

Kapitel 6

Kulturelle Selektion

»Time ensures that we live in a dynamic flux. It was for this reason that Marshall believed that the Mecca of the economist lies in economic biology.«

*Richard Bronk*¹

»Es gibt nicht die [sic] Kultur; es gibt kulturelle Prozesse.«

*Wolfgang Lipp*²

Welchen Platz im sozialen Ganzen nimmt das Individuum ein, im postmodernen Raum von Distanz und Nähe, von Breite und Länge der Diversität? Welche soziale Struktur ergibt sich daraus, welches stilistische System? Dies sind die im Weiteren behandelten Fragen.

Die Orthodoxie prognostiziert durch Simulieren der menschlichen Optimierung. Das heißt, sie würde diese Fragen durch Bestimmung der simultanen Wirkung der $m \cdot n$ individuellen Optima der $m \cdot n$ Zielfunktionen (13) zu lösen versuchen, Handlungsmöglichkeiten und -restriktionen (Tabellen 8 und 11) und der kulturelle Trade-off (Abbildung 9) vorausgesetzt. Das so bestimmte soziale und stilistische Gleichgewicht wäre ein statisches, in dem kein individueller Stil im gewöhnlichen und kein gewöhnlicher Stil im stilistischen Gesamtsystem in der Fläche von Breite und Länge umpositioniert werden könnte, ohne dass das Glück des Verursachers der Änderung Schaden nähme. Die Folgefrage nach der Relevanz dieses Gleichgewichts würde mit der Bestimmung seiner Stabilitätseigenschaften beantwortet. Falls die Interaktion des $m \cdot n$ -fachen Optimierens in

1 Bronk 2009, S. 69.

2 Lipp 2014, S. 121.

dieses Gleichgewicht führt, enthielte die Prognose der Orthodoxie noch Aussagen zur Trajektorie (in das Gleichgewicht) und zur Parameterkonstellation, die es stabil werden ließe. Kultur und das Soziale stünden in einer von der ökonomischen Optimierung getriebenen mechanischen Beziehung und soziale Bewegung wäre vorhersagbar wie der Lauf der Gestirne.

Die Neuropsychologie widerlegt beständig, dass das menschliche Gehirn ein Optimierungsorgan ist. Das schnelle habituelle, unbewusste Denken ist der Default. Das langsame, bewusste Denken ist die Ausnahme, aber jederzeit aktivierbar durch die Erfahrung einer Inkonsistenz zwischen habituell erwartetem und tatsächlichem Verlauf der Dinge.³ Wir handeln zuerst unbewusst spontan und ohne Kalkül. Bis das Unerwartete eingetreten ist, dann handeln wir langsam, überlegt, mit Kalkül. Dies hat Konsequenzen für viele tradierte Konzepte der Orthodoxie. Für deren Optimierungsparadigma hat es zur Folge, dass es empirisch nur bedingt produktiv ist. Soweit habituelles Handeln empirisch nicht zu überraschenden Ergebnissen führt, bleibt das Paradigma empirisch unproduktiv.⁴ Das heißt, bewusstes Handeln, Optimierung eingeschlossen, bleibt bedingt, ist abhängig vom erfahrenen Scheitern habituellen Denkens und Handelns. Optimierung hat im menschlichen Denken deshalb (nur) die Wirkung eines Korrektivs.

Dies ist in der Qualitätstheorie zu berücksichtigen. Individuen wählen, so meine Annahme, ihren *o/+Konsum* habituell. Er ist nicht zu jedem Zeitpunkt Ergebnis der Optimierung. Neue Objekte (der Industrie) und neue Objektkombinationen (Bricolage) finden zunächst habituellen Eingang in den *o/+Konsum*. Investitionen in *Nudging*⁵ zahlen sich so für die Industrie (und vielleicht auch ihre Kunden) aus. Innovationen wird in der Sortierstation der Kultur spontan ein Platz zugewiesen als Singleton, Element einer Kette, in einem Baum. Moden sind also zunächst die Frucht des habituellen individuellen und kollektiven Ausprobierens und neue Objekte haben (zunächst und immer wieder) irgendeine positive oder negative Wirkung auf die Effizienz der Kultur, auf Individualität, auf Distanz zum sozialen Ganzen. Das stilistische System ist zu jedem Zeitpunkt in (orthodoxer) Unordnung.

Aber nur ein Teil der wahrgenommenen Wirkung des *o/+Konsumierens* deckt sich mit den Erwartungen der Konsumenten. Manche Erwartungen werden übertroffen, ein ausprobiertes Objekt stärkt zum Beispiel die Individualität mehr als erwartet: Emma Hart machte die überraschende Erfahrung, dass sie als

3 Kahneman 2011.

4 Duhigg 2013.

5 Thaler und Sunstein 2008.

lebende Statue die neapolitanische Gesellschaft sogar zu Tränen rühren konnte; Beau Brummell, dass seine Abfälligkeiten ihm nicht wenig nützten. Und manche Erwartungen werden enttäuscht: Ramon Magsaysay machte mit *Piña* gute Erfahrungen, von der erhofften Wirkung eines anderen Experiments mochte er enttäuscht worden sein. Bedingt durch solche Erfahrung kommt langsames, überlegtes Denken ins Spiel. Was hat bei *Piña* funktioniert, was beim anderen Versuch nicht und was lerne ich daraus – im Hinblick auf die Zielfunktion (13) und für die Handlungsmöglichkeiten und -restriktionen (Tabellen 9 und 11)? So entsteht durch schnelles und langsames Denken ein Spannungsfeld im stilistischem System: zwischen habituellem und überlegtem Handeln, zwischen Erfolg und Scheitern, Suboptimalität und Streben nach Verbesserung.

Stilfolger denken und handeln schnell im Hinblick auf das Zeigen und Nichtzeigen von Objekten; wenn sie langsam denken, zum Beispiel über neue Handlungsanweisungen an die Sortierstation der Kultur reflektieren, tun sie dies auch nur im Hinblick auf Zeigen und Nichtzeigen von Objekten (vgl. Tabelle 8). Ihr langsames und schnelles Denken kreist allein um *o/+Konsumieren*. Nie stellen sie langsam denkend die Betriebsanleitung an die Sortierstation infrage und wenn sie es tun, werden sie Stilführer. Wenn Stilführer langsam denken, handeln sie (wie ihre Gefolgschaft auch) im eigenen Interesse (13). Aber nicht ausschließlich durch Zeigen und Nichtzeigen. Ihr langsames Denken ist auch auf die Handlungsanweisungen an die Sortierstation der Kultur ausgerichtet – zunächst in ihrer Wahlverwandtschaft, aber auch im gesamten stilistischen System. Ihr langsames Denken zielt auf die Manipulation des manipulierbaren Teils, □'', der Kultur, □, ab (vgl. Tabelle 11). Es ist ihr langsames Denken, das Kultur als »kristallisierte Geschichte« an ihrer Schmelzkannte, □'', flüssig werden lässt.

