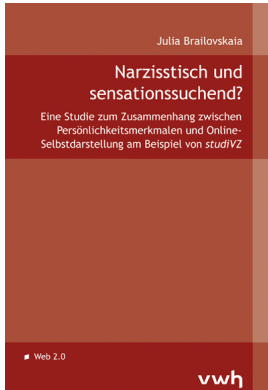


**Carsten Kaiser: Soziale Schließung online** Bildung, Netzwerke und Strategien in *XING*  
Okt. 2015, Hardc./Fadenheft., 164 S., teilw. farb. Abb., ISBN 978-3-86488-088-9, 26,90 € (D), 27,65 € (A), 31,90 CHF  
Online-Plattformen für Social Networking scheinen ihren Nutzern auf den ersten Blick endlose Kontaktmöglichkeiten zu bieten. Wie aber sehen die Strukturen der Netzwerke aus, die Individuen dort knüpfen? Gibt es Grenzen hinsichtlich der Offenheit von Online-Beziehungen in Social Network Sites? Und wie wirken sich klassische Dimensionen sozialer Ungleichheit auf die Netzwerkpraktiken der Teilnehmer aus?



**Julia Brailovskaia: Narzisstisch und sensationssuchend?** Eine Studie zum Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Online-Selbstdarstellung am Beispiel von *studiVZ* Mai 2013, Hardcover, 140 S., teilw. farb. Abb., ISBN 978-3-86488-039-1, 24,50 € (D), 25,19 € (A), 30,90 CHF

Die nach 1982 geborene Generation sei narzisstisch und weit entfernt von einer sozialen Orientierung – unken Einige. Bevölkern also sensationssuchende Narzissten die sozialen Netzwerke? Das Buch bietet eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Thema auf der Grundlage der Analyse theoretischer Konstrukte und interdisziplinärer Forschungsergebnisse. Eine eigene Untersuchung auf der Plattform *studiVZ* beleuchtet den Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen – wie Narzissmus, Sensation Seeking, „Big Five“-Merkmalen, Selbstwertgefühl – mit der Online-Selbstdarstellung sowie -Interaktion.

**Roman Sonnberger: Facebook im Kontext medialer Umbrüche** Eine theoretische und empirische Annäherung Febr. 2012, Hardc., 260 S., 4 farb. Abb., ISBN 978-3-86488-009-4, 29,50 € (D), 30,33 € (A), 37,90 CHF  
*Facebook* hat nach eigenen Angaben weltweit 1,49 Milliarden monatlich aktive Nutzer, von denen rund 1,3 Milliarden auch mobil auf *Facebook* zugreifen (Stand: Juli 2015). Die Zahl der aktiven Nutzer in Deutschland lag im Mai 2014 bei 28 Millionen.

Bei einer derart hohen Verbreitung eines einzelnen Dienstes drängen sich verschiedene Fragen auf: Welche Bereiche des menschlichen Zusammenlebens und Kommunizierens – vor allem in den Bereichen Öffentlichkeit, soziale Beziehungen, Identität und Privatsphäre – werden durch Social Network Sites wie *Facebook* auf welche Weise berührt? Welchen Einfluss hat ein scheinbar omnipräsenter Dienst auf das Kommunikationsverhalten seiner Teilnehmer? Wie wird ihr Alltag davon beeinflusst? Inwiefern sind möglicherweise aber auch Personen von der Allgegenwart von *Facebook* betroffen, die gar keine Mitglieder sind?

Die Arbeit nähert sich diesen Fragen von verschiedenen Seiten: einer theoretischen Diskussion und einem ausführlichen Literatur-Review über die Frage des Verhältnisses von Menschen und Medientechnologien unter Zuhilfenahme so unterschiedlicher Konzepte wie Technologiedeterminismus und symbolische Interaktion einerseits sowie den Ergebnissen empirischer Leitfadeninterviews andererseits.

**Gregor Franz: Die vielen Wikipedias** Vielsprachigkeit als Zugang zu einer globalisierten Online-Welt  
Dez. 2011, Hardcover, 208 S., zahlr. teilw. farb. Abb., ISBN 978-3-86488-002-5, 27,50 € (D), 28,27 € (A), 34,90 CHF

Die *Wikipedia* besteht aus vielen unabhängigen Sprachversionen mit eigenen Regeln und Inhalten. Diese Arbeit stellt zunächst den historischen, organisatorischen und technischen Hintergrund der *Wikipedia* vor. Sie befasst sich dann damit, wie Wissen momentan zwischen den Sprachversionen ausgetauscht wird und inwiefern sich die Prozesse verbessern lassen. Eine Betrachtung gegenwärtiger Lösungsansätze sowie ein Vergleich von Artikeln verschiedener Wikipedias dienen als Grundlage einer eigenen Konzeption.

