

Manfred L. Pirner

Kinder – Medien – Religion

In diesem Beitrag geht es um die Bedeutung der Medien für das Leben der Kinder und insbesondere für ihre religiöse Entwicklung, Sozialisation, Erziehung und Bildung. Dazu werden zunächst zentrale Ergebnisse und Einsichten aus der aktuellen Forschung skizziert. Die Frage nach der theologischen und pädagogischen Beurteilung solcher Befunde führt weiter zu religionspädagogischen und medienpädagogischen Überlegungen, wie die Kinder darin unterstützt werden können, mit Medien und Religion gleichermaßen kompetent und lebensförderlich umzugehen.

In ihrem amüsant-tiefsinnigen Buch »Hilfe, die Herdmanns kommen« erzählt Barbara Robinson, wie die Herdmann-Kinder – »die schrecklichsten Kinder aller Zeiten« – die Weihnachtsgeschichte von einer Mutter aus der Gemeinde vorgelesen bekommen, weil sie bei dem Weihnachtsspiel der Gemeinde mitspielen sollen, ohne die Geschichte bisher jemals gehört zu haben.

»Und siehe, des Herrn Engel trat zu ihnen«, fuhr Mutter fort, »und die Klarheit des Herrn leuchtete um sie, und ...«

»Batman!«, schrie Hedwig (Herdmann), warf die Arme auseinander und ohrfeigte dabei das Kind neben ihr.

»Wie bitte?«, fragte Mutter. (...)

»Aus dem Dunkel der Nacht erschien Batman, der Rächer der Entrechteten ...«

»Ich weiß nicht, wovon du sprichst, Hedwig«, sagte Mutter. »Das ist der Engel des Herrn, der zu den Hirten auf dem Feld kommt.«

»Aus dem Nichts?«, fragte Hedwig. »Aus dem geheimnisvollen Dunkel der Nacht, ja?«

»Na ja.« Mutter sah etwas unglücklich aus. »Gewissermaßen.«

Hedwig setzte sich wieder hin und sah sehr zufrieden aus. So, als ob das endlich ein Teil der Weihnachtsgeschichte wäre, den sie verstand.

Diese Episode zeigt beispielhaft, dass die Medien mehr mit religiöser Sozialisation und Erziehung zu tun haben, als man häufig denkt. Kinder bringen ihre Medienerfahrungen in ihr Verständnis von religiösen Fragestellungen, Geschichten und Figuren ein, sie stellen Verbindungen zwischen der ihnen vertrauten Medienwelt und der ihnen meist weniger vertrauten Welt der Religion her. Dabei wird deutlich, dass die Medienkultur mehr an religiösen oder religionsähnlichen Elementen enthält als es auf den ersten Blick scheint. Die aus Comics und Filmen bekannte Batman-Figur weist selbst deutlich

religiöse Züge auf: Mit übernatürlichen Kräften kämpft Batman, ähnlich wie seine »Brüder« Superman, Spiderman u. a., unentwegt gegen das Böse für das Gute und opfert sich selbst auf, um die Welt zu retten – Hedwig Herdmanns Vergleich zwischen dem Weihnachtsengel und Batman war also gar nicht so abwegig. Und umgekehrt begegnet den Kindern die biblisch-christliche Tradition überwiegend in Medien: in (Erzählungen aus) der Bibel, in Bildern, Kinderbibeln, Kinder- und Schulbüchern oder in Filmen. Im Hinblick auf religiöse Erziehung und Bildung empfiehlt es sich folglich, die Medienerfahrungen der Kinder wahr- und ernst zu nehmen. Dies gilt umso mehr, als Medien heute eine enorm wichtige Rolle im Leben von Kindern spielen, so dass manche Wissenschaftler sogar von einer »Medienkindheit« sprechen.

Verfügbarkeit von Medien und ihre Nutzung durch Kinder

Nach der Studie »Kinder und Medien« (KIM 2005) sind die bundesdeutschen Haushalte vollständig mit Fernsehgerät, Handy und Videorecorder ausgestattet; Computer stehen in vier von fünf Haushalten zur Verfügung, annähernd drei Viertel der Haushalte haben einen Internetzugang und ebenso viele einen DVD-Player, wobei gerade hier der Zuwachs über die letzten drei Jahre rasant war. Außerdem gibt es in 18 % der Haushalte spezielle Kindercomputer. Gut die Hälfte der 6- bis 13-jährigen Kinder verfügen über eigene Kassettenrecorder, CD-Player, Walkman und Radio. 44 % besitzen einen Gameboy und 42 % haben einen eigenen Fernseher. Handy (36 %) und Spielkonsole (35 %) sowie MP3-Player (17 %) liegen ebenso im Aufwärtstrend wie der Besitz eines eigenen Kindercomputers oder Computers (12 %) und eines eigenen Internetanschlusses (7 %).

