnus University, Social Sciences, Sociology S 005).

**Members:**

Assoc. prof. dr. **Rūta Žiliukaitė** (Vilnius University, Social Sciences, Sociology S 005).

Assoc. prof. dr. **Rasa Pranskevičiūtė-Amoson** (Vilnius University, Social Sciences, Sociology S 005).

Prof. dr. **Jolanta Kuznecovienė** (Vytautas Magnus University, Social Sciences, Sociology S 005).

Prof. dr. **Dovilė Budrytė** (Georgia Gwinnett College, USA, Social Sciences, Political Sciences S 002).

The official defence of the dissertation will be held at 10 a.m. on 25<sup>th</sup> September, 2020 at Small Hall of Vytautas Magnus University (S. Daukanto str. 28, Kaunas, Lithuania).

The summary of the doctoral dissertation has been distributed on 9<sup>th</sup> July, 2020.

The dissertation is available at Martynas Mažvydas National Library of Lithuania (Gedimino ave. 51, Vilnius) and the libraries of Vytautas Magnus University (K. Donelaičio str. 52, Kaunas), Kaunas University of Technology (K. Donelaičio str. 20, Kaunas) and the Lithuanian Social Research Center (A. Goštauto str. 9, Vilnius).

VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETAS  
KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS  
LIETUVOS SOCIALINIŲ TYRIMŲ CENTRAS

Gintarė POČĖ

**RELIGIJA IR ŽINIASKLAIDA LIETUVOJE: RELIGINĖS  
ĮVAIROVĖS DISKURSO BRUOŽAI 1990–2015 M.**

Mokslo daktaro disertacijos santrauka  
Socialiniai mokslai, Sociologija (S 005)

Kaunas, 2020

Mokslo daktaro disertacija rengta 2013–2020 m. Vytauto Didžiojo universitete pagal LR švietimo ir mokslo ministro 2019 m. vasario 22 d. įsakymu Nr. V-160 suteiktą doktorantūros teisę Vytauto Didžiojo universitetui su Kauno technologijos universitetu ir Lietuvos Socialinių tyrimų centru.

**Mokslinė vadovė:**

Prof. dr. **Milda Ališauskienė** (Vytauto Didžiojo universitetas, Socialiniai mokslai, Sociologija S 005).

**Disertacijos gynimo taryba:**

**Pirmininkė**

Prof. dr. **Kristina Juraitė** (Vytauto Didžiojo universitetas, Socialiniai mokslai, Sociologija S 005).

**Nariai:**

Doc. dr. **Rūta Žiliukaitė** (Vilniaus universitetas, Socialiniai mokslai, Sociologija, S 005).

Doc. dr. **Rasa Pranskevičiūtė-Amoson** (Vilniaus universitetas, Socialiniai mokslai, Sociologija S 005).

Prof. dr. **Jolanta Kuznecovienė** (Vytauto Didžiojo universitetas, Socialiniai mokslai, Sociologija S 005).

Prof. dr. **Dovilė Budrytė** (Džordžijos Gvineto koledžas, JAV, Socialiniai mokslai, Politikos mokslai S 002).

Disertacija bus ginama viešame Sociologijos mokslo krypties tarybos posėdyje 2020 m. rugsėjo 25 d. 10.00 val. Vytauto Didžiojo universiteto Mažojoje salėje (S. Daukanto g. 28, Kaunas).

Disertacijos santrauka išsiųsta 2020 m. liepos 9 d.

Disertaciją galima peržiūrėti Lietuvos nacionalinėje Martyno Mažvydo bibliotekoje (Gedimino pr. 51, Vilnius) bei Vytauto Didžiojo universiteto (K. Donelaičio g. 52, Kaunas), Kauno technologijos universiteto (K. Donelaičio g. 20, Kaunas) bibliotekose ir Lietuvos socialinių tyrimų centre (A. Goštauto g. 9, Vilnius).

## INTRODUCTION

**The research problem.** The institute of religion in modern society is characterized by the phenomenon of religious deprivation which denotes the participation of religion in public life. The 21st century is said to have witnessed an active return of religion to public life and an increase in religious views (Bouma and Ling 2011, 510). The proliferation of religious views, i.e. religious diversity, exists in modern society as a changing, dynamic space of different religious worldviews, values and ideas, consensuses and contradictions. It defines the societal challenges of publicity and acceptance of religious ideas. Therefore, according to B. Meyer and A. Moors, in the age of information, talking about social participation of religion, its popularity, and influence becomes a necessity (2006). Also, the processes of modern society, such as mediatization (the impact of media on various social spheres), influence changes in religion, its visibility and participation in the public sphere of society.

This encourages discussion about the relationship between religion and the media in modern society and the influence these different social institutes have on each other. According to S. M. Hoover, in the 21st century, religion and the media are more intertwined than ever before: it is through the media that individuals learn a great deal about modern religion and spirituality (2006, 2–5). Thus, the understanding of the interaction between religion and the media is integral to trying to analyse the expression of religion and its relationship with modern society. The space of interaction between religion and the media is infinitely wide and includes both the appearance of various religious symbols through the daily use of the media, the messages communicated by religious communities through various media, and various representations of religion in the media. S. Hjarvard believes that one of the forms of mediated religion – journalism on religion – emerges “from the margins” and becomes an important and relevant object of discussion in today’s society (2013, 87).

According to various sociologists and religion and communication scholars (Hoover, Clark 2002; Hoover 2011b; Hjarvard 2008, 2012, 2013; Knott, Poole and Taira 2013), research on journalism on religion is important since society learns about different religious communities and spiritual groups precisely through the news media. These representations influence individuals’ knowledge and perception of religious groups on which they have little or no knowledge. In other words, religious representations in the

media (various articles, TV shows and reports) affect individuals' religious views and their knowledge of different religious communities as they encourage participation in religious events. At the same time, the media can undermine trust in a particular religious community or religious leader. According to D. A. Stout and J. M. Buddenbaum, the analysis of news formation is crucial to the study of religion and media as it not only informs about religions but also influences public opinion (2003, 1).

Thus, the influence of the media on the social institute of religion is twofold. On the one hand, the media can be seen as a means of disseminating religious ideas, helping to introduce members of the public to various religious groups and to create certain religious images. In addition, according to C. Calhoun, by engaging in the media as a public space, religious communities can raise radical issues for debate and thus exert political influence (2011, 118–119). On the other hand, as an autonomous social institute, the media acts according to its own operating principles (news formation, production of popular culture ideas). This way it forms a certain religious discourse which can be based on dominant social attitudes and determined by dominant political forces. It expresses the social power of the media not only in reflecting but also in constructing certain universal knowledge about the various social phenomena and processes. According to C. McCullagh, the media gains this power by controlling the information provided to members of the society (2002, 15). D. Croteau, W. Hoynes and S. Milan also believe that the media in modern society has an influence on communication, interaction and thinking patterns (2012, 16). In other words, the media has an effect on the social relationships of individuals and their relationship with various social institutions. By focusing on specific topics while ignoring others, using different descriptions, presenting assessments and interpretations, the media can influence public opinion on social processes and different social groups, and can support certain ideological or political worldviews (Gunther 1992).

Thus, in creating the discourse of religion, the media, especially the news media, constructs a certain picture of religion. It is argued that the media often uses the topic of religion as a key element that attracts the reader and gives an element of sensation and emotionality to the article: "Media practice in journalism and in public broadcasting also has recognized religion as such a force, with formal and informal media conventions tending to think of religion as something that is potentially quite controversial" (Silk 1998; in Hoover 2011a, 613). When writing about religion, journalist accept it as something that

is sensational, do not take it seriously and do not delve into the peculiarities of different religious communities (Marshall, Gilbert and Green-Ahmanson 2009). J. Mitchell argues that the way the story is presented in the media depends on the social characteristics of journalists, news organization, and technology (2012).

According to E. Barker, due to the biased religious discourse created by the media, various non-traditional religious communities often acquire a lower social status in society. This is explained by the fact that media representations on religious topics can affect the knowledge and appreciation of various religious communities in the eyes of the members of the public, especially in the case of unknown religious minorities or new religious movements (2001, 115–118). Ideological media discourse can also support and exacerbate the phenomenon of religious discrimination: individuals belonging to various non-traditional religious denominations and minorities may be perceived and treated as *other, different* than the dominant part of society by receiving inaccurate or stereotypical information about these religions and movements. Such an assessment can reinforce the negative image of religious minorities, increase religious xenophobia and intolerance within the society.

Thus, it is important to find out the features of the discourse of religious diversity in the Lithuanian news media. After elucidating these unique features of discourse, an attempt will be made to understand what social knowledge about religious diversity is constructed by the media, what social and political conditions determine such construction, and how it can contribute to the perception of religious diversity in Lithuanian society.

**The relevance of the research.** After the collapse of the Soviet Union, Lithuanian society underwent political, economic, social and cultural transformations and at the same time became more open to a variety of ideas and lifestyles. All this brought about changes in the field of religion and promoted the discovery of new religious ideas as well as growth, relevance and dynamism of religious diversity in society. Moreover, upon gaining back the independence and joining the European Union soon after, democratic ideas such as tolerance, perception, recognition and positive appreciation of diversity and otherness began to be appreciated in Lithuania. This also encouraged the discovery of new ideas.

Thus, although the Lithuanian Catholic Church has become historically dominant and most influential religious community in Lithuania (Schröder 2012a, 2012b; Streikus 2012), it can be argued that after the restoration of independence, a diverse religious life was formed (Barker 1997; Borowik 2007; Ališauskienė and Simuilova 2011). According to the 2001 census, there were 28 religious communities in Lithuania. In 2011 their number almost doubled and reached 59. Although 77% of the Lithuanian population consider themselves Roman Catholics, the growing number of religious communities encourages them to talk about diverse religious life in Lithuania and about the challenges related to religious diversity in society.

One of the challenges is the phenomenon of religious discrimination, which is understood as a negative assessment of individuals based on their religious beliefs. It is argued that due to established social norms, society tends to react to religious diversity with intolerant attitudes and discriminatory actions (Ališauskienė and Glodenis 2013, 12). This is also shown by various sociological research conducted in Lithuania. The data of the public survey of the religious discrimination conducted in 2007 showed that religious discrimination exists in Lithuania. Up to 80% of respondents expressed negative attitudes towards various religious communities and spiritual groups, especially new religions and religious minorities (Sprindžiūnas et al. 2007). Research analysing the situation of religious diversity and religious minorities in Lithuania (Ališauskienė and Glodenis 2013; Ališauskienė and Bučaitė-Vilkė 2014) also shows that negative attitudes and religious discrimination towards religious minorities and new religions prevail in Lithuania, and that the media is named as one of the religious discrimination support tools.

