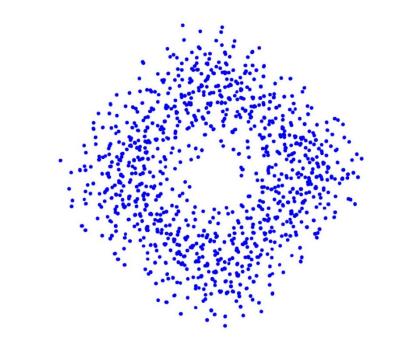
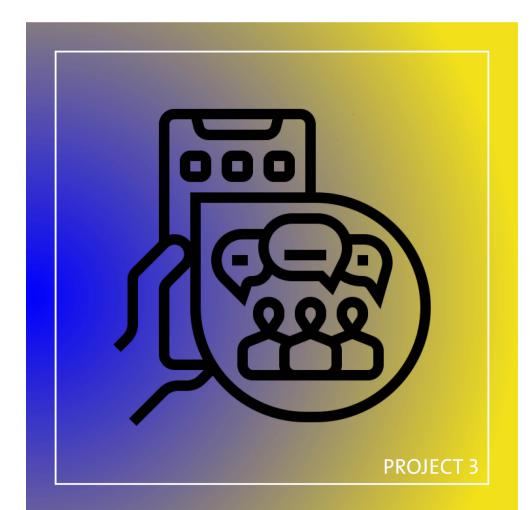


URPP **Digital Religion(s)**

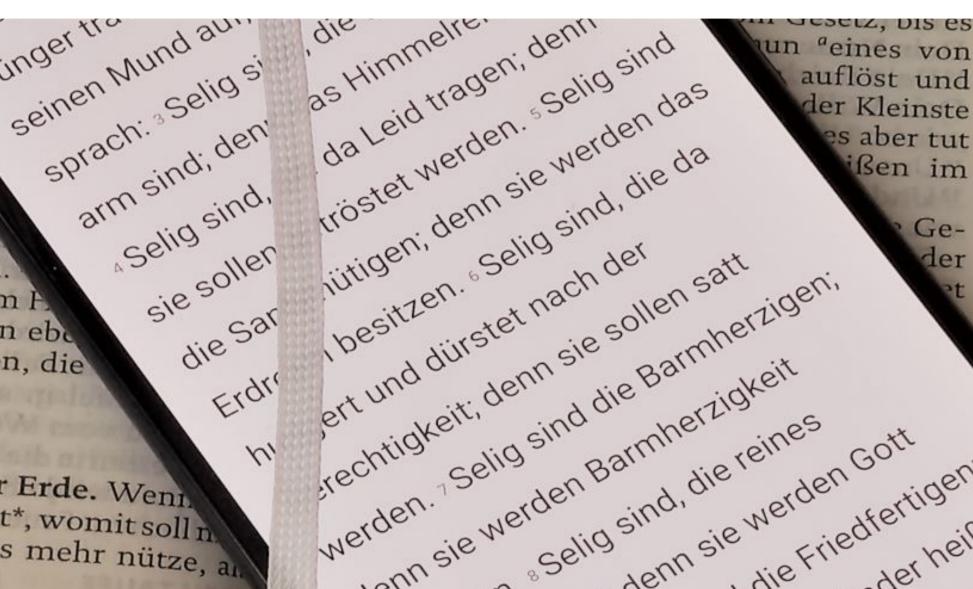




P3: Digital Religious & Spiritual Media Use

Digitalization has changed communication fundamentally. Therefore, we investigate the influence of digitalization on religious and spiritual communication. This includes both, religious communities and the society at large.