Ich unterstelle, dass das langsame Denken und Handeln der Stilführerschaft, das immer wieder zurückgeworfen wird durch das schnelle Denken und Handeln aller, dennoch in der Tendenz Wirkung zeigt, das heißt, dass die Agency der Stilführerschaft das stilistische System in Richtung kultureller Effizienz puscht und so das Glück des Einzelnen (13) in der Tendenz größer werden lässt – durch immer bessere Handlungsanweisungen an die Sortierstation der Kultur. So verursacht langsames Denken und Handeln der Stilführerschaft *kulturelle Selektion*. Sie ist das Thema dieses Kapitels. Die Qualitätstheorie ist mithin auch eine Theorie über kulturelle Evolution.

Die seit zwei Jahrzehnten prosperierende kulturelle Evolutionstheorie scheut nicht davor zurück, Parallelen zu ziehen zwischen der Evolution genetisch codierter Informationen und der Ausbreitung von sozial transferierten, in Überzeugungen, Fertigkeiten, Normen, Traditionen und Konventionen codierten

Informationen.⁶ Diese Informationen, so die Qualitätstheorie, stellen die Anweisungen der Stilführerschaft an die Sortierstation der Kultur dar. Kulturelle Evolution ist folglich keine dem Zufall geschuldete kulturelle Drift oder Mutation. Sie ist der menschlichen Agency geschuldete systematische kulturelle Selektion.

Merkmalsinflation

Die Effizienzeigenschaften der Kultur, die Relationen (20), lenken das Interesse auf den Merkmalsvektor als eine von der Stilführerschaft manipulierbare Variable (vgl. auch Tabelle 11). Die Frage ist, ob ein Merkmalsvektor, $\underline{m}_j(\square'')$, in der für die Stilführerschaft manipulierbaren Kultur, $\square''$, existiert, der die Arbeiter in der Sortierstation der Kultur anweist, die Objektmenge X zu einem Phylogramm zu ordnen. Falls ja, setzt die Zielfunktion (13) den Stilführern den kollektiven Anreiz, den Stilfolgern die Anweisung zu geben, $\underline{m}_j(\square'')$ durch $\underline{m}_j^*(\square'')$ zu ersetzen. Für eine gegebene Menge X verringert eine Vergrößerung des Merkmalsvektors um weitere Merkmale in der Tendenz die Anzahl der dominierten Objekte. Denn je mehr Merkmale berücksichtigt werden, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Objekt nicht in allen Merkmalen von einem anderen Objekt dominiert wird. Eine Ermunterung der Arbeiter in der Sortierstation der Kultur, immer mehr Merkmale zu beachten, trägt deshalb zur Effizienzverbesserung bei.

Ein Freischein an die Gefolgschaft, die Objektwelt nach beliebigen und beliebig vielen Merkmalen zu ordnen, wäre ein Indiz, dass die Stilführerschaft im Interesse der kulturellen Effizienz handelt. Solches Handeln würde eine langfristige stilistische Entwicklung in Richtung kultureller Effizienz auslösen und diese kulturelle Selektion würde die durch habituelles Experimentieren verursachten Ineffizienzen mit der Zeit verringern.

Tatsächlich finden wir in der Praxis solche Manipulationen der Stilführerschaft – und nirgendwo mehr als in der Kunst, der am stärksten beachteten Teilmenge der Objektwelt. Thomas Girsts und Magnus Reschs Sammlung *100 Secrets of the Art World*, die die Geheimnisse von Künstlern, Museumsdirektoren, Galeristen, Auktionshaus-Insidern und Kunstkritikern preisgibt, ist voller Aufforderungen, den Merkmalsraum zur Ordnung von Kunstobjekten bloß nicht zu eng auszulegen.⁷ Beispiele sind

6 Mesoudi 2017.

7 Girst und Resch 2016.

- »[A]rt is an object in space ...«
- »Everyone is an artist.«
- »Turn art into a real and singular experience by approaching it through anecdotes.«
- »Art is a place without borders. It is [...] in a space that is infinite. Art has the power to disorient; like being in a cloud, or caught in an avalanche, not distinguishing up from down. [...] Art breaks down borders and overcomes restrictions with the goal of stimulating both conscious processes and conscious thoughts. [...] These dots, lines, strokes lead beyond the canvas, the page, the concert hall, into the unknown where again your best friend is the imagination.«
- »Walking around the National Gallery with Cecily Brown beat all of the art history lessons I had at school.«
- »The question then is what makes art become something.«
- »Artist's secrets can only remain secret.«
- »The biggest secret in the art world is that no one knows what's contemporary art!«
- »Whatever reason brings people into the art world, it is for a good reason.«
- »If you want to break an artist's heart, pay him/her a compliment that starts with ›Your work reminds me of ...‹«
- »Visit museums on a slow day, wear comfortable shoes.«
- »Art is long, life short, judgement difficult, opportunity transient.«
- »The secret of art is seeing. [...] Go in deeper.«
- »My grandmother was a conceptual artist. Wherever she spent her holidays, for many years, she always sent me a postcard with the same line: ›Alles Scheiße, Deine Emma‹ [...]. And Emma wasn't even her name!«
- »There is no such thing as a secret to success in the art world, just hard work.«
- »We should remember that the artist Marcel Duchamp [...] was fighting a system that rewards some and ignores others.«
- »Gone are the days when a small coterie of informed insiders [...] sustained an ongoing conversation [...] enveloping art in what Arthur Danto called ›an atmosphere of theory‹.«
- »Art is just a moment, a moment of sublimity.«
- »The first thing about art is that it does what it's not supposed to do.«
- »Look with an open and thoughtful mind.«
- »Great pictures, like close friends, always have something new to teach us. There's no end to them.«

Solche Aussagen laden zur fast grenzenlosen Erweiterung des Merkmalsraums ein und damit in der Tendenz zur Umsortierung von bisher in allen Merkmalen dominierten Objekten zu in mindestens einem Merkmal nicht dominierten Objekten, wodurch Ketten ausgedünnt und Antiketten größer werden. Stilführerschaft im Kunstbetrieb verursacht eine Selektion in Richtung kultureller Effizienz.

Es lässt sich nun die erste Hypothese formulieren:

Inflationsgesetz (H₁): Der Merkmalsraum, $\underline{m}_j$, zur Schaffung partieller Ordnung in der Objektwelt, X , wird immer größer.

Hypothese 1 besagt, dass selbst mit einer konstanten ungeordneten Objektwelt, X , die Kultur insofern immer komplexer wird, als Regeln unter Berücksichtigung von immer mehr Merkmalen eingesetzt werden. Das vertraute »Aber da musst du auch noch dies und das berücksichtigen!« ist keine Merkwürdigkeit unserer Zeit, sondern im Anreizsystem der Postmoderne systematisch angelegt.