These studies confirm the influence of the growing role of the media in shaping public opinions about various religious communities, especially religious minorities and new religions. In addition, stereotypical media discourse can reinforce negative public opinion and at the same time support the phenomenon of religious discrimination. It can be argued that the media is seen as one of the social institutes involved in the representation and construction of social meanings about religious diversity, affecting the field of religion. Therefore, this research is relevant in that it would contribute to a better understanding of public opinion through analysing the media discourse. At the same time, it would help to understand certain features of religious diversity in Lithuanian society.



**The scientific novelty of the research.** There are various studies in Lithuanian scientific literature on contemporary religiosity, peculiarities of religious identity in post-Soviet and European Lithuania, on the relationship between religion and the state, and the expression of new religions. M. Ališauskienė and I. W. Schröder stated that most research has been done on the role of the Catholic Church, and less on religious diversity, religious minorities, and new religions (2012). However, the already mentioned research on religious diversity and religious minorities (Ališauskienė and Glodenis 2013; Ališauskienė and Bučaitė-Vilkė 2014) drew attention to the growing role of the media on the position of religion in Lithuania.

Although media research on religious diversity is still new in Lithuania, several studies that are thematically close to this dissertation can be named. R. Žiliukaitė's (2001) analysis of Lithuanian daily publications on new religions between 1998 and 2000 showed that the media mostly followed the negative attitude towards non-traditional religious communities (67% of the researched publications), used descriptions and terms of negative connotations, as well as inappropriate and directing information.

It is important to mention the study by M. Ališauskienė and J. Kuznecovienė (2012) on the role of the Catholic Church in the public life of Lithuania. Based on analysis of texts in Lithuanian daily newspapers, the authors discussed the forms of the Catholic Church's participation in Lithuanian public life and their development. The results of the study revealed that the existing boundaries between religion and secular spheres of public life are sometimes crossed and confirmed the phenomenon of religious deprivation making one to rethink the theories of secularization.

Based on analysis of the Lithuanian media discourse in 2000–2012 conducted in 2017, various religious minorities were mostly portrayed negatively and in scandalous contexts (Pocė and Ališauskienė 2017).

More research has been done on the representation of religious diversity in the media in foreign scientific literature. Especially in Western societies, such as the United States or the United Kingdom, where religious diversity is apparent and is studied by many scholars. While it is not possible to single out all the research, it is possible to mention several authors whose research and theoretical insights are used in this work.

J. A. Beckford (1994) conducted a study on new religious movements and the media. Researching the U.S. press and television, he concluded that new religious

movements are portrayed mostly in the context of conflict as intimidating, exploiting, and using various mechanisms of coercion. He argues that such portrayals in the media stem from culturally formed stereotypes.

J. T. Richardson and B. van Driel (1997) explored journalists' attitudes towards new religious movements and articles on new religions published in the U.S. media. The results of the study showed that journalists lacked objectivity and neutrality when writing about new religious movements.

K. Knott, E. Poole and T. Taira (2013) explored stories in the UK media about various religious communities. They argued that Islam, which is a religious minority in the UK, is more often portrayed as *others* in that society. The media coverage of Islam was dominated by the themes of extremism, fundamentalism and terrorism. The results of the study also showed that representations of Islam and Christianity overshadowed representations of Judaism, Hinduism, Buddhism, Sikhism, and other religious minorities, which, like Islam, were portrayed stereotypically.

E. Bleich, H. Nisar and C. Vazques (2018) analysed the representations of Muslims, Jews, and Catholics in the U.S. and the UK newspaper headlines in the period from 1985 to 2014. The authors sought to understand the hierarchy of the status of these religious communities in society. The results of the study showed that Muslims were portrayed more negatively than Catholics and Jews. Jews, meanwhile, were represented more positively than Catholics. Researchers concluded that media analysis not only allows to understand how various social groups are depicted and which discourse topics prevail but also how certain religious events affect the representation of religious communities. Media analysis also helps to understand the social status of a religious community in a particular society. The authors speak of media discourse as a reflection of certain processes existing in the social system.

Thus, all the above-mentioned research encourages the recognition of the important role of the media in constructing public opinion about various religious communities. Meanwhile, this study contributes to a broader scientific knowledge of religious diversity and to an understanding of the aspects of this phenomenon and the challenges in post-Soviet societies such as Lithuania. This work focuses on the challenges of religious diversity in relation to the social processes of acceptance of the diversity of religious ideas in society. Theoretical interpretations of the need for religion to participate in public life

and the relationship between politics and religion reveal the conditions which shape a particular situation of religious diversity in society and shows how the media contributes to the formation of these conditions. The approach of social constructivism helps to understand how our knowledge of religious diversity is socially constructed. This theoretical perspective makes it possible to find out how the media helps to maintain a certain knowledge about religious diversity in society, and how this construction of a certain knowledge affects the social situation of religious diversity in society. Thus, the empirical analysis of media representations of religious minorities and the dominant religious community and their differences provides an opportunity not only to reveal the social situation of religious diversity in Lithuania and public awareness of this phenomenon, but also to explain the social power of the media to construct certain knowledge about religious diversity.

**The object of the research.** The features of socially constructed knowledge about religious diversity in the daily newspaper Lietuvos Rytas in 1990–2015.

**The aim of the research.** To analyse the features of the discourse of religious diversity in the daily newspaper Lietuvos Rytas in 1990–2015 and to explore the social knowledge of religious diversity presented by the media under study.

**Research objectives:**

1. To reveal the concept and factors of religious diversity, and the exceptional social position of new religions in modern society.
2. To analyse the need and possibilities of religious participation in the public space (politics and media).
3. To identify the goals, principles of operation and influence of the media as a social institute on the formation of public opinion.
4. Building on the theory of social constructivism, to explain the social power of the media to maintain a certain knowledge about religious diversity in society, and how this knowledge can influence the social perception of religious diversity in society.
5. To empirically identify the features of social knowledge about religious diversity in the daily newspaper Lietuvos Rytas in 1990–2015: to reveal changes in discourse, most commonly used sources of information, dominant topics, persuasion strategies, and constructed social meanings.

**Defended statements:**

1. The negative social perception of religious diversity in the discourse of the daily newspaper *Lietuvos Rytas* increased steadily in the period of 1990–2015.

2. There are visible unequal opportunities between the dominant religious community and other traditional and non-traditional religious communities to participate in the development of media discourse as social knowledge construction.

3. The social perception of the dominant religious community in the studied media discourse is more positive compared to other traditional or non-traditional religious communities.

4. The social power of the media to present certain interpretations of religious diversity is expressed through the use of various persuasive, sensational and thus rhetorical strategies that strengthen a certain image of religious communities in the process of creating a discourse on religious diversity.

5. The social meanings about religious diversity constructed in the studied media discourse express and support the social position of religious diversity in Lithuanian society.

**Research methods.** The study is based on a qualitative and quantitative methodological approach. In the theoretical part of the work, scientific literature and secondary data is used to analyse the aspects of religion publicity, the relationship between religion and the media in modern society, the features of operation of the media and the situation of religious communities in Lithuania. The empirical research is based on critical discourse analysis approach and the method of quantitative and qualitative content analysis. The critical discourse analysis was chosen due to the possibility to analyse the expressions of social inequality, hegemony and due to the possibility to understand how this can be explained in a specific social structure. The critical discourse analysis is based on methodological solutions proposed by T. A. van Dijk (1985; 2001), N. Fairclough (1995) and J. E. Richardson (2007).

Through critical discourse analysis, the study developed an original tool of media text analysis aimed at analysing articles on religious diversity selected based on chosen criteria and keywords. In this work, religious diversity is described as traditional and non-traditional religious communities and spiritual groups which exist (or have existed in the period under study) in Lithuania and their foreign counterparts. In this work, the definition

of concept of religious diversity is based on the Handbook of Religious Communities and Spiritual Groups in Lithuania (2009) (lt. *Religinių bendruomenių ir dvasinių grupių Lietuvoje žinynas*).

The discourse analysis of religious diversity was based on the articles published in 1990–2015 in one of the most popular Lithuanian daily newspapers Lietuvos Rytas. The choice of the discourse analysis of the daily newspaper Lietuvos Rytas was determined by the fact that Lietuvos Rytas is one of the most popular media channels in Lithuania. Also, it is one of the first Lithuanian daily newspapers that played a significant role in informing the public during the restoration of Lithuania's independence. Thus, the choice to analyse this daily newspaper provides an opportunity to consistently study the long-term media discourse on religious diversity in Lithuanian society from the period of structural changes to modern day. At the same time this approach allows to discover the features of constructing and maintaining the dominant topics, social meanings and attitudes.

**The research sample.** A total of 2841 articles on religious topics published in the daily newspaper Lietuvos Rytas in 1990–2015 were analysed.

**Structure of the dissertation.** The dissertation consists of an introduction, two parts of theoretical analysis, research methodology part, presentation of empirical research results, summary-discussion, conclusions, references and appendices.

The introduction part includes the discussion on the research problem, its relevance and novelty, presents the object, aim and objectives of the dissertation as well as defended statements and the most important concepts used.

The first theoretical part reveals the concept of religious diversity, delves into the aspects of social acceptance of new religions in society and discusses the participation of religion in public life: the participation of religion in political and media spheres and its impact on the political and social situation of religious diversity in society. The analysis provides an insight into the dynamic social world of religious diversity and explanations for how religious diversity exists in a particular society and why it is represented in the media in a particular way. This chapter also discusses the legal, political and social situation of religious diversity in Lithuania as a post-Soviet society.

The second part of the work analyses the functioning of the media through the prism of the theoretical paradigm of social constructivism which helps to explain the construction and maintenance of universal social knowledge about certain phenomena, processes and discourses in society. This section also attempts to understand how the media is able to create certain social images, meanings and perceptions of religious diversity, i.e. how news media practices and news production rules can influence public opinion about religious diversity and its relationship with society.

