SOTER 2023.87 (115)
ISSN 1392-7450 (Print), ISSN 2335-8785 (Online)
https://doi.org/10.7220/2335-8785.87(115).2

Živilė ADVILONIENĖ
Marijampolės kolegija, Lietuva

Konklavos atspindžiai spaudoje kaip religinės socializacijos veiksnys: Benedikto XVI atvejis

SANTRAUKA. Straipsnyje pristatoma 2005 m. vykusios konklavos, kurioje popiežiumi buvo išrinktas Benediktas XVI, viešojo religinio diskurso penkiuose didžiuosiuose Lietuvos dienraščiuose analizė. Analizuojant publikacijas laikytasi pozicijos, kad viešieji informacijos skleidėjai atspindi mus supančią tikrovę, joje vykstančius reiškinius ir jų vertinimą, visuomenės elgsenos modelius, o tam tikrų simbolių, sąvokų, retorikos pasirinkimas sąlyginai atskleidžia ir žinios skleidėjo poziciją. Dienraščiai analizuojami ir kaip visuomenės vertybių, pasaulėžiūros formavimosi veiksnys, elgsenos modeliavimo įrankis, tad į gvildenamą temą žvelgiama per socializacijos prizmę. Straipsnyje pristatomas tyrimas atskleidė, kad konklavos laikotarpiu publikacijose itin daug dėmesio skirta popiežių kaitos temai, vyravo informacinis, istorinis-kultūrinis ir socialinis-psichologinis aspektai, mažiausiai dėmesio buvo skirta religiniam ir analitiniam žvilgsniui, neugdytas religinis ir kultūrinis sąmoningumas, vertybinis-pasaulėžiūrinis angažuotumas ir kritinis-analitinis mąstymas, o religinės socializacijos vyksmas buvo fragmentiškas ir nereguliarus.

RAKTAŽODŽIAI: socializacija, medijos, religinė socializacija, religinis diskursas, konklava, popiežių kaita.

Įvadas

Tyrimo aktualumas ir problematika. Nepaisant sparčiai besiplečiančio naujųjų medijų įtakos lauko, spausdintinė žiniasklaida šiandien išlieka taip pat svarbi. Ji, kaip ir kitos medijos, tampa vis reikšmingesniu visuomenės mąstymo ir elgsenos formavimo įrankiu: sekuliarėjant sociumui, nykstant jo saitams su religija ir vis mažiau gilinantis į su tikėjimo turiniu susijusią tematiką, tokio pobūdžio informacijos

sklaida medijose tampa itin svarbiu religinės socializacijos veiksniu (M. Lovheim[1], G. Evolvi[2], Ž. Advilonienė[3]).

Popiežių kaita – vienas iš itin retų pasaulinės reikšmės įvykių, sulaukiančių išskirtinio žiniasklaidos dėmesio. Tai sąlygoja ne tik reiškinio retumas, bet ir netikrumo būsena: Romos Katalikų Bažnyčios vadovo pasikeitimas žymi konkretaus ir visada savito pontifikato pabaigą, lydimą nežinios dėl naujojo popiežiaus ir būsimos jo pontifikato krypties[4]. To pavyzdys yra Benedikto XVI atsistatydinimas ir popiežiaus Pranciškaus konklava, tapę pasaulinės reikšmės aktualijų tema, nubrėžusia naujas viešojo religinio diskurso kryptis: tuo metu Vatikanui skirtas dėmesys išliko svarbus ir tolimesnėje perspektyvoje „norint suprasti <...> dabartinį popiežiaus Pranciškaus statusą bei žiniasklaidos dėmesį jam"[5]. Taigi, intensyvus viešasis religinis diskursas konklavos laikotarpiu leidžia unikaliu būdu analizuoti medijose reprezentuojamą visuomenės religinį angažuotumą, o religinio diskurso tęstinė analizė – tirti jį kaip visuomenės mąstysenos, pasaulėžiūros, religinių įsitikinimų ir elgsenos atspindį bei formavimo(si) veiksnį.

Vatikanas – unikalus religinės ir politinės valdžios bei galios sintezės pavyzdys. Popiežiaus kaip Romos vyskupo, visuotinės Romos Katalikų Bažnyčios galvos ir Vatikano valstybės vadovo konklavos procesas ir jo reprezentavimas žiniasklaidoje atskleidžia, kokią reikšmę jo institucijai skiria ne tik Katalikų Bažnyčia ir kitos religijos, bet ir visuomenė bei medijos. Be to, žiniasklaida „dalyvauja kuriant mūsų sampratą apie tikrovę, net jei šios įtakos mes nesuvokiame"[6]. Nors ji ir nelemia to, *kokį* požiūrį mums *reikėtų turėti*, ji turi įtakos tam, *apie ką* jį *reikia* turėti[7] bei savaime daro mums „diferencijuojantį ir fragmentuojantį poveikį"[8]. Ji ne tik pristato įvykius ir faktus, bet ir juos interpretuoja, formuoja požiūrį, atrenka, kas svarbu, ir įvairiais būdais atkreipia dėmesį pasitelkdama vizualinius, tekstinius, garsinius efektus, sustiprinančius įspūdį, nukreipiančius diskursą norima kryptimi[9]. Tad publikacijų konklavos tema analizė leidžia tirti viešąjį religinį diskursą, visuomenės religinį angažuotumą, religinės socializacijos

1 Mia Lovheim, „Religious Socialisation in a Media Age", *Nordic Journal of Religion and Society*, 25 (2) 2012, 151–168, doi:10.18261/ISSN1890-7008-2012-02-03.

2 Giulia Evolvi, „Habemus Papas: Pope Francis' Election as a Religious Media", *Spiritual News: Reporting Religion Around the World*, ed. by Yoel Cohen (New Yourk: Peter Lang, 2018), 219–236, doi:10.3726/b11329.

3 Živilė Advilonienė, „Katalikiškasis religinis tapatumas Lietuvoje" (daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas, 2006).

4 Evolvi, „Habemus Papas"; Thomas Oestreich, „The Personality and Character of Gregory VII in Recent Historical Research", *The Catholic Historical Review*, Vol. 7, No. 1 (1921), 35–43, https://www.jstor.org/stable/25011733; Andrew Philip Smith, *Pope Leo IX 1049–1054: a study of his Pontificate* (PhD thesis, University of Gasgow, 2018), https://theses.gla.ac.uk/30786/1/2018smithphd.pdf.

5 Giulia Evolvi, „Habemus Papas", 219.

6 Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction* (London: Sage Publications, 1992), 52.

7 Vladas Gaidys, *Visuomenės nuomonės tyrimai: teorija ir praktika* (Vilnius: Žara, 1999), 24.

8 Antony Giddens, *Modernybė ir asmens tapatumas* (Vilnius: Pradai, 2000), 112.

9 Bronislovas Čereška, Darius Jokubauskas, Almas Rupšlaukis, *Reklama: tarp klasikos ir modernumo* (Vilnius: Super namai, 2019).

veiksnius. Tai ypač iliustruoja žiniasklaidos laikysena ne tik esamų, bet ir jau įvykusių, jubiliejines sukaktis mininčių įvykių atžvilgiu: pvz., 2023 m. minėta Jono Pauliaus II vizito Lietuvoje 1993 m. trisdešimtmečio sukaktis medijose buvo ignoruota.

Straipsnyje pristatomo tyrimo tikslas – atskleisti religinę retoriką Lietuvos didžiuosiuose spausdintiniuose dienraščiuose 2005 m. popiežių kaitos metu kaip religinio visuomenės angažuotumo atspindį bei religinės socializacijos veiksnį. Tyrimo uždaviniais siekta: remiantis mokslinių tyrimų apžvalga aptarti religinį diskursą spaudoje kaip visuomenės religinio angažuotumo formavimo ir atspindėjimo priemonę; atskleisti viešojo religinio diskurso dinamiką didžiuosiuose Lietuvos dienraščiuose 2005 m. popiežių kaitos metu, identifikuojant vyraujančius religinės retorikos aspektus ir per tai plėtotą religinę socializaciją. Tyrime kelta prielaida, kad religiniame diskurse popiežių kaitos tema vyrauja informacinis ir istorinis-kultūrinis aspektai, bet menkai reprezentuojamas analitinis žvilgsnis ir tai sąlygoja fragmentišką religinę socializaciją. Straipsnyje remtasi mokslinių šaltinių analize ir sinteze, publikacijų turinio (kontent) *kiekybine* (kiek ir kaip dažnai) ir *kokybine* (kaip ir apie ką rašoma) turinio analize. Buvo tiriama 112 (N-112) penkių Lietuvos dienraščių (*Lietuvos ryto*, *Respublikos*, *Lietuvos žinių*, *Vakaro žinių*, *Kauno dienos*) numerių, kuriuose publikuoti 367 straipsniai tiriama tema. Straipsnyje pristatoma dalis platesnio tyrimo rezultatų[10].

