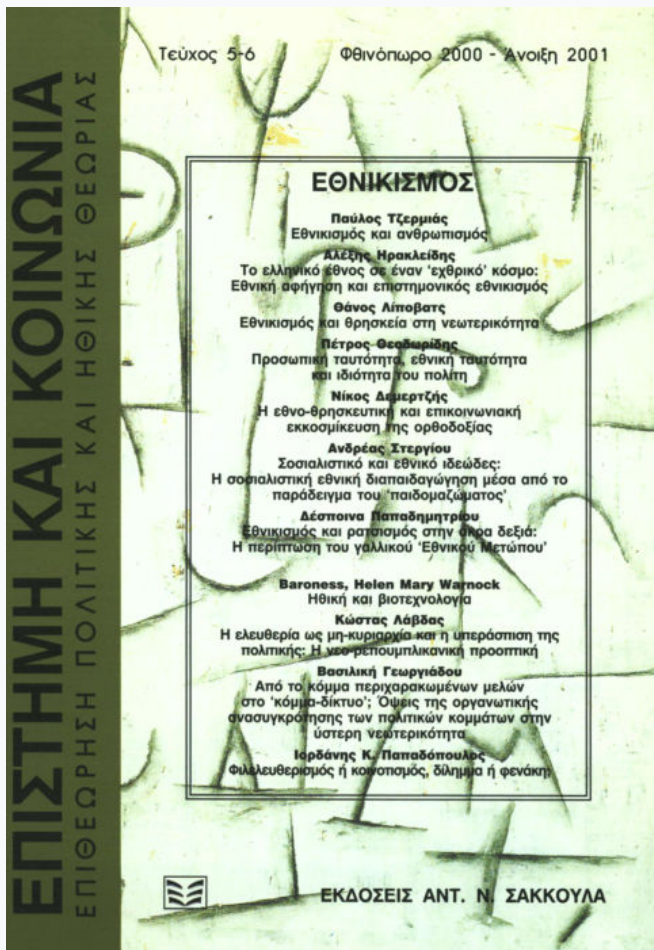


Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας

Τόμ. 5 (2001)

Τόμ. 5-6 (2001): Εθνικισμός



Η εθνο-θρησκευτική και επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας

Νίκος Δεμερτζής

doi: [10.12681/sas.545](https://doi.org/10.12681/sas.545)

Copyright © 2015, Νίκος Δεμερτζής



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Βιβλιογραφική αναφορά:

Δεμερτζής Ν. (2015). Η εθνο-θρησκευτική και επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 5, 83–101. <https://doi.org/10.12681/sas.545>

Η εθνο-θρησκευτική και επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας¹

Νίκος Δεμερτζής*

Στο νέο περιβάλλον της παγκοσμιοποίησης η Εκκλησία της Ελλάδος εμμένει στην παραδοσιακή της λειτουργία ως εθνικής-κρατικής εκκλησίας. Ενώ πλέον η πολιτεία στρέφεται βαθμηδόν προς την κατεύθυνση μετα-εθνικών διαδικασιών, η εκκλησία κινείται αντιθέτως: εγκλωπώνεται τη λογική του πολιτιστικού εθνικισμού, με αποτέλεσμα να πολιτικοποιείται με τον πλέον ανοικτό τρόπο. Εξακολουθεί, έτσι, να υποβάλλεται ένα είδος εθνο-θρησκευτικής εκκοσμίκευσης, η οποία συνδέεται άρρηκτα και με μια ιδιότυπη επικοινωνιακή εκκοσμίκευση, ακριβώς γιατί δεν μπορεί να ασκήσει πολιτική χωρίς τη συνέργεια των ηλεκτρονικών ΜΜΕ και ειδικά της τηλεόρασης. Όσο η Εκκλησία της Ελλάδος πολιτικοποιείται, εξαρτάται από την τηλεόραση, δημόσια και ιδιωτική, και αναλαμβάνει το ρίσκο του μετασχηματισμού των σχέσεών της με τους πιστούς. Λόγω της τηλεοπτικής εικονοποιίας καλλιεργείται ένα ιδιότυπο θρησκευτικό ψευδο-βίωμα και επέρχεται μια εικονιστική απο-ιεροποίηση του ορθόδοξου προτάγματος καθώς και μια ρηματική καθημερινοποίηση του θρησκευτικού λόγου.

Θρησκεία και επικοινωνία. Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Είναι γνωστό ότι εδώ και πολλά χρόνια στις περισσότερες δυτικές χώρες ο κλάδος της κοινωνιολογίας της θρησκείας έχει σημειώσει σημαντική πρόοδο. Ταυτόχρονα, σημαντική πρόοδος έχει σημειωθεί και στην κοινωνιολογία των ΜΜΕ και ιδιαίτερα στο πεδίο που αναφέρεται στις επιδράσεις των

* Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Μέσων. Δεν έχει σημειωθεί όμως κάποια αξιολογία πρόοδος στη σχέση ανάμεσα στους δύο αυτούς κλάδους· και τούτο, παρά το γεγονός ότι στις μέρες μας η θρησκεία ‘επιστρέφει’ σε ένα κοινωνικό περιβάλλον κορεσμένο από μέσα επικοινωνίας: όσον αφορά τις δυτικές χώρες, η λεγόμενη ‘επιστροφή της θρησκείας’ ή της ‘θρησκευτικότητας’ συντελείται εντός της κοινωνίας της πληροφορίας, αλλά και του θεάματος· αναφορικά με τις υπόλοιπες, τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες, η επιστροφή της θρησκείας (συχνά με τη μορφή του φονταμενταλισμού) γίνεται μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο του ‘παγκόσμιου χωριού’. Άρα λοιπόν, η ανάγκη συσχέτισης της κοινωνιολογίας της θρησκείας και της κοινωνιολογίας των Μέσων επικοινωνίας δεν είναι τεχνητή, δεν πρόκειται για ένα ενδο-ακαδημαϊκό αίτημα, αλλά για μια ανάγκη που προκύπτει από τους εμμενείς όρους εκδήλωσης της θρησκευτικότητας στην ύστερη νεωτερικότητα. Από ό,τι γνωρίζω, ελάχιστες είναι οι συμβολές που επιχειρούν να γεφυρώσουν συστηματικά το χάσμα ανάμεσα στους δύο κλάδους. Σχετικά πρόσφατα, δύο βιβλία (Stout & Buddenbaum 1996, Hoover 1998) ανέλαβαν το καθήκον αυτό, με τον περιορισμό βεβαίως ότι αναφέρονται κυρίως στην βορειοαμερικανική εμπειρία.

Δεδομένης της έλλειψης αυτής αρκετά ερωτήματα παραμένουν αναπάντητα ή μερικώς απαντημένα: Πώς, λόγου χάριν, οι θρησκευτικοί θεσμοί επηρεάζουν τους πιστούς ως προς την έκθεση και χρήση των ΜΜΕ; Ποια η σχέση ανάμεσα στη θρησκευτικότητα και την καθημερινή χρήση των ΜΜΕ και κυρίως της τηλεόρασης²; Πέραν αυτών, άλλα ερωτήματα που εγείρονται είναι: Πώς και γιατί εμφανίζονται θρησκευτικά ζητήματα στην ατζέντα των ειδήσεων; Πώς συγκροτείται το θρησκευτικό συναίσθημα μέσα στις κοινότητες του διαδικτύου (virtual communities); Πώς επηρεάζει η ενασχόληση των Μέσων με θρησκευτικά θέματα την πολιτική κουλτούρα μιας χώρας; Επιτείνεται ή αναστέλλεται η διαδικασία της εκκοσμίκευσης όταν η θρησκεία ενσωματώνεται στη συνολική τηλεοπτική εικονοροή;

Στο παρόν κείμενο θα προσπαθήσω να συνεξετάσω δύο μόνο από τα προηγούμενα ερωτήματα: την πολιτικο-πολιτισμική αναδιάταξη των σχέσεων ιδιωτικού και δημόσιου χώρου που επέρχεται με την παρουσία θρησκευτικών θεμάτων στην ατζέντα των μέσων επικοινωνίας, αφενός, και την εκκοσμίκευση που συντελείται από τη διαμεσολάβηση της θρησκείας από τα ΜΜΕ, αφετέρου. Αρκετές από τις εμπειρικές μου αναφορές θα εστιασθούν στην ελληνική περίπτωση.

