

Zweitveröffentlichung



Loebell, Josefa; Monowski, Nina

Die religiöse Rechte jenseits religiöser Institutionen? : Zur Vernetzung christlich-politischer Influencer-Identitäten mit der institutionalisierten Religion auf Twitter

Datum der Zweitveröffentlichung: 18.12.2025

Verlagsversion (Version of Record), Beitrag in Sammelwerk

Persistenter Identifikator: urn:nbn:de:bvb:473-irb-112292x

Erstveröffentlichung

Loebell, Josefa; Monowski, Nina (2025): Die religiöse Rechte jenseits religiöser Institutionen? : Zur Vernetzung christlich-politischer Influencer-Identitäten mit der institutionalisierten Religion auf Twitter, in: Hans-Ulrich Probst, Dominik Gautier, Karoline Ritter, u. a. (Hrsg.), Topoi und Netzwerke der religiösen Rechten : Verbindende Feindbilder zwischen extremer Rechten und Christentum, Bielefeld: Transcript Verlag, S. 97–123, doi: 10.14361/9783839475300-006.

Rechtehinweis

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht und/oder die Angabe einer Lizenz geschützt. Es steht Ihnen frei, dieses Werk auf jede Art und Weise zu nutzen, die durch die für Sie geltende Gesetzgebung zum Urheberrecht und/oder durch die Lizenz erlaubt ist. Für andere Verwendungszwecke müssen Sie die Erlaubnis der Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber einholen.

Für dieses Dokument gilt eine Creative-Commons-Lizenz.



Die Lizenzinformationen sind online verfügbar:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Die religiöse Rechte jenseits religiöser Institutionen?

Zur Vernetzung christlich-politischer Influencer-Identitäten mit der institutionalisierten Religion auf Twitter

Josefa Loebell und Nina Monowski

Die religiöse Rechte kann in den USA mittlerweile auf eine über 100-jährige Tradition zurückblicken. Erstmals organisierte sie sich in den 1920ern infolge der Einführung der Evolutionslehre an Schulen. Anschließend nahm sie ab den 1950ern Einfluss im Kampf gegen den Kommunismus und erlangte erneut Aufmerksamkeit durch die Mobilisierung gegen das Recht auf Schwangerschaftsabbruch und andere sozial-politische Veränderungen seit den 1970ern (vgl. Wilcox 1988). Während im Anschluss an die letzte Welle der weitere Bestand der religiösen Rechten in der Forschung infrage gestellt wurde (vgl. Bruce/Kivisto/Swatos Jr. 1994), wird spätestens seit der Wahl Donald Trumps im Jahr 2016 wieder vermehrt das politische Einflusspotential christlich-rechter Personen unter dem Sammelbegriff des christlichen Nationalismus diskutiert (vgl. Baker/Perry/Whitehead 2020; Marti 2019; Whitehead/Perry/Baker 2018; Gorski 2017). Laut Umfragedaten können knapp 30 % der amerikanischen Bevölkerung als Befürwortende dieses christlichen Nationalismus charakterisiert werden (vgl. PRRI 2023), der Studien zufolge primär als weiß und evangelikal zu charakterisieren ist und den politischen Diskurs durch teilweise extreme Positionen mitbestimmt.

Diese Mitbestimmung lässt sich unter anderem anhand der Online-Kommunikation auf Plattformen wie Twitter (heute X)¹ nachvollziehen: Infolge des sogenannten dritten Strukturwandels der Öffentlichkeit (vgl. Eisenegger 2021) kommt Social-Media-Plattformen eine wachsende Bedeutung zur Verbreitung politischer Inhalte und Mobilisierung sozialer Bewegungen zu (vgl. Castells 2007). Ein besonderes Merkmal dieser Plattformen ist die Kommunikationsform der »mass self-communication« (Castells 2007), durch die auch Akteure jenseits journalistischer Organisationen einen massenmedialen Charakter erhalten (vgl. Eisenegger 2021: 30). So

1 Die Plattform »Twitter« hat ihren Namen im Juli 2023 zu »X« umbenannt. Da wir die Daten vor diesem Zeitpunkt heruntergeladen haben, sprechen wir im weiteren Verlauf des Textes weiterhin von »Twitter«.

fördern Plattformen maßgeblich die aktive (religiöse) Kommunikation und Partizipation von Laien ohne institutionelle Einbindung innerhalb der Plattform-Öffentlichkeit (vgl. Dolata/Schrape 2013: 26).

Infolgedessen können ebenfalls religiöse Akteure, ohne Affiliation oder spezifische Ausbildung, die Online-Kommunikation mitprägen. So fallen auch Vertreter:innen der Religiösen Rechten auf Social-Media-Plattformen durch die Verbreitung von fundamentalistischen Glaubensinhalten und Verschwörungserzählungen auf. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie diese Akteure zu charakterisieren sind. Vertreten sie eine verbreitete Meinung unter Kirchen und Denominationen? Sind sie in Gemeinden integriert? Oder kurz gesagt: In welcher Relation stehen diese Akteure zur institutionalisierten Religion?²

Generell lassen sich in Bezug auf (religiöse) Akteure sogenannte primäre Leistungsrollenträger von sekundären Leistungsrollenträgern und dem Publikum unterscheiden (vgl. Stichweh 2005). Die primären Leistungsrollenträger, wie Geistliche oder der professionelle Klerus, und deren übergeordnete Organisationen, wie Kirchen oder Denominationen, gelten als Teil der institutionalisierten Religion (vgl. Possamai 2015: 781; Knoblauch 2018: 143; Winkel 2018: 889; Gebhardt 2018: 598). Diese sind idealtypisch sowohl Produzierende als auch Bewahrende des orthodoxen Wissens – also des religiösen Experten- oder Spezialwissens. Komplementär dazu besteht das laienhafte Publikum, wie Gemeindemitglieder oder Klient:innen in der Seelsorge, welches die bereitgestellten Leistungen der primären Leistungsrollenträger in Anspruch nimmt. Ein Teil dieses Publikums wird als sekundäre Leistungsrollenträger selbst aktiv, wie Ehrenamtliche in protestantischen Gemeinden oder christliche Influencer auf online-Plattformen: Sie imitieren die primären Leistungsrollenträger und heben sich somit durch ihren Aktivismus vom Publikum ab (vgl. Stichweh 2005). Diese Akteure sind eng mit der religiösen Heterodoxie verbunden, was ein von dem orthodoxen Wissen abweichendes Alltagswissen meint und mit diesem in ständiger Konkurrenz steht (vgl. Schetsche/Schmied-Knittel 2018: 9; Knoblauch 2018: 140).

Wie erwähnt, werden insbesondere auf Social-Media-Plattformen durch den Fokus auf »user generated content« Laien ermächtigt, an Diskursen zu partizipieren und auf Anerkennung zu stoßen, die sonst den primären Leistungsrollenträgern vorbehalten war (vgl. Dolata/Schrape 2013: 26). Einschlägige Forschung diesbezüglich hat wiederholt festgestellt, dass traditionelle Quellen religiöser Autorität dadurch unter Reaktionsdruck geraten und dass über die Grenzen der Online-Sphäre hinaus eine Konkurrenzsituation zwischen neuen und etablierten religiösen Stimmen entsteht (vgl. Mandes 2015; Helland 2004; Campbell 2004; Dawson/

2 Unter dem Begriff »Akteur« wird im Rahmen dieses Beitrags ebenso wie unter dem Begriff »Influencer« eine geschlechtsneutrale, teilweise überindividuelle, intentional handelnde Einheit verstanden. In diesem Sinne werden die Begriffe nicht gegendert.

Cowan 2004; Barker 2005). In den 1990ern waren Pastoren neben Laienpredigern und »Evangelists« ein tragendes Element der religiösen Rechten (vgl. Riesebrodt 1990: 225), doch wie stellt sich die Situation heute durch die erweiterte Kommunikation im Digitalen dar? Unser Ziel ist eine Kartierung des christlich-politischen Feldes auf der Plattform Twitter, um die Verbindung der religiösen Rechten zur institutionalisierten Religion in der digitalen Sphäre herauszuarbeiten.

Dies ist sowohl für die Bestimmung und Verortung der religiösen Rechten als auch im Hinblick auf politische Diskurse und Mobilisierungspotenziale in den USA relevant: Eine institutionelle Unabhängigkeit religiös rechter Akteure, die über eine hohe Reichweite in den sozialen Medien verfügen, würde auf eine Verschiebung religiöser Autorität hindeuten. Traditionelle Institutionen verlieren in diesem Szenario an Kontrolle über den religiös-politischen Diskurs, während gleichzeitig der Mobilisierungserfolg (säkularer) rechter Akteure begünstigt wird. Vor diesem Hintergrund untersuchen wir folgende Fragen: In welcher Relation stehen Akteure der Religiösen Rechten auf Twitter zur institutionalisierten Religion? Sind diese mit der institutionalisierten Religion in den USA vernetzt oder handelt es sich vielmehr um religiöse Laien, die abseits klassischer religiöser Institutionen durch eigene religiöse Deutungen den Diskurs bestimmen und erfolgreich mobilisieren?

Zur Beantwortung dieser Fragen wird im Folgenden zunächst auf den Stand der Forschung zur Verbindung der religiösen Rechten mit der institutionalisierten Religion eingegangen. Im Anschluss an die Herausarbeitung einzelner Kontroversen diesbezüglich wird das Forschungsdesign zur Analyse dieser Relation vorgestellt. Nach der Skizzierung zweier Fallanalysen – der religiösen Rechten im Kontext des christlichen Influencings einerseits und der Verbindung verschiedener politischer³ Influencer-Identitäten⁴ zur institutionalisierten Religion andererseits – gilt es in einer abschließenden Diskussion, die Ergebnisse einzuordnen.

3 Im Analyseverlauf zeigen sich Influencer, die sich bewusst als unpolitisch inszenieren. Wir sprechen im Folgenden allerdings weiterhin von *politischen* Influencer-Identitäten, da wir diese Inszenierung ebenfalls als intentionalen Akt der politischen Positionierung interpretieren.

4 Als Identität werden in der Regel die Bilder bezeichnet, welche Personen von sich selbst haben (vgl. Schimank 2016: 143). Social Media erfordert und/oder fördert die Repräsentation der eigenen Identität (vgl. Kietzmann et al. 2011: 243; Kneidinger-Müller 2017: 61), beispielsweise mit Foto, Berufsbezeichnung und diversen Präferenzen, auszufüllen. Vielmehr wird die Identität auch fortwährend durch die Online-Beziehungen oder Postings (re-)produziert (vgl. Kneidinger-Müller 2017: 70). Dies gilt unter anderem auch für die Inszenierung der religiösen oder politischen Identität der Social Media Nutzenden (vgl. Lövheim 2013; Kavakci/Kraeplin 2017).