Viešasis religinis diskursas spaudoje kaip visuomenės religinio angažuotumo formavimo veiksnys ir atspindys

Žiniasklaida visuomenėje atlieka vieną svarbiausių vaidmenų. Ji yra ne tik informacijos sklaidos šaltinis ir komunikacijos kanalas, bet ir priemonė, kuri ne tik „tiesiogiai atspindi tikrovę, bet iš dalies ją formuoja“[11], todėl jos tyrimai padeda atpažinti ir suprasti visuomenėje vykstančius procesus. Žiniasklaidos vaidmuo ypač svarbus tose sferose, su kuriomis dalis visuomenės menkiau tiesiogiai susijusi, mažiau apie jas informuota. Pasak C. Happer ir G. Philo'o, čia žiniasklaida yra ypač reikšminga[12], o sociumas gali tapti sąlyginai priklausomas nuo to, kokia informacija ir kokiu būdu, kaip detaliai, įtaigiai jam pateikiama, kiek ji tiksli, išsami, argumentuota[13].

[10] Tyrime lyginama viešoji religinė retorika spaudoje popiežių Benedikto XVI (2005 m.) ir Pranciškaus (2013 m.) konklavų, Jono Pauliaus II (1993 m.) ir Pranciškaus (2018 m.) vizitų Lietuvoje metu.

[11] Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, 42.

[12] Catherine Happer, Greg Philo, „The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change“, *Journal of Social Political Psychology*, Vol. 1 (1) (2013), 321–336, https://jspp.psychopen.eu/index.php/jspp/article/view/4761/4761.pdf.

[13] Priya Giri Shakshi, Abhishek Kumar Maurya, „A neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience“, *Personality and Individual Differences*, Vol. 180 (2021), doi:10.1016/j.paid.2021.110962.

Dėl masinės informacijos priemonių ir jų sklaidos būdų įvairovės šiandienos visuomenė sunkiai įsivaizduojama be žiniasklaidos ir jos įtakos (F. Yan[14]): savo galios dispozicijoje turėdama svarius visuomenės nuomonės ir elgsenos formavimo įrankius, ji gali ją paveikti, pateikdama nepilną, netikslią, prieštaringą informaciją, ribodama išsamios ir objektyvios informacijos sklaidą, iškreipdama tikrovę ir (ar) jos vertinimą (P. Berger, Th. Luckmann[15]), manipuliuodama prioritetais, tendencingai juos paskirstydama (M. McCombs[16]) ar sąmoningai nukreipdama viena kryptimi, ribodama kitą poziciją ir parinkdama parankios darbotvarkės informacinį langą (M. McCombs, S. Valenzuela[17]). Taigi, medijomis ne tik perteikiama žinia ir formuojama nuomonė, bet jos taip pat tampa jungiamąja grandimi tarp socialinės tikrovės ir asmens patirties, pasaulėžiūros, elgsenos. Žiniasklaidos prerogatyvoje esti ir tai, kokio tikslumo, objektyvumo, išsamumo informaciją pateikti, kokiu būdu tai daryti (ką suaktualinti, o ką nustumti į informacijos paraštes), kaip interpretuoti, su kuo sieti. Esama ir manipuliacijų grėsmės, nes auditorija neretai besąlygiškai pasitiki jai pateikiama informacija, neidentifikuoja jos prieštaringumo (D. McQuail[18]). Žiniasklaida tampa socialinės tikrovės atspindėjimo šaltiniu ir ją kuriančiu įrankiu (P. Berger, Th. Luckmann[19]): pateikdama žinias ji formuoja ar keičia visuomenės nuomonę, suponuodama, kaip kas turi būti suprantama ir vertinama (C. Happer, G. Philo[20]). Ši ypatybė itin svarbi sukrėtimų, krizių, vertybių kaitos metu, medijoms perimant „vartininkų“ (angl. *gatekeepers*)[21], filtruojančių socialinės tikrovės elementus, perteikiančių juos su tam tikra konotacija, vaidmenį. Pasitelkiant kadravimo (angl. *framing*) komunikacinę techniką įrėminamos aktualijos ir jų vertinimas (R. M. Entman[22], V. B. Sadmego ir M. Nasucha[23], E. Nabažaitė[24]).

Pastarojo dešimtmečio tyrimai religinės socializacijos tema atskleidė, kad ypač jaunoji karta informacijos tikėjimo klausimais vis dažniau gauna ne šeimoje ar religinėje

[14] Fengmin Yan, „Image, Reality and Media Construction: A Frame Analysis of German Media Representations of China“, *Global Media and China*, Vol. 7 (1) (2022), 120–123, doi:10.1177/20594364211073859.

[15] Peter Berger, Thomas Luckmann, *Socialinės tikrovės konstravimas* (Vilnius: Pradai, 1999).

[16] Maxwell McCombs, „The Agenda-Setting Role of Mass Media in the Shaping of Public Opinion“, paskelbta 2011 m. sausio mėn., https://www.researchgate.net/publication/237394610_The_Agenda-Setting_Role_of_the_Mass_Media_in_the_Shaping_of_Public_Opinion.

[17] Maxwell McCombs, Sebastian Valenzuela, *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion* (Cambridge: Polity, 2021).

[18] Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th edition (London: Sage Publications, 2010), http://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf.

[19] Berger, Luckmann, *Socialinės tikrovės konstravimas*.

[20] Happer, Philo, „The Role of the Media...“, 321–336.

[21] McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*.

[22] Robert M. Entman, „Framming: Toward Clarification of a Fractured Paradigm“, *Journal of Communication* 43 (4) (1993), 51–58, doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.

[23] Vanesa Bella Sadmego, Muchammad Nasucha, „Framing News on Religion and Living Environment in Online Media“, *Jurnal Komunikasi*. Vol. 14, No. 1 (2019), 93–104, doi:10.20885/komunikasi.vol14.iss1.art6.

[24] Erika Nabažaitė, „Emigracijos diskurso rėminimas Lietuvos interneto dienraščiuose“, *Informacijos mokslai*. T. 78 (2017), 162–173, https://www.zurnalai.vu.lt/IM/article/view/10840/8975.

bendruomenėje, bet iš žiniasklaidos[25]. Tai, pasak M. Lovheim, keičia „religinės socializacijos kaip religinėse institucijose vykstančio ir jų kontroliuojamo proceso bei religinių vertybių, idėjų ir tapatybės tęstinumo kaip šio proceso rezultato“[26] sampratą. Kyla poreikis atrasti naujų konceptualių priemonių, kurios „padėtų paaiškinti religinę socializaciją kaip procesą, kurį formuoja dinamika tarp tradicijos ir transformacijos, žinių ir įgūdžių bei religinių ir kitų simbolinės komunikacijos visuomenėje institucijų“[27], nes jos konceptualizavimas siaurąją prasme kaip proceso, kuriame „religijos išmokstama, ji perduodama iš kartos į kartą“[28], jau neatspindi esamų realijų. Kalbant apie religinę socializaciją omenyje turimas jau ne tik „interaktyvus procesas, kuriame socialiniai veiksniai daro įtaką individo religiniams įsitikinimams ir supratimui“[29], bet ir procesas, kuriame „įgyjamos religinės preferencijos“[30], leidžiančios fokusuotis į tam tikrą religijos sritį ir joje angažuotis. Jei tradicinėje religinės socializacijos sampratoje fokusuotasi į mikro- ir mezosocialinį lygmenį, tai platesnė jos konceptualizacija integruoja kontekstinę terpę, medijas ir jų vartotojus, „išaugusius žiniasklaidos prisotintame pasaulyje“[31]. Svarbu rasti naują religinės socializacijos tyrimų prieiga[32]: W. R. Heinzas[33], J. J. Arnettas[34], L. Andersonas ir D. Brown[35], M. Mobergas, S. Sjö ir kt.[36] kalba apie savisocializacijos (*self-socialisation*) konceptą, integruojantį savęs atstovavimą (*self-assessment*), taikomą tyrimuose pasitelkiant žiniasklaidą religiniais tikslais. Pasak M. Klingenberg ir S. Sjö[37], religinė socializacija tampa vis dinamiškesnė ir daugiasluoksniškesnė, todėl aktualus ne tik religinis *visuomenės*, bet ir „religinis *medijų* raštingumas“[38] kaip reikšmingas religinės socializacijos veiksnys, nes „religinę socializaciją <...> akivaizdžiai iš