Πολιτική κουλτούρα, θρησκεία και ΜΜΕ: Αναλυτικό πλαίσιο

Ξεκινώντας, θα έλεγα προγραμματικά ότι ο τρόπος με τον οποίο τα ΜΜΕ καλύπτουν θρησκευτικά θέματα εξαρτάται από το σύνολο των ιστορικών, πολιτιστικών και πολιτικών αντιλήψεων γύρω από τη θέση της θρησκείας στη δημόσια ζωή. Η σχέση θρησκείας και μέσων ενημέρωσης πρέπει να μελετηθεί μέσα από ένα τριμερές αναλυτικό πλαίσιο: α) τη θρησκευτική παράδοση και πρακτική μιας χώρας, β) την κουλτούρα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και γ) την πολιτική κουλτούρα της δημόσιας σφαίρας και το περιεχόμενο του δημοσίου λόγου (Hoover 1998: 1-13). Είναι προφανές ότι η σχέση αυτή λοιπόν μετατρέπεται στην πορεία του χρόνου και παραλλάσσει από χώρα σε χώρα.

Γενικά, μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '80, σε χώρες με ισχυρή παράδοση πολιτικού φιλελευθερισμού, κοινωνίας πολιτών και χωρισμού εκκλησίας και κράτους, τόσο τα δημόσια όσο και τα ιδιωτικά ΜΜΕ αντιμετώπιζαν τη θρησκεία ως ένα αυστηρά ιδιωτικό ζήτημα που δεν είχε θέση στη δημόσια θεματολογία. Έκτοτε, λόγω της ευρύτερης διαδικασίας της εξεκοσμίκευσης, της κρίσης νοήματος, της εμφάνισης νέων εκκλησιών και παρα-εκκλησιών, του πολλαπλασιασμού 'προσωπικών θρησκειών', αλλά και της εμφάνισης του θρησκευτικού φανατισμού σε παγκόσμια κλίμακα, τα θρησκευτικά ζητήματα προσέλκυσαν την προσοχή των δημοσιογράφων. Κι αυτό, γιατί ζητήματα θρησκευτικού ή εκκλησιαστικού περιεχομένου αποτελούν αρκετά συχνά 'είδηση' ή media events, (π.χ. οι επισκέψεις του Πάπα σε διάφορες χώρες καθολικές και μη, οι συλλογικές αυτοκτονίες ή τρομοκρατικές ενέργειες ατόμων που ανήκουν σε θρησκευτικές σέκτες). Τα θρησκευτικά ζητήματα προσέλκυσαν την προσοχή των Μέσων γιατί η σύγχρονη μορφή της θρησκευτικής πρακτικής στις δυτικές χώρες αποκτά, παρά τον κατακερματισμό της, ολοένα και περισσότερο έναν δημόσιο χαρακτήρα. Επικαλούμενες το δικαίωμα στη διαφορά και την 'πολιτική της ταυτότητας', οι επιμέρους σέκτες, εκκλησίες, αιρέσεις κ.λπ. ζητούν τη δημόσια αναγνώρισή τους και φυσικά επιδιώκουν περισσότερη ορατότητα και παρουσία στα μέσα ενημέρωσης (Hoover 1998: 34-36, Τάιηλορ 1997).

Η στάση αυτή είναι σύμπτωμα της ευρύτερης αλλαγής που συντελείται στη σχέση ανάμεσα στην ιδιωτική και δημόσια σφαίρα, αλλαγή που δεν οφείλεται μόνο στα ΜΜΕ, αλλά και σε πολλούς άλλους μακρο και μεσο-οικονομικούς, τεχνολογικούς και πολιτισμικούς παράγοντες (Lash & Urry 1987, 1994, Cohen & Arato 1997, Weintraub 1997, Meyrowitz 1985,

Sennett 1999). Αναφορικά πάντως με τα μέσα επικοινωνίας, διατρέχοντας τον κίνδυνο της υπεραπλούστευσης, θα έλεγα ότι ακόμα και αν η θρησκεία, ως θρησκευτική πίστη, ήταν μία αμιγώς ιδιωτική υπόθεση, με την παρουσία θρησκευτικών-λατρευτικών ζητημάτων στις θεματολογίες των ΜΜΕ αυτομάτως η θρησκεία δημοσιοποιείται: όταν τα, ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος, επιτελούντα δημόσιες λειτουργίες ΜΜΕ προβάλλουν ένα ιδιωτικό ζήτημα, αυτό μετατρέπεται σε δημόσιο. Εδώ το 'δημόσιο' νοείται ως 'ορατό', ως κάτι το οποίο εκτίθεται στην κοινή θέα, ως δημόσιο θέαμα. Ταυτόχρονα όμως συμβαίνει και μια άλλη, παραπληρωματική, διαδικασία μετατροπής αναφορικά τουλάχιστον με την τηλεόραση: η τηλεόραση είναι ένα οικιακό, ιδιωτικό, μέσο επικοινωνίας, το οποίο χρησιμοποιείται κυρίως στο πλαίσιο της οικογένειας (Morley & Silverstone 1990). Αυτά που μεταδίδει, όμως, αποκτούν δημόσιο χαρακτήρα, ακριβώς λόγω της μαζικής της λειτουργίας με την τηλεοπτική, άρα δημόσια, μετάδοση θρησκευτικών-λατρευτικών θεμάτων συντελείται μια μείξη ιδιωτικού και δημόσιου χώρου. Μετατρέπόμενη η θρησκεία από την τηλεόραση σε δημόσιο θέαμα, το θρησκευτικό συναίσθημα βιώνεται ιδιωτικά στο σπίτι. Η συνθήκη αυτή διαφέρει άρδην από ορισμένες τουλάχιστον παραδοσιακές πρακτικές του εκκλησιασμού, όπου συνέβαινε το αντίστροφο: στο δημόσιο χώρο του ναού βιώνεται η ατομική-ιδιωτική εμπειρία της προσευχής και της λατρείας.

Σε δυτικές χώρες, όπως η Ελλάδα, χωρίς ισχυρή παράδοση κοινωνίας πολιτών και περιορισμένη εκκοσμίκευση (μη χωρισμός εκκλησίας και κράτους, κρατική θρησκεία κ.λπ.), η θρησκεία είναι ανέκαθεν ένα δημόσιο ζήτημα (Δεμερτζής 1994), που εκ της φύσεώς του έλκει την προσοχή των δημοσιογράφων. Πολλές από τις ενέργειες της εκκλησίας εγγράφονται εξ ορισμού στη δημόσια θεματολογία. Με δεδομένη την κρίση ταυτότητας και την κρίση πολιτικής αντιπροσώπευσης, που συνοδεύουν τις ανακατατάξεις και τους τριγμούς που προκαλεί η παγκοσμιοποίηση σε οικονομικό, δημογραφικό, διεθνοπολιτικό και πολιτιστικό επίπεδο, στις χώρες αυτές η εκκλησία αναλαμβάνει το ρόλο υποκατάστατου της κοινωνικής συνοχής και εκπροσώπου του έθνους. Το πλέον εμφανές παράδειγμα αυτού είναι η στάση του Αρχιεπισκόπου κ. Χριστόδουλου απέναντι στα δημόσια πράγματα της χώρας και η διαμάχη της Ορθόδοξης Εκκλησίας της Ελλάδος με το κράτος σχετικά με τις νέες αστυνομικές ταυτότητες.