Die religiöse Rechte als divergenter Gegenstand?

Die bisherige Forschung zur Relation zwischen der religiösen Rechten und der institutionalisierten Religion zeichnet ein ambivalentes Bild: Während einige Studien eine hohe Gottesdienstpartizipation als Merkmal identifizieren (vgl. Whitehead/Perry 2020; Burge 2019; McCarthy/Olson/Garand 2019; Armaly/Buckley/Enders 2022: 951; PRRI 2023), attestieren andere zwar eine Zunahme der Selbstbezeichnung als »born-again« (vgl. Smith 2015), gleichzeitig aber auch das Fehlen von Gemeindeaffiliationen (vgl. Stroope et al. 2021; Layman 2016) und eine seltene Gottesdienstteilnahme (vgl. Wald/Calhoun-Brown 2014: 12). Diese widersprüchlichen Ergebnisse deuten auf zwei Schwachstellen in der bisherigen Forschung zur religiösen Rechten hin: erstens auf ambivalente Begriffsdefinitionen und -verwendungen und zweitens auf Konzepte mit sehr hoher Reichweite und geringem Informationsgehalt. Auf diese zwei Punkte werden wir im Folgenden näher eingehen.

Zunächst kann beobachtet werden, dass bisherige Studien die religiöse Rechte sehr unterschiedlich konzeptualisieren, sodass in Bezug auf die Bezeichnung des Phänomens eine hohe Begriffsvielfalt besteht.⁵ Es wird unter anderem von der (neuen) religiösen Rechten oder (neuen) christlichen Rechten (vgl. Mertin 2004: 15; Brocker 2004), der evangelikalen Rechten (vgl. Miller 2014), protestantischen Rechten (vgl. Hart 2004), christlichen Konservativen sowie »born-again Christians« (vgl. Wilcox/Robinson 2010: 8–9), »Fundamentalists« (vgl. Ammerman 1991; Kellstedt/Smidt 1996; Riesebrodt 1990), Evangelikalen (vgl. Wilcox 1986) oder »christian nationalists« (vgl. Whitehead/Perry 2020) gesprochen. Da also kein Konsens darüber besteht, wer oder was die religiöse Rechte ist, sind die Studien untereinander kaum vergleichbar (vgl. Conger 2019) und produzieren dementsprechend widersprüchliche Ergebnisse (vgl. Woodberry/Smith 1998).

Des Weiteren wird der Begriff der religiösen Rechten auch innerhalb einzelner Arbeiten teilweise unpräzise ausgearbeitet. Unklar bleibt, ob »die Rechte« nur ein Synonym für »die Konservativen« ist bzw. welche politisch distinktiven Merkmale die Bewegung aufweist. Auch die eindimensionale Kategorisierung anhand des häufig genutzten Links/Rechts-Schemas ist als problematisch zu bewerten, um das politische Feld in seiner Komplexität theoretisch zu erfassen (vgl. Fuhse 2004; Hüttmann 2011: 334). Diese Inhaltsleere der Konzepte bzw. die geringe Intension geht dabei unausweichlich mit einer sehr hohen Reichweite und geringen Trennschärfe einher (vgl. Sartori 1970: 1041). In der Folge fallen im Sinne bereits bestehender Konzeptualisierungen und Indikatoren, die zur Abfrage der Identifikation mit der Religiösen Rechten genutzt werden, sehr viele Akteure in die entsprechende Kate-

5 Dieses Phänomen ist nicht auf die Religionssoziologie begrenzt, sondern lässt sich allgemein in der Rechtsextremismusforschung beobachten (vgl. Mudde 2020: 18).

gorie. Hierfür lassen sich in der einschlägigen Literatur mindestens drei Beispiele finden.

Erstens werden mitunter Personen dazu befragt, ob sie sich selbst als »born-again« oder »Evangelical« bezeichnen und es wird im gleichen Zuge die religiöse Rechte mit dieser Selbstidentifikation gleichgesetzt (vgl. Wilcox/Robinson 2010; Ammerman 1991: 2–3). Dies führt allerdings dazu, dass die religiöse Rechte in den Surveys größer erscheint, als sie tatsächlich ist, da auch Personen das Attribut »born-again« oder »Evangelical« verwenden, die sich höchstwahrscheinlich nicht mit der Bewegung identifizieren, wie afro-amerikanische oder liberal-moderate Akteure des Protestantismus (vgl. Wilcox/Robinson 2010; Djupe/Burge 2017).

Zweitens wird oftmals von einer Identifikation mit der religiösen Rechten ausgegangen, wenn religiöse Akteure im Rahmen eines Surveys religiös-konservative Einstellungen offenbaren (vgl. Smith/Adler 2022: 7). Abgefragte Items sind hier bspw. die Ablehnung gleichgeschlechtlicher Ehe oder des Rechts auf Schwangerschaftsabbruch. Diesen Aspekten stimmen aber auch nicht-evangelikale, nicht-christliche oder nicht-weiße Akteure zu, wodurch die Grenzen zwischen Konservatismus, Rechtsradikalismus und Republikanismus verschwimmen (vgl. ebd.: 1; Conger 2019: 3; Steensland et al. 2000; Woodberry/Smith 1998).

Drittens wird die Zugehörigkeit zur religiösen Rechten bzw. zum christlichen Nationalismus häufig standardisiert durch ein Set von sechs Fragen erhoben, wie: »Gehen Sie davon aus, dass die Regierung die USA zu einer christlichen Nation erklären sollte?«⁶ Dieser Frage stimmen allerdings durchschnittlich 44 % aller US-Amerikaner:innen zu, darunter auch Personen, die sich selbst nicht zum christlichen Glauben bekennen (vgl. Gorski/Perry 2022: 107). Dementsprechend muss angezweifelt werden, ob sich diese Abfrage zur Erhebung christlich-rechter Einstellungen eignet (vgl. Braunstein 2021; Braunstein/Taylor 2017: 54; Li/Froese 2023; Davis 2023).

Letztendlich stellt sich also die Frage, inwiefern die als »religiös rechts« kategorisierten Akteure im Rahmen der einzelnen Studien dieser Bewegung zuzuordnen sind. Weiterhin bleibt unklar, ob die sich widersprechenden Studien, die zu widersprüchlichen Ergebnissen hinsichtlich der institutionellen Einbindung der religiösen Rechten kommen, dasselbe Verständnis dieser Gruppe teilen. In Bezug auf die Fragestellung des vorliegenden Beitrags bedeutet dies, dass zunächst die religiöse Rechte sorgfältig ein- und abzugrenzen ist, bevor ihre Verbindung zur institutionalisierten Religion erhoben werden kann. Fuist et al. (2017: 14) schlagen diesbe-

6 Die anderen Fragen lauten: »To What Extent Do You Agree or Disagree that? The federal government should advocate Christian values; The federal government should enforce a strict separation of church and state; The federal government should allow the display of religious symbols in public spaces; The success of the United States is part of God's plan; The federal government should allow prayer in public schools« (Smith/Adler 2022: 5).

züglich vor, christlich-politische Akteure relational,⁷ also im Vergleich zu anderen politischen Identitäten, zu erfassen und zu analysieren.

Analyse der Vernetzung christlich-politischer Influencer auf Twitter

Dem Vorschlag Fuist et al. (2017) folgend, nutzen wir ein vergleichendes Vorgehen, um den Gegenstand der religiösen Rechten in dessen Besonderheit zu verstehen (vgl. Sartori 1991: 245). Unser Forschungsdesign zielt erstens auf die Erfassung rechter Influencer und deren Abgrenzung gegenüber anderen christlich-politischen Influencern ab. Zweitens arbeiten wir das Verhältnis der identifizierten politischen Influencer-Identitäten zur institutionalisierten Religion heraus. Bevor wir uns den Fallanalysen⁸ zuwenden, klären wir zunächst den Begriff »Influencing« und die Eignung der Plattform Twitter für die Analyse der Vernetzung christlich-politischer Akteure.

Influencing kann im Allgemeinen als eine Form regelmäßiger Kommunikation auf digitalen Plattformen (insbesondere auf Social Media) verstanden werden, die darauf abzielt, ein breites Publikum zu erreichen und von den eigenen Deutungen zu überzeugen. Die externe Zuschreibung als »Influencer« wird nur im Falle einer beachtlichen (in qualitativer oder quantitativer Hinsicht) Online-Popularität vergeben, die entweder aus bestehender Offline-Berühmtheit oder aus intensiver Online-Aktivität resultiert. Entsprechend werden Influencer als Repräsentierende sowie Produzierende von Meinungen eingeschätzt: Besonders durch die Identifikation der Follower mit ihnen sind sie in der Lage, deren Denken und Handeln zu beeinflussen (vgl. Marwick 2016: 333; Altendorfer 2019: 41–42; Fuchs 2021: 270; Ny-moen/Schmitt 2021: 8).

Christliches Influencing stellt in diesem Zusammenhang eine spezifische Form dar. Anders als etwa Influencer in Bereichen wie Mode, Erziehung oder Inneneinrichtung teilen sogenannte »Christfluencer« (Meyer-Stolte/Harder 2022; Mendl/Lamberty/Sitzberger 2023; Jetter 2023) primär ihre Glaubensbotschaften mit dem Ziel der Evangelisierung bzw. der religiösen Mobilisierung und des spirituellen Wachstums des Social-Media-Publikums (vgl. Krain/Mößle 2020). Unabhängig von ihrer spezifischen Zielsetzung und Popularität zeichnen sie sich vor allem durch ihre religiöse bzw. christlich-religiöse Kommunikation auf digitalen Plattformen

7 Diese Perspektive vertritt ebenso Fuhse (2004: 221), welcher politische Identitäten anhand ihrer Netzwerkposition erfasst.

8 Eine Fallstudie dient insbesondere dazu, einen einzelnen, räumlich begrenzten Fall, wie den des religiösen Influencings in den USA, intensiv zu analysieren, um daraufhin ggf. über eine größere Anzahl an Phänomenen eine Aussage treffen zu können (vgl. Gerring 2004: 352; 2007: 20). Dabei steht weniger das Testen bereits bestehender theoretischer Hypothesen, als ein exploratives Vorgehen, auf der Suche nach bisher unklaren Strukturen, im Fokus.

aus. Dies ist insbesondere in den USA ein verbreitetes Phänomen und kann vor dem Hintergrund der traditionell starken Nutzung massenmedialer Technologie durch Evangelikale gedeutet werden (vgl. Campbell 2012: 82; Kern 1997: 81; Hochgeschwender 2018: 91). Anders als etwa religiöse Akteure in Deutschland sind jene in den USA von jeher bereit, ihre Praktiken an technologische Neuerungen anzupassen (vgl. Schultze 1990: 26).

