

## Abstracts

### Deutsch

Andreas Büsch: Das Soziale Netz als Kommunikationsplattform. Mehr als eine jugendpastorale Herausforderung?

Ausgehend von einer immer größeren Internetnutzung im Allgemeinen und einer zunehmenden Relevanz von Web 2.0-Anwendungen im Besonderen stellt sich zunächst die Frage, was das Besondere dieser auch als „Soziales Netz“ bezeichneten Weiterentwicklung des World Wide Web ist. Vor allem die Interaktivität und Dynamik weisen auf eine breit genutzte Kommunikationsfunktion hin, die Menschen in starken und schwachen Bindungen miteinander in Beziehung hält. Dies passt auch zu den in den vergangenen Jahren etablierten Nutzungsgewohnheiten der Internetuser – und zwar durchgängig durch alle Alters- oder sonstigen Nutzergruppen. Ohne dabei die nach wie vor vorhandene Gruppe der Offliner zu übersehen, ist die Frage, welche Herausforderungen dies für die Katholische Kirche bedeutet. Dabei spielt die notwendige Medienkompetenzvermittlung zur gewinnbringenden Nutzung dieser und anderer neuen Medienentwicklungen durch Individuen und Gruppen eine zentrale Rolle.

Christian Klenk: App-Solution am Mobiltelefon. Internetanwendungen für Smartphones sind ein Wachstumsmarkt – und eine Chance für die Kirche

Immer mehr Menschen nutzen das Internet unterwegs mit ihrem Mobiltelefon. Die Geräte und die Netzinfrastruktur wurden in den vergangenen Jahren immer mehr weiterentwickelt. Der wichtigste Grund für den Erfolg der Smartphones und dafür angebotener Applikationen (Apps) dürften gänzlich neue Funktionen sein, die das mobile Internet im Zusammenspiel mit technisch reichhaltig ausgestatteten Geräten bietet. Dank satellitengestützter Ortungsfunktion kann zum Beispiel

bei einer Internetrecherche unterwegs der aktuelle Ort des Nutzers in die Suche einbezogen werden. Das Angebot an Apps wächst enorm, und es gibt auch immer mehr Anwendungen aus dem kirchlichen und religiösen Bereich. Dieser Beitrag beleuchtet den Markt der Smartphone-Apps im Allgemeinen und stellt bislang erhältliche Anwendungen im kirchlich-religiösen Kontext vor wie zum Beispiel digitale Bibeln und Gebetssammlungen für unterwegs, Domführer und Portale kirchlicher Medien.

Reinhard Wittman: Der gerade Weg. Katholische Verlage in der NS-Zeit

In der Mediendiktatur des Nationalsozialismus galten Presse und Verlage der Katholiken als innenpolitische Widersacher, die überwacht, bedroht und ausgeschaltet werden mussten, so Herder, Kösel, Manz, Pustet, Schöningh und Bachem. Trotz zahlreicher Schikanen blieben sie aktiv, bis sie zur Stilllegung gezwungen wurden. Auch die Verbreitung von Broschüren, Hirtenbriefen und Enzykliken wurde massiv behindert, gelang aber dennoch auf teils konspirative Weise. Im 1934 gegründeten Verlag der beiden NS-Gegner Hugo Schnell und Johannes Steiner dienten die kleinen Kirchenführer als Signal katholischen Überdauerns in schweren Zeiten. Bis 1937 waren über eine Million Hefte erschienen, die Gestapo beschlagnahmte einen großen Teil der Auflage als „Kampfschrifttum“. Doch der Verlag überlebte.