Η εθνο-θρησκευτική εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας

Σπανίως ο κ. Χριστόδουλος ομιλεί στο όνομα της εκκλησίας· ο λόγος του χαρακτηρίζεται από μια διπλή υποκατάσταση: αφενός μεν ως ιδιώτης-πολίτης προβάλλει τις δικές του απόψεις ως απόψεις της Εκκλησίας, αφετέρου δε ταυτίζει την εκκλησία με το έθνος. Είναι πασίγνωστη η θέση του ότι έχει δικαίωμα να ομιλεί επί των κυριοτέρων ζητημάτων που αφορούν το έθνος, το 'συμφέρον του οποίου είναι ταγμένος να υπηρετεί'. Τονίζει μάλιστα πως 'τέτοιο δικαίωμα έχει σήμερα και ο τελευταίος πολίτης'. Ωστόσο, ο προκαθήμενος της Εκκλησίας της Ελλάδος όταν απευθύνεται στους πιστούς δεν ασκεί δικαίωμα, αλλά εκπληρώνει δημόσια αποστολή, ακριβώς επειδή ως θεσμός του κράτους η εκκλησία είναι οργανωμένη σε νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου, το οποίο οφείλει να λειτουργεί στο πλαίσιο της συνταγματικής νομιμότητας. Όπως επισημαίνει ο Μανιτάκης (2000: 194), 'οι φορείς δημοσίων αρχών, ακόμη και των εκκλησιαστικών, δεν έχουν δικαιώματα αλλά υποχρεώσεις'. Παρακάμπτοντας τη δημόσια αρμοδιότητά του, ο κ. Χριστόδουλος προβάλλει τις ιδιωτικές του απόψεις στο σύνολο του εκκλησιαστικού σώματος και παράλληλα, υιοθετεί μιαν απολύτως θρησκευοποιημένη αντίληψη περί έθνους: το έθνος των ελλήνων ταυτίζεται με το ποιμνίο της ορθόδοξου εκκλησίας. Πρόκειται για ένα ακεραιοκρατικό παράδειγμα 'πολιτιστικού εθνικισμού', ο οποίος, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της οικουμενικότητας της ιδέας του ανθρώπου, λειτουργεί ως πολιτική διαιρετική ιδεολογία. Η αντίληψη αυτή είναι απόρροια της μεθυστερης λογικής με την οποία ο λόγος του εθνικισμού ανασυγκροτεί τη συλλογική εμπειρία στη βάση μιας ύπατης, ενορχηστρωμένης και ενορχηστρωτικής ταυτότητας: της εθνικής ταυτότητας. Όπως πλειστάκις έχει τεκμηριωθεί, ο εθνικισμός, ως ιδεολογικός λόγος της νεωτερικότητας, επενεργεί στην 'πρώτη ύλη' της ιστορικής εμπειρίας του παρελθόντος ομογενοποιώντας αναδρομικά ένα πλήθος ετερόκλητων πολιτισμικών στοιχείων έτσι, ώστε η εθνική ταυτότητα να εμφανίζεται ως εάν να υπήρχε ανέκαθεν (Hobsbawm 1992: 46 επόμε. Gellner 1988: 48-49). Αυτό οφείλεται στην εξαιρετική ευελιξία και αποτελεσματικότητα με την οποία ο εθνικιστικός λόγος συναρθρώνει άλλα ιδεολογήματα, υποτάσσοντάς τα σε μια τετραμερή λογική: α) η ανθρωπότητα χωρίζεται, εξ ανάγκης και εκ φύσεως, σε έθνη, β) κάθε έθνος έχει ή οφείλει να διεκδικεί την πολιτική του κυριαρχία στο πλαίσιο μιας κρατικής επικράτειας, γ) κάθε έθνος διαθέτει προφανή, προσίδια και αιώνια χαρακτηριστικά, δ) τα συμφέ-

ροντα και οι αξίες του έθνους προέχουν κάθε άλλου συμφέροντος και αξίας (Δεμερτζής 1996: 56-63, 84-100).

Βάσει αυτής της λογικής παραγνωρίζεται το γεγονός ότι δεν είναι η θρησκεία που όρισε την εθνική ταυτότητα, αλλά το αντίστροφο: ο εθνικισμός οικειοποιήθηκε τη θρησκεία προκειμένου να συγκροτήσει εθνική ταυτότητα. Δίχως υπερβολή, θα μπορούσαμε να πούμε πως αυτό που τελικά έκανε η ορθοδοξία κατά τη διάρκεια της οθωμανικής κυριαρχίας ήταν να διατηρήσει μια συλλογική αίσθηση κοινότητας θρησκευτικού τύπου, η οποία εκ των υστέρων και μέσω του εθνικιστικού λόγου περιεβλήθη την αίγλη της 'ελληνικότητας' ως εθνικότητας. Εάν δεν είχε μεσολαβήσει η πολιτική ιδεολογία του εθνικισμού, εκτός απροόπτου, η ελληνικότητα θα εξακολουθούσε να υφίσταται ως μια εθνοτικο-πολιτισμική εκδοχή της ορθόδοξης χριστιανικής ταυτότητας (Dunn 1987: 7). Δεν υπήρξε, άρα, μια ιστορική εντελέχεια στη σχέση ορθοδοξίας και ελληνικού έθνους· ούτε υπήρχε κάτι στην ορθοδοξία το οποίο αφ' εαυτού έμελλε να οδηγήσει στη συγκρότηση του έθνους. Είναι ο εθνικισμός που οικειοποιείται το ορθόδοξο φρόνημα, το μεταγράφει στη λογική του, το ανασυγκροτεί και το μεταπλάθει σε εθνο-θρησκευτική πολιτική ταυτότητα³.

Με την υπαγωγή αυτή και την απορρόφηση της θρησκευτικής ταυτότητας από την εθνική, ήδη από το 19ο αιώνα επήλθε μια πολιτική εκκοσμίευση της ορθοδοξίας, η οποία μετατρέπεται σε κρατική-εθνική θρησκεία (αυτοκέφαλες εθνικές ορθόδοξες εκκλησίες). Αυτό είχε και έχει μια διπλή συνέπεια: α) την 'εργαλειοποίηση' και β) την απώλεια της οικουμενικότητας της ορθοδοξίας. Ως κρατική θρησκεία, η ορθοδοξία (και η εκκλησία) παρέχει 'αλλοκοσμική' νομιμοποίηση και κύρος στο κράτος (και τα κόμματα εξουσίας), επιτελώντας μέρος των λειτουργιών που εκείνο όφειλε να ασκεί στο χώρο κυρίως της πρόνοιας και της υγείας. Ταυτόχρονα, με τον ίδιο εργαλειικό τρόπο, η εκκλησία προσπορίζει νομική, οικονομική και πολιτική ασφάλεια και εγγυήσεις για την απρόσκοπτη άσκηση των εξουσιαστικών της δραστηριοτήτων, τόσο όσον αφορά τα εσωτερικά της όσο και αναφορικά με τις σχέσεις της με τους πιστούς (Γεωργιάδου 1990, Georgiadiou 1995, Demertzis 1996, Demertzis 1997). Παράλληλα, η 'εθνικοποίηση' της ορθοδοξίας είχε και έχει ως συνέπεια τη νοηματική και πρακτική απάνηση της οικουμενικότητάς της· εγκλωβούμενη την αξιωματική παραδοχή του εθνικισμού ότι η ανθρωπότητα είναι εξ' ορισμού χωρισμένη σε επιμέρους έθνη, αναγκαστικά χάνει την οικουμενική της προοπτική (Smith 1993: 159). Αυτό είναι εντελώς πρόδηλο στις σχέσεις ανάμεσα στο Οικουμενικό Πατριαρχείο της Κωνστα-

ντινούπολης και την Ιερά Σύνοδο της Εκκλησίας της Ελλάδος, η ένταση των οποίων απασχολεί συχνά το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, αλλά και τα ελληνικά ΜΜΕ. Στο πλαίσιο της αντιπαλότητας αυτής είναι που πριν από δύο χρόνια, αφορμή τους βομβαρδισμούς του ΝΑΤΟ στη Σερβία, ο Πατριάρχης Βορθολομαίος χαρακτήρισε τον εθνικισμό 'αίρεση', μια δήλωση που έκανε ιδιαίτερη εντύπωση καθώς κύριος αποδέκτης της ήταν η ελληνική εκκλησία, η οποία πρωτίστως δια του κ. Χριστόδουλου είχε αντιδράσει με ιδιαίτερη σφοδρότητα στους βομβαρδισμούς εκείνους.⁴

Όσο η εκκλησία και ειδικά ο Αρχιεπίσκοπος κ. Χριστόδουλος επιμένει να παρεμβαίνει στη δημοσιότητα και να 'έχει λόγο για όλα', τόσο λειτουργεί ως γραφειοκρατικός οργανισμός ο οποίος διαχειρίζεται το θρησκευτικό χάρισμα με πολιτικούς-εξουσιαστικούς και όχι πνευματικούς όρους. Βεβαίως, όπως είπαμε, η εκκλησία ήταν ανέκαθεν τμήμα του πολιτικού συστήματος εξαιτίας του ελλιπούς χωρισμού της από το κράτος και για πάρα πολλά χρόνια αρκούσαν στην παθητική εργαλειοποίησή της. Κατά μια έννοια, επειδή μέχρι πρόσφατα η εκκλησία επιτελούσε 'αφανείς', πλην όμως υπαρκτές, πολιτικές λειτουργίες θα μπορούσαμε να πούμε ότι ήταν πολιτικοποιημένη *an sich* (αφ' εαυτής). Από την ενθρόνιση του κ. Χριστόδουλου και μετά πολιτικοποιείται *für sich* (δι' εαυτήν). Παρόλο που τόσο ο ίδιος όσο και άλλοι ιεράρχες δηλώνουν ότι η εκκλησία δεν ασκεί πολιτική, τούτο διαφεύδεται στην πράξη από την ίδια την πρωτοφανή κινητοποίηση της εκκλησίας με αφορμή την απάλειψη της αναγραφής του θρησκευόμενου από τις αστυνομικές ταυτότητες. Η συλλογή υπογραφών για το ζήτημα αυτό και η προβολή τους ως μοχλού πίεσης στην κυβέρνηση δεν είναι αυτόχρονα άσκηση πολιτικής; Σε μια πρόσφατη και πολύκροτη συνέντευξή του, ο κ. Χριστόδουλος (2001) αναφέρει ότι 'από άποψη θεολογική [...] απαγορεύεται στους κληρικούς να αναμειγνύονται στην πολιτική'· αναφέρει επίσης ότι 'μπορώ να σταθώ στο πλευρό του λαού μας [...] να βοηθήσω να ορθοποδήσει όχι ως πολιτικός αλλά ως εκκλησιαστικός άνθρωπος'. Στην ίδια συνέντευξη δηλώνει ότι 'εγώ δεν έχω την πρόθεση να εξελιχθώ σε πολιτικό ηγέτη, η θέση μου είναι στην εκκλησία'· ταυτόχρονα όμως δείχνει να μην κατανοεί ότι 'κάθε αναφορά σε μείζον ιστορικό- κοινωνικό θέμα' έχει και πολιτική διάσταση. Πόσο μάλλον που διευκρινίζει ότι 'δεν θέλω να ορίσω στους πολιτικούς το τι θα κάνουν και δεν θα επιτρέψω να ορίσουν αυτοί πώς θα ομιλώ εγώ'. Το να μην επιτρέψει, όμως, κάποιο δημόσιο πρόσωπο στους πολιτικούς να κάνουν κάτι, δεν είναι εξ ορισμού μια πολιτική στάση;

