

Florian Höhne, Konstantin Lindner,
Manfred L. Pirner (Hg.)

Digitalitätsethische Souveränität

Theologische und religionsdidaktische
Perspektiven auf Influencer:innen

Florian Höhne, Konstantin Lindner, Manfred L. Pirner (Hg.)
Digitalitätsethische Souveränität

Florian Höhne (Prof. Dr. theol.), geb. 1980, lehrt Medienkommunikation, Medienethik und digitale Theologie an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der öffentlichen Theologie, journalistischen Ethik, Verantwortungsethik und digitalen Ethik.

Konstantin Lindner (Prof. Dr. theol.), geb. 1976, lehrt Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts am Institut für Katholische Theologie der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Seine Forschungsschwerpunkte sind Wertebildung, kulturelle (Lehrkräfte-)Bildung, religiöse Bildung in einer Kultur der Digitalität sowie konfessionell-kooperativer Religionsunterricht.

Manfred L. Pirner (Prof. Dr. habil.), geb. 1959, lehrt Religionspädagogik und Didaktik des evangelischen Religionsunterrichts an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Seine Forschungsschwerpunkte sind öffentliche Religionspädagogik, digitale Bildung und religiöse Bildung, Menschenrechte und Kinderrechte.

Florian Höhne, Konstantin Lindner, Manfred L. Pirner (Hg.)

Digitalitätsethische Souveränität

Theologische und religionsdidaktische Perspektiven auf Influencer:innen

[transcript]

Diese Publikation wurde aus Mitteln des Projekts »Digitale Souveränität als Ziel wegweisender Lehrer:innenbildung für Sprachen, Gesellschafts- und Wirtschaftswissenschaften in der digitalen Welt (DiSo-SGW)« (FKZ 01JA23S01A) finanziell bezuschusst, das durch die Europäische Union – NextGenerationEU finanziert und durch das Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) gefördert wurde.

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 © Florian Höhne, Konstantin Lindner, Manfred L. Pirner (Hg.)

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

Die automatisierte Analyse des Werkes, um daraus Informationen insbesondere über Muster, Trends und Korrelationen gemäß § 44b UrhG (Text und Data Mining) zu gewinnen, ist ohne schriftliche Zustimmung der Rechteinhaber*innen untersagt.

Umschlagkonzept: Maria Arndt

Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

<https://doi.org/10.14361/9783839476581>

Print-ISBN: 978-3-8376-7658-7 | PDF-ISBN: 978-3-8394-7658-1

Buchreihen-ISSN: 2703-142X | Buchreihen-eISSN: 2703-1438

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

Digitalitätsethische Souveränität angesichts von Influencing. Einleitung
Florian Höhne, Konstantin Lindner und Manfred L. Pirner9

**I. Digitalitätsethische Souveränität –
grundlegende Perspektiven**

Digitale Souveränität aus theologisch-ethischer Perspektive
Alexander Filipović 17

**Souverän leben in digitalen Abhängigkeiten? Digitalitätsethische Souveränität
aus medienethischer und -pädagogischer Perspektive**
Susanna Endres 31

**Digitalitätsethische Souveränität: die ethische Dimension
digitaler Souveränität im Bildungskontext**
Manfred L. Pirner 49

**Digitalitätsethische Souveränität durch Wertebildung ermöglichen.
Religionsdidaktische Verortungen**
Konstantin Lindner 71

II. Influencing – grundlegende Perspektiven

Christliches Influencing auf Social-Media-Plattformen im deutschsprachigen Raum – Ein Literaturüberblick der gegenwärtigen Forschung

Madlen Geidel 87

Schritte zu einer Ethik des Influencing. Verantwortlichkeiten, Kategorien und Imaginationen

Florian Höhne 101

Influencer:innen und Follower:innen – Kinder und Jugendliche als Rezipierende und Produzierende

Katharina Engel und Johanna Langenhorst 119

Kidfluencing aus kinderrechtlicher Perspektive: Selbstverwirklichung oder Rechtsverletzung?

Jutta Croll und Torsten Krause 135

Ästhetische Perfektion und unbegrenzte Verfügbarkeit – KI-generierte virtuelle Influencer:innen. Theologisch-ethische Überlegungen

Peter G. Kirchschräger 151

Social Media und Influencing aus religionsdidaktischer Perspektive. Grundsatzüberlegungen und Leitlinien

Konstantin Lindner, Manfred L. Pirner, Katharina Engel und Johanna Langenhorst 173

III. Influencing als Herausforderung für Ethik und Bildung – Konkretionen

Religiöse Content Creator:innen und die Zuschreibung von Autorität und Authentizität

Anna Neumaier 195

Das Orientierungspotenzial von Sinnfluencern für ein nachhaltiges Leben. Praxisprojekte in der Primar- und Sekundarstufe	
<i>Hans Mendl, Alexandra Lamberty und Rudolf Sitzberger</i>	213
Top-Influencer:innen und ihre Kritik an Religion in YouTube-Videos. Reichweitenstarke Videos als Herausforderung für die Anbahnung digitalitätsethischer Souveränität	
<i>Markus Brodthage</i>	227
Schönheitsideale und »Gesundheitswahn«. Beauty- und Fitness-Influencer	
<i>Tanja Gojny</i>	245
Influencing und Populismus. Produktive Konvergenzen – verhängnisvolle Allianzen – theologische Herausforderungen	
<i>Kristin Merle und Anita Watzel</i>	259
Im Gewand der Frömmigkeit. Christliche Influencer:innen, subtile Rassismen und die Delegitimierung von Kritik	
<i>Nathalie Eleyth</i>	279
Algorithmen lieben <i>Capybara</i>-Content. Influencing, Digitalität und die Ethik der Mensch-Tier-Beziehung	
<i>Clemens Wustmans</i>	299
Autor:innen	315