

Kapitel 5

Soziales Wollen und kulturelles Können

»The budget constraint shows the various bundles of goods that the consumer can afford for a given income. Here the consumer buys bundles of Pepsi and pizza.«

N. Gregory Mankiw und Mark P. Taylor¹

Die Orthodoxie verortet Agency zwischen einer Zielfunktion (Wollen) und Handlungsrestriktionen (Können). Dazwischengeklemmt ist Agency eine reine Rechenleistung: Agenten (Konsumenten) nutzen ihren Handlungsspielraum (tendenziell) so, dass ihre Zielfunktion (ihr Glück bzw. ihr Konsumnutzen) maximiert wird. Mit diesem *methodischen Individualismus* im analytischen Gepäck prognostiziert die Orthodoxie menschliches Handeln. Klein Mäxchen hat 20 Euro Taschengeld übrig (Können) und teilt es geschickt auf so und so viele Pepsis und Pizzen (Wollen) auf. Die Anzahl Pepsis und Pizzen, die Klein Mäxchen mit soundso viel Geld in der Tasche kauft, ist eine typische Prognose der Orthodoxie.

Das Wollen in der Orthodoxie kann, muss aber nicht auf ein soziales Ziel ausgerichtet sein. Klein Mäxchen mag seine Pepsis und Pizzen alleine konsumieren wollen und Dritte nicht daran teilhaben lassen oder er mag damit bei seinen Freunden (auch) renommieren. In der Qualitätstheorie dient der *o/+Konsum* allein einem sozialen Ziel, der Manipulation von Distanz und Nähe. Wollen ist hier ganz auf das Soziale ausgerichtet. Die orthodoxe Theorie ist deshalb eine allgemeinere und der *o/+Konsumansatz* eine speziellere Theorie. Der Lohn für das Allgemeinere ist die Fähigkeit zur Analyse auch von Robinsonaden und sein Preis die aufgezwungene Seichtheit im Kulturellen und Sozialen. Der Preis für das

1 Mankiw und Taylor 2008.

Speziellere ist die Unempfindlichkeit gegenüber Mengen und Preisen und der Lohn ist der dadurch ermöglichte Tiefgang ins Kulturelle und Soziale.

Ein weiterer Unterschied zwischen der Orthodoxie und dem *o/+Konsumansatz* liegt im Erkenntnisinteresse selbst. Für die Orthodoxie ist das Wollen (in Form der Zielfunktion) Input in die Analyse. Ihr Output sind Prognosen über das Konsumverhalten auf Basis dieses wie vom Himmel gefallenen Inputs. Eine Reflexion über Zielfunktion und Motivation gibt es nicht und braucht es auch nicht. Wollen ist in der Orthodoxie einfach *irgendetwas* wollen, solange es nur mit Agency (als reine Rechenleistung gedacht) verfolgt werden kann. Da es irgendetwas sein kann, braucht man es auch nicht zu motivieren. Und da man es nicht motivieren muss, kann man es gleich als fix und fertig gegeben annehmen: einmal da, immer da!

Meine bisherigen und in diesem Kapitel zu vertiefenden Erwägungen zielen demgegenüber darauf ab, das soziale Wollen in Form einer speziellen Zielfunktion überhaupt zu finden. Das konkrete soziale Wollen ist hier ein Output der Analyse und kein Input. Wie die Orthodoxie bin aber auch ich mit einem wie vom Himmel gefallenen Input gestartet: Der Mensch strebt nach einem Platz im Sozialen und der ist in der für ihn spezifischen Distanz und Nähe festgelegt, auf die er Einfluss nimmt. Dieses soziale Wollen war zu Beginn der analytischen Reise eine ebenso allgemeine Metapräferenz wie das von der Orthodoxie unterstellte Nutzenwollen, nahm dann aber von Kapitel zu Kapitel konkretere Formen an. Der aktuelle Stand dieser Spezifikation des sozialen Wollens ist in Tabelle 6 zusammengefasst.

Können ist in der Orthodoxie durch Haben bestimmt: Klein Mäxchen hat sein wöchentliches Taschengeld, später dann Vermögen, Erfahrung und ein Netzwerk sowie das, was die Orthodoxie kulturelles Kapital nennt, also seine (Schul-)Bildung und die Fähigkeit, sich wie ein Fisch im Wasser oder ein Elefant im Porzellanladen des Sozialen zu bewegen. Alles, was er hat, setzt er fürs Wollen ein und die Endlichkeit des Habens schränkt sein Können ein. Unterschiedliches Tun ist in der Orthodoxie allein unterschiedlichem Haben geschuldet und identisches Haben führt immer zu identischem Tun.

