



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :
**«ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΚΑΙ FACEBOOK :
ΜΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ »**

Αίμιλη Αντωνίου
Λεμεσός 2019

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Copyright © Αίμιλη Αντωνίου, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Θρησκευτική πίστη και Facebook: Μια ποιοτική ανάλυση» εκπονήθηκε από την Αίμιλη Αντωνίου, φοιτήτρια του όγδου εξαμήνου του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου υπό την επίβλεψη της Επίκουρης καθηγήτριας Βίκυς Τρίγκας και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2020. Η μελέτη έχει ως θέμα το πως επηρεάζεται η θρησκευτική πίστη του ατόμου κατά την έκθεση του σε θρησκευτικό περιεχόμενο στο κοινωνικό δίκτυο Facebook. Η ιδέα της συγκεκριμένης μελέτης προέκυψε μέσα από την κατανόηση της δυναμικής του διαδικτύου, το οποίο έχει επιδράσει σε αρκετούς τομείς του πολιτισμού. Σε αρχικό στάδιο λοιπόν δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που αναρτήθηκε στο συγκεκριμένο δίκτυο έτσι ώστε να εντοπιστούν τα σαράντα άτομα ηλικίας 18-30 ετών που έχουν εκτεθεί σε θρησκευτικό περιεχόμενο και κατ' επέκταση πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις στην βάση της θεωρίας των στάσεων. Το πρωτόκολλο της συνέντευξης σχεδιάστηκε ως προς τα τρία επίπεδα ορισμού των στάσεων: α) το συμπεριφορικό β) το συναισθηματικό και γ) το γνωστικό. Έτσι αντλήθηκαν τα στοιχεία της αλλαγής στην στάση του ατόμου που οφείλονται στην χρήση του μέσου. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν πως ο χρήστης πρέπει να χαρακτηρίζεται από αμφιβολία για την ύπαρξη του θεού ή κάποιας άλλης θεϊκής δύναμης έτσι ώστε να καταλήξει σε ένα καθαρά πλουραλιστικό περιεχόμενο στο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο. Αντίθετα, τα άτομα που πιστεύουν στο θεό και χαρακτηρίζουν το θρησκευτικό τους πιστεύω ως προσωπική υπόθεση τείνουν να έρχονται σε επαφή με πιο ομοιόμορφο θρησκευτικό περιεχόμενο με επίκεντρο τον χριστιανισμό. Βέβαια τα δεδομένα παρουσιάζουν πως οι νέοι έχουν φτάσει σε ένα σημείο αμφισβήτησης του εκκλησιαστικού συστήματος και των πρακτικών του, διαχωρίζοντας το από την έννοια του θεού και ορίζοντας τις θρησκευτικές πρακτικές ως προσωπική υπόθεση. Σκιαγραφήθηκε λοιπόν μια στάση στους νέους που απεχθάνεται τις ακρότητες σε τέτοιου είδους δίκτυα και υποστηρίζει την αποδοχή της θρησκευτικής διαφορετικότητας με επιχείρημα πως όλοι είμαστε ίδιοι απλά έτυχε να γεννηθούμε σε διαφορετικά μέρη του κόσμου και άρα να δημιουργήσουμε εντελώς διαφορετικές θρησκευτικές ταυτότητες

Λέξεις κλειδιά: θρησκευτική πίστη, πλουραλισμός, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλαγή στάσης

ABSTRACT

This thesis with the title: “Religious beliefs and Facebook: a qualitative analysis” was undertaken by Emily Antoniou, an undergraduate student in the eighth semester at the Technological University of Cyprus, Department of Internet Studies and Communications. The thesis was finalised in May 2020 under the supervision of the Assistant Professor Vicky Triga. The main topic of the study is how religious beliefs are being affected once exposed to religious content in social media platforms such as Facebook. The context of this idea is related to the potential and power of the internet, which has influenced various cultural sectors. At a first stage, a questionnaire was created and distributed in Facebook with the purpose of identifying forty (40) people between the ages of eighteen (18) and thirty (30), who had been exposed to religious content before. Afterwards, interviews took place based on attitudes theory. The protocol of the interviews was built upon the aspects that define attitudes: a) the behavioural; b) the emotional and c) the cognitive. That way, the data could provide us input regarding the shift of attitude due to the exposure of the specific religious content. The results of the study showed that the user must be characterised by doubt about the existence of God or any other divine power to conclude in a so-clearly pluralistic content. On the contrary, people who believe in God and define their religious beliefs as an entirely private matter, tend to come across a more equitable religious content, mostly focused on Christianity. Equally important, the data of the study show that the younger generation has reached a peak point where they doubt the practices of the Church and how it proceeds with certain issues, completely dissociating it from the meaning of God and by determining religious practices as strictly personal. In conclusion, the analysis showed that the younger generation who despises any extremities in social media platforms and strongly supports the acceptance of religious diversity, holds the attitude that people are equal and diversity is due to the fact that we are born and raised in different places of the world, which is the main reason for forming different religious identities.

Key words: religious faith, pluralism, social media, changing attitudes