Aufstieg der Antiästhetik

Die beschriebene, von der Stilführerschaft eingesetzte Manipulation erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass aus dominierten Objekten Suprema werden, allein durch die unspezifizierte Vergrößerung des Merkmalsraums. Die Stilführerschaft im Kunstbetrieb gibt aber auch eine gezieltere Wegleitung zur Transformation dominierter Objekte in Suprema. Dazu ein Zitat aus der Sammlung von Thomas Girsch und Magnus Resch: »Nothing will be conceptually or visually interesting if there are no oppositions, if there are no contradictions, if there are no parallels, if there are no extremities. I believe that everything co-exists in this world but I would like to keep or see polarity/ambivalence/opposition/contradictions/parallels/extremities next to each other/facing each other.« Dies ist die Einladung, die einfachen Gewissheiten der Dominanzordnungen aufzugeben und die Objektwelt in ihren Widersprüchen, Gegensätzen und Inkompatibilitäten zur Kenntnis zu nehmen. In der Konsequenz werden dominierte Objekte nicht allein durch das »Gesetz der großen Merkmalszahl« in Suprema verwandelt, sondern ganz gezielt durch die Beachtung dessen, was sie von anderen unterscheidet und warum sie sich an anderen reiben.

Die Antiästhetik ist eine Strömung, die genau das propagiert. Ihr ist der mit der Kant'schen Zweckfreiheit der Kunst einhergehende Isolationismus des Kunstbetriebs ein Dorn im Auge: Wie kann man sich mit Kunst befassen, ohne

in ihr die Zerrissenheit der Welt zu suchen und zu finden? Sie ist ein Programm, das die Auflösung von Ordnung in der großen Welt in der kleineren Objektwelt der Kunst wiederfindet. Ketten, |, werden in der Folge aufgelöst, weil sie die wahren Widersprüche ihrer Objekte überdecken. Die Endzeitästhetik des Punk ist antiästhetisch als Programm und exemplarisch für alle randständigen Wahlverwandtschaften, die mit ihren gewöhnlichen Stilen in ewiger Opposition zum Mainstream stehen.⁸ Der ihnen vom Mainstream nach den Merkmalen der Schönheit zugewiesene untergeordnete Rangplatz wird mit Ironie und Sarkasmus ins Lächerliche gezogen und es werden Merkmale hervorgeholt, die, in Opposition zu jenen des Mainstreams, diese Rangfolge auf den Kopf stellen. Die wohlgeordnete Welt von Ketten, |, und Bäumen mit Ketten, $\mathfrak{M}$, wird durch die Opposition, Gegensatz und Widerspruch besser berücksichtigenden Phylogramme, $\mathfrak{M}'$, ersetzt.

Die Zielfunktion (13) in Verbindung mit den Effizienzeigenschaften der Ordnungstypen der Kultur (20) und der in Tabelle 11 zusammengefassten Agency der Stilführerschaft ist die ökonomische Erklärung für diesen empirischen Befund. Sie lässt sich als folgende Hypothese formulieren:

Antiästhetikgesetz (H₂): Der Anteil antiästhetischer Merkmale im Merkmalsraum, die gesellschaftliche Widersprüchlichkeiten auf der Stufe der Objektwelt operationalisieren, nimmt zu.

Hypothese 2 prognostiziert den Siegeszug der Antiästhetik über die (klassische) Kant'sche Ästhetik, weil deren Postulat der Zweckfreiheit die Möglichkeiten, Objekte in (gesellschaftliche) Opposition zueinanderzubringen, im Vergleich zur Antiästhetik einschränkt. Die Hypothese ist jedoch nicht gesellschaftspolitisch, strukturell oder dialektisch motiviert, sondern rein mikroökonomisch: Das individuelle Glück, oder sei es der Nutzen der Stilführer, schafft ein kollektives Interesse, die Kultur so zu manipulieren, dass auch gesellschaftliche Widersprüchlichkeiten, Dilemmata und Gegensätze ihren Niederschlag in den Anweisungen an die Sortierstation der Kultur finden. Antiästheten wie Marx, Nietzsche, Heidegger, Freud, Wittgenstein, Bourdieu, Poe, De Quincey, Stendhal, Heine und selbst der Begründer der Antiästhetik, Baudelaire, haben in dieser ökonomischen Sichtweise nur ihren (egoistischen) Beitrag zur Verbesserung der kulturellen Effizienz geleistet. Die Politisierung von Kunst und Kultur ist in der hier entwickelten ökonomischen Interpretation nicht kausal für die Dynamik des stilistischen Systems, sondern umgekehrt: Die kulturelle Selektion politisiert.

Singletons adieu

Die Relation (20) identifiziert die Antikette aus Singletons als kulturell ineffizienten Ordnungstyp. Stilführer haben deshalb den kollektiven Anreiz, durch Anweisungen an die Sortierstation der Kultur Singletons in Phylogrammen unterzubringen:

Singletongesetz (H_3): Singletons verschwinden.

Singletons sind mit der Aura der Einzigartigkeit ausgestattet, was sie bereits zu ungeeigneten Kandidaten für einen Platz unter den dominierten Objekten macht. Für einen Platz in einem Phylogramm braucht es nur noch neue Merkmale, die mit anderen Objekten eine Vergleichbarkeit etablieren. So können auch ehemalige Singletons vergleichbar gemacht werden. So einzigartig zum Beispiel der zum *Barong Tagalog* vernähte *Piña* und das Schweißstuch der Veronika auch sein mögen, über textile – Gewicht und Feinheit des Stoffs – und symbolische Merkmale – mehr oder weniger ikonographische Codierung – können sie doch vergleichbar werden. Welche Merkmale als relevant erachtet werden, entscheidet die Stilführerschaft selbst.

So wird aus dem Singleton *Piña* mit der Zeit eines von zahlreichen Zeichen der philippinischen Identität, aus Marcel Duchamps *Fontaine* eines von vielen vergleichbaren Werken des Dada, aus den altägyptischen *Briefen des Heqanakht* ein frühes Beispiel kommerziellen Denkens. Über Singletons herrscht in der kulturellen Selektion das archäologische Prinzip: Es ist plötzlich etwas da, was man so noch nie gesehen hat, aber man gibt nicht auf, bis es irgendwo im inzwischen Bekannten verortet werden kann.

Die Antikette ($X, \sqsubset \sqsupset$) ist nichts anderes als die ungeordnete Menge, X , selbst. Die sich in Erziehung, Bildung und Wegleitung zeigende Ordnungsliebe lässt sie zu etwas Störendem werden. Ordnungsliebe ist in der Qualitätstheorie dem Interesse an der Verbesserung der kulturellen Effizienz geschuldet. Sich selbst gesetzte Spielregeln sind ein Beispiel. Das Kartenspiel *Quartett* zeigt das Prinzip. In der Grammatik existieren keine Wörter, die nicht in irgendeine Schublade gehörten, in der Literatur kein Werk, das nicht irgendeinem Genre angehörte. Die Kunstgeschichte als Wissenschaft ist eine Singletonausmerzmaschine, so auch die Archäologie. Solange es unter irgendeinem übergreifenden Motto steht, darf der Mensch alles sammeln, ohne sich lächerlich zu machen. Nur der sprichwörtliche Bauchladen ist tabu. So lernen wir, Singletons auszumerzen, die wir, je länger, je mehr, als etwas Störendes erleben. Erst wenn wir

sie mit anderen Objekten irgendwie auch vergleichbar gemacht haben, geben wir uns zufrieden.