Im *o/+Konsumansatz* hat das Individuum gar nichts alleine für sich, mit dem es anders als die anderen handeln könnte. Es hat nur das, was alle anderen auch haben: die Objektwelt, die qua Annahme sogar kostenlos zur Verfügung steht. Es nutzt sie zur Erreichung seiner Ziele – wie alle anderen auch. Können ist einzig der Kultur geschuldet. Das Können des produktiven Konsumenten ist in Tabelle 8 bereits zusammengefasst. Sie beschreibt Stilführer als Superman und Supergirl, die die Objektwelt nach ihren eigenen Interessen ordnen und dadurch den Stilfolgern die Gebrauchsanweisung für deren kostenlose Nutzung liefern. Das

ist zweimal Schlaraffenland pur. Das große für die Stilführer und das kleine für die Gefolgschaft. Überall nur kostenlose Handlungsoptionen, nirgendwo Einschränkungen – bis hierher zumindest –, ganz so, als hätte Klein Mäxchen übervolle Taschen oder als wären Pepsi und Pizza geschenkt zu haben. Aber ganz ohne Beschränkung des Könnens würden alle stets in unendlicher Glückseligkeit schwelgen oder sich mit unendlichem Nutzen vereint sehen. Individuelle Agency verlöre vollständig an analytischer Kraft und sozial wirksames Handeln führte alle ins Paradies. Ohne Restriktionen kein ökonomisches Problem – auch nicht in der Qualitätstheorie des Konsumierens.

Was sind die Restriktionen im *o/+Konsum*? Das Können ist durch die Kultur beschränkt. Innerhalb der Objektwelt sind kulturelle Trade-offs zu beachten, die unbegrenzte Glückseligkeit verhindern. Soziales Wollen stößt an Grenzen des kulturellen Könnens und macht Agency als gestalterischer Faktor des Sozialen erst relevant. Dies sind die Themen dieses Kapitels.

Nähe präzisiert

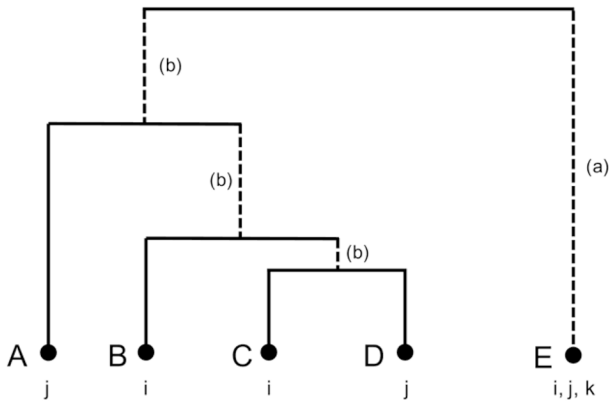
Wie in Tabelle 6 zusammengefasst, moderiert der individuelle Stil die soziale Nähe innerhalb der Ingroup – als das, was das Individuum trotz aller Gemeinsamkeiten von den anderen Mitgliedern seiner Wahlverwandtschaft unterscheidet und es trotz aller Unterschiede mit ihnen verbindet. Nähe also als Maß der Individualität innerhalb der Gruppe, zu der der Mensch gehört und gehören will. Alles, was ihn in seiner Individualität mit seiner Wahlverwandtschaft unvergleichbar macht, entfremdet ihn von ihr. Alles, was ihn mit seiner Wahlverwandtschaft vergleichbar macht und nicht identisch ist, pflegt ihn als Individuum in ihr. Soziale Nähe nährt sich also an Vergleichen der Art »mehr oder weniger authentisch, modern, originell« usw., oder allgemein »mehr oder weniger ausgeprägt in den Merkmalen des wahlverwandtschaftlichen gewöhnlichen Stils«. Soziale Nähe entsteht also im Ergebnis des Blicks aller Ingroup-Mitglieder durch die metakonstrastierende Brille, die das Unvergleichbare innerhalb der Gruppe unsichtbar und das Vergleichbare sichtbar macht (vgl. Tabelle 5). Die individuellen Stile schaffen soziale Nähe aus der geordneten Objektwelt, $(X, \square)$, dadurch, dass aus ihnen mit der metakonstrastierenden Brille Dissimilarität als Vergleichbarkeit, DIS_v , oder/und Diversität aufbauend auf Vergleichbarkeit, DIV_v , herausgefiltert wird. Oder/und gilt es zu präzisieren. Dazu wird einerseits der gewöhnliche Stil, S , der Wahlverwandtschaft von den ihn konstituierenden individuellen Stilen, s_j , der m Mitglieder unterschieden. Andererseits wird in

