

**Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας  
Σχολή Οικονομικών Επιστημών  
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας**



**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση  
«Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**Θρησκευτική προσέγγιση στα Social Media -  
Η παρουσία της Εκκλησίας στα κοινωνικά δίκτυα**

**ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΚΑΣΗΣ  
Α.Μ.: MPP 00069**

**(υποβλήθηκε στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας –  
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας)**

ΚΟΖΑΝΗ 2023

**Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών  
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση  
«Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**Θρησκευτική προσέγγιση στα Social Media -  
Η παρουσία της Εκκλησίας στα κοινωνικά δίκτυα**

**ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΚΑΣΗΣ  
Α.Μ.: ΜΡΡ 00069**

**Επιβλέπων Καθηγητής:  
ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:  
ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
ΣΑΠΡΙΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ  
ΖΗΣΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**ΔΗΛΩΣΗ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής, γεγονός που σημαίνει αποτυχία στην Διπλωματική Εργασία μου και κατά συνέπεια αποτυχία απόκτησης του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, πέραν των λοιπών συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δηλώνω, συνεπώς, ότι αυτή η εργασία μου προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι, αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

Όνομα & Επώνυμο Συγγραφέα (Με Κεφαλαία):

ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΚΑΣΗΣ

.....

Υπογραφή (Ολογράφως, χωρίς μονογραφή):

ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΚΑΣΗΣ

.....

13 Φεβρουαρίου 2023

Ημερομηνία (Ημέρα – Μήνας – Έτος):

## Ευχαριστίες-Αφιερώσεις

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Ψηφιακό Μάρκετινγκ», του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα μέλη του Μεταπτυχιακού αυτού Προγράμματος, και συγκεκριμένα την εκπαιδευτική ομάδα του Π.Μ.Σ., η οποία με απόλυτη επιτυχία κατάφερε να δώσει μία πλήρη εικόνα του κλάδου «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν & Ψηφιακού Μάρκετινγκ», παρέχοντας καθοδήγηση και γνώση, δίνοντας έμπνευση για περαιτέρω επιστημονική αναζήτηση στο μέλλον.

Δεν θα ήθελα να παραλείψω σε καμία περίπτωση τον υπεύθυνο καθηγητή μου, Ιωάννη Αντωνιάδη, Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, ο οποίος είναι εξάίρετος επιστήμονας και άνθρωπος.

Τέλος, η σύντροφος μου Χριστίνα και το στενό οικογενειακό - εργασιακό περιβάλλον ήταν ανέκαθεν το στήριγμα μου σε αυτή τη προσωπική, επαγγελματική αναζήτηση.

Σας ευχαριστώ όλους από καρδιάς και ανεξαιρέτως.

## Αντί Προλόγου

*«Το Ίντερνετ είναι δώρο από τον Θεό»*

*Πάπας Φραγκίσκος*

*"The Internet is a gift from God"*

*Pope Francis*

## Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες-Αφιερώσεις .....	4
Αντί Προλόγου .....	5
Περίληψη.....	7
Abstract .....	9
Κεφάλαιο 1. «Εισαγωγή» .....	11
Κεφάλαιο 2. «Το σύγχρονο γίνεσθαι υπό το βλέμμα των πλατφορμών δικτύωσης»	14
2.1. Τα μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων .....	14
2.2. Οι θετικές και οι αρνητικές τους επιδράσεις .....	16
2.2.1 Θετικές Επιδράσεις .....	16
2.2.2 Αρνητικές επιδράσεις .....	18
Κεφάλαιο 3. «Βιβλιογραφική ανασκόπηση της επίδρασης των νέων τεχνολογιών στις διάφορες θρησκείες» .....	20
3.1. Η κοινωνική και θρησκευτική πλαισίωση των μέσω κοινωνικής δικτύωσης .....	20
3.2. Η τεχνολογία των μέσων υπό την οπτική του Ισλάμ και του Ινδουισμού .....	23
3.2.1 Ισλάμ .....	23
3.2.2 Ινδουισμός .....	27
Κεφάλαιο 4. «Θρησκευτική ταυτότητα και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης» .....	30
4.1. Ψηφιοποίηση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Εκκλησία .....	30
4.2. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ουδέτερο εργαλείο κατήχησης της Εκκλησίας .....	33
4.3 Ο τρόπος επικοινωνίας της Εκκλησιαστικής Αρχής .....	36
4.4 Marketing Analysis .....	40
4.5 Data Analysis .....	57
Επίλογος - Συμπεράσματα.....	68
Βιβλιογραφία.....	71

## Περίληψη

Η παρούσα εργασία αναφέρεται στο θέμα των “social media” υπό το πρίσμα θρησκευτικής προσέγγισης. Για την πραγμάτωση του εγχειρήματος αυτού, το όλο θέμα διερευνάται με γνώμονα τη σχέση που διαμορφώνεται μεταξύ ποιμαντικής των νέων μέσω επικοινωνίας. Η σύγχρονη εποχή του 21ου αιώνα χαρακτηρίζεται ως εποχή της ταχύτητας και μάλιστα της ταχύτητας στη μετάδοση της πληροφορίας. Σ’ αυτή την πορεία πληροφόρησης εισέρχονται και οι άνθρωποι της Εκκλησίας, κληρικοί και λαϊκοί. Η πληροφορία, ως ενημέρωση ιδιαίτερα στον κυβερνοχώρο, χρειάζεται ειδική μεταχείριση. Χρειάζεται υπευθυνότητα, προσοχή, ουδετερότητα και σοβαρότητα. Από τη μια η Εκκλησία δυσκολεύεται, ένεκα της πνευματικής φύσης της, να διαφημίζει το έργο της. Από την άλλη καλείται να πληροφορεί και να προβάλλει το έργο και τη διακονία της χάριν των ανθρώπων και με σεβασμό προς τον άνθρωπο. Βέβαια, δεν είναι λίγες οι φορές που διαπιστώνεται είτε να μην ακούγεται ευρέως η φωνή της είτε, ακόμη πιο επικίνδυνο, να αλλοιώνεται βάναυσα. Η διπλωματική διαιρείται σε τέσσερα κεφάλαια. Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια εισαγωγή στον χώρο των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στον αντίκτυπο που έχουν μέσα στην κοινωνία. Η πληροφορία εκτός από ενημέρωση για εκκλησιαστικά γεγονότα και δράσεις, θα πρέπει να διακονεί και τη θεολογία και την πνευματική ωφέλεια καθώς και τη σωτηρία των ανθρώπων, δηλαδή την κατά χάριν θέωση και ένωση με το Θεό. Έργο απαραίτητο, το οποίο δεν θα πρέπει να περιφρονείται στο βωμό της ακροαματικότητας ή τηλεθέασης από τη μηχανή της παραγωγής ή διανομής της πληροφορίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, στον τρόπο με τον οποίο δημιουργούνται και στους σκοπούς που εξυπηρετούν. Παράλληλα, αναλύονται οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που πραγματοποιούνται μέσα στο κοινωνικό σύνολο. Από δεκαετίας και πλέον το διαδίκτυο (Internet) και ειδικά τα «Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης» (Social Media) δέχονται ένα καταγισμό «θρησκευτικής» παραπληροφόρησης. Το διαδίκτυο είναι μία τεράστια χοάνη που ανακατεύει και «σερβίρει» τα πάντα υπό τον μανδύα της αληθοφάνειας κι αλίμονο σε όποιον αποίμαντο πιστό θελήσει να ενημερωθεί για θέματα εκκλησιαστικά ή ακόμη και θρησκευτικά, θρησκευιολογικά, μεταφυσικά ή και αποκρυφιστικά από το διαδίκτυο. Το έργο της Εκκλησίας είναι να συνοδεύει τον άνθρωπο στην πορεία του και το διαδίκτυο αποτελεί, μη αναστρέψιμο, αναπόσπαστο μέρος αυτής της διαδρομής. Στο τρίτο και

κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας, επιτελείται μια διεξοδική ανασκόπηση στην επίδραση των νέων τεχνολογιών σε σχέση με διάφορες θρησκείες, όπως το Ισλάμ και ο Ινδουισμός. Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται η θρησκευτική ταυτότητα και οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης μέσα στην Εκκλησία. Επιπροσθέτως, τονίζεται ο ρόλος της αυθεντίας που χαρακτηρίζει την Εκκλησία, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνεί και εργάζεται μέσα σε έναν συνεχώς εξελισσόμενο κόσμο. Η Εκκλησία σήμερα καλείται να ασκήσει μια νέα μορφή πολιτισμικής διακονίας στον ψηφιακό κόσμο, να απευθύνει το ευαγγελικό μήνυμα και να προσφέρει τις κατάλληλες ηθικές και ανθρωπολογικές προϋποθέσεις ως προς τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας, και ιδιαίτερα του αναδύμενου ψηφιακού πολιτισμού. Άλλωστε, διαχρονικά έχει αποδείξει ότι μπορεί να προσλαμβάνει και να μεταμορφώνει οποιοδήποτε εργαλείο τίθεται στην υπηρεσία της, είτε αυτό είναι η γλώσσα και η φιλοσοφία είτε η τέχνη και η μουσική. Αυτό στο οποίο καλείται, λοιπόν, σήμερα να απαντήσει είναι κατά πόσο έχει την ικανότητα να παρέμβει και να προκαλέσει μια οργανική διάδραση ανάμεσα σε αυτήν και στον ψηφιακό πολιτισμό, έχοντας ως στόχο το άνοιγμα αυτού του πολιτισμού στη διάδοση του Ευαγγελίου και της πατερικής παράδοσης. Τέλος, επεξηγείται ένα «Marketing Analysis» στα διάφορα κανάλια που χρησιμοποιούνται από την Εκκλησία ως μέσο διαποίμανσης του λαού του θεού. Ο Τόμας Έλιοτ στην «Έρημη χώρα» έγραφε ότι «αντικαταστήσαμε τη σοφία με τη γνώση». Τώρα πια, αντικαθιστούμε και τη γνώση με την πληροφορία. Στην πρόκληση της «τεχνοκρατικής» παγκοσμιοποίησης και του ομογενοποιημένου τρόπου ζωής, η παράδοση της Εκκλησίας μπορεί να προβάλει γόνιμα και δημιουργικά την αντιπρόταση της οικουμενικότητας και της καθολικότητας σε πνευματική βάση, τη δισχιλιόχρονη εμπειρία της οικουμενικής εκκλησιαστικής έκφρασης και αλήθειας, κατά την οποία εκφράστηκαν και πραγματοποιήθηκαν οι τολμηρότερες ιδέες και τα πλέον ριψοκίνδυνα ανοίγματα στην ιστορία και στον πολιτισμό.

**Λέξεις κλειδιά:** *Νέα Μέσα, Ορθόδοξη Εκκλησία, Ψηφιακός Κόσμος, Θρησκευτική Ιστότοποι, Αυθεντικότητα, Πολυμέσα, Κορωνοϊός*



## Abstract

This research work deals with the topic of "social media" in the light of a religious approach. For the realization of this project, the whole issue is explored in the light of the relationship that is formed between the pastoral of young people through communication. The modern era of the 21st century is characterized as an era of speed and even speed in the transmission of information. The people of the Church, clergy and laity, also enter this information process. Information, as information especially in cyberspace, needs special treatment. It needs responsibility, attention, neutrality and seriousness. On the one hand, the Church finds it difficult, because of its spiritual nature, to advertise its work. On the other hand, she is called to inform and promote her work and ministry for the sake of people and with respect for man. Of course, it is not uncommon for her voice to be seen either not being widely heard or, even more dangerously, being brutally altered. The thesis is divided into four chapters. Initially, the first chapter introduces the field of new social media and the impact they have on society. In addition to informing about ecclesiastical events and actions, information should also serve theology and spiritual benefit as well as the salvation of people, that is, the deification and union with God by grace. A necessary task, which should not be disregarded on the altar of audience or viewing by the machine of the production or distribution of information. In the second chapter, reference is made to social media platforms, the way they are created and the purposes they serve. At the same time, the positive and negative effects that take place within society as a whole are analyzed. For more than a decade, the Internet and especially the "Social Media" have been receiving a barrage of "religious" misinformation. The internet is a huge funnel that mixes and "serves" everything under the guise of plausibility and woe betide anyone who wants to be informed about ecclesiastical or even religious, religious, metaphysical or even occult issues from the internet. The task of the Church is to accompany man on his path, and the Internet is, irreversibly, an integral part of that journey. In the third chapter of the diploma thesis, a thorough review of the impact of new technologies in relation to various religions, such as Islam and Hinduism, is carried out. In the fourth chapter, religious identity and social networking applications within the Church are presented. In addition, the role of authority that characterizes it is emphasized, as well as the way in which it communicates and works in a constantly evolving world. The Church today

is called upon to practice a new form of cultural ministry in the digital world, to address the evangelical message, and to offer the appropriate moral and anthropological prerequisites for the use of modern technology, and especially the emerging digital culture. After all, over time it has proven that it can perceive and transform any tool at its service, be it language and philosophy or art and music. What he is called upon to answer today, then, is whether he has the ability to intervene and provoke an organic interaction between it and digital culture, with the aim of opening this culture to the fertility of the Gospel and the patristic tradition. Finally, a "Marketing Analysis" is explained in the various channels used by the Church as a means of enlightening god's people. Thomas Eliot in "The Wasteland" wrote that "we replaced wisdom with knowledge." Now, we are replacing knowledge with information. In the challenge of "technocratic" globalization and homogenized way of life, the tradition of the Church can fruitfully and creatively project the counterproposal of universality and universality on a spiritual basis, the two-thousand-year experience of ecumenical ecclesiastical expression and truth, during which the boldest ideas and riskiest openings in history and culture were expressed and realized.

**Key words:** *New Media, Social Media, Microblogging, Religious Digital Literacy, Religious Digital Literacy, Orthodox Church, Covid -19*

## Κεφάλαιο 1. «Εισαγωγή»

Στον εικοστό πρώτο αιώνα, οι τεχνικές εξελίξεις όπως ο υπολογιστής, το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είχαν βαθύ αντίκτυπο στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων. Η άνοδος και η ευρεία υιοθέτηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αποδοθεί, σε μεγάλο βαθμό, στη θεμελιώδη επιθυμία των ανθρώπων να διαδώσουν και να απορροφήσουν τη γνώση. Οι χρήστες στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να δημιουργήσουν δημόσια προφίλ, να συμμετέχουν σε κοινότητες και να αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους για να προωθήσουν προσωπικούς και κοινοτικούς στόχους. (Antoci et al., 2010). Βέβαια, δέον όπως σημειωθεί ότι έχουν αναφερθεί αρκετοί ορισμοί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως αυτοί των Chu και Kim (2011). Σημειώνεται, ότι τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν έναν τύπο διαδικτυακών μέσων οι οποίοι ευνοούν τη συνομιλία, εν αντιθέσει με τα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία παρέχουν περιεχόμενο αλλά δεν επιτρέπουν στους αναγνώστες να συμμετέχουν στη δημιουργία ή την ανάπτυξη του. Ο Kim (2011) ορίζει τα «κοινωνικά μέσα» ως «εφαρμογές που βασίζονται στον ιστό που ενημερώνονται από τις αρχές και τις πρακτικές του κινήματος Web 2.0». Αυτή η ιδεολογία προωθεί το περιεχόμενο και τη συνεργασία που δημιουργείται από χρήστες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, λοιπόν, είναι προϊόν της δεύτερης γενιάς του Διαδικτύου, στο οποίο κάθε χρήστης όχι μόνο έχει τη δύναμη να υποβάλλει υλικό στιγμιαία, αλλά και να αλληλοεπιδρά με άλλους χρήστες. Σύμφωνα με τον Jones (2009), τα μέσα είναι μια κατηγορία μέσων που διευκολύνει την επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ ατόμων σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον. Αυτή η κατηγορία αποτελείται κυρίως από κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, διάδοση περιεχομένου και σελιδοδείκτες ιστότοπου. Η ανατροφοδότηση, η συμμετοχή σε συζητήσεις και έρευνες, ο σχολιασμός και η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των ενδιαφερομένων ενθαρρύνονται μέσω των μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Όπως θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι φράσεις «Social Media» και «Social Networking» χρησιμοποιούνται συχνά στον τομέα των επικοινωνιών και της πληροφορικής και δεν ορίζονται σπάνια στα ελληνικά με τον όρο κοινωνική δικτύωση (αγγλιστί «Social Networking»). Μολαταύτα, είναι αξιοσημείωτο ότι υφίστανται σημαντικές διαφορές μεταξύ τους όταν μελετώνται από κοινού οι δύο όροι (Jones, 2009).

Σε πρώτη ανάγνωση, ο όρος «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» αναφέρεται στα μέσα (εργαλεία) για ανταλλαγή πληροφοριών, δεδομένων και επικοινωνία με το κοινό, ενώ ο όρος «κοινωνική δικτύωση» αναφέρεται στη δημιουργία και χρήση κοινοτήτων με απώτερο σκοπό να φέρει σε επικοινωνία ανθρώπους οι οποίοι έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Μάλιστα, ο όρος «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» αναφέρεται στα εργαλεία - μέσα και κοινωνική δικτύωση εν συγκρίσει με τον όρο «κοινωνική δικτύωση» αναφέρεται στη διαδικασία της κοινωνικής δικτύωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απίστευτα δημοφιλή επειδή παρέχουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να συνδέονται με άλλους, να δημιουργούν σχέσεις και να μοιράζονται πληροφορίες και εμπειρίες. Αυτή η δυνατότητα είναι που κάνει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο σημαντικό εργαλείο για την επωνυμία, την παροχή πληροφοριών και την επικοινωνία με το υποψήφιο καταναλωτικό κοινό (Goldbaum, 2008). Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι βρισκόμαστε στη μέση μιας επανάστασης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυτό είναι σημαντικό να το έχουμε κατά νου σε αυτό το περιβάλλον. Άνθρωποι όλων των ηλικιών και κοινωνικών στρωμάτων συρρέουν στα κοινωνικά δίκτυα για να δημιουργήσουν ουσιαστικές σχέσεις με τους άλλους. Τα απευθείας δίκτυα έχουν απεριόριστη πρόσβαση στο προφίλ ενός χρήστη, ενώ τα έμμεσα δίκτυα χρειάζονται από τον χρήστη να εγκρίνει τη σύνδεση. Υπάρχουν δύο κύρια κανάλια επικοινωνίας μάρκετινγκ: η πληρωμένη προώθηση και η από στόμα σε στόμα. Τα προϊόντα προωθούνται και πωλούνται μέσω της διαφήμισης, ενώ οι καταναλωτικές συνήθειες διαμορφώνονται από στόμα σε στόμα (Goldbaum, 2008). Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι οι ιστότοποι που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για να συνδεθούν με άλλους στο διαδίκτυο. Αυτοί οι ιστότοποι χρησιμεύουν ως εικονικές κοινότητες, συνδέοντας άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα στο διαδίκτυο. Τα μέλη αυτών των ομάδων μπορούν να αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο, βλέποντας τα προφίλ και στέλνοντας προσωπικά μηνύματα για να μάθουν περισσότερα το ένα για το άλλο. Φυσικά, είναι σημαντικό να υπενθυμίσουμε ότι το «Friendster» ήταν ο πρώτος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης (επίσης γνωστός ως διαδικτυακό κοινωνικό δίκτυο) που υπήρχε, το 2002. Οι χρήστες μπορούν να συστηθούν, να επεκτείνουν τους κοινωνικούς τους κύκλους και να κάνουν ή να διατηρούν επαφή με άτομα χρησιμοποιώντας αυτές τις πλατφόρμες. Ανάμεσα στους πολλούς διαθέσιμους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, το Facebook ήταν αυτό με τα περισσότερα μέλη που έχουν εγγραφεί στην υπηρεσία. Από τον Ιούνιο του 2008, το Facebook είχε 132 εκατομμύρια χρήστες και αυξανόταν με ρυθμό 200% ετησίως όσον αφορά τις νέες

εγγραφές, καθιστώντας το έναν από τους, αν όχι τους πιο δημοφιλείς, διαθέσιμους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Κατά συνέπεια, η κοινωνική δικτύωση έχει σαφώς εξελιχθεί σε ένα αμφίδρομο μέσο επικοινωνίας που διευκολύνει τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ ατόμων που έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Ο όρος «κοινωνικό δίκτυο» μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους. Μεταξύ αυτών, αξίζει να αναφερθούν οι κατωτέρω (Καζάκου, 2011). Η Καζάκου (2011) ορίζει τα κοινωνικά δίκτυα ως «πολυδιάστατα συστήματα επικοινωνίας και διαμόρφωσης ανθρώπινης πρακτικής και κοινωνικής ταυτότητας». Οι Walker et al. (1977) ορίζουν ένα κοινωνικό δίκτυο «ως το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων ένα άτομο διατηρεί την κοινωνική ταυτότητα, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση, συμμετοχή σε υπηρεσίες, έχει πρόσβαση σε πληροφορίες και κάνει νέες κοινωνικές επαφές».

## Κεφάλαιο 2. «Το σύγχρονο γίνεσθαι υπό το βλέμμα των πλατφορμών δικτύωσης»

### 2.1. Τα μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων

Οι ιστότοποι παρέχουν μια υπηρεσία με την οποία οι χρήστες μπορούν να παράγουν και να δημοσιεύουν το δικό τους περιεχόμενο, δημιουργώντας ψηφιακές φιλίες και ανταλλάσσοντας κάθε είδους ψηφιακό περιεχόμενο (εικόνες, κείμενο, συνδέσμους, βίντεο). Μπορούν επίσης να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες όπως διαδικτυακή συνομιλία, να συμμετέχουν σε διαγωνισμούς και παιχνίδια και να μοιράζονται τις προσωπικές τους σκέψεις και δραστηριότητες. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν πολλοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης που διατίθενται στη σύγχρονη εποχή. Οι ιστότοποι διακρίνονται γενικά σε κατηγορίες σύμφωνα με τα ακόλουθα:

- i. Ο σκοπός της δικτύωσης είναι να φέρει κοντά τους ανθρώπους ώστε να μπορούν να μοιράζονται πληροφορίες και να επικοινωνούν μεταξύ τους. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι σύνδεσης σε ένα δίκτυο και ο τρόπος με τον οποίο τα μέλη επικοινωνούν μεταξύ τους εξαρτάται από τον τύπο των πληροφοριών που ανταλλάσσουν. Άλλοι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης επικεντρώνονται σε συγκεκριμένα ενδιαφέροντα χρηστών, ενώ το Tumblr δεν έχει συγκεκριμένο στόχο ή αντικείμενο. Υπάρχουν δύο τύποι ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης:

- παραδοσιακοί
- σύγχρονοι.

Οι περισσότεροι παραδοσιακοί ιστότοποι έχουν ανοιχτή συνδρομή, πράγμα που σημαίνει ότι οποιοσδήποτε μπορεί να εγγραφεί. Ωστόσο, στους περισσότερους σύγχρονους ιστότοπους, χρειάζεστε μια πρόσκληση για συμμετοχή. Σε αυτούς τους ιστότοπους, τα μέλη μπορούν είτε να δημιουργήσουν το δικό τους δίκτυο φίλων είτε να διαγράψουν μέλη με τα οποία δεν μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα ή στόχους. (Walker et al., 1977). Ορισμένοι ιστότοποι επιτρέπουν σε οποιονδήποτε να εγγραφεί δωρεάν, ενώ άλλοι απαιτούν πρόσκληση από εγγεγραμμένο χρήστη. Τα μέλη μπορούν

να επικοινωνούν μεταξύ τους ιδιωτικά ή σε ομάδες, όπου όλοι μπορούν να δουν τις αναρτήσεις και τα σχόλια. (Walker et al., 1977).

- ii. Το περιεχόμενο που δημοσιεύουν ή ανταλλάσσουν τα μέλη του ιστότοπου μεταξύ τους είναι κείμενο, φωτογραφίες, ακόμη και βίντεο. Τα ιστολόγια, είναι όπου τα μέλη (bloggers) είναι επαγγελματικά ενεργοί ή έχουν προσωπικά ενδιαφέροντα σε έναν συγκεκριμένο τομέα ή θέμα και συνήθως θέλουν να δημοσιεύουν τις προσωπικές τους απόψεις με ευρύτερο τρόπο. Στόχος του είναι να προσεγγίσει τους καθημερινούς χρήστες του Διαδικτύου και να μοιραστεί τις απόψεις του μαζί τους ή να συμμετάσχει σε διάλογο. Υπάρχουν πολλές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαθέσιμες σήμερα. Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα είναι το Facebook, το Twitter, το YouTube και το Google+ (Walker et al., 1977).

Οι εφαρμογές Web 2.0 περιλαμβάνουν εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης. Όσον αφορά τις κοινωνικές συναναστροφές στο διαδίκτυο, μπορεί εύκολα κάποιος να επιλέξει από μια σειρά από διαφορετικές πλατφόρμες. Με τη βοήθεια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι άνθρωποι μπορούν να γνωρίσουν νέους ανθρώπους, να ανταλλάξουν πληροφορίες και να αναπτύξουν ουσιαστικούς δεσμούς. Άτομα που γνωρίζουν οι χρήστες, και όχι απλώς θέματα ενδιαφέροντος, γίνονται κεντρικά στις στρατηγικές αφοσίωσης των χρηστών. Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των χαρακτηριστικών των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και των ιδανικών που ενστερνίζονται και μοιράζονται οι χρήστες στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ τους. Η συνεργασία, η διάδοση ιδεών μέσω πρότασης και όχι επιβολής και η εθελοντική χρήση πόρων είναι μερικά από τα καθοριστικά χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Lai και Turban, 2008). Μάλιστα, σημειώνεται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χαρακτηρίζονται από πέντε βασικά χαρακτηριστικά: α) το περιεχόμενο με γνώμονα τον χρήστη, β) την κοινωνική αλληλεπίδραση, γ) το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες, δ) το απόρρητο ελεγχόμενο από τους χρήστες και τέλος στ) από την αποκέντρωση. Οποιος είναι υπεύθυνος για τον ιστότοπο ή το έγγραφο αποφασίζει πώς θα διανεμηθούν οι πληροφορίες. Ωστόσο, στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες του δικτύου τους είναι αυτοί που κάνουν τη διαφορά. Ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης δεν έχει λόγο ύπαρξης εάν κανείς δεν τον

χρησιμοποιεί. Η απήχηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προς τους χρήστες του Διαδικτύου πηγάζει σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητά τους να ενθαρρύνει τον διάλογο μεταξύ των χρηστών. Μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι κάτι περισσότερο από μια ομάδα συζητήσεων. Ανταποκρίνεται στις επιθυμίες και τις απαιτήσεις των χρηστών του, προσαρμόζοντας τις υπηρεσίες και τις δυνατότητες του στις απαιτήσεις τους. Λόγω της θεμελίωσης τους στην ιδέα της κοινότητας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξυπηρετούν έναν σκοπό ανάλογο με αυτόν των εκτός σύνδεσης κοινωνικών οργανώσεων ή κοινοτήτων που συνδέονται με κοινά ενδιαφέροντα ή ιδανικά. Οι χρήστες αποτελούν μέρος ενός δικτύου όπου τα δεδομένα και η γνώση μπορούν να κοινοποιηθούν ελεύθερα. Ο σκοπός ενός κοινωνικού δικτύου είναι να διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των συμμετεχόντων του. Η επιρροή και η δημοτικότητα ενός χρήστη μέσα σε ένα δίκτυο αυξάνεται σε ευθεία αναλογία με τον αριθμό και την ποιότητα των συνδέσεων που έχει κάνει εκεί. Τα συναισθήματα μπορούν επίσης να πυροδοτηθούν με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Τα κοινωνικά δίκτυα προσφέρουν στους χρήστες μια αίσθηση συναισθηματικής ασφάλειας και έναν βελτιστοποιημένο τρόπο διατήρησης επαφής με αγαπημένα πρόσωπα, καθιστώντας τους προτιμότερους από ιστότοπους που εστιάζουν στην πληροφόρηση. Ο Ahmad (2011) υποστηρίζει ότι οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν πλούσιες πληροφορίες για τους χρήστες και τα δίκτυά τους, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διάφορους επιχειρηματικούς σκοπούς. Η βιομηχανία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει επίσης δωρεάν υπηρεσίες μηνυμάτων και δεδομένων στους καταναλωτές και αντλεί όλα τα έσοδά της από τρίτους διαφημιστές. Δεδομένου ότι τα έσοδά τους προέρχονται από την προσοχή που λαμβάνουν, οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν τις υπηρεσίες τους δωρεάν σε μια προσπάθεια να προσελκύσουν τη μεγαλύτερη δυνατή βάση χρηστών.

