



**ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΘΕΟΛΟΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ  
Τμήμα Κοινωνικής Θεολογίας και Θρησκευολογίας**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΑΘ. ΤΟΠΑΛΗ  
Α.Μ. 16513**

**ΘΕΜΑ**

**Ο ΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΘΕΟΥ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ.  
Μια νέα πρόκληση για την Ορθόδοξη  
Επικοινωνιακή Θεολογία.  
Ψηφιακή επανάσταση και Ορθόδοξη θεώρηση.**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ**

**Αν. Καθηγητής : Γαϊτάνης Βασίλειος  
Τομέας Χριστιανικής Λατρείας, Αγωγής και Διαποιμάνσεως**

**ΑΘΗΝΑ 2019**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΡΟΛΕΓΟΜΕΝΑ</b>	3
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	7
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α. ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b>	
<b>A1. Η ιστορική εξέλιξη του Διαδικτύου</b>	16
<b>A2. Το Διαδίκτυο και τα χαρακτηριστικά του</b>	
<i>I. Μορφές κοινωνικής δικτύωσης</i>	18
<i>II. Λειτουργικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου</i>	22
<i>II.1. Υπερκειμενικότητα (Hypertextuality)</i>	22
<i>II.2. Σύγκλιση των Μέσων (Media Congruence)</i>	26
<i>II.3. Πολυμεσικότητα (Multimedia)</i>	28
<i>II.4. Προσβασιμότητα (Accessibility)</i>	32
<i>II.5. Διαδραστικότητα (Interactivity)</i>	34
<b>A3. Συνέπειες των μορφών κοινωνικής δικτύωσης</b>	
<i>[1] Εναλλακτική πληροφόρηση</i>	36
<i>[2] Αυτοέκφραση</i>	42
<i>[3] Ανωνυμία</i>	47
<i>[4] Εμπιστοσύνη</i>	53
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β. Η ΘΡΗΣΚΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ</b>	
<b>B1. Πρώιμες μορφές της θρησκευτικής παρουσίας στο Διαδίκτυο</b>	58
<b>B2. Σύγχρονες μορφές της θρησκευτικής παρουσίας στο Διαδίκτυο</b>	60

<b>B3. Η διαδικτυακή θρησκεία</b>	74
<i>I. Η online προσευχή</i>	76
<i>II. Εικονικά Προσκυνήματα</i>	79

<i>III. Εικονικές εκκλησίες</i>	83
---------------------------------	----

<b>B4. Το διαδικτυακό κήρυγμα</b>	87
-----------------------------------	----

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ. ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

<b>G1. Νέα προσέγγιση στο Υπερβατικό</b>	92
<b>G2. Η κουλτούρα της διαδικτυακής εποχής</b>	101

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ. Η ΟΡΘΟΔΟΞΗ ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

<b>Δ1. Καταγραφή των Ορθοδόξων ιστοτόπων</b>	108
<i>I. Orthodox-christianity.org</i>	108
<i>II. Orthodox-world.org</i>	119
<i>III. <a href="http://www.ecclesia.gr">www.ecclesia.gr</a></i>	111
<i>IV. Churchofcyprus.org.cy</i>	111
<i>V. Patriarchofalexandria.com</i>	112
<i>VI. Ec-patr.org</i>	112
<i>VII. Jerusalem-patriarchate.info</i>	112
<i>VIII. Antiochpatriarchate.org</i>	112

<b>Δ2. Η ορθόδοξη θεώρηση και το Διαδίκτυο.</b>	113
---	-----

<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b>	121
---------------------	-----

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	124
---------------------	-----

## ΠΡΟΛΕΓΟΜΕΝΑ

Το διαδίκτυο είναι το τεχνικό αυτό «εργαλείο» μέσω του οποίου με απίστευτη ευκολία και σε ταχείς ρυθμούς διεπικοινωνιακής μετάδοσης ενοποιείται και ομογενοποιείται ο κόσμος της πληροφορίας και των ηλεκτρονικών ή/και ψηφιακών δεδομένων. Ο πολύτροπος και πολυμαθής βρετανός συγγραφέας των αρχών του 20<sup>ου</sup> αιώνα Άλντους Χάξλεϊ είχε φαντασθεί στον *Θαυμαστό καινούργιο κόσμο* του (1932) την κοινωνία εκείνη που είδε να διαμορφώνεται στα εργοστάσια μαζικής παραγωγής και στους χώρους μαζικής κατανάλωσης της εποχής του. Στο μυθιστόρημα επιστημονικής φαντασίας *Νευρομάντης*, που γράφτηκε το 1984 από τον Γουίλιαμ Γκίμπσον, πρωτοεμφανίζεται και ο όρος «κυβερνοχώρος», που κατά τον συγγραφέα ήταν το όνομα ενός πραγματικού- φανταστικού κόσμου, ενός «μη-χώρου» στον οποίο ληστές, hackers, επιστήμονες και επιχειρηματίες εργάζονται και βιώνουν μία κοινή παραίσθηση μέσα από την άπειρη πολυπλοκότητα των δικτύων της πληροφορικής. Πρόκειται για την λογοτεχνική προτύπωση ενός χώρου, ο οποίος κατασκευάστηκε με ειδικά computer softwares, που προσφέρουν την εμπειρία της υπέρβασης από τον φυσικό χώρο σε ένα απεριόριστο ηλεκτρονικό περιβάλλον. Η έκδοση του *Νευρομάντη* συμπίπτει σχεδόν με τη μαζική παραγωγή προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών και μηχανών τηλεομοιοτυπίας (fax), με την ταχύτερη εξαφάνιση από την αγορά των γραφομηχανών και την αναγγελία από την

αμερικανική κυβέρνηση του προγράμματος *SDI* (Strategic Defence Initiative), γνωστότερου ως Πόλεμος των Άστρων.

Ο άνθρωπος εισέρχεται με άλματα σε μία εποχή εντελώς νέα και πρωτοποριακή. Η τεχνολογία, επιταχύνοντας τον χρόνο, τον καταργεί. Κατάργηση του χρόνου, ωστόσο, σημαίνει και το τέλος της ιστορικής εποχής και ριζική μεταβολή της ποιότητας των συγκινήσεών της, δεδομένου ότι συνεπάγεται και το τέλος των διαδικασιών ή των κοινωνικών ζυμώσεων και την κυριαρχία μιας παγκόσμιας διαχειριστικής κοινωνίας. Ο χρόνος ως παρελθόν, παρόν και μέλλον καταργείται και αντικαθίσταται από μια σειρά ανταποκρίσεις και διασυνδέσεις. Καθώς ο ιστορικός χρόνος, που είναι ο χρόνος της Σάρκωσης του Υιού και Λόγου του Θεού και της μετάδοσης του μηνύματος της εν Χριστώ σωτηρίας, «αναστέλλεται», η μεγάλη πρόκληση και το μεγάλο ερώτημα είναι πως η Ορθόδοξη σωτηριολογία μπορεί να υπάρχει σε αυτό το εικονικό περιβάλλον. Αυτό είναι μία πρόκληση που αφορά όλες τις ιστορικές θρησκευτικές εκφράσεις του ανθρώπου. Κάθε φορά που η ανθρωπότητα συναντά κάτι απρόσμενο (μια νέα τεχνολογία, μια άγνωστη περιοχή, μια πρωτόγνωρη έννοια κ.λπ.) τα πράγματα δεν είναι ποτέ εύκολα. Το καινούργιο μάς είναι άβολο, απρόσωπο και ξένο. Χρειαζόμαστε αρκετό καιρό για να συνηθίσουμε στην ιδέα πως υπάρχει, να κατανοήσουμε την πραγματική του φύση και να το ενσωματώσουμε στη ζωή μας. Αυτή η δυσκολία της οικείωσης της ανθρώπινης δημιουργίας είναι κάτι πολύ κοινό στην ανθρώπινη ιστορία. Η τεχνική διαμορφώνεται από τον άνθρωπο και με την σειρά της τον διαμορφώνει:

*«Κυβερνοχώρος είναι ο τόπος όπου φαίνεται να συμβαίνει μια τηλεφωνική επικοινωνία. Όχι μέσα στην τηλεφωνική σου συσκευή, αυτό το πλαστικό κουτί που είναι πάνω στο τραπέζι σου. Ούτε μέσα στο τηλέφωνο του συνομιλητή σου, σε κάποια άλλη πόλη. Ο χώρος ανάμεσα στα τηλέφωνα... τα τελευταία είκοσι χρόνια, αυτός ο ηλεκτρικός «χώρος», που κάποτε ήταν στενός και σκοτεινός και μονοδιάστατος - ουσιαστικά τίποτα περισσότερο από ένας στενός σωλήνας / καλώδιο που ένωνε το ένα τηλέφωνο με το άλλο - διεσπάλλει... Πλημμύρισε με φως, το απόκοσμο φως των οθονών των υπολογιστών. Ο κόσμος των άλλοτε σκοτεινών καλωδιώσεων έγινε ένα ολάνθιστο ηλεκτρονικό τοπίο. Από την δεκαετία του '60 και μετά ο κόσμος των τηλεφώνων έχει διασταυρωθεί με τους υπολογιστές και την*

τηλεόραση, και παρότι δεν υπάρχει υπόσταση του κυβερνοχώρου, δεν υπάρχει κάτι που μπορείς να το πιάσεις, έχει πλέον ένα παράξενο είδος φυσικότητας. Είναι ένδειξη καλού γούστου σήμερα το να μιλάει κανείς για τον κυβερνοχώρο σαν κάτι αυθύπαρκτο» [B. Sterling, Εισαγωγή στο *The Hacker Crackdown: Law and Disorder on the Electronic Frontier*, του 1992]

Με την παρούσα μελέτη και με δεδομένο, πως μέσα στο πλαίσιο αυτών των εξελίξεων η θρησκεία και ειδικότερα η ορθοδοξία δεν μπορεί να παραμείνει παθητικός θεατής, επιχειρείται η διερεύνηση του ομολογουμένως πολύπλοκου φαινομένου της σχέσης της Εκκλησίας με το Διαδίκτυο. Η νέα εποχή της πληροφορίας, ενός χώρου ταχύτατα εξελισσόμενου, δεν μπορεί να μείνει ανεκμετάλλευτη από την θρησκευτικότητα, εφόσον πλέον με γοργούς ρυθμούς αγκαλιάζει κάθε έκφανση της ανθρώπινης ζωής.

Στα πλαίσια της παρούσης εργασίας η έρευνα αποκαλύπτει τις αναρίθμητες μορφές που λαμβάνει η θρησκευτικότητα στο Διαδίκτυο. Τις δυνατότητες που το Διαδίκτυο παρέχει σε μια Εκκλησία να αναμεταδώσει τα μηνύματά της «καινώς» σε παγκόσμια κλίμακα, σε κάθε απομακρυσμένο χρήστη, πιστό ή μη, σαν ένα μέσο μαζικής ποιμαντικής. Αλλά και το πρόσφατο σχετικά φαινόμενο, που προκύπτει χάρις στην ύπαρξη του Διαδικτύου, όπου «εικονικές» και ανεπίσημες εκκλησίες εμφανίζονται (μόνον διαδικτυακά) και διεκδικούν τους δικούς τους οπαδούς. Διαπιστώνεται επίσης ότι το Διαδίκτυο «διαμορφώνει» τους χρήστες του, χωρίς να είναι μόνον ένα μέσο επικοινωνίας. Επιπλέον εγείρονται και πλήθος άλλων κρίσιμων ερωτημάτων, όπως: Είναι δυνατόν να τελούνται τα Μυστήρια διαδικτυακά, λ.χ. να τελείται η εξομολόγηση; Ο τύπος θρησκευτικότητας του Διαδικτύου είναι ίδιος με τον αυθεντικό – παραδοσιακό; Ποιες οι αλλοιώσεις στην θρησκευτικότητα εξαιτίας της ανωνυμίας του Διαδικτύου; Ποια η χρήση του διαδικτύου από την Ορθόδοξη Εκκλησία; Ποιες οι προκλήσεις για την έκφραση της θρησκευτικότητας που πηγάζουν από το πολυδιάστατο του Διαδικτύου;

Στα ερωτήματα αυτά «φιλοδοξεί» να απαντήσει η παρούσα μελέτη με δεδομένο το γεγονός πως το διαδίκτυο είναι σχετικά καινούργιο, αλλά και ραγδαία εξελισσόμενο. Η βιβλιογραφία είναι πλούσια και με μεγάλη εξειδίκευση στην αγγλική, περιορισμένη στην ελληνική, ενώ ταυτόχρονα τα νέα δεδομένα που

καθημερινά προκύπτουν στον διαδικτυακό χώρο καθιστούν γρήγορα παρωχημένες πολλές πρωτότερα διατυπωθείσες απόψεις.

Από την θέση αυτή θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον ελλογιμότατο καθηγητή Δρ. Δρ. κ. Γαϊτάνη Βασίλειο, που με προέτρεψε να ασχοληθώ με το θέμα αυτό και συνέδραμε με τις κατευθυντήριες υποδείξεις του στην ολοκλήρωση του έργου. Η έμπνευση και η ενθάρρυνσή του, υπήρξαν πολύτιμες και συνεισέφεραν στην κατευόδωση της παρούσης εργασίας.

Επίσης, εκθύμους ευχαριστίες απευθύνω προς τα λοιπά μέλη της τριμελούς επιτροπής, την καθηγήτρια κ. Διοτίμα Νικολακάκου - Λιαντίνη και τον επίκ. καθηγητή κ. Χαράλαμπο Βέντη για το ενδιαφέρον και την αποδοχή τους να συμμετέχουν στην τριμελή επιτροπή.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μετάδοση της αλήθειας του Ευαγγελίου είναι για τους πιστούς θεμελιώδης υποχρέωση, εδραιωμένη στην εντολή του Ιησού Χριστού : *«πορευθέντες μαθητεύσατε πάντα τὰ ἔθνη, βαπτίζοντες αὐτούς εἰς τὸ ὄνομα τοῦ Πατρὸς καὶ τοῦ Υἱοῦ καὶ τοῦ ἁγίου Πνεύματος, διδάσκοντες αὐτοὺς τηρεῖν πάντα ὅσα ἐνετειλάμην ὑμῖν»*<sup>1</sup>. Επίσης, η προτροπή του Αποστόλου Παύλου προς τους πιστούς: *«κήρυξον τὸν λόγον, ἐπίστηθι εὐκαιρῶς ἀκαιρῶς, ἔλεγξον, ἐπιτίμησον, παρακάλεσον, ἐν πάσῃ μακροθυμίᾳ καὶ διδαχῇ. ἔσται γὰρ καιρὸς ὅτε τῆς ὑγιαινούσης διδασκαλίας οὐκ ἀνέξονται, ἀλλὰ κατὰ τὰς ἐπιθυμίας τὰς ἰδίας ἑαυτοῖς ἐπισωρεύσουσι διδασκάλους κνηθόμενοι τὴν ἀκοήν, καὶ ἀπὸ μὲν τῆς ἀληθείας τὴν ἀκοήν ἀποστρέψουσιν, ἐπὶ δὲ τοὺς μύθους ἐκτραπήσονται»*<sup>2</sup>, υπενθυμίζει την υποχρέωση της μαρτυρίας περί Χριστού εσαεί. Είναι καθήκον του Χριστιανού η διάδοση της «καλῆς εἰδησης», ἤτοι του Ευαγγελίου του Χριστού, διαχρονικά και με κάθε διατιθέμενο μέσο και τρόπο. Ο λόγος πρέπει να προσαρμόζεται σε κάθε συνθήκη, ιστορική στιγμή και κοινωνικό ή πολιτισμικό πλαίσιο. Θα χρησιμοποιηθεί κάθε γλώσσα με γνώμονα την δυνατότητα να κοινοποιηθεί παντού. Για τον σκοπό αυτόν η Βίβλος είναι το πλέον διαδεδομένο και σε πολλαπλές γλώσσες μεταφρασμένο κείμενο. Παρόμοια και η ευρύτερη διάδοση εν γένει της χριστιανικῆς μαρτυρίας δεν μπορεί να μη χρησιμοποιήσει ένα σύγχρονο «όχημα» που της παρέχει αυτή την μαζική ποιμαντική δυνατότητα. Αυτό είναι το διαδίκτυο.

---

<sup>1</sup> Μτ 28:19-20.

<sup>2</sup> Β΄ Τιμ. 4:2-4.



Η διάδοση του Λόγου του Κυρίου βασίζεται στην Ποιμαντική. Ως Ποιμαντική ορίζουμε τις μεθόδους πνευματικής καθοδήγησης των πιστών από τον κλήρο. Οι τρόποι διαποίμανσης ποικίλουν. Μπορούν να απευθύνονται προς ένα ή προς πολλά πρόσωπα, ή ακόμα προς ένα και πολλά πρόσωπα ταυτόχρονα. Είναι δεδομένη η αξία του προσώπου στην χριστιανική θεολογία, και η συνολική (μαζική) ποιμαντική δεν την αναιρεί. Αντιθέτως η ποιμαντική που απευθύνεται σε ένα διευρυμένο ακροατήριο είναι αναγκαία μέθοδος που θα βοηθήσει προς την κατεύθυνση της ευρύτερης διάδοσης του ποιμαντικού έργου της Εκκλησίας. Ο Απόστολος Παύλος όταν ήρθε στην Αθήνα για να κηρύξει το Ευαγγέλιο, το έπραξε με το κήρυγμα στον Άρειο Πάγο, δηλαδή σε μια μαζική συγκέντρωση των Αθηναίων. Επικεντρώνοντας στην ομιλία του βλέπουμε πόσο διαλεκτικός ήταν ο λόγος του χωρίς να παραλείπει πάντως να τονίζει τις διαφορές της νέας διδασκαλίας του Χριστού. Παρατηρούμε, επομένως, ότι δεν στέκεται αντιμέτωπος με τους Αθηναίους αλλά βρίσκει κοινά σημεία και τα χρησιμοποιεί ως βάση για να ωθήσει το κήρυγμα στην παρουσίαση της νέας διδασκαλίας. Τα πνευματικά επιτεύγματα της εποχής, η προωθημένη φιλοσοφική σκέψη των Αθηναίων μόνο αρχικά και επιπόλαια υποτιμήθηκαν από τους χριστιανούς. Ενδεικτικά αναφέρουμε τους Απολογητές και τους Τρεις Ιεράρχες, που έχοντας ως μορφωτικό υπόβαθρο την θύραθεν σκέψη, την χρησιμοποιούν ως «όχημα» διάδοσης του Ευαγγελίου. Επιβεβαιώνουν επομένως την ιδέα της ενσωμάτωσης κάθε μέσου προς εξυπηρέτηση του ποιμαντικού σκοπού.

Στο δημόσιο κήρυγμα του Αποστόλου Παύλου στον Άρειο Πάγο, όπως περιγράφεται στις Πράξεις των Αποστόλων<sup>3</sup> διακρίνονται έξι βασικοί «σταθμοί –

<sup>3</sup> Πράξ. 17: 22-34 «Σταθείς δὲ ὁ Παῦλος ἐν μέσῳ τοῦ Ἀρείου Πάγου ἔφη· Ἄνδρες Ἀθηναῖοι, κατὰ πάντα ὡς δεισιδαιμονεστέρους ὑμᾶς θεωρῶ· διερχόμενος γὰρ καὶ ἀναθεωρῶν τὰ σεβάσματα ὑμῶν εὔρον καὶ βωμὸν ἐν ᾧ ἐπετέγραπτο, Ἄγνωστω θεῷ. ὃν οὖν ἀγνοοῦντες εὐσεβεῖτε, τοῦτον ἐγὼ καταγγέλλω ὑμῖν. ὁ Θεὸς ὁ ποιήσας τὸν κόσμον καὶ πάντα τὰ ἐν αὐτῷ, οὗτος οὐρανοῦ καὶ γῆς Κύριος ὑπάρχων οὐκ ἐν χειροποιήτοις ναοῖς κατοικεῖ· οὐδὲ ὑπὸ χειρῶν ἀνθρώπων θεραπεύεται προσδεόμενός τις, αὐτὸς διδοὺς πᾶσι ζωὴν καὶ πνοὴν καὶ τὰ πάντα· ἐποίησέ τε ἐξ ἐνὸς αἵματος πᾶν ἔθνος ἀνθρώπων κατοικεῖν ἐπὶ πᾶν τὸ πρόσωπον τῆς γῆς, ὀρίσας προστεταγμένους καιροὺς καὶ τὰς ὁροθεσίας τῆς κατοικίας αὐτῶν, ζητεῖν τὸν Κύριον εἰ ἄρα γε ψηλαφήσειαν αὐτὸν καὶ εὔροιεν, καὶ γε οὐ μακρὰν ἀπὸ ἐνὸς ἐκάστου ἡμῶν ὑπάρχοντα. Ἐν αὐτῷ γὰρ ζῶμεν καὶ κινούμεθα καὶ ἐσμέν, ὡς καὶ τινες τῶν καθ' ὑμᾶς ποιητῶν εἰρήκασιν· τοῦ γὰρ καὶ γένος ἐσμέν. γένος οὖν ὑπάρχοντες τοῦ Θεοῦ οὐκ ὀφείλομεν νομίζειν χρυσοῦ ἢ ἀργύρου ἢ λίθου, χαράγματι τέχνης καὶ ἐνθυμήσεως ἀνθρώπου, τὸ θεῖον εἶναι ὅμοιον. τοὺς μὲν οὖν χρόνους τῆς ἀγνοίας ὑπεριδὼν ὁ Θεὸς τὰ νῦν παραγγέλλει τοῖς ἀνθρώποις πᾶσι πανταχοῦ μετανοεῖν, διότι ἔστησεν ἡμέραν ἐν ἧ

ορόσημα» στη διαδικασία της μετάδοσης του Λόγου του Κυρίου: *διαλογίζω – καταγγέλλω – ευαγγελίζομαι – ακούω – χλευάζω – πιστεύω*. Αυτά παραμένουν και σήμερα το ίδιο καθοριστικά στάδια στην μαρτυρία του Ευαγγελίου μέσω του κυβερνοχώρου<sup>4</sup>. Η σημερινή πολυπολιτισμική ατμόσφαιρα όπου οι κάθε προέλευσης ιδέες και θρησκευτικές αντιλήψεις έχουν εξαπλωθεί συναρτά ένα περιβάλλον που είναι ανάλογο εκείνου των πρωτοχριστιανικών χρόνων στον χώρο του πλουραλιστικού ελληνορωμαϊκού πολιτισμού, όπου το να είσαι χριστιανός ήταν πράξη επιλογής. Η εποχή μας είναι ανάλογη με την Αγορά της Αθήνας, που επισκέφτηκε ο Απόστολος Παύλος για να κηρύξει, στην οποία πολλοί θεοί ανταγωνίζονταν μεταξύ τους<sup>5</sup>.

Όταν εμφανίστηκε ο Χριστιανισμός την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, η ατμόσφαιρα ήταν ίδια με τον θρησκευτικό πλουραλισμό των καιρών μας. Ο Θεός της βιβλικής παράδοσης δεν θεωρούνταν δεδομένος, αντίθετα με άλλες, μεταγενέστερες περιόδους της χριστιανικής ιστορίας, όταν πια η Εκκλησία είχε καθιερωθεί στην κοινωνία. Σήμερα η αστικοποίηση και η μετανάστευση φέρνουν τους ανθρώπους κοντά, και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας επιτρέπουν πρόσβαση σε πεποιθήσεις και αξίες ανθρώπων από κάθε γωνιά της γης, όσο απομακρυσμένη κι αν είναι.<sup>6</sup>

Στο πλουραλιστικό αυτό περιβάλλον το κάθε άτομο βλέπει εμπρός του να υπάρχουν διάφορες θρησκευτικές εκδοχές και καλείται να διαλέξει ποια επιθυμεί

---

*μέλλει κρίνειν τήν οίκουμένην ἐν δικαιοσύνη ἐν ἀνδρὶ ᾧ ὤρισε, πίστιν παρασχὼν πᾶσιν ἀναστήσας αὐτὸν ἐκ νεκρῶν. Ἀκούσαντες δὲ ἀνάστασιν νεκρῶν οἱ μὲν ἐχλεύαζον, οἱ δὲ εἶπον· Ἀκουσόμεθά σου πάλιν περὶ τούτου. καὶ οὕτως ὁ Παῦλος ἐξῆλθεν ἐκ μέσου αὐτῶν. τινὲς δὲ ἄνδρες κολληθέντες αὐτῷ ἐπίστευσαν, ἐν οἷς καὶ Διονύσιος ὁ Ἀρεοπαγίτης καὶ γυνὴ ὀνόματι Δάμαρις καὶ ἕτεροι σὺν αὐτοῖς».*

<sup>4</sup> Ιωσήφ, επισκόπου Πατάρων, «Ψηφιακός «Λόγος»: μία περισυλλογή για τὸν εὐαγγελισμὸ κατὰ τὴν εἰκονικὴ ἐποχὴ», <http://www.churchofcyprus.org.cy/documents/7-5-15.pdf> [τελευταία ἀνάκτηση, 14.2.2019]

<sup>5</sup> P. Berger (2004), *Questions of Faith. A Skeptical Affirmation of Christianity*, Blackwell Publishing, ix. «What this means, however, is that in a strange way we have become “contemporaneous” with the earliest Christians, who also existed in the exuberantly pluralistic world of late Graeco-Roman civilization, and for whom Christian faith was possible only as a deliberate act of choice. I don’t think that we should deplore the fact that our situation, in this particular aspect, is similar to that of Paul as he preached in the agora of Athens, where a multitude of gods competed with each other».

<sup>6</sup> P. Berger (2004), ὁ.π., 14-15.

να ακούσει. Είναι μια εποχή που το διαφορετικό συχνά προτάσσεται σαν μια νέα εμπειρία. Εδώ προβάλλει επιτακτική η ανάγκη της διάδοσης του Ευαγγελίου σε μια εποχή που το διαδίκτυο έχει πλέον εξαπλωθεί σε κάθε γωνιά του πλανήτη και έχει αγκαλιάσει κάθε δραστηριότητα του ανθρώπου. Δεν είναι κάτι που αφορά μόνον στις νεώτερες ηλικίες , αλλά συνολικά στους ανθρώπους, άσχετα από τις παραλλαγές στην διείσδυσή του με βάση την ηλικία, την χώρα, το οικονομικό, αναπτυξιακό και μορφωτικό επίπεδο. Ο σύγχρονος πολίτης του κόσμου «ψάχνει, ερευνά, διακρίνει, σχετίζεται, δεσμεύεται και μοιράζεται τις ερωτήσεις και τις απαντήσεις του για πολλά θέματα διαμέσου του Διαδικτύου»<sup>7</sup>. Εάν ένα μεγάλο μέρος της ανθρωπότητας εισέρχεται στο διαδίκτυο αναζητώντας απαντήσεις σε ποικίλες απορίες του, πρέπει και η Εκκλησία να είναι εκεί, παρούσα, προετοιμασμένη να δώσει τη δική της απάντηση.

Για τη διάδοση του χριστιανισμού ήδη από τους πρώτους χριστιανικούς χρόνους εργάστηκαν σκληρά οι Απόστολοι. Πολλοί από αυτούς ταξίδεψαν κατ' επανάληψη σε μακρινές περιοχές για τα δεδομένα της εποχής και έφθασαν ως τα άκρα της μεσογειακής λεκάνης. Ο Πέτρος ή ο Παύλος έφτασαν στη Ρώμη, πιθανά και ως την Ισπανία, για να μεταδώσουν το μήνυμα. Τότε η φυσική παρουσία του φορέα του μηνύματος ήταν βέβαια απολύτως αναγκαία.

Ωστόσο οι κοινωνίες συνεχώς μεταβάλλονται, ως ζωντανοί οργανισμοί υποκείμενοι σε ποικίλες επιδράσεις στη ροή του χρόνου. Το κήρυγμα εντός του φυσικού χώρου της ενορίας, κυρίως στον Ιερό Ναό ή στο κατηχητικό, έχει διαχρονική παρουσία και θεωρείται *sine qua non* προϋπόθεση για την διατήρηση της διαχρονικότητας της χριστιανικής κοινότητας. Στον ευμετάβολο και συνεχώς εξελισσόμενο σύγχρονο κόσμο η ποιμαντική αυτή τακτική έχει όλο και πιο περιορισμένη απήχηση στην κοινωνία, συγκρινόμενη με παλαιότερες εποχές και κοινωνικά δεδομένα. Η εκρηκτική ανάπτυξη της τεχνολογίας δεν μπορεί να περάσει απαρατήρητη. Αντίθετα πρέπει να ενσωματωθεί και να χρησιμοποιηθεί από την Εκκλησία. Όχι μόνο για λόγους οικειοποίησης της δυνατότητας ευρύτητας διάδοσης αλλά και λόγω της πάγιας τακτικής της Εκκλησίας στη χρήση κάθε διατεθειμένου νέου μέσου για τη διάδοση του μηνύματος της σωτηρίας. Άλλωστε, ο Χριστιανισμός

---

<sup>7</sup> P. Berger (2004), ό.π., 1.

πάντα χρησιμοποιούσε τα μέσα και τις δυνατότητες, που του παρείχε ο πολιτισμός της εποχής του: ενδεικτικά ως μνημονεύσουμε την ελληνική γλώσσα, που ήταν η *lingua franca* στους ελληνιστικούς χρόνους και έγινε το «όχημα επικοινωνίας» για να απευθυνθεί η Εκκλησία στον κόσμο. Όμοια η ελληνική παιδεία, με τις μορφές της ελληνικής φιλοσοφίας, των ανθρωπιστικών αξιών, των καλών τεχνών και των μορφών κοινωνικής ζωής που ενσωμάτωσε δημιουργικά, αποτέλεσε ένα ακόμη «όχημα επικοινωνίας», που δεν αλλοίωσε τις αλήθειες του Ευαγγελίου. Δεν παραβλέπονται οι παραδοσιακοί τρόποι μετάδοσης του Ευαγγελίου. Ούτε παύουν να αξιοποιούνται. Ταυτόχρονα όμως η Εκκλησία βλέπει την ευκαιρία, που της δίνεται από την χρήση του σχετικά πρόσφατου αυτού μέσου επικοινωνίας, του διαδικτύου. Αυτό μπορεί να ικανοποιήσει τους σκοπούς της, που είναι η διάδοση του χριστιανικού μηνύματος.

Η μακρόχρονη πορεία του Χριστιανισμού έχει να δείξει πλήθος παραδειγμάτων ενσωμάτωσης των πολιτισμών των εποχών και των τόπων όπου εξαπλώθηκε. Η Εκκλησία κινήθηκε διαλεκτικά μέσα στον ιστορικό χρόνο, «προσλαμβάνοντας αλλά και μεταμορφώνοντας τον κόσμο, σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης, είτε επρόκειτο τότε για την ρωμαϊκή παντοκρατορία είτε σήμερα για την κυριαρχία της τεχνολογίας και του ομοιότροπου μοντέλου ζωής και κουλτούρας»<sup>8</sup>. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των Τριών Ιεραρχών που θήτευσαν ως μαθητές της ελληνικής παιδείας και φιλοσοφίας για να εργαστούν εν συνεχεία δημιουργικά και με τη χρήση αυτής της γνώσης να εκφέρουν προς την ανθρωπότητα το μεσσιανικό μήνυμα. Βεβαίως προϋπόθεση είναι η σωστή γνώση των νέων αυτών τεχνολογιών, που πάντως έχουν δυναμικά εισχωρήσει στην καθημερινότητα των σύγχρονων ανθρώπων.

Η διάδοση του Ευαγγελίου μέσω του διαδικτύου, είναι μια μορφή σύγχρονης ιεραποστολικής δράσης, που δεν απαιτεί τη φυσική παρουσία του πιστού ως ενδιάμεσου. Πρόκειται για μια ψηφιοποιημένη έκδοση του Λόγου του

---

<sup>8</sup> Συμεών Βενετσιάνου, Αρχιμ., «Το Διαδίκτυο στην υπηρετική υποστολή της Εκκλησίας: Από τον ζήλο της ιεραποστολής μέχρι και την ευθύνη της ισορροπίας», *Εισήγηση- Συνοδική Επιτροπή Τύπου, Δημοσίων Σχέσεων και Διαφωτίσεως*, [http://www.ecclesia.gr/greek/holy\\_synod/committees/press/venetsianos.htm](http://www.ecclesia.gr/greek/holy_synod/committees/press/venetsianos.htm) [τελευταία ανάκτηση, 14.2.2019].

Κυρίου που εκπέμπεται σε όλο τον πλανήτη, απευθύνεται χωρίς περιορισμούς προς τους εν δυνάμει αποδέκτες με απώτερο σκοπό να κατανοηθεί και εν τέλει να γίνει αποδεκτή. Δεν αποτελεί διαφημιστικό προϊόν, ή προϊόν, που προσφέρεται προς πώληση για εμπορικούς σκοπούς. Είναι αυτό που με συντομία αποκαλείται «ηλεκτρονική διάδοση του Ευαγγελίου». Η Εκκλησία έχει να προβάλλει την οικουμενικότητα και καθολικότητα σε πνευματική βάση στην πρόκληση της παγκοσμιοποίησης, ενώ στην μακρόχρονη οικουμενική εκκλησιαστική έκφραση υπήρχαν νέα και ριζικελεύθερα ανοίγματα.

Στην παρούσα εργασία σκοπός είναι να απαντηθεί το βασικό ερώτημα της δυνατότητας συνύπαρξης του μηνύματος του Λόγου του Θεού στην ψηφιακή εποχή. Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα θα καθορίσει εν πολλοίς και το αν το διαδίκτυο αποτελεί μία πρόκληση και πόσο επηρεάζει ή μεταβάλλει την «επικοινωνιακή θεολογία». Έχει διατυπωθεί και υποστηριχθεί η άποψη ότι οι νέες τεχνικές δυνατότητες του διαδικτύου δεν μεταβάλλουν τις παραδοσιακές θρησκευτικές ιεραρχίες, αλλά δρουν συμπληρωματικά σε αυτές. Οι παραδοσιακές θρησκευτικές ιεραρχίες δεν καταργούνται στο διαδίκτυο, αλλά επιβεβαιώνεται η επικοινωνία μεταξύ των μελών των ήδη υφισταμένων κοινοτήτων<sup>9</sup>. Αυτή η θέση θα παρουσιασθεί και θα υποστηριχθεί και σε αυτή την εργασία, μόνο που η έμφαση της ανάλυσης δεν θα είναι στην επιβίωση των θρησκευτικών ιεραρχιών, όπως θα έκανε μία συγκριτική θρησκευτολογική έρευνα, αλλά πως ο Λόγος του Θεού και η Ορθόδοξη πίστη μπορούν να συνυπάρξουν με αυτό το νέο Μέσο.

Η ανάλυση του υλικού της εργασίας και η προσπάθεια απάντησης των βασικών της ερωτημάτων θα γίνει υπό την άποψη θεώρησης της λεγόμενης «Επικοινωνιακής Θεολογίας», δηλαδή της Ορθόδοξης κοσμοθεώρησης όσον αφορά στη σκιαγράφιση, περιγραφή και ανάλυση του χαρακτήρα των σύγχρονων Μέσων Επικοινωνίας, όσο και του τρόπου που ο Ορθόδοξος λόγος μπορεί να μεταδώσει το διαχρονικό του μήνυμα μέσω αυτών. Είναι κατανοητό ότι μία τέτοια θεώρηση θα αναλύσει και θα αντιπαραθέσει τις μοντέρνες θεωρίες επικοινωνίας σε σχέση με

---

<sup>9</sup> Π. Καραμούζη, «Η αναπαραγωγή των θρησκευτικών δομών», Παιδαγωγικά Ρεύματα στο Αιγαίο, τ.8, 2015.

την ορθόδοξη πνευματικότητα, και με βάση αυτή την τελευταία θα επιχειρήσει μία γόνιμη κριτική στον χαρακτήρα τους<sup>10</sup>. Η «Επικοινωνιακή Θεολογία» έχει πάντα ως βασική της αρχή ότι η μαζική επικοινωνία, όσο σύγχρονη και τεχνικά εξελιγμένη και αν είναι, δεν επιτυγχάνει ούτε κοινωνία, αλλά ούτε και διασώζει την πνευματική οντότητα του προσώπου, που έχει αναφορά στην επικοινωνία του ανθρώπου προς τον ίδιο τον Θεό<sup>11</sup>.

Η βασική υπόθεση εργασίας είναι ότι το μήνυμα της εν Χριστώ σωτηρίας, δηλαδή η Εκκλησία, μπορεί να «επικοινωνηθεί» μέσα από διάφορες μορφές λόγου, που έχουν να κάνουν με τις κατά καιρούς κοσμοθεωρίες και αντιλήψεις. Στη θέση της αρχαίας ελληνικής φιλοσοφίας και οντολογίας ως «οχήματος» μεταφοράς αυτού του μηνύματος, μπορεί πλέον να λειτουργήσει μία άλλη αντίληψη περί του χρόνου και του χώρου<sup>12</sup>. Αυτή η υπόθεση εργασίας θα είναι η κύρια αφετηρία για να επιχειρηθεί η απάντηση στο κεντρικό ερώτημα, το οποίο όμως συνοδεύεται από επί μέρους ερωτήματα:

- Πώς επιδρά το διαδίκτυο και ο κόσμος του στον ψυχισμό και στη διαμόρφωση ταυτότητας του σύγχρονου υποκειμένου;
- Η παρουσία των θρησκειών στο διαδίκτυο δημιουργεί μία νέα θρησκευτικότητα, και σε ποιο βαθμό αυτή μπορεί να αντικαταστήσει την συνάντηση των πιστών στην Εκκλησία;

---

<sup>10</sup> Β. Γαϊτάνη (2003), Homo Mediator και Homo Theologicus. Διαλεκτική των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και Θεολογία της Κοινωνίας. Διαστάσεις και δυνατότητες μιας ορθόδοξης «επικοινωνιακής θεολογίας» στον μεταμοντέρνο κόσμο, εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα, 29-30.

<sup>11</sup> Β. Γαϊτάνη (2003), ό.π., 100-101.

<sup>12</sup> Είναι χαρακτηριστικό ότι ο Charles Henderson, ένας Πρεσβυτεριανός πάστορας, αναφέρθηκε στις ομοιότητες της Αγίας γραφής και ενός διαδικτυακού υπερκειμένου (hypertext). Η Αγία Γραφή, η οποία είναι δομημένη μέσα σε κοινωνικό - πολιτισμικά και χωροχρονικά πλαίσια, κατανεμημένη σε ενότητες με διαφορετικό θεματολογικό περιεχόμενο, στην πραγματικότητα μελετάται όχι ως ενιαίο κείμενο από την αρχή έως το τέλος. Το κείμενο αυτό είναι δομημένο πάνω σε συνέχειες και ασυνέχειες, περάσματα, χωροχρονικές αναπηδήσεις, παραπομπές, όπως ακριβώς οι υπερσύνδεσμοι (link) ενός κειμένου. Κατά συνέπεια, το διαδίκτυο προσφέρει μία νέα δυνατότητα παρουσίασης του βιβλικού κειμένου και νοήματος, βλ. Π. Καραμούζη, «Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι μετασηματισμοί της θρησκευτικής ταυτότητας», *Σύναξη*, 147 (2018), 50.

- Είναι αρκετή η παρουσία της Ορθόδοξης Εκκλησίας σε πληροφοριακό επίπεδο και μόνο στο διαδίκτυο ή μπορεί να υπάρξει και μία άλλη μορφή κηρύγματος και ποιμαντικής διακονίας;

Η μέθοδος της ανάλυσης μας θα είναι περιγραφική και εποπτική. Δεν θα επιχειρηθεί μία ανάλυση σε βάθος συγκεκριμένων ιστοτόπων, αλλά θα αρκестούμε σε μία περιγραφική της διασύνδεσης του νέου διαδικτυακού κόσμου με τις θρησκείες.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με την τεχνολογία του διαδικτύου αυτή καθαυτή. Η γέννηση, η εξάπλωση, η εξέλιξη, οι προοπτικές και τα προβλήματα που δημιουργούνται, θα είναι οι «άξονες» της διαπραγμάτευσης σε αυτό το κεφάλαιο. Δεν μπορεί κανείς να κάνει λόγο για τις σχέσεις και τις επιδράσεις του διαδικτύου, εάν δεν ορίσει και δεν περιγράψει το εν λόγω τεχνικό φαινόμενο.

Η ανάλυση της τεχνικότητας του Μέσου μας οδηγεί αναγκαστικά στη διερεύνηση της σχέσης Εκκλησίας και διαδικτύου. Η Ορθόδοξη Εκκλησία χρησιμοποιεί ολοένα και περισσότερο το διαδίκτυο, αναγνωρίζοντας την αναγκαιότητα της χρήσης των νέων τεχνολογιών. Η παρουσία της Ορθόδοξης Εκκλησίας σε αυτόν τον «χώρο» είναι μία ακόμη θρησκευτική παρουσία δίπλα στις πολυπληθείς παρουσίες εκκλησιών, θρησκειών, πίστεων και επιμέρους ομάδων μεταφυσικής αναζήτησης στο ψηφιακό επίπεδο. Πραγματικά, προσφέρονται νέες δυνατότητες επικοινωνίας, οι οποίες όμως πρέπει να διακριθούν από την επικοινωνιακή «υπερσυσσώρευση» και την επικοινωνιακή αλλοτρίωση που προκαλείται από αυτή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την παρουσία της θρησκείας στο πλαίσιο αναφοράς του κυβερνοχώρου. Ο κυβερνοχώρος είναι κάτι διαφορετικό και δεν ταυτίζεται με την τεχνική διασύνδεση του διαδικτύου. Πρόκειται για μία άλλη «πραγματικότητα», η οποία διαμορφώνει ένα εντελώς νέο «περιβάλλον» για την εργασία της θεολογίας. Θα δούμε πως διαμορφώνεται ουσιαστικά η νέα θρησκευτικότητα σε αυτό το «περιβάλλον», πως εγκαθιδρύεται μία *online* θρησκεία και τι σχέση έχει αυτή με την χρησιμοποίηση του δικτύου από τις διάφορες θρησκείες (είναι η περιβόητη διαφορά μεταξύ *online religion* και *religion online*).

Στη συνάφεια, αυτή θα δούμε μορφογενέσεις της *online religion*, όπως είναι οι εικονικές προσευχές, τα εικονικά κηρύγματα και προσκυνήματα, αλλά και κάποιες ακραίες ιδιαιτερότητες όπως η εικονική αγιότητα.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αντικείμενο της έρευνάς μας θα είναι η σχέση του εικονικού κόσμου με την αναζήτηση του Υπερβατικού. Η ενοποίηση της κοσμικής πραγματικότητας, η εξαΰλωση και η αναζήτηση της απελευθέρωσης από τις χωροχρονικές δεσμεύσεις, είναι χαρακτηριστικά στοιχεία της τάσης του ανθρώπου για την υπερβατικότητα. Όταν ο χρήστης των ψηφιακών μηχανών «πλοηγείται» (ή σερφάρει) στο κυβερνοδιάστημα βρίσκεται σε μία ενοποιημένη, ιερή πραγματικότητα. Οι νέες τεχνολογίες κάνουν δυνατή στη συνείδηση του σύγχρονου ατόμου την ανθρωπολογική τάση προσέγγισης του «Ιερού». Είναι μία τεχνική δυνατότητα, η οποία γεννά αλλά και γεννάται από τη λεγόμενη «κουλτούρα του διαδικτύου», δηλαδή το φαινόμενο της «σιωπηρής» ή «υπονοούμενης» θρησκείας, που υπάρχει στις κοινωνίες που διαδέχθηκαν την ιστορική περίοδο της εκκοσμίκευσης και της «αφελούς» πίστης στην απεριόριστη εξέλιξη του ανθρώπου.

Το τέταρτο κεφάλαιο θα είναι περισσότερο περιγραφικό, καθώς θα γίνει μία προσπάθεια καταγραφής των ορθόδοξων χριστιανικών ιστοτόπων στο διαδίκτυο. Θα δούμε ποια είναι ακριβώς η δομή τους και ποια η εν τέλει λειτουργικότητά τους. Στο ίδιο αυτό κεφάλαιο θα επιχειρηθεί να διερευνηθεί η σχέση (συνάφεια ή αντίθεση) που μπορεί να έχει η Ορθόδοξη Εκκλησία και η Ορθόδοξη θεώρηση της ζωής με τις χρήσεις και τις νοοτροπίες του διαδικτύου. Δεν είναι μόνο η ευκολία του Μέσου και η αμεσότητα του ή η πληροφοριακή πληθώρα που κομίζει, αλλά και ποιες συνέπειες μπορεί αυτό να έχει σε σχέση με μία ενοριακή ζωή.

Τα συμπεράσματα θα κλείσουν αυτή την εργασία, προσπαθώντας να ανακεφαλαιωθεί η σύντομη αυτή ερευνητική περιήγηση.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α. ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**



## A1. Η ιστορική εξέλιξη του Διαδικτύου.

Η γέννηση<sup>13</sup> του *Internet* έχει τις απαρχές της στις δεκαετίες του 1950 και του 1960, όταν μεσουρανούσε το καθεστώς του Ψυχρού Πολέμου ανάμεσα στις ΗΠΑ και την ΕΣΣΔ. Τότε το Υπουργείο Άμυνας των ΗΠΑ έκανε έρευνες για την κατασκευή ενός συστήματος στρατιωτικών επικοινωνιών, που θα μπορούσε να λειτουργεί στο αντίξοο περιβάλλον του πολέμου, όταν οι αντίπαλες δυνάμεις θα αχρήστευαν το σύνολο των συμβατικών τηλεπικοινωνιακών γραμμών. Δόθηκε προτεραιότητα στην εξέλιξη των υπολογιστών και της πληροφορικής, τα οποία βρίσκονταν σε πειραματικό στάδιο.

Η λύση δόθηκε από τον ερευνητή Paul Baran της εταιρείας Rand, με το σχεδιασμό ενός παραδόξου δικτύου επικοινωνίας υπολογιστών<sup>14</sup>. Η τεχνολογία των δικτυώσεων της *DARPA*, περιλάμβανε ένα αποκεντρωμένο δίκτυο υπολογιστών και έναν νέο τρόπο μεταγωγής πακέτων (*packet-switching*), σε αντίθεση με τον κλασικό (μεταγωγή ρεύματος), που επιπλέον μπορούσε να επεκταθεί και μέσω ραδιοφώνου και δορυφόρου.

Στις 11 Ιανουαρίου 1983, το *ARPANET* άλλαξε το βασικό του δικτυακό πρωτόκολλο επικοινωνίας από το *NCP* (*Network Control Protocol*) σε *TCP/IP*

<sup>13</sup> Βλ. J. Abbate (1999), *Inventing the Internet*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, K. Hafner, M. Lyon (1996), *Where Wizards Stay up Late. The Origins of the Internet*, Simon & Schuster.

<sup>14</sup> «Το δίκτυο αυτό δεν έχει ούτε κεντρικό άξονα, ούτε κεντρικούς διακόπτες, ούτε κεντρική διεύθυνση και στηρίζεται στην υπόθεση ότι οι συνδέσεις του δικτύου μεταξύ των πόλεων είναι εντελώς αναξιόπιστες. Οι ιδέες του Baran οδήγησαν το 1969 στην δημιουργία του πειραματικού δικτύου *ARPANET*, από τα αρχικά της υπηρεσίας *ARPA*, *Advanced Research Projects Agency* (που αργότερα ονομάστηκε *DARPA*, *Defence Advanced Projects Agency*), του Υπουργείου Αμύνης των ΗΠΑ. Η βασική ιδέα του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί το *ARPANET* είναι η εξής: κάθε μήνυμα κόβεται σε μικρές λουρίδες και στοιβάζεται σε ηλεκτρονικούς φακέλους, τα πακέτα, που περιέχουν τις διευθύνσεις του αποστολέα και του παραλήπτη. Στη συνέχεια τα πακέτα ρίχνονται στο σύμπλεγμα των διασυνδεδεμένων υπολογιστών, όπου κυκλοφορούν μπρος-πίσω σε γραμμές υψηλών ταχυτήτων προς την κατεύθυνση του τελικού προορισμού, για να συγκεντρωθούν όλα μαζί, όταν τελικώς φθάσουν εκεί. Αν κάποια πακέτα χαθούν ή καταστραφούν (και υποτίθεται ότι κάτι τέτοιο μπορεί να συμβεί), δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα, γιατί μπορούν αμέσως να ξανασταλούν», Μ. Μπουντουρίδη, «Μία γενική παρουσίαση του *Internet* και του Παγκόσμιου Ιστού», <https://thalis.math.upatras.gr/~mboudour/articles/gpipi.html> [τελευταία ανάκτηση: 1.3.2019]

(Transmission Control Protocol/Internet Protocol), ξεκινώντας έτσι το διαδίκτυο (Internet), όπως το ξέρουμε σήμερα. Ο λειτουργικός σχεδιασμός αυτού του πρωτοκόλλου ήταν να προωθεί τα «πακέτα πληροφοριών» διαμέσου της ταχύτερης δυνατής διαδρομής και να παρακάμπτει όποιον υπολογιστεί τυχαίνα να είναι εκτός λειτουργίας ή αργός μέσω εναλλακτικών διαδρομών.

Την επόμενη χρονιά, το 1984 υλοποιείται το πρώτο Σύστημα Ονομάτων Περιοχών, *DNS* (Domain Name System). Στο σύστημα αυτό καταχωρίζονται 1000 κεντρικοί κόμβοι και έκτοτε οι υπολογιστές του διαδικτύου αναγνωρίζονται από διευθύνσεις κωδικοποιημένων αριθμών. Έγινε ταξινόμηση διευθύνσεων ανά χώρα. Ακολούθησε και ένα άλλο σημαντικό βήμα στην ανάπτυξη του Διαδικτύου. Το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών (National Science Foundation, NSF) των ΗΠΑ, δημιούργησε την πρώτη διαδικτυακή πανεπιστημιακή ραχοκοκκαλιά (backbone), το *NSFNet*, το 1986, συνδέοντας τα Ακαδημαϊκά Ιδρύματα. Ακολούθησε η ενσωμάτωση άλλων σημαντικών δικτύων, όπως το *Usenet*, το *Fidonet* και το *Bitnet*.

Ωστόσο η τεράστια εξάπλωση του Διαδικτύου δρομολογήθηκε με την εφεύρεση της υπηρεσίας του Παγκόσμιου Ιστού *WWW* (World Wide Web) από τον Tim Berners-Lee στο ερευνητικό ίδρυμα *CERN* το 1989 στη Γενεύη. Με το πρώτο πρόγραμμα περιήγησης *web browser*, που ανέπτυξε στο *CERN* το 1991 και τον Αύγουστο του ίδιου έτους δόθηκε για χρήση παγκοσμίως, ο Παγκόσμιος Ιστός αποτέλεσε την «πλατφόρμα», που διευκόλυνε την πρόσβαση στο *Internet*, όπως είναι γνωστό σήμερα. Η ανθρωπότητα εισήλθε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 στον Αιώνα της Πληροφορίας, γιατί ο καθένας που διέθετε έναν υπολογιστή και modem μπορούσε να έχει πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο της υφηλίου.

## **A2. Το Διαδίκτυο και τα χαρακτηριστικά του.**

### *I. Μορφές κοινωνικής δικτύωσης.*

Η αμεσότητα της επικοινωνίας και η μείωση του όποιου κόστους ήταν τα κύρια αποτελέσματα της κωδικοποίησης της πληροφορίας μέσω του *world wide web* (*www*). Ο τρόπος μετάδοσης της πληροφορίας μέσω του *http* (Hypertext Transfer Protocol), και η ταυτοποίηση του ιστοτόπου μέσω του *url* (Uniform Resource Locator), είναι αυτά που δημιουργούν χαμηλό κόστος στην επικοινωνία. Στην περίπτωση των *blogs*<sup>15</sup> μάλιστα επιτυγχάνεται και η πλήρη και άμεση διαδραστικότητα, καθώς ο *blogger* δημοσιεύει κείμενα, μόνιμα *links* (permalinks) που οδηγούν σε αυτά τα κείμενα μετά την σχετική αρχειοθέτησή τους, επιτρέποντας κατά αυτό τον τρόπο τη μόνιμη και αυτόνομη διεύθυνση για κάθε κείμενο, ώστε να μπορεί ο οποιοσδήποτε να παραπέμπει σε αυτό το κείμενο και όχι σε όλο το περιεχόμενο του *blog*. Ταυτόχρονα υφίστανται η δυνατότητα σχολιασμού από τους αναγνώστες και τα λεγόμενα *trackbacks* ή *feeds*, δηλαδή συμπληρωματικές τεχνικές εφαρμογές που επιτρέπουν την αυτοματοποιημένη ενημέρωση που μπορεί να λάβει ένας συγγραφέας ενός *post* για την αναφορά αυτού του *post* σε κάποιο άλλο *blog*<sup>16</sup>.

Το πέρασμα από την ανωνυμία στην επωνυμία θα επιτευχθεί, ως έναν βαθμό, από τις σελίδες κοινωνικές δικτύωσης (*social networking sites*, ή *SNS*), όπως είναι το *Facebook*, *Friendster*, *Orkut*, *Hi5*, *MySpace*. Είναι αυτές οι ηλεκτρονικές σελίδες που επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνούν και να διαμορφώνουν σχέσεις με τους άλλους, διαμοιράζοντας τα ενδιαφέροντα, τις ανάγκες ή τις κοινωνικές τους επαφές. Αυτές οι σελίδες επιτρέπουν τη συγκρότηση κοινωνικών δεσμών, είτε αυτοί είναι ισχυροί είτε είναι αδύνατοι. Πιο συγκεκριμένα, το *Facebook* δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να κατασκευάσει ένα *online* προφίλ -

<sup>15</sup> Τα *weblogs* ή *blogs*, δεν είναι παρά μορφές «ηλεκτρονικών ημερολογίων», που επιτρέπουν είτε σε μεμονωμένα άτομα είτε σε ομάδες χρηστών να συζητούν διάφορα θέματα, μέσω μεμονωμένων, τιτλοφορημένων και χρονολογικών εγγραφών (δημοσιεύσεων ή άρθρων) ή μέσω *posts* που αναρτώνται με αντίστροφη χρονολογική σειρά, δηλαδή με την πιο πρόσφατη να εμφανίζεται πρώτη. Κάθε τέτοια εγγραφή μπορεί αν είναι «πολύμεσική», δηλαδή να περιλαμβάνει γραπτό κείμενο, φωτογραφίες, *videos* και ήχους, ενώ το κύριο δομικό τους στοιχείο είναι οι υπερσύνδεσμοι ή *links*, βλ. Ζ. Καραμπάση (2008), *To blogging στην Ελλάδα: Προφίλ, Κίνητρα και Πρακτικές των ελληνόφωνων Bloggers*, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 11.

