

1. Die Seele

§ 1

Jeder Mensch hat auch eine Seele, die ihn, insofern er gesellig lebt, zum Verhaltens- oder GESINNUNGSSUBJEKT einer menschlichen Gesellschaft erhebt und ihn ihrer Sozialpsyche unterwirft. Insofern das Gesinnungssubjekt zugleich Subjekt der modernen Gesellschaft ist, erscheint es als BEWUSSTSEIN. Das Bewußtsein ist der Inbegriff seiner Meinungen, ihr individuelles Ensemble. Alle Bewußtseinsformen sind auf Meinungen reduzierbar, alle Meinungsäußerungen sind bewußte Äußerungen. Das Bewußtsein ist der Begriff des Psychischen.

§ 2

Jede MEINUNG ist ein Bedürfnis, das Bedeutung hat; jedes Bewußtsein ist ein System der Bedürfnisse, dem eine Summe der Bedeutungen entspricht.

§ 3

Alle BEDÜRFNISSE der modernen Gesellschaft sind durch ihre BEDEUTUNGEN verknüpft und insoweit bloß Meinungen (Verknüpfungssaxiom).

§ 4

Alle Meinungen bedeuten das Gleiche, aber nicht gleich viel (Bedeutungsaxiom). Folglich bedeuten alle Bedürfnisse der modernen Gesellschaft das Gleiche, insofern sie moderne Bedürfnisse, also bloße Meinungen sind. Jene Bedürfnisse, die keine bloßen Meinungen sind und deren Befriedigung sich für das Gesinnungssubjekt von selbst versteht, sind bedeutungslos, weil sie nicht kommuniziert werden müssen.

§ 5

Bedürfnisse werden durch KULTUR und VERHALTEN geweckt, Bedeutungen und damit Meinungen gemäß der gesellschaftlich notwendigen VERHALTENSDAUER gebildet. Das bedürfnisweckende Verhalten ist substantiell, das bedeutungsbildende formell. Wie die Bedeutungen so ist auch das formelle Verhalten qualitativ immer gleich und unterscheidet sich nur quantitativ. Die substantiellen Verhaltensweisen dagegen sind so verschieden wie die geweckten Bedürfnisse und daher quantitativ nicht vergleichbar.

KULTUR ist die allgemeine Bedürfnisnatur des Menschen und an jeder Bedürfnisweckung beteiligt. Bedürfnisse, die spontan und unbewußt von einer Kultur geweckt werden, mögen sehr zahlreich, allgemein und dringlich sein, - sie bleiben doch bedeutungslos. Es sind dies die freien Bedürfnisse einer Gesellschaft.

§ 6

Ein Bewußtsein kann sich zu einem anderen nur durch eine Meinungsäußerung in Beziehung setzen. Die MEINUNGSÄUSSERUNG ist die Definition der Bedeutungsgröße einer eigenen Meinung in dem Bedürfnis einer fremden Meinung. Definiendum und Definiens sind qualitativ verschieden und jeweils quantitativ bestimmt. Das sich äußernde Bewußtsein verleiht der (von ihm behaupteten) Größe seiner Bedeutung substantiellen Ausdruck in einer gewissen Menge ganz bestimmter Bedürfnisse eines fremden Bewußtseins.

§ 7

Jede Meinungsäußerung ist eine AUFFORDERUNG zum Meinungs austausch. Die BEFOLGUNG dieser Aufforderung ist ebenfalls eine Meinungsäußerung, das angesprochene Bewußtsein reagiert als Bedeutungssystem und zeigt seine Meinungsfähigkeit.

§ 8

Werden zwei verschiedene Meinungen nicht nur zueinander geäußert, sondern durch die quantitativen Gewichte der Äußerungen auch als bedeutungsgleich anerkannt, können die Meinungen ausgetauscht oder kommuniziert werden. Zweck des MEINUNGSAUSTAUSCHES ist die Verkehrung der Bedürfnisse zwischen zwei Bewußtseinen, damit die Be-

dürfnisse aufhören, bloße Meinungen zu sein; danach sind sie befriedigbar geworden. (Meinungen sind unbefriedigte Bedürfnisse.)

§ 9

Jedes Bewußtsein kann nicht nur ein anderes Bewußtsein, sondern viele andere zum Meinungsaustausch (Kommunikation) auffordern. Seine Meinungsäußerung kann sich vervielfachen, die eigene Bedeutungsgröße in sehr vielen verschiedenen Bedürfnissen sich jeweils besonderen Ausdruck verschaffen. Die Meinungsäußerung wird TOTAL, bezieht sich tendenziell auf die ganze Gesellschaft; alle subjektivierten Bedürfnissysteme (Bedürftige) sind für alle subjektivierten Bedeutungssummen (Bedeutende) Substanzwertungen der eigenen Meinung.

§ 10

Die Meinungsäußerungen werden ALLGEMEIN, wenn die totale Meinungsäußerung auf den Kopf gestellt wird: Nicht mehr ein Bewußtsein (und damit jedes) äußert seine Meinung zu allen anderen, sondern alle zu einunddemselben. Dadurch, daß ein Bewußtsein zum Ausdruck aller Meinungen wird, ist es selber von der allgemeinen Meinungsäußerung ausgeschlossen und auf die totale verwiesen. Alle Bedürfnisse des allgemeinen Bewußtseins sind allgemeine Bedürfnisse und daher positive Meinung schlechthin. Das ALLGEMEINBEWUSSTSEIN ist das besondere Bewußtsein, demgegenüber die anderen jetzt zu EINZELBEWUSSTSEINEN herabgesetzt sind.

§ 11

Wird das individuelle Bewußtsein, das die Rolle des Allgemeinbewußtseins spielt, daraus von einem Kollektivbewußtsein verdrängt, dann wird die Bedürfnisverfassung eines Individuums durch den GEIST eines Kollektivs ersetzt. Der Geist ist das Kollektivbedürfnis, seine Konstitution oder Systemeigenschaft, d.h. Differenzierung, Koordination, Zusammenhalt und Funktionstüchtigkeit der individuellen Subsysteme des kollektiven Bedürfnisorganismus. Geist ist Organisation.

§ 12

Ein Kollektivbewußtsein, das als Allgemeinbewußtsein dient, besteht aus IDEEN: Die Idee ist äußerst bedeutend, weil ihr Bedürfnis rein geistig und die Weckung des Geistes ein außerordentlich langwieriges Verhalten unter günstigen Kulturbedingungen erfordert. Die Idee ist der Gott der Meinungen, GOTT der subjektivierten Ideenbegriff.

§ 13

Nachdem Gott oder die Idee in der Bewußtseins- oder Meinungswelt erschienen, ist die allgemeine Meinungsäußerung eine IDEENÄUSSERUNG. Die Individualbedeutung drückt sich jetzt als geistiges Bedürfnis der Idee aus und die einzelne Meinungsäußerung wird IDEALISIERUNG. Gott und die Gemeinde der Einzelbewußtseine bilden einen ideellen Bund (IDEALVERBAND).

§ 14

Die Idee findet Verwendung als Idee wie als Ideologie. Die Idee als Idee erfüllt die Aufgaben eines allgemeinen BEDEUTUNGSMASSES (für das der Geist eine bloße Imagination ist), einer BEDEUTUNGSVORSTELLUNG (die realen Geist für imaginäre Bedeutung nimmt), eines GEISTIGEN MASSTABS (Ideal, Moral), eines KOMMUNIKATIONSMEDIUMS und eines ORIENTIERUNGSMITTELS. Ferner fungiert die Idee als WELTIDEE (die sich auf keinen Maßstab, weder Ideal noch Moral, festlegen läßt) und als HERRSCHAFTSWISSEN, d.h. als nichtkommuniziertes Geheimnis oder als Wissensschatz.

Anm: Das Ideal ist eine normierte Idee. Deckt sich anfangs auch der reelle mit dem nominellen geistigen Gehalt, so sinkt doch der Realgehalt des Ideals durch seinen Gebrauch unter den Nominalgehalt. Das geistig gehaltlose Ideal ist die Moral. Die Moral ist eine geistlose Idee, aber eine geltende Norm.

§ 15

Die Idee als Idee erfüllt ihre Aufgaben. Die Idee als Ideologie kommuniziert eigensüchtig.

Selbstbestätigung und Selbsterhöhung ist ihr Ziel. IDEOLOGIE ist gesellschaftliche Herrschaft in der Sphäre des Bewußtseins; Seelenherrschaft. Ideologie ist jener Prozeß, worin sich Ideen in neue und bedeutendere Ideen verwandeln. Die Ideologie entsteht, wenn die Idee vom Mittel der Kommunikation zu ihrem Zweck verkehrt wird. (Aber die Verkehrung der Idee vom Mittel zum Zweck der Kommunikation ist ebensowenig eine falsche Idee wie die Idee selber eine falsche Meinung und Gott ein falsches Bewußtsein ist.) Ideologie ist der Egoismus der Idee, ein Bewußtseinsprozeß, der seinen Endzweck in einer BEWUSSTSEINERWEITERUNG hat, die, wenn sie endlich als neue Idee erscheint, der gesellschaftliche SINN ist.