jedem individuellen Stil die mit einem anderen individuellen Stil, s_i , gemeinsame *stilistische Verwurzelung*, W_{ji} , bestimmt. Abbildung 6 diene zur Illustration.

Die Wahlverwandtschaft bestehe aus zwei Mitgliedern, i und j . Ihr gewöhnlicher Stil, S , besteht aus der Teilmenge (A, B, C, D, E) . Die individuellen Stile sind im gewöhnlichen Stil als die Teilmengen $(B, C, E)_i$ und $(A, D, E)_j$ genestet. Die Diversität aufbauend auf Vergleichbarkeit im gewöhnlichen Stil, DIV_v^g , ist die Summe der vertikalen Längen in Abbildung 6. Die gemeinsame Wurzel der individuellen Stile s_i und s_j besteht erstens aus allen *gemeinsamen* vertikalen Teilen im Baum des gewöhnlichen Stils oberhalb eines in beiden individuellen Stilen gezeigten Objekts (a) und zweitens aus allen *gemeinsamen* vertikalen Teilen von zwei Objektpaaren aus unterschiedlichen individuellen Stilen (b). In Abbildung 6 gehört E beiden (allen) individuellen Stilen der Ingroup an. Der vertikale Teil oberhalb von E gehört somit zur gemeinsamen Wurzel der individuellen Stile s_i und s_j (a). C gehört dem individuellen Stil i und D dem individuellen Stil j an. Die gestrichelten vertikalen Elemente des Baums des gewöhnlichen Stils oberhalb des C und D verbindenden Knotens haben somit beide individuellen Stile gemeinsam (b). Die gestrichelten vertikalen Teile (a) und (b) im Baum des gewöhnlichen Stils sind die gemeinsame stilistische Verwurzelung der beiden individuellen Stile.

Diese stilistische Verwurzelung ist von der evolutionsbiologischen zu unterscheiden (vgl. Fußnote 11, Kapitel 3). Dort ist die Wurzel die einzige vertikale Verbindung eines Phylogramms zum nächsthöheren Taxum (zum Beispiel in Abbildung 1, rechts, die perforierte vertikale Verbindung der Länge 11 MJ des Phylogramms der Menschen- mit den Altweltaffen). Die stilistische Verwurzelung sind dagegen die aus Vergleichbarkeit herleitbaren und sich in Länge zeigenden Gemeinsamkeiten individueller Stile innerhalb des kulturellen Taxums »gewöhnlicher Stil«.

Abbildung 6: Individualität und Nähe im gewöhnlichen Stil.



Es ist klar, dass die gemeinsame Verwurzelung ihrer individuellen Stile nichts zur bilateralen Individualität zweier Individuen beiträgt. C und D unterscheiden sich, aber C und D unterscheiden sich auch *gemeinsam* von B und A. Für Individuum j ist Objekt C aus Stil s_i dem Objekt D aus s_j zu ähnlich, als dass D die Individualität von j gegenüber i mit der Dissimilarität zwischen D und B voll zu untermauern in der Lage wäre. Umgekehrt gilt *mutatis mutandis* dasselbe für Individuum i : C und B sind D zu ähnlich, als dass die Individualität von i in der Dissimilarität von C und B gegenüber A voll zur Geltung käme.

Deshalb muss zur Bestimmung der Individualität eines Wahlverwandtschaftsmitglieds, j , gegenüber einem anderen, i , die gemeinsame Verwurzelung ihrer individuellen Stile außer Betracht gelassen werden. Dies gilt für alle anderen bilateralen gemeinsamen Wurzeln, die Individuum j mit jedem anderen Ingroup-Mitglied teilt, und damit für die gesamte Verwurzelung, die Individuum j in seinem gewöhnlichen Stil, S , hat.