## 2.2. Οι θετικές και οι αρνητικές τους επιδράσεις

### 2.2.1 Θετικές Επιδράσεις

Οι επιχειρήσεις μπορούν να προσεγγίσουν πελάτες σε όλο τον κόσμο με διάφορους τρόπους όταν χρησιμοποιούν ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και



το Twitter ως πλατφόρμες συνεργασίας. Αυτοί οι πόροι διευκολύνουν την ενσωμάτωση της τεχνολογίας στις εταιρικές λειτουργίες, διευκολύνουν τη διάδοση της γνώσης και ανοίγουν νέους δρόμους για εμπορική επιτυχία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που παρουσιάστηκαν παραπάνω, οι επιχειρήσεις βρίσκονται ακόμη σε στάδια σχεδιασμού για την υιοθέτηση αυτών των εργαλείων και δραστηριοποιούνται για να ξεπεράσουν σημαντικά εμπόδια, όπως η απαίτηση διαχείρισης αυτών των εργαλείων, η συμμετοχή της πληροφορικής, η διάδοση της νέας τεχνολογίας και του λογισμικού. Οι δυνατότητες δημιουργίας συνδέσεων με το κοινό και δημιουργίας μιας μοναδικής ταυτότητας επωνυμίας μέσω των social media είναι τεράστιες. Με τη σωστή προσέγγιση, οι επιχειρήσεις μπορούν να «αυξήσουν» τη φήμη τους, να βελτιώσουν τις δημόσιες σχέσεις τους και να ξεκινήσουν συζητήσεις σχετικά με την επωνυμία που γίνονται «viral» και ενισχύουν τις πωλήσεις (Walker et al., 1977). Ως αποτέλεσμα της δημοτικότητας των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πλέον τόσο νέες ευκαιρίες όσο και νέες προκλήσεις. Πρόσφατα σημειώθηκε έκρηξη στον αριθμό των εφαρμογών που βασίζονται στον ιστό που βασίζονται στη θεωρία των κοινωνικών δικτύων. Τα ιστολόγια, τα wiki, οι ετικέτες κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι μερικές από τις νέες τεχνολογίες που αλλάζουν τους τρόπους με τους οποίους οι εταιρείες επικοινωνούν και χειρίζονται πληροφορίες. Ενώ αλλάζουν καθιερωμένες εμπορικές εφαρμογές, αυτές οι καινοτομίες παρουσιάζουν νέους τρόπους για τις επιχειρήσεις να συνεργάζονται και να εμπορεύονται υπηρεσίες. Ως αποτέλεσμα του πολλαπλασιασμού των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μια μεγάλη ποικιλία νέων δυνατοτήτων και απειλών (Lai και Turban, 2008). Τα τελευταία χρόνια, η χρήση τεχνολογίας που βασίζεται στη λογική των κοινωνικών δικτύων έχει εκτοξευθεί στα ύψη στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Ιστού, κάτι που αναπόφευκτα επηρεάζει την επιχείρηση στο σύνολό της. Τα ιστολόγια, τα wikis, οι ετικέτες κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι μερικά μόνο παραδείγματα των νέων τεχνολογιών που θα μπορούσαν να διευκολύνουν βελτιωμένες μεθόδους διοργανωτικής συνεργασίας και διαχείρισης πληροφοριών. Αυτές οι καινοτομίες επαναπροσδιορίζουν τις επιχειρηματικές εφαρμογές και επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες επικοινωνούν και μοιράζονται τους πόρους. Οι επιχειρήσεις μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ένα τεράστιο κοινό ανεξαρτήτως τοποθεσίας, μπορούν πιο εύκολα να χωρίσουν το κοινό-στόχο τους σε εξειδικευμένες θέσεις με βάση

δημογραφικά και ψυχογραφικά δεδομένα και μπορούν να μεταφέρουν τη «γνώση» πιο γρήγορα και αποτελεσματικά χάρη στα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, η αφοσίωση στο προϊόν ή την υπηρεσία μιας εταιρείας μπορεί να ενισχυθεί με την παροχή συνεχών κινήτρων στους πελάτες μέσω προγραμμάτων κοινωνικής δικτύωσης. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι η συνεχής και ανώδυνη διαθεσιμότητα των σχολίων των πελατών σχετικά με τις ενέργειες και το επίπεδο ευτυχίας τους, η οποία είναι χρήσιμη τόσο για την ανάλυση της αγοράς όσο και για τη βελτίωση του προϊόντος.

Επιπλέον, ιστότοποι μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το Twitter μπορούν να προωθούν μια επιχείρηση όλο το εικοσιτετράωρο, κάθε μέρα του χρόνου, εξοικονομώντας χρήματα και διευκολύνοντας την εύρεση νέου προσωπικού. Υπάρχουν πολλές μεγάλες επιχειρήσεις που καρπώνονται τα οφέλη της διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η Coca-Cola για παράδειγμα, αποτελεί μια κοινή απεικόνιση μιας εταιρείας που έχει χρησιμοποιήσει με επιτυχία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο για να φτάσει στο δημογραφικό στόχο της. Ας λάβουμε υπόψη ότι ενώ το 88% των εταιρειών θα χρησιμοποιούν εργαλεία μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης έως το 2013. Ιστότοποι όπως το Facebook και το Twitter ενισχύουν την επικοινωνία με τους πελάτες και την έκθεση της επωνυμίας, ενώ παράλληλα φέρνουν την τεχνολογία στις επιχειρήσεις συνδέοντας άτομα μεταξύ τους και παρέχοντας πρόσβαση σε προηγουμένως μη διαθέσιμες πληροφορίες. Παρά αυτά τα ενθαρρυντικά ευρήματα, οι επιχειρήσεις εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα που σχετίζονται με την ενσωμάτωση και την υιοθέτηση νέων πλατφορμών και τεχνολογιών, όπως η απαίτηση διαχείρισης αυτών των εργαλείων και η δέσμευση ειδικών πληροφορικής.

### 2.2.2 Αρνητικές επιδράσεις

Ένας συνεχής κίνδυνος ο οποίος έγκειται στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι οι εξωτερικές «εισβολές» στα εταιρικά δίκτυα πληροφορικής. Τέτοιες επιθέσεις μπορεί να έχουν ως αποτέλεσμα την απώλεια εμπιστευτικών πληροφοριών και να προξενήσουν προβλήματα στα συστήματα πληροφορικής της εταιρείας (Lai και

Turban, 2008). Είναι δύσκολο να γνωρίζουμε πόσο συχνά χρησιμοποιούνται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε επιθέσεις στον κυβερνοχώρο, αλλά γνωρίζουμε ότι οι συνέπειες μπορεί να είναι καταστροφικές όταν συμβούν. Περιορίζοντας την πρόσβαση σε δυνητικά επικίνδυνους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, οι εταιρικές λύσεις κυβερνοασφάλειας μπορούν να συμβάλουν στη μείωση των κινδύνων που συνδέονται με την πρόσβαση σε αυτές τις πλατφόρμες. Ωστόσο, η αλλαγή των επικίνδυνων συνηθειών των εργαζομένων είναι η πιο αποτελεσματική μέθοδος για τη μείωση των κινδύνων που προκαλούνται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι εταιρείες μπορούν να κάνουν ουσιαστική πρόοδο προς τη βελτίωση της ασφάλειας μόνο αλλάζοντας αυτές τις πρακτικές.

Υπάρχουν εύλογες ανησυχίες σχετικά με το πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επηρεάσουν πράγματα όπως η παραγωγικότητα, η φήμη και η ασφάλεια μιας εταιρείας. Ωστόσο, η επισήμανση αυτού δεν αναιρεί την ανάγκη των εταιρειών να σχεδιάζουν και να επιβάλλουν πολιτικές για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτοί οι κανόνες δεν έχουν σκοπό να καταπνίξουν τη δημιουργικότητα ή την καινοτομία των εργαζομένων, αλλά μάλλον να τους κατευθύνουν σε παραγωγικούς τρόπους που ωφελούν την εταιρεία και τους συναδέλφους τους. Έκτοτε, έχει παρατηρηθεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αλλάξει τη δυναμική της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης. Είναι επίσης σημαντικό να επισημανθεί ότι η παραγωγικότητα των εργαζομένων μπορεί να υποφέρει εάν χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα κατά τις ώρες εργασίας (Lai και Turban, 2008).

## Κεφάλαιο 3. «Βιβλιογραφική ανασκόπηση της επίδρασης των νέων τεχνολογιών στις διάφορες θρησκείες»

### 3.1. Η κοινωνική και θρησκευτική πλαισίωση των μέσω κοινωνικής δικτύωσης

Το Διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο δικτύων που επιτρέπει νέες και καινοτόμες μορφές θρησκευτικής αλληλεπίδρασης και τελετουργίας. Αυτή η τεχνολογία επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν έναν νέο ψηφιακό χώρο συνδυάζοντας κείμενο, εικόνες και ήχο. Αυτός ο χώρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πειραματισμό και κοινή χρήση. Αυτός ο χώρος προσφέρει στους χρήστες την ευκαιρία να ανακαλύψουν και να ασχοληθούν με το περιεχόμενο με νέους και συναρπαστικούς τρόπους. Πολλοί θρησκευτικοί ηγέτες έχουν εκφράσει απόψεις και ανησυχίες σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου, οι οποίες μπορούν να συνδεθούν με βασικές ανησυχίες σχετικά με το πώς οι θρησκευτικές ομάδες πλαισιώνουν την ιδέα της κοινότητας, της αποστολικής διαδοχής και της εξουσίας, και τα γραπτά μέσα ή τα κείμενά της (Φάρος, 2009). Το πώς η θρησκευτική κοινότητα ερμηνεύει και βλέπει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τις θρησκευτικές πεποιθήσεις των μελών της. Τα πρότυπα ερμηνείας συμφωνούνται από την κοινότητα, με βάση την κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζει το κείμενο εντός της κοινότητας και ποιες αρχές έχουν το δικαίωμα και την ευθύνη να καθοδηγούν αυτές τις ερμηνείες. Οι ομάδες που ερμηνεύουν τα ιερά τους κείμενα πιο συντηρητικά ή κυριολεκτικά συχνά έχουν αυστηρότερα όρια όσον αφορά την κοινότητά τους. Αυτό συμβαίνει επειδή οι θρησκευτικές αρχές έχουν μεγαλύτερη επιρροή στον τρόπο με τον οποίο γίνονται αυτές οι ερμηνείες (Τσιρώνης, 2014). Διαφορετικές θρησκευτικές ομάδες έχουν διαφορετικές παραδόσεις και ανταποκρίσεις στα μέσα ενημέρωσης. Οι αντιδράσεις στις θρησκευτικές πεποιθήσεις δεν είναι ομοιόμορφες, αλλά αντιθέτως διαμορφώνονται από τα έθιμα και την καθημερινή ζωή της ομάδας των ανθρώπων που έχουν αυτές τις πεποιθήσεις. Τα διαφορετικά χριστιανικά δόγματα έχουν διαφορετικές προσεγγίσεις στη χρήση της τεχνολογίας, με βάση τις αντίστοιχες θρησκευτικές πεποιθήσεις και διδασκαλίες τους. Για παράδειγμα, οι Ορθόδοξοι Χριστιανοί μπορεί να είναι πιο πιθανό να στραφούν σε παραδοσιακές πηγές καθοδήγησης σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου, ενώ οι Καθολικοί Χριστιανοί μπορεί να είναι πιο ανοιχτοί στο να

αγκαλιάσουν νέες καινοτομίες. Είναι σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη όχι μόνο η παράδοση μιας θρησκευτικής κοινότητας, αλλά και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και η πρακτική της συγκεκριμένης ομάδας όταν εξετάζεται η χρήση των Μέσων και των Νέων Μέσων. Πρέπει να αναγνωριστεί ότι οι παραδόσεις και οι διδασκαλίες των θρησκευτικών κοινοτήτων παρέχουν μια φιλοσοφία επικοινωνίας που δίνει οδηγίες για το πώς πρέπει να ερμηνεύονται, να χειρίζονται και να αναλύονται τα ιερά κείμενα. Μέσα σε μια συγκεκριμένη θρησκευτική κοινότητα, υπάρχουν συνήθως κοινές πεποιθήσεις σχετικά με το πώς πρέπει να σχεδιάζονται και να χρησιμοποιούνται τα μέσα. Αυτές οι πεποιθήσεις οδηγούν συχνά σε άρρητους κανόνες σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης των μέσων ενημέρωσης (Καρεκλά, 2015). Η σχέση της κοινότητας με το ιερό της κείμενο μπορεί να παρέχει ενδείξεις για άγνωστες οδηγίες. Αυτό σημαίνει ότι οι στάσεις και οι πεποιθήσεις μιας κοινωνίας σχετικά με τα θρησκευτικά κείμενα μπορεί να συνδέονται με τις απόψεις της για διαφορετικές μορφές μέσων. Οι πεποιθήσεις μιας θρησκευτικής κοινότητας σχετικά με τη χρήση και τον ρόλο των ιερών κειμένων διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της μελλοντικής χρήσης των μέσων ενημέρωσης εντός αυτής της κοινότητας. Ο τρόπος με τον οποίο μια κοινότητα έχει ιστορικά προσεγγίσει και ερμηνεύσει κείμενα μπορεί να μας δώσει σημαντικές ενδείξεις για το πώς θα αντιμετωπίσει τις νέες μορφές μέσων. Η άποψη της κοινότητας για τη θρησκευτική εξουσία οδηγεί τις θρησκευτικές δεσμεύσεις στα μέσα ενημέρωσης, ειδικά όταν πρόκειται για την ερμηνεία ιερών κειμένων. Η εξουσία μιας θρησκείας βασίζεται σε συγκεκριμένους ρόλους που ανατίθενται σε ορισμένα άτομα. Υπάρχουν δύο κύριες πηγές εισοδήματος για τις θρησκευτικές οργανώσεις: δωρεές από άτομα και εισόδημα από αναγνωρισμένες θρησκευτικές δομές (Φάρος, 2009). Το τελευταίο περιλαμβάνει πράγματα όπως τα δέκατα, αμοιβές για θρησκευτικές υπηρεσίες και έσοδα από την πώληση θρησκευτικών βιβλίων και άλλου υλικού. Αυτή η πηγή εξουσίας θέτει τα όρια για την αποδεκτή έννοια. Ο τρόπος με τον οποίο μια θρησκευτική κοινότητα ερμηνεύει τα ιερά της κείμενα μπορεί να μας δώσει μια αίσθηση του ποιες πηγές θρησκευτικής εξουσίας θα είναι πιο σημαντικές γι' αυτήν στο μέλλον. Αυτό οδηγεί σε μια άλλη πτυχή. Οι θρησκευτικοί ηγέτες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία και τη διαμεσολάβηση της σημασίας που δίνεται στις επίσημες πηγές. Οι Χριστιανοί θρησκευτικοί ηγέτες υποστήριξαν τη χρήση του τυπογραφείου για θρησκευτική κατήχηση και ευαγγελισμό, γεγονός που έθεσε τα θεμέλια για τις μελλοντικές γενιές να υποστηρίξουν τη χρήση του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης και του Διαδικτύου για το σκοπό αυτό. Ο Βιβλικός Κανόνας θεωρείται

εμπνευσμένος και δημιουργημένος από τον Θεό και οι ηγέτες ενθαρρύνουν και μερικές φορές απαιτούν από τις κοινότητές τους να τον χρησιμοποιούν. Βλέπουν την τεχνολογία της γραφής, του τυπογραφείου και αργότερα των μέσων μαζικής ενημέρωσης ως πόρους που δόθηκαν από τον Θεό για θρησκευτικούς σκοπούς, ειδικά σε μια εποχή αυξημένης χρήσης του Διαδικτύου. Το νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν την αποδόμηση των παραδοσιακών εκκλησιαστικών δομών και το σχηματισμό ενός πιο συμμετοχικού τύπου θρησκείας. Αυτή η θρησκεία βασίζεται στην κοινή χρήση τοπικών θρησκευτικών και πολιτιστικών πηγών και χτίζει ενοριακές σχέσεις που είναι διαφορετικές από αυτές της θρησκευτικότητας εκτός σύνδεσης (Τσιρώνης, 2014).

Οι ηγέτες της εκκλησίας, όπως οι επίσκοποι, καθώς και διάκονοι της κηρυγματικής διακονίας μπορούν να συμπληρώσουν την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία τους με τις εκκλησίες τους και με άλλους μέσω της χρήσης του Διαδικτύου. Διευρύνονται, προσφέρουν συμβουλές και διαλέξεις και κινούνται μέσω του διαδικτύου. Θα είναι σε θέση να βοηθήσουν περισσότερους ανθρώπους και να αντιμετωπίσουν περισσότερα ζητήματα με αυτόν τον τρόπο. Η αποδοχή και η χρήση της νέας τεχνολογίας σε μια κοινωνία μπορεί να επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από τις απόψεις των θρησκευτικών ηγετών. Η υιοθέτηση τεχνολογίας αιχμής από την εκκλησία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πώς οι ηγέτες της εξηγούν και συζητούν αυτές τις καινοτομίες. Μέσω της χρήσης σύγχρονων διαύλων επικοινωνίας, ενδέχεται να αποκτήσουμε μια εικόνα για τα στοιχεία που οδηγούν τις αποφάσεις των θρησκευτικών ομάδων όταν ασχολούνται με παραδοσιακές μορφές μέσων. Όταν μελετάται η χριστιανική συμμετοχή σε διαδικτυακές κοινότητες, είναι χρήσιμο να γνωρίζουμε τους ρόλους που διαδραματίζουν η κοινότητα, το κείμενο και η εξουσία στο πλαίσιο της χρήσης των νέων μέσων και των θρησκευτικών κοινοτήτων. Υπάρχει τώρα μια ακμάζουσα θρησκευτική κοινότητα στο διαδίκτυο όπου οι άνθρωποι μπορούν να μοιράζονται τις πεποιθήσεις τους και να βρουν ενθάρρυνση ανεξάρτητα από το πού ζουν (Καρεκλά, 2015). Οι θρησκευτικές ομάδες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη διαδικτυακή συμπεριφορά των μελών τους, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης του Διαδικτύου. Οι υπάρχουσες απόψεις σχετικά με τη θρησκευτική εξουσία, την κοινότητα και τους παλαιότερους τρόπους επικοινωνίας συχνά επηρεάζουν τις αποφάσεις των ανθρώπων σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου και την υιοθέτηση της νέας τεχνολογίας. Η χρήση

του Διαδικτύου των θρησκευόμενων ανθρώπων τείνει να εμπίπτει σε προβλέψιμα μοτίβα που καθορίζονται από το ιστορικό της έκθεσής τους σε διάφορες μορφές μέσων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι απόψεις των ανθρώπων για τα θρησκευτικά κείμενα, τις αρχές και την κοινωνία γενικότερα επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο αξιολογούν το Διαδίκτυο (Τσιρώνης, 2014).

## 3.2. Η τεχνολογία των μέσων υπό την οπτική του Ισλάμ και του Ινδουισμού

### 3.2.1 Ισλάμ

Η αυξημένη δημοτικότητα των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στον αραβικό κόσμο έχει οδηγήσει ορισμένους μελετητές να αναμένουν αντίστοιχο αντίκτυπο στη θρησκευτική ζωή. Υποστηρίζεται συνήθως ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν τη θρησκευτικότητα και τις πρακτικές λατρείας των ανθρώπων. Ο αντίκτυπος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις θρησκευτικές συμπεριφορές των ατόμων και των κοινοτήτων πιστεύεται ότι είναι πιο βαθύς σε περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από συντηρητισμό και παραδοσιακότητα παρά σε περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από φιλελευθερισμό και διαφάνεια. Όπως και σε άλλες περιοχές, χώρες με μουσουλμανική πλειοψηφία έχουν γίνει μάρτυρες μιας ταχείας διάδοσης και υιοθέτησης πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter και το YouTube τον τελευταίο καιρό. Στον αραβικό κόσμο, το Facebook εξακολουθεί να είναι ο κορυφαίος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης με 81.302.064 χρήστες. Το Twitter ακολουθεί με 5.797.500 χρήστες (Arab Social Media Report, 2014). Η Αραβική Περιοχή είναι δεύτερη μετά τις ΗΠΑ όσον αφορά τον αριθμό των ημερήσιων προβολών στο YouTube. Με 90 εκατομμύρια προβολές βίντεο την ημέρα, η Σαουδική Αραβία έχει τον υψηλότερο αριθμό προβολών YouTube ανά χρήστη του Διαδικτύου παγκοσμίως (Arab News, 2014). Η επικοινωνία και η κατάκτηση της καρδιάς και του μυαλού των πιστών και των μη πιστών μέσω του *dawa* είναι μια κεντρική δέσμευση για πολλούς μουσουλμάνους και ισλαμικούς ηγέτες. Σήμερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένα ανεκτίμητο μέσο για την επιδίωξη του δρόμου του *dawa* και της διάδοσης των μουσουλμανικών σκέψεων. Η

χρήση των σύγχρονων ψηφιακών μέσων σπάνια επικρίνεται ότι είναι αντίθετη με τις ισλαμικές αρχές. Ο Μεγάλος Μουφτής της Σαουδικής Αραβίας, Abdul Aziz Al Shaikh, έχει μιλήσει κατά των καταστροφικών επιπτώσεων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το Twitter, λέγοντας ότι διευκολύνουν τη διάδοση ψευδών πληροφοριών και υπονομεύουν τις πραγματικές συνδέσεις. Παρόμοια τοποθετημένοι θρησκευτικοί αξιωματούχοι σε πολλά ισλαμικά έθνη έχουν εκδώσει φετβά που καταδικάζουν τη χρήση πλατφορμών μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter, αναφέροντας την εμπορευματοποίησή τους και την προώθηση ψευδών ως λόγους για τους οποίους είναι ασυμβίβαστες με τη σαρία. Ενώ ορισμένοι θρησκευτικοί ταγοί αποθαρρύνουν τις κοινότητες τους από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πολλοί άλλοι αξιοποιούν την ευρεία εμβέλεια αυτών των τοποθεσιών για να δημιουργήσουν τις εκκλησίες τους και τη θρησκεία τους. Ορισμένοι πρώτοι ιστότοποι του Διαδικτύου, όπως το Islam OnLine, εξυπηρετούσαν την ισλαμική κοινότητα προσφέροντας πνευματική καθοδήγηση και εθιμικές υπηρεσίες. Στη δεύτερη φάση της ιστορίας του Διαδικτύου, η εξάπλωση των ψηφιακών πλατφορμών συνέβαλε στη σταδιακή διάβρωση του θρησκευτικού φονταμενταλισμού. Πολλοί μουσουλμάνοι χρησιμοποιούν πλέον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μέρος για να διδάξουν τους άλλους για την πίστη τους, όπως έκαναν κάποτε σε ένα τζαμί. Ένα φαινόμενο που επινοήθηκε από κάποιους ως «φετβά του Facebook» έχει εμφανιστεί. Οι F-Fatwa εισήγαγαν ένα νέο παράδειγμα στην πρακτική των θρησκευτικών οδηγιών με τον τρόπο που διατυπώθηκαν, εκδόθηκαν, διαδόθηκαν, έλαβαν και ενεργούσαν. Οι F-Fatwa προκάλεσαν σχόλια και σχόλια σε πολλούς τομείς των μουσουλμανικών κοινωνιών, συμπεριλαμβανομένων των θρησκευτικών αρχών, των ισλαμιστών διανοουμένων καθώς και των νεαρών αστικών ή εκκοσμικευμένων μουσουλμάνων (Bunt, 2009).

Ένας τύπος ισλαμικής χρήσης των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης είναι ο προσηλυτισμός, ο οποίος είναι ευρέως δημοφιλής μεταξύ των ισλαμικών κηρύκων. Ο Mohammad Al-Arifι ήταν στην κορυφή της λίστας με εννέα εκατομμύρια ακόλουθους, δεύτερος είναι ο Aid al-Qarni με επτά εκατομμύρια, ακολουθούμενος από τον Ahammad al-Shugairi με έξι εκατομμύρια (Twitter, 2014). Κατά ειρωνικό τρόπο, ορισμένοι αποθανόντες θρησκευτικοί λόγιοι έχουν στο όνομά τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν δημιουργήσει οι θρησκευόμενοι και



διανοούμενοι οπαδοί τους για να φτάσουν στις νεότερες γενιές. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν περιορίζεται στους θρησκευτικούς ηγέτες. Οι τακτικοί μουσουλμάνοι κάνουν tweet επίσης στίχους του Κορανίου και χαντίθ (προφητικά ρητά). Η διάδοση θρησκευτικού περιεχομένου φτάνει τακτικά στο αποκορύφωμά της κατά τη διάρκεια του «Άνοιγμα του Ραμαζάνι», όταν οι μουσουλμάνοι έχουν εσωτερικά και εξωτερικά κίνητρα να λαμβάνουν και να επεξεργάζονται θρησκευτικό περιεχόμενο με τη μορφή tweets. Αυτό το νέο φαινόμενο αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο προωθείται η ισλαμική πίστη μεταξύ των πιστών και των αλλόθρησκων. Επίσης, με την ευκαιρία του Χατζ, το προσκύνημα στη Μέκκα, ορισμένοι προσκυνητές κάνουν tweet feed και ανεβάζουν φωτογραφίες και κλιπ προσφέροντας μια αίσθηση εικονικής πνευματικότητας στις οικογένειές τους. Αυτές οι πρακτικές συμβάλλουν στην ενίσχυση της ομοθρησκείας και της συνενυστερείας της Ισλαμικής Ούμας (Howard, 2010). Όλες αυτές οι πρακτικές δείχνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ενσωματωμένα στη συνήθεια της διάδοσης του λόγου του Αλλάχ και της προστασίας του Ισλάμ από τους επικριτές από το εξωτερικό. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιούργησαν επίσης μια ισλαμική λαϊκή διπλωματία. Αυτό περιλαμβάνει την παγκόσμια κινητοποίηση των πιστών μέσω εικονικών πλατφορμών, σε περίπτωση ατομικών ή ομαδικών επιθέσεων στον προφήτη ή στο Κοράνι. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα βίντεο ενός Αμερικανού πάστορα που σχεδιάζει να κάψει αντίγραφα του Κορανίου το 2010 και το αντι-ισλαμικό κλιπ «Innocence of Muslims». Αυτά τα βίντεο έχουν πυροδοτήσει μια παγκόσμια κινητοποίηση διαμαρτυριών μουσουλμάνων στις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Χώρες όπως το Πακιστάν, η Ιορδανία και η Αίγυπτος ζήτησαν ακόμη και από το YouTube να διαγράψει τις ταινίες. (Bunt, 2009).

Ορισμένοι συντηρητικοί ηγέτες ζήτησαν τη δημιουργία και την έναρξη των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης halal που συμμορφώνονται με τη Σαρία . Ως ανταπόκριση σε αυτές τις προσκλήσεις, πραγματοποιήθηκαν ορισμένες ψηφιακές πρωτοβουλίες και έργα. Οι εναλλακτικές λύσεις του Facebook με επίκεντρο το Ισλάμ, όπως το Muslimsocial.com, το Muxlim.com και το SalamWorld άρχισαν να εμφανίζονται. Ωστόσο, το ποσοστό υιοθέτησής τους εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλό. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν επίσης ανοίξει την ευκαιρία, ειδικά στους νεαρούς μουσουλμάνους, να ασχοληθούν με την πίστη τους και τους

συνομηλίκους τους με τρόπο που οι γονείς τους δεν θα μπορούσαν ποτέ να φανταστούν. Εκεί που κάποτε η ummah ήταν μια πνευματική έννοια, με τις μουσουλμανικές κοινότητες χωρισμένες από γλώσσα και γεωγραφία, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν σπάσει τα εμπόδια και επέτρεψαν στους νέους μουσουλμάνους να συνδεθούν ανεξάρτητα από το πού βρίσκονται. Τους επιτρέπει να συζητήσουν τι σημαίνει να είσαι μουσουλμάνος στον εικοστό πρώτο αιώνα, ειδικά για όσους ζουν στη Δύση. Για ορισμένους ψηφιακούς ακτιβιστές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν τα μέσα για την επανένωση της ummah σε μια μορφή e- ummah. Οι ψηφιακές κοινωνικές πλατφόρμες, πιστεύουν, μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία εικονικών κοινοτήτων που μπορεί να ανοίξουν το δρόμο για ενδεχόμενες φυσικές κοινότητες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν επομένως να υποστηρίξουν την παγκόσμια συνοχή των πιστών δημιουργώντας δεσμούς μεταξύ των μελών της κοινότητας παγκοσμίως. Σε ορισμένα αστικά κέντρα στη Βόρεια Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη, οι ισλαμικοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης έχουν συμβάλει στη διάδοση ισλαμικών εικόνων και συμβόλων μεταξύ των μελών της μουσουλμανικής διασποράς. Πρόσφατη έρευνα έχει δείξει ότι οι νεαροί μουσουλμάνοι στις δυτικές κοινωνίες είναι πιο δεκτικοί στις θρησκευτικές πεποιθήσεις και αξίες και ότι το Ισλάμ παίζει βασικό ρόλο στη διαμόρφωση της ταυτότητάς τους (Choudhury, 2007).

