

von Opfern und Ähnliches wurde auf dem weltweit größten, virtuellen Globus veröffentlicht. Es gelang, ein Bewusstsein für die Lage in Darfur zu schaffen, eine Intervention konnte allerdings nicht herbeigeführt werden. Insgesamt gelingt es den Autorinnen und Autoren, eine vielschichtige Darstellung der Mediengeografie zu liefern. Für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler und Studierende aus den Disziplinen der Geografie, Medienwissenschaft und Ethnologie ist *Mediengeographie* ein aussagekräftiges Gesamtwerk.

Gapski, Harald/Gräber, Lars (2010). **Medienkompetent in Communitys. Sensibilisierungs-, Beratungs-, und Lernangebote.** Schriftenreihe des Landes Nordrhein-Westfalen. München: kopaed. 125 S., 14,80 €

Der neue Band der *Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen* thematisiert Social Networks und Online-Spiele in Kombination mit entsprechenden Sensibilisierungs-, Beratungs-, und Lernangeboten. Verschiedene Autorinnen und Autoren bringen sich zu dieser Thematik in die Publikation ein und zeigen mit theoretischen und praktischen Zugängen die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen der Sensibilisierung, Beratung und des Lernens in Online-Communitys und Online-Spielen. Insbesondere Jugendliche sind die Zielgruppe dieser digita-

len Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten. Zunehmende Probleme wie das Cybermobbing oder die digitale reine Weste, die durch unzureichenden Datenschutz gefährdet wird, nehmen die Autorinnen und Autoren in den Blick. Initiativen und Aufklärungskampagnen auf speziellen Websites und Musikkkanälen wurden bereits initiiert. Ob und inwieweit die Jugend erreicht wird, steht offen im Raum. Allerdings stellt sich die Frage, ob eine Medien- und Sozialarbeit direkt in den Online-Communitys effektiver wäre.

In dem Buch beschreibt Maren Gaidies zwei Kampagnen im *SchuelerVZ* und erklärt, wie Sensibilisierungsangebote funktionieren. Daniel Poli beschreibt das Web 2.0 als jugendkulturellen Raum, in dem Informationen gefunden und Identität geschaffen werden kann. Tanja Adamus gibt hingegen einen Einblick, wie Spielerinnen und Spieler in Online-Spielen agieren. Hier plädiert sie allerdings für keine pädagogischen Eingriffe von außen, sondern für eine Peer-to-Peer-Strategie für mehr Medienkompetenz. Diese und weitere Autorinnen und Autoren diskutieren die Thematik der Medienkompetenz im Internet und versuchen verschiedene Blickwinkel offenzulegen. Die Publikation richtet sich an pädagogische und medienpädagogische Fachkräfte.

Roose, Jochen/Schäfer, Mike S./Schmidt-Lux, Thomas (Hrsg.) (2010). **Fans.** Soziologische Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag. 442 S., 34,95 €

Jugendliche tapezieren die Wände ihrer Zimmer mit Postern ihrer Lieblingsfiguren aus *Twilight*, dem Gewinner der letzten *DSDS-Staffel* oder dem favorisierten Fußballer beim Lieblingsverein. Eingefleischte Fußballanhänger greifen bei der Namenswahl des eigenen Kindes auf den Vornamen des Club-Managers zurück und so mancher nimmt für ein Konzert ‚seiner‘ Band lange Fahrtwege und Wartezeiten sowie teils horrenden Kosten in Kauf. Wohl jeder Mensch hat sich im Laufe seines Lebens einmal als Fan bezeichnet – sei es von einem Sportverein, einer Band oder auch einem Betriebssystem. Doch was ist das eigentlich, ein Fan? Was zeichnet das Fantum aus und lassen sich überhaupt generelle Aussagen über Fans machen? Jochen Roose, Mike S. Schäfer und Thomas Schmidt-Lux haben sich in ihrem Herausgeberwerk *Fans* diesen Fragen angenommen und die Beiträge verschiedener Autorinnen und Autoren zusammengestellt, die das Phänomen im Kontext soziologischer Kategorien systematisch ausleuchten. Im Mittelpunkt steht dabei stets die eigenständige theoretische Bearbeitung. So werden nach der Klärung des Begriffs Fan in den ersten Beiträgen ein-

