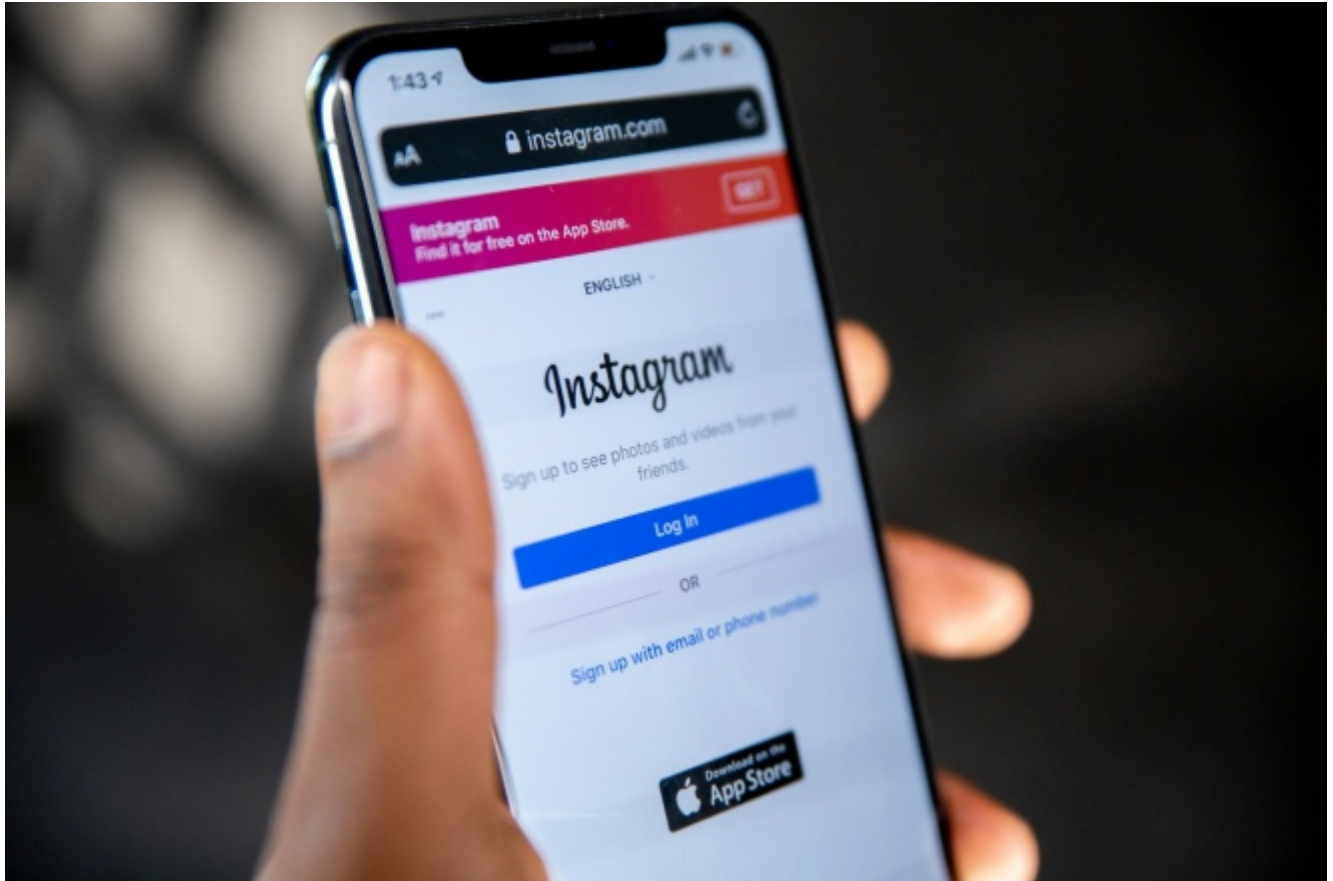


Menschen finden auf Instagram zum Glauben

14. March 2024



Eine Studie zeigt, dass viele Jugendliche über Instagram zum Glauben kommen.

Quelle: Unsplash / Solen Feyissa

Patrick Todjeras hat beim «Willow Creek Kongress» zur aktiven Unterstützung und Teilnahme in sozialen Medien aufgerufen, um den Glauben zu fördern. Dass Menschen in sozialen Medien zum Glauben finden, belegte der Theologe mit einer aktuellen Studie.

Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren sind laut der JIM-Studie 2023 durchschnittlich 224 Minuten täglich online gewesen. Dem Smartphone kommt bei der Online-Zeit mit Messenger-Diensten und Social-Media-Apps eine besondere Bedeutung zu. Zu den wichtigsten Apps bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen gehören WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube, Snapchat und Spotify.

