

De (on)mogelijkheid van de digitale kerk

‘De kerk kan niet kerk zijn zonder interacties van vlees en bloed’

Sociale media en kerk zijn geen gescheiden werelden, maar worden veelal wel van elkaar onderscheiden, als zou er sprake zijn van een kerkelijk domein *en* een virtueel domein dat met name gebruikt kan worden voor public relations, informatievoorziening en missionaire doeleinden. In deze bijdrage verkennen wij een andere benadering, namelijk die van sociale media als kerk, als een ruimte, plaats of domein waarin kerk gestalte kan krijgen.

Online religie is de meest belangrijke ontwikkeling voor de toekomst van religie die de twintigste eeuw heeft opgeleverd. Het kan de meest dominante vorm van religie en religieuze ervaring worden in de komende eeuw’, schreef Brenda Brasher, een van de eerste onderzoekers op het terrein van religie en internet, in 2001 (Brasher 2001, 15). Brashers woorden getuigen van een groot optimisme dat kenmerkend was voor het vroege onderzoek naar deze thematiek. Het valt niet te ontkennen dat ruim een decennium later religie online prominent aanwezig is en dat

religieuze organisaties en individuele gelovigen zich in toenemende mate bedienen van alles wat internet en sociale media te bieden hebben. Ook in christelijke kring is er meer en meer aandacht voor de mogelijkheden van nieuwe digitale technologieën. Sociale media worden in toenemende mate gebruikt door twitterende predikanten, facebookmissionarissen en christelijke bloggers. Kerken en religieuze organisaties ontwikkelen websites, portals en digitale kerken, niet zelden vanuit een missionair ethos en de overtuiging dat kerkelijke presentie niet beperkt dient te blijven tot de offline werkelijkheid. ▷

< ‘Vreugde’, aquarel Joop van Kralingen

Sociale media worden door ons begrepen als interactieve, ‘user-generated’ online platformen en applicaties, waaronder Facebook, Twitter, Hyves en Google+, maar ook fora, chatboxen, online games, en weblogs. Sociale media en kerk zijn, zo blijkt uit de hierboven genoemde ontwikkelingen, geen gescheiden werelden. Tegelijkertijd worden beide werelden veelal wel van elkaar onderscheiden, als zou er sprake zijn van een kerkelijk domein *en* een virtueel domein dat met name gebruikt kan worden voor pr, informatievoorziening en missionaire doeleinden. In deze bijdrage verkennen wij een andere benadering, namelijk die van sociale media *als* kerk, als een ruimte, plaats of domein waarin kerk gestalte kan krijgen. Daarbij kiezen wij niet voor een theologische, maar voor een sociaalwetenschappelijke benadering van ‘kerk’, en onderzoeken wij in hoeverre sociale media ruimte kunnen bieden aan een in meerdere of mindere mate georganiseerde *religieuze praktijk*, waar wij vijf dimensies van bespreken: identiteit, kennis, gemeenschap, ritueel en ervaring (vgl. Campbell 2005).

Het hier genoemde onderscheid tussen sociale media *en* religie enerzijds en sociale media *als* religie anderzijds refereert aan een onderscheid dat in de literatuur al oudere papieren heeft: het onderscheid tussen ‘religie online’ en ‘online religie’ (Helland 2000). ‘Religie online’, zo definiëren Dawson en Cowan (2004, 7), ‘beschrijft het aanbod van informatie over en/of diensten van (...) religieuze groepen en tradities. (...) Online religie (...) nodigt internetgebruikers uit om te participeren in religieuze praktijken.’ Wanneer wij spreken over sociale media *als* religie, refereren we aan

wat hier onder online religie wordt verstaan: het gebruik van en het participeren in sociale media als religieuze praktijk.