Αν η παραπάνω, ενδεικτική, αντίφαση δεν είναι απόρροια μιας τάσης

ευένδοτης στον προπαγανδιστικό και κυνικό λόγο –όπου οι ισχυρισμοί της μιας στιγμής διαψεύδονται από τα επιχειρήματα της επομένης–, οπωσδήποτε φανερώνουν μια περιοριστική εννόηση της πολιτικής, η οποία δεν ταυτίζεται με τα δρώμενα εντός και μεταξύ των κομμάτων. Στο συγκεκριμένο πλαίσιο των σχέσεων της με το κράτος, το ζήτημα δεν είναι αν η εκκλησία ασκεί πολιτική, αλλά τι είδους πολιτική ασκεί. Έτσι, ο εκ μέρους του Αρχιεπισκόπου χαρακτηρισμός εκείνων που υποστηρίζουν τον χωρισμό κράτους και εκκλησίας ως ‘γραικύλων’, η εξαγγελία καταβολής οικονομικής ενίσχυσης σε πολύτεχνες οικογένειες από τις οποίες εξαιρούνται οι Έλληνες πολίτες Μουσουλμάνοι, η απαίτησή του να καθιερωθεί η πρακτική της εξομολόγησης στα δημόσια σχολεία, καθώς και η αμφισβήτηση της αρμοδιότητας του Υπουργείου Παιδείας να εξαιρέσει το μάθημα των θρησκευτικών από τις πανελλαδικές εξετάσεις είναι σχεδιασμένες και συνειδητές ενέργειες με πολιτικούς στόχους και περιεχόμενο. Με τις ενέργειες αυτές η διαδικασία της εκκοσμίκευσης της ορθοδοξίας επιτείνεται ακόμα περισσότερο· ταυτόχρονα όμως συντελείται και μια ιδιάζουσα θρησκευτικοποίηση του δημόσιου βίου και της πολιτικής.

Βεβαίως, η πολιτικοποίηση της ορθοδοξίας δεν οφείλεται μόνο στη στρατηγική που επέλεξε ο προκαθήμενος της εκκλησίας της Ελλάδος, αλλά και στις υπαρκτές ταυτοτικές ανάγκες στις οποίες αυτή ανταποκρίνεται. Ανάγκες, οι οποίες λιγότερη σχέση έχουν με την ανακούφιση της υπαρξιακής ανασφάλειας και την απάντηση στο πρόβλημα της θεοδικίας και περισσότερο με τη δίψα κοινωνικής αναγνώρισης, ανύψωσης από την αφάνεια και υιοθέτησης ενός εθνο-θρησκευτικού life style.

Η επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας

Στην προϋούσα αυτή πολιτικοποίηση, η εκκλησία αναγκάζεται να χρησιμοποιήσει τα ΜΜΕ, δημόσια και ιδιωτικά. Όσον αφορά την ελληνική περίπτωση, εδώ ακριβώς σημειώνεται μία εμπλοκή: από τη μια μεριά, ανέκαθεν η επίσημη ορθόδοξη εκκλησία είχε πρόσβαση στις δημοσιογραφικές θεματολογίες, ακριβώς επειδή στην Ελλάδα ήταν, είναι και βιώνεται ως δημόσιος θεσμός, ακόμα και όταν (ίσως μάλιστα πολύ περισσότερο) της ασκήθηκε έντονη κριτική για τη στάση της κατά την επταετή δικτατορία. Οι Έλληνες δημοσιογράφοι, ως κλάδος, ουδέποτε αμφισβήτησαν τη θέση της εκκλησίας στη δημόσια ζωή, ακριβώς επειδή ανέκαθεν στην ελληνική κοινωνία κυριαρχούσε μια ιδιότυπη συναίρεση ιδιωτικού και δημόσιου (Δεμερτζής 1990,

1994, Demertzis 1997). Τα δέκα τελευταία χρόνια, όμως, με την εφαρμογή του μοντέλου της εμπορικής ειδησεογραφίας (Παπαθανασόπουλος 1993), η εκκλησία και οι εκπρόσωποί της δεν είναι σε θέση να ελέγξουν αποτελεσματικά την έκθεσή τους στα (ιδιωτικά κυρίως) ΜΜΕ, έντυπα και ηλεκτρονικά. Η Ορθόδοξη ελληνική εκκλησία, όπως και οι Έλληνες πολιτικοί, τελεί πλέον σε μια ανταγωνιστική συμβίωση με τα ηλεκτρονικά, κυρίως, ΜΜΕ (Hoover 1998: 139-153). Για να αυξήσει την ορατότητά της έχει ανάγκη τα τηλεοπτικά κανάλια⁵ και αυτά με τη σειρά τους προβάλλουν εκκλησιαστικά θέματα γιατί έχουν λίγο ως πολύ εξασφαλισμένη τηλεθέαση.

Λόγω της εξάρτησης από τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ, η αποσπασματικότητα, η προσωποποίηση και η δραματοποίηση, που χαρακτηρίζουν το μοντέλο της εμπορικής ειδησεογραφίας (Bennett 1999: 105-137), επιβαρύνουν τα διαμεσολαβημένα θρησκευτικά μηνύματα της ορθόδοξης εκκλησίας. Έτσι, δίπλα και σε συνάρτηση προς την πολιτική εκκοσμίκευσή της, η ελληνική ορθόδοξη εκκλησία αναλαμβάνει εκουσίως ένα ρίσκο 'επικοινωνιακής εκκοσμίκευσης'. Αυτό φυσικά αναγνωρίζεται από ορισμένους ιεράρχες, οι οποίοι διαφωνούν με τη μετατροπή της εκκλησίας σε οινειή ομάδα πίεσης και ενσωμάτωσή της στη βιομηχανία του θεάματος. Η 'επικοινωνιακή' αυτή εκκοσμίκευση δεν εξαντλείται απλώς στην έκθεση, ή έστω και στην ομηρία, των εκπροσώπων της εκκλησίας στα ΜΜΕ. Στην ανταγωνιστική τους συμβίωση με τα ΜΜΕ, το ρίσκο της επικοινωνιακής εκκοσμίκευσης δεν αφορά απλώς τις απρόβλεπτες δημοσιογραφικές παρενέργειες μιας εργαλειωτικής χρήσης των ΜΜΕ (μονομερή κάλυψη, προτίμηση σε θεαματικές σκηνές και δηλώσεις, κ.λπ.)⁶. Τις παρενέργειες αυτές, άλλωστε, η εκκλησία προσπαθεί κατά δύναμη να περιορίσει με την ίδρυση και λειτουργία δικών ηλεκτρονικών και έντυπων μέσων επικοινωνίας. Η επικοινωνιακή εκκοσμίκευση της ορθοδοξίας έγκειται και στις επενέργειες που ασκούνται από την καθυστερημένη επικοινωνιακή τεχνολογία των ηλεκτρονικών μέσων και ιδίως της τηλεόρασης. Εδώ επικαλούμαι τη θεωρία του Μέσου (medium theory), όπως έχει από πολλά χρόνια εκτεθεί και εφαρμοσθεί από τους McLuhan (1988), Postman (1998), Meyrowitz (1985), Ong (1997) κ.α. Η θεωρία δηλαδή που πρεσβεύει ότι εκτός από το έκδηλο ή άδηλο νόημα σε επίπεδο μηνύματος, επιδράσεις ασκούνται και από την τεχνολογική φύση του εκάστοτε μέσου επικοινωνίας. Επιδράσεις, που αφορούν την αίσθηση του χώρου και του χρόνου και τις δυνατότητες συμβολοποίησης και αναπαράστασης του κόσμου.