sie werde ¹⁰Selig sin Meerentwillen verfol imon, der das Himmelrei as, seinen ins Meer; ¹¹Selig seid ihr. schen ^aum meinet er sprach "Ich will verfolgen und allerle en. 20 So- reden und dabei lügen. 1 folgten jubelt; es wird euch im l belohnt werden. Denn eb. ^averfolgt die Propheten, die , sah er n Sohn wesen sind. en Bru-



dich

und op

25 aVer

cher sogle

auf dem We

dersacher nich

n

denn sie werden Barmherzigkeit

erlangen. «Selig sind, die reines

Herzens sind; denn sie werden Gott

schauen. Selig sind die Friedfertigeni

³¹Es ist auch gesagt (5. Mose 24,1): »W auflöst und von seiner Frau scheidet, der soll ih der Kleinste Scheidebriefgeben.«^a ³² Ich aber sag es aber tut Wer sich von seiner Frau scheidet ißen im denn wegen Unzucht, der macht, o die Ehe bricht; und wer eine Gesch Ge- heiratet, der bricht die Ehe.^a

Main Research Questions

RQ1: How do members of practicing religious communities use digital media to fulfill functions of meaning-making and social connection?

RQ2: How is spirituality experienced on online social networking platforms?

Methodological approaches

To investigate **RQ1** we conducted

– 9 qualitative interviews with young Christians (age

SALZ UND LICHT edäus.

¹³Ihr seid das Salz der Erde. Wenn ief sie. das Salz nicht mehr salzt*, womit soll n nd ihsalzen? Es ist zu nichts mehr nütze, al aliläa,

digte * 5,5 Andere Übersetzung: »das Land erben« (vgl. Ps 37,11). 5,9 Luther übersetzte: »die Friedfertigen«, leilte und erklärte: »nämlich, die den Frieden machen«. 5,13 Luther übersetzte: »wenn nun das Salz dumm holl wird«. ZU

- 4,12 a Kap 14,3 4,16 a Lk 1,79; Joh 8,12 4,17 a Kap 3,2 4,19 a Kap 28,19-20 4,23 a (23-24) Kap 9,35; Mk 6,55; nd-
- Lk 4,14-15 5,1 a 2. Mose 19,3.11 5,3 a Jes 57,15
- 5,4 a Ps 126,5; Jes 61,1-2; Offb 7,17 5,5 a Kap 11,29
- 5,6 a Ps 17,15; Joh 6,35 5,7 a Kap 18,33; 25,35-46
- 5,8 a Ps 24,3-4; 51,12-13; 1. Joh 3,2-3; 1. Kor 13,12;
- Offb 22,4 5,9 a Vers 45; Jak 3,18 5,10 a 1. Petr 3,14 5,11 a Kap 10,22; Apg 5,41; 1. Petr 4,14
- 5,12 a 2. Chr 36,15-16; Hebr 11,33-38; Apg 7,52

Findings

Theoretical contribution

We developed a **dynamic model of digital media use** in religious communities explaining the co-orientation of social relationships, individual media use, and individual religious meaning system.

VOM SCHWÖREN

³³Ihr habt weiter gehört, dass zu d en gesagt ist (3. Mose 19,12; 4. Mose 30, llst keinen falschen Eid schwör st dem Herrn deine Eide halten. age euch, dass ihr überhaup en sollt, weder bei dem denn sie werden Gottes Kinder heißen. n er ist Gottes Thron; ³⁵ n enn sie ist der Scheme pei Jerusalem, denn sie en Königs. 36 Auch s n Haupt schwörer 7 ein einziges Ha chen. 37 Eure Re Was darüber

10 Selig sind, die um Gerechtigkeit a Joh 8,12 5,15 a Lk 8,16 Phil 2,14-15 b Joh 15,8; 1. Petr Röm 10,4; 1. Joh 2,7 5,18 a Kap 5,19 a Jak 2,10 5,20 a Kap 7,21; 23,2 1. Joh 3,15 5,24 a Mk 11,25 5,25 a (25-26) Lk 12,58-59 b Kap 18,23-35 5,28 a Hiob 31,1 5,29 a (29-30) Kap 18,8-9; Ko 5,31 a Kap 19,3-9 5,32 a Lk 16,18; 1. Kor 7,10-11 5,34 a (34-35) Kap 23,16-22; Ps 48,3; Jak 5,12 b

Contribution to URPP

worte

Communicative practices

111

We describe and analyze the religious and spiritual communicative practices in today's digital society. Herein, we take a multiplatform approach to get a holistic understanding of communication.