The research methodology part defines the concept of religious diversity, substantiates the methods used, presents the research instrument, justifies the reasons for choosing the media channel as well as the process and limitations of the research.

The fifth part of the work discusses the results of empirical research: general characteristics of the discourse of religious diversity; discourse developments; the most commonly used sources of information; analysis of dominant topics; analysis of rhetorical strategies used in headings; the social meanings constructed by the media about the dominant religious community and religious minorities.

The summary section discusses the relation between research results and theoretical insights. The conclusions present the main results of the work.

## **CONCLUSIONS**

1. The analysis of the discourse of religious diversity in the daily newspaper Lietuvos Rytas in 1990–2015 showed that during the research period mostly short informative articles appeared, most often presenting events relevant to the Lithuanian context. The analysis of the titles and content of the articles confirmed the first defended statement of the dissertation: the negative social perception of religious diversity in the discourse of the daily newspaper Lietuvos Rytas increased steadily in the period of 1990–2015. During the studied period, the majority of negative rhetorical headlines appeared, the number of which increased almost every year (while the number of positive rhetorical headlines decreased). Also, the number of publications with negative context increased during the analysed period. It can be argued that media commercialization processes, intensifying competition, and the growing relevance of religious diversity in society have led to (a) discovering elements of sensationalism

in religious topics, (b) increasing the number of emotional headlines, using various rhetorical strategies, and (c) presenting more negative than positive events.

2. The results of the research allow to confirm the second defended statement of the dissertation: unequal opportunities between the dominant religious community and other traditional and non-traditional religious communities to participate in the development of media discourse as social knowledge construction is evident. Empirical analysis shows the dominance of the largest representation of the religious community – Roman Catholics – in the researched daily newspaper. It also shows that this community has the possibility to access the media and to create articles of religious nature therein. This confirms the existence of the process of mediatization and the exceptional role of this religious community in the discourse of religious diversity. The unequal opportunities between religious communities to participate in the development of media discourse on religious diversity were also confirmed by an analysis of the sources of information used in the articles: articles were found in which journalists used the views of Catholic clergy on religious minorities. Therefore, based on the research results, it can be stated that the dominant religious community can be seen as an authority that is related to cultural tradition and has the social power to provide descriptions and assess the impact of new religions on the social order of Lithuanian society.
3. According to the study “Religion and the Media in Lithuania: Features of Religious Diversity Discourse in 1990–2015” (lt. *Religija ir žiniasklaida Lietuvoje: religinės įvairovės diskurso bruožai 1990–2015 m.*) the depiction of the Roman Catholic community also stands out due to the image it creates. The analysed media represents the dominant religious community and religious minorities in presentations of holidays, community events, and conflict situations. The difference is that more positive articles were found about the Roman Catholic religious community than about religious minorities. Thus, the opportunities of this religious community to participate in the public sphere, expressing in this way their opinion through the media on various social and political issues confirm the phenomena of religious publicity and politicization in modern society. Research results confirm that other traditional and non-traditional religious communities do not have such opportunities. Such a process is believed to allow for a deeper expression of religious hegemony in society.

- Thus, the research results confirm the third defended statement of the dissertation: the social perception of the dominant religious community in the studied media discourse is more positive than that of other traditional or non-traditional religious communities.
4. The discourse analysis of religious diversity in the headlines of the daily newspaper *Lietuvos Rytas* in 1990–2015 confirmed the fourth defended statement of the dissertation: journalists use a variety of rhetorical strategies in headlines to create the effect of sensation, make it more interesting, and to potentially attract greater consumer attention. The selective interpretations in the headlines express the values and norms of society as a whole through a phenomenon or event in question, which can at the same time be supported and reinforced by media discourse and to influence readers' knowledge and appreciation through their suggestive rhetoric. All of this expresses the social power of the media to present certain interpretations of religious diversity through various rhetoric strategies that enhance persuasiveness and gives the effect of sensation, thus strengthening the image of certain religious communities. Therefore, the stereotypical portrayal of other traditional or non-traditional religious communities in media discourse reinforces negative social perceptions of religious minorities which in turn can support and reinforce religious discrimination.
  5. The research data showed that each type of religious community is characterized by different social meanings. The Roman Catholic Church is usually portrayed as a nurturer of Lithuanian culture and part of the tradition. It is identified with the entire Lithuanian community. Criticism of human sins and sensitivity to paedophilia scandals show society's expectations for the Catholic clergy to remain noble. The image of other traditional religious communities is partly related to its role in the prosperity of Lithuanian culture. However, more articles speak of their threat to Lithuanian society. Non-traditional religious communities are mainly associated with negative influence, destructiveness, otherness and danger to members of the public and social order. Different portrayals of religious communities indicate that the social meanings represented in media discourse help to maintain a dominant ideology (linking society's strength, identity and morality to the dominant religious community), recognize societal threats (by representing religious minorities in the context of otherness) and thus maintain the social order in society. While media constructs social reality, it does so in a specific socio-cultural context. Therefore, this



construct is influenced by the existing social structure. Empirical research has shown that the situation of religious diversity in society (opportunities for the Roman Catholic clergy to participate in political and social debates and decisions, different legal status of the dominant religious community, the status and different social assessments of other traditional and non-traditional religious communities) presupposes a different picture of different religious communities in the media. Thus, the results of the research confirmed the fifth defended statement of the dissertation: the social meanings on religious diversity constructed in the researched media express and support the social status of religious diversity in Lithuanian society. The researched media expresses the social knowledge of Lithuanian society about religious diversity and its appreciation, i.e. produces the dominant ideas and values of this society. At the same time, using its social power, it provides selective interpretations of certain aspects of religious diversity. In this way, it strengthens the social perception of religious diversity in Lithuanian society which full of stigmatization and marginalization.

## **RELIABILITY AND LIMITATION OF THE RESEARCH**

No ethical or confidentiality issues were encountered in this empirical research. However, as with each research, there were potential research limitations.

First, the analysis of media discourse could be complemented by semi-structured interviews with media representatives. It would allow to discover not only the challenges but also the causes of the discourse of religious diversity in the media. It would also help to understand the peculiarities of the work of media representatives while preparing articles on a religious topic. The rejection of the idea of conducting interviews with the media was determined by the research experiences of scholars studying the relationship between religion and the media. Their experiences have shown the importance of restrictions on the professional ethics of the media representatives in conducting this type of research.

Second, there were potential limitations in the selection of articles. Collecting religious-themed articles manually (going through daily newspaper and searching for articles) is not the most reliable method of sampling: the author of the study may not have seen and skipped articles that presented the religious aspect in minimal way. Also, it

cannot be excluded that a librarian in the LIBIS system did not mark the keyword “religion” next to an article on religious topic. Although these limitations in the selection of articles are real, it can be argued that they do not affect the objectivity of the research results: articles which might have been omitted by the researcher could have represented a religious topic only marginally, without having an effect on the content of the article. In an attempt to avoid the mistakes made by library staff, various other religious-themed keywords were used in the selection of articles.

Third, the results of this study represent the discourse of religious diversity created by a single media channel, the daily newspaper *Lietuvos Rytas*. The characteristics of representations may differ in other media channels, such as radio or television shows, and online news portals. According to J. Cheek, discourse analysis is criticized for its limitations of generalization. However, the act of generalization itself can be seen as a discursive construct understood differently in different contexts (Cheek 2004, 1147). S. Talja believes that the results of research are not summarized as a description of what exists but rather can be presented as a synthesis of how certain phenomena can be seen and interpreted (1999, 472; in Cheek 2004, 1147). It can also be argued that the results of this empirical research confirm and complement other research results on similar topics rather than contradict them.

Fourth, it is important to note that the articles were coded by analytical categories based solely on the author’s interpretations. Thus, discourse analysis is often criticized for the level of interpretation of texts, as the researcher can also be perceived as an interpreter and producer of discourse analysis. J. Cheek defends the methodology of discourse analysis, arguing that in discourse analysis texts are research data, and this analysis presents not only the meaning of the text but also an explanation of how certain things are expressed and what enables this expression in a particular context (2004, 1146). J. E. Richardson argues that researchers performing critical discourse analysis not only present texts and their meanings but also suggest interpretations of the meanings of the written texts (2007, 15). Also, the author of this dissertation observed consistency in coding the elements of the text. This allows stating that the results of this media discourse analysis can be considered as objective, reliable and presenting relevant conclusions.

## REFERENCES / LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Ališauskienė, M. and J. Bučaitė-Vilkė, sud. 2014. *Religinių mažumų lygių galimybių užtikrinimas Lietuvoje: problemos ir rekomendacijos*. Vilnius: Naujųjų religijų tyrimų ir informacijos centras.
2. Ališauskienė, M. and D. Glodenis. 2013. *Iššūkiai religinei įvairovei Lietuvoje: religinių mažumų perspektyva*. Vilnius: Naujųjų religijų tyrimų ir informacijos centras.
3. Ališauskienė, M. and J. Kuznecovienė. 2012. „Katalikų bažnyčios vaidmuo viešajame Lietuvos gyvenime: dalyvavimo formų kaita (1990–2010)“. *Filosofija. Sociologija* 23 (2): 102–110.
4. Ališauskienė, M. and I. Samuilova. 2011. „Modernizacija ir religija sovietinėje ir posovietinėje Lietuvoje“. *Kultūra ir visuomenė* 2(3): 67–81.
5. Ališauskienė, M. and I. W. Schröder, eds. 2012. *Religious Diversity in Post-Soviet Society*. Farnham: Ashgate.
6. Barker, E. 1997. “But Who Is Going to Win? National and Minority Religions in Post-communist Society”. In *New Religious Phenomena in Central and Eastern Europe*, eds. I. Borowik and G. Babinski, 25–62. Krakow: Nomos.
7. Barker, E. 2001. „Žiniasklaida ir naujasis religingumas: komentarai“. In *Religija ir teisė pilietinėje visuomenėje: tarptautinės konferencijos medžiaga*, 115–120. Vilnius: Justitia.
8. Beckford, J. A. 1994. “The Mass Media and New Religious Movements”. *ISCKON Communications Journal* 4: 17–24.
9. Bleich, E., H. Nisar and C. Vazquez. 2018. “Investigating Status Hierarchies with Media Analysis: Muslims, Jews, and Catholics in The New York Times and The Guardian Headlines, 1985–2014”. *International Journal of Comparative Sociology* 59: 239–257.
10. Borowik, I. 2007. “The Religious Landscape of Central and Eastern Europe after Communism”. In *The Sage Handbook of the Sociology of Religion*, eds. J. A. Beckford and N. J. Demerath, 654–669. London: Sage.
11. Bouma, G. D. and R. Ling. 2011. “Religious Diversity”. In *The Oxford Handbook of the Sociology of Religion*, ed. P. B. Clarke, 507–522. Oxford: Oxford University Press.