Το ότι ολοένα και περισσότερο η θρησκεία και η εκκλησία καταλαμβάνει τηλεοπτικό χρόνο σε όλα τα κανάλια επιφέρει μιαν ορισμένη 'μέσοποίηση'

(mediatization)⁷ του θρησκευτικού φρονήματος. Δεδομένου ότι οι Έλληνες ορθόδοξοι εκκλησιάζονται λιγότερο από τους πιστούς άλλων θρησκειών ή δογμάτων (Ware 1983, Martin 1978: 277), το φρόνημα των πιστών διαμεσολαβείται πλέον όλο και περισσότερο από την τηλεοπτική εικόνα- ανεξαρτήτως από το αν πρόκειται για απευθείας μετάδοση της θείας λειτουργίας, για τηλεοπτικά αποσπάσματα από λόγους και παραινέσεις του κ. Χριστόδουλου ή για κάποιο ρεπορτάζ για θρησκευτικές τελετές ή για κάποιο ‘ομολογημένο’ θαύμα. Ακριβώς στη διαμεσολάβηση αυτή συμπυκνώνεται η αλληλουχία των τριών παραγόντων που συνθέτουν το αναλυτικό πλαίσιο για την κατανόηση των σχέσεων θρησκείας και ΜΜΕ, στο οποίο αναφερθήκαμε προηγουμένως: η θρησκευτική παράδοση, ο επαγγελματισμός των δημοσιογράφων και το περιεχόμενο της δημόσιας σφαιράς. Λόγω της ριζωμένης παρουσίας της ορθόδοξης χριστιανικής πίστης στη συνείδηση των περισσότερων Ελλήνων, της ανέκαθεν δημόσιας αναγνώρισης της εκκλησίας ως θεσμού του κράτους, καθώς και λόγω της ισχυρής παράδοσης ερευνητικής δημοσιογραφίας στην Ελλάδα, η κάλυψη θρησκευτικών θεμάτων από τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων γίνεται τις περισσότερες φορές κατά έναν άκριτο τρόπο. Προνομακό θέμα των τηλεοπτικών δελτίων είναι τα ‘θαύματα’, τα οποία τον τελευταίο καιρό φαίνεται να επιπολάζουν σε διάφορες εκκλησίες της χώρας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, την 17/2/2001, η κάλυψη από το κανάλι Star Channel της είδησης για τα ‘δάκρυα’ που εμφανίστηκαν σε δύο εικόνες του Αγίου Χαράλάμπους στην ομώνυμη εκκλησία στην Λάρισα. Στο κεντρικό δελτίο του καναλιού το ‘στόρν’ κατέλαβε κεντρική θέση, στο οποίο εμφανίστηκε ο εφημέριος του ναού να δίνει ‘ζωντανή’ συνέντευξη στον ανταποκριτή του καναλιού και στον παρουσιαστή του δελτίου κ. Τέρενς Κουίικ, όπου περιέγραφε και ερμήνευε ταυτόχρονα το συμβάν: οι εικόνες, που μέχρι τότε βρισκόταν στο υπόγειο του ναού, δάκρυσαν γιατί ο Άγιος Χαράλαμπος ήταν λυπημένος με τα βάσανα και τις δοκιμασίες του ποιμνίου του. Σε ερώτηση του κ. Κουίικ να διευκρινίσει σε ποια ακριβώς βάσανα αναφέρεται, ο εφημέριος απάντησε ότι οι εικόνες δάκρυσαν γιατί ο Άγιος διαμαρτύρεται για την ανέγερση γειτονικού ναού από τους μάρτυρες του Ιεχωβά. Καθ’ όλη τη διάρκεια της προβολής του ‘στόρν’ οι δημοσιογράφοι αντιμετώπισαν το συμβάν δίχως κάποια αποστασιοποίηση ή κριτικό-διερευνητικό πνεύμα, εξέλαβαν το ‘θαύμα’ ως δεδομένο. Αντίστοιχη στάση κρατούν τα τηλεοπτικά δελτία και άλλων καναλιών σχετικά με μια εικόνα της Παναγίας στο ναό του Αγίου Νεκταρίου στην Ηλιούπολη της Αθήνας, η οποία έχει ‘ματώσει’.

Βεβαίως, η μεσοποίηση της θρησκευτικής εμπειρίας δεν είναι κάτι που

αφορά μόνο τους Έλληνες Ορθοδόξους, αλλά όλους εκείνους τους πιστούς, ανεξαρτήτως δόγματος ή θρησκείας, οι οποίοι έχουν ενταχθεί και κοινωνικοποιηθεί στον πολιτισμό της τηλεοπτικής εικόνας. Θα έλεγα λοιπόν ότι δίπλα από τις εμπειρίες άμεσης συμμετοχής στο σώμα της εκκλησίας, αναπτύσσεται μια 'έξ αποστάσεως οικειότητα' (Thompson 1999: 357-366) με την εκκλησία και τους λειτουργούς της. Ο συνδυασμός αυτός οδηγεί σε μια 'συνθετική θρησκευτική εμπειρία' (Funkhouser & Shaw 1990): η εμπίωση στην άμεση τελετουργική και ευχαριστηριακή κοινότητα, συνυπάρχει ή/και υπονομεύεται βαθμιαία από το ψευδοβίωμα (Πλειός 2001: 378- 394) μιας υποκατάστατης (Ersatz) θρησκευτικής εμπειρίας, από την 'ηλε- θρησκευτικότητα'.

Τηλε-θρησκευτικότητα όμως, ανεξάρτητα από ευσεβείς πάθους, σημαίνει ένα ορισμένο είδος κοσμικότητας. Όπως αναφέρει ο Postman (1998: 129), η οθόνη είναι τόσο κορεσμένη από τις μνήμες εγκόσμιων γεγονότων, τόσο στενά συνδεδεμένη με τον κόσμο του εμπορίου και της διασκέδασης που της είναι αδύνατο να αποδώσει αυτοτελώς τον ιερό λόγο της θρησκείας. Αδύνατο, διότι δεν μπορούν οι διάφορες μορφές λόγου να περάσουν αλώβητες από το ένα μέσο στο άλλο, στην περίπτωση μας από το λόγο και τη γραφή στην εικόνα: αν η μετάδοση δεν είναι η ίδια τότε και το μήνυμα δεν είναι το ίδιο. Και αν το πλαίσιο εντός του οποίου βιώνεται ένα θρησκευτικό μήνυμα είναι δομικά διαφορετικό από το άμεσο διαπροσωπικό εκκλησιαστικό πλαίσιο, τότε το περιεχόμενό του μεταμορφώνεται. Και τούτο διότι, μεταξύ άλλων, ο θρησκευόμενος τηλεθεατής έχει επίγνωση ότι ανά πάσα στιγμή πατώντας απλώς ένα πλήκτρο μπορεί να διακόψει τη μετάδοση του μηνύματος και να φέρει στην οθόνη ένα οποιοδήποτε εγκόσμιο συμβάν: μια διαφήμιση, μια ταινία, έναν αγώνα μπάσκετ κ.λπ.

Τηλεοπτικοποίηση της θρησκείας σημαίνει λοιπόν τη σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό απο-ιεροποίησή της. Ας παρακολουθήσουμε από κοντά στο ζήτημα αυτό τον Postman (1998: 129-130):

'Βασική προϋπόθεση κάθε παραδοσιακής θρησκευτικής λειτουργίας είναι ότι ο χώρος όπου τελείται πρέπει να περιβάλλεται από ιερότητα. Μια εκκλησία ή μια συναγωγή ορίζεται ως χώρος τελετουργικών πράξεων, έτσι ώστε όλα σχεδόν όσα διαδραματίζονται εκεί, ακόμη και ένα παιγνίδι μπίνγκο, προσλαμβάνουν θρησκευτική χροιά. Όμως, η θρησκευτική λειτουργία δεν είναι απαραίτητο να τελείται μόνο σε εκκλησία ή σε συναγωγή. Όλοι σχεδόν οι χώροι είναι κατάλληλοι, με την προϋπόθεση ότι έχουν εξογνισθεί, δηλαδή έχουν απεκδυθεί των κοσμικών τους χρήσεων. Αυτό μπορεί να γίνει τοποθετώντας ένα σταυρό στον τοίχο ή κεριά στο τραπέζι, ή ένα ιερό βιβλίο σε κοινή θέα. Έτσι, ένα γυμναστήριο, μια τραπε-

