

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>1    Der interaktionistische Konstruktivismus.....</b>	<b>7</b>
<b>2    Jugendkulturelle Modernisierungsaspekte.....</b>	<b>15</b>
2.1    Moderne und Risikogesellschaft.....	15
2.2    Moderne und flüssige Moderne .....	20
2.3    Moderne und Identität.....	27
2.4    Zwischenbetrachtung .....	31
2.5    Sozialisationsinstanzen im Wandel.....	33
2.5.1    Sozialisationsfaktor Familie .....	34
2.5.2    Sozialisationsfaktor Schule.....	35
2.5.3    Sozialisationsfaktor Peergroup .....	36
2.6    Sozialisation im soziokulturellen Umfeld.....	37
2.6.1    Die Medienkindheit .....	37
2.6.2    Die Kommerzialisierung.....	39
2.7    Fazit.....	40
<b>3    Religion und Religiosität.....</b>	<b>47</b>
3.1    Definition Religion und Religiosität.....	47
3.1.1    Substanzielle Religionsansätze.....	47
3.1.2    Funktionale Religionsansätze .....	49
3.1.3    Religion als Konstrukt .....	51
3.1.3.1    Das Reale .....	51
3.1.3.2    Dimensionen der Religiosität .....	53
3.1.3.3    Zentralität der Religiosität .....	56
3.1.4    Fazit .....	61
3.2    Verschwindet die Religiosität? .....	61
3.3    Der Markt der Religionen .....	66
3.4    Fazit.....	69
<b>4    Neue Medien.....</b>	<b>73</b>
4.1    Begriffsdefinition .....	73
4.2    Medientheorien .....	75
4.2.1    Klassische Theorieansätze .....	75
4.2.2    Neuere Theorieansätze .....	76
4.2.3    Der strukturanalytische Ansatz .....	77
4.2.4    Die Cultural Studies.....	87
4.2.4.1    Das Modell „kultureller Kreislauf“ .....	88
4.2.4.2    Fazit .....	90

<b>5</b>	<b>Neue Medien und der Markt der Religionen .....</b>	<b>95</b>
5.1	Religiöse Komponenten der Neuen Medien .....	96
5.1.1	Substanzielle Religionsaspekte der Neuen Medien .....	97
5.1.1.1	(Un-)Mittelbare Religionsdarstellungen .....	97
5.1.1.2	Religiöse Symbole und Motive .....	102
5.1.1.2.1	Reklame .....	102
5.1.1.2.2	Genre <i>Fantasy</i> .....	107
5.1.1.2.3	Genre <i>Science Fiction</i> .....	111
5.1.1.2.4	Genre <i>Horror</i> .....	119
5.1.1.2.5	Genresynkretismus .....	120
5.1.1.3	Mythische Narrationen .....	122
5.1.1.4	Fazit .....	129
5.1.2	Funktionale Religionsaspekte der Neuen Medien .....	131
5.1.2.1	Identitätsstiftung .....	132
5.1.2.2	Handlungsführung im Außeralltäglichen .....	139
5.1.2.3	Verarbeitung von Kontingenzerfahrung .....	144
5.1.2.4	Soziale Gemeinschaftsbildung .....	148
5.1.2.5	Kosmisierung von Welt .....	151
5.1.2.6	Distanzierung von gegebenen Sozialverhältnissen .....	155
5.2	Neue Medien als Marktteilnehmer .....	158
5.3	Die Bedeutung des Marktes der Religionen für Heranwachsende .....	165
<b>6</b>	<b>Hypothesen .....</b>	<b>171</b>
<b>7</b>	<b>Empirisch-quantitative Schülerbefragung .....</b>	<b>177</b>
7.1	Forschungsdesign .....	177
7.1.1	Themenfeld „Bedeutung von Religiosität“ .....	179
7.1.2	Themenfeld „Wandel von Religiosität“ .....	182
7.1.3	Themenfeld „Sakral und Profan“ .....	185
7.1.4	Themenfeld „(Quasi-)Religiöse Funktionen der Neuen Medien“ .....	187
7.1.5	Themenfeld „Religiöse Mediенsozialisation“ .....	189
7.2	Ergebnisse .....	193
7.2.1	Themenfeld „Bedeutung von Religiosität“ .....	193
7.2.2	Themenfeld „Wandel von Religiosität“ .....	203
7.2.3	Themenfeld „Sakral und Profan“ .....	208
7.2.4	Themenfeld „(Quasi-)Religiöse Funktionen der Neuen Medien“ .....	211
7.2.5	Themenfeld „Religiöse Mediенsozialisation“ .....	216
7.3	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse .....	229
<b>8</b>	<b>Religions- und medienpädagogische Konsequenzen der Untersuchungsergebnisse .....</b>	<b>235</b>

<b>9 Konstruktivistische Überlegungen einer medienkritischen Religionsdidaktik und einer religionskritischen Mediendidaktik.....</b>	<b>245</b>
9.1 Lernen zwischen „Ich-will-“ und „Ich-soll-Ansprüchen“ .....	245
9.1.1 Balance der Religionsdidaktik.....	256
9.1.2 Balance der Mediendidaktik .....	258
9.1.3 Gemeinsamkeiten .....	262
9.2 Planungsdidaktik.....	265
9.2.1 Elementare Planung.....	265
9.2.1.1 Deweys Handlungsstufen des Lernens.....	265
9.2.1.2 Handlungsebenen .....	268
9.2.1.3 Medienreligiöse Konsequenzen.....	271
9.2.2 Ganzheitliche Planung.....	278
9.2.3 Situative Planungsreflexion.....	281
9.3 Medienreligiöse Fallbeispiele .....	284
9.3.1 Fallbeispiel „Elementare Planung“.....	285
9.3.2 Fallbeispiel „Ganzheitliche Planung“.....	287
9.3.3 Fallbeispiel „Situative Planungsreflexion“.....	296
<b>10 Fazit.....</b>	<b>315</b>
<b>A Anhang.....</b>	<b>319</b>
A. 1 Fragebogen.....	319
A. 2 Statistische Daten.....	325
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>353</b>