<sup>16</sup> T. Furukawa, Y. Matsuo et al. (2007), «Social Networks and Reading Behavior in the Blogosphere», *ICWSM*, <http://www.icwsml.org/papers/2--Furukawa-Matsuo-Ohmukai-Uchiyama-Ishizuka.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 16.2.2019]

συμπεριλαμβανομένων των επαφών και των προσωπικών πληροφοριών, των εικόνων, των κοινών ενδιαφερόντων -, να συσσωρεύει «φίλους» που μπορούν να δουν τα προφίλ του άλλου, να ενημερώνονται συνεχώς για τις δραστηριότητές τους, να στέλνουν μηνύματα, να δημιουργούν εικονικές ομάδες βασισμένες σε κοινά ενδιαφέροντα, να ρυθμίζουν γεγονότα, να προσθέτουν εφαρμογές και να μεταδίδουν πληροφορίες μέσω διαφόρων καναλιών<sup>17</sup>.

Το *Twitter* είναι μία άλλη χαρακτηριστική περίπτωση αυτού που ονομάζουμε *microblogging*, όταν η κοινωνική δικτύωση συνδυάζει πολύ μικρού μεγέθους *blogs* τα οποία ανανεώνονται αυτόματα και όποτε θέλει ο χρήστης. Είναι η αιχμή διάδοσης της «άτυπης επικοινωνίας» (informal communication), της διαδικασίας εκείνης που υπάρχει στον πραγματικό κόσμο ή στον κόσμο της προφορικής επικοινωνίας (και όχι τόσο του γραπτού ή του επίσημου λόγου). Αυτή την καθημερινή, άτυπη και προφορική επικοινωνία στον χώρο εργασίας ή στην γειτονιά και στο σπίτι «μιμήθηκαν» οι κατασκευαστές του *Twitter* και προσπάθησαν να μεταφέρουν στον κόσμο της ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Στο Μέσο αυτό οι χρήστες είναι σε θέση να μοιράζονται τις δραστηριότητες της καθημερινότητάς τους με φίλους, να μεταφέρουν εντυπώσεις και εμπειρίες της στιγμής, αλλά και να διαφημίζουν προϊόντα ή υπηρεσίες, πάντα σε ένα πολύ συγκεκριμένο και περιορισμένο αριθμό χαρακτήρων που μπορούν να πληκτρολογηθούν<sup>18</sup>.

Δεν θα επιχειρήσουμε να εισέλθουμε σε μία λεπτομερή ανάλυση των μορφών της κοινωνικής δικτύωσης. Θα δανειστούμε μία κατηγοριοποίηση, η οποία είναι αντιπροσωπευτική του πλαισίου που υφίσταται σήμερα και το οποίο έχει εγγενώς την τάση για επέκταση και συνεχή αναμορφοποίηση: σύμφωνα, λοιπόν, με την κατηγοριοποίηση του Zhang (2010), τα Social Media διακρίνονται σε

1. Κοινωνικά δίκτυα ή σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (social networks) :  
Facebook

<sup>17</sup>T.Zaman (2010), «Facebook: Utopia, Dystopia or Heterotopia», <http://dspace.bracu.ac.bd:8080/xmlui/bitstream/handle/10361/5174/18.%20Tabassum%20zaman.pdf;sequence=1b> [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

<sup>18</sup> D. Zhao, M. Rosson, « How and Why people twitter: The role that Micro-blogging plays in informal Communication at work», 243, [http://pensivepuffin.com/dwmcphd/syllabi/insc547\\_wi13/papers/microblog/zhao.rosson.Twitter.GROUP09.pdf](http://pensivepuffin.com/dwmcphd/syllabi/insc547_wi13/papers/microblog/zhao.rosson.Twitter.GROUP09.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

2. Μέσα κοινωνικής σελιδοσήμανσης (social bookmarking) : Digg, delicious  
 3. Ιστοσελίδες συνεργατικής συγγραφής (collaborative authoring) :  
 Wikipedia, Google Docs.

4. Ιστοσελίδες ανταλλαγής πολυμέσων (multimedia sharing): YouTube, Flickr

5. Ιστολόγια (blogs- micro blogging): Blogger, Word Press, Twitter

6. Διαδικτυακές τηλεδιασκέψεις (Web conferencing): WebEx, GoToMeeting, DimDim, ενώ σε επίπεδο ανάλυσης περιεχομένου, τα Social Media μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής (Cavazza, 2011):

1. Δημοσιεύσεις (Publish) : ιστολόγια, wikis για παράδειγμα Twitter, Wikipedia.

2. Διαμοιρασμός (Share): YouTube, Flickr, Digg.

3. Συζήτηση (Discuss): forums, εργαλεία κοινωνικής αναζήτησης όπως τα 4Chan, Mahalo

4. Εμπόριο (Commerce): περιλαμβάνονται λύσεις για reviews πελατών (BazaarVoice), κοινότητες συστάσεων (Polyvore), εντοπισμένα κουπόνια (Groupon).

5. Τοποθεσία (Location): τοπικά κοινωνικά δίκτυα (Loopt), events sharing (Eventful, Patrasevents).

6. Δίκτυο (Network): Hi5, My Life, Ning.

7. Παιχνίδια (Games)<sup>19</sup>.

Αυτή είναι μία νέα πραγματικότητα, η οποία πλέον καταγράφεται και σε κοινωνικές έρευνες που κατά καιρούς δημοσιεύονται. Για παράδειγμα, σε σχετική έρευνα του πάντα έγκυρου Pew Research Center διαπιστώθηκε, για την περίπτωση της Ελλάδας, ότι 66% των ενηλίκων δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, 53% ότι κατέχουν *smartphone* και 45% ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, το ποσοστό μεταξύ των νέων ηλικίας 18- 36 ετών που δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ή έχουν *smartphone*, εκτινάσσεται σε 99%, δημιουργώντας ένα χάσμα της τάξης του 47% από τους πολίτες ηλικίας 37

---

<sup>19</sup> Η αναφορά στα έργα των J. Zhang (2010), «Social Media and Distance Education», *Instructional Support Specialist Center for Support of Instruction*, <https://www.scribd.com/document/160525480/Social-Media-and-Distance-Education-De-Oracle> [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019], και στην κατηγοριοποίηση του Cavazza (2011), στην Ν. Κουτσογιαννοπούλου (2013), *Τα νέα μέσα ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης (Social Media) και η σχέση τους με την καταναλωτική συμπεριφορά*, διπλ. εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, 41.

ετών και άνω. Επίσης, μεγάλες διαφορές καταγράφονται και ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης. Έτσι, όσοι έχουν λίγη εκπαίδευση χρησιμοποιούν σε ποσοστό 54% το διαδίκτυο, ενώ όσοι έχουν περισσότερη σε ποσοστό 95%, μια διαφορά 41 ποσοστιαίων μονάδων<sup>20</sup>.

Βρισκόμαστε ολοένα και περισσότερο ενώπιον ενός παγκόσμιου φαινομένου, κατά το οποίο η επικοινωνία των ανθρώπων μοιάζει να αποσυνδέεται από τους χωρικούς και χρονικούς προσδιορισμούς άλλων εποχών και να αποκτά αμεσότητα και φθηνό κόστος. Είναι ένα φαινόμενο που συνοδεύει την παγκόσμια ομογενοποίηση που ήδη λαμβάνει χώρα στον τομέα της οικονομίας και των μεταφορών.

## *II. Λειτουργικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου.*

### *II.1. Υπερκειμενικότητα (Hypertextuality).*

---

<sup>20</sup> «Διαδίκτυο, smartphones και social media...καταλαμβάνουν τον κόσμο», Newsroom, *CNN Greece*, <https://www.cnn.gr/tech/story/137594/diadiktyo-smartphones-kai-social-media-katalamvanouyn-ton-kosmo> [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

Ο όρος υπερκειμενικότητα<sup>21</sup> σε σχέση με το διαδίκτυο, αναφέρεται στη δυνατότητα εισαγωγής συνδέσμων σε ένα ηλεκτρονικό κείμενο (hypertext), στη φάση συγγραφής του, ώστε να παραπέμπει τον αναγνώστη σε άλλα σχετικά κείμενα. Σε αυτή την περίπτωση έχουμε ένα νέο τύπο κειμένου, διαφορετικό από εκείνο της τυπογραφίας. Στο τυπωμένο κείμενο, ο αναγνώστης μελετά σε σειρά το κείμενο, δηλαδή γραμμικά. Είναι υποχρεωμένος να ακολουθήσει αυτή την διαδικασία, για να αφομοιώσει το κείμενο του βιβλίου και ακολουθεί τη ροή σκέψης του συγγραφέα χωρίς άλλη εναλλακτική δυνατότητα.

Στο «υπερκείμενο»<sup>22</sup>, όμως, μπορεί ο αναγνώστης να μεταβεί άμεσα σε μια άλλη σελίδα, σε μια φωτογραφία, σε ένα βίντεο κ.α. Δεν έχουμε επομένως γραμμικό κείμενο<sup>23</sup>, αλλά πρόκειται για μια ηλεκτρονικού τύπου παραπομπή, μέσω της επιλογής ενός «συνδέσμου» (hyperlink), που συνήθως εμφανίζεται με εικονίδιο

---

<sup>21</sup> Ο σχετικός όρος συνδέεται αναπόδραστα με την στρουκτουραλιστική σχολή ή «δομισμό» στην επιστήμη της γλωσσολογίας και της φιλοσοφίας. Ο σύγχρονος Γάλλος θεωρητικός και κριτικός, Gérard Genette, υπήρξε ένας πολύ σημαντικός εκπρόσωπος των όσων ασχολήθηκαν ενδελεχώς με το πεδίο της διακειμενικότητας. Ειδικότερα, τάχθηκε στο πλευρό των στρουκτουραλιστών, οι οποίοι θεωρούν ότι η κριτική μπορεί να αξιολογήσει το πόσο σημαντικό είναι ένα κείμενο, ακόμη και αν αυτή η διαδικασία απαιτεί τη συσχέτισή του με άλλα κείμενα, με τα οποία συνδέεται. Υπερκειμενικότητα για αυτόν περιλαμβάνει οποιαδήποτε σχέση που ενώνει ένα κείμενο Β (το οποίο αποκαλούμε υπερκείμενο), με ένα πρότερο χρονικά κείμενο Α (το οποίο ονομάζεται υποκείμενο). Για να τη διαχωρίσει από τη «μετακειμενικότητα», η οποία έχει σχολιαστική χροιά, τονίζει ότι η υπερκειμενικότητα έχει πιο περιγραφικό ή διανοητικό χαρακτήρα. Με άλλα λόγια, δεν έχουμε απλώς ένα κείμενο το οποίο αναφέρεται σε ένα άλλο, αλλά ένα κείμενο που στηρίζει την ύπαρξή του σε ένα άλλο και επιτελείται μέσω της διαδικασίας της μεταμόρφωσης, ένα μετασηματισμό τον οποίο ο ίδιος αποκαλεί μίμηση (imitation) του πρότερου έργου, βλ. Β. Μεγαγιάννη (2017), *Ιστορικό διακείμενο και λογοτεχνία: Θεωρία, έρευνα σε μαθητές Λυκείου και διδακτική αξιοποίηση*, διπλ. εργασία, ΕΚΠΑ, Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης, 42εξ.

<sup>22</sup> Ο όρος «υπερκείμενο» για πρώτη φορά εισήχθηκε από τον Theodor H. Nelson τη δεκαετία του 1960, βλ. «Theodore H (Ted) Nelson coins the word Hypertext» [http://www.computinghistory.org.uk/det/6984/Theodore-H-\(Ted\)-Nelson-coins-the-word-Hypertext/](http://www.computinghistory.org.uk/det/6984/Theodore-H-(Ted)-Nelson-coins-the-word-Hypertext/) [τελευταία ανάκτηση, 16.2.2019].

<sup>23</sup> Όπως τονίζει χαρακτηριστικά ο T.H. Nelson (1965) στο έργο του «A File Structure for the Complex, the Changing and the Intermediate», *ACM 20<sup>th</sup> National Conference, Proceedings*, 84: «By "hypertext" I mean nonsequential writing--text that branches and allows choice to the reader, best read at an interactive screen. As popularly conceived, this is a series of text chunks connected by links which offer the reader different pathways.» .Βλ.[http:// csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf](http://csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf)[τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

ή διαφορετική απόχρωση μιας λέξης. Η παραπομπή αυτή σε άλλες σελίδες ή βίντεο ή ακόμη και βιβλία ή περιοδικά, στην πράξη εμπλουτίζεται η ανάγνωση του αρχικού κειμένου, με συναφή προς τα αρχικά στοιχεία πληροφόρησης.

Αυτό μπορεί να σημαίνει δύο τινά: ο αναγνώστης είτε μπορεί να εμβαθύνει τις γνώσεις του για το θέμα, που μελετά είτε εμπλέκεται σε μια ατελείωτη διαδικασία ανεύρεσης νέων σχετικών γνώσεων, που επειδή είναι πολυπληθείς αδυνατεί να τις αφομοιώσει μελετώντας τις επιφανειακά, οπότε ουσιαστικά αυτό δεν τον ωφελεί και εκ παραλλήλου χάνει χρόνο. Σε κάθε περίπτωση είναι ο ίδιος ο αναγνώστης που αποφασίζει σύμφωνα με την προσωπική του κρίση και επιθυμία, ποιες εκδοχές και εφαρμογές θα ακολουθήσει από τις πολλαπλές που βρίσκονται στην διάθεσή του. Η σύνθεση των παράλληλων αυτών κειμένων ή οιασδήποτε μορφής πληροφοριών είναι κλιμακωτή, στην πράξη έχουμε το στοιχείο της γραμμικότητας. Ένα παράδοξο στοιχείο είναι το ότι «ο αναγνώστης γίνεται συγγραφέας», γιατί ενώπιον ενός υπερκείμενου που πρωταρχικά χαρακτηρίζεται από links που συνδέουν σύνολα άλλων κειμένων.

Μελετώντας το υπερκείμενο και επιλέγοντας μέσα από πλήθος δεσμών, αποφασίζει ο ίδιος την κατεύθυνση των γνώσεων, που θα προσλάβει. Αυτό είναι η λεγόμενη «διαδραστική ανάγνωση» (interactive reading), και κατά τους υποστηρικτές της ιδέας αυτής ο αναγνώστης μετατρέπεται σε συγγραφέα, ενώ ταυτόχρονα ο αρχικός συγγραφέας του υπερκείμενου έχει σύμφωνα με τις προθέσεις και σκοπιμότητές του παραθέσει τους συγκεκριμένους συνδέσμους<sup>24</sup>.

Ενώ η «διακειμενικότητα» (intertextuality) είναι μία φιλολογική κατ' ουσία μέθοδος, η οποία συγκρίνει τα κείμενα και ερμηνεύει σημεία του ενός κειμένου μέσω της παράλληλης ερμηνείας από άλλο κείμενο, και η οποία χρησιμοποιείται κατά κόρον στις κλασικές και στις θεολογικές σπουδές, η υπερκειμενικότητα συνίσταται στη συσσώρευση οποιουδήποτε στοιχείου ή πηγής (για το κείμενο), που μπορεί να είναι εικόνα, *video*, *link*, και που δεν έχει πάντοτε την συγκεκριμένη αναλυτική σημασία για το σημείο, στο οποίο αναφέρεται. Η

---

<sup>24</sup> P.Viires, «Literature in Cyberspace», 156, <http://www.folklore.ee/Folklore/vol29/cyberlit.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 16.2.2019].



ανάγνωση ενός γραπτού κειμένου στην οθόνη εμπεριέχει ήχο και εικόνα (φωτογραφίες, video) τα οποία ο αναγνώστης μπορεί να ενεργοποιήσει ενώ παράλληλα έχει τη δυνατότητα, πατώντας τους υπάρχοντες ενεργούς «συνδέσμους» (links), να φύγει έξω από τα όρια του κειμένου και να περάσει σε άλλες σελίδες και σε άλλα κείμενα, γραπτά ή οπτικοακουστικά. Η υπερκειμενικότητα συνεπάγεται τη δραστική υπέρβαση της γραμμικής ανάγνωσης και, συγχρόνως, τη δυναμική προσωποποίηση της ανάγνωσης.

Αυτό σημαίνει ότι καλείται ο αναγνώστης να δημιουργήσει, να «παράγει» τη δική του γνώση, να συμμετέχει στη δόμηση της αλήθειας. Στη βάση αυτής της αντίληψης υπάρχει η παραδοχή ότι η αλήθεια έχει σχετική και μόνο αξία, δεν είναι αντικειμενική, αμετάβλητη και αιώνια<sup>25</sup>. Αυτός που δημοσιεύει και αναρτά στο διαδίκτυο μετέχει στην κατασκευή της αλήθειας, η οποία πλέον δεν υπόκειται στη βάση του ορθού λόγου ή της μεταφυσικής- υπερβατικής αυθεντίας.

Παρά το σχετικά άναρχο χαρακτήρα της υπερκειμενικότητας στο ΜΚΔ, δεν πρέπει να μας διαφεύγει της προσοχής ότι τα «υπερκείμενα» δημιουργούν σκόπιμες και συνειδητές διασυνδέσεις που αναπαράγουν τις σχέσεις εξουσίας στους οργανισμούς ή τα κερδοσκοπικά, διαφημιστικά ή άλλα συμφέροντα. Μέσω, για παράδειγμα, της λειτουργίας των *hashtags*<sup>26</sup> στο *Twitter* ο

<sup>25</sup> «Σχετική αξία έχει και η γνώση της, γι' αυτό δεν υπάρχει απόλυτη και αντικειμενική γνώση ή εξήγηση του κοινωνικού κόσμου. Αυτό που συμβαίνει στην πραγματικότητα είναι η υποκειμενική οικοδόμηση της γνώσης μέσα από πολλαπλά νοήματα και σημασιοδοτήσεις, που προσδίνει ο καθένας. Παραδοχές που καθορίζουν την κονστρουκτιβιστική θεώρηση της μάθησης είναι: α) δεν υφίσταται το αλάθητο της επιστήμης, β) κάθε γνώση επιδέχεται ερμηνείας, γ) υπάρχουν πολλές και κατασκευασμένες πραγματικότητες, ανάλογα με τον τόπο, το χρόνο και την προοπτική και δ) η γνώση είναι διαπραγματεύσιμη, δομείται και διαχέεται μέσα στην ομάδα, μέσω μίας πορείας αλληλεπιδράσεων και στοχαστικών προσεγγίσεων», βλ. Μ. Κουκουνάρα-Λιάγκη (2012), «Οι θρησκείες στο σχολείο. Μία μετανεωτερική προσέγγιση της θρησκευτικής εκπαίδευσης με τεχνικές από το θέατρο στην Εκπαίδευση», *Θέατρο & Εκπαίδευση: Δεσμοί Αλληλεγγύης*, 233, [http://users.sch.gr/theatro/Praktika2012%20Gr/\\_D5Koukounaras%20ndn%20Gr.pdf](http://users.sch.gr/theatro/Praktika2012%20Gr/_D5Koukounaras%20ndn%20Gr.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

<sup>26</sup> «Η λέξη *hashtag* προέρχεται από την ένωση των λέξεων *hash* και *tag*, δηλαδή του συμβόλου # και μιας ετικέτας (λέξης). Για παράδειγμα, #Greece. Η πρώτη χρήση *hashtag* στα Social Media πραγματοποιήθηκε στο *Twitter* το 2007 και έκτοτε χρησιμοποιείται έως

συγγραφέας μπορεί να παρεμβαίνει και να διατηρεί ή να τροποποιεί το αρχικό νόημα ενός κειμένου, παρωδώντας ή πολλές φορές διαστρέφοντας το.

Με την αναδημοσίευση (retweeted) τα *hashtags* επιτρέπουν σε μέλη και σε μη-μέλη των οργανισμών να χρησιμοποιούν τα κείμενα, και αυτοί με την σειρά τους να διαμορφώνουν νέα οργανωσιακά κείμενα. Στην περίπτωση και πάλι των οργανισμών, που είναι και πιο ενδιαφέρουσα και σχετική με το θέμα μας, η λειτουργικότητα αυτή πετυχαίνει και την εσωτερική σταθερότητα και ταυτότητα του οργανισμού, την ίδια στιγμή που οι συνεχείς «αναδημοσιεύσεις» συγκεντρώνουν νέα σχόλια και νέο ακροατήριο.

Ο κόσμος παρακινείται να αντιδρά, να αναλαμβάνει δράση, όμως εφιστάται η προσοχή στο γεγονός ότι η επικοινωνία αυτής της μορφής είναι διευρυμένη και εκτεταμένη, δεν μπορεί να περιορισθεί ή να ορισθεί, δηλαδή μπορεί να απευθύνεται στον καθένα, και ο καθένας δεν έχει πάντα αγαθές προθέσεις. Για παράδειγμα, μη κυβερνητικές, ακτιβιστικές ή άλλες οργανώσεις διαμαρτυρίας χρησιμοποιούν αυτά τα *hashtags* με σκοπό να αποσταθεροποιούν τα μηνύματα και την ταυτότητα οργανισμών, τους οποίους αντιμάχονται σε συγκεκριμένα θέματα<sup>27</sup>.

## II.2. Σύγκλιση των Μέσων (*Media Congruence*)

Η σύγκλιση είναι ένα φαινόμενο στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών και των μέσων ενημέρωσης για την ενσωμάτωση υπηρεσιών, προσφορών περιεχομένου και

---

και σήμερα για την κατηγοριοποίηση συζητήσεων και δημοσιεύσεων. Ένα *hashtag*, δηλαδή, μπορεί να προσδώσει νόημα σε μία δημοσίευση η οποία υπό άλλες συνθήκες να μην είχε νόημα, διότι δείχνει σε τι αναφέρεται. Συνήθως εντοπίζουμε *hashtags* αναφερόμενα σε διάφορα events, σε τηλεοπτικά προγράμματα, σε πρόσωπα και καταστάσεις της επικαιρότητας, κλπ, καθώς επίσης και σε λέξεις οι οποίες χαρακτηρίζουν καταστάσεις, όπως για παράδειγμα *love*, *funny*, *selfie*, κλπ. Ένα *hashtag* μπορεί και λειτουργεί όταν αποτελεί σύνδεσμο και με κλικ πάνω σε αυτό μπορεί και ομαδοποιεί δημοσιεύσεις. Δεν συμβαίνει παντού αυτό», <http://www.socialmedialife.gr/110564/ti-einai-to-hashtag-kai-pos-to-xrisimopoio/> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>27</sup> O.B. Albu, M. Etter, *Hypertextuality and Social Media: A Study of the Constitutive and Paradoxical Implications of Organizational Twitter Use*, *Management Communication Quarterly*, 30/1 (2016), 5-31.

μέσων επικοινωνίας κάτω από μία βασική τεχνολογία ή οικοσύστημα. Το Διαδίκτυο, πετυχαίνει μια σύγκλιση των Μέσων Ενημέρωσης σε έναν πολύ υψηλό βαθμό.

Ενώ το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και οι εφημερίδες ήταν τα μέσα επικοινωνίας των ανθρώπων, το διαδίκτυο, όπως εξελίχθηκε τα τελευταία χρόνια, πέτυχε να ενσωματώσει τα μέσα αυτά, αποτελώντας κάτι εντελώς καινούργιο και διαφορετικό και διασώζοντας τα χαρακτηριστικά τους. Για παράδειγμα ας αναφερθεί η περίπτωση της *Smart TV*. Το 2010, η σύγκριση τηλεόρασης και Internet, δημιούργησαν την αποκαλούμενη έξυπνη τηλεόραση (*Smart TV*).

Επομένως όπως παρατηρούμε στην ιστορία των Μέσων, η εμφάνιση ενός νέου Μέσου δεν συνεπάγεται την εξαφάνιση του παλιότερου. Όταν νέες μορφές επικοινωνίας ανακαλύπτονται, τότε οι παλιότερες αναπροσαρμόζονται και παραμένουν ενεργές σε νεότερα σχήματα. Τα νεότερα ψηφιακά μέσα δημιουργούνται στο περιβάλλον των παλιών Μέσων Ενημέρωσης. Παραμένει η αναφορά και συσχέτιση με τα παλαιότερα. Η διαδικασία αυτή καλείται διεθνώς με τον όρο *Mediamorphosis*<sup>28</sup>. Η προέλευση του όρου αποδίδεται στον Fidler Roger<sup>29</sup>, ο οποίος καθόρισε και τα επιμέρους στάδια αυτής της μιντιακής μεταμόρφωσης. Αυτά έχουν να κάνουν με την συν-εξέλιξη και τη συνύπαρξη των παλαιών και των νέων Μέσων, το κατεξοχήν στάδιο της μεταμόρφωσης, όταν το νέο Μέσο δεν δημιουργείται στο «κενό», αλλά αποτελεί μία μετεξέλιξη του παλαιότερου Μέσου, τη διάδοση του νέου Μέσου, το στάδιο της επιβίωσης, όταν τα παλαιότερα Μέσα καλούνται να προσαρμοσθούν στις νέες ανάγκες και απαιτήσεις (χαρακτηριστικό παράδειγμα η ηλεκτρονική δημοσιογραφία), και, τέλος, το στάδιο της ευκαιρίας, όταν το διακύβευμα είναι η επιτυχία του νέου μέσου, διότι αυτή δεν είναι ποτέ εξασφαλισμένη<sup>30</sup>.

Η σύγκλιση των Μέσων δεν είναι μία διαδικασία, η οποία εξαντλείται στη μιντιακή μεταμόρφωση. Η μιντιακή μεταμόρφωση είναι το αφηγηματικό σημείο για

<sup>28</sup> A.N. Nwammuo, *Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of Digital Media Forms alongside African Traditional Media*, *African Research Review*, 5/2 (2011), 115.

<sup>29</sup>R. Fidler (1997), *Mediamorphosis. Understanding New Media*, Pine Forge Press, California, London.

<sup>30</sup> T. Tomasello, Y. Lee, A. Baer, «New Media research publication trends and outlets in communication, 1990-2006», *New Media & Society*, 12/4 (2010), 533.

αυτή την σύγκλιση των Μέσων. Η ίδια όμως είναι μία πολύ ευρύτερη κατηγορία. Ξεκινά από την τεχνολογική σύγκλιση, που δημιουργείται με την ψηφιοποίηση όλου του επικοινωνιακού περιεχομένου (λέξεις, εικόνες, ήχοι), κάτι που μας θυμίζει και τη λειτουργία της υπερκειμενικότητας στον κυβερνοχώρο, συνεχίζεται με την οικονομική σύγκλιση, όταν η παραγωγή αναδιαρθρώνεται στη λογική «συνεργειών» και η εταιρική ιδιοκτησία «διαμοιράζεται» στο διαδίκτυο, ακολουθεί η κοινωνική σύγκλιση, με την οποία χαρακτηρίζουμε την τάση των καταναλωτών του πληροφοριακού υλικού να αναπτύσσουν πολλαπλές δεξιότητες και στρατηγικές για να πλοηγηθούν στο ψηφιακό περιβάλλον, για να φθάσουμε στην πολιτισμική σύγκλιση, δηλαδή στη διαμόρφωση μίας νέας «κουλτούρας διαδικτύου», όπου το κοινό συμμετέχει στην αρχειοθέτηση, σχολιασμό, προσαρμογή, και στην επανακυκλοφορία του περιεχομένου, ή την αφήγηση με νέα Μέσα. Στο τέλος αυτής της διαδικασίας μπορεί να έχουμε είτε ένα καθεστώς ομογενοποίησης και πολιτισμικής ισοπέδωσης είτε μία εμπορευματοποίηση ενός «υλικού» που δεν έχει τις υψηλές απαιτήσεις ποιότητας άλλων εποχών<sup>31</sup>.

Με την σύγκλιση και τη μεταμόρφωση των Μέσων ατονεί και συγχέεται ολοένα και περισσότερο η διάκριση ανάμεσα στην παραγωγή και στην κατανάλωση του διαδικτυακού (ειδησεογραφικού ή άλλου) υλικού. Πλέον η επικοινωνία του τύπου «ένας-προς-όλους» δεν υφίσταται και πολύ άνετα ο ακροατής ή ο θεατής του ψηφιακού υλικού μπορεί να γίνει στη συνέχεια αναμεταδότης ή παραγωγός του<sup>32</sup>. Οι «αρχηγοί γνώμης» (opinion leaders) είναι τα χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της μιντιακής σύγκλισης. Στην περίπτωση των *blogs* και των *bloggers* είναι αυτοί που «εκμεταλλεύονται» την επιβίωση των κλασικών ΜΜΕ και διοχετεύουν τις πληροφορίες σε άλλα άτομα. Η δράση τους όμως αυτή δεν είναι μονοσήμαντη. Οι «αρχηγοί γνώμης» μαθαίνουν μέσα από τη διαδικασία περισσότερο τα ενδιαφέροντά τους (δεν είναι «έτοιμοι» συντελεστές που απλά παρεμβαίνουν), και

<sup>31</sup> Παραπομπή στον H. Jenkins (2001), «Convergence? I Diverge», *Technology Review*, [http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/jenkins\\_convergence\\_optional.pdf](http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/jenkins_convergence_optional.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 15.2.2019], από την Ο. Αντωνοπούλου (2011), *Αίθουσες σύνταξης 2.0: Η ψηφιακή μετάβαση*, διπλ. εργασία, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη, 33-35.

<sup>32</sup> E. Mitchelstein, P. Boczkowski, «Between Tradition and change. A review of recent research on online news production», *Journalism*, 10/5 (2009), 585.

αλληλεπιδρούν τόσο με τους αναγνώστες των *blogs* όσο και με τους άλλους *bloggers*. Οι ενδιάμεσοι αυτοί παράγοντες, ή οι ενδιάμεσοι αυτοί «κόμβοι» της πληροφόρησης, συλλέγουν, μεταφέρουν, φιλτράρουν και ενισχύουν την επικοινωνιακή ροή. Η «είδηση» αρχικά παράγεται από ένα κλασικό και παραδοσιακό ΜΜΕ και στη συνέχεια διαχέεται στον κυβερνοχώρο μέσα από τη διαδικτυακή δράση των *bloggers*<sup>33</sup>.

### II.3. Πολυμεσικότητα (Multimedia).

Με τον όρο «πολυμέσα» αποδίδεται στα ελληνικά ο αγγλικός όρος *multimedia*<sup>34</sup>. Προσδιορίζει την χρήση πολλών μέσων ή μορφών πληροφορίας. Ως κλάδος της Πληροφορικής ασχολείται με το συνδυασμό ψηφιακών δεδομένων πολλαπλών μορφών, δηλαδή κειμένου, γραφικών, στατικής εικόνας, κινούμενης εικόνας, ήχου και βίντεο, για να αναπαραστήσει, παρουσιάσει, μεταδώσει, επεξεργαστεί ή να αποθηκεύσει πληροφορίες. Μέσω του «διαμοιρασμού των πολυμέσων» (*multimedia sharing*), οι χρήστες μπορούν να δημιουργούν και να μοιράζονται πολυμεσικά αρχεία (ήχο, εικόνα, *video*), με δημοφιλέστερα τα *YouTube*, *Flickr* και το *Vimeo*<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> V. Campbell, R. Gibson, et al. (2009), «News Blogs, Mainstream News and News Agendas», Conference 12<sup>th</sup> – 13<sup>th</sup>, [https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/8088/3/\[06\]Blogs-Agenda-Sussex%20Chapter\\_16\\_03\\_09-final.pdf](https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/8088/3/[06]Blogs-Agenda-Sussex%20Chapter_16_03_09-final.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>34</sup> Είναι σύνθετη λέξη από το *multi-*, που σημαίνει πολλαπλός και τη λέξη *media* (:στον ενικό *medium*), που σημαίνει Μέσα. Στην πληροφορική αναφέρεται στους τρόπους χειρισμού της κάθε πληροφορίας.

<sup>35</sup> «Διαμοιρασμός πολυμέσων: Πρόκειται για τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης που δημιουργήθηκαν με στόχο το διαμοιρασμό πολυμεσικού υλικού, όπως προαναφέρθηκε. Αυτές οι ιστοσελίδες έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά όπως η ευκολία της έκδοσης και η δυνατότητα σχολιασμού και αξιολόγησης του περιεχομένου, όπως επίσης και η σύνδεση και αναφορά στο υλικό άλλων χρηστών. Παράδειγμα αυτών αποτελούν το *YouTube* το οποίο έχει εξελιχθεί σε βασική διαδικτυακή πύλη διαμοιρασμού αρχείων βίντεο, τα *Picasa* και *Flickr* τα οποία χρησιμοποιούνται για την ανάρτηση, το διαμοιρασμό, τη γεωγραφική τοποθέτηση, την οργάνωση και την προσθήκη ετικετών σε φωτογραφίες καθώς και περισσότερο εξειδικευμένες ιστοσελίδες όπως για παράδειγμα το *Slideshare* που χρησιμοποιείται για την ανάρτηση παρουσιάσεων *PowerPoint*», βλ. «Κοινωνικά δίκτυα και *Web 2.0*», [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/728/3/02\\_chapter\\_06.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/728/3/02_chapter_06.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

Αναφερόμενοι στην «πολυμεσικότητα», (ως χαρακτηριστικό του διαδικτύου) εννοούμε αυτές τις ποικίλες μορφές, που μπορεί να προσλάβει η πληροφορία διαδιδόμενη μέσω του διαδικτύου. Αυτή η πολυτροπικότητα του διαδικτύου, έχει ως αποτέλεσμα να ικανοποιούνται περισσότερα μαθησιακά στυλ, αφού διεγείρονται περισσότερες αισθήσεις (όραση, αφή, ακοή). Είναι επομένως αναγκαίο για την κατανόηση του πολυμεσικού τρόπου επικοινωνίας να διερευνηθούν ξεχωριστά οι ρόλοι των επιμέρους «γλωσσών», όπως λ.χ. της εικόνας, του ήχου, της κινούμενης εικόνας κ.α., αλλά και ο τρόπος πρόσληψης και επεξεργασίας των πολυμεσικών στοιχείων από τον άνθρωπο. Η σωστή επιλογή των εικόνων που θα χρησιμοποιηθούν για τη μετάδοση της πληροφορίας θα έχει σαν αποτέλεσμα την επιτυχημένη της διάδοση.

Στην ορολογία του διαδικτύου και συγκεκριμένα στο χώρο των πολυμέσων χρησιμοποιούμε τον όρο στατική εικόνα ή γραφικά για να περιγράψουμε μία φωτογραφία, ένα σχέδιο, έναν πίνακα ζωγραφικής ή οποιαδήποτε άλλη εικόνα. Ο όρος κινούμενη εικόνα αναφέρεται στην τεχνητή προσομοίωση κίνησης (animation) ή το βίντεο. Η ενσωμάτωση εικόνας σε μία εφαρμογή πολυμέσων κρίνεται ωφέλιμη για την πληρέστερη περιγραφή του πληροφοριακού υλικού αλλά επιπλέον βοηθάει και στην αλληλεπίδραση χρήστη με εφαρμογή.

Βασικά επομένως δομικά στοιχεία των πολυμέσων, είναι η εικόνα και τα γραφικά, το κείμενο, το *animation*, ο ήχος και το βίντεο. Τα δομικά αυτά στοιχεία προϋποθέτουν και, με την σειρά τους, δημιουργούν μία «συνθετική όραση» (synthetic vision), η οποία δηλώνει τόσο την φυσική πραγματικότητα όσο και την εικονοποίηση αυτής. Έχουμε ακούσει πολύ συχνά τον όρο «εικονική πραγματικότητα». Είναι το αποτέλεσμα μίας προσομοίωσης της ίδιας της πραγματικότητας. Μέσω των τεχνικών διαδικασιών *VMRL* (Virtual Reality Modeling Language)<sup>36</sup>, των τεχνικών *animation*<sup>37</sup>, των φωτορεαλιστικών εργαλείων και όλης

---

<sup>36</sup> Μορφή αρχείου- φακέλου, που αντιπροσωπεύει τα τρισδιάστατα διαδραστικά γραφικά, που χρησιμοποιούνται στον παγκόσμιο ιστό.

της αισθητικής του *computation*, οι εικόνες δεν εντυπώνονται σε κάποιο υλικό αντικείμενο (με την παραδοσιακή έννοια), αλλά ορίζονται σε έναν σχετικό χώρο, που τις υποδέχεται και είναι μία συνείδηση σε συνεχή ροή, οπότε και οι οπτικές «γωνίες» αλλάζουν συνεχώς και αδιάλειπτα<sup>38</sup>.

Ο κυβερνοχώρος, λοιπόν, αποτελείται από «εικόνες», και είναι αυτές οι εικόνες που επιτρέπουν την πολυμεσικότητα. Οι εν λόγω εικόνες δεν συμβολίζουν κάτι που βρίσκεται πίσω από αυτές, αλλά λειτουργούν ως «ψηφίδες», που στο σύνολό τους δημιουργούν την ψευδαίσθηση της πραγματικότητας. Κανείς δεν μπορεί με ασφάλεια να διακρίνει εάν αυτό που του παρουσιάζεται είναι μία ψεύτικη ή μία αληθινή εικόνα<sup>39</sup>. Και, βέβαια, αυτές οι εικόνες «βομβαρδίζουν» τον χρήστη του διαδικτύου σε απίστευτο βαθμό. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην περιορισμένη χρονικότητα των ΜΚΔ, μπορεί να παρατηρήσει κανείς το «πέραςμα» από κείμενα με ελάχιστες εικόνες και *animation* σε ολοένα και μεγαλύτερη υποκατάσταση του κειμένου από *links* και *videos* ή ηχητικές καταγραφές. Ο πραγματικός κόσμος μετατρέπεται σε εικόνες θεάματος. Εάν δεν υπάρχουν οι εικόνες αυτές, δεν αμφισβητείται απλά η αλήθεια της πληροφορίας, αλλά ο χρήστης δεν επικεντρώνει καν την προσοχή του σε αυτό το πληροφοριακό υλικό.

Η ισχύς των πολυμέσων στο διαδίκτυο επεκτείνει σε μέγιστο βαθμό τον «χώρο» και μειώνει σε ελάχιστο βαθμό τον «χρόνο», κατά συνέπεια μπορεί ο χρήστης να επικοινωνεί όποτε θέλει με οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, ακόμα και με σώματα που βρίσκονται στο διάστημα, με την προϋπόθεση να υφίσταται η αναγκαία τεχνική διασύνδεση. Ο «χώρος» είναι απέραντος και άμεσα προσβάσιμος, διότι είναι εικονικός. Με τα προγράμματα γραφικών ενός υπολογιστή είμαστε σε θέση να μεγεθύνουμε την εικόνα (ζουμάροντας) και τα αντικείμενα να τα μεγαλώσουμε σε απεριόριστο βαθμό. Είμαστε σε θέση να συμπίεσουμε απίστευτα μεγάλους χώρους ή να επεκτείνουμε ατελείωτα μικρούς αντίστοιχους. Οι

---

<sup>37</sup> «Σχεδιοκίνηση» ή απλά κινούμενη εικόνα. Έχει να κάνει με τη δημιουργία της ψευδαίσθησης της κίνησης.

<sup>38</sup> P. Virilio (1994), *The vision machine*, Indiana University Press, 60-61.

<sup>39</sup> L. Min, «Symbol and Intercourse. Visuality of Chinese Cyber Symbol and Intercourse of Cyber Public Space», *Cross- Cultural Communication*, 11/11 (2015), 53.

διαστάσεις μειώνονται σε πολύ μεγάλο βαθμό. Ο εικονικός χώρος είναι ένας χώρος, ο οποίος δεν έχει ούτε γραμμές ούτε οριοθετήσεις, μία επέκταση-υπέρβαση του φυσικού χώρου<sup>40</sup>.

Ο λόγος είναι πλέον για «δίκτυα πολυμεσικής πληροφόρησης» (Multimedia Information Network, MINet), τα οποία περιλαμβάνουν *videos* και εικόνες. Οι τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις στην ταχύτητα του διαδικτύου και στην ευκολία διάδρασης (interface) του ενός χρήστη με τον άλλον, που παρέχουν κάποιες *web* εταιρείες όπως είναι οι *Flickr*, *Corbis* και *Facebook*, κάνουν εφικτό ακόμα περισσότερο το «διαμοιρασμό» αυτών των πολυμέσων μέσω της προσθήκης των *tags* ή ετικετών σε αυτά. Βασική προϋπόθεση αυτής της εικονικής πραγματικότητας είναι η περαιτέρω ψηφιοποίηση του κόσμου μέσω της χρήσης των ψηφιακών καμερών (digital cameras) και της ευκολίας που μπορεί να «ανεβάσει» κανείς προσωπικές, πλέον ψηφιακές του στιγμές, στον κυβερνοχώρο<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> E. Halabi (Σάρα μοναχή) (2012), *Η χρήση του Διαδικτύου στην Ποιμαντική Πράξη της Εκκλησίας*, διδ. διατριβή, ΑΠΘ, 117-118, <http://ikee.lib.auth.gr/record/129554/files/GRI-2012-8965.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

<sup>41</sup> L. Cao, G. Qi et al. (2011), «Multimedia Information Networks», [file:///C:/Users/Mγ%20PC/Downloads/Multimedia Information Networks in Social Media.pdf](file:///C:/Users/Mγ%20PC/Downloads/Multimedia%20Information%20Networks%20in%20Social%20Media.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]



#### II.4. Προσβασιμότητα (Accessibility).

Με τον όρο προσβασιμότητα στον παγκόσμιο ιστό, προσδιορίζουμε την ισότιμη πρόσβαση στις πληροφορίες και τις λειτουργικές δυνατότητες που προσφέρει ο παγκόσμιος ιστός για όλους τους χρήστες του διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, προσβασιμότητα στον παγκόσμιο ιστό σημαίνει ότι όλοι οι άνθρωποι ανεξαρτήτως ικανοτήτων και αναπηρίας μπορούν να αντιληφθούν, να κατανοήσουν, να πλοηγηθούν και να αλληλεπιδράσουν με τον παγκόσμιο ιστό.

Παρά την παγκοσμιότητα του διαδικτύου, είναι γνωστό πως υπάρχουν περιοχές ιδίως σε χώρες του τρίτου κόσμου που οι οικονομικοί, τεχνικοί λόγοι δεν επιτρέπουν την πρόσβαση. Ενώ το χάσμα στη χρήση του διαδικτύου μεταξύ αναδυόμενων και προηγμένων οικονομιών έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια, εξακολουθεί να υπάρχει μεγάλος αριθμός πολιτών που δεν το χρησιμοποιούν. Κατά συνέπεια, η προσβασιμότητα δεν μπορεί να εκληφθεί ως μία απόλυτη κατηγορία. Το γεγονός, όμως, ότι *online* τεχνικές όπως τα *banners* και τα *portals* έχουν προστεθεί σε *web* τοποθεσίες για να προάγουν τη διαφήμιση, δείχνει ότι η προσβασιμότητα είναι μία δεδομένη πραγματικότητα στον κυβερνοχώρο. Σε κάθε περίπτωση, στο πλαίσιο των όρων της «διαθεσιμότητας» (*availability*), της «προσβασιμότητας» (*accessibility*) και της «προσιτότητας» (*affordability*), το «ψηφιακό χάσμα» (*digital divide*) είναι μία πραγματικότητα<sup>42</sup>, η οποία

---

<sup>42</sup> «Κατ' αρχήν θα πρέπει να γίνει ένας διαχωρισμός ως προς το περιεχόμενο της έννοιας του κοινωνικού αποκλεισμού σε σχέση με το Internet. Η ύπαρξη και μόνο του Διαδικτύου προκαλεί το φαινόμενο σε όσους δεν έχουν την δυνατότητα πρόσβασης. Αυτοί είναι κοινωνικά αποκλεισμένοι, αν θεωρήσουμε το Internet ως έναν κοινωνικό χώρο δραστηριότητας, συμμετοχής και ανάπτυξης, κάτι που φυσικά ισχύει και μάλιστα ολοένα και περισσότερο οι κοινωνίες βασίζουν τις λειτουργίες τους σ' αυτό. Έτσι, διαπιστώνουμε ότι σε ένα πρώτο επίπεδο έχουμε μία μορφή κοινωνικού αποκλεισμού που σχετίζεται με την προσβασιμότητα. Αυτό παραπέμπει σε πολλές παραμέτρους που διάφορες έρευνες εξετάζουν για να βγάλουν χρήσιμα συμπεράσματα, όπως: το φύλο, η ηλικία, το επάγγελμα, το επίπεδο αστικοποίησης, το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, η εθνότητα, το αν υπάρχουν παιδιά στην οικογένεια, η υγεία (αν είναι κάποιος ανάπηρος, φορέας του AIDS, χρήστης ναρκωτικών, κουφός), οι σεξουαλικές προτιμήσεις, το πολιτικό προφίλ. Όλα τα παραπάνω

παρατηρείται ακόμη και σε χώρες-πρωτοπόρους της επικοινωνιακής τεχνολογίας όπως είναι οι ΗΠΑ<sup>43</sup>.

Η «τεχνολογική ανισότητα» ή το «ψηφιακό χάσμα» είναι τόσο δεδομένο, ώστε δεν είναι βέβαιο και προβλέψιμο ότι μπορεί να ξεπερασθεί μέσω της περαιτέρω ανάπτυξης της τεχνολογίας και τη μαζική διάδοσή της, ή την προσφορά οικονομικών κινήτρων. Δεν είναι η προσβασιμότητα απλά μία τεχνολογική δυνατότητα, που προϋποθέτει ηλεκτρονικούς υπολογιστές, αλλά είναι μία διαδικασία οικειοποίησης ενός «κοινωνικού κεφαλαίου», μέσα από τα δίκτυα της γειτονιάς, των φίλων ή των ομάδων κοινών ενδιαφερόντων. Αυτό υπονοείται, άλλωστε, στις πρακτικές του δανεισμού του εξοπλισμού ή του «διαμοιρασμού» (sharing/ copying) του *software*<sup>44</sup>. Με άλλα λόγια, σημασία δεν έχει τόσο πολύ το να γνωρίζει κανείς το *internet* και να έχει δικό του υπολογιστή όσο το να χρησιμοποιεί το παραγόμενο «κοινωνικό κεφάλαιο» των νέων τεχνολογιών, σ' ένα πλαίσιο ανάλογης γνώσης και χρήσης.

Ο κυβερνοχώρος δεν έχει να κάνει με τη (τεχνική) δυνατότητα διασύνδεσης με την παγκόσμια πληροφοριακή «οδό» (ή δομή), αλλά και με τη δυνατότητα πρόσβασης στο διαδικτυακό περιεχόμενο. Με άλλα λόγια, δεν έχει να κάνει με την παθητική χρησιμοποίηση του «μαύρου κουτιού» της τεχνολογίας, αλλά με την ενεργή συμμετοχή στην παραγωγή και στο διαμοιρασμό του πληροφοριακού υλικού. Για παράδειγμα, το γεγονός ότι χώρες ή περιοχές του αναπτυσσόμενου κόσμου καταναλώνουν απλά και «παθητικά» ψηφιακές πληροφορίες μέσω υπολογιστών, *smart phones*, ή *tablets*, δεν δημιουργεί ταυτόχρονα και ψηφιακούς «παραγωγούς», που να μπορούν να παράγουν και να διαμοιράζουν πληροφοριακό υλικό. Η απλή προσβασιμότητα δεν συνεπάγεται και διαδικτυακή ανάπτυξη.

---

αποτελούν μεταβλητές που εξετάζονται για να μετρηθεί το μέγεθος και το είδος του κοινωνικού αποκλεισμού γενικά, αλλά και σε σχέση με το Διαδίκτυο, πράγμα που σημαίνει ότι π.χ. ένας ηλικιωμένος βιώνει πιο έντονα το ψηφιακό χάσμα, το οποίο στην περίπτωση αυτή είναι και ηλικιακό ή ένας κάτοικος αγροτικής περιοχής είναι αποκλεισμένος λόγω της γεωγραφικής τοποθεσίας του στην οποία η σύνδεση του Internet δεν έχει φτάσει ακόμα», Ι. Κρούστη (2012), *Κυβερνοχώρος ως μία νέα πρόταση επικοινωνίας*, Σπάρτη, 55.

<sup>43</sup> C. Hamelink (2003), *The Ethics of Cyberspace*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 82.

<sup>44</sup>N. Selwyn, «Reconsidering Political and Popular Understanding of the Digital Divide», *New Media & Society*, 6/3 (2004). 353-354.

## II.5. Διαδραστικότητα (*Interactivity*).

Η επικοινωνία του τύπου «πολλοί-προς-πολλούς» σε σχέση με την παραδοσιακή επικοινωνία του τύπου «ένας-προς-πολλούς» είναι μία βασική συνισταμένη των ΜΚΔ. Είναι απόλυτα αυτονόητο, διότι το διαδίκτυο προσφέρει την τεχνική δυνατότητα της ελεύθερης πρόσβασης (χωρίς περιορισμούς) και της αναζήτησης αυτού που επιθυμείς. Οι τεχνικές αυτές δυνατότητες, που είναι εγγενείς στο δίκτυο, τελικά συντελούν στη διαμόρφωση *online* κοινοτήτων, οι οποίες είναι «χαμηλού κόστους» (low cost), «εύκολης εισόδου» (easy entry), αλλά και «εύκολης αποχώρησης» (easy exit). Η διαδραστικότητα δημιουργεί διαδικτυακές σχέσεις, που δεν έχουν ιεραρχίες και είναι ιδιαίτερα ευμετάβλητες, διότι ο καθένας σε κάθε στιγμή εισέρχεται και αποχωρεί. Είναι μία διαδικασία που έχει αρχίσει πολύ πριν την εμφάνιση του διαδικτύου, και η οποία όμως με τις νέες τεχνολογίες παράγει τον λεγόμενο «διαδικτυακό ατομικισμό» (networked individualism/ individualized networking)<sup>45</sup>.

Η επικοινωνία αλλάζει μέσω της διαδραστικότητας. Πλέον δεν κάνουμε λόγο για την ασύγχρονη επικοινωνία «ενός-προς-έναν» του *e-mail*, ή την ασύγχρονη επικοινωνία «πολλών- προς-πολλούς» των *bulletin boards*<sup>46</sup> και του παλαιότερου *Usenet*<sup>47</sup> ή των *Listservers*, αλλά για την σύγχρονη επικοινωνία «ενός-

<sup>45</sup> B. Wellman, J. Boase, W. Chen, «The Networked Nature of Community: Online and Offline», *IT & Society* 1/1 (2002),151-165.

<sup>46</sup> Το *Bulletin Board System* (BBS) είναι μία εφαρμογή, η οποία στην εποχή πριν την άφιξη του world wide web (δηλαδή, στη δεκαετία του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990) εξυπηρετούσε την ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ χρηστών, <https://whatis.techtarget.com/definition/bulletin-board-system-BBS> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>47</sup> Το *Usenet* είναι παγκόσμιο κατανεμημένο σύστημα συζήτησης που διατίθεται στους υπολογιστές. Αναπτύχθηκε από την αρχιτεκτονική δικτύου *dial-up* γενικής χρήσης *Unix-to-Unix* (UUCP). Η αξιοσημείωτη διαφορά μεταξύ ενός BBS, ενός διαδικτυακού φόρουμ και του *Usenet* είναι η απουσία κεντρικού διακομιστή και ειδικού διαχειριστή. Το *Usenet* διανέμεται μεταξύ ενός μεγάλου, συνεχώς μεταβαλλόμενου συνόλου διακομιστών που αποθηκεύουν και διαβιβάζουν μηνύματα μεταξύ τους στις λεγόμενες πηγές ειδήσεων. Οι μεμονωμένοι χρήστες μπορούν να διαβάζουν μηνύματα και να αποστέλλουν μηνύματα σε έναν τοπικό διακομιστή που διαχειρίζεται ένας εμπορικός πάροχος υπηρεσιών *usenet*, ο τοπικός πάροχος υπηρεσιών διαδικτύου, ένα πανεπιστήμιο, ο εργοδότης ή ο δικός του διακομιστής, <https://el.wikipedia.org/wiki/Usenet> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

προς-έναν» ή «ενός-προς-πολλούς» γύρω από ένα θέμα όπως είναι τα *MUDs*<sup>48</sup> (Multi-user Dungeons) ή τα *chat rooms*, ομοιάζοντας περισσότερο με την ασύγχρονη επικοινωνία «ενός-προς-πολλούς» σαν τα *web sites* ή τα *gophers*<sup>49</sup>.

Ο κόσμος των *blogs*, αλλά και του *Facebook*, είναι χαρακτηριστικοί για την προβολή της διαδραστικότητας. Στην πρώτη περίπτωση, έχουμε να κάνουμε με τη δυνατότητα που παρέχεται στους χρήστες να αφήνουν σχόλια σε κάθε ανάρτηση και να στέλνουν ο ένας στον άλλο μηνύματα, μέσω *widgets*<sup>50</sup>, ενώ στη δεύτερη περίπτωση υπάρχει τόσο η δυνατότητα του σχολιασμού όσο και αυτή του *like*, ή ακόμα και της «απόρριψης» (μπλοκαρίσματος) του άλλου χρήστη, εάν τα σχόλιά του είναι προσβλητικά ή παραβιάζουν κάποιους κανόνες ορθής συμπεριφοράς (από την πλατφόρμα) ή την υποκειμενική αντίληψη του χρήστη (από την πλευρά του ίδιου του χρήστη).