ζαρία ή ένα δωμάτιο ξενοδοχείου μπορούν να μετατραπούν σε χώρο λατρείας. Ένα μόριο του χωροχρόνου μπορεί να αποσπασθεί από το σύμπαν των κοσμικών γεγονότων και να αναπαραχθεί ως μια πραγματικότητα που δεν ανήκει στον κόσμο μας. Όμως για αυτή τη μετατροπή, είναι σημαντικό να τηρηθούν ορισμένοι κανόνες συμπεριφοράς. Για παράδειγμα, δεν θα πρέπει να σερβίρεται φαγητό ή να διεξάγονται επιπόλαιες συζητήσεις. Μπορεί να χρειαστεί να φορέσει κάποιος ένα σκουφί κληρικού ή να γονατίσει σε στιγμές που πρέπει. Ή απλώς να διαλογίζεται σιωπηρά. Η συμπεριφορά μας πρέπει να είναι ανάλογη του διαφορετικού κόσμου που προβάλλει ο χώρος. Συνήθως, όμως αυτός ο όρος δεν πληροίται όταν παρακολουθούμε ένα θρησκευτικό τηλεοπτικό πρόγραμμα. Οι δραστηριότητες σε ένα σαλόνι, μια κρεβατοκάμαρα, ή Θεός φυλάξοι, σε μια κουζίνα είναι συνήθως οι ίδιες, ανεξαρτήτως από το αν προβάλλεται ένα θρησκευτικό πρόγραμμα ή το 'Ντάλας'. Οι άνθρωποι θα τρώνε, θα μιλούν, θα πηγαίνουν στην τουαλέτα, θα κάνουν γυμναστική ή ό,τι άλλο συνηθίζουν να κάνουν μεροστρά στην ανοικτή οθόνη της τηλεόρασης. Αν ένα ακροατήριο δεν έχει εμβρατισθεί στην αύρα του μυστηρίου και του συμβολισμού του διαφορετικού κόσμου, τότε είναι μάλλον απίθανο να μπορέσει να φτάσει στην πνευματική εκείνη κατάσταση που απαιτείται για μια μη συνήθη εμπειρία. Επιπλέον, η ίδια η οθόνη της τηλεόρασης εμφανίζει έντονη προτίμηση στην ψυχολογία της κοσμικής συμπεριφοράς. Η οθόνη είναι τόσο κορεσμένη με τις μνήμες μας από εγκόσμια γεγονότα, τόσο στενά συνδεδεμένη με τον κόσμο του εμπορίου και της ψυχαγωγίας που της είναι δύσκολο να αναμορφωθεί σε πλαίσιο ιερών γεγονότων. Επιπλέον, ο τηλεθεατής γνωρίζει ότι ανά πάσα στιγμή, πατώντας απλώς ένα πλήκτρο θα φέρει στην οθόνη ένα διαφορετικό κοσμικό γεγονός, ένα παιχνίδι χόκεϊ, μια διαφήμιση, ένα κινούμενο σχέδιο'.

Πιθανώς αυτή η συνθετική τηλεθρησκευτική εμπειρία, την οποία περιγράφει ο Postman, να μην εξαντλεί το φάσμα των θρησκευτικών συγκινήσεων που διακατέχουν τους πιστούς. Είναι αλήθεια ότι η 'επιστροφή της θρησκευτικότητας' συντελείται σε ένα εξαιρετικά σύνθετο περιβάλλον που διακρίνεται από μια 'έκρηξη διαμεσολαβημένων μορφών εμπειρίας' (Thompson 1999: 368): κάποιες μορφές εμπειρίας που έχουν αποσυνδεθεί από τη φυσιολογική ροή της καθημερινότητας επανεισάγονται μεταλλαγμένες δια των μέσων επικοινωνίας. Στη διαδικασία αυτή, ο εαυτός καθίσταται για το υποκείμενο το σημαντικότερο ίσως ανακλαστικό πρόταγμα: εναλλακτικοί πειραματισμοί, πολλαπλές και αντινομικές εγκλίσεις, καθώς και ηθικά διλήμματα είναι τροπισμοί με τους οποίους εκφράζεται η περιπέτεια του εαυτού στην ύστερη νεωτερικότητα. Η αναβίωση της θρησκευτικότητας είναι ένας από τους τρόπους με τους οποίους τα υποκείμενα αποφεύγουν το θρυμμάτισμα της ταυτότητάς τους, προσπαθώντας να βρουν νόημα στο νέο περιβάλλον της

κοινωνίας της πληροφορίας (Schement & Stephenson 1996: 261-289). Ασφαλώς, αυτή η προσπάθεια επηρεάζεται και από τα μηνύματα των ηλεκτρονικών ΜΜΕ· αυτό δεν σημαίνει όμως ότι η διαμεσολαβημένη θρησκευτικότητα επιφέρει σε όλους, παντού και πάντα την ίδια αλλοίωση της θρησκευτικής συγκίνησης. Επειδή η θρησκευτική πίστη είναι μια κατάσταση εξαιρετικά ανθεκτική, η εκκοσμηκούμεσα δύναμη της τηλεοπτικής εικόνας δεν έχει σε όλους τα ίδια αποτελέσματα. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι στο κορεσμένο από τα ηλεκτρονικά μέσα της εικόνας κοινωνικό περιβάλλον η θρησκευτικότητα εκδηλώνεται κατά μήκος ενός ιδεοτυπικού συνεχούς, το ένα άκρο του οποίου αντιπροσωπεύει την ‘αυθεντική’ θρησκευτική συγκίνηση και το άλλο τη ‘συνθετική’ τηλε-διασκεδαστική θρησκευτική εμπειρία.

Η καθημερινοποίηση του θρησκευτικού λόγου

Μια άλλη συνέπεια που επιφέρει ο ενημερω-διασκεδαστικός χαρακτήρας της τηλεόρασης, αλλά και η ηγεμονία της τηλεοπτικής σημειολογίας στα υπόλοιπα μέσα επικοινωνίας, είναι η ρηματική καθημερινοποίηση (conversationalization) του θρησκευτικού λόγου. Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται από θεωρητικούς που ανήκουν στον κλάδο της κριτικής ανάλυσης του λόγου (critical discourse analysis) και περιγράφει τη φθορά που επέρχεται στο δημόσιο (και κατά συνέπεια και στο θρησκευτικό) λόγο από τους σημειολογικούς κώδικες της τηλεοπτικής εικόνας (Fairclough 1995: 8-12, Abercrombie 1996: 10, 17-19). Απλουστεύσεις, διχοτομικά σχήματα, χρήση άτυπου λεξιλογίου της αργκό, ανεκδοτολογίες, επιδεικτική ‘αδιαφορία στην αντίφαση’, όπου άλλα λέγονται τη μία φορά και άλλα την άλλη, είναι στοιχεία τα οποία πολύ εύκολα μπορεί κανείς να εντοπίσει στον ‘επικοινωνιακό’ κ. Χριστόδουλο. Στίλιστικά στοιχεία τα οποία μοιράζεται με πολλούς επώνυμους Έλληνες δημοσιογράφους, αλλά και πολιτικούς. Με την πρόθεση να μιλήσει τη ‘γλώσσα του απλού λαού’ και να έρθει κοντά στον κόσμο, υιοθετώντας συχνά το στυλ αυτό, ο κ. Χριστόδουλος αυτο-εκκοσμηκεύει την εκκλησία δίχως ίσως να το συνειδητοποιεί. Εκφράσεις ‘σας πάω’, ‘ελάτε όπως είστε’, ‘όποιος τα βάζει με την Ορθοδοξία του ξεραίνεται το χέρι’, ανέκδοτα που διηγείται από άμβωνος (ορισμένες φορές ρατσιστικά) είναι ομιλιακά ενεργήματα που καθημερινοποιούν το θρησκευτικό λόγο χωρίς, ταυτόχρονα, να εστιάζουν στην αγχογόνο καθημερινότητα των πιστών. Όπως τονίζει ο Μανιτάκης (2000: 130-131),

‘η απήχηση του αρχιεπισκοπικού λόγου στην κοινή γνώμη [...] συμβαδίζει μεν με

μα παγκόσμια τάση επανάκαμψης της θρησκευτικότητας και εισδοχής της εκκλησίας στη δημόσια σφαίρα, αλλά δεν ενισχύει ούτε αναζωογονεί το ηθικό περιεχόμενο ή την ηθική απήχηση του ορθόδοξου θεολογικού λόγου στις συνειδήσεις των πιστών. Διότι [...] δεν καταπιάνεται με τα νέα, καιιά ερωτήματα ηθικής σημασίας που θέτει η τεχνολογική εποχή μας [...] ούτε προσφέρει [...] επίκαιρες απαντήσεις στα αγωνιώδη ηθικά διλήμματα των πιστών'.