§ 16

Die generelle Ideologieformel lautet: Eine ideelle Meinung kommuniziert mit einer Einzelmeinung und diese wieder mit einer ideellen Meinung dergestalt, daß trotz kommunikativer Bedeutungsgleichheit eine Bewußtseinerweiterung, somit ein Bedeutungszuwachs in Gestalt einer neuen Idee herauskommt. Die Differenz der vermehrten zu den ursprünglichen Ideen ist der Sinn. Jene Gesinnungssubjekte, die die Transsubstantiation der Meinungen aus ideeller in einzelne Form und zurück verinnerlichen und personifizieren, zeigen sich als autonome Bewußtseine gegenüber jenen, die an der Einzelheit ihrer Meinung festhalten. Wer von Idee zu Idee um ihrer selbst willen kommuniziert, ist ein IDEOLOGE.

§ 17

Die Einzelheit der Meinung, die mit der ideologischen Idee sich austauscht, ist die individuelle Tatkraft oder Verhaltenskompetenz eines TÄTERS. Die Befriedigung des Bedürfnisses der TATKRAFT durch den Ideologen ist ein ideologisiertes Verhalten, das neue Meinungen bildet, die einen Bedeutungszuwachs enthalten und folglich Sinn realisieren können. (Übrigens gilt für den Sinn, was für die Bedeutung generell gilt: Alles hat den gleichen Sinn, aber nicht gleich viel!)

§ 18

Jede Ideologie, die zwecks Sinnproduktion einen Meinungsbildungsprozeß in Gang setzt, bedarf nicht nur der Kompetenzen, sondern auch der Traditionen. Traditionen dienen als Meinungsbildungsmittel und beanspruchen neben den menschlichen Kompetenzen einen Teil der Ideen, die als Ideologie fungieren. Jede Ideologie ist somit teils HUMANISMUS, teils TRADITIONALISMUS.

§ 19

MEINUNGSBILDUNG innerhalb einer gegebenen Kultur erfordert Verhalten mit Traditionen. TRADITIONEN sind Meinungen, die als MEINUNGSBILDUNGSMITTEL dienen; ihrer Substanz nach sind sie BILDUNGSBEDÜRFNISSE. Deren TRADITIONELLE BEDEUTUNG überliefert sich der zu bildenden Meinung durch substantielles Verhalten in dem Maße, wie das Bildungsbedürfnis befriedigt wird, aber nur soweit, als dies zur Weckung des neuen Bedürfnisses gesellschaftlich notwendig ist. Die NEUE BEDEUTUNG hingegen wird durch die gesellschaftlich notwendige Verhaltensdauer geschaffen. Die neue Bedeutung einer gebildeten Meinung umfaßt die Bedeutung der aufgewendeten Verhaltenskompetenz und jenen Bedeutungszuwachs, der, als neue Idee realisiert, den Sinn ergibt. Die Gesamtbedeutung einer gebildeten Meinung setzt sich aus traditioneller und neuer Bedeutung zusammen.

§ 20

Die Kommunikation zwischen Ideologen-Bewußtsein und Täter-Bewußtsein führt zum Austausch zweier Meinungen, den Ideen des Ideologen gegen die Kompetenzen des Täters. Nach diesem Austausch hat sich der ideelle Humanismus des Ideologen in reellen Humanismus, d.h. in Kompetenzen, verwandelt; der Täter steht unter ideologischer Herrschaft, sein Verhalten ist ideologisiert, weil er seine Kompetenz nur nach Weisung des Ideologen anwenden darf. Die dabei gebildete Meinung gehört nicht dem Täter, sondern dem Ideologen, der sie in der ÖFFENTLICHKEIT als seine Meinung gegen bedeutungsgleiche Ideen austauscht und aus der Differenz zum eingesetzten Humanismus und Traditio-

nalismus seinen Sinn zu ziehen hofft.

§ 21

Die Verhaltensperioden, in denen Meinungsbildung statthat, werden aufgeteilt in den sinnbildenden und den humanistischen Teil, der die KOMPETENZBEDEUTUNG neubildet. Das Verhältnis des sinnbildenden zum humanistischen Teil des Verhaltens ist der TIEFSINN eines Meinungsbildungsprozesses. Der Tiefsinn kann ebenso durch das Verhältnis der entsprechenden Teile der gebildeten Meinung ausgedrückt werden. Um die Aufteilung der Verhaltensdauer und damit der neuen Bedeutung in Sinn und Kompetenzbedeutung kommt es zwischen Ideologen und Tätern zu kontroversen Meinungsäußerungen, die zu tatsächlichem DEUTUNGSSUMSCHWUNG im Austauschverhältnis von Ideen und Kompetenzen, aber auch zu einem KOMMUNIKATIONSBRUCH führen können. Ist der Kommunikationsbruch endgültig, zerstört er den Meinungscharakter der Bedürfnisse und den Bewußtseinscharakter der Gesinnungssubjekte und endet im GLAUBENSKRIEG. Im Glaubenskrieg glauben die Ideologen an die bedürfnislose Bedeutung der Idee, die Täter an das bedeutungslose Bedürfnis der Kompetenz.

§ 22

Die SINNENTLEERUNG des modernen Lebens ist die Folge des ideologisierten Verhaltens, dem die Veräußerung der eigenen Kompetenz vorangeht. Die Sinnentleerung des menschlichen Tuns ist um so größer, je mehr Tiefsinn produziert wird.

§ 23

Jeder Ideologe ist um mehr Sinn, um Vertiefung des Tiefsinns bemüht. Diese SINNSTEIGERUNG beruht auf Sinnerweiterung oder auf Sinnverdichtung. SINNERWEITERUNG ist Sinnsteigerung durch Verlängerung der Verhaltensperiode, deren die Kompetenzbedeutung bildender Teil nicht verkürzt werden kann. SINNVERDICHTUNG verkürzt den die Kompetenzbedeutung bildenden Teil der Verhaltensperiode zugunsten des sinnbildenden Teils, falls die Verhaltensperiode insgesamt nicht mehr verlängert werden kann. Die primitive Methode der Sinnverdichtung ist die Verminderung der Verhaltensbedeutung, die feine Methode dagegen erhöht die Zufriedenheit des Verhaltens,

§ 24

Die gesellschaftlich notwendige Verhaltensdauer zur Bildung einer bestimmten Meinungsart ist Durchschnittsverhalten, dessen Gesamtdauer benötigt wird. Durchschnittlichkeit und Notwendigkeit des Verhaltens ist aber erst nach abgeschlossener Bildung dieser Meinung in ihrer speziellen Öffentlichkeit feststellbar. Das Durchschnittsverhalten hat einen als normal geltenden Grad von Eifer und Zufriedenheit. Der EIFER eines Verhaltens ist die Verausgabung von Tatkraft oder Kompetenz in einer Zeit. Die ZUFRIEDENHEIT, die aus einem Verhalten resultiert, ist sein bedürfnisweckender Effekt bei gegebenem Eifer. Die Hauptmethode der Ideologen, Sinnverdichtung durch höhere Zufriedenheit des Verhaltens zu erreichen, ist die Organisation des Gemeinschaftsverhaltens.

§ 25

Die verschiedenen Ideologien, die miteinander in der Bildung und Äußerung gleicher Meinungen rivalisieren, suchen ihren Sinn zu steigern. Wird eine dieser Ideologien Meinungsführerin, indem sie die Zufriedenheit des Verhaltens über die durchschnittliche Zufriedenheit in ihrer Meinungsbildungsbranche hebt, so sinkt der humanistische Teil ihrer Verhaltensperiode und steigt der sinnbildende. Die meinungsführende Ideologie realisiert einen gesteigerten Sinn. Zugleich erhöht sie die Zahl der gebildeten Meinungen dieser Art und senkt die Bedeutung der einzelnen Meinung. Heben die rivalisierenden Ideologien ihr bedürfnisweckendes Verhalten auf das vom Meinungsführer vorgegebene Niveau der Zufriedenheit an, wird es neuer Durchschnitt und die Sinnsteigerung verschwindet wieder. Allgemein führt die RIVALITÄT der Ideologien zu mehr Tiefsinn.

§ 26

Ein GEMEINSCHAFTSVERHALTEN ist die Aktion mehrerer Täter, die in demselben Bewußtwerdungs- oder Meinungsbildungsprozeß planmäßig neben- und miteinander tätig

sind. Gemeinschaftsverhalten setzt kollektive Zufriedenheit frei, vermindert den zur Meinungsbildung nötigen Traditionsaufwand, stimuliert den Eifer und macht ein neuartiges Verhalten erforderlich: die Führung der Gemeinschaft, die dem Ideologen zufällt. Das Gemeinschaftsverhalten erzeugt also KOLLEKTIVZUFRIEDENHEIT, WETTEIFER, TRADITIONSVERFALL und FÜHRUNGSVERHALTEN.

§ 27

Hat ein Ideologe die Kompetenz mehrerer Täter erworben, um ihr Gemeinschaftsverhalten zu führen, so kann er den Meinungsbildungsprozeß durch INSTANZEN differenzieren, wenn er die gesamte Tätigkeit in einzelne Verhaltensteile zerlegt und jedes Teilverhalten einer Tätergruppe ausschließlich zuweist. Sozial differenziert sind Verhaltensteile, deren Resultate zu kommunizieren sind, bevor sie zu einem Gesamtbedürfnis kombiniert werden können; durch Meinungs austausch vermitteltes Verhalten ist SOZIALVERHALTEN.

