

Helga Theunert und Ulrike Wagner: Neue Wege durch die konvergente Medienwelt

Vergnügen und Information, Kommunikation und Interaktion – all das suchen und finden Heranwachsende heutzutage in einer immer komplexer werdenden Medienwelt. Insbesondere Heranwachsende mit niedrigem Bildungshintergrund sehen die Medien eher als Konsumraum. Für Heranwachsende mit hohem Bildungshintergrund hingegen sind die Medien auch Gestaltungsraum.

Die Studie „Neue Wege durch die konvergente Medienwelt“ gewährt systematische und tiefgehende Einblicke, wie sich Jugendliche in der konvergenten Medienwelt bewegen. (merz 2007-01, S. 42-50)