12. Calhoun, C. 2011. "Afterwords: Religion's Many Powers". In *The Power of Religion in the Public Sphere*, eds. E. Mendieta and J. Vanantwerpen, 118–134. New York: Columbia University Press.
13. Cheek, J. 2004. "At the Margins? Discourse Analysis and Qualitative Research". *Qualitative Health Research* 14: 1140–1150.
14. Croteau, D., W. Hoynes and S. Milan. 2012. *Media/Society. Industries, Images, and Audience*. Thousand Oaks, CA: Sage.
15. Fairclough, N. 1995. *Media Discourse*. London: E. Arnold.
16. Gunther, A. C. 1992. "Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups". *Public Opinion Quarterly*, 56: 147–167.
17. Hjarvard, S. 2008. "The Mediatization of Religion: a Theory of the Media as Agents of Religious Change". *Northern Lights* 6: 9–26.
18. Hjarvard, S. 2012. "Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion". In *Mediatization and Religion. Nordic Perspectives*, eds. S. Hjarvard and M. Lövheim, 21–45. Gothenburg: Nordicom.
19. Hjarvard, S. 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
20. Hoover, S. M. 2006. *Religion in the Media Age*. London, New York: Routledge.
21. Hoover, S. M. 2011a. "Media and the Imagination of Religion in Contemporary Global Culture". *European Journal of Cultural Studies* 14(6): 610–625.
22. Hoover, S. M. 2011b. "Religion and Media". In *The Oxford Handbook of the Sociology of Religion*, ed. P. B. Clarke, 688–704. Oxford: Oxford University Press.
23. Hoover, S. M. and L. S. Clark. 2002. *Practising Religion in the Age of Media*. New York: Columbia University Press.
24. Knott, K., E. Poole and T. Taira. 2013. *Media Portrayals of Religion and the Secular Sacred. Representation and Change*. Farnham: Ashgate.
25. Marshall, P., L. Gilbert and R. Green-Ahmanson, eds. 2009. *Blind Spot. When Journalist Don't Get Religion*. Oxford, New York: Oxford University Press.
26. McCullagh, C. 2002. *Media Power. A Sociological Introduction*. London: Palgrave Macmillan.
27. Meyer, B. and A. Moors. 2006. *Religion, Media and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press.

28. Mitchell, J. 2012. "Religion and the News: Stories, Context, Journalists and Audiences". In *Religion and the News*, eds. J. Mitchell and O. Gowe, 7–31. Farnham: Ashgate.
29. Pocė, G. and M. Ališauskienė. 2017. "Creating Otherness: Minority Religions and Media in Lithuania". *International Journal for the Study of New Religions* 8.1: 49–71.
30. Richardson, J. E. 2007. *Analysing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
31. Richardson, J. T. and B. van Driel. 1997. "Journalists' Attitudes toward New Religious Movements". *Review of Religious Research*. Vol. 39 (32): 116–136.
32. Schröder, I. W. 2012a. "The Elusive Religious Field in Lithuania". In *Religious Diversity in Post-Soviet Society: Ethnographies of Catholic Hegemony and the New Pluralism in Lithuania*, eds. M. Ališauskienė and I. W. Schröder, 79–98. Farnham: Ashgate.
33. Schröder, I. W. 2012b. "Hegemony and the Catholic Church in Post-Soviet Lithuania". In *Religija Lietuvoje: tarp sekuliarizacijos ir (ar) kaitos*, sud. J. Kuznecovienė, M. Ališauskienė, D. Glodenis and I. W. Schröder, 110–123. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
34. Silk, M. 1998. *Unsecular Media: Making News of Religion in America*. Urbana: University of Illinois Press.
35. Stout, D. A. and J. M. Buddenbaum. 2003. "Media, Religion and "Framing". *Journal of Media and Religion* 2(1): 1–3.
36. Streikus, A. 2012. "The History of Religion in Lithuania since the Nineteenth Century". In *Religious Diversity in Post-Soviet Society: Ethnographies of Catholic Hegemony and the New Pluralism in Lithuania*, eds. M. Ališauskienė and I. W. Schröder, 37–56. Farnham: Ashgate.
37. Talja, S. 1999. "Analyzing Qualitative Interview Data: The discourse Analytic Method". *Library & Information Science Research* 21(4): 459–477.
38. van Dijk, T. A. 1985. "Introduction: Discourse Analysis in (Mass) Communication Research". In *Discourse and Communication*, ed. T. A. van Dijk, 69–93. Berlin: Walter de Gruyter & Co.

39. van Dijk, T. A. 2001. "Critical Discourse Analysis". In *The Handbook of Discourse Analysis*, eds. D. Schiffrin, D. Tannen and H. E. Hamilton, 352–371. Malden, Oxford: Blackwell Publishing.
40. Žiliukaitė, R. 2001. „Žiniasklaida ir netradicinės religinės bendruomenės bei bendrijos Lietuvoje“. In *Religija ir teisė pilietinėje visuomenėje: tarptautinės konferencijos medžiaga*, 112–114. Vilnius: Justitia.

Secondary data / Antrinių duomenų šaltiniai:

1. Ališauskienė, M., N. Chorundžij, Ž. Gapšienė and D. Glodenis. 2009. *Religinių bendruomenių ir dvasinių grupių Lietuvoje žinynas*. On the internet: [http://www.tm.lt/rel\\_static/rel\\_zinynas/index.html](http://www.tm.lt/rel_static/rel_zinynas/index.html) [viewed 2016 02 24].
2. Lietuvos statistikos departamentas. 2011. *Lietuvos gyventojų surašymo rezultatai*. On the internet: [https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/217110/Lietuvos\\_gyventojai\\_2011.pdf](https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/217110/Lietuvos_gyventojai_2011.pdf) [viewed 2018 03 05].
3. Sprindžiūnas, A., M. Ališauskienė, D. Glodenis, V. Mackela, A. Matijošius and R. Pranskevičiūtė. 2007. *Diskriminacija dėl religijos ir įsitikinimų Lietuvoje*. Vilnius: Naujųjų religijų tyrimų ir informacijos centras, VILMORUS. On the internet: <http://www.lygybe.lt/?pageid=10&id=66> [viewed 2014 10 14].

## REZIUMĖ

### IVADAS

**Darbo problema.** Šiuolaikinėje visuomenėje egzistuojantis religijos institutas pasižymi religinės deprivatizacijos reiškiniu, išreiškiančiu religijos dalyvavimą viešajame visuomenės gyvenime. Teigiama, kad XXI a. yra pastebimas aktyvus religijos grįžimas į viešąjį gyvenimą ir religinių požiūrių gausėjimas (Bouma ir Ling 2011, 510). Religinių požiūrių gausėjimas, arba religinė įvairovė, šiuolaikinėje visuomenėje egzistuoja kaip kintanti, dinamiška skirtingų religinių pasaulėžiūrų, religinių vertybių ir idėjų, konsensusų ir prieštaravimų erdvė, nusakanti socialinius religinių idėjų viešumo ir priėmimo iššūkius. Todėl, pasak B. Meyer ir A. Moors, kalbėti apie viešąjį religijos dalyvavimą, jos populiarumą ir įtaką informaciniame amžiuje tampa būtinybe (2006). Taip pat šiuolaikinės visuomenės procesai, tokie kaip mediatizacija (žiniasklaidos instituto poveikis įvairioms visuomenės sritims), daro įtaką religijos pokyčiams, matomumui bei dalyvavimui viešojoje visuomenės erdvėje.

Tai skatina diskutuoti apie religijos ir žiniasklaidos ryšį šiuolaikinėje visuomenėje bei apie šių skirtingų socialinių institutų daromą įtaką vienas kitam. Kaip teigia S. M. Hoover, XXI a. religija ir žiniasklaida yra kaip niekad susijusios: iš žiniasklaidos visuomenėje gyvenantys individai labai daug sužino apie šiuolaikinę religiją ir dvasingumą (2006, 2–5). Taigi religijos ir žiniasklaidos sąveikos suvokimas yra neatsiejamas mėginant analizuoti religijos raišką bei jos santykį su šiuolaikine visuomene. Religijos ir žiniasklaidos sąveikavimo erdvė yra be galo plati ir apima tiek įvairių religinių simbolių naudojimą per kasdienį žiniasklaidos vartojimą, tiek religinių bendruomenių komunikuojamas žinutes įvairiomis visuomenės informavimo priemonėmis, tiek įvairias religijos reprezentacijas žiniasklaidos erdvėse. S. Hjarvard mano, kad būtent viena iš mediatizuotos religijos formų – žurnalistika religine tema – išlenda „iš paraščių“ ir šiandieninėje visuomenėje tampa svarbiu bei aktualių diskusijų objektu (2013, 87).

Kaip teigia įvairūs sociologai bei religijos ir komunikacijos sričių mokslininkai (Hoover ir Clark 2002; Hoover 2011b; Hjarvard 2008, 2012, 2013; Knott, Poole ir Taira 2013), tyrinėti žurnalistiką religine tema svarbu, nes visuomenės nariai apie įvairias religines bendruomenes ir dvasines grupes sužino būtent per naujienų žiniasklaidos

kanalus, ir šios reprezentacijos leidžia individams sužinoti bei suvokti apie jiems nežinomas ar mažai žinomas religines grupes. Kitais žodžiais tariant, religinės reprezentacijos žiniasklaidoje (įvairūs straipsniai, laidos ir reportažai) daro poveikį individų žinioms apie įvairias religines bendruomenes, taip pat religinėms pažiūroms, paskatina dalyvauti religiniuose įvykiuose arba atvirkščiai – gali sumažinti pasitikėjimą konkrečia religine bendruomene ar religiniu lyderiu. D. A. Stout ir J. M. Buddenbaum manymu, naujienų formavimo, kuris yra ne tik informavimas apie religijas, bet ir įtaka viešajai nuomonei, analizavimas užima itin svarbią vietą religijos ir žiniasklaidos studijose (2003, 1).