Οι προσπάθειες προσηλυτισμού των ανθρώπων στο Ισλάμ στη Δυτική Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες ήταν αρκετά αποτελεσματικές. Περιελάμβαναν την αποδοχή των αιτημάτων να ασπαστούν το Ισλάμ από όσους δεν είναι μουσουλμάνοι. Ορισμένοι μετατροπείς ανεβάζουν ακόμη και τα δικά τους βίντεο στο YouTube, όπου μπορούν να προβληθούν από το κοινό και να συζητηθούν σε διαδικτυακά φόρουμ. Η αναβίωση του Ισλάμ τα τελευταία χρόνια ήταν αξιοσημείωτη. Κάποιοι είχαν αναφέρει ότι η ένταξη ή η επανεισδοχή του Ισλάμ στη σύγχρονη κοινωνία οφείλεται εν μέρει στις συμπληρωματικές επιπτώσεις των μικρών και των κοινωνικών μέσων. Στον εικοστό πρώτο αιώνα, όταν τα κλειστά συστήματα αντιστέκονται στο άνοιγμα της άμεσης συνεχούς διαφάνειας και στις συνέπειες των wikileaks, ο εξισλαμισμός του ψηφιακού κόσμου —γνωστός και ως ψηφιοποίηση του Ισλάμ— αποτελεί πρόκληση για τη θρησκεία του Ισλάμ. Μια ελίτ ομάδα λογίων γνωστών ως ουλαμά είχε το μονοπώλιο στην ερμηνεία του Κορανίου για αιώνες (δάσκαλοι θρησκείας). Δυστυχώς, μερικά από τα πιο συντηρητικά θρησκευτικά δόγματα έχουν υπονομευθεί από την ευρεία διάδοση

εναλλακτικών αναγνώσεων ιερών κειμένων στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Ένα σημάδι της παρακμής των ορθοδοξιών και της άνοδος των αιρέσεων είναι η εξάπλωση των ψηφιακών φετβά. Ως αποτέλεσμα, η πλειονότητα των αναλφάβητων ανθρώπων δεν θεωρεί πλέον τη θρησκευτική εξουσία ως δεδομένη, αλλά αντιθέτως τη θεωρεί ως ένα επίμαχο πεδίο. (Mohammed, 2014).

### 3.2.2 Ινδουισμός

Ο Ινδουισμός είναι μια θρησκεία που διαφέρει από τον Χριστιανισμό, τον Ιουδαϊσμό και το Ισλάμ. Έχει μια μεγάλη κοινότητα με πολλές διαφορετικές θρησκευτικές ομάδες. Για παράδειγμα, ένας Ινδουιστής μπορεί να λατρεύει έναν ή πολλούς θεούς, να τον παραδέχεται ως προσωπικό ή απρόσωπο, να λατρεύει κάποιον άνθρωπο ως θεό ή να μην λατρεύει κανέναν θεό. Ο Ινδουισμός δεν έχει μόνο ένα ιερό βιβλίο, όπως οι Χριστιανοί έχουν το Ευαγγέλιο και οι Μουσουλμάνοι το Κοράνι.. Τα βιβλία που έχουν κύρος στους Ινδουϊστές είναι οι Βέδες, οι Μπράχμανας, οι Ουπανισάντ, τα Έπη Μαχαμπάρατα και Ραμάγιανα και διάφορες σειρές θεολογικών πραγματειών όπως οι Πουράνες, οι Σούτρας και οι Άγκαμας Τάντρας. (π. Ραφαήλ Χ. Μισιαούλης, Ιεροδιάκονος Ιεράς Μητροπόλεως Ταμασού και Ορεινής).

Οι βασικότερες κατευθύνσεις του φιλοσοφικού Ινδουϊσμού αποκρυσταλλώθηκαν σε έξι συστήματα-προσεγγίσεις, τα οποία ονομάζονται Ντάρσανας (σκοπιές). Η πρώτη προσέγγιση, η Νγιαγία, ασχολείται με τη γνωσιολογία, η δεύτερη, η Βαϊσέσικα, και η τρίτη, η Σανκχγια, κατηγοριοποιούν το σύμπαν, η τέταρτη, η Γιόγκα, κωδικοποιεί τα στάδια της πνευματικής άθλησης, η πέμπτη, η Μιμάμσα ασχολείται με τις βεδικές θυσίες και τους στόχους τους και η έκτη, η Βεδάντα, ασχολείται με την έσχατη Αρχή, την τελική Αλήθεια. Κύριο θέμα της ινδικής θρησκευτικής αναζητήσεως υπήρξε η εύρεση της οδού για τη λύτρωση και τη συνάντηση με το υπερβατικό. Λόγω αυτής της αναζητήσεως, διαμορφώθηκαν τρεις βασικοί τύποι θρησκευτικότητας. Αυτά είναι η λεγομένη οδός των έργων, η οδός της γνώσεως και η οδός της αφοσιώσεως.

Στην ινδουιστική παράδοση, δεν υπάρχει πίστη σε έναν προσωπικό Τριαδικό Θεό που δημιούργησε τον κόσμο από την αρχή. Αντίθετα, η υπέρτατη Αρχή είναι το Μπράχμαν, το οποίο θεωρείται ότι βρίσκεται πάνω από ακόμη και τους προσωπικούς θεούς. Για τους Ινδουιστές, ο κόσμος είναι μέρος ενός κύκλου χωρίς αρχή ή τέλος, και αυτό που αντιλαμβάνονται οι αισθήσεις μας είναι απλώς μια ψευδαίσθηση. Υπάρχει μια διαβάθμιση των όντων στον Ινδουισμό, ξεκινώντας από τα φυτά και τα ζώα, μέχρι τους ανθρώπους και μετά τους θεούς. Και τέλος, οι Ινδουιστές πιστεύουν ότι οι άνθρωποι μπορούν να ξαναγεννηθούν σε άλλες μορφές, όπως τα ζώα, μέσω της διαδικασίας της μετενσάρκωσης. Αμαρτία για τους Ινδουιστές είναι κυρίως η άγνοια, η οποία υπερνικάται με τη γνώση, την εμπειρία, ώστε να φθάσει κανείς στην έλλαμνη. Μέχρι να φθάσει όμως είναι καταδικασμένος στη συνεχή ανακύκληση των μεταβιώσεων (Σακελλαρίου, 2019).

Οι κινήσεις της κοινωνίας της σημερινής νεολαίας χαρακτηρίζονται από μια αίσθηση απογοήτευσης και ενθουσιασμού. Απογοητεύσεως από το περιβάλλον τους, το οποίο το βλέπουν απολιθωμένο χωρίς πνοή, και ενθουσιασμού για τη νέα ομάδα που παρουσιάζει μια δυναμική συμπεριφορά. Αυτές οι ομάδες τείνουν να εστιάζονται στο εσωτερικό και ενώ μιλούν για αυτονομία και ελευθερία, τελικά εξαρτώνται από έναν ηγέτη που βλέπουν ως αλάνθαστο οδηγό. Οι οπαδοί του παραδίδονται στη γνώση και τη σοφία του, με απόλυτη εξάρτηση από αυτόν. Οι Ινδουιστές πιστεύουν ότι η παραίτηση από τα εγκόσμια αγαθά είναι ο δρόμος προς τη φώτιση για τους λίγους εκλεκτούς, ενώ ταυτόχρονα συσσωρεύουν πλούτο και υλικά αγαθά για τον ηγέτη και το επιτελείο του. Ωστόσο, πιστεύουν ότι οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένας τρόπος για τους ανθρώπους να μοιράζονται τις δικές τους ιερές ερμηνείες, υπονομεύοντας μερικές φορές τις παραδοσιακές θρησκευτικές αρχές. Οι ψηφιακές κοινωνικές πλατφόρμες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν εικονικές κοινότητες που θα μπορούσαν τελικά να οδηγήσουν στο σχηματισμό φυσικών κοινοτήτων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να βοηθήσουν στη σύνδεση ανθρώπων με πίστη από όλο τον κόσμο, ενισχύοντας την αίσθηση της κοινότητας και της ενότητας. Αυτές οι κινήσεις δεν περιορίζονται σε έναν τύπο ή τοποθεσία, αλλά έχουν παγκόσμια διάσταση. Επιστρατεύουν οπαδούς από όλα τα μέρη της γης και τους κινούν ανάλογα. Είναι έντονη η προσδοκία μιας μυστικής εξελίξεως, μιας υπερβάσεως των στεγανών

της παραδοσιακής λογικής. Επιθυμούν κάποια εμπειρία ανώτερη  
(<https://www.lifo.gr/tags/indoyismos>, 2022).

## Κεφάλαιο 4. «Θρησκευτική ταυτότητα και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης»

### 4.1. Ψηφιοποίηση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Εκκλησία

Ο Χριστιανισμός έχει μια μοναδική και τοπική ιστορία, με το δικό του σύστημα πεποιθήσεων και ένα σύνολο εκκλησιαστικών τελετουργιών. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης πολλά κοινά σημεία των χριστιανικών εκκλησιών, ειδικά όταν πρόκειται για τις αλληλεπιδράσεις τους με τα μέσα ενημέρωσης. Ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι το πώς οι χριστιανικές ομάδες κατανοούν και χρησιμοποιούν τα Νέα Μέσα σε σχέση με την εκκλησιαστική τους κοινότητα, την εκκλησιαστική αρχή και τα θρησκευτικά κείμενα. Καθώς η κοινωνία στρέφεται όλο και περισσότερο στα ψηφιακά μέσα για ενημέρωση και ψυχαγωγία, οι θρησκείες ακολουθούν το παράδειγμά τους, προσαρμόζοντας τις οργανωτικές δομές και τα σύμβολά τους ώστε να είναι πιο ορατά σε αυτόν τον χώρο. Αυτό τους επιτρέπει να υπερβούν τους παραδοσιακούς οπαδούς τους και να έχουν μεγαλύτερο αντίκτυπο στο κοινωνικό σύνολο. (Harvard, 2008a:114). Επισυμβαίνει μια πρώτη κοινωνική διεργασία της λεγομένης «μεσοποίησης της θρησκείας» / *mediatization of religion*, όπου ο ποικίλος κατά τόπους και κοινωνίες ρόλος της θρησκείας μεταβάλλεται λόγω της αυξανόμενης σημασίας των ΜΜΕ στην κοινωνία. Η «μεσοποίηση» αυτή δεν αφορά μόνο την τοπική θρησκεία, αλλά αποτελεί μια διεργασία κοινωνικής αλλαγής όλων των κοινωνικών θεσμών. Από τήν άλλη υπάρχει και μια δεύτερη διεργασία, η «Μιντιοποίηση» / *mediation of religion*, όταν η τοπική θρησκεία προσλαμβάνει «μιντιακή μορφή», με αποτέλεσμα οι θρησκευτικές, γλωσσικές, συμβολικές, ρητορικές της φόρμες προσαρμόζονται σ' εκείνες των ΜΜΕ (Δεμερτζής, 2002: 95). Ομοίως, η κατανόηση των μοναδικών πεποιθήσεων και πλαισίων μιας κοινότητας που σχετίζονται με τρεις τομείς παρέχει δείκτες για το πώς θα προσεγγίσουν τις νέες μορφές «Μέσων Ενημέρωσης». «Ενώ οι άνθρωποι που μοιράζονται μια θρησκεία έχουν συνήθως παρόμοιες πεποιθήσεις και πρακτικές, συχνά η συγκεκριμένη ομάδα στην οποία ανήκουν είναι αυτή που υπαγορεύει τους κανόνες της εκκλησιαστικής ζωής. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τόσο την κοινή ταυτότητα μιας δεδομένης παράδοσης όσο και την ποικιλία των ομάδων ή των μορφών κοινότητας μέσα σε αυτήν. Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι οι γενικοί ισχυρισμοί για το πώς μια

εκκλησιαστική κοινότητα ανταποκρίνεται στις νέες μορφές μέσω μαζικής ενημέρωσης δεν λαμβάνουν πλήρως υπόψη τις διαφορές στην πρακτική και την ερμηνεία που μπορεί να υπάρχουν σε διαφορετικές κοινότητες μιας ενιαίας εκκλησιαστικής παράδοσης» (Χρυσόστομος, Μητροπολίτης Πατρών). Στην προκειμένη περίπτωση μιλάμε για την ορθόδοξη παράδοση. Οι απόψεις της χριστιανικής κοινότητας για τα «Μέσα» διαμορφώνονται από την αντίληψή τους για την εκκλησία. ο καθοριστικό χαρακτηριστικό των εκκλησιαστικών κοινοτήτων δεν είναι μόνο η προσήλωσή τους σε ένα συγκεκριμένο σύνολο πεποιθήσεων ή εκκλησιαστικών παραδόσεων, αλλά ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι πρακτικές αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου. Αυτό είναι σημαντικό να το συνειδητοποιήσουμε, επειδή οι αποφάσεις σχετικά με τη χρήση των μέσων διαφέρουν ανάλογα με την κοινότητα και επηρεάζονται από θεσμικούς παράγοντες. Τα όρια και το πλαίσιο αυτού του οργανισμού είναι σημαντικοί παράγοντες για τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα μέσα σε αυτήν την κοινότητα. Επειδή διαφορετικές τοπικές κοινότητες της ίδιας παράδοσης μπορεί να έχουν διαφορετικές ιστορίες και πολιτισμικές επιρροές, υπάρχουν και οι δύο ως ξεχωριστές ερμηνευτικές κοινότητες μέσω. Οι πεποιθήσεις και οι τελετουργίες που ασκούνται από μια κοινότητα δεν υπόκεινται μόνο στην εκκλησιαστική παράδοση, αλλά και στους κανόνες και τη δομή που διαμορφώθηκαν με την πάροδο του χρόνου από αυτήν την κοινότητα. Το βασικό ζήτημα για ορισμένες κοινότητες είναι ποιος έχει το δικαίωμα να ηγείται της κοινότητας και ποια θεμέλια πρέπει να αποτελούν τη βάση για αυτήν την εξουσία. (Lönheim, 2005:1-22).

Πραγματικά, το διαδίκτυο λειτουργεί ως ένας «μεταβατικός χώρος»/transitional space, μία κατάσταση οριακή, στην οποία μπορεί ο καθένας και ιδίως, η «Ψηφιακή Γενιά» να εκφράζεται με τον δικό της τρόπο. Τα «Νέα Μέσα», λοιπόν, αποτελούν ένα Μέσο διαμόρφωσης - δόμησης της ταυτότητας των ανθρώπων - ιδιαίτερα στην φάση της ενηλικίωσής τους, δηλαδή της απόκτησης κοινωνικής ταυτότητας. (Eisenstien, 1979: 99-106). Το Διαδίκτυο παρέχει μια πλατφόρμα για θρησκευτικές ομάδες να αλληλεπιδρούν με νέους και καινοτόμους τρόπους, συγχωνεύοντας κείμενο, εικόνες και ήχο για να δημιουργήσουν έναν νέο ψηφιακό χώρο για εξερεύνηση και πειραματισμό. Ωστόσο, πολλοί θρησκευτικοί ηγέτες έχουν εκφράσει ανησυχίες για τη χρήση του Διαδικτύου, κάτι που μπορεί να θεωρηθεί ως αντανάκλαση ευρύτερων ανησυχιών για το πώς είναι δομημένες οι θρησκευτικές κοινότητες και πώς γίνεται η

διαχείριση της εξουσίας και της διαδοχής σε αυτές τις κοινότητες. Ωστόσο, αυτές οι ίδιες παραδόσεις και διδασκαλίες αποτελούν επίσης τη βάση μιας φιλοσοφίας επικοινωνίας (Loach, 1986:35-48).

Ο τρόπος με τον οποίο οι θρησκευτικές κοινότητες σχεδιάζουν και χρησιμοποιούν τα μέσα ενημέρωσης βασίζεται σε κοινές πεποιθήσεις σχετικά με το τι είναι κατάλληλο. Αυτές οι στάσεις και πεποιθήσεις μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο η κοινότητα βλέπει τις διάφορες μορφές μέσω μαζικής ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων των θρησκευτικών κειμένων. Οι θρησκευτικές πεποιθήσεις της κοινότητας σχετικά με το ιερό κείμενο καθοδηγούν τη μελλοντική χρήση των μέσων ενημέρωσης. Ο τρόπος με τον οποίο μια κοινότητα έχει ιστορικά προσεγγίσει και ερμηνεύσει κείμενα μπορεί να μας δώσει μια εικόνα για το πώς θα αντιμετωπίσει τις νέες μορφές μέσων. Επιπλέον, οι θρησκευτικές δεσμεύσεις στα μέσα ενημέρωσης συχνά καθοδηγούνται από την ανάγκη της κοινότητας για θρησκευτική εξουσία, ειδικά όταν πρόκειται για την ερμηνεία ιερών κειμένων. Ο προσδιορισμός της προοπτικής μιας θρησκευτικής κοινότητας ως διαδρομής θρησκευτικής εξουσίας σε σχέση με το ιερό κείμενο μπορεί να βοηθήσει στην πρόβλεψη ποιες πηγές θα αποκτήσουν σημασία στη μελλοντική δέσμευση των μέσων ενημέρωσης. Η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης οδήγησε στην αποδόμηση των παραδοσιακών εκκλησιαστικών θεσμών και στη διαμόρφωση μιας πιο συμμετοχικής θρησκείας. Αυτή η νέα θρησκεία είναι πιο εύκολα σε θέση να μοιράζεται τις τοπικές θρησκευτικές και πολιτιστικές παραδόσεις και δημιουργεί σχέσεις που είναι διαφορετικές από αυτές της θρησκευτικότητας εκτός σύνδεσης. Οι «σέρφερ» της μπαίνουν στο διαδίκτυο αναζητώντας εμπειρίες που σχετίζονται με τις παραδοσιακές λειτουργίες των τοπικών εκκλησιών τους. (Larsen, 2001). Το νέο μέσο του κυβερνοχώρου παρουσιάζεται ως συμπλήρωμα των εκκλησιών εκτός σύνδεσης, καθώς οι περισσότεροι επίσκοποι, ιερείς και ιερείς χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να αυξήσουν την επικοινωνία και να φροντίσουν το ποίμνιό τους. Ο τρόπος με τον οποίο οι ηγέτες της εκκλησίας παρουσιάζουν και μιλούν για μια συγκεκριμένη τεχνολογία μπορεί είτε να κάνει πιο πιθανό είτε λιγότερο πιθανό ότι οι νέες τεχνολογίες θα γίνουν αποδεκτές στο μέλλον. Η εκκλησιαστική κοινότητα χρησιμοποιεί την τεχνολογία των μέσων ενημέρωσης για να επικοινωνήσει και να συνδεθεί μεταξύ τους. Αυτό μας επιτρέπει να κατανοήσουμε καλύτερα τους λόγους για τους οποίους οι θρησκευτικές ομάδες επιλέγουν να ασχολούνται με συγκεκριμένους



τύπους μέσων, όπως παραδοσιακές μορφές ή νέες, όπως το διαδίκτυο (Walsham, 2000:72-80). Ο τρόπος με τον οποίο οι θρησκευόμενοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο συχνά διαμορφώνεται από την ιστορία της κοινότητάς τους με προηγούμενα μέσα ενημέρωσης. Αυτό συμβαίνει επειδή οι θρησκευτικές πεποιθήσεις και παραδόσεις παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των απόψεων των ανθρώπων στο διαδίκτυο. Η κοινότητα, το κείμενο και η εξουσία χρησιμεύουν ως βασικοί δείκτες για την κατανόηση της θρησκευτικής δέσμευσης με τα «νέα μέσα», ιδιαίτερα σε σχέση με τη χριστιανική δέσμευση στο Διαδίκτυο. Το Διαδίκτυο έχει γίνει ένα μέρος όπου πολλοί άνθρωποι έρχονται για να μοιραστούν την πίστη τους και να συνδεθούν με άλλους που μοιράζονται τις πεποιθήσεις τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη πολλών διαδικτυακών χώρων αφιερωμένων στη θρησκευτική λατρεία και συζήτηση, δίνοντας τη δυνατότητα στους ανθρώπους να ασκήσουν την πίστη τους με πιο συνδεδεμένο τρόπο. Οι επιλογές των θρησκευτικών χρηστών του διαδικτύου συχνά επηρεάζονται έντονα από τις θρησκευτικές κοινότητες στις οποίες ανήκουν. (Walsham, 2000:85-92).

#### 4.2. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ουδέτερο εργαλείο κατήχησης της Εκκλησίας

Για να δοκιμάσουν νέα είδη λατρείας και συναναστροφής, οι θρησκευτικές κοινότητες μπορούν τώρα να επωφεληθούν από το ευρύ, διασυνδεδεμένο περιβάλλον του Διαδικτύου. Αν και έχει αντιμετωπιστεί με σκεπτικισμό από ορισμένους θρησκευτικούς ηγέτες, οι ευκαιρίες που προσφέρει για δημιουργικότητα και κοινωνική συνοχή δεν μπορούν να αγνοηθούν. Υπάρχει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ του τρόπου με τον οποίο τα μέλη της θρησκευτικής κοινότητας βλέπουν τα μέσα ενημέρωσης και του τρόπου με τον οποίο τα μέσα μαζικής επικοινωνίας απεικονίζουν τη θρησκεία. Η συνέχεια των πρακτικών μιας θρησκευτικής ομάδας διαχρονικά είναι εξίσου σημαντική με την πίστη των μελών της στις βασικές πεποιθήσεις της ομάδας. (Schultze, 2002).

Η θρησκευτική κοινότητα ορίζεται από ένα σύνολο προτύπων που υπαγορεύουν πώς πρέπει να ερμηνεύεται το θρησκευτικό κείμενο. Αυτά τα πρότυπα βασίζονται στην

κατανόηση της κοινότητας για το ρόλο που διαδραματίζει το κείμενο και ποιες αρχές έχουν το δικαίωμα να καθοδηγούν αυτές τις ερμηνείες. Όταν πρόκειται για πηγές μέσω του Διαδίκτυο, είναι λογικό να πιστεύουμε ότι οι Ορθόδοξοι Χριστιανοί, οι Καθολικοί Χριστιανοί και οι Προτεστάντες Χριστιανοί θα πάνε σε διαφορετικά μέρη για καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο χρήσης της τεχνολογίας και σε ποιο βαθμό πρέπει να αποδεχτούν ορισμένες καινοτομίες. Αυτό συμβαίνει επειδή κάθε ομάδα έχει διαφορετικές ιστορίες και ιδέες θρησκευτικής εξουσίας. Είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη όχι μόνο την παράδοση μιας θρησκευτικής κοινότητας, αλλά και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και την πρακτική της συγκεκριμένης ομάδας, προκειμένου να κατανοήσουμε πώς χρησιμοποιούνται τα μέσα ενημέρωσης και τα «Νέα Μέσα» σε αυτήν την κοινότητα. Επιπλέον, επειδή η «παράδοση» και οι διδασκαλίες παρέχουν καθοδήγηση στις θρησκευτικές κοινότητες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να ερμηνεύονται, να χειρίζονται και να αναλύονται τα ιερά κείμενα, είναι σαφές ότι αυτές οι οδηγίες αποτελούν επίσης τη βάση μιας φιλοσοφίας «επικοινωνίας». Υπάρχουν ορισμένες προσδοκίες και κατευθυντήριες γραμμές εντός των θρησκευτικών κοινοτήτων σχετικά με το πώς πρέπει να σχεδιάζονται και να χρησιμοποιούνται τα μέσα ενημέρωσης, με βάση κοινές πεποιθήσεις (Zukowski και Babin, 2002).

Η μελέτη της σχέσης μιας κοινότητας με τα ιερά της κείμενα μπορεί να αποκαλύψει ιδέες για τις προηγουμένως άγνωστες ή ασαφείς έννοιές τους. Από αυτό προκύπτει ότι η οπτική μιας κοινότητας για τα θρησκευτικά κείμενα μπορεί να συνδέεται με την οπτική της για άλλες μορφές μέσω μαζικής ενημέρωσης. Το πώς χρησιμοποιούνται τα ιερά κείμενα στο μέλλον από μια κοινότητα επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις κοινές θρησκευτικές πεποιθήσεις της κοινωνίας. Ο τρόπος με τον οποίο ένας πολιτισμός αντιμετωπίζει παραδοσιακά το «κείμενο» μπορεί να μας πει πολλά για το πώς θα χειριστεί και να δώσει νόημα στα «νέα είδη μέσων». Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, αποτελεί η ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση ως θρησκευτική αρχή σε θέματα ερμηνείας ιερών κειμένων, που οδηγεί τις θρησκευτικές δεσμεύσεις στα μέσα ενημέρωσης. Ορισμένες θέσεις μέσα σε μια θρησκεία διαθέτουν μεγάλη δύναμη. Ακόμη, βασίζεται σε μια βαθιά θρησκευτική κατανόηση. Η αρχή καθορίζει το εύρος της επιτρεπόμενης ερμηνείας. Ένας τρόπος για να προβλεφθεί ποιες πηγές θα αποκτήσουν συνάφεια στη μελλοντική ενασχόληση με τα μέσα ενημέρωσης είναι να

εξετάσουμε πώς βλέπει μια θρησκευτική κοινότητα τη θρησκευτική εξουσία σε σχέση με τα ιερά κείμενα. Αυτό οδηγεί σε ένα δεύτερο σημείο: τον ρόλο που έχουν οι θρησκευτικοί ηγέτες στη διάδοση ή τον μετριασμό του νοήματος των πληροφοριών από επίσημες πηγές. Λειτουργούν ως ενδιάμεσος για τις επίσημες πηγές και τον λαό. (Young, 2004; Campbell, 2004:81–99).

Η υπεράσπιση των χριστιανών θρησκευτικών ηγετών για τη χρήση του τυπογραφείου για τη διάδοση θρησκευτικών διδασκαλιών και τον ευαγγελισμό δημιούργησε ένα θεμέλιο για τις μελλοντικές γενιές για να υποστηρίξουν τη χρήση του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης και του διαδικτύου για το σκοπό αυτό. Το γράψιμο είναι ένα δώρο από τον Θεό και οι ηγέτες το έχουν χρησιμοποιήσει για να ευλογήσουν τις κοινότητές τους και να διαδώσουν το μήνυμά τους παντού. (Herring, 2005: 149-65).

Η σημασία του γραπτού λόγου δεν μπορεί να υπερεκτιμηθεί σε αυτήν την εποχή της στιγμιαίας επικοινωνίας και της παγκοσμιοποίησης. Ως αποτέλεσμα της εξάπλωσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο επίσημος, κανονικός λόγος της θεσμικής θρησκείας έχει αποδομηθεί και μια πιο ανοιχτή και δημοκρατική θρησκευτική πρακτική έχει πάρει τη θέση της. Χωρίς απαραίτητα να αντικαταστήσει ή να γεμίσει το κενό που αφήνει η παραδοσιακή θρησκεία στη μεταμοντέρνα κοινωνία, αυτή η νέα θρησκεία είναι σε θέση να αντλήσει ευκολότερα από τους τοπικούς θρησκευτικούς και πολιτιστικούς πόρους και να δημιουργήσει νέους δεσμούς μεταξύ των ατόμων. Οι νέοι στρέφονται όλο και περισσότερο στο διαδίκτυο ως πηγή θρησκευτικής γνώσης. Πολλοί από αυτούς ασχολούνται ήδη με παραδοσιακές εκκλησίες, αλλά βλέπουν το διαδίκτυο ως βοηθητικό πόρο για μάθηση και συναναστροφή. Οι περισσότεροι επίσκοποι, ιερείς και ιεροκήρυκες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να μείνουν σε επαφή με το ποίμνιό τους και άλλα μέλη της εκκλησίας, για ποιμαντική φροντίδα και για να προσπαθήσουν να αντιμετωπίσουν τις σύγχρονες δυσκολίες που προκύπτουν. (Dixon, 1997: 17).

Έτσι, ο τρόπος με τον οποίο οι ηγέτες της εκκλησίας παρουσιάζουν μια συγκεκριμένη τεχνολογία και η ρητορική που χρησιμοποιούν μπορεί είτε να ανοίξει είτε να κλείσει την πόρτα για την εισαγωγή της μελλοντικής τεχνολογίας. Η τεχνολογία των μέσων σε αυτήν την εκκλησιαστική κοινότητα χρησιμοποιείται για να ενισχύσει την εμπειρία

λατρείας για όλους. Έτσι, μελετώντας πώς αλληλεπιδρούν οι θρησκευτικές ομάδες με τις παραδοσιακές μορφές μέσω ενημέρωσης, μπορούμε να αποκτήσουμε μια εικόνα των παραγόντων που επηρεάζουν τις αποφάσεις τους σχετικά με νέες πλατφόρμες μέσω όπως το διαδίκτυο (Γεωργιάδου και Νικολακόπουλος, 2007).