Ταυτόχρονα με την καθημερινοποίηση του θρησκευτικού λόγου, ο τηλεοπτικός εξεικονισμός όχι απλώς ευνοεί αλλά είναι σύστοιχος με την προσωποποίηση. Ιδιαίτερα μάλιστα στην περίπτωση των τηλε-ευαγγελιστών που ευδοκιμούν στις ΗΠΑ, ο κήρυκας ως πρόσωπο πρωτοστατεί, είναι το κέντρο της τηλεοπτικής παρουσίας (ντεκόρ, μουσική επένδυση κ.λπ.). Πρωταγωνιστεί όμως με τους αισθητικούς όρους της τηλεοπτικής εικονοποιίας: κοντινά πλάνα, αργή κίνηση, εναλλαγή χρωμάτων, μουσική υπόκρουση, και όχι σύμφωνα με τους παραδοσιακούς όρους της σεμνής και προσωπικής σχέσης του ιερωμένου με τους πιστούς. Ο κ. Χριστόδουλος δεν θα είχε την απήχηση που έχει αν δεν ήταν τηλεγενής και καλός χρήστης των ΜΜΕ. Αν δεν υπονομεύεται η εικόνα (image) του ως ιεράρχη, συναρθρώνεται με την εικόνα του (visual picture) ως προσώπου των Μέσων και των καταλόγων δημοφιλίας που προωθούν οι εταιρείες δημοσκοπήσεων.

Τελικό σχόλιο

Νεωτερικότητα και εκκοσμίκευση είναι διαδικασίες σύνθετες και σύστοιχες· όπως έχουν υπάρξει διαφορετικοί δρόμοι στη νεωτερικότητα (Moore 1984) έτσι υφίστανται και διαφορετικές πορείες και όψεις εκκοσμίκευσης (Martin 1978). Με προωθητική δύναμη τον αποσχιστικό φιλελεύθερο εθνικισμό του 19ου αιώνα, η πολιτική 'νεωτερίκευση'⁸ της ελληνικής κοινωνίας πυροδοτήθηκε με την επανάσταση του 1821 και την οικοδόμηση του νέου έθνους-κράτους. Σύντομα όμως αποδείχθηκε ότι ο πολιτικός και οικονομικός εξορθολογισμός της ελληνικής κοινωνίας δεν μπορούσε να απαλλαγεί από τις παραδοσιακές δομές, με τις οποίες ενεπλάκη σε έναν ιδιότυπο συγκρητισμό. Έτσι, στο πλαίσιο του ελληνικού δρόμου στη νεωτερικότητα, το ορθόδοξο θρησκευτικό κοσμοείδωλο δεν περιορίστηκε στην ιδιωτική σφαίρα· αντιθέτως, κατέλαβε περίοπτη θέση στη δημόσια σφαίρα και κατέστη ενδογενές στοιχείο της εθνικής ταυτότητας. Εδώ και 180 χρόνια, ως δημόσιος θεσμός η εκκλησία συντονίζεται αλλά και ανταγωνίζεται με τους υπόλοιπους στον ορισμό της κατάστασης, στη νοηματική πλήρωση του δημόσιου λόγου.

Οπότε, αν σε άλλες χώρες εκκοσμίκευση σήμανε, μεταξύ άλλων, το θεσμικό χωρισμό εκκλησίας και κράτους, στην Ελλάδα εμφανίσθηκε με ανεστραμμένη μορφή: με την υπαγωγή της εκκλησίας στο κράτος. Η υπαγωγή αυτή είχε ως συνέπεια την εθνο-θρησκευτική εκκοσμίκευση της Ορθοδοξίας αλλά και μια ιδιότυπη θρησκευτικοποίηση του κράτους (Παπαρίζος 1994, Μανιτάκης 2000: 67-81).

Στο νέο περιβάλλον περιβάλλον της παγκοσμιοποίησης η Εκκλησία της Ελλάδος εμμένει στην παραδοσιακή της λειτουργία ως εθνικής-κρατικής εκκλησίας. Ενώ πλέον η πολιτεία στρέφεται βαθμηδόν προς την κατεύθυνση υπερεθνικών ή/και μετα-εθνικών ολοκληρώσεων, η εκκλησία κινείται αντίθετως: εγκολπώνεται πλήρως τη λογική του πολιτιστικού εθνικισμού, ταυτίζεται, δηλαδή, με την ιδέα του έθνους ως κοινότητα ομοδόξων, και πολιτικοποιείται με ανοικτό τρόπο. Εξακολουθεί, έτσι, να υποβάλλει τον εαυτό της σε ένα είδος εθνο-θρησκευτικής εκκοσμίκευσης, η οποία συνδέεται άρρηκτα και με μια ορισμένη επικοινωνιακή εκκοσμίκευση, ακριβώς γιατί σε ανταγωνισμό ή/και σε συνδυασμό με τους θεσμούς της μαζικής επικοινωνίας επιχειρεί να οριοθετήσει τη δημόσια σφαίρα και να καθορίσει ηγεμονικά το περιεχόμενο του δημοσίου λόγου. Όσο η Εκκλησία της Ελλάδος πολιτικοποιείται εξαρτάται από τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ και ιδιαίτερα την τηλεόραση, δημόσια και ιδιωτική, αναλαμβάνοντας το ρίσκο του μετασχηματισμού των σχέσεών της με τους πιστούς. Όσο το νέο πρόσωπο της εκκλησίας διαμεσολαβείται από την τηλεοπτική εικονοποιία, τόσο περισσότερο καλλιεργείται ένα ιδιότυπο θρησκευτικό ψευδο-βίωμα και επέρχεται μια εικονιστική αποιερωποίηση του ορθόδοξου προτάγματος λόγω, κυρίως, της ρηματικής καθημερινοποίησης του θρησκευτικού λόγου.

Στο νέο περιβάλλον της παγκοσμιοποίησης η Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία οφείλει ασφαλώς να εκσυγχρονισθεί. Εκσυγχρονισμός όμως δεν σημαίνει αναπαλαίωση και εκλεπτισμένη επιστροφή στο αιώσιο χθες. Με την τακτική που ακολουθεί μέχρι σήμερα η Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία, υπό την ηγεσία του Αρχιεπισκόπου κ. Χριστόδουλου και με την ενσωμάτωση της θρησκευτικότητας στο τηλεοπτικό θέαμα και τη μετατροπή της σε οιονεί reality show, θεωρώ ότι μακροπρόθεσμα είναι αμφίβολη η καλλιέργεια ενός ήθους αλληλοκατανόησης, εναισθησης του άλλου, μιας αυτοκατάφασης που δεν είναι ναρκισσιστική και υποθάλπει την ευθύνη απέναντι στη σύνολη κοινωνία και το αύριο.

Σημειώσεις

1. Το άρθρο αυτό στηρίζεται σε εισήγηση του συγγραφέα στο συνέδριο 'Θρησκεία και Νεωτερικότητα στον 21ο αιώνα' (Πάντειο Πανεπιστήμιο, 12-14 Μαρτίου 2001).

2. Όπως αναφέρουν, λόγω χάρη, οι Stout & Buddenbaum (1996: 14-5), από την επισκόπηση 17 κορυφαίων επιστημονικών περιοδικών κοινωνιολογίας και επικοινωνίας, από το τέλος του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου και μετά δημοσιεύθηκαν μόνο 59 άρθρα αναφορικά με τη σχέση ανάμεσα στη χρήση των Μέσων και τη θρησκεία. Από αυτά, τα 30 φιλοξενήθηκαν σε περιοδικά επικοινωνίας και τα υπόλοιπα 29 σε κοινωνιολογικές επιθεωρήσεις.

3. Όπως αναφέρει ένας από τους εγκυρότερους μελετητές του εθνικισμού, 'η θρησκεία παρέχει συχνά το κοινωνιολογικό υλικό πάνω στο οποίο εργάζεται ο εθνικισμός, δεν μπορεί όμως να εξηγήσει ούτε την εμφάνιση αλλά ούτε και το χαρακτήρα του τελευταίου' (Smith 1971: 57).

4. Η αντιπαράθεση ανάμεσα στο Πατριαρχείο και την Εκκλησία της Ελλάδος δεν πρέπει πάντως να εκληφθεί ως αντίθεση ανάμεσα σε έναν 'καλό' οικουμενισμό και σε έναν 'κακό' εθνικισμό, ούτε φυσικά ως μια διαμάχη ανάμεσα σε δύο ιεράρχες. Πρόκειται για μια αντιπαλότητα μεταξύ δύο πολύ ισχυρών φορέων θρησκευτικο-πολιτικής εξουσίας, οι οποίοι στοχεύουν στη διατήρηση αλλά και την επέκταση της δικαιοδοσίας τους.