Η διαδραστικότητα είναι μία μορφή εμπειρίας, η οποία πραγματοποιείται από ένα άτομο σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον, με βασικό χαρακτηριστικό της στοιχείο την ταχύτητα και την αμεσότητα της απάντησης. Η ταχύτητα είναι η κλίμακα μέτρησης ανάμεσα στην εισαγωγή των δεδομένων ή τα *inputs*, την επεξεργασία και τη μεταφορά της εξαγωγής των δεδομένων ή *outputs*<sup>51</sup>. Η εν λόγω διαδραστικότητα δεν περιορίζεται, όμως, μόνο στο επίπεδο της διαδικασίας ανταλλαγής των πληροφοριών ή στο επίπεδο του τεχνικού χαρακτηριστικού ενός Μέσου (interactivity as a process-related variable, interactivity as a medium characteristic). Η διαδραστικότητα έχει την υποκειμενική

---

<sup>48</sup> Τα *MUDs* είναι εικονικοί κόσμοι που δημιουργούνται στο διαδίκτυο, και συνδιαμορφώνονται από τις αντιδράσεις ή τα σχόλια των επισκεπτών τους. Αποτελούν προδρομικές μορφές των εικονικών διαδικτυακών παιχνιδιών, <https://www.livinginternet.com/d/d.htm> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>49</sup> M. Morris, C. Ogan, «The Internet as Mass Medium», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 46/1(1996), <https://academic.oup.com/jcmc/article/1/4/JCMC141/4584353> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>50</sup> Πρόκειται για μικρές εφαρμογές που μπορούν να εγκατασταθούν ώστε να παρακολουθεί κανείς όλα τα τελευταία νέα του *Freeweird* μέσα από τον *feed reader*, χωρίς να χρειάζεται να επισκέπτεται κανείς κάθε τόσο το *blog* για να δείτε αν προστέθηκε κάτι.

<sup>51</sup> Halabi (2012), ό.π. , 114.

πλευρά του ίδιου του χρήστη, ο οποίος αντιλαμβάνεται, βιώνει και αντιδρά στην εισερχόμενη πληροφορία<sup>52</sup>.

Τέλος, είναι ιδιαίτερα χαρακτηριστικό ότι αυτή η διαδραστικότητα συνιστά και το τεχνικό υπόβαθρο για τη λειτουργία των «εικονικών παιχνιδιών ρόλων», μέσω των οποίων το άτομο- χρήστης του διαδικτύου, ο επισκέπτης του κυβερνοχώρου, αποκτά τον «άλλο του εαυτό». Τα *avatars*, δηλαδή οι εικονικές αναπαραστάσεις ή οι γραφικές απεικονίσεις του χαρακτήρα του χρήστη, που λειτουργούν και ως *alter egos*, είναι ακριβώς παραδείγματα αυτής της διάθεσης για υπέρβαση της σωματικότητας και της φθαρτότητας που χαρακτηρίζει το διαδίκτυο. Μπορεί αυτά να χρησιμοποιούνται σε εντελώς τετριμμένες χρήσεις όπως είναι τα εικονικά παιχνίδια ή οι αντίστοιχες συναντήσεις και επικοινωνίες σε περιβάλλοντα εικονικής διάδρασης, όμως μαρτυρούν την τάση για αθανασία, αφθαρτοποίηση, α-ιστορικότητα, δηλαδή για μία άλλη μεταφυσική του σώματος. Ακόμη περισσότερο, μπορούμε να πούμε ότι το ζήτημα δεν είναι τόσο κατά πόσο το εικονικό σώμα μιμείται την πραγματικότητα, αλλά πολύ περισσότερο σε ποιο βαθμό παρεμβαίνει και τη διαμορφώνει εκ νέου<sup>53</sup>

### **A3. Συνέπειες των μορφών κοινωνικής δικτύωσης.**

#### *[1] Εναλλακτική πληροφόρηση*

Μέχρις στιγμής είδαμε τους διάφορους τρόπους κοινωνικής δικτύωσης. Το πρώτο αποτέλεσμα αυτής της δικτύωσης δεν είναι άλλο από την επικοινωνία μέσω της ανταλλαγής πληροφόρησης και μηνυμάτων. Το διαδίκτυο είναι μία άλλης μορφής προέκταση των ΜΜΕ, η οποία προσφέρει εναλλακτική πληροφόρηση. Η λογική των παραδοσιακών Μέσων (τηλεόραση, εφημερίδα, ραδιόφωνο) ήταν αυτή

<sup>52</sup> Y. Ariel, R. Avidar, «Information, Interactivity, and Social Media», *Atlantic Journal of Communication*, 23/1 (2015), 23εξ.

<sup>53</sup> L. Cruikshank, «Avatar Dreams: Theorizing Desire for the Virtual Body», *Michigan Feminist Studies*, 15 (2001), <http://www.collectionscanada.gc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp04/MQ59370.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

του ενός πομπού προς πολλούς αποδέκτες («ένας-προς-πολλούς»). Πλέον στο διαδίκτυο συναντάμε τη διαδραστικότητα (interactivity) της λογικής «πολλοί-προς-πολλούς».

Προσφορά εναλλακτικής πληροφόρησης, η οποία είναι άμεση, υποκειμενική και μη ελεγχόμενη από κάποια κεντρική αρχή, θεσμό ή οργανισμό, αλλά και διαδραστικότητα είναι τα βασικά χαρακτηριστικά της διαδικτυακής κοινωνίας. Ο κόσμος επενδύει περισσότερη αξιοπιστία και εμπιστοσύνη στην διαδικτυακή ενημέρωση και πληροφόρηση, καθώς θεωρεί ότι ο κυβερνοχώρος δεν επηρεάζεται και δεν καθοδηγείται. Ακόμα και στην περίπτωση μίας «ψεύτικης είδησης», είναι έτοιμο το ακροατήριο να την δεχθεί, πιστεύοντας ότι τα παραδοσιακά Μέσα είναι πολύ πιο ελεγχόμενα<sup>54</sup>. Επειδή μάλιστα στον κυβερνοχώρο της πληροφόρησης παρατηρούνται «συστάδες» (clusters) ομοίων-ιδεολογικά ή πολιτικά- ιστοτόπων (blogs και άλλων), για τους ήδη τοποθετημένους απέναντι σε ένα γεγονός, για αυτούς που έχουν αξιολογήσει την πραγματικότητα, για τους οπαδούς μίας ιδεολογίας ή μίας θρησκείας, η *offline* δημοσιογραφική κάλυψη ενός γεγονότος που δεν είναι της δικής τους άποψης, χαρακτηρίζεται ως μεροληπτική και «επιθετική», και κατά συνέπεια απορρίπτεται. Πρόκειται για έναν ακόμη λόγο απόσυρσης από τα συμβατικά Μέσα και ενασχόλησης με την εναλλακτική ενημέρωση και σχολιασμό<sup>55</sup>.

Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το κοινό που συμμετέχει στη διαμόρφωση του πληροφοριακού υλικού μέσω του σχολιασμού και της αναπαραγωγής της πληροφορίας, συνήθως προβαίνει σε σχολιασμούς (comments), που είναι «εύκολοι», γρήγοροι και επιφανειακοί. Η αιτιολόγηση είναι τυπική και χωρίς κάποια ιδιαίτερη ποιότητα ή επεξεργασία, κατά συνέπεια γενικές ή

---

<sup>54</sup> Αυτή την στάση επιδεικνύουν ακόμα και επαγγελματίες δημοσιογράφοι ή πολιτικοί, που και αυτοί ασχολούνται με τη διαδικτυακή πληροφόρηση, βλ. και Th. Johnson, B. Kaye, «In blog we trust? Deciphering credibility of components of the internet among politically interested internet users», *Computers in Human Behaviour*, 25 (2009), 181.

<sup>55</sup> Th. Johnson, B. Kaye, «Every Blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of Blog Credibility», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2008), 103.

υπεριστορικές και μεταφυσικές αρχές καιπίστεις είναι δυνατόν να δέχονται τους πιο «επιφανειακούς» σχολιασμούς<sup>56</sup>.

Το κοινό δεν είναι σε καμία περίπτωση ομοιογενές στην κατανάλωση της πληροφορίας. Όταν δημόσιοι αξιωματούχοι, πολιτικοί και δημοσιογράφοι αποτελούν έναν πυρήνα κατανάλωσης των πολιτικών *blogs*, καθώς είναι αυτά που ασχολούνται με θέματα πολιτικής ενημέρωσης<sup>57</sup>, τότε είναι αναμενόμενο ότι περισσότερο θεματικά *blogs* θα απευθύνονται σε κοινό που με κάποιο τρόπο ασχολούνται με τα συγκεκριμένα θέματα που αυτά απασχολούν (θρησκευτικά, αθλητικά, πολιτιστικά *blogs*). Η «κατανάλωση» της πληροφορίας από συγκεκριμένες, θεματικές ομάδες κοινού δεν αποκλείει τυπικά κανέναν, ο οποίος περιηγείται στον κυβερνοχώρο. Αντίθετα, διευρύνει την απήχηση της εναλλακτικής πληροφόρησης και αναζωπυρώνει το ενδιαφέρον για περαιτέρω ενασχόληση με το θέμα<sup>58</sup>, προκαλώντας ενδεχομένως και μία ανασφάλεια ή αβεβαιότητα σχετικά με

---

<sup>56</sup> T. Yano, W. Cohen, N. Smith, «Predicting Response to Political Blog Posts with Topic Models, Human Language Technologies», *The 2009 Annual Conference of the North American Chapter of the ACL*, 477-485.

<sup>57</sup> Για το κοινό και τις τάσεις του, βλ. Th. Johnson, B. Kaye, «Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet influence Credibility perceptions of Weblogs among Blog users», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81/3 (2004), 626.

<sup>58</sup> «Ειδικότερα, παρατηρούμε πολύ μεγάλη έλλειψη εμπιστοσύνης στις ειδήσεις και στους δημοσιογράφους, τους οποίους οι Έλληνες εμπιστεύονται σε μικρότερο βαθμό από ό,τι οι κάτοικοι όλων των άλλων χωρών. Παράλληλα, στη συντριπτική τους πλειονότητα θεωρούν πως τα μέσα ενημέρωσης δεν είναι ανεξάρτητα από αθέμιτες πολιτικές και επιχειρηματικές επιρροές. Η απαξίωση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης συνοδεύεται με υψηλή χρήση του Διαδικτύου για ενημέρωση στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες χώρες. Όμως ο τρόπος με τον οποίο οι Έλληνες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για ενημέρωση, όπως αποτυπώνεται στην έρευνα, δημιουργεί προκλήσεις για τη βιωσιμότητα και των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης. Οι Έλληνες ενημερώνονται από τα κοινωνικά δίκτυα σε μεγαλύτερο βαθμό από τους κατοίκους άλλων χωρών, με πρώτη επιλογή το Facebook. Είναι ενδεικτικό πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το κύριο σημείο πρόσβασης των Ελλήνων στις ειδήσεις στο Διαδίκτυο και όχι οι ενημερωτικοί ιστότοποι όπως σε αρκετές άλλες χώρες. Παράλληλα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιθυμούν να αυξήσουν τον χρόνο παραμονής των χρηστών στις πλατφόρμες τους, όπως για παράδειγμα το Facebook, το οποίο προωθεί την ανάγνωση άρθρων (*instant articles*) και την παρακολούθηση βίντεο μέσα στην πλατφόρμα του. Οι εξελίξεις αυτές ασκούν αυξανόμενες πιέσεις στην επισκεψιμότητα των ενημερωτικών ιστοτόπων», Κ. Καλογερόπουλου, και άλλοι, «Η ενημέρωση, το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», *Η Καθημερινή*, 9.1.2017,

εδραιωμένες πίστεις ή αντιλήψεις που μπορεί να έχει ο χρήστης του διαδικτύου πριν από την είσοδό του και την ανάγνωση της είδησης ή του σχολίου.

Εναλλακτική πληροφόρηση σημαίνει και δυνατότητα κριτικής απέναντι σε θεσμούς και οργανισμούς. Μέσα από διάφορες μορφές πρόσβασης στο διαδίκτυο, πλέον θεωρείται ότι οι μεμονωμένοι πιστοί των θρησκειών έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις προσωπικές τους απόψεις, να σχολιάσουν, να ερμηνεύσουν και να συζητήσουν, χωρίς τη διαμεσολάβηση ενός θεσμικού εκπροσώπου μίας εκκλησίας ή μίας θρησκευτικής κοινότητας. Ακόμα περισσότερο, οι ιερείς έχουν και αυτοί τη δυνατότητα να εκφράσουν τις απόψεις και την κριτική τους απέναντι σε αποφάσεις ή πρακτικές της εκκλησίας τους ή της θρησκευτικής τους κοινότητας<sup>59</sup>. Το *blogging*, για παράδειγμα, γίνεται μία οδός για την έκφραση και τη μετάδοση των θρησκευτικών αξιών και της κουλτούρας, που κατά κάποιο τρόπο παρακάμπτει την επίσημη (και τυπική) θρησκευτική ενημέρωση<sup>60</sup>.

Παρά ταύτα, η παράκαμψη της κυρίαρχης θρησκευτικής (ή όποιας άλλης θεσμικής) ενημέρωσης είναι μία αδρανοποίηση ενός «φίλτρου» ενημέρωσης, και το αποτέλεσμα είναι να κυριαρχεί ένας διαδικτυακός διάλογος στον οποίο τα επιχειρήματα που ανταλλάσσονται, είναι επιφανειακά και επιτόλαια επιχειρήματα (αυτά που ονομάζονται *straw-man arguments*), τα οποία στοχεύουν στα «αδύνατα σημεία» του αντιπάλου<sup>61</sup>. Για παράδειγμα, στα πλαίσια μίας ελλιπούς επίσημης και τεκμηριωμένης επιχειρηματολογίας, στον χώρο του διαδικτύου συναντά κανείς πολλές φορές επιχειρήματα για τη «βαρβαρότητα» και την «ανηθικότητα» της Παλαιάς Διαθήκης με την επίκληση αιμομιξιών, εγκλημάτων, ή για την εγκληματική δράση των Χριστιανών απέναντι στις αρχαίες ελληνικές βιβλιοθήκες και τόπους

---

<http://www.kathimerini.gr/890732/article/epikairothta/ellada/h-enhmerwsh-to-diadiktyo-kai-ta-mesa-koinwnikh-s-diktywshs> [τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>59</sup> B. Murley (2005), «The mediahood of all receivers», [https://www.academia.edu/176994/The\\_Mediahood\\_of\\_All\\_Receivers\\_New\\_Media\\_New\\_Church\\_and\\_New\\_Challenges](https://www.academia.edu/176994/The_Mediahood_of_All_Receivers_New_Media_New_Church_and_New_Challenges)[τελευταία ανάκτηση, 17.2.2019]

<sup>60</sup> P.H. Cheong, A. Halavais, K. H. Kwon, «The Chronicles of Me: Understanding Blogging as a Religious Practice», *Journal of Media and Religion*, 7 (2008), 123.

<sup>61</sup> E. Hargittai, J. Gallo, M. Kane, «Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers», *Public Choice*, 134 (2007), 67-86.



πολιτισμού, επιχειρήματα που είναι επιφανειακά και στοχεύουν στην αποδυνάμωση του διαδικτυακού «αντιπάλου».

Η απουσία μία συγκεκριμένης αρχής (authority) που θα συγκροτήσει τον λόγο, οδηγεί σε υπονόμηση τον διαδικτυακό διάλογο, σε ένα περιβάλλον περιορισμού του χρόνου, έλλειψης της προσοχής και εξειδίκευσης του ακροατηρίου<sup>62</sup>. Δεν μπορεί ο χρήστης του διαδικτύου σε ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα, που αφιερώνει στο Μέσο, να είναι σε θέση να βρίσκει, να συγκρίνει και να αξιολογεί κάθε φορά τα επιχειρήματα που ανταλλάσσονται. Εφόσον ο καθένας μπορεί να εκφράζεται ελεύθερα και να διατυπώνει τις δικές του (ακόμα και ατεκμηρίωτες) απόψεις τους, απευθυνόμενος σε ένα δυνάμει απεριόριστο ακροατήριο, είναι αναμενόμενο τα επιτόλεια επιχειρήματα να κυκλοφορούν ευρέως και με ευκολία να αναπαράγονται. Είναι, με άλλα λόγια, διαφορετικό γεγονός η έκδοση ή η δημοσίευση μίας εργασίας αναιρετικής ενός θρησκευτικού ή φιλοσοφικού δόγματος, και τέτοιες υπήρξαν πολλές κατά το παρελθόν, η οποία θα υπόκειται στον επιστημονικό έλεγχο της γνησιότητας, των σκοπών και των επιχειρημάτων της, και είναι ένας εντελώς διαφορετικός τρόπος η δημοσίευση στο διαδίκτυο απόψεων και γνωμών, που δεν αναμένουν τελικά καμία επιστημονική ή άλλη επαλήθευση. Η αποσπασματικότητα και η πολυκεντρικότητα ενός λόγου αυτοέκφρασης (όπως θα δούμε και πιο κάτω), σε συνδυασμό με το προστατευτικό πλέγμα της ανωνυμίας (επίσης παρακάτω), δημιουργεί έναν «άτυπο» δημόσιο λόγο, μία παράλληλη, ανεπίσημη δημόσια σφαίρα σχολιασμού, η οποία προσφέρει μεν εναλλακτική ενημέρωση, όμως ταυτόχρονα ενισχύει το μη ουσιώδες και αυτό που δεν ελέγχεται επιστημονικά και θεσμικά.

Η αντιμετώπιση αυτής της διάχυσης της πληροφορίας και της ενημέρωσης έχει, από την άλλη πλευρά, οδηγήσει στην εμφάνιση μίας άλλης τάσης στον κυβερνοχώρο. Είναι η μετάδοση και η αποστολή της πληροφορίας σε ένα συγκεκριμένο διαδικτυακό ακροατήριο, το οποίο έχει τη δική του «ατζέντα» της επιχειρηματολογίας. Αυτή η τάση έχει το πλεονέκτημα της καλύτερης γνώσης των

---

<sup>62</sup> M.E. Warren, «Deliberative Democracy and Authority», *American Political Science Review*, 90/1 (1996), 46-60.

συζητήσεων για τα θέματα της ενημέρωσης, για παράδειγμα, είναι πολύ πιο εγγυημένο να ενημερωθεί κανείς και να παρακολουθήσει σχολιασμούς για τη σημασία του χριστιανικού Πάσχα σε ιστότοπους που έχουν ένα συγκεκριμένο Ορθόδοξο ακροατήριο και απευθύνεται σε αυτό από ό,τι σε κάποιον άλλον ιστότοπο. Από την άλλη πλευρά, αυτή η επικέντρωση σε συγκεκριμένα διαδικτυακή ακροατήρια και ομάδες, μπορεί να λάβει τη μορφή δημιουργίας πολλαπλών και ανταγωνιστικών «επιπέδων δημόσιου λόγου», που μπορούν να συνυπάρχουν σε μία διαλογική κοινωνία, όμως δεν προσφέρουν κάποια «προστιθέμενη αξία» στη συζήτηση και στην ανταλλαγή των επιχειρημάτων, αφού η πλειοψηφία της κοινωνίας δεν μπορεί να επηρεασθεί ή να ενημερωθεί από τέτοιες απομονωμένες «νησίδες» επικοινωνίας<sup>63</sup>.

Ο περιορισμός του χρόνου, η υπερσυσώρευση της πληροφορίας που διακινείται, η έλλειψη εμπιστοσύνης και κοινού λεξιλογίου, οι παρανοήσεις, η «περιορισμένη ορθολογικότητα» (bounded rationality), η επιλεκτικότητα των ομάδων με τις οποίες κάποιος θέλει να σχετιστεί, ο επικοινωνιακός θόρυβος (noise) και η σύγχυση που δημιουργείται, είναι φαινόμενα τα οποία αναπόφευκτα οδηγούν στο φαινόμενο της κατάρτησης και της τεμάχισης του διαδικτυακού περιβάλλοντος επικοινωνίας<sup>64</sup>.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το *Facebook* και το *Twitter*, δεν επιτρέπουν μόνο τη διάχυση της εναλλακτικής ή όποιας άλλης πληροφορίας, ταυτόχρονα «υποσκάπτουν» αυτή την εναλλακτικότητα μέσω του τρόπου που επιδρούν στο πως γράφεται το περιεχόμενο (content) μίας ανάρτησης, στη βάση αυτοματοποιημένων και διαφημιστικά επικεντρωμένων κανόνων προσέλκυσης (click-bait). Αυτό σημαίνει, ότι είμαστε ενώπιον του φαινομένου μίας επέκτασης της εμπορευματοποίησης της επικοινωνιακής δράσης, όπως αυτό

---

<sup>63</sup> J. Downey, N. Fenton, «New Media Counter Publicity and the Public Sphere», *New Media & Society*, 5/2 (2003), 185εξ.

<sup>64</sup> M. Alstyn, E. Brynjolfsson (2004), «Global Village or Cyber-Balkans? Modeling and Measuring the Integration of Electronic Communities», <http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2004.12Van%20Alstyn%20Brynjolfsson%20Global%20Village%20or%20Cyber-Balkans%20283.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

αποτυπώνεται με τα trolls<sup>65</sup>, τα chatbots<sup>66</sup>, δηλαδή τα κάθε είδους σχόλια, τα οποία προέρχονται είτε από μηχανές, είτε από πληρωμένους σχολιαστές, οι οποίοι θέλουν να δώσουν μία συγκεκριμένη εικόνα, ανάλογα με το ποιος πληρώνει<sup>67</sup>.

## [2] Αυτοέκφραση.

Ο κυβερνοχώρος που δημιουργείται από τους διαδικτυακούς χρήστες παρέχει άπειρο χώρο για την αυτοέκφραση των λεγόμενων «προσωπικών media», δηλαδή των διαφόρων ηλεκτρονικών περιοδικών, ημερολογίων, ιστοσελίδων, που δημιουργούνται και λειτουργούν έξω και πέρα από το σύστημα της μαζικής παραγωγής ειδήσεων. Αυτή η βιωματική «εκδοτική» δραστηριότητα του κάθε χρήστη παράγει σύγχυση ανάμεσα στο που σταματά η προσωπική κατάθεση και που αρχίζει η δημοσιογραφική ανάλυση και καταγραφή<sup>68</sup>. Ο καθένας μπορεί σε κάποιο *blog* ή στο *twitter* να επισημάνει, να περιγράψει ή με συντομία να περιγράψει ένα γεγονός στο οποίο είναι αυτόπτης μάρτυρας. Ακόμα περισσότερο, μπορεί να κοινοποιήσει γεγονότα ή καταστάσεις που κάποιος άλλος έχει

<sup>65</sup> «Στη γλώσσα του Διαδικτύου η λέξη τρολ (troll) περιγράφει κάποιον χρήστη του Ίντερνετ με πονηρά προκλητικές, σκόπιμα ανόητες ή επιτηδευμένα εκτός θέματος θέσεις και απόψεις σε μία online ανοιχτή κοινότητα, όπως ένα φόρουμ συζήτησης, mailing list, chat room ή μπλογκ, με πρωταρχική πρόθεση να προκαλέσει και να ερεθίσει άλλους χρήστες ή με κάθε τρόπο να επιφέρει διαταραχή σε μια διαδικτυακή συζήτηση για οποιοδήποτε θέμα και να πετύχει μια αλυσίδα αντιδράσεων από άλλους χρήστες. Η συμπεριφορά αυτή που λέγεται τρολάρισμα (trolling) πολλές φορές συνοδεύεται από αμφιλεγόμενη διαμάχη των υπολοίπων περί του σκοπού του», [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CF%81%CE%BF%CE%BB\\_\(%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CF%81%CE%BF%CE%BB_(%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF)) [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

<sup>66</sup> «Τι είναι όμως τα chatbots; Ένας εκλαϊκευμένος ορισμός θα μπορούσε να ήταν και αυτός: «λογισμικά που εκτελούν κάποιες λειτουργίες μιμούμενα (όσο το δυνατόν καλύτερα) τον ανθρώπινο λόγο, γραπτό ή προφορικό». Με άλλα λόγια, software που μπορούν και απαντούν στις ερωτήσεις μας – στο μέτρο πάντα του τεχνολογικώς δυνατού. Πάρτε για παράδειγμα το ελληνικό chatbot για τα κινητά τηλέφωνα με την ονομασία «Πότε θα έρθει το λεωφορείο μου». Μετά τον φιλικό γραπτό χαιρετισμό «γεια σου» ακολουθεί η προτροπή «στείλε μου τη γραμμή και τη στάση που θες, για να σου πω σε πόση ώρα θα έρθει το λεωφορείο σου», βλ. σχετικά Γ. Ρομπόλα, «Είναι τα chatbots τα νέα apps;», *Η Καθημερινή*, 13.1.2017, <http://www.kathimerini.gr/890895/article/periodiko-k/taseis/einai-ta-chatbots-ta-nea-apps> [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

<sup>67</sup> Σ. Καναούτη, «Η νέα κουλτούρα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης», περ. *Kaboom*, 5 (2018), 147.

<sup>68</sup> M. Lüders, «Conceptualizing personal media», *New Media & Society* 10 (2008), 693.

δημοσιεύσει, χωρίς πάντα να είναι σίγουρος και βέβαιος για την αληθοφάνειά του ή την εγκυρότητα τους.

Η δυνατότητα αυτοέκφρασης συνδέεται αναπόφευκτα με το γεγονός της μίξης των κειμενικών ειδών. Για παράδειγμα, είναι κοινός τόπος ότι σε θρησκείες που είναι ευρέως διαδεδομένες διαδικτυακά όπως είναι το ισλάμ, ο ινδουϊσμός και οι πεντηκοστιανοί χριστιανοί, διαπιστώνουμε τη διαμόρφωση μίας νέας επικοινωνιακής πραγματικότητας, όπου κύριο χαρακτηριστικό είναι η «επιμειξία» του δημόσιου λόγου. Υψηλές θεολογικές αναλύσεις και κειμενική ανάλυση συνδυάζονται πολύ εύκολα με συμβουλές για εστιατόρια με τις κατάλληλες τροφές, μορφές θρησκευτικής ευπρέπειας και καλέσματα για ιερά προσκυνήματα. Παράγεται ένα ενδιάμεσο πεδίο μικτού περιεχομένου και μικτής επικοινωνιακής τεχνικής. Σε πλαίσια ακαδημαϊκής ανάλυσης και μικρών ιστοριών μπορεί να συναντήσει κανείς ακόμα και διαφημίσεις<sup>69</sup>.

Το διαδίκτυο, καθώς είναι το Μέσο της εποχής μας, αναπαράγει αυτό το «κολάζ» ιστοριών και εντυπώσεων, που αποτελεί μία κοινή πραγματικότητα τα τελευταία χρόνια. Δεν είναι τυχαίο ότι συναντάμε καθημερινά στο δημόσιο λόγο την ανάμιξη των πραγματικών με τα φανταστικά γεγονότα, τις ανταλλαγές ευτελών αφηγήσεων με επικέντρωση στο προσωπικό γούστο, τις σοβαρές ή αστείες ιστορίες για τις καταναλωτικές συνήθειες, την έκθεση ιδιωτικών στιγμών και βιογραφιών, την τελική επικράτηση των «γνωμών» σε βάρος της προσαρμογής και του κοινωνικού ελέγχου της αλήθειας. Σε ένα τέτοιο «μίγμα» και, καθώς η εγγύηση της αλήθειας και της ισχύος αυτού που μεταδίδεται δεν μπορεί να είναι ποτέ βέβαιη, κυριαρχούν οι λεγόμενοι «αρχηγοί γνώμης» (opinion leaders)<sup>70</sup>.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους να παρουσιάσουν τον εαυτό τους, όπως και την προσωπικότητά τους, ενώ παράλληλα τους επιτρέπουν είτε να προσκολληθούν σε ήδη υπάρχοντα κοινωνικά δίκτυα είτε να δημιουργήσουν δικά τους, ιστοσελίδες κοινωνικής

---

<sup>69</sup> J. W. Anderson (2003), «The Internet and Islam's New Interpreters», στο *New Media in the Muslim World. The Emerging Public Sphere*, Dale Eickelman and Jon Anderson (eds.), Indiana University Press, 48.

<sup>70</sup> J. Habermas (1997), *Αλλαγή δομής της δημοσιότητας*, 250-251. 303. 336-337.

δικτύωσης, όπως το Facebook, το MySpace, το LinkedIn, τα οποία συνήθως δομούνται και αναπτύσσονται γύρω από ένα εν δυνάμει αρχικά κοινό με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, γνωρίσματα και στάσεις (niche audience), ασχέτως εάν η απήχησή τους στην πράξη επεκτείνεται συνήθως πέραν αυτού του συγκεκριμένου «κοινού-στόχος». Η παρουσία ενός συγκεκριμένου κοινού στο οποίο απευθύνεται συνήθως όποιος «δημοσιεύει» ή αναρτά στο διαδίκτυο (για αυτό, άλλωστε, υπάρχουν και κυριαρχούν τα θεματικά blogs), θεωρητικά είναι και ο τρόπος με τον οποίον επιτυγχάνεται μία ουδέτερη δημόσια σφαίρα, στην οποία μπορούν ελεύθερα να ανταλλάσσονται απόψεις και γνώμες χωρίς τον φόβο της λογοκρισίας και υπό τον μανδύα της ανωνυμίας<sup>71</sup>.

Τα παραδοσιακά αφηγηματικά και λογοτεχνικά κείμενα δεν έχουν θέση στην κοινωνία του διαδικτύου. Αντίθετα, αυτό που κυριαρχεί είναι ο εντυπωσιασμός. Η έκφραση των σκέψεων και των συναισθημάτων ή των εμπειριών θα είναι άμεση, εντυπωσιακή και χωρίς την απαιτούμενη τεκμηρίωση και ορθολογική ανάλυση. Πρόκειται, άλλωστε, για μία συναρμογή αποσπασμάτων κειμένων, που οι «κόμβοι διασύνδεσης» (links) επιτείνουν ακόμη περισσότερο την αποσπασματικότητα και την αστάθεια της τεκμηρίωσης, διακόπτοντας τον λογικό ειρμό και προκαλώντας το «βομβαρδισμό» της πληροφορίας<sup>72</sup>. Είναι πιθανό αυτό το αφηγηματικό «τοπίο» να θυμίσει σε μερικούς τις κειμενικές παραπομπές και την αποσπασματικότητα των κειμένων της Καινής Διαθήκης, όσον αφορά στα χωρία των Προφητών ή στα γεγονότα της Παλαιάς Διαθήκης, όμως δεν πρέπει να μας διαφεύγει της προσοχής ότι αυτή η μορφή δεν είχε να κάνει με τον εντυπωσιασμό και τη «βιασύνη» μίας τυπικής και κοινότοπης επιχειρηματολογίας, αλλά με το κήρυγμα των πρώτων Χριστιανών, τμήματα του οποίου αποτέλεσαν το ευαγγελικό υλικό. Η αυτοέκφραση και ο τρόπος που αυτή επηρεάζει τη μορφή των κειμένων στο διαδίκτυο συνδέεται και με την σύγχρονη αντίληψη του ακροατηρίου. Ο χρήστης της επικοινωνίας στο διαδίκτυο έχει μία διαδραστική σχέση με τους

<sup>71</sup> Ν. ΜακΚουέιλ (2003), *Η Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*, 192.

<sup>72</sup> T.E. Mortensen, J.W. Rettberg (2002), «*Blogging thoughts : personal publication as an online research tool*», [https://www.researchgate.net/publication/239581834\\_Blogging\\_thoughts\\_personal\\_publication\\_as\\_an\\_online\\_research\\_tool/download](https://www.researchgate.net/publication/239581834_Blogging_thoughts_personal_publication_as_an_online_research_tool/download) [τελευταία ανάκτηση, 19.2.2019]

υπόλοιπους χρήστες, τους οποίους θεωρεί ως «κοινό» την στιγμή που καταθέτει τις απόψεις και τις σκέψεις του. Περιμένει από αυτούς να μοιραστούν μαζί του τις εμπειρίες που καταθέτει ή με κάποιο τρόπο να αντιδράσουν στα όσα αυτός καταθέτει. Ο ίδιος όμως, συνήθως, δεν είναι έτοιμος να δεχθεί την κριτική αμφισβήτηση και άρνηση των λεγομένων, ένα φαινόμενο που σε μεγάλο βαθμό αποδομεί το ιδεώδες ενός πεδίου ελεύθερου και διαδικτυακού διαλόγου, το οποίο έχουν προβάλλει οι οπαδοί του τεχνικού μέσου<sup>73</sup>.

Επειδή το διαδίκτυο λειτουργεί ως χώρος αυτοέκφρασης, δεν είναι δυνατό για αυτόν που εισέρχεται σε αυτόν να ελέγξει την αλήθεια και την πιστότητα των λεγομένων που ακούει ή/και διαβάζει.

Ο βιωματικός και προσωπικός λόγος είναι δύναμι ανεξέλεγκτος και χαοτικός. Οπότε αυτό που απομένει ως κριτήριο αξιολόγησης των κειμένων ή όποιου άλλου υλικού είναι ο τρόπος της (πάντα) υποκειμενικής σύνθεσης των ιδεών/ εμπειριών και συναισθημάτων που κατατίθενται, δηλαδή η αυθεντικότητα του χρήστη<sup>74</sup>.

Η αυτοέκφραση ως έννοια συνδέεται με την κατάθεση των ατομικών χαρακτηριστικών αυτού που θέλει να εκφρασθεί. Έχει, δηλαδή, εγγενώς μία υποκειμενική διάσταση. Δεν μπορεί να υπάρχει αντικειμενική αυτοέκφραση. Το ερώτημα είναι ένα και κατά πόσο αυτή η έκφραση είναι ακριβής σε σχέση με αυτό που θέλει να περιγράψει. Η ακρίβεια και η θετικότητα είναι έννοιες που έρχονται σε αντίθεση με τον εντυπωσιασμό και τον επικοινωνιακό «θόρυβο» που συνήθως επιχειρείται να προκληθεί. Τεχνικά, επίσης, δεν είναι δυνατό σε ένα ΜΚΔ όπως είναι το *Twitter* (και στο πλαίσιο 140 χαρακτήρων) να εκφρασθεί κάποιος με ακρίβεια και πιστότητα. Από την άλλη, αυτό μπορεί να γίνει μέσω της διασύνδεσης με ένα σύντομο *video* που «επισυνάπτεται» στη ροή του κειμένου. Η απουσία λογοκρισίας και το απόλυτα διευρυμένο ακροατήριο είναι παράγοντες που ενισχύουν την τάση του υποκειμένου και το «απελευθερώνουν», προκειμένου να

<sup>73</sup> Βλ. αναλυτικά, M. D. Barton, «The future of rational-critical debate in online public spheres», *Computers and Composition* 22 (2005), 187.

<sup>74</sup> N. Hookway, «Entering the blogosphere: some strategies for using blogs in social research», *Qualitative Research*, 8 (2008), 97.

μπορέσει να περιγράψει πιο αληθινά και επακριβώς τα προσωπικά του συναισθήματα<sup>75</sup>. Πρέπει δε να λάβουμε υπόψη μας ότι υπάρχει διαφορά ανάμεσα στα διάφορα υποείδη των ΜΚΔ, αυτό σημαίνει ότι η αυθεντικότητα του χρήστη δεν είναι ίδια στο *Facebook* και ίδια στο *Twitter*, το οποίο έχει τη φήμη ενός πιο «προσωπικού εργαλείου» επικοινωνίας.

Το συγκεκριμένο πρόβλημα έχει γίνει αντιληπτό και έχει γίνει προσπάθεια να ξεπερασθεί από τους ίδιους τους χρήστες του διαδικτύου μέσω ενός όσο το δυνατόν εκτενέστερου σχολιασμού. Δίνεται η εντύπωση ότι όσο περισσότερος σχολιασμός υφίσταται, τόσο περισσότερη αλήθεια μπορεί να εξαχθεί. Συγκεκριμένο παράδειγμα για αυτή τη λογική του Μέσου είναι τα διαδικτυακά *carnivals*. Πρόκειται για μία διαδικτυακή για συζήτηση διαφόρων bloggers αναφορικά μ' ένα θέμα, η οποία έχει σαφές και οριοθετημένο χρονικό ορίζοντα. Η συζήτηση είναι ελεύθερη και χωρίς περιορισμούς. Η διαφορά με άλλες συμβατικές συζητήσεις στον έντυπο τύπο ή και αλλού, είναι ότι οι συμμετέχοντες καλούνται ν' απαντήσουν στον οικείο τους «τόπο» ή και αλλού σε επιλεγμένα κείμενα. Από την άλλη πλευρά οι συγγραφείς αυτών των κειμένων λαμβάνουν υπόψη τους τις απαντήσεις και αναδιαμορφώνουν ή και επεκτείνουν τα κείμενά τους. Το άτομο δεν μπορεί να συμμετέχει στο event αν δεν απαντήσει στο σχολιασμό, μ' αυτό τον τρόπο απομακρύνονται λανθάνοντες αναγνώστες και περιορίζονται τα φαινόμενα της ηλεκτρονικής ηδονοβλεψίας (*voyeurism*)<sup>76</sup>. Αυτές οι πολλαπλές «φωνές» που εμπλέκονται σε ένα κείμενο με διάφορους τρόπους, καθώς και μεταξύ τους με άλλους τρόπους παράγουν δίκτυα πολλαπλών «θρόμβων». Η «πολυφωνία» αυτή δεν είναι ακριβώς μεταμοντέρνα, όπως κάποιος θα μπορούσε να αξιολογήσει, αλλά αντίθετα συνδέεται με τις πολύπλοκες αλληλεπιδράσεις, συνδέσεις και αποσυνδέσεις, που ένα δεδομένο δίκτυο δημιουργεί.

---

<sup>75</sup> E. Orehek, L. Human, «Self-Expression on Social Media: Do Tweets Present Accurate and Positive Portraits of Impulsivity, Self-Esteem, and Attachment Style?», *Personality and Social Psychology Bulletin* 43/1 (2017), [https://www.researchgate.net/publication/312105499\\_Self-Expression\\_on\\_Social\\_Media\\_Do\\_Tweets\\_Present\\_Accurate\\_and\\_Positive\\_Portraits\\_of\\_Impulsivity\\_Self-Esteem\\_and\\_Attachment\\_Style](https://www.researchgate.net/publication/312105499_Self-Expression_on_Social_Media_Do_Tweets_Present_Accurate_and_Positive_Portraits_of_Impulsivity_Self-Esteem_and_Attachment_Style) [τελευταία ανάκτηση, 19.2.2019]

<sup>76</sup> J. Rice, «Networked Exchanges Identity, Writing», *Journal of Business and Technical Communication*, 23/3 (2009), 310.

Η δυνατότητα της αυτοέκφρασης που προσφέρει το διαδίκτυο, τυγχάνει χρήσης και αξιοποίησης και στο επίπεδο της θρησκευτικότητας. Προσωπικές και βιωματικές κατανοήσεις θεολογικών ιδεών και κειμένων είναι κάτι το σύνηθες στους θρησκευτικούς ιστοτόπους. Το συναισθηματικό στοιχείο είναι κυρίαρχο σε σχέση με εκτενή, αναλυτικά και θεωρητικά κείμενα. Το στοιχείο του εντυπωσιασμού (περιγραφή θαυμάτων, παράδοξων συμβάντων) προβάλλεται έντονα, και είναι αυτό που ελκύει και άλλους επισκέπτες σε αυτές τις ιστοσελίδες. Ο σχολιασμός είναι συνήθως επιδοκιμαστικός των εκπεφρασμένων εμπειριών, διαμορφώνοντας ένα συγκεκριμένο «κλίμα» και μία τάση γύρω από γεγονότα ή περιστατικά.

### *[3] Ανωνυμία.*

Η ανωνυμία θεωρείται το μεγαλύτερο πλεονέκτημα που προσφέρει ο κυβερνοχώρος στους διάφορους χρήστες. Οι χρήστες αυτών των ιστοσελίδων, διαμέσου της συμμετοχής ή της δημιουργίας ενός δικτύου φίλων και γνωστών, στην ουσία διαμεσολαβούν μεταξύ της τεχνολογικής αναπαράστασης της πραγματικότητας και της δικής τους εκδοχής για αποτύπωση μιας κοινότητας, που είναι μεν εικονική ή δυνητική, αλλά για τους ίδιους υπαρκτή, αφού και η δική τους ταυτότητα είναι πραγματικά υπαρκτή<sup>77</sup>.

Η διαδικτυακή επικοινωνία επικεντρώνεται στην έκφραση της προσωπικής ταυτότητας. Για να καταφέρει αυτή την έκφραση, αναγκαστικά θα υιοθετήσει την φιλοσοφία της ανωνυμίας του χρήστη. Μέσα στον κυβερνοχώρο μπορεί κάποιος να είναι ο εαυτός του συνολικά, εν μέρει ή και καθόλου. Μπορεί επίσης ο χρήστης να υιοθετήσει και μία διαφορετική ταυτότητα ή να σχολιάζει χωρίς όνομα. Η «μοναδική υποκειμενικότητα» ενός ατόμου στην προσωπική ζωή είναι συνάρτηση και αποτέλεσμα των κοινωνικών σχέσεων και του κοινωνικού του ρόλου. Στο διαδικτυακό περιβάλλον οι ρόλοι είναι ρευστοί, αλλάζουν και μετασχηματίζονται κάθε στιγμή, ενώ πολλαπλασιάζονται συνεχώς και αδιάλειπτα. Η μοναδική υποκειμενικότητα εκβάλλει σε μία πολλαπλή υποκειμενικότητα, η οποία

<sup>77</sup> Σ. Παπαθανασόπουλου, Μ. Ξενοφώντος, και άλλοι, «Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και οι Έλληνες: Η περίπτωση του Facebook», *Ζητήματα Επικοινωνίας*, 16-17 (2013), 21.



υπάρχει ως «κόμβος» σχολιασμού, επιθυμιών και αναγκών<sup>78</sup>. Η ανωνυμία αυτή, που είναι το βασικό πλεονέκτημα που προσφέρει ο κόσμος του διαδικτύου, είναι τελικά μία αντιθετική έννοια προς αυτήν της αντιπροσωπευτικότητας. Για παράδειγμα, συνήθως αντιμετωπίζουμε το φαινόμενο αναρτήσεις και σχόλια σε αυτές να δημιουργούν μία επικοινωνιακή «βόμβα», η οποία, εν συνεχεία, αναπαράγεται στα ΜΜΕ και φαίνεται ότι απασχολεί την επικαιρότητα. Ο καθένας δικαιούται να νομίσει ότι πολλοί άνθρωποι ασχολούνται αναλυτικά με αυτό το θέμα. Όμως δεν λαμβάνεται υπόψη ότι οι «συνήθεις χρήστες» του διαδικτύου είναι ένας περιορισμένος αριθμός ατόμων που αφιερώνει μεγάλο διάστημα της ημέρας στο να επισκέπτεται το διαδίκτυο και να σχολιάζει, καλυπτόμενοι πίσω από το «πέπλο» της ανωνυμίας, κατά συνέπεια μικρός αριθμός «συνηθισμένων» χρηστών (regulars) συνήθως σχολιάζει πολλές φορές, με συνέπεια ο αριθμός μηνυμάτων που συγκεντρώνει ένα *post* να μην είναι αντιπροσωπευτικός της ευρύτερης αναγνωσιμότητάς του<sup>79</sup>.

Αυτός ο περιορισμένος αριθμός των διαδικτυακών «επισκεπτών», όμως, είναι ικανός, ακόμα και υπό το πέπλο της ανωνυμίας, να αυξήσει τη δημοτικότητα ενός ιστότοπου. Κάτι που είναι επιθυμητό, διότι δημιουργεί μία αλυσίδα θετικών αντιδράσεων. Με σκοπό την εν λόγω αύξηση της δημοτικότητας των *blogs*, μάλιστα, παρέχονται και συγκεκριμένες «συμβουλές», όπως το να «δημοσιεύει» κανείς ή να αναρτά όσο το δυνατόν περισσότερα *posts*, ακόμα και σε καθημερινή βάση, να συντάσσει πιο εκτεταμένα κείμενα (παρά την αποσπασματικότητα και το σύντομο, στο οποίο αναφερθήκαμε προηγουμένως, τα οποία είχαν να κάνουν με άλλα ΜΚΔ), να εγκαινιάζει και να λειτουργεί μία λίστα με *e-mails*, να συγγράφει ή να φιλοξενείται, δηλαδή να σχολιάζει σε *blogs* άλλων, να κοινοποιεί και να αναδημοσιεύει<sup>80</sup>.

Η ανωνυμία είναι ένα πολύ βασικό πλεονέκτημα για να μπορεί ο χρήστης των ΜΚΔ να εκφράζει ελεύθερα τις απόψεις του και να σχολιάζει εκτενώς.

<sup>78</sup> Κρούστης (2012), ό.π., 42.

<sup>79</sup> R.Davis (1999), *The Web of Politics. The Internet's impact on the American Political System*, 154εξ.

<sup>80</sup> «101 Best (FREE) Ways How To Promote A Blog and Increase Traffic», <https://startbloggingonline.com/how-to-promote-your-blog-and-get-visitors/>

Αυτό δε σημαίνει ότι η διαδικτυακή συζήτηση είναι μία συζήτηση ορθολογική, κριτική και πολιτισμένη. Αντίθετα, είναι συχνό φαινόμενο, να στοχοποιούνται κοινωνικές ή θρησκευτικές ομάδες, να γίνονται υβριστικά ή ειρωνικά σχόλια, να αναπαράγονται στερεοτυπικές αντιλήψεις για ομάδες, εθνότητες, κοινότητες, να λαμβάνουν χώρα ακόμα και προσβλητικές αναφορές σε προσωπικά θέματα (μία διαδικασία αρνητική, η οποία έχει λάβει και τον όρο flaming)<sup>81</sup>. Το στοιχείο του εντυπωσιασμού και η «βιασύνη» του διαδικτύου, όπου τα πάντα λέγονται πολύ γρήγορα και επίσης πολύ γρήγορα «καταναλώνονται» και ξεχνιούνται, ευνοεί ακόμα περισσότερο αυτό τον «αρνητικό» διάλογο. Ο επιθετικός διάλογος, βέβαια, μπορεί και παίρνει και άλλες μορφές, όπως είναι η λειτουργία του ηλεκτρονικού spam, μίας διαδικασίας μέσω της οποίας κάποιος χρήστης στέλνει απρόσκλητος μηνύματα ή σχόλια σε ΜΚΔ, με στόχο να αποσταθεροποιήσει ένα διάλογο που έχει ήδη ξεκινήσει. Πρόκειται για την χρήση και αξιοποίηση από όσους θέλουν να κάνουν επιθέσεις ενός διαδικτυακού «εργαλείου», το οποίο χρησιμοποιήθηκε αρχικά για εμπορικούς σκοπούς, όταν γινόταν μαζική αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, εξωτερικών συνδέσμων ή άλλων, με σκοπό την προώθηση προϊόντων ή ιδεών σε όσο το δυνατόν περισσότερους αποδέκτες<sup>82</sup>. Σε ένα άλλο, πιο εκτεταμένο επίπεδο, αυτός ο αρνητικός διάλογος, που καλύπτεται από την ανωνυμία του διαδικτύου, γίνεται περισσότερο οργανωμένος και οδηγεί στη δημιουργία «ομάδων μίσους» (hate groups), που οργανώνονται με τον αποκεντρωμένο, διαδικτυακό τρόπο, δηλαδή σε «συστάδες» (clusters), με κάποιους «διαδικτυακούς αρχηγούς», που αναλαμβάνουν τον ρόλο του «αρχηγού» αυτών των ομάδων<sup>83</sup>.

---

<sup>81</sup> Για το φαινόμενο της έλλειψης κοινωνικότητας και της επιθετικότητας απέναντι σε κοινωνικές ομάδες στον κυβερνοχώρο, βλ. και Z. Papacharissi, «Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups», *New Media & Society*, 6 (2004), 261 εξ. Επίσης, για τον όρο *flaming*, βλ. Davis (1999), ό.π., 157-161.

<sup>82</sup> Για τη σχέση των *spams* με την ανωνυμία και τη μη- κοινωνικότητα στο διαδίκτυο, βλ. σχετικά Μ.Ε. Kabay (1998), «Anonymity and Pseudonymity in Cyberspace: Deindividuation, Incivility and Lawlessness Versus Freedom and Privacy», *Paper presented at the Annual Conference of the European Institute for Computer Anti-virus Research (EICAR)*, Munich, Germany 16-8 March 1998, <http://www.mekabay.com/overviews/anonpseudo.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019].

<sup>83</sup> Chau et al., Mining communities, *International Journal of Human-Computer Studies*, 65/1 (2007), 57-70.

Ο αρνητικός, επιθετικός λόγος στο διαδίκτυο και οι «ομάδες μίσους» είναι μία πραγματικότητα, η οποία έχει οδηγήσει ακόμα και επίσημα θεσμικά όργανα, όπως είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναλάβουν πρωτοβουλίες, με σκοπό την καταπολέμηση της παράνομης ρητορικής μίσους (hate speech) στο διαδίκτυο<sup>84</sup>.

Τα εν λόγω προβλήματα έχουν οδηγήσει κάποιους ερευνητές του διαδικτύου να προσπαθήσουν να διαμορφώσουν μία «τυπολογία» της κοινωνικότητας στο δίκτυο. Στην προσπάθειά τους να οικοδομήσουν κάποιους «κανόνες» (networking rules) εντόπισαν κάποιους βασικούς παράγοντες, όπως είναι η διαδραστικότητα, που πρέπει να εκφράζει μία κοινωνική δραστηριότητα, η σταθερότητα της συμμετοχής, αλλά και η σταθερότητα της ταυτότητας του χρήστη, κάτι που είναι πολύ δύσκολο και σημαίνει απόρριψη της ανωνυμίας και της «παρενδυσίας», (το να παρουσιάζεσαι ως άτομο άλλου φύλου, ηλικίας ή ιδιότητας)<sup>85</sup>.

Η «παρενδυσία», η διαμόρφωση, δηλαδή, ενός προφίλ χρήστη που είναι τελικά διαφορετικό από την ίδια την ταυτότητα του χρήστη, είναι ένα πολύ βασικό πρόβλημα στη διαδικτυακή επικοινωνία, παρά το γεγονός ότι τα ΜΚΔ, όπως είναι το *Facebook* και το *Twitter*, προσφέρουν τις τεχνικές δυνατότητες δημιουργίας ενός προφίλ, μέσω σύντομων κειμένων, φωτογραφιών και *videos*<sup>86</sup>. Αυτό το πρόβλημα διακρίβωσης του «ποιος κρύβεται» πίσω από αυτόν που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο, έρχεται ως φυσικό επόμενο της απουσίας μίας «πρόσωπο με πρόσωπο» (face to face) επικοινωνίας. Δεν είναι όμως ένα πρόβλημα απόλυτα αρνητικό, αλλά μία πραγματικότητα του κυβερνοχώρου που μπορεί να ερμηνευθεί με διαφορετικούς τρόπους. Όπως ακριβώς η ανωνυμία έχει ένα διπλό ρόλο, από τη μία πλευρά επιτρέπει την απεριόριστη επικοινωνία και αυτοέκφραση, και από την άλλη δημιουργεί σύγχυση στη διαδικασία οικοδόμησης ενός πολιτισμένου ή, αντίθετα, επιθετικού διαδικτυακού λόγου, έτσι και η «παρενδυσία» δεν έχει μόνο αρνητικούς σκοπούς. Μπορεί ο χρήστης, για παράδειγμα, να «ενδύεται» μία άλλη ταυτότητα ή

---

<sup>84</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Καταπολέμηση της παράνομης ρητορικής μίσους στο διαδίκτυο», [file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/IP-19-805\\_EL.pdf](file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/IP-19-805_EL.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

<sup>85</sup> L Dawson (2004), «Religion and the quest for Virtual Community», *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, Routledge, New York and London, 83εξ.

<sup>86</sup> Orehek, ό.π. , 61.

έναν άλλο ρόλο, προκειμένου να εισέλθει σε μία «κλειστή» διαδικτυακή ομάδα συζήτησης, για να πληροφορηθεί για κάποια θέματα, τα οποία αλλιώς δεν θα μπορούσε να τα προσεγγίσει. Δεν είναι απαραίτητο ότι αυτός ο χρήστης που «υποκρίνεται» τον ισλαμιστή για να πληροφορηθεί ή να σχολιάσει θέματα σχετικά με το ισλάμ, είναι αυτόχρημα κακόβουλος ή επιθετικός.

Η διπλή όψη του φαινομένου της «παρενδυσίας» φαίνεται και σε ένα άλλο επίπεδο. Ο εαυτός ή η ταυτότητα του σύγχρονου υποκειμένου είναι μία ρευστή ταυτότητα, η οποία επηρεάζεται και διαμορφώνεται κάθε στιγμή μέσω της πληροφορίας. Η ρευστή ταυτότητα έχει οδηγήσει και στην έννοια-ορισμό του «δικτυακού πολίτη» (Netizen), ο οποίος δημιουργεί μία διακριτή πολιτική υποκουλτούρα, βλέπει τον κόσμο να διογκώνεται και να επεκτείνεται αποκεντρωμένα, χωρίς μία κεντρική ενοποιό αρχή ή ιδεολογία. Το άτομο της φυσικής πραγματικότητας επιμερίζεται σε πολλαπλούς ρόλους ή εικόνες του εαυτού του, οι οποίες συνήθως συναρτώνται με τις επιθυμίες και τις κατά καιρούς ανάγκες του. Η διαμόρφωση της ταυτότητας είχε πάντα ένα χαρακτήρα γέννησης αλλά και διατήρησης αυτής της ταυτότητας. Η διατήρηση έχει να κάνει με το πόσες αλλαγές μπορεί να δεχθεί το υποκείμενο μέχρι να μπορεί να πει ότι έχει δομήσει μία συγκεκριμένη και οριοθετημένη ταυτότητα. Στον κυβερνοχώρο, η διαδικτυακή ταυτότητα είναι μία ταυτότητα που συνεχώς και αδιάλειπτα οικοδομείται μέσα από τη διαδραστικότητα και την αλληλεπίδραση<sup>87</sup>. Παρατηρούμε συνεχείς και αδιάκοπες αλλαγές «ρόλων» στην εικονική πραγματικότητα, ως συνέπεια της απομάκρυνσης από την φυσική, διαπροσωπική επικοινωνία, μία πλειοψηφία μηνυμάτων και ηλεκτρονικής επικοινωνίας, έμφαση στη συναισθηματική και βιωματική πλευρά του εαυτού, προσήλωση στο σχετικό και σε αυτό που λειτουργεί ως θέαμα, ανωνυμία, και άλλα πολλά. Το άτομο της εποχής μας αναζητεί ή υιοθετεί τη δική του εικονική ταυτότητα, επιλέγοντας ανάμεσα σε διάφορα στυλ και μόδες, που τελικά καθορίζουν και μετατρέπουν την προσωπική ιδιαιτερότητα. Εδώ είναι και το σημείο παγίδευσης της κουλτούρας του διαδικτύου: είναι δηλαδή το γεγονός

---

<sup>87</sup> M. Markovik (2018), «Real Self-Concept versus digital identity on Facebook», [https://www.researchgate.net/publication/322339348\\_REAL\\_SELF-CONCEPT\\_VERSUS\\_DIGITAL\\_IDENTITY\\_ON\\_FACEBOOK](https://www.researchgate.net/publication/322339348_REAL_SELF-CONCEPT_VERSUS_DIGITAL_IDENTITY_ON_FACEBOOK) [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

ότι προσφέρει ταυτότητες στο όνομα της προσωπικής έκφρασης και επιθυμίας, ταυτότητες όμως που τελικά είναι «εξωτερικές» και μαζικοποιούν το υποκείμενο (μπορεί κανείς να κατηγοριοποιηθεί ως ζωόφιλος, ακτιβιστής, χορτοφάγος, προσκυνητής, ταξιδευτής κα.)