25 Mia Lovheim, *Religious Socialisation in a Media Age*, 151–158.
26 Ibid., 152.
27 Ibid.
28 Maria Klingenberg, Sofia Sjö, „Theorizing religious socialisation: a critical assessment“, *Religion*. Vol. 49, No. 2 (2019), 164, doi:10.1080/0048721X.2019.1584349.
29 Darren E. Sherkat, „Religious Socialization: Sources of Influence and Influences of Agency“, in *Handbook of the Sociology of Religion*, ed. by Michele Dillon (New York: Cambridge Univ. Press, 2003), 151.
30 Ibid., 151.
31 Maria Klingenberg, Sofia Sjö, „Theorizing religious socialisation“, 165.
32 Carolyn McNamara, Barry, Mona M. Abo-Zena, eds. *Emerging Adults' Religiousness and Spirituality* (Oxford: Oxford University Press, 2014).
33 Walter R. Heinz, „Self-Socialization and Post-Traditional Society“, *Advances in Life Course Research* 7 (2002), 41–64, doi:10.1016/S1040-2608(02)80029-6.
34 Jeffrey Jensen Arnett, „Socialization in Emerging Adulthood: From the Family to the Wider World, from Socialization to Self-Socialization“, in *Handbook of Socialization: Theory and Research*, ed. by Joan E. Crusec and Paul D. Hastings (New York: The Guilford Press, 2007), 208–230.
35 Laurel Anderson, Deborah Brown McCabe, „A Constructed World: Adolescent Self-Socialization on the Internet“, *Journal of Public Policy & Marketing* 31 (2) (2012), 240–253, doi:10.1509/jppm.08.043.
36 Marcus Moberg, Sofia Sjö, Ben-Willie Kwaku Golo, Habibe Erdis Gökce, Rafael Fernández Hart, Sidney Castillo Cardenas, Francis Benyah, and Mauricio Javier Villacrez Jó, „From Socialization to Self-Socialization? Exploring the Role of Digital Media in the Religious Lives of Young Adults in Ghana, Turkey, and Peru“, *Religion* 49 (2) (2019), 240–261, doi:10.1080/0048721X.2019.1584353.
37 Klingenberg, Sjö, „Theorizing religious socialisation“, 173.
38 Lövheim, „Religious Socialization in a Media Age“, 151.

dalies perėmė žiniasklaida“[39]. M. Pirnerio tyrimai patvirtino, kad šiandien ja naudojamasi „kaip religinės orientacijos šaltiniu“, nes „institucionalizuota religija prarado didelę dalį savo ankstesnės įtakos“[40]. Tai kelia naujų religinės socializacijos iššūkių: žiniasklaidoje religiniai elementai pateikiami fragmentiškai ir susinkretinti skverbiasi į populiariąją kultūrą, taip veikdami visuomenės pasaulėžiūrą. Be to, „religinė socializacija per žiniasklaidą <...> įgauna „savisocializacijos“ pobūdį <...>. Diskusija apie savarankiškumo <...> ir formavimo ar net manipuliavimo laipsnį, kurį vaikai ir paaugliai (taip pat ir suaugusieji) patiria socializacijoje per žiniasklaidą, taip pat virsta kontroversiška“[41]. Taigi, medijose vykstanti religinė socializacija tampa savaiminio ir (ar) sąmoningo religinio ugdymo(si) prielaida, integralia visuminio socializacijos proceso dalimi[42]. M. Pirneris atkreipia dėmesį ir į tai, kad sekuliarizuotoje visuomenėje „populiarioji žiniasklaida daro įtaką savo auditorijos religingumui arba yra naudojama kaip religinės-pasaulėžiūrinės orientacijos šaltinis“[43], tad „gali atlikti pakaitines religines funkcijas, <...> būti <...> jungtimi su institucionalizuota tradicine religija, su kuria galima <...> susieti religinio švietimo pastangas“[44]. Šia prasme žiniasklaidos vartotojai tampa *socializacijos objektais* ir *subjektais*: juos veikia medijos ir kiti socializacijos veiksniai, tačiau jie ir patys kuria „savarankišką religingumą“[45], rekonstruoja „paveldėtą religingumą ar nereligingumą veikiami mažesnės ar didesnės patirties ir jausdami socialinių tinklų spaudimą“[46].

Taigi žiniasklaida lemia, kiek tam tikros temos yra reprezentuojamos, kokiu būdu ir kiek objektyviai bei ko siekiant tai daroma. Religinė tematika – viena tų, kuriose visuomenės žinios ir sąmoningumas menkesni, tad išsamios, ekspertų pozicija grįstos informacijos sklaida yra itin svarbi. Vis dėlto religinė retorika žiniasklaidoje dažniausiai grindžiama išankstinėmis nuostatomis ir vertinimu, nesiremiama specialistų įžvalgomis (M. Ališauskienė, G. Markauskaitė[47], Ž. Advilonienė[48], R. Žiliukaitė[49]),

39 Manfred L. Pirner, „Religious Socialization by the Media? An Empirical Study and Conclusions for Practical Theology“, *International Journal of Practical Theology* 13 (2) (2010), 289, doi:10.1515/ijpt.2009.17; https://www.evrel.phil.fau.de/files/2019/02/pirner-2009-religious-socialization.pdf.

40 Ibid., 290.

41 Ibid.

42 Ibid.

43 Ibid., 291.

44 Ibid.

45 Gabriella Pusztai, Zsuzsanna Demeter-Karaszi, „Analysis of Religious Socialization Based on Interviews Conducted with Young Adults“, *Religion* 10 (6) (2019), 365, https://doi.org/10.3390/rel10060365.

46 Ibid., 365.

47 Milda Ališauskienė, Gintarė Markauskaitė, „Religinės įvairovės reprezentavimas internetinėje žiniasklaidoje“, *Kultūra ir visuomenė* 5 (1) (2014), 65–83, https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/31774/1/ISSN2335-8777_2014_N_5_1.PG_65-83.pdf.

48 Advilonienė, *Katalikiškasis religinis tapatumas Lietuvoje*.

49 Rūta Žiliukaitė, „Žiniasklaida ir netradicinės religinės bendruomenės bei bendrijos Lietuvoje“, in *Religija ir teisė pilietinėje visuomenėje* (Vilnius: LR Teisingumo ministerija, 2003), http://tm.infolex.lt/religija/5.htm.

esama įtampos tarp religinės įvairovės ir jos atspindėjimo žiniasklaidoje[50], fiksuojama verbalinė agresija kaip nauja krikščionių persekiojimo forma (V. Kilpys[51]). Panašiuose tyrimuose laikomasi pozicijos, kad žiniasklaidoje tam tikrai temai skiriamas dėmesys sąlyginai atspindi visuomenės santykį su ja, iš dalies ir leidėjo poziciją, nes „žiniasklaidos priemonės ne veidrodiškai atspindi tikrovę, bet iš dalies ją formuoja"[52], todėl religinio diskurso tyrimuose svarbi visapusiška analizė: *kiekybinę* prieigą sąlygoja kiekinės informacijos gausa, ilgesnis tyrimo laikotarpis, siekis išryškinti tendencijas, *kokybinę* – diskurso įvairovė ir jos kaita. Analizės vienetais tampa straipsniai ar jų dalys, indikatoriais – vizualinė informacija, religinė terminija, jų sąsajos su teksto turiniu ir kontekstu. Itin svarbus vaidmuo tenka straipsnių antraštėms, patraukiančioms auditorijos dėmesį, informuojančioms ir formuojančioms pirminį įspūdį, išankstinę nuomonę ar lūkestį (R. Švėgždaitė[53], A. Nugaraitė[54]). Remiantis minėtomis įžvalgomis šiame straipsnyje gvildenama Lietuvoje mažai tyrinėta tema, kuri, esant tiriamo reiškinio analizės negalimumui dėl tikėjimo ir sąžinės laisvės varžymo sovietmečiu, neturėjo objektyvių sąlygų atitinkamo tyrimo lauko formavimuisi, todėl kaip išeities pozicija tęstiniams panašios tematikos tyrimams buvo pasirinkta pirmosios konklavos (Benedikto XVI, 2005 m.), vykusios po Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, metu spaudoje plėtoto viešojo religinio diskurso analizė.

Popiežių kaitos reprezentavimas spaudoje kaip religinės socializacijos apraiška ir veiksnys: Benedikto XVI konklavos atvejis

Nors griežtai reglamentuotas konklavos procesas sulaukia išskirtinio žiniasklaidos dėmesio, popiežių kaitos reprezentavimas medijose tebėra menkai tyrinėtas. Šiai tematikai itin svarbus G. Evolvi tyrimas apie Benedikto XVI atsistatydinimo ir popiežiaus Pranciškaus konklavos reprezentavimą keturiuose Italijos ir nacionalinės televizijos bei radijo naujienų leidiniuose, išryškinęs tris temines kryptis: popiežius suvokiamas plačiau nei vien Bažnyčios lyderis; į konklavos temą įtraukiami populiaraus religingumo elementai; akcentuojama popiežiaus Pranciškaus itališka kilmė[55]. Panašia metodika remtasi ir šiame tyrime, siekiant atskleisti viešojo religinio diskurso plėtotę

[50] Milda Ališauskienė, Jolanta Kuznecovienė, „Katalikų Bažnyčios vaidmuo viešajame Lietuvos gyvenime: dalyvavimo formų kaita (1990–2010)", *Filosofija. Sociologija* 23 (2) (2012), 102–110, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=110565; Gintarė Pocė, *Religija ir žiniasklaida Lietuvoje: religinės įvairovės diskurso bruožai 1990–2015 m.* (daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas, 2020).