**Julia Jochem: Performance 2.0** Zur Mediengeschichte der Flashmobs  
Sept. 2011, Hardcover, 140 S., zahlr. farb. Abb., ISBN 978-3-940317-98-8, 24,90 € (D), 25,60 € (A), 29,90 CHF

Flashmobs beschreiben ein Phänomen, das zu einer populären performativen Ausdrucksform avanciert ist. Was bewegt die Teilnehmer? Woher stammen die vielfach skurrilen Ideen, die auf den Bühnen der Städte aufgeführt werden? Geht es dabei nur um Spaß oder ist es vielmehr eine neue Form der Gemeinschaft, die sich auf kurze Zeit zusammenschließt? Und ist dieses Phänomen wirklich so neu oder gab es bereits früher Aktionsformen, die als Wegbereiter für Flashmobs gedient haben könnten? Daneben steht vor allem die Bedeutung des Web 2.0 im Fokus: Ohne *Facebook* & Co. ist das Phänomen Flashmob nicht denkbar.

Michael Roslon in *rezensionen:kommunikation:medien* am 5.6.12: „*Performance 2.0* ist trotz der Monita ein innovativer und lesenswerter Beitrag zur Analyse eines sozialen Phänomens, das derzeit in verschiedenen Zusammenhängen (politisch, religiös, gesellschaftskritisch) eine beliebte Ausdrucksform darstellt und sich derart viral verbreitet, wie die Verfasserin es analytisch erfasst. *Performance 2.0* ist zudem anschlussfähig an die medientheoretischen Arbeiten der Cultural Studies, woraus sich noch weitere Analyseaspekte von Flashmobs ableiten ließen.“

**Reinhard Bauer: Die digitale Bibliothek von Babel** Über den Umgang mit Wissensressourcen im Web 2.0  
Sept. 2010, Hardcover, 174 S., ISBN 978-3-940317-71-1, 26,90 € (D), 27,65 € (A), 37,50 CHF

Das Web 2.0 hat einen Paradigmenwechsel im Umgang mit Informationen eingeleitet. Theoretisch hat jeder Zugang zu vielfältigen Inhalten, kann selbst solche beisteuern und mit anderen teilen. Dieser Demokratisierungsprozess ist allerdings nicht frei von Kontroversen. Führen freie Wissenszugänge im Netz zu mehr oder weniger Bildung? Was macht eine Website zu einer zuverlässigen und vertrauenswürdigen Quelle? Wie können aus der Fülle von Webressourcen hochwertige herausgefiltert werden? Welchen Beitrag leistet Social Software? Wie sieht eine „Informationskompetenz 2.0“ aus? Und wie sind Bibliotheken hier gefordert?

Oliver Schoenbeck bei *Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft*:  
„Reinhard Bauer [...] bietet in seinem Buch *Die digitale Bibliothek von Babel* eine Detailanalyse über den Stand der Wissensvermittlung und auch die Wissensentstehung im Internet. Als Bild zieht sich Jorge Luis Borges' bekannte Erzählung *Bibliothek von Babel* durch den gesamten Text. Gerade der geisteswissenschaftliche Hintergrund des Autors ist damit verantwortlich für eine erfrischend andere Sicht [...].“

**Herbert Frohner: Social Tagging** Grundlagen, Anwendungen, Auswirkungen auf Wissensorganisation und soziale Strukturen der User Aug. 2010, Hardcover, ISBN 978-3-940317-03-2, 26,90 € (D), 27,65 € (A), 38,90 CHF

Social Tagging ist eine neue Methode zur Kategorisierung von Inhalten jeglicher Art, die durch eine Vielzahl von Benutzern gemeinschaftlich entwickelt wird. In dieser Arbeit werden zunächst die Grundlagen und Anwendungen von Social Tagging erörtert, um dann speziell die Effekte im Hinblick auf die Wissensorganisation und die sozialen Beziehungen der Benutzer zu analysieren.