Το φαινόμενο της ανωνυμίας και της «παρενδυσίας» στο διαδίκτυο συνδέεται και με μία άλλη διάσταση του διαδικτυακού εαυτού ή της διαδικτυακής ταυτότητας, που δεν έχει απασχολήσει ιδιαίτερα τους πνευματικούς θεσμούς που εμπλέκονται στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Τα *big data* της επικοινωνιακής ροής που εμφανίζονται στον κυβερνοχώρο ως ένα σύστημα «αντικειμενικών» δεδομένων και πληροφοριών, δημιουργούν μία εικόνα του ατόμου- χρήστη, ο οποίος ποσοτικοποιεί το σύνολο των πράξεων του μέσω πληροφοριακών ιχνών, είτε ηθελήμένα και συνειδητά είτε όχι. Είμαστε ενώπιον μίας «αλγοριθμικής» δόμησης της ταυτότητας του υποκειμένου. Στα ΜΚΔ, όπως και στο σύνολο του κυβερνοχώρου, αυτό που βλέπουμε ή αυτό που ακούμε, δεν είναι τίποτε περισσότερο και τίποτε λιγότερο από μία συλλογή δεδομένων, που λειτουργούν αλγοριθμικά αφού αφαιρεθούν από το πλαίσιο τους. Ο αλγόριθμος μόνο κατά αυτό τον τρόπο μπορεί να δημιουργήσει συσχετίσεις και επικοινωνία ή διαδραστικότητα. Το ψηφιοποιημένο δεδομένο, όπως, για παράδειγμα, ο αριθμός της συμμετοχής των πιστών στις ιερές Ακολουθίες του Πάσχα, αποτελείται από μία πληροφορία, η οποία είναι αποκομμένη από κάθε σημασία. Πρόκειται για ένα καθαρό «σημείο», από το οποίο αφαιρείται κάθε υποκειμενικό στοιχείο (στο παράδειγμα μας, πώς βιώνει ο πιστός την πασχάλια μυσταγωγία, πώς εκκλησιάζεται), οπότε και δίνει την εντύπωση της αντικειμενικότητας και της «ουδετερότητας» (στο παράδειγμα μας, αριθμητικές πληροφορίες για την συμμετοχή στον εκκλησιασμό). Αυτά τα *big data* δεσμεύουν τις δυνατότητες τεραστίων ποσοτήτων πληροφοριών, που τελικά εξομοιώνονται με τους φυσικούς πόρους. Η υποκειμενικότητα και η προσωπική ταυτότητα «εξαντικειμενικεύονται», παρά την αντίθετη εντύπωση που δίνει η εναλλακτική πληροφόρηση και η δυνατότητα της αυτοέκφρασης<sup>88</sup>.

---

<sup>88</sup> M. Ouellet, M. Ménard, et al., «Big Data και ποσοτικοποίηση του εαυτού», περ. *Kaboom*, 5 (2018), 94-95.

Δίνεται η εντύπωση ότι μέσω της ανωνυμίας και της συγκέντρωσης ή της χρήσης ενός άπειρου πληροφοριακού υλικού, μπορεί το σύγχρονο άτομο περισσότερο συνειδητά και καταρτισμένα να προχωρήσει στη δόμηση της ταυτότητάς του. Το άπειρο της πληροφορίας για τις θρησκείες και τις εκκλησίες, είναι μία «εγγύηση» για την απόφαση του χρήστη να διαμορφώσει την θρησκευτική του ταυτότητα, όμως αυτή η παραδοχή αποκρύβει μία τεράστια ψευδαίσθηση. Καθώς οι νέες τεχνολογίες αντικειμενικοποιούν δεδομένα, αφαιρώντας τα από το συγκείμενό τους, προσφέρονται σε μία καταναλωτική κουλτούρα χρήσης, η οποία τελικά ενισχύει τον ναρκισσισμό και το εφήμερο της εποχής μας<sup>89</sup>.

#### [4] Εμπιστοσύνη

Η εμπιστοσύνη (trust) είναι μία βασική έννοια για να κατανοήσει κανείς τη διαμόρφωση σχέσεων μεταξύ των κοινωνικών μονάδων. Η εμπιστοσύνη είναι το μέσο εκείνο που βοηθά στη μείωση της συνθετότητας στο περιβάλλον του κάθε οργανισμού, και, καθώς το διαδίκτυο χαρακτηρίζεται από μία έντονη και αυξημένη συνθετότητα, καταλαβαίνει κανείς τη σπουδαιότητα αυτής τόσο στην ανταλλαγή των πληροφοριών όσο και στην απορρόφηση της γνώσης. Σε κάθε περίπτωση, η εμπιστοσύνη προϋποθέτει ότι το άτομο που την επιδεικνύει, δεν είναι σε θέση να παρακολουθήσει όλες τις πράξεις του άλλου ατόμου, βασίζεται όμως στην πεποίθηση ότι εκείνος προς τον οποίον επιδεικνύεται εμπιστοσύνη, θα πράξει με καλή πίστη, βασιζόμενος σε κάποιες ηθικές αρχές. Η αβεβαιότητα, η ευπάθεια, και η εξάρτηση του ενός από τον άλλον είναι τα στοιχεία εκείνα που δημιουργούν το πλαίσιο για τη λειτουργικότητα της εμπιστοσύνης. Αυτή συνδέεται με μία ηθελημένη, και όχι εξαναγκαστική συνεργασία, καθώς και με τα πλεονεκτήματα, τα

---

<sup>89</sup> «Όπως το iPod σου δίνει την ευκαιρία (και σε εθίζει στη συνήθεια) να αποθηκεύεις τεράστιες ποσότητες μουσικών κομματιών, τα οποία ποτέ δε θα ακούσεις (και όπως ένα iPhone σου προσφέρει 99.000 εφαρμογές τις οποίες ποτέ δε θα χρησιμοποιήσεις), έτσι και μέσα στη σύγχρονη καταναλωτική κουλτούρα, όπου ο χρόνος χάνει τη μορφή μιας ενιαίας και συνεκτικής αφήγησης που κατευθύνεται από το παρελθόν στο μέλλον μέσω του παρόντος, το τελευταίο υπερδιογκώνεται και μετατρέπεται σε αεροστεγή φούσκα, βρίσκοντας, όμως, ταυτόχρονα, το νόημά του μέσω μιας διαρκούς αναφοράς σε ένα μέλλον υπερπληθώρας απραγματοποίητων επιλογών», Ν. Μάλλιαρη, «Με αφορμή τον θάνατο του Στιβ Τζόμπς», περ. *Πρόταγμα*, 6 (2013), 162.

οποία προκύπτουν από μία τέτοια συνεργασία. Για αυτό τον λόγο, εσωτερικεύει ένα στοιχείο αμοιβαιότητας<sup>90</sup>.

Γίνεται, λοιπόν, κατανοητό πως στο πλαίσιο του διαδικτύου, στο οποίο κυριαρχεί η απροσδιοριστία, η αμοιβαιότητα, η εξάρτηση του ενός χρήστη από τον άλλον, το πέπλο της άγνοιας αναφορικά με την ταυτότητα και τους σκοπούς των υπολοίπων χρηστών όταν επισκέπτονται έναν ιστότοπο, αλλά και η υπερσυσσώρευση μηνυμάτων και σχολίων, η αρχή της εμπιστοσύνης είναι πολύ σημαντική, αλλά και πολύ δύσκολο να επιτευχθεί. Στις οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στον κυβερνοχώρο, όπως είναι η περίπτωση της διαδικτυακής θρησκευτικότητας, η εμπιστοσύνη καλείται να καλύψει το κενό που δημιουργείται από την «οριζόντια» δικτυακή οργάνωση, καθώς δεν έχουμε πλέον «κάθετες» σχέσεις, όπως σε μία εκκλησία ή σε μία θρησκεία, όπου η εξουσία και η αυθεντία δεν μπορεί παρά να είναι σαφώς ορισμένη μέσω της ιεραρχικής δομής, των οργανογραμμάτων και των τυπικών διαδικασιών. Για παράδειγμα, σε μία *online* άσκηση της θρησκευτικότητας μίας κοινότητας μουσουλμάνων μεταναστών, δεν μπορεί να γίνει πραγματική επίκληση της εξουσίας ή της αυθεντίας ενός ιμάμη ή ενός πνευματικού αρχηγού, εάν δεν υπάρχει η εμπιστοσύνη στους χρήστες ότι αυτός όντως υπάρχει και έχει κάνει την ορθή ερμηνεία του Κορανίου.

Η εμπιστοσύνη σε δικτυακά περιβάλλοντα σχετίζεται με το λεγόμενο «κοινωνικό κεφάλαιο» (*social capital*)<sup>91</sup>. Αυτή η έννοια του «κοινωνικού

---

<sup>90</sup> Αναλυτικά για το φαινόμενο της εμπιστοσύνης στην κουλτούρα του διαδικτύου, βλ. Δημ. Δασκαλάκη, Κ. Φασουλή (2013), *Το οργανωτικό φαινόμενο στο Διαδίκτυο*, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 237εξ.

<sup>91</sup> «Κοινά αποδεκτός και καθιερωμένος ορισμός του κοινωνικού κεφαλαίου. Οι τρεις κυριότεροι μελετητές, οι οποίοι έχουν σε μεγάλο βαθμό καθορίσει το περιεχόμενο της έννοιας είναι οι Bourdieu, Coleman και Putnam. Μέσω των προσεγγίσεών τους έχουν συμβάλει καθοριστικά, τόσο στην ανάλυση και τον εμπλουτισμό, όσο και στην καθιέρωση της συγκεκριμένης έννοιας στο πεδίο των σύγχρονων κοινωνικών επιστημών. Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο Bourdieu, το κοινωνικό κεφάλαιο αποτελεί το σύνολο των πραγματικών ή συμβολικών πόρων οι οποίοι συνδέονται με πολλαπλά δίκτυα, που διατηρούνται στο χρόνο και συσχετίζονται με εν πολλοίς θεσμοθετημένες σχέσεις αμοιβαίας αποδοχής και αναγνώρισης. Σύμφωνα με τον Coleman το κοινωνικό κεφάλαιο ορίζεται από τη λειτουργία που επιτελεί. Δεν συνιστά μια ενιαία οντότητα, αλλά μια ποικιλία οντοτήτων με δυο κοινά χαρακτηριστικά: αποτελούνται από κάποια κοινωνική

κεφαλαίου», η οποία προέρχεται από τις κοινωνικές επιστήμες, μας βοηθά να καταλάβουμε τις σχέσεις αλληλεξάρτησης, που διαμορφώνονται στις διαδικτυακές κοινότητες, καθώς και τη διαφορά τους από τις αντίστοιχες *offline* κοινωνικές σχέσεις. Στο «κοινωνικό κεφάλαιο», το οποίο παράγεται από τις διαδικτυακές σχέσεις μπορούμε να κάνουμε λόγο για «αδύναμους δεσμούς» (*weak ties*) μεταξύ των χρηστών<sup>92</sup>. Είναι οι δεσμοί μεταξύ των μελών του διαδικτύου αδύναμοι, διότι πρόκειται για σχέσεις μεταξύ απομακρυσμένων μελών μίας κοινότητας, ομάδων που βρίσκονται *online* και χαρακτηρίζονται από μικρό κόστος εισόδου και ευκολία εισόδου και εξόδου από την κοινότητα (*low-cost, easy-entry, easy-exit*). Αυτού του είδους οι κοινωνικές σχέσεις διακρίνονται από σχέσεις που παράγουν το λεγόμενο *bonding social capital*, το οποίο αφορά σχέσεις με βαθιά κοινωνική και ψυχολογική υποστήριξη και μία έντονη αίσθηση ταυτότητας<sup>93</sup>. Και τα δύο αυτά είδη συναποτελούν το κοινωνικό κεφάλαιο, το οποίο διατρέχει την κοινωνία και τη διατηρεί, βασιζόμενο στο τρίπτυχο «εμπιστοσύνη, ομαδικότητα και πληροφόρηση»<sup>94</sup>.

---

δομή και διευκολύνουν τις ενέργειες των ατόμων που υπάγονται σε αυτά, είτε είναι ξεχωριστά άτομα είτε συλλογικοί φορείς. Ο Robert Putnam το αντιμετωπίζει ως συλλογικό χαρακτηριστικό. Συγκεκριμένα, όρισε το κοινωνικό κεφάλαιο ως ένα σύνολο χαρακτηριστικών που αφορούν στην ύπαρξη δικτύων στην κοινότητα (*community networks*), στη συμμετοχή των πολιτών στα κοινά (*civic engagement*), στην καλλιέργεια ισχυρής τοπικής ταυτότητας (*civic identity*), καθώς και στην ανάπτυξη εμπιστοσύνης και ανταποδοτικότητας ανάμεσα στα μέλη μιας ομάδας ή της κοινότητας», Α. Τσούνη, Π. Σαράφη, «Κοινωνικό Κεφάλαιο: Μία απόπειρα εννοιολογικής οριοθέτησης του όρου», *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, ΙΖ' 66 (2016), 142εξ. Βλ. επίσης, Μ. Siisiäinen (2000), «Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putnam», Paper presented at ISTR Fourth International Conference "The Third Sector: For What and for Whom?" Trinity College, Dublin, Ireland July 5-8, 2000, [https://www.researchgate.net/publication/200031251\\_Two\\_Concepts\\_of\\_Social\\_Capital\\_Bourdieu\\_vs\\_Putnam](https://www.researchgate.net/publication/200031251_Two_Concepts_of_Social_Capital_Bourdieu_vs_Putnam) [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

<sup>92</sup> N. Ellison, C. Steinfield, « The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12/4 (2007), 1-25.

<sup>93</sup> M. Skoric, D. Ying, Y. Ng, «Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Political Participation in Singapore», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (2009), 418.

<sup>94</sup> E. Uslaner, «Trust, Civic Engagement, and the Internet», *Political Communication*, 21 (2004), 224 [https://www.researchgate.net/publication/2405374\\_Uslaner\\_Trust\\_Civic\\_Engagement\\_and\\_the\\_Internet\\_1](https://www.researchgate.net/publication/2405374_Uslaner_Trust_Civic_Engagement_and_the_Internet_1) [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]



Το «κοινωνικό κεφάλαιο» των αδύναμων δεσμών του διαδικτύου αναφέρεται σε απομονωμένα άτομα που έρχονται σε επαφή ανταλλάσσοντας πληροφόρηση και κοινά ενδιαφέροντα. Πρόκειται για *online* κοινότητες κοινών ενδιαφερόντων και κοινών αναγκών. Στην περίπτωση, όμως, του ισχυρού «κοινωνικού κεφαλαίου» (*bonding social capital*), που το συναντάμε σε εκκλησιαστικές, θρησκευτικές, ιδεολογικές ή πολιτικές κοινότητες, παρατηρούμε μία μεγάλη συναισθηματική κάλυψη, ενώ προϋποτίθενται σχέσεις αμοιβαιότητας, και κατά συνέπεια μία λειτουργία αποκλειστικότητας<sup>95</sup>.

Η εμπιστοσύνη είναι, λοιπόν, μία κεντρική έννοια στο πλαίσιο των διαδικτυακών σχέσεων. Η προσπάθεια πολλών θρησκευτικών ομάδων ή και εκκλησιών να δημιουργήσουν κοινότητες στον κυβερνοχώρο, ακριβώς αποσκοπεί στην υποκατάσταση των *offline* κοινωνικών σχέσεων από τις *online* αντίστοιχες. Όμως, η εμπιστοσύνη σε αυτή την σκοποθεσία δεν παύει να είναι ένα διακύβευμα, διότι μία κοινότητα δεν μπορεί να θεμελιωθεί από διαδικτυακούς πολίτες που λειτουργούν ως *transients*, δηλαδή «σταματούν» για λίγο την *online* περιπλάνησή τους, αντλούν ή δίνουν πληροφορία και «φεύγουν». Η εμπιστοσύνη αφορά στη γνώση που μπορεί να έχει κανείς ότι και οι άλλοι που μετέχουν της διαδικτυακής κοινότητας, είναι πραγματικές υπάρξεις, που συμμερίζονται τις ίδιες ανάγκες και ιδέες. Αυτό δεν είναι αυτονόητο και βέβαιο στο διαδίκτυο, καθώς η ευρεία χρήση της ανωνυμίας ή της «παρενδυσίας» επιτρέπει μεν την ελευθερία στη διατύπωση της γνώμης, ωστόσο αποτελεί εμπόδιο για την εδραίωση της εμπιστοσύνης. Η εμπιστοσύνη αφορά δευτερογενώς στην διαπίστωση ότι οι γνώμες που εκφέρονται προέρχονται από συγκεκριμένα φυσικά υποκείμενα, τα οποία «στέλνουν» αληθινά μηνύματα. Τριτογενώς, η εμπιστοσύνη αφορά στην αίσθηση υπευθυνότητας που υπάρχει ή δεν υπάρχει σε μία διαδικτυακή κοινότητα<sup>96</sup>.

Η μεταβατικότητα του Μέσου και η εξάλειψη της φυσικής παρουσίας του υποκειμένου, όσα προφίλ και εικόνες και αν καταχωρούνται στα διάφορα ΜΚΔ,

<sup>95</sup> D. Williams, «On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11/2 (2006), article 11, <https://academic.oup.com/jcmc/article/11/2/593/4617735> [τελευταία ανάκτηση, 20.2.2019]

<sup>96</sup> O. Etzioni, «Face-to-face Face-to-Face and Computer-Mediated Communities, A Comparative Analysis», *The Information Society* 15/4 (1999), 241-248.

είναι ανασταλτικοί παράγοντες για την οικοδόμηση πραγματικών σχέσεων εμπιστοσύνης και τη συνακόλουθη παραγωγή «κοινωνικού κεφαλαίου» στον κυβερνοχώρο. Αυτό δεν σημαίνει, σε καμία περίπτωση, ότι οι διαδικτυακές σχέσεις είναι άνευ σημασίας και δεν δημιουργούν κάποιου είδους κοινότητες, όπως αυτό αποδεικνύεται και από την δημόσια παρέμβαση αυτών των ομάδων σε θέματα επικαιρότητας, όμως δεν είναι καθόλου σίγουρο ότι αυτές μπορούν να υποκαταστήσουν τις φυσικά διαμορφωμένες κοινότητες. Ακόμη περισσότερο, όταν το στοιχείο της πληροφορίας είναι κυρίαρχο σε αυτές τις διαδικτυακές επισκέψεις. Για παράδειγμα, τι είδους κοινότητα μπορεί να διαμορφώσει η Ορθόδοξη Εκκλησία στο διαδίκτυο με μουσουλμάνους ή βουδιστές που ενδέχεται θα επισκεφθούν αυτούς τους ιστοτόπους και θα αναρτήσουν ή θα σχολιάσουν; Ο έλεγχος της εισόδου, της παραμονής και της εξόδου ουσιαστικά δεν υφίσταται, κάτι που είναι από μόνο του ένα πρόβλημα. Την έλλειψη εμπιστοσύνης, μάλιστα, προκαλεί και το είδος του διαδικτυακού λόγου, διότι όταν ο χρήστης θα θελήσει να υπερβεί την απλή πληροφορία και να εισέλθει σε μία διαδραστική σχέση με άλλους χρήστες, αναγκαστικά θα συναντήσει βιωματικές και προσωπικές εμπειρίες, οι οποίες θα είναι κατεξοχήν ανοίκειες για κάποιον που ανήκει σε μία άλλη θρησκεία ή απλά είναι άθεος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β. Η ΘΡΗΣΚΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

### Β1. Πρώιμες μορφές της θρησκευτικής παρουσίας στο Διαδίκτυο.

Η ιστορία της παρουσίας της θρησκείας στο διαδίκτυο, άρχισε στο ξεκίνημα της δεκαετίας του 1980 σαν αποτέλεσμα της εξέλιξης του προγράμματος *μόντεμ* στη δεκαετία του 1970. Στο σύστημα *ORIGINS*, πού εξελίχθηκε ένα από τα πρώτα συστήματα (ηλεκτρονικού-διαδικτυακού) πίνακα ανακοινώσεων (BBS) εμφανίζονταν θρησκευτικού τύπου συζητήσεις. Αυτή η διαδικτυακή θρησκευτική δραστηριότητα πέρασε στο σύστημα *USENET* και έγινε σημαντική συνιστώσα του νέου δικτύου. Οι συζητήσεις σε αυτό το δίκτυο διαχωρίζονταν θεματικά και τοποθετούνταν σε ξεχωριστούς τομείς, τα λεγόμενά *newsgroups*. Μετά το 1983 επειδή κάποια μέλη του *USENET* άρχισαν να διαμαρτύρονται για το μεγάλο όγκο των διαλόγων θρησκευτικού περιεχομένου, στις 6 Φεβρουαρίου 1983 δημιουργήθηκε για αυτό το σκοπό το *USENET group net.religion*. Εκεί μέχρι το τέλος του Φεβρουαρίου είχαν αναρτηθεί 100 δημοσιεύσεις. Επρόκειτο για ένα *online forum*. Δεν υπήρχε κάποιος επιβλέπων, ο καθένας ανέβαζε ότι επιθυμούσε.

Παρότι δημιουργήθηκε ειδικά για θρησκευτικές συζητήσεις στην πραγματικότητα δεν ήταν ένα θρησκευτικό περιβάλλον. Ήταν ένα ανοιχτό *forum*, όπου ο καθένας εξέθετε την προσωπική του πίστη, έκανε κριτική σε θέσεις άλλων ή υπερασπιζόταν τις θέσεις του. Λάμβαναν χώρα έντονοι διάλογοι και αντιτιθέμενες απόψεις. Για αυτό σύντομα δημιουργήθηκε η ανάγκη για τη δημιουργία ενός ξεχωριστού τομέα για κάθε θρησκευτική παράδοση. Αρχικά οι Ιουδαίοι δημιούργησαν το 1984 το φόρουμ *net.religion.jewish*, όπου θα συζητούνταν ζητήματα αποκλειστικά Ιουδαϊσμού. Το ιουδαϊκό αυτό περιβάλλον αποτέλεσε ένα χώρο ενεργό και σταθερό τόσο, ώστε και άλλες θρησκευτικές ομάδες θέλησαν να το αντιγράψουν και να ιδρύσουν τους δικούς τους χώρους στο *USENET*. Ωστόσο, λόγω της εξάπλωσης του δικτύου ήταν δύσκολο να δημιουργήσουν μια νέα

διαδικτυακή ομάδα συζητήσεων (online discussion group). Ένας αριθμός θρησκειών όπως Νεοπαγανιστές, Βουδιστές κ.ά. επιχείρησαν αλλά δεν μπόρεσαν να μαζέψουν αρκετούς συμμετέχοντες ώστε για να δημιουργήσουν αυτόνομη ομάδα συνομιλητών. Συγκεντρώθηκαν, όμως, αρκετοί Χριστιανοί, με σκοπό να ιδρυθεί ένα ξεχωριστός χώρος συζητήσεων, και αυτό το νέο *group* ιδρύθηκε στις 20 Νοεμβρίου 1984.

Στην περίοδο ενός έτους μεταξύ του 1985 και 1986, αναρτήθηκαν 8.130 μηνύματα στο *net religion*, ενώ στο *net.religion.jewish* 2.970 μηνύματα και τέλος 1830 μηνύματα στο *net.religion.christian*. Στις 30 Ιανουαρίου του 1985, ιδρύθηκε για θέματα ινδικής κουλτούρας και ινδουιστικής θρησκείας ένα νέο *group*, επονομαζόμενο *net.nlang.India*. Μέσα στην πρώτη εβδομάδα από τη δημιουργία του, το *net.nlang.India* έγινε μια από τις εικοσιπέντε πιο ενεργές ομάδες ειδήσεων στο δίκτυο *USENET*.

Ως τα μέσα της δεκαετίας του 1980, οι χώροι θρησκευτικών συζητήσεων του *USENET* είχαν γίνει πολύ δραστήριοι, με δεκάδες χιλιάδες αναρτήσεις ετησίως. Κατά το έτος 1990, το δίκτυο *USENET* αναδιαρθρώθηκε για να επιτρέψει σε περισσότερες θρησκευτικές ομάδες να εκπροσωπηθούν. Περίπου τριακόσιες ενεργές ομάδες θρησκευτικών συζητήσεων προσέλκυσαν εκατοντάδες χιλιάδες μηνυμάτων, πριν να γίνει το *Internet* ένα δημοφιλές εργαλείο επικοινωνίας. Εκείνη την εποχή στη Σαουδική Αραβία, δεν επιτρεπόταν στους ινδουιστές εργαζόμενους να έχουν μαζί τους ιερά ινδουιστικά κείμενα. Οι συντονιστές αυτών των ομάδων συζήτησης παρέκαμψαν αυτή την δυσκολία, δημοσιεύοντας οποιοδήποτε ιερό κείμενο τους ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες της ομάδας. Με αυτόν τον τρόπο, οι άνθρωποι μπορούσαν να διαβάσουν τις ιερές τους γραφές στο *USENET*, αλλά και να διαλεχθούν για τις θρησκευτικές τους πεποιθήσεις, χωρίς φόβο να συλληφθούν και να απελαθούν για τη θρησκευτική τους δραστηριότητα. Αντί να αφήσουν την τεχνολογία να τους περιορίσει τον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιούσαν το

σύστημα *USENET*, αντίθετα οι χρήστες προσάρμοσαν το σύστημα, ώστε αυτό να ικανοποιεί τις δικές τους ανάγκες<sup>97</sup>.

Ως τα μέσα της δεκαετίας του 1990 υπήρχε αυτή η εικόνα ως προς την θρησκευτική δραστηριότητα διαδικτυακά. Τότε όμως πραγματοποιήθηκε η ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού, του οποίου οι υπηρεσίες αυξήθηκαν και εξαπλώθηκαν εκθετικά. Αντίστοιχα αναπτύχθηκαν ακολουθώντας τις εξελίξεις με καλπάζοντα ρυθμό και οι θρησκευτικές αναρτήσεις.

## **B2. Σύγχρονες μορφές της θρησκευτικής παρουσίας στο Διαδίκτυο.**

Το έτος 2000 αυτοί που χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο για θρησκευτικούς και πνευματικούς λόγους ήταν περισσότεροι από όσους το χρησιμοποιούσαν για τραπεζικές εργασίες (online banking) και διαδικτυακές γνωριμίες (online dating). Την ίδια εποχή το 21% των χρηστών του διαδικτύου στις ΗΠΑ πλοηγήθηκε στο διαδίκτυο για βρει κάποια μορφή θρησκευτικής δραστηριότητας. Σε ένα χρόνο ο αριθμός διπλασιάστηκε σε 25% και από τα δύο εκατομμύρια άνθρωποι που ανά ημέρα πλοηγούνταν για θρησκευτικούς ή πνευματικούς λόγους το 2000, ξεπέρασαν τα τρία εκατομμύρια. Το 2004 το ποσοστό αυτό ήταν 64%. Αυτό δείχνει πως η παρουσία της θρησκείας στο διαδίκτυο είναι κοινός παράγοντας του νέου αυτού μέσου<sup>98</sup>.

Η μεγάλη παρουσία της θρησκείας στο διαδίκτυο φαίνεται και από την εξής πρόσφατη (21.02.2019) έρευνα: στη μηχανή αναζήτησης *Google*, θέτοντας τη λέξη κλειδί *Christianity*, λαμβάνουμε 151.000.000 αποτελέσματα, για το *Islam* 693.000.000, για το *Judaism* 46.100.000, για το *Hinduism* 33.600.000, για το *Buddhism* 205.000.000, και για τα *New Religious Movements* 102.000.000.

Δεν είναι μόνον η πληθώρα της θρησκευτικής παρουσίας στο διαδίκτυο, υπάρχει και η ποικιλομορφία των εμφανίσεων. Το διαδίκτυο εμφανίζεται να

<sup>97</sup> Βλ. σχετικά, C.Helland, «Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2007), 958-963, και A. M. Iqbal, «When Religion Meets the Internet: Cyberreligion and the Secularization Thesis», *Jurnal Komunikasi Islam*, 6/1 (2016), 7-8.

<sup>98</sup> C. Helland, ό.π., 957.

σχετίζεται με την θρησκεία μέσω διαφορετικών πεδίων και αναφορών. Η ανάλυση της θρησκευτικής χρήσης του διαδικτύου πρέπει να χρησιμοποιήσει ως αναλυτικά «εργαλεία» τη βασική εννοιολογική διάκριση της *religion online* και της *online religion*.

Οι ιστοτόποι που καλύπτονται από την ορολογία *religion online* είναι αυτοί, που εξυπηρετούν και πληροφορούν αναφορικά με μία ήδη υπάρχουσα εκκλησιαστική κοινότητα, παρέχοντας το σχετικό υλικό, δηλαδή θεολογικά άρθρα, βιβλία, λειτουργικές πληροφορίες, οργάνωση, προγράμματα τελετουργιών ή συναντήσεων, ομιλίες, εκδηλώσεις, τρόπους επικοινωνίας. Απευθύνεται στους οπαδούς της εν λόγω κοινότητας πρωταρχικά και σε δεύτερη φάση σε όλους όσους θα ήθελαν να έχουν μία πρώτη εικόνα του θρησκευτικού πλαισίου που εκπροσωπεί<sup>99</sup>. Είναι ένα διαδικτυακό «κάλεσμα» στους οπαδούς ή στα μέλη μίας θρησκείας, για να πραγματώσουν διαδικτυακά θρησκευτικές πρακτικές, όπως είναι η Θεία Λειτουργία, προσευχές, δεήσεις, ψαλμοί κ.α. Οι επίσημες θρησκείες ελέγχουν ιστοτόπους αυτού του τύπου και είναι οργανωμένες για να απευθυνθούν σε συγκεκριμένες θρησκευτικές ομάδες. Η επικοινωνία είναι μονόδρομη. Δείγματα αυτού του είδους είναι ενδεικτικά: [www.vatican](http://www.vatican), [www.scientology](http://www.scientology), [www.lds.org](http://www.lds.org) (Εκκλησία του Χριστού των τελευταίων ημερών), [www.dalailama.com](http://www.dalailama.com), [www.bahai.org](http://www.bahai.org). κ.α. Σχετική έρευνα του *Pew Research Center & American Life Project*, έδειξε πως οι επίσημοι δικτυακοί τόποι της εκκλησίας, κυρίως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για επικοινωνιακές λειτουργίες μονόδρομης κατεύθυνσης, όπως είναι η κοινοποίηση κηρυγμάτων και βασικών πληροφοριών· οι αμφίδρομες επικοινωνιακές λειτουργίες με διαδραστικά χαρακτηριστικά, όπως πνευματικές συζητήσεις, προσευχές στο διαδίκτυο ή συλλογή χρημάτων<sup>100</sup>, δεν είναι κάτι το συνηθισμένο για αυτούς τους ιστοτόπους.

Στην περίπτωση της *religion online* η βάση της αναφοράς είναι «εξωτερική», δηλαδή πηγές και δόγματα τα οποία βρίσκονται ήδη σε κείμενα ή σε πρακτικές

<sup>99</sup> G. Young (2004), «Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity», στο *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, ό.π., 93-94.

<sup>100</sup> A. M. Iqbal, ό.π., 10-11.

διαφόρων θρησκευτικών κοινοτήτων, και από εκεί χρησιμοποιούνται στο διαδίκτυο, αντίθετα στην περίπτωση της *online religion* μία θρησκευτική διαδικασία εκπληρώνεται εξ ολοκλήρου στο διαδίκτυο και μόνο, χωρίς μετάβαση και προσωπική παρουσία σε κάποιο συγκεκριμένο χώρο. Πολλές φορές, βέβαια, τα όρια των εν λόγω διακρίσεων είναι αρκετά ασαφή. Όταν κάποιος αποστέλλει διαδικτυακά ένα αίτημα θρησκευτικής πρακτικής, στην ουσία αναμένει μία διαδραστική απάντηση από τον «διαχειριστή» (administrator)<sup>101</sup>.

Η νέα δομή της πραγματικότητας του διαδικτύου, από μόνη της, δημιουργεί ένα εντελώς νέο περιβάλλον, στο οποίο η διάκριση «εξωτερικής» από «εσωτερική» πρακτική, ή η διάκριση μεταξύ *online* και *offline*, είναι σε πολλά επίπεδα άκρως προβληματική. Επειδή η *online* θρησκεία παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη θρησκεία, κάνει πρωταρχική αναφορά στην θρησκεία *offline*, δηλαδή στις προϋπάρχουσες θρησκευτικές παραδόσεις και θεσμούς. Από την άλλη πλευρά, δεδομένου ότι καλεί τους χρήστες του διαδικτύου για συμμετοχή, η *online* θρησκεία αναφέρεται στο ίδιο το διαδικτυακό περιβάλλον ως το πρωταρχικό πλαίσιο της δραστηριότητας αυτής. Οπότε και τίθεται το ερώτημα, εάν θα έπρεπε να διακρίνουμε αυστηρά αυτούς τους δυο χώρους ή τα δύο πλαίσια αναφοράς. Θεωρείται από ερευνητές ότι η μεταξύ τους αντίθεση δεν είναι απόλυτη. Υποστηρίζεται πως δεν πρόκειται για μια αντίθεση, αλλά για δύο τύπους θρησκευτικής έκφρασης και δραστηριότητας, που υπάρχουν αλληλέγγυοι μεταξύ τους. Δεν μπορούμε αυστηρά να ξεχωρίσουμε την θρησκεία *online* και την *offline* θρησκεία, επειδή αυτές οι δύο μορφές λειτουργούν πάνω στην ίδια βάση<sup>102</sup>.

Πιο συγκεκριμένα, όταν παρέχεται η ηλεκτρονική δυνατότητα σε έναν διαδικτυακό επισκέπτη να διαβάζει *online* θρησκευτικά κείμενα, να μοιράζεται με άλλους αντίστοιχους επισκέπτες βιωματικές εμπειρίες και συγχρονισμένα να απαγγέλλουν ύμνους ή ψαλμούς, δεν μπορεί εύκολα να γίνει η διάκριση ανάμεσα

<sup>101</sup> C. Helland, «Online Religion as lived Religion, Methodological issues in the study of religious participation on the Internet», *Online- Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1/1 (2005), 3-4, <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5823/1/Helland3a.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

<sup>102</sup> G. Faimau (2008), «'Click Here for Religion' Self-Presentation of Religion on the Internet», Working Paper 7, Verbum SVD. 48. 135 - 147

σε μία διαδικασία διαδικτυακής «προσαρμογής» της θρησκείας (η περίπτωση της religion online) και μίας άλλης αντίληψης περί θρησκείας, η οποία επιλέγει ως πεδίο εφαρμογής της το διαδικτυακό περιβάλλον. Στο σημείο αυτό θα μπορούσε να προτείνει κανείς μία «γκάμα» σχετικών διαβαθμίσεων. Για παράδειγμα, ενώ στον ιστότοπο [www.new-mercies.org/sanctuary.htm](http://www.new-mercies.org/sanctuary.htm), ο πιστός καλείται να βιώσει την πραγματική λειτουργία, «σερφάροντας» σε πολλαπλά *web sites*, στις περιπτώσεις της Ρωμαιοκαθολικής The Daily Mass ([www.themass.com](http://www.themass.com)) και της Ελληνορθόδοξης Αρχιεπισκοπής της Αμερικής ([www.goarch.org](http://www.goarch.org)), οι πιστοί προσκαλούνται ως απλοί παθητικοί δέκτες του διαδικτυακού υλικού και όχι σαν «τελεστές» μίας βιωματικής *online* Λειτουργίας<sup>103</sup>.

Το 2007, η Αμερικανική *megachurch LifeChurch.tv* εκπόνησε ένα νέο *project* με τον τίτλο *YouVersion*, το οποίο επεκτάθηκε μέσω διαφόρων εφαρμογών σε εκατό εκατομμύρια άτομα σε παγκόσμιο επίπεδο το καλοκαίρι του 2013. Αυτό το *project* αρχικά δημιουργήθηκε με σκοπό να ενθαρρύνει την ενασχόληση του απλού πιστού με τη Βίβλο, προσφέροντας μία *online* Βίβλο, στην οποία κανείς δεν θα αρκούταν στο να διαβάζει τα βιβλικά χωρία, αλλά επίσης θα είχε τη δυνατότητα της άμεσης πρόσβασης μέσα στα ΜΚΔ. Μέσω αυτής της συμμετοχής και της «διαμοίρασης» του σχετικού υλικού, ο σκοπός της επέκτασης του χριστιανικού ακροατηρίου θα μπορούσε να επιτευχθεί. Το «υπερκείμενο» (hypertext) της διαδικτυακής γραφής είναι αυτό που προσφέρει τη δυνατότητα «υπερσυνδέσεων» με άλλα κείμενα ή με κάποιο οπτικό και επικοινωνιακό υλικό. Ο χρήστης είχε την εντύπωση ότι μπορούσε να έχει την άποψη ή την ερμηνεία της εκκλησίας, και μετά να αναζητήσει αυτός ο ίδιος, μέσω των παραπομπών του «υπερκειμένου», τις διαφορετικές κάθε φορά απόψεις. Μία τέτοια πρακτική της *religion online* δεν λειτουργεί ανατρεπτικά, ούτε «αποκαθλώνει» τη σημασία του βιβλικού κειμένου, καθώς οδηγεί τον χρήστη στην ανακάλυψη μίας πραγματικότητας, η οποία προϋπήρχε του κωδικοποιημένου βιβλίου και/ή του τυπωμένου βιβλίου, όταν η μετάδοση και μεταφορά των

---

<sup>103</sup> G. Young, ό.π., 103-104.



βιβλικών αποσπασμάτων σε αυτό το τότε πρωταρχικό στάδιο, ήταν αποσπασματική και «ρευστή», όπως συμβαίνει και τώρα με τη διαδικτυακή εφαρμογή<sup>104</sup>.

Το κήρυγμα, επίσης, είναι μία μορφή «εξωτερικής» θρησκευτικότητας, που μπορεί να προσαρμοσθεί στη διαδικτυακή πραγματικότητα. Για παράδειγμα, στο *Twitter* υπάρχουν τα λεγόμενα *twitter of faith* (TOF). Σε αυτή την περίπτωση, η πρόσκληση έγκειται στο να γράψει ή να περιγράψει κανείς την πίστη του μέσα στο στενό όριο των 140 λέξεων· πολύ σύντομα πολλά τέτοια *tweets* άρχισαν να αποστέλλονται παντού, *tweets* που ήταν διακηρύξεις της πίστης και περιλήψεις θεολογικών δογμάτων σε σύντομες φράσεις. Αυτή η πραγματικότητα αποδεικνύει ότι η ψηφιακή τεχνολογία αναμειγνύει το «κοινό»: μπορεί να είναι άτομα με θρησκευτική παιδεία και ωριμότητα όσο μπορεί να είναι και άτομα με καθόλου θρησκευτική παιδεία, δημιουργούνται κατ' αυτό τον τρόπο υβρίδια παραγωγών και καταναλωτών του μηνύματος, οι λεγόμενοι *producers* (από τη μίξη των *producers* και των *consumers*)<sup>105</sup>.

Η εν λόγω ανάμιξη του «κοινού» και η ταυτόχρονη επιδίωξη ενός όσο το δυνατόν μεγαλύτερου ακροατηρίου, το οποίο θα «καταναλώσει» τα θρησκευτικά μηνύματα, μας οδηγεί στην ανάλυση των προβλημάτων που μπορεί να δημιουργήσει (και σε πολλές περιπτώσεις δημιουργεί) αυτή η προσαρμογή της θρησκείας στο διαδίκτυο. Μία από τις βασικές συνέπειες είναι αυτό που ονομάζουμε «καταστροφή κειμένου» (*context collapse*). Αυτό σημαίνει, πολύ απλά, ότι υπάρχει μεγάλη δυσκολία στο να δημιουργήσει κάποιος ένα μήνυμα, το οποίο θα έχει και τον περιορισμό του αριθμού των χαρακτήρων όπως συμβαίνει στο *Twitter*, που θα έχει τη μορφή του τύπου «one size fits all». Αποστέλλεται ένα «τυποποιημένο» μήνυμα, που ο συντάκτης του μέσω αυτού θα προσπαθήσει να απευθυνθεί σε ένα όσο το δυνατόν πιο εκτεταμένο και ποικιλόμορφο ακροατήριο.

<sup>104</sup> T. Hutchings (2015), «Now the Bible is an App: Digital Media and Changing Patterns of Religious Authority», στο *Religion, Media, and Social Change*, Routledge, Taylor & Francis Group, New York, London, 148.

<sup>105</sup> P. H. Cheong (2012), «Twitter of Faith: Understanding Social Media Networking and Microblogging Rituals as Religious Practices», στο *Digital Religion, Social Media and Culture*, Peter Lang, New York, 191-206.

Κατά συνέπεια, θα περιορισθεί σε πολύ στοιχειώδεις θρησκευτικές έννοιες και νοήματα, που μπορούν να καταστρέψουν το θρησκευτικό κείμενο και την πρόθεση του συντάκτη πίσω από αυτό. Τα πράγματα γίνονται ακόμη χειρότερα, όταν λάβει κανείς υπόψη του, ότι η έμφαση δεν είναι πλέον στο περιεχόμενο, αλλά στην αντίδραση των *likes* που θα λάβει αυτή η ανάρτηση<sup>106</sup>.

Μία άλλη συνέπεια, είναι ότι όσο περισσότερο η θρησκεία στο διαδίκτυο στοχεύει σε συγκεκριμένα ακροατήρια και τείνει να ερμηνεύεται ως «προέκταση» της άσκησης της θρησκείας εκτός του διαδικτύου, άλλο τόσο με τα ΜΚΔ η θρησκεία μεταμορφώνεται περισσότερο σε μία «πολιτιστική δεξαμενή», που δεν έχει να κάνει με επίσημες, τυπικές θρησκευτικές εκκλησίες ή ομάδες. Το ακροατήριο που συμμετέχει στα ΜΚΔ είναι πλέον αποστασιοποιημένο και χωρίς σταθερές σχέσεις με τις θεσμικές εκκλησίες. Αυτή η αποστασιοποίηση χαρακτηρίζει όλη την κοινωνική ζωή του σύγχρονου ατόμου, το οποίο αδυνατεί τελικά να κατευθύνει την πίστη, το βίωμα και το συναίσθημά του προς σταθερές δομές θρησκευτικής αναζήτησης. Η πραγματικότητα του *internet* είναι ότι ταυτόχρονα ομογενοποιεί ως χρήστη και τον «τμηματοποιεί» στη βάση θρησκευτικών ετικετών. Η «δημοκρατικότητα» του νέου Μέσου και ο υπερβολικός πλουραλισμός πολλές φορές έχει τραγικά αποτελέσματα, όταν κάθε είδους πληροφορίες και απροσδιόριστα άτομα διεκδικούν δημόσια θέση και περιωπή, ιδιαίτερα στα θέματα της θρησκείας. Ακριβώς είναι αυτή η δημιουργία των διαδικτυακών θρησκευτικών κοινοτήτων που επιτρέπει έναν «λαϊκό» (και όχι έναν ιερέα ή ηγούμενο μίας Εκκλησίας), τελικά έναν «περιθωριακό *techie*», να αποκτά τον ρόλο και τη δυναμική ενός ρυθμιστή της θρησκευτικής πληροφορίας ή πρακτικής<sup>107</sup>. Η «τμηματοποίηση» των χρηστών της θρησκείας στο διαδίκτυο, όπως και κάθε άλλη ανάλογη «τμηματοποίηση», αποδίδεται και μέσω μίας συγκεκριμένης ορολογίας: ολοένα και περισσότερο γίνεται λόγος για «θρησκειακό *tinkering*». Με τον όρο αυτόν

<sup>106</sup> H. Brinton, «How Facebook and Twitter undermine Religion», *HuffPost*, [https://www.huffingtonpost.com/henry-g-brinton/how-facebook-and-twitter-1b\\_50446\\_31.html?guccounter=1&guce\\_referrer\\_us=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmdyLw&guce\\_referre](https://www.huffingtonpost.com/henry-g-brinton/how-facebook-and-twitter-1b_50446_31.html?guccounter=1&guce_referrer_us=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmdyLw&guce_referrer_cs=bBKUfjIYfOqz4tedL3lCqg) [τελευταία ανάκτηση, 1.3.2019].

<sup>107</sup> S. Thumma, «Religion and the Internet», [http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma\\_article6.html](http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma_article6.html) [τελευταία ανάκτηση, 1.3.2019]

δηλώνεται ότι το άτομο, και μέσω της ενασχόλησής του με τα ΜΚΔ, αισθάνεται να ανήκει όλο και λιγότερο σε μία θρησκεία, σε μία εκκλησία ή να πιστεύει ότι η δική του πίστη είναι η μόνη αληθινή και σωτήρια. Οι χρήστες ως *free agents* έχουν την τεχνική δυνατότητα να περιηγούνται σε διάφορα θρησκευτικά *sites* και να επιλέγουν στοιχεία της θρησκείας που τους ενδιαφέρουν εκείνη την χρονική στιγμή<sup>108</sup>.

Είναι μία διαδικασία ελεύθερης εισόδου, ελεύθερης εξόδου και ελεύθερης επιλογής, στην προοπτική μίας σύνθεσης «collage». Για μερικούς, αυτός ο πλουραλισμός της επιλογής και της αποστολής των όποιων μηνυμάτων, μας επαναφέρει στο γεγονός ότι καμία θρησκευτική παράδοση ποτέ στην ανθρώπινη ιστορία δεν περιέγραψε απόλυτα την ανθρώπινη προσέγγιση και τους τρόπους αυτής προς τον Θεό. Πλουραλισμός και θρησκεία ήταν πάντοτε έννοιες συνώνυμες και συμβατές, οπότε και ο κυβερνοχώρος επιτρέπει στους χρήστες να «ανακαλύψουν» και πάλι αυτόν τον θρησκευτικό πλουραλισμό (αντιλήψεων, ιδεών και πρακτικών)<sup>109</sup>;

Όπως ακριβώς ο χρήστης του διαδικτύου, στη διάρκεια της ημέρας που επιτελεί τις βασικές, καθημερινές του εργασίες, βρίσκει τον χρόνο (ή «ξεκλέβει κάποιο χρόνο») και «σερφάρει» στο διαδίκτυο, κατά τον ίδιο τρόπο θεωρείται ότι και αυτό που ονομάζουμε «θρησκεία», δεν μπορεί να διακριθεί από την άλλη, καθημερινή δραστηριότητα (αυτήν που σε άλλες εποχές θα ονόμαζε κάποιος ως «κοσμική»). Η θρησκεία συνιστά μέρος της «ζώσας εμπειρίας» (lived experience) των ανθρώπων με ό,τι αυτό μπορεί να συνεπάγεται<sup>110</sup>. Σε μία εποχή «τμηματοποίησης» και «θραυσματοποίησης» της κοινωνικής πραγματικότητας, η αίσθηση του κενού και η απώλεια του νοήματος είναι αγχωτικές και αποσταθεροποιητικές καταστάσεις, που με κάθε τρόπο προσπαθεί το άτομο να ξεπεράσει και να θεραπεύσει. Προς αυτή την κατεύθυνση, το διαδίκτυο και

<sup>108</sup> «Using the Internet May Prompt Religious ‘Tinkering’ Rather than Belief in Only One Religion», <https://www.baylor.edu/mediacommunications/news.php?action=story&story=192489> [τελευταία ανάκτηση, 1.3.2019]

<sup>109</sup> B. E. Brasher (2001), *Give me that Online Religion*, Jossey-Bass, Wiley-Book, 11-12.

<sup>110</sup> C.A. Casey, «Online Religion and Finding Faith on the Web: An Examination of Beliefnet.org», *Proceedings of the Media Ecology Association*, 2 (2001), 33.

συγκεκριμένα η θρησκευτική του εφαρμογή έχουν να προσφέρουν πολλά. Με μία συνεχή (always-on) διαδικτυακή παρουσία, οι εκκλησίες και οι διάφορες θρησκευτικές ομάδες μπορούν να υποκαταστήσουν την φυσική μετάβαση και παρουσία στον χώρο της λατρείας, που το άτομο πλέον δείχνει ότι δεν είναι διατεθειμένο να αναλάβει. Στις περισσότερες των περιπτώσεων, και αυτή είναι και η περίπτωση της *religion online* που στην παρούσα φάση εξετάζουμε, οι εκκλησίες, τα τζαμιά και οι συναγωγές, που στον «φυσικό» κόσμο έχουν ήδη διαμορφώσει ισχυρά και συνδεδεμένα δίκτυα πίστης και εμπιστοσύνης (*tight-knit, robust*), είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν το *internet*, για να ενισχύσουν ή να επεκτείνουν αυτούς τους δεσμούς μεταξύ των μελών τους<sup>111</sup>.

Η *religion online* είναι ένας τρόπος για να καταδειχθεί ότι ο κυβερνοχώρος συνολικά δεν μπορεί να γίνει αντιληπτός μόνο ως ένας «από-ιεροποιημένος» χώρος (*profane space*)<sup>112</sup>. Η έννοια του «κοσμικού», του κοινωνιολογικά και θρησκευσιολογικά «βέβηλου», είναι αυτή που μας έρχεται πρώτη στο μυαλό, διότι οι περισσότεροι έχουν συνδέσει το διαδίκτυο με τον περισπασμό και τη διασκέδαση,

---

<sup>111</sup> E. Larsen (2000), «Wired churches, wired temples: Taking Congregations and missions into Cyberspace», *Pew Internet & American Life Project: Online life report*, 7.

<sup>112</sup> Όταν πολλοί άνθρωποι ακούν ή διαβάζουν για το «ιερό», το πολικό αντίθετό του, η πολωτικά αντίθετη έννοια του «βέβηλου», τους απασχολεί επίσης. Επιπλέον, πολλοί συσχετίζουν τους όρους αυτούς με τον πρόσφατο Γάλλο ιστορικό της θρησκείας Mircea Eliade. Ο Eliade μπορεί, στην πραγματικότητα, να είναι υπεύθυνος για τη διάδοση αυτών των όρων στο τεράστιο έργο του 1957, *The Holy and the Profane*, όμως αυτοί οι όροι, που έχουν κοινωνιολογική προέλευση, ανάγονται ήδη στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Ο Mircea Eliade (1907-1986) είναι αυτός που θα επηρεαστεί πολύ από την ερμηνεία του Rudolf Otto, μόνο που δεν θα εστιάσει τόσο στις ανορθολογικές όψεις του ιερού όσο σε μία συστηματική μελέτη των ιστορικών πλευρών και εκδηλώσεων του. Κατορθώνει, λοιπόν, να διακρίνει την σφαίρα του ιερού από την εγκόσμια σφαίρα, η οποία αποδίδεται συνήθως με κάποιο παράγωγο της λατινικής λέξης *profanum*, που στα ελληνικά θα μπορούσε να μεταφραστεί ως «ανίερο», «βέβηλο» ή ακόμα και «κοσμικό». Για να περιγραφεί το ιερό, θα πρέπει κάποιος να έχει στη διάθεσή του μία σειρά από «ιερότητες», δηλαδή «ιερά συμβάντα». Το ιερό μπορεί να το γνωρίσει κάποιος μόνο μέσα στην ιστορική του εκδήλωση και αποκάλυψη. Η ετερογένεια των «ιεροφανειών» είναι προβληματική, καθώς πρόκειται για τελετουργικά, μύθους, θεϊκές μορφές, ιερά, λατρευτικά αντικείμενα, κοσμολογίες, θεολογίες, καθαγιασμένα άτομα, ζώα, φυτά, και ιερούς χώρους, βλ. και M. Eliade (1981), *Πραγματεία πάνω στην Ιστορία των Θρησκειών*, 23.

όμως αυτό το διαδίκτυο είναι και «ιερό»<sup>113</sup>, στο βαθμό που φιλοξενεί ιστοτόπους εκκλησιών και θρησκευτικών ομάδων<sup>114</sup>. Το διαδίκτυο ουσιαστικά αναδεικνύει την ποικιλία και τον πλουραλισμό (θρησκευτικό ή άλλο), που ήδη υφίσταται στην κοινωνία της εποχής<sup>115</sup>.

Η έντονη διαδραστικότητα και η οριζόντια αρχιτεκτονική του διαδικτύου, από την άλλη, υπονομεύει σε σημαντικό βαθμό την ιεραρχία, που συνήθως υπάρχει και συνέχει τις διάφορες εκκλησίες. Καθώς στη χρήση του διαδικτύου κυριαρχεί ο πειραματισμός και η ευκολία της αναζήτησης, τα όρια της κάθε ομάδας πολλές φορές δεν είναι σαφή, και επίσης δεν είναι σαφές ποιος ορίζει ή ποιος θέτει αυτά τα όρια. Οι εν λόγω ιστότοποι απευθύνονται σε όλο τον κόσμο, και όχι μόνο στα μέλη ή στους οπαδούς μίας θρησκευτικής κίνησης, κατά συνέπεια η ανωνυμία και

---

<sup>113</sup> Το «ιερό» εδώ χρησιμοποιείται με την έννοια του «όλως άλλου» (das ganz andere) όπως το προσδιόρισε και ο Ρουμάνος θρησκευολόγος Mircea Eliade (1907-1986), στο έργο του *Le sacré et le profane*. Στο «ιερό» δεν αποδίδεται κάποιο συγκεκριμένο περιεχόμενο. Είναι, αντίθετα, αυτό που αποδίδει περιεχόμενο στη σφαίρα του φυσικού, του κοινωνικού και του προσωπικού. Το «ιερό» είναι το «εντελώς άλλο» ή το «Άλλο», που δεν διατίθεται στην κοσμική εμπειρία, κάτι που σημαίνει ότι είναι εντελώς άγνωστο. Το ιερό και το βέβηλο, αυτές οι βασικές διακρίσεις της κοινωνιολογίας της θρησκείας έχουν κάποια θέση στον κυβερνοχώρο; Το ιερό διαμορφώνει και συνιστά τον κόσμο, προσφέρει δηλαδή τους λόγους και το νόημα της ύπαρξης του ατόμου μέσα στον κόσμο. Νοηματοδοτεί την καθημερινότητα. Αυτή η νοηματοδότηση για να είναι λειτουργική πρέπει να είναι διαφορετική σε σχέση με την κοσμικότητα. Η εικονική πραγματικότητα επιτελεί έναν τέτοιο ρόλο; Είναι αυτή που προσφέρει σκοπό και νόημα ύπαρξης στη μετανεωτερική ανθρώπινη ταυτότητα.