5. Δεν είναι καθόλου τυχαία η δημοσίευση των αυξημένων ποσοστών τηλεθέας της θείας λειτουργίας στην νεοεκδοθείσα εφημερίδα *Ταυτότητα* (16/3/2001), η οποία είναι φyla προσκείμενη στην εκκλησία. Πρόκειται για ένα επικοινωνιακό διάβημα ορατότητας και 'καταγραφής δυνάμεων' στην αντιπαράθεση της εκκλησίας με την πολιτεία. Σύμφωνα με στοιχεία της AGB, που παραθέτει η εφημερίδα, μεταξύ 1999 και 2000 τα ποσοστά τηλεθέας στην κυριακάτικη ζώνη 8-10 το πρωί στην ΕΤ1 αυξήθηκαν από 6,9 σε 7,4 κατά μέσο όρο και το μερίδιο τηλεθέας από 12,3% σε 15,2% περίπου.

6. Χαρακτηριστικότατο παράδειγμα ασυνήθιστης και θεαματιστικής τηλεοπτικής ειδήσης είναι οι λεγόμενοι 'παπαροκάδες', η στάση και η συμπεριφορά των οποίων προσέλκυσε και πιθανώς θα εξακολουθεί να προσελκύει την προσοχή όλων των καναλιών. Άλλο παράδειγμα, οι οργισμένες αντιδράσεις κληρικών σε δηλώσεις του τραγουδιστή Νότη Σφακιανάκη, σύμφωνα με τον οποίο στον Παράδεισο επιτρέπεται το ποτό, το σεξ, οι ταχύτητες και το τσιφτετέλι. Δηλώσεις, με τις οποίες όμως, κατά το τηλεοπτικό κανάλι Star Channel (7/4/2001), συμφωνούν οι 'παπαροκάδες'.

7. Για την έννοια της 'μεσοποίησης' βλ. ενδεικτικά Giddens (1991: 4-5) και Thompson (1999: 66-71, 299).

8. Προτιμώ τον όρο 'νεωτερίκευση' από τον 'εκσυγχρονισμό' προκειμένου να αποδοθεί η πρωτογενής διαδικασία εισόδου μιας κοινωνίας στον πολιτισμικό κύκλο της Νεωτερικότητας. Ο 'εκσυγχρονισμός' είναι δευτερογενής, αναφέρεται κυρίως σε διαδικασίες οικονομικού, πολιτικού και πολιτιστικού μετασχηματισμού εντός της Νεωτερικότητας.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Abercrombie, N. (1996). *Television and Society*. Oxford: Polity Press.

- Bennett, L. (1999). *Ειδήσεις. Η πολιτική των ψευδαισθήσεων*. Αθήνα: Δρομέας
- Cohen, J. and Arato, A. (1997). *Civil Society and Political Theory*. Massachusetts: MIT Press.
- Δεμερτζής, Ν. (1990). 'Η ελληνική πολιτική κουλτούρα στη δεκαετία του '80' στο: Λυριντζής, Χ. & Νικολακόπουλος, Η. (επιμ.) *Εκλογές και Κόμματα στη δεκαετία του '80*. Αθήνα: Θεμέλιο, σελ. 70-96.
- Δεμερτζής, Ν. (1994). 'Η επιλεκτική παράδοση της ελληνικής πολιτικής κουλτούρας' στο: Δεμερτζής, Ν.(επιμ.) *Η Ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*. Αθήνα: Οδυσσέας, σελ. 41-74.
- Δεμερτζής, Ν. (1996). *Ο Λόγος του Εθνικισμού. Αμφίσημο σημασιολογικό πεδίο και σύγχρονες τάσεις*. Αθήνα-Κομοτηνή: εκδ. Αντ. Σάκκουλα.
- Demertzis, N. (1996). 'La place de la religion dans la culture politique grecque' στο: Sophia Mappa (επιμ.). *Puissance et impuissance de l' Etat*. Paris: Karthala, σελ. 223-244.
- Demertzis, N. (1997). 'Greece' στο: Eatwell, R. (επιμ.). *European Political Cultures. Conflict or Convergence?*. London: Routledge, σελ. 107-121.
- Dunn, D. (1987). 'Nationalism and religion in Eastern Europe' στο: Dunn, D. (επιμ.). *Religion and Nationalism in Eastern Europe and the Soviet Union*. London: Lynne Rienner Publishers. σελ. 1-14.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold
- Funkhouser, R. and Shaw, E. (1990). 'How Synthetic Experience Shapes Social Reality' στο: *Journal of Communication* τομ. 40, σελ. 75-87.
- Hobsbaum, E. (1992). *Nations and Nationalism since 1780. Programme, Myth, Reality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoover, S. (1998). *Religion in the News. Faith and Journalism in American Public Discourse*. London: Sage Publications.
- Gellner, E. (1988). *Nations and Nationalism*. Oxford: Basil Blackwell (ανατύπωση).
- Γεωργιάδου, Β. (1990). 'Από το καθεστώς της "συμφωνίας" στην πραγματικότητα της κοσμικής υπαγωγής' στο: *Θεωρία και Κοινωνία*, τχ. 3, σελ. 77-96.
- Georgiadou, V. (1995). 'Greek Orthodoxy and the Politics of Nationalism' στο: *International Journal of Politics, Culture and Society*. Vol. 9(2), σελ. 295- 315.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Oxford: Polity Press.
- Lash, S. & Urry, J. (1987). *The End of Organized Capitalism*. Oxford: Polity Press.

- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage Publications.
- Μανιτάκης, Α. (2000). *Οι Σχέσεις της Εκκλησίας με το Κράτος- Έθνος*. Αθήνα: Νεφέλη.
- Martin, D. (1978). *A General Theory of Secularization*. New York: Harper and Row.
- McLuhan (1988). *Media: Οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Κάλβος.
- Meyrowitz, J.(1985). *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Moore, B. (1984). *Κοινωνικές Ρίζες της Δικτατορίας και της Δημοκρατίας*. Αθήνα: Κάλβος
- Morley, D. & Silverstone, R. (1990). 'Domestic Communication. Technologies and Meanings' στο: *Media, Culture and Society*, vol. 12 (1), σελ. 31-55.
- Οng, W. (1997). *Προφορικότητα και Εγγραματοσύνη*. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). *Απελευθερώνοντας της Τηλεόραση*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Παπαρίζος, Α. (1994). 'Διαφωτισμός, Θρησκεία και Παράδοση στη Σύγχρονη Ελληνική Κοινωνία' στο: Δεμερτζής, Ν. (επιμ.) *Η Ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*. Αθήνα: Οδυσσεάς, σελ. 75-113.
- Πλειός, Γ. (2001). *Ο Λόγος της Εικόνας. Ιδεολογία και Πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήσης
- Postman, N. (1998). *Διασκέδαση μέχρι Θανάτου*. Αθήνα: Δρομέας.
- Schment, J.-R. & Stephenson, H. (1996). 'Religion and the Information Society' στο: Stout, D. & Buddenbaum, J. (1996). *Religion and Mass Media. Audiences and Adaptations*. London: Sage, σελ. 261-289.
- Smith, A. (1971). *Theories of Nationalism*. London: Duckworth.
- Smith, A. (1993). *The Ethnic Origins of Nations*. Oxford: Basil Blackwell
- Ταϊνλορ, Τα. (1997). *Πολυπολιτισμικότητα* (με σχόλια των Κ. Α. Arpiaah, S. Rockefeller, M. Walzer, S. Wolf). Αθήνα: Πόλις.
- Thompson, J. (1999). *Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας*. Αθήνα: Παπαζήσης (2η έκδοση).
- Sennett, R. (1999). *Η Τυραννία της Οικειότητας*. Αθήνα: Νεφέλη.
- Ware, K. (1983). 'The Church: A time of transition' στο: Clogg, R. (επιμ.) *Greece in the 1980s*. London: MacMillan, σελ. 208-230.
- Weintraub, J. (1997). 'The Theory and Politics of the Public/Private Distinction' στο: Weintraub, J. & Kumar, K. (επιμ.). *Public and Private in Thought*

and Practice. Perspectives on a Grand Dichotomy. Chicago: The University of Chicago Press. σελ. 1-42.

Χριστόδουλος (Αρχιεπίσκοπος). (2001) 'Δεν προτίθεμαι να γίνω Μακάριος!' Συνέντευξη στον Θανάση Λάλα. *BHMAGAZIN0*, Κυριακή, 11 Φεβρουαρίου.