

Theorie der Weltöffentlichkeit

(1985)

1. Die Außenkommunikation
2. Die Moralkommunikation
3. Die Weltöffentlichkeit
4. Die Weltgesinnung
5. Weltgesinnungskrise und Meinungsflußzyklen

1. Die Außenkommunikation

Analysiert man das Verteilungsschema der Überzeugungen, kommt man zur Theorie der Meinungskämpfe und Gesinnungsverbände; betrachtet man das Verteilungsschema als Ganzes, führt das auf die Wechselwirkung zwischen (nationalen) Verteilungssystemen und somit zur Theorie der Weltöffentlichkeit.

Kommunikations- und Eigenbedürfnisse eines Volkes werden von seinem STAATSBEWUSSTSEIN durch MEINUNGSTRANSFER zu einem NATIONALBEWUSSTSEIN zusammengefaßt. Der Meinungstransfer versorgt das Staatsbewußtsein und die übrigen Gesinnungssubjekte aus der Klasse der Sinnlosen mit Sekundärüberzeugungen. Die Binnenkommunikation eines Volkes hat ihr Steuerungsinstrument im Staatsbewußtsein selber. Die Lasten des Meinungstransfers, aus dem das Staatsbewußtsein abgeleitete Überzeugungen bezieht, können in begrenztem Umfang von einer Meinungsklasse auf die andere überwältzt werden. Die Lastenüberwälzung ist die PSYCHOLOGISCHE LENKUNG. Wird die internationale Kommunikation durch Meinungstransfers belastet und unbelastet, kann man von einer Lenkung der Außenkommunikation sprechen.

Lenkungsziel des staatlichen Bewußtseins kann die BEDÜRFNISUMLENKUNG zwischen Überzeugungsklassen sein. Der gezielten Umlenkung durch das Staatsbewußtsein steht die spontane BEDÜRFNISVERSCHIEBUNG zwischen Kommunikationsbedürfnissen und Eigenbedürfnissen durch die privaten Gesinnungssubjekte gegenüber. Eigenbedürfnisse sind die Meinungsreserve der Einzelbewußtseine, die sie durch ZURÜCKHALTUNG vermehren und durch ENGAGEMENT (Meinungseinsatz) vermindern können. Beides kann wiederum das Staatsbewußtsein durch Umlenkung

des Meinungstransfers zu steuern versuchen.

Der internationale Meinungs Austausch oder die AUSSENKOMMUNIKATION hat auf das Verteilungsschema der gesellschaftlichen Überzeugungen eines Volkes dieselbe Wirkung wie die Belastung der Binnenkommunikation durch den Meinungstransfer zugunsten des Staatsbewußtseins, das gegebenenfalls als Steuerungsinstrument dient. Beides sind Transfers von Kommunikationsbedürfnissen. Die allgemeine Wirkung dieser Transfers besteht darin, daß jede Übertragung aus einer Meinungsklasse des Verteilungsschemas die Bedeutungsgröße der einzelnen Meinung dieser Klasse steigert. Bei ansonsten gleichbleibenden Bedingungen im Verteilungsschema setzt sich die Meinungsklasse, die einem negativen Transfer ausgesetzt ist, in die gleiche Menge gegnerischer Meinungsklassenbedürfnisse um. Umgekehrt wirken die positiven Transfers oder Zuträge (sei es durch Meinungsimport oder staatliche Meinungsunterstützung) auf das Verteilungsschema der Überzeugungen: die Bedeutung des einzelnen Bedürfnisses der betroffenen Meinungsklasse sinkt.

Die Verringerung der Menge der Einzelmeinungen einer Klasse durch negative Transfers (staatliche Überzeugungen, Meinungsexporte) vermindert die Realüberzeugung der gegnerischen Klasse im Verteilungsschema, läßt aber die Formalüberzeugung (ihre Bedeutung also), *ceteris paribus*, unverändert. Die Staatsüberzeugungen entsprechen den Realeinbußen der nichtbelasteten Gegenklasse, deren formelle Überzeugung oder Bedeutungsgröße aber gleichgeblieben ist. Die Bedeutung der Staatsüberzeugung ist durch die Belastung selber erzeugt worden. Ist jedoch der negative Transfer keine Staatsüberzeugung, sondern eine Meinungsminderung durch Meinungsexport in ein fremdes Nationalbewußtsein, entsteht durch den (angenommenen) Rückfluß eines gleichbedeutenden Bedürfnisses in die private Meinungsreserve des Exporteurs eine Bedeutungsschöpfung bei den Eigenbedürfnissen. Export schafft private Meinungsreserven, deren Bedeutungsgröße durch den Transfer kreiert wurde; der Meinungsfiskus oder Zensus schafft solche Reserven im Staatsbewußtsein.