<sup>114</sup> L. Strate, «The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation», *Western Journal of Communication*, 63/3 (1999), 406.

<sup>115</sup> «Κάθε πτυχή της ανθρώπινης ταυτότητας, από το μέγεθος, το σχήμα και το χρώμα έως τις σεξουαλικές διαστροφές και τα πνευματικά θέματα, περιέχονται σε ένα φάσμα ποικιλίας. Οι περισσότεροι από εμάς συσσωρεύονται κάπου στη μέση των περισσότερων στατιστικών κατανομών. Αλλά υπάρχουν πολλές στατιστικές. Μπορούμε να συλλέξουμε περίεργα αναμνηστικά ή να διαβάσουμε εσωτερικά βιβλία, να κρατήσουμε ασυνήθιστες θρησκευτικές πεποιθήσεις ή να φορέσουμε παπούτσια με περίεργα μεγέθη, να υποφέρουμε σπάνιες ασθένειες ή να απολαύσουμε σκοτεινές ταινίες. Το διακριτικό μας χαρακτηριστικό μπορεί να είναι καλό ή κακό, σημαντικό ή ασήμαντο, μεταβατικό ή μόνιμο. Το διαδίκτυο δίνοντας στους απλούς ανθρώπους έναν εύκολο τρόπο να βρουν ο ένας τον άλλον, τους επέτρεψε επίσης να συγκεντρώσουν τα σπάνια ταλέντα, τους πόρους και τις φωνές τους και στη συνέχεια να προωθήσουν την περίπτωσή τους στη δημόσια συνείδηση», V. Postrel, «Alone but not lonely», <https://vpostrel.com/articles/alone-but-not-lonely> [τελευταία ανάκτηση, 1.3.2019].

το φαινόμενο της διαδικτυακής «παρενδυσίας», ακόμα και αν με κάποιο τρόπο παρεμποδισθούν, δεν παύουν να αποτελούν «αποσταθεροποιητικά» στοιχεία. Οι συμμετέχοντες αναγκαστικά περιορίζονται σε μία επιφανειακή προσέγγιση του τυπικού και του δόγματος, χωρίς κάποιο άλλο βαθύτερο ενδιαφέρον. Αυτή η «επιφανειακή» προσέγγιση σε αρκετές περιπτώσεις συνδυάζεται και με στοιχεία «χαρισματικότητας», όταν συναντά κανείς μορφές εικονικής θεραπείας, παραινήσεις και συμβουλές αποτελεσματικότητας και ευημερίας<sup>116</sup>.

Στην περίπτωση που γίνει μία προσπάθεια ομογενοποίησης και σταθεροποίησης της διαδικτυακής ομάδας, αυτό θα οδηγήσει σε μία «οριζόντια» περιχαράκωση, που μπορεί να πάρει τη μορφή επιθετικού λόγου και διαδικτυακού bullying. Οι ανώνυμοι εισερχόμενοι στην ομάδα, οι οποίοι είναι άγνωστοι, θα αντιμετωπίσουν εχθρότητα, όταν εκφράσουν τις αντιρρήσεις τους ή τις ενστάσεις τους απέναντι σε ένα θέμα που είναι πλειοψηφικό σε αυτή την ομάδα. Έχουμε ήδη αναφέρει ότι στην κοινωνία της πληροφορίας οι πολίτες έχουν, κατά κάποιο τρόπο, μεταβληθεί από απλούς καταναλωτές σε «συμπαγωγούς» της πληροφορίας, αξιοποιώντας τις τεχνικές ευκολίες των ΜΚΔ. Καθώς στο διαδίκτυο δεν υπάρχει μία εξουσία αυθεντίας, η οποία θα ρυθμίζει και θα «κατευθύνει» κάποιες φορές τη διαδικτυακή συμπεριφορά, ο κάθε χρήστης μπορεί να θεωρήσει ως αποστολή του την περιφρούρηση της «ομάδας» του δια του στιγματισμού και της επιθετικότητας απέναντι στον άλλο<sup>117</sup>.

Είναι πολύ πιθανό κάποιο χρήστες του διαδικτύου να χρησιμοποιούν τον επιθετικό λόγο ως έναν τρόπο δόμησης και εξωτερίκευσης της διαδικτυακής τους ταυτότητας. Καθώς η *offline* κοινωνική επαφή ατονεί και υποβαθμίζεται, ο πιστός της οποιασδήποτε θρησκείας, που αισθάνεται απειλή και ανασφάλεια όσον αφορά στη θρησκευτική του ταυτότητα, είναι πολύ φυσικό να αντιδράσει με έναν επιθετικό λόγο. Ακόμα και σκόπιμη μπορεί να είναι μία τέτοια προσπάθεια. Είδαμε

---

<sup>116</sup> R. Schroeder, N. Heather, R. Lee, «The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4/2 (1998), <https://academic.oup.com/jcmc/article/4/2/JCMC425/4584380> [τελευταία ανάκτηση, 1.3.2019].

<sup>117</sup> C. Aguilera-Carnerero, A-H Azeez, «Islamonausa, not Islamophobia: The many faces of cyber hate speech», *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 9/1 (2016), 21-40.

πως βασικό κριτήριο της συμπεριφοράς στον κυβερνοχώρο είναι η προσέλκυση θετικών αντιδράσεων και η συνεχής επέκταση του ακροατηρίου. Αυτός ο σκοπός μπορεί να ευνοηθεί από την χρήση ενός επιθετικού λόγου, ακόμα και από αρχηγούς ή ηγέτες θρησκευτικών ομάδων στο *internet*<sup>118</sup>.

Η απουσία της εμφανούς «κάθετης» ιεραρχίας στη θρησκεία στο διαδίκτυο-η αλήθεια είναι ότι αυτό συμβαίνει περισσότερο στην περίπτωση της *online religion*, την οποία θα δούμε πιο κάτω, σημαίνει την απουσία της θεσμικής «αυθεντίας» (authority) στη διαδικαστική πράξη. Αυτό έχει πρακτικές συνέπειες. Για παράδειγμα, οι έννοιες του Θεού και τα «χαρισματικά» γεγονότα ή τα υπερφυσικά συμβάντα και τα θαύματα, και βέβαια αποσπάσματα από λόγους Πατέρων ή Γερόντων και βιβλικά χωρία, έχουν μία μεγαλύτερη αξία και συγκεντρώνουν περισσότερο ενδιαφέρον σε αυτούς τους ιστοτόπους, σε σχέση με παραδοσιακές μορφές εκκλησιαστικής ή θρησκευτικής οργάνωσης, κάτι που εξηγείται από την τάση του σύγχρονου ατόμου να αποδεσμεύεται από παραδοσιακές «φόρμες». Κατά συνέπεια, η σημασία και η υπόσταση της «αυθεντίας» του «ηγέτη» σε αυτούς τους χώρους αποδυναμώνονται αισθητά<sup>119</sup>. Η θέση των λαϊκών, των μη-οργανωμένων μελών, των μη-εξειδικευμένων, αυτών που δεν έχουν κάποια θεσμική υπεροχή, ενισχύεται κατά πολύ σε αυτά τα δίκτυα, τα οποία επιζητούν όχι τόσο την «κάθετη» οργάνωση όσο την παγκόσμια, «αποκεντρωμένη» και χαλαρή επέκταση<sup>120</sup>.

Ο λόγος για την αποδυνάμωση της θεσμικής «αυθεντίας». Διότι, ακόμα και όταν αυτή υπάρχει (όπως ο επίσκοπος, ο ιμάμης, ο ραβίνος), δεν καθορίζει αυτή απόλυτα τον διαδικτυακό διάλογο. Υπάρχουν, όμως, και σημαντικές εξαιρέσεις. Συνήθως, σε μικρές θρησκευτικές κοινότητες, σε σχέτες ή στα νέα θρησκευτικά κινήματα, στην ευρεία «γκάμα» της εναλλακτικής θρησκευτικότητας, «επανεμφανίζεται» η «αυθεντία» και η «κάθετη» ιεραρχία με τον πιο απόλυτο και μη κριτικό τρόπο. Τα μέλη οφείλουν τυφλή υπακοή και υποταγή στα λόγια και στις

<sup>118</sup> A. Brown, «What is so special about online (as compared to offline) hate speech?», *Ethnicities*, 18/3 (2018), 297-326.

<sup>119</sup> H. Campbell, «Religious Authority and the Blogosphere», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15/2 (2010), 251-276.

<sup>120</sup> H. Campbell, O. Golan, «Creating digital enclaves Negotiation of the internet among bounded religious communities», *Media, Culture & Society*, 33/5 (2011), 720-721.

ερμηνείες του «χαρισματικού» (για αυτούς) αρχηγού της διαδικτυακής κοινότητας. Αυτή η «τυφλή» συμμόρφωση στα λεγόμενα του «αρχηγού» δεν είναι κάτι που δεν αναμένεται, και οπωσδήποτε δεν έχει να κάνει μόνο με την *religion online*. Παρά τις αντίθετες θεωρίες περί της δημοκρατικότητας και του πολιτισμένου διαλόγου στο διαδίκτυο, πολλές φορές είμαστε ενώπιον μίας άλλης πραγματικότητας. Καθώς κάποια άτομα είναι πολύ πιο επιδέξια και ικανά στη διατύπωση των επιχειρημάτων και στην πειστικότητά τους, και λαμβανομένου υπόψη του γεγονότος ότι στις ομάδες του διαδικτύου σοβεί ένας «πόλεμος ταυτότητας», όπως αναλύσαμε και πιο πάνω, ένας μεροληπτικός, φανατισμένος, άκρα υποκειμενικός λόγος, όταν έχει τη μορφή της «διαβεβαίωσης» (*assertion*), η οποία συνεχώς επαναλαμβάνεται και κοινοποιείται πολλές φορές, αποκτά μία βαρύτητα τέτοια που αυτός που τον εκφέρει ουσιαστικά ανακηρύσσεται «αρχηγός γνώμης». Είναι πάντα έτοιμος να δίνει απαντήσεις σε κάθε είδους επιχειρήματα ή ενστάσεις, και τελικά περιβάλλεται με τη δόξα της διαδικτυακής «αυθεντίας»<sup>121</sup>.

Πρόκειται για ένα γεγονός που έχει σημαντικές επιπτώσεις, διότι με αυτούς τους τρόπους της επικοινωνίας δεν διαταράσσεται απλά και μόνο ο διαδικτυακός πολιτισμός, αλλά θρησκευτικές κοινότητες τελικά «εξαρτώνται» από την (πολλές φορές) άκρατη υποκειμενικότητα των «αρχηγών γνώμης». Μάλιστα, στην περίπτωση των σχέτων και των διαφόρων νέων θρησκευτικών κινημάτων, αυτή η «υποταγή» εκφράζεται και σε συγκεκριμένες εντολές. Για παράδειγμα, δίνονται εντολές πως θα ζουν, τι θα διαβάζουν, τι θα τρώνε, πώς θα επικοινωνούν, ακόμα και με ποιους θα παντρεύονται τα μέλη μίας κοινότητας<sup>122</sup>.

Ακριβώς λόγω της κατανόησης αυτών των εγγενών προβλημάτων στο διαδίκτυο, οι ερευνητές έχουν πάρει τις αποστάσεις τους από την ταύτιση των θρησκευτικών ομάδων στον κυβερνοχώρο με τις πραγματικές εκκλησίες. Θεωρείται, λοιπόν, ότι είναι αδύνατο για κάποιον να διαμορφώσει μία πραγματική σχέση με τον Θεό, εάν δεν ανήκει στην εκκλησία του. Το να μένει κανείς μπροστά στον

<sup>121</sup> L. M. Sanders, «Against deliberation», *Political Theory*, 25/3 (1997), 347-376.

<sup>122</sup> Αναλυτικά, βλ. E. Barker (2005), «Crossing the boundary: New challenges to religious authority and control as a consequence of access to the internet», στο Hojsgaard, Morten T. and Warburg, Margit, (eds.) *Religion and cyberspace*, Routledge, London, UK, 67-85.



ηλεκτρονικό υπολογιστή και να προσπαθεί να συνδεθεί με την κοινότητα που έχει επιλέξει, αντί να μεταβεί στον ενοριακό χώρο, είναι μεν μία πραγματικότητα, η οποία όμως υπονομεύει τόσο την ιεραρχική αυθεντία όσο και την παραδοσιακή συγκρότηση της εκκλησίας<sup>123</sup>.

Πολλές εκκλησίες θα χρησιμοποιήσουν τις διαδικτυακές εφαρμογές, με σκοπό να προωθήσουν την προσηλυτιστική τους δραστηριότητα. Τα παραδείγματα των Χριστιανών «κυβερνο-ευαγγελιστών» και των αντίστοιχων μουσουλμάνων (ή άλλων), δείχνουν πως τυποποιημένα, προγραμματισμένα κειμενικά σχόλια ή μηνύματα (pop-up) αποστέλλονται σε ομάδες διαδικτυακής συζήτησης, με σκοπό τον προσηλυτισμό. Στην ίδια συνάφεια οφείλουμε να αναλύσουμε και να δούμε τη δυναμική των *internet memes*, ή των «διαδικτυακών μιμιδίων», δηλαδή της διάδοσης ενός αρχείου, ή κάποιου υπερσυνδέσμου από ένα άτομο σε άλλα, με τη χρήση των μέσων του διαδικτύου (για παράδειγμα email, blogs, χώρους κοινωνικής δικτύωσης, instant messaging). Το περιεχόμενό του συνήθως είναι χιουμοριστικό. Μπορεί να είναι ένα αστείο, μία φήμη, εικόνες που έχουν υποστεί κάποια επεξεργασία, ιστοσελίδες, κάποιο βίντεο ή *animation*, ή μία ανορθόδοξη ειδησεογραφική ιστορία κτλ. Είναι όμως σύνηθες αυτά τα *internet memes* να περιέχουν και θρησκευτικό περιεχόμενο. Στα πλαίσια μίας συμμετοχικής κουλτούρας, όπου τα ακροατήρια παράγουν και καταναλώνουν εξίσου τις πληροφορίες, έχει διαμορφωθεί μία νοοτροπία «μοιράσματος». Απλές διαδικτυακές «πλατφόρμες» παραγωγής, όπως είναι το quickmeme.com ή το makeameme.org επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν και να αναπαράγουν δημοφιλείς εικόνες, που μπορούν να εκφράσουν τις θρησκευτικές ή όποιες άλλες πεποιθήσεις τους. Πρόκειται για μία νέα διάσταση της διαδικτυακής επικοινωνίας, η οποία είναι περισσότερο οπτική (visual) από ό,τι ήταν κατά το παρελθόν. Οπότε και η ατομική δημιουργία των *memes* εντάσσεται σε αυτή τη διαδικασία του «διαμοιρασμού» με τους άλλους<sup>124</sup>.

<sup>123</sup> L.L. Dawson, J. Hennebry, «New Religions and the Internet: Recruiting in an new public space», *Journal of Contemporary Religion*, 14/1 (1999), 28.

<sup>124</sup> Είναι χαρακτηριστική η περίπτωση θρησκευτικών προσωπικοτήτων, που μπορεί να είναι αυτές που παραδοσιακά συνδέονται με μια θρησκεία, όπως ο Ιησούς Χριστός, ή ως θρησκευτικοί ηγέτες που εμφανίζονται συχνά στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή στην

Σε κάθε περίπτωση, υπάρχει μία μεγάλη κατηγορία τέτοιων memes, που επεκτείνουν διαδικτυακά τα θρησκευτικά μηνύματα, οπότε πρέπει να τα εντάξουμε στην θεματική κατηγορία της *religion online*. Συναντάμε, για παράδειγμα, τα memes «Advice God», στα οποία απεικονίζεται η φιγούρα ενός Ιουδαίοχριστιανικού Θεού, όπως έχει ζωγραφιστεί στον πίνακα του Μιχαήλ Αγγέλου, «Η δημιουργία του Αδάμ». Επίσης, έχουμε τα memes, του τύπου «Buddy Christ», τα οποία έχουν λάβει την έμπνευσή τους από το κινηματογραφικό φιλμ «Δόγμα» (1999), και παρουσιάζουν την εικόνα ενός Χριστού που είναι ή «καταναλώνεται» ως ένα φιλικό και οικείο υποκατάστατο του παραδοσιακού και «καταπιεστικού» Ρωμαιοκαθολικού Εσταυρωμένου<sup>125</sup>.

Καταλαβαίνει κανείς ότι η δυναμική αυτών των μηνυμάτων που είναι πολυμορφικά, είναι τέτοια που δεν μπορεί παρά να αξιοποιηθεί από την προσηλυτιστική προσπάθεια των εκκλησιών και των διαφόρων θρησκευτικών ομάδων. Πρέπει, όμως, να διακρίνουμε τους σκοπούς που εξυπηρετούνται μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών από τη δυναμική των ίδιων των τεχνολογικών αλλαγών. Οι σκοποί έχουν να κάνουν με τον συνυπολογισμό κοινωνικών, οικονομικών, πολιτισμικών, ιδεολογικών και πολλών ακόμη άλλων παραγόντων. Το ότι η *religion online* είναι μία πραγματικότητα στην εποχή μας δεν έχει να κάνει μόνο με την τεχνολογική ανάπτυξη, αλλά και με την υπολογιστική συμπεριφορά των

---

πολιτική, όπως ο τηλεευαγγελιστής Joel Osteen. Η πιο εκπροσωπούμενη θρησκευτική φιγούρα σε αυτό το είδος είναι ο Ιησούς Χριστός. Τα memes του Ιησού χρησιμοποιούν την εικόνα ή την ομοιότητα του Ιησού Χριστού, για να μεταδώσουν ένα μήνυμα σχετικό με την θρησκεία. Οι εικόνες που χρησιμοποιούνται κυμαίνονται από τις κινούμενες απεικονίσεις του Ιησού Χριστού, συμπεριλαμβανομένων των παραλλαγμένων καρτούν, αλλά και από πιο επίσημες απεικονίσεις του Ιησού Χριστού. Ανεξάρτητα από τις εικόνες που χρησιμοποιούνται, η γλώσσα που συνήθως χρησιμοποιείται παρουσιάζει έναν πολύ άτυπο, παιχνιδιάρικο και αναλογικό Χριστό, ο οποίος πλαισιώνεται από δημοφιλείς φράσεις και εκφράσεις του τύπου «YOLO» ή «BRB», και γίνονται αναφορές σε ιστότοπους δικτύων κοινωνικής δικτύωσης σε απευθείας σύνδεση. Σε ένα meme ενός Χίπστερ Ιησού, διαβάζουμε: «Είχα τους οπαδούς του πριν από το Twitter», βλ. και G. Aguilar, H. Campbell, M. Stanley, E. Taylor, «Communicating mixed messages about religion through internet memes», *Information, Communication & Society*, 20/10 (2017), 1054.

<sup>125</sup> Για τις διάφορες παραλλαγές και τη λειτουργία των memes, βλ. και H. Campbell, W. Bellar et al., «Reading Religion in Internet Memes», *Journal of Religion, Media & Digital Culture*, 2/2 (2013), 2-39.

ανθρώπων των εκκλησιών και των θρησκευτικών ομάδων, οι οποίοι αποφασίζουν να χρησιμοποιήσουν αυτές τις νέες τεχνολογίες για να επεκτείνουν με πολύ μικρό κόστος το ακροατήριό τους, να φέρουν σε επαφή και σε επικοινωνία πιστούς-μέλη τους, που είναι διεσπαρμένα σε όλο τον κόσμο, να εμβαθύνουν τη συνείδηση ταυτότητας που θέλουν να υπάρχει στις ομάδες τους.

### **B3. Η διαδικτυακή θρησκεία.**

Ο κυβερνοχώρος είναι το βασικό πλαίσιο αναφοράς σε αυτό που ονομάζουμε «διαδικτυακή θρησκεία», και το οποίο είναι διαφορετικό από την εφαρμογή της θρησκείας διαδικτυακά, όπου το κέντρο βάρους βρίσκεται στην θρησκεία και δευτερευόντως στο διαδίκτυο ως «εργαλείο» εφαρμογής, λειτουργίας ή επέκτασής της. Στην περίπτωση της διαδικτυακής θρησκείας το Μέσο υπερβαίνει ουσιαστικά και καθορίζει την θρησκευτική λειτουργία. Πιο συγκεκριμένα, έχουμε να κάνουμε με θρησκευτικές δραστηριότητες, οι οποίες λαμβάνουν χώρα μόνο μέσα στα όρια του κυβερνοχώρου, είτε ως παράλληλες είτε ως υποκατάστατες λειτουργίες. Είναι θρησκευτικές δραστηριότητες και θρησκευτικές εμπειρίες, όπως είναι τα τελετουργικά, οι προσευχές και τα ιερά προσκυνήματα<sup>126</sup>.

Οι ομάδες που εφαρμόζουν την *online religion*, και αυτός είναι ο αντίστοιχος αγγλικός όρος για τη διαδικτυακή θρησκεία, είναι αντιπροσωπευτικές ενός δικτύου θρησκευτικής διάδρασης και συμμετοχικότητας, που είναι διαφορετική από τις ομάδες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να υποστηρίξουν την παραδοσιακή, «top-down» οπτική τους, δηλαδή την «κάθετη» ιεραρχική οργάνωση των θεσμικών εκκλησιών. Σε πολλά σημεία αυτή η δομή (και η λειτουργία της) θυμίζουν τις αλλαγές που επέφερε ο Προτεσταντισμός στην ιστορική πορεία της δυτικής εκκλησίας, όταν κατήργησε την οποιαδήποτε

---

<sup>126</sup> L.S. Clark, J.K. Hadden, D.E. Cowan, «Religion on the Internet: Research Prospects and Promises», *Sociology of Religion*, 63/4 (2002), 44, [https://www.researchgate.net/publication/249291825\\_Religion\\_on\\_the\\_Internet\\_Research\\_Prospects\\_and\\_Promises](https://www.researchgate.net/publication/249291825_Religion_on_the_Internet_Research_Prospects_and_Promises) [τελευταία ανάκτηση, 11.3.2019]

μεσολάβηση μεταξύ των πιστών και του βιβλικού μηνύματος, απορρίπτοντας την κάθε ενδιάμεση ιεραρχία. Η επικοινωνία των «πολλών προς πολλούς» (many-to-many) δεν απαιτεί κάποια ιδιαίτερη ιεραρχία, αλλά την πλήρη και ισότιμη συμμετοχή όλων. Ένα επιβοηθητικό ερμηνευτικό «εργαλείο» για να κατανοήσουμε τη διαδικτυακή θρησκεία, είναι και η θεωρία των «επιτελεστικών εκφορών» (performative utterances)<sup>127</sup>, σύμφωνα με την οποία η *online* θρησκευτική πράξη είναι ένας τύπος «λεκτικής πράξης» (speech act), όπου ο συμμετέχων λέγοντας κάτι ταυτόχρονα πράττει. Στη λογική αυτή οι ιστότοποι παρέχουν τη δυνατότητα να διαβάσει κανείς κάτι ή να προφέρει μία πληροφορία, και αυτό να μετατραπεί σε μία πράξη αναζήτησης ή επιτέλεσης<sup>128</sup>.

<sup>127</sup> Οι κατά Austin «επιτελεστικές εκφορές» (στο έργο του *How to do Things with Words*, 1955), «έχουν κοινά χαρακτηριστικά με τις δηλώσεις (statements): δεν είναι ασυνάρτητες προτάσεις και περιέχουν συνηθισμένα ρήματα στο πρώτο ενικό πρόσωπο του ενεστώτα οριστικής έγκλισης στην ενεργητική φωνή. Ωστόσο, διαφοροποιούνται από τις δηλώσεις σε δύο σημεία: 1) Δεν περιγράφουν ούτε εκθέτουν ή διαπιστώνουν τίποτα, ενώ δεν μπορούν να χαρακτηριστούν αληθείς ή ψευδείς. 2) Η εκφορά τους είναι συνολικά ή εν μέρει η επιτέλεση μιας πράξης. Η πράξη αυτή δεν θα μπορούσε να περιγραφεί ως -ή «μόνο» ως- η εκφορά μιας δήλωσης» Σε δεύτερή του διάλεξη (1962), ο Austin «απαριθμεί τις συνθήκες που είναι απαραίτητες για την εύστοχη επιτέλεση μιας πράξης μέσω μιας επιτελεστικής εκφοράς. Όπως έχει ήδη επισημάνει από την πρώτη του διάλεξη, η εκφορά κάποιων λέξεων δεν εξασφαλίζει ότι μια πράξη έχει επιτελεστεί. Η εκφορά πρέπει να γίνεται υπό τις κατάλληλες συνθήκες· σε αντίθετη περίπτωση η πράξη θεωρείται άστοχη (unhappy). Ο Austin διακρίνει τις συνθήκες ευστοχίας (felicity conditions) σε τρεις κατηγορίες: (A.1) Πρέπει να υπάρχει μια αποδεκτή συμβατική διαδικασία με συγκεκριμένα συμβατικά αποτελέσματα, η διαδικασία να περιλαμβάνει την εκφορά ορισμένων λέξεων από ορισμένα πρόσωπα σε ορισμένες περιστάσεις. (A.2) Τα συγκεκριμένα πρόσωπα και οι περιστάσεις σε κάθε περίπτωση πρέπει να είναι κατάλληλα για την επίκληση της διαδικασίας. (B.1) Η διαδικασία πρέπει να εκτελείται από όλους τους συμμετέχοντες σωστά και (B.2) ολοκληρωμένα. (Γ.1) Όταν, όπως συμβαίνει συχνά, η διαδικασία προορίζεται να εφαρμοστεί από πρόσωπα που έχουν συγκεκριμένες σκέψεις και συναισθήματα, ή για την εξασφάλιση μιας συγκεκριμένης επακόλουθης συμπεριφοράς από τους συμμετέχοντες, τότε όποιος συμμετέχει και επικαλείται τη διαδικασία πρέπει να έχει αυτές τις σκέψεις ή τα συναισθήματα, και οι συμμετέχοντες πρέπει να έχουν την πρόθεση να συμπεριφερθούν όπως αναμένεται, και επιπλέον (Γ.2) πρέπει να έχουν την ανάλογη επακόλουθη συμπεριφορά», βλ. Μ. Δένδια (2005), «Σύγκριση των θεωριών του Austin και του Searle για τις λεκτικές πράξεις», [http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic\\_archives/pol0405/papers/dendia.pdf](http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic_archives/pol0405/papers/dendia.pdf) [τελευταία ανάκτηση, 3.3.2019].

<sup>128</sup> C. Helland, *Online Religion as lived Religion*, ό.π.,5.

Η επιτελεσματικότητα αυτή είναι ικανή να υπερβεί όλες τις οριοθετήσεις και τους περιορισμούς φυλής, θρησκείας, τάξης και παράδοσης. Ο κάθε χρήστης, ανεξάρτητα από τους πιο πάνω περιορισμούς, είναι σε θέση να υπερβεί τον «χώρο» και να τελέσει τελετουργικά στον κυβερνοχώρο χωρίς κανένα περιορισμό, πράγμα όχι αυτονόητο για την παραδοσιακή τελετουργία παλαιότερων εποχών.

### *1. Η online προσευχή.*

Πολλές φορές συνυπάρχουν η πληροφόρηση και η συμμετοχή. Μπορεί κάποιος να απευθυνθεί σε επίσημες εκκλησιαστικές τοποθεσίες στέλνοντας αίτημα προσευχής στο *online request*, αλλά μπορεί και να αναμένει αλληλεπιδραστική επικοινωνία από τον ιστότοπο. Το ερώτημα εάν η διαδικτυακή αίτηση προσευχής είναι η ίδια με την αυθεντική προσευχή, είναι δύσκολο να απαντηθεί γιατί η θρησκευτική εμπειρία είναι υποκειμενική και δεν μπορούμε να γνωρίζουμε τις βαθύτερες νοητικές διεργασίες όσων χρησιμοποιούν την φόρμα αίτησης προσευχής. Ομοίως, μέσω διαδικτύου παρέχεται η δυνατότητα να ζητήσει κάποιος ν' ανάψει κεριά σε έναν διαδικτυακό τόπο: Είναι όμως αυτό μια εκδήλωση γνήσιας θρησκευτικότητας;

Να σημειωθεί ότι στο διαδίκτυο συχνά συναντώνται πολλές μορφές προσευχής ή αιτήματος προσευχής. Αυτή η δραστηριότητα δυνατόν να περιλαμβάνει την αποστολή ενός μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε μία Εκκλησία ή τη συμπλήρωση ηλεκτρονικής φόρμας προσευχής ή την ανάρτηση προσευχής ή αιτήματος προσευχής σε έναν ιστότοπο σε κοινή θέα ή την υποβολή μιας προσευχής ή μιας αίτησης προσευχής σε ένα περιβάλλον *Bulletin Board System*, όπου οι άλλοι μπορούν να ανταποκριθούν ή τέλος μέσα από την εφαρμογή *chat*, ή ζητώντας προσευχή σε πραγματικό χρόνο<sup>129</sup>.

---

<sup>129</sup> C. Helland, ό.π., 7.

Εξάλλου στην ιστοσελίδα σε άλλες περιπτώσεις όπως λ.χ. στην ιστοσελίδα *www.catholic.org* μπορεί να σταλεί ένα αίτημα προσευχής, αλλά αυτό καταλήγει να είναι πολύπλοκο, με την έννοια ότι απαιτείται η συμπλήρωση ενός εντύπου αίτησης προσευχής. Αυτό περιέχει πλήθος πεδίων προς συμπλήρωση, δηλαδή το ονοματεπώνυμο, τη διεύθυνση αλληλογραφίας, τον αριθμό τηλεφώνου, το φύλο, την ημερομηνία γέννησης, το όνομα της ενορίας, το όνομα της επισκοπής κ.α. Στη συνέχεια, πρέπει να απαντήσει σειρά ερωτήσεων ο αιτών για το πολιτικό κόμμα που υποστηρίζει, για τη θέση του έναντι κρίσιμων θεμάτων όπως: μετανάστευση, ευθανασία, βλαστοκύτταρα, σχέσεις εκκλησίας κράτους...και τέλος να δηλωθεί η πρόθεση για δωρεά στον ιστότοπο. Όπως σημειώνεται μετά από μία τέτοια διαδικασία δεν μπορεί να μιλάει κανείς για το στοιχείο του αυθορμητισμού που πρέπει να έχει η προσευχή<sup>130</sup>.

Οι πρώτες διαδικτυακές εκκλησίες ενσωμάτωσαν τις *online* προσευχές σε συνδυασμό με την ανάγνωση των γραφών, το διαλογισμό, και ένα τμήμα στο οποίο κάποιος θα μπορούσε να προσθέτει τις δικές τους, κάθε φορά, προσευχές. Πολλές φορές, όταν εισάγεται η εν λόγω εφαρμογή, το πλήθος της ανταπόκρισης σε παγκόσμιο επίπεδο είναι τέτοιο, που δύσκολα μπορεί κάποιος *administrator* να το διαχειρισθεί αποτελεσματικά. Σε ένα εικονικό περιβάλλον, όπως ήταν στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η *e-church*, θα ήταν δυνατό στον καθένα, μέσω της ανωνυμίας και της αμεσότητας του διαδικτύου, να εκφράσει τα όποια προσωπικά του προβλήματα και αιτήματα. Αυτό λάμβανε χώρα στα πλαίσια των συναντήσεων προσευχής αυτής της *e-church*. *Chatrooms* δημιουργούνται και είναι ανοιχτά σε διαδικτυακή συζήτηση και σε διαδικτυακές προσευχές. Τα μέλη της διαδικτυακής (και εικονικής) εκκλησίας *Church of Fools*<sup>131</sup> δήλωσαν στα πλαίσια μίας σχετικής

<sup>130</sup> C. Helland, ό.π., 6-7.

<sup>131</sup> Η *Church of Fools* είναι μία εκκλησία που ιδρύθηκε το 2004 και υπάρχει μόνο σε διαδραστικό περιβάλλον. Η εν λόγω εκκλησία είναι εντελώς ανεπίσημη, και μάλιστα από πολλούς θεωρείται ότι έχει εγγενώς ένα χιουμοριστικό στοιχείο. Σε κάθε περίπτωση, αυτή υποστηρίχθηκε από τη Μεθοδιστική Εκκλησία της Μ. Βρετανίας, και θέλει να διατηρεί ένα ανεξάρτητο χριστιανικό προφίλ. Η ιδιαιτερότητά της έγκειται στο ότι μπορεί ο επισκέπτης να επιλέξει ένα *avatar* από μία πληθώρα ανδρικών ή γυναικείων χαρακτήρων και μέσω αυτής να εισέλθει σ' ένα τρισδιάστατο περιβάλλον προσευχής και ύμνων, N. Miczek, «Online Rituals in Virtual Worlds», *Online- Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3/1 (2008), 152-157. Το 2007 αυτή η εκκλησία μετονομάζεται σε *St. Pixels*, και συνάμα

έρευνας ότι το 3D περιβάλλον ήταν για αυτούς πολύ σημαντικό όταν ήθελαν να συμμετέχουν στη διαδικασία των online προσευχών, πολύ περισσότερο από ό,τι ήταν η ανάγνωση απλά και μόνο ενός κειμένου στον υπολογιστή<sup>132</sup>.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο ιστότοπος [www.standrewkc.org](http://www.standrewkc.org), που ανήκει στην επισκοπική έδρα του Αγίου Ανδρέα στο Κάνσας Σίτυ του Μιζούρι. Ο συγκεκριμένος ιστότοπος είναι κατά βάση επικεντρωμένος στην παροχή πληροφοριακού υλικού για τους πιστούς-μέλη της επισκοπής. Ο προσανατολισμός, όμως, αυτός προς την *religion online* δεν αποκλείει και τμήματα εφαρμογής της *online religion*, όπως είναι η φόρμα «Online Prayer Request Form», μέσω της οποίας καλείται ο χρήστης να δώσει το όνομά του και την προσευχή που επιθυμεί, για να τη μοιραστεί με την εκκλησία. Σε αυτούς που χρησιμοποιούν αυτή την φόρμα λέγεται ότι αυτή ελήφθη με εμπιστευτικότητα (*in confidence*) από τα μέλη του κλήρου του Αγίου Ανδρέα. Στη συνέχεια, αναφέρεται ότι μία «ενδιάμεση» ομάδα-προσευχής θα συνέρχεται σε καθορισμένο χρονικό διάστημα, και θα προσεύχεται υπέρ των αιτούντων στη φόρμα προσευχής. Τη συνύπαρξη πληροφόρησης και *religion online* συναντάμε και στον ιστότοπο της «Alive in Christ» Λουθηρανικής εκκλησίας, όπου συνυπάρχει η πλούσια πληροφόρηση με τη δυνατότητα χρήσης μίας φόρμας, στην οποία οι χρήστες μπορούν να μοιραστούν τις προσευχές τους με την εκκλησιαστική τους κοινότητα<sup>133</sup>.

---

προχωρεί σε μία ριζική αναδιάρθρωση του πεδίου των διαδικτυακών συζητήσεων (*chatroom*): κυριαρχούν οι εικόνες, υποχωρεί το κείμενο, ενώ τα διάφορα *avatars* των επισκεπτών διαμορφώνουν το πλαίσιο· το σημαντικό έγκειται στο γεγονός ότι για πρώτη φορά η ροή των συζητήσεων διαχωρίζεται από τις λειτουργικές οδηγίες και τα κηρύγματα. Οι αλλαγές αυτές έγιναν ακριβώς με σκοπό την πειθάρχηση των διαφόρων «προβληματικών» (*trouble-makers*) επισκεπτών που παρενέβαιναν και επηρέαζαν ή νόθευαν το περιεχόμενο. Τα κηρύγματα είναι πλέον προ-ηχογραφημένα, σύντομα και όταν εμφανίζονται, συνοδεύονται και από το σχετικό ποστάρισμα του κειμένου. Με αυτό τον τρόπο αποφεύγονται προβλήματα στη μετάδοση των *on line* κηρυγμάτων, T. Hutchings, «Creating Church Online: A Case-Study Approach to Religious Experience», *Studies in World Christianity*, 13/3 (2007), 250-251.

<sup>132</sup> T. Hutchings, ό.π., 243-260.

<sup>133</sup> G. Young (2004), ό.π., 96.

Ακόμα και η επίσημη Ρωμαιοκαθολική εκκλησία έχει πλέον κυκλοφορήσει συγκεκριμένη ηλεκτρονική εφαρμογή, για τη δυνατότητα *online* προσευχής<sup>134</sup>. Σε αυτή την περίπτωση, τα όρια διάκρισης μεταξύ διαδικτυακής θρησκείας και θρησκείας στο διαδίκτυο είναι ασαφή και ρευστά. Παρά ταύτα, είναι κάτι αξιοπρόσεκτο για τη νέα τάση, που ακολουθούν ακόμα και οι επίσημες, θεσμικές θρησκείες ή εκκλησίες.

## II. Εικονικά Προσκυνήματα.

Τα εικονικά προσκυνήματα παρέχουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να επισκεφτούν έναν ιερό τόπο, που στην πραγματική ζωή τους με δεδομένες τις συνθήκες δεν θα ήταν εφικτό να πραγματοποιηθεί. Αυτός ο τύπος *online* θρησκευτικής δραστηριότητας, ονομάζεται *virtual pilgrimage* και οι αρχές του ανάγονται στο τέλος της δεκαετίας του 1990. Για παράδειγμα, ας αναφέρουμε τη δυνατότητα που είχαν οι εγκατεστημένοι στην Βρετανία και στη Βόρεια Αμερική Ινδοί, να παρακολουθήσουν διαδικτυακά σε ζωντανή αναμετάδοση το φεστιβάλ *Kubha Mela*, το έτος 2001<sup>135</sup>. Μέσω του *Internet*, οι εικονικοί προσκυνητές,

<sup>134</sup> «Το Click To Pray είναι η πλατφόρμα προσευχής του Πάπα, του Παγκοσμίου Δικτύου Προσευχής του. Η εφαρμογή σας προσκαλεί να προσευχηθείτε μαζί, για τις προθέσεις της οι οποίες έρχονται αντιμέτωπες με τις τρέχουσες προκλήσεις που διέπουν την ανθρωπότητα και την αποστολή της Εκκλησίας. Και επειδή “κάθε μέρα είναι διαφορετική”, η εφαρμογή σας προσφέρει μια προσευχή για τις 365 ημέρες το χρόνο, για να σας βοηθήσει να ανακαλύψετε κάθε μέρα πώς ο Θεός σας καλεί να ζήσετε. Ενωθείτε μαζί μας καθώς προσευχόμαστε μαζί με τον Πάπα, ενωμένοι με την Καρδιά του Χριστού. Χιλιάδες από εμάς σε όλο τον κόσμο αποτελούν τώρα ένα πραγματικά παγκόσμιο δίκτυο προσευχής. Η εφαρμογή χωρίζεται σε τρία τμήματα: 1. Προσευχηθείτε με τον Πάπα, 2. Προσευχηθείτε κάθε μέρα και 3. Προσευχηθείτε με το δίκτυο. Ο Πάπας σχεδιάζει να στείλει “αιτήματα προσευχής για την αποστολή της Εκκλησίας” στο τμήμα “Προσευχηθείτε με τον Πάπα”. Η ενότητα “Προσευχηθείτε κάθε μέρα” προσφέρει καθημερινές προτάσεις προσευχής και η ενότητα “Προσευχηθείτε με το Δίκτυο” προσφέρει στους ανθρώπους τη δυνατότητα να δημοσιεύουν τις δικές τους προσευχές», <https://iguru.gr/2019/01/21/clicktopray-pray-by-internet/> [τελευταία ανάκτηση, 3.3.2019]

<sup>135</sup> Το [www.westbengal.com/puja/puja98/](http://www.westbengal.com/puja/puja98/) είναι ένας ιστότοπος, που παρέχει τη δυνατότητα του εικονικού ταξιδιού, αναπαριστώντας με γραφικά το καθετί, από τους ναούς



μπορούν να ταξιδέψουν στη Μέκκα και τη Μεδίνα για να κάνουν τη *hajj* (ή το ιερό προσκύνημα των Μουσουλμάνων). Μπορούν να περιηγηθούν στο Βατικανό και να δουν ένα ιερό παρεκκλήσιο ή να επισκεφτούν ιερούς χώρους, που πλέον δεν υπάρχουν στην πραγματικότητα, όπως το Δεύτερο Ναό των Ιεροσολύμων! Αυτό άλλωστε αποβαίνει οικονομικότερο, καθότι δεν επιβαρύνονται με έξοδα μετακίνησης και διαμονής<sup>136</sup>.

Το εικονικό προσκύνημα δεν είναι το ίδιο με το πραγματικό, διότι συντελείται στιγμιαία, γίνεται με μεταφορική έννοια και όχι κυριολεκτικά και οι ασκητικές πρακτικές, που συνοδεύουν το αληθινό προσκύνημα δεν υφίστανται. Οι σχετικοί ιστότοποι προσφέρουν ανάλογο εικονικό περιβάλλον, μαγνητοσκοπήσεις, 3D παρουσιάσεις και ζωντανό βίντεο 24ωρών/7ημερών, προκειμένου να έχει ο προσκυνητής μία κατά το δυνατόν αληθέστερη αίσθηση της πραγματικότητας. Ο δικτυακός τόπος του προσκυνήματος της Λούρδης στη Γαλλία ([www.lourdes-france.org](http://www.lourdes-france.org)) αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αυτής της περιήγησης<sup>137</sup>.

Τα εικονικά προσκυνήματα είναι «οικεία» στο διαδίκτυο, διότι απηχούν μία λατρευτική πραγματικότητα, η οποία είχε πάντοτε στοιχεία ατομικότητας, σε αντίθεση, για παράδειγμα, με τον τακτικό εκκλησιασμό και τη συμμετοχή στη Θεία Λειτουργία. Τόσο στη διαδικασία της «παράστασης» της τελετής με την προσφορά κεριών, θυμιάματος, αγαλμάτων και προσωπικών αντικειμένων, όσο και με το γεγονός ότι ο προσκυνητής έφθανε και φθάνει μόνος του στον τόπο προσκυνήματος και προσεύχεται, χωρίς να μη συμμετέχει αναγκαστικά σε κάποια εκκλησιαστική λειτουργία, είμαστε ενώπιον ενός φαινομένου που έχει εγγενώς στοιχεία εξατομίκευσης<sup>138</sup>.

---

μέχρι τα λουλούδια στις προσφορές των πιστών και τα υπαίθρια παζάρια. Παρόλα αυτά, δεν μπορεί ν' αντικαταστήσει την πραγματικότητα. Τα εικονικά προσκυνήματα ξεκινούν ενστικτωδώς με το «κλικάρισμα» σε μία ετικέτα, ενισχύουν την φαντασία, αλλά τελικά δεν μπορούν να προσφέρουν την ασκητική ατμόσφαιρα του συλλογικού αυτού γεγονότος, C. Helland, *Diaspora on the Electronic Frontier*, ό.π., 967.

<sup>136</sup> A. M. Iqbal, ό.π., 15.

<sup>137</sup> C. Helland, ό.π., 968-969.

<sup>138</sup> L. Fish, «Pilgrimage as Performance. Ste Ann de Beaupre», *New Directions in Folklore*, 4/2 (2000), <file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/19876-Article%20Text-44053-1-10-20150828.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 5.3.2019]. Το εικονικό ιερό προσκύνημα χαρακτηρίζεται και

Δημόσια παράσταση και «προσφορές», μνήμη του ιερού γεγονότος και βούληση του ατόμου να επιτελέσει την προσωπική του «θυσία», εκδήλωση μία προσωπικής εμπειρίας του Θεού/Ιερού, είναι βασικά χαρακτηριστικά των προσκυνημάτων, τα οποία στη διαδικτυακή τους εκδοχή «απελευθερώνονται» και από τα «δεσμά» και τους περιορισμούς του τόπου και του χρόνου. Χωρίς κάποιος να λογαριάζει έξοδα ή κούραση, μπορεί να επισκεφθεί ειδικούς ιστοτόπους, όπως είναι οι [www.activeworld.com](http://www.activeworld.com), [www.cybertown.com](http://www.cybertown.com), και να έλθει σε διάδραση με άλλα άτομα, που επιτελούν την ίδια «παράσταση» μέσα από το σπίτι ή την εργασία τους.

Η αίσθηση που δίνεται είναι αυτή της αντιγραφής της πραγματικότητας. Για παράδειγμα, πολλοί ιστότοποι παρέχουν τη δυνατότητα στους Σίιτες πιστούς να στέλνουν *e-mails* σε ιερά της θρησκείας τους, θυμίζοντας κατά πολύ την παράδοση των προσκυνητών να αφήνουν μικρά χαρτιά με τα αιτήματα και τις παρακλήσεις τους στους βωμούς των ιερών τόπων<sup>139</sup>. Μάλιστα, η πρακτική της τρισδιάστατης επίσκεψης σε ιερά και τεμένη επιδοκιμάζεται από κληρικούς και πνευματικούς ηγέτες κοινοτήτων ως αξιόπαινες πράξεις, καθώς προέρχονται από ένα βαθύ αίσθημα ευσέβειας. Ένα απλό *e-mail* πολλές φορές αντικαθιστά το ιερό προσκύνημα σε έναν ιερό τόπο. Επίσης, πολλά μέλη μίας διεθνούς διαδικτυακής κοινότητας, είναι σε θέση να αιτούνται τις προσευχές και τις δεήσεις άλλων μελών για τη θεραπεία ενός αρρώστου. Ας δούμε πιο λεπτομερειακά τη διαδικασία ενός εικονικού προσκυνηματος μέσω μίας ιστοσελίδας όπως είναι το [www.agrazavi.org](http://www.agrazavi.org), την οργάνωση που εποπτεύει τη λειτουργία του Ιερού Τεμένους του ιμάμη Reza στο Mashad. Όταν κάποιος μπαίνει στη συγκεκριμένα ιστοσελίδα, καλωσορίζεται και «κλικάροντας» το *link* «Pilgrimage from distance», μπορεί να κάνει *download* το

---

θεωρείται ως μία «παράσταση» (performance). Χρησιμοποιείται ο όρος «παράσταση», είτε επειδή ο χρήστης είναι σε οριακή ψυχολογική κατάσταση (*ad liminam*) και προσπαθεί να προσαρμόσει την εν γένει συμπεριφορά του στην αίσθηση ότι ανήκει ή βρίσκεται σε έναν ιερό χώρο, είτε επειδή οι συμμετέχοντες θέλουν να κάνουν μία καλή εντύπωση, καθώς όλη η προσοχή είναι στραμμένη προς αυτούς, σε κάθε περίπτωση το αισθητικό γεγονός διαδραματίζει έναν σημαντικό ρόλο στην όλη τελετουργία, βλ. σχετικά L. Fish, ό.π.

<sup>139</sup> S. Kalinock, «Going on Pilgrimage Online. The Representation of the Twelver-Shia in the Internet», *Online- Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 2/1 (2006), 13.

software και να εισέλθει σε ένα 3D περιβάλλον του ιερού συμπλέγματος στο Mashad<sup>140</sup>.

Η Ρωμαιοκαθολική εκκλησία δεν υστερεί σε αυτού του είδους τα εικονικά ταξίδια. Όταν ο πάπας Ιωάννης Παύλος Β΄ έκανε το ιερό του προσκύνημα στους Άγιους Τόπους (20-26 Μαρτίου 2000), δημοσιεύτηκε άρθρο που παρακινούσε τους πιστούς να ακολουθήσουν διαδικτυακά τους σταθμούς της πορείας του ποντίφικα. «Προσκυνητές του καναπέ» μπορούσαν να επισκεφθούν τον ιστότοπο [www.cuctodia.org/papa](http://www.cuctodia.org/papa), στον οποίο ήταν διαθέσιμες εικόνες και κείμενα από τους σταθμούς της περιοδείας του πάπα. Ενδιάμεσα ή παρεισφρέοντα *links* οδηγούσαν τον πιστό και σε άλλα ιερά προσκυνήματα, όπως ήταν αυτό του Bordeaux και άλλα. Είναι επίσης διαθέσιμο το *site* [www.mustardseed.net](http://www.mustardseed.net), στο οποίο μπορούσε ο χρήστης να επιλέξει ανάμεσα από μία πληθώρα *mini-tours* σε διάφορους ιερούς τόπους, μέσα στο πλαίσιο τρισδιάστατων πλούσιων γραφικών<sup>141</sup>.

Και φυσικά αυτά τα εικονικά ταξίδια συνδυάζουν σε ένα project προσφοράς τα εικονικά προσκυνήματα, όπως και τις διαφημίσεις, τις κρατήσεις ξενοδοχείων και τις αντίστοιχες των αεροπορικών εισιτηρίων. Χαρακτηριστική τέτοια περίπτωση μίξης διαφόρων ειδών είναι και το *site* [www.jesus2000.com](http://www.jesus2000.com), που η διαφημιστική και εμπορική του διάσταση συνδυάζεται με την εναγώνια προσμονή της έλευσης του Χριστού και το κάλεσμα για ενότητα όλων των Χριστιανών<sup>142</sup>. Πρέπει, εντούτοις, να διακρίνει κανείς μία παροχή από το διαδίκτυο τρισδιάστατης περιήγησης σε ιερούς τόπους και σε πανάγια προσκυνήματα, όπως είναι η δυνατότητα της εικονικής περιήγησης στον Πανάγιο Τάφο, στον Γολγοθά, στην Ιερά Μονή του Αγίου Σάββα, στη Βηθλεέμ και αλλού<sup>143</sup>, και στη διαδραστικότητα των εικονικών προσκυνημάτων, μέσω των οποίων τελούνται διαδικτυακά ιερές τελετουργίες. Αυτό είναι πολύ φανερό όταν έχουμε να κάνουμε με τη χρήση των νέων τεχνολογιών από

<sup>140</sup> S. Kalinock, ό.π., 14.

<sup>141</sup> M. W. MacWilliams, «Virtual Pilgrimages on the Internet», *Religion*, 32 (2002), 318.

<sup>142</sup> M. W. MacWilliams, ό.π., 318-319.

<sup>143</sup> «Εικονική-τρειςδιάστατη περιήγηση στα Πανάγια Προσκυνήματα των Αγίων Τόπων», [https://kainourgiospress.blogspot.com/2016/12/blog-post\\_97.html](https://kainourgiospress.blogspot.com/2016/12/blog-post_97.html) [τελευταία ανάκτηση, 5.3.2019].

αιρέσεις, οπαδούς πανάρχαιων δοξασιών, νέο-παγανιστές και άλλους, οι οποίοι δεν θα μπορούσαν ποτέ να συστήσουν μία «φυσική», πραγματική κατάσταση συγκέντρωσης, και έτσι συναθροίζονται και δρουν συλλογικά στον κυβερνοχώρο. Παγανιστές, νέο-Παγανιστές, Μάγοι και Δρυίδες εκμεταλλεύονται τα πλεονεκτήματα του κυβερνοχώρου, καθώς το διαδίκτυο συνενώνει αιώνες αρχαίας μαγείας μέσω *hyperlinks* και οπτικών ινών. Τα εμπόδια του χρόνου και του χώρου απομακρύνονται, εικονικοί βωμοί και θυσιαστήρια γίνονται κέντρα λατρείας, πλεονεκτήματα παγανιστικά πολυμέσα επιστρατεύονται, για την επίτευξη της εικονικής «παράστασης».

### III. Εικονικές εκκλησίες

Τα εικονικά προσκυνήματα πραγματοποιούνται (ο όρος «υλοποιούνται» θα ήταν εννοιολογικά εκκρεμής) μέσω των εικονικών ατόμων, που ονομάζονται *avatar*. Πρόκειται για μία διαδικτυακή υποκατάσταση του εαυτού, που δεν έχει να κάνει σε τίποτα με μία παραίσθηση ή μία ψευδαίσθηση.

Κρίνουμε αναγκαίο να διευκρινίσουμε πως ο όρος *avatar* ορίζει έναν εικονικό χαρακτήρα, που χρησιμοποιείται σε περιβάλλον εικονικής πραγματικότητας<sup>144</sup>. Ο εξωτερικός σχεδιασμός ενός *avatar*, δεν αντανακλά απαραι-τήτως την εμφάνιση του «πράκτορά» του (agent: πράκτορας, νοείται το πρόσωπο που από τον υπολογιστή του δρομολογεί διαδικτυακά ένα *avatar*). Επίσης η συμπεριφορά ενός εικονικού ομοιώματος δηλαδή *avatar*, δεν είναι κατ' ανάγκη παρόμοια με αυτό, που κανονικά θα έπραττε ο *agent*<sup>145</sup>.

<sup>144</sup> Αβατάρ (Avatar) ονομάζονται από την Ινδουιστική θρησκεία οι θείες ενσαρκώσεις των ανώτερων όντων ή του Θεού στη γη. Έτσι ο Βισνού, ο Σίβα, ο Γκανέσα θεωρούνται ότι έρχονται ή έχουν έλθει στη γη ως «αβατάρ». Ακόμα και ο Χριστός και ο Μωάμεθ περιγράφονται από Ινδουιστές ως «αβατάρ».

<sup>145</sup> J. Straarup, «Pinocchio goes to church. The religious life of avatars», *The International Conference Church and Mission in a Multireligious Third Millennium*, 28.1.2010, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:347066/FULLTEXT01.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 6.3.2019].