Jo Reichertz: Kommunikation, Macht, Identität. Verlässlichkeit als Schlüsselkategorie kommunikativer Macht

Ohne Zweifel kann Kommunikation Menschen dazu bewegen, Dinge zu tun, die sie ohne Kommunikation nicht wollten. Im vorliegenden Artikel wird der Frage nachgegangen, weshalb Kommunikation dazu in der Lage ist, was die Quellen der Kommunikationsmacht sind – und zwar jenseits von Gewalt und Herrschaft. In Auseinandersetzung mit der soziologischen, kommunikationswissenschaftlichen und sprechakttheoretischen Literatur wird die These entwickelt, dass die Kommunikationsmacht sich erst einstellt, wenn die an der Kommunikation Beteiligten eine „Beziehung des Respekts“ entwickelt haben. In einer solchen Beziehung besitzt Kommunikation die Macht, Identität zu festigen oder zu beschädigen. Kommunikationsmacht beruht also auf Beziehung und der daraus resultierenden identitätsschaffenden Fähigkeit der Kommunikation.

## English

Andreas Büsch: Social Network as a Platform for Communication. Is it more than a Challenge for Pastoral Youth?

Regarding the constantly growing usage of internet services in general and an increasing relevance of Web 2.0 in particular, the author puts the first question what characterizes this evolution of the World Wide Web, also called „social network“. Especially interactivity and dynamics indicate that internet is a broadly used means of communication which enables users to keep in touch with each other by strong and weak ties. This correlates with new forms and possibilities for using internet which were developed in the last years – a phenomenon throughout all age and other groups online. Taking also in account the still existing group of offliners (i.e. non-users) the question is put which challenges the Catholic Church faces in this new media world. The author shows some possible fields especially for pastoral youth. For a successful usage of the social network and other new media by individuals and groups it is necessary to teach media skills on all levels of education.

Christian Klenk: App-Solution via Mobile Phone. Internet Applications for Smartphones are a Growing Market – and a Chance for the Church

More and more people are using the internet anytime and everywhere outdoors by mobile phone. These devices and the network infrastructure have been advanced more and more during the last years. The most important reason for the success of smartphones and therefor offered applications (apps) for them might be totally new functions which the mobile internet is featuring together with technically well equipped devices. Because of the built-in locating function based on GPS-satellites it is for example possible for example to implicate the current position of the user while searching in the internet. The number of apps is extremely growing, and more and more applications with ecclesiastic and religious content are available. This article covers the market of smartphone apps in general and presents some of ecclesiastic or religious applications which are already available such as digital bibles and missals, guidebooks for churches or web presentations of ecclesiastical media.

Reinhard Wittman: The Straight Path. Catholic Publishers during the National Socialist Movement in Germany

The media control system of the National Socialist Movement in Germany regarded Catholic press and book publishing companies as domestic political enemies who must be kept under surveillance, threatened, and even eliminated. Targets of the Nazi persecution were for instance the publishing companies Herder, Kösel, Manz, Pustet, Schöningh and Bachem. Despite numerous harassments they could remain active until they were finally closed at the end of World War II. Their distribution of brochures, pastoral letters and encyclicals suffered from massive restrictions, but was nevertheless managed, partly by conspirational means. One example for this proceeding was the publishing house founded in 1934 by Hugo Schnell and Johannes Steiner, two opponents of the National Socialist Movement. Their little guidebooks of famous churches served as symbols of Catholic survival during times of political hardship. By 1937, more than a million booklets had been published, a good portion of which was confiscated as „polemic pamphlets“ by the Nazi secret police Gestapo. But the publishing house endured all dictatorship of the National Socialistic Movement.

Jo Reichertz: Communication, Power, Identity. Reliability as a Key Category of the Power of Communication

Without any doubt communication can move people to do things which they did not want without communication. The article interrogates why communication is able to do that and what are the sources of the power of communication – precisely on the other side of violence and authority. In discussion with the sociological, communication-scientific and speech-act literature the thesis is developed that the power of communication appears when communication partners have experienced a relationship of mutual respect. In such a relationship communication possesses the power to strengthen identity or to damage it. The power of communication therefore is based on personal relationship of respect and the ability of communication to form identity.