Prof. Dr. Isabella Peters in *Information – Wissenschaft & Praxis*, Nr. 5/11, S. 268 f.: „Das Buch bietet eine solide, kurz gehaltene Einführung in die Thematik um Social Tagging und Folksonomies und eignet sich insbesondere für Leser, die einen schnellen zusammenfassenden Überblick über diesen Gegenstandsbereich erhalten wollen [...].“

**Franz-Reinhard Habel/Andreas Huber (Hg.): Wirtschaftsförderung 2.0**

Erfolgreiche Strategien der Zusammenarbeit von Wirtschaft, Verwaltung und Politik in Clustern und sozialen Netzwerken Mai 2010, ISBN 978-3-940317-68-1, 29,90 (D), 30,74 € (A), 43,90 CHF

Wirtschaftsförderer sind immer mehr die Manager eines flexiblen Beziehungsnetzwerkes, das über die Grenzen der öffentlichen Verwaltung reicht und Unternehmen, Forschung, politische Ebenen und andere Kommunen einschließt. Im Management dieser Netzwerke eröffnet das Web 2.0 neue Möglichkeiten. Die Autoren entwerfen Strategien für eine erfolgreiche „Wirtschaftsförderung 2.0“ auf und zeigen praxisnahe Beispiele.

In der Zeitschrift *Public Marketing*, Sept. 2010, S. 62, heißt es u. a.: „Die Herausgeber haben insgesamt 28 Beiträge gesammelt, die das Potenzial von Web 2.0, dem sogenannten Mitmachnetz, für die Wirtschaftsförderung und die Kommunen aufzeigen. Themen und Autoren sind vielfältig: von der Kommune als Berater, der regionalen Clusterförderung und dem kommunalen Einzelhandel über Businessplattformen zur Kontaktpflege bis hin zum Cybermobbing, Mobile Apps und E-Government. Zu Wort kommen Stadt- und Standortmarketingexperten genauso wie Wirtschaftsförderer, Managementberater, ITler oder Vertreter aus der Hochschullehre.“



**René Stephan: Cyber-Bullying in sozialen Netzwerken** Maßnahmen gegen Internet-Mobbing am Beispiel von *schülerVZ* März 2010, Hardc., 100 S., zahlr. Abb., ISBN 978-3-940317-64-3, 20,90 (D), 21,49 € (A), 30,90 CHF

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist explosionsartig angestiegen, gerade bei jüngeren Zielgruppen. Mobbing – auch Bullying genannt – findet so verstärkt seinen Weg ins Internet. Der Autor arbeitet zunächst die Besonderheiten des Cyber-Bullyings heraus. Welche konkreten Problempotenziale existieren und welche Maßnahmen gegen Bullying die Betreiber bereits getroffen haben, wird dann am Beispiel von *schülerVZ* dargestellt.

**Martina Mara: Narziss im Cyberspace** Zur Konstruktion digitaler Selbstbilder auf der Social Network Site *studiVZ* 2009, Hardcover, 142 S., 28 farb. Abb., ISBN 978-3-940317-46-9, 27,90 € (D), 28,68 € (A), 42,90 CHF

Wächst auf den Selbstvermarktungsbühnen des Web 2.0 eine neue Generation digitaler Narzissten heran? Nach einem theoretischen Teil werden die Ergebnisse einer Befragung von 1.600 Usern der Social Network Site *studiVZ* präsentiert, mit der die Autorin den Zusammenhang zwischen narzisstischer Persönlichkeitsveranlagung und dem Selbstdarstellungsverhalten untersucht hat.

Wenn Sie ein interessantes Manuskript zum Themenfeld „Web 2.0“ haben oder ein Buchprojekt (Monografie, Dissertation, Sammelband, Tagungsband, ...) planen, setzen Sie sich bitte gerne frühzeitig mit dem vwh-Verlag in Verbindung! Die günstigen Konditionen, die herstellerische Qualität, die schnelle Abwicklung und das engagierte Marketing werden auch Sie überzeugen.