In de eerstvolgende paragraaf geven wij, op basis van een *case study* naar een kerk in Second Life, een illustratie van online religie. In de daaropvolgende paragraaf gaan we, aan de hand van de vijf genoemde religieuze dimensies, in op de digitale kerk in vergelijking tot kerk offline, waarbij we ons richten op de continuïteit, maar ook de discontinuïteit tussen beide vormen van kerk-zijn. In deze vergelijking zal één specifiek aspect uitgelicht worden: de bemiddeling van het scherm die eigen is aan online religie, en de daarmee samenhangende beperkingen om de *interfysicaliteit*, het fysiek nabij zijn van mensen en dingen, van de religieuze praktijk te reproduceren.

Casus Second Life

Voor haar onderzoek naar christendom in Second Life (een online *role playing game* in een virtuele, aan de offline werkelijkheid parallele wereld) bezocht Sietske van der Pol een dienst van pastor Rick Liveoak in de Jesus House kerk in Second Life. Na de preek vroeg hij de kerkgangers of iemand gebed nodig had, waarna Pearl, een Chinese vrouw, vertelde dat het voor haar moeilijk is om in China een kerk te bezoeken, en dat zij daarom Jesus House in Second Life bezoekt. Van der Pol beschrijft het tafereel dat dan volgt, beginnend met een gebed van pastor Liveoak:

‘Laten we bidden. Heer, we bidden u om Pearl te zegenen. Zij zoekt uw wijsheid en u heeft beloofd dat degene die zoekt zal vinden.

(...) Help haar om de kerk te vinden die u voor haar in gedachten hebt, Heer.’ Iedereen doet mee, en de Chinese vrouw zegt: ‘Ik ben zo ontroerd’, waarna de pastor zegt: ‘Totdat je een RL [real life] vindt, ben je welkom hier ;)’. Hij vraagt of er mensen zijn die haar kunnen rondleiden door SL [Second Life], en iedereen biedt haar, en soms ook elkaar, vriendschap aan.

Pearl kwam vervolgens in gesprek met andere kerkgangers:

- [19:05] Pearl Yuan: Wow, zo veel broeders en zusters die mij willen helpen. :-)
[19:05] Alan Young: Daar is familie voor
[19:05] Lambe Lowey: Pearl :)
[19:06] Pearl Yuan: :)
[19:06] Rick Liveoak: Ik wist wel dat ze dit zouden doen :)
[19:06] Rick Liveoak: Deze mensen zijn echt een zegen :)
[19:07] Pearl Yuan: bestaat deze familie al lang in SL?

In het vervolg van de chat (zie Van der Pol 2007, 123ev) wordt onder meer gesproken over de positie van het christendom in China, abortuspraktijken in China, de beperkte controle van de Chinese overheid op Second Life, en de plannen om een Second Life-gemeenschap op te zetten voor Chinese christenen.

Deze casus toont de participatie van een Chinese, christelijke vrouw in een kerk in Second Life. Deze vrouw spreekt hier medegelovigen – en vindt in die zin een

religieuze gemeenschap. In het gesprek komen tal van thema’s aan bod en wordt kennis gedeeld. Er wordt met deze vrouw gebeden – en in die zin participeert zij in een religieus ritueel. Zij geeft vervolgens aan daardoor geraakt te worden, waarmee zij getuigt van een religieuze ervaring. Deze casus is illustratief voor de vijf dimensies van religie die wij hier bespreken (identiteit, kennis, gemeenschap, ritueel, ervaring), dimensies die in deze specifieke casus in een virtuele omgeving aangesproken worden.

Virtuele religie

Een casus als deze bevestigt wat meerdere studies aantonen: dat de virtuele werkelijkheid kan fungeren als een sacrale plaats of ruimte (vgl. Hamelink 2003, 241-242) waarin religie gestalte kan krijgen. In de eerste plaats kunnen sociale media als ‘bronnen’ van religieuze identiteit dienen, alsmede als ‘canvas’ (Rice 2009, 96) waarop een religieuze identiteit geprofileerd en tot uitdrukking gebracht kan worden. Ten tweede bieden sociale media de mogelijkheid om in contact te komen met anderen en ‘gemeenschappen’ te vormen rondom een gedeelde (religieuze) identiteit, interesse of praktijk. Ten derde kunnen sociale media fungeren als plaatsen waar religieuze kennis gedeeld, bediscussieerd, bestreden, gelegitimeerd en toegeëigend wordt. In de vierde plaats blijken sociale media ruimtes te zijn waarin rituele praktijken worden aangeboden of spontaan kunnen ontstaan. Denk bijvoorbeeld aan het online ‘condoleanceregister’ dat op Twitter ontstond na de dood van Steve Jobs, waar duizenden mensen over de gehele wereld hun verdriet