Phylomanie

Aus den Hypothesen H_1 , H_2 und H_3 und der Relation (20) lässt sich als Folgehypothese postulieren:

Ordnungsgesetz (H_4): Langfristig wird jedes Objekt in einem Phylogramm, $\mathfrak{H}'$, geordnet.

H_4 besagt, dass die Arbeiter in der Sortierstation der Kultur immer öfter den effizienten Ordnungstyp zur Anwendung bringen. Ihre Kinderstube, ihre schulische Erziehung, ihre Bildung und die andauernden Manipulationen ihrer Stilsführerschaft lassen sie Objekte im effizienten Ordnungstyp, dem Phylogramm, $\mathfrak{H}'$, verorten. Die Arbeit in der Sortierstation der Kultur hat unter Anleitung der Stilsführerschaft in der Tendenz zur Folge, dass den Konsumenten das volle Potenzial der ungeordneten Objektwelt, X , zur Schaffung von Distanz und Nähe zur Verfügung steht.

H_4 prognostiziert die Manie der Postmoderne, in allem und jedem sowohl das Einzigartige, Unvergleichbare wie auch das Vergleichbare, Verwandte zu finden. Das Phylogramm ist der Ordnungstyp, der diese Manie des »sowohl als auch« und »auf der einen und auf der anderen Seite« abbildet. Die *Phylomanie* ist die Leidenschaft der Postmoderne. Nichts ist so ganz anders, als dass es nicht irgendwo hineinpassen würde, und nichts gleicht etwas anderem so sehr, als dass es keine Einzigartigkeit mehr besäße. Alles ist zugleich bekannt und unbekannt, vertraut und unvertraut, gewöhnlich und besonders. Der Gipfel der Kunstbeflissenheit ist die Fähigkeit, jedes Werk irgendwo einordnen und zugleich seine Einzigartigkeit herausstellen zu können. Der Alltag wird immer freier von klaren Verdikten. Vorbei die Zeiten, als etwas klar besser als etwas anderes sein konnte, aber auch vorbei die Zeiten, als sich ein Vergleich ganz verboten hat. Leonardo wird mit Warhol vergleichbar, Bach mit Madonna, aber auch in jedem Dilettantismus steckt etwas Besonderes. Die Phylomanie in der Objektwelt wird auf den Menschen übertragen. Niemand gehört nie nirgendwo dazu und in jedem Langweiler schlummert stets ein Juwel.

Nur auf der individuellen Ebene zeigt sich keine Phylomanie. Die metakonstrastierende Brille (Tabelle 5) schafft situativ Klarheit für den Moment. Im Stilsystem als Ganzes hingegen ist Phylomanie eine synchrone Kakophonie von

Widersprüchen, die ein Objekt zugleich unvergleichbar und vergleichbar macht. Der viel kommentierte Verlust an Gewissheiten in der Postmoderne ist im Lichte der Qualitätstheorie der Selektion in Richtung kultureller Effizienz geschuldet.

In Abbildung 9 bewirkt diese Selektion für eine gegebene Objektmenge X die Verschiebung der aktuellen Position auf der Trade-off-Linie von zum Beispiel Punkt A oder B in Richtung ihres Schnittpunkts mit der horizontalen Achse, C. Länge aus $(X, \square_a)$ nimmt über die Zeit ab und Breite nimmt zu. *Ceteris paribus* würde diese Selektion zur vollständigen Beseitigung von Länge aus $(X, \square_a)$ und zum Erreichen der maximalen Breite in Punkt C führen, der erreicht ist, sobald X ganz als Phylogramm geordnet ist. Diese *Ceteris paribus*-Bedingung wird jedoch, wie im Folgenden gezeigt, modellimmanent verletzt. Effizienz bleibt eine in der kulturellen Selektion nie erreichte Eigenschaft der Kultur.

Qualitätsinflation

Die kulturelle Selektion mit den Vektoren Merkmalsinflation, Aufstieg der Ästhetik, Ausmerzungen von Singletons und Phylomanie ist der Agency der Stilführerschaft geschuldet. Aber auch Stilfolger beeinflussen durch ihr *o/+Konsumieren* die kulturelle Selektion. Eine ihrer Agency anzurechnende Vektorkomponente dieser Selektion ist die langfristige Zunahme verfügbarer Qualitäten:

Qualitätsgesetz (H_5): Die Anzahl von Objekten im stilistischen System nimmt zu.

Damit nimmt aber auch die Zahl von Dissimilaritäten zu und die konsumierbaren Qualitätsunterschiede in der Objektwelt. H_5 postuliert ein Say'sches Gesetz der Qualität. Das klassische Say'sche Gesetz der Volkswirtschaftslehre besagt, dass sich jedes Angebot seine eigene Nachfrage schaffe. Gemeint sind natürlich Mengen und dass jede angebotene Menge auch abgesetzt wird. Dieses voraussetzungsreiche Gesetz findet in der Qualitätstheorie ein Pendant im Qualitätsgesetz. Denn die Zielfunktion (13) setzt einen Anreiz, alle in der Objektwelt verfügbaren Objekte ins stilistische System aufzunehmen. Jedes von Unternehmen neu geschaffene Objekt findet in der Tendenz seinen Weg zum Konsumenten. Für Unternehmen ist die einfachste (und eine kostengünstige) Erweiterung der Objektwelt, X , zusätzliche Objekte anzubieten, die in eine Dominanzordnung passen: Röcke werden kürzer, Hosen enger, Haare länger, Hotels familienfreundlicher, Klubs trendiger, Yachten exklusiver, Autos umweltfreundlicher.

Die Anreicherung von Ketten um weitere Elemente, dominierte Elemente oder neue Suprema, lässt die Kardinalität der n Antiketten aus den Suprema,

$\sqsubset \sqsupset_h$, konstant. Deshalb bleibt auch die Distanz (8) des gewöhnlichen Stils, in den das neue Objekt aufgenommen wird, zu den anderen gewöhnlichen Stilen im Stilsystem konstant. Die Wirkung auf das Ziel (13) hängt somit ausschließlich von der Wirkung auf die Individualität ab. Aus (6) folgt, dass die Aufnahme eines zusätzlichen Objekts in den individuellen Stil dessen Individualität, I_j , in der Wahlverwandtschaft *ceteris paribus* vergrößert oder konstant lässt. Die Anreicherung des individuellen Stils eines Konsumenten um ein neues Objekt, das bisher nicht im Stilsystem eingesetzt worden ist, ist *ceteris paribus* nicht zum Nachteil des Konsumenten.