Η κατανόηση της θρησκευτικής αλληλεπίδρασης με τα «νέα μέσα», ειδικά η χριστιανική δέσμευση στο Διαδίκτυο, απαιτεί εστίαση στην κοινότητα, το κείμενο και την εξουσία. Οι κοινότητες πίστης έχουν ανθίσει στο διαδίκτυο, προσθέτοντας στον ήδη πυκνό πληθυσμό του ιστού. Έτσι, έχουν δημιουργήσει ένα πλήθος διαδικτυακών τόπων λατρείας, τόπους λατρείας, τόπους προσευχής, χώρους συνομιλίας και χώρους γνώσης, ώστε να μπορούν να ασκούν τη θρησκεία τους ενώ συνδέονται με άλλους. Οι θρησκευτικές κοινότητες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις αποφάσεις των θρησκευτικών χρηστών του Διαδικτύου. Οι πεποιθήσεις μας για τη θρησκεία, την κοινότητα και ακόμη πιο παραδοσιακά μέσα όπως τα έντυπα κείμενα επηρεάζουν το πώς και γιατί χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο και πώς δημιουργούμε νέα πράγματα στο Διαδίκτυο. Η οπτική ενός ατόμου στο Διαδίκτυο επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις θρησκευτικές και κοινωνικές του αξίες. Οι ενέργειες των ανθρώπων εξακολουθούν να ακολουθούν συχνά τη «γραμμή» που έχουν αποκτήσει μέσω των ιστορικών επαφών της κοινότητάς τους με παλαιότερες μορφές μέσω, ακόμη και στην εποχή των νέων ψηφιακών μέσων. (Βενετσάνος Συμεών (αρχιμ.), 2017).

### 4.3 Ο τρόπος επικοινωνίας της Εκκλησιαστικής Αρχής

Η θρησκεία δεν είναι απλώς κάτι που προέρχεται από την ιερή παράδοση (Βίβλος, Πατερική Διδασκαλία) ή επιβάλλεται άνωθεν. Δεν είναι απλώς κάτι που προέρχεται από παλιές ιστορίες ή από ανθρώπους στην εξουσία. Είναι κάτι που προέρχεται από την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων. Αυτή η επικοινωνία δεν είναι πάντα απλή ή εύκολη, αλλά πάντα αλλάζει. Είναι κάτι που δημιουργούμε μαζί, αναγνωρίζοντας τους διαφορετικούς ρόλους και τις ικανότητες που όλοι φέρνουμε στο τραπέζι. Είναι κάτι που συνδημιουργείται από εκείνους που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, αναγνωρίζοντας την ασύμμετρη και επαγωγική φύση των online & offline ανταλλαγών επικοινωνιακού υλικού μεταξύ τους. «Συγκεκριμένα, η επικοινωνιακά θεμελιωμένη οπτική,

υπογραμμίζει τον τρόπο με τον οποίο η «αυθεντία» λαμβάνει σάρκα και ψηφιακά οστά μέσω του καθημερινού λόγου και δίνει τη δυνατότητα στον άνθρωπο να διαμορφώσει ένα αίσθημα διαπραγματευόμενης διαρκώς τάξης, όπου οι διαφορές των ρόλων και «χαρισμάτων» επαναχρωματίζονται και επιτυγχάνονται μέσα από συνεχείς «διακονίες διερμηνείας των Ιερών κειμένων» ως πράξεις ιερατικής αυθεντίας (Brummans κ.ά.). Αυτό σημαίνει ότι οι θρησκευτικοί ηγέτες πρέπει να προσαρμόσουν τις μεθόδους τους για να συμβαδίζουν με την εποχή, χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες για να προσεγγίσουν περισσότερους ανθρώπους από ποτέ. Αυτή η προοπτική αμφισβητεί τη δημοφιλή πεποίθηση ότι ο κλήρος είναι αυθεντία στη νέα τεχνολογία, δείχνοντας ότι υπάρχει μια συμβιωτική σχέση μεταξύ της θρησκευτικής εξουσίας και των νέων μέσων. Οι ηγέτες της εκκλησίας χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία για να επικοινωνήσουν με το ποίμνιό τους σχετικά με τη διακονία και την πίστη τους, χρησιμοποιώντας νέα μέσα για να προσεγγίσουν περισσότερους ανθρώπους από ποτέ. (Cheong et al., 2009: 291-302). Οι ηγέτες της Εκκλησίας μπορούν να χρησιμοποιήσουν τόσο διαδικτυακές όσο και εκτός σύνδεσης στρατηγικές επικοινωνίας για να διευκολύνουν την ανταλλαγή πληροφοριών και τη συνεργασία, ενώ παράλληλα προωθούν συμπεριφορές που δεν είναι ούτε ενοχλητικές ούτε σκανδαλώδεις. Χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα για να επικοινωνούν με τους ενορίτες και να μοιράζονται θρησκευτικές διδασκαλίες και παραδόσεις, οι χριστιανοί ιερείς ελπίζουν να καλλιεργήσουν μια ισχυρότερη αίσθηση κοινότητας και πίστης μεταξύ των πιστών. Οι κληρικοί ασχολούνται με την ποιμαντική φροντίδα και την στήριξη στέλλοντας προσευχές, εφευρίσκοντας νέα δια ζώσης ή και διαδικτυακά «διακονήματα» για να συζητήσουν με τα μέλη και τους αιτούντες «απολογία πίστewος» και να προωθήσουν τη φωνή τους στο διαδίκτυο με τη multi-modal δημοσίευση σε blogs, vlogs και την ανάρτηση ομιλιών, διαλέξεων, ακολουθιών, πανηγύρεων για την ενίσχυση του συναισθηματικού ενδιαφέροντος για την ενορία και τη, ενδοκοινοτική πίστη. Οι ιερείς έχουν αναρτήσει διαδικτυακές κατηχητικές ομιλίες και διδαχές μαζί με διαπροσωπικές συμβουλές καθοδήγησης και δια ζώσης τελετουργίας μέσα στους απτούς αισθητηριακά χώρους, τους ναούς, ώστε έτσι να επηρεάσουν την επιστημική εξάρτηση των μελών και να επιτελέσουν την τελική αλληλοπεριχώρηση κλήρου και λαού. (Σάρα Μοναχή, Η χρήση του Διαδικτύου στην ποιμαντική πράξη, 2012). Οι κληρικοί βλέπουν τις τεχνολογίες επικοινωνίας ως έναν τρόπο να επιβεβαιώσουν τον μεταμοντέρνο ρόλο τους και να αυξήσουν το προσωπικό τους χάρισμα χρησιμοποιώντας στυλ διδασκαλίας που δεν ήταν δυνατά πριν. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς και σε ποιο βαθμό

χρησιμοποιούν αυτές τις τεχνολογίες για την επίτευξη αυτών των στόχων. «Κατά συνέπεια, ένα κεντρικό χαρακτηριστικό των νέων μέσων σε σχέση με τη θρησκεία είναι η συμπληρωματικότητά του προς τις παλαιότερες μορφές επικοινωνίας» (Πράξεις 2.42 «ἦσαν δὲ προσκαρτεροῦντες τῇ διδαχῇ τῶν ἀποστόλων καὶ τῇ κοινωνίᾳ, τῇ κλάσει τοῦ ἄρτου καὶ ταῖς προσευχαῖς»). Τα νεότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με τις εφαρμογές τους για κινητά, συχνά διαδραματίζουν αναπόσπαστο ρόλο παράλληλα με τα υπάρχοντα πλαίσια επικοινωνίας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενισχύοντας και διατηρώντας την ποιμαντική νομιμότητα και εξουσία. (Religious Apps). Εκτός από τη χρήση παραδοσιακών μεθόδων, οι ηγέτες των εκκλησιών και οι ιερείς έχουν αγκαλιάσει το Twitter και άλλα εργαλεία microblogging για να δημιουργήσουν μια προσωπική και επώνυμη ψηφιακή παρουσία. Μοιράζονται τις δραστηριότητές τους και τα ατομικά ή εννοιακά τους επιτεύγματα προκειμένου να κερδίσουν την αποδοχή και την υποστήριξη από τα ενεργά μέλη της κοινότητάς τους. Τα tweets χρησιμοποιούνται από τους ηγέτες της εκκλησίας για να μοιράζονται, να αναμειγνύουν και να ερμηνεύουν αποσπάσματα από τη Βίβλο, για παράδειγμα συνδυάζοντας βιβλικές περικοπές με προσωπικό σχολιασμό και χρησιμοποιώντας ορισμένες λέξεις από την Πατερική Διδασκαλία για να καθοδηγήσουν την προσοχή των πιστών τους στο πού πρέπει να εστιαστεί η πίστη τους. (Valliere, 2006). Οι «ενεργοί εννοίτες» μπορούν επίσης να ασκήσουν το δικαίωμά τους στη θρησκευτική ελευθερία και έκφραση δημοσιεύοντας διαδικτυακό περιεχόμενο, συμμετέχοντας σε διαδικτυακές συζητήσεις και δίνοντας ομιλίες σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Με αυτόν τον τρόπο, μπορούν οι ηγέτες να εγγράφονται ή να εκφράζονται και δια μέσων των ψηφιακών ταυτοτήτων των εννοίτων ή άλλων χρηστών των ΜΚΔ. Ανακαλώντας, αναδεικνύοντας ή και εγγράφοντας σεβαστές «ιερατικές φιγούρες» στις καθημερινές πολυτροπικές και σε απευθείας σύνδεση πρακτικές των ΜΚΔ, η των εννοίτων ή άλλων χρηστών των ΜΚΔ αναδεικνύουμε την εξουσία και τη φιλοσοφία της εκκλησίας, επιβεβαιώνοντας ότι το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά για την ενίσχυση και την παρουσίαση της θρησκευτικής εξουσίας, ακόμη και σε περίπτωση φυσικής απουσίας της. (Brummans, ό.π., και Knowles, 2013:128-143). Βεβαίως, αυτό δεν αποκλείει το ενδεχόμενο η αντίσταση στην αυθεντία να μπορεί να εμφανιστεί αλλού και σε ποικίλες ψηφιακά εγγεγραμμένες μορφές. Στην ανάλυσή του, ο Hollander, παραθέτει τις έξι πιο συνήθεις τακτικές αντίστασης (ή «στάσεις»): σιωπή ή δισταγμός, στεναγμός ή αναστεναγμός, γέλιο νευρικό, δράση λεκτική αμφισβήτησης-αποδόμησης του σχήματος της αρχής κτλ. (Hollander, 2015:425-444). «Εντούτοις,

υπάρχουν αρκετές εύλογες ευκαιρίες μέσα σε αυτούς τους διαδραστικούς θαλάμους ηλεκτρονικής ηχούς εκκλησιαστικού πνεύματος, όπου οι ηγέτες και τα μέλη επιδιώκουν να παρουσιάσουν έναν εικονικό, συνεκτικό εκκλησιοκεντρικό «εαυτό» ενισχύοντας επικοινωνιακά τον διακριτικό χαρακτήρα του «ηγετικού τους χαρίσματος» και τη συλλογική κατανόσή εκ μέρους των πιστών ενεργά μελών της τοπικής εκκλησίας τους. (Knowles, 2013:144). Αν και οι φιλίες στο Facebook μπορεί να είναι ωφέλιμες για τους ποιμένες που ελπίζουν να οικοδομήσουν ισχυρότερες σχέσεις με το ποίμνιο τους, ελλοχεύει ο κίνδυνος να δημιουργηθούν εντάσεις και προβλήματα. Οι ιερείς πρέπει να είναι προσεκτικοί για να επιτύχουν τη σωστή ισορροπία μεταξύ της προσωπικότητας και της διατήρησης μιας αίσθησης Εκκλησιαστικής αυθεντίας. Επιπλέον, πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter αναγκάζουν τους χρήστες να συμπυκνώνουν τις σκέψεις τους και να προσέχουν τα ζητήματα απορρήτου. Οι κληρικοί που θέλουν ή πρέπει να δρουν στα ΜΚΔ, όταν οι κληρικοί πιέζονται για να μεταδώσουν τις «μεσολαβούμενες» ενημερώσεις χωρίς «παύση», μοιράζονται και να διαχειρίζονται τις εξελισσόμενες σε ποσότητα και ποιόν αμφισβητήσεις και προσδοκίες των πιστών σχετικά με το εάν, τότε και πώς θα πρέπει να συνδεθούν οι ηγέτες μαζί τους, συμπεριλαμβανομένων και των συνεπειών της κατάχρησης των δημοσιεύσεων εντός των κοινωνικών μέσων.

Οι διαφορετικές διαδικτυακές και εκτός σύνδεσης πρακτικές συμβάλλουν στην πολυπλοκότητα και τα παράδοξα της σημερινής μετάδοσης και εφαρμογής της θρησκευτικής εξουσίας. Απαιτείται περισσότερη μελέτη για την πλήρη κατανόηση της ψηφιακής θρησκείας ως παγκόσμιο φαινόμενο, ειδικά μεταξύ των νεότερων γενεών που προσβλέπουν στην Εκκλησία για νόημα και δύναμη. Ωστόσο, τα επόμενα χρόνια, οι εκκλησιαστικές κοινότητες θα υποστούν σημαντικές αλλαγές.

Φαίνεται να υπάρχει ένα μοτίβο μεταξύ εκείνων που θέλουν να συζητήσουν για τον Χριστιανισμό και τα «Νέα Μέσα», αλλά δεν έχουν την απαιτούμενη γνώση, με στόχο είτε την απλοποίηση είτε την επεξεργασία. Απλοποιώντας, εννοούμε ότι ορισμένοι άνθρωποι σχηματίζουν απόψεις για τα "Νέα Μέσα" με βάση επιφανειακές εκτιμήσεις, όπως τι κάνει, πώς φαίνεται ή ποιον βοηθά. Ως αποτέλεσμα, τα «Νέα Μέσα» μπορεί να θεωρηθούν από ορισμένους ως μια κοσμική εναλλακτική στα θρησκευτικά

ιδρύματα. Αυτό που έρχεται να «ειδικεύσει» τα «Νέα Μέσα», επιπλέον, είναι μια προσπάθεια «εργαλειοποίησης» του διερευνώντας πώς η «μεταμοντέρνα κουλτούρα και πρακτική των νέων μέσων» μπορεί να ενισχύσει τις παραδοσιακές προσεγγίσεις της ιεραποστολής και της κατηχητικής διαμεσολάβησης καθώς και άλλες παραδοσιακές μορφές εκκλησιαστικής πρακτικής. Όχι μόνο δεν πρέπει απλώς να δεχόμαστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως δεδομένα στη ζωή μας, αλλά θα πρέπει επίσης να κάνουμε μια προσπάθεια να κατανοήσουμε τις επιπτώσεις τους στις πνευματικές και θρησκευτικές μας πρακτικές. (<https://athoskivotos.eu/> και <https://athoskivotos.eu/politistiko-apothema.html>). Οι άνθρωποι μπορούν πλέον να ασχολούνται με το θρησκευτικό περιεχόμενο με πιο πολύπλευρο τρόπο, αντλώντας από ένα ευρύτερο φάσμα συμβόλων και εικόνων τόσο από το σύγχρονο όσο και από το ιστορικό περιβάλλον, χάρη στην άνοδο των νέων πρακτικών μέσων. Ωστόσο, οι νέες απεικονίσεις αυτών των συμβόλων και εικόνων στο Διαδίκτυο μερικές φορές τα εργαλειοποιούν και τα σχετικοποιούν, κάτι που μπορεί να είναι περίεργο για τις σχετικές θρησκευτικές οργανώσεις.

#### 4.4 Marketing Analysis

Με τον καιρό, ολόκληρη η ανθρωπότητα, ανεξάρτητα από το επίπεδο τεχνικής ανάπτυξής του, θα ζει σε έναν κόσμο όπου η δύναμη του Διαδικτύου και άλλων μορφών ψηφιακής δικτύωσης θα έχουν ολοένα αυξανόμενη επιρροή στην ατομική και κοινοτική μας ύπαρξη. Αυτό το γεγονός διαμορφώνει το μέλλον του πλανήτη με τρόπο που δεν μπορεί να αγνοηθεί. Δεν θα υπάρξει καμία απολύτως υποχώρηση ή παραίτηση. Ο ορίζοντας της ιστορίας μπορεί να ιδωθεί μόνο από μια οπτική γωνία. Δεν είμαστε οι μέσοι καταναλωτές των μέσων ενημέρωσης σας. Καθώς τα χρησιμοποιούμε, μας πλάθουν. Οι άνθρωποι που μπορούν να διαβάσουν και να γράφουν τώρα θα αισθάνονται άνετα χρησιμοποιώντας την τεχνολογία (Larsen, 2001). Η αλλαγή των μέσων μέσα στο χρόνο είναι μια εξέλιξη που αναπόφευκτα θα καθορίσει τη μοίρα της, ανεξάρτητα από τα αποτελέσματα. Είναι μάταιο να αντιστέκεται κανείς στην επιβολή του νέου συστήματος μέσω επιχειρημάτων, διάψευσης ή πεισματικής προσκόλλησης στο παλιό. Φιλοδοξεί στην εποχή της γραφικής τέχνης πριν εφευρεθεί η εκτύπωση. Η ανάπτυξη των πολυμέσων αλλάζει όχι μόνο την ανθρώπινη κουλτούρα αλλά και την



ανθρώπινη υποκειμενικότητα και διυποκειμενικότητα ως αποτέλεσμα των νέων τρόπων επικοινωνίας και ανταλλαγής γνώσεων μεταξύ των ανθρώπων. Τα νέα μέσα δεν αντικαθιστούν εξ ολοκλήρου τα παλιά, φυσικά. Τα απορροφούν ή τα ενσωματώνουν στη δική τους πειθαρχία, αλλάζοντας τον αρχικό τους σκοπό (π.χ. ψηφιακό ραδιόφωνο και συνδρομητική τηλεόραση). Ειδικότερα, είναι λογικό οι φοιτητές που είναι εγγεγραμμένοι σε προγράμματα σπουδών επικοινωνίας να αποκτούν εμπειρία και γνώσεις στη χρήση των νέων μέσων. Έχουμε ιστορικό προηγούμενο για αυτή τη μέθοδο. Είναι, πολύ γνωστή η φράση του Marshall: «Το μέσο είναι το μήνυμα».

Πριν δυο χιλιάδες χρόνια, δώδεκα απόστολοι «πορεύθηκαν εις πάντα τα έθνη» για να διαδώσουν το Ευαγγέλιο. Διέσχισαν χιλιάδες μίλια, συνομίλησαν με αμέτρητους ανθρώπους και συνάντησαν απειλητικούς σωματικούς και λεκτικούς κινδύνους. Πολλοί από αυτούς έδωσαν τη ζωή τους για αυτό το κάλεσμα, όπως η θυσία του Ιησού. Η εικόνα του ποιμένα που προσπαθεί να κρατήσει ενωμένο και συγκεντρωμένο το κοπάδι και παράλληλα να σπύσει να βρει κάθε χαμένο πρόβατο συνοψίζει σήμερα την προσέγγιση των ανθρώπων σε θέματα πίστεως. Σήμερα, οι σύγχρονοι απόγονοι των Αποστόλων μπορούν να φτάσουν στις τέσσερις γωνιές του κόσμου χωρίς να εγκαταλείψουν ποτέ τον ιερό τους χώρο, είτε πρόκειται για ναό, είτε για ένα σπίτι, είτε για μητροπολιτικό μέγαρο. Το μόνο που χρειάζονται είναι μια κινητή συσκευή και μια σύνδεση στο διαδίκτυο. Σε ποιο βαθμό η επανάσταση των πολυμέσων στην ψηφιακή επικοινωνία άλλαξε και εμπλούτισε τη ζωή της Ελληνικής Εκκλησίας; Μπορεί η επιρροή του Facebook να φτάσει πέρα από τη δημοκρατία και τις εκλογές για να διαμορφώσει τις πνευματικές μας πεποιθήσεις; Αυτές οι πλατφόρμες διαμορφώνουν ενεργά τις θεολογίες μας και τους τρόπους με τους οποίους ζούμε την πίστη μας; (Thoreau, 1997: 48). Ο Πρωτέας, ο ποιμένας των φώκιας του Ποσειδώνα από την ελληνική μυθολογία, ήταν γνωστός για την ικανότητά του να αλλάζει σχήμα όταν συλληφθεί. Αν κάποιος προσπαθήσει να τον συλλάβει, θα ξέφευγε αλλάζοντας την εμφάνισή του και θα έπεφτε στη θάλασσα χωρίς να προδώσει από τα μυστικά του. Το Facebook, Inc., ο ψηφιακός " ποιμένας" των profiles και αναρτήσεων, φαίνεται να είναι ένας μοντέρνος Πρωτέας –Proteus: η σύζευξη της επικοινωνίας, της πληροφόρησης και της συμμετοχής στον τρόπο αυτό της virtual / εικονικής θρησκευτικής επιτέλεσης επισυμβαίνει περισσότερο στο επίπεδο των ρηματικών δηλώσεων-φράσεων, δηλαδή

σ' εκείνα που λέγονται online παρά σ' αυτά που τελούνται. (Young, 2004:98-99.). Η κίνηση, από τήν άλλη, του «Delete Facebook» (<https://deletefacebook.com>) παρουσιάστηκε μόνο σε σύντομο χρονικό διάστημα σε διάφορες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων (ΜΚΔ), αλλά πολλοί άνθρωποι επιστρέφουν στην διενέργεια κειμενικών και πολυμεσικών αναρτήσεων, την απόλαυση και την περιήγηση ως συνήθως. Στο πλαίσιο των καθηκόντων του ο Zuckerberg ανέφερε ότι με τήν χρήση των νέων μέσων «(...) σε κάθε μέρος της δουλειάς μας καί στις σχέσεις με τους ανθρώπους, διευρύνουμε την ευθύνη μας, διότι απλά δίνουμε στους ανθρώπους εργαλεία για να γίνουν αναγνωρίσιμοι ενώ σε εμάς εναπόκειται να βεβαιωθούμε ότι τα εργαλεία αυτά χρησιμοποιούνται ορθά». Τα "New Media" (και ίσως η Silicon Valley στο σύνολό της) αντανακλά την επίδραση της τεχνολογίας τους στην κοινωνία. Το Facebook ως οργανισμός σκέφτεται πώς χρησιμοποιούνται τα εργαλεία του τόσο ατομικά όσο και συλλογικά. Το Facebook ξοδεύει χρόνο να σκεφτεί τον " εαυτό " του. Μέσα από όλα αυτά, το Facebook θέτει ερωτήσεις που έχουν να κάνουν με τον τεχνολογικό ντετερμινισμό. Ο τεχνολογικός ντετερμινισμός, όπως υπονοεί το επίθετό του, διευκρινίζει πώς η τεχνολογία κατευθύνει τις αξίες και τη δομή ενός πολιτισμού. Από αυτή την άποψη, η τεχνολογία είναι ένα διάχυτο και σημαντικό μέρος της καθημερινής ζωής. Αντί να είναι παθητικός παρευρισκόμενος, η τεχνολογία πλέον εμπλέκεται ενεργά σε νοητικές διεργασίες και σχηματίζει συνδέσεις με ανθρώπους και άλλες οντότητες. Ως αποτέλεσμα της τεχνολογικής παρέμβασης, η κοινωνία έχει γίνει πιο δομημένη και οι ενέργειες των ατόμων κατευθύνονται πιο εύκολα. Οι συμπεριφορές, οι στάσεις και οι κοινωνικές μας δομές επηρεάζονται πάντα από την κατάσταση της τεχνολογίας. Με αυτόν τον τρόπο, η εμβέλεια οποιασδήποτε τεχνολογίας είναι τεράστια, καθώς επηρεάζει την ανάπτυξη προϊόντων που χρησιμεύουν ως πολιτιστικά σύμβολα. Οι αναδυόμενες τεχνολογίες, αφού ενσωματωθούν πλήρως σε μια κουλτούρα, αλλάζουν όχι μόνο την άμεση δραστηριότητα για την οποία αναπτύχθηκαν, αλλά έχουν επίσης «κυμαινόμενες επιπτώσεις» που επηρεάζουν την κουλτούρα μέσω του ρόλου τους ως καθοριστές τάσεων (Robert, 1998 :89-90).

Σύμφωνα με έρευνες του κοινωνιολόγου Paul McClure του πανεπιστημίου Baylor, οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν ουσιαστικές επιπτώσεις στη θρησκευτική πίστη (McClure, 2017:481-97) τονίζει πως: « παίζοντας με την τεχνολογία και τη θρησκεία

σε μια ψηφιακή εποχή, η συχνή χρήση του διαδικτύου συσχετίζεται με περισσότερο θρησκευτική συσσώρευση και τό πνευματικό colage. Το Hypertext καλεί τους χρήστες να συνενώνουν μια πλειάδα διαφορετικών και διαφορετικά αποσυνδεδεμένων θρησκευτικών προοπτικών. Σήμερα, ίσως εν μέρει, επειδή πολλοί από εμάς ξοδεύουμε τόσο πολύ χρόνο online, είμαστε πιο πιθανό να κατανοήσουμε τη θρησκευτική μας συμμετοχή ως ελεύθεροι επαγγελματίες που μπορούν να δοκιμάσουν τήν τύχη τους με μια πληθώρα θρησκευτικών ιδεών - ακόμα και ακραία διαφορετικές - αντιφατικές θρησκείες - πριν αποφασίσουμε πώς θέλουμε να ζήσουμε». Το Facebook, από μόνο του, θα μπορούσε να θεωρηθεί ως συνοδευτικό για την αντιμετώπιση των πνευματικών αναγκών κάποιου. Το Facebook, που επεκτείνεται συνεχώς, έχει φτάσει να επηρεάζει τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και πρακτικές δισεκατομμυρίων ανθρώπων - μια μνημειώδης δύναμη στην παγκόσμια θρησκευτική σφαίρα. Το Facebook έχει ήδη επιδειξει την επιρροή του στο πολιτικό μας σύστημα και στον τρόπο λειτουργίας της δημοκρατίας. Πότε θα είμαστε έτοιμοι, και τι σημαίνει αυτό, να αναγνωρίσουμε ότι αυτό αναδιαμορφώνει τις πεποιθήσεις μας; Τα ιστολόγια έχουν έρθει για να καταλάβουν μια ιερή θέση στην ελληνορθόδοξη διαδικτυακή εμπειρία. Ένα ιστολόγιο μπορεί να οριστεί ως μια συλλογή καταχωρήσεων, που περιλαμβάνει λέξεις, εικόνες ή άλλα μέσα, που παρουσιάζονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά. Κάτω από τον αποκεντρωμένο καπλαμά του, το blogging αποτελεί ένα μέσο ισότητας. (Who's In Charge of the Christian Blogosphere," 2017, και "Present and Future of Christian Blogging," 2019).

Η Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία αποτελεί ένα σεβαστό σύμβολο, μια θεσμική δομή αντιπροσωπευτική κι ιεραρχική. Στα χρόνια της ύφεσης του εικοστού αιώνα, προέκυψε μια διακαή επιθυμία για τη δημιουργία συμμετοχικών συστημάτων, με στόχο τη συμμετοχή των τοπικών πολιτών στη διαμόρφωση της πολιτικής και των αποφάσεων. Ωστόσο, στο ταξίδι, η Ελληνική Εκκλησία υιοθέτησε άτυπα συστήματα από τον αγγλοσαξονικό τομέα του εμπορίου και από τη βασισμένη στο προσωπικό κυβέρνηση της σύγχρονης αστικής δημοκρατίας. Κατά καιρούς, το αποτέλεσμα ήταν διαφωνία μεταξύ κληρικών και λαϊκών, ή ακόμα και μέσα στην ίδια την ενορία, γεμάτη με διαμάχες εξουσίας. Αυτό το μοντέλο είναι κατάλληλο για ορισμένα πιο εύγλωττα μέλη των λαϊκών, ενώ η πλειοψηφία παραμένει λιγότερο ευδιάκριτη. Οι πιστοί έχουν ελάχιστες πιθανότητες να εκφράσουν τις πεποιθήσεις τους και να διακηρύξουν την πίστη τους στους αδελφούς της εκκλησίας τους. (orthodoxa-istologia.blogspot.com).