Für Kinder im Alter von 3 bis 13 Jahren bleibt das Fernsehen nach wie vor das wichtigste, d.h. das beliebteste und am meisten genutzte Medium. Nach neueren Untersuchungen sehen diese Kinder durchschnittlich ca. eineinhalb Stunden am Tag fern, wobei die 10- bis 13-Jährigen mit durchschnittlich 113 Minuten an der Spitze liegen und der Fernsehkonsum über die Kindheit hinaus mit steigendem Alter immer weiter zunimmt. Für Kinder von 6 bis 13 ist Fernsehen die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität (97 %), gefolgt von Hausaufgaben machen, sich mit Freunden treffen (je 96 %) und Spielen (ca. 93 %). Die Medien, mit denen sich diese Kinder nach dem Fernsehen am häufigsten beschäftigen, sind Hörkassetten oder CDs (79 %). Drei Viertel der 6- bis 13-Jährigen nutzen – wenigstens ab und zu – einen Computer, wobei Jungen gegenüber Mädchen, Gymnasiasten gegenüber Hauptschülern leicht in der Überzahl sind. Den Umgang mit dem Computer erlernen Kinder ganz überwiegend von den Eltern. Am häufigsten wird am Computer gespielt (über 60 %), für die Schule gearbeitet (49 %) und im Internet gesurft (41 %). Immerhin 10 % geben an, regelmäßig CDs zu brennen oder Bilder/Videos zu bearbeiten.

Medien und kindliche Entwicklung

Ungefähr im Alter von einem Jahr können die meisten Kinder zwischen dem Bild eines Objekts und dem Objekt selber unterscheiden. Zwei- bis vierjährige Kinder neigen noch dazu zu glauben, dass im Fernseher kleine Leute wohnen; sie gehen davon aus, dass die Fernsehfiguren sie sehen können. Noch bis zum Alter von fünf Jahren haben viele Kinder Schwierigkeiten, zwischen fiktiven (z. B. Comics) und »realen« (z. B. Nachrichten) Fernsehsendungen sowie zwischen Werbung und anderen Programmen zu unterscheiden. In diesem Alter fällt es ihnen noch schwer, über Filmschnitte hinweg das gleiche Objekt bzw. die gleiche Person (die jetzt in einer anderen Perspektive erscheint) wieder zu erkennen. Über die Hälfte der 5- bis 6-jährigen Kinder können noch nicht verstehen, dass Fernsehrollen durch Schauspieler dargestellt werden. Erst ab acht Jahren nimmt das Verständnis dafür, dass Fernsehprogramme und Filme »gemacht« werden, deutlich zu.

Diese Befunde weisen darauf hin, dass die kindliche Wahrnehmung von Filmen und Fernsehsendungen sich deutlich von jener der Erwachsenen unterscheidet. Sie ist bei Kindern bis ins Grundschulalter hinein eher »szenisch«, d. h. an einzelnen eindrücklichen Bildern und Sequenzen orientiert, während der Gesamtzusammenhang, die Handlungsabläufe und Geschichten kaum vollständig verstanden werden. Dies kann dazu führen, dass Szenen von Kindern als bedrohlich und Angst machend erlebt werden, die Erwachsene als harmlos erleben und umgekehrt. Das eher szenische und stark emotionale Medienerleben von (v. a. jüngeren) Kindern führt außerdem dazu, dass sie mit Mediengeschichten tendenziell kreativ-spielerischer umgehen als Erwachsene: Sie verwenden die gesehenen Szenen gleichsam wie Bausteine, die sie in ihre Vorstellungen und Gefühlswelten »einbauen« und dabei häufig verändern. Mit solchen Effekten wird man auch bei der medialen Vermittlung von biblischen Geschichten rechnen müssen.