§ 28

Bei institutioneller Differenzierung des Gemeinschaftsverhaltens ist die Institution mit Bündelung von der mit Folge ihrer Instanzen zu unterscheiden. Das INSTANZENBÜNDEL weckt seine Teilbedürfnisse nebeneinander und integriert sie abschließend zu einem Gesamtbedürfnis. Die INSTANZENFOLGE analysiert eine Verhaltenskette, deren Glieder nacheinander abzuarbeiten sind und in der jedes geweckte Teilbedürfnis zum Bildungsbedürfnis des folgenden Prozeßteiles wird; das letzte Glied dieser Verhaltenskette liefert das kommunikable Gesamtbedürfnis.

§ 29

Institutionelle Meinungsbildung beruht, bei aller Differenzierung, auf den Verhaltensweisen der Täter und den Kompetenzen ihrer individuellen Bedürfnissysteme. Die meinungsbildende Institution bleibt einer behavioristischen Betrachtungsweise verhaftet und gestattet keine wissenschaftliche Konzeption der Bedürfnisweckung, weil das Instanzensystem auf menschliches Verhalten angewiesen ist. Gleichzeitig vereinfacht, vervollkommt und vervielfacht es die Bildungsbedürfnisse, die als Meinungsbildungsmittel tradiert werden. Die Bildungsbedürfnisse sind entweder WAHRNEHMUNGEN, die dem Verhalten als Mittel, oder MATERIEEN der Wahrnehmung, die dem Verhalten als Objekte dienen. Wahrnehmungen und ihre Materien sind die psychische Substanz des Traditionalismus.

§ 30

Das Endresultat einer fortwährenden Differenzierung allen menschlichen Verhaltens ist der HABITUS, der ein gehaltlos gewordenes Verhalten ist und nur noch minimale Kompetenz voraussetzt. Die durch Habitus geweckten Bedürfnisse sind von entsprechend geringer Bedeutung und zahlreich.

§ 31

Ein psychischer Mechanismus, der partielle Bedürfnisse verhaltenslos weckt, heißt REIZREAKTIONS-SCHEMA. Erlernte Reiz-Reaktions-Schemata sind automatisierter Habitus, der kein Verhalten mehr erfordert. KONDITIONIERUNG ist das Erlernen von Reflexen, das sind Wahrnehmungen von Materien durch Reiz-Reaktions-Schemata. REFLEXE sind Verhaltensersatzmittel, also Wahrnehmungen, die Verhalten erübrigen. Als Bedürfnisweckungsmaschine besteht der Reflex aus drei Teilen: dem WAHRNEHMUNGSREFLEX (instrumenteller Konditionierung), dem REIZLEITUNGSREFLEX und dem MOTIVATIONSREFLEX.

§ 32

Der allgemeine Kulturstoff, aus dem alle Bedürfnisse letztlich gebildet sind, ist die INFORMATION. Jedes Bedürfnis ist manipulierte Information. Im INFORMATIONSPROZESS ist die Differenz von Verhaltensmittel und Verhaltensobjekt aufgehoben, Wahrnehmungen und ihre Materien reagieren selbständig aufeinander. Ein und dieselbe Information kann in verschiedenen Prozessen motivational, reizleitend, reflektorisch, wahrnehmend und

material verwendet werden und schließlich der Prozeßsteuerung dienen.

§ 33

Die Entwicklung der Konditionierung ersetzt das dienende Verhalten der REFLEXTÄTER durch prozeßsteuernde Reiz-Reaktions-Schemata oder durch Informationsprozesse. Eine automatische Bedürfnisweckung setzt einen REFLEXEKOMPLEX voraus, der selber reflex-gesteuert ist und kein menschliches Verhalten erfordert.

§ 34

Reflexe, wie alle Meinungsbildungsmittel, haben eine traditionelle Bedeutung, die sich auf die gebildete Meinung in dem Maße überträgt, wie von den Reflexen ein gesellschaftlich notwendiger Gebrauch gemacht wird. Der Bedeutungsübertrag ist das Produkt aus REFLEXBEDEUTUNG, REAKTIONENZEIT je gewecktem Bedürfnis und OBSOLETHEIT, dividiert durch die VERLERNZEIT des Reflexes, also seine gesamte Lebensdauer.

§ 35 (Anwendbarkeit von Verhaltensersatzmitteln)

Ob menschliche Verhaltensweisen konditioniert, durch Verhaltensersatzmittel verdrängt und also Reflexe eingesetzt werden können, hängt im ideologischen Meinungsbildungsprozeß davon ab, ob die Reflexbedeutung geringer ist als die Bedeutung der freigesetzten Kompetenz. Nichtideologische Bedürfnisweckung dagegen ist bereits dann konditionierbar, wenn die Erlernung der Reflexe eine geringere Verhaltensdauer kostet als durch Anwendung der Reflexe eingespart wird.

§ 36 (Kompetenzbedeutung und Sinn)

Kompetenzbedeutung und Sinn schwanken. Diese Bedeutungsschwankungen sind abhängig von Änderungen der Periode, der Zufriedenheit und des Eifers des Verhaltens. Steigt die Zufriedenheit, bleibt sich Periode und Gesamtbedeutung gleich, aber die Kompetenzbedeutung sinkt, der Sinn steigt und die Bedeutung der Einzelmeinung sinkt; sinkt die Zufriedenheit, sind die Änderungen umgekehrt. Steigt der Eifer bei gegebenem Tiefsinn, steigt auch die Gesamtbedeutung bei gleichbleibender Verhaltensperiode, es steigen Kompetenzbedeutung und Sinn, aber die Bedeutung der Einzelmeinung bleibt sich gleich; sinkt der Eifer bei gegebenem Tiefsinn, sind die Änderungen umgekehrt. Verlängert sich die Verhaltensperiode bei Gegebenheit des Eifers und der Zufriedenheit, steigt die Gesamtbedeutung dergestalt, daß die Kompetenzbedeutung gleichbleibt und der Sinn steigt; umgekehrt, umgekehrt.

§ 37

An sich ist das Verhalten der Täter bedeutungslos, denn erst die gesellschaftlich notwendige Dauer des Verhaltens bildet die Bedeutung. Bedeutend ist die Verhaltenskompetenz. Wird sie kommuniziert, entsteht ein Quantifizierungsproblem, das durch Messung der Anwendung gelöst wird. Die Größe der kommunizierten Verhaltenskompetenz wird nach Zeiten, Resultaten, Merkmalen oder ganzen Lebensläufen des Verhaltens bemessen und das Verhalten selber erscheint als bedeutend. Folglich verwandelt sich die Kompetenzbedeutung in der Kommunikation in VERHALTENSBEDEUTUNG, die als ZEITBEDEUTUNG, RESULTATSBEDEUTUNG, MERKMALSBEDEUTUNG und LEBENSBEDEUTUNG auftritt. Die höheren Formen der Verhaltensbedeutung zerteilen die Öffentlichkeit der Kompetenzen und fördern die Entleerung der menschlichen Tatkraft.

§ 38

Ein ideologischer Prozeß, der sich ständig mit dem gleichen geistigen Potential erneuert und seinen Sinn ausschließlich zur privaten Befriedigung des Ideologen erzeugt, stagniert. Ein IDEOLOGIEWACHSTUM setzt Verzicht des Ideologen auf private Sinnbefriedigung voraus, um Sinnteile ideologisieren zu können. Das Verhältnis des ideologisierten Teils zum gesamten Sinn ist die IDEOLOGISIERUNG des Sinns. Bei gegebenem Tiefsinn und gleicher Rate wachsen größere Ideologien schneller als kleinere. Die absolute Wachstumsgeschwindigkeit zweier Ideologien ist ihre VEREINIGUNG.

§ 39

Das innere Verhältnis des Traditionalismus zum Humanismus begründet den TRADITIONSGEHALT einer Ideologie; er ist BEDÜRFNISRELATION mit BEDEUTUNGSRELATION. Bei unveränderten Bedeutungen jedes Einzelbedürfnisses zeigt eine geänderte Bedeutungsrelation eine entsprechende Änderung der Bedürfnisrelation und der Traditionsgesamtgehalt dieser Ideologie ist ihre SACHLICHKEIT.

§ 40

Die ideologische Sinnverdichtung setzt Täter frei, die den wechselnden Bewußtseinerweiterungen der Ideologie als VERHALTENSRESERVE dienen; deren relatives Gewicht bezüglich der TÄTIGEN KOMPETENZ reguliert die Verhaltensbedeutungen. Die tätige Kompetenz verschwindet ständig im Verhalten, sie wird ideologisch befriedigt und erzeugt laufend Inkompetenz; die eigentliche, als Kompetenz zur Verfügung stehende Kompetenz ist die Verhaltensreserve. Die gesellschaftliche GESAMTKOMPETENZ umfaßt den tätigen und den reservierten Teil; ihr BEFRIEDIGUNGSGRAD ist das Verhältnis von tätiger zu gesamter Kompetenz. Je niedriger der Befriedigungsgrad, desto geringer die Verhaltensbedeutung.

§ 41 (Wachstumsgesetz der Ideologie)

Wächst eine Ideologie, dann nimmt auch der Humanismus zu, der verstärkt mit Kompetenzen kommuniziert, was die Kompetenzbedeutung ansteigen läßt. Steigende Verhaltensbedeutung macht Verhaltensersatzmittel (Reflexe) vermehrt einsetzbar, wodurch die Sachlichkeit der Ideologie zunimmt und einerseits also die Zufriedenheit des im Meinungsbildungsprozeß verbleibenden Verhaltens ansteigt, andererseits der Befriedigungsgrad abnimmt; beides mindert die Bedeutung des Verhaltens, wodurch der Tiefsinn der Ideologie zunimmt, die daraufhin auch wieder mitsamt ihres humanistischen Teils wachsen kann.