Η τεράστια δημοτικότητα των ιστολογίων που υπάρχουν από ιερείς και διακόνους σ' όλο τον χριστιανικό κόσμο που επεξηγούν τις διδασκαλίες της Εκκλησίας με online προσπελάσιμο τρόπο καταδεικνύει την αναγνώριση που δόθηκε στην δυναμική τους. Παρόλα αυτά, ο ρόλος των λαϊκών στην ευαγγελισμό δεν μπορεί να υποτιμηθεί: καθόσον η εκκλησιαστική ηγεσία τους καλεί να αναζητήσουν ευκαιρίες να ανακοινώσουν τον Χριστό είτε στους μη πιστούς με σκοπό να έλθουν στην πίστη, είτε στους πιστούς με σκοπό την διδασκαλία, την ενίσχυση, και την ενθάρρυνση σε μια πιο ένθερμη ενοριακή δια ζώσης εμπλοκή. Έτσι, οι bloggers καλούνται να αντισταθμίσουν τα επίκαιρα λάθη που υπονομεύουν τα θεμέλια της τοπικής θρησκείας, αξιοποιώντας τα χαρίσματα της νοημοσύνης, της παιδείας και της μάθησης που θα πρέπει να κατέχουν, κάνοντας ό, τι μπορούν για να εξηγήσουν, να υπερασπιστούν και να εφαρμόσουν τις χριστιανικές αρχές σε διάφορα προβλήματα, της ιστορικής Εκκλησίας. (<https://newsroom.fb.com/news/2018/04/hard-questions-protecting-peoples-information/>, 11-7-2019). Η απουσία αληθινής διδασκαλίας έχει οδηγήσει πολλούς Έλληνες Ορθόδοξους να παραμελήσουν το δόγμα της Εκκλησίας ή, αν κατέχουν τη γνώση, να το αγνοήσουν ως άσχετο με τις μέρες μας. Οι Έλληνες Ορθόδοξοι bloggers διακηρύσσουν μια αποστολή αφήγησης της αλήθειας, επιδιώκοντας να διαφωτίσουν τους άλλους για το τι πραγματικά κατέχει η Εκκλησία, εξαλείφοντας τις πλαστές και τις παρερμηνείες και δείχνοντας πώς οι διδασκαλίες της μπορούν να εφαρμοστούν στην καθημερινή ζωή. ([www.greekorthodoxia.gr/ThiaLitourgia2\\_blogs\\_pot.com](http://www.greekorthodoxia.gr/ThiaLitourgia2_blogs_pot.com)). Στην ψηφιακή σφαίρα, όσοι αναζητούν παρηγοριά ή απαντήσεις προσδοκούν με ανυπομονησία τη γρήγορη ικανοποίηση, ενώ εκείνοι που στοχεύουν να εκπληρώσουν αυτό το είδος βοηθητικού σκοπού αναζητούν άθελά τους τη στιγμιαία επικύρωση. Ως εκ τούτου, πιστεύουμε ότι η εκκλησία μας σε ένα σύγχρονο κοινωνικό πλαίσιο πρέπει να δημιουργήσει νέα σχέδια και νέες στρατηγικές για να οικοδομήσει μια στενότερη σχέση μεταξύ ποιμένων, κληρικών και πιστών. Στόχος είναι να ενδυναμωθούν οι πιστοί να συμμετέχουν πιο ενεργά στην Εκκλησία και να εκπληρώσουν τον σκοπό τους στον κόσμο. Αυτός είναι ο λόγος που πολλοί θεωρούν ότι τα ιστολόγια βοηθούν πολύ στη διαδικτυακή συμμετοχή. Οι νέοι των Ελληνορθόδοξων βρίσκουν ελευθερία στην αυτοέκφρασή τους. Η συγκίνηση του Οκτωβρίου 2019, όταν λήφθηκε ένα δείγμα ιστολογίων, αποκάλυψε μια έκρηξη ψηφιακής αφοσίωσης στον Ιησού και την Εκκλησία Του, μια αγάπη που μπορούμε μόνο να ελπίζουμε ότι θα διαρκέσει. Η μόνη

επιφύλαξη είναι ότι ορισμένοι bloggers μπορεί να γίνουν επιθετικοί σε άκρο, είτε φανατικοί είτε δογματικοί, ακόμη και τρομερά αγενείς. Ιστότοποι και ιστολόγια, με λίγη τεχνογνωσία και σχεδόν καθόλου έξοδα, προσφέρουν έναν ακαταμάχητο τρόπο να δημοσιοποιήσετε τον εαυτό σας και να αφεθείτε σε μια ατελείωτη πανδαισία γεγονότων και εικόνων. Ιστότοποι και ιστολόγια, με λίγη τεχνογνωσία και σχεδόν καθόλου έξοδα, προσφέρουν έναν ακαταμάχητο τρόπο να δημοσιοποιήσετε τον εαυτό σας και να αφεθείτε σε μια ατελείωτη πανδαισία γεγονότων και εικόνων. Οι πύρινοι λόγοι στο διαδίκτυο κάνουν ώστε η ανακύκλωση σχολίων να μεγιστοποιείται και με αυτόν τον τρόπο ένα ιστολόγιο προσπορίζει στον διαχειριστή του την ηδονή της μεγάλης επισκεψιμότητας, των απροσμέτρητων ενίοτε "likes", και των πολλών φίλων ("followers") σε μια ιδιότροπη αρένα διαρκούς αναμέτρησης (Stewart, 2012:28-35). Αυτή η νευρωτική χρήση του διαδικτύου μπορεί να είναι μια βαθιά μοναχική διαδικασία και να συμβάλει καίρια στην αλλοτριωτική εξατομίκευση ακόμη και στην περίπτωση αυξημένης "επισκεψιμότητας" και "virtual αλληλεπίδρασης", εφόσον προκαλεί τη ρήξη με την κοινοτική αναφορά μέσα από την λατρεία του ψηφιακού εαυτού.

Η προσέγγιση των αρνητικών ζητημάτων αυτών μπορεί να γίνει εάν ερευνηθεί: α) ποια είναι η ρεαλιστική στάση της θεσμικής Εκκλησίας έναντι κακόβουλων διαδικτυακών θέσεων και επιθέσεων προς αυτήν ή την κοινωνία και β) ποια είναι η στάση της Εκκλησίας έναντι εκείνων των πιστών μελών της που κάνοντας χρήση των "Νέων Μέσων" διεκδικούν για τον εαυτό τους την αυθεντική μαρτυρία, δηλαδή Πατερική και Ορθόδοξη, κι επιτίθενται στον εσωτερικό χώρο της τοπικής κοινότητάς τους ή και έξω από αυτήν, εκφράζοντας φονταμενταλιστικές προδιαθέσεις και διχαστικό λόγο.

Σε όλες τις περιπτώσεις εκείνο που προκαλεί ιδιαίτερη ανησυχία είναι οι συνθήκες ισοπεδωτικής ανωνυμίας ή απροσωπίας στο διαδίκτυο, τόσο στους χώρους του blogging, microblogging, όσο και του macroblogging.

Το 'Live-webbing' φέρνει κοντά πλήθος από ανθρώπους και οργανώνει κοινότητες σ' ένα νέο είδος κοινωνικότητας, η οποία σαφέστατα ευνοεί κοινότητες ή ομάδες περιθώριο- ποιημένες, που έχουν μικρό εύρος αποδοχής. Πρόκειται όμως για μία

κοινωνικότητα τύπου Hollywood, μεταβατική εν πολλοίς προς μία θρησκευαϊκή κουλτούρα video-clip λόγου εξεικονισμένου τύπου YouTube που πείθει αρκετά εύκολα με τον τρόπο ευρείας χρήσης λόγων με εικόνες, δηλ. ενός τρόπου εύκολης διάδοσης και κατανάλωσης εθνικών, φιλοσοφικών, εκκλησιολογικών ή (δια-)θρησκευτικών ζητημάτων (Baudrillard, 1983).

Οι εκκλησιαστικοί ηγέτες συχνά προειδοποιούν ότι η ηλεκτρονική αλληλεπίδραση είναι τεχνητή. Ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει ένα blog και να πει, αμέσως, ό, τι θέλει. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να διανέμουν νέα και πληροφορίες με εκπληκτική ταχύτητα και μπορούν να δώσουν φωνή σε εκείνους που αποκλείονται από άλλες μορφές επικοινωνίας. Σημαίνει επίσης ότι μπορούν να παράσχουν μια πλατφόρμα για πολλά περιέργα κι αντιδεοντολογικά. Έχοντας συνηθίσει να επαινούνται (ή σε κλίμα φιλικής συζήτησης) από τους αναγνώστες των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης, έχουν επίσης εκπαιδευθεί από τα “νέα μέσα” στις γρήγορες (fast track) απαντήσεις επί των πνευματικών ζητημάτων.

Καί παρότι πρέπει να είμαστε προσεκτικοί μερικές φορές και να πηγαίνουμε πίσω από τις λέξεις που χρησιμοποιούνται online για να σχετίζονται οι άνθρωποι με ένα πραγματικό πρόσωπο, αυτή η online ζωή παρέχει τήν δυναμική συναντήσουμε κατ’όψιν πολλούς ανθρώπους που ποτέ δεν θα γνωρίζαμε χωρίς το blog, ακόμη και αν ταξιδεύαμε σε διαφορετικές χώρες για να συμμετάσχουμε συνέδρια και πολιτιστικές εκδηλώσεις (Bauman, 2002).

Το Ελληνικό Ορθόδοξο blogging έχει πολλές χρήσεις, αλλά το πιο ισχυρό είναι ότι είναι η βασική χριστιανική προσπάθεια να επικοινωνεί μέγα μέρος του ορθοδόξου νεανικού κοινού με άλλα μέλη του σώματος του Χριστού ή και όχι. Μπορούν να επιστήσουν την προσοχή σ’ ένα θέμα γρήγορα ή να δημοσιεύσουν για πρώτη φορά πηγές ή και μεταφράσεις ξενόγλωσσων πηγών, φωτογραφιών και βίντεο. Το Διαδίκτυο δημιούργησε συναρπαστικές δυνατότητες για ενημερωτική και διαπροσωπική ευαισθητοποίηση σε πραγματικό χρόνο. (Campbell, 2005).

Το Μάιο του 2004, το blogging ήταν ένα σχετικά νέο φαινόμενο και λίγοι οι έλληνες ορθόδοξοι bloggers στην Ελλάδα. Σήμερα όλα αυτά έχουν αλλάξει. Μέσω ιστοτόπων όπως το Blogger και το WordPress, οποιοσδήποτε έχει τη θέληση μπορεί να ξεκινήσει ένα blog. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν πολύ ανοησίες εκεί έξω στο διαδίκτυο, αλλά υπάρχει και μια τεράστια ποσότητα πολύτιμων πληροφοριών. Οι Συνοδικές Εγκύκλιοι, οι επισκοπικές προτροπές και άλλα διατάγματα, τα οποία κάποτε χρειάστηκαν εβδομάδες ή μήνες για να διαδοθούν, είναι τώρα διαθέσιμα μέσα σε λίγα λεπτά από τη δημοσίευσή τους (Campbell, 2012).

Έτσι τα Ελληνικά Ορθόδοξα ιστολόγια παρείχαν μια μεγάλη υπηρεσία στην επίσημη Εκκλησία, διαδίδοντας πληροφορίες απαραίτητες για την αντιμετώπιση μονόπλευρων παρουσιάσεων των ελληνορθόδοξων θεμάτων από κύριο Τύπο, σέ εποχές που επανατίθετο τό δίλημμα νομικής, συνταγματικής και άλλης εξώθησης στο περιθώριο της Ελλαδικής Εκκλησίας ως νομικού προσώπου. Μια απλή ματιά στα εχθρικά σχόλια κάτω από ένα πλήθος διαδικτυακών αναρτήσεων αποκαλύπτει την ένταση αυτών των απόψεων που διαδίδουν τη βία, είτε είναι λεκτική είτε σωματική. Η έκφραση αυτών των σκέψεων θα αποδεικνυόταν δύσκολη σε μια θρησκευτική συγκέντρωση, ένα επιστημονικό περιβάλλον ή μια άμεση ανταλλαγή απόψεων. Σε αυτήν την εποχή που καθοδηγείται από την τεχνολογία, καλούμαστε να δείξουμε αυτοσυγκράτηση, τιμώντας ο ένας τον άλλον και απέχοντας από προσβλητικά λόγια. Στους ελληνορθόδοξους κύκλους, εικονικούς και φυσικούς, υπάρχει λαχτάρα για αναρτήσεις όλων των τύπων όπως, κείμενο, ήχο και βίντεο- για να πυροδοτήσουν συνομιλίες και συζητήσεις γύρω από σύγχρονα θέματα. Επίσης, για να διασφαλιστεί ότι οι συζητήσεις που φιλοξενούνται στον ιστότοπο διεξάγονται με ηθικό τρόπο (Castells, 2002). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter και το blogging έχουν τη δύναμη να αλλάξουν την πορεία της κοινωνίας μας με τις φαινομενικά απλές έννοιές τους. Μπορεί να ισχυριστούμε ότι τα ιστολόγια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να κηρύξουν το Ευαγγέλιο, ωστόσο αυτό θα μπορούσε να γίνει συνηθισμένο ρητό αν δεν αρθρώσουμε συγκεκριμένα πώς και τι ευαγγελίζουμε στην Ορθόδοξη Εκκλησία. Τα ιστολόγια προσφέρουν μια σειρά από ευκαιρίες για συμμετοχή στο Διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένης της ανταλλαγής σοφίας και πίστης, αμφισβήτησης λανθασμένων πεποιθήσεων και διδασκαλιών και παροχή απαντήσεων σε ερωτήματα

από Έλληνες Ορθόδοξους και μη Χριστιανούς. Οι διαδικτυακοί φορείς επικοινωνίας κάνουν ένα ιερό έργο (Christians, 1997).

Πρώτα και κύρια: ανοίγουν τη ζωή τους και δείχνουν στον κόσμο την αγάπη τους για τον Σωτήρα τους. Η εμπιστοσύνη και ο σεβασμός, υφασμένα μέσα από τη σχέση, φέρνουν την αποδοχή της κοινής γνώσης και συμβουλών. Ένας δρόμος αβίαστης διάδοσης και απορρόφησης εθνικών, φιλοσοφικών, πνευματικών ή διαθρησκειακών ζητημάτων. Στη σύγχρονη εποχή, όσοι αναζητούν γνώση συχνά ξεκινούν το ταξίδι τους στον Ιστό, μόνο για να βρεθούν βυθισμένοι στα λόγια των bloggers, αναζητώντας πληροφορίες για θέματα που διαμορφώνουν τη ζωή τους και τον κόσμο γύρω τους. Μπορούν να αποτελέσουν στάδιο για πολλές περιέργες και ανήθικες πράξεις. Ένας δρόμος αβίαστης διάδοσης και απορρόφησης εθνικών, φιλοσοφικών, πνευματικών ή διαθρησκειακών ζητημάτων. Στη σύγχρονη εποχή, όσοι αναζητούν γνώση συχνά ξεκινούν το ταξίδι τους στον Ιστό, μόνο για να βρεθούν βυθισμένοι στα λόγια των bloggers, αναζητώντας πληροφορίες για θέματα που διαμορφώνουν τη ζωή τους και τον κόσμο γύρω τους. Μπορούν να αποτελέσουν στάδιο για πολλές περιέργες και ανήθικες πράξεις. Συνηθισμένοι να επαιούνται στον διαδικτυακό διάλογο, έχουν ρυθμιστεί από τα μέσα ενημέρωσης να επιλύουν γρήγορα πνευματικά προβλήματα. Η δύναμη του blogging στην Ελληνική Ορθοδοξία έγκειται στην ικανότητά του να συνδέει τους νέους της πίστης με τους χριστιανούς αδελφούς τους, ή αυτούς που βρίσκονται πέρα από αυτήν, πέρα από τα όρια του χώρου και του χρόνου, ακόμα κι αν δεν διασταυρώνουμε ποτέ δρόμους στη φυσική ζωή (Penn, 2016).

Μπορούν να προσελκύσουν γρήγορα την προσοχή σε ένα θέμα, να αποκαλύψουν πρωτότυπες πηγές, μεταφράσεις ξενόγλωσσων πηγών, φωτογραφίες και βίντεο. Αν και πρέπει να είμαστε προσεκτικοί για να αποκαλύψουμε την αλήθεια πίσω από την ψηφιακή πρόσοψη πολλών, αυτή η ψηφιακή σφαίρα μάς επιτρέπει να συνδεθούμε με αυτούς που διαφορετικά δεν θα συναντούσαμε ποτέ, ακόμη και αφού ταξιδέψουμε στον κόσμο και παρακολουθήσουμε συνέδρια και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Αυτό ήταν ιδιαίτερα εμφανές στα ελληνορθόδοξα ιστολόγια, τα οποία βοήθησαν την επίσημη Εκκλησία να διαδώσει σημαντικές πληροφορίες και να αντιμετωπίσει τη μονόπλευρη κάλυψη ελληνορθόδοξων θεμάτων από τον κυρίαρχο τύπο, σε περιόδους νομικού και συνταγματικού αποκλεισμού. Ο κυρίαρχος τύπος συχνά παραβλέπει γεγονότα, αν και όπως στην περίπτωση του Βατοπεδίου, όχι πάντα. Τα ιστολόγια, ωστόσο, παρέχουν



μια πλατφόρμα για την ελληνορθόδοξη διαδικτυακή κοινότητα για να συζητήσει θέματα, συνδέοντας με τους συνομηλίκους της σε διάφορους τομείς. Μόχθος. Οι bloggers έχουν τώρα την ευκαιρία να αμφισβητήσουν και να τροποποιήσουν γρήγορα τις "κυρίαρχες αφηγήσεις μέσω" και να επιβεβαιώσουν ακριβείς απεικονίσεις. Ομοίως, έχουν μεγάλη σημασία στη σύγχρονη ψηφιοποιημένη αποστολή, ενσωματώνοντας το ελεγχόμενο δόγμα, την οπτική έκφραση και το τελετουργικό της Ελληνικής Ορθοδοξίας. (Αλμπανάκη, 2013).

Καθώς εμφανίστηκαν τα «νέα μέσα», η μεταμόρφωση ήταν επικείμενη. Σήμερα, όσοι αναζητούν γνώση στρέφονται στον Παγκόσμιο Ιστό και συχνά ανακαλύπτουν τους εαυτούς τους να μελετούν τα ιστολόγια για τις τελευταίες απόψεις των ορθοδόξων για θέματα που σχετίζονται με τις σκέψεις, τη ζωή και τα νέα τους. Το πιθανό καλό των ιστολογίων μπορεί να φαίνεται να επισκιάζεται από την ανήθικη κακή χρήση τους. Ωστόσο, παραμένουν μερικά σημεία που πρέπει να θυμόμαστε. (Δεμερτζής, 2001). Στην αρχή, η νομιμότητα της δυσφήμισης επεκτείνεται και στη σφαίρα του διαδικτύου. Για να κερδίσουν τον σεβασμό στον ψηφιακό κόσμο, είναι επιτακτική ανάγκη τα ιστολόγια να δημιουργήσουν μια αξιόλογη φήμη για την ακρίβεια και τη δικαιοσύνη μέσω της σταθερής συνέπειας. Η πολύτιμη νοημοσύνη διώχνει κακώς ενημερωμένους μπλόγκερ. Εάν γραφτεί μια εσφαλμένη σκέψη, δεν θα μείνει αδιαμφισβήτητη και σύντομα θα τροποποιηθεί. Εάν αυτά τα λάθη δεν ελεγχθούν και επαναληφθούν, αυτό το ιστολόγιο σύντομα θα πέσει στην αφάνεια και θα ξεχαστεί. Τρίτον, τα ιστολόγια συχνά λειτουργούν ως φύλακες, αποκαλύπτοντας την εξαπάτηση και προστατεύοντας την αλήθεια από το να θαφτεί κάτω από τα ίδια αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης. Καθαρίζω. Αν και υπάρχουν παγίδες, τα ιστολόγια είναι βασικός πυλώνας στην ελληνορθόδοξη ζωή και δεν πρέπει να απορριφθούν (Αλμπανάκη, 2013).

Στα μέχρι στιγμής αναφερθέντα, δύναται να αναφέρει κανείς επιτροχάδην και συνεκδοχικά τρία πλεονεκτήματα: 1) τη δυνατότητα διακήρυξης του Ευαγγελίου, την ικανότητα επικοινωνίας με ανθρώπους που αναζητούν απαντήσεις στις ερωτήσεις τους στα κοινωνικά δίκτυα, 2) τη δυνατότητα της χριστιανικής φιλανθρωπίας με τήν μορφή Μ.Κ.Ο – καθώς οι φιλανθρωπικές οργανώσεις δραστηριοποιούνται σε ποικίλα δίκτυα

και ζουν μέσω ποικίλων δικτύων», και 3) την ταχεία διάδοση πληροφοριών. (Ανδριόπουλος, 1996).

Αν και θεωρούμε απαραίτητο για όλους τους Ορθόδοξους κληρικούς να έχουν μια καλή κατανόηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δεν θα ήταν συνετό να εγκαταλείψουμε τέτοιες πλατφόρμες, ούτε να ζητήσουμε από τους συνανθρώπους να συνομιλούν αποκλειστικά με έναν ιερέα όταν ασχολούνται με την Εκκλησία. Παρόλα αυτά, πιστεύουμε ότι όλοι οι Ορθόδοξοι κληρικοί πρέπει να λαμβάνουν ολοκληρωμένη οδηγία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ότι δεν είναι σωστό να απομακρυνόμαστε από τα δίκτυα, ενώ ταυτόχρονα τους καθοδηγούμε να ενσαρκώσουν μια ξεχασμένη αλήθεια, τον Ορθόδοξο τρόπο ζωής - γεμάτο χαρά, διαφορετικότητα, και κυρίως αλήθεια. Οι διδασκαλίες του McLuhan μας έχουν δείξει ότι το κοινωνικό δίκτυο δεν είναι απλώς μια συλλογή ατόμων, αλλά μια τεχνολογία που πρέπει να γίνει κατανοητή σε πνευματικό επίπεδο, με ένα μήνυμα που μπορεί να μοιραστεί μέσω κηρύγματος, αποστολών και λειτουργιών (Ελαφρός, 2015).

Εκτός αν επιλέξουμε να θυμηθούμε ότι η Εκκλησία που κήρυξαν οι Πατέρες είναι ένα σύστημα ανοιχτής ελευθερίας, όπου το μόνο μέτρο της ανθρωπότητας είναι η παρουσία του Χριστού και το διαδίκτυο απαιτεί προσωπική ευθύνη για κάθε στάση που παίρνουμε, ας θυμόμαστε ότι ως άνθρωπος, είμαστε υπόλογοι για τις πράξεις μας. Γόνιμη ενασχόληση με την Εκκλησία, μόνο σε συνομιλία με ιερέα. Ωστόσο, είναι σημαντικό όλοι οι Ορθόδοξοι κληρικοί να έχουν μια ισχυρή κατανόηση του ψηφιακού κόσμου, αντί να αποφεύγουν τις δυνατότητές του, καθώς οφείλουμε να τους καθοδηγήσουμε προς αυτόν. (Γιούλτσης, Βασίλειος 2001). Βρίσκεται ένας διάλογος με πολλές φωνές, όπου κληρικοί και λαϊκοί εξετάζουν και εξετάζονται, σταθμίζοντας τόσο παραδοσιακές όσο και ανορθόδοξες πρακτικές, ανταλλάσσοντας προσωπικές ιστορίες και εξετάζοντας διάφορες αφηγήσεις αβέβαιης προέλευσης, συμπεριλαμβανομένης αμφίβολης ιστορίας, φήμες και ιστορίες από το τεράστιο θησαυροφυλάκιο λαϊκό χριστιανικό πολιτισμό. Συμπερασματικά, τα οφέλη των κοινωνικών δικτύων περιλαμβάνουν την ικανότητα προσέγγισης των επιθυμητών δημογραφικών, νέων ευκαιριών επικοινωνίας, την ταχεία κυκλοφορία των πληροφοριών και την τεράστια ποσότητα. Αν και ορισμένοι αμφισβητούν την

αποτελεσματικότητα των ποιμαντικών δικτύων, άλλοι βρίσκουν ευκολότερο να παρακινήσουν κάποιον να προσεγγίσει έναν ιερέα, αναζητώντας τη διορατικότητά του για τη στάση της Εκκλησίας σε διάφορα θέματα της ημέρας. Ωστόσο, μπορεί να μην αναζητούν παρηγοριά όλοι όσοι στρέφονται στο δίκτυο (Γιούλτσης, 2002).

Αν η τεχνολογία των «Νέων Μέσων» είχε υπάρξει εκείνη τη στιγμή της διαδόσεως του Ευαγγελίου στα έθνη, είμαι βέβαιος ότι ο Παύλος θα είχε μια διαδραστική ιστοσελίδα για τό έργο του. Είναι χαρακτηριστικά τα λόγια του στο κείμενο της Α' Κορινθίους 9: 22-23: (...)έγενόμην τοῖς ἀσθενέσιν ὡς ἀσθενής, ἵνα τοὺς ἀσθενεῖς κερδήσω· τοῖς πᾶσι γέγονα τὰ πάντα, ἵνα πάντως τινὰς σώσω. Τοῦτο δὲ ποιῶ διὰ τὸ εὐαγγέλιον, ἵνα συγκοινωνὸς αὐτοῦ γένωμαι. Οὐκ οἶδατε ὅτι οἱ ἐν σταδίῳ τρέχοντες πάντες μὲν τρέχουσιν, εἷς δὲ λαμβάνει τὸ βραβεῖον; οὕτω τρέχετε, ἵνα καταλάβητε.

Στο σημείο αυτό θα αναφέρουμε αναλυτικά μερικά από τα πιο δημοφιλή εργαλεία αναζήτησης της εκκλησίας στον on-line κόσμο. Πιο αναλυτικά:

A) Η «Ορθόδοξη Χριστιανισμός» (<http://www.orthodoxos-christianismos.com>) είναι μια ανεξάρτητη εργασία της πύλης «Ρωσική Ανάσταση».

Με περιγραφές ορθόδοξων πόρων στα ρωσικά, αγγλικά, γερμανικά, σερβικά, ρουμανικά και 20 άλλες γλώσσες, είναι ο πιο ολοκληρωμένος διαδικτυακός κατάλογος του είδους του. Εμπεριέχει σχεδόν τα πάντα, από τις Αυτοκέφαλες Εκκλησίες έως τις επισκοπές, τα μοναστήρια, τις ενορίες, τις διαδικτυακές πύλες, τα ιστολόγια, τα ψηφιακά ραδιόφωνα σε διάφορα πεδία και ομάδες συζητήσεων κ.λπ.

B) Μητροπολίτης Μεσογαίας και Λαυρεωτικής Νικόλαος Χατζηνικολάου.