Die Vorlieben für Medien verändern sich parallel mit der Entwicklung der Kinder. Bei jüngeren Kindern finden z. B. Comic-Serien und Sendungen des Kinderkanals (KI.KA) die höchste Aufmerksamkeit, ältere Kinder bevorzugen »realistischere« Actionserien sowie Sport- und Musiksendungen (v.a. Jungen) oder Daily Soaps (v. a. Mädchen). Einsamer Spitzenreiter in der Beliebtheitskala der 6- bis 13-Jährigen (!) ist hier nach wie vor die (seit 1992 laufende!) RTL-Serie »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« (GZSZ).

Zum Einfluss der Medien auf Kinder

Übereinstimmend weisen alle neueren Studien darauf hin, dass Kinder nicht lediglich als passive Medienkonsumenten zu betrachten sind, die den manipulativen Wirkungen der Medien hilflos ausgeliefert sind. Medienrezeption ist vielmehr ein aktiver Prozess, bei dem auch und gerade Kinder – überwiegend unbewusst – auswählen, deuten und bewerten, was sie wahrnehmen. Wie die gesamte Wirklichkeit um sie herum nut-

zen Kinder auch die Medienwirklichkeit dazu, eigene Bedürfnisse (z. B. Neugier, Abwechslung, Unterhaltung) zu befriedigen sowie Entwicklungsaufgaben (z. B. Identitätsbildung, Umgang mit dem anderen Geschlecht) oder aktuelle Probleme (z. B. Krach mit Freunden, Scheidung der Eltern, Tod eines Angehörigen) zu verarbeiten. Ihre individuellen Voreinstellungen und Leitbilder, ihre Sicht von Welt und Wirklichkeit tragen Kinder an die Medien heran und »suchen« in ihnen Hinweise zur Lebensbewältigung, ethische Orientierung und personale Vorbilder. Was sie dort finden, prägt wiederum ihre Sicht von Welt und Wirklichkeit, führt sie in die vorherrschenden Weltbilder und Wertvorstellungen unserer Kultur ein und gibt ihnen vielfältige Anstöße zum eigenen Nachdenken und Aktivwerden.

Folglich ist die Art und Qualität der Medieninhalte – trotz der aktiv-konstruktiven Medienrezeption – von großer Bedeutung. So finden z. B. Kinder mit einer christlichen Sozialisation oder mit religiösen Fragen in den Fernsehgeschichten nur wenige Identifikationsfiguren, die Christsein vorleben oder sich konstruktiv mit religiösen Fragen beschäftigen. Dagegen begegnen ihnen die Typen des einsam kämpfenden Mannes und der fügsamen Frau zuhauf in Mediengeschichten und diese können die Problemlösungsstrategien sowie die Geschlechterrollenverständnisse der Kinder einseitig beeinflussen.

Große Einigkeit besteht in der Medienforschung darüber, dass das Fernsehen ab dem Alter von frühestens vier Jahren in eingeschränktem Umfang und mit bewusst durch Erwachsene gesteuerter Auswahl von Sendungen eher zur Förderung der kindlichen Entwicklung als zu deren negativer Beeinträchtigung beiträgt. Als »Spiegel und Spielmaterial« erweitern Mediengeschichten den Erfahrungsraum und das Wissen der Kinder, fördern Selbstwahrnehmung und Sichtweisen, das Nachdenken über sich selbst, andere und die Welt sowie die Auseinandersetzung mit existenziellen Themen und verstärken insgesamt gesehen prosoziale Haltungen. In dieser Weise können Mediengeschichten zur Förderung der moralischen und religiösen Entwicklung der Kinder beitragen, denn in den Medien werden häufig gerade solche Grundthemen und Grundfragen des Menschseins thematisiert, die in der Alltagskommunikation tendenziell ausgeklammert werden: Schuld und Schicksal, Leid und Tod, Liebe und Leidenschaft, Sinn des Lebens und manchmal auch Glaube und Religion. Umgekehrt fördert ethische und religiöse Erziehung und Bildung die Kompetenz der Kinder, sich mit Medieninhalten differenziert auseinanderzusetzen und höhere Ansprüche an Medienunterhaltung zu entwickeln.