§ 42

Die ideologische Meinungsbildung entläßt zunehmend Täter in die Tatenlosigkeit, die Verhaltensreserve wird tendenziell größer. Sie gestattet einerseits größere Wachstumsschübe der ideologischen Meinungsbildung und andererseits eine Ausdehnung der nichtideologischen einfachen Meinungsbildung in Bereiche bislang unbewußter Bedürfnisweckung. Die BEWUSSTWERDUNG des Unbewußten ist der Kolonialismus des Bewußtseins als Folge entwickelter, sinnverdichtender Ideologie, die sich forcierter Konditionierung bedient. Die Bewußtwerdung des Unbewußten verwandelt die substantielle WELTSEELE in gesellschaftliches Bewußtsein; sie speist sich aus der Verhaltensreserve hochideologischer Gesellschaften und macht aus abhängigen oder tatenlosen Tätern besonders selbständige Bewußtseine, die letztlich von besonders rücksichtslosen Ideologen unterworfen werden.

§ 43

Jede Ideologie erscheint nach- und nebeneinander in drei Gestalten: zuerst ist sie Idee (bzw. Ideal oder Moral), dann Bildung, schließlich neugebildete Meinung und endlich wieder Idee. Der Kreislauf der Ideologie kann von Idee zu Idee, von Bildungsprozeß zu Bildungsprozeß und von Meinung zu Meinung betrachtet werden. Die GENERALIDEOLOGIE umfaßt die drei Kreisläufe der IDEALIDEOLOGIE, der BILDUNGSIDEOLOGIE und der MEINUNGSIDEOLOGIE. Die Bildungsideologie enthält den Humanismus und Traditionalismus substantiell, in der Meinungsideologie zirkuliert der Sinn, weil der Bedeutungszuwachs in der Meinung mitzirkuliert.

§ 44

Verkürzte Sonderformen der Idealideologie treten in der geistigen und der praktischen Bildung auf. GEISTESBILDUNG hat die Substanz der Idee - den Geist - zum unmittelbaren Resultat ihrer Bedürfnisweckung und erübrigt die kommunikative Realisation; die geistige Meinungsbildung ist selber schon Ideenproduktion. Die PRAKTISCHE BILDUNG dagegen resultiert nicht in einer neuen Meinung, sondern das Verhalten selber wird ideell realisiert, also kommuniziert. Geistiger und praktischer Bildung ist gemein, keine Meinung zu bilden; sie sind die meinungslosen Formen der Idealideologie.

§ 45

Die KOMMUNIKATIONSZEIT einer Generalideologie verändert sich direkt zum Umfang der Ideal- und Meinungsideologie und umgekehrt zum Umfang der Bildungsideologie. Verkürzt sich die Kommunikationszeit, nimmt der im Bildungsprozeß befindliche Teil des ideologischen Potentials zu. Bleibt die BILDUNGSPERIODE der Meinungen gleich lang, vergrößert sich ihre Anzahl. Die Kommunikationszeit umfaßt die Dauer des Meinungsaustauschs zwischen Ideen einerseits und Kompetenzen und Traditionen andererseits sowie die Austauschzeit der damit gebildeten Meinungen gegen (mehr) Ideen.

§ 46

Die kommunikative Sphäre verursacht leichte Bewußtseinstrübungen, das sind SINNMINDERUNGEN, mit denen der Kompetenz- und Traditionsaufwand für Austausch, Registratur, Kalkül und Ideenbildung bezahlt wird. Es sind also KOMMUNIKATIONSVERHALTEN, REGISTRIERVERHALTEN, KALKÜLVERHALTEN und IDEALVERHALTEN nebst entsprechender Traditionen nötig. Sinnmindernd wirkt ferner die Existenz der gesellschaftlichen Verhaltensreserve, welche eine speziell IDEOLOGISCHE BELASTUNG darstellt.

§ 47

Aufwendungen, die der Bewahrung und Verbreitung gebildeter Meinungen dienen, steigern nur insoweit deren Bedeutungen, als sie gesellschaftlich notwendig sind. Die Bewahrung (Zeitverschiebung) einer Meinung kostet FRUSTRATION, die Verbreitung (Raumverschiebung) einer Meinung verursacht RAUSCHEN. In der Regel sind Frustrationen und Rauschen teils sinnmindernd, teils bedeutungsbildend. Weil immer mehr Bedürfnisse Meinungen werden, für die sich zudem eine Weltöffentlichkeit herstellt, nehmen Frustration und Rauschen insgesamt zu, sinken aber für die einzelne Meinung.

§ 48

Der Gestaltwandel einer Ideologie, nicht als singuläres Ereignis, sondern als sich ständig wiederholender Prozeß, ist die IDEOLOGIEPERIODE. Die PERIODENLÄNGE setzt sich aus Bildungsperiode und Kommunikationszeit eines Gestaltwandels zusammen. Die Bildungszeit einer Ideologie kann dabei nie kürzer als ihre Verhaltensdauer sein. Wie oft eine Ideologie jährlich ihren Gestaltwandel vollzieht, drückt sich aus in ihrer PERIODIZITÄT.

§ 49

Der Traditionalismus besteht zum Teil aus fixen Ideen, die in der Bildungssphäre zu FESTEN TRADITIONEN werden. Die Bedeutung fester Traditionen überliefert sich wie die Reflexbedeutung (§ 34), und bei konditionierter Meinungsbildung machen Reflexe auch den Hauptteil fester Traditionen aus; ZIRKULÄRTRADITIONEN dagegen sind Materien und Motivationen der Wahrnehmung, die als Bedürfnis wie als Bedeutung immer gänzlich auf die gebildete Meinung übergehen. Humanismus und Zirkulärtraditionen zusammen sind die ZIRKULÄRIDEOLOGIE, die, im Gegensatz zur FIXIDEOLOGIE der festen Traditionen, dem Gestaltwandel vollständig unterworfen ist.

§ 50

Das Produkt aus Tiefsinn und Periodizität einer Ideologie ist ihr JÄHRLICHER TIEFSINN. Ist die erste Periode einer Ideologie durchlaufen, fließt ihrem Ideologen das ideelle Potential zu, das zur Meinungsbildung nötig ist und den Sinn enthält; dieser Rückfluß erfolgt regelmäßig in Abständen von der Länge der Bildungsperiode, falls der Gestaltwandel gelingt. Eine Anzahl von Ideologieperioden, die durch die Nutzungsdauer der Reflexe und sonstiger fester Traditionen zusammenhängen, ist ein IDEOLOGIEZYKLUS. Die Zyklen binden die Perioden durch den fixierten Teil der Ideologien; die Dauer der Zyklen ist durch die Verlernzeit der hauptsächlich, als Meinungsbildungsmittel dienenden Bildungsbedürfnisse, verkürzt durch gesellschaftliche Obsoletheit, bestimmt.

§ 51

Die periodisch gebildete GESAMTMEINUNG einer Gesellschaft setzt sich aus mittel- und unmittelbaren Meinungen zusammen; die mittelbaren Meinungen haben BILDUNGSBEDÜRFNISSE, die unmittelbaren haben KONSUMBEDÜRFNISSE als kulturelle Substanz. Die

Bedeutung der Gesamtmeinung besteht, wie die jeder Einzelmeinung, aus Traditionsbedeutung, Kompetenzbedeutung und Sinn. Zwischen Bildungs- und Konsumbedürfnissen der Gesamtmeinung ist eine gesellschaftliche Grundkommunikation nötig, weil die Bildungsbedürfnisweckung für ihre Täter und Ideologen Konsumbedürfnisse braucht, die nur die Konsumbedürfnisweckung liefern kann; die Konsumbedürfnisweckung dagegen muß ihre befriedigten Bildungsbedürfnisse erneuern, welche nur aus der Bildungsbedürfnisweckung kommen können. Selbstversorger ist die mittelbare Meinungsbildung hinsichtlich ihrer Bildungsbedürfnisse, die unmittelbare Meinungsbildung betrifft ihrer Konsumbedürfnisse.

§ 52

Die gesellschaftliche GRUNDKOMMUNIKATION zwischen mittel- und unmittelbarer Meinungsbildung ist der Austausch der Bildungsbedürfnisse beider Sphären gegen die unmittelbare Meinung insgesamt. Weil aber die mittelbare Meinungsbildung sich mit Bildungsbedürfnissen selbst versorgt, bleibt als Grundkommunikation der Austausch traditionell bedeutender Konsumbedürfnisse gegen Bildungsbedürfnisse von neuer Bedeutung. Das traditionell-bedeutende Konsumbedürfnis ist gleichbedeutend mit dem in seiner Weckung befriedigten Bildungsbedürfnis; die neue Bedeutung des Bildungsbedürfnisses, mit der das traditionell-bedeutende Konsumbedürfnis kommuniziert, ist die Kompetenzbedeutung und der Sinn dieser Sphäre der mittelbaren Meinungsbildung.