14 – 20)

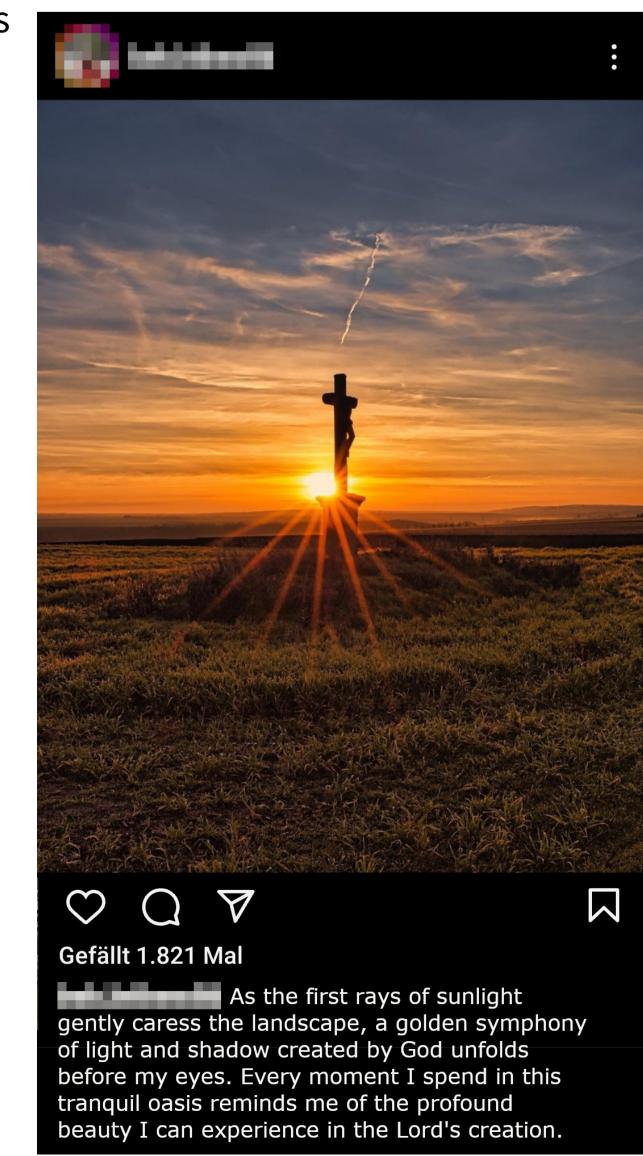
– Based on these interviews, we conducted a **quantitative survey** among young Christians (N=576)

Regarding **RQ2** we conducted

- a **two-wave representative survey** on spiritual experiences on social media (N=2.156, Wave 1)
- -and a **quantitative content analysis** of spiritual social media posts from account the survey participants follow (N=1.600 Instagram Post)