Ein wichtiges Ergebnis der Forschung ist, dass der soziale Nahbereich, also vor allem die Familie und später die Freunde, entscheidend dafür verantwortlich sind, ob die Medien einen eher positiven oder negativen Einfluss auf Kinder haben: Fernsehen lernt man in der Familie. Dies gilt grundsätzlich auch für den Umgang mit anderen Medien. Gerade die Wirkung von problematischen Medieninhalten wie z. B. Gewaltdarstellungen hängt stark vom Umgang mit Aggressionen in der Familie und später im näheren Freundeskreis ab. Außerdem spielen Reflexionsfähigkeit und Geschlecht eine wichtige Rolle. So können manche Kinder (eher Jungen aus einem problematischem familiärem Umfeld und mit geringer Reflexionsfähigkeit) durch Gewaltdarstellungen in Filmen aggressiver werden, andere dagegen (eher Mädchen aus »intaktem« familiä-

rem Umfeld und mit höherer Reflexionsfähigkeit) können durch das Sehen der gleichen Gewaltdarstellungen sogar weniger aggressiv bzw. friedliebender werden. Man kann also davon ausgehen, dass es eine Risikogruppe von Kindern gibt, die durch problematische Medieninhalte negativ beeinflusst werden. Die Größe dieser Gruppe lässt sich nur schwer einschätzen und wird von Wissenschaftlern/-innen zwischen 8 % und 30 % eingeordnet. Relativ unabhängig vom sozialen Umfeld scheint die unspezifisch aktivierende Wirkung von spannend-aufregenden Filmen auf Kinder zu sein, die, vor allem bei umfangreichem Medienkonsum und mangelnder Bewegung, zu Aktivitäts- und Aggressionsstaus führen kann – wie sie sich häufig am Montagmorgen in Kindergarten oder Grundschule »entladen«.

Medienkultur – Religionsersatz oder Brücke zur Religion? Theologische und (religions-)pädagogische Perspektiven

Am eingangs erwähnten Beispiel der Batman- oder Superman-Geschichten kann man sich veranschaulichen: Die Erzählungen der populären Medienkultur bieten heutigen Kindern vieles an, was mitteleuropäischen Kindern früher vorwiegend in den biblischen Geschichten und im gelebten christlichen Glauben der Familie und Gemeinde begegnete. So z. B. die Vergewisserung, dass dieses Leben einen Sinn hat, dass jeder Mensch und jedes Kind wertvoll ist, und die Hoffnung, dass die Begrenztheiten und Beeinträchtigungen des Lebens – notfalls mit »wunderbaren« Mitteln – überwunden werden können, so dass letztlich alles, Leben und Welt, zu einem »guten Ende« finden wird. Zahlreiche Wissenschaftler/-innen weisen darauf hin, dass die Medien in westlichen Gesellschaften einen Teil der Funktionen der Religion übernommen haben und sie somit für nicht wenige Menschen eine Art Religionsersatz darstellen. Als *Religions-Ersatz* können die Medien bezeichnet werden, weil sie in der Regel ohne einen ausdrücklichen Bezug auf Gott auskommen und weil sie nicht in erster Linie am Wohl der Menschen, sondern am kommerziellen Profit orientiert sind – was aus theologischer Sicht kritisch zu sehen ist. Unter diesem Blickwinkel erscheinen die Medien als *verdrängende Konkurrenz* zur Religion, zumal sie durch die aufwändigen und kostspieligen medienästhetischen Inszenierungen sowie ihre Unterhaltsamkeit eine Attraktivität erreichen, mit der es die kirchlichen und religionsdidaktischen Mittel nur selten aufnehmen können.

Andererseits zeigen sich gerade in Mediengeschichten wie Batman oder Superman Wirkungen der christlichen Tradition und ihrer Wertvorstellungen in den Bereich der populären Medienkultur hinein. Theologisch ist generell davon auszugehen, dass der Geist Gottes auch in der scheinbar so profanen Medienkultur wirkt, weshalb sich in ihr »Gleichnisse des Himmelreiches« (Karl Barth) sowie *Brücken zu Religion und christlichem Glauben* entdecken lassen. Diese Sicht wird durch empirische Untersuchungen gestützt, die zeigen, dass ein umfangreicher Fernsehkonsum Jugendlicher durchaus mit einer positiven Haltung gegenüber dem Christentum einhergehen kann.

