

Inhalt

Roland Rosenstock / Ines Sura Zur Einführung	7
Johanna Haberer Gott zwischen Google und Facebook – Moderne Identitätskonstruktionen und evangelische Horizonte	19
Klaas Huizing Affektive Identität. (Religiöse) Anthropologie in Zeiten der Mediatisierung	45
Reinhard Schmidt-Rost Massenmedium Evangelium: Das „andere“ Programm	79
Ilona Nord Kirche als Netzwerkorganisation: Das Beispiel Kirchen und Gemeinden in Netzwerken für Nachhaltigkeit	99
Gerald Kretzschmar Mediatisierte Kommunikation – Konsequenzen für den Gottesdienst	116
Stephanie Gripentrog Der ‚Arabische Frühling‘ der Medien. Beobachtungen zum Verhältnis von Religion und Revolution in der deutschen Medien- berichterstattung	136

Rudolf Kammerl Bildung für eine Kultivierung der mediatisierten Gesellschaft	189
Wenke Liedtke Qualitätskriterien für religiöse Kinderformate	210
Ines Sura Vom Suchen und Suchten – Eine qualitative Studie zur impliziten Religiosität bei Gamerinnen und Gamern in Mecklenburg-Vorpommern	247
Ingrid Stapf Wenn Roboter im Kinderzimmer mitreden und Mobiltelefone als Körperteile erlebt werden: Überlegungen zu einer Kinder- Medien-Ethik in der mediatisierten Gesellschaft	281
Die Autorinnen und Autoren	317