§ 53

Innerhalb der Konsumbedürfnisse, die in NOTWENDIGE BEDÜRFNISSE und LUXUSBEDÜRFNISSE zerfallen, kommuniziert die Täterklasse, die notwendige Bedürfnisse befriedigt, mit der Ideologenklasse dieser Sphäre, die sowohl notwendige als auch Luxusbedürfnisse befriedigt; die Kompetenz der Täter, die alle Konsumbedürfnisse, d.h. notwendige wie Luxusbedürfnisse, weckt, kommuniziert mit einem Teil der notwendigen Bedürfnisse vom Umfang der Kompetenzbedeutung und eines Sinnteils, der mit der Weckung notwendiger Bedürfnisse gebildet wird. Die Ideologen der Konsumsphäre kommunizieren ihren gesamten, in der Weckung von notwendigen wie von Luxusbedürfnissen verwirklichten Sinn gegen notwendige Bedürfnisse von der Bedeutung des anderen, noch nicht gegen Kompetenzen eingetauschten Sinnteils und die ganze neue Bedeutung der Luxusbedürfnisse.

§ 54

Die Meinungsausträge innerhalb der gesellschaftlichen Grundkommunikation sind durch IDEENUMLAUF vermittelt.

Es seien die Konsumtraditionen dreigeteilt und der Bildungssinn zweigeteilt und die Ideologen der Bildungsbedürfnisse wie der Konsumbedürfnisse brächten je eine ideelle Vorleistung auf.

Dann würden z.B. die BILDUNGSIDEOLOGEN ideelle Bedeutung für Bildungskompetenzen vorhalten, wofür dann die BILDUNGSTÄTER Konsumbedürfnisse von der Bedeutung des ersten Traditionsteils eintauschten; mit diesem ideellen Kommunikationspotential erwürben die Konsumideologen Bildungsbedürfnisse im Bedeutungsumfang der gesamten Bildungskompetenz, wodurch die Bildungsideologen ihren ideellen Vorschub zurückerhalten hätten.

Die KONSUMIDEOLOGEN würden z.B. Ideen in Umlauf setzen, für die sie Bildungsbedürfnisse von der Bedeutung eines Sinnteils erhielten; die Bildungsideologen veräußerten dann diese Ideen gegen Konsumbedürfnisse von der Bedeutung des zweiten Traditionsteils, so daß jetzt wieder die Konsumideologen diese Umlaufideen in Bildungsbedürfnisse von der Bedeutung des zweiten Sinnteils verwandeln können; dadurch sind die Ideen wieder bei den Bildungsideologen, die sie endlich den Konsumideologen für Konsumbedürfnisse von der Bedeutung des dritten und letzten Traditionsteils überlassen. Die Konsumideologen haben ihre in Umlauf gesetzten Ideen zurückerhalten und zugleich ihr gesamtes traditionalistisches Ideologiepotential seiner kulturalen Substanz nach, nämlich als Bildungsbedürfnis, ersetzt.

§ 55 (Neue Bedeutung und Konsumbedürfnisse)

Die neue Bedeutung und das neugeweckte Bedürfnis beider Sphären, der Bildungsbedürfnisse und der Konsumbedürfnisse, wird durch die Gesamtheit der Konsumbedürfnisse ersetzt. Ideologen und Täter der Gesamtmeinung kommunizieren mit allen Konsumbedürfnissen, auch den von traditioneller Bedeutung.

§ 56 (Ersatz der Fixideologie)

Traditionen gelten als fest, wenn ihre Verlernzeit ein Jahr übersteigt. Die Konsumideologen zerfallen daher in zwei Klassen. Eine, die im laufenden Jahr die Substanz ihrer Fixideologie erneuern muß, und eine andere, die im laufenden Jahr die Bedeutungsübertragung der Reflexe und sonstiger fester Traditionen als Herrschaftswissen ideell anhäuft, insofern die übertragene Bedeutung der Fixideologie kommunikativ realisiert wurde.

Der Teil der Konsumideologen, der seine festen Traditionen erneuern muß, tauscht das angehäuften (ideelle) Herrschaftswissen gegen Bildungsbedürfnisse, die einen Teil des Sinns der Bildungsideologen repräsentieren. Diese Ideen tauschen die Bildungsideologen gegen Konsumbedürfnisse von jenem anderen Teil der Konsumideologen, der seine festen Traditionen noch nicht erneuern muß und den davon übertragenen Bedeutungsteil seiner geweckten Konsumbedürfnisse in der Öffentlichkeit realisiert. Dieser Teil der Konsumideologen kann seine Fixideologie nur deshalb in der Öffentlichkeit ideell realisieren, weil der andere Teil der Konsumideologen jenes Herrschaftswissen, das er aus realisierter Übertragung fester Traditionen angehäuften hatte, in Umlauf setzte.

§ 57 (Ideologiewachstum und Grundkommunikation)

Ideologien müssen wachsen, denn es steigt die ideologiefähige Minimalidee und der Traditionsgehalt. Die Erneuerung einer wachsenden Ideologie nötigt die Ideologen, Sinnanteile in mehr Humanismus und mehr Traditionalismus zu investieren, so daß ihnen nur ein Sinnrest zur persönlichen Befriedigung bleibt. Ideologisches Wachstum modifiziert die gesellschaftliche Grundkommunikation: Die tradierten unmittelbaren Meinungen, die dem wachsenden Traditionalismus zufallen, tauschen sich aus gegen die mittelbaren Meinungen des gewachsenen Humanismus und den Sinnrest an Meinungsbildungsmitteln, den die Bildungsideologen in Konsumbedürfnisse umsetzen.

§ 58

Der ideelle, in Kompetenzen und Traditionen verwandelte AUFWAND zur Bildung einer Meinung stellt nur ihre ideologischen Bildungskosten dar. Die wirklichen Bildungskosten einer Meinung sind das gesamte in sie eingegangene menschliche Verhalten, das lebendige unmittelbare wie das tote Verhalten der Traditionen.

§ 59

Der Sinn, bezogen nicht nur auf den Humanismus, dem er entspringt, sondern auf die ganze Ideologie, ist ihr ERFOLGSERLEBNIS. Das Verhältnis des Erfolgserlebnisses zu seiner Ideologie ist deren ERFOLGSQUOTE; multipliziert mit ihrer Periodizität ist sie jährliche Erfolgsquote. Letztere steigt, wenn die Periodenlänge, die Traditionsbedeutung oder die Kompetenzbedeutung sinkt.

§ 60 (Jahreserfolgsquotendifferenz)

Zwei gleichbedeutende Ideologien mit gleichem Tiefsinn haben verschiedene Erfolgsquoten, wenn ihre Sachlichkeiten oder ihre Periodenlängen verschieden sind. Sind die Periodenlängen beider Ideologien gleich, hat jene mit der geringeren Sachlichkeit die größere Erfolgsquote; sind die Sachlichkeiten gleich, hat die Ideologie mit der geringeren Periodenlänge die größere Erfolgsquote im Jahr.

§ 61

Die Unterschiede jährlicher Erfolgsquoten zwischen den verschiedenen Ideologien einer Gesellschaft gleichen sich zur ALLGEMEINEN ERFOLGSQUOTE aus. Verteilt sich die Gesamtideologie auf zwei Sektoren der Meinungsbildung mit verschiedenen Erfolgsquoten, so wandern Einzelideologien vom Sektor mit der geringeren in den mit der höheren Erfolgsquote, wodurch die Meinungen des zweiten Sektors vermehrt und die des ersten

Sektors vermindert werden, ohne daß die Bedeutung der Gesamtideologie sich ändert. Die Bedeutungen der Meinungen des ersten Sektors werden steigen, die des zweiten Sektors sinken; entsprechend ändern sich die Erfolgsquoten der Ideologien beider Sektoren, bis sie gleich sind und die allgemeine Erfolgsquote der gesellschaftlichen Gesamtideologie hergestellt ist.

§ 62

Die Bedeutung einer einzelnen Ideologie, multipliziert mit der allgemeinen Erfolgsquote, ergibt ihr ALLGEMEINES ERLEBNIS, das sie jährlich hat. Das allgemeine Erlebnis einer Ideologie ist jener Anteil am gesellschaftlichen Sinn, der ihr aufgrund ihrer Bedeutung zusteht.

§ 63

Die Erfolgsbedeutung einer Ideologie ist die Summe aus Aufwand und allgemeinem Erlebnis. Die ERFOLGSBEDEUTUNG einer Meinung ist die jährliche Erfolgsbedeutung der sie bildenden Ideologie, geteilt durch die Anzahl der jährlich gebildeten Meinungen dieser Art. Die ideologisch gebildete Meinung ist ein Bedürfnis mit Erfolgsbedeutung. Die Bedeutung der einfach gebildeten Meinung realisiert sich im Ideal oder in der Moral, die Erfolgsbedeutung der ideologisch gebildeten Meinung in einer vom Ideal abweichenden ÖFFENTLICHEN MORAL.

§ 64 (Erfolgsbedeutung und Sachlichkeit)

Eine allgemeine Erhöhung der Kompetenzbedeutung steigert den Aufwand der Ideologien und senkt ihre allgemeine Erfolgsquote. Bei Ideologien von durchschnittlicher Sachlichkeit wird der gestiegene Aufwand vom gefallenem allgemeinen Erlebnis kompensiert, so daß die Erfolgsbedeutung dieser Ideologie (wie die Öffentlichkeitsmoral ihrer Meinungen) gleich bleibt. Ideologien unterdurchschnittlicher Sachlichkeit verbuchen eine überdurchschnittliche Aufwandssteigerung: ihre Erfolgsbedeutung steigt. Ideologien überdurchschnittlicher Sachlichkeit haben unterdurchschnittliche Aufwandssteigerung: ihre Erfolgsbedeutung sinkt, also sinkt auch die Öffentlichkeitsmoral ihrer Meinungen.