Der internationale Meinungs Austausch beschreibt bestimmte Figuren: Ketten, Ringe und Schleifen der Außenkommunikation. Alle staatliche Umlenkung und private Verschiebung von Meinungen kann ferner noch in Mengen-, Bedürfnis- und Bedeutungstransfer unterschieden werden.

2. Die Moralkommunikation

Das Staatsbewußtsein fügt Kommunikations- und Eigenbedürfnisse eines Volkes zu

einem binnenpsychologischen Transfersystem und damit zu einem Nationalbewußtsein zusammen. Dies ist aber das psychologische Prinzip einer jeden Nation. Was die eine von der anderen erst unterscheidbar macht, sind ihre seelischen Nationalfarben: die geistigen Maßstäbe oder die NATIONALMORAL.

Die Idee in allen ihren Funktionen, besonders aber als Kommunikationsmedium und geistiger Maßstab, kann auf der Ebene der globalen Psychologie vorausgesetzt werden. Die Idee ist hier normierter und völlig entgeistigter Meinungsbildungsfaktor, also Moral eines bestimmten Staates und damit Nationalmoral. Die Nationalmoral fällt also mit dem ideologischen Meinungsbildungsfaktor zusammen.

Ein MORALVERBAND ist die Menge aller Gesinnungssubjekte einschließlich des staatlichen innerhalb eines Gebietes, worin die betreffende Nationalmoral normiertes Orientierungsmittel ist. Einen MORALVERBUND bilden Nationalmoralen mit stabilen Normrelationen, der gegenüber den restlichen nationalen Moralsystemen flexibel bleibt. Die Binnenkommunikationen eines stabilen Moralverbundes bilden eine MORALNATION.

Die MORALKOMMUNIKATION ist das Kommunikationsverhalten zweier Nationalmoralen und als rein völkerpsychologischer Sachverhalt seinem Wesen nach schwankend. Die internationale Moralkommunikation ist die Schleuse, die alle Außenkommunikation passieren muß und die die nationalen Bedeutungsgrößen der Meinungsklassen zu internationalen Bedeutungsgrößen ausgleicht. Die Moralkommunikation ist der reale Vergleich der national gebildeten Bedeutungen.

3. Die Weltöffentlichkeit

Nichtideelle Meinungen aus dem binnenkommunikativen Transfersystem eines Nationalbewußtseins durchlaufen als EXPORTMEINUNGEN eine zweistufige Definition ihrer Bedeutung erstens im nationalen Moralsystem des Inlandes und zweitens der Bedeutung dieser so definierten Quantität an Inlandsmoral in geistigen Vorstellungen der Auslandsmoral, daß schließlich die Exportmeinung eine solche ist, für die eine Bedeutungsdefinition in einer Auslandsmoral vorliegt. Ergebnis der zweistufigen Bedeutungsdefinition ist eine Meinungsäußerung oder Aufforderung zum Meinungsaustausch der Exportmeinung nach Moralnormen der Importnation, somit eine Auslandsofferte. Eine Exportmeinung, die ihre Bedeutung in tendenziell allen kommunikationsfähigen nationalen Moralsystemen ausdrückt, erweist sich als eine AUSSENMEINUNG, ihre Bedeutung ist multinational. Eine WELTÖFFENTLICHKEIT als Kommunikationsphäre eines Meinungstyps wird gestiftet, wenn alle Außenmeinun-

gen derselben Sorte aus den verschiedenen Nationen ihre Bedeutung in ein und derselben Nationalmoral ausdrücken und sie damit zur LEITMORAL des betreffenden Meinungstyps machen. Ist eine Weltöffentlichkeit derart hergestellt, können alle Meinungen desselben Typs, aber beliebiger nationaler Herkunft, unmittelbar ihre globale Bedeutung in der Leitmoral bestimmen und so zu universal vergleichbaren WELTMEINUNGEN werden.