Hereby we distinguish between for types of connectedness. Connectedness with

- Higher power
- Nature
- Others - Self



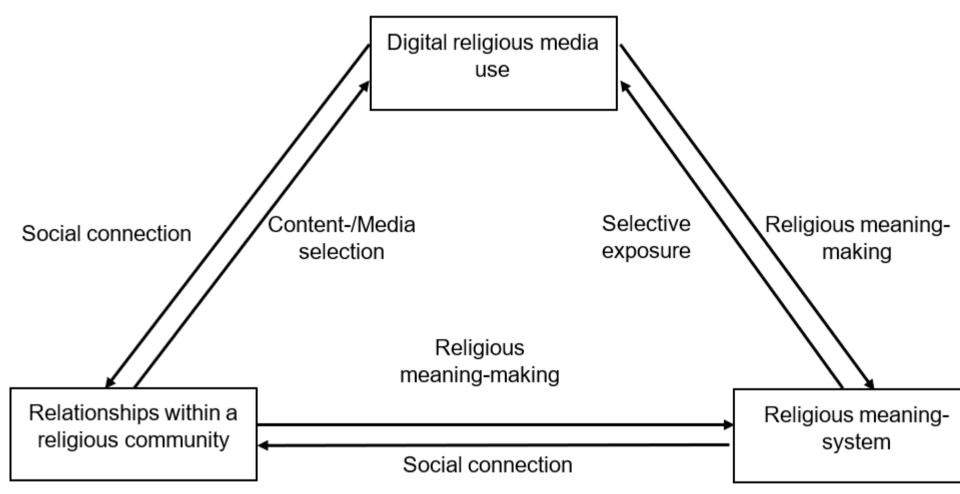


Fig.2: Dynamic model of digital media use in religious communities

Empirical contributions

- Young Christians use a distinct set of digital media to experience their religiosity
- 2. Users can be categorized in five media repertoires
- 3. Most media fulfill the function of religious meaningmaking while only messengers directly support social connection
- 4. Most creators of religious content are traditional

Communities

We describe and analyze the formation of religious and technology-shaped identities and communities, specifically highlighting the digital interaction between believers.

Authorities

We describe and analyze the concept of shifting authority by investigating claims of authority and authenticity by social media creators and religious influencers.

Religious practices

We describe and analyze the contributions of digital religious practice for individuals, communities, and society, in Switzerland, Germany, and Austria.

Publications

Müller, J. & Friemel, T.N. (2024). *Finding God in Today's Digital* World—Digital Religious Media Use of Christian Adolescents and *Young Adults*. [under review in New Media and Society].

Müller, J. & Friemel, T.N. (2024). *Dynamics of digital religious media* use – A model of digital media use in mediatized religious *communities*. [submitted for review].

Fig.1: Example spiritual Instagram Post

authorities (57%) but 23% are (lay) Christfluencers

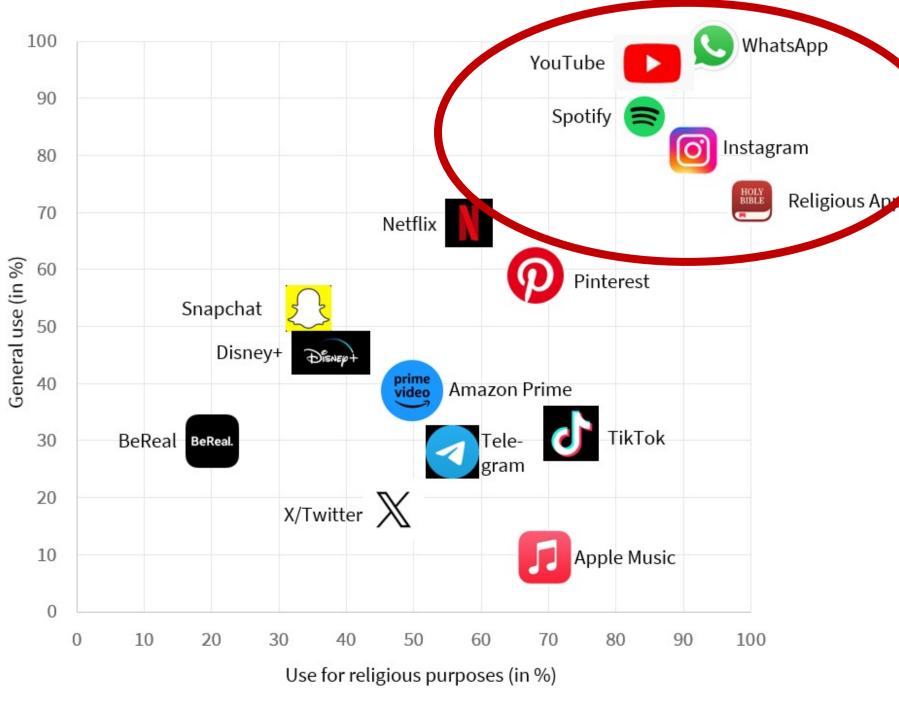


Fig.3: Digital religious media use in young Christians

Müller, J. & Friemel, T.N. (2024). *#believe – The Perception of* Christfluencers on Social Media [in preparation].

Müller, J. & Friemel, T.N. (2025). Spiritual media experiences. [in preparation].



Julia Müller

j.mueller@ikmz.uzh.ch Department of Media and **Communication Research**



Thomas N. Friemel (PI) th.friemel@ikmz.uzh.ch **Department of Media and Communication Research**



QR-Code to the project website