Der Fokus dieses Beitrags liegt auf christlichem Influencing, da zum einen davon auszugehen ist, dass damit Strukturen des US-amerikanischen Christentums adressiert werden können. Indem Influencer erst durch eine enorme Rezeption diesen Status erlangen, können sie mit ihren Positionen als Spiegel ihres christlich-politischen Publikums verstanden werden. Zum anderen wird durch diesen Fokus die vornehmlich auf Umfrage- und Interviewdaten basierende Forschung zur religiösen Rechten um einen auf Prozess- bzw. Spurendaten eingehenden Ansatz ergänzt. Im Gegensatz zu Primärdaten wie Interviewtranskripten, die ausschließlich zum Zweck der Forschung erzeugt werden, existieren digitale Spurendaten auch unabhängig vom Forschungsprozess (vgl. Baur 2011: 1234). Als Nebenprodukt sozialer Online-Prozesse ist ihre Nutzung deshalb vorteilhaft, da sie nicht-reflexiv vorhandenes Wissen der Akteure widerspiegeln können, Effekte sozialer Erwünschtheit und die Konstruktion nicht vorhandener Problembezüge bei den Beforschten verhindern und den Zugang zu schwer erreichbaren Forschungsfeldern ermöglichen (vgl. ebd.: 1238). Dadurch werden Verzerrungen vermieden, die durch die Abfragen konkreter politischer Einstellungen entstehen können.

Der Microblogging-Service Twitter bietet sich für die Analyse des christlichen Influencings aus drei Gründen an: Erstens stellt Twitter vergleichsweise viele Möglichkeiten zur Vernetzung bereit (vgl. Bossetta 2018: 485). Funktionen wie das unidirektionale Folgen, Antworten, Retweeten, oder Erwähnen anderer führen dazu, dass die Vernetzung von Inhalten zur Plattformkonvention wird (vgl. van Dijck 2013: 71–72). Zweitens erreichen politische Beiträge über die genannten Funktionen sowie den entsprechend aufgebauten Feed ein diverses Publikum, sodass nicht nur Akteure miteinander konfrontiert werden, die die gleiche Position vertreten (vgl. Conover et al. 2021; Bruns 2019; Eady et al. 2019; Bossetta 2018: 487; Fletcher/Nielsen 2018). Die aktive Bezugnahme auf andere Accounts auf Basis der Mention-Funktion ermöglicht des Weiteren die direkte Aufmerksamkeit des adressierten Accounts und die Einflussnahme auf politische Gegner:innen (vgl. Xu 2020: 1077). Dadurch werden die Politisierung des Diskurses und die politische Positionierung der Akteure im Allgemeinen befördert. Drittens zeichnet sich Twitter dadurch aus, dass der Fokus eher auf der Inszenierung der professionellen als auf der informellen, freizeitbezogenen Identität eines Akteurs liegt (vgl. Hermida/Mellado 2020: 867; Fuchs 2021: 130; Theocharis et al. 2021: 17). Akteure institutionalisierter Religion sollten dementsprechend auf der Plattform als solche erkennbar sein.

In den folgenden Abschnitten gehen wir auf unsere beiden Fallanalysen ein. In der ersten Analyse identifizieren wir die unterschiedlichen christlich-politischen Influencer-Identitäten auf Twitter. Dabei handelt es sich nach Gerring (2007: 139) um eine »Within-unit case study«, also um eine Studie, welche die Variationen innerhalb eines Falls herausarbeitet. Ziel ist, die vorhandenen politischen Influencer-Identitäten zu extrahieren und entsprechend den Fall des Influencings in »Subunits« zu unterteilen. Diese »Subunits« bilden den Ausgangspunkt für die zweite Fallanalyse. Bei dieser handelt es sich um eine »Cross-case« oder auch »Cross-sectional« Analyse (vgl. ebd.), in deren Rahmen wir die zuvor extrahierten politischen Influencer-Identitäten daraufhin vergleichen, inwiefern sie auf Twitter mit der institutionalisierten Religion verbunden sind.

Politische Influencer Identitäten

Zunächst ergibt sich die Frage nach der Erfassung des Feldes des christlichen Influencings auf Twitter. Hierfür bieten sich Online-Bestenlisten an, die von den Followern verschiedener Influencer erstellt werden. Online kursieren eine Vielzahl von Listen im Stil von »The 10 Best Christian Influencer You Need to Follow« oder »Influential Christians You Should Follow on Social Media«, in deren Rahmen bestimmte Akteure als Influencer »inwertgesetzt« (Peetz 2021: 38–40) werden. Dementsprechend nehmen die Listen die Zuschreibung von Akteuren als Influencer vor. Dass diese Zuschreibung anhand christlich-religiöser Standards erfolgt, wird durch den religiösen Hintergrund der Listen-Autor:innen sichergestellt. Wir erweitern unseren Datenkorpus sukzessive mit weiteren Bestenlisten, bis eine theoretische Sättigung erreicht ist (also bis nur noch Influencer identifiziert werden, die bereits in unserem Sample enthalten sind). Durch dieses Vorgehen können wir insgesamt 174 Influencer ermitteln, für die wir, sofern möglich, die jeweils 100 letzten Tweets⁹ über die Twitter-API herunterladen. Diese Tweets dienen im Folgenden als Datengrundlage für unsere Analysen.

Aufgrund der skizzierten Unschärfe bisheriger Konzeptualisierungen der religiösen Rechten extrahieren wir die politischen Influencer-Identitäten in Abgrenzung zueinander qualitativ bzw. primär induktiv aus dem Material. Zunächst werden die erhobenen Tweets mithilfe eines selbst erstellten Wörterbuchs maschinell kodiert (vgl. Züll/Menold 2019: 859),¹⁰ das einschlägige Begriffe als Indikatoren für politische Äußerungen und Positionen beinhaltet. Tweets mit mindestens einem

9 Die Twitter-API stellt ein tägliches Kontingent von Downloadanfragen bereit, 100 Tweets entsprechen hierbei *einer* Anfrage. Aus forschungspraktischen Gründen haben wir uns deswegen für die Samplegröße von 100 Tweets pro Influencer entschieden.

10 Das Wörterbuch wurde primär induktiv aus dem Datenmaterial entwickelt. Ein Teil der Tweets wurde somit zur Identifikation der Begriffe herangezogen, die politische Positionen zum Ausdruck bringen. Des Weiteren wurde dem Vorschlag Krechs (2012: 60) gefolgt und

dieser Begriffe werden automatisch als »politisch« kategorisiert und aus dem Datensatz für die weitere Analyse selektiert (vgl. Grimmer/Stewart 2013: 274). In Anlehnung an Rajadesingan et al. (2021: 4) wird ein Social-Media-Eintrag als »politisch« verstanden, wenn sich dieser a) auf politische Personen, Parteien oder Institutionen bezieht, b) sich mit kulturellen oder sozialen Themen wie Grundrechten beschäftigt, c) nationale oder bundesstaatliche Angelegenheiten wie Krankenversicherung oder Auslandspolitik behandelt oder d) »neighborhood and community affairs« diskutiert, wie die Organisation einer Nachbarschaftswache.

Im Anschluss werden die ermittelten Tweets und damit auch ihre Autor:innen qualitativ christlich-politischen Identitäten zugeordnet.¹¹ Die inhaltsanalytische Strukturierung nach Mayring (2003) besticht hierbei als Auswertungsmethode durch die Verbindung deduktiver und induktiver Auseinandersetzungen mit dem Material. Einerseits können somit theoretische Vorüberlegungen in die Analyse einfließen (vgl. Flick 1991: 150; Lamnek 2005: 482). Andererseits wird durch dieses Verfahren sichergestellt, dass das für die qualitative Sozialforschung zentrale Postulat der Offenheit gewahrt wird. Insbesondere aufgrund der erwähnten Konzeptdiskussionen sollten die politischen Influencer-Identitäten nicht ausschließlich deduktiv an das Material herangetragen werden. Im Folgenden beschreiben wir die fünf christlich-politischen Influencer-Identitäten, die wir aus dem Material herausarbeiten konnten.

Erstens lässt sich, im Anschluss an die quantitative Vorstrukturierung des Materials, eine Gruppe von Influencern identifizieren (n=76), welche sich in keiner Weise im Rahmen ihrer Tweets mit politischen Themen auseinandersetzen oder auf diese Bezugnehmen. Dies sind beispielsweise Personen, die zwar im evangelikalen Spektrum zu verorten sind, sich aber primär Lifestyle-Themen, wie beispielsweise christlichem Dating, zuwenden. Aus der Perspektive Luckmanns kann dies als Privatisierung der Religion oder eben als »Schrumpfung von Transzendenzen« (1991: 20) verstanden werden. Anstelle der Behandlung von Weltanschauungen und gesellschaftlichen Problemen beziehen sich religiöse Themen immer stärker auf den privaten, subjektiven Bereich (vgl. Knoblauch 2009: 25). Einigen Arbeiten zufolge kann dies als ein Effekt der Vermarktlichung oder Ökonomisierung der Religion verstanden werden (vgl. ebd.: 200–201; Gauthier 2015: 77; Kern/Pruiskens 2018: 41), welche sicherlich durch die ökonomischen Interessen, die Social-Media-Plattformen zugrunde liegen, vorangetrieben wird.

weitere thematisch passende politische Begriffe mittels Familienähnlichkeiten zu den bereits genannten Begriffen ermittelt.

11 Waren die Tweets nicht eindeutig oder aussagekräftig, wurde die Analyse der politischen Influencer-Identität auf den gesamten öffentlichen Auftritt des entsprechenden Influencers ausgeweitet.

Zweitens fallen im Zuge der qualitativen Analyse Tweets von Accounts auf, die zwar politische Themen im weitesten Sinne erwähnen, in keiner Weise dabei aber Position beziehen (n=50). Ein Beispiel hierfür ist ein Gründer und »Senior Pastor« einer unabhängigen evangelikalen Megakirche, der Folgendes twittert:

It was Christianity, not the Democratic or Republican Party, that shaped Western civilization. It was the teaching of Jesus, not the planks of our current political platforms, that laid the foundation for our modern sense of justice, fairness, and dignity. (Influencer_1 10.08.2023)

Entsprechend vieler anderer Akteure im Zusammenhang mit Megakirchen hält sich dieser Pastor in der Öffentlichkeit mit politischen Kommentaren sehr zurück und trifft er sie doch, bezieht er keine Position. Forschungsarbeiten zu dieser Thematik verstehen es als Strategie großer Gemeinden und populärer Pastor:innen sich politisch vage zu halten, um organisationale Konflikte zu vermeiden (vgl. Bird/Thumma 2020: 12), welche Mitglieder oder Besuchende verärgern oder ausgrenzen könnten (vgl. Lomborg/Ess 2012: 185).