uitten en hun respect betuigden met de hashtag #iSad. Sociale media kunnen ten slotte fungeren als vorm en ruimte waarin religieuze ervaringen worden opgeroepen en gedeeld. In alles lijkt kerk een virtuele equivalent te hebben gekregen, wat maakt dat de analyse van Dawson en Cowan (2004, 1) dat er ‘continuïteit is tussen leven in cyberspace en zogenaamd “real life”, wat ook opgaat voor religie’, juist lijkt te zijn.

Tegelijkertijd dienen hier twee kanttekeningen bij geplaatst te worden, met name bij de notie van ‘continuïteit’. Ten eerste: het feit dat sociale media van grote betekenis *kunnen* zijn voor de genoemde dimensies van religie, zegt niet alles over de daadwerkelijke realiteit en impact van online religie. De aard en mate van religieuze participatie online verschilt sterk onder gebruikers. De casus van Yuan is een reële casus, waaruit blijkt dat sociale media daadwerkelijk een grote invloed kunnen hebben op de wijze waarop religie ervaren en vormgegeven wordt. Yuan is echter slechts een van de vele gebruikers van sociale media. De intensiviteit van het gebruik en de wijze waarop sociale media gebruikt worden, lopen uiteen. Hetzelfde geldt voor de betekenis die sociale media voor gebruikers hebben. De Rotterdamse cultuursocioloog Willem de Koster concludeert op basis van zijn onderzoek naar gereformeerde homo’s online, dat de offline situatie waarin deze homo’s zich bevinden, bepalend is voor de betekenis die zij verlenen aan hun online activiteiten. Homo’s die offline marginalisering en afwijzing ervaren, hechten sterker aan het verbindende en gemeenschapsvormende karakter van een forum, en participeren intensiever dan homo’s die zich in hun offline

context geaccepteerd weten (De Koster, 2010). De intensiteit en kwaliteit van online participatie verschilt, met andere woorden, onder gebruikers, en hangt sterk samen met de offline situatie waarin mensen zich bevinden.

Een tweede kanttekening bij de ‘continuïteit’ tussen offline en online religie is, dat er een verschil is tussen beide vormen – of, geformuleerd op het niveau van gebruikers, dat beide vormen verschillend ervaren of gepraktiseerd kunnen worden. In de woorden van Dawson & Cowan: ‘mensen doen online (...) dezelfde dingen als offline, maar ze doen het anders’ (Dawson & Cowan, 2004, 1). De cruciale vraag die hierbij speelt, is: wat gebeurt er met religie wanneer religie in een virtuele context ontplooid wordt? Dawson & Cowan spreken over een verschil, vanwege het feit dat ‘activiteit elektronisch bemiddeld is’ (Dawson en Cowan 2004, 1).

Religieuze identiteit

Het is deze (technologische) bemiddeling waar vaak aan gerefereerd wordt in de bepaling van de aard en betekenis van online religie. Het vormgeven van een *religieuze identiteit* – de eerste van de vijf dimensies die wij hier bespreken – zou in een sociale mediaomgeving, waar traditionele vormen van autoriteit en sociale controle wegvallen, bij uitstek een gedeïnstitutioniseerd, geïndividualiseerd, experimenteel en bricolierend proces zijn (vgl. Cheong en Ess 2012). Hier wordt echter tegenin gebracht dat offline (gender-, sociale, culturele en ook religieuze) identiteiten veelal online gereproduceerd worden, en dat gebruikers nieuwe online vormen van autoriteit en controle produceren (vgl. De Koning 2008).