leitend allgemeine Theorien der Soziologie betrachtet und hinsichtlich ihrer Brauchbarkeit für eine Analyse des Fantums überprüft. Danach werden gegenstandsspezifische Theorien auf Fans bezogen sowie unterschiedliche Fanszenen als empirische Belege angeführt. Insgesamt ist dabei der Einsatz quantitativer und qualitativer Methoden in den Beiträgen recht ausgewogen. Im Einzelnen befassen sich die Autorinnen und Autoren etwa mit Fantum im Zusammenhang mit Emotionen, Sozialisation, Gender oder auch Gewalt, Medien und Religion. Das Werk vermittelt einen sehr guten Einblick in die Fanszenen und die Forschung zu diesem Thema, wenn auch deutlich wird, dass eine weitere Beschäftigung mit der Thematik noch nötig ist. So ist *Fans*, das in den verschiedenen Beiträgen die soziologische Analyse von Fans systematisch und vielseitig fundieren kann, auch als Anregung für weitere Forschungsbemühungen zu verstehen. Für Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftler und insbesondere für Soziologinnen und Soziologen sowie Kulturwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler sowie Lehrende und Studierende der Fachbereiche ist die Lektüre des Buches sicherlich zielführend und zudem durch die verschiedenen Facetten der Beiträge auch ein angenehmer Zeitvertreib.

Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hrsg.) (2010). **Die Online-Inhaltsanalyse**. Forschungsobjekt Internet. Köln: Herbert von Halem. 480 S., 28 €

In den Sozialwissenschaften im Allgemeinen und in der Medien- und Kommunikationswissenschaft im Besonderen zählt die Inhaltsanalyse zu den Schlüsselmethoden. Schließlich lassen sich durch eine Inhaltsanalyse Text, Bild und Ton recht kostengünstig, nonreaktiv und komplexitätsreduzierend erfassen. Doch wie steht es um die Erfassung von Online-Inhalten? Der Online-Bereich stellt eine besondere Herausforderung für die Methode dar – denn Merkmale wie die Dynamik, Multimedialität, Hypertextualität und Nonlinearität führen zu spezifischen Problemen, denen sich die Methode der Inhaltsanalyse annehmen muss. Damit sind die Formen der Online-Kommunikation eine methodische Herausforderung für die Wissenschaft. Der Sammelband *Die Online-Inhaltsanalyse* nimmt sich dem Problem an und leistet mit verschiedenen Beiträgen, die sich sowohl mit der Theorie-Reflexion auseinandersetzen sowie praktische Beispiele von Online-Inhaltsanalysen geben, einen wichtigen Beitrag zur gesonderten Methoden-Reflexion im Online-Bereich. Der Band folgt in seinem Aufbau dabei dem Ablauf eines Forschungsprozesses. So werden

zunächst die theoretischen Grundsteine gelegt, bevor in weiteren Beiträgen Grundgesamtheit und Stichprobenziehung, Analyseeinheit und Kategorienbildung, das Problem der Reliabilität und Validität sowie die Methodenkombination und das Feld der statistisch-automatisierten Inhaltsanalyse behandelt werden. Der Band wird zudem durch Fallbeispiele und Anwendungsfelder aus der Praxis abgerundet und bietet insgesamt eine übersichtliche und aufschlussreiche Darstellung des Themenfeldes. Positiv zu vermerken ist dabei vor allem der hohe Praxisbezug, der durch kleinere Anwendungsbeispiele auch in den eigentlichen Theorie-Beiträgen stets gegeben ist. Der Sammelband bietet für alle Sozialwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler, insbesondere aus der Medien- und Kommunikationswissenschaft, eine gute Handreichung für die Praxis und ist auch für Lehrende und Studierende der einschlägigen Fachrichtungen zu empfehlen.