§ 65

Die zunehmende Sachlichkeit der Ideologien erzeugt eine Tendenz zum Fall der Erfolgsquote. Dieser der ideologischen Meinungsbildung innewohnende tendenzielle Mißerfolg bricht sich in seelischen Krisen - den Depressionen - Bahn. Die DEPRESSION ist der akute Fall der allgemeinen Erfolgsquote aller Ideologien. Die Depression verschwindet wieder, wenn der Sinn zunimmt oder die Kompetenz- und Traditionsbedeutung abnimmt.

§ 66

Die wirkliche Heilung der ideologischen Depression ist der DEPRESSIONSVERLAUF von der Depressionsursache (1) über den akuten depressiven Schub (2) hin zur Depressionswirkung (3).

(1) Die Ursache ist die steigende Sachlichkeit der Ideologie, die die Zufriedenheit des Verhaltens derart steigert, daß in der gesellschaftlichen Grundkommunikation ein Übermaß an nichtrealisierbaren Konsumbedürfnissen erscheint.

(2) Die Folge ist ein Bedeutungsverlust aller mittel- und unmittelbaren Meinungen, ein akuter Fall der ideologischen Erfolgsquote, ein Schrumpfen der Meinungsbildung und eine Anhäufung von Herrschaftswissen; der Befriedigungsgrad der gesellschaftlichen Kompetenz wie die Bedeutung von Traditionen und Kompetenzen überhaupt sinkt, was zur generellen ENTIDEOLOGISIERUNG führt. Damit ist die Bedingung für einen Wiederanstieg der allgemeinen Erfolgsquote der Restideologie geschaffen.

(3) Die Wirkung der akuten Krise ist der tatsächliche Wiederanstieg der allgemeinen Erfolgsquote aller überlebenden Ideologien; das führt zur REIDEOLOGISIERUNG des angehäuften Herrschaftswissens und zur Vereinigung alter Ideologien zu neuen, größeren Ideologien. Damit ist die Depression durchlaufen und überwunden.

§ 67

Eine Ideologie, die ausschließlich die Gestalten von Ideal- und Meinungsideologie an-

nimmt, ist eine GESPRÄCHSIDELOGIE (Öffentlichkeitsideologie). Gesprächsideologien, die niemals Meinungsideologie werden, sind IDEEAUSTAUSCHIDEOLOGIEN, die restlichen Gesprächsideologien sind MEINUNGSAUSTAUSCHIDEOLOGIEN. Die Existenz von Gesprächsideologien läßt die allgemeine ideologischen Erfolgsquote steigen, weil der gesellschaftliche Anteil der Ideal- und Meinungsideologie und die Kommunikationszeit insgesamt verringert wird. Die allgemeine Erfolgsquote steigt auch, wenn die Periodizität der Gesprächsideologie erhöht wird, weil deren Umfang und damit der gesellschaftliche Anteil der Ideal- und Meinungsideologie abnehmen und im gleichen Maße die Bildungsideologie zunehmen kann, was auch den Humanismus erhöht und die Sinnproduktion steigert.

§ 68

Die Spezialisierung einiger Ideologien auf besondere Ideologiefunktionen zwecks höherer allgemeiner Erfolgsquote teilt auch das gesamte Erfolgserlebnis in dem Verhältnis auf die Ideologiearten auf, das durch ihren Anteil an der Gesamtideologie gegeben ist. Die Quote des BILDUNGSERFOLGES der (Bildungsideologie enthaltenden) Generalideologie wie des KOMMUNIKATIONSERFOLGES der Gesprächsideologie ist die des allgemeinen Erfolges einer jeden Ideologie. Die BILDUNGSMORAL einer Meinung ist die Summe aus Aufwand und Bildungserfolg oder die Differenz von Öffentlichkeitsmoral und Kommunikationsmoral.

§ 69

Ideologien selber können als austauschbare Meinungen behandelt und in einer speziellen Öffentlichkeit geäußert werden, um schließlich in das IDEOLOGIEGESPRÄCH einzugehen. Ideologie, die erst kommuniziert werden muß, ehe sie in Kompetenzen und Traditionen sich verwandeln und Meinungen bilden kann, ist EINFLUSSIDEOLOGIE.

§ 70

Das Sinnbedürfnis treibt zur Ideologiekommunikation. Ihr Inhalt ist die Teilung des Sinns bzw. des Erfolgserlebnisses zwischen Ideologiegeber und Ideologiennehmer. Die Ideologiegeber sind die Einflußnehmer oder einflußreichen Ideologen, die Ideologiennehmer sind die Einflußgeber oder unternehmungslustigen Ideologen. Die Einflußideologie teilt also die Ideologen in EINFLUSSREICHE und UNTERNEHMUNGSLUSTIGE und das Erfolgserlebnis in EINFLUSS und LUSTGEWINN, der den Unternehmungslustigen zufällt.

§ 71

Die Kommunizierbarkeit jedweden ideellen Potentials als einflußnehmende Ideologie läßt alle Ideologien als sowohl Einfluß gewährend wie Lustgewinn versprechend erscheinen, auch wenn keine Ideologiekommunikation vorherging und die Unternehmungslustigen mit EIGENIDEOLOGIE operieren. Die Eigenideologie realisiert Einfluß und Lustgewinn für denselben Ideologen.

§ 72

Für Ideologen ohne Eigenideologie setzt die Befriedigung ihrer Unternehmungslust voraus, daß sie zu einem oder mehreren Einflußideologen ein GLAUBENSVERHÄLTNIS herstellen, dessen Inhalt die zeitweise Überlassung ideologischen Potentials gegen Einflußgewährung ist; der Einflußreiche gewährt also dem Unternehmungslustigen ein BEKENNTNIS. Die Teilung des Erfolgserlebnisses in Einfluß und Lustgewinn wird bei der Herstellung des Glaubensverhältnisses durch Ideologiegespräch festgelegt; das Teilungsverhältnis wird allein durch Rivalität in dieser speziellen Öffentlichkeit der Ideologien bestimmt.

§ 73

Die Existenz einflußnehmender Ideologien ermöglicht IDEOLOGIEFIKTIONEN. Jede regelmäßige ideelle oder moralische Überzeugung kann als Einfluß einer Ideologie vorgestellt werden; wird der Anspruch auf diese Überzeugung veräußert, verwirklicht sich die Ideologiefiktion als Bedeutung dieses Anspruchs. Die Bedeutungsgröße der ideologischen Fiktion errechnet sich aus der Überzeugungsgröße multipliziert mit Hundert und dividiert durch die Einflußquote (den Prozentsatz des Einflusses an der Ideologie, der ihr gegen-

über auch als Unglauben angerechnet werden kann). Steigt die Einflußquote, schrumpft die Ideologiefiktion; schrumpft aber der Unglauben, dann vergrößert sich die Ideologiefiktion.

§ 74

Anstelle wirklicher Ideale können GLAUBENSIDEALE umlaufen. Wer ein Glaubensideal akzeptiert, legt ein Bekenntnis ab, für das der Bekenntnisnehmer Einfluß in Gestalt eines Unglaubens einräumt. Der UNGLAUBEN ist beim Bekenntnis ein Abzug vom Nominalgehalt des akzeptierten Glaubensideals. Der Ideengeber kann das Glaubensideal vor Ablauf seiner Geltungsfrist durch GLAUBENSBEWEIS eines Dritten, dem der entsprechende Unglauben für die restliche Geltungsdauer des Glaubensideale eingeräumt wird, in wirkliche Ideale verwandeln.

§ 75

MASSEN MEDIEN sind Organisationen, die das ideelle, ideale und moralische Potential einer Gesellschaft erfassen und in Einflußideologie verwandeln; ferner fällt den Massenmedien das Geschäft der Ideenkommunikation zu. Die MASSEN MEDIEN IDEOLOGIE verschmilzt Ideenaustauschideologie mit Einflußideologie.

§ 76

Die Medien selber unterscheiden sich in IDEAL MEDIEN und MEINUNGSMEDIEN. In der politischen Sphäre spiegelt sich diese Differenz als Unterschied öffentlich-rechtlicher und privater Medien. So wie die Idee eine privilegierte Meinung ist, so das Idealmedium ein privilegiertes Medium. Die Meinungsmedien kommunizieren ganz dasselbe wie die Idealmedien: Ideen, Ideale, Moralen, Glaubensideale, Ideologien, und gelegentlich zeigen sie Geist; das Idealmedium hat aber das Vorrecht, die Nationalmoral zu emittieren und ihr Umlaufvolumen zu steuern.

§ 77

Verschmelzen Massenmedien mit genereller Ideologie, dringen also in die konditionierte Meinungsbildung ein, entsteht die höchste Form von Ideologie - die UNIVERSAL IDEOLOGIE. Deren Vorgehensweise ist die Konditionierung der Meinungsbildung unter Verwendung von Massenmedien zur Ideologie-Beschaffung.