Wir können nun die soziale Nähe zwischen einem Mitglied und seiner Ingroup präzisieren. Sei W_j^g die Verwurzelung des individuellen Stils s_j im gewöhnlichen Stil, S , mit $W_j^g = \sum_{i=1}^m W_{ji}$, mit $W_{jj} \equiv 0$. Die seine Nähe zu seiner Ingroup bestimmende Individualität, I_j , sei

$$I_j \equiv (m - 1) \cdot DIV_v^g - W_j^g, j = 1, \dots, m \quad (1)$$

Diese Definition von Individualität besitzt intuitive Eigenschaften. Die Individualität eines Mitglieds in seiner Ingroup als ganze hängt von drei Einflussfaktoren ab. Erstens von der Diversität (auf Vergleichbarkeit) aller Objekte im gewöhnlichen Stil, DIV_v^g . Sie ist die allen Mitgliedern gemeinsame Komponente

ihrer Individualität. Je größer die Diversität im gewöhnlichen Stil, DIV_v^g , umso größer die Individualität der Mitglieder der Wahlverwandtschaft. Je kleiner die Diversität (auf Vergleichbarkeit) des gewöhnlichen Stils, umso geringer die Individualität der Mitglieder. Bis hin zum Grenzfall von gar keiner Individualität bei einer Diversität des gewöhnlichen Stils von null. Dieser Grenzfall hat zwei Varianten. Entweder besteht der gewöhnliche Stil nur aus einem einzigen Objekt, dann sind sowohl die Diversität und die gemeinsame Wurzel null. Oder, allgemein, der $o/+Konsum$ aller Wahlverwandtschaftsmitglieder ist identisch, in welchem Fall beide Terme in (1) gleich groß sind.

Zweitens: Individualität hängt von der Verwurzelung, W_j^g , ab, die der individuelle Stil mit dem gewöhnlichen Stil verbindet. Je stärker der individuelle Stil im gewöhnlichen verwurzelt ist, das heißt, je größer die mit anderen individuellen Stilen gemeinsame Verankerung in ihm ist, umso geringer ist die Individualität. Je geringer die Verwurzelung des individuellen Stils im gewöhnlichen, umso größer die Individualität.

Drittens: Individualität hängt auch von der Größe, m , der Ingroup ab. Im Grenzfall $m = 1$ ist Individuum j ein Einzelgänger, ohne Wahlverwandtschaft. Seine Individualität gegenüber sich selbst (als seine Ingroup) sollte deshalb null sein. Für $m = 1$ gilt $I_j = -W_j^g$. Aber die gemeinsame Verwurzelung ist für $m = 1$ null, sodass für $m = 1$ gilt $I_j = 0$. Ein Einzelgänger zeigt keine Individualität gegenüber seiner Ingroup. Für $m = 2$ ist die minimale Gruppengröße für Individualität in einer Gruppe erreicht. Beide Mitglieder besitzen dieselbe Individualität, $I_j = I_i$, weil sie eine identische Verwurzelung $W_j^g = W_i^g = W_{ji} = W_{ij}$ besitzen. Für $m = 2$ gilt $DIV_v^g \geq I_j = I_i \geq 0$. Ihre Individualität ist so groß wie die Diversität (auf Vergleichbarkeit) ihres gewöhnlichen Stils selbst, wenn ihre individuellen Stile keine gemeinsame Verwurzelung besitzen. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn in Abbildung 6 der gewöhnliche Stil, S , aus der Teilmenge (C, D) besteht und die individuellen Stile aus den Teilmengen $(C)_i$ und $(D)_j$. Dann ist $W_j^g = W_i^g = 0$. Ihre Individualität ist hingegen null, wenn beide genau dieselben Objekte in ihrem individuellen Stil zeigen, weil dann $(m - 1) \cdot DIV_v^g = W_j^g = W_i^g$. Für $m \geq 2$ gilt $(m - 1) \cdot DIV_v^g \geq W_j^g$, sodass $(m - 1) \cdot DIV_v^g \geq I_j \geq 0$. Individualität in der Ingroup hat einen Wert zwischen null und dem $(m - 1)$ -fachen der Diversität (aufbauend auf Vergleichbarkeit) des gewöhnlichen Stils. Auch hier liegt die Intuition auf der Hand: Wer in seinem individuellen Stil keinerlei gemeinsame Verwurzelung mit den anderen individuellen Stilen zeigt, gewinnt an $(m - 1)$ -facher Individualität durch die $m - 1$ individuellen stilistischen Beiträge der anderen Ingroup-Mitglieder zum gemeinsamen gewöhnlichen Stil. Ganz allgemein steigt die Individualität des Einzelnen mit jedem zum gewöhnlichen Stil hinzukommenden neuen individuellen Stil aus zwei

Gründen: erstens durch die größere Zahl der anderen Mitglieder in der Wahlverwandtschaft, selbst wenn diese sich fast wie ein Ei dem anderen ähneln sollten, und zweitens durch deren Individualität, die die eigene nur umso sichtbarer macht.