Taigi žiniasklaidos įtaka religijos socialiniam institutui yra dvilypė. Viena vertus, žiniasklaida gali būti traktuojama kaip religinių idėjų sklaidos priemonė, padedanti supažindinti visuomenės narius su įvairiomis religinėmis grupėmis, kurti tam tikrus religinius įvaizdžius. Be to, religinės bendruomenės, pasak C. Calhoun, dalyvaudamos žiniasklaidoje kaip viešojoje erdvėje, gali kelti radikalius diskusinius klausimus ir taip daryti politinę įtaką (2011, 118–119). Kita vertus, žiniasklaida, kaip autonominis socialinis institutas, veikdama pagal savus funkcionavimo principus (naujienų formavimas, populiariosios kultūros idėjų produkavimas), formuoja tam tikrą religijos diskursą, kuris gali būti paremtas dominuojančiomis socialinėmis nuostatomis ir nulemtas vyraujančių politinių jėgų. Tai išreiškia socialinę žiniasklaidos galią ne tik reflektuoti, bet ir konstruoti tam tikrą visuotinę žinojimą apie įvairius visuomenėje vykstančius reiškinius ir procesus. Kaip teigia C. McCullagh, žiniasklaida įgauna šią galią kontroliuodama visuomenės individams pateikiamą informaciją (2002, 15). D. Croteau, W. Hoynes ir S. Milan taip pat teigia, kad žiniasklaida šiuolaikinėje visuomenėje daro įtaką bendravimo, interakcijos būdams ir mąstymo modeliams (2012, 16). Kitais žodžiais tariant, žiniasklaida daro įtaką individų socialiniams santykiams ir santykiui su įvairiomis socialinėmis institucijomis visuomenėje. Suteikdama dėmesio konkrečioms temoms, tačiau kartu ignoruodama kitas, naudodama įvairius apibūdinimus, pateikdama vertinimus ir interpretacijas, žiniasklaida gali daryti įtaką viešajai nuomonei apie visuomenėje vykstančius procesus ir įvairias socialines grupes, taip pat palaikyti tam tikras ideologines ar politines pasaulėžiūras (Gunther 1992).

Taigi kurdamą religijos diskursą žiniasklaida, ypač naujienų medijos, konstruoja tam tikrą religijos paveikslą. Teigiama, kad žiniasklaida linkusi religijos temą naudoti kaip pagrindinį skaitytoją pritraukiantį ir straipsniui sensacingumo bei emocionalumo



suteikiantį elementą: „Žiniasklaidos praktikos, veikdamos pagal savo oficialias ir neoficialias taisykles, mąsto apie religiją kaip apie kažką gana prieštaringo“ (Silk 1998; iš Hoover 2011a, 613). Žurnalistai, rašydami apie religiją, priima ją kaip kažką, kas yra sensacinga, nežiūri į ją rimtai ir nesigilina į skirtingų religinių bendruomenių ypatumus (Marshall, Gilbert ir Green-Ahmanson 2009). J. Mitchell teigia, kad nuo žurnalistų socialinių charakteristikų, naujienų organizacijos ir technologijų priklauso, kaip bus pateikta istorija žiniasklaidoje (2012).

Dėl tendencingo visuomenės informavimo priemonių kuriamo religijos diskurso, pasak E. Barker, dažniausiai įvairios netradicinės religinės bendruomenės įgyja žemesnį socialinį statusą visuomenėje. Tai paaiškinama tuo, kad žiniasklaidos reprezentacijos religinėmis temomis gali daryti poveikį visuomenės narių žinojimui ir vertinimui apie įvairias religines bendruomenes, ypač nežinomas religines mažumas ar naujuosius religinius judėjimus (2001, 115–118). Be to, ideologinis žiniasklaidos diskursas gali palaikyti ir stiprinti religinės diskriminacijos reiškinį: visuomenės individai tuos, kurie priklauso tradicinėmis nelaikomoms įvairioms religinėms konfesijoms ir religinėms mažumoms, gali laikyti ir vertinti kaip *kitus*, *kitokius* nei dominuojanti visuomenės dalis dėl gaunamos netikslios ar stereotipinės informacijos apie šias religijas ir religinius judėjimus. Toks vertinimas gali stiprinti neigiamą religinių mažumų įvaizdį, didinti religinę ksenofobiją ir netoleranciją visuomenėje.

Taigi šiame darbe yra svarbu išsiaiškinti religinės įvairovės diskurso bruožus Lietuvos naujienų žiniasklaidoje. Išsiaiškinus šiuos unikalius diskurso bruožus, bus mėginama suprasti, kokį socialinį žinojimą apie religinę įvairovę konstruoja žiniasklaida, kokios socialinės ir politinės sąlygos lemia būtent tokį konstravimą ir kaip tai gali prisidėti prie religinės įvairovės vertinimo Lietuvos visuomenėje.

**Darbo aktualumas.** Žlugus Sovietų Sąjungai, Lietuvos visuomenė patyrė politinių, ekonominių, socialinių ir kultūrinių pokyčių ir kartu tapo atviresnė idėjų ir gyvenimo stilių įvairovei. Visa tai kėlė pokyčių religijos srityje ir skatino naujų religinių idėjų atradimą bei religinės įvairovės didėjimą, aktualumą ir dinamiškumą visuomenėje. Be to, Lietuvai, tapus nepriklausoma valstybe ir, kiek vėliau, įstojus į Europos Sąjungą, pradėtos vertinti demokratinės idėjos, tokios kaip tolerancija, įvairovės ir kitoniškumo suvokimas, pripažinimas bei teigiamas jų vertinimas – tai taip pat skatino naujų idėjų atradimą.

Taigi, nors Lietuvoje istoriškai dominuojančia ir įtakingiausia religine bendruomene yra Lietuvos Katalikų Bažnyčia (Schröder 2012a, 2012b; Streikus 2012), galima teigti, kad po valstybės nepriklausomybės atkūrimo susiformavo įvairus Lietuvos religinis gyvenimas (Barker 1997; Borowik 2007; Ališauskienė ir Simuilova 2011). 2001 m. gyventojų surašymo duomenimis, Lietuvoje egzistavo 28 religinės bendruomenės, o 2011 m. jų padaugėjo beveik dvigubai – 59<sup>1</sup>. Nors save Romos katalikais laiko 77 proc. Lietuvos gyventojų<sup>2</sup>, didėjantis religinių bendruomenių skaičius skatina kalbėti apie įvairų Lietuvos religinį gyvenimą ir apie iššūkius, susijusius su religine įvairove visuomenėje.

Kaip vieną iš šių iššūkių galima įvardyti religinės diskriminacijos reiškinį, kuris yra suprantamas kaip neigiamas individų vertinimas atsižvelgiant į jų religinius įsitikinimus. Teigiama, kad dėl nusistovėjusių socialinių normų visuomenė į religinę įvairovę yra linkusi reaguoti netolerantiškomis nuostatomis ir diskriminaciniais veiksmais (Ališauskienė ir Glodenis 2013, 12). Tą rodo ir įvairūs Lietuvoje atlikti sociologiniai tyrimai. 2007 m. atlikto religinės diskriminacijos tyrimo visuomenės apklausos duomenys parodė, kad Lietuvoje egzistuoja religinė diskriminacija – iki 80 proc. apklaustųjų išreiškė neigiamas nuostatas įvairių religinių bendruomenių ir dvasinių grupių, ypač naujųjų religijų ir religinių mažumų, atžvilgiu (Sprindžiūnas et al. 2007). Religinės įvairovės ir religinių mažumų padėtį Lietuvoje analizuojantys tyrimai (Ališauskienė ir Glodenis 2013; Ališauskienė ir Bučaitė-Vilkė 2014) taip pat rodo, kad Lietuvoje vyrauja neigiamos nuostatos ir religinė diskriminacija religinių mažumų, naujųjų religijų atžvilgiu, o žiniasklaida įvardijama kaip vienas iš religinės diskriminacijos palaikymo įrankių.

Šie tyrimai patvirtina vis didėjančią žiniasklaidos įtaką formuojant viešąją nuomonę apie įvairias religines bendruomenes, ypač religines mažumas ir naujasias religijas. Be to, stereotipinis žiniasklaidos diskursas gali sustiprinti neigiamą viešąją nuomonę ir kartu palaikyti religinės diskriminacijos reiškinį. Galima teigti, kad žiniasklaida yra vertinama kaip vienas iš socialinių institutų, dalyvaujančių reprezentuojant ir konstruojant socialines prasmes apie religinę įvairovę bei darančių įtaką religijos sričiai. Taigi šis tyrimas

---

<sup>1</sup> Lietuvos statistikos departamentas. 2011. *Lietuvos gyventojų surašymo statistika. Religinių bendruomenių skaičius Lietuvoje*. Prieiga per internetą: [https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/217110/Lietuvos\\_gyventojai\\_2011.pdf](https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/217110/Lietuvos_gyventojai_2011.pdf) [žiūrėta 2018 03 05].

<sup>2</sup> Ten pat

aktualus, nes padėtų tirti žiniasklaidos diskursą giliau suvokti viešąją visuomenės nuomonę bei kartu vienus iš religinės įvairovės egzistavimo bruožų Lietuvos visuomenėje.

**Darbo naujumas.** Lietuvos mokslinėje literatūroje galima rasti įvairių tyrimų apie šiuolaikinį religingumą, religinio tapatumo ypatumus posovietinėje ir europietiškoje Lietuvoje, apie religijos ir valstybės santykius bei naujų religijų raišką. M. Ališauskienė ir I. W. Schröder teigė, kad daugiausia tyrimų atlikta apie Katalikų Bažnyčios vaidmenį, o mažiau – apie religinę įvairovę, religines mažumas, naujas religijas (2012). Tačiau minėti 2013 ir 2014 m. atlikti tyrimai apie religinę įvairovę ir religines mažumas (Ališauskienė ir Glodenis 2013; Ališauskienė ir Bučaitė-Vilkė 2014) atkreipė dėmesį į vis didėjančią žiniasklaidos vaidmenį apibūdinant religijos situaciją Lietuvoje.