**Andres Hutter: Watchblogs: Medienkritik 2.0?** Eine inhaltsanalytische Untersuchung journalistischer Qualität in medienkritischen Weblogs 2009, Hardc., 152 S., ISBN 978-3-940317-12-4, 27,90 € (D), 28,68 € (A), 42,90 CHF

Hat die Medienkritik im Internet ein neues Zuhause gefunden? Der Erfolg von Watchblogs wie dem *BILDblog* deutet darauf hin. Offen bleibt dabei die Frage, ob diese Online-Journalismuskritik selbst journalistischen Qualitätskriterien genügen kann. Auf der Basis einer Diskussion journalistischer Qualitätskriterien erarbeitet Hutter ein empirisches Analyse-Instrument, mit dem die Qualität von zehn deutschsprachigen Medien-Watchblogs (aus D, A, CH) gemessen wird.

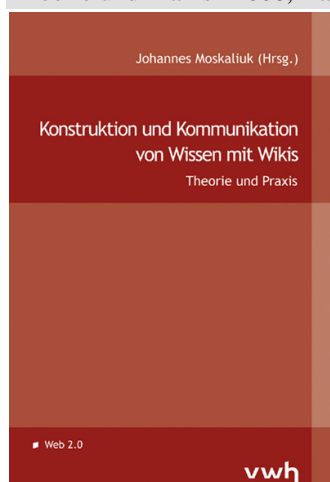
Tobias Eberwein urteilt in *rezensionen:kommunikation:medien* am 16. Mai 2009, dass „*Andres Hutter eine lesenswerte Studie vorgelegt [hat], die – in konsequenter Weiterentwicklung bisheriger Arbeiten – ein wichtiges Thema aufgreift. Der Autor macht anschaulich, dass sich mit einer kritischen Medienbeobachtung in Weblogs verschiedene Potenziale verbinden, die dem herkömmlichen Medienjournalismus neue Entwicklungslinien aufzeigen können.*“

**Jenna L. Brinning: Persönliches Publizieren im Web 2.0** Zur Herausbildung dynamischer Öffentlichkeits-sphären und publizistischer Vielfalt 2008, Hardc., 158 S., 978-3-940317-32-2, UVP: 12,80€ (D/A), 15,90 CHF

Anhand von Habermas' Öffentlichkeitsideal untersucht die Arbeit das Verhältnis zwischen persönlichem Publizieren und Öffentlichkeit mit einem Fokus auf Weblogs. Kritisch geht sie dabei dem Vorwurf der Banalität und Irrelevanz von Weblogs nach und greift die mit dem Aufkommen der Blogosphäre wiederbelebte Diskussion über das Internet als einer „public sphere“ auf. Das Fazit: Als Medium des persönlichen Publizierens erkannt, bereichern Weblogs die Öffentlichkeitssphäre durch größere Meinungs- und Themenvielfalt.

**Johannes Moskaliuk (Hrsg.): Konstruktion und Kommunikation von Wissen mit Wikis**

Theorie und Praxis 2008, Hardc., 166 S., zahlr. Abb. (S/W), 978-3-940317-29-2, 27,50 € (D), 28,27 € (A), 43,90 CHF



In den „Lesetipps“ des E-Learning-Portals *e-teaching.org* bespricht Dr. Anne Thilloßen den Sammelband und schreibt u.a.: „*Der Herausgeber sowie zwei weitere Autoren arbeiten am Institut für Wissensmedien (IWM) in Tübingen, an dem aus kognitionspsychologischer Perspektive die Bedeutung (digitaler) Medien in Lernprozessen erforscht wird; die weiteren Autoren sind in den Praxisfeldern Schule und Industrie tätig. Diese Kombination hat sich im Buch in einer praxisorientierten Darstellung theoretischer Grundlagen und einer theoriegeleiteten Auswertung von Praxiserfahrungen niedergeschlagen – und in einer Fülle von Tipps, Hinweisen und Denkanregungen.*“

Bernhard Trager im *Handbuch E-Learning*, 30. Erg.-Lfg., Okt. 2009, S. 46: „*Das Buch ist leserfreundlich gestaltet und geschrieben. [...] Es wird in klarer Sprache auf den Punkt gebracht, worin das Prinzip von Wikis besteht, welche Potenziale, aber auch welche Schwierigkeiten sich daraus ergeben. Wer das Buch liest, wird innerhalb kurzer Zeit viel über Wikis lernen.*“

**Tino Seeber: Weblogs – die 5. Gewalt?** Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs 2008, Hardc., 130 S., teilw. farb. Abb., ISBN 978-3-940317-23-0, UVP: 9,80 € (D/A), 12,90 CHF

