

Josefa Loebell

CHRISTLICHES INFLUENCING

Zur plattformbedingten
Strukturierung von Religion

[transcript] Digitale Gesellschaft

Josefa Loebell
Christliches Influencing

Josefa Loebell lehrt und forscht im Bereich der soziologischen Theorie, der Plattform- und der Religionssoziologie am Institut für Soziologie sowie am Forschungszentrum Ungleichheit und Sozialpolitik (SOCIUM) der Universität Bremen.

Josefa Loebell

Christliches Influencing

Zur plattformbedingten Strukturierung von Religion

[transcript]

Die vorliegende Publikation wurde als Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades Dr. rer. pol. 2025 unter dem Titel »Plattformisierung von Religion? Zur plattformbedingten Strukturierung religiöser Kommunikation und Vernetzung auf Social Media« im Fach Soziologie an der Universität Bremen angenommen. Erstgutachter: Prof. Dr. Thomas Kern; Zweitgutachter: Prof. Dr. Uwe Schimank

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – KE797/10-1 und PR1870/1-1 – sowie die Staats- und Universitätsbibliothek Bremen.



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.dnb.de/> abrufbar.



Dieses Werk ist unter der Creative-Commons-Lizenz BY-SA 4.0 lizenziert. Für die ausformulierten Lizenzbedingungen besuchen Sie bitte die URL <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

2026 © Josefa Loebell

transcript Verlag | Hermannstraße 26 | D-33602 Bielefeld | live@transcript-verlag.de

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus

Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

<https://doi.org/10.14361/9783839461136>

Print-ISBN: 978-3-8376-8139-0 | PDF-ISBN: 978-3-8394-6113-6

Buchreihen-ISSN: 2702-8852 | Buchreihen-eISSN: 2702-8860

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

1. Einleitung: Plattformisierung von Religion?	7
2. Theoretische Bestimmung von Social-Media-Religion	15
2.1 Social-Media-Plattformen	15
2.2 Social-Media-Religion	23
2.2.1 Religiöse Kommunikation	23
2.2.2 Religiöse Sozialform zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft	31
2.2.3 Christliches Influencing	35
2.3 Mediatisierung von Religion in den USA	38
2.4 Fazit zur theoretischen Bestimmung von Social-Media-Religion	47
3. Forschungsstand zu Social-Media-Religion	51
3.1 Religiöse Kommunikation auf Social Media	51
3.2 Religiöse Gemeinschaftsbildung im Kontext von Social Media	55
4. Fallstudien: Social-Media-Religion	61
4.1 Forschungsfragen	61
4.2 Fallauswahl und -eingrenzung	62
4.3 Forschungsdesigns	66
4.3.1 Typenbildung und -vergleich christlicher Plattform-Kommunikation	66
4.3.2 Netzwerkanalyse christlicher Influencer im Plattformvergleich	71
4.3.3 Mechanismus-Analyse der Plattformisierung von Religion	79
4.4 Formen und Plattformvarianz christlicher Social-Media-Kommunikation	81
4.4.1 Inhalte und Formen christlicher Influencer-Kommunikation	81
4.4.2 Typen christlicher Influencer-Kommunikation	94
4.4.3 Plattformaffinitäten der Kommunikationstypen	109
4.5 Plattformbedingte Strukturen christlicher Social-Media-Netzwerke	120
4.5.1 Vernetzung christlicher Influencer im Plattformvergleich	120

4.5.2	Vernetzung kultureller Influencer-Identitäten im Plattformvergleich	125
4.6	Mechanismus der Plattformisierung von Religion	132
4.6.1	Situationsbedingungen des christlichen Influencings	133
4.6.1.1	Spezifische Situationsbedingungen Twitters.....	144
4.6.1.2	Spezifische Situationsbedingungen YouTubes	147
4.6.1.3	Spezifische Situationsbedingungen Instagrams.....	150
4.6.2	Regelkonformes Influencer-Handeln.....	153
4.6.3	Algorithmischer und mimetischer Isomorphismus	156
5.	Schlussfolgerungen zur Restrukturierung des Religiösen	165
5.1	Implikationen der Plattformisierung – religiöse Organisationen	170
5.2	Implikationen der Plattformisierung – individuelle Religiosität.....	176
5.3	Implikationen der Plattformisierung – Gesellschaft.....	184
6.	Literaturverzeichnis	191
7.	Anhang.....	233