Religieuze kennis

Een vergelijkbare discussie wordt rondom online *religieuze kennis* (de tweede dimensie die wij hier bespreken) gevoerd. De digitale werkelijkheid zou een ‘democratisering’ van kennis bewerkstelligen, waarbij traditionele ankerpunten van waarheid en autoriteit (een instituut als kerk of wetenschap; een normerende tekst of richtlijn; het gezag van een theoloog, predikant, imam of leraar) niet langer richtinggevend zijn voor de betrouwbaarheid van kennis (Peterson, 136; Lövhheim, 62). Religieuze kennis wordt, met andere woorden, primair een zaak voor het zoekende, experimenterende individu, dat op eigen gezag en gevoel afgaat in een autonome zoektocht naar religieuze kennis, die op geen enkel manier ingeperkt wordt door een autoriteit buiten het zelf. (Overigens dient opgemerkt te worden dat deze veronderstelde processen van detraditionalisering en deïnstitutionisering als kenmerkend worden gezien voor laat- of postmoderne samenlevingen; sociale media zouden daarin geen unieke veranderingen teweegbrengen, maar veeleer als katalysator fungeren van bestaande processen; zie ook Cheong & Ess 2012.) Deze ontwikkeling is reëel, maar tegelijkertijd blijken online nieuwe vormen van autoriteit, gezag en hiërarchie op te komen, bijvoorbeeld rondom (met betrekking tot de islam) *cyberimams* en (met betrekking tot postchristelijke spiritualiteit) *cybergoeroe’s*. In die zin weerspiegelt (en reproduceert) de online realiteit het offline religieuze landschap, inclusief uiteenlopende vormen van religie zoals zoekende spiritualiteit en religieus fundamentalisme.

Gemeenschap

Ook over de online varianten van de derde dimensie van religie die wij hier bespreken, gemeenschap, wordt verschillend gedacht. Het discours van ‘share’ en ‘connect’, ‘vrienden’ en ‘volgers’, dat verbonden is aan sociale media, suggereert dat online netwerken bij uitstek gemeenschapsvormend werken. Onderzoek bevestigt dat door het gebruik van sociale media bestaande verbanden gecontinueerd worden (maar dan in een gemediatiseerde omgeving), en dat daarnaast online ‘lichte’ gemeenschappen ontstaan (ook van mensen die zich offline buiten elkaars netwerk bevinden), of zelfs hechte gemeenschappen van relaties die intensiveren en eventueel een offline spin-off hebben (De Koster 2010). Op basis van dergelijk onderzoek kunnen we vraagtekens plaatsen bij de dystopische opvattingen van onder meer Stine Jensen, die klaagt over de oppervlakkigheid van online relaties (Jensen 2011). Hoewel ervaringen van oppervlakkigheid en afstand reëel zijn, bestaan er grote groepen gebruikers van sociale media die online een gevoel van verbondenheid ervaren, investeren in online relaties en zich committeren aan een online groep. Als zodanig vinden en onderhouden zij een equivalent van een religieuze gemeenschap die als waardevol en betrokken wordt gezien (vgl. Wagner 2012, 126ev).

Ritueel

Qua ritueel, de vierde dimensie van religie die wij hier onderscheiden, sprak met name het vroege onderzoek over de ongekende mogelijkheden van online varianten. In zijn ►

studie over online ritualiteit spreekt O’Leary (1996) over – om de titel van een van zijn essays te citeren – *Cyberspace as Sacred Space* (cyberspace als sacrale ruimte). In dit essay bespreekt de auteur ‘technopaganistische’ rituelen in cyberspace, op basis van transcripten van dergelijke rituelen, waaronder het breken van het brood.