Drittens können anhand der Tweets des christlichen Influencings politisch progressiv-liberale Akteure ausgemacht werden (n=14). Folgender Tweet eines Professors für Theologie verdeutlicht, wie sich dieser online unter anderem vehement gegen Rassismus einsetzt und die republikanische Partei kritisiert:

So the republican presidential candidates are just going to see who can out do one another in fascism and everyone is going to watch and pretend like nothing is wrong. This is America. (Influencer_2 04.06.2023)

Mit seinen Tweets kann er als typischer Repräsentant des christlichen, progressiven Liberalismus in den USA gesehen werden. Diese Influencer-Gruppe setzt sich unter der Prämisse, dass soziale Ungleichheit nicht als naturgegeben, sondern stets als begründungswürdig gilt, für Reformen in der diesseitigen Welt zur Steigerung ökonomischer, politischer und sozialer Gerechtigkeit ein und mobilisiert gegen rassistische oder geschlechtsspezifische Diskriminierung (vgl. Fuist/Braunstein/Williams 2017: 9; Warner 1988: 34; Braunstein/Fuist/Williams 2018: 3; Smith 1990: 226). Die Selbstidentifikation als »progressive« erfolgt über Martin Luther King und das Civil Rights Movement oder im Allgemeinen durch die Verbindung zur Friedensbewegung (vgl. Smith 1990: 226). Theologisch gesehen streben sie nach einer höheren Inklusion gesellschaftlich diskriminierter Gruppen in ihren religiösen Traditionen, bspw. durch Konzepte wie »Biblical feminism, queer theology, liberation theology, or anti-racist theology« (ebd.). Dass sich im Kontext der Identifikation politischer Influencer-Identitäten keine Ausdifferenzierung progressiv-liberaler Akteure vorfinden lässt, welche das Spektrum »linker« bis »moderater« Einstellungen reprä-

sentiert, kann unter anderem darauf zurückgeführt werden, dass in diesem politischen Spektrum in den USA die Tendenz besteht, distinktive politische Selbstbezeichnungen zu vermeiden (vgl. Braunstein/Fuist/Williams 2018: 2). Des Weiteren ist feststellbar, dass einige Akteure des Influencings nachdrücklich die Agenda des Evangelikalismus in den USA zu kommunizieren scheinen und dementsprechend wiederholt Stellung gegen beispielsweise Abtreibung, Homosexualität oder von der Norm abweichende Geschlechtsidentitäten beziehen. Auffällig ist dabei aber, dass hier zwei Gruppen unterschieden werden können.

Viertens lassen sich diesbezüglich Akteure identifizieren, die deutlich vor einer Säkularisierung und Liberalisierung der Gesellschaft warnen, sich regierungskritisch äußern und einen größeren politischen Einfluss des Evangelikalismus befürworten (n=14). Sie entsprechen also den Charakteristiken, die als typisch für die religiöse Rechte gelten (vgl. Johnson/Tamney 1982: 124). So bezeichnet sich ein Influencer dieser Gruppe in der Profilbeschreibung als »News Analyst« sowie »Patriot« und identifiziert sich mit der NRA, Trump und dem Libertarismus. Des Weiteren tweetet er unter anderem:

This is such BS! Donald Trump indicted a third time while Hillary Clinton, Joe Biden, Hunter, Obama and a ton of other Democrats continue to commit as much crime as they want. This is proof of a Weaponized department of justice! (Influencer_3 02.08.2023)

oder auch:

»Leftist staying in power is 100 % reliant on gullible people believing out right lies!« (Influencer_3 19.09.2023)

Fünftens kann, davon in Rhetorik und Radikalität der Positionen deutlich abweichend, eine weitere Gruppe an Influencern herausgestellt werden, die zwar als konservativ-evangelikal, nicht aber unbedingt als radikal rechts einzuordnen ist (n=20). Diese scheinen, wie es sonst für konservative Protestant:innen in den USA üblich ist, die Befürwortung traditioneller christlicher Glaubenseinstellungen mit der Ablehnung extrem wissenschaftsfeindlicher Einstellungen zu verbinden (vgl. Smith 1990: 226) und dabei einen wesentlich moderateren Kommunikationsstil zu wählen. So positioniert sich einer dieser Influencer öffentlich deutlich und wiederholt politisch konservativ, führt dabei aber auch in Tweets wie »One Out of Six Church Attendees Have Had, Paid For Or Encouraged an Abortion« (Influencer_4 01.09.2023) Studien und Statistiken an und geht im Kontext von Tweets wie »Should same-sex marriage be prohibited, permitted, or promoted?« (Influencer_4 06.07.2023) vergleichsweise differenziert und verständnisvoll auf gegenteilige Positionen ein.

Diese Beobachtungen können mit soziologischen Differenzierungen konservativer und rechter Bewegungen (vgl. Blee/Creasap 2017) verknüpft werden, welche wir im Folgenden näher ausführen möchten. Erstens zeigt sich hinsichtlich der politischen Zielsetzungen sowie der genutzten Protestformen, dass sich diese vordergründig dahin gehend unterscheiden, ob der Erhalt des Status quo oder eine revolutionäre gesellschaftliche Umstrukturierung angestrebt wird. Konservative streben unter der Prämisse des Gewaltverzichts nach dem Erhalt institutionalisierter Wert- und Herrschaftsstrukturen, die infolge emanzipatorischer Bewegungen unter Druck geraten (vgl. ebd.: 201; Raschke 1988: 467). Die Akzeptanz der demokratischen Verfassung und der Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit geht mit der Betrachtung »alle[r] Formen radikalen Wandels mit Argwohn« (Giddens 1999: 19, 45) einher, sodass die Bewahrung bestehender Strukturen ermöglicht werden soll. Rechte Akteure in den USA geben den Anschein, wie Konservative den Erhalt des Status quo zu unterstützen. Tatsächlich attackieren sie jedoch gezielt bestehende demokratische Strukturen, bspw. durch die Infragestellung der Legitimität des Supreme Courts oder den Versuch der Wahlkontrolle durch Gerrymandering (vgl. Stewart 2019: 6). Überdies sind sie zur Durchsetzung ihrer politischen Ziele auch zu Gewalt bereit (z.B. durch den Sturm auf das Kapitol bzw. die Nichtanerkennung der Wahl Bidens 2021 zum Präsidenten der USA), was ebenfalls als charakteristisches Merkmal des Rechtsextremismus gilt (vgl. Priester 2017: 542). Die Legitimation der politischen Ambitionen erfolgt auf Basis eines antagonistischen Weltbildes, in welchem Trump als Führer und Sprachrohr einer »silent majority« (Priester 2011: 196) bzw. des »anständigen Volks« (Mudde 2020: 20–21) inthronisiert und in Opposition zu einer »korrupten Elite« gestellt wird. Die religiöse Rechte lässt sich von der säkularen Rechten aufgrund der inhaltlichen Zielsetzung abgrenzen: So »läuft der religiöse Fundamentalismus evangelikaler Strömungen auf eine Entgrenzung des Religiösen hinaus und impliziert damit eine – den Zielen der extremen Rechten letztlich zuwiderlaufende – Unterordnung auch des Politischen« (Wiedemann 2017: 523). Infolge der durch den Staat nicht ausreichend behandelten gesellschaftlichen Krisen wird dessen Handlungsfähigkeit infrage gestellt und einer legitimen Ordnung in Form einer theokratischen Republik gegenübergestellt (vgl. Riesebrodt 1990: 241–242).

Zweitens zeigen sich Differenzen hinsichtlich der Akzeptanz von ethnisch-religiöser Diversität, vor allem in Bezug auf Personengruppen, die nicht den Kategorien »weiß« und »christlich« entsprechen. Der von Konservativen vertretene »kulturell orientierte Patriotismus« geht zwar mit der Skepsis gegenüber Zuwanderung einher, allerdings ohne völkisch-nationalistische Elemente vorzuweisen (vgl. Braun/Geisler/Gerster 2009: 15). Rechte unterscheiden dagegen das »heimische« Volk (vgl. Decker/Lewandowsky 2017: 23) von anderen Volksgruppen auf Grundlage ethnozentrischer und ethnopluralistischer Wertevorstellungen (vgl. Holzer 1993: 33–58). Im US-amerikanischen Raum geschieht dies bspw. im Rahmen des Legitimationsmythos der Civil Religion (vgl. Wuthnow 1996). Die USA gelten als Repräsentantin ei-

nes göttlichen Auftrages, wodurch die religiöse Ordnung und die religiös-nationale Identität unanfechtbar wird (vgl. Riesebrodt 1990: 242). Die nationale Geschichtsbeachtung dient als »Medium der Identitätsvergewisserung« (Holzer 1993: 55) unter andauernden gesellschaftlichen Veränderungen. Die religiöse Rechte zeichnet sich somit durch eine zweifache symbolische Grenzziehung aus: einerseits durch die Gegenüberstellung von Volk und Elite, und andererseits durch die Abgrenzung dieses Volkes gegenüber anderen Volksgruppen durch den Mythos der christlich-amerikanischen Nation.

Drittens zeigen sich auch Unterschiede zwischen der religiösen Rechten und dem religiösen Konservatismus hinsichtlich bestimmter religiöser Deutungen. Einerseits besteht die Vorstellung, dass die strikte Lebensführung der Gläubigen durch »tests of faith« (Ammerman 1991: 8) überprüft werden kann. Dementsprechend besteht die lebenslange Aufgabe darin, allen gefährlichen, potenziell sündhaften Situationen fernzubleiben und sich von Ungläubigen abzugrenzen, »that might reduce the effectiveness of her life's witness to the message of salvation« (ebd.). Andererseits werden religiöse Traditionen nicht nur aufrechterhalten, was der Zielsetzung der Konservativen entspricht, sondern neuinterpretiert, verschoben oder innoviert. Dies zeigt sich beispielweise daran, dass dem Verlust der Geschlechterseparierung eine »Zunahme symbolischer Separierung« (Riesebrodt 1990: 247) entgegengesetzt wird: Erwerbstätige Frauen erfahren keine grundsätzliche Ablehnung mehr, stattdessen wird deren »Schicklichkeit« und angemessene Bekleidung am Arbeitsplatz betont, oder auch die Bildung von Mädchen und Frauen wird unter der Bedingung akzeptiert, dass keine Koedukation oder zumindest kein gemeinsamer Sportunterricht stattfindet (vgl. ebd.: 247–248). Dieser »radikalisierte Traditionalismus« ermöglicht somit die Verteidigung »patriarchalische[r] Strukturen und Sozialmoral unter sich rapide rationalisierenden Verhältnissen« (Riesebrodt 1990).