Mitglieder einer Ingroup unterscheiden sich in ihrer Individualität, wenn ihr individueller Stil unterschiedlich stark im gewöhnlichen verwurzelt ist. Dass die Verwurzelung individueller Stile verschieden sein kann, zeigt Abbildung 6. Angenommen zur Wahlverwandtschaft gehöre neben i und j auch noch Individuum k , dessen individueller Stil nur das Objekt E zeigt – die enthaltsame Variante unter den individuellen Stilen. Sie teilt aber E mit allen anderen Mitgliedern. Der vertikale Teil (a) des Astes des gewöhnlichen Stils ist seine einzige Verwurzelung in ihm, während i und j auch noch die gemeinsame Verwurzelung (b) haben. Es gilt $W_j^g = W_i^g > W_k^g$ und deshalb $I_j = I_i < I_k$. Eine unterschiedliche Verwurzelung des individuellen Stils im gewöhnlichen Stil ist die Ursache von Individualitätsunterschieden innerhalb einer Wahlverwandtschaft: je unterschiedlicher die individuellen Verwurzelungen, desto unterschiedlicher die Individualitäten innerhalb einer Gruppe; je größer (kleiner) die Verwurzelung im gewöhnlichen Stil, umso geringer (größer) die Individualität. Der Außergewöhnliche *innerhalb* der Wahlverwandtschaft, der stilistisch wenig mit dem Rest teilt, aber gerade noch zu ihr gehört, hat die größte Individualität.

Ich kann nun Nähe im Verhältnis zur Individualität präzisieren. Nähe innerhalb einer Wahlverwandtschaft sei das Inverse der Individualität in ihr. Sei N_j die Nähe von Individuum j zu seiner Ingroup. Dann gelte:

$$N_j \equiv I_j^{-1} \quad (2)$$

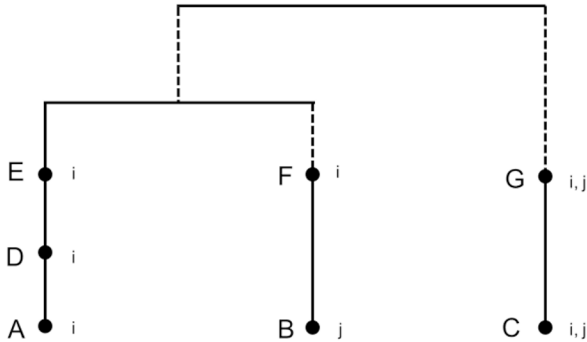
Je geringer die Individualität des Einzelnen innerhalb der Ingroup, desto größer seine Nähe zu ihr und umgekehrt. Dieser Zusammenhang bildet eine »schizoide« Praxis individualisierter Gesellschaften ab: Niemand kann ohne Heimat in einer sozialen Gruppe sein, aber einmal in der Gruppe, geht es darum, in ihr nicht zu verschwinden.

Dominanzordnungen in der Nähe

Ordnungen wie die in Abbildung 7 enthalten mehrere Objekte, die in einer Dominanzordnung, $\square_a$, zueinander stehen: Ein Objekt in einer Kette dominiert in jedem Merkmal des Merkmalsvektors, $\underline{m}_j = (m_1, \dots, m_M)$, ein anderes Objekt

aus derselben Kette oder wird von diesem dominiert.^{2*} Enthält ein gewöhnlicher Stil eine Dominanzordnung, muss dies bei der Bestimmung der Diversität DIV_v^g sowie in der Verwurzelung der individuellen Stile, s_j , in ihm, W_j^g , mitberücksichtigt werden.

Abbildung 7: Dominanzordnungen im gewöhnlichen Stil.



Hier bestehend aus zwei individuellen Stilen zweier Ingroup-Mitglieder (i und j).