[51] Valdas Kilpys, *Verbalinės agresijos, kaip naujos krikščionių persekiojimo formos, raiškos ypatybės trijuose didžiausiuose Lietuvos naujienų portaluose* (daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas, 2020).

[52] Antony Giddens, *Modernybė ir asmens tapatumas* (Vilnius: Pradai, 2000), 42.

[53] Raminta Švėgždaitė, „Antraščių negatyvumo, nuotaikos ir skaitytojų reakcijos konstravimas", *Žurnalistikos tyrimai* 11 (2016), 55–77, doi:10.15388/zt/jr.2016.11.10750.

[54] Audronė Nugaraitė, „Antraštės poveikis ir įtaka medijų komunikacijoje", *Agora: politinių komunikacijų studijos* 3 (2015), 113–128.

[55] Evolvi, „Habemus Papas", 219–236.

Lietuvoje 2005 m. konklavos metu, identifikuojant vyravusias kasdienės nuomonės tiriamu klausimu apraiškas spaudoje ir per tai besiskleidžiančią religinę socializaciją. Tam pasirinkta minėtų stambiausių Lietuvos dienraščių turinio analizė. Ši spauda prieinama plačiam vartotojų ratui, joje perteikiama informacija ir vaizdiniai yra ne tik veikiami sociokultūrinio konteksto, bet ir patys jį formuoja: leidinys pasirenka, apie ką ir kokiu aspektu rašyti, ką akcentuoti, dėl to „neretai „objektyvi" informacija būna tokia, kokią suvokė žurnalistas"[56], tuo labiau, kad pastariesiems neretai stinga temos specifikos išmanymo, retai jai gvildenti kviečiami specialistai[57], todėl su religine tematika siejamose publikacijose pateikiamos ir sensacijos, negatyvus kontekstas, prieštaringai vertinamos situacijos ar asmenys, nes „tam nereikia nei objektyvių faktų, nei mokslinių žinių apie religiją, o prieštaringo tam tikros religinės bendruomenės veikėjo iškėlimas suteikia straipsniui įdomumo"[58], kelia diskusijų ir didina skaitomumo reitingus.

Straipsnyje pristatomame tyrime popiežių kaita tiriama taikant *kiekybinę* ir *kokybinę* turinio analizę. Tikslinė publikacijų atranka pagal raktažodžius[59] buvo vykdyta keliais etapais: pirmiausia atrinkti penki didžiausi šalies dienraščiai (*Lietuvos rytas*, *Respublika*, *Lietuvos žinios*, *Vakaro žinios*, *Kauno diena*, iš viso N-112 numerių). Remtasi prielaida, kad plataus spektro, didžiausio tiražo ir plačiausio geografinio arealo leidiniai geriausiai atspindi su tiriamu klausimu susijusias vyraujančias tendencijas. Antrajame etape atrinktos publikacijos, kuriose vartota religinė retorika (N-428). Galiausiai iš jų atrinkti straipsniai konklavos tema (N-367), publikuoti 2005 m. balandžio 2 d. – gegužės 4 d.[60], atmetant publikacijas, kuriose vartota religinė retorika, tačiau gvildenta kita tema.

Straipsniai analizuoti keliais aspektais: skaičiuotas jų dažnis atskirais etapais[61]; siekta identifikuoti vyraujančius religinio diskurso aspektus. Derinta *kiekybinė ir kokybinė* prieiga, siekiant atkreipti dėmesį į *kiekybinę* popiežių kaitos temai skirtų publikacijų bei jose plėtotos tematikos dinamiką. *Kiekybinė analizė* grįsta prasminių

[56] Ališauskienė, Markauskaitė, „Religinės įvairovės reprezentavimas", 70.

[57] Ibid; Advilonienė, *Katalikiškasis religinis tapatumas Lietuvoje*.

[58] Ališauskienė, Markauskaitė, „Religinės įvairovės reprezentavimas", 71.

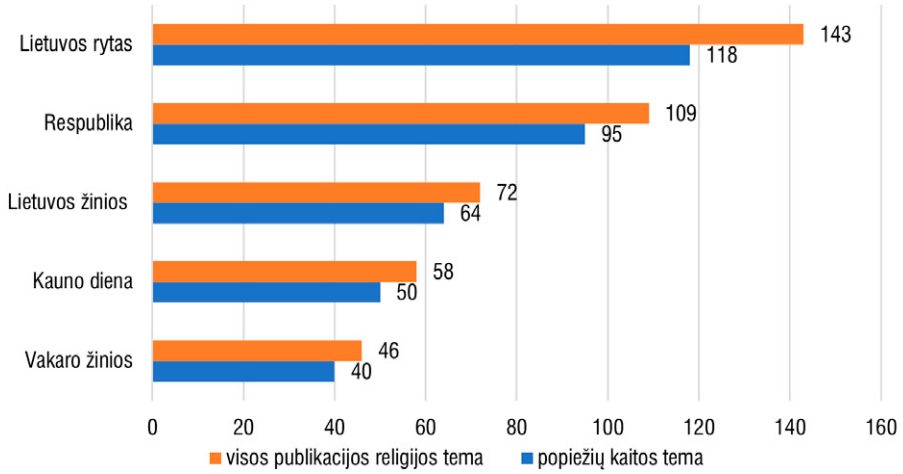
[59] Popiežius, popiežių kaita, konklava, Katalikų Bažnyčia, Jonas Paulius II, kardinolų konsisterija, pontifikas, pontifikatas ir kt.

[60] Tyrimo laikotarpį sąlygojo publikacijų atrankos kriterijai. Tyrimui parinktas laikotarpis nuo žinios apie popiežiaus Jono Pauliaus II sveikatos pablogėjimą ir mirtį (2005 m. balandžio 2 d.) iki poinauguracinio Benedikto XVI laikotarpio, kol dar publikuota su tiriama tema susijusių straipsnių (2005 m. gegužės 4 d.).

[61] Išskirti šeši konklavos proceso etapai: 1) nuo pranešimo apie popiežiaus Jono Pauliaus II sveikatos pablogėjimą ir mirtį iki jo laidotuvių (balandžio 2–7 d.); 2) Jono Pauliaus II laidotuvių diena (balandžio 8 d.); 3) nuo Jono Pauliaus II laidotuvių iki konklavos (balandžio 9–17 d.); 4) konklavos procesas (balandžio 18–19 d.); 5) laikotarpis nuo popiežiaus Benedikto XVI išrinkimo iki inauguracijos (balandžio 20–24 d.); 6) laikotarpis po Benedikto XVI inauguracijos (balandžio 25 d. – gegužės 4 d.).

turinio elementų išskyrimu ir klasifikavimu pagal B. Berelsoną[62] ir H. D. Lasswellį[63]. Skaičiuotas absoliutus ir santykinis publikacijų religijos ir popiežių kaitos tema dažnis. Išskirti ir temos gvildenimo suintensyvėjimo etapai, tiriant, kuriame etape publikacijų daugėjo, kokie religinio diskurso aspektai vyravo, kiek publikuota vedamųjų temų, autorinių straipsnių. *Kokybinės analizės* metu taikytas atviras ir ašinis kodavimas remiantis A. Strausu, J. Corbin[64]: publikacijose išskirtos prasminės temos, padedančios straipsnius grupuoti į kategorijas, siekiant identifikuoti vyraujančius teminius aspektus ir jų poslinkius.

Kiekybinė publikacijų analizė atskleidė, kad konklavos proceso metu vyko ryškus epizodinis ir trumpalaikis viešojo religinio diskurso pokytis. Išryškėjo keli tiriamo laikotarpio etapai, kurių pradžia ir pabaiga ženklintos konkrečiais 2005 m. balandžio–gegužės mėn. įvykiais. Tirtu laikotarpiu publikuoti 428 (N-428) įvairios apimties straipsniai religijos tema, dauguma (85,7 proc., N-367) skirti popiežių kaitai. Straipsnių gausa išsiskyrė *Lietuvos rytas* (n-143 publikacijos religijos tema, iš jų n-118 (82,5 proc.) konklavos tema), mažiausiai rašyta *Vakaro žiniose* (atitinkamai n-46 ir n-40 (86,9 proc.), žr. 1 pav.).