Το εικονικό άτομο ή *avatar* πρωτοεμφανίστηκε στα διαδικτυακά παιχνίδια ρόλων των αρχών της δεκαετίας του 1990 και υπήρξαν αρκετά δημοφιλή. Το 1995 κάνει την εμφάνισή του το *Palace*, ένας τόπος *online* επικοινωνίας όπου χρησιμοποιούνται *avatars*, ακολουθούμενο το 1997 από την παρόμοια εικονική κοινότητα *Worlds Away*, ανοίγοντας το δρόμο για πολλές παρόμοιες εφαρμογές που ακολούθησαν στο μέλλον. Τα εικονικά περιβάλλοντα γίνονται λεπτομερέστερα, μεγαλύτερα, διαδραστικότερα. Στο 2007, υπάρχουν διαδικτυακά παιχνίδια ρόλων με ένα εκατομμύριο γραμμένους χρήστες, ενώ ο εικονικός κόσμος *Second Life*, όπου οι χρήστες, εκτός από το προσωπικό τους *avatar*, μπορούν να δημιουργήσουν όλο τον υπόλοιπο κόσμο γύρω τους ή και εικονικά αγαθά τα οποία μπορούν να τους φέρουν «μη εικονικό εισόδημα», αριθμεί περίπου δέκα εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες.

Εμβληματική περίπτωση ενός παράλληλου κόσμου, στον οποίον κινούνται, δραστηριοποιούνται και αλληλοδρούν οι εικονικοί εαυτοί, είναι και η εφαρμογή-«παιχνίδι» *Second Life*, ένα καταρχήν τρισδιάστατο περιβάλλον, το οποίο είναι ανοιχτό και όχι περιορισμένο, ακριβώς όπως ήταν το διαδίκτυο στις απαρχές του. Στην πρώτη τους επίσκεψη οι χρήστες μαθαίνουν πως το *avatar* τους μπορεί να περπατά, να τρέχει, να πετά και να επικοινωνεί με τα άλλα *avatars*<sup>146</sup>.

---

<sup>146</sup> «Υπάρχει ένα άτομο που παρευρίσκεται στον καθεδρικό ναό, το οποίο έχω δει μόνο ως ένα σύννεφο μία φορά», λέει μία «πάστορας» του Καθεδρικού Ναού. Στην πραγματικότητα, αυτό δεν είναι καν το πιο ασυνήθιστο *avatar* που πιθανόν να είναι εδώ σήμερα. «Συνηθίζαμε να έχουμε έναν υποπόταμο που προσευχόταν μαζί μας αρκετά», λέει η ίδια, «ο φύλακας της εκκλησίας είναι μια γοργόνα ... και το αγαπημένο *avatar* ενός τακτικού επισκέπτη είναι παπαγάλος». «Θα ανατρέξω σε εκατοντάδες ιστοσελίδες την εβδομάδα», λέει ο Pam Smith, *web pastor* στο *i-Church* και συγγραφέας του βιβλίου *Online Mission and Ministry*. «Θα ρίξω μια ματιά, τότε δεν θα γυρίσω πίσω, γιατί απλά ήθελα να διαβάσω αυτό το άρθρο. Αυτός ακριβώς είναι ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες συμπεριφέρονται ηλεκτρονικά και ο πρωταρχικός στόχος να κάνει κάποιος τους ανθρώπους να συμπεριφέρονται διαφορετικά, δεν μπορεί να είναι το κύριο θέμα μίας χριστιανικής κοινότητας. Είναι θέμα να εξετάσουμε τι είναι διαθέσιμο σε όλους» [...] Αυτή η ιδέα να μοιραστείς μια εκκλησία είναι σίγουρα αντίθετη με την παραδοσιακή εκκλησία. Έχοντας μια ενορία στο μέγεθος του διαδικτύου. Είναι κάτι το καινοφανές, που έχει να προσφέρει πολλά, βλ. M. Casserly, «What happened to online churches?», *Christian Today*, 30.5.2015, <https://www.christiantoday.com/article/what-happened-to-online-churches/54701.htm> [τελευταία ανάκτηση, 6.3.2019]. Βλ. επίσης για το *Second Life* (<http://secondlife.com>), «Second Life, plongez dans l' autre monde», *Newsweek-Courrier International* (2007), 77-79.

Οι εικονικές εκκλησίες αναπαριστούν το περιβάλλον των αυθεντικών εκκλησιών. Αποστέλλουν *e-mails* με καθημερινά αναγνώσματα, σε αυτές τελούνται οπτικοακουστικές τελετές και διαθέτουν πίνακες για την ανάρτηση ερωτήσεων θρησκευτικού ενδιαφέροντος και αιτημάτων προσευχής. Όλη τους η δομή μοιάζει με εκείνη των *offline* πραγματικών ιερών ναών. Υπάρχουν όλα τα διακοσμητικά στοιχεία, όπως μεγάλος σταυρός, παρακείμενα οικοδομήματα, ανάλογοι περιβάλλοντες χώροι. Εκεί προγραμματίζονται να τελούνται εκκλησιαστικές υπηρεσίες εβδομαδιαία και σε σταθερή ώρα. Οι *avatars* ή οι συμμετέχοντες *online*, συγκεντρώνονται σε έναν συγκεκριμένο χώρο, εμπρός από την Αγία Τράπεζα για την παρακολούθηση της τελετής, η οποία εξελίσσεται όπως στο φυσικό ναό. Οι *avatars* κατά την ώρα της Θείας Λειτουργίας στέκονται ακίνητοι γύρω από το θυσιαστήριο και ο «πρεσβύτερος» καθοδηγεί την προσευχή, καθώς και τη συζήτηση και κάνει την ομιλία του χωρίς διακοπές. Είναι μία προέκταση της πραγματικής εκκλησίας στον εικονικό χώρο<sup>147</sup>.

Στα γραφικά των εικονικών εκκλησιών συναντά κανείς ένα μίγμα «ιερών» ή «συμβολικών» αντικειμένων. Κοντά και δίπλα σε εικόνες θεοτήτων και σύμβολα, υπάρχουν καμπάνες που βγάζουν ήχους, άνθη, αρωματικά κεριά, λάμπες λαδιού μπροστά από τις εικόνες, παραπετάσματα που κρύβουν τον βωμό, αλλά και άλλα ευχαριστήρια αντικείμενα, όλα αυτά, βέβαια, σε εικονική πραγματικότητα. Στην περίπτωση της εικονικής εκκλησίας που σχεδιάστηκε από τον πάστορα της Harvest Church, μίας μικρής και ανεξάρτητης ευαγγελικής εκκλησίας στο Cheltenham της Αγγλίας, βλέπει κανείς πως επικεντρώνεται ο εικονικός ναός στο ζήτημα της κοινής προσευχής. Πρέπει να σημειώσουμε ότι, καθώς τα εικονικά περιβάλλοντα αντανakλούν και αντικατοπτρίζουν τις απόψεις και αντιλήψεις των σχεδιαστών τους, είναι αναμενόμενο τα περιβάλλοντα αυτά που σχεδιάζονται από προτεστάντες, ευαγγελικούς και άλλους, να έχουν επικεντρωθεί στο θέμα της κοινής προσευχής ή της ανάγνωσης των βιβλικών χωρίων. Η εικονική αυτή εκκλησία επιτρέπει στους διαδικτυακούς επισκέπτες να «επισκέπτονται» πολλά και ξεχωριστά σωματίδια. Υπάρχει το *Worship Room*, στο οποίο μαζί με τους ψαλμούς υπάρχει και σχετικό *link* που οδηγεί σε εκπομπές ενός χριστιανικού ραδιοφωνικού

<sup>147</sup> A. M. Iqbal, ό.π.,16-17.

σταθμού, στον οποίον μεταδίδονται χριστιανικά τραγούδια και ύμνοι. Ακολουθεί το *Prayer Room*, το οποίο περιλαμβάνει έναν Οδηγό για την Προσευχή, αλλά το βασικότερο είναι ότι επιτρέπει στους χρήστες να θέτουν αιτήσεις για προσευχές που έχουν να κάνουν με συγκεκριμένα προβλήματα της ζωής τους. Ο κόσμος επισκέπτεται αυτόν τον εικονικό ναό, με σκοπό να παρηγορηθεί για κάποια προβλήματα ή ατυχίες στη ζωή του, δίνει μαρτυρία ο σχεδιαστής πάστορας, και δεν έχει παρατηρηθεί μία κάποια σχέση και διαδραστικότητα μεταξύ όλων αυτών των προσερχομένων<sup>148</sup>.

Το έλλειμμα της διαδραστικότητας και της οικοδόμησης πιο στενών σχέσεων μεταξύ των συμμετεχόντων σε αυτές τις εικονικές λειτουργίες, έχει να κάνει με μία ιδιαίτερη αίσθηση του χρόνου, που είναι ένα πολύ βασικό στοιχείο. Τα *online* τελετουργικά που τελούνται διαδικτυακά διακρίνονται σε αυτά που τελούνται ταυτόχρονα από όλους τους συμμετέχοντες (*synchronous rituals*) και αυτά που τελούνται με χρονική διαφορά από τον καθένα (*asynchronous rituals*). Για να έχουμε μία αίσθηση οφείλουμε να τονίσουμε ότι η *online* συζήτηση στα *chat rooms* είναι μία μορφή «συγχρονικής» διάδρασης. Στην περίπτωση των εικονικών ναών αυτό που κυριαρχεί περισσότερο είναι η «ασυγχρονική» προσέγγιση, διότι το υποκείμενο επιλέγει στον δικό του χρόνο, από την οθόνη του υπολογιστή του, να προσεγγίσει το ιερό μέρος. Άλλωστε, το βασικό πλεονέκτημα που επαγγέλλεται το νέο μέσο της δικτύωσης είναι η ευχέρεια του ατόμου να προσεγγίζει και να «τελεί» διαδικτυακά όποτε αυτός το θέλει, την εικονική του τελετουργία.

Το «ασύγχρονο» *cyber* τελετουργικό αποδεικνύει την ευελιξία του ιερού κυβερνοχώρου. Η εικονική εκκλησία εξουσιοδοτεί τους χρήστες της να έχουν πρόσβαση σε θρησκευτικές υπηρεσίες από την άνεση της ιδιωτικής κατοικίας στο σπίτι, και σε ατομικό επίπεδο. Στις «περιθωριακές» θρησκευτικές ομάδες, στις σχέτες, στις αιρέσεις και σε κάθε είδους νέο-παγανιστική αναβίωση, αυτή η δυνατότητα είναι πολύ σημαντική. Σε αντίθεση με τις επίσημες και θεσμικές εκκλησίες, οι οποίες δεν θα υποκαταστήσουν την *offline* πραγματικότητα από την

---

<sup>148</sup> S. Jacobs, «Virtually Sacred. The performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2007), 1114-1115.

*online*, για παράδειγμα, στην περίπτωση του Σαμανισμού, παρατηρεί κανείς ότι μπορεί πλέον χάρη στις νέες τεχνολογίες το κάθε άτομο να δημιουργήσει έναν ιερό κυβερνοχώρο και να προσαρμοστεί ταυτόχρονα σε αυτόν. Στη Νότια Κορέα, μία χώρα που διατηρεί μία εθνική παράδοση Σαμανισμού με πολλά τοπικά στοιχεία, αλλά και μία χώρα με έντονη ανάπτυξη των ΜΚΔ, οι λεγόμενοι «κυβερνο-σαμάνοι» έχουν τελικά εξατομικεύσει την θρησκευτική τους συμπεριφορά και τις πεποιθήσεις τους μέσα από μία υβριδική σύνθεση των παραδοσιακών τελετουργιών και των προϊόντων των νέων τεχνολογιών<sup>149</sup>.

Από την άλλη πλευρά, η «συγχρονική» τελετουργία, δηλαδή η τελετουργία στη διάρκεια της οποίας οι χρήστες συναντιούνται *online* και τελούν συλλογικά ένα τελετουργικό την ίδια χρονική στιγμή, είναι μία διαδικασία, η οποία φαίνεται ότι συνενώνει πιστούς από διάφορα μέρη σε μία συλλογική υπέρβαση του τόπου και του χρόνου. Είναι μία κοινή έκφραση της βούλησης για την αναζήτηση του ιερού στο πλαίσιο του κυβερνοχώρου.

#### **B4. Το διαδικτυακό κήρυγμα.**

Θα εξετάσουμε σε ένα ξεχωριστό κεφάλαιο το θέμα του διαδικτυακού κηρύγματος, διότι, μολονότι ανήκει στην *religion online*, δηλαδή αποτελεί μία προέκταση της κηρυγματικής δράσης μέσα στην ίδια την εκκλησία ή την θρησκευτική ομάδα, έχει και διατηρεί τη δική του δυναμική και εμβέλεια δράσης. Είναι γνωστή η προσπάθεια της Ρωμαιοκαθολικής εκκλησίας να εκμεταλλευτεί τα ΜΚΔ προς την κατεύθυνση ακόμα μεγαλύτερης ενίσχυσης της ιεραποστολικής της δράσης. Σε συνέχεια της ομιλίας του Πάπα Παύλου του Β΄ για το *internet* ως μία νέα σφαίρα ευαγγελισμού (λόγος με αφορμή την World Communication Day, το 2002), παρατηρούνται παρεμβάσεις τόσο στο επίπεδο της θρησκευτικής εκπαίδευσης (Catholic Distance University, [www.cdu.edu](http://www.cdu.edu)), όσο και

<sup>149</sup> A. Airò, W. J. Costello, «Virtual Shamanism and the Sacred-Cyber-Space», *Revista Santuarios*, <http://www.ccsf.it/web/santuarios2016/programma%20e%20pdf%20vari/pdf/articoli/airo%20costello.pdf> [τελευταία ανάκτηση, 6.3.2019].



στα επίπεδα της διάδοσης των νέων της εκκλησίας (Catholic Online, [www.catholic.org](http://www.catholic.org) ), των ιεραποστολικών δραστηριοτήτων (Catholic Internet Mission, [www.c-internet-mission.net](http://www.c-internet-mission.net)) και ενός ειδικού θρησκευτικού καναλιού στο youtube: [www.youtube.com/user/vatican](http://www.youtube.com/user/vatican) <sup>150</sup>.

Το κήρυγμα φαίνεται ότι αλλάζει στο διαδίκτυο χαρακτήρα, διότι αλλάζουν οι συγκεκριμένες προκείμενες. Αλλάζει το μέσο έκφρασης του Λόγου του Θεού, αλλάζει το δυνητικό ακροατήριο, διότι δεν είναι σαφές στο διαδίκτυο σε ποιον ακριβώς απευθύνεται ο διαδικτυακός κήρυκας, καθώς η εμβέλεια είναι παγκόσμια και το κοινό δυνητικά ανομοιογενές. Ταυτόχρονα, αλλάζει και ο ρόλος του ιερέα, πάστορα, κήρυκα, ιμάμη, διότι πλέον η «αυθεντία» της συγκεκριμένης γνώσης διαχέεται σε όλα τα μέλη της κοινότητας. Ο καθένας μπορεί να χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ και να σχολιάζει ή να ερμηνεύει τα ιερά κείμενα. Η «ιεραρχία» της αποστολής του κηρύγματος, σε πολλές περιπτώσεις, αποδυναμώνεται σημαντικά <sup>151</sup>.

Ο τρόπος δόμησης του κηρύγματος είναι μία ακόμη διάσταση, η οποία μεταβάλλεται υπό την επίδραση της νέας τεχνολογίας. Μολονότι η κλασική χρήση της μονόδρομης μετάδοσης ή/και κοινοποίησης της πληροφορίας παραμένει, εν τούτοις αυτός ο τρόπος κηρύγματος φαίνεται ότι πλέον μοιράζεται την «πρωτοκαθεδρία» του και με άλλες χρήσεις όπως είναι η διεπαφή, ο διάλογος, η ανοιχτότητα, οι ερωταποκρίσεις, που ολοένα και περισσότερο συναντώνται στο διαδικτυακό κόσμο. Αυτός ο νέος τρόπος του κηρύγματος δεν είναι «άμοιρος» φοβιών και ενστάσεων. Είναι αρκετοί οι ιερείς εκείνοι που θεωρούν ότι ένας τέτοιος τρόπος θα οδηγήσει σε μία ακόμα εντονότερη «εξατομίκευση» της πίστης και σε μία σύγχυση των δογμάτων. Δεν είναι το ίδιο η ανάλυση των θεολογικών δογμάτων και εννοιών όταν αυτή λαμβάνει χώρα σε δημόσιο χώρο και δεν είναι το ίδιο ο διαδικτυακός διάλογος. Είναι κατανοητό ότι η μεταβολή της μορφής του κηρύγματος προτιμάται από πολλούς ιερείς, με σκοπό να προσελκύσουν περισσότερο νεαρό κόσμο που το παραδοσιακό κήρυγμα του είναι «βαρετό», όμως

<sup>150</sup> H. Campbell (2012), «How Religious Communities negotiate New Media Religiously», στο *Digital Religion, Social Media and Culture*, ό.π., 81-96.

<sup>151</sup> J. Wise (2014), *The Social Church. A Theology of Digital Communication*, Moody Publishers, Chicago, 136-137.

αυτό το «κέρδος» ισοσταθμίζεται, μερικές φορές, από το κόστος της απώλειας της αξιοπιστίας, όταν, όπως είδαμε, το δίκτυο ευνοεί την «παρενδυσία» και τον επιθετικό ή προσβλητικό λόγο<sup>152</sup>. Μία άλλη «εστία» ανησυχίας έχει να κάνει με την προέλευση του υλικού που είναι σχετικό με το κήρυγμα. Ο ιερέας ή ο πάστορας που θα επηρεασθεί από τον πληροφοριακό όγκο των δεδομένων στο διαδίκτυο και θα αναζητήσει και αυτός με την σειρά του τις θεολογικές απαντήσεις σε αυτά τα ερεθίσματα μέσα από το διαδίκτυο, διατρέχει τον σοβαρό κίνδυνο να πέσει θύμα αυτής της πληροφοριακής «βόμβας»<sup>153</sup>.

Πρέπει να τονίσουμε ότι το διαδικτυακό κήρυγμα είναι μία μορφή διαδικτυακού «ευαγγελισμού», για αυτό και χαρακτηρίζεται και ως *e-vangelism*<sup>154</sup>. Δεν θα πρέπει να το περιορίσουμε σε ένα προτεσταντικό ή ευαγγελικό φαινόμενο, ίσως επηρεαζόμενοι από τους διάφορους «τηλεευαγγελιστές», αλλά αφορά πλέον στις περισσότερες εκκλησίες, όπως αποδεικνύει και η Ρωμαιοκαθολική εκκλησία με επίσημα της κείμενα<sup>155</sup>. Το προτεσταντικό πνεύμα, όμως, ενυπάρχει σε μία άλλη διάσταση, η οποία είναι περισσότερο «εσωτερική». Μπορεί διάφορες εκκλησίες και θρησκείες να χρησιμοποιούν το διαδικτυακό κήρυγμα, όμως αυτός ο τρόπος, καθώς εκφεύγει όπως είδαμε από κάποια κεντρική «αυθεντία» και «ιεραρχία», ουσιαστικά

<sup>152</sup> P. Fischer-Nielsen (2012), «Pastors on the Internet: Online Responses to Secularization», στο *Digital Religion, Social Media and Culture*, ό.π., 126.

<sup>153</sup> L. Cantoni, E. Rapetti et al. (2012) «Picture: The Adoption of ICT by Catholic Priests», στο *Digital Religion, Social Media and Culture*, ό.π.,131-149. Ο κόσμος γίνεται εντελώς εικονικός (virtualization) και χάνεται κάθε αίσθηση προσανατολισμού. Η «πληροφοριακή βόμβα» (information bomb) αφαιρεί από τη θεώρηση του κόσμου κάθε έννοια ρεαλισμού. Η συγκέντρωση και διάχυση των πληροφοριακών δεδομένων σε απείρως μικρά χρονικά διαστήματα ομογενοποιούν τις εμπειρίες των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο και δημιουργούν την εντύπωση της γνώσης των πραγμάτων, που όπως μπορεί εύκολα να καταλάβει κανείς δεν πρόκειται παρά για μία ψευδαίσθηση, για μία αυταπάτη. Ο καθένας μπορεί να διεκδικεί τη θέση του στην πληροφοριακή γνώση, διότι του είναι πολύ εύκολο να αντλεί πληροφορίες από το διαδίκτυο, κάτι όμως που ενέχει πολλαπλούς κινδύνους, βλ. και L. Walsh, J. Barbara, «Speed, International Security, and 'New War' Coverage in Cyberspace», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2006), 189-208.

<sup>154</sup> M. D. Johns (2012), «Voting "Present": Religious Organizational Groups on Facebook», στο *Digital Religion, Social Media and Culture*, ό.π., 164.

<sup>155</sup> H.Campbell,«Religion and the Internet», *Communication Research Trends*, 25/1 (2006), 6.

συνιστά μία πολύ «κοσμική» εκκλησία, η οποία ρέπει προς την απολυτότητα και τον φονταμενταλισμό<sup>156</sup>.

Κάθε εκκλησία και κάθε θρησκεία έχει τον κίνδυνο, μέσω του διαδικτυακού κηρύγματος, να «αλωθεί» από αυτή την πολύ προσωπική και εξατομικευμένη θρησκεία, που χαρακτηρίζεται ως *vernacular religion*. Το κήρυγμα στο διαδίκτυο είναι ένα κήρυγμα, το οποίο αφομοιώνεται κατά ένα απόλυτα προσωπικό τρόπο, εφόσον δεν συνδέεται με κάποια τελετουργία ή Θεία Λειτουργία. Αυτονομείται σε μεγάλο βαθμό και επιτρέπει θέματα ταυτότητας και πρακτικής ηθικής να επικρατούν θεμάτων πίστης και θεολογίας. Η έμφαση είναι στο προσωπικό και στην ελευθερία του ατόμου να εκφράζεται ελεύθερα. Αυτή η τάση αναπόφευκτα οδηγεί στην έμφαση σε «εξωτερικά σημεία» ή σε μία «συμβολοποίηση» της καθημερινότητας. Θα μπορούσε κανείς να συγκρίνει τη δυναμική της «ισλαμικής μαντήλας» στους δημόσιους χώρους με τις διαδικτυακές «ετικέτες» στα ΜΚΔ<sup>157</sup>.

Ενώ το θρησκευτικό σύστημα της επικοινωνίας στο παρελθόν ήταν ιεραρχικό, ενιαίο και με έντονη την παρουσία της «αυθεντίας», του όποιου θρησκευτικού ή εκκλησιαστικού ηγέτη, οι επικοινωνιακές πράξεις στο σημερινό ηλεκτρονικό περιβάλλον είναι οριζόντιες παρά κάθετες, ποικίλες και διεσπαρμένες παρά ενιαίες, αποκεντρωμένες και όχι συγκεντρωτικές, με κάθε φορά ένα επικοινωνιακό περιεχόμενο που τελεί υπό συνεχή διαπραγμάτευση. Είναι αυτή ακριβώς η διάσταση, που φέρνει σε επαφή την θρησκευτική επικοινωνία με την «λαϊκή κουλτούρα». Η «λαϊκή κουλτούρα» του διαδικτύου βασίζεται κατεξοχήν σε εκφρασιοκεντρικά και υποκειμενικά συναισθήματα, τα οποία είναι πάντοτε εντυπωσιακά και σαγηνευτικά. Η «επίσκεψη» σε ένα εικονικό προσκύνημα ή σε μία εικονική εκκλησία δεν είναι κάτι ενδιαφέρον, ηθικά, φιλοσοφικά ή θρησκευτικά. Συνδυάζεται με το παιχνίδι και τη συγκίνηση της περιδιάβασης και της ανακάλυψης συγκινήσεων. Στα πλαίσια αυτά δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι ο κύριος άξονας της

<sup>156</sup> Βλ. αναλυτικά, R. G. Howard, «Enacting a virtual 'ekklesia': Online Christian Fundamentalism as vernacular religion», *New Media & Society*, 12/5 (2010), 729-744.

<sup>157</sup> F. Gautier (2015), «Religion, Media and the Dynamics of Consumerism in Globalising Societies», στο *Religion, Media, and Social Change*, Routledge. Taylor & Francis Group, New York and London, 2015, 76.

επικοινωνίας στον κυβερνοχώρο έχει να κάνει με τα ψηφιακά ή ηλεκτρονικά παιχνίδια. Βλέπουμε πως επικρατεί συνεχώς στην δικτυακή επικοινωνία η αίσθηση της εντύπωσης και του παροδικού, σε βάρος μίας ενδελεχούς και σοβαρής θεολογικής ανάλυσης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ. ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

### Γ1. Νέα προσέγγιση στο Υπερβατικό.

Οι ηλεκτρονικές υπολογιστές δεν είναι απλά και μόνο κάποια «ουδέτερα» τεχνικά εργαλεία, μέσω των οποίων είναι σε θέση ο άνθρωπος να επιτελεί τις δύσκολες και χρονοβόρες εργασίες του. Είναι κάτι πολύ περισσότερο. Η ανθρώπινη ψυχή μέσα από τις «ψηφιακές πόρτες εισόδου», όπως είναι τα «.com», «.net» και «.edu» μπορεί να αποδεσμεύεται από τις χωροχρονικές συνθέσεις και τους περιορισμούς. Το ανθρώπινο εγώ μέσω της πύλης ενός *modem* βρίσκει μία «δίοδο διαφυγής» από τον χωροχρόνο, απελευθερώνεται από τους κλασικούς νόμους της φυσικής και εισέρχεται σε ένα κόσμο ή, μάλλον, σε έναν «χώρο», όπου έχει περισσότερο τα χαρακτηριστικά ενός παράλληλου σύμπαντος<sup>158</sup>.

Η εξαϋλωση και η αναζήτηση της απελευθέρωσης από τους νόμους της βαρύτητας και της χωροχρονικής πραγματικότητας, είναι κάποια χαρακτηριστικά του ψηφιακού κόσμου. Δεν είναι, όμως, και τα μόνα. Τα ηλεκτρονικά πολυμέσα πραγματοποιούν και το γεγονός της ενοποίησης της κουλτούρας και των ιδεολογιών. Όλα τα πολιτισμικά μορφώματα κατανέμονται σε ένα «ψηφιακό κείμενο πολυσυνδυασμών», όπου τα προγράμματα της τηλεόρασης, οι πολιτιστικές

---

<sup>158</sup> «Ο Noble, στο βιβλίο του *The Religion of Technology*, ακολουθεί τα ίχνη των πολύπλοκων τεχνών με ένα χλιαστικό πνεύμα και τονίζει ότι από το δωδέκατο αιώνα η τεχνολογία έγινε ταυτόχρονα και εσχατολογία, ένα μέσο επιτάχυνσης που θα οδηγούσε στην υποσχόμενη τελειότητα. Ο κυβερνοχώρος, όπως η νέα Ιερουσαλήμ, που προαναγγέλλεται στην Αποκάλυψη, χαιρετίζεται ως ο τόπος, όπου θα βασιλεύσει η ελευθερία και η ισότητα. Απαλλαγμένοι από το σώμα και εξαϋλωμένοι, απελευθερωνόμαστε σε ένα μικροσκοπικό παράδεισο ψηφιακής δημοκρατίας, όπου ο καθένας θα μπορεί για πάντα να εκφράζει τα προσωπικά του πιστεύω», M. Wertheim, «Ο κυβερνοχώρος επιστρέφει στο Μεσαίωνα», *futura*, 7 (2001), 232.

δραστηριότητες, το *video*, η μουσική, το ραδιόφωνο, οι τυπογραφικές, γραφιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες αλληλοεξαρτώνται. Οι πάντες και τα πάντα συνδέονται με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, και όλη η πραγματικότητα μεταδίδεται μέσω συμβολισμών που βασίζονται στο αμφιλεγόμενο του νοήματος. Το αμφιλεγόμενο αυτό είναι εικονικό, και η πραγματικότητα γίνεται εικονική. Ο πολιτισμός της διαδικτυωμένης κοινωνίας διακρίνεται από μία αποσπασματική σειρά προτύπων, τα οποία είναι αποξενωμένα και χωρίς «γέφυρες επικοινωνίας». Η επικοινωνία του διαδικτύου προσφέρει την τεχνολογική βάση της «πολιτιστικής κακοφωνίας»: όλοι μιλούν και ο συνολικός ήχος μετατρέπεται σε μία, πολλές φορές, ασυνάρτητη σειρά απομονωμένων μηνυμάτων<sup>159</sup>.

Η ενοποίηση της κοσμικής πραγματικότητας, η εξαΰλωση και η αναζήτηση της απελευθέρωσης από τις χωροχρονικές δεσμεύσεις, είναι χαρακτηριστικά στοιχεία της τάσης του ανθρώπου για την υπερβατικότητα. Όταν ο χρήστης των ψηφιακών μηχανών «πλοηγείται» (ή σερφάρει) στο κυβερνοδιάστημα βρίσκεται σε μία ενοποιημένη, ιερή πραγματικότητα. Διότι «το ιερό είναι η εμπίωση και αναπαράσταση της σχέσης αυτής ως συνέχειας- η νοσταλγία της αρχέγονης, παραδείσιας ενότητας μεταξύ τους και η περιοδική της αποκατάσταση μέσα σε πλαίσια τελετουργικά- μυθολογικά, που επιστρέφει στην ίδια την καρδιά της κοινωνικής ζωής ως συλλογική θεραπευτική»<sup>160</sup>.

Πιστεύεται ολοένα και περισσότερο ότι η ψηφιακή ενοποίηση της πραγματικότητας εξαντικειμενικεύεται, και σχεδόν «αυτονομείται» από αυτόν που την έχει σχεδιάσει και οργανώσει. Είμαστε στο σημείο που από το διαδίκτυο και τη διαδικτυακή επικοινωνία περνάμε στον κυβερνοχώρο. Ο κυβερνοχώρος ως «ιερό» σχετίζει, ενώνει, ενοποιεί τα συστατικά στοιχεία της ζωής: όπως και το ιερό ενώνει το ανθρώπινο με το θείο, το υλικό με το πνευματικό, το σωματικό με το ψυχικό, το ατομικό με το κοινωνικό, το φυσικό με το υπερφυσικό. Μηχανές, άνθρωποι και

<sup>159</sup> M. Castells, «Η κουλτούρα της διαδικτυωμένης κοινωνίας», *futura*, 8 (2002), 102.

<sup>160</sup> Φ. Τερζάκη, «Ανιχνεύοντας το Ιερό...», *Θεός & Θρησκεία*, 2 (Απρίλιος 1999), 138.

τεχνητή νοημοσύνη ενοποιούνται και χάνονται τα όρια που μπορεί να τα διακρίνουν<sup>161</sup>.

Η πανοπτικότητα και η απόλυτη εμπιστοσύνη στη ρύθμιση της κοσμικής ισορροπίας και της ανθρώπινης καθημερινότητας, ήταν και είναι επίσης χαρακτηριστικά, τα οποία αποδίδονται σε μία Υπέρτατη Νοημοσύνη, που κάποιои θα ονόμαζαν Θεό ή Υπερβατικό. Οι πληροφορικές μηχανές, τα *special* λογιστικά, τα δίκτυα ροών, τα διάφορα *cyborgs*<sup>162</sup>, αναλαμβάνουν να παίξουν αυτόν τον ρόλο. Κάναμε λόγο στο προηγούμενο κεφάλαιο για τα *avatars* που επισκέπτονται τις εικονικές εκκλησίες και τελούν εικονικές ιερουργίες. Μπορούμε να φανταστούμε ότι στο υπόβαθρο αυτών των τεχνολογικών εξελίξεων, δεν είναι παρά το όραμα της επιστήμης της Κυβερνητικής για μία μηχανή, η οποία θα συλλέγει οποιοδήποτε είδος πληροφορίας, και κατόπιν θα προσδιορίζει ποια θα είναι η πιθανότερη εξέλιξη της κατάστασης, σε συνάρτηση με τη μέση ψυχολογία των ανθρώπων και των πιθανών στατιστικών και άλλων ποσοτικών δεδομένων<sup>163</sup>.

---

<sup>161</sup> Ας το δούμε αυτό σε ένα συγκεκριμένο παράδειγμα από την παγκόσμια αγορά. Η Microsoft από τον Απρίλιο του 2014 έφερε στην «ηλεκτρονική» ζωή την Cortana στο *Windows Phone 8.1*. Η προσωπική φωνητική βοηθός Cortana της Microsoft είναι εμπνευσμένη από έναν κεντρικό χαρακτήρα του *video game* Halo της ίδιας εταιρείας. Η εικονική ηρωίδα είναι γενικά ικανή να αποκρυπτογραφεί σήματα και να «διασπά» δικτυακά συστήματα. Η ηρωίδα αυτή, από τον χώρο της ηλεκτρονικής διασκέδασης, τοποθετείται ως φωνή μέσα σε μία τεχνολογική εφαρμογή, η οποία παρακολουθεί όλες τις πληροφορίες που της δίνεις για τον εαυτό σου. Είναι εκεί για να βοηθήσει το άτομο, παρέχοντας του όλες τις χρήσιμες πληροφορίες για κάθε πρόβλημα της καθημερινότητας. Κάθε επιχειρηματίας, κάθε στέλεχος, και κάθε νεαρός φοιτητής της εποχής μας δεν μπορεί παρά να γοητευτεί από τις διαφημίσεις αυτές των προσωπικών φωνητικών βοηθών, βλ. σχετικά «μίλα...στη φωνή της μηχανής», *Cyborg*, 1 (2014), 13-14.

<sup>162</sup> Το *cyborg*, είναι μία ζωική μηχανή, που είναι το αποτέλεσμα της συνένωσης δύο διακριτών ιστορικών- επιστημονικών αντιλήψεων, αυτής που μιλά για την τάξη του οργανικού κόσμου, δηλαδή για τη μεγάλη αλυσίδα της ζωής, και αυτής που κάνει λόγο για τον μηχανικό ορθολογισμό, δηλαδή τη θεώρηση του σύμπαντος ως ενός τέλει ωρολογιακού μηχανισμού. Στο *cyborg* καταλήγουν, με άλλα λόγια, οι δύο μεγάλες επιστημονικές θεωρήσεις του 19<sup>ου</sup> αιώνα: αυτή της βιολογικής αλυσίδας της εξέλιξης και αυτή ενός άρτιου μηχανικού συστήματος, βλ. «mechanic sex appeal», *Cyborg*, 5 (2016), 8. «Οι δυνατότητες του μετα- ανθρωπισμού», *Cyborg*, 1 (2014), 6.

<sup>163</sup> «Η κυοφορία του cyborg», *Cyborg*, 3 (2015), 55.

Δεν πρέπει να μας κάνει εντύπωση, συνεπώς, η αναζήτηση του Υπερβατικού μέσω των «μηχανών» της σύγχρονης ηλεκτρονικής επιστήμης, καθώς αυτές και οι πληροφορίες τους εμπλέκονται σε τέτοιο βαθμό με τον ιστό της καθημερινής ζωής, ώστε τελικά «διαλύονται» ως ξεχωριστά τμήματα του ανθρώπινου πολιτισμού. Όσο ο άνθρωπος ως άνθρωπος αναζητεί το Υπερβατικό, τόσο αυτό θα γίνεται και με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, που είναι «αδιαχώριστοι» από αυτόν. Αυτή η ενότητα ανθρώπου και «μηχανής» αντανακλά στη μετάπλαση του φυσικού χώρου σε μία ψηφιακή του αλληγορία. Στον κυβερνοχώρο, κάθε φυσική σχέση έχει πλέον καταλυθεί και το ανθρώπινο πρόσωπο υποκαθίσταται από μία «ειδωλική προβολή» (Digital Avatar), που παραπλανάται στο δίκτυο της προσομοίωσης. Στο εσωτερικό του δικτύου, κάθε μορφή σχέσης επιτελείται μονάχα ως σπασμωδική αλληλεπίδραση ομοιωμάτων, τα οποία δεν έχουν πρωτότυπο (Simulacra). Η έννοια του «εικονικού» (Virtual) κυριαρχεί, αλλά αυτό δεν αναφέρεται απλά και μόνο στην κυκλοφορία και την προβολή εικόνων. Η εικόνα κάνει κάτι πολύ περισσότερο, καθώς διαμεσολαβεί σχεδόν ολοκληρωτικά την πραγματικότητα και ρυθμίζει την ποιότητα των κοινωνικών σχέσεων<sup>164</sup>.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, ο άνθρωπος νομίζει ότι οικειοποιείται τη δύναμη του ιερού και της υπέρβασης, που του παρέχει ο κυβερνοχώρος και οι σχετικές του «μηχανές». Η θέληση για δύναμη είναι μία αιτία και συνάμα συνέπεια του τεχνικού πνεύματος, που αποκτά υπαρξιακό χαρακτήρα. Η θέληση για δύναμη και για υπέρβαση, η θέληση για ελευθερία και αποδέσμευση από τους χωροχρονικούς περιορισμούς, η πίστη στην πρόοδο και στα οφέλη μίας συνεχόμενης και εξελισσόμενης ανάπτυξης, δημιουργεί μία κατάσταση, στην οποία τα έργα της τεχνικής προόδου, που συνιστούν τον θρίαμβο της εγκοσμιοκρατίας<sup>165</sup> και της εκκοσμίκευσης, λατρεύονται από τον ίδιο τον άνθρωπο ως ίχνη του Ιερού<sup>166</sup>.

<sup>164</sup> Δ. Μπεκριδάκη (2018), «Machina ex Deo», στο *Μετάνθρωπος. Ζώντας σ' ένα ψηφιακό κόσμο*, εκδόσεις Αρμός, 124.

<sup>165</sup> «Από τη σκοπιά της θεολογίας, τώρα, η διαδικασία της εκκοσμίκευσης ισοδυναμεί με απώλεια του διπλού εσχατολογικού κέντρου του Ευαγγελικού μηνύματος· απώλεια που συντελέστηκε εντός των ορίων του δυτικού χριστιανισμού, διαρρηγνύοντας τα. Με την παποκαισαρική τροπή της Ρωμαϊκής Εκκλησίας πραγματοποιήθηκε κατά το Μεσαίωνα η



Ο κυβερνοχώρος, πραγματικά, δεν είναι ένα θρησκευτικό κατασκεύασμα, ακόμα θα μπορούσε κάποιος να πει ότι αυτοί που ασχολούνται με αυτόν δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως θρησκευόμενοι. Χωρίς να είναι μία τυπικά θρησκευτική κατασκευή και εννοιολόγηση, αυτός ο χώρος αναπροσαρμόζει την παλιά ιδέα του Παραδείσου, και την παρουσιάζει με ένα κοσμικό και τεχνολογικά εγκεκριμένο τρόπο παρουσίασης<sup>167</sup>.

Η νέα τεχνολογία προσφέρει σε έναν πολύ μεγάλο βαθμό τις δυνατότητες «απόδρασης» (escapism) από την πραγματικότητα, που συνήθως «καταναλώνεται» ως «φυγή» ή αποσύνδεση από τις αντιληπτές, δυσάρεστες, βαρετές, επίπονες ή τετριμμένες πτυχές της καθημερινής ζωής, και αναφέρεται

---

θρησκευοποίηση του Χριστιανισμού, εξοβελίζοντας ουσιαστικά την προσδοκία της Βασιλείας του Θεού. Η απολυτοποίηση του ιστορικού χρόνου έναντι των εσχάτων προετοίμασε το έδαφος για το νεώτερο αθεϊστικό ουμανισμό και εμπέδωσε την εγκοσμιοκρατία. Εντός του κοινωνικού και πνευματικού συμφραζόμενου της νεωτερικότητας επήλθε η οριστική λήθη της Βασιλείας ως εσχατολογικής κοινωνίας με τον Τριαδικό Θεό. Ταυτόχρονα όμως, το απολεσθέν αναπληρώθηκε από το κοσμικό του σύστοιχο: επιχειρήθηκε συγκροτημένα και μεθοδικά η πραγμάτωση της Πολιτείας του Θεού μέσα στην ιστορία, δια των ανθρωπίνων δυνάμεων και με βάση τις ανθρώπινες αξίες και συλλήψεις αποκλειστικά. Ο Θεός δολοφονήθηκε, ο Χριστιανισμός απαξιώθηκε και η παράδοσή του δυσφημίστηκε. Εντούτοις, όπως είπαμε, το θρησκευτικό στοιχείο επιβίωσε υπόγεια μέσα στην εκκοσμικευμένη συνθήκη. Μόνο που πλέον μια ριζική μεταβολή στη δυτική φιλοσοφία της ιστορίας είχε συντελεστεί: όχι απλά οι ιεροφάνειες, αλλά και το ίδιο το Ιερό, ως υπερβατολογικό έρεισμα αυτών ήταν εγκλωβισμένο μέσα στην ιστορία. Η μεταϊστορική Βασιλεία του Θεού έδωσε τη θέση της στην ενδοϊστορική βασιλεία του ανθρώπου. Κάθε υπέρβαση είναι πλέον μοιραία σχετική, αφού τα όρια του κόσμου ουδέποτε υπερβαίνονται –όλο το περιπετειώδες εγχείρημα της προόδου δεν είναι παρά μια μορφή «έκστασης εντός της εγκοσμιότητας», για να θυμηθώ τον Zygmunt Bauman. Επί τη βάση αυτής της μετατόπισης της ιερότητας από το Επέκεινα στο Ενθάδε, από το μεταϊστορικό Έσχατον στο ενδοϊστορικό Χρόνο (Παρόν ή Μέλλον), η τεχνική μπορεί να εννοιολογηθεί ειδικότερα ως μια εκκοσμικευμένη μορφή εμπειρίας του Ιερού. Συνιστά μια ιδιότυπη (ήτοι μη εκπεφρασμένα ή τυπικά θρησκευτική) ενσάρκωση του θρησκευτικού πόθου για λύτρωση, μέσα σ' έναν πολιτισμό που δεν ελπίζει παρά στα έργα των χειρών του», Δ. Μπεκριδάκη, «Απόπειρα διερεύνησης των Θεολογικών όρων άρθρωσης του Τεχνικού φαινομένου», antifono.gr, 19.11.2010.

<sup>166</sup> Μπεκριδάκη, *Machina ex Deo*, ό.π., 144.

<sup>167</sup> «Το τέλειο βασίλειο μας περιμένει, μας είπαν, όχι πέρα από τις μαργαριταρένιες πύλες, αλλά πέρα από τις εισόδους του διαδικτύου. Πίσω από τις ηλεκτρονικές πόρτες που έχουν ως ετικέτα τις λέξεις com, net και άλλα», «Οι μαργαριταρένιες πύλες του κυβερνοχώρου», *Cyborg*, 2 (2015), 79.

στην υπέρβαση των στερήσεων, των φόβων και των αγωνιών, δηλαδή σε μία υπέρβαση της φθαρτότητας και των συνεπειών της.

Έχουμε ενώπιον μας την παράλληλη ύπαρξη και παρουσία πολλαπλών κόσμων. Ο κάθε ιερός χώρος έχει τα τελετουργικά του και τις τελετές εισόδου και εξόδου από την δική του, ιδιαίτερη πραγματικότητα. Έχει συνάμα και τους ιερούς τόπους του. Είναι το σημείο αυτό στο οποίο πραγματώνεται η ιδιότητα του ιερού να διαχωρίζει και να συνενώνει. Καθώς οι άνθρωποι ολοένα και περισσότερο χρησιμοποιούν τον κυβερνοχώρο για να έρχονται σε επαφή και σε σχέσεις μεταξύ τους, αυτό αναγκαστικά προσδίδει «τοπικότητα» σε αυτό το ψηφιακό χάος. Όταν οι χρήστες πρέπει να αγοράσουν οτιδήποτε, να επισκεφτούν μία επιχείρηση ή να διεκπεραιώσουν μία φορολογική ή άλλη υποχρέωσή τους στο διαδίκτυο, τότε μπορεί κανείς να κάνει λόγο για μία *Virtuopolis*<sup>168</sup>, δηλαδή για μία ψηφιακή πόλη που δεν μιμείται απλά την φυσική πόλη, αλλά και την αντικαθιστά απόλυτα σε όλες τις λειτουργίες της- η σχέση με το ιερό είναι χαρακτηριστική, καθώς όπως είδαμε και στις σχετικές εννοιολογήσεις περί ιερού αυτό είναι μία διαφορετική πραγματικότητα, η οποία διαχωρίζεται από τη «βέβηλη» καθημερινότητα, χωρίς όμως να αποδεσμεύεται από αυτήν ή να μη βρίσκεται σε καμία διαλεκτική σχέση μαζί της.

Κατά συνέπεια, ο κυβερνοχώρος μέσω της δικτύωσης συνιστά έναν παράλληλο «χώρο», ο οποίος είναι «ομοίωμα» της φυσικής πραγματικότητας, χωρίς όμως τους περιορισμούς και τις δεσμεύσεις του χώρου και του χρόνου. Είναι ενδιαφέρον ότι ο κυβερνοχώρος μας ενδιαφέρει όχι μόνο στο βαθμό που μέσω αυτού το σύγχρονο υποκείμενο αναζητεί το Υπερβατικό, αλλά και ο ίδιος ως «τοποθεσία» αυτού του Υπερβατικού. Είναι ένας κόσμος, που αποτελεί την αναπόφευκτη συνέχεια μίας εξέλιξης της τεχνικότητας, που θέλει να υπερβεί τα εμπόδια του σώματος και να δημιουργήσει ένα νέο αφθαρτοποιημένο είδος που θα

<sup>168</sup> Πρόκειται για ένα όρο που δηλώνει μία πλήρως διαδικτυακή πόλη, που προσφέρει όλες τις δυνατότητες, ευκαιρίες και προκλήσεις μία αληθινής, «φυσικής» πόλης, την οποία όμως μπορεί να προσεγγίσει κανείς, ανά πάσα ώρα και στιγμή, μέσα από το modem του υπολογιστή του, βλ. M. Dodge, R. Kitchin (2001), *Mapping Cyberspace*, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, 210.

κυριαρχήσει, τον *Homo Cyberniticus*. Τα βιολογικά δεσμά και ο θάνατος υπερβαίνονται σε μία τέτοια οπτική. Πρόκειται για την εικονική αθανασία (virtual immortality), δηλαδή τη μεταφορά της συνείδησης ή του εαυτού σε έναν υπολογιστή, ο οποίος θα συνεχίζει να υπάρχει ακόμη και μετά τον φυσικό-σωματικό θάνατο του ανθρώπου<sup>169</sup>.

Τα παραδείγματα αυτής της τάσης υπέρβασης του θανάτου στον κυβερνοχώρο είναι πολλά. Μία τέτοια περίπτωση είναι και η ψηφιακή αθάνατη «περσόνα» όπως είναι το *Eter9*, που προσφέρει την ευκαιρία στους χρήστες να ζουν αιώνια, μαθαίνοντας τις προτιμήσεις και την προσωπικότητά τους. Αυτή η μάθηση έχει να κάνει με την αποθήκευση της εικονικής μνήμης του χρήστη, όπως αυτή καταγράφεται από τις αναρτήσεις και τις διαδράσεις του, από την οποία «αντλεί» το υλικό της η τεχνητή νοημοσύνη της δικτυακής πλατφόρμας, για να συνεχίσει τη διαδικτυακή της δράση και μετά την φυσική απουσία του χρήστη<sup>170</sup>. Το *LifeNaut.com* είναι ένα *web-based* ερευνητικό πρόγραμμα, το οποίο επιτρέπει στον οποιοδήποτε να δημιουργήσει ένα ψηφιακό *back-up* του νου και του γενετικού του κώδικα. Ο σκοπός δεν είναι άλλος από τη μεταφορά της ανθρώπινης συνείδησης σε υπολογιστές και ρομπότ. Βασίζεται σε μία βάση δεδομένων, την *MindFile*, στην οποία αποθηκεύονται οι προσωπικές αντιδράσεις. Αυτές οι αντιδράσεις «ενσωματώνονται» σε ένα ψηφιακό *avatar*, το οποίο συνεχίζει τη διαδικτυακή διάδραση<sup>171</sup>. Τα τελευταία χρόνια, τα *Google* και το *Facebook* δημιούργησαν συστήματα αντιμετώπισης του θανάτου, όπως η αναστολή των ανενεργών λογαριασμών και η δυνατότητα των ανθρώπων να κληροδοτήσουν τα δεδομένα τους σε έναν επιζώντα φίλο ή συγγενή. Η νεότερη είσοδος στη βιομηχανία *e-death*

<sup>169</sup> Είμαστε μπροστά σε μία αναβίωση της αρχαίας αίρεσης του Γνωστικισμού, σύμφωνα με την οποία ο άνθρωπος είναι ο νους του και το σώμα το θεμελιώδες πρόβλημα της ανθρώπινης συνθήκης, αυτό που θέτει όρια και περιορισμούς στην ανθρώπινη ύπαρξη, βλ. Ι. Πλεξίδα, «Το τέλος του Ανθρώπου: Μία χριστιανική προσέγγιση στην έννοια του Μετανθρώπου», στο *Μετάνθρωπος. Ζώντας σ' ένα ψηφιακό κόσμο*, ό.π., 187εξ.

<sup>170</sup> A. Cuthbertson (2015), «Artificial Intelligence social network offers 'digital immortality' through virtual counterpart» *International Business Times*, <https://www.ibtimes.co.uk/artificial-intelligence-social-network-offers-digital-immortality-through-virtual-counterpart> 1516296 [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

<sup>171</sup> <https://www.lifenaut.com/> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

είναι μια μικρή *start-up* που ονομάζεται *Eterni.me*, και η οποία αποθηκεύει στοιχεία από το *Facebook*, το *Twitter*, *e-mail*, ψηφιακές φωτογραφίες, videos. Όλα αυτά τα *data* τα δημιουργεί ο ίδιος ο χρήστης όσο ζει, και θα συνεχίσουν να ζουν και μετά τον θάνατό του. Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της υπηρεσίας είναι ένα ψηφιακό *avatar 3-D*, σχεδιασμένο να βλέπει και να ακούγεται σαν τον χρήστη, η δουλειά του οποίου θα είναι να μιμηθεί την προσωπικότητα αυτού και να προσφέρει πληροφορίες σε φίλους και στην οικογένεια, που προέρχονται από μια βάση δεδομένων αποθηκευμένων πληροφοριών. Ο χρήστης θα ενθαρρυνθεί να «εκπαιδεύσει» το *avatar* του, μέσα από καθημερινές αλληλεπιδράσεις, προκειμένου να βελτιώσει το λεξιλόγιό του και τις δεξιότητες συνομιλίας<sup>172</sup>. Ανάλογη πρωτοβουλία ήταν και αυτή της *start-up* εταιρείας *Intellitar*, η οποία πρόσφερε στους χρήστες τη δυνατότητα μίας εικονικής αθανασίας μέσω ενός ψηφιακού *doppelgänger*, που θα συνέχιζε να ζει και να δρα, ακόμα και όταν ο χρήστης θα είχε πεθάνει<sup>173</sup>.

Πραγματικά, υφίστανται δύο βασικοί τρόποι εικονικής αθανασίας. Ο ένας έχει να κάνει με τη «μονόδρομη» (One-Way) αθανασία, και ο άλλος με την «αμφίδρομη» (Two-Way) αντίστοιχη. Στην πρώτη περίπτωση ο δέκτης μπορεί να διαβάσει ή να μάθει για τον εκλιπόντα σε κάποια μορφή εικονικής μνήμης, είτε που

<sup>172</sup> L. Parker (2014), «How to become virtually Immortal», *The New Yorker*, <https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/how-to-become-virtually-immortal> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

<sup>173</sup> K. Hill (2015), «This start-up promised 10.000 people eternal digital life-then it died», <https://splinternews.com/this-start-up-promised-10-000-people-eternal-digital-li-1793847011> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019]. «Χρησιμοποιώντας το λογισμικό τεχνητής νοημοσύνης off-the-shelf και την προφορική ιστορία του πατέρα του, ο.....δημιούργησε ένα Dadbot - μια εικονική έκδοση του πατέρα του που μεταφέρει μαζί του στο κινητό του τηλέφωνο. Είναι μια ματιά για τα πράγματα που έρχονται, για ένα μέλλον στο οποίο θα μιλήσουμε όλοι με τους νεκρούς. Ακόμα, σε μια εποχή κατά την οποία η γραφή με chatbots και η συζήτηση με τη Siri και Alexa έχουν γίνει mainstream, η ιδέα της αλληλεπίδρασης με έναν εικονικό νεκρό συγγενή ή φίλο φαίνεται λιγότερο ασυνήθιστη. Ο Hossein Rahnama, φιλοξενούμενος μελετητής στο MIT Media Lab, προβλέπει ότι η επικοινωνία με τα ψηφιακά είδωλα των νεκρών θα είναι συνηθισμένη μέσα σε δύο έως πέντε χρόνια. "Βλέπουμε ήδη τις αναλαμπές και η τεχνολογία ωριμάζει", λέει ο Rahnama, ο οποίος είναι επικεφαλής ενός έργου σε αυτό που αποκαλεί Augmented Eternity», B. Zerega (2018), «Virtual Immortality», <https://altaonline.com/virtual-immortality/> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

έχει απομείνει στο διαδίκτυο είτε ακόμη συνειδητά που δημιουργήθηκε, όπως είναι η περίπτωση της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα *KeepTheirMemoryAlive*<sup>174</sup>. Στη δεύτερη περίπτωση, η οποία είναι και η πιο ενδιαφέρουσα, μία εικονική προσωπικότητα μπορεί να συνεχίσει να αλληλοδρά και να συνομιλεί με άλλους χρήστες μέσω γλώσσας προγραμματισμού, όπως είναι το *chatbot*.

Ο σκοπός της επικοινωνίας με τον φυσικό κόσμο από ένα εικονικό πρόσωπο, είναι κάτι που μπορεί να επιτευχθεί ακόμα και μέσω κάποιων ιστοσελίδων όπως είναι της Amazon το *Mechanical Turk* ή το *People Per Hour*, στις οποίες οι χρήστες (άνθρωποι ή υπολογιστές) μπορούν να «ποστάρουν» εργασίες που θα γίνονται από φυσικούς ανθρώπους, επεκτείνοντας τις δυνατότητες του ψηφιακού υποκειμένου<sup>175</sup>.