Ob die Medien eher als Religionsersatz von »wirklicher« Religion weg- oder ob sie als Brücken zu Religion und christlichem Glauben – zu deren Kenntnis, Verständnis und Wertschätzung – hinführen, wird wiederum stark vom sozialen Umfeld sowie von den konkreten Medieninhalten abhängen. Die Bedeutung des sozialen Umfelds verweist auf die Chancen religiöser Erziehung und Bildung in Familie, Gemeinde, Kindergarten und Schule, die mit einer kritischen Medienerziehung Hand in Hand gehen kann. Auf konkrete Medieninhalte bezogen lässt sich in den letzten zehn Jahren zumindest ein religionsfreundlicheres Gesamtklima in der Medienkultur feststellen, in dem religiöse Lebensformen und kirchliche Institutionen auch positiv dargestellt werden. Durch die Anknüpfung an populäre Medienerzählungen und deren religiöse Inhalte kann religiöse Erziehung und Bildung deren ästhetische Qualität und Faszinationsfähigkeit produktiv nutzen, statt in Konkurrenz zu ihnen zu treten.

Eine ähnliche Ambivalenz wie unter theologischer Perspektive zeigt sich bezüglich der Medienkultur unter pädagogischem Blickwinkel: Einerseits stimmt es bedenklich, wie Kinder heutzutage von den Medien umworben werden und populäre Geschichten oder Figuren im alles umfassenden »Merchandising« (in Film, Buch, Hörkassetten, auf Tassen, T-Shirts, als Plüschfiguren usw.) vermarktet werden, so dass sich zu Recht von einer *Kommerzialisierung der Kindheit* sprechen lässt, die in Erziehungs- und Bildungsprozessen kritisch bewusst gemacht werden muss. Andererseits zwingt gerade die kommerzielle Profitorientierung die Medien dazu, auf die Bedürfnisse, Interessen, Fragen und Verständnismöglichkeiten der Kinder einzugehen und zumindest teilweise den pädagogischen Vorstellungen der Eltern zu entsprechen. Viele populäre Mediengeschichten zeigen Kinder als unverzichtbar wichtige Personen, die mitunter sogar das schaffen, woran Erwachsene scheitern, und – vor allem in Disney-Filmen – von denen die Erwachsenen lernen können, was jenseits von Macht und Geld wirklich wichtig im Leben ist – was eine Nähe zu Jesu Mahnung »Wenn ihr nicht werdet wie die Kinder ...« erkennen lässt. Durch solche Medienerzählungen wird das Selbstbewusstsein der Kinder gestärkt und, manchmal mit dem Hang zur romantischen Verklärung, der Eigenwert kindlicher Menschlichkeit betont. Davon lässt sich (religions-)pädagogisch und didaktisch lernen.

Medien und religiöse Erziehung – Leitlinien für die Praxis

Medienerziehung und religiöse Erziehung, Medienbildung und religiöse Bildung können sich gegenseitig ergänzen und befruchten. Sie sollten im pädagogischen Handeln aufeinander bezogen werden. Als Grundprinzip einer medienpädagogisch und religionspädagogisch verantworteten Erziehung und Bildung gilt, dass *sowohl* der kompetente, lebensförderliche Umgang mit Medien unterstützt wird *als auch* Alternativen zur Medienwelt (z. B. personale Begegnung und Interaktion, direkte sinnliche Erlebnisse, Naturerfahrung, Spiel und Sport) aufgezeigt und angeboten werden.

Insbesondere der Medienumgang von jüngeren Kindern sollte *pädagogisch begleitet* werden: Bei der Bestimmung des Umfangs, bei der Auswahl, der Rezeption und

bei der Verarbeitung der Medienerfahrungen sollten die Eltern oder Erziehenden die Kinder nicht allein lassen. Gerade bei der *Auswahl* von Fernsehsendungen können Kinder auf qualitätsvolle Programme und auf die nicht so leicht zu findenden religiös orientierten Kindersendungen (z. B. die BR-alpha-Sendereihe »Anschlitz und Karlheinz«) aufmerksam gemacht werden. In Familie, Gemeinde, Kindergarten und Schule können darüber hinaus religionspädagogisch wertvolle Medien z.B. von kirchlichen Medienstellen besorgt werden (z. B. www.oekumenischer-medienladen.de). Insbesondere durch den Vergleich unterschiedlicher medialer Bearbeitungen religiöser Themen oder biblischer Geschichten kann bei älteren Kindern sowohl das inhaltliche Verständnis als auch die Medienkompetenz gefördert werden.