‘Neem je brood (...) of graan
(als je het niet voor je hebt
virtueel brood is *okay*)
Neem het en deel het in tweeën
Neem een helft in je hand
(...)
Visualiseer je dank in het brood
(...)
Neem de andere helft
Bekijk het brood, bestudeer het, ruik het,
proef het
Eet het, en denk aan heling’

Met betrekking tot online rituelen als het breken van het brood stelt O’Leary dat deze ‘in principe niet verschillen van (...) het dagelijks uitspreken van de oude (...) woorden “Dit is mijn lichaam” in kerken over de gehele wereld’ (idem, 800-801). Het online ritueel, zo stelt O’Leary (idem, 802), ‘roept de goden tot leven’. In de rituele handeling is sprake van ‘een poging om de echte ruimte te herscheppen en simuleren in de virtuele ruimte en een gedeelte van deze ruimte te sacraliseren als een theater waarin de geest zich manifesteert’ (idem, 803).

Uit alles blijkt dat O’Leary, in ieder geval in het hier geciteerde artikel, overtuigd is van wat hij de ‘efficacy’ (werkzaamheid

of doeltreffendheid) van online rituelen noemt (idem, 804). In latere publicaties (zie onder meer O’Leary 2005) plaatst hij echter kanttekeningen bij zijn eerdere nadruk op de continuïteit tussen offline en online ritueel, waarbij hij meer aandacht vraagt voor de ‘digitale bemiddeling’ van het online ritueel, en de specifieke consequenties daarvan voor de ‘efficacy’ en de ervaring van het ritueel. Het online ritueel, zo stelt hij, wordt gekenmerkt door virtualiteit (bemiddeld via een beeldscherm) en fysieke afstand, waarbij de materialiteit en de materiële context van het ritueel slechts verbeeld of afgebeeld aanwezig zijn. Er is sprake van, om een begrip van Cowan (2005) te gebruiken, een gebrek aan *interfysicaliteit*. Cowan, die eveneens online paganistische rituelen onderzocht, concludeert dat online ritueel voor de paganisten in zijn onderzoek ‘eenvoudigweg niet zo bevredigend is als het ritueel dat in het echte leven voltrokken wordt, juist vanwege dit gebrek aan interfysicaliteit. Hij twijfelt, met andere woorden, aan de online reproduceerbaarheid van het ritueel – of, specifieker, hij suggereert dat *een religie waarin de fysieke materie van het ritueel, de plaats en het lichaam een belangrijke rol spelen, minder eenvoudig online te reproduceren is*.

Ervaring

Dit raakt aan de vijfde dimensie van religie die wij hier bespreken: die van de ervaring, en dan met name de plaats van de zintuigen en het ervarende lichaam daarin. Het zal duidelijk zijn dat de zintuigen er toe doen in sociale media. Het intermediale karakter van sociale media

stimuleert het oog (met beeld en tekst) en het oor (met geluid). Smaak, geur en tast kan online gesimuleerd worden, maar het scherm maakt proeven, ruiken en voelen niet mogelijk. Wanneer Cowan spreekt over de interfysicaliteit van het ritueel en het gebrek daaraan online, benadrukt hij dat het fysieke, materiële karakter van het ritueel, van de rituele objecten, van de fysieke, geografische locatie waar het ritueel plaatsvindt, en van de materialiteit van de lichamen die in het ritueel participeren, er toe doen – en dat niet alle facetten zich even gemakkelijk online laten reproduceren.

Cowan benadrukt dat het ritueel iets is dat gezien, gehoord, aangeraakt, geproefd en geroken dient te worden – en de suggestie daarbij is, dat met name het aanraken, proeven en ruiken online niet eenvoudig te realiseren zijn. Rituelen die het sensorium maar ten dele aanspreken, en dan met name die zintuigen die online eenvoudig te stimuleren zijn, zijn mogelijk beter online toepasbaar. Zo wijst Scheifinger (2008) op de online participatie van hindoes in het *Puja*-ritueel; wereldwijd mediteren hindoes bij de online visualisering van de voor dit ritueel kenmerkende kamfervlam. Blijkbaar is de beperkte aanspraak op het sensorium (het online ritueel is primair visueel, appellerend aan het oog; vgl. Apolito, 2005) voldoende om de van het subject gevraagde meditatieve handelingen te ontplooien. Dat geldt niet voor rituelen die een breed sensorium aanspreken, en waarin met name de tast, de geur en de smaak aangesproken worden. De kamfervlam laat zich klaarblijkelijk online simuleren; het brood en de wijn van de eucharistie niet.