Die Weltmeinungen haben die Weltöffentlichkeit zur Kommunikationssphäre. Ihre unmittelbaren Bedeutungen sind immer schon Weltbedeutungen. Eine zur Moral genormte und entgeistigte Idee aus einer Nationalmoral mißt als IDEOLOGIEEXPORT ihre Bedeutung in den Normen einer fremden Nationalmoral, deren Bedeutung sich in dem Bedürfnis jener nichtideellen Meinung ausdrückt, womit der Ideologieexport zu kommunizieren gedenkt.

Jene Ideologieexporte, die ihre Bedeutung in tendenziell allen kommunikationsfähigen Nationalmoralen ausdrücken, machen den MORALHANDEL der Moralisten aus, der sich zur IDEOLOGISCHEN WELTÖFFENTLICHKEIT entwickelt, wenn alle kommunikationsfähigen Moralen ihre Bedeutung in ein und derselben Nationalmoral ausdrücken und sie zur Weltnorm nationaler Moralen, zur Leitmoral der Moralen oder WELTMORAL machen. Der Einzelausdruck eines (und damit jedes) Ideologieexports in Weltmoral macht ihn zu einer WELTIDEOLOGIE.

Was die Öffentlichkeit der Weltmeinungen beschränkt, erweitert die Öffentlichkeit der Weltideologien. Ein Bedeutungsverlust der Inlandsmoral bremst den Meinungsimport und beschleunigt den Ideologieimport, falls der Ideologiegewinn innerhalb des Geltungsbereichs der ihre Bedeutung mindernden Nationalmoral größer oder gleich der des exportierenden Landes ist. Vermehrter Ideologieimport führt nach bestimmter Zeit zu vermehrten Exportmeinungen, die wiederum, wenn man die Schleifenfigur des internationalen Meinungsaustauschs unterstellt, zu höherem Meinungsimport führt. Die Wechselwirkung der Weltöffentlichkeiten schaukelt beider Kommunikationsvolumen nach oben, bis das WELTGESPRÄCH (Globalkommunikation) insgesamt nur durch eine WELTGESINNUNGSKRISE gedämpft werden kann.

4. Die Weltgesinnung

Die KOMMUNIKATIONSGEWINNE der Überzeugungsklassen sind die in einer Periode geweckten Eigenbedürfnisse. Das Verhältnis der Eigenbedürfnisse zu den Kommunikationsbedürfnissen ist die Gewinnrate der Faktorkommunikation. Die Gewinnrate kann in jedem der vier Faktoren, den drei Meinungsbildungsfaktoren und dem Mei-

nungsfaktor, dargestellt werden.

Die Gewinnrate, multipliziert mit den jeweils ausgetauschten Meinungsklassen, ergibt den Kommunikationsgewinn: 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.

Ideelle wie nichtideelle Meinungen fließen vornehmlich in jede Gesinnungsnationen, die überdurchschnittliche Kommunikationsgewinne der entsprechenden Meinungsklasse aufweisen. Bei globaler Beweglichkeit der Faktoren entstehen internationale Meinungs austauschgewinne: der WELTSTANDPUNKTGEWINN, der WELTIDEOLOGIEGEWINN und der WELTKOMPETENZGEWINN.

Die nationalen Unterschiede in den Gewinnen eines Meinungsbildungsfaktors gleichen sich durch internationalen Meinungs austausch und Moralkommunikation zum jeweiligen Weltgewinn aus. Positive Faktorströme in bestimmte nationale Verteilungsschemata, die überdurchschnittliche Kommunikationsgewinne aufweisen, speisen sich aus umgewidmeten Eigenbedürfnissen, d.h. sind als Kommunikationsbedürfnisse eingesetzte Eigenbedürfnisse. Diese Ausgleichsbewegungen vollziehen sich um so schneller, je größer die nationalen Differenzen in den Kommunikationsgewinnen sind und je ungleichmäßiger die Meinungsklassen unter die Gesinnungssubjekte verteilt sind.

Globale Kommunikationsgewinne, wenn zunächst in den Meinungsbildungsfaktoren gemessen, sind nicht direkt vergleichbar und ausgleichbar. Beides ist erst möglich, wenn alle drei Gewinne ideell dargestellt werden. Der Ver- und Ausgleich der globalen Kommunikationsgewinne vollzieht sich hauptsächlich durch Zurückhaltung und Engagement in den Meinungsklassen.