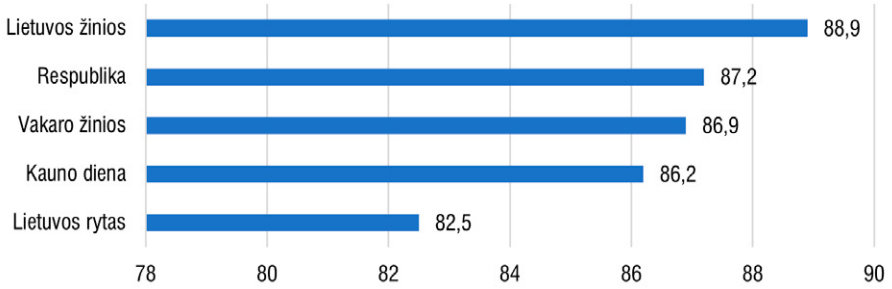


1 pav. **Religijai ir popiežių kaitai skirtos publikacijos, absoliučiaisiais skaičiais**

Konklavai skirtų publikacijų dalis dienraščiuose pasiskirstė netolygiai, nors ši tema vyravo tarp kitų religinės tematikos straipsnių. Santykinai daugiausiai jų publikuota *Lietuvos žiniose* (88,9 proc.) ir *Respublikoje* (87,2 proc.), mažiausiai – *Lietuvos ryte* (82,5 proc., žr. 2 pav.). Nors visuose dienraščiuose konklavos tema plėtota kaip itin

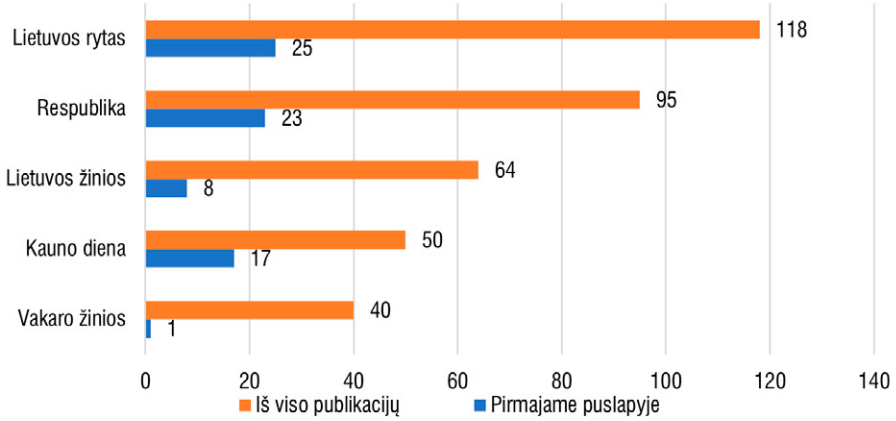
62 Bernard Berelson, *Content-analysis in comunication research* (New York: 1952).
63 Harold D. Lasswell, *Analysing the content of mass comunication: A brief introduction* (New York: Prentice-Hall, 1942).
64 Anselm Strauss, Juliet Corbin, *Basics of Qalitative Research* (London: Sage, 1998).

svarbi, ji aktualizuota skirtingai: daugiausiai straipsnių religine tema publikavęs *Lietuvos rytas* popiežių kaitai skyrė pastebimai mažiau dėmesio nei mažiau tekstų publikavusios *Lietuvos žinios*, *Respublika* ir *Vakaro žinios* (žr. 1 ir 2 pav.).



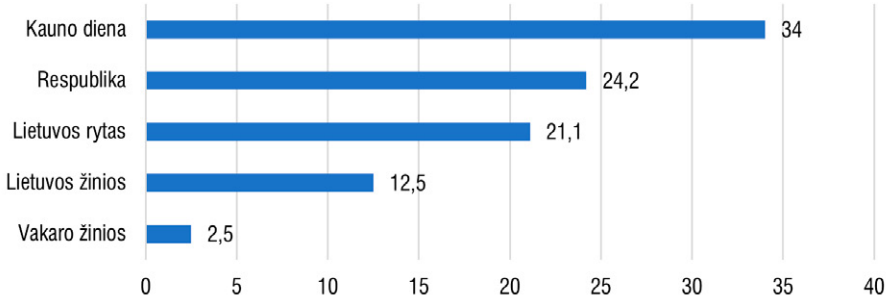
2 pav. **Publikacijų konklavos tema santykinis dažnis tarp straipsnių religine tema, proc.**

Straipsnio pristatymas pirmajame leidinio puslapyje ir jo antraštė yra itin svarbūs siekiant patraukti auditorijos dėmesį, pabrėžti temos aktualumą, todėl tirta, kokia dalis konklavai skirtų publikacijų prezentuotos kaip titulinės. Didesnis publikacijų ta pačia tema kiekis pirmajame puslapyje rodo temos svarbą, nors nebūtinai atspindi redakcijos poziciją, šiuo atveju – religinį angažuotumą. Pirmą puslapį konklavos temai dažniausiai skyrė *Lietuvos rytas* (n-25) ir *Respublika* (n-23), nors santykine prasme juos ženkliai lenkė *Kauno diena*, pirmajame puslapyje talpinusi trečdalį (34 proc.) tekstų. Rečiausiai ši tema kaip vedamoji traktuota *Vakaro žiniose* (n-1) ir *Lietuvos žiniose* (n-8, žr. 3 ir 4 pav.).



3 pav. **Bendras publikacijų skaičius ir pirmuosiuose puslapiuose publikuotų straipsnių konklavos tema skaičius, absoliučiaisiais skaičiais**

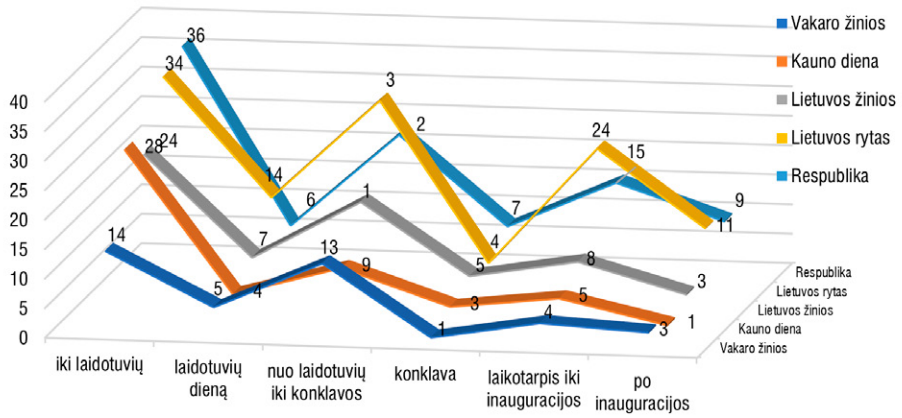
Pagal *santykinį* publikacijų pirmajame puslapyje dažnį *Kauno dienoje* šios tematikos straipsniai sudarė trečdalį (34 proc.) konklavai skirtų tekstų. Nepaisant didžiausio publikacijų skaičiaus konklavos tema (atitinkamai n-118 ir n-95), *Lietuvos ryte* (21,1 proc.) ir *Respublikoje* (24,2 proc.) ši tema netraktuota kaip vedamoji. Priešingai, *Kauno dienoje*, kurioje publikacijų skaičius ženkliai mažesnis (n-50), ji *dažniausiai* pozicionuota kaip pagrindinė (34 proc., žr. 3 ir 4 pav.). Tad nepaisant atspindžio efekto (*reflection hypothesis; reflection inference*)[65], ne visi dienraščiai linkę vieną temą ilgai plėtoti kaip vedamąją, giliau jos neanalizuoja. Priešingai, labiau į regioną orientuota *Kauno diena* dažniausiai rašė apie pasaulinės reikšmės įvykius, taip formuodama platesnę skaitytojų auditoriją, sąlygodama didesnį jos informuotumą išskirtine savo retumu tema, atsiskleisdama kaip ryškiausias gilesnės visuomenės religinės socializacijos veiksnys.



4 pav. **Pirmajame puslapyje publikuoti straipsniai konklavos tema, proc.**

Nepaisant netolygaus publikacijų skaičiaus atskirais tirto laikotarpio etapais, išryškėjo bendra tendencija: gausiausiai jų būta pirmajame (iki Jono Pauliaus II laidotuvių, 14–36 straipsniai) ir trečiajame (nuo laidotuvių iki konklavos, 9–31 straipsniai) etapuose. Trečias ryškesnis publikacijų šoktelėjimas stebėtas tik *Lietuvos ryte* (n-24) ir *Respublikoje* (n-15) laikotarpiu iki Benedikto XVI inauguracijos. Straipsnių gausa šiais etapais rodo, kad pontifiko mirtis ir laidotuvės, žinia apie naująjį popiežių savo reikšmingumu užgožė kitus įvykius. Publikacijų gausa vėl išsiskyrė *Lietuvos rytas* ir *Respublika* (15–36 straipsniai, žr. 5 pav.).