Η Θεσσαλονίκη αποτελεί τον τόπο γέννησης (1954) καθώς και την πόλη όπου ξεκίνησε τις σπουδές του ο Μητροπολίτης Μεσογαίας και Λαυρεωτικής Νικόλαος. Έλαβε το πτυχίο του στη Φυσική από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, το Master of Arts στην Αστροφυσική από το Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ και τον Διδακτορικό Μηχανολόγων Μηχανικών από το MIT (Master Επιστήμης στη Μηχανολογία). Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα καθ' όλη τη διάρκεια της διδακτορικής του εργασίας στο HST

(συνδυασμένο πρόγραμμα Harvard και MIT) επικεντρώθηκαν στην ανάπτυξη βιοϊατρικών τεχνολογιών (Βιορευστοδυναμική, Μαθηματική Φυσιολογία, Αιμοδυναμική της καρδιάς και των αγγείων). Ήταν ερευνητής και επιστημονικός συνεργάτης στο Vascular Laboratory του New England Deaconess Hospital, στο Αναισθησιολογικό Τμήμα του MGH και στη Μονάδα Εντατικής Θεραπείας του Παιδιατρικού Νοσοκομείου της Βοστώνης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, πέρασε επίσης δύο χρόνια ως επιστημονικός σύμβουλος μεγάλων εταιρειών σε θέματα Διαστημικής Ιατρικής Τεχνολογίας. Εκτός από τις επιστημονικές του σπουδές, ολοκλήρωσε τη Θεολογική Σχολή του Τιμίου Σταυρού στη Βοστώνη, όπου απέκτησε μεταπτυχιακές σπουδές τόσο στο ίδιο τμήμα όσο στη Θεολογική Σχολή του Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, όπου απέκτησε διδακτορικό στην Βιοηθική το 2003. Από το 2008 κατέχει τον τίτλο του «επίτιμου διδάκτορα» από το Τμήμα Κοινωνικής Θεολογίας του Πανεπιστημίου Αθηνών. Από τότε που ιδρύθηκε το πρώτο Κέντρο Βιοϊατρικής Ηθικής και Δεοντολογίας στην Ελλάδα τον Δεκέμβριο του 1993 και ανέλαβε την ηγεσία του, εξερευνά μεθοδικά την Ορθόδοξη Βιοηθική και τις κοινωνικές επιδράσεις της Βιοϊατρικής. Από το 1998 υπηρετεί ως πρόεδρος της Επιτροπής Βιοηθικής της Εκκλησίας της Ελλάδος. Πριν από αυτό, πέρασε επτά χρόνια στην Εθνική Επιτροπή Δεοντολογίας του Ε.Ο.Φ., δεκαπέντε στο Εθνικό Συμβούλιο Έρευνας και Τεχνολογίας και είκοσι στον Εθνικό Οργανισμό Μεταμοσχεύσεων. Είναι επικεφαλής της συντακτικής και συντακτικής ομάδας για τα επίσημα βιοηθικά κείμενα της Εκκλησίας της Ελλάδος σε θέματα όπως η δωρεά οργάνων, η ευθανασία, η υποβοηθούμενη αναπαραγωγή και η άνοια. Εκπροσωπεί επίσης την Εκκλησία της Ελλάδος σε διεθνή εκκλησιαστικά, θρησκευτικά και πολιτικά σώματα όπως το Συμβούλιο της Ευρώπης, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Εκκλησιών, το Βατικανό και η Αγγλικανική Εκκλησία. Κατά τη διάρκεια των τεσσάρων χρόνων του στο Νοσοκομείο Παίδων της Βοστώνης, ήταν αναπόσπαστο συστατικό μιας ομάδας που παρείχε φροντίδα σε παιδιά με ανίατη ασθένεια και τις οικογένειές τους. Αμέσως μετά την ένταξή της στη διακονία του, διαπίστωσε ότι η καθημερινή της ύπαρξη ως κληρικός την απαιτούσε να ασχοληθεί με το ζήτημα του πόνου και της πρόκλησης του θανάτου σε προσωπικό επίπεδο μέσω λόγου και δέσμευσης. Ως αποτέλεσμα της δουλειάς του, η Μονάδα Ανακουφιστικής Φροντίδας «ΓΑΛΙΛΕΑ» στα Σπάτα Αττικής παρέχει πλέον πλήρη και δωρεάν φροντίδα σε καρκινοπαθείς. Αρχικά βασισμένο στην Κατ' Οίκον Φροντίδα και στη συνέχεια στην Ημερήσια Φροντίδα, το πρόγραμμα λειτουργεί άψογα από τον Μάρτιο του 2010. Τον Δεκέμβριο του 2017, ένας υπερσύγχρονος ξενώνας

άρχιζε επίσης να παρέχει φροντίδα ανάπαυλας. Ταυτόχρονα, στις 15 Μαΐου 2016, το πρόγραμμα «GALILEE» συνεργάστηκε με το Hospice Casa Sperantei στο Brasov της Ρουμανίας και το Κέντρο Ανακουφιστικής Φροντίδας «Arodafnousa» του Αντικαρκινικού Συνδέσμου Κύπρου για την παροχή φροντίδας σε ασθενείς με νευρομυϊκές παθήσεις όπως η δυστροφία Duchenne και η κινητική ασθένεια των νευρώνων. Για παράδειγμα, παρείχε στην Καρδιοχειρουργική Μονάδα Αναζωογόνησης Ασθενών του Νοσοκομείου «Ευαγγελισμός» ολοκαίνουργια κρεβάτια, αναπνευστήρες, αντλίες και οθόνες. έκανε δωρεά στο τμήμα «Αγγειοχειρουργική» και στο τμήμα «Έρευνα» στο «Αρεταίειο Νοσοκομείο» στην Αθήνα· παρείχε υποτροφίες σε φοιτητές ιατρικής και γιατρούς. και παρείχε οικονομική υποστήριξη σε οργανισμούς δημόσιας υπηρεσίας. Στη μοναστική ζωή εισήλθε στις 19 Μαρτίου 1989, στην Ι. Μονή Στομίου Κονίτσης, όπου χειροτονήθηκε διάκονος στις 10 Σεπτεμβρίου του ίδιου έτους και Πρεσβύτερος στις 19 Μαρτίου 1989. Η δυόμισι χρόνια πνευματική του κοινωνία με το Άγιο Όρος είναι αξιοσημείωτη. Εισήλθε στην Ιερά Μονή Σίμωνος Πέτρας το 1994 και προήχθη στο βαθμό του μεγάλοσχημου στην Ιερά Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου τον Απρίλιο του 2000. Υπηρέτησε ως Ιερομόναχος στη μονή Βύρωνα Σιμωνοπετρίτικο Μετόχι της Αναλήψεως επί 14 χρόνια. Τον Απρίλιο του 2004 εξελέγη Μητροπολίτης Μεσογαίας και Λαυρεωτικής. (Ιερά Μητρόπολη Μεσογαίας, [https://www.imml.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=270&Itemid=316](https://www.imml.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=270&Itemid=316)). Ο σεπτός Ιεράρχης της Εκκλησίας της Ελλάδος διατηρεί κανάλι στο youtube (<https://www.youtube.com/user/immlvideos>) και σελίδα στο Facebook (<https://bit.ly/3DBqel8>). Τα δύο αυτά ηλεκτρονικά μέσα χρησιμοποιούνται ως πνευματικό δίκτυο ή ως τόπος όπου πραγματοποιούνται πνευματικές συναντήσεις και δραστηριότητες. Ταυτόχρονα συμβάλλει στην ατομική οικοδόμηση στην πίστη και στη διατήρηση της Ελληνορθόδοξης χριστιανικής ταυτότητας. Έχει ρόλο καθαρά ιεραποστολικό, δίνοντας το παρών στις απαιτήσεις των νέων μέσω επικοινωνίας. Αξίζει να σημειώσουμε πως η επισκεψιμότητα είναι υψηλότερη, μιας και σημειώνει πάνω από 150.000 επίσημους ακόλουθους.

Γ) Πατήρ Νεκτάριος Μουλατσιώτης.

Στις 6 Ιουλίου 1957, γεννήθηκε στην Αθήνα, ο γέροντας Νεκτάριος Μουλατσιώτης κατά κόσμον Γεώργιος. Ξεκίνησε την εκπαίδευσή του στην Ηλιούπολη της Αθήνας και

στη συνέχεια ολοκλήρωσε την εγκύκλιο εκπαίδευσή του στο Λύκειο Detroit - Ann Arbor στις Ηνωμένες Πολιτείες. Στη συνέχεια, το 1977, αποφοίτησε με πτυχίο στην εκπαίδευση από τη Μαράσλειο Παιδαγωγική Ακαδημία Αθηνών. Το 1986 αποφοίτησε από τη Θεολογική Σχολή του Τμήματος Κοινωνικής Θεολογίας του Πανεπιστημίου Αθηνών. Μετά την ολοκλήρωση των μαθημάτων του, πέρασε τα χρόνια μεταξύ 1979 και 1990 διδάσκοντας σε διάφορα δημοτικά σχολεία. Οι Κατηχητές της Αποστολικής Διακονίας στην Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που πέτυχε ο Γέροντας Νεκτάριος. Σε ηλικία 18 ετών, άρχισε να ασχολείται με εκτεταμένο κατηχητικό έργο το 1975. Άρχισε να κηρύττει σε Έλληνες που ζουν στο εξωτερικό το 1986 και συνέχισε αυτό το έργο για περίπου μια δεκαετία μέχρι το 1996. Ταξιδεύει στις ελληνορθόδοξες κοινότητες των Ηνωμένων Πολιτειών, Καναδά, Αυστραλία και Γερμανία όταν προσκλήθηκε, όπου κηρύττει και εκφωνεί ομιλίες για την Ορθοδοξία και την Ελλάδα με την ευλογία των τοπικών Αρχιερέων. Η αγάπη του Γέροντα Νεκταρίου και ταυτόχρονα η αγωνία του για το μέλλον της νεολαίας μας, τον έκαναν να προχωρήσει σε ένα βήμα ακόμα πιο πέρα, όπου το 2000 το Ιερό ανδρώο Ησυχαστήριο Αγίων Αυγουστίνου Ιππώνος και Σεραφείμ του Σάρωφ, πρωτοπορεί για τα εκκλησιαστικά δεδομένα της εποχής και φτιάχνει μια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο ([www.freemonks.gr](http://www.freemonks.gr)) για την άμεση επικοινωνία με τους νέους και την κατήχησή τους διαδικτυακά. Από το 2001, έως και σήμερα, ο Γέροντας Νεκτάριος ως Ιεροκήρυκας εκφωνεί ομιλίες μια φορά το μήνα στους Ιερούς Ναούς Αγίας Μαρίνας Ηλιουπόλεως και Αγίων Αποστόλων Πέτρου και Παύλου Πεύκης. Επίσης ομιλεί περιστασιακά σε διάφορες Ιερές Μητροπόλεις της Ελλάδος και του εξωτερικού με την ευλογία των οικείων Αρχιερέων. Από το 2002 έως το 2006 είχε τηλεοπτική εκπομπή στο «Κανάλι 10» του Γιώργου Τράγκα, όπου πραγματοποιούσε μια φορά την εβδομάδα μια σειρά ομιλιών κυρίως με πνευματικά αλλά και κοινωνικά θέματα. Το 2003 έως το 2006 ο Γέροντας Νεκτάριος πρωτοπορεί ακόμα μια φορά για τα εκκλησιαστικά δεδομένα. Δημιουργεί ραδιοφωνική εκπομπή στο μεγαλύτερο νεανικό ραδιοφωνικό σταθμό της Αττικής «Geronimo Groovy». Η ραδιοφωνική αυτή εκπομπή που ήταν αποκλειστικά για τους νέους είχε πολύ μεγάλη απήχηση. Στις 6 Νοεμβρίου 2009 ο Γέροντας Νεκτάριος, δημιούργησε το διαδικτυακό ορθόδοξο κανάλι στην πλατφόρμα του YouTube με την ονομασία «Geron Nektarios» (<https://www.youtube.com/GeronNektarios>). Σκοπός του ήταν να κάνει έναν διαδικτυακό άμβωνα που θα φτάνει στα πέρατα της οικουμένης. Αυτή τη στιγμή στο κανάλι «Geron Nektarios» υπάρχουν πάνω από 500 ομιλίες του Γέροντα και

προσμετρά πάνω από 16 εκατομμύρια προβολές. Ταυτόχρονα συνεχίζει ως ηγούμενος να ομιλεί στις τακτικές εβδομαδιαίες συνάξεις μοναχών και λαϊκών στο Ιερό Ανδρώο Ησυχαστήριο του Τρικόρφου. Οι ομιλίες και τα κηρύγματά του, που αναρτώνται στο προσωπικό του ιστολόγιο ([www.gerontasnektarios.gr](http://www.gerontasnektarios.gr)), καταρτίζουν και ενισχύουν πνευματικώς χιλιάδες λαού. Σήμερα αριθμεί πάνω από 2.500.000 επισκέπτες». (<https://www.gerontasnektarios.gr/p/cv.html>).

#### Δ) Πατήρ Φιλόθεος Φάρος.

Ο ιερέας Φιλόθεος Φάρος, γεννήθηκε στον Πειραιά, το 1930. Παρακολούθησε μαθήματα, πολιτικής επιστήμης, νομικής και θεολογίας. Το 1962, συνέχισε τις σπουδές του με διδακτορικό στην ποιμαντική ψυχολογία και συμβουλευτική στο Πανεπιστήμιο της Βοστώνης. Δίδαξε ποιμαντική ψυχολογία στη Θεολογική Σχολή του Τιμίου Σταυρού στη Βοστώνη και εργάστηκε ως Pastoral Counselor και Family Therapy Supervisor στην πρότυπη ψυχιατρική θεραπευτική κοινότητα Human Resource Institute της Βοστώνης, όπου απέκτησε μια σημαντική ψυχοθεραπευτική εμπειρία κάνοντας ατομική και ομαδική ψυχοθεραπεία και κυρίως εργαζόμενος με οικογένειες και ζευγάρια. Ταυτόχρονα, ίδρυσε κέντρο νεότητας για την Αρχιεπισκοπή Αθηνών, με στόχο την ενίσχυση και ενθάρρυνση της κοινοτικής διαβίωσης. Έχει γράψει ένα μεγάλο σύνολο εργασιών (πάνω από είκοσι βιβλία, αμέτρητες εργασίες και πολλές έρευνες) που πραγματεύεται θεμελιώδεις ανθρώπινες εμπειρίες, όπως η απώλεια, η αγάπη και η ανατροφή των παιδιών. (<https://armosbooks.gr/shop/authors/ellines-sigrafis/filotheos-faros/>). Διατηρεί επίσημη σελίδα στο Facebook (<https://el-gr.facebook.com/profile.php?id=100046772184397>), με πάνω από 17.000 επίσημους ακόλουθους.

#### Ε) Μητροπολίτης Λεμεσού Αθανάσιος.

Ο Μητροπολίτης Λεμεσού Αθανάσιος, κατά κόσμον Αθανάσιος Νικολάου, γεννήθηκε στην Λεμεσό στις 8 Φεβρουαρίου 1959. Είναι Ελληνοκύπριος θεολόγος, κληρικός της Ορθόδοξης Εκκλησίας και επίσκοπος της Αυτοκέφαλής Εκκλησίας της Κύπρου. Διατηρεί Ραδιοφωνικό Σταθμό της Ιεράς Μητροπόλεως Λεμεσού, καθώς και κανάλι στο youtube (<https://www.youtube.com/@IeraMitropoliLemesou>) με πάνω από

58.000 επίσημους εγγεγραμμένους και 13.500.000 προβολές.(<https://www.youtube.com/@IeraMitropoliLemesou/about>). Η ανησυχία για την πνευματική κατεύθυνση του πολιτισμού μας και η επιθυμία του Μητροπολίτη να προσεγγίσει πνευματικά πεινασμένους ανθρώπους με σύγχρονο τρόπο αξιοποιώντας νέα μέσα και τεχνολογίες, ώθησαν τη δημιουργία αυτού του ραδιοφώνου.

#### ΣΤ) Ραδιόφωνο της Εκκλησίας της Ελλάδος

Ο Ραδιοφωνικός Σταθμός της Εκκλησίας της Ελλάδος (89,5FM) μπαίνει σε μια νέα εποχή προσφοράς και δημιουργίας μετά από 30 χρόνια στον αέρα με το σύνθημα «Νέα αρχή - ίδια σχέση». Η θεολογία της Εκκλησίας, η οποία πραγματεύεται την Ιστορία, τον πολιτισμό και τα σύγχρονα ζητήματα της δημιουργίας, της διανοήσης, της τέχνης, του περιβάλλοντος κ.λπ., είναι το θεμέλιο μιας πιο φιλόξενης και περιεκτικής προσέγγισης στην κοινωνία. Μετά τον αγιασμό και το μήνυμα του μακαριστού Αρχιεπισκόπου κ. Σεραφείμ, ο «Ραδιοφωνικός Σταθμός της Εκκλησίας της Ελλάδος» βγήκε στον αέρα για πρώτη φορά την Κυριακή της Ορθοδοξίας τον Φεβρουάριο του 1989. Το πρόγραμμα του Ραδιοφωνικού Σταθμού είναι διαθέσιμο σε όλο τον κόσμο μέσω του Hotbird Satellite από τον Ιούνιο του 2009. Ο ιστότοπος του Εκκλησιαστικού Ραδιοφώνου υπόκειται επίσης σε ορισμένες αναβαθμίσεις, ώστε περισσότεροι άνθρωποι να μπορούν να συντονιστούν από όλο τον κόσμο και να παρακολουθήσουν ζωντανά τη ραδιοφωνική εκπομπή της Εκκλησίας της Ελλάδος στο διαδίκτυο. ([https://ecclesiaradio.gr/?page\\_id=641](https://ecclesiaradio.gr/?page_id=641)).

#### Ζ) Πειραιϊκή Εκκλησία.

Ο ραδιοφωνικός σταθμός της Ιεράς Μητροπόλεως Πειραιώς ακούγεται σε πολλές περιοχές της Ελλάδας, στην Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή και μέσα από την ιστοσελίδα της, σε κάθε γωνιά της υδρογείου. Η μετάδοση των λατρευτικών ακολουθιών ήταν ο πρωταρχικός στόχος της Εκκλησίας του Πειραιά. Αυτή τη στιγμή εργάζονται 12 άνθρωποι στα 4 ψηφιακά στούντιο του σταθμού και στους υπόλοιπους χώρους, με επιπλέον 150 εθελοντές να συνεργάζονται για την παραγωγή της ραδιοφωνικής εκπομπής. Η αλήθεια του Ευαγγελίου, οι αλήθειες της Ορθοδόξου Πίστεως, και της Παράδοσης της Εκκλησίας μας, αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους της αποστολής και της διακονίας της Πειραιϊκής Εκκλησίας. Ο λόγος του



διατηρεί την Ορθόδοξη και Ελληνική του ταυτότητα χωρίς κανέναν από τους συναφείς εξτρεμισμούς ή μισαλλοδοξίες (<https://www.peradio.com/istoriko/>).

## 4.5 Data Analysis

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει παράθεση δεδομένων που σχετίζονται με Facebook, YouTube & Instagram pages(βλ. Table 1,2,3). Σε δεύτερο χρόνο θα πραγματοποιηθεί Data Analysis και ερμηνεία των δεδομένων – insights που συλλέχθηκαν.

Οι πίνακες απεικονίζουν αναρτήσεις από 11 σελίδες Εκκλησιαστικών καναλιών σε Ελλάδα και Κύπρο για τις κοινωνικές πλατφόρμες Facebook, YouTube & Instagram. Για αυτές τις σελίδες αντλήθηκαν δεδομένα ανάρτησης, για μια περίοδο τριών μηνών (Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2022) με τη βοήθεια των εργαλείων Semrush, Social Blade, Not Just Analytics και Keyhole. Συνολικά συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν 9.733 δημοσιεύσεις εκ των οποίων τα 545 είναι οπτικοακουστικές δημοσιεύσεις (YouTube videos).

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται οι σελίδες που εξετάστηκαν, με δεδομένα που αφορούν την χρονική περίοδο 01.10.22 – 31.12.22, τον αριθμό των likes που έγιναν ανά σελίδα, τον μέσο όρο των comments που αφορούν τις αναρτήσεις, τον μέσο όρο των shares / reactions και τον μέσο όρο του engagement rate ανά σελίδα.

**Table 1.** Facebook page data.

	Pages	Posts 01.10.22 31.12.22	Total No. Page Likes	Average Comments	Average Shares	Average Reactions	Engagement Rate
1	Kivotos	18	154,317	111	52	1,081	0.8%
2	Geron.Nektarios	100	118,507	78	44	1,555	1.41%
3	Pater.Mesogaias	47	54,118	7	13	877	1.6%
4	MorfouNeofytos	141	2,646	12	19	31	2.34%
5	Pater.Parthenios	36	24,123	31	49	27	0.44%
6	EcclesiaRadio	34	137	0.08	0.53	1.61	1.6%
7	EkklisiaOnline	7,899	143,166	54,183	3,93	74,890	90.2%
8	Arch. Nektarios Georgiou	167	39,196	254	65	73	1%
9	Pemptousiagr	365	29,366	4.1	6	98	0.36%
10	IeraMoniOsiou Avvakoum	324	51,967	135,446	39	352,181	938%
11	MKO Apostoli	17	5,297	0.17	0.29	9	0.17%

Στον Πίνακα 2 απεικονίζονται οι 11 σελίδες των Εκκλησιαστικών καναλιών που διαθέτουν ενεργό λογαριασμό στην δημοφιλέστερη πλατφόρμα των videos, YouTube. Για αυτές τις σελίδες αντλήθηκαν δεδομένα ανάρτησης, για μια περίοδο τριών μηνών (Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2022) με τη βοήθεια των εργαλείων Semrush, Social Blade και Not Just Analytics.

Αναλύονται οι μέσοι όροι των comments που πραγματοποιήθηκαν στα videos, των views – δηλαδή τις θεάσεις των οπτικοακουστικών υλικών τους, τα likes – πόσο πολύ άρεσε στους χρήστες το υλικό και το ποσοστό αλληλεπίδρασης του κοινού- engagement rate - με το εκάστοτε κανάλι. Τέλος, παρουσιάζονται οι συνολικοί Subscribers αλλά και οι Subscribers την χρονική περίοδο που εξετάζουμε.

Ωστόσο, παρατηρούμε πως ορισμένες σελίδες εξ αυτών & συγκεκριμένα οι 1,6,8,11 (βλ. Table 2) δεν διαθέτουν ενεργό YouTube κανάλι κι συνεπώς δεν υπάρχει καταγραφή αριθμητικών δεδομένων.

**Table 2.** YouTube page data.

Channels	Videos	Subscribers	Total Subscribers	Average Likes	Average Dislikes	Average Comments	Average Views	Engagement Rate
	01.10.22 31.12.22	01.10.22 31.12.22						
1 Kivotos	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Geron.Nektarios	11	3,000	184,000	1,960	0	70	51,699	0.67%
3 Pater.Mesogaias	4	500	14,600	147	0	1	198,584	0.30%
4 MorfouNeofytos	141	2,600	74,100	414	0	35	11,009	0.17%
5 Pater.Parthenios	3	7,000	141,00	1,732	0	88	42,000	0.26%
6 EcclesiaRadio	-	-	-	-	-	-	-	-
7 EkklesiaOnline	9	1,350	34,300	115	0	11	7,760	0.1%
8 Arch. Nektarios Georgiou	-	-	-	-	-	-	-	-
9 Pemptousiagr	365	155	9,366	4.1	6	98	25	0.69%
10 IeraMoniOsiou Avvakoum	12	100	3,010	22	0	2	214	0.24%
11 MKO Apostoli	-	-	-	-	-	-	-	-

Όσον αφορά το κοινωνικό μέσο Instagram έγινε αναζήτηση με τον ίδιο τρόπο που αναφέρθηκε και στις παραπάνω πλατφόρμες. Ωστόσο, εκ του αποτελέσματος φάνηκε ότι ο αριθμός των Data που συλλέχθηκε δεν είναι επαρκής για πραγματοποίηση του Data Analysis.

Παρατηρήθηκε πως το Instagram ως μέσο κοινωνικής δικτύωσης δεν βρίσκεται στη πρώτη γραμμή επιλογής των διαχειριστών. Οι σελίδες 1,3,4,5,6,8,9,10 του παρακάτω πίνακα (βλ. Table 3), στις οποίες δεν υπάρχει καταγραφή αριθμητικών δεδομένων, δεν διαθέτουν ενεργό λογαριασμό.

Table 3. Instagram page data.

Profiles	Posts		Followers		Total Followers	Following	Average Video Views	Average Comments	Average Likes	Engagement Rate
	01.10.22	31.12.22	01.10.22	31.12.22						
1	Kivotos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Geron.Nektarios	0	607	26,474	212	0	0	0	0	0
3	Pater.Mesogaias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	MorfouNeofytos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Pater.Parthenios	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	EcclesiaRadio	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	EkklesiaOnline	20	170	13,940	0	0	17.8	761	4.52% <sup>†</sup>	
8	Arch. Nektarios Georgiou	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Pemptousiagr	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	IeraMoniOsiou Avvakoum	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	MKO Apostoli	20	50	1,211	67	0	0.4	32	0,66%	

Παρόλο που το Data Analysis πραγματοποιήθηκε δεν εστιάζει σε μεμονωμένα posts – δημοσιεύσεις, αξίζει να αναφερθούμε σε κάποιες δημοσιεύσεις ξεχωριστά για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε εις βάθος την αλληλεπίδραση μεταξύ δημιουργού σελίδας και κοινού. Βρείτε παρακάτω τέσσερα (4) περιστατικά - παραδείγματα δημοσιεύσεων. Τα συγκεκριμένα θα σχολιαστούν σαν μεμονωμένα case scenarios.

«Μπορείτε να βρείτε το νέο μας κανάλι στο Viber και να γραφτείτε για να ενημερώνεστε πιο άμεσα για πνευματικά θέματα, νέα της Ιεράς Μονής, το πρόγραμμα του Γέροντος Νεκτάριου κα. Συνδεθείτε στην ομάδα Geron Nektarios στο Viber. Διαδώστε το νέο κανάλι Διαδώστε το νέο κανάλι και σε άλλους αδελφούς, γίνετε οι σύγχρονοι Απόστολοι του Κυρίου μας «Πορευθέντες εις τὸν κόσμον ἅπαντα, κηρύξατε τὸ Εὐαγγέλιον πάση τῇ κτίσει» (Μαρκ. 16,15), για να ωφεληθούν πνευματικά και να γνωρίσουν τον Χριστό και άλλοι αδελφοί μας. Όλοι μαζί μπορούμε να αποτελέσουμε μια κοινότητα εν Χριστώ που θα μας ενώσει πνευματικά και αδελφικά με κοινή πορεία προς τον ουρανό, αγωνιζόμενοι μέσα στη σύγχρονη και δύσκολη μυστήρια εποχή των περίεργων γεγονότων.»

Το συγκεκριμένο post δημοσιεύθηκε στην πλατφόρμα του Facebook την περίοδο 08 Δεκεμβρίου 2022. Ξεκινώντας από τον τίτλο της δημοσίευσης διαπιστώνεται γιατί τα "reactions" συγκαταλέγουν την δημοσίευση στην πρώτη θέση των Reactions για την τρίμηνη περίοδο που εξετάζεται ( Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2022 ) μιας και κατάφερε να συγκεντρώσει τον αριθμό των 9,315 likes(heart, hug κλπ).Αντίθετα, τα comments απέχουν παρασάγγας από τα "likes" του κοινού διότι πατώντας κλικ σε μία από τις αντιδράσεις, οι χρήστες μπορούν γρήγορα και εύκολα να εκφράσουν τη συναισθηματική τους ανταπόκριση σε μια ανάρτηση, χωρίς να χρειάζεται να γράψουν ένα σχόλιο. Αυτό επιτρέπει έναν πιο άμεσο και διαισθητικό τρόπο αλληλεπίδρασης με φίλους στο Facebook. Στο κομμάτι των shares (κοινοποιήσεων) παρατηρούμε πως οι αριθμοί κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα συγκριτικά με τα reactions. Το φαινόμενο αυτό πιθανόν να οφείλεται στο ότι τα reactions είναι ένας γρήγορος και απλός τρόπος έκφρασης, ενώ η κοινή χρήση απαιτεί λίγο περισσότερη προσπάθεια και σκέψη. Επίσης, μερικοί άνθρωποι μπορεί να μην θέλουν να μοιραστούν μια ανάρτηση δημόσια, αλλά εξακολουθούν να θέλουν να δείξουν την υποστήριξή τους ή την αντίδρασή τους σε αυτήν. Γενικά, τα reactions παρέχουν έναν άμεσο και έξυπνο τρόπο εκδήλωσης ενδιαφέροντος χωρίς κάποια δημόσια δήλωση.Ο βασικότερος σκοπός της δημοσίευσης είναι η ανάγκη να γνωστοποιηθεί το συντομότερο δυνατό στο κοινό της σελίδας η έναρξη ενός νέου, ενημερωτικού εργαλείου το Viber. Η φράση από το κατά Μάρκον Ευαγγέλιο που χρησιμοποιείται στην περιγραφή της δημοσίευσης ίσως έπαιξε σημαντικό ρόλο στην απήχηση των reactions καθώς το κείμενο "μίλησε" στο κοινό πράττοντας επίκληση στο συναίσθημα καθώς του παροτρύνει να γίνουν οι σύγχρονοι Απόστολοι του Κυρίου. Επιπροσθέτως, το εικαστικό περιεχόμενο που έχει δημοσιευθεί ( τον ίδιο τον Γέροντα Νεκτάριο Μουλατσιώτη ) προσδίδει αίσθημα εμπιστοσύνης στην σελίδα και τους κοινούς της κάνοντας έτσι πιο απλή την διαδικασία οι υποστηρικτές της σελίδας να εγκαταστήσουν στις ηλεκτρονικές τους συσκευές το εργαλείο Viber.

## Εικόνα 1

 **Gerontas Nektarios Moulatsiotis**  
December 8, 2022 · 🌐

Μπορείτε να βρείτε το νέο μας κανάλι στο VIBER και να γραφτείτε για να ενημερώνεστε πιο άμεσα για πνευματικά θέματα, νέα της Ιεράς Μονής, το πρόγραμμα του Γέροντος Νεκταρίου κ.α.

Συνδεθείτε στην ομάδα Geron Nektarios <https://invite.viber.com/...> στο Viber

Διαδώστε το νέο κανάλι και σε άλλους αδελφούς, γίνετε οι σύγχρονοι Απόστολοι του Κυρίου μας «Πορευθέντες εἰς τὸν κόσμον ἅπαντα, κηρύξατε τὸ Εὐαγγέλιον πάση τῇ κτίσει» (Μαρκ. 16,15), για να ωφεληθούν πνευματικά και να γνωρίσουν τον Χριστό και άλλοι αδερφοί μας. Όλοι μαζί μπορούμε να αποτελέσουμε μια κοινότητα εν Χριστώ που θα μας ενώσει πνευματικά και αδελφικά με κοινή πορεία προς τον ουρανό, αγωνιζόμενοι μέσα στη σύγχρονη και δύσκολη μυστήρια εποχή των περιέργων γεγονότων.