Der GLOBALGEWINN der Gesinnungssubjekte, einheitlich ideell ausgedrückt, kann sich herstellen, wenn jede Überzeugungsklasse die Möglichkeit hat, erworbene Meinungen je nach Kommunikationsgewinn zurückzuhalten oder auszutauschen, wodurch sich die erst ursprünglich an den selber bereitgestellten Meinungsbildungsfaktor gebundene Interessenlage diversifiziert; ein möglichst hoher Gewinn sämtlicher Kommunikationen überhaupt wird dann das Ziel einer wachsenden Zahl von Gesinnungssubjekten.

Die Existenz des Globalgewinns als Orientierungsgröße des Kommunikationsverhaltens wird um so wahrscheinlicher, je größer die Bewußtseinsklasse der gemischten Überzeugungen ist, der mehrere Meinungsbildungsfaktoren zur Verfügung stehen, und je gleichmäßiger die Bedürfnisse verteilt sind.

5. Weltgesinnungskrise und Meinungsflusszyklen

Eine Weltgesinnungskrise bricht aus, wenn der kommunikative Globalgewinn nachhaltig fällt. Sänke lediglich der Weltideologiegewinn, gäbe es bloß eine ideologische Weltkrise, also eine globale Depression. Globalpsychologisch ist die Krise nur, wenn auch die weltweiten Standpunkt- und Kompetenzgewinne gesunken sind.

Allgemeine Wirkung einer jeden Weltgesinnungskrise ist eine Dämpfung des Weltgesprächs der Meinungen und Ideologien und der nationalen Binnenkommunikation. Die Meinungen fließen jetzt weniger zwischen Nationalbewußtseinen mit unterschiedlichen Kommunikationsgewinnen als aus dem Verteilungsschema der Überzeugungen in die Reservesysteme, d.h. in das Staatsbewußtsein und in die Eigenbedürfnisse der Einzelbewußtseine. Die psychologische Weltkrise verringert die internationale Differenzierung des meinungsbildenden Verhaltens und ist zugleich allgemeine Korrektur der Verhaltensdifferenzierung in der Weltgesinnung: die Sphäre der Eigenbedürfnisse expandiert auf Kosten der Kommunikationssphäre. Der Sinn nationaler und internationaler Kommunikation, der Vorzug des Gesprächs gegenüber der Selbstzufriedenheit und Eigenbrötelei, verringert sich. Eigenbedürfnisse wachsen auf Kosten der Kommunikationsbedürfnisse. Resultat der globalen Gesinnungskrise ist, daß die Gewinnraten der Kommunikation kräftig steigen, weil das Kommunikationsvolumen verfiel.

Die Weltgesinnungskrise faßt die globalen Meinungsflüsse periodisch zusammen. Krise heißt Konjunktur der Eigenbedürfnisse, Konjunktur heißt Krise der Eigenbedürfnisse. Die Konjunktur setzt Eigenbedürfnisse als Kommunikationsbedürfnisse ein, das Umgekehrte tut die Krise. Der Krisenzyklus ist somit ein An- und Abschwellen der Meinungsströme innerhalb der Teilsysteme eines Nationalbewußtseins und zwischen den Nationen.

Weil nach einer Weltgesinnungskrise Kommunikationswege und internationale Differenzierung der Meinungsbildung sich neu formiert haben, werden auch die meisten jener dynamischen Meinungen, die noch nicht endgültig typisiert sind, sich weitergebildet haben: die MEINUNGSENTWICKLUNGSLINIEN sind fortgeführt, der neue Meinungsflußzyklus ist auch ein Strom von Bedürfnisinnovationen.

Ist die Weltgesinnungskrise durchgestanden, erhöht sich das Kommunikationsvolumen allmählich. Die gestiegenen Raten lassen auch die Kommunikationsgewinne langsam wieder steigen.

Der Globalgewinn sinkt überhaupt nur dann, wenn der Verkehr der Kommunikati-

onsbedürfnisse schneller wächst als die erwirkten Eigenbedürfnisse. Jede Weltgesinnungskrise hat natürlich ihre allgemeinspsychologische Erklärung im Verfall der ideologischen Erfolgsquote. Dieser Verfall kann auf globalpsychologischer Ebene aber nicht anders erscheinen, als daß die Kommunikationsgewinne des weltweiten Meinungsaustausches sinken und somit die Weltöffentlichkeit insgesamt an Umfang und Bedeutung einbüßt.