Nors medijų tyrimai religinės įvairovės tema yra dar nauja Lietuvoje, galima išskirti kelis tyrimus, kurie yra artimi šiam darbui. R. Žiliukaitės (2001) 1998–2000 m. Lietuvos dienraščių publikacijų apie naujas religijas analizė parodė, kad žiniasklaidoje daugiausia buvo laikomasi neigiamos nuostatos apie netradicines religines bendrijas (67 proc. tiriamų publikacijų), vartojami neigiamos konotacijos apibūdinimai ir terminai, pateikiama netikslinga, nukreipianti informacija.

Svarbu paminėti M. Ališauskienės ir J. Kuznecovienės (2012) tyrimą apie Katalikų Bažnyčios vaidmenį viešajame Lietuvos gyvenime. Autorės, besiremiamos Lietuvos dienraščių tekstų analizės duomenimis, aptarė Katalikų Bažnyčios dalyvavimo Lietuvos viešajame visuomenės gyvenime formas ir jų kaitą. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad egzistuojančios ribos tarp religijos ir sekuliarių viešojo gyvenimo sferų kartkartėmis yra peržengiamos, ir patvirtino sekuliarizacijos teorijas verčiantį permąstyti religijos deprivatizacijos reiškinį.

2017 m. atlikto Lietuvos žiniasklaidos 2000–2012 m. diskurso tyrimo duomenimis, įvairios religinės mažumos dažniausiai buvo vaizduojamos negatyviai, skandalingame kontekste (Pocė ir Ališauskienė 2017).

Užsienio šalių mokslinėje literatūroje religinės įvairovės reprezentacijų žiniasklaidoje tyrimų yra atlikta daugiau, ypač Vakarų visuomenėse, tokiose kaip JAV ar Jungtinė Karalystė (JK), kuriose religinė įvairovė yra labai aiškiai matoma ir tiriama daugelio mokslininkų. Visų tyrimų išskirti neįmanoma, tačiau galima paminėti kelis autorius, kurių tyrimais ir teorinėmis įžvalgomis remiamasi šiame darbe.

J. A. Beckford (1994) atliko tyrimą apie naujuosius religinius judėjimus ir žiniasklaidą. Tyrinėdamas JAV spaudą ir televiziją, jis pateikė išvadas, kad naujieji religiniai judėjimai vaizduojami daugiausia konfliktų kontekste, kaip gąsdinantys, išnaudojantys ir naudojantys įvairius prievartos mechanizmus. Mokslininkas teigia, kad toks vaizdavimas žiniasklaidoje yra kilęs iš kultūriškai susiformavusių stereotipų.

J. T. Richardson ir B. van Driel (1997) tyrė žurnalistų požiūrį į naujuosius religinius judėjimus ir JAV žiniasklaidoje publikuotus straipsnius apie naujas religijas. Tyrimo rezultatai parodė, kad žurnalistai stokojo objektyvumo ir neutralumo rašydami apie naujuosius religinius judėjimus.

K. Knott, E. Poole ir T. Taira (2013) tyrinėdami Jungtinės Karalystės žiniasklaidoje pasirodžiusias istorijas apie įvairias religines bendruomenes teigė, kad islamas, kuris yra religinė mažuma Jungtinėje Karalystėje, dažniausiai vaizduojamas kaip *kiti* toje visuomenėje. Žiniasklaidos žinutėse apie islamą vyravo ekstremizmo, fundamentalizmo ir terorizmo temos. Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kad islamo ir krikščionybės reprezentacijos užgožė judaizmo, hinduizmo, budizmo, sikhizmo ir kitų religinių mažumų reprezentacijas, kurios, kaip ir islamas, buvo vaizduojamos stereotipiškai.

E. Bleich, H. Nisar ir C. Vazques (2018) analizavo musulmonų, žydų ir katalikų reprezentacijas JAV ir JK dienraščių antraštėse 1985–2014 m. laikotarpiu ir siekė suvokti šių religinių bendruomenių statuso hierarchiją visuomenėje. Tyrimo rezultatai parodė, kad musulmonai dažniau buvo vaizduojami neigiamai negu katalikai ir žydai. Tačiau žydai dažniau buvo reprezentuojami teigiamai, palyginus su katalikais. Mokslininkai daro išvadą, kad žiniasklaidos analizė leidžia suvokti ne tik įvairių visuomenės grupių paveikslus, vyraujančias diskurso temas, bet ir tai, kaip tam tikri religiniai įvykiai daro įtaką reprezentuojant religines bendruomenes. Žiniasklaidos analizė taip pat padeda suvokti religinės bendruomenės socialinį statusą konkrečioje visuomenėje – šie autoriai kalba apie žiniasklaidos diskursą kaip apie tam tikrą socialinėje sistemoje egzistuojančių procesų refleksiją.

Taigi visi minėti tyrimai skatina atpažinti svarbų žiniasklaidos vaidmenį konstruojant viešąją nuomonę apie įvairias religines bendruomenes, o šis tyrimas prisideda prie platesnio mokslinio žinojimo apie religinę įvairovę ir supratimo apie šio reiškinio egzistavimo aspektus bei iššūkius tokiose posovietinėse visuomenėse kaip Lietuva. Šis darbas koncentruojasi į religinės įvairovės iššūkius, susijusius su socialiniais

visuomenės religinių idėjų įvairovės priėmimo procesais. Religijos poreikio dalyvauti viešojoje visuomenės srityje bei politikos ir religijos santykio teoriniai aiškinimai rodo, kokios sąlygos formuoja tam tikrą religinės įvairovės situaciją visuomenėje ir kaip prie šių sąlygų formavimo prisideda žiniasklaida. Socialinio konstruktyvizmo požiūris padeda suprasti, kaip visuomenės žinojimas apie religinę įvairovę yra socialiai sukonstruotas. Ši teorinė perspektyva leidžia išsiaiškinti, kaip žiniasklaida padeda palaikyti tam tikrą žinojimą apie religinę įvairovę visuomenėje ir kaip šis tam tikro žinojimo konstravimas daro įtaką socialinei religinės įvairovės padėčiai visuomenėje. Taigi empirinė religinių mažumų ir dominuojančios religinės bendruomenės žiniasklaidos reprezentacijų bei jų skirtumų analizė suteikia galimybę atskleisti ne tik Lietuvoje egzistuojančios religinės įvairovės socialinę padėtį ir viešąjį žinojimą apie šį reiškinį, bet ir padeda paaiškinti, kaip žiniasklaida turi socialinę galią konstruoti tam tikrą žinojimą apie religinę įvairovę.

**Objektas.** Socialiai konstruojamo žinojimo apie religinę įvairovę bruožai dienraštyje „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu.

**Tikslas.** Išanalizuoti religinės įvairovės diskurso bruožus dienraštyje „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu ir ištirti, kokį socialinį žinojimą apie religinę įvairovę pristato tiriamą žiniasklaidą.

#### **Uždaviniai:**

1. Atskleisti religinės įvairovės sampratą, veiksnius ir išskirtinę naujų religijų socialinę padėtį šiuolaikinėje visuomenėje.
2. Išanalizuoti religijos dalyvavimo viešojoje visuomenės erdvėje (politikoje ir žiniasklaidoje) poreikį ir galimybes.
3. Išsiaiškinti žiniasklaidos, kaip socialinio instituto, tikslus, veikimo principus ir įtaką formuojant visuomenės nuomonę.
4. Remiantis socialinio konstruktyvizmo teorija, paaiškinti, kaip žiniasklaida turi socialinę galią palaikyti tam tikrą žinojimą apie religinę įvairovę visuomenėje ir kaip šis žinojimas gali daryti įtaką socialiniam religinės įvairovės vertinimui visuomenėje.
5. Empiriškai identifikuoti socialinio žinojimo apie religinę įvairovę bruožus dienraštyje „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu: atskleisti diskurso pokyčius, dažniausiai naudojamus informacijos šaltinius, dominuojančias temas, įtaigumo kūrimo strategijas ir konstruojamas socialines prasmes.

### **Tyrimo ginamieji teiginiai:**

1. Neigiamas religinės įvairovės socialinis vertinimas dienraščio „Lietuvos rytas“ diskurse tolygiai didėjo 1990–2015 m. laikotarpiu.
2. Matomos nelygiavertės dominuojančios religinės bendruomenės ir kitų tradicinių bei tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių galimybės dalyvauti žiniasklaidos diskurso, kaip socialinio žinojimo, kūrimo procese.
3. Dominuojančios religinės bendruomenės socialinis vertinimas tiriamajame žiniasklaidos diskurse yra labiau teigiamas nei kitų tradicinių ir tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių.
4. Žiniasklaidos socialinė galia pateikti tam tikras interpretacijas apie religinę įvairovę yra išreiškiama per įvairių įtaigumą, sensacingumą kuriančių ir religinių bendruomenių įvaizdį stiprinančių retorinių strategijų naudojimą religinės įvairovės diskurso kūrimo procese.
5. Tiriamame žiniasklaidos diskurse konstruojamos socialinės prasmės apie religinę įvairovę išreiškia ir palaiko religinės įvairovės socialinę padėtį Lietuvos visuomenėje.

**Tyrimo metodai.** Atliekant tyrimą, remiamasi kokybine ir kiekybine metodologine prieiga. Teorinėje darbo dalyje, nagrinėjant religijos viešumo aspektus, religijos ir žiniasklaidos santykį šiuolaikinėje visuomenėje, žiniasklaidos veikimo bruožus bei religinių bendruomenių padėtį Lietuvoje, yra naudojama mokslinės literatūros ir antrinių duomenų analizė. Atliekant empirinį tyrimą, remiamasi kritinės diskurso analizės požiūriu bei kiekybinės ir kokybinės turinio analizės metodu. Kritinė diskurso analizė pasirinkta dėl galimybės analizuoti socialinės nelygybės, hegemonijos išraiškas ir dėl galimybės suvokti, kaip tai galima paaiškinti konkrečioje socialinėje struktūroje. Darbe, naudojant kritinę diskurso analizę, remiamasi T. A. van Dijk (1985; 2001), N. Fairclough (1995), J. E. Richardson (2007) pasiūlytais metodologiniais sprendimais. Kritinei žiniasklaidos diskurso analizei pasirinkti vieno populiariausio dienraščio „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu publikuoti straipsniai apie įvairias religines bendruomenes, egzistuojančias (ar egzistavusias) Lietuvoje, ir jų atitikmenis užsienio valstybėse.