[65] Atspindžio efektas (kitaip atspindžio hipotezė, arba išvada) – reiškinys, kai skirtinguose žiniasklaidos kanaluose atspindimi analogiški įvykiai, sustiprinantys gvildenamos temos aktualumą, leidžiantys tirti medijų vertybines pozicijas per vedamąją temą, naujienų rubrikas, pasirenkamus žinios nešėjus – specialistus, ekspertus, politikus, viešus ar žinomus asmenis, autoritetus etc. Christina Peter, „Media Coverage as Mirror or Molder? An Inference-Based Framework“, *Media and Communication* 10 (3) (2022), 183–195, doi: 10.17645/mac.v10i3.5453.



5 pav. **Publikacijų konklavos tema dinamika pagal jos etapus, absoliučiaisiais skaičiais**

Analizuojant publikacijų autorystę paaiškėjo, kad santykinai daugiausiai autorinių straipsnių publikuota *Lietuvos ryte* (n-42, 35,6 proc.), kiek rečiau *Kauno dienoje* (n-13, 26 proc.) ir *Lietuvos žiniose* (n-15, 23,4 proc.), mažiausiai – *Respublikoje* (n-9, 9,5 proc.) ir *Vakaro žiniose* (n-1, 2,5 proc., žr. 1 lent.). Didžiuma jų buvo be autorystės, fokusuoti į išskirtinai informacinį pobūdį, lakonišką turinį[66]. Dalis autorystės neturinčių straipsnių rengti leidinių redakcijų, naujienų agentūrų, perspausdinti iš kitų šaltinių. Menka ir tiriama tema rengtų straipsnių autorystės įvairovė: nuo 22,2 proc. iki 38,5 proc. dominuoja vieno–trijų autorių straipsniai[67], itin mažai jų rengta šios srities specialistų, o tai susiaurino konklavos proceso reprezentavimą, publikacijose stigo įvairiapusiškumo ir analitiškumo.

1 lentelė. **Autorinių publikacijų dalis tarp visų konklavai skirtų straipsnių**

Dienraštis	Publikacijų konklavos tema skaičius, abs. skaičiais	Autorinės publikacijos	
		abs. skaičiais	proc.
Lietuvos rytas	118	42	35,6
Respublika	95	9	9,5
Lietuvos žinios	64	15	23,4
Kauno diena	50	13	26
Vakaro žinios	40	1	2,5

66 Pvz., „Naujojo popiežiaus rinkimai“ (*Lietuvos rytas*, 2005 04 09), „Naujasis popiežius eina pirmtako keliu“ (*Lietuvos rytas*, 2005 04 21), „Turime naują popiežių“ (*Vakaro žinios*, 2005 04 20), „Lietuva gedi šv. Tėvo“ (*Respublika*, 2005 04 04).

67 *Lietuvos ryte* iš n-42 autorinių straipsnių trečdalis rengti P. Jurkevičiaus (n-13, 30,1 proc.). *Respublikoje* penktadalis (22,2 proc.) – G. Rosio, *Kauno dienoje* iš n-13 du penktadaliai (n-5, 38,5 proc.) – L. Žalio, po n-2 – D. Luko, R. Jurgelaičio, S. Gudavičiaus. *Lietuvos žiniose* iš n-15 autorinių straipsnių trečdalį (n-5, 33,3 proc.) rengė I. Verbienė.

Kita išryškėjusi tendencija – popiežių kaitos temos reprezentavimas pasitelkiant trumpų naujienų formatą, fokusuojantis į istorinį-sociokultūrinį konklavos procesą, mirusio ir renkamo popiežiaus gyvenimą ir veiklą, sensacijas. Ši tendencija atsiskleidė visuose leidiniuose ir patvirtino *atspindžio efektą*, kai analogiškų temų pasikartojimas skirtinguose šaltiniuose ne tik jas suaktualina, bet ir *įrėmina*[68]: publikacijų turinio analizė atskleidė, kad dalis jų orientuotos į konklavos istoriją ir procesą, kandidatus tapti pontifiku, todėl pagal turinį ir kontekstą reprezentuoja informacinį, istorinį-kultūrinį, socialinį-psichologinį aspektus (žr. 6 pav. ir 2 lent.). Tai atskleidė menką viešojo religinio diskurso teminę ir kokybinę slinkį nuo popiežiaus Jono Pauliaus II vizito Lietuvoje 1993 m. iki 2005 m. konklavos[69]. Išryškėjo ir savita religinė retorika: istoriniame-kultūriniame kontekste gvildenta konklavos raida, istoriniai popiežių kaitos aspektai, pretendentų gyvenimo detalės[70], informacinėse temose vartota religinė terminija, tačiau dėmesys fokusuotas į lakonišką žinios perteikimą, auditorijos dėmesį patraukiančias detales[71]. Daugumoje publikacijų dominuoja informacinis aspektas, atsispindintis 65–85 proc. straipsnių (dažniausiai *Vakaro žiniose* (85 proc.), rečiausiai – *Respublikoje* (65,3 proc., žr. 2 lent.). Pastarąjį aspektą reprezentuojančiuose straipsniuose dominuoja informacinė žinia: pranešama apie popiežiaus Jono Pauliaus II mirtį ir laidotuvių datą, konklavos pradžią, naujai išrinktą popiežių, jo pasirinktą vardą. Išskirtinis bruožas – koncentravimasis į informaciją, apsiribojant lakonišku faktų, įvykių konstatavimu, nesigilinant į perteikiamos žinios kontekstą ir aplinkybes. Turinio prasme tai trumpos informacinio pobūdžio žinutės, fiksuojančios konklavos eigą, informuojančios, o ne formuojančios auditorijos religinį sąmoningumą, kryptingą religinę socializaciją.

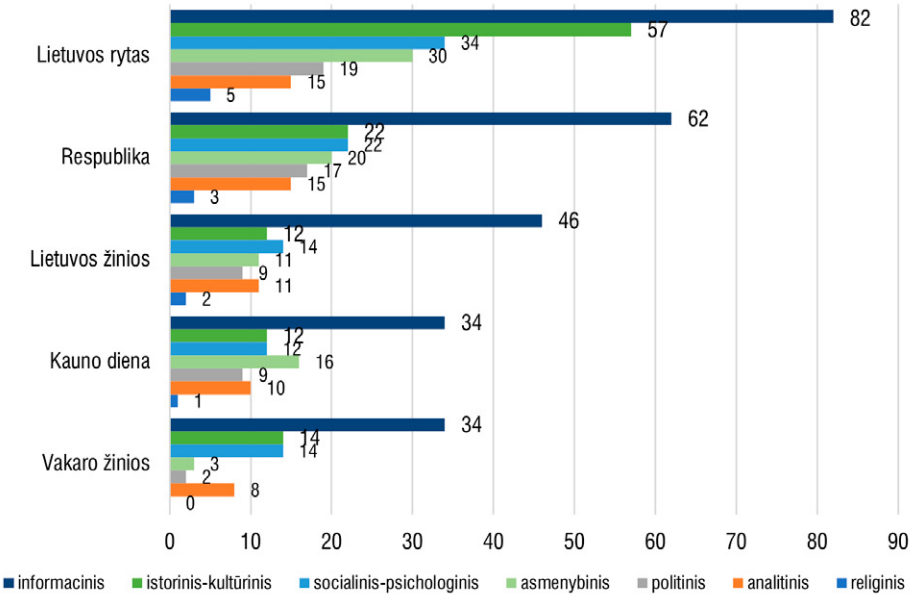
Nemažai dėmesio skirta istoriniam-kultūriniam (n-12–57 straipsniai, 18,8–48,3 proc.), socialiniam-psichologiniam (n-12–34, 21,9–35 proc.) aspektams ir kur kas mažiau Jono Pauliaus II, Benedikto XVI asmenybėms (n-3–30, 7,5–32 proc.), ypač analitinei (n-8–15, 12,7–20 proc.) bei religinei-teologinei (iki n-5, 2–4,2 proc., žr. 6 pav., 2 lent.) tematikai. Pastebėta santykinė kiekybinė straipsnių, kurių antraštėse vartota su konklava susijusi terminija, mažėjimo tendencija link jų įvairovės diferenciacijos: priklausomai nuo konklavos proceso etapo (žr. 5 pav.) kito straipsnių dažnis ir tematika, vyko slinktis nuo religinės retorikos vartojimo informaciniais tikslais link istorinių-kultūrinių, socialinių-psichologinių ir asmenybinį aspektą gvildenančių straipsnių.