Glück bzw. Nutzen des Konsumenten, j , bleibt nur dann konstant, wenn durch dieses neue Objekt die Verwurzelung im gewöhnlichen Stil um die *ganze* Länge der Kette zunimmt, in die es eingefügt wird. Dies ist aber nur dann der Fall, wenn das neue Objekt des individuellen Stils, s_j , approximativ identisch mit dem Supremum dieser Kette ist *und* das Supremum ein Element mindestens eines anderen individuellen Stils, s_i , im gemeinsamen gewöhnlichen Stil ist. Nur wenn das neue Objekt also fast dieselbe Qualität wie ein Supremum hat, das bereits von anderen Mitgliedern der Wahlverwandtschaft gezeigt wird, bleibt das Glück von Konsument j konstant. Ein Beispiel ist das Supremum E in Abbildung 6, wenn Individuum j E nicht zeigt, aber ein approximativ fast identisches Objekt $E' s_j$ hinzufügt. Für ein in diesem Sinne nicht approximativ identisches neues Objekt steigt hingegen der Nutzen, wenn der Konsument es in seinen individuellen Stil aufnimmt. Dies ist immer dann der Fall, wenn Unternehmen diskret andere neue Objekte anbieten als deren bisheriges Supremum. Deshalb finden solche neuen angebotenen Objekte im Stilsystem immer ihre Nachfrage.

Es bleibt noch die Wirkung neuer Elemente eines Phylogramms und neuer Singletons auf die Zielfunktion (13) zu bestimmen. Ein neues Element eines Phylogramms ist per Definition selbst ein (triviales) neues Supremum. Durch seinen Einsatz in einem individuellen Stil nimmt die Individualität (1) zu, weil die Diversität, DIV_v^g , stärker steigt als die Verwurzelung, W_j^g . Deshalb gilt die Relation (6) als strikte Ungleichung. Im Gegensatz zu einem neuen Element einer Kette nimmt *ceteris paribus* die Breite im stilistischen System zu, die gemeinsame Peripherie bleibt konstant und die Distanz (8) wird größer. Ein neues, das Phylogramm eines Stilsystems erweiterndes Objekt erhöht das Glück jenes Konsumenten, der es in seinen individuellen Stil aufnimmt. Neue angebotene Objekte und damit Qualitäten finden deshalb ihre Nachfrage.

Singletons sind weder Determinanten der Diversität, DIV_v^g , des gewöhnlichen Stils noch der Verwurzelung des individuellen Stils, W_j^g . Also haben Singletons im individuellen Stil, s_j , gemäß (1) keinen Einfluss auf die Individualität des Konsumenten. Im Modell der Qualitätstheorie konnte Ramon Magsaysay

durch seine Einführung des *Barong Tagalog* im *Piña* ins philippinische stilistische System seine Individualität innerhalb seiner Wahlverwandtschaft der philippinischen Nationalisten nicht vergrößern. Aber die Aufnahme eines für das stilistische System neuen Singletons in einen individuellen Stil, s_j , vergrößert die Distanz, D_h , des gewöhnlichen Stils, dem er angehört, zu den anderen gewöhnlichen Stilen im stilistischen System. Deshalb nimmt der Zielerreichungsgrad (13) des Konsumenten, j , zu und im selben Ausmaß auch der Zielerreichungsgrad aller anderen Mitglieder seiner Wahlverwandtschaft. Die Einführung des *Barong Tagalog* im *Piña* war zum persönlichen Vorteil Ramon Magsaysays, allein weil sie die Distanz der Nationalisten zu den philippinischen »Amerikanisten« vergrößerte, und eben aus diesem Grund war sie auch zum Vorteil aller anderen philippinischen Nationalisten. Neue Singletons finden über mindestens einen individuellen Stil Eingang ins stilistische System. Kein noch so unvergleichbares Objekt wird je von Kreativen erdacht werden, das keinen Platz im stilistischen System finden würde. Nichts wird uns jemals so fremd sein, dass es nicht als Mittel zur Schaffung sozialer Distanz zum Einsatz käme. Jedes noch so abstoßende, skurrile, phantastische Objekt wird von irgendeiner Wahlverwandtschaft genutzt werden. Irgendein Individuum wird selbst die absonderlichste Idee zum individuellen Stil verarbeiten. Die erste Irokesenfrisur des Punk zeigt das Programm.

Damit ist das (Say'sche) Qualitätsgesetz etabliert: Das Angebot an Objekten und darüber konsumierbaren Qualitäten findet stets seine Nachfrage. Es ist egal, ob neue Objekte für Ketten oder Phylogramme oder ob neue Singletons im Angebot auftauchen, stets ist es zum Vorteil irgendeines Konsumenten, sie im individuellen Stil zu zeigen.

Aktuell für immer

So wie es zum Vorteil mindestens eines Konsumenten ist, eine neu angebotene Qualität im individuellen Stil zu zeigen, so ist es im Umkehrschluss zum Vorteil mindestens eines Konsumenten, dass ein Objekt nicht aus dem Stilsystem verschwindet. Objekte mögen immer seltener zu sehen sein, aber es gibt immer jemanden, der sie in seinem individuellen Stil zeigt, egal wie sehr sie in die Jahre gekommen sind. Jede Qualität bleibt immer für mindestens einen aktuell.

Aktualitätsgesetz (H_6): Kein Objekt verschwindet aus dem Stilsystem.

In der Folge von H_5 und H_6 gibt es langfristig immer mehr »alte« Objekte im Stilsystem. Denn es kommen immer neue Objekte hinzu und auch wenn sie in die Jahre kommen, werden sie nicht ausgemustert. Dies unterscheidet die kulturelle von der biologischen Evolution. Evolutionsbiologisch ist das Krokodil zwar ebenso aktuell wie der Mensch (der seine Gehörknöchel von ihm »hat«), aber Fossilien, so physisch greifbar sie noch heute sein mögen, finden keinen Platz im Baum des Lebens. Diese Fortpflanzungslogik gibt es in der Kultur nicht. Auch kulturelle »Fossilien« sind Bestandteil der Objektwelt, X . Anders formuliert: Der alte Krempel in unseren Beständen wird nie zum Fossil – alles, was es jemals an Qualität gab, bleibt auf ewig aktuell.