Beim *gemeinsamen Sehen* von Fernsehsendungen oder Filmen können Erwachsene viel über die Erlebnis- und Verständnisweisen von Kindern erfahren und als Gesprächspartner für Nachfragen zur Verfügung stehen. Dies ist besonders *nach dem Medienerlebnis* für Kinder hilfreich und pädagogisch chancenreich. Durch Gespräche, aber auch durch das Angebot anderer Aktivitäten wie Malen, Basteln oder (Nach-)Spielen sowie aktive Medienarbeit (eigenes Erstellen und Bearbeiten von Fotos, Videos usw.) werden Kinder in Familie, Gemeinde, Kindergarten und Schule dabei unterstützt, das medial Wahrgenommene zu verarbeiten, kreativ damit umzugehen und einen Sinn für die besondere »Sprache« der audiovisuellen Medien zu entwickeln. Dabei kann die religiöse Entwicklung der Kinder, ihr Nachdenken und »Theologisieren« gefördert werden, indem (profane) Medienerzählungen mit religiösen Themen oder biblischen Geschichten in Verbindung gebracht werden.

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür, welches der englische Religionspädagoge John Hull berichtet (Wie Kinder über Gott reden, Gütersloh 1997) und das auf die Eingangsepisode dieses Beitrags zurück verweist, soll an dessen Ende stehen:

VATER (*Im Anschluss an eine Diskussion über Superman*): Wer kann höher springen, Gott oder Superman?

1. KIND (5 Jahre): Gott.

2. KIND (6 1/2 Jahre): Ja, Gott kann besser springen.

VATER: Aber kann Gott springen? Was würde passieren, wenn er springen würde?

2. KIND (*aufgeregt*): Er würde in sich selber hinein springen. Er ist ja schon da. Er ist überall.

VATER (*lachend*): Also, wer kann schnell rennen, Gott oder Superman?

2. KIND: Superman kommt in einer millionstel Sekunde rund um die Welt.

VATER: Und Gott?

2. KIND: Der ist schon da.

VATER: Das heißt, wie schnell Superman auch ist, Gott ist immer erster, weil er schon vorher da ist.

2. KIND: Ja. (*lacht vor Entzücken*)

Literatur

Zum Weiterlesen

- HENNING, KARSTEN/STEIB, RAINER, Leitfaden Medienarbeit. Erfahrungsorientierte Medienpraxis für Religionsunterricht und Bildungsarbeit, München 1997.
- NÄGER, SYLVIA, Kreative Medienerziehung im Kindergarten. Ideen – Vorschläge – Beispiele, Freiburg/Br. u. a. 1999.
- PIRNER, MANFRED L., Fernsehmythen und religiöse Bildung, Grundlegung einer medien erfahrungsorientierten Religionspädagogik am Beispiel fiktionaler Fernsehunterhaltung, Frankfurt/M. 2001.
- SACHER, WERNER, Medienerziehung konkret. Konzepte und Praxisbeispiele für die Grundschule, Bad Heilbrunn 2003.
- SIX, ULRIKE U. A., Medienerziehung in der Familie. Ein Lightfaden. Anregungen und Hilfestellungen für Eltern, Kiel 2003.

Zu Einzelthemen

- DERENTHAL, BIRGITTA, Medienverantwortung in christlicher Perspektive, ein Beitrag zu einer praktisch-theologischen Medienethik, Berlin 2006 (= Theologie und Praxis, 29).
- HARZ, FRIEDER, Kinder & Religion. Was Erwachsene wissen sollten, Seelze-Velber 2006.
- MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (Hg.), KIM-Studie 2005. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-jähriger, URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/Studien/KIM05.pdf> [gefunden 01/2007].
- MOSER, HEINZ, Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter, 4., überarb. u. akt. Aufl., Wiesbaden 2006.
- PAUS-HASEBRINK, INGRID u. a., Medienkindheit – Markenkindheit. Untersuchungen zur multimedialen Verwertung von Markenzeichen für Kinder, München 2004 (Schriftenreihe der LPR Hessen, 18).
- PIRNER, MANFRED L., Religiöse Mediensozialisation. Empirische Studien zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und Religiosität bei SchülerInnen und deren Wahrnehmung durch LehrerInnen, München 2004 (medienpädagogik interdisziplinär, 3).
- PIRNER, MANFRED L./BREUER, THOMAS (Hg.), Medien – Bildung – Religion. Medienpädagogik und Religionspädagogik im Gespräch, München 2004 (medienpädagogik interdisziplinär, 2).
- PIRNER, MANFRED L./RATH, MATTHIAS (Hg.), Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien, München 2003 (medienpädagogik interdisziplinär, 1).