Dr. Stefan Anderssohn hat das Buch im Online-Rezensionsdienst *socialnet.de* besprochen; hier ein Auszug: „*Insgesamt macht Seebers Arbeit einen aufgeräumten, ‚smarten‘ Eindruck: ‚In der Kürze liegt die Würze‘ – dieses Sprichwort scheint sich bei dieser Veröffentlichung zu bestätigen. Dies wird nicht nur durch den kompakten Umfang von rund 120 Seiten bewirkt, sondern auch durch eine stringente und flüssige Form der Darstellung. [...] Ebenso stringent wie souverän zieht der Autor wissenschaftliche Erklärungsmodelle sowie aktuelle Forschungsergebnisse heran und schneidet sie auf seine Fragestellung zu. Dabei ist es Seebers Verdienst, Weblogs auch im deutschsprachigen Raum als kritischen Gegenentwurf zu den traditionellen Medien fundiert nachzuweisen. Daher kann die Frage des Buchtitels insofern als beantwortet gelten, als dass dieser Spielart des Web 2.0 durchaus ein emanzipatorischer Aspekt innewohnt, der angesichts seiner gesellschaftlichen Reichweite durch den herkömmlichen Ausdruck ‚Web-Tagebuch‘ nur unzureichend erfasst wird. [...] Insgesamt schließt Seebers Forschungsarbeit zum emanzipatorischen Mediengebrauch am Beispiel Weblogs eine Forschungslücke. [...] Fazit: In seiner explorativen Studie zum emanzipatorischen Mediengebrauch verknüpft Tino Seeber interessante theoretische Perspektiven mit aufschlussreichen empirischen Befunden zur Funktion und Nutzung von deutschsprachigen Weblogs.*“

**Bestellungen** gerne *direkt beim Verlag* unter [www.vwh-verlag-shop.de](http://www.vwh-verlag-shop.de) oder formlos via Mail ([vertrieb@vwh-verlag.de](mailto:vertrieb@vwh-verlag.de)) (auf Rechnung, für Endkunden versandkostenfrei, wiss. Bibliotheken erhalten 5% Rabatt), ferner über Amazon oder den örtlichen Buchhandel. Aktuelle News, Erscheinungstermine, Inhaltsverzeichnisse und Rezensionen gibt es immer im Verlags-Blog unter [www.vwh-verlag.de](http://www.vwh-verlag.de).

**Christoph Mörl, Mathias Groß: Soziale Netzwerke im Internet** Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells 2008, ISBN 978-3-940317-22-3, *vergriffen, kein Nachdruck geplant*  
*StudiVZ, MySpace oder Facebook* – die Strukturen und Basistechnologien hinter diesen sozialen Netzwerken schaffen die Grundlage für eine neue Kommunikationskultur im Internet des 21. Jahrhunderts. Eine Herausforderung für die Gründer und Investoren derartiger Webangebote ist allerdings die Sicherstellung der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit. Die Arbeit beschäftigt sich deshalb mit den Möglichkeiten der Monetarisierung von Social Networks im Internet: Sie betrachtet die aktuellen Entwicklungen in diesem Marktumfeld und analysiert auf Grundlage aktueller soziologischer und betriebswirtschaftlicher Forschung die Erlöspotenziale anhand verschiedener Praxisbeispiele. Auf dieser Basis wird schließlich ein integriertes Geschäftsmodell eines modellhaften Social Networks entwickelt, welches die dynamischen Anforderungen des Web-Umfeldes berücksichtigt und als Orientierungshilfe für zukünftige Entwicklungen in diesem Bereich dienen möchte.

**Sebastian Munz, Julia Soergel: Agile Produktentwicklung im Web 2.0**

2007, Hardcover, 232 S., teilw. farb. Abb., ISBN 978-3-940317-11-7,  
 UVP: 13,80 € (D/A), 17,90 CHF

Auf Basis bestehender Software-Entwicklungsmodelle entwerfen die Autoren ein ganzheitliches Modell zur Produktentwicklung im Web 2.0 mit beschränkten Ressourcen, welches anhand der Konzeption, Entwicklung und Markteinführung von *mite*, einer Webapplikation zur Zeiterfassung, auf Stärken und Schwächen in der Praxis untersucht wird. Es zeigt sich, dass sowohl die Programmiererseite als auch das Produkt- und Projektmanagement umdenken muss, um Produkte entwickeln zu können, die anders sind: schlanker, stabiler, mit höherem Nutzen für den Anwender – und so schlussendlich für das Unternehmen.