Per Konvention sei das Supremum der in einer Kette geordneten Objekte am unteren Rand positioniert. Die Suprema in dem in Abbildung 7 dargestellten gewöhnlichen Stil sind die Objekte A, B und C. Objekt A dominiert die Objekte D und E in jedem Merkmal des Merkmalsvektors $\underline{m}_j$, und D dominiert E. A, D und E seien zum Beispiel drei Kunstdrucke von Gustav Klimts *Femmes fatales* mit der stärksten Ausprägung der Fatalität in A (zum Beispiel Klimts *Judith*, 1901) und der geringsten in E (zum Beispiel Klimts *Bildnis Emilie Flöge*, 1902). B und F seien zwei Sammlungen historischer Louis-Armstrong-Aufnahmen, wobei B umfangreicher ist als F, und C und G seien ein Borgward Isabella Coupé aus dem Jahr 1955 mit C im originaleren Zustand als G.

Die Diversität DIV_v^g eines gewöhnlichen Stils, S_1 , mit der Teilmenge von Objekten (A,B,C) ist geringer als die Diversität des Stils S_2 mit den Objekten (A,B,C,D,E,F,G). Wird zum Beispiel S_1 um D zur Teilmenge (A,B,C,D) vergrößert, nimmt DIV_v^g um die Summe aller vertikalen Längen über A zu: um die Länge zwischen A und D (der Dissimilarität von D und A) plus der Länge oberhalb von D bis zum gemeinsamen Knoten mit der Vertikalen über B (der

^{2*} Vgl. Fußnote 5*, Kapitel 3, mit $\mathbf{K}$ als Set der ordinalen Skalen, f_i , der Merkmale, $m_i, i = 1, \dots, M$, des Merkmalsvektors, $\underline{m}_j = (m_1, \dots, m_M)$.

Dissimilarität von D und B) plus der Länge oberhalb dieses Knotens bis zur gemeinsamen (horizontalen) Verbindung mit C (der Dissimilarität von D und C). Das Hinzufügen eines zusätzlichen dominierten Objekts, D, in einen Stil erhöht dessen Diversität DIV_v^g um denselben Wert wie das Supremum, A, von dem es dominiert wird. Allgemein können wir DIV_v^g eines Stils, der Dominanzordnungen, $\square_d$, enthält, wie zum Beispiel in Abbildung 7 die Dominanzordnungen (A,D,E), (B,F) und (C,G), berechnen, indem wir die Längen oberhalb jedes Supremums mit der Anzahl von Objekten multiplizieren, die in dieser Dominanzordnung geordnet sind.^{3*} Diese Vorgehensweise berücksichtigt alle bilateralen Dissimilaritäten innerhalb jeder Dominanzordnung sowie die Diversität zwischen allen Dominanzordnungen.

Sei $\partial(X, \square_d)$ definiert als die Vergrößerung der Menge von Objekten des gewöhnlichen Stils durch die Vergrößerung einer in der Dominanzordnung $\square_d$ geordneten Teilmenge X um ein dominiertes Objekt (zum Beispiel durch das Zeigen des zusätzlichen Elements D im gewöhnlichen Stil [A,B,C] in Abbildung 7). Dann gilt:

$$\partial DIV_v^g / \partial(X, \square_d) > 0 \quad (3)$$

Die Diversität (auf Vergleichbarkeit) des gewöhnlichen Stils nimmt mit jedem weiteren in ihm gezeigten dominierten Objekt zu. Die Intuition ist einfach: Je variantenreicher die individuellen Stile in einer Ingroup im Einsatz dominierter Objekte sind, zum Beispiel im Einsatz von Batikschilds unterschiedlicher Lilaabstufungen, umso größer die Diversität des gewöhnlichen Stils. Es ist klar, dass dies auch gilt, wenn eine Kette um ein neues Supremum verlängert wird, also ein bisheriges Supremum vom neuen Objekt dominiert wird.