Η διαδικτυακή τάση υπέρβασης της φθαρτότητας και αναζήτησης του Υπερβατικού συνενώνονται και σε μία άλλη διάσταση του κυβερνοχώρου. Στον ιστότοπο [www.sainthood.com](http://www.sainthood.com) έχουμε την περίπτωση της διαδικτυακής αγιοποίησης. Σε αυτό τον ιστότοπο διατίθεται μία «φόρμα παραγγελίας», η οποία επικεντρώνεται σε τρεις βασικές παραμέτρους: την επιλογή του οικείου προσώπου και την αφορμή της εν λόγω ενέργειας αγιοποίησης που μπορεί να λειτουργήσει και ως «δώρο» για γενέθλια, επέτειο γάμου και άλλα. Παρατηρούμε ότι αυτή η διαδικασία «αγιοποίησης» δεν αφορά μόνο σε πρόσωπα τα οποία έχουν πεθάνει. Στην εν λόγω «φόρμα παραγγελίας» ακολουθεί ένα «μενού» των δυνατοτήτων επιλογής του ενδιαφερομένου, δηλαδή τι μπορεί να προσφέρει ο αιτών, εάν θέλει

να προσφέρει ένα *Certificate* αγιότητας ή μήπως ένα εικονικό βωμό/προσκυνητάριο, και τέλος ζητείται να προσθέσει κανείς μία φωτογραφία. Ακολουθούν και άλλες δευτερεύουσες πληροφορίες όπως είναι η δήλωση κάποιου τόπου ή μίας περιοχής που θα ανήκει στη δικαιοδοσία του *patron saint*, η επιλογή

<sup>174</sup> <http://www.KeepTheirMemoryAlive.com/> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

<sup>175</sup> M. Savin-Baden, D. Burden, «Digital Immortality and Virtual Humans», *Postdigital Science and Education*, 2018, 1-17.

των εορτών και των ημερών που μπορεί να αφορούν τον νέο «άγιο», και όποια άλλη πληροφόρηση μπορεί να τον διακρίνει από τη σωρεία όλων των υπολοίπων<sup>176</sup>.

## **Γ2. Η κουλτούρα της διαδικτυακής εποχής.**

Με την κοινωνία της πληροφορίας έχουν επισυμβεί σημαντικές αλλαγές στην κουλτούρα<sup>177</sup> και στο αξιακό σύστημα της εποχής μας. Δεν θα εισέλθουμε στην προκλητική συζήτηση για το τι έχει προηγηθεί, δηλαδή εάν είναι οι αλλαγές στο πολιτισμικό πλαίσιο του ατόμου που έχουν δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την κοινωνία της πληροφορίας και της πληροφορικής ή εάν είναι η νέα μορφή τεχνολογίας που επιδρά καταλυτικά στην αλλαγή του πολιτισμικού «παραδείγματος». Για παράδειγμα, είναι γεγονός ότι τα «κλικαρίσματα» στους υπερσυνδέσμους (hyperlinks) οδηγούν το άτομο σε μία πολύ γρήγορη όσο και «επιφανειακή» γνώση, η οποία μπορεί να καταλήξει να γίνει μία «επικοινωνιακή βόμβα». Αυτή η διαδικασία μετατρέπει την αληθινή επιστημονική και σε βάθος πρόσκτηση της γνώσης ως κάτι «ανοίκειο» για τον άνθρωπο της εποχής μας<sup>178</sup>. Έχει

<sup>176</sup> «How to make someone a saint», <http://www.sainthood.com/sainthood.htm>

<sup>177</sup> Με την έννοια της «κουλτούρας» σημαίνουμε την πλήρη και ενοποιημένη έκφραση του κοσμοθεωρητικού και πολιτιστικού επιπέδου μίας εποχής και μίας κοινωνίας. Δεν περιορίζεται η εννοιολόγηση μόνο στην αποτύπωση των αισθητικών, μορφωτικών ή ηθικών αξιών μίας κοινωνίας. Πολύ περισσότερο, εστιάζουμε με την «κουλτούρα» στον τρόπο αντίληψης και αξιολόγησης της εξωτερικής πραγματικότητας από το υποκείμενο της κάθε εποχής και κοινωνίας.

<sup>178</sup> Σε μία έρευνα του University College του Λονδίνου σχετική με το πώς η χρήση του internet έρχεται να επηρεάσει τον τρόπο που αναζητούμε και διαβάζουμε, διαπιστώθηκε ότι οι άνθρωποι που χρησιμοποίησαν τα sites παρουσίαζαν «μια μορφή δραστηριότητας skimming», δηλαδή «πηδώντας» από μια πηγή στην άλλη, και σπάνια επιστρέφοντας σε οποιαδήποτε πηγή είχαν ήδη επισκεφθεί. Συνήθως δεν διαβάζουν περισσότερες από μία ή δύο σελίδες ενός άρθρου ή ενός βιβλίου προτού να «αναπηδήσουν» σε έναν άλλο ιστότοπο. Μερικές φορές θα έσωζαν ένα μακρύ άρθρο, αλλά δεν υπάρχουν αποδείξεις ότι επέστρεψαν και στην πραγματικότητα το διάβασαν. Είναι σαφές ότι οι χρήστες δεν διαβάζουν ηλεκτρονικά με την παραδοσιακή έννοια. πράγματι υπάρχουν ενδείξεις ότι νέες μορφές «ανάγνωσης» αναδύονται, όταν οι χρήστες κάνουν «power browse» οριζόντια μέσω τίτλων, σελίδων περιεχομένου και περιλήψεων, αποσκοπώντας σε γρήγορες νίκες. Φαίνεται σχεδόν ότι πηγαίνουν στο διαδίκτυο για να αποφύγουν την ανάγνωση με την

προηγηθεί, όμως, η τεχνική αυτή δυνατότητα ή ο άνθρωπος έχει οδηγηθεί σε μία τέτοια προσέγγιση της γνώσης, ούτως ώστε να επινοεί τους τεχνικούς εκείνους τρόπους που θα την διευκολύνουν και θα την πραγματοποιήσουν;

Στην πράξη βρισκόμαστε ενώπιον μίας άλλης πραγματικότητας, στην οποία κυριαρχούν τα *data* σε βάρος των αφηγήσεων και των ιστοριών. Σκοπός πλέον της διάδοσης της γνώσης δεν είναι τόσο η μετάδοση νέων, ειδήσεων και πληροφοριών, όσο είναι το γεγονός της κάθε φορά επιτάχυνσης της διαδικασίας μοιράσματος σύντομων πληροφορικών δεδομένων. Η ίδια η ζωή μεταβάλλεται σε μία αχανή «αλυσίδα» διαδικτυακών εντυπώσεων ως μία μορφή παροξυσμικής επιδημίας<sup>179</sup>. Αυτό δεν μπορεί παρά να επηρεάζει ακόμη και τον τρόπο της κειμενικής απόδοσης θεολογικών ή θρησκευτικών εννοιών, που συνήθως προϋποθέτουν σύνθετη σκέψη και μεγάλες αφηγήσεις. Οδηγεί σε μία άλλου τύπου αναγνωστική εμπειρία, η οποία από μερικούς αναγνωρίζεται ως δυνάμει θρησκευτική<sup>180</sup>. Η πολυτροπικότητα της κειμενικής ανάγνωσης είναι μία πραγματικότητα της κουλτούρας του διαδικτύου<sup>181</sup>.

---

παραδοσιακή έννοια. Χάρη στην πανταχού παρούσα διαφήμιση στο Διαδίκτυο, για να μην αναφέρουμε τη δημοτικότητα των μηνυμάτων κειμένου σε κινητά τηλέφωνα, ίσως να διαβάζουμε περισσότερο σήμερα από ό, τι κάναμε στη δεκαετία του 1970 ή του 1980, όταν η τηλεόραση ήταν το μέσο επιλογής μας. Αλλά είναι ένα διαφορετικό είδος ανάγνωσης, και πίσω από αυτό βρίσκεται ένα διαφορετικό είδος σκέψης - ίσως ακόμη και μια νέα αίσθηση του εαυτού, βλ. N. Carr (2008), «Is Google making us stupid? What the Internet is doing to our brains», *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/> [τελευταία ανάκτηση, 9.3.2019].

<sup>179</sup> C. Salmon, «Les tacles font le spectacle», *Le (nouveau) Magazine Littéraire*, 15 (2019), 38-39.

<sup>180</sup> Με τον όρο «θρησκευτική» αναφέρομαι σε μία προσέγγιση του ιερού που δεν συνεπάγεται αναγκαστικά το πλαίσιο μίας δομημένης και συνειδητής θρησκείας. Θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως συνώνυμος ο όρος «θρησκευτική».

<sup>181</sup> «Η μελέτη και η ανάλυση ενός κειμένου σήμερα δεν επικεντρώνεται μόνο στα γλωσσικά του στοιχεία αλλά εξίσου και στα μη γλωσσικά. Εδώ ακριβώς είναι που η έννοια της πολυτροπικότητας είναι πολλαπλώς χρήσιμη. Ο όρος χρησιμοποιείται όταν αναγνωρίζουμε ότι τα μηνύματα ενός κειμένου (λ.χ. σε σχολικό βιβλίο) μιας διαφήμισης ή ενός graffiti τα οποία μπορούν να κατανοηθούν από τους φυσικούς του αποδέκτες, δομούνται με τη γλώσσα (γραπτή ή προφορική), την εικόνα κλπ. Κάθε κείμενο, συνεπώς σύμφωνα με τη θεωρία της πολυτροπικότητας είναι ένα πολλαπλό σύστημα τρόπων, που όλοι μαζί συνεισφέρουν στο γενικό νόημα ενός πολυτροπικού κειμένου και συνεπώς όλοι είναι σημαντικοί. Σύμφωνα με τους εισηγητές του όρου της πολυτροπικότητας η πολυτροπικότητα θα πρέπει να θεωρείται όχι ένα επιπλέον στοιχείο που πρέπει να επισυναφθεί

Πέρα από τον τρόπο παροχής της πληροφόρησης και της γνώσης, αυτό που παρατηρείται στην εποχή της διαδικτυακής εποχής είναι μία ισχυρή τάση αποξένωσης της γνώσης σε σχέση με τον «ειδήμονα», ο οποίος, σύμφωνα με τα παραδοσιακά πρότυπα, αποκτούσε αυτή την γνώση μέσα από μία μακρά και επίπονη διαδικασία μόρφωσης (Bildung). Πλέον αυτό δεν ισχύει, οπότε η γνώση με τη μορφή της πληροφορίας παράγεται για να καταναλώνεται άμεσα, παύει να είναι «αυτοσκοπός» και χάνει την «αξία χρήσης» της<sup>182</sup>. Η διάδραση των χρηστών στον κυβερνοχώρο μας πείθει για αυτή την απόλυτη διάδοση της γνώσης ως πληροφορίας, την οποία μοιράζονται όλοι, ειδικοί και αδαείς. Κατά συνέπεια, δεν μπορεί, σε αυτές τις συνθήκες, να υφίσταται κανενός είδους «κλειστό» ιερατείο, που θα φυλάσσει και θα είναι μόνο αυτό υπεύθυνο για την θρησκευτική γνώση.

Το άλλο επίπεδο της κουλτούρας της εποχής του διαδικτύου είναι αυτό της επιδιωκόμενης αθανασίας. Μιλήσαμε ήδη αρκετά για αυτό το επίπεδο ανάλυσης. Συνοψίζοντας, θα μπορούσε να συμφωνήσει κανείς ότι εισάγεται σε αυτή την εποχή η αθανασία των νεκρών αντικειμένων (ηλεκτρονικοί υπολογιστές και τα παράγωγά τους) ως υποκατάστατο της αθανασίας των ζωντανών όντων. Αυτό δημιουργείται, διότι το ανθρώπινο είδος στοχεύει πλέον σε μία εικονική (τεχνική) αθανασία και κάνει το κάθε τι για να διασφαλίσει την αποκλειστική της διαίωνιση μέσω μιας προβολής στα τεχνουργήματα, τα αποτελέσματα της δικής του τεχνικής εργασίας. Τα τρόπων τινά «νεκρά αντικείμενα» αυτονομούνται και αποκτούν τους δικούς τους νόμους εξέλιξης, τις δικές τους παραλλαγές και μεταλλάξεις και τους δικούς τους τροπισμούς<sup>183</sup>. Μας κάνει ίσως εντύπωση το γεγονός ότι μία καθαρά τεχνική εξέλιξη όπως είναι το διαδίκτυο, θεωρείται από πολλούς όχι απλά και μόνο ως ένα «εργαλείο» επαφής με το Υπερβατικό, αλλά ο ίδιος ο κυβερνοχώρος ως το κατεξοχήν Υπερβατικό, ένας κόσμος που περιέχει αθανασία. Δεν πρέπει να μας εκπλήσσει αυτή η θεωρία, διότι στην εποχή του διαδικτύου η επικοινωνία ή μέθεξη

---

στην ανάλυση της επικοινωνίας, αλλά ως ουσιαστική και θεμελιώδη παράμετρο κάθε κειμένου», Δ. Χαλάτση (2008), *Η σύνθεση πληροφοριών από πηγές ως κειμενικό είδος. Αναπτυξιακές διαστάσεις*, μεταπτ. εργασία, ΑΠΘ, Παιδαγωγική Σχολή, 72.

<sup>182</sup> Ζ-Φ. Λυοτάρ (1993), *Η μεταμοντέρνα κατάσταση*, εκδόσεις Γνώση, Αθήνα, 33.

<sup>183</sup> Ζ. Bauman (2002), *Η μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, εκδόσεις Ψυχογιός, Αθήνα, 299.



με το Υπερβατικό είναι ένα καθαρά τεχνικό πρόβλημα. Τα πολυάριθμα κινήματα «αυτό-βελτίωσης» επαγγέλλονται τον σκοπό της υπέρβασης των ορίων της ανθρώπινης φθαρτότητας και θνητότητας, καλλιεργώντας την απελευθέρωση του αισθησιακού δυναμικού του σώματος με την εκπαίδευση, την άσκηση, το διαλογισμό, την αυτοσυγκέντρωση, τη θραύση των όποιων ψυχικών φραγμών. Το αξίωμα που εν ισχύει όλες αυτές τις πρακτικές είναι ότι η διαδικασία της βίωσης, όπως όλες οι άλλες ανθρώπινες ιδιότητες, είναι πάνω από όλα ένα τεχνικό πρόβλημα, και ότι το να αποκτήσεις την ικανότητα για αυτή τη βίωση είναι ένα ζήτημα εξοικείωσης με τις κατάλληλες τεχνικές<sup>184</sup>. Κατά συνέπεια, η επικοινωνία με το Υπερβατικό ανάγεται σε μία σειρά από τεχνικές, και είναι εδώ που συναντά κανείς και την τεχνική του διαδικτύου.

Το φιλοσοφικό υπόβαθρο της έμφασης στην τεχνική εξέλιξη και στην δια αυτής επιδίωξη της αθανασίας, είναι η ακλόνητη βεβαιότητα που διατηρεί το σύγχρονο υποκείμενο για τον ενιαίο οντολογικό χαρακτήρα της πραγματικότητας. Το απόλυτο Είναι και ο σχετικός κόσμος αποτελούν δύο όψεις της αυτής και ίδιας πραγματικότητας, με αποτέλεσμα την παραδοχή ενός απόλυτου μονισμού. Ο κυβερνοχώρος και ο φυσικός, πραγματικός κόσμος δεν έχουν να χωρίσουν τίποτα σε ένα επίπεδο οντολογικής ταυτότητας και αξίας. Και οι δύο αυτοί κόσμοι είναι βαθμίδες της ίδιας «απορροής» του Ιερού, κάτι που μας θυμίζει έντονα τις φιλοσοφικές διδασκαλίες των κινήματων της Νέας Εποχής (New Age Movement), δηλαδή όλων αυτών των ποικιλώνυμων θρησκευτικών και θεοσοφικών κινήσεων της σύγχρονης εποχής, που αναμινύουν με ιδιαίτερη ευκολία το κοσμικό με το θρησκευτικό στοιχείο. Σύμφωνα με αυτή τη λογική, τα υλικά όντα, οι ενεργειακές δυνάμεις, οι νοητικές λειτουργίες και οι σχέσεις διαδραστικότητας, δεν αποτελούν παρά μετασηματισμούς και μεταμορφώσεις της υπερβατικής ουσίας του Ενός<sup>185</sup>.

Η φιλοσοφική αντίληψη του χρήστη του διαδικτύου κυριαρχείται από μία μονιστική και ολιστική οντολογία, οι μυστικές εμπειρίες προτιμώνται σε σχέση με τις θεσμοποιημένες δογματικές εκφράσεις, η σωτηρία του ατόμου επιδιώκεται

<sup>184</sup> Z. Bauman (2002), ό.π., 333.

<sup>185</sup> Δ. Μπεκριδάκη, «Η φύση της Πραγματικότητας στον Υπερβατικό Διαλογισμό», *Θρησκευολογία*, 6-7 (2005), 185.

μέσω της γνώσης και της εξέλιξης του τεχνικού πνεύματος, η ζωή θεωρείται ότι είναι μία μορφή ενέργειας και σχέσης, ενώ φαίνεται ότι επιστρέφει η πνευματικότητα ως μία «υπολανθάνουσα» ή «μυστική» θρησκεία<sup>186</sup>.

Η θρησκευτικότητα του σύγχρονου ατόμου λαμβάνει τη μορφή της «σιωπηρής» ή «υπονοούμενης θρησκείας» (implicit religion). Πρόκειται για μία θρησκευτικότητα, η οποία δεν ενδιαφέρεται για τις θεσμικές ή «επίσημες» θρησκείες με τα δόγματα και την ισχυρή κεντρική τους πειθαρχία. Αντίθετα, αναζητείται ο εντοπισμός διαφόρων φαινομένων εμπειρίας ή τεχνικής, τα οποία μπορούν να είναι «οιονεί θρησκευτικά» (quasi-religions). Η θρησκευτικότητα αυτού του είδους δίνει την αίσθηση της θρησκείας, δεν είναι όμως η θρησκεία με την κλασική, παραδοσιακή έννοια του όρου. Για αυτόν τον λόγο έχουν προταθεί και άλλες ονομασίες για να την περιγράψουν, όπως είναι «αόρατη θρησκεία» (invisible religion), «σιωπηρή θρησκεία» (implicit religion), και «παρά- θρησκεία» (para-religion)<sup>187</sup>.

Αυτή η θρησκευτικότητα εύκολα συνδυάζεται με την κατανάλωση θρησκευτικών μορφών ή την αντίστοιχη διάθεση του σύγχρονου ατόμου να αντιμετωπίζει με τρόπο θρησκευτικό την σύγχρονη τεχνολογία. Αυτό φανερώνει και την αίσθηση «δίψας» για πλήρωση θρησκευτικού νοήματος σε περιοχές της κοινωνικής και προσωπικής ζωής, που έχουν από καιρό αποκοπεί από την διακεκριμένη θέση της θρησκείας σε μία κοσμική και αποθρησκευτοποιημένη κοινωνία. Η κοινωνία του «εφήμερου» και της διαρκούς κατανάλωσης υλικών και πολιτιστικών αγαθών παράγει μία θρησκευτικότητα «do-it-yourself» και μία θρησκεία «pick and mix», ή ένα είδος πνευματικού *supermarket*, στο οποίο λαμβάνει χώρα μία θρησκευτική κατανάλωση *à la carte*<sup>188</sup>. Όταν το σύγχρονο υποκείμενο βιώνει μία διάσπαση της πολιτισμικής εμπειρίας, αναγκάζεται να

<sup>186</sup> Δ. Μπεκριδάκη, «Πέρα από τον «εξαγριωμένο» θάνατο. Αντιλήψεις για τον θάνατο στο New Age», *Θρησκευσιολογία*, 3 (2002), 153-170.

<sup>187</sup> N. J. Demerath, «The Varieties of Sacred Experience: Finding the Sacred in a Secular Grove», *Society for the Scientific Study of Religion*, 11 (1999), 2.

<sup>188</sup> D. Houtman, S. Aupers, «The spiritual turn and the decline of tradition: The Spread of Post-Christian Spirituality in 14 Western Countries, 1981–2000», *Journal for the Scientific Study of Religion*, 46/2 (2007), 306.

λειτουργήσει ως «δικτυακό τερματικό», με σκοπό να γίνει δέκτης εμπειριών και συναρμόσει διαφορετικές και αντιφατικές πληροφορίες.

Η ηλεκτρονική επικοινωνία πρόσφερε τη δυνατότητα στο άτομο να δομήσει και να αναπαραστήσει την προσωπική του ταυτότητα μέσα από μία καθημερινή διαδικασία επιλογών και ανασυγκρότησης ανάμεσα σε πραγματικότητα και φαντασία, πραγματικότητα και εικονικότητα. Η προσωπική επιλογή και η ελευθερία παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο. Όπως ο χρήστης των ΜΚΔ θέλει να έχει την ελευθερία να εισέρχεται και να αποχωρεί όποτε θέλει, συλλέγοντας τα απαραίτητα για αυτόν στοιχεία γνώσης ή/και εμπειρίας από τον κυβερνοχώρο, κατά τον ίδιο τρόπο επιθυμεί να λειτουργεί μία εξατομικευμένη θρησκευτικότητα, αποφεύγοντας τα δεσμευτικά πλαίσια του τρόπου κατασκευής του «εαυτού». Ο «εαυτός» που δομείται στον ψηφιακό κόσμο είναι επιθυμητός και για έναν ακόμη τρόπο. Ο «εαυτός» που εκπροσωπείται από τα ψηφιακά μέσα γίνεται ταυτόχρονα πιο πραγματικός και πιο αληθινός, αλλά και πιο επεξεργάσιμος από ό,τι ο «εαυτός» στην αυτοπρόσωπη επικοινωνία. Αυτό συμβαίνει, επειδή οι χρήστες είναι σε θέση να παρακολουθούν και να επεξεργάζονται σε διαρκή βάση την αυτοεικόνα τους<sup>189</sup>.

Οι οδηγίες χρήσης των τεχνικών εξαρτημάτων και προϊόντων αναπαράγονται ακόμα και στην περίπτωση που επιθυμεί κανείς να δημιουργήσει μία διαδικτυακή εκκλησία ή και να προσθέσει μία ιστοσελίδα για μία υπάρχουσα εκκλησία. Οι οδηγίες χρήσης περιλαμβάνουν το λογισμικό διαχείρισης εκκλησιών, που έχει να κάνει με τις λειτουργίες ημερολογίου και ιστοτόπου, ένα καλό και

<sup>189</sup> «Έτσι, το διαδίκτυο ενθαρρύνει την κατασκευή των θρησκευτικών ιστοσελίδων, οι οποίες αποκτούν μια εξατομικευμένη μορφή θρησκευτικής έκφρασης, στην οποία αποτυπώνονται οι ιδιαίτερες ενορμήσεις και ανάγκες των ανθρώπων, που μπορεί να ανήκουν είτε σε πραγματικές θρησκευτικές κοινότητες, είτε σε ηλεκτρονικές, είτε και στις δύο. Επίσης στο διαδίκτυο μπορεί να συναντήσει κάποιος οδηγίες για το πώς μπορεί να δημιουργήσει τη δική του θρησκεία και να την αναρτήσει στον παγκόσμιο ιστό (How to create your own Religion in ten easy steps). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δημιουργία της ηλεκτρονικής εκκλησίας της αντιγραφής και της ανταλλαγής των πληροφοριών Missionary Church of Korimism, η οποία δημιουργήθηκε το 2010 από τον δεκαεννιάχρονο φοιτητή Isak Gerson, ο οποίος ισχυρίστηκε ότι η ψηφιακή ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων αποτελεί θεμελιώδη θρησκευτική- θεϊκή πράξη στο σύμπαν», Καραμούζης, Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ό.π., 54-55.

«ελκυστικό» όνομα για την ιστοσελίδα για να αυξήσει την επισκεψιμότητα, αρχεία και οπτικοακουστικό υλικό κηρυγμάτων και εικόνων, διαδικτυακές δωρεές, έναν κατάλογο των μελών, εκκλησιαστικό *blog*, ακόμα και τηλεοπτικά κανάλια στο διαδίκτυο<sup>190</sup>.

Γίνεται, λοιπόν, κατανοητό πως οι τεχνικές δυνατότητες του διαδικτύου ανταποκρίνονται ολοένα και περισσότερο σε μία βαθύτερη, ανθρωπολογική ανάγκη, η οποία πρωτογενώς δεν έχει να κάνει με τον ψηφιακό κόσμο. Αυτή η βαθύτερη ανθρωπολογική ανάγκη λέγεται θρησκευτικότητα της νέας εποχής, και αυτήν αναλύσαμε σχηματικά. Οι δραστηριότητες του ανθρώπου πλέον σταδιακά απομακρύνονται από την «παράδοση» (ο όρος που χρησιμοποιείται είναι *detraditionalized*), πιο συγκεκριμένα θα έλεγε κανείς ότι «από-εξωτερικοποιούνται» (*de-externalized*)· αυτό σημαίνει ότι οι δραστηριότητες απλά λογίζονται ως πηγές, είναι οι πηγές δυναμικής ή/ και ενέργειας από τις οποίες αντλεί ο άνθρωπος για να «γεμίσει» την προσωπική του ύπαρξη, είναι πηγές που επιτρέπουν στο υποκείμενο να επιλέξει τι ακριβώς είναι αυτό που μπορεί να ταιριάζει καλύτερα στην προσωπική του ταυτότητα. Πρόκειται για πηγές και όχι πλέον για θρησκευτικές ή ηθικές επιταγές<sup>191</sup>.

---

<sup>190</sup> A. Conrad (2017), «The Epic Guide to building a Great Church Website», <https://blog.capterra.com/epic-guide-building-great-church-website/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>191</sup> P. Heelas (2008), *Spiritualities of Life. Romantic themes and consumptive capitalism*, Blackwell Publishing, 39.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ. Η ΟΡΘΟΔΟΞΗ ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

### Δ1. Καταγραφή των Ορθοδόξων ιστοτόπων.

#### I. *Orthodox-christianity.org*

Αφετηριακά ερευνώντας την Ορθόδοξη παρουσίαση στο Διαδίκτυο, ανατρέχουμε στον κατάλογο (directory) *Orthodox Christianity.org* που χαρακτηρίζεται ως ο πιο πλήρης και παλιός οδηγός (κατάλογος) των ορθόδοξων πόρων του διαδικτύου, με περιγραφές σε δεκάδες γλώσσες. Η αναζήτηση μας δίνει περίπου 50.200.000 αποτελέσματα<sup>192</sup>. Ανατρέχοντας στην κατηγοριοποίησή του (Allcategories) διακρίνουμε:

- Ορθόδοξα Πατριαρχεία, Μητροπόλεις, Επισκοπές.
- Ορθόδοξα Media: *Περιοδικά, εφημερίδες, ραδιοσταθμοί, τηλεοράσεις κ.ά.*
- Ορθόδοξο Internet: *Portals (Πύλες), Directories (Καταλόγους), βιβλιοθήκες, e-shops, λεξικά, Διορθορθόδοξη επικοινωνία, προσωπικές ιστοσελίδες (blog) κ. ά.*
- Ορθόδοξη Πίστη: *Βίβλος, άγιοι, θαύματα, ιστορία εκκλησίας, κηρύγματα κ.ά.*

---

<sup>192</sup> <http://www.orthodox-christianity.org/> [Αναζήτηση 15-02-2019]. Αναφέρεται πως το «Orthodox Christianity.com» είναι ένα ανεξάρτητο έργο (web-project) που υποστηρίζεται από μια ομάδα συντακτών, ειδικά συντεταγμένη γι' αυτό το σκοπό (διαχείριση/διαχειριστές/επιμελητές).

- Ορθόδοξος Πολιτισμός: *Τέχνη, επιστήμη, εικονογράφηση, μουσική, αρχιτεκτονική, λογοτεχνία, φωτογραφία, βίντεο, Πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκδόσεις, άλλες μορφές τέχνης κ.ά.*
- Ορθόδοξη Εκκλησιαστική Ζωή: *Θεολογική εκπαίδευση, Ασκητισμός, οικογένεια, εμπόριο, θρησκευτικά προσκυνήματα κ.ά.*
- Ορθόδοξη Εκκλησία και Κοινωνία: *Παρεκκλήσια νοσοκομείων - ιδρυμάτων, Συνέδρια, Σεμινάρια, Διαλέξεις.*

Η ταξινόμηση αυτή με βάση ομοιότητες των διαδικτυακών τόπων, μπορεί ανάλογα με τα κριτήρια να διαφέρει σε άλλους ιστότοπους. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι, ενώ οι κατηγοριοποιήσεις είναι αναλυτικές, προσφέρονται από τον συγκεκριμένο ιστότοπο και κάποια links που εισάγουν τον χρήστη και σε σχετικό οπτικοακουστικό υλικό, όπως είναι αυτό που αφορά στους Ορθόδοξους Αραβικούς ύμνους<sup>193</sup>, αυτό που έχει να κάνει με τον χορωδία «Τροπος»<sup>194</sup>, ή σχετικά με την Ορθόδοξη Βυζαντινή Αγιογραφία<sup>195</sup>. Σε αυτή την ιστοσελίδα παρατηρούμε και την ύπαρξη «αιτημάτων προσευχής», κάτι που είναι σύνηθες πλέον στα θρησκευτικά sites.

## *II. Orthodox-world.org*

Παραθέτουμε εν συνεχεία το Ορθόδοξο *portal*, <https://orthodox-world.org/en/index>, ο Παγκόσμιος Οδηγός Ορθοδοξίας, που δημιουργήθηκε το 2006 και στοχεύει «να γίνει ο πιο πλήρης *online* κατάλογος που καταγράφει την παγκόσμια κληρονομιά, την παρουσία, καθώς και την κοινωνική δραστηριότητα των απανταχού Ορθοδόξων. Πρόκειται για ένα χώρο που παρέχει πληροφόρηση. Όπως αναφέρει το *site*: «Ο οδηγός περιλαμβάνει ήδη περισσότερες από δέκα χιλιάδες καταχωρήσεις με *Μοναστήρια, Εκκλησίες, Καθεδρικούς Ναούς, Εξωκλήσια, Ιεραποστολές, Σκήτες, Ορφανοτροφεία, Γηροκομεία, Μουσεία, Σχολεία και Θεολογικές Σχολές από 50 χώρες του κόσμου.* Κάθε σελίδα του Οδηγού περιλαμβάνει ένα διαδραστικό χάρτη βασισμένο σε τεχνολογία Google Maps που

<sup>193</sup> <http://orthohymns.com/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>194</sup> <http://troposchoir.gr/en/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>195</sup> <https://www.orthodox-icon.com/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

δείχνει με εντυπωσιακό τρόπο την πυκνότητα καταχωρήσεων ανά περιοχή. Υπάρχουν πέντε διαφορετικά επίπεδα παρουσίασης των καταχωρήσεων (παγκόσμιο, ανά ήπειρο, χώρα, νομό/πολιτεία και πόλη) με αντίστοιχους διαδραστικούς χάρτες. Η απεικόνιση των καταχωρήσεων υποστηρίζεται από ιδιαίτερα εικονίδια για κάθε κατηγορία για ευκολία στην αναγνώριση τους»<sup>196</sup>.

Ο οδηγός ζητά την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών του για την προσθήκη νέων καταχωρήσεων και την επικαιροποίηση των υπαρχουσών. Κατά την προσπέλασή του (στις 15.01.2019) παρατηρήθηκε ότι σε πολλές περιπτώσεις χρειάζεται να προστεθούν περισσότερες πληροφορίες και επικαιροποίηση, αλλά αποτελεί ένα συνενωτικό εργαλείο που αναδεικνύει την παγκοσμιότητα της Ορθόδοξης παρουσίας.

Τα ιστολόγια αυτά απευθύνονται σε πιστούς και μη, χωρίς όμως διαφοροποιήσεις περιεχομένου. Ανάμεσα στα *sites* που είναι επίσημα ή προέρχονται από καθαρά ορθόδοξους χώρους μπορεί να παρεισφρήσουν και εκείνα, που το περιεχόμενό τους είναι αποκρυφιστικό, ψευδομυστικιστικό, προπαγανδιστικό υπέρ νέων θρησκευτικών κινήσεων, αντιχριστιανικό και δυσφημιστικό, αντιεκκλησιαστικό, ασύμβατο με τη χριστιανική ηθική κ.ά. Αν και υλικό αυτής της μορφής διαγράφεται<sup>197</sup> από τους διαχειριστές ορθόδοξων «πυλών» και «καταλόγων», ωστόσο το διαδίκτυο παραμένει ένας ανοιχτός χώρος, και είναι ο χρήστης εκείνος που πρέπει να έχει τα ασφαλή κριτήρια και να προβεί στις αναγκαίες διασταυρώσεις όταν το τοπίο ενός ιστότοπου είναι ομιχλώδες ως προς τον δημιουργό κι τους σκοπούς του. Σημειωτέον πως ένας ιστότοπος παρότι έχει σαν θέμα του την «Ορθοδοξία», μπορεί να μην προέρχεται από τον χώρο της ορθοδοξίας και να έχει άλλους στόχους. Αλλά ας μνημονευθεί πως το Διαδίκτυο δεν υπάρχουν περιορισμοί, ο οποιοσδήποτε μπορεί να εμφανισθεί όπως επιθυμεί.

<sup>196</sup> <https://orthodox-world.org/gr/about> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>197</sup> <http://www.orthodoxos-christianismos.com/rules/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

### III. [www.ecclesia.gr](http://www.ecclesia.gr)

Στον επίσημο ιστότοπο της Εκκλησίας της Ελλάδος (<http://www.ecclesia.gr>) στο κεντρικό της *menu* υπάρχουν εκτός από τα: Ιερά Σύνοδος, Αρχιεπίσκοπος, Μητροπόλεις και τα: Κοινωνικό έργο, Περιοδικά, Οργανισμοί, Πολιτισμός, Επικαιρότητα, Ραδιόφωνο, Επικοινωνία. Υπάρχει εικονίδιο με *links* και αντίστοιχα εικονίδια με δυνατότητα σύνδεσης σε λογαριασμό της Εκκλησίας της Ελλάδος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης *Facebook* και *Twitter*, αλλά απουσιάζει η απαιτούμενη διαδραστικότητα (λ.χ. *livechat*, που βρίσκει κάποιος σε Ρωμαιοκαθολικά sites εκκλησιών). Πρόκειται για ένα «καθαρά» πληροφοριακό ιστότοπο, ο οποίος δεν παρουσιάζει καθόλου συγχρονική διαδραστικότητα<sup>198</sup>. Το πληροφοριακό υλικό είναι μία ηλεκτρονική επέκταση της έντυπης έκδοσης των Διπτύχων, τα οποία κατ' έτος αποτελούν μία σημαντική βάση για την οργάνωση της Εκκλησίας και για την ακριβή τέλεση των Ιερών Ακολουθιών, αλλά και εικόνα της ποιμαντικής δράσης της Εκκλησίας της Ελλάδας.

### IV. [Churchofcyprus.org.cy](http://Churchofcyprus.org.cy)

Ανάλογη είναι και η παρουσία της Εκκλησίας της Κύπρου (<http://churchofcyprus.org.cy>), η οποία έχει εκτός του *Facebook* και συγκεκριμένο «χώρο» στο *YouTube* με το όνομα *Pilgrimage tours Churchofcyprus* (257 συνδρομητές, 16-02-2019). Ωστόσο εδώ βλέπουμε «μια χρονικά ανανεώσιμη καταγραφή ειδήσεων που ομοιάζει με τα ειδησεογραφικά *sites/blogs*.

<sup>198</sup> Χαρακτηριστικό του πληροφοριακού (one-way) προσανατολισμού της ιστοσελίδας αυτής είναι η επισήμανση του τομέα των Ιερών Μητροπόλεων, όπου διαβάζουμε ότι : «Στην ενότητα “Μητροπόλεις” μπορείτε να ενημερωθείτε για την διοικητική δομή και την οργάνωση της εκκλησιαστικής ζωής, ανά Ιερά Μητρόπολη, για τα μοναστικά κέντρα, την τοπική αγιολογία και το κοινωνικό έργο. Για πρακτικούς λόγους έχουν συμπεριληφθεί εκτός των Μητροπόλεων της Εκκλησίας της Ελλάδος και οι Μητροπόλεις της ημιαυτονόμου Εκκλησίας της Κρήτης, καθώς και οι υπαγόμενες απευθείας στη διοίκηση του Οικουμενικού Πατριαρχείου, Μητροπόλεις της Δωδεκανήσου», [http://www.ecclesia.gr/greek/Dio\\_ceses/Dioceses.asp](http://www.ecclesia.gr/greek/Dio_ceses/Dioceses.asp) [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019].



#### *V. Patriarchofalexandria.com*

Την ίδια δομή διακρίνουμε και στο Πατριαρχείο Αλεξανδρείας (<http://www.patriarchateofalexandria.com/>), επιβεβαιώνοντας ότι οι επισκοπικοί ιστότοποι είναι περισσότερο «openintranets» για τους Ορθόδοξους πιστούς, παρά στοχεύουν σε ένα ευρύτερο ακροατήριο. Στο *menu* της ιστοσελίδας συναντάμε θεματικές, όπως είναι «Ο Πατριάρχης», «Το Πατριαρχείο», «Ιεραρχία», «Μητροπόλεις & Επισκοπές», «Κείμενα», «Φωτογραφίες», «Videos» και «Συνδέσεις».

#### *VI. Ec-patr.org*

Το Οικουμενικό Πατριαρχείο Κωνσταντινούπολης (<https://www.ec-patr.org/>) έχει και αυτό μία σημαντική παρουσία στο διαδίκτυο. Το *menu* της ιστοσελίδας είναι πολύ πλούσιο, με θεματικές, ανάμεσα σε άλλα, τις «Πατριαρχικές Εγκυκλίους», τις «Συνοδικές Αποφάσεις», «Χαιρετισμούς- Μηνύματα», αλλά και «Οικολογικές δραστηριότητες» και «Θεολογικά και διάφορα Μελέται».

#### *VII. Jerusalem-patriarchate.info*

Το Πατριαρχείο των Ιεροσολύμων (<http://jerusalem-patriarchate.info/>) διατηρεί τη δική του ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, η οποία λόγω και της φύσης του ίδιου του Πατριαρχείου, περιέχει ειδικές θεματικές, που έχουν ως αντικείμενο τον «Πανάγιο Τάφο», τα «Προσκυνήματα», τους «Αγίους Τόπους» και την «Ιερά Αγιολαφική Αδελφότητα», με πλούσιο οπτικό υλικό.

#### *VIII. Antiochpatriarchate.org*

Το Πατριαρχείο Αντιοχείας (<https://antiochpatriarchate.org/en/home/>) παρουσιάζει και αυτό την παρουσία του στο διαδίκτυο. Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι η ιστοσελίδα εμφανίζεται σε δύο γλώσσες, στα Αγγλικά και στα Αραβικά.

## Δ2. Η ορθόδοξη θεώρηση και το Διαδίκτυο.

Το διαδίκτυο και ο κόσμος του αναγνωρίζονται σήμερα από την Ορθόδοξη Εκκλησία ως μία ιστορική πραγματικότητα. Πρόκειται για έναν κόσμο που είναι γοητευτικός, άνετος, γρήγορος και αποτελεσματικός. Παρά ταύτα, στη βάση της Ορθόδοξης και της Πατερικής παράδοσης της Ορθόδοξης Εκκλησίας διατηρούνται επιφυλάξεις απέναντι σε αυτό το τεχνικό εργαλείο, που δεν είναι «αθώο», καθώς γεννά «περισπασμούς», αποτελέσματα της λήθης, της ακηδίας και της άγνοιας<sup>199</sup>.

Από την άλλη πλευρά, το πρόβλημα του κηρύγματος και της μετάδοσης του μηνύματος της Εκκλησίας είναι ένα πρόβλημα που έχει να κάνει με το εμπειρικό και γνωσιακό «στένεμα» του ορίζοντα του μέσου πιστού, ο οποίος έχει μάθει να αντιλαμβάνεται και να συγκινείται σύμφωνα με τον λόγο και τις εικόνες του διαδικτύου. Αυτό είναι κάτι που θα πρέπει οπωσδήποτε να λάβει υπόψη της η Εκκλησία, εάν επιθυμεί πραγματική να μεταδώσει και να επεκτείνει το μήνυμα της εν Χριστώ σωτηρίας. Όπως ακριβώς ο Απόστολος Παύλος έστειλε στα πνευματικά του παιδιά στις κατά τόπους εκκλησίες τις επιστολές του εν είδει τετραδίου, το ίδιο δύναται να κάνει συστηματικά η ορθόδοξη Εκκλησία και οι ποιμένες της, αναρτώντας στο διαδίκτυο πνευματικά κείμενα, εμπειρικές ομιλίες και διδαχές, αφού ένα *tablet* ή ένας φορητός υπολογιστής σε θέση χρήσης, ομοιάζει με τα τετράδια αυτά του Αποστόλου Παύλου. Επομένως, το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως άμβωνας της εκκλησίας αλλά και της πληροφόρησης, σύμφωνα με τον λόγο του Αποστόλου Παύλου προς τον μαθητή του Τιμόθεο «την διακονίαν

---

<sup>199</sup> Βλ. Εισήγηση Πρωτοπρεσβύτερου C. Coman, στο 1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής, (7,8,9 Μαΐου 2015), «An attempt at a niptic/philokalic approach to the Internet», <http://www.dmorpc15.com/program-2/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

σου πληροφόρησον», με σκοπό τη μετάδοση των ποιοτικών και ωφέλιμων εκκλησιαστικών ειδήσεων στον σύγχρονο κόσμο<sup>200</sup>.

Η μετάδοση του μηνύματος και η τεχνική δυνατότητα της επέκτασης αυτού του μηνύματος σε όλο τον κόσμο, είναι κάτι που αναμφίβολα βοηθά την Ορθόδοξη Εκκλησία, όμως δεν είναι μόνο τα ειδησεογραφικά και πληροφοριακά *portals*, τα οποία καταγράφονται και σε μία πρόχειρη αποτύπωση της Ορθόδοξης παρουσίας στον κυβερνοχώρο. Είναι και το γεγονός ότι οι *online* σχέσεις διάδρασης και επικοινωνίας, τελικά τείνουν να υποκαταστήσουν και να εξοβελίσουν τις αληθινές διαπροσωπικές σχέσεις<sup>201</sup>.

Σε κάθε περίπτωση, μία βασική διάσταση της χρήσης του διαδικτύου από την Ορθόδοξη Εκκλησία έχει να κάνει με την ποιμαντική της λειτουργία, δηλαδή με αυτό που θα αποκαλούσε κάποιος ως επικοινωνιακή της πλευρά. Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, το πρόβλημα δεν είναι τόσο μία ανεξέλεγκτη διαδραστικότητα και μία δημιουργία της *online religion* στο πλαίσιο της Ορθόδοξης Εκκλησίας, όσο είναι οι προβληματισμοί αναφορικά με την απειλή υποκατάστασης της ποιμαντικής διακονίας μέσα από ιστοσελίδες και ιστοτόπους, που δεν είναι σχεδιασμένοι με το αληθινό πνεύμα του Ευαγγελίου και του μηνύματος της εν

---

<sup>200</sup> Α. Γιαννιού, ιερομονάχου (2018), «Εμπειρίες από ένα Συνέδριο: Το διαδίκτυο στη ποιμαντική διάθεση της Εκκλησίας», <https://www.pemptousia.gr/2018/07/empiries-arena-sinedrio-to-diadiktio-sti-pimantiki-diathesi-tis-ekklisias/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]. Βλ. επίσης και D. Sharashanidze, πρωτοπρεσβύτερου, «The era of new media technologies and its challenges», στο *1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής*, ό.π., <http://www.dmorpc15.com/program-2/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>201</sup> «Ο χώρος και ο τρόπος του διαδικτύου δημιουργεί την αίσθηση της ελευθερίας που καταντά ασυδοσία. Είναι πολύ εύκολο να κρύβεσαι πίσω από μια οθόνη και να περιεργάζεσαι τα πάντα και τους πάντες. Είναι πολύ συνηθισμένο να ενισχύεται η ανωνυμία και να γίνεται ανεκτή και οικεία η παρανομία ή ακόμα και η ανωμαλία. Πολλά ναυάγια οικογενειών ξεκινούν μέσα στο διαδίκτυο. Πολλές τραγωδίες παίζονται με φόντο το facebook. Και όλα αυτά γιατί γίνεται κακή χρήση των δυνατοτήτων των νέων τεχνολογιών», Χ. Αιγίδη, πρωτοπρεσβύτερου (2017), «Από το face to face...στην ερημιά του facebook», <https://www.pemptousia.gr/2017/10/apo-to-face-to-face-stin-erimia-tou-facebook/> [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

Χριστώ σωτηρίας. Πρόχειρες και περιγραφικές περιηγήσεις, «εξωτερικές» πληροφορίες δημιουργούν τελικά περισσότερα προβλήματα από όσα επιλύουν<sup>202</sup>.

Ο Απόστολος Παύλος είναι και πάλι κατατοπιστικός: «κήρυξον τὸν λόγον, ἐπίστηθι εὐκαίρως ἀκαίρως, ἔλεγξον, ἐπιτίμησον, παρακάλεσον, ἐν πάσῃ μακροθυμίᾳ καὶ διδαχῇ. ἔσται γὰρ καιρὸς ὅτε τῆς ὑγιαινούσης διδασκαλίας οὐκ ἀνέξονται, ἀλλὰ κατὰ τὰς ἰδίας ἐπιθυμίας ἑαυτοῖς ἐπισωρεύσουσιν διδασκάλους κνηθόμενοι τὴν ἀκοήν, καὶ ἀπὸ μὲν τῆς ἀληθείας τὴν ἀκοήν ἀποστρέψουσιν, ἐπὶ δὲ τοὺς μύθους ἐκτραπήσονται» (Β' Τιμ. 4, 2-4). Ο ατελείωτος σχετικισμός και η πληθώρα των υποκειμενικών θρησκευτικών αντιλήψεων, που κυριαρχούν στο διαδίκτυο, δεν μπορούν να αποτελούν εγγύηση της υπόστασης και της παρουσίας της Ορθόδοξης Εκκλησίας. Αυτή μπορεί να χρησιμοποιεί το τεχνικό αυτό «εργαλείο», δεν μπορεί όμως να εξαρτά την υπόστασή της και την παρουσία της από όσα παράγονται στον εικονικό κόσμο<sup>203</sup>.

---

<sup>202</sup> Μερικά από τα ερωτήματα: «Οι ιστοσελίδες οι οποίες με τον έναν η τον άλλο τρόπο ασκούν Ποιμαντική δεν πρέπει να έχουν έπαρση. Η Ποιμαντική όταν γίνεται μέσω ψηφιακών μέσων πρέπει να έχει «ζωή». Να μεταφέρει «ζωή» και όχι μόνο κείμενα η ότι άλλο. Πως μπορεί να επιτευχθεί αυτό; Ποιο είναι το target group που απευθύνεται η Ποιμαντική μέσω διαδικτύου; Ποια είναι η διάκριση μεταξύ σοβαρότητας και επιπολαιότητας του κοινού στο διαδίκτυο; Φθάνει κάποιος να είναι απλός user και να γυρίζει γύρω γύρω στις διάφορες σελίδες Ορθόδοξης ποιμαντικής; Τον καθιστά «σοβαρό» απλά να «σκανάρει» γύρω γύρω με τα μάτια του στο τι αναρτάται στα διάφορα «ποιμαντικά» sites χωρίς να εμβαθύνει και να μελετάει επιμελώς και με πρόγραμμα; Πως αντιμετωπίζει και στοχεύει ο δημιουργός μια ιστοσελίδας Ποιμαντικής τους αναγνώστες/επισκέπτες του; Ποιος είναι ο τρόπος του «μηνύματος» και ποιος ο τρόπος που εκλαμβάνεται το «μήνυμα»; Κατά πόσο εξαρτάται από την πνευματική/εκκλησιαστική εμπειρία του user; Μήπως το Internet απευθύνεται στο μυαλό και όχι στην καρδιά; Είναι το Internet «λογικοποίηση» της Ποιμαντικής; Η ψηφιακή επανάσταση επηρεάζει τον τρόπο που σκεπτόμαστε. Επηρεάζει και τον τρόπο που «πιστεύουμε»; Η Ποιμαντική μέσω διαδικτύου από την πλευρά της επιστήμης (ψυχιατρικής): Πως εκλαμβάνεται το «μήνυμα» μέσω ενός ψηφιακού μέσου όταν κάποιος έχει κατάθλιψη; Πώς βλέπει κάποιος καταθλιπτικός μια ιστοσελίδα που βγάζει «χαρά»; Διαδικτυακή Ποιμαντική Διακονία: η αρχή μίας νέας Εκκλησιολογίας;», βλ. σχετικά «Θεματικές Ενότητες», στο *1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής*, ό.π., [http://www. Dmorc 15. com/el/conference-subjects/](http://www.Dmorc15.com/el/conference-subjects/) [τελευταία ανάκτηση, 10.3.2019]

<sup>203</sup> Ιωσήφ, επισκόπου Πατάρων, ό.π.

Το διαδίκτυο διεκδικεί μέσω της εικονικής πραγματικότητας που εγκαθιδρύει και μία νοηματοδοτική αυτοτέλεια. Αυτό σημαίνει ότι ο κάθε χρήστης πρέπει να έχει καθημερινή παρουσία σε αυτό για να μπορεί να τυγχάνει της επισκεψιμότητας ή της διαδικτυακής αναγνωρισιμότητας. Σε μία τέτοια ατομικιστική και ναρκισσιστική οπτική των κοινωνικών σχέσεων δεν μπορεί να ταιριάξει η κοινοτική διάσταση της αγαπητικής προσφοράς και της θυσίας της Εκκλησίας. Το εκκλησιαστικό πνεύμα δεν μπορεί παρά να είναι σε ευθεία αντίθεση απέναντι σε εικονικές κοινότητες, οι οποίες τελικά «βασανίζονται» από τη λατρεία της αυτοαναφορικότητας. Είναι, δηλαδή, αυτή η ναρκισσιστική αυτοαναφορικότητα, η οποία ευνοεί τον «σεχταρισμό» της αναζήτησης πάντα των ομοίων και της διαμόρφωσης ενός εικονικού μονομερούς και μερικές φορές επιθετικού λόγου απέναντι σε κάθε έναν που θα τολμήσει να διατυπώσει αντεπιχειρήματα<sup>204</sup>.

Η ποιμαντική ευθύνη στην εποχή και στον κόσμο του διαδικτύου είναι μεγάλη και για αυτό πρέπει να γίνουν κάποιοι διαχωρισμοί. Είναι άλλο πράγμα η ευκολία που παρέχει η νέα τεχνολογία για την γρήγορη και πιο άμεση μετάδοση του μηνύματος ή του κηρύγματος, και είναι εντελώς διαφορετικό πράγμα να θεωρεί κανείς ότι μπορεί να προάγεται η εκκλησιαστική και ποιμαντική πρακτική στον κυβερνοχώρο μέσω, λ.χ., μίας διαδικασίας ηλεκτρονικής εξομολόγησης, που μπορεί να λάβει χώρα μέσω της άνεσης, της απόστασης και της ασφάλειας που εγγυάται η προαιρετική ανωνυμία του διαδικτύου<sup>205</sup>. Επίσης, είναι κάτι διαφορετικό να αναζητά κανείς πνευματικές συμβουλές ή να ανταλλάσσει απόψεις και εμπειρίες για μυστικά βιώματα και εκκλησιαστικές εμπειρίες σε μία διαδικτυακή κοινότητα,

<sup>204</sup> Χ. Τσιρώνη, «Λόγος και πίστη στο διαδίκτυο. Ένα σημείωμα Κοινωνιολογίας του Χριστιανισμού», *Σύναξη*, 132 (2014), 52-61.

<sup>205</sup> «Χαρακτηριστικό παράδειγμα που αλιεύσαμε στο Διαδίκτυο είναι η λεγόμενη Εκκλησία της Απάθειας (Church of Apathy), η οποία, μάλιστα, στο επαναλαμβανόμενο μότο των επιμέρους ιστοτόπων της τονίζει πως 'Because Religion shouldn't matter (so much)' (Διότι η θρησκεία δεν θα έπρεπε να ενδιαφέρει και τόσο πολύ). Ανάμεσα στις άλλες υπηρεσίες που προσφέρει ο συγκεκριμένος ιστότοπος, καθιστά την ηλεκτρονική εξομολόγηση ακόμη πιο 'φιλική' στον χρήστη. Ο οποίος, αφού σημειώσει προαιρετικά το όνομά του και το όνομα του Θεού του εξαγορεύει ή μάλλον πληκτρολογεί τα κρίματά του επιλέγοντας με ένα απλό κλικ από έναν κατάλογο αμαρτιών που οι υπεύθυνοι της ιστοσελίδας είχαν καταρτίσει για χάρη του», Π. Υφαντή, «Your own Personal Jesus...Η πνευματική πατρότητα στα χρόνια της πληροφορίας», *Σύναξη*, 132 (2014), 45-46.

και είναι κάτι άλλο να προβάλλεται μία «χαρισματική πατρότητα» σε βάρος του θεσμού της Εκκλησίας. Με άλλα λόγια, σε ένα μεγάλο βαθμό, το διαδίκτυο ευνοεί μαζικές φυγόκεντρες τάσεις των πιστών, οι οποίοι αισθάνονται πολύ άνετα και ευχάριστα να συνομιλούν μεταξύ τους και να μοιράζονται κάποιες εμπειρίες χαρισματικών γερόντων και θαυμαστών παρεμβάσεων, αλλά όχι και τόσο άνετα να συμμετέχουν στην καθημερινή ζωή και οργάνωση της ενορίας τους, αλλά και στην ποιμαντική ευθύνη που προκύπτει από αυτήν<sup>206</sup>.

Δεν πρέπει να μας προκαλούν έκπληξη αυτές οι τάσεις της σύγχρονης ανθρώπινης κοινωνίας, διότι γεννώνται και με τη σειρά τους τροφοδοτούν μία διαδικασία που έχει ονομασθεί ως «tinkering»<sup>207</sup> (ή μαστόρεμα). Μέσω των διαδικτυακών εφαρμογών το άτομο ολοένα και περισσότερο μαθαίνει να «προσαρμόζει» τον εαυτό του στις απαιτήσεις μίας εικονικής πραγματικότητας. Μόνο έτσι είναι σε θέση να επικοινωνήσει με τον «πλησίον» του. Καταλαβαίνουμε ότι αυτή η στάση της «προσαρμογής» (για να εισπράττει, λ.χ., περισσότερα likes) δεν μπορεί να έχει καμία σχέση με την πρόσκληση της Εκκλησίας στον καθέναν να προσεγγίσει την κοινότητα και το μήνυμά της.