Diese drei Differenzierungen werden in den Tweets der Influencer, die wir qualitativ als rechts bzw. konservativ kategorisiert haben, in unterschiedlichem Ausmaß sichtbar. Am prägnantesten zeigt sich der Unterschied in Bezug auf die politischen Ziele. Die Konservativen beschränken sich vordergründig auf die Nennung ihrer Forderungen, wie das Verbot des Schwangerschaftsabbruchs, während bei den rechten Influencern die kontinuierliche Legitimation ihrer politischen Ziele durch den Bezug auf populistische Weltbilder und Verschwörungserzählungen sowie die nahezu messianische Verehrung Donald Trumps auffallen. Die idealtypische Unterscheidung bezüglich der Einstellungen zu Gewalt zeigt sich im Textmaterial nur bedingt, was auf die Nutzungsrichtlinien der Plattform Twitter zurückgeführt werden kann. Tweets, die Gewalt verherrlichen oder zu Gewalteinsatz aufrufen, wurden konsequent gelöscht, ebenso wie die Accounts, die entsprechende Inhalte verbreiten. Deutlicher tritt dagegen das zweite Merkmal durch völkisch-nationalistische Elemente in den Tweets der Rechten hervor, während sich die Konservativen eher

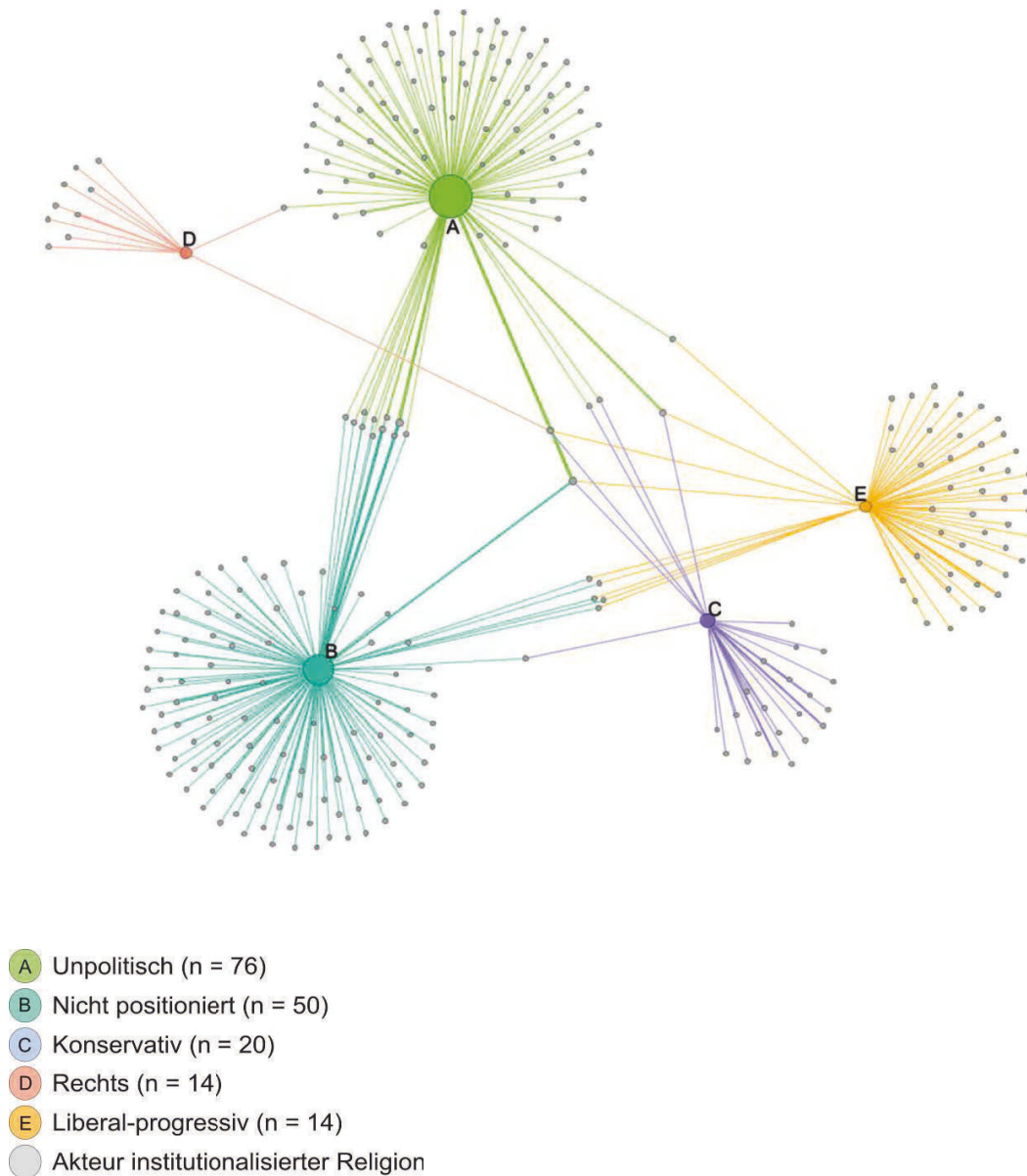
pluralistisch positionieren. Unterschiede bezüglich der religiösen Glaubensinhalte zeigen sich dagegen nur selten, da sich sowohl konservative als auch rechte Influencer vorrangig auf Themen wie die Endzeit, das Böse, Satan, Israel, christliche Lebensführung oder traditionelle Rollenbilder beziehen.

Bezugnahme divergierender politischer Influencer-Identitäten auf Akteure institutionalisierter Religion

Nachdem im Zuge der soeben skizzierten Analyse des christlichen Influencings auf Twitter verschiedene Influencer-Identitäten herausgearbeitet werden konnten, dienen die analysierten Tweets der Influencer ebenfalls als Datengrundlage für die zweite Analyse. Ziel ist, die fünf extrahierten christlich-politischen Influencer-Identitäten hinsichtlich ihrer Verbindungen zur institutionalisierten Religion auf Twitter zu untersuchen. Um diesen Relationen nachgehen zu können, werden zunächst die Twitter-Accounts, die im Rahmen der Influencer-Tweets mit der Mention-Funktion erwähnt werden, extrahiert. Die Profilbeschreibungen der extrahierten Accounts sind in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse, da Twitter-User hier in der Regel ihre Berufsidentität vermerken, sofern sie für die Betroffenen und deren öffentlichen Auftritt von Bedeutung ist (vgl. Hanusch/Bruns 2017: 33; Meijer/Torenvlied 2016: 151; Spierings/Jacobs/Linders 2019: 166). Entsprechend wurden die Profilbeschreibungen, der von den Influencern verlinkten Accounts, ebenfalls mithilfe der soeben erwähnten Wörterbuchmethode dahingehend analysiert, ob es sich bei ihnen um Akteure der institutionalisierten Religion handelt.

Im Rahmen dieses Vorgehens konnten wir insgesamt 282 individuelle Akteure institutionalisierter Religion identifizieren: bei den nicht positionierten 118, unpolitischen 98, liberal-progressiven 56, konservativen 27 und 11 bei den rechten Influencer-Identitäten. Deutlich wird bei der Betrachtung der Ergebnisse, dass die Anzahl der verbundenen Akteure mit der Größe der jeweiligen Influencer-Gruppe zusammenhängt. Ferner zeigt sich aber auch, dass die Gruppengröße der rechten und liberal-progressiven Influencer-Identitäten zwar übereinstimmt ($n=14$), sie sich allerdings deutlich hinsichtlich der Anzahl ihrer Verbindungen zu Akteuren institutioneller Religion unterscheiden. Abbildung 1 visualisiert das Ergebnis dieser Analyse. Dabei repräsentieren die bunten Knoten des Netzwerks die unterschiedlichen politischen Influencer-Identitäten und die grauen Knoten, die von ihnen erwähnten Akteure institutionalisierter Religion. Die Größe der bunten Knoten verdeutlicht die Gruppengröße bzw. die Anzahl der Influencer, die diese Identität teilen, während die Dicke der Kanten bzw. Verbindungslinien zwischen den Knoten die Häufigkeit der Nennung des Accounts institutionalisierter Religion durch die jeweilige Influencer-Identität charakterisiert.

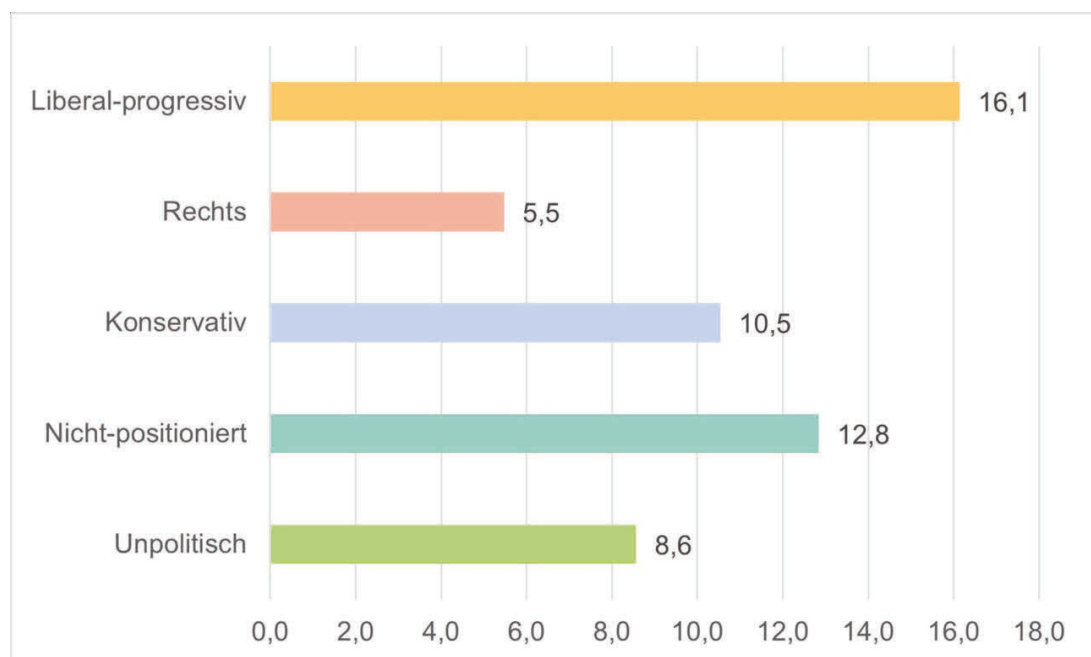
Abbildung 1: Christlich-politische Influencer-Identitäten und ihre Verbindungen zu Akteuren institutionalisierter Religion (eigene Darstellung).