§ 78

Mit Meinungsmonopolen vermischte Universalideologie ist MONOPOL IDEOLOGIE; sie ist die Zersetzungsform der Ideologie. Der MONOPOLER FOLG übersteigt das allgemeine Erfolgserlebnis, weil er Monopolmeinungen, die Überzeugungen von Meinungsmonopolisten, enthält.

§ 79

Die Ideologen beschränken sich zunehmend auf Einflußnahme; Einflußideologie braucht keinen Lustgewinn, d.h. muß nur Einfluß und nicht das allgemeine Erfolgserlebnis realisieren. Depressionen treffen zuerst immer die Unternehmungslustigen, nicht die Einflußreichen; der Ideologiennehmer muß den vereinbarten Einfluß geben, auch wenn das allgemeine Erfolgserlebnis sich verkleinert hat und der Lustgewinn ganz oder teilweise verschwunden ist. Eine a priori lustlose Einflußideologie, die nicht tilgbar ist, wird als Ideologiefiktion (§ 73) gehandhabt und hat sich in TEILHABE IDEOLOGIE verwandelt. Eine Teilhabe ist ein fiktionalisiertes Bekenntnis an eine Teilhabegesellschaft, die insgesamt nur Einfluß gewinnen muß, um operieren und EINFLUSSTEILE je Teilhabe ausschütten zu können.

§ 80

PROMINENZ ist eine besondere Öffentlichkeit, eine privilegierte Sphäre des gesellschaftlichen Bewußtseins, worin Ideologien des Einflusses, der Teilhabe und der Fiktion kommuniziert werden, aber auch Glaubensideale und moralische Verpflichtungen (Moralobligationen).

§ 81

Unter ideologischen Existenzbedingungen betrachten die Gesinnungssubjekte den Besitz eines Standpunktes als eine eigene Meinung. Irgendeinen STANDPUNKT muß jedes Bewußtsein einnehmen, weil es, wie der Mensch überhaupt, dem Prinzip der Territorialität unterliegt. Wer festen Boden unter den Füßen hat, nimmt einen Standpunkt ein; unter bestimmten Bedingungen bezieht er daraus feste Überzeugungen.

§ 82

Dem Standpunkt eine eigene Bedeutung als GRUNDBEDEUTUNG zugemessen, wird er zur eigenen Meinung: zum MEINUNGSMONOPOL. Die Grundbedeutung ist eine fiktive Bedeutung, weil Standpunkte nicht durch menschliches Verhalten erzeugt werden. Standpunkte sind die räumlichen Bedingungen der Möglichkeit menschlichen Verhaltens, sie sind die immobilen Grundbedürfnisse.

§ 83

Die MONOPOLMEINUNG (feste Überzeugung) ist jener Sinnteil, den das immobile Bewußtsein durch Gestattung des ideologischen Prozesses auf seinem Standpunkt gewinnt. Der Immobiler kann sein Meinungsmonopol gegen andere Meinungen oder gegen Ideen austauschen; damit veräußert er seinen Standpunkt und die daraus fließende Monopolmeinung; er realisiert die Grundbedeutung dieses Standpunktes. Die Grundbedeutung erweist sich als Ideologiefiktion, die die als Einfluß aufgefaßte Monopolmeinung idealisiert. Die festen Überzeugungen der Standpunktinhaber behindern die Konditionierung der von ihnen abhängigen Ideologiestämme und drücken ihre Zufriedenheit unter den gesellschaftlichen Durchschnitt, verlängern die notwendige Verhaltensdauer und vergrößern die Bedeutung der gebildeten Meinungen. Sinnsteigerungen werden durch Aneignung als Monopolmeinung dem Ausgleich zur allgemeinen Erfolgsquote entzogen, wodurch in diesen Ideologiestämmen die Verwendung von Herrschaftswissen gebremst und die Bedürfnisweckung verlangsamt wird. Die Existenz von Meinungsmonopolen mindert das allgemeine Erfolgserlebnis der Ideologen und mehrt die Bedeutung der standpunktabhängigen Meinungen.

§ 84

Monopolmeinungen sind bewußtseinsgeschichtlich die urtümliche Form von Sinnerwerb. Zuerst erscheinen Monopolmeinungen als VERHALTENSÜBERSCHUSS, dann als BEDÜRFNISERWEITERUNG, schließlich als IDEENZUWACHS. Der Ideenzuwachs sprengt dann bald die Dominanz des Meinungsmonopols in der Sinnaneignung und bahnt der Ideologisierung den Weg.

§ 85

Standpunkte, Ideologien und Kompetenzen sind die in jeder Meinungsbildung erforderlichen Faktoren. Die MEINUNGSBILDUNGSFAKTOREN werden für ihre Besitzer zu ÜBERZEUGUNGSQUELLEN, wenn sie sie ihren Nichtbesitzern zur Verfügung stellen, was nur durch Austausch verschiedener Meinungsbildungsfaktoren möglich ist. Wer Standpunkte bereitstellt, bezieht FESTE ÜBERZEUGUNGEN (Monopolmeinungen), aus Ideologien werden IDEOLOGISCHE ÜBERZEUGUNGEN (Einflüsse) und aus Kompetenzen KOMPETENTE ÜBERZEUGUNGEN (Verhaltensbedeutungen) gezogen; durch den Zufluß von ÜBERZEUGUNGSARTEN aus Überzeugungsquellen werden die Gesinnungssubjekte in Überzeugungsklassen zerlegt.

§ 86

Die Meinungsbildungsfaktoren teilen die Gesinnungssubjekte in ÜBERZEUGUNGSKLASSEN: IMMOBILE, IDEOLOGEN, KOMPETENTE sind die Hauptklassen, Zwischenklassen sind die EIGENSINNIGEN, die außer über Kompetenz noch über mindestens einen weiteren Faktor verfügen, die SINNLOSEN, die keinen Faktor kommunizieren und ihre Überzeugungen dem gesellschaftlichen Transfersystem verdanken, und schließlich die CLASSE, die ihre Überzeugungen aus dem Spezialtransfer eines bestimmten Faktors beziehen. Die Klasse der Sinnlosen enthält immer mindestens ein Gesinnungssubjekt: den Staat.

§ 87

Die Meinungsbildungsfaktoren sind Bedürfnisgruppen, die in der Öffentlichkeit als Meinungen gegenüberstehen und so ineinander umgesetzt werden müssen, daß auf jede Überzeugungsklasse ein ausreichender Anteil aller Meinungsbildungsfaktoren fällt. Jeder Faktor wird durch die Verteilung in drei MEINUNGSKLASSEN zerlegt:

- Standpunkte für Immobiler (Eigenstandpunkt),
- Standpunkte für Ideologen (Ideologiestandpunkte),
- Standpunkte für Kompetente (Kompetenzstandpunkte),
- Ideen für Ideologen (Eigenidee),
- Ideen für Immobiler (Standpunktideologie, Monopolmeinung),
- Ideen für Kompetente (Kompetenzideologie, reelle Ideologie),
- Kompetenz für Kompetente (Eigenkompetenz),
- Kompetenz für Immobiler (Standpunktkompetenz),
- Kompetenz für Ideologen (Ideologiekompetenz).

Sind die Meinungsbildungsfaktoren verteilt und befriedigt worden, ist der MEINUNGSFAKTOR entstanden, der ebenfalls in drei Meinungsklassen zerlegt werden muß:

- Meinungen für Ideologen (Eigenmeinung),
- Meinungen für Immobiler (Immobilmeinung),
- Meinungen für Kompetente (Kompetenzmeinung).

Ist der Meinungsfaktor verteilt und befriedigt worden, stehen die Meinungsbildungsfaktoren erneut zur Verfügung. Verteilt werden aber nur jene Meinungsklassen, die keine EIGENBEDÜRFNISSE (Eigenstandpunkt, Eigenidee, Eigenkompetenz, Eigenmeinung) sind, sondern KOMMUNIKATIONSBEDÜRFNISSE.

§ 88

Der Umsatz der Kommunikationsbedürfnisse vollzieht sich nach einem VERTEILUNGSSCHEMA, worin

- (1) Standpunktideologie gegen Ideologiestandpunkte,
- (2) Kompetenzideologie gegen Ideologiekompetenz,
- (3) Standpunktkompetenz gegen Kompetenzstandpunkte,
- (4) Immobilmeinungen gegen Standpunktideologie und
- (5) Kompetenzmeinungen gegen Kompetenzideologie ausgetauscht werden.

§ 89

Haben die Ideologen Ideologiestandpunkte und Ideologiekompetenz erworben, können sie durch WECKENDE BEFRIEDIGUNG der Ideologiekompetenz auf Ideologiestandpunkten den Meinungsfaktor herstellen und davon zwei Teile, die Immobilmeinung und die Kompetenzmeinung, im Verteilungsschema veräußern, um die Standpunktideologie und die Kompetenzideologie zurückzuerhalten.

Haben die Kompetenten Kompetenzideologie und Kompetenzstandpunkte und für ihre Kompetenzideologie wieder Kompetenzmeinungen erworben, können sie durch BEFRIEDIGENDE WECKUNG, also Verbrauch von Kompetenzmeinungen mittels Eigenkompetenz auf Kompetenzstandpunkten, die gesellschaftliche Gesamtkompetenz wiederherstellen und als Meinungsbildungsfaktor anbieten.