»Aktuell für immer« ist in der Zielfunktion (13) mitberücksichtigt. Kulturelle Ketten und Bäume müssen nicht (wie evolutionsbiologische Phylogramme) ultrametrisch sein, das heißt, ihre vertikale »Ausdehnung« muss nicht gleich lang sein. So ist zum Beispiel in Abbildung 8 die Kette in S_2 kürzer als die vertikale Ausdehnung des Baums. In ihr zeigt sich zum Beispiel eine schon früher zu Ende gegangene Evolution einer Tracht (zum Beispiel der Appenzeller Frauentracht), die nur noch in Varianten der Kette zu tradierten Anlässen (zum Beispiel Fronleichnam) getragen wird und wenig zur Individualität innerhalb der Gruppe (der Appenzeller), dafür umso mehr zur Distanz (gegenüber den Touristen) beiträgt.⁹

-
- 9 Wenig überraschend verfügt die Archäologie über spezielle Konzepte zur Systematisierung von Artefakten, deren kulturelle Evolution zu Ende gegangen ist (Lyman und O'Brien 2000). Archäologische Bäume haben die vertikale Dimension Zeit. Sie beginnt mit der Entstehungszeit/Bodenschicht des ältesten gefundenen Exemplars (als gemeinsamer Vorfahre aller Subtypen im Merkmalsraum gedacht) und endet mit jeder Verästelung des Baums, wo im archäologischen Befund eine Abstammungslinie endet, also keine Exemplare des Typs mehr in jüngeren Bodenschichten gefunden werden. Demzufolge haben die Äste des archäologischen Baums im Gegensatz zum evolutionsbiologischen Phylogramm unterschiedliche Längen bis zum gemeinsamen Ursprung. Diese Möglichkeit des historischen Endes von Entwicklung ist in Abbildung 8 mit der kürzeren Kette mitberücksichtigt. Archäologische Diversität wird auch nicht wie in der auf die Gegenwart von Fauna und Flora fokussierten Evolutionsbiologie als Länge bis heute gemessen. (Zum Beispiel gäbe die Länge des archäologischen Baums bis heute einer Sammlung eines Museums lediglich Auskunft über dessen Wichtigkeit für die Erinnerungskultur, Forschung oder Finanzierung.) Archäologische Diversität basiert stattdessen auf der Idee von Breite in historischer Dimension und dient dem Interesse an der Diversität von Kultur im historischen Zeitablauf. Ein Maß für archäologische Diversität ist deshalb die Anzahl vorkommender Typen/Abstammungslinien (nicht Exemplare) aus derselben Zeit/Bodenschicht als Indikator für die kulturelle Diversität zu jener Zeit. In Abbildung 4 ist die Idee archäologischer Diversität durch die Antiketten kennzeichnenden *horizontalen* perforierten Kästen mitberücksichtigt, mit dem Zeitstrahl von oben

Das Aktualitätsgesetz prognostiziert unsere Sammelleidenschaft und die Popularität von Fernsehserien wie *Bares für Rares* und *Kunst und Krempel*. Hipster verhielten sich mit ihm konform, als sie Accessoires wie die Truckerkappe, die Jutetasche oder den Schnurrbart aus der Beinahevergessenheit wieder hervorbrachten. Das Kofferradio, hip in den 1950er-Jahren, Relikt einer veralteten Technik im Zeitalter der Smartphone-Miniaturisierung, ist auch wieder da.

Immer mehr Savants

Das Qualitäts- und Aktualitätsgesetz konterkariert die Effizienz der Kultur. Die Stilgefolgschaft verwässert mit ihrer gezeigten Vorliebe für *jedwede* Qualität das selektive Qualitätsstreben der Stilführerschaft. Stilfolger stopfen das stilistische System ständig voll mit neuen und wieder ausgegrabenen Objekten für Ketten. Die Menge (X, □) verliert durch die Agency der Stilfolger an Eigenschaften eines Phylogramms, weshalb die Stilführerschaft ständig damit beschäftigt ist, diese hineingebrachten Ineffizienzen aus dem stilistischen System wieder zu entfernen.

Von den Mitteln ihrer Agency (vgl. Tabelle 11) ist ihr eigenes o/+Konsumieren dazu wenig geeignet, denn es ist nonverbale Kommunikation, mit ihm lässt sich lediglich zeigen. Die Stilführerschaft muss aber die Vergleichbarkeit der von Stilfolgern als unvergleichbar taxierten Objekte aufzeigen, genauso wie das Unvergleichbare von Objekten in Ketten. Sagen führt sie sicherer zum Ziel als Zeigen. Stilfolger handeln durch Sortieren und Zeigen, Stilführer handeln hingegen auch durch Sagen.

Intermediationsgesetz (H₇): Im Stilsystem breitet sich eine Intermediationsbranche aus.

nach unten verlaufend. Die archäologische Diversität ist die Anzahl vertikaler Äste/Abstammungslinien zu einem Zeitpunkt. In Abbildung 4 also anfänglich Diversität 2 bis zum Zeitpunkt der ersten Verzweigung des Baums, dann 3 bis zum Zeitpunkt der zweiten Verzweigung des Baums und ab dann bis zur Gegenwart 4. Typischerweise wächst archäologische Diversität im Zeitverlauf und nimmt dann wieder ab. Pfeilspitzen findet man in einer Abfolge von Bodenschichten, Exemplare wie Typen, und sie verschwinden wieder aus jüngeren Schichten. Soweit allein die *aktuelle* Breite die *gegenwärtige* soziale Distanz des produktiven Konsumenten bestimmt, ist für die Qualitätstheorie nur diese relevant.

Auf die zunehmende Flutung des Stilsystems mit Objekten reagiert die Stilführerschaft mit Theoretisierung, Intellektualisierung und Ideologisierung der Objektwelt. Stilintermediation ist eine Wachstumsbranche. Kuratoren, Ratgeber, Kritiker sagen Stilfolgern in Magazinen, Büchern, im Fernsehen und den sozialen Medien, was sie bei ihrer Arbeit in der Sortierstation der Kultur besser machen müssen. Die effizienzgetriebene Phylomanie nährt eine ganze Branche von Savants, die, gestützt auf überlegenes Wissen, den Arbeitern in der Sortierstation der Kultur Anweisungen geben. Die *100 Secrets of the Art World* gibt es für alles. *De gustibus non est disputandum* bleibt eine Floskel, der die Intermediationsbranche ständig zuwiderhandelt. Ihre Belehrungssucht ist im vorliegenden Modell dem egoistischen Vorteilsstreben aus der Zielfunktion (13) in Verbindung mit den in Tabelle 11 aufgelisteten Handlungsoptionen geschuldet. Aus der Sicht der Qualitätstheorie wird von Savants in literarischen Quartetten, in Kochsendungen, Feuilletons usw. Distanz und Nähe für alle einschließlich ihrer selbst produziert. Sie finden Gehör und Gefolgschaft, weil sie über Handlungsoptionen verfügen, die dem großen Rest verschlossen bleiben.

Ausmusterung der Uniform

Für die Zielfunktion (13) und für eine gegebene Diversität eines gewöhnlichen Stils, DIV_v^g , ist die Verwurzelung eines individuellen Stils in ihm, W_i^g , kulturelle Verschwendung, die das individuelle Interesse entstehen lässt, sie zu beseitigen. Stilfolger tragen dazu durch die Vermeidung von Doppelspurigkeiten bei. In Abbildung 6 zum Beispiel können die Konsumenten i und j ihre Verwurzelung im gewöhnlichen Stil, W_i^g , reduzieren, ohne dessen Diversität zu schmälern, wenn sie E in ihren individuellen Stilen selbst nicht mehr zeigen und dem individuellen Stil s_k exklusiv überlassen. Wann immer ein Objekt in mindestens zwei individuellen Stilen gezeigt wird, ist es vorteilhaft, dieses Objekt in einem individuellen Stil aufzugeben.