Conclusies

In deze bijdrage zijn wij ingegaan op de vraag in hoeverre sociale media als kerk kunnen fungeren. In een reportage van NBC Nightly News over religie in Second Life (zie YouTube > NBC Nightly News > Religion Online in Second Life) wordt Elaine Heath, docent aan Southern Methodist University, geïnterviewd, die een duidelijke scepsis ventileert jegens de mogelijkheden van sociale media om kerk te zijn: ‘De kerk kan niet kerk zijn zonder interacties van vlees en bloed.’ Heath benadrukt de discontinuïteit tussen kerk in *real life* en kerk online, waarmee zij aansluit bij een breder gedeelde overtuiging dat de digitale kerk ‘niet echt’ is. In praktijk echter blijkt dat online religie beoefend wordt door ‘echte’ mensen voor wie het digitale zelf in belangrijke mate wordt ervaren als een verlengstuk van het *real life* zelf; die investeren in online religieuze gemeenschappen en daarin een sterke gevoel van verbondenheid ervaren; die religieuze kennis koesteren die men zich grotendeels online heeft eigengemaakt; die participeren in voor hen betekenisvolle rituelen; en die geraakt worden door wat online aangeboden wordt (vgl. Wagner 2012). Dergelijke constateringën plaatsen vraagtekens bij Heaths scepsis.

Het punt is dat beide analyses waar zijn. Online religie, zo stelt Rachel Wagner (2012, 131), is ‘mogelijkheid’. Online religie kan in vergelijking met ‘real life’ religie als beperkt ervaren worden, maar het kan juist ook als waardevol, betekenisvol, authentiek, en ‘echt’ worden ervaren. De voorkeuren, digitale kennis, locatie, sociaal-culturele achtergronden, en ervaringen met online en offline religie van het



individuele bepalen in hoeverre de mogelijkheid van online religie benut wordt. Tegelijkertijd roept dit essay de vraag op of de kwaliteit en intensiteit van online religie puur een kwestie is van subjectieve voorkeuren – en Heaths woordkeuze van ‘vlees’ en ‘bloed’ is daarin interessant. Heath vraagt met deze twee woorden naar de technologische (on)-mogelijkheid van online religie. Vlees en bloed zijn weliswaar online te simuleren en in die zin zichtbaar te maken voor het oog; aanraken, ruiken en proeven van vlees en bloed is minder eenvoudig te simuleren. De fysieke hardheid en weerbarstigheid van de religieuze praktijk wordt immers teruggebracht tot de platheid van het scherm. Wanneer, met andere woorden, interfysicaliteit een cruciaal onderdeel is van de religieuze praktijk, zal de online mogelijkheid van die praktijk beperkt zijn. Anders geformuleerd: religieuze praktijken die primair het oog en oor aanspreken, zullen online mogelijk succesvoller zijn dan religieuze praktijken waarin de hiërarchie van zintuigen wordt aangevoerd door tast, smaak en geur. Dat geldt althans binnen de huidige technologische constellatie. Met ontwikkelingen als *augmented reality* en *cross reality* worden het virtuele en het non-virtuele steeds dichter bij elkaar gebracht. Op het gebied van transhumanisme en kunstmatige intelligentie vinden tal van technologische ontwikkelingen plaats waarbij het verschil tussen virtueel en non-virtueel steeds meer overbrugd wordt – waarbij de afstand tussen het waarnemend subject en het waargenomen object opgeheven wordt in