Atliekant kritinę diskurso analizę, tyrimo metu buvo sukurtas originalus žiniasklaidos tekstų analizės instrumentas, skirtas analizuoti religinės įvairovės tematikos straipsnius, kurie atrinkti pagal pasirinktus kriterijus ir raktažodžius. Šiame darbe religinė įvairovė yra apibūdinama kaip Lietuvoje egzistuojančios (ar egzistavusios) tiriamuoju

laikotarpiu) tradicinės ir tradicinėmis nelaikomos religinės bendruomenės, dvasinės grupės bei šių religinių bendruomenių atitikmenys užsienyje. Darbe, apibrėžiant religinės įvairovės sąvoką, remiamasi „Religinių bendruomenių ir dvasinių grupių Lietuvoje žinynu“ (2009).

Religinės įvairovės diskurso analizei pasirinkti vieno populiariausio Lietuvos dienraščio „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu publikuoti straipsniai. Dienraščio „Lietuvos rytas“ diskurso analizės pasirinkimą lėmė tai, kad „Lietuvos rytas“ yra vienas populiariausių žiniasklaidos kanalų Lietuvoje ir vienas pirmųjų Lietuvos dienraščių, kuris turėjo didelę reikšmę kaip visuomenės informavimo priemonė atkuriant šalies nepriklausomybę ir pirmaisiais Lietuvos nepriklausomybės metais. Taigi pasirinkimas analizuoti šį dienraštį suteikia galimybę nuosekliai tirti ilgo laikotarpio žiniasklaidos diskursą religinės įvairovės tema – nuo struktūrinius pokyčius patiriančios iki šiuolaikinės Lietuvos visuomenės laikų, ir taip atrasti diskurse vyraujančių temų, socialinių prasmių ir nuostatų konstravimo bei palaikymo bruožus.

**Tyrimo imtis.** Darbe išanalizuoti 2841 religinės tematikos straipsniai, kurie buvo publikuoti dienraštyje „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. laikotarpiu.

**Darbo struktūra.** Darbą sudaro įvadas, dvi teorinės analizės dalys, tyrimo metodologijos dalis, empirinio tyrimo rezultatų pristatymo dalis, apibendrinimas ir diskusija, išvados, literatūros sąrašas ir priedai.

Darbo įvade aptariama mokslinė problema, jos aktualumas, naujumas, darbo objektas, tikslas, uždaviniai, ginamieji teiginiai ir svarbiausios darbe vartojamos sąvokos.

Pirmojoje teorinėje dalyje atskleidžiama religinės įvairovės samprata ir diskutuojama apie religijos vaidmenį viešajame visuomenės gyvenime: analizuojamas religijos dalyvavimas politinėje ir žiniasklaidos erdvėse bei šio dalyvavimo įtaka politinei ir socialinei religinės įvairovės padėčiai visuomenėje. Ši analizė leidžia suvokti dinamišką religinės įvairovės socialinį pasaulį bei atrasti paaiškinimus, kaip religinė įvairovė egzistuoja tam tikroje visuomenėje ir kodėl yra reprezentuojama žiniasklaidoje tam tikru būdu. Taip pat šiame skyriuje aptariama Lietuvos, kaip posovietinės visuomenės, religinės įvairovės teisinė, politinė ir socialinė padėtis.

Antroje darbo dalyje analizuojamas žiniasklaidos veikimas per socialinio konstruktyvizmo teorinės paradigmos prizmę, padedančią paaiškinti visuotinio socialinio

žinojimo konstravimą ir palaikymą apie tam tikrus reiškinius, procesus ir diskursus visuomenėje. Šioje dalyje taip pat mėginama suvokti, kaip žiniasklaida geba kurti tam tikrus socialinius vaizdinius, prasmes ir įsivaizdavimus apie religinę įvairovę, t. y. kaip naujienų medijų veikimo būdai ir naujienų kūrimo taisyklės gali daryti įtaką viešajai nuomonei apie religinę įvairovę bei jos santykiui su visuomene.

Tyrimo metodologijos dalyje apibrėžiama religinės įvairovės sąvoka, pagrindžiami naudojami metodai, pristatomas tyrimo instrumentas, tyrimo atlikimo eiga ir ribotumai. Penktojoje darbo dalyje aptariami empirinio tyrimo rezultatai: bendrosios religinės įvairovės diskurso charakteristikos, diskurso kaita, dažniausiai naudojami informacijos šaltiniai, dominuojančių temų analizė, antraštėse naudojamų retorinių strategijų analizė, atskleidžiamos žiniasklaidos konstruojamos socialinės prasmės apie dominuojančią religinę bendruomenę bei religines mažumas.

Apibendrinimo dalyje diskutuojama, kaip tyrimo rezultatai siejasi su teorinėmis įžvalgomis. Išvadose pateikiami pagrindiniai darbo rezultatai.

## IŠVADOS

1. 1990–2015 m. laikotarpio dienraščio „Lietuvos rytas“ religinės įvairovės diskurso analizė parodė, kad tiriamuoju laikotarpiu daugiausia pasirodė trumpų informacinių straipsnių, dažniausiai pristatančių Lietuvos kontekstui aktualius įvykius. Atlikta straipsnių antraščių ir turinio analizė patvirtino pirmąjį ginamąjį darbo teiginį – neigiamas religinės įvairovės socialinis vertinimas dienraščio „Lietuvos rytas“ diskurse tolygiai didėjo 1990–2015 m. laikotarpiu. Tiriamuoju laikotarpiu daugiausia buvo neigiamos retorikos antraščių, kurių skaičius didėjo beveik kasmet (kartu teigiamos retorikos antraščių – mažėjo), be to, daugėjo neigiamo konteksto publikacijų. Galima teigti, kad žiniasklaidos komercializacijos procesai, aktyvėjanti konkurencija bei didėjantis religinės įvairovės aktualumas visuomenėje skatino (a) atrasti sensacingumo elementus religijos temose, (b) kurti vis daugiau emocionalių antraščių, jose naudoti įvairias retorines strategijas bei (c) pristatyti daugiau neigiamų įvykių nei teigiamų.
2. Tyrimo rezultatai leidžia patvirtinti antrąjį ginamąjį teiginį – matomos nelygiavertės dominuojančios religinės bendruomenės ir kitų tradicinių bei tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių galimybės dalyvauti žiniasklaidos diskurso, kaip socialinio



žinojimo, kūrimo procese. Empirinė analizė rodo didžiausios religinės bendruomenės – Romos katalikų – reprezentacijų kiekybinį dominavimą tiriamame dienraštyje ir galimybę prieiti prie visuomenės informavimo priemonių bei kurti joje religinės žiniasklaidos pobūdžio straipsnius. Tai patvirtina mediatizacijos proceso egzistavimą bei išskirtinį šios religinės bendruomenės vaidmenį religinės įvairovės diskurse. Nelygiavertės religinių bendruomenių galimybes dalyvauti kuriant religinės įvairovės žiniasklaidos diskursą taip pat patvirtino straipsniuose pasitelkiamų informacijos šaltinių analizė: publikuota straipsnių, kuriuose žurnalistai naudojami katalikų dvasininkų nuomone apie religines mažumas. Todėl, remiantis tyrimo rezultatais, galima teigti, kad dominuojanti religinė bendruomenė gali būti vertinama kaip autoritetas, kuris siejasi su kultūrine tradicija, turi socialinę galią suteikti apibūdinimus bei įvertinti naujųjų religijų poveikį Lietuvos visuomenės socialinei tvarkai.

3. Remiantis tyrimo „Religija ir žiniasklaida Lietuvoje: religinės įvairovės diskurso bruožai 1990–2015 m.“ duomenimis, Romos katalikų bendruomenės vaizdavimas išsiskiria ir dėl kuriamo įvaizdžio. Tiriamas žiniasklaidos kanalas reprezentuoja dominuojančią religinę bendruomenę ir religines mažumas pristatydamas tiek šventes ir bendruomenės įvykius, tiek konfliktines situacijas, tačiau pastebimas svarbus skirtumas, nes apie Romos katalikų religinę bendruomenę buvo daugiau pozityvių straipsnių nei apie religines mažumas. Taigi šios religinės bendruomenės galimybės dalyvauti viešojoje erdvėje ir taip per žiniasklaidos kanalus išreikšti nuomonę įvairiais socialiniais ir politiniais visuomenės klausimais patvirtina religijos viešumo ir politizacijos reiškinius šiuolaikinėje visuomenėje. Kaip rodo tyrimo duomenys, tokių galimybių neturi kitos tradicinės ir tradicinėmis nelaikomos religinės bendruomenės. Manoma, kad toks procesas sudaro sąlygas gilesnei religinės hegemonijos raiškai visuomenėje. Taigi tyrimo rezultatai leidžia patvirtinti trečiąjį ginamąjį teiginį, kad dominuojančios religinės bendruomenės socialinis vertinimas tiriamame žiniasklaidos diskurse yra labiau teigiamas nei kitų tradicinių ar tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių.
4. Atlikta dienraščio „Lietuvos rytas“ 1990–2015 m. religinės įvairovės diskurso antraščių analizė patvirtino ketvirtąjį ginamąjį teiginį: tiriamose antraštėse žurnalistų naudojamos įvairios retorinės strategijos padeda sukurti sensacingumą, suteikti

įdomumo ir galimai pritraukti didesnį vartotojų dėmesį. Rašant apie aptariamą reiškinį ar įvykį antraštėse pateikiamos selektyvios interpretacijos atspindi visos visuomenės vertybes ir normas, kurios kartu gali būti palaikomos, stiprinamos žiniasklaidos diskurso ir dėl kuriamos įtaigios retorikos gali daryti įtaką skaitytojų žinojimui bei vertinimui. Visa tai išreiškia socialinę žiniasklaidos galią pateikti tam tikras interpretacijas apie religinę įvairovę per įvairių įtaigumą, sensacingumą kuriančių ir tam tikrą religinių bendruomenių įvaizdį stiprinančių retorinių strategijų naudojimą. Taigi stereotipinis kitų tradicinių ar tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių vaizdavimas žiniasklaidos diskurse stiprina neigiamą socialinį vertinimą apie religines mažumas, o tai savo ruožtu gali palaikyti ir stiprinti religinę diskriminaciją.