Die PRIVATE BEFRIEDIGUNG von Eigenstandpunkten, Standpunktkompetenz und Immobilmeinungen sowie Eigenideen und Ideologenmeinungen reproduziert die Immobilien und die Ideologen, so daß die drei Hauptklassen erneut das Verteilungsschema bedienen können.

§ 90

Das Verteilungsschema (§ 88) hat fünf Transaktionen, worin sich die drei Überzeugungsklassen in zehn PRESSIONSKLASSEN gegenüberstehen. Vor Austausch der Kommunikationsbedürfnisse sind die Klassen Feilschende mit nicht übereinstimmenden Bedeutungsdefinitionen ihres Faktorbedürfnisses. Sie versuchen, den Erlös ihres Faktorbedürfnisses, der die Gestalt des gegnerischen Bedürfnisses hat, zu maximieren. Dieses Feilschen ist der normale Klassenkampf, der VERTEILUNGSKAMPF der Überzeugungen. Das einzelne Gesinnungssubjekt ist ständig in seiner Überzeugungsklasse, aber immer nur vorüberge-

hend in seinen Pressionsklassen. Die Ideologen bilden vier, Immobiler und Kompetente jeweils drei Pressionsklassen.

§ 91

Die Absprache unter Subjekten einer Pressionsklasse über den möglichst hohen Bedeutungsgehalt ihres Faktorbedürfnisses ist eine MEINUNGSGRUPPE. Durch Mitgliedschaft in einem Meinungsgruppenverein ihrer Pressionsklasse können die Gesinnungssubjekte diesen an sich nur gelegentlichen Verteilungskampf verstetigen. Organisierte Meinungsgruppen sind KIRCHEN (Gesinnungsverbände), die sich als Hilfsorganisationen DIAKONIEN (Gesinnungssyndikate) angliedern können.

§ 92

Kirchen handeln Kommunikationsvereinbarungen aus, die ein fiktiver Faktorentausch sind und die Faktorbedürfnisse normieren, deren minimale Bedeutung und minimale Kultur festlegen. Diese MEINUNGSTYPISIERUNG kann in der Kirchenhierarchie auf unterschiedlichen Diskussionsebenen und ebensolchen Vereinbarungsinstanzen ausgehandelt werden.

§ 93

Der Abbruch von Diskussionen zwischen Kirchen ist eine SEKUNDÄRE KONTROVERSE, die den realen Kommunikationsprozeß noch nicht berührt. Erst der Diskussionsabbruch zwischen den Pressionsklassen unterbricht den Kommunikationsprozeß und die Meinungsbildung, ist somit eine PRIMÄRE KONTROVERSE.

Kontroversen können durch FREIWILLIGE VERSÖHNUNG, die rahmenkommunikativ fixiert ist, oder durch staatlich VERORDNETE VERSÖHNUNG beendet werden.

Eine konzeptionell antizipierte Einheit von freiwilliger und verordneter Versöhnung ist der ÖKUMENISCHE KONSENS, zu dessen Mitteln auch die gesetzliche Meinungstypisierung gehört. Der KONSENSGRAD ist das Verhältnis von privater zu staatlicher Versöhnung und ein Indikator der Reife und Organisiertheit einer Gesellschaft.

§ 94

Das STAATSBEWUSSTSEIN legt über die Kommunikations- und Eigenbedürfnisse eines Volksbewußtseins einen MEINUNGSTRANSFER, wodurch der Staat sich nicht nur mit Sekundärüberzeugungen versorgt, sondern zugleich die Volksgesinnung in ein NATIONALBEWUSSTSEIN verwandelt. Das Transfersystem ermöglicht ZENSUS (Meinungsfiskus), AUSSENGESPRÄCH, AUSSENZENSUS und ZENSUR (Meinunglenkung).

§ 95

ZURÜCKHALTUNG und ENGAGEMENT sind Transfers zwischen Eigen- und Kommunikationsbedürfnissen. Engagement in Eigenbedürfnissen erscheint in der Öffentlichkeit als Zurückhaltung in Kommunikationsbedürfnissen.

§ 98

Alle Abzüge aus einer Meinungsklasse verstärken die Überzeugungen ihrer einzelnen Gesinnungssubjekte, wobei die Erlöse des Meinungsexports und der Zuwachs an Eigenbedürfnissen bei Zurückhaltung zudem noch den Gesamtertrag der Meinungsklasse steigern.

§ 97

Figuren des Außengesprächs sind kommunikative Ketten, Ringe und Schleifen. Arten des Meinungstransfers sind Mengen-, Bedürfnis- und Bedeutungstransfers.

§ 98

Die staatliche Normierung des ideenförmigen Meinungsbildungsfaktors erzeugt eine ideale Uniform - die NATIONALMORAL -, welche die verschiedenen Nationalbewußtseine unterscheidbar macht. Ein MORALVERBAND ist die Menge der Gesinnungssubjekte einschließlich des Staatsbewußtseins, die die psychologische Nation bilden. Das reale Kommunikationsverhältnis zweier Nationalmoralen ist ihr MORALWECHSEL.

§ 99

Ein bestimmtes nichtideelles Faktorbedürfnis durchläuft als EXPORTMEINUNG eine zwei-stufige Definition erstens seiner Bedeutungsgröße in Inlandsmoral und zweitens der Bedeutung dieser Ideenmenge in Moraleinheiten des Importlandes. Eine Exportmeinung, die ihre Bedeutung in tendenziell allen konvertiblen Nationalmoralen ausdrückt, erweist sich als AUSSENMEINUNG. Eine WELTÖFFENTLICHKEIT dieser Meinung wird gestiftet, wenn die Meinungsexemplare aller Nationen ihre Bedeutung in einundderselben Nationalmoral ausdrücken und sie damit zu ihrer LEITMORAL machen. Ist eine Weltöffentlichkeit derart hergestellt, kann jede einzelne Meinung desselben Typs, aber beliebiger nationaler Herkunft, unmittelbar ihre Bedeutung für die Weltöffentlichkeit in Einheiten der Leitmoral bestimmen und so zur global vergleichbaren WELTMEINUNG werden.

§ 100

Ist die Exportmeinung ein ideelles Faktorbedürfnis, macht sie eine dem § 99 analoge Karriere als IDEOLOGIBEXPORT, MORALHANDEL, IDEOLOGISCHE WELTÖFFENTLICHKEIT und WELTIDEOLOGIE durch, wobei sie in der ideologischen Weltöffentlichkeit eine WELTMORAL (Leitmoral der Nationalmoralen) mitzeugt. Die Existenz der ideologischen Weltöffentlichkeit macht alle Idealfaktoren jeder Nationalmoral, die Engagement suchen, zur potentiellen Weltideologie.

§ 101

Was die Weltöffentlichkeit der Meinungen einschränkt (Bedeutungsverlust der Nationalmoral, Zensur der Meinungsimporte), erweitert die ideologische Weltöffentlichkeit. Ein Bedeutungsverlust der Inlandsmoral bremst den Meinungsimport und beschleunigt den Ideologieimport. Die Wechselwirkung beider Weltöffentlichkeiten bläht das WELTGESPRÄCH (Globalkommunikation) auf, das nur durch eine Weltgesinnungskrise reduziert wird. Die Verallgemeinerung des Außengesprächs als Mittel des Meinungskampfes macht das Mittel unwirksam und setzt es zur psychischen Existenzbedingung jeder Überzeugungsklasse herab, womit die allgemeine Weltöffentlichkeit hergestellt ist. Die weltweite verhaltensdifferenzierte Meinungsbildung für die Weltöffentlichkeit produziert die WELTGESINNUNG.

§ 102

Ob in einer Meinungsklasse Engagement oder Zurückhaltung, Import oder Export vorherrscht, entscheidet das jährliche GESPRÄCHSERGEBNIS als Verhältnis des gebildeten Eigenbedürfnisses zu den Kommunikationsbedürfnissen. Der IDEOLOGIEGEWINN ist die Eigenidee der Ideologen, betrachtet als Ertrag auf die Standpunktideologie und die Kompetenzideologie; der STANDPUNKTGEWINN ist die Standpunktideologie als Ertrag auf Eigenidee und Kompetenzideologie; der KOMPETENZGEWINN ist die Kompetenzideologie als Ertrag auf Standpunktideologie und Eigenidee. Die nationalen Unterschiede in den Kommunikationsgewinnen einer Meinungsklasse gleichen sich durch Außenkommunikation und Moralwechsel zum jeweiligen WELTGESPRÄCHSERGEBNIS aus.

§ 103

Sinken die globalen Gesprächsergebnisse nachhaltig, kommt es zur WELTGESINNUNGSKRISE: Rückgang des Weltgesprächs wie der nationalen Kommunikationsbedürfnisse, die Faktorbedürfnisse strömen aus den Verteilungsschemata der Meinungsklassen in die Staatsbewußtseine und in die privaten Eigenbedürfnisse. Die EIGENSINNIGKEIT wächst, die GESPRÄCHSGESINNUNG schrumpft. Resultat der Weltgesinnungskrise, die die MEINUNGSFLÜSSE zu periodischen Bewegungen, zu Meinungsflußzyklen zusammenfaßt, ist ein Wiederanstieg der Gesprächsergebnisse und langsam auch des Kommunikationsvolumens. Der neue Meinungsflußzyklus ist auch ein Strom neuer Bedürfnisse: die LEBENSZYKLEN der Meinungen sind weitergerückt.