Das Smartphone sei der «treuste, abrufbarste, durchgängig präsente und einflussreichste Begleiter für die eigene Spiritualität und den Zugang zum Glauben», konstatierte Patrick Todjeras, Direktor am Institut zur Erforschung von Mission und Kirche, auf dem «Willow Creek Leitungskongress» 2024 in Karlsruhe.

Aber, wie passen die Nutzung von Smartphones und der christliche Glaube zusammen? Dem ist das Institut nachgegangen und hat die Rolle von Instagram bei der religiösen Konversion und dem Glaubensleben mit einer Studie untersucht. Die Forscher unter der Leitung von Todjeras wollten wissen, ob christliche Influencer eine Art missionarische oder evangelistische Wirksamkeit auf Instagram entfalten können.

Jeder Zweite berichtet von verändernden Erfahrungen im Glauben

Die Untersuchung konzentrierte sich den Angaben von Todjeras zufolge auf 15 christliche Influencer und Netzwerke auf Instagram im deutschsprachigen Raum und deren Follower. Auf ihre Fragen erhielten die Forscher von mehr als 2'500 Followern – Personen im Alter zwischen 13 und 81 Jahren – Antworten. Bislang zeigte sich bei der noch nicht veröffentlichten Studie: 40 Prozent der Befragten gaben an, dass die Profile, denen sie folgen, ihren Alltag und ihre Religiosität beeinflussen. Jeder zweite Befragte gab an, wegen der Influencer nach anderen Meinungen zu Themen des Glaubens aktiv zu suchen.

56 Prozent der Befragten gaben zudem an, durch Instagram eine Veränderung ihres Glaubens erlebt oder zum Glauben gefunden zu haben. Innerhalb der Mitglieder der evangelischen und katholischen Landeskirche berichten der Studie zufolge etwa die Hälfte der Befragten von einer Veränderung im Glauben (evangelisch 54 Prozent, katholisch 50 Prozent). Unter den Mitgliedern evangelischer Freikirchen liegt der Anteil derer, die konversive Erfahrungen gemacht haben, mit knapp 70 Prozent sogar noch deutlich höher. Nach Angaben von Todjeras gelten die Beobachtungen für alle Altersgruppen. Die Altersgruppe mit dem höchsten Anteil an Befragten, die von konversiven Erfahrungen berichten, sind mit 67 Prozent die unter 18-Jährigen.

«Menschen finden auf Insta zum christlichen Glauben. Das ist nicht aussergewöhnlich, sondern ‚normal‘», erläuterte Todjeras die vorläufigen Studienergebnisse bei seinem Vortrag auf dem Willow Creek Kongress, und weiter: «Das betrifft Erwachsene, junge Erwachsene und Jugendliche.»

Lifestyle ist unerheblich



Patrick Todjeras

Quelle: Idea.de

Die Follower schätzten nach Angaben von Todjeras vor allem «Konsistenz und Kompetenz» der Influencer, denen sie folgen. Die Influencer würden von den Followern als aufrichtig, ehrlich, nach christlichen Grundsätzen lebend empfunden und böten hilfreiche Einschätzungen des christlichen Glaubens. Auch, dass die Influencer kompetent über Themen des christlichen Glaubens reden können, mache sie für die Follower interessant. Nicht der Lifestyle werde von den Followern als wichtig oder authentisch angesehen, vielmehr, dass die Influencer über den christlichen Glauben sprächen.

Die Studie identifizierte sieben Faktoren, die zu konversiven Erlebnissen beitragen, darunter positive Emotionen, Krisen, der Einfluss anderer, der Umgang

mit digitalen Medien, aber auch Tradition, wohlgesonnene Eltern und eine christliche Erziehung im Elternhaus. «Es ist vielfältig, was dazu führt, dass Menschen zum Glauben finden», erklärte Todjeras und betonte die Bedeutung kompetenter und konsistenter Kommunikation über den christlichen Glauben im digitalen Raum. Der Theologe ermutigte zur aktiven Unterstützung und Teilnahme in sozialen Medien, um den Glauben zu fördern.

«Um Menschen in Kopf und Herz mit dem Glauben zu berühren, braucht es Menschen, die im digitalen Raum kompetent und konsistent über den christlichen Glauben sprechen», sagte Todjeras, und weiter: «Es braucht digitale Pioniere und Pionierinnen, die fähig sind dort zu leben, zu glauben und zum Glauben einzuladen.»

Dieser Artikel erschien zuerst bei [PRO Medienmagazin](#).

Zum Thema:

[Follower christlicher Influencer: «Auf Instagram erreichen wir Menschen, die wir in der Kirche vermissen»](#)

[Christen in den Sozialen Medien: Livenet-Talk: Christfluencer und Sinnfluencer](#)

[Social Media: Jana Highholder startet YouTube-Kanal über Glaube und Nachhaltigkeit](#)

Autor: Norbert Schäfer

Quelle: PRO Medienmagazin

Tags