[68] Robert M. Entman, „Framming: Toward Clarification of a Fractured Paradigm“, *Journal of Communication* 43 (4) (1993), 51–58, doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x; Vanesa Bella Sadmego, Muchammad Nasucha, „Framing News on Religion and Living Environment in Online Media“, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 14, No. 1 (2019), 93–104, doi: 10.20885/komunikasi.vol14.iss1.art6.

[69] Advilonienė, *Katalikiškasis religinis tapatumas*.

[70] Pvz., „Jonas Paulius II gali būti beatifikuotas jau spalį“, „Popiežius Jonas Paulius II išrinktas tik iš 8 karto“, „Jozephas Ratzingeris užaugęs tapo kardinolu ir popiežiumi“.

[71] Pvz., „popiežiaus laidotuvių dieną bus saulės užtemimas“, „iš *Hitlerjugend* į popiežiaus kėdę“, „tikintieji graibstė Benedikto XVI pyragaičius“.



6 pav. **Religinio diskurso aspektai straipsniuose konklavos tema, absoliučiaisiais skaičiais**

2 lentelė. **Religinio diskurso aspektai straipsniuose konklavos tema**[72]

Dienraštis	Straipsnių skaičius	Religinio diskurso aspektai													
		Informacinis		Istorinis-kultūrinis		Socialinis-psichologinis		Asmenybinis		Politinis		Analitinis		Religinis-teologinis	
		Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.	Abs. sk.	Proc.
Lietuvos rytas	118	82	69,5	57	48,3	34	28,8	30	25,4	19	16,1	15	12,7	5	4,2
Respublika	95	62	65,3	22	23,2	22	23,2	20	21,1	17	17,9	15	15,8	3	3,2
Lietuvos žinios	64	46	71,9	12	18,8	14	21,9	11	17,2	9	14,1	11	17,2	2	3,1
Kauno diena	50	34	68	12	24,0	12	24,0	16	32	9	18	10	20,0	1	2,0
Vakaro žinios	40	34	85	14	35,0	14	35,0	3	7,5	2	5,0	8	20,0	–	–

Tad nors tirtu laikotarpiu konklavai skirta daug dėmesio, atskiruose leidiniuose ji atspindėta skirtingai. Dažniausiai svarbia ją laikė *Kauno diena* ir *Respublika*. Tačiau reikia pažymėti, kad po popiežiaus Benedikto XVI inauguracijos apskritai sparčiai

[72] Kai kuriuose straipsniuose fiksuota keletas temų, todėl suminiai kiekvieno aspekto duomenys viršija publikacijų konklavos tema konkrečiame leidinyje skaičių.

blėso dėmesys religinėms temoms. Tai patvirtino ankstesniuose tyrimuose fiksuotas religinės retorikos savaitraščiuose tendencijas: nustatyta, kad religinė tematika didesnio dėmesio sulaukdavo išskirtinėmis aplinkybėmis, pvz., per 1993 m. popiežiaus Jono Pauliaus II vizitą Lietuvoje, 2005 m. konklavos, tūkstantmečių sandūros metu[73]. Išryškėjo ir pagrindinės religinio diskurso tendencijos: teigiamai vertinta Jono Pauliaus II asmenybė ir pontifikatas, paraleliai ieškota sensacijų, itin retai remtasi specialistų įžvalgomis, dėl to publikuota netiksli ir neišsami informacija, stigo analitinių straipsnių. Išryškėjo informacinio pobūdžio tekstų konklavos tema reprezentavimas straipsnių antraštėse ir turinyje.

Išvados

1. Žiniasklaida yra vienas pagrindinių viešosios nuomonės kūrimo instrumentų, ne tik perteikiančių informaciją, skleidžiančių žinią, bet ir formuojančių visuomenės požiūrį, vertybes, pasaulėžiūrą ir elgseną. Tam tikra prasme ji atlieka ugdomąją-formuojamąją funkciją, ypač pasaulėžiūros, vertybiniais klausimais. Didžiajai daliai visuomenės tai vienas pagrindinių informacijos religine tema šaltinių, ir nors viešojo religinio diskurso spaudoje tyrimai paplitę mažiau, jie leidžia identifikuoti vyraujančius religijos ir religinių institucijų vaizdinius, analizuoti jų kaitą ir kontekstą, atpažinti galimus pastarųjų veiksnius. Nepaisant menkai išplėtoto viešojo religinio diskurso, žiniasklaida šiandien tampa vienu svarbiausių religinės socializacijos veiksnių, turinčių ne tik formuojamąjį medijų efektą, bet ir savisocializacijos procesą, viešąją erdvę naudodama religiniais tikslais.

2. Dienraščių publikacijų religine tema turinio analizė parodė išskirtinį trumpalaikį viešojo religinio diskurso pokytį popiežiaus Benedikto XVI konklavos proceso metu. Vis dėlto nors popiežių kaitos tema plėtota kaip išskirtinai svarbi, ji aktualizuota skirtingai: daugiausiai straipsnių religine tema publikavęs *Lietuvos rytas* ją gvildeno rečiau nei mažiau apie tai rašiusios *Lietuvos žinios*, *Respublika* ir *Vakaro žinios*, o santykine prasme ženkliai rečiau popiežių kaitai tekstų skyrusi *Kauno diena* dažniausiai šią temą pozicionavo kaip vedamąją ir taip tapo laikinu gilesnės visuomenės religinės socializacijos veiksniu. Nepaisant netolygaus publikacijų skaičiaus skirtingais tirto laikotarpio etapais, atsiskleidė vadinamasis *atspindžio efektas*: dažniausiai konklavos tema rašyta pirmajame (iki Jono Pauliaus II laidotuvių) ir trečiajame (nuo laidotuvių iki konklavos) etapuose, skirtinguose leidiniuose suaktualinant ir išryškinant analogiškas temas. Dalis jų orientuotos į konklavos istoriją ir procesą, kandidatus tapti pontifiku, todėl pagal turinį ir kontekstą reprezentavo informacinį, istorinį-kultūrinį, socialinį-psichologinį aspektus. Tyrimo metu atsiskleidė menka teminė ir kokybinė viešojo religinio diskurso slinktis nuo popiežiaus Jono Pauliaus II vizito Lietuvoje 1993 m. iki 2005 m. konklavos. Išryškėjo ir pagrindinės religinio diskurso tendencijos:

[73] Advilonienė, *Katalikiškasis religinis tapatumas*.

teigiamai vertinta Jono Pauliaus II asmenybė ir jo pontifikatas, ieškota sensacijų, išskirtinai retai publikuoti analitiniai tekstai ar pasitelkti šios srities specialistai.

3. Tirti dienraščiai plačiai nušvietė popiežių kaitos procesą, tačiau religinis diskursas juose buvo menkai diferencijuotas: vyravo informacinis aspektas, fokusuotasi į istorinius-kultūrinius elementus, neplėtotas analitinis žvilgsnis. *Lietuvos žinios* ir *Kauno diena* proporcingiausiai ir nuosekliausiai apėmė bemaž visus tirtus religinės retorikos aspektus, tolygiausiai gvildeno šią temą visais konklavos etapais. Tyrime fiksuota slinktis nuo kiekybinės religinės retorikos vartojimo informacinėje tematikoje link istorinio-kultūrinio, socialinio-psichologinio ir asmenybinio aspektų išryškinimo, vis dėlto silpniausiai reprezentuoti analitinis ir religinis-teologinis aspektai, rodantys, kad tirti leidiniai tik iš dalies ir epizodiškai formavo skaitytojų religinį angažuotumą ir sąmoningumą, trumpai tapdami sąlyginai kryptingos religinės socializacijos veiksniu.