Entuniformierungsgesetz (H_s): Jede in einem gewöhnlichen Stil gezeigte Qualität wird langfristig nur in einem einzigen individuellen Stil gezeigt.

Hypothese 8 prognostiziert die Ausbreitung von Nuancen in der Objektwelt. Zum gewöhnlichen Stil der Banker gehört der Schlips, aber es gibt tausend unterschiedliche Variationen. Es gehört der geschlossene Lederschuh in Schwarz dazu, den es aber in tausend Nuancen gibt. Es gehört das Langarmhemd für den geschlossenen Kragen dazu, aber es gibt tausend Alternativen. Es gehört der

dunkle Anzug dazu, aber es gibt ihn in tausend Varianten. Es gehört die Golduhr dazu, aber sie gibt es in tausend Ausführungen. Die Kombination und Rekombination belässt Milliarden an Varianten für den individuellen Bankerstil im so »einheitlichen« gewöhnlichen Bankerstil. Dieser Variantenreichtum findet seine Konsumenten. Wo die Moderne ihren stilistischen Anfang in der Uniformierung (selbst der Zivilisten) nahm, nimmt die Postmoderne ihren Fortgang in der konsequenten Entuniformierung des Individuums.

Diese Entuniformierung zeigt Jacques Tati, einer der Regisseure, die die neue Zeit filmisch aufs Korn nahmen, in einer Szene in *Die Ferien des M. Hulot* (1953): Zwei weibliche Mitglieder einer temporären Wahlverwandtschaft treten im selben Augenblick aus benachbarten Hotelzimmern – sich im identischen Sommerkleid gegenseitig musternd – und verschwinden wortlos wieder darin.

Polytomisierung

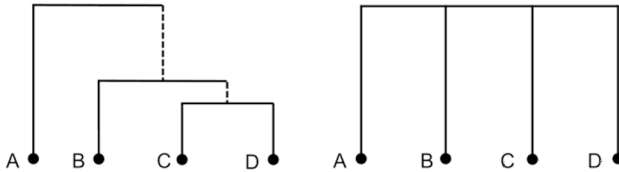
Phylogramme der Evolutionsbiologie zeigen aus einer reinen Plausibilitätsüberlegung heraus nur Verzweigungen von jeweils zwei Ästen: Wenn sich ein Teil einer Fortpflanzungsgemeinschaft aus dieser heraus zu einer neuen Art entwickelt, zum Beispiel durch geographische Separation, wird aus eins zwei. Denn es gilt als äußerst unplausibel, dass sich zur selben Zeit aus einer einzigen Fortpflanzungsgemeinschaft drei oder mehr neue Arten herausentwickeln, in welchem Fall wir eine Polytomie – einen evolutorischen Knoten mit drei oder mehr Verzweigungen nach unten – hätten. In der kulturellen Evolution entbehrt diese Plausibilitätsüberlegung jeglicher Grundlage. Polytomien sind in der Kultur nicht nur möglich, sondern wahrscheinlich. Die Stilführerschaft sorgt dafür.

Jede Länge oberhalb eines Knotens kann Teil einer Verwurzelung eines individuellen Stils sein, weil unterhalb davon mindestens zwei Objekte eingeordnet sind, die deshalb zwei individuellen Stilen angehören können. Für eine gegebene ungeordnete Objektmenge, X , verringern sich deshalb die möglichen Verwurzelungen, wenn die Zahl von Knoten in der vertikalen Struktur der Ordnung kleiner wird. Polytomien verringern die Zahl der Knoten gegenüber einem Phylogramm. Die minimale Anzahl von Knoten hat für eine gegebene ungeordnete Menge, X , eine vertikale Struktur, in der alle Elemente der Objektmenge aus einer einzigen Polytomie entspringen. Abbildung 10 zeigt diesen Fall.

Auf der Grundlage von Zielfunktion (13) hat die Stilführerschaft *ceteris paribus* ein Interesse daran, dass Objekte zu Polytomien geordnet werden. Dies reduziert die Anzahl Knoten in der vertikalen Struktur der Objektwelt und damit die

Möglichkeiten, dass es in gewöhnlichen Stilen Verwurzelungen individueller Stile gibt.

Abbildung 10: Polytomisierung.



Das Phylogramm mit vier Objekten bietet mit den gestrichelten Längen zwei Möglichkeiten der Verwurzelung (wenn C und D zwei unterschiedlichen individuellen Stilen angehören und/oder wenn B einem anderen individuellen Stil angehört als C oder D). Dieselben Objekte als Polytom geordnet (rechts) bieten keine Möglichkeit zur Verwurzelung.

Polytomisierung geht mit einer Vereinfachung der Dissimilarität (als Vergleichbarkeit) einher. In Abbildung 10 (rechts) sind im Gegensatz zu den Paaren links alle möglichen Objektpaare in ihrer bilateralen Länge gleich dissimilär. Unterschiede zwischen Objektpaaren, als Längen definiert, gleichen sich durch Polytomisierung an. Im Grenzfall der Ordnung der Objektmenge X als Polytom (Abbildung 10 rechts) sind alle paarweisen Qualitätsunterschiede stets gleich groß. Eine in einem Polytom geordnete Objektmenge X lässt sich deshalb auch als geordnete »Minuten« auf dem Ziffernblatt einer Uhr denken: mit der Anzahl »Minuten« gleich der Anzahl Objekte in der Menge X und mit identischen Abständen zwischen allen benachbarten »Minuten«.¹⁰

Der Anreiz der Stilfeherschaft, komplexe vertikale Struktur durch Polytomisierung zu verringern, begründet die folgende Hypothese:

Polytomisierungsgesetz (H_9): Dissimilaritäten (als Vergleichbarkeit) in der Objektwelt konvergieren.

So verschwindet Wahlverwandschaftsgeschichte immer mehr aus den Curricula von Gefolgschaften. Die Idee des sanguinischen Phylogramms europäischer Adelslisten findet kein Echo in der Postmoderne. Die Wahlverwandschaft des Start-up-Kapitalismus verehrt zwar Steven Jobs als Stammvater, aber jedes

10 In Kapitel 9 wird im Zusammenhang mit der orthodoxen Modellierung der Produktdifferenzierung auf die Ziffernblattanalogie zurückgekommen.

Mitglied gilt mit dem individuellen Stil seines Ventures als auf die gleiche Weise mit ihm verwandt. Wahlverwandtschaften werden immer mehr zu identisch verwandten »Bienenvölkern«.