< ‘Dragers’, Sam Drukker

een gesimuleerde interfysicaliteit die het lijf dermate manipuleert dat het gesimuleerde als ‘echt’ wordt gevoeld, geproefd en geroken. De ontologische vraag of we hier met werkelijke interfysicaliteit van doen hebben, is een vraag die het bestek van dit artikel overstijgt. Daarbij is dat ook een meer filosofische vraag – en wellicht ook een theologische vraag, en wel naar de theologische waardering van onze materiële werkelijkheid. <

Literatuur

- Apolito, P. (2005). *The Internet and the Madonna: Religious visionary experience on the web*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- Brasher, B. (2001). *Give me that online religion*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Campbell, H. (2005). Considering spiritual dimensions within computer-mediated communication studies. *New Media Society* 7, nr. 1, 110-134.
- Cheong, P.H., en C. Ess (2012). Introduction: Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, sociale media, and culture. In: P.H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren & C. Ess (red.), *Digital religion, social media and culture: Perspectives, practices and futures*, 1-24. New York: Peter Lang.
- Cowan, D.E. (2005). *Cyberhenge: Modern pagans on the Internet*. New York: Routledge.
- Dawson, L.L. & D.E. Cowan (2004). Introduction. In: L.L. Dawson & D.E. Cowan (red.), *Religion online: Finding faith on the Internet*, 1-16. New York/London: Routledge.
- Hamelink, C. (2003). The decent society and cyberspace. In: J.P. Mitchell & S. Marriage (red.), *Mediating Religion: Studies in Media, Religion, and Culture*, 241-256. London/New York: T&T Clark.
- Helland, C. (2000). Online religion/religion online and virtual communitas. In: J.K. Hadden & D.E. Cowan (red.), *Religion on the Internet: Research prospects and promises*. London: JAI Press/Elsevier Science.

- Jensen, S. (2012). *Echte vrienden: Intimiteit in tijden van Facebook, GeenStijl en Wikileaks*. Rotterdam: Lemniscaat.
- Koning, M. de (2008). Zoeken naar een 'zuivere' islam: Geloofsbeleving en identiteitsvorming van jonge Marokkaans-Nederlandse moslims. Amsterdam: Bert Bakker.
- Koster, W. de (2010). Contesting community online: Virtual imagery among Dutch orthodox protestant homosexuals. *Symbolic Interaction* 33, nr. 4, 552-577.
- Lövheim, M. (2004). Young people, religious identity, and the Internet. In: L.L. Dawson & D.E. Cowan (red.), *Religion online: Finding faith on the Internet*, 59-73. New York: Routledge.
- Peterson, G. (2005). The Internet and Christian and Muslim Communities. In: B.D. Fobes & J.H. Mahan (red.), *Religion and Popular Culture in America*, 139-153. Berkeley/Los Angeles: University of California Press.
- O'Leary, S.D. (1996). Cyberspace as sacred space: Communicating religion on computer networks. *Journal of the American Academy of Religion* 64, nr. 4, 781-808.
- O'Leary, S.D. (2005). Utopian and dystopian possibilities of networked religion in the new millennium. In: M.T. Hojsgaard & M. Warburg (red.), *Religion and Cyberspace*, 38-49. London en New York: Routledge.
- Rice, J. (2009). *The church of Facebook: How the hyperconnected are redefining community*. Colorado Springs: David C. Cook.
- Pol, S. van der (2007). *Brood, wijn en glasvezels: Christelijke praxis en religieuze ervaringen in Second Life* (bachelor thesis Faculteit Sociale Wetenschappen, Vrije Universiteit Amsterdam). Amsterdam: in eigen beheer.
- Scheifinger, H. (2008). Hinduïsme and cyberspace. *Religion* 38, nr. 3, 233-249.
- Wagner, R. (2012). *Godwired: Religion, ritual and virtual reality*. London en New York: Routledge.
- Johan Roeland, Tetske van Dun, Elke Hauser, Lucas van Heerikhuizen, Aad Hofland, Ruud Ganzevoort, Martijn den Hollander, Hijme Stoffels en Peter Versteeg zijn lid van de onderzoeksgroep Virtuele Zingeving van de Vrije Universiteit Amsterdam.
j.h.roeland@vu.nl