Durch die Netzwerk-Abbildung wird deutlich, dass 24 Akteure von mehreren politischen Influencer-Identitäten in ihren Tweets genannt werden. Dabei sind die nicht-Positionierten (n=18) und die Unpolitischen (n=17) am stärksten mit anderen

Influencer-Identitäten vernetzt. Die zentralsten Akteure institutionalisierter Religion sind häufig Pastor:innen in non-denominationalen bzw. evangelikalen Megakirchen, so auch der einzige Account, der mit allen Influencer-Gruppen, außer der rechten, vernetzt ist: bei diesem handelt es sich um eine promovierte Pastorin, die gemeinsam mit ihrem Ehemann eine evangelikale Gemeinde leitet und eine Vielzahl an Büchern zu christlicher Lebensführung veröffentlicht hat. Die rechten Influencer-Identitäten sind dagegen am geringsten mit den anderen vernetzt ($n=2$). Der erste Knoten, dem ebenfalls die konservativen und liberal-progressiven Influencer-Identitäten folgen, repräsentiert den Sohn eines der erfolgreichsten Megakirchen-Pastoren und christlichen Autoren der letzten Jahrzehnte, der nun selbst ebenfalls als Autor und Pastor tätig ist. Der zweite Knoten verbindet dagegen die rechten mit den unpolitischen Influencer-Identitäten. Bei diesem handelt es sich um einen Pastor, der aufgrund einiger kontroverser Aussagen zum US-amerikanischen Rassismus in der Kritik stand. Auch in seinen Tweets fällt er durch eindeutig christlich-nationalistische Inhalte auf.

Abbildung 2: Prozentualer Anteil von Akteuren institutionalisierter Religion an der Gesamtheit aller Tweets pro Gruppe, in denen andere Accounts verlinkt werden (eigene Darstellung).



Wird der prozentuale Anteil der Tweets mit Bezug zur institutionalisierten Religion im Vergleich zu allen Tweets, in denen andere Accounts verlinkt werden, pro Influencer-Identität betrachtet, lässt sich diese Beobachtung untermauern. So veranschaulicht Abbildung 2, dass in 16,1 % aller Tweets der liberal-progressiven Influencer-Identitäten Bezug auf Akteure institutionalisierter Religion genommen wird

und lediglich in 5,5 % der Tweets der Rechten. Dies stellt einen signifikanten Gruppenunterschied dar.¹²

Des Weiteren zeigt sich, dass sich auch konservative Influencer-Identitäten von den als rechts kategorisierten hinsichtlich ihrer Anbindung zur institutionalisierten Religion unterscheiden. Erstens weisen sie hinsichtlich der Verbindung zur institutionalisierten Religion keinen signifikanten Unterschied zu liberal-progressiven Influencer-Identitäten auf. Zweitens nehmen sie deutlich öfter als Rechte Bezug auf Akteure der institutionalisierten Religion und übersteigen diesbezüglich auch die Gruppe an Influencern, die sich öffentlich als unpolitisch repräsentieren.

Wie »religiös« ist die religiöse Rechte?

Im Anschluss an die skizzierten Forschungsergebnisse stellt sich die Frage, ob die religiöse Rechte als Phänomen der institutionalisierten Religion oder überhaupt als ein religiöses Phänomen zu verstehen ist. Dabei gilt zunächst zu berücksichtigen, dass der Evangelikalismus als eine Gegenbewegung zur traditionellen, institutionalisierten Religion gelesen werden kann. So bildeten schon im 17. Jahrhundert die ersten evangelikalen Denominationen eine religiöse Opposition zum etablierten Staatskirchensystem (vgl. Hochgeschwender 2017: 24) und reformierten sich im Laufe der Jahrhunderte durch die Auflehnung gegenüber sozialem und kulturellem Wandel in Erweckungsbewegungen immer wieder aufs Neue. Die Inkongruenzen im bestehenden Forschungsstand weisen jedoch darauf hin, dass die verallgemeinernde Charakterisierung »der Evangelikalen«, als gegen die etablierten religiösen Institutionen positioniert, zu kurz greift.

Daran anschließend zeigt unsere erste Analyse der politischen Influencer-Identitäten auf Twitter, dass sich nicht nur religiös-konservative von religiös-liberalen Akteuren unterscheiden, sondern auch innerhalb des Feldes weitere Differenzierungen vorgenommen werden müssen. Von Influencern, welche die klassische Agenda des Evangelikalismus in Form von demokratisch-konservativen Äußerungen vertreten, lassen sich theoretisch als auch empirisch rechte Akteure abgrenzen, die vor allem durch populistische, völkisch-nationalistische sowie demokratiefeindliche Aussagen charakterisiert sind. Des Weiteren zeigt unsere

12 Um der Signifikanz der Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen bzw. Influencer-Identitäten hinsichtlich ihrer Verbindung zur institutionalisierten Religion nachzugehen, wurde eine multiple Vergleichsanalyse durchgeführt, die mehrere Chi-Quadrat-Tests einschließt. Unter Berücksichtigung des verbreiteten Signifikanzniveaus von 0,05 kann gesagt werden, dass lediglich der Unterschied zwischen den Liberalen und den Rechten hinsichtlich ihrer Verbindung zur institutionellen Religion signifikant ist ($p=0,02$). Der Unterschied zwischen der Gruppe der Rechten und der politisch nicht-positionierten ist hingegen mit einem p-Wert von 0,08 nicht signifikant.

zweite Analyse, dass die Akteure dieser Gruppe wesentlich seltener mit lokalen Gemeinden, Denominationen oder Ausbildungsstätten wie Universitäten verbunden sind als die konservativen Evangelikalen.¹³ Die Deutungshoheit über christlich-politische Inhalte im Digitalen liegt somit u.a. bei Akteuren, die sich eine hohe Online-Präsenz aufbauen konnten, und weniger bei ausgebildeten Pastor:innen.

Dies verweist auf eine institutionelle Unabhängigkeit der religiösen Rechten, zumindest auf der Plattform Twitter. Indem sie nicht der Kontrolle traditioneller Autoritäten unterliegen, sind diese Akteure in der Lage, politische Meinungen und Einstellungen zu artikulieren, die über bisherige Diskursgrenzen hinausreichen. Dies ermöglicht ihnen, von einer potenziell erhöhten Anschlussfähigkeit an die Belange des Publikums zu profitieren. Als gewinnorientierte Plattform fördert Twitter darüber hinaus die Sichtbarkeit und Verbreitung dieser Kommunikationsangebote (vgl. Rachlitz et al. 2021: 77), sodass sich der Erfolg der Plattform und die Popularität der Influencer wechselseitig bedingen.

Die vergleichsweise geringe Vernetzung des religiös-rechten Influencings mit klassischen religiösen Institutionen schwächt des Weiteren den Eindruck, dass es sich hierbei tatsächlich auch um religiöses, christliches oder evangelikales Influencing handelt. Denn Identitäten, so eine weit verbreitete soziologische Annahme, bilden sich erst durch die Relationen zu anderen sozialen Akteuren bzw. durch die »Kreuzung sozialer Kreise« (Simmel 1992). Es stellt sich demzufolge vielmehr die Frage, ob die Zuschreibungen als »religiös«, »christlich« oder »evangelikal« überhaupt mit den bisherigen Begriffsverständnissen vereinbar sind. Dies wird durch die Tatsache gestützt, dass sich vor der Wahl Trumps zunehmend Wähler:innen als evangelikal bezeichnet haben, ohne entsprechende Praktiken zu leben (vgl. Whitehead/Perry 2020: 86). So betonen Whitehead und Perry (2020), dass die Berufenen auf christliche Grundfeste als Chiffren zur Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen wie »secularists«, »humanists«, »atheists« und »infidels« dienen. Auch Braunstein und Taylor (2017) zeigen, dass der Begriff der »christlichen Nation« als symbolische Grenzziehung genutzt wird, selbst wenn die Identität der Bezugsgruppe nicht geteilt wird (vgl. ebd.: 55). Daran anschließend wären die Akteure, die hier als »religiöse« bzw. »christliche Rechte« identifiziert wurden, eher der allgemeinen bzw. säkularen Rechten zuzuordnen. Sie bedienen sich religiöser Attribute, um ihre

13 Zentrale Unterschiede zwischen unterschiedlichen Gruppen (religiös) konservativer und rechter Akteure identifizieren auch andere Studien. So kommen beispielsweise Smith und Adler (2022) zu dem Schluss, dass Akteure des christlichen Nationalismus seltener religiös affiliiert sind als die religiös Konservativen. Und Preotiuc-Pietro et al. (2017) beobachteten im Kontext nichtreligiöser politischer Tweets, dass Moderat-Konservative sich von anderen Kategorien, wie »sehr konservativ« oder »moderat-liberal«, durch die häufige Nennung ihrer politischen Affiliation unterscheiden lassen.

Vorstellung eines moralisch gerechten Amerikas gegenüber anderen Leitbildern abzugrenzen.

This study examines the relationship between the Religious Right in the United States and institutionalized religion using the example of Christian influencers on Twitter. We identify 174 Christian influencers and distinguish the Religious Right from other political identities based on their tweets. A comparative network analysis shows that influencers of the Religious Right have fewer ties to traditional religious institutions than their apolitical, conservative, and liberal-progressive counterparts. The institutional independence of the Religious Right (1) points to new mobilization potentials of the Religious Right beyond traditional religious discourse through digital communication channels, and (2) supports the assumption that the Religious Right is not primarily a religious phenomenon.

Literatur

- Altendorfer, Laura-Maria (2019): Influencer in der digitalen Gesundheitskommunikation. Instagramer, YouTuber und Co. zwischen Qualität, Ethik und Professionalisierung (= Nomos Universitätsschriften – Medien und Kommunikation, Band 7), Baden-Baden: Nomos.
- Ammerman, Nancy T. (1991): »North American Fundamentalism«, in: Martin E. Marty/Scott Appleby (Hg.), *Fundamentalism Observed*, Chicago/London: The University of Chicago Press, S. 1–65.
- Armaly, Miles T./Buckley, David T./Enders, Adam M. (2022): »Christian Nationalism and Political Violence: Victimhood, Racial Identity, Conspiracy, and Support for the Capitol Attacks«, in: *Political behavior* 44, S. 937–960.
- Baker, Joseph O./Perry, Samuel L./Whitehead, Andrew L. (2020): »Keep America Christian (and White): Christian Nationalism, Fear of Ethnoracial Outsiders, and Intention to Vote for Donald Trump in the 2020 Presidential Election«, in: *Sociology of Religion* 81, S. 272–293.
- Barker, Eileen (2005): »Crossing the boundary. New challenges to religious authority and control as a consequence of access to the Internet«, in: Morten T. Højsgaard/Margit Warburg (Hg.), *Religion and cyberspace*, London: Routledge, S. 67–85.
- Baur, Nina (2011): »Mixing process-generated data in market sociology«, in: *Qual Quant* 45, S. 1233–1251.
- Bird, Warren/Thumma, Scott (2020): *Megachurch 2020. The Changing Reality in America's Largest Churches*, o.O.: o.V.