Benjamin Birkenhake schreibt in seinem Blog *anmut und demut* am 15.12.07 u.a.: „Agile Softwareentwicklung unter den Bedingungen des Web 2.0 führen sie zu einem konsistenten Modell. Vieles darin ist nicht neu. Ein bisschen Extreme Programming, ein bisschen Pragmatischer Programmierer. Die große Leistung der beiden liegt meiner bescheidenen Meinung nach aber darin, dass sie es irgendwie geschafft [haben], die bestehenden Modelle um eine moralische Dimension zu ergänzen. Eine Moral der Softwareentwicklung, die in ihrem Modell inhärent ist und sich argumentativ rechtfertigen lässt. [...] Das Buch selber ist das beste Fachbuch des Jahres.“

**Florian Renz: Praktiken des Social Networking** Eine kommunikationssoziologische Studie zum online-basierten Netzwerken am Beispiel von *openBC (XING)* 2007, Hardc., ISBN 978-3-9802643-6-5, UVP: 8,90 € (D/A), 11,90 CHF

Thies W. Böttcher bespricht das Buch in *kommunikation@gesellschaft* (9. Jg.) und kommt zu folgendem Fazit: „Die Untersuchung überzeugt vor allem durch das ausgearbeitete Analysemodell für Social Network Sites [...]. Hervorzuheben ist auch die gelungene Verknüpfung verschiedener neuer Methoden der qualitativen Sozialforschung, die zur Identifizierung der Sinndimensionen und zur Entwicklung teilweise überraschender Hypothesen führt.“

Als Querschnittsthema wird die Untersuchung, Diskussion und Nutzung von „Web 2.0“-Technologien und -Anwendungen in diversen Wissenschaftsgebieten thematisiert – dementsprechend finden sich einschlägige Publikationen auch in anderen vwh-Buchreihen, so in der **Reihe „E-Learning“**, z.B.:

- Jürgen Wagner, Verena Heckmann (Hrsg.): Web 2.0 im Fremdsprachenunterricht  
 Ein Praxisbuch für Lehrende in Schule und Hochschule Okt. 2012, ISBN 978-3-86488-022-3, 27,50 €
  - Christian Lehr: Web 2.0 in der universitären Lehre Ein Handlungsrahmen für  
 die Gestaltung technologiegestützter Lernszenarien Juli 2012, ISBN 978-3-86488-024-7, 27,90 €
  - Patrick Bettinger: Medienbildungsprozesse Erwachsener im Umgang mit sozialen Online-Netzwerken  
 Juni 2012, ISBN 978-3-86488-020-9, 25,90 €
  - Michael Beißwenger, Nadine Anskeit, Angelika Storrer (Hrsg.): Wikis in Schule und Hochschule  
 Juni 2012, ISBN 978-3-86488-017-9, 36,90 €
  - Thomas Bernhardt, Marcel Kirchner: E-Learning 2.0 im Einsatz  
 „Du bist der Autor!“ – Vom Nutzer zum WikiBlog-Caster Dez. 2007, ISBN 978-3-940317-16-2, 31,90 €
  - Klaus Himpf: Wikis im Blended Learning Ein Werkstattbericht Febr. 2007, ISBN 978-3-9802643-5-8, 26,90 €
  - Erwin Abfalter: Foren, Wikis, Weblogs und Chats im Unterricht Febr. 2007, ISBN 978-3-9802643-3-4, 24,90 €
- oder in den **„Schriften zur Informationswissenschaft“**, z.B.:
- Matthias Görtz: Social Software as a Source of Information in the Workplace Modeling Information  
 Seeking Behavior of Young Professionals in Management Consulting Dez. 2011, ISBN 978-3-86488-006-3, 31,90 €
  - Alexander Warta: Kollaboratives Wissensmanagement in Unternehmen  
 Indikatoren für Erfolg und Akzeptanz am Beispiel von Wikis Febr. 2011, ISBN 978-3-940317-90-2, 30,90 €
  - Markus Heckner: Tagging, Rating, Posting Studying Forms of User Contribution for  
 Web-based Information Management and Information Retrieval Jan. 2009, ISBN 978-3-940317-39-1, 27,90 €