5. Tyrimo duomenys parodė, kad kiekvienas religinių bendruomenių tipas yra apibūdinamas skirtingomis socialinėmis prasmėmis. Romos Katalikų Bažnyčia dažniausiai vaizduojama kaip Lietuvos kultūros puoselėtoja, tradicijos dalis ir tapatinama su visa lietuvių bendruomene. Kritika už žmogiškąsias nuodėmes, jautrumas pedofilijos skandalams parodo visuomenės lūkesčius katalikų dvasininkijai išlikti tauria. Kitų tradicinių religinių bendruomenių įvaizdis iš dalies siejasi su jų indėliu į Lietuvos kultūros klestėjimą, tačiau daugiau straipsnių kalba apie grėsmes Lietuvos visuomenei. Tradicinėmis nelaikomos religinės bendruomenės daugiausia siejamos su neigiama įtaka, destruktivumu, kitoniškumu, pavojumi visuomenės nariams ir socialinei tvarkai. Skirtingas religinių bendruomenių vaizdavimas rodo, kad žiniasklaidos diskurse reprezentuojamos socialinės prasmės padeda palaikyti dominuojančią ideologiją (susieti visuomenės stiprybę, tapatumą, moralumą su dominuojančia religine bendruomene), atpažinti visuomenės grėsmes (reprezentuojant religines mažumas kitoniškumo kontekste) ir taip palaikyti visuomenės socialinę tvarką. Žiniasklaida konstruoja socialinę tikrovę konkrečiame sociokultūriniame kontekste. Todėl šiam konstravimui įtakos turi egzistuojanti socialinė struktūra. Empirinis tyrimas parodė, kad religinės įvairovės situacija visuomenėje (Romos katalikų dvasininkijos galimybės dalyvauti politiniuose ir socialiniuose visuomenės klausimų diskusijose bei politiniuose sprendimuose, skirtinga teisinė dominuojančios religinės bendruomenės, kitų tradicinių ir tradicinėmis nelaikomų religinių bendruomenių padėtis bei skirtingas socialinis

vertinimas) suponuoja skirtingą įvairių religinių bendruomenių paveikslą žiniasklaidoje. Taigi tyrimo rezultatai patvirtino penktąjį ginamąjį teiginį – tiriamajame žiniasklaidos diskurse konstruojamos socialinės prasmės apie religinę įvairovę išreiškia ir palaiko religinės įvairovės socialinę padėtį Lietuvos visuomenėje. Tiriamas žiniasklaidos kanalas ne tik išreiškia Lietuvos visuomenės socialinį žinojimą apie religinę įvairovę ir jos vertinimą, t. y. produkuoja dominuojančias šios visuomenės idėjas ir vertybes, bet ir turėdamas socialinę galią pateikia selektyvias interpretacijas apie tam tikrus religinės įvairovės aspektus. Tokiu būdu yra stiprinamas stigmatizacijos ir marginalizacijos kupinas socialinis religinės įvairovės vertinimas Lietuvos visuomenėje.

## **TYRIMO PATIKIMUMAS IR RIBOTUMAS**

Atliekant šį empirinį tyrimą nesusidurta su etikos ir konfidencialumo problemomis, nes tyrimo metu nebuvo dirbta su informantais ar anoniminėmis apklausomis. Tačiau, kaip ir kiekvieno tyrimo metu, buvo galimai susidurta su tyrimo ribotumais.

Pirma, žiniasklaidos diskurso analizę galėtų papildyti pusiau struktūruoti interviu su žiniasklaidos atstovais. Taip būtų galima atrasti ne tik religinės įvairovės diskurso žiniasklaidoje iššūkius, bet ir priežastis, be to, suprasti žiniasklaidos atstovų darbo ypatumus, ruošiant straipsnius religine tema. Idėjos atlikti interviu su žiniasklaidos atstovais paskatino atsisakyti religijos ir žiniasklaidos santykį tyrinėjančių mokslininkų tyrimų patirtis, parodžiusi žurnalistų profesinės etikos apribojimų svarbą atliekant tokio pobūdžio tyrimus.

Antra, susidurta su galimais straipsnių atrankos ribotumais. Religinės tematikos straipsnių rinkimas rankiniu būdu (vartant dienraštį ir ieškant straipsnių) nėra patikimiausias straipsnių imties sudarymo būdas: tyrimo autorė galėjo nepamatyti ir praleisti straipsnių, kuriuose minimaliai pristatomas religinis aspektas. Taip pat neatmestina tikimybė, kad bibliotekos darbuotojas LIBIS sistemoje nepažymėjo raktažodžio „religija“ prie religinės tematikos straipsnio. Nors šie straipsnių atrankos ribotumai yra realūs, galima teigti, kad jie neturi įtakos tyrimo rezultatų objektyvumui: tyrėjos galimai praleisti straipsniai galėjo reprezentuoti religinę temą tik kaip šalutinę, neturinčią įtakos straipsnio turiniui; mėginant išvengti bibliotekos darbuotojų klaidų, straipsnių atrankos metu buvo naudotasi įvairiais papildomais religinės tematikos raktažodžiais.

Trečia, šio tyrimo rezultatai reprezentuoja tik vieno žiniasklaidos kanalo – dienraščio „Lietuvos rytas“ – kuriamą religinės įvairovės diskursą. Reprerentacijų ypatumai gali skirtis kituose žiniasklaidos kanaluose, pavyzdžiui, radijo ar televizijos laidose, internetiniuose naujienų portaluose. Pasak J. Cheek, diskurso analizė yra kritikuojama dėl generalizacijos ribotumų. Tačiau pats generalizavimo veiksmas gali būti vertinamas kaip diskursinis konstruktas, suprantamas vis kitaip skirtinguose kontekstuose (Cheek 2004, 1147). S. Talja mano, kad tyrimo rezultatai nėra apibendrinami kaip apibūdinimas to, kas yra, bet gali būti apibendrinami, kaip galėtų būti matomi ir interpretuojami tam tikri reiškiniai (Talja 1999, 472; iš Cheek 2004, 1147). Taip pat, galima teigti, kad šio empirinio tyrimo rezultatai patvirtina ir papildo kitus panašios tematikos tyrimų rezultatus, o ne jiems prieštarauja.

Ketvirta, svarbu pasakyti, kad straipsniai tyrimo metu pagal analitines kategorijas buvo koduojami remiantis tik darbo autorės interpretacijomis. Taigi diskurso analizė neretai susilaukia kritikos dėl tekstų interpretavimo lygmens, nes tyrėjas taip pat gali būti suvokiamas kaip diskurso analizės interpretuotojas ir produkuotojas. J. Cheek apgina diskurso analizės metodologiją teigdama, kad diskurso analizėje tekstai yra tyrimo duomenys ir ši analizė pristato ne tik teksto prasmę, bet ir paaiškinimą, kaip tam tikri dalykai yra pasakomi ir kas įgalina tokį pasakymą konkrečiame kontekste (2004, 1146). J. E. Richardson teigia, kad tyrėjai, atliekantys kritinę diskurso analizę, ne tik pateikia tekstus, jų prasmes, bet ir pasiūlo parašytų tekstų prasmų interpretacijas (2007, 15). Šio darbo tyrėja laikėsi nuoseklumo koduodama teksto elementus – tai leidžia teigti, kad šios žiniasklaidos diskurso analizės rezultatus galima vertinti kaip objektyvius, patikimus ir pateikiančius aktualias išvadas.

## ABOUT THE AUTHOR / APIE AUTORIŲ

### Publications / Publikacijos

- Pocė, G. 2019. „Religija kaip sensacija? Dienraščio „Lietuvos rytas“ religinės tematikos antraščių analizė“. *Kultūra ir visuomenė* 10(1): 75–98.
- Pocė, G. and M. Ališauskienė. 2017. “Creating Otherness: Minority Religions and Media in Lithuania”. *International Journal for the Study of New Religions* 8.1: 49–71.
- Ališauskienė, M. and G. Markauskaitė. 2014. „Religinės įvairovės reprezentavimas Lietuvos internetinėje žiniasklaidoje“. *Kultūra ir visuomenė* 5(1): 65–84.

### International and national conferences / Tarptautinės ir nacionalinės konferencijos

- Pocė, G. 2015 06 04–05. “Mass Media and Religion in Lithuania: Discriminatory Representations of New Religions”. International Conference of Young Scholars *Social Transformations in Contemporary Society 2015*. Vilnius.
- Pocė, G. 2015 04 24. „Masinė žiniasklaida ir religija Lietuvoje: naujų religijų reprezentacija“. National Conference of Young Sociologists and Anthropologists *Aktualūs sociologijos ir antropologijos tyrimai: problemos ir kontekstai*. Kaunas.
- Pocė, G. 2014 12 18. „Religija, viešoji erdvė ir hegemoninės nuostatos: naujosios religijos Lietuvos žiniasklaidoje“. National Conference *Matoma ir nematoma šiuolaikinėse religijose*. Kaunas.
- Markauskaitė, G. 2014 04 24–27. “Representations of Religious Diversity in Lithuanian Online Media”. International Conference ISORECEA *Religious Diversification Worldwide and in Central and Eastern Europe*. Kaunas.

### Scientific visits / Moksliniai vizitai

- Study visit to the Lancaster University (UK).

### Education / Išsilavinimas

- 2013–2020 Doctoral student in Department of Sociology, Vytautas Magnus University
- 2011–2013 Integrated Communication, MA Public Relations, Vytautas Magnus University
- 2007–2011 BA Sociology, Vytautas Magnus University

**Occupation / Profesinė veikla**

- 2015–present (maternity leave 2017–2019)  
Head of Communications / Ltd “Kalba.Lt” (from July 2020 – Head of MNI Communications)
- 2013–2015  
Communications and Marketing Manager / Ltd “Kalba.Lt”
- 2012–2013  
Marketing Projects Manager / Ltd “SS Leidyba”



---

GINTARĖ POČĖ

**RELIGION AND MEDIA IN LITHUANIA: FEATURES OF RELIGIOUS  
DIVERSITY DISCOURSE IN 1990–2015**

Summary of Doctoral Dissertation

English Language Editor: Vaida Jankauskaitė

Lithuanian Language Editor: Asta Merkevičienė

Spausdino – Vytauto Didžiojo universitetas

K. Donelaičio g. 58, LT-44248 Kaunas

Užsakymo Nr. K20-059. Tiražas 35 egz. 2020 07 07

Nemokamai.