- Blee, Kathleen B./Creasap, Kimberly A. (2017): »Conservative and right-wing movements«, in: Cas Mudde (Hg.), *The Populist Radical Right*, London/New York: Routledge Taylor & Francis Group, S. 200–218.
- Bossetta, Michael (2018): »The Digital Architectures of Social Media. Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election«, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95, S. 471–496.
- Braun, Stephan/Geisler, Alexander/Gerster, Martin (2009): »Die extreme Rechte. Einleitende Betrachtungen«, in: Ders. (Hg.), *Strategien der extremen Rechten: Hintergründe – Analysen – Antworten*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 9–17.
- Braunstein, Ruth (2021): »The ›Right‹ History: Religion, Race, and Nostalgic Stories of Christian America«, in: *Religions* 12, S. 1–21.
- Braunstein, Ruth/Fuist, Todd N./Williams, Rhys H. (2018): »Religion and progressive politics in the United States«, in: *Sociology Compass* 13, S. 1–16.
- Braunstein, Ruth/Taylor, Malaena (2017): »Is the Tea Party a ›Religious‹ Movement? Religiosity in the Tea Party versus the Religious Right«, in: *Sociology of Religion* 78, S. 33–59.
- Brocker, Manfred (2004): *Protest, Anpassung, Etablierung: die Christliche Rechte im politischen System der USA*, Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Bruce, Steve/Kivisto, Peter/Swatos Jr., William H. (Hg.) (1994): *The Rapture of Politics. Christian Right as the United States Approaches the Year 2000*, London: Routledge.
- Bruns, Axel (2019): »It's Not the Technology, Stupid. How the ›Echo Chamber‹ and ›Filter Bubble‹ Metaphors Have Failed Us«, in: *Mediated Communication, Public Opinion and Society Section*, Madrid, S. 1–12.
- Burge, Ryan P. (2019): »Did Evangelicals Become More Moderate in 2018?«. 28. Januar 2019. <https://religioninpublic.blog/2019/01/28/did-evangelicals-become-more-moderate-in-2018>
- Campbell, H. A. (2012): »Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society«, in: *Journal of the American Academy of Religion* 80, S. 64–93.
- Campbell, Robert A. (2004): »Searching for the Apocalypse in Cyberspace«, in: Lorne L. Dawson/Douglas E. Cowan (Hg.), *Religion online. Finding Faith on the Internet*, New York: Routledge, S. 239–253.
- Castells, Manuel (2007): »Communication, Power and Counter-power in the Network Society«, in: *International Journal of Communication* 1, S. 238–266.
- Conger, Kimberly H. (2019): »The Christian Right in U.S. Politics«, in: *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, Oxford University Press.
- Conover, Michael/Ratkiewicz, Jacob/Francisco, Matthew et al. (2021): »Political Polarization on Twitter«, in: *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 5, S. 89–96.

- Davis, Nicholas T. (2023): »The Psychometric Properties of the Christian Nationalism Scale«, in: *Politics and Religion* 16, S. 1–26.
- Dawson, Lorne L./Cowan, Douglas E. (2004): »Introduction«, in: Dies. (Hg.), *Religion online. Finding Faith on the Internet*, New York: Routledge, S. 1–16.
- Dawson, Lorne L./Cowan, Douglas E. (Hg.) (2004): *Religion online. Finding faith on the Internet*, New York: Routledge.
- Decker, Frank/Lewandowsky, Marcel (2017): »Rechtspopulismus in Europa: Erscheinungsformen, Ursachen und Gegenstrategien«, in: *ZfP Zeitschrift für Politik* 64, S. 21–38.
- Djupe, Paul A./Burge, Ryan P. (2017): »Misclassification of religious traditions is systematic«. <https://religioninpublic.blog/2017/10/03/misclassification-of-religious-traditions-is-systematic> vom 3. Oktober 2017.
- Dolata, Ulrich/Schrape, Jan-Felix (2013): »Medien in Transformation. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration«, in: Ders. (Hg.), *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*, Berlin: edition sigma, S. 9–33.
- Eady, Gregory/Nagler, Jonathan/Guess, Andy et al. (2019): »How Many People Live in Political Bubbles on Social Media? Evidence From Linked Survey and Twitter Data«, in: *SAGE Open* 9. <https://doi.org/10.1177/2158244019832705>
- Eisenegger, Mark (2021): »Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung«, in: Mark Eisenegger/Marlis Prinzing/Patrik Ettlinger et al. (Hg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*, Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 17–39.
- Fletcher, Richard/Nielsen, Rasmus K. (2018): »Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis«, in: *New Media & Society* 20, S. 2450–2468.
- Flick, Uwe (1991): »Stationen des qualitativen Forschungsprozesses«, in: Uwe Flick/Ernst von Kardoff/Heiner Keupp et al. (Hg.), *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*, München: Beltz – Psychologie Verlag Union, S. 147–173.
- Fuchs, Christian (2021): *Soziale Medien und Kritische Theorie. Eine Einführung* (= UTB, Band 5081), Stuttgart: utb.
- Fuhse, Jan A. (2004): »Links oder rechts oder ganz woanders? Zur Konstruktion der politischen Landschaft«, in: *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 33, S. 209–225.
- Fuist, Todd N./Braunstein, Ruth/Williams, Rhys H. (2017): »Introduction. Religion and Progressive Activism – Introducing and Mapping the Field«, in: *Religion and Progressive Activism. New Stories about Faith and Politics*, New York: New York University Press, S. 1–26.

- Gauthier, François (2015): »Religion, Media and the Dynamics of Consumerism in Globalising Societies«, in: Kennet Granholm/Marcus Moberg/Sofia Sjö (Hg.), *Religion, Media, and Social Change*, London: Routledge, S. 71–88.
- Gebhardt, Winfried (2018): »Religiöse Szenen und Events«, in: Detlef Pollack/Volkhard Krech/Olaf Müller et al. (Hg.), *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 591–610.
- Gerring, John (2007): *Case Study Research. Principles and Practices*, Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Giddens, Anthony (1999): *Jenseits von Links und Rechts*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gorski, Philip (2017): »Why evangelicals voted for Trump: A critical cultural sociology«, in: *American Journal of Cultural Sociology* 5, S. 338–354.
- Gorski, Philip/Perry, Samuel L. (2022): *The Flag and the Cross: White Christian Nationalism and the Threat to American Democracy*, Oxford University Press.
- Grimmer, Justin/Stewart, Brandon M. (2013): »Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods for Political Texts«, in: *Political Analysis* 21, S. 267–297.
- Hanusch, Folker/Bruns, Axel (2017): »Journalistic Branding on Twitter«, in: *Digital Journalism* 5, S. 26–43.
- Hart, D. G. (2004): »Conservatism, the Protestant Right, and the Failure of Religious History«, in: *Journal of The Historical Society* 4, S. 447–493.
- Helland, Christopher (2004): »Popular Religion and the World Wide Web. A Match Made in (Cyber) Heaven«, in: Lorne L. Dawson/Douglas E. Cowan (Hg.), *Religion online. Finding Faith on the Internet*, New York: Routledge, S. 23–35.
- Hermida, Alfred/Mellado, Claudia (2020): »Dimensions of Social Media Logics. Mapping Forms of Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram«, in: *Digital Journalism* 8, S. 864–884.
- Hochgeschwender, Michael (2017): »Evangelikalismus: Begriffsbestimmung und phänomenale Abgrenzung«, in: Frederik Elwert/Martin Radermacher/Jens Schlamelcher (Hg.), *Handbuch Evangelikalismus*, Bielefeld: transcript, S. 21–32.
- (2018): *Amerikanische Religion: Evangelikalismus, Pfingstlerum und Fundamentalismus*, Berlin: Verlag der Weltreligionen.
- Holzer, Willibald I. (1993): »Rechtsextremismus – Konturen, Definitionsmerkmale und Erklärungsansätze«, in: *Stiftung Dokumentationsarchiv des österreichischen Widerstandes* (Hg.), *Himberg bei Wien*: Wiener Verlag.
- Hüttmann, Jörn (2011): »Extreme Rechte – Tragweite einer Begriffsalternative«, in: *Forum für kritische Rechtsextremismusforschung* (Hg.), *Ordnung. Macht. Extremismus: Effekte und Alternativen des Extremismus-Modells*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 327–346.
- Jetter, Claudia (2023): »Das Phänomen Christfluencing«, in: *Zeitschrift für Religion und Weltanschauung* 86, S. 159–170.

- Johnson, Stephen D./Tamney, Joseph B. (1982): »The Christian Right and the 1980 Presidential Election«, in: *Journal for the Scientific Study of Religion* 21, S. 123–131.
- Kavakci, Elif/Kraeplin, Camille R. (2017): »Religious beings in fashionable bodies. The online identity construction of hijabi social media personalities«, in: *Media, Culture & Society* 39, S. 850–868.
- Kellstedt, Lyman A./Smidt, Corwin E. (1996): »Measuring Fundamentalism: An Analysis of Different Operational Strategies«, in: John C. Green/Corwin E. Smidt/Lyman A. Kellstedt (Hg.), *Religion and the Culture Wars: Dispatches from the Front*, Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, S. 193–218.
- Kern, Thomas (1997): *Zeichen und Wunder: Enthusiastische Glaubensformen in der modernen Gesellschaft*, Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Kern, Thomas/Pruisen, Insa (2018): »Was ist ein religiöser Markt? Zum Wandel der religiösen Konkurrenz in den USA«, in: *Zeitschrift für Soziologie* 47, S. 29–45.
- Kietzmann, Jan H./Hermkens, Kristopher/McCarthy, Ian P. et al. (2011): »Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media«, in: *Business Horizons* 54, S. 241–251.
- Kneidinger-Müller, Bernadette (2017): »Identitätsbildung in sozialen Medien«, in: Jan-Hinrik Schmidt/Monika Taddicken (Hg.), *Handbuch soziale Medien*, Wiesbaden: Springer VS, S. 61–80.
- Knoblauch, Hubert (2009): *Populäre Religion: Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft*, Frankfurt a.M.: Campus.
- (2018): »Jenseits von Orthodoxie und Heterodoxie. Das populäre Wissen«, in: Michael Schetsche/Ina Schmied-Knittel (Hg.), *Heterodoxie*, S. 140–160.
- Krain, Rebekka/Mößle, Laura (2020): »Christliches Influencing auf YouTube als ›doing emotion‹«, in: *Österreichisches Religionspädagogisches Forum* 28, S. 161–178.
- Krech, Volkhard (2012): »Religion als Kommunikation«, in: Michael Stausberg (Hg.), *Religionswissenschaft*, Berlin: De Gruyter, S. 49–63.
- Lamnek, Siegfried (2005): *Qualitative Sozialforschung*, Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Layman, Geoffrey C. (2016): »Where is Trump's evangelical base? Not in church«, in: *Washington Post* vom 29. März 2016.
- Li, Ruiqian/Froese, Paul (2023): »The Duality of American Christian Nationalism: Religious Traditionalism versus Christian Statism«, in: *Journal for the Scientific Study of Religion* 62 (4), S. 770–801.
- Lomborg, Stine/Ess, Charles (2012): »Keeping the line open and warm«. An activist Danish church and its presence on Facebook«, in: Pauline H. Cheong/Peter Fischer-Nielsen/Stefan Gelfgren et al. (Hg.), *Digital religion, social media and culture. Perspectives, practices, and futures*, New York/Washington, D.C./Baltimore/Bern/Frankfurt: Peter Lang, S. 169–190.