Ως πλουραλιστική δύναμη, το διαδίκτυο δημιουργεί ένα νέο «χώρο» μέσω του οποίου τα άτομα μπορούν να περιηγούνται σε ανταγωνιζόμενους ισχυρισμούς αλήθειες και ιδέες για αυτό που είναι τελικά σημαντικό. Λόγω της συντριπτικής ποικιλομορφίας των κοσμοθεωριών, των πεποιθήσεων και των θρησκευτικών ιδεών που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικτυακής εμπειρίας ενός ατόμου, το διαδίκτυο ενθαρρύνει τη συσσώρευση πνευματικών επιλογών, καθώς και την απόρριψη των ισχυρισμών αποκλειστικής αλήθειας οποιασδήποτε συγκεκριμένης θρησκευτικής παράδοσης. Τελικά, αυτή η χρήση μειώνει σε σημαντικό βαθμό τις αποκλειστικές δεσμεύσεις των ατόμων σε οποιαδήποτε θρησκευτική ομάδα και στις απαιτήσεις της, ωστόσο αυτή η τάση δεν δείχνει να επιβεβαιώνει σε όποιο βαθμό μία απομάκρυνση των πιστών από τις δραστηριότητες της εκκλησίας τους.

---

<sup>206</sup> Π. Υφαντή, ό.π., 48.

<sup>207</sup> P. K. McClure, «Tinkering with Technology and Religion in the Digital Age: The Effects of Internet Use on Religious Belief, Behavior, and Belonging», *Journal for the Scientific Study of Religion*, 56/3 (2017), 481-497.

Κριτική μπορεί να ασκηθεί και σε επίπεδο επικοινωνιακής πράξης. Στην Ορθόδοξη διδασκαλία ο «ποιος» της επικοινωνίας δεν είναι ένας πομπός, αλλά το Αποκαλυπτόμενο Μήνυμα της Σάρκωσης. Ο ίδιος ο Θεός καλεί τον άνθρωπο σε σωτηρία. Το «μέσω» της επικοινωνίας είναι το Άγιο Σώμα Του, με το Οποίο απευθύνεται στο σύνολο της πτωτικής ανθρωπότητας, με σκοπό την πνευματική της σωτηρία. Ακόμα και στην περίπτωση που κανείς υπονοήσει ότι η πλήρως δικτυωμένη κοινωνία του μέλλοντος θα είναι μία επαναφορά της πληρότητας και της αρμονίας του προπρωτικού Παραδείσου, αυτό που συμβαίνει στην Ορθόδοξη επικοινωνία είναι κάτι το θεμελιωδώς διαφορετικό, διότι η απλή επικοινωνία μεταβάλλεται σε μία οντολογία ενότητας. Στην επικοινωνία της Θέωσης δεν εισέρχονται αυτόνομα, ατομικιστικά και ναρκισσιστικά, αυτοαναφορικά άτομα, αλλά μία «κοινωνία προσώπων», που ξεπερνά τις κοσμικές ψευδαισθήσεις και δεν τις αναπαράγει<sup>208</sup>.

Στο σημείο αυτό θα αντέτεινε κανείς ότι το διαδίκτυο είναι ένα «τέχνημα», το οποίο πρέπει να αντιμετωπισθεί ως ένα «εργαλείο» επικοινωνίας και τίποτε περισσότερο. Δεν θα πρέπει να δημιουργεί κανείς από αυτό θεωρητικές ή/και φιλοσοφικές κατασκευές, όμως ήδη ο J. Baudrillard (1929-2007) έχει καταδείξει πως η μαζική επιρροή των Μέσων διαμορφώνουν με έναν ιδιαίτερο τρόπο την ίδια την πραγματικότητα. Η σχέση μεταξύ πραγματικότητας και αναπαράστασης έχει ριζικά αλλάξει. Ο εικονικός κόσμος είναι ένας κόσμος προσομοίωσης. Κυριαρχούν παντού σύμβολα απεικόνισης της πραγματικότητας. Είδαμε πως υπάρχουν οι εικονικές προσευχές, τα εικονικά προσκυνήματα, τα εικονικά ταξίδια και τα εικονικά κεριά ή οι προσευχές. Ο αναδιπλασιασμός της φυσικής πραγματικότητας δεν είναι απλά ένα ψέμα, είναι μία διαδικασία, μέσω της οποίας παρουσιάζεται η απουσία σαν παρουσία, το φανταστικό σαν πραγματικό, η ίδια η πραγματικότητα απορροφάται από μία «υπερπραγματικότητα», η οποία συνίσταται από αυτοαναφερόμενα σημεία. Ο «υπερπραγματικός» κόσμος του διαδικτύου δεν είναι ένας ψεύτικος

---

<sup>208</sup> Β. Γαϊτάνη (2008), *Από την Επικοινωνία στην Κοινωνία. Σύγχρονες θεωρίες επικοινωνίας και Ορθόδοξος Επικοινωνιακή Θεολογία*, εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα, 175-188.

κόσμος, είναι πολύ περισσότερο η αφαίρεση της ουσίας της πραγματικότητας<sup>209</sup>. Είναι μία υπαρξιακή και διανοητική διαδικασία αλλοίωσης.

Οι παραπάνω επισημάνσεις της αλλοτριωτικής αναπαράστασης του εικονικού κόσμου έχουν την σημασία τους για μία Ορθόδοξη κριτική της κουλτούρας της διαδικτυακής επικοινωνίας<sup>210</sup>. Ωστόσο οφείλουμε να έχουμε υπόψη μας ότι ακόμα και αυτή η κριτική (του J. Baudrillard), ενώ προσφέρει πολύτιμα επιχειρήματα, και η ίδια δεν παύει να «διολισθαίνει» προς μία κατάσταση υπέρβασης της διάκρισης του υποκειμένου από τη μηχανική και υλιστική δημιουργία. Ο διανοητής προϋποθέτει ότι μέσω των ΜΚΔ, λ.χ., το «πραγματικό» απορροφάται από αυτό που ονομάζεται «υπερπραγματικό», όμως από την άλλη μεριά δεν πρέπει να μας διαφεύγει της προσοχής ότι το ανθρώπινο υποκείμενο στέκεται «απέναντι» στην φύση και τη διαμορφώνει. Δηλαδή, δεν είναι αληθής η προϋπόθεση μίας ολιστικής ενοποίησης του ανθρώπινου υποκειμένου με την τεχνική πραγματικότητα, που στο τέλος οδηγεί στην εκμηδένιση του υποκειμένου<sup>211</sup>.

Οι εικόνες του εικονικού κόσμου ως «ομοιώματα» (Simulacra) αναπαράγουν ένα κλειστό και αυτοαναφορικό σύστημα, δεν είναι σύμβολα πλέον, αλλά ούτε και εικόνες, έχοντας χάσει την απεικονιστική τους λειτουργία. Το «φαίνεσθαι» και το «είναι» πλέον ταυτίζονται, κάτι βέβαια που δεν μπορεί να χρεωθεί αποκλειστικά στον κόσμο του διαδικτύου, αλλά γενικότερα στον σύγχρονο

<sup>209</sup> Β. Γαϊτάνη (2008), ό.π., 52εξ.

<sup>210</sup> Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε και τις εύστοχες όσο και προφητικές παρατηρήσεις του Neil Postman (1931-2003) για την επικράτηση του «τεχνοπώλιου», όταν η εμφάνιση των ηλεκτρονικών υπολογιστών επαναπροσδιόρισε ριζικά την σχέση του ανθρώπου με την πληροφορία, και κατά συνέπεια με την εργασία και τον περιβάλλοντα κόσμο. Οι άνθρωποι δεν έχουν πλέον προσωποποιήσει τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, αλλά έχουν μάθει να μιλούν για τον εαυτό τους με ορολογία «προγραμματισμού» των υπολογιστών. Είναι η εποχή της απόλυτης κυριαρχίας του τεχνοπώλιου. Η έμφαση είναι πλέον στην τεχνική διαδικασία της επικοινωνίας και πολύ λιγότερο στο περιεχόμενο του μηνύματος. Τα πληροφοριακά στοιχεία μεταβιβάζονται σε ασύλληπτους ρυθμούς, τα δεδομένα ποσοτικοποιούνται, και ο κόσμος μαθηματικοποιείται. Η τεχνολογία των ηλεκτρονικών υπολογιστών γίνεται ολοένα και περισσότερο μία ιδεολογία: η ιδεολογία των μηχανών, βλ. Ν. Πόστμαν (2002), *Η Πυξίδα του Μέλλοντος, Πώς το παρελθόν μπορεί να βελτιώσει το μέλλον μας*, 108-109.

<sup>211</sup> Ν. Στασινόπουλου (2001), *Μία ψυχαναλυτική κριτική στην επικοινωνιακή θεωρία περί Προσομοίωσης του Jean Baudrillard*, διδ. εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 265εξ.



κόσμο των Μέσων. Τα «ομοιώματα» του κυβερνοχώρου είναι απόλυτα αυτόνομα, δηλαδή δεν εξαρτούν την ουσία τους από την φυσική πραγματικότητα. Είναι απόλυτα διαφανή, δηλαδή δεν κρύβουν και δεν αποκαλύπτουν τίποτα, πέρα από τον ίδιο τους τον εαυτό. Αυτό σημαίνει ότι άμεσα εμπορευματοποιούνται. Αν αφήσουμε κατά μέρος την τελευταία διάσταση, αυτή της εμπορευματοποίησης, θα είχε δίκαιο κανείς να ισχυρισθεί ότι η «μυστική» ή η θρησκευτική εμπειρία του εικονικού κόσμου είναι η κλωνοποίηση σε άπειρο βαθμό του ίδιου του εαυτού, και όχι η υπέρβασή του προς μία άλλη κατεύθυνση<sup>212</sup>.

Η κλωνοποίηση και η ειδωλοποίηση του εαυτού είναι το αποτέλεσμα μίας διαφορετικής θεώρησης της σχέσης Θεού και κόσμου ή κτίσης, όπως αυτή διαμορφώθηκε στον δυτικό Χριστιανισμό. Η Λατινική Δύση επέμενε πάντοτε στο δυϊσμό «Κτίστης- κτίσμα», «Είναι και γίνεσθαι». Ο Θεός ταυτιζόταν με μία Ουσία που δεν ήταν δυνατόν να γνωσθεί και ο κόσμος, κατά συνέπεια, με ό,τι μπορούσε να γνωσθεί και να γίνει αντιληπτό. Ο Θεός «εξορίζεται» από την κοσμική πραγματικότητα, και αυτή η «εξορία» έχει ως αποτέλεσμα όλος ο «χώρος» της κτίσης, ο φυσικός κόσμος, να μην μπορεί να επικοινωνήσει με την απλή και άρρητη Θείου Ουσία. Στην Ανατολή αυτό το γνωσιολογικό κενό «γεφύρωναν» πάντα οι άκτιστες Ενέργειες που κάνουν εφικτή τη βίωση του Υπερβατικού μέσα στον κόσμο<sup>213</sup>. Αυτό το «κενό» θα οδηγήσει τελικά στην κοινωνία του θεάματος, στην οποία το μυστήριο του Θεού δεν μπορεί ποτέ να εικονιστεί σε Σάρκωση, και ταυτόχρονα η τάση του ανθρώπου για σχέση με το Υπερβατικό δεν μπορεί παρά να προσλαμβάνει τη μορφή της προσομοίωσης<sup>214</sup>.

---

<sup>212</sup> Δ. Μπεκριδάκη, «Η Αναστήλωση των Εικόνων. Εικονική Πραγματικότητα και Ορθόδοξη Εικονογραφία», *Θρησκευολογία*, 1 (2000), 113-122.

<sup>213</sup> Βλ. σχετικά, P. Sherrard (2019), *Ελληνική Ανατολή και Λατινική Δύση. Σπουδή στην Χριστιανική Παράδοση*, εκδόσεις Αρμός, Αθήνα.

<sup>214</sup> Β. Γαϊτάνη (2008), *ό.π.*, 220.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Η βασική αφετηριακή θεώρηση του κόσμου του διαδικτύου και της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι ότι αυτός αντίκειται στις θεμελιώδεις δομές της Ορθόδοξης «Επικοινωνιακής Θεολογίας». Το διαδίκτυο είναι μία μορφή κοσμικής «επικοινωνίας», η οποία όμως διεκδικεί την ουτοπία της παγκόσμιας διασύνδεσης και αρμονίας. Κάτι τέτοιο δεν ισχύει, διότι η αρμονία και η ενότητα του ανθρώπου έχει οντολογικές και υπαρξιακές και όχι τεχνολογικές προκείμενες. Στην «Επικοινωνιακή Θεολογία» σκοπός είναι η επιβεβαίωση της πνευματικής υπόστασης του ανθρώπινου προσώπου στην ύψιστη «επικοινωνία» που δεν είναι άλλη από την ενόραση του ακτίστου φωτός της Θεότητας.

2. Το διαδίκτυο, ως κοσμική «επικοινωνία», νομοτελειακά κινείται στα πλαίσια μίας πτωτικής ανθρώπινης κατάστασης, η οποία έχει συνηθίσει να βλέπει τις σχέσεις Θεού και ανθρώπου ως σχέσεις άπειρης ποιοτικής διαφοράς, δηλαδή δεν αναγνωρίζεται και δεν καταφάσκει τη διαλεκτική της συμμετοχής του Θεού στο μαρτύριο και στη διαδρομή της ιστορίας. Η επικοινωνία σε αυτό το πτωτικό ανθρώπινο πλαίσιο είναι μία επικοινωνία χωρίς «υποστατικούς όρους», διότι η ενότητα μέσω της πληροφορίας και της ανταλλαγής της δεν είναι σε θέση να «γεφυρώσει» την απόσταση Θεού και ανθρώπου.

3. Το μήνυμα της Εκκλησίας μπορεί πραγματικά να «επικοινωνηθεί» μέσα από την τεχνική συνθήκη του διαδικτύου, και αυτό φαίνεται από τον σχεδιασμό και τη θέση σε λειτουργία θρησκευτικών ή/και εκκλησιαστικών ιστοσελίδων, οι οποίες στη συντριπτική τους πλειοψηφία

ευνοούν την «ένας-προς-πολλούς», μονόδρομη επικοινωνία. Τα κύρια στοιχεία της «θρησκείας στο διαδίκτυο» είναι η παροχή πολύτιμων πληροφοριών, αλλά και η ακόμα μεγαλύτερη διάδοση του κηρύγματος.

4. Οι κύριες εκκλησιαστικές ή/και θρησκευτικές ιστοσελίδες, αυτές που έχουν να κάνουν με τις επίσημες, οι θεσμικές εκκλησίας ή/και θρησκείες, ανήκουν στην κατηγορία της *religion online*, όμως μέσω του διαδικτύου και του κυβερνοχώρου επιτελείται, κυρίως από μικρές, μη συμβατικές, αντιθεσμικές ή περιθωριακές διαδικτυακές ομάδες, η λειτουργία της *online religion*, δηλαδή τα φαινόμενα των εικονικών εκκλησιών, εικονικών δοξολογιών, και των εικονικών ιερών προσκυνημάτων. Αυτές οι δραστηριότητες δεν είναι απλά και μόνο συμπληρωματικές της *offline* θρησκευτικότητας, αλλά τελικά συνιστούν έναν ιδιαίτερο τύπο θρησκευτικότητας που μπορεί να υπάρχει μόνο μέσω του διαδικτύου.

5. Το διαδίκτυο και ο κόσμος του επιδρά στον ψυχισμό και στη διαμόρφωση της ταυτότητας του σύγχρονου υποκειμένου, όσο και γεννάται από την κουλτούρα και τις προϋποθέσεις της εποχής μας. Ο καταϊγισμός των πληροφοριών, η αποσπασματικότητα αυτών, η αποδόμηση των μεγάλων, ενιαίων αφηγήσεων, οι συνεχείς διασυνδέσεις, η διαδραστικότητα, η σύγκλιση των ΜΚΔ και η μίξη των ενεργειών τους, η πολυμεσικότητα, η ανοικτή και ελεύθερη προσβασιμότητα, η απόρριψη μίας κεντρικής αυθεντίας, η συμμετοχή των ίδιων των χρηστών στην παραγωγή του διαδικτυακού υλικού, είναι στοιχεία και χαρακτηριστικά του Μέσου, τα οποία αναπόφευκτα επηρεάζουν και επηρεάζονται από τη μεταβιομηχανική κουλτούρα της εποχής μας.

6. Η παρουσία των θρησκειών ή/και των εκκλησιών στο διαδίκτυο δεν δημιουργεί μία νέα θρησκευτικότητα, αλλά συμπληρώνει την ήδη υπάρχουσα, στον φυσικό κόσμο, εκδήλωση της καθημερινής θρησκευτικότητας. Αυτό που οπωσδήποτε επηρεάζεται είναι η απουσία της αναγκαίας «εμπιστοσύνης» απέναντι στις επίσημες, θεσμικές θρησκείες ή/και εκκλησίες. Και εδώ θα μπορούσε κανείς να κάνει λόγο για μία

αμφίδρομη διαδικασία. Ο μέσος σύγχρονος πολίτης έχει χάσει την εμπιστοσύνη του στις επίσημες εκκλησίες, προτιμώντας βιωματικές, παραδοξολογικές ή θαυματουργικές αφηγήσεις μέσα στον κυβερνοχώρο. Η επένδυση του λεγόμενου «κοινωνικού κεφαλαίου» μετατοπίζεται από την φυσική προς την εικονική πραγματικότητα.

7. Το διαδίκτυο παράγει μία «κολλεκτιβίστικη» φαντασία, η οποία εκβάλλει σε μοτίβα μυθολογίας ή Αποκάλυψης. Πιστεύεται ότι το Τέλος του Κόσμου δεν θα αργήσει να έλθει και κατά συνέπεια γεννώνται διαδικτυακές κοινότητες «ομοίων», οι οποίες συνομιλούν μεταξύ τους και δεν είναι ανοιχτές σε οποιουδήποτε είδους κριτική. Ο διαδικτυακός φονταμενταλισμός είναι η άλλη όψη της ανωνυμίας και της παρενδυσίας του διαδικτύου. Ναι μεν ευνοείται στο νέο Μέσο η έκφραση απόψεων, ακόμα και η δημόσια εξομολόγηση, καθώς το άτομο «καλύπτεται» από την ανωνυμία του χρήστη, όμως σπάνια λαμβάνει χώρα εποικοδομητική και σε βάθος ανταλλαγή επιχειρημάτων.

8. Η παρουσία της Ορθόδοξης οπτικής και κριτικής δεν είναι ποτέ αρκετή. Οι Ορθόδοξες ιστοσελίδες είναι πολυάριθμες. Μπορούν ακόμη περισσότερο να εμπλουτισθούν, για παράδειγμα με περισσότερες δυνατότητες διαδικτυακής ανάγνωσης και ερμηνείας ιερών κειμένων ή με την προαγωγή ομάδων συζήτησης για βασικά θεολογικά θέματα. Από την άλλη μεριά, η Ορθόδοξη Εκκλησία θα πρέπει να κάνει περισσότερο ευδιάκριτη την κριτική της θέση απέναντι στην αυτονόμηση και «θεοποίηση» του κυβερνοχώρου, που τελικά δεν κάνει παρά να ψηφιοποιεί τον ναρκισσισμό και τον εγωτικό εγκλωβισμό του μοντέρνου ατόμου.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Abbate Janet (1999), *Inventing the Internet*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England,
2. Aguilar Gabrielle, Campbell Heidi, Stanley Mariah, Taylor Ellen, «Communicating mixed messages about religion through internet memes», *Information, Communication & Society*, 20/10 (2017), 1498-1520,
3. Aguilera-Carnerero Carmen, Azeez Abdul-Halik, «Islamonausea, not Islamophobia: The many faces of cyber hate speech», *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 9/1 (2016), 21-40,
4. Αιγίδης Χρήστος πρωτοπρεσβύτερος (2017), «Από το face to face...στην ερημιά του facebook», <https://www.pemptousia.gr/2017/10/apo-to-face-to-face-stin-erimia-tou-facebook/>
5. Airò Anna, Costello William J., «Virtual Shamanism and the Sacred-Cyber-Space», *Revista Santuários*, [http://www.ccsp.it/web/santuarios2016/programma%20e%20pdf%20vari/pdf\\_articoli/airo%20costello.pdf](http://www.ccsp.it/web/santuarios2016/programma%20e%20pdf%20vari/pdf_articoli/airo%20costello.pdf)
6. Albu Oana Brindusa, Etter Michael, Hypertextuality and Social Media: A Study of the Constitutive and Paradoxical Implications of Organizational Twitter Use», *Management Communication Quarterly*, 30/1 (2016), 5-31,
7. Alstyn Marshall Van, Brynjolfsson Erik (2004), «Global Village or Cyber-Balkans? Modeling and Measuring the Integration of Electronic Communities», [http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2004.12\\_Van%20Alstyn\\_Brynjolfsson\\_Global%20Village%20or%20Cyber-Balkans\\_283.pdf](http://ebusiness.mit.edu/research/papers/2004.12_Van%20Alstyn_Brynjolfsson_Global%20Village%20or%20Cyber-Balkans_283.pdf)
8. Anderson Jon W., «The Internet and Islam's New Interpreters», στο *New Media in the Muslim World. The Emerging Public Sphere*, Dale Eickelman and Jon Anderson (eds.), Indiana University Press, 2003, 45-60,

9. Αντωνοπούλου Όλγα (2011), *Αίθουσες σύνταξης 2.0: Η ψηφιακή μετάβαση*, διπλ. εργασία, ΑΠΘ, Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε., Θεσσαλονίκη,
10. Ariel Yaron, Avidar Ruth, «Information, Interactivity, and Social Media», *Atlantic Journal of Communication*, 23/1 (2015), 19-30,
11. Barker Eileen (2005), «Crossing the boundary: New challenges to religious authority and control as a consequence of access to the internet», στο Hojsgaard, Morten T. and Warburg, Margit, (eds.) *Religion and cyberspace*, Routledge, London, UK, 67-85,
12. Barton Matthew D, «The future of rational-critical debate in online public spheres», *Computers and Composition*, 22 (2005), 177-190,
13. Bauman Zygmunt (2002), *Η Μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, (Γ. Ι. Μπαμπασάκης μετ.), εκδόσεις Ψυχογιός, Αθήνα,
14. Berger Peter (2004), *Questions of Faith. A Skeptical Affirmation of Christianity*, Blackwell Publishing,
15. Brasher Brenda E. (2001), *Give me that Online Religion*, Jossey-Bass, Wiley-Book,
16. Brinton Henry, «How Facebook and Twitter undermine Religion», *HuffPost*, [https://www.huffingtonpost.com/henry-g-brinton/how-facebook-and-twitter-1-b-5044631.html?guccounter=1&guce\\_referrer\\_us=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmdyLw&guce\\_referrer\\_cs=bBKU\\_fjIYfOqz4tedL3lccg](https://www.huffingtonpost.com/henry-g-brinton/how-facebook-and-twitter-1-b-5044631.html?guccounter=1&guce_referrer_us=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmdyLw&guce_referrer_cs=bBKU_fjIYfOqz4tedL3lccg)
17. Brown Alexander, «What is so special about online (as compared to offline) hate speech?», *Ethnicities*, 18/3 (2018), 297-326,
18. Γαϊτάνης Βασίλειος (2008), *Από την Επικοινωνία στην Κοινωνία. Σύγχρονες θεωρίες επικοινωνίας και Ορθόδοξος Επικοινωνιακή Θεολογία*, εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα,
19. Γαϊτάνης Βασίλειος (2003), *Homo Mediator και Homo Theologus. Διαλεκτική των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και Θεολογία της Κοινωνίας. Διαστάσεις και δυνατότητες μιας ορθόδοξης «επικοινωνιακής θεολογίας» στον μεταμοντέρνο κόσμο*, εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα,

**20.** Γιαννιός Αλέξιος Ιερομόναχος (2018), «Εμπειρίες από ένα Συνέδριο: Το διαδίκτυο στη ποιμαντική διάθεση της Εκκλησίας», <https://www.pemptousia.gr/2018/07/empiries-apo-ena-sinedrio-to-diadiktio-sti-pimantiki-diathesi-tis-ekklisias/>

**21.** Campbell Heidi, Golan Oren, «Creating digital enclaves: Negotiation of the internet among bounded religious communities», *Media, Culture & Society*, 33/5 (2011), 709-724,

**22.** Campbell Heidi (2012), «How Religious Communities negotiate New Media Religiously», στο *Digital Religion, Social Media and Culture Perspectives, Practices and Futures*, (P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, Ch. Ess, eds.), Peter Lang, New York, 81-96,

**23.** Campbell Heidi, Bellar Wendi, Cho Kyong James, Terry Andrea, Tsuria Ruth, Segal Aya Yadlin, Ziemer Jordan «Reading Religion in Internet Memes», *Journal of Religion, Media & Digital Culture*, 2/2 (2013), 2-39,

**24.** Campbell Heidi, «Religion and the Internet», *Communication Research Trends*, 25/1 (2006), 3-43,

**25.** Campbell Heidi, «Religious Authority and the Blogosphere», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15/2 (2010), 251-276,

**26.** Campbell Vincent, Gibson Rachel, Gunter Barrie, Touri Maria (2009), «News Blogs, Mainstream News and News Agendas», Conference 12<sup>th</sup> – 13<sup>th</sup>, Published in S. Tunney & G. Monaghan (Eds.) (2009) *Web Journalism: A New Form of Citizenship*, Eastbourne: Sussex Academic Press. [https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/8088/3/\[06\]Blogs-Agenda-Sussex%20Chapter 16 03 09-final.pdf](https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/8088/3/[06]Blogs-Agenda-Sussex%20Chapter%2016%2003%2009-final.pdf)

**27.** Cantoni Lorenzo, Rapetti Emanuele, Tardini Stefano, Vannini Sara, Arasa Daniel (2012), «Picture: The Adoption of ICT by Catholic Priests», στο *Digital Religion, Social Media and Culture Perspectives, Practices and Futures*, (P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, Ch. Ess, eds.), Peter Lang, New York, 131-150,

**28.** Cao Liangliang, Qi GuoJun, Tsai Shen-Fu, Tsai Min-Hsuan, Pozo Andrey Del, Huang Thomas, Zhang Xuemei, Lim Hwan Suk (2011),

«Multimedia Information Networks», [file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/Multimedia Information Networks in Social Media.pdf](file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/Multimedia%20Information%20Networks%20in%20Social%20Media.pdf)

29. Carr Nicholas (2008), «Is Google making us stupid? What the Internet is doing to our brains», *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>

30. Casey Cheryl Ann, «Online Religion and Finding Faith on the Web: An Examination of Beliefnet.org», *Proceedings of the Media Ecology Association*, 2 (2001), 32-40,

31. Casserly Martyn, «What happened to online churches?», *Christian Today*, 30.5.2015, <https://www.christiantoday.com/article/what-happened-to-online-churches/54701.htm>

32. Castells Manuel, «Η κουλτούρα της διαδικτυωμένης κοινωνίας», *futura*, 8 (2002), 99-110,

33. Cheong Pauline Hope, Halavais Alexander, Kwon Kyounghee Hazel, «The Chronicles of Me: Understanding Blogging as a Religious Practice», *Journal of Media and Religion*, 7 (2008), 107-131,

34. Cheong Pauline Hope (2012), «Twitter of Faith: Understanding Social Media Networking and Microblogging Rituals as Religious Practices», στο *Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices and Futures*, (P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, Ch. Ess, eds.), Peter Lang, New York, 191-206,

35. Clark Lynn Schofield, Hadden Jeffrey K., Cowan Douglas E., «Religion on the Internet: Research Prospects and Promises», *Sociology of Religion*, 63/4(2002), <https://www.researchgate.net/publication/249291825>  
Religion on the Internet Research Prospects and Promises

36. Coman C. (πρωτοπρεσβύτερος), «An attempt at a niptic/philokalic approach to the Internet», στο *1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής*, (7,8,9 Μαΐου 2015), <http://www.dmopc15.com/program-2/>

37. Conrad Andrew (2017), «The Epic Guide to building a Great Church Website», <https://blog.capterra.com/epic-guide-building-great-church-website/>



38. Cruikshank Lauren, «Avatar Dreams: Theorizing Desire for the Virtual Body», *Michigan Feminist Studies*, 15 (2001), <http://www.collectionscanada.gc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp04/MQ59370.pdf>
39. Cuthbertson Anthony (2015), «Artificial Intelligence social network offers 'digital immortality' through virtual counterpart», *International Business Times*, <https://www.ibtimes.co.uk/artificial-intelligence-social-network-offers-digital-immortality-through-virtual-counterpart-1516296>
40. Δασκαλάκης Δημοσθένης, Φασουλής Κωνσταντίνος (2013), *Το οργανωτικό φαινόμενο στο Διαδίκτυο*, εκδόσεις Παπαζήση.
41. Davis Richard, *The Web of Politics. The Internet's impact on the American Political System*, Oxford University Press, 1999,
42. Dawson Lorne, Hennebry Jeena, «New Religions and the Internet: Recruiting in an new public space», *Journal of Contemporary Religion*, 14/1 (1999), 17-39,
43. Dawson Lorne (2004), «Religion and the quest for Virtual Community», *Religion Online. Finding Faith on the Internet* (Lorne L Dawson, Douglas E. Cowan, eds.), Routledge, New York and London, 75-92,
44. Demerath N. J., «The Varieties of Sacred Experience: Finding the Sacred in a Secular Grove», *Society for the Scientific Study of Religion*, 11 (1999), 1-11,
45. Δένδια Μαρία (2005), «Σύγκριση των θεωριών του Austin και του Searle για τις λεκτικές πράξεις», [http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic\\_archives/pol0405/papers/dendia.pdf](http://www2.media.uoa.gr/lectures/linguistic_archives/pol0405/papers/dendia.pdf)
46. «Διαδίκτυο, smartphones και social media...καταλαμβάνουν τον κόσμο», Newsroom, *CNN Greece*, 6.7.2018, <https://www.cnn.gr/tech/story/137594/diadiktyo-smartphones-kai-social-media-katalamvanoynton-kosmo>
47. Dodge Martin, Kitchin Rob (2001), *Mapping Cyberspace*, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York,
48. Downey John, Natalie Fenton, «New Media, Counter Publicity and the Public Sphere», *New Media & Society*, 5/2 (2003), 185-202,

49. Eliade Mircea, *Πραγματεία πάνω στην Ιστορία των Θρησκειών*, εκδόσεις Ι. Χατζηνικολή, 1981,
50. Ellison Nicole, Steinfield Charles, «The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12/4 (2007), 1-25,
51. Etzioni Oren, «Face-to-Face and Computer-Mediated Communities, A Comparative Analysis», *The Information Society*, 15/4 (1999), 241-248,
52. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Καταπολέμηση της παράνομης ρητορικής μίσους στο διαδίκτυο», [file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/IP-19-805\\_EL.pdf](file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/IP-19-805_EL.pdf)
53. Faimau Gabriel, (2007). «‘Click Here for Religion’ Self-Presentation of Religion on the Internet», *Working Paper 7*, Verbum SVD. 48. 135 - 147
54. Fidler Roger (1997), *Mediamorphosis. Understanding New Media*, Pine Forge Press, California, London.
55. Fish Lydia, «Pilgrimage as Performance. Ste Ann de Beaupre», *New Directions in Folklore*, 4/2 (2000), <file:///C:/Users/My%20PC/Downloads/19876-Article%20Text-44053-1-10-20150828.pdf>
56. Fischer-Nielsen Peter (2012), «Pastors on the Internet: Online Responses to Secularization», στο *Digital Religion, Social Media and Culture Perspectives, Practices and Futures*, (P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, Ch. Ess, eds.), Peter Lang, New York, 115-130,
57. Furukawa Tadanobu, Matsuo Yutaka, Ohmukai Ikki, Uchiyama Koki, Ishizuka Mitsuru (2007), «Social Networks and Reading Behavior in the Blogosphere», *ICWSM*, <http://www.icwsm.org/papers/2--Furukawa-Matsuo-Ohmukai-Uchiyama-Ishizuka.pdf>
58. Gautier François (2015), «Religion, Media and the Dynamics of Consumerism in Globalising Societies», στο *Religion, Media, and Social Change*, (K. Granholm, M. Moberg, Sofia Sjö, eds.), Routledge. Taylor & Francis Group, New York and London, 71-90,
59. «Η κuoφορία του cyborg», *Cyborg*, 3 (2015), 51-58,

60. Habermas Jürgen, *Αλλαγή δομής της δημοσιότητας*, (Λ. Αναγνώστου, μετ.), εκδόσεις Νήσος, Αθήνα 1997,
61. Hafner Katie, Lyon Matthew (1996), *Where Wizards Stay up Late. The Origins of the Internet*, Simon & Schuster,
62. Halabi Eva (Σάρα μοναχή) (2012), *Η χρήση του Διαδικτύου στην Ποιμαντική Πράξη της Εκκλησίας*, διδ. διατριβή, ΑΠΘ, <http://ikee.lib.auth.gr/record/129554/files/GRI-2012-8965.pdf>
63. Hamelink Cees J. (2003), *The Ethics of Cyberspace*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi,
64. Hargittai Eszter, Gallo Jason, Kane Matthew, «Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers», *Public Choice*, 134 (2007), 67-86,
65. Heelas Paul (2008), *Spiritualities of Life. Romantic themes and consumptive capitalism*, Blackwell Publishing,
66. Helland Christopher, «Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2007), 956-976,
67. Helland Christopher, «Online Religion as lived Religion, Methodological issues in the study of religious participation on the Internet», *Online- Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 1/1 (2005), <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5823/1/Helland3a.pdf>
68. Hill Kashmir (2015), «This start-up promised 10.000 people eternal digital life-then it died», <https://splinternews.com/this-start-up-promised-10-000-people-eternal-digital-li-1793847011>
69. Hookway Nicholas, «Entering the blogosphere: some strategies for using blogs in social research», *Qualitative Research*, 8 (2008), 91-113,
70. Houtman Dick, Aupers Stef, «The spiritual turn and the decline of tradition: The Spread of Post-Christian Spirituality in 14 Western Countries, 1981–2000”, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 46/2 (2007), 305-320,

71. «How to make someone a saint», <http://www.sainthood.com/sainthood.htm>

72. Howard Robert Glenn, «Enacting a virtual 'ekklesia': Online Christian Fundamentalism as vernacular religion», *New Media & Society*, 12/5 (2010), 729-744,

73. Hutchings Tim, «Creating Church Online: A Case-Study Approach to Religious Experience», *Studies in World Christianity*, 13/3 (2007), 243-260,

74. Hutchings Tim (2015), «Now the Bible is an App: Digital Media and Changing Patterns of Religious Authority», στο *Religion, Media, and Social Change*, (K. Granholm, M. Moberg, and Sofia Sjö, eds.), Routledge, Taylor & Francis Group, New York and London, 143-161,

75. «Θεματικές Ενότητες», στο *1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής*, (7,8,9 Μαΐου 2015), <http://www.dmopc15.com/el/conference-subjects/>

76. Iqbal Asep Muhamad, «When Religion Meets the Internet: Cyberreligion and the Secularization Thesis», *Jurnal Komunikasi Islam*, 6/1 (2016), 1-14,

77. Ιωσήφ Επίσκοπος Πατάρων, «Ψηφιακός «Λόγος»: μία περιουλογή για τόν εύαγγελισμό κατά τήν είκονική έποχή», <http://www.churchofcyprus.org.cy/documents/7-5-15.pdf>

78. Jacobs Stephen, «Virtually Sacred. The performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2007), 1103-1121,

79. Jenkins Henry (2001), «Convergence? I Diverge», *Technology Review*, [http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/jenkins\\_convergence\\_optional.pdf](http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/jenkins_convergence_optional.pdf)

80. Johns Mark D. (2012), «Voting "Present": Religious Organizational Groups on Facebook», στο *Digital Religion, Social Media and Culture Perspectives, Practices and Futures*, (P. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, Ch. Ess, eds.), Peter Lang, New York, 151-168,

**81.** Johnson Thomas J., Barbara K. Kaye, «Every Blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of Blog Credibility», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2008), 100-122,

**82.** Johnson Thomas J., Barbara K. Kaye, «In blog we trust? Deciphering credibility of components of the internet among politically interested internet users», *Computers in Human Behaviour*, 25 (2009), 175-182,

**83.** Johnson Thomas J., Barbara K. Kaye, «Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet influence Credibility perceptions of Weblogs among Blog users», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81/3 (2004),

**84.** Kabay M.E. (1998), «Anonymity and Pseudonymity in Cyberspace: Deindividuation, Incivility and Lawlessness Versus Freedom and Privacy», *Paper presented at the Annual Conference of the European Institute for Computer Anti-virus Research (EICAR)*, Munich, Germany 16-8 March 1998, <http://www.mekabay.com/overviews/anonpseudo.pdf>

**85.** Kalinock Sabine, «Going on Pilgrimage Online. The Representation of the Twelver-Shia in the Internet», *Online- Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 2/1 (2006), 6-23,

**86.** Καλογερόπουλος Αντώνης, Παναγιώτου Νίκος, Δημητράκοπούλου Δήμητρα, «Η ενημέρωση, το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», *Η Καθημερινή*, 9.1.2017.

**87.** Καναούτη Σοφία, «Η νέα κουλτούρα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης», περ. *Kaboom*, 5 (2018), 137-160,

**88.** Καραμούζης Πολύκαρπος, «Η αναπαραγωγή των θρησκευτικών δομών εξουσίας στο διαδίκτυο», *Παιδαγωγικά Ρεύματα στο Αιγαίο*, τ.8, 2015.

**89.** Καραμούζης Πολύκαρπος, «Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι μετασχηματισμοί της θρησκευτικής ταυτότητας», *Σύναξη*, 147 (Ιούλιος- Σεπτέμβριος 2018): «Τεχνολογία και Ανθρωπολογία: Μία κρίσιμη σχέση», 46-59,

90. Καραμπάσης Ζαφείρης (2008), *Το blogging στην Ελλάδα: Προφίλ, Κίνητρα και Πρακτικές των ελληνόφωνων Bloggers*, μεταπτ. εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Ψυχολογίας,
91. «Κοινωνικά δίκτυα και Web 2.0», [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/728/3/02\\_chapter\\_06.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/728/3/02_chapter_06.pdf)
92. Κουκουνάρας-Λιάγκης Μάριος (2012), «Οι θρησκείες στο σχολείο. Μία μετανεωτερική προσέγγιση της θρησκευτικής εκπαίδευσης με τεχνικές από το θέατρο στην Εκπαίδευση», *Θέατρο & Εκπαίδευση: Δεσμοί Αλληλεγγύης* (Γκόβας Ν., Κατασαρίδου Μ, Μαυρέας Μ, επιμ.), 232-239, <http://users.sch.gr/theatro/Praktika2012%20Gr/D5Koukounaras%20ndn%20Gr.pdf>
93. Κουτσογιαννοπούλου Νικολίτσα (2013), *Τα νέα μέσα ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης (Social Media) και η σχέση τους με την καταναλωτική συμπεριφορά*, διπλ. εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών,
94. Κρούστης Ιωάννης (2012), *Κυβερνοχώρος ως μία νέα πρόταση επικοινωνίας*, Σπάρτη,
95. Larsen Elena (2000), «Wired churches, wired temples: Taking Congregations and missions into Cyberspace», *Pew Internet & American Life Project: Online life report*, 1-22,
96. Lüders Marika, 'Conceptualizing personal media', *New Media & Society*, 2008/10, 683-702,
97. Λυστάρ Ζαν- Φρανσουά (1993), *Η μεταμοντέρνα κατάσταση*, (μετ. Θεοδ. Γεωργίου), Γνώση, Αθήνα,
98. MacWilliams Mark W., «Virtual Pilgrimages on the Internet», *Religion*, 32 (2002), 315-335,
99. ΜακΚουέιλ Ντένις, *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21<sup>ο</sup> αιώνα*, (Κ. Μεταξά, μετ.), εκδόσεις Καστανιώτης, Αθήνα 2003,
100. McClure P. K., «Tinkering with Technology and Religion in the Digital Age: The Effects of Internet Use on Religious Belief, Behavior, and Belonging», *Journal for the Scientific Study of Religion*, 56/3 (2017), 481-497,

- 101.** Μάλλιαρης Νίκος, «Με αφορμή τον θάνατο του Στιβ Τζόμπς», περ. *Πρόταγμα*, 6 (2013), 151-169,
- 102.** Markovik M. (2018), «Real Self-Concept versus digital identity on Facebook», <https://www.researchgate.net/publication/322339348>  
REAL SELF-CONCEPT VERSUS DIGITAL IDENTITY ON FACEBOOK
- 103.** Μεγαγιάννης Βασίλειος (2017), *Ιστορικό διακείμενο και λογοτεχνία: Θεωρία, έρευνα σε μαθητές Λυκείου και διδακτική αξιοποίηση*, διπλ. εργασία, ΕΚΠΑ, Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης,
- 104.** «mechanic sex appeal», *Cyborg*, 5 (2016), 5-20,
- 105.** Miczek Nadja, «Online Rituals in Virtual Worlds», *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3/1 (2008), 152-157,
- 106.** «μίλα...στη φωνή της μηχανής», *Cyborg*, 1 (2014), 9-22,
- 107.** Min Li, «Symbol and Intercourse: Visuality of Chinese Cyber Symbol and Intercourse of Cyber Public Space», *Cross-Cultural Communication*, 11/11 (2015), 52-57,
- 108.** Mitchelstein Eugenia, Boczkowski Pablo, «Between Tradition and change. A review of recent research on online news production», *Journalism*, 10/5 (2009), 562-586,
- 109.** Morris Merrill, Christine Ogan, «The Internet as Mass Medium», *Journal of Communication*, 46/1 (1996), 39-50,  
<https://academic.oup.com/jcmc/article/1/4/JCMC141/4584353>
- 110.** Mortensen Torill Elvira, Rettberg Jill Walker (2002), «Blogging thoughts : personal publication as an online research tool», <https://www.researchgate.net/publication/239581834> Blogging thoughts personal publication as an online research tool/download
- 111.** Μπεκριδάκης Δημήτρης (2010), «Απόπειρα διερεύνησης των Θεολογικών όρων άρθρωσης του Τεχνικού φαινομένου» [http://e-theologia.blogspot.com/2010/11/blog-post\\_8064.html](http://e-theologia.blogspot.com/2010/11/blog-post_8064.html)
- 112.** Μπεκριδάκης Δημήτρης, «Η Αναστήλωση των Εικόνων. Εικονική Πραγματικότητα και Ορθόδοξη Εικονογραφία», *Θρησκευολογία*, 1 (2000), 113-122,

**113.** Μπεκριδάκης Δημήτρης, «Η φύση της Πραγματικότητας στον Υπερβατικό Διαλογισμό», *Θρησκευολογία*, 6-7 (2005), 177-192,

**114.** Μπεκριδάκης Δημήτρης (2018), «Machina ex Deo» , στο *Μετάνθρωπος. Ζώντας σ' ένα ψηφιακό κόσμο*, (Δ. Γερούκαλης, επιμ.), εκδόσεις Αρμός, 109-182,

**115.** Μπεκριδάκης Δημήτρης, «Πέρα από τον «εξαγριωμένο» θάνατο. Αντιλήψεις για τον Θάνατο στο New Age», *Θρησκευολογία*, 3 (2002), 153-170,

**116.** Μπουντουρίδης Μωϋσής, «Μία γενική παρουσίαση του Internet και του Παγκόσμιου Ιστού», <https://thalis.math.upatras.gr/~mboudour/articles/gpipi.html>

**117.** Murley Bryan (2005), «The mediahood of all receivers», [https://www.academia.edu/176994/The Mediahood of All Receivers New Media New Church and New Challenges](https://www.academia.edu/176994/The_Mediahood_of_All_Receivers_New_Media_New_Church_and_New_Challenges)

**118.** Nelson T. H. (1965), «A File Structure for the Complex, the Changing and the Intermediate», *ACM 20<sup>th</sup> National Conference, Proceedings*, <http://csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf>

**119.** Nwammuo Angela Nkiru, «Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of Digital Media Forms alongside African Traditional Media», *African Research Review*, 5/2 (2011), 115-125,

**120.** «Οι δυνατότητες του μετα- ανθρωπισμού», *Cyborg*, 1 (2014), 5-7,

**121.** «Οι μαργαριταρένιες πύλες του κυβερνοχώρου», *Cyborg*, 2 (2015), 77-84,

**122.** Orehek Edward, Human Lauren, « Self-Expression on Social Media: Do Tweets Present Accurate and Positive Portraits of Impulsivity, Self-Esteem, and Attachment Style?», *Personality and Social Psychology Bulletin* 43/1 (2017), [https://www.researchgate.net/publication/312105499\\_SelfExpression\\_on\\_Social\\_Media\\_Do\\_Tweets\\_Present\\_Accurate\\_and\\_Positive\\_Portraits\\_of\\_Impulsivity\\_SelfEsteem\\_and\\_Attachment\\_Style](https://www.researchgate.net/publication/312105499_SelfExpression_on_Social_Media_Do_Tweets_Present_Accurate_and_Positive_Portraits_of_Impulsivity_SelfEsteem_and_Attachment_Style)



**123.** Ouellet Maxime, Ménard Marc, Bonenfant Maude, Mondoux André, «Big Data και ποσοτικοποίηση του εαυτού», περ. *Kaboom*, 5 (2018), 94-95,

**124.** Paracharissi Zizi, «Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups», *New Media & Society*, 6 (2004), 259-283,

**125.** Παπαθανασόπουλος Στέλιος, Ξενοφώντος Μαρία, Καραδημητρίου Αχιλλέας, Ντάγκα Ιουλία, Αθανασιάδης Ηλίας, «Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και οι Έλληνες: Η περίπτωση του Facebook», *Ζητήματα Επικοινωνίας*, 16-17 (2013), 20-45,

**126.** Parker Laura (2014), «How to become virtually Immortal», *The New Yorker*, <https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/how-to-become-virtually-immortal>

**127.** Πλεξίδας Ιωάννης, «Το τέλος του Ανθρώπου: Μία χριστιανική προσέγγιση στην έννοια του Μεταθρώπου», στο *Μετάνθρωπος. Ζώντας σ' ένα ψηφιακό κόσμο*, (Δ. Γερούκαλης, επιμ.), εκδόσεις Αρμός, 183-206,

**128.** Πόστμαν Νηλ (2002), *Η Πυξίδα του Μέλλοντος. Πώς το παρελθόν μπορεί να βελτιώσει το μέλλον μας*, (Κάτια Μεταξά μετ.), Επικοινωνία και Κοινωνία, εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα,

**129.** Postrel Virginia, «Alone but not lonely», <https://vpostrel.com/articles/alone-but-not-lonely>

**130.** Rice Jeff, «Networked Exchanges, Identity, Writing», *Journal of Business and Technical Communication*, 23 (2009), 294-317,

**131.** Ρομπόλας Γιώργος, «Είναι τα chatbots τα νέα apps;», *Η Καθημερινή*, 13.1.2017,

**132.** Salmon Christian, «Les tacles font le spectacle», *Le (nouveau) Magazine Littéraire*, 15 (2019), 38-39,

**133.** Sanders Lynn M., «Against deliberation», *Political Theory*, 25/3 (1997), 347-376,

**134.** Savin-Baden Maggi, Burden David, «Digital Immortality and Virtual Humans», *Postdigital Science and Education*, 2018, 1-17,

**135.** Schroeder Ralph, Heather Noel, Lee Raymond, «The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4/2 (1998), <https://academic.oup.com/jcmc/article/4/2/JCMC425/4584380>

**136.** «Second Life, plongez dans l' autre monde», *Newsweek-Courrier International* (2007), 77-79,

**137.** Selwyn Neil, «Reconsidering Political and Popular Understanding of the Digital Divide», *New Media & Society*, 6/3 (2004), 341-362,

**138.** Sharashanidze D (πρωτοπρεσβύτερος), «The era of new media technologies and its challenges», στο *1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής*, (7,8,9 Μαΐου 2015), <http://www.dmorpc15.com/program-2/>

**139.** Sherrard Philip (2019), *Ελληνική Ανατολή και Λατινική Δύση. Σπουδή στην Χριστιανική Παράδοση*, εκδόσεις Αρμός, Αθήνα,

**140.** Siisiäinen Martti (2000), «Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putnam», Paper presented at ISTR Fourth International Conference "The Third Sector: For What and for Whom?" Trinity College, Dublin, Ireland July 5-8, 2000, [https://www.researchgate.net/publication/200031251\\_Two\\_Concepts\\_of\\_Social\\_Capital\\_Bourdieu\\_vs\\_Putnam](https://www.researchgate.net/publication/200031251_Two_Concepts_of_Social_Capital_Bourdieu_vs_Putnam)

**141.** Skoric Marko M., Ying Deborah, Ng Ying, «Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Political Participation in Singapore», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (2009), 414-433,

**142.** Στασινόπουλος Νικόλαος (2001), *Μία ψυχαναλυτική κριτική στην επικοινωνιακή θεωρία περί Προσομοίωσης του Jean Baudrillard*, διδ. εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο

**143.** Sterling Bruce (1992), *The Hacker Crackdown. Law and Disorder on the Electronic Frontier*, Bantam Books,

**144.** Straarup Jørgen, «Pinocchio goes to church. The religious life of avatars», *The International Conference Church and Mission in a Multireligious Third Millennium*, 28.1.2010, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:347066/FULLTEXT01.pdf>

**145.** Strate Lance, «The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation», *Western Journal of Communication*, 63/3 (1999), 382-412,

**146.** Συμεών Βενετσιάνος, Αρχιμανδρίτης, «Το Διαδίκτυο στην υπηρετική υποστολή της Εκκλησίας: Από τον ζήλο της ιεραποστολής μέχρι και την ευθύνη της ισορροπίας», *Εισήγηση- Συνοδική Επιτροπή Τύπου, Δημοσίων Σχέσεων και Διαφωτίσεως*, <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/press/venetsianos.htm>

**147.** Τερζάκης Φώτης, «Ανιχνεύοντας το Ιερό...», *Θεός & Θρησκεία*, 2 (Απρίλιος 1999), 138,

**148.** «Theodore H (Ted) Nelson coins the word Hypertext» [http://www.computinghistory.org.uk/det/6984/Theodore-H-\(Ted\)-Nelson-coins-the-word-Hypertext/](http://www.computinghistory.org.uk/det/6984/Theodore-H-(Ted)-Nelson-coins-the-word-Hypertext/)

**149.** Thumma Scott, «Religion and the Internet», [http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma\\_article6.html](http://hrr.hartsem.edu/bookshelf/thumma_article6.html)

**150.** Tomasello Tami, Lee Youngwon, Baer April, «New Media research publication trends and outlets in communication, 1990-2006», *New Media & Society*, 12/4 (2010), 531-548,

**151.** Τσιρώνης Χ.Ν. , «Λόγος και πίστη στο διαδίκτυο. Ένα σημείωμα Κοινωνιολογίας του Χριστιανισμού», *Σύναξη*, 132 (Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2014): «Η πίστη σήμερα», 52-61,

**152.** Τσουνής Ανδρέας, Σαράφης Παύλος, «Κοινωνικό Κεφάλαιο: Μία απόπειρα εννοιολογικής οριοθέτησης του όρου», *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 12' 66 (2016), 141-171,

**153.** «Using the Internet May Prompt Religious 'Tinkering' Rather than Belief in Only One Religion», <https://www.baylor.edu/media/communications/news.php?action=story&story=192489>

**154.** Uslaner Eric, «Trust, Civic Engagement, and the Internet», *Political Communication*, 21 (2004), [https://www.researchgate.net/publication/2405374\\_Uslaner\\_Trust\\_Civic\\_Engagement\\_and\\_the\\_Internet\\_1](https://www.researchgate.net/publication/2405374_Uslaner_Trust_Civic_Engagement_and_the_Internet_1)

**155.** Viires Piret, «Literature in Cyberspace», <http://www.folklore.ee/Folklore/vol29/cyberlit.pdf>

**156.** Virilio Paul (1994), *The Vision Machine*, (J. Rose transl.), Indiana University Press, Bloomington & Indianapolis,

**157.** Walsh Lucas, Barbara Julien, «Speed, International Security, and 'New War' Coverage in Cyberspace», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (2006), 189-208,

**158.** Warren Mark E., «Deliberative Democracy and Authority», *American Political Science Review*, 90/1 (1996), 46-60,

**159.** Wellman Barry, Jeffrey Boase, Wenhong Chen, «The Networked Nature of Community: Online and Offline», *IT & Society*, 1/1 (2002), 151-165,

**160.** Wertheim Margaret, «Ο κυβερνοχώρος επιστρέφει στο Μεσαίωνα», *futura*, 7 (2001), 223-236,

**161.** Williams Dmitri, «On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11/2 (2006), article 11, <https://academic.oup.com/jcmc/article/11/2/593/4617735>

**162.** Wise Justin (2014), *The Social Church. A Theology of Digital Communication*, Moody Publishers, Chicago,

**163.** Χαλάτσης Δημήτρης (2008), *Η σύνθεση πληροφοριών από πηγές ως κειμενικό είδος. Αναπτυξιακές διαστάσεις*, μεταπτ. εργασία, ΑΠΘ, Παιδαγωγική Σχολή,

**164.** Yano Tae, William W. Cohen, Noah A. Smith (2009), «Predicting response to Political Blog Posts with Topic Models, Human Language Technologies», *The 2009 Annual Conference of the North American Chapter of the ACL*, 477-485,

**165.** Young Glenn, «Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity», στο *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, (Lorne L Dawson, Douglas E. Cowan, eds.), Routledge, New York and London, 93-106,

**166.** Υφαντή Παναγιώτη, «Your own. Personal Jesus...Η πνευματική πατρότητα στα χρόνια της πληροφορίας», *Σύναξη*, 132 (2014), 43-51,

**167.** Zaman Tabassum (2010), «Facebook: Utopia, Dystopia or Heterotopia», <http://dspace.bracu.ac.bd:8080/xmlui/bitstream/handle/10361/5174/18.%20Tabassum%20zaman.pdf;sequence=1b>

**168.** Zerega Blaise (2018), «Virtual Immortality», <https://altaonline.com/virtual-immortality/>

**169.** Zhang Joanna (2010), «Social Media and Distance Education», *Instructional Support Specialist Center for Support of Instruction*, <https://www.scribd.com/document/160525480/Social-Media-and-Distance-Education-De-Oracle>

**170.** Zhao Dejin, Rosson Mary Beth, « How and Why people twitter: The role that Micro-blogging plays in informal Communication at work», [http://pensivepuffin.com/dwmcphd/syllabi/insc547\\_wi13/papers/microblog/zhao.rosson.Twitter.GROUP09.pdf](http://pensivepuffin.com/dwmcphd/syllabi/insc547_wi13/papers/microblog/zhao.rosson.Twitter.GROUP09.pdf)

**171.** «101 Best (FREE) Ways How To Promote A Blog and Increase Traffic», <https://startbloggingonline.com/how-to-promote-your-blog-and-get-visitors/>