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

1. Advilonienė, Živilė. „Katalikiškasis religinis tapatumas Lietuvoje“. Daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas, 2006.
2. Ališauskienė, Milda ir Jolanta Kuznecovienė. „Katalikų Bažnyčios vaidmuo viešajame Lietuvos gyvenime: dalyvavimo formų kaita (1990–2010)“. *Filosofija. Sociologija* 23 (2) (2012): 102–110. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=110565.
3. Ališauskienė, Milda ir Gintarė Markauskaitė. „Religinės įvairovės reprezentavimas internetinėje žiniasklaidoje“, *Kultūra ir visuomenė* 5 (1) (2014): 65–83. https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/31774/1/ISSN2335-8777_2014_N_5_1.PG_65-83.pdf.
4. Anderson, Laurel and Deborah Brown McCabe. „A Coconstructed World: Adolescent Self-Socialization on the Internet“. *Journal of Public Policy & Marketing* 31 (2) (2012): 240–253. doi:10.1509/jppm.08.043.
5. Arnett, Jeffrey Jensen. „Socialization in Emerging Adulthood: From the Family to the Wider World, from Socialization to Self-Socialization“. In *Handbook of Socialization: Theory and Research*, ed. by Joan E. Crusec and Paul D. Hastings, 208–230. New York: The Guilford Press, 2007.
6. Barry, Carolyn McNamara and Mona M. Abo-Zena. *Emerging Adults' Religiousness and Spirituality*. Oxford: Oxford University Press, 2014.
7. Berelson, Bernard. *Content-analysis in comunication research*. New York: 1952.
8. Berger, Peter L. ir Thomas Luckmann. *Socialinės tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai, 1999.
9. Čereška, Bronislovas, Darius Jokubauskas ir Almas Rupšlaukis. *Reklama: tarp klasikos ir modernumo*. Vilnius: Super namai, 2019.
10. Entman, Robert M. „Framming: Toward Clarification of a Fractured Paradigm“. *Journal of Communication* 43 (4) (1993): 51–58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
11. Evolvi, Giulia. „Habemus Papas: Pope Francis' Election as a Religious Media“. In *Spiritual News: Reporting Religion Around the World*. Ed. by Yoel Cohen, 219–236. New York: Peter Lang, 2018. doi:10.3726/b11329.
12. Gaidys, Vladas. *Visuomenės nuomonės tyrimai: teorija ir praktika*. Vilnius: Žara, 1999.
13. Giddens, Antony. *Modernybė ir asmens tapatumas*. Vilnius: Pradai, 2000.
14. Happer, Catherine and Greg Philo. „The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change“. *Journal of Social Political Psychology*. Vol. 1 (1) (2013): 321–336. https://jspp.psychopen.eu/index.php/jspp/article/view/4761/4761.pdf.

15. Heinz, Walter R. „Self-Socialization and Post-Traditional Society". *Advances in Life Course Research* 7 (2002): 41–64, doi:10.1016/S1040-2608(02)80029-6.
16. Yan, Fengmin. „Image, Reality and Media Construction: A Frame Analysis of German Media Representations of China". *Global Media and China* 7 (1) (2022): 120–123. doi:10.1177/20594364211073859.
17. Kilpys, Valdas. „Verbalinės agresijos, kaip naujos krikščionių persekiojimo formos, raiškos ypatybės trijuose didžiausiuose Lietuvos naujienų portaluose". Daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas, 2020.
18. Klingenberg, Maria and Sofia Sjö. „Theorizing religious socialisation: a critical assessment". *Religion*. Vol. 49, No. 2 (2019): 164–178. doi:10.1080/0048721X.2019.1584349.
19. Lasswell, Harold, D. *Analysing the content of mass comunication: A brief introduction*. New York: Prentice-Hall, 1942.
20. Lövheim, Mia. „Religious Socialization in a Media Age". *Nordic Journal of Religion and Society* 25 (2) (2012): 151–168. doi:10.18261/ISSN1890-7008-2012-02-03.
21. McCombs, Maxwell. „*The Agenda-Setting Role of Mass Media in the Shaping of Public Opinion*". Paskelbta 2011 m. sausio mėn. https://www.researchgate.net/publication/237394610_The_Agenda-Setting Role_of_the_Mass_Media_in_the_Shaping_of_Public_Opinion.
22. McCombs, Maxwell and Sebastian Valenzuela. *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity, 2021.
23. McQuail, Denis. *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications, 1992.
24. ——. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. London: Sage Publications, 2010. http://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf.
25. Moberg, Marcus, Sofia Sjö, Ben-Willie Kwaku Golo, Habibe Erdis Gökce, Rafael Fernández Hart, Sidney Castillo Cardenas, Francis Benyah, Mauricio Javier Villacrez Jó. „From Socialization to Self-Socialization? Exploring the Role of Digital Media in the Religious Lives of Young Adults in Ghana, Turkey, and Peru". *Religion* 49 (2) (2019): 240–261. doi:10.1080/0048721X.2019.1584353.
26. Nabažaitė, Erika. „Emigracijos diskurso rėminimas Lietuvos interneto dienraščiuose". *Informacijos mokslai* 78 (2017): 162–173. https://www.zurnalai.vu.lt/IM/article/view/10840/8975.
27. Nugaraitė, Audronė. „Antraštės poveikis ir įtaka medijų komunikacijoje". *Agora: politinių komunikacijų studijos* 3 (2015): 113–128.
28. Oestreich, Thomas. „The Personality and Character of Gregory VII in Recent Historical Research". *The Catholic Historical Review*. Vol. 7, No. 1 (1921): 35–43. https://www.jstor.org/stable/25011733.
29. Peter, Christina. „Media Coverage as Mirror or Molder? An Inference-Based Framework". *Media and Communication* 10 (3) (2022): 183–195. doi: 10.17645/mac.v10i3.5453.
30. Pirner, Manfred L. „Religious Socialization by the Media? An Empirical Study and Conclusions for Practical Theology". *International Journal of Practical Theology* 13 (2) (2010): 275–292. doi:10.1515/ijpt.2009.17.
31. Pocė, Gintarė. „Religija ir žiniasklaida Lietuvoje: religinės įvairovės diskurso bruožai 1990–2015 m." Daktaro disertacija, Vytauto Didžiojo universitetas, 2020.
32. Pusztai, Gabriella and Zsuzsanna Demeter-Karaszi. „Analysis of Religious Socialization Based on Interviews Conducted with Young Adults". *Religion* 10 (6) (2019): 365. https://doi.org/10.3390/rel10060365.
33. Sadmego, Vanesa Bella and Muchammad Nasucha. „Framing News on Religion and Living Environment in Online Media". *Jurnal Komunikasi*. Vol. 14, No. 1 (2019): 93–104. doi: 10.20885/komunikasi.vol14.iss1.art6.
34. Shakshi, Priya Giri and Maurya Abhishek Kumar. „A neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience". *Personality and Individual Differences* 180 (2021). https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110962.

35. Sherkat, Darren E. „Religious Socialization: Sources of Influence and Influences of Agency". In *Handbook of the Sociology of Religion*. Ed. by Michele Dillon, 151–163. New York: Cambridge Univ. Press, 2003.
36. Smith, Andrew Philip. „Pope Leo IX 1049–1054: a study of his Pontificate". PhD thesis, University of Gasgow, 2018. https://theses.gla.ac.uk/30786/1/2018smithphd.pdf.
37. Strauss, Anselm and Juliet Corbin. *Basics of Qalitative Research*. London: Sage, 1998.
38. Švėgždaitė, Raminta. „Antraščių negatyvumo, nuotaikos ir skaitytojų reakcijos konstravimas". *Žurnalistikos tyrimai* 11 (2016): 55–77. doi:10.15388/zt/jr.2016.11.10750.
39. Žiliukaitė, Rūta. „Žiniasklaida ir netradicinės religinės bendruomenės bei bendrijos Lietuvoje". In *Religija ir teisė pilietinėje visuomenėje*. Vilnius: LR Teisingumo ministerija, 2003. http://tm.infolex.lt/religija/5.htm.

Gauta: 2023 09 05
Parengta: 2023 12 08

Živilė ADVILONIENĖ

PRESS COVERAGE OF THE CONCLAVE AS A FACTOR OF RELIGIOUS SOCIALIZATION: THE CASE OF BENEDICT XVI

S u m m a r y

This article presents an analysis of the public religious discourse in five major Lithuanian daily newspapers during the 2005 conclave that elected Benedict XVI as Pope. The analysis of the publications was based on the assumption that public information distributors reflect the reality that surrounds us, the phenomena that take place in it and their evaluation, as well as the behavioral patterns of the society, while the use of certain symbols, concepts, and rhetoric in the publications conditionally reveals the position of the distributor of the news. Daily newspapers are analyzed as a factor in the formation of society's values and worldview, as well as a tool for modelling behavior, and the topic is therefore approached through the prism of socialization. The research presented in this paper has shown that during the conclave period, publications focused on the topic of the renewal of the papacy, with a predominance of informational, historical-cultural and social-psychological aspects, while the least attention was paid to the analysis of religious content; religious and cultural awareness, value-worldly engagement and critical-analytical thinking were not developed, and the process of religious socialisation was fragmented, inconsistent and irregular.

KEYWORDS: socialisation, media, religious socialisation, religious discourse, conclave, transition of popes.

Živilė ADVILONIENĖ – Marijampolės kolegijos docentė, socialinių mokslų daktarė. Moksliniai interesai: sociologija, antropologija, socialinių tyrimų metodologija. El. paštas zivilead@centras.lt.

Živilė ADVILONIENĖ – docent at Marijampolė College, Lithuania, doctor of Social Sciences (Sociology). Fields of research: Sociology, Antropology, Methodology of Social Research. E-mail zivilead@centras.lt.