- Lövheim, Mia (2013): »Identity«, in: Heidi Campbell (Hg.), *Digital religion. Understanding Religious practice in new media worlds*, London: Routledge, S. 41–56.
- Luckmann, Thomas (1991): *Die unsichtbare Religion*, Berlin: Suhrkamp.
- Mandes, Sławomir (2015): »The Internet as a Challenge for Traditional Churches. The Case of the Catholic Church in Poland«, in: Daniel Enstedt/Göran Larsson/Enzo Pace (Hg.), *Religion and Internet*, Leiden: BRILL, S. 114–130.
- Marti, Gerardo (2019): *American Blindspot: Race, Class, Religion, and the Trump Presidency*, Lanham: Rowman & Littlefield.
- Marwick, Alice E. (2016): »You May Know Me from YouTube. (Micro-)Celebrity in Social Media«, in: P. D. Marshall/Sean Redmond (Hg.), *A companion to celebrity*, Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons Inc, S. 333–350.
- Mayring, Philipp (2003): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*, Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- McCarthy, Angela F./Olson, Laura R./Garand, James C. (2019): »Religious Right, Religious Left, Both, or Neither? Understanding Religio-Political Identification«, in: *Journal for the Scientific Study of Religion* 58, S. 547–569.
- Meijer, Albert J./Torenvlied, René (2016): »Social Media and the New Organization of Government Communications«, in: *The American Review of Public Administration* 46, S. 143–161.
- Mendl, Hans/Lamberty, Alexandra/Sitzberger, Rudolf (2023): »Influencer, Christfluencer, Sinnfluencer. Das didaktische Potenzial von Selbstpräsentationen in digitalen Welten«, in: André Schütte/Jürgen Nielsen-Sikora (Hg.), *Wem folgen? Über Sinn, Wandel und Aktualität von Vorbildern*, Berlin/Heidelberg: J.B. Metzler, S. 65–79.
- Mertin, Katja (2004): *Zwischen Anpassung und Konfrontation: Die religiöse Rechte in der amerikanischen Politik*, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Meyer-Stolte, Laura/Harder, Pernilla (2022): »»Christfluencerinnen«. Zwischen christlich-fundamentalistischem »Lebensschutz« und »feministischer« Selbstinszenierung in den Sozialen Medien«, in: *Betrifft Mädchen*, S. 182–185.
- Miller, Steven P. (2014): *The Age of Evangelicalism: America's Born-Again Years*, New York/Oxford: Oxford University Press.
- Mudde, Cas (2020): *Rechtsaußen: extreme und radikale Rechte in der heutigen Politik weltweit*, Bonn: Dietz.
- Nymoen, Ole/Schmitt, Wolfgang M. (2021): *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*, Berlin: Suhrkamp.
- Peetz, Thorsten (2021): »Elemente einer Soziologie der Bewertung«, in: Frank Meier/Thorsten Peetz (Hg.), *Organisation und Bewertung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint Springer VS, S. 25–47.
- Possamai, Adam M. (2015): »Popular and lived religions«, in: *Current Sociology* 63, S. 781–799.

- Preoțiu-Pietro, Daniel/Liu, Ye/Hopkins, Daniel et al. (2017): »Beyond Binary Labels: Political Ideology Prediction of Twitter Users«, in: Proceedings of the 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers), Vancouver, Canada: Association for Computational Linguistics, S. 729–740.
- Priester, Karin (2011): »Definitionen und Typologien des Populismus«, in: Soziale Welt 62, S. 185–198.
- (2017): »Rechtspopulismus – ein umstrittenes theoretisches und politisches Phänomen«, in: Fabian Virchow/Martin Langebach/Alexander Häusler (Hg.), Handbuch Rechtsextremismus, S. 533–560.
- PRRI (2023): »A Christian Nation? Understanding the Threat of Christian Nationalism to American Democracy and Culture«. <https://www.prri.org/research/a-christian-nation-understanding-the-threat-of-christian-nationalism-to-american-democracy-and-culture> vom 2. August 2023.
- Rachlitz, Kurt/Waag, Philipp/Gehrmann, Jan et al. (2021): »Digitale Plattformen als soziale Systeme? Vorarbeiten zu einer allgemeinen Theorie«, in: Soziale Systeme 26, S. 54–94.
- Rajadesingan, Ashwin/Budak, Ceren/Resnick, Paul (2021): Political Discussion is Abundant in Non-political Subreddits (and Less Toxic).
- Raschke, Joachim (1988): Soziale Bewegungen: ein historisch-systematischer Grundriss, Frankfurt a.M.: Campus-Verlag.
- Riesebrodt, Martin (1990): Fundamentalismus als patriarchalische Protestbewegung: amerikanische Protestanten (1910–28) und iranische Schiiten (1961–79) im Vergleich, Tübingen: Mohr (Paul Siebeck).
- Sartori, Giovanni (1970): »Concept Misformation in Comparative Politics«, in: The American Political Science Review 64, S. 1033–1053.
- Sartori, Giovanni (1991): »Comparing and miscomparing«, in: Journal of Theoretical Politics 3, S. 243–257.
- Schetsche, Michael/Schmied-Knittel, Ina (Hg.) (2018): Heterodoxie. Konzepte, Traditionen, Figuren der Abweichung, Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schetsche, Michael/Schmied-Knittel, Ina (2018): »Zur Einleitung. Heterodoxien in der Moderne«, in: Dies. (Hg.), Heterodoxie, S. 9–33.
- Schimank, Uwe (2016): Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie (= Grundlagentexte Soziologie), Weinheim: Beltz Juventa.
- Schultze, Quentin J. (1990): »Keeping the faith: American evangelicals and the media«, in: Quentin J. Schultze (Hg.), American evangelicals and the mass media: Perspectives on the relationship between American evangelicals and the mass media, Grand Rapids, Mich.: Academie Books/Zondervan, S. 23–45.
- Simmel, Georg (1992): »Die Kreuzung sozialer Kreise«, in: Otthein Rammstedt (Hg.), Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 456–511.

- Smith, A. G. (2015): »More White Americans adopted than shed evangelical label during Trump presidency, especially his supporters«. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/09/15/more-white-americans-adopted-than-shed-evangelical-label-during-trump-presidency-especially-his-supporters> vom 15. September 2021.
- Smith, Jesse/Adler, Gary J. (2022): »What Isn't Christian Nationalism? A Call for Conceptual and Empirical Splitting«, in: *Socius: Sociological Research for a Dynamic World* 8.
- Smith, Tom W. (1990): »Classifying Protestant Denominations«, in: *Review of Religious Research* 31, S. 225–245.
- Spierings, Niels/Jacobs, Kristof/Linders, Nik (2019): »Keeping an Eye on the People: Who Has Access to MPs on Twitter?«, in: *Social Science Computer Review* 37, S. 160–177.
- Steensland, Brian/Park, Jerry Z./Regnerus, Mark D. et al. (2000): »The Measure of American Religion: Toward Improving the State of the Art«, in: *Social Forces* 79, S. 291–318.
- Stewart, Katherine (2019): *The power worshippers: inside the dangerous rise of religious nationalism*, New York/London/Oxford/New Delhi/Sydney: Bloomsbury Publishing.
- Stichweh, Rudolf (2005): *Inklusion und Exklusion. Studien zur Gesellschaftstheorie*, Bielefeld: transcript.
- Stroope, Samuel/Froese, Paul/Rackin, Heather M. et al. (2021): »Unchurched Christian Nationalism and the 2016 U.S. Presidential Election«, in: *Sociological Forum* 36, S. 405–425.
- Theocharis, Yannis/Cardenal, Ana/Jin, Soyeon et al. (2021): »Does the platform matter? Social media and COVID-19 conspiracy theory beliefs in 17 countries«, in: *New Media & Society* 25 (12), S. 1–26.
- van Dijck, José (2013): *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*, Oxford: Oxford University Press.
- Virchow, Fabian/Langebach, Martin/Häusler, Alexander (Hg.) (2017): *Handbuch Rechtsextremismus (= Edition Rechtsextremismus)*, Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Wald, Kenneth D./Calhoun-Brown, Allison (2014): *Religion and politics in the United States*, Lanham: Rowman & Littlefield.
- Warner, R. S. (1988): *New wine in old wineskins: Evangelicals and liberals in a small-town church*, Berkeley/Los Angeles: University of California Press.
- Whitehead, Andrew L./Perry, Samuel/Baker, Joseph O. (2018): »Make America Christian Again: Christian Nationalism and Voting for Donald Trump in the 2016 Presidential Election«, in: *Sociology of Religion: A Quarterly Review* 79, S. 147–171.

- Whitehead, Andrew L./Perry, Samuel L. (2020): *Taking America Back for God*, Oxford University Press.
- Wiedemann, Felix (2017): »Das Verhältnis der extremen Rechten zur Religion«, in: Fabian Virchow/Martin Langebach/Alexander Häusler (Hg.), *Handbuch Rechts-extremismus*, S. 511–532.
- Wilcox, Clyde (1986): »Evangelicals and Fundamentalists in the New Christian Right: Religious Differences in the Ohio Moral Majority«, in: *Journal for the Scientific Study of Religion* 25, S. 355–363.
- Wilcox, Clyde (1988): »The Christian Right in Twentieth Century America: Continuity and Change«, in: *The Review of Politics* 50, S. 659–681.
- Wilcox, Clyde/Robinson, Carin (2010): *Onward Christian Soldiers?: The Religious Right in American Politics*, Boulder: Taylor & Francis Group.
- Winkel, Heidemarie (2018): »Religion und Geschlecht«, in: Detlef Pollack/Volkhard Krech/Olaf Müller et al. (Hg.), *Handbuch Religionssoziologie*, Wiesbaden: Springer VS, S. 885–909.
- Woodberry, Robert D./Smith, Christian S. (1998): »Fundamentalism et al.: Conservative Protestants in America«, in: *Annual Review of Sociology* 24, S. 25–56.
- Wuthnow, Robert (1996): »Restructuring of American Religion. Further Evidence«, in: *Sociological Inquiry* 66, S. 303–329.
- Xu, Weiai W. (2020): »Mapping Connective Actions in the Global Alt-Right and Antifa Counterpublics«, in: *International Journal of Communication* 14, S. 1070–1091.
- Züll, Cornelia/Menold, Natalja (2019): »Offene Fragen«, in: Nina Baur/Jörg Blasius (Hg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, Wiesbaden: Springer VS, S. 855–862.