Kernbildung

Gemeinsame Peripherien, P_{hk} , zweier gewöhnlicher Stile, S_h und S_k , vergrößern gemäß (10) *ceteris paribus* die Distanz in einem stilistischen System mit drei oder mehr Wahlverwandtschaften, wenn sie aus neuen, bisher im stilistischen System nicht genutzten Objekten entstehen. Eine Stilführerschaft wird deshalb nicht zu verhindern suchen, dass ihre Gefolgschaft *synchron* mit einer anderen Wahlverwandtschaft *neue* Objekte in den gewöhnlichen Stil aufnimmt – das Say'sche Gesetz der Qualität macht vor stilistischen Peripherien nicht halt. So entstehen Peripherien gemeinsam gezeigter Objekte in unterschiedlichen gewöhnlichen Stilen, die sich in diesem Sinn miteinander verflechten. Abbildung 8 ist ein Beispiel einer solchen Verflechtung: Die Schnittmenge der Antiketten der Suprema der beiden gewöhnlichen Stile ist die gemeinsame Peripherie. Formel (10) prognostiziert die gelegentliche massenhafte Ausbreitung neuer Objekte im stilistischen System: Modeerscheinungen entwickeln sich so zu stilübergreifenden Trends – Haare werden insgesamt länger, Röcke kürzer, Hosen enger, nicht nur in einem einzigen gewöhnlichen Stil. Es gibt aber stets mindestens einen gewöhnlichen Stil, der diesem stilübergreifenden Trend widersteht.

Sobald neue Objekte so Einzugs ins stilistische System gehalten haben, hat die Stilführerschaft einen begrenzten Anreiz, Peripherien durch Überführung ihrer Objekte in einen stilistischen Kern zu beseitigen. In Abbildung 8 zum Beispiel wird die Peripherie beseitigt, wenn beide gewöhnlichen Stile auf je das andere Objekt in ihrer gemeinsamen Peripherie verzichten. Jede dieser Entflechtungen hat dieselbe Wirkung auf die Distanzen im stilistischen System wie die Einführung eines neuen Objekts in nur einen gewöhnlichen Stil und damit in dessen stilistischen Kern. Dadurch wird gemäß (9) die Distanz jedes gewöhnlichen Stils gegenüber dem sozialen Ganzen vergrößert. Der Verzicht auf ein Objekt aus einer der Peripherien eines gewöhnlichen Stils muss aber mit dem Verzicht dieses Objekts in mindestens einem seiner individuellen Stile einhergehen. Die Entflechtung vermindert somit auch die Individualität in der Wahlverwandtschaft. Bei der Entflechtung der gewöhnlichen Stile muss die Stilführerschaft deshalb einen Trade-off beachten: Die soziale Distanz zwischen den Wahlverwandtschaften nimmt zu, aber die Individualität in mindestens einem gewöhnlichen Stil nimmt ab. Die generelle Wirkung der Entflechtung auf das Glück (13) ist

deshalb unbestimmt. Bei einer hinreichenden Konkavität (14) der Zielfunktion (13) ist bei einer Mindestanzahl von Objekten in der gemeinsamen Peripherie zweier gewöhnlicher Stile eine Entflechtung im Gesamtinteresse auch der Wahlverwandtschaft, die auf ein Objekt aus seiner Peripherie ganz verzichtet. Bei hinreichend kleiner Anzahl von Objekten im gewöhnlichen Stil ist hingegen eine Entflechtung nicht im Interesse wenigstens eines Mitglieds der Wahlverwandtschaft, weil die Nutzeneinbuße aus dem Verlust an Individualität den Nutzen Gewinn aus der Vergrößerung der Distanz übersteigt. Bei zum Beispiel nur zwei Objekten in einem gewöhnlichen Stil würde der Verzicht auf eines dazu führen, dass gemäß (1) die Individualität im gewöhnlichen Stil ganz verschwände. Dies motiviert die nächste Hypothese.

Kernbildungsgesetz (H_{10}): Übersteigt die Anzahl von Objekten in einem gewöhnlichen Stil einen kritischen Wert, besteht er auch aus einem Kern.

In Verbindung mit H_5 (Qualitätsgesetz) prognostiziert H_{10} die Ausbreitung gewöhnlicher Stile im stilistischen System, die sich durch sonst nirgendwo gezeigte Objekte auszeichnen. Immer mehr gewöhnliche Stile weisen, so die Prognose, einen solchen stilistischen »Fingerabdruck« auf. Diese Prognose steht nicht im Widerspruch zu H_8 (Entuniformierungsgesetz). Langfristig, so die Prognose aus H_8 und H_{10} , wird eben nur der Banker (und seinesgleichen) immer irgendeine Variante des Anzugs mit Schlips (ursprünglich aus der Savile Row) zeigen und der große Rest dafür nie mehr.

Es ist zu beachten, dass – bis hierher – in der Sichtweise der Qualitätstheorie die Kernbildung kein Mittel zur Beseitigung von Informationsasymmetrien ist und deshalb kein Signalling darstellt. Der mit der Kernbildung einhergehende Verlust an Individualität stellt deshalb auch keine Signalkosten dar. Die Arbeit in der Sortierstation der Kultur ist qua Annahme informationsökonomisch stets perfekt. Kernbildung, ab einer kritischen Anzahl von Objekten im stilistischen System, ist ausschließlich dem Interesse an der Vergrößerung sozialer Distanz unter Beachtung ihrer Wirkung auf soziale Nähe geschuldet.¹¹

Charisma der Stilfehrerschaft

Zu jeder Zeit existiert eine »kristallisierte Geschichte« als aktuelle Betriebsanleitung, □, für die Arbeiter in der Sortierstation der Kultur. Experimentieren im

11 In Kapitel 10 wird die Qualitätstheorie informationsökonomisch erweitert.

Do-it-yourself(DIY)-Verfahren der Stilgefolgschaft und industrielle Innovation verändern die ungeordnete Objektwelt, X . Dies schafft immer neue Ineffizienzen und zu jeder Zeit gibt es aus dem Zusammenspiel einer sich wandelnden Objektwelt und der Kultur als »kristallisierte Geschichte« einen der kulturellen Effizienz entgegenwirkenden Druck. Dem gibt die Stilführerschaft Gegenruder. Kultur als dynamische Institution, als »kristallisierte Geschichte mit einem Schmelzrand«, erhält ihre evolutorischen Impulse, H_1 bis H_{10} , aus menschlicher Agency.

Kulturelle Selektion fußt auf einer bisher nicht angesprochenen Potenz der Stilführerschaft. Sie setzt eine hinreichende Wirkmacht ihrerseits voraus. Es muss ihr gelingen, dem Druck des Zufalls, des Opportunismus der Stilgefolgschaft und der Industrie und daraus resultierender kultureller Ineffizienz erfolgreich Gegendruck zu geben. Diese Fähigkeit der Stilführerschaft ist der einzige Grund, warum sich ein Konsument ihr überhaupt anschließen sollte. Nur eine Führerschaft, die der Gefolgschaft durch Führung einen Vorteil beschert, ist es wert, dass ihr gefolgt wird. Die Stilführerschaft offeriert diesen Vorteil in der Währung der Effizienz der Arbeit in der Sortierstation der Kultur. Dies ist das Charisma der Stilführerschaft. Nur deshalb findet sie Gefolgschaft. Was dieses Charisma sozial bewirkt, ist das Thema des nächsten Kapitels.