  9,3 χιλ. 271 comments 97 shares

Post	Engagement	Eng. rate	Reactions	Shares	Comments
 Μπορείτε να βρείτε το νέο μας κανάλι σ... Dec 8, 19:45	9,683	811.9	9,315	97	271

"Κακό μάτι: Γιατί δεν πρέπει να φοράμε μπλε χάντρες και ματάκια; Πιστεύει η εκκλησία στο μάτι, στη βασκανία ή στη μαγεία; Πώς θα φύγει το κακό μάτι από πάνω μου; Τι να κάνω να προστατευτώ από το κακό μάτι; Πώς να προφυλαχτώ από τη βασκανία; Από που προέρχεται το μπλε μάτι ή η μπλε χάντρα; Ποιο είναι το φυλαχτό

που διώχνει κάθε σατανική επίθεση που προέρχεται από μάτι, γλωσσοφαγιά, βασκανία ή μαγεία;"

Το συγκεκριμένο post αναφέρεται στην βασκανία, μάτιασμα ή το κακό μάτι. Πληροφοριακά κακό μάτι ονομάζεται η πεποίθηση κατά την οποία είναι δυνατό να επηρεαστεί αρνητικά ένας άνθρωπος εξαιτίας του φθόνου ή μονάχα ενός βλέμματος από έναν άλλο άνθρωπο. Διαπιστώνεται πως η λαϊκή παράδοση παραμένει ζωντανή με τα χρόνια καθώς η δημοσίευση είναι πρώτο στην λίστα με τις κοινοποιήσεις των χρηστών. Παρατηρήθηκε πως συγκριτικά με την 1η δημοσίευση του Γέροντος Νεκτάριου Μουλατσιώτη και τον αριθμό των shares, οι φίλοι της σελίδας προέβησαν σε πολλές κοινοποιήσεις, 353 στον αριθμό. Κάτι τέτοιο μόνο τυχαίο δεν μπορεί να χρήζει καθώς οι χρήστες της σελίδας πιστεύουν στις λαϊκές παραδόσεις της Εκκλησίας και συγκεκριμένα στο κακό μάτι. Με αυτό το τρόπο λοιπόν, κοινοποιούν το δημοσίευμα στα προσωπικά τους προφίλ, σε μηνύματα για ενημερώσουν τους δικούς τους κοντινούς ανθρώπους τι είναι πραγματικά η βασκανία και πως αντιμετωπίζεται. Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία των κοινοποιήσεων αυτής της δημοσίευσης είναι και το εικαστικό της μέρος. Στην φωτογραφία απεικονίζεται εκτός από τον ίδιο τον Γέροντα, δυο μήτρες οι οποίες αποτελούν εργαλεία προβολής της σημαντικότητας των όσο αναπτύξει. Βρίσκεται πιθανότατα στο γραφείο τύπου του μοναστηριού ντυμένος με την στολή του μοναχισμού. Σε γενικές γραμμές, τα reactions είναι ικανοποιητικά σε νούμερα (2,978), αν αναλογιστούμε πως η δημοσίευση είναι οργανική και όχι χορηγούμενη. Τα comments κυμαίνονται σε αυξημένα επίπεδα (271) δείχνοντας πως ο κόσμος της σελίδας ενδιαφέρεται έμπρακτα να σχολιάσει για τις παραδόσεις της χώρας μας. Το ποσοστό του engagement rate είναι αυξημένο κι αυτό δικαιολογείται πως post είναι σε μορφή Video. Κι ως γνωστόν, ο βασιλιάς της πλατφόρμας Facebook είναι το οπτικοακουστικό υλικό.

## Εικόνα 2



Κακό μάτι: Γιατί δεν πρέπει να φοράμε μπλε χάντρες και ματάκια;

Post	Engagement	Eng. rate	Reactions	Shares	Comments
Κακό μάτι: Γιατί δεν πρέπει να φοράμε μπ... Oct 1, 20:30	3,510	296.2	2,978	353	179

**"ΥΠΕΡΟΧΑ, ΜΟΣΧΟΜΥΡΩΔΑΤΑ, ΕΥΚΟΛΑ ΚΑΙ ΠΕΝΤΑΝΟΣΤΙΜΑ ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΜΕ ΤΟΝ «ΒΑΣΙΛΙΑ ΤΟΥ ΧΕΙΜΩΝΑ» ΤΟ ΜΑΝΤΑΡΙΝΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΕΡΟΝΤΑ ΠΑΡΘΕΝΙΟ"**

Από τον τίτλο της δημοσίευσης κατανοείται πως πρόκειται για γλύκισμα κι δημιουργός είναι ο Πατέρας Παρθένιος. Το συγκεκριμένο post είναι πρώτο για την περίοδο που εξετάζεται (Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2022) σε reactions με 3,214, shares με 283 κοινοποιήσεις και σε engagement rate. Τα στατιστικά των comments ανέρχονται στα 55, καθόλου άσχημο ποσοστό αν αναλογιστούμε πως ο μέσος όρος των comments (βλ. Table 1) κυμαίνεται στον αριθμό 31. Η δημοσίευση έχει μια απλή περιγραφή με κεφαλαία γράμματα, και μια στατική εικόνα που αν πατηθεί οδηγεί στην κοινωνική πλατφόρμα YouTube. Συνεπώς, είναι Video Post που ο φίλος της σελίδας αν πατήσει την εικόνα μεταφέρεται αυτόματα στην πλατφόρμα του YouTube όπου και παρακολουθεί το οπτικοακουστικό υλικό.



## Εικόνα 3

 **Πατερας Παρθενιος Pateras Parthenios**  
December 6, 2022 · 🌐

ΥΠΕΡΟΧΑ, ΜΟΣΧΟΜΥΡΩΔΑΤΑ, ΕΥΚΟΛΑ ΚΑΙ ΠΕΝΤΑΝΟΣΤΙΜΑ ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΜΕ ΤΟΝ «ΒΑΣΙΛΙΑ ΤΟΥ ΧΕΙΜΩΝΑ» ΤΟ ΜΑΝΤΑΡΙΝΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΕΡΟΝΤΑ ΠΑΡΘΕΝΙΟ  
[ΜΑΓΕΙΡΕΥΟΝΤΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΠΑΤΕΡΑ ΠΑΡΘΕΝΙΟ](#)



YOUTUBE.COM

**ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΜΑΝΤΑΡΙΝΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΓΕΡΟΝΤΑ ΠΑΡΘΕΝΙΟ**  
ΣΥΝΤΑΓΗ100γρ. ελαιόλαδο80γρ. ζάχαρηχυμό από δυο μεγάλα μανταρίνια Φλούδες από δυο...

  3,2 χιλ. 61 comments 283 shares

Post	Engagement	Eng. rate	Reactions	Shares	Comments
 ΥΠΕΡΟΧΑ, ΜΟΣΧΟΜΥΡΩΔΑΤΑ, ΕΥΚΟΛΑ ... Dec 6, 17:41	3,552	1,470.9	3,214	283	55

«Βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σας ενημερώσουμε ότι είμαστε ένα βήμα πριν την επίτευξη του πρώτου μας στόχου για την εύρεση των χρημάτων για την ολοκλήρωση του τάφου του Αγίου μας. Αναζητούνται μόνο οι τελευταίες 50 οικογένειες που με την εισφορά των 100 ευρώ θα συμβάλουν στην ολοκλήρωση του έργου για αποκατάσταση του τάφου του αγαπημένου μας Αγίου. Ένα ευχαριστώ είναι λίγο μπροστά στη δική σας αγάπη και συνεισφορά.

Να σημειωθεί ότι τα ονόματα όσων συνεισφέρουν θα καταγραφούν και θα μνημονεύονται καθημερινά στο τάφο του Αγίου από τους πατέρες της μονής. Θέτοντας μικρούς στόχους μπορούμε να καταφέρουμε πολλά.

Όσοι ενδιαφέρονται να γίνουν δωρητές να επικοινωνήσουν στα τηλ. 99058888 κ. Γεωργία Ξενοφώντος και Μοναχός π. Τιμόθεος 99906123. Και να δίνονται κι τα ονόματα των δωρητών.

Εισφορές στους κάτωθι λογαριασμούς:

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ Ελληνικής Τράπεζας:

ANEGERSI I. ISIX.OSIOU AVVAKOUM-FTER.  
ΑΡ.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 171-01-905761-01  
IBAN: CY 53 0050 0171 0001 7101 9057 6101  
SWIFT: HEBACY2N  
Contact pay: 97791100»

Στην σελίδα Ιερά Μονή Οσίου Αββακούμ - Φτερικούδι που παρατηρούμε στον Table 1 στην σειρά 10 αναφέρεται σε μια πράξη δωρεές από το κοινό της σελίδας. Το συγκεκριμένο post είχε την απήχηση των 10,000 reactions το οποίο λαμβάνοντας υπόψιν το σύνολο των likes της σελίδας (Οκτ-Δεκ 2022) παρατηρείται πως το 1/5 κατά προσέγγιση του κοινού είχε ανταπόκριση καθώς απο τις 100.000 reactions το σύνολο των total fan page likes κυμαίνεται στις 52,000.

Το γεγονός πως στο συγκεκριμένο δημοσίευμα τα reactions είναι υπεράριθμα αυτό έχει επίδραση και στο engagement rate της σελίδας όπου το ανεβάζει σημαντικά στα καλύτερα post της χρονικής περιόδου που εξετάζουμε. Επίσης, βλέποντας την συνολική εικόνα σχετικά με τα shares & comments του δημοσιεύματος παραμένει στα Top -5 της σελίδας.

Τέλος, ο κόσμος αντέδρασε επειδή το συγκεκριμένο post είναι διαδραστικό και ζητάει από το κοινό να πράξει- δωρεά - οπότε προκαλείται την αντίδραση (του κόσμου) είτε είναι αρνητική είτε θετική.

## Εικόνα 4



Ιερά Μονή Οσίου Αββακούμ - Φτερικούδι

October 12, 2022 · 🌐

...

Βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σας ενημερώσουμε ότι είμαστε ένα βήμα πριν την επίτευξη του πρώτου μας στόχου για την εύρεση των χρημάτων για την ολοκλήρωση του τάφου του Αγίου μας. Αναζητούνται μόνο οι τελευταίες 50 οικογένειες που με την εισφορά των 100 ευρώ θα συμβάλουν στην ολοκλήρωση του έργου για αποκατάσταση του τάφου του αγαπημένου μας Αγίου. Ένα ευχαριστώ είναι λίγο μπροστά στη δική σας αγάπη και συνεισφορά.

Να σημειωθεί ότι τα ονόματα όσων συνεισφέρουν θα καταγραφούν και θα μνημονεύονται καθημερινά στο τάφο του Αγίου από τους πατέρες της μονής. Θέτωντας μικρούς στόχους μπορούμε να καταφέρουμε πολλά.

Όσοι ενδιαφέρονται να γίνουν δωρητές να επικοινωνήσουν στα τηλ. 99058888 κ. Γεωργία Ξενοφώντος και Μοναχός π. Τιμόθεος 99906123. Και να δίνονται κι τα ονόματα των δωρητών.

Εισφορές στους κάτωθι λογαριασμούς:

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ Ελληνικής Τράπεζας:

ANEGERSI I. ISIX.OSIOU ANVAKOUM-FTER.

ΑΡ.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 171-01-905761-01

IBAN: CY 53 0050 0171 0001 7101 9057 6101

SWIFT: HEBACY2N

Contact pay: 97791100

\*\*\*\*\*

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ Τράπεζας Κύπρου:

IERO HSYCHASTIRIO OSIOU ANVAKOUM

ΑΡ.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 357035824389

IBAN: CY42002001950000357035824389

SWIFT: BCYPCY2N

Ευχαριστούμε από καρδιάς!



Post	Engagement	Eng. rate	Reactions	Shares	Comments
Βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να σ... Oct 12, 08:20	11,214	2,175.8	10,000	189	1,025

## Επίλογος - Συμπεράσματα

Καθώς περνάμε ώρες καθημερινά σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, επηρεαζόμαστε και εμείς οι ίδιοι από αυτήν την τεχνολογία. Ως εκ τούτου, οι σύγχρονοι θρησκευτικοί ειδικοί, συμπεριλαμβανομένων των θεολόγων, πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μια εις βάθος ανάλυση αυτής της τεχνολογίας απαιτεί κάτι περισσότερο από μια επιφανειακή ματιά στα χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες της ή στα πιθανά ηθικά θεμέλια των εφαρμογών της. Οι ακαδημαϊκοί έχουν την υποχρέωση να αναγνωρίσουν τη διάχυτη επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις μεταμοντέρνες απόψεις των θρησκευτικών πιστών και να δώσουν προσοχή στους τρόπους με τους οποίους οι ψηφιακές τεχνολογίες πολυμέσων αναδιαμορφώνουν τις δυνάμεις της θρησκείας στην ετερογενή κοινωνία μας. Πρέπει να ληφθούν υπόψη τόσο τα ίδια τα τεχνολογικά στοιχεία όσο και τα κοινωνικά πλαίσια στα οποία χρησιμοποιούνται. Η Εκκλησία στον σύγχρονο κόσμο χρειάζεται να προσαρμοστεί στον γρήγορο ρυθμό με τον οποίο μοιράζονται οι πληροφορίες. Τόσο οι κληρικοί όσο και οι λαϊκοί πρέπει να είναι έτοιμοι να δεχτούν αυτή τη μετατόπιση. Η ενημέρωση, ειδικά στο διαδίκτυο, απαιτεί ωριμότητα, φροντίδα, αντικειμενικότητα και σοβαρότητα. Λόγω του πνευματικού χαρακτήρα της δραστηριότητάς της, η Εκκλησία αγωνίζεται με την τεχνολογική επίδειξη, ωστόσο είναι υποχρεωμένη να πει στο κοινό για την υπηρεσία της. Μερικές φορές η φωνή της Εκκλησίας είτε είναι σίγαση είτε, ακόμη πιο επικίνδυνα, στριμμένη αγνώριστη. Η ανταλλαγή ειδήσεων σχετικά με τις εκκλησιαστικές δραστηριότητες είναι σημαντική, αλλά και η διάδοση πληροφοριών που μπορεί να οδηγήσουν άλλους στον Χριστό. Θα ήταν κοντόφθαλμο να βάλουμε τους ακροατές μπροστά από αυτή τη σημαντική προσπάθεια. Δυστυχώς, οι διαδικτυακές πηγές μπορούν επίσης να διαδώσουν θρησκευτικά προσβλητικά ψέματα. Η αποστολή της Εκκλησίας είναι να συμβαδίσει με τον άνθρωπο στο μονοπάτι του, και στον σημερινό συνδεδεμένο κόσμο, αυτό περιλαμβάνει και την παρουσία στο διαδίκτυο. Για να ανταποκριθεί στο ευαγγελικό μήνυμα και να παράσχει τις κατάλληλες ηθικές και ανθρωπολογικές συνθήκες για τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας, η Εκκλησία πρέπει να αναπτύξει ένα νέο είδος πολιτιστικής διακονίας στο σημερινό ψηφιακό περιβάλλον. Ακόμα κι αν η Εκκλησία έχει δείξει επανειλημμένα ότι μπορεί να κάνει χρήση και ακόμη και να βελτιώσει κάθε πόρο που έχει στη διάθεσή της, πρέπει τώρα να αποφασίσει εάν μπορεί

ή όχι να παρέμβει επιτυχώς για να προωθήσει μια οργανική δέσμευση μεταξύ της ίδιας και του ψηφιακού πολιτισμού. Ο στόχος είναι να εισαγάγουμε το Ευαγγέλιο και τις πατρογονικές παραδόσεις σε αυτήν την κοινωνία και να τις βοηθήσουμε να ανθίσουν. Πρέπει πρώτα να εκπαιδεύσει τον εαυτό της για τα φαινόμενα της κουλτούρας του Διαδικτύου και τη δυναμική και τους κινδύνους που συνεπάγεται, προκειμένου να παρέχει ποιμαντική φροντίδα σε αυτό το νέο περιβάλλον. Δεν υπάρχει μόνο ένας σωστός τρόπος παροχής ποιμαντικής φροντίδας, επομένως η Εκκλησία θα πρέπει να χαιρετίσει την ιδέα ότι μπορεί να το κάνει μέσω του Διαδικτύου, όπου ήδη βρίσκονται πολλοί άνθρωποι. Αντί να φοβόμαστε τις νέες τεχνολογίες στις οποίες εκτιθέμεθα, θα πρέπει να τις αγκαλιάσουμε και να αποκομίσουμε τα οφέλη τους. Όσον αφορά τις ηλεκτρονικές αιτήσεις, η Εκκλησία παίρνει μια μέση λύση μεταξύ της απόλυτης άρνησης και της ανεπιφύλακτης αποδοχής. Η κατανόηση της διαδικτυακής εθιμοτυπίας και των ορίων, η ανάληψη ευθύνης και η συνειδητοποίηση του εαυτού τους και η συνειδητοποίηση ότι τίποτα στον διαδικτυακό κόσμο δεν μπορεί να αντικαταστήσει τις πραγματικές αλληλεπιδράσεις με άλλους ανθρώπους είναι ζωτικής σημασίας για τα παιδιά και τους νέους να έχουν μια θετική και υγιή εμπειρία Διαδικτύου. Δυστυχώς, η ανευθυνότητα μεταξύ των νέων μπορεί να τους εκθέσει σε κινδύνους όπως ο εθισμός. Τα σχολεία, οι οικογένειες και οι εκκλησίες θα πρέπει να διαδραματίζουν ρόλο στη διδασκαλία των εφήβων σχετικά με την ασφάλεια και την ευθύνη στο διαδίκτυο. Επί του παρόντος, δεν υπάρχει διαθέσιμη ολοκληρωμένη διαδικτυακή συμβουλευτική εκπαίδευση που να μπορεί να ανταγωνιστεί αυτά που διδάσκονται στις παραδοσιακές τάξεις. Οι οικογένειες και τα θρησκευτικά ιδρύματα θα πρέπει να αναλάβουν την πρωτοβουλία να διδάξουν στους νέους πώς να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο με ασφάλεια και υπευθυνότητα. Ο υπολογιστής πρέπει να τοποθετείται σε κοινόχρηστο χώρο του σπιτιού και να ενθαρρύνεται η χρήση του διαδικτύου και η συνομιλία. Η ύπαρξη αυστηρών κανονισμών και η συνείδηση των ανησυχιών για το απόρρητο είναι επίσης ζωτικής σημασίας.

Το κλειδί για να διασφαλιστεί ότι τα παιδιά και οι νέοι μπορούν να συμμετέχουν με ασφάλεια στον κόσμο του Διαδικτύου είναι να τηρούν μια «κοινή γραμμή» και να ενημερώνονται για τις απόψεις των ειδικών. Υπάρχουν όμως και μειονεκτήματα στη μετεωρική άνοδο του Διαδικτύου, όπως η κοινωνική απομόνωση και οι γενικές ψυχολογικές επιπτώσεις της χρήσης του, όπου υπάρχει επικοινωνία αλλά όχι

πραγματική και απτή αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων. λόγω της έλλειψης ασφάλειας για ευαίσθητες προσωπικές πληροφορίες • χρήστη, η υπεράσπιση ενός καθολικού τρόπου ζωής και κουλτούρας που όχι μόνο αγνοεί αλλά και εξαλείφει ενεργά τα περιφερειακά έθιμα. την αρνητική διαχείριση του ελεύθερου χρόνου των παιδιών και των νέων, καθώς και την απομάκρυνσή τους από το παιχνίδι και την παράδοση, τους κινδύνους λανθασμένων πληροφοριών που, χωρίς κανέναν απολύτως έλεγχο, μπορούν να αναρτηθούν σε διάφορες ιστοσελίδες και η εμπορική εκμετάλλευση της γνώσης που επιτυγχάνεται μέσα από επιστημονικές εξελίξεις και εμφανίζεται στο Διαδίκτυο. δουλειές που είναι κοινές για τα παιδιά της ηλικίας τους και, τέλος, η επίμονα αντικοινωνική συμπεριφορά που εκδηλώνουν αυτά τα παιδιά. Η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών ή άλλων συστημάτων επεξεργασίας πληροφοριών για τη διάπραξη εγκλήματος επιφέρει αυξημένες κυρώσεις σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία. Υπάρχουν διάφορες ποικιλίες εγκλήματος στον κυβερνοχώρο, συμπεριλαμβανομένων ενορχηστρωμένων εκστρατειών για την προσέλκυση νέων σε εγκληματικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης ναρκωτικών και της πορνογραφίας. Δεδομένου ότι η χρήση του Διαδικτύου χωρίς επίβλεψη μπορεί να έχει απρόβλεπτες συνέπειες, οι ειδικοί συμβουλεύουν τους γονείς να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί όταν υπάρχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέσα στο σπίτι.



## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

Αβραμίδης, Η.& Καλυβά, Ε.(2006), Μέθοδοι Έρευνας στην Ειδική Αγωγή :Θεωρία και Εφαρμογές, Αθήνα: Παπαζήση.

Αλμπανάκη Ξανθή. (2013): Η θρησκευτική πραγματικότητα του 21ου αιώνα μέσα από τον κυβερνοχώρο. Θεσμικό πλαίσιο, προβληματικές και προεκτάσεις”. Επιστημονικό Εκπαιδευτικό Περιοδικό «εκπαιδευτικός κύκλος», ISSN: 2241-4576,1(3) Ανακτήθηκε από: <http://journal.educircle.gr/images/teuxos/2013/3/teuxos3-6.pdf>,1-12-2022.

Ανακτήθηκε από: [http://panagiotisandriopoulos.blogspot.gr/2011/12/blog-post\\_6067.html](http://panagiotisandriopoulos.blogspot.gr/2011/12/blog-post_6067.html), 24-8-/2019. Ανδριόπουλος Π. (1996). “Η παρουσία της Εκκλησίας στα ΜΜΕ”. Έξοδος 16.

Ανδριόπουλος Π. (1996). “Η παρουσία της Εκκλησίας στα ΜΜΕ”. Έξοδος 16.

Βαρθολομαίος Οικουμενικός Πατριάρχης. (2019, March 17). Προσφώνησις κατά τήν εἰς διάκονον χειροτονίαν τοῦ Ἑλλογ. κ. Δημητρίου Νικηφόρου. Ανακτήθηκε από: [www.ecpatr.org/docdisplay.php?lang=gr&id=2729&tla=gr](http://www.ecpatr.org/docdisplay.php?lang=gr&id=2729&tla=gr) [Φανάριον],18-12-2022.

BENETΣΑΝΟΣ ΣΥΜΕΩΝ (αρχιμ.) (2017).Συλλαβές Ιερατικής ευθύνης. Αθήνα, σ.130-151.

Γεωργιάδου, Β. & Νικολακόπουλος, Ηλ. (2007). “Εκκλησιασμός, θρησκευτικότητα, προσευχή. Μια ασύμπτωτη σχέση”, στο Καφετζής, Τ., Μαλούτας.

ΓΙΑΝΝΗΣ ΕΛΑΦΡΟΣ. (9-8-2015). Η Εκκλησία στις ψηφιακές λεωφόρους. ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ [ΑΘΗΝΑ]. Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/826629/article/epikairothta/ellada/h-ekklhsia-stis-yhfiakes-lewforous>, 26/12/2022.

Γιαννιός Αλέξιος (Ιερομόναχος). (2018, July 19). Εμπειρίες από ένα Συνέδριο: Το διαδίκτυο στη ποιμαντική διάθεση της Εκκλησίας. Ανακτήθηκε από: <http://www.pemptousia.gr/?p=198600> / <https://www.pemptousia.gr/pdf.php?id=198600>, 18-12-2022.

Γιούλτσης Β. (2002). Κοινωνιολογία της θρησκείας. Θεσσαλονίκη: Πουρνάρας.

Γιούλτσης, Βασίλειος (2001). "Internet-εκκλησιαστικές ιστοσελίδες, σκοπός, σχεδίαση, προβλήματα και λύσεις". Επιστημονική Επετηρίδα Θεολογικής Σχολής. Τμήμα Θεολογίας, τ.11, Θεσσαλονίκη: 43-54.

Γογγάκη Κ. 2014 : Το όραμα του υπερανθρώπου και το μετανθρώπινο μέλλον. Σχεδιάσματα, επιτεύγματα, ουτοπίες. Φιλοσοφία και Αθλητισμός. Β' Φιλοσοφικό Συμπόσιο (Πρακτικά), σελ113-130. Ανακτήθηκε από:[http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/kgogaki/files/2014.\\_to\\_orama\\_toy\\_yperant](http://scholar.uoa.gr/sites/default/files/kgogaki/files/2014._to_orama_toy_yperant)

hropoy\_kai\_to\_meta\_nthropino\_mellon.\_shediasmata\_epiteygmata\_oytopies.pdf, 16-12-2022.

Δεμερτζής, Ν. (2001). "Η εθνο-θρησκευτική και επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της Ορθοδοξίας", *Επιστήμη και Κοινωνία*, σσ.5-16, 86-89.

Δεμερτζής, Ν. (2002). "Πολιτική και επικοινωνία. Όψεις εκκοσμίκευσης της Ορθοδοξίας", στο Λίποβατς, Θ., Δεμερτζής, Ν. & Γεωργιάδου, Β., επιμ., *Θρησκείες και πολιτική στη νεωτερικότητα*, Αθήνα: Κριτική, σ.154-164.

Δημηρούλης Δημήτριος(2016), "Ο Μύθος των Μέσων ως απλών εργαλείων", *The Athens Review of books*, Ανακτήθηκε από: [https://panteio.academia.edu/Departments/ΤΜΗΜΑ\\_ΕνιΚΟΙΝΟΝΙΑΖ\\_ΜΕΖΩΝ\\_ΚΑΙ\\_ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ](https://panteio.academia.edu/Departments/ΤΜΗΜΑ_ΕνιΚΟΙΝΟΝΙΑΖ_ΜΕΖΩΝ_ΚΑΙ_ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ), 1-1-2023.

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Εγκύκλιος της ΔΙΣ (187/79/15-1-2015). Ανακτήθηκε από: <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/egyklioi/79.pdf> & <http://iaath.gr/wp-content/uploads/2015/09/ΕΓΚΥΚΛΙΟ-ΣΗΜΕΙΩΜΑ-4.pdf>

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Δελτία Τύπου της Ιεράς Συνόδου. (2019). Μητροπολίτης Ιωαννίνων κ. Μάξιμος, εισήγηση με θέμα: "Οι συνέπειες της ψηφιακής τεχνολογίας και ευρύτερα του τεχνικού πνεύματος στον ρόλο και στην αποστολή της Εκκλησίας", Ανακτήθηκε από: [http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/holysynod.asp?id=2528&what\\_sub=d\\_typou](http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/holysynod.asp?id=2528&what_sub=d_typou), 11-12-2022.

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Επιτροπές της Ιεράς Συνόδου - Συνοδική Επιτροπή Τύπου, Δημοσίων Σχέσεων και Διαφωτίσεως. (2006). Ανακτήθηκε από: <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/press/venetsianos.htm>, 22-12-2022.

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Εγκύκλιοι της Ιεράς Συνόδου. (187/2015). Ανακτήθηκε από: [http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/egyklioi.asp?id=1946&what\\_sub=egyklioi](http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/egyklioi.asp?id=1946&what_sub=egyklioi), 21-12-2022.

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Εγκύκλιοι της Ιεράς Συνόδου. (4648/2014.). Ανακτήθηκε από: [http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/egyklioi.asp?id=1923&what\\_sub=egyklioi](http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/egyklioi.asp?id=1923&what_sub=egyklioi), 1-1-2023.

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Εγκύκλιοι της Ιεράς Συνόδου. Εγκύκλιος υπ. αρ. 2640 (18/12/1997). "Περί του τρόπου αναμεταδόσεως Ιερών Ακολουθιών υπό των Μέσων Μαζικής Ενημερώσεως".

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Εγκύκλιοι της Ιεράς Συνόδου. Εγκύκλιος υπ. αρ. 2792 (30/6/2004). "Μυστηριακή ζωή της Εκκλησίας και τα Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα Ενημερώσεως".



ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Εγκύκλιοι της Ιεράς Συνόδου. Εγκύκλιος υπ. αρ. 967 (4/3/2005) . "Περί της απαγορεύσεως εισόδου τηλεοπτικών συνεργείων εντός των Ιερών Ναών και αναμεταδόσεως της Θείας Λειτουργίας".

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Κανονισμός υπ' αριθμ. 124/1999 (21/10/1999). "Εσωτερικός κανονισμός του Κλάδου Ραδιοφωνίας της Επικοινωνιακής και Μορφωτικής Υπηρεσίας της Εκκλησίας της Ελλάδος" .

ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ : Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας Ελλάδος - Κανονισμός υπ' αριθμ. 160/2004(13/1/2004)."Περί λειτουργίας των Συνοδικών Επιτροπών(13/1/2004),, θρον 21. Σ.Ε. επί του Τύπου, Δημοσίων Σχέσεων και Διαφωτίσεως.

Ευστάθιος, Μητροπολίτης Μονεμβασίας & Σπάρτης. (2019, November 22). Σκιαγράφηση της θέσης της Ορθόδοξης Εκκλησίας απέναντι στη σύγχρονη υπολογιστική και διαδικτυακή τεχνολογία [PDF]. Ανακτήθηκε από:

[http://www.cs.unipi.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=827:i-omilia-tou-sevasmiotatou&Itemid=673&lang=el](http://www.cs.unipi.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=827:i-omilia-tou-sevasmiotatou&Itemid=673&lang=el), 23-12-2022, και:

[http://www.cs.unipi.gr/index.php?searchword=Ευσταθίου&searchphrase=all&Itemid=750&option=com\\_s\\_earch&lang=el](http://www.cs.unipi.gr/index.php?searchword=Ευσταθίου&searchphrase=all&Itemid=750&option=com_s_earch&lang=el), 23-12-2022.

Κ. Καζάκου, Μ., (2011), «Κοινωνική Δικτύωση», Αθήνα, Εκδόσεις 4π Ειδικές Εκδόσεις Α.Ε Available from: <http://www.protoporia.gr/koinoniki-diktyosi-p-353118.html> [Accessed: 17/12/2022]

Καρεκλά Σοφία (2015). " Η Εκκλησία στον αχανή κόσμο του Facebook", Ορθοδοξία 2, 15-23, Ανακτήθηκε από: [WWW.ORTHODOXIA.INFO](http://WWW.ORTHODOXIA.INFO) , 18-12-2022.

Κουκουνάρας- Λιάγκης, Μάριος. (2013). "Το Μάθημα των Θρησκευτικών σήμερα και αύριο. Μία άποψη με κριτήριο την παιδαγωγική και διδακτική του μαθήματος". Νέα Παιδεία, (146), σελ.123-135, Ανακτήθηκε από: <http://scholar.uoa.gr/makoulia/publications/to-μάθημα-των-θρησκευτικών-σήμερα-και-αύριομια-άποψη-με-κριτήριο-την> ,1-1-2023.

Κουκουναρας Liagkis, M. (2018). "Ομολογιακή και μη ομολογιακή Θρησκευτική Εκπαίδευση. Ποια σημασία μπορεί να έχουν οι όροι σήμερα"; / Confessional and non-confessional RE. What would be the meaning of

the terms today?. Ελληνική Περιοδική Έκδοση για τη Θρησκευτική Εκπαίδευση/Greek Journal of Religious Education, 1(1), σελ.1-8, Ανακτήθηκε από: <http://www.gjre.gr/en/2018i/1030457-031020181>,1-1-2023.

ΜΑΥΡΗ ΓΙΑΝΝΗ (2008, Φεβρουαρίου 3). "1998-2008: Η άνοδος και η πτώση ενός θρησκευτικού (και πολιτικού) ηγέτη". Ανακτήθηκε από: <http://www.mavris.gr/93/christodoulos/>, 1-1-2023.

Μαυρομμάτη Καλλιόπη (Δρ.). (2020, February 25). Η συμβολή ερευνητριών στην Αθωνική Ψηφιακή Κιβωτό: Οι δυνατότητες της ψηφιακής εποχής [Video]. Πεμπτούσια. <https://www.pemptousia.gr/video/i-simvoli-erevnitriion-stin-athoniki-psifiaki-kivoto-i-dinatotites-tis-psifiakis-epochis/>, Αμφιθέατρο της Εταιρίας, Μακεδονικών Σπουδών.

Μάξιμος, Μητροπ.Ιωαννίνων (2019): “Οι συνέπειες της ψηφιακής τεχνολογίας και ευρύτερα του τεχνικού πνεύματος στον ρόλο και στην αποστολή της Εκκλησίας”, ΕΚΚΛΗΣΙΑ 96(9), σελ.840-1, Αθήνα.

Μπεκριδάκη Δημήτρη,( 2007) “Μετανεωτερικότητα, Θρησκεία και Ορθόδοξη θεολογία κριτικές επισημάνσεις για τις μεταξύ τους σχέσεις”, στο: Ορθοδοξία και Νεωτερικότητα (επιμ. Π. Καλαϊτζίδης, Ν. Ντόντος) Ακαδημίας Θεολογικών Σπουδών της Ι. Μ. Δημητριάδος, Ίνδικτος, σσ.448-55.

Μπεκριδάκη, Δημ. (2007), «Η νέα θρησκευτικότητα στη μεταχριστιανική Δύση. Εισαγωγικές Επισημάνσεις», περ. Σύναξη, τ.103/Ιούλιος- Σεπτέμβριος, σ. 58.

Πασχαλίδης Συμεών (2019). Οι Πατέρες της Εκκλησίας και το διαδίκτυο: παρούσα κατάσταση στοχοθεσία- προοπτικές [Video file]. Ανακτήθηκε από: <https://www.pemptousia.gr/video/i-pateres-tis-ekklisias-ke-to-diadiktio-parousa-katastasi-stochothesia-prooptikes> 26/12/2022.

Ραδιοτηλέοραση (2012γ), Η ταυτότητα του X-Factor στο Χρ. Κωνσταντοπούλου, Τηλεόραση: Ένα εικονικό καφενείο - Αναπαραστάσεις και συμβολισμοί της καθημερινής ζωής, Αθήνα, Παπαζήσης, σ.188.

Σακκάς Πάνος. (2018). Η Ολλανδία δεν αναγνωρίζει ως θρησκεία τον Πασταφαριανισμό. Ανακτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/now/world/204339/i-ollandia-den-anagnorizei-os-thriskeia-ton-pastafarianismo-toy-iptamenoy-makaronoteratos> 17-12-2022.

Σκαμνάκης Αντώνης, Καρεκλά Σοφία, & Παπαδόπουλος Ιωάννης. (2018). "Facebook και Εκκλησία. Εργαλείο ποιμαντικής ή διαδικτυακός άμβωνας...προσωπικών επιδιώξεων;", 2ο Διεθνές Συνέδριο Ψηφιακών Μέσων και Ορθόδοξης Ποιμαντικής, Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης, [Video file]. Ανακτήθηκε από: <https://www.pemptousia.gr/video/facebook-ke-ekklisia-ergalio-pimantikis-i-diadiktiakos-amvonas-prosorikon-epidioxeon/>,16-12-2022.

Σταμκόπουλος, π. Γρηγόριος Πρωτ. (2009). “Ανάπτυξη Βάσης Δεδομένων ποιμαντικής στήριξης”. Εκκλησία, τ. 2, σ. 102-107.

Σεβαστάκης Νικ. (2017, November 10). “Δεύτερες Σκέψεις Η Εκκλησία και το παιχνίδι με τον φόβο”.

Ανακτήθηκε από: [https://www.lifo.gr/print/second\\_thoughts/163630](https://www.lifo.gr/print/second_thoughts/163630), 19-12-2022.

Στεφάνου Γ.(2019). 20 τρόποι που ο κόσμος άλλαξε από το 1999 ως τό 2019. Ανακτήθηκε από: <https://www.e-radio.gr/post/123853/20-tropoi-pou-o-kosmos-allaxe-apo-to-1999-ws-to-2019?lang=el>, 22-12-2022.

Σύνταγμα της Ελλάδας (ΦΕΚ 120/Α/27.6.2008), “Άρθρα 1,2,3,13”. Ανακτήθηκε από :

[https://www.mou.gr/elibrary/Syntagma\\_2008\\_fek120.pdf](https://www.mou.gr/elibrary/Syntagma_2008_fek120.pdf), 19-12-2022.

Τανιμανίδου Κασσιανή . (2016). ΔΙΑΘΡΗΣΚΕΙΑΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΔΙΑΛΟΓΟΥ ΣΤΗ ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ.

ΙΣΛΑΜ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗ ΕΤΕΡΟΤΗΤΑ. (Doctoral dissertation, ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ, ΘΕΟΛΟΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ, ΤΜΗΜΑ ΘΕΟΛΟΓΙΑΣ, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, Ελλάδα). Ανακτήθηκε από:

<http://ikee.lib.auth.gr/record/303848/?ln=el>, ή [ikee.lib.auth.gr](http://ikee.lib.auth.gr) > record > files > GRI-2019-24044, (πρόσβαση 25/12/2022).

Τσίγκανου, L, επιμ., Πολιτική, κοινωνία, πολίτες, Αθήνα: ΕΚΚΕ, ανακτήθηκε από:

[https://www.researchgate.net/publication/328916798\\_Church\\_attendance\\_religiosity\\_and\\_praying\\_An\\_asymptotic\\_relationship\\_original\\_title\\_in\\_Greek\\_Ekklesiasmos\\_threskeutikoteta\\_kai\\_proseuche\\_Mia\\_asymptote\\_schese](https://www.researchgate.net/publication/328916798_Church_attendance_religiosity_and_praying_An_asymptotic_relationship_original_title_in_Greek_Ekklesiasmos_threskeutikoteta_kai_proseuche_Mia_asymptote_schese), 21-12-2022, σ.127-149.

Τσιρώνης, Χρήστος., (2014). «Εκκλησία, κοινοτικοί δεσμοί και κοινωνικά δίκτυα». Σύνθεσις, τχ. 5 (2014), σ.151-171.

Φάρος, π. Φιλόθεος (2009), «Παπαδοσύνης μορφή και παραμόρφωση», Αθήνα: Αρμός, σσ.41,117.

Χρυσόστομος, Μητροπολίτης Πατρών (χ.χ.). Νέοι και Εκκλησία μέσα σε ένα ψηφιακό κόσμο [Video].

Πεμπτουσία. <https://www.pemptousia.gr/video/nei-ke-ekklisia-mesa-se-ena-psiifiakokosmo/>,20-12-2022.

### Ξενόγλωσση

Antoci, A. Sabatini, F. and Sodini, M., (2010). “See you on Facebook: The effect of Social Networking on Human Interaction”. Available from: <http://mpa.ub.unimuenchen.de/27661/> [Accessed: 25/12/22]

Anderson, Eric S., Kim Hoare Marji Hughes, and D. McCallister Da Vita.(2009/2001) "Internet Safety Guidelines." Reflective Practice: Formation and Supervision in Ministry 31. Ανακτήθηκε από:<http://journals.sfu.ca/rpfs/index.php/rpfs/article/viewFile/102/101> ,15-12-2022.

Android Apps by Nick Hatzigeorgiu on Google Play. (2017). Ανακτήθηκε από: <https://play.google.com/store/apps/developer?id=Nick+Hatzigeorgiu&hl=en> 12-11-2019. & "Jeremiah". (2019, December 3). Apps for the Eastern Orthodox ("Orthodox Calendar", " Daily Readings", " Pray Always!", " Orthodox Daily Prayers", " Catena

Bible & Commentaries", "Eastern Orthodox Bible (EOB) " et al. ). Ανακτήθηκε από: <https://www.orthodoxroad.com/apps-for-the-eastern-orthodox/> 22-12-2022.

APPG on religious literacy in media. (2016, May 24). Ανακτήθηκε από: <https://sandfordawards.org.uk/all-party-parliamentary-group-on-religious-literacy-in-the-media>, 1-1-2023.

Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), Copyright © Taylor & Francis Group, LLC sel. 19–30. doi:10.1080/15456870.2015.972404. Ανακτήθηκε από: [https://www.researchgate.net/publication/272376226\\_Information\\_Interactivity\\_and\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/272376226_Information_Interactivity_and_Social_Media), 22-12-2022.

Ateeq Ahmad, (2011). “International Journal of Research and Reviews in Computer Science (IJRRCS)” Vol. 2, No. 2, April 2011 - Social Network Sites and Its Popularity. Available from: <http://sciacademypublisher.com/journals/index.php/IJRRCS/article/view/504/455> [Accessed: 25/12/2022].

Baudrillard Jean (1983). *In the Shadow of the Silent Majorities, or, The End of the Social and Other Essays*. Translated by Paul Foss, John Johnson and Paul Patton. New York, Semiotext, σελ. 95. στό: Chapnin Sergei. (2014).

Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity. Στό: Gane, N. (2001). & Voogdgeert Robert. (2015). Ανακτήθηκε από: <https://understandingsociety.blogspot.com/2014/05/liquid-modernity.html>, επίσης από: <https://brill.com/view/book/9789004376670/BP000008.xml> ,12-12-2022.

Bauman Z., (2002), *Η Μετανεωτερικότητα και τα δεινά της*, μετ. Γ.-Ι. Μπαμπασάκη, Ψυχογιός: Αθήνα σ. 328 εξ.

Bell, J. (1997). *Μεθοδολογικός σχεδιασμός παιδαγωγικής και κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα. Gutenberg,

Biema, David and others. “The 25 Most Influential Evangelicals in America.” *Time*, 30 January 2005.

Ανακτήθηκε από: <http://www.time.com/time/covers/1101050207/index.html>, 1-1-2023.

Bijker W.E.(2001), "Social Construction of Technology", Editor(s): Neil J. Smelser, Paul B. Baltes, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Pergamon, σελ. 15522-15527, <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/03169-7>. Ανακτήθηκε από: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767031697>,10-12-2022.

Campbell, H. (2004). “Challenges Created by Online Religious Networks,” *Journal of Media and Religion*, 3 (2), σελ.81–99.

Campbell, H. (2005) *Exploring Religious Community Online: We Are One in the Network* New York: Peter Lang, στο :Campbell, H. A., & Lövheim, M. (2011). INTRODUCTION: Rethinking the online-offline connection in the study of religion online. *Information, Communication & Society*, 14(8), σελ. 1083-1096. doi:10.1080/1369118x.2011.597416, Ανακτήθηκε από: <http://religionmeetsnewmedia.blogspot.com>, 16-12-2022.

Campbell, H. (2005a). *Exploring Religious Community Online*. New York: Peter Lang.

Campbell, Heidi (2005 b). ‘Spiritualizing the Internet: Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usage.’ *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1 (1): σελ.1-26. Ανακτήθηκε από: <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5824/1/Campbell4a.pdf>, 20-12-2022.

Campbell Heidi (2007), Who’s Got the Power? Religious Authority and the Internet, *Journal of Computer- Mediated Communication*, Volume 12, Issue 3, 1 April 2007, σελ. 1043–

1062, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>, 15-12-2022.

Campbell, Heidi. (2010), ‘Religious Authority and the Blogosphere’, *Journal of Computer Mediated Communication*, 15/2 σελ. 251-276, Ανακτήθηκε από: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2010.01519.x/pdf>, 21-12-2022.

Campbell, Heidi (2010b). *When Religion Meets New Media*. New York (NY): Routledge.

Campbell, Heidi (2012), ‘Understanding the relationship between Religion Online and Offline in a networked society’, *Journal of American Academy of Religion*, 80/1, σελ. 64-92, Ανακτήθηκε από: [https://www.researchgate.net/publication/261967407\\_Understanding\\_the\\_Relationship\\_between\\_Religion](https://www.researchgate.net/publication/261967407_Understanding_the_Relationship_between_Religion_Online_and_Offline_in_a_Networked_Society)

[\\_Online\\_and\\_Offline\\_in\\_a\\_Networked\\_Society](https://www.researchgate.net/publication/261967407_Understanding_the_Relationship_between_Religion_Online_and_Offline_in_a_Networked_Society), 21-12-2022.

Campbell, Heidi (2012). ‘How Religious Communities Negotiate New Media Religiously’ στο: Cheong, P. H. (2016). και στο: *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices and Futures*, edited by Pauline H. Cheong, Peter Fiescher-Nielsen, Stefan Gelfgren, and Charles Ess. New York: Peter Lang, σελ.81-96.

Campbell, Heidi. (2013), ‘Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds’, Ανακτήθηκε από: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780203084861>, 21-12-2022.

Campbell, H. A., Altenhofen, B., Bellar, W., & Cho, K. J. (2014). ‘There’s a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications’. *Mobile Media & Communication*, 2(2), σελ. 154- 172. doi:10.1177/2050157914520846,

Ανακτήθηκε από:

[https://www.academia.edu/21520260/Theres\\_a\\_religious\\_app\\_for\\_that\\_A\\_framework\\_for\\_studying\\_religious\\_mobile\\_applications](https://www.academia.edu/21520260/Theres_a_religious_app_for_that_A_framework_for_studying_religious_mobile_applications), 24-12-2022.

Campbell, H. A., & La Pastina, A. C. (2010). How the iPhone became divine: new media, religion and the intertextual circulation of meaning. *New Media & Society*, 12(7), σελ. 1191–1207. [mhttps://doi.org/10.1177/1461444810362204](https://doi.org/10.1177/1461444810362204),

Ανακτήθηκε από:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444810362204>, 24-12-2022.

Christians, C. (1997). “Religious Perspective on Communication Technology,” *Journal of Media and Religion*, 1 (1), σελ.37–47.

Christopher Penn, (2016), What’s the difference between social media and new media?. Ανακτήθηκε από: <https://medium.com/@cspenn/whats-the-difference-between-social-media-and-new-media-71f7f5ae1eea>, 17/12/2022.

Chu, S.C. and KIM, Y. (2011). “Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word of Mouth (eWOM) in Social Networking Sites”, *International Journal of Advertising*, Vol.30, No.1, pp.47-75 Available from: <http://www.warc.com/Pages/Search/WordSearch.aspx?q=AID:93394&Filter=ALL%20OF%20WARC&Area=ALL%20OF%20WARC> [Accessed: 25/12/2022]

Goldbaum, D., (2008). “Follow the Leader: Simulations on a Dynamic Social Network, School of Finance and Economics” University of Technology, Sydney. Available from: <http://ideas.repec.org/p/uts/wpaper/155.html> [Accessed: 25/12/2022].

Harvard, Stig (2008). ‘the Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change.’ *Northern Lights*, 6 (1): σελ.9-26.

Harvard, S., 2016, ‘Mediatization and the changing authority of religion’, *Media, Culture and Society* 38(1), 8– 17.

Harvard, S. (2008a). ‘The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change’, *Nordicom Review*, 29(2), σελ.114.

Hoover, S. (1990). “Ten Myths About Religious Broadcasting,” στο: Ableman, R., and Hoover, S. M. (επιμ), *Religious Television: Controversies and Conclusions*. Norwood, NJ: Albex. σ.23–39. Hoover, S. (2006) *Religion in the Media Age*, Oxon: Roudedge., στό: Hoover, S. M. (2002). *Religion in the Media Age*. *The Expository Times*, 113(9), sel.300–305. <https://doi.org/10.1177/001452460211300904>, 11-12-2022.

Hoover, S.M. & Park, J., 2004, ‘Religion and meaning in the Digital age: Field research On internet / web religion’, στο: J. Mitchell & S. Marriage (eds.), *Mediated Religion: Conversations in media, religion and culture*, σελ. 121–136, T&T Clark, London.

Hoover, S.T., 2003, ‘Religion, media and identity: Theory and method in audience research on religion and media’, in J. Mitchell & S. Marriage (eds.), *Mediated Religion: Conversations in media, religion and culture*, pp. 9–19, T&T Clark, London

- Hoover, Stewart M., S. M. (2012). Religion and the Media in the 21st Century. Paper presented at Auditori de la Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull, Barcelona. Ανακτήθηκε από: <https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj00JCPxszmAhULPewKHTwzBU8QFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F39028798.pdf&usg=AOvVaw0z2dqiad8Bx3viacW-i5Zx>, 1-1-2023.
- Jones, R (2009). “Social Media Marketing” 101, Part 1 Retrieved 2022-10-24, Available from: <http://sbinfocanada.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ&sdn=sbinconada&cdn=money&tm=49&f00&bt=1&zu=http%3A//searchenginewatch.com/3632809> [Accessed: 24/12/2022]
- Kim, A. J. (2000), “Community Building on the Web. Berkeley”, CA: Peachpit Press Available from: <http://books.google.gr/books?id=5s0XkQQvzoMC&pg=PT3&lpg=PT3&dq=%C2%ABCommunity+Building+on+the+Web.+Berkeley%C2%BB+,+CA:+Peachpit+Press&source=bl&ots=gBIHPKliT0&sig=HToGWwFdLidD8pMGhVDtC8hMdT8&hl=el&sa=X&ei=VPIgUZTaE8Sj4gTQzoGACQ&ved=0CEIQ6AEwAw> [Accessed: 25/12/2022]
- Lai, L. & Turban, E. (2008). “Groups Formation and Operations in the Web 2.0, Environment and Social Networks”. Group Decis Night 17: 387-402. Available from: <http://www.mendeley.com/catalog/groups-formation-operations-web-2-environment-social-networks-2/#> [Accessed: 25/12/2022]
- Lamport L., (1994). LaTeX: A Document Preparation System., Addison-Wesley Professional, 2nd Edition.
- Larsen Elena, principal author, (2001), “Cyberfaith: How Americans pursue Religion Online”, The: Internet and American Life, Pew Institute, Ανακτήθηκε από: <http://www.pewinternet.org/Reports/2001/CyberFaith-How-Americans-Pursue-Religion-Online.aspx>, 23-12-2022.
- Larsen, E. (2001). Wired churches, wired temples: Taking congregations and missions into cyberspace. Washington, D.C.: The Pew Internet and American Life Project. Ανακτήθηκε από: <http://www.pewinternet.org/>, 2 -1-2023.
- Larsen, E. (2001). Wired churches, wired temples: Taking congregations and missions into cyberspace. Washington, D.C.: The Pew Internet and American Life Project. Ανακτήθηκε από: <http://www.pewinternet.org/>, 2-1 -2023.
- Prensky Marc (2012), From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning, Corwin Press, σελ.88.
- Prensky Marc. (2004). The Emerging Online Life of the Digital Native: What they do differently because of technology, and how they do it. Ανακτήθηκε

- από:[http://www.bu.edu/ssw/files/pdf/Prensky-The\\_Emerging\\_Online\\_Life\\_of\\_the\\_Digital\\_Native-033.pdf](http://www.bu.edu/ssw/files/pdf/Prensky-The_Emerging_Online_Life_of_the_Digital_Native-033.pdf), 21 -12-2022.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. doi: 10.1108/10748120110424816, Ανακτήθηκε από:[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part 1 .pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part%201.pdf), 30-12-2022.
- Rosa H., 2003, “Social acceleration: Ethical and political consequences of a de-synchronized high-speed society”, *Constellations*, 10-1, σ.3-33.
- Rosa H., 2010a, *Alienation and Acceleration: Towards a Critical Theory of Late-Modern Temporality*, Malmö, NSU Press.
- Rosa H., 2005b, “The speed of global lows and the pace of democratic politics”, *New Political Science*, σελ.27- 4,445-459.
- Roof, W.C. (2001) *Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American* Princeton, NJ: Princeton University Press, στό: Carroll, J. (2001). *Journal of the American Academy of Religion*, 69(2), σελ.507-510. Ανακτήθηκαν από: [www.jstor.org/stable/1465807](http://www.jstor.org/stable/1465807), επίσης, στό Payne, R. (2002). *Contemporary Sociology*,31(1), 43-45. Ανακτήθηκαν από: [www.jstor.org/stable/3089415](http://www.jstor.org/stable/3089415) 18-12-2022.
- Rosa H., 2010b, “Full speed burnout? From the pleasures of the motorcycle to the bleakness of the treadmill: The dual face of social acceleration”, *International Journal of Motorcycle Studies*, 6-1. Ανακτήθηκε από: [http://ijms.nova.edu/Spring2010/IJMS\\_Artcl.Rosa.html](http://ijms.nova.edu/Spring2010/IJMS_Artcl.Rosa.html) (1-1-2023).
- Rosa H., SCHEUERMAN W. (eds), 2009, *High-Speed Society: Social acceleration, Power, and Modernity*, Pennsylvania, The Pennsylvania State University Press.
- Ross, A. (2000) *The Mental Labour Problem*. *Social Text*, 63, 1-32.
- Said, E. (1996), *Κουλτούρα και Ιμπεριαλισμός: Μία συστηματική και γοητευτική ανίχνευση των ριζών του ιμπεριαλισμού στον πολιτισμό της Δύσης*, Αθήνα, Νεφέλη.
- Sarno, D. (2007). “Linking into the market for ministry,” *Los Angeles Times*, E13–15. Ανακτήθηκε από: <https://www.latimes.com/la-ca-webscout21oct21-story.html>, 20-12-2022.
- Savage M., 2009, “Against epochalism: An Analysis of conceptions of change in British Sociology”, *Cultural Sociology*, 3-2, σελ.217-238.
- Schramm, W. ve Roberts, D. F. (1971) *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press, σελ. 84-99.
- Schement, J., and Stephenson, H. C. (1997). “Religion and the Information Society,” στό: Hoover, S., and Lundby, K. (επιμ), *Rethinking Media, Religion, and Culture*. Thousand Oaks, CA: Sage. σελ.261–89.



Scheurman W., (2004). *Liberal Democracy and the Social Acceleration of Time*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.

Schulte, Stephanie. (2013). ‘‘Online A Lot of the Time: Ritual, Fetish, Sign by Ken Hillis’’, and: ‘‘The Internet and American Business’’ ed. by William Aspray and Paul Ceruzzi (review). *American Studies*. 52. Σελ.134-136.

Schultze, Q. (1987). ‘‘The Mythos of the Electronic Church,’’ *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (3), σελ.245–61.

Schultze, Q. (2002), *Habits of the High-Tech Heart*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.

Shawn Arthur (2002) *Technophilia and Nature Religion: The Growth of a Paradox*, *Religion*, 32:4, 303- 314, DOI: 10.1006/reli.2002.0407, Ανακτήθηκε από:

[https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1006/reli.2002.0407?scroll=top&needAccess=true\\*\\*](https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1006/reli.2002.0407?scroll=top&needAccess=true**), 21-12- 2022.

Sheila Nutkins, Catriona McDonald, Mary Stephen (2013), *Early Childhood Education and Care: An Introduction*, SAGE, σελ150.

Walker, K.N., MacBride, A., Vachon, M.L.S., 1977. ‘‘Social Support Networks and the Crisis of Bereavement’’ *Social Science and Medicine* Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0037785677901433> [Accessed: 23/10/2022]

## Φωτογραφικό Παράρτημα

Εικόνα 5: Social Media και Ψυχική Υγεία. Πηγή : Παθολογική Κλινική Ερρίκος Ντυνάν.



Εικόνα 6: Ισλάμ, παράδοση και διαδίκτυο. Πηγή: Pixbay.



Εικόνα 7: Ινδουισμός και Θρησκείες του κόσμου μέσα στα social media. Πηγή: Social Sprint Greece.



Εικόνα 8: Εκκλησία της Ελλάδος, επίσημο ιστολόγιο. Πηγή: Εκκλησία της Ελλάδος.



Εικόνα 9: Ορθόδοξη Χριστιανοσύνη, επίσημο site.



Εικόνα 10: Μητροπολίτης Μεσογαίας Νικόλαος. Πηγή: Κανάλι στο YouTube.



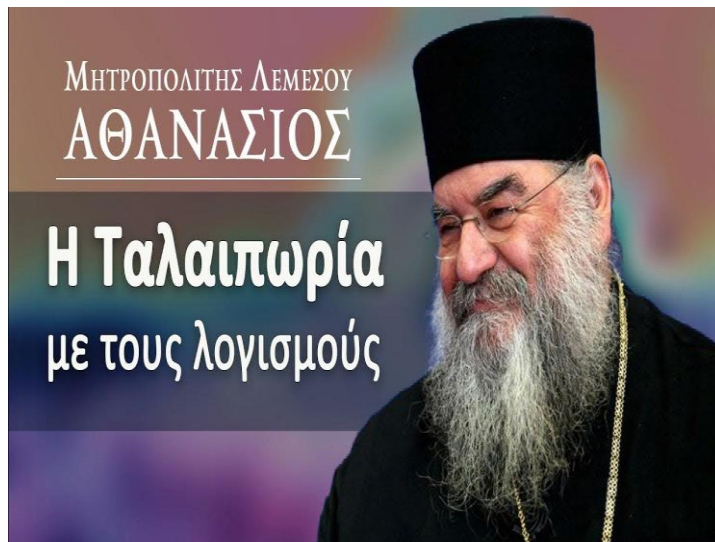
Εικόνα 11: Γέρον Νεκτάριος. Πηγή: Από το κανάλι στο YouTube.



Εικόνα 12: Πατήρ Φιλόθεος Φάρος. Πηγή: Από το κανάλι στο YouTube.



Εικόνα 13: Μητροπολίτης Λεμεσού. Πηγή: Από το κανάλι στο YouTube.



Εικόνα 14: Ραδιοφωνικός Σταθμός Εκκλησίας της Ελλάδος. Πηγή: <https://ecclesiaradio.gr/>.



Εικόνα 15: Πειραιϊκή Εκκλησία. Πηγή : Από το κανάλι στο youtube.