Nun ist noch die Wirkung von Dominanzordnungen auf die Verwurzelung des individuellen Stils im gewöhnlichen Stil, W_j^g , zu bestimmen. In Abbildung 7 gibt es zwei individuelle Stile, s_i , mit den Objekten (A,C,D,E,F,G), und s_j , mit den Objekten (B,C,G). Stil s_i zeigt die Dominanzordnungen über (A,D,E) und (C,G) und s_j zeigt die Dominanzordnung über (C,G). Es ist klar, dass die Erweiterung von zwei individuellen Stilen, die bereits ein Objekt, zum Beispiel C in Abbildung 7, gemeinsam zeigen, um ein weiteres gemeinsames Objekt, zum Beispiel G, welches vom ersten dominiert wird, keinen Einfluss auf die gemeinsame Verwurzelung beider Stile hat. Aber angenommen, G sei ein Supremum in beiden individuellen Stilen gewesen, die nun um das gemeinsame Objekt C

^{3*} Sei x_i^{sup} das Supremum der Dominanzordnung $\square_i$, $i = 1, \dots, h$, in der $\#_i^v$ Objekte in einer Dominanzordnung geordnet sind. Für $\#_i = 1$ sei $x_i^{sup} \equiv x_i$. Sei L_i die Gesamtlänge über x_i^{sup} . Es gilt $DIV_v^g = \sum_{i=1}^h \#_i^v \cdot L_i$.

erweitert werden. Dann werden die gemeinsame Wurzel W_{ji} und die beiden Verwurzelungen der individuellen Stile im gewöhnlichen Stil, W_i^g und W_j^g , um die Länge zwischen C und G vergrößert.

Die Verwurzelung von Stilen wird auch durch Dominanzordnungen wie die über (B,F) beeinflusst: B gehört zu s_j und F zu s_i und das Objekt in einem Stil dominiert das Objekt im anderen Stil. In solchen Fällen gehören die Längen über dem *dominierten* Objekt zur gemeinsamen Wurzel, W_{ji} , beider Stile. Für $W_j^g = \sum_{i=1}^m W_{ji}$ folgt, dass bei Vorhandensein von Dominanzordnungen innerhalb des gewöhnlichen Stils die gemeinsame Verwurzelung der individuellen Stile, s_j , $j = 1, \dots, m$, im gewöhnlichen Stil einer Ingroup nicht kleiner sein kann als die Verwurzelung ohne das Vorhandensein dominierter Objekte. Es gilt:

$$\partial W_j^g / \partial (X, \square_a) \geq 0 \quad (4)$$

Die Verwurzelung des individuellen Stils, s_j , im gewöhnlichen nimmt mit Vergrößerung einer Dominanzordnung als Teilmenge des gewöhnlichen Stils nicht ab.

Für (1) folgt aus (3) und (4), dass die Individualität des Ingroup-Mitglieds j , I_j , durch zwei gegenläufige Effekte vom Hinzufügen eines Objekts in eine Kette beeinflusst wird: Die Diversität des gewöhnlichen Stils nimmt zu, was zur Individualität *aller* in der Wahlverwandtschaft beiträgt, andererseits nimmt aber auch die Verwurzelung des individuellen Stils s_j im gewöhnlichen zu (oder bleibt konstant), was der Individualität von j abträglich ist (bzw. sie nicht verbessert). Es gilt aber:

$$\partial DIV_v^g / \partial (X, \square_a) \geq \partial W_j^g / \partial (X, \square_a) \geq 0 \quad (5)$$

Die Vergrößerung einer Kette im individuellen Stil vergrößert die Diversität des gewöhnlichen Stils niemals weniger als die Verwurzelung des individuellen Stils in ihm. Dies ist so, weil das Hinzufügen eines Objekts in einer Kette die Diversität (aufbauend auf Vergleichbarkeit) des gewöhnlichen Stils um die gesamte Länge über dem Supremum vergrößert und die Verwurzelung nur um *maximal* diese Länge.

Wir können nun einen wichtigen Zusammenhang zwischen Dominanzordnung, $(X, \square_a)$, und Individualität, I_j , im gewöhnlichen Stil festhalten. Aus (5) folgt:

$$\partial I_j / \partial (X, \square_a) \geq 0, j = 1, \dots, m \quad (6)$$

Die Anreicherung des gewöhnlichen Stils mit zusätzlichen Objekten einer Dominanzordnung durch deren Zeigen in einem individuellen Stil erhöht die

Individualität der Mitglieder der Wahlverwandtschaft oder lässt sie konstant. Im Umkehrschluss folgt aus (2) für die Nähe innerhalb einer Wahlverwandtschaft:

$$\partial N_j / \partial (X, \square_d) \leq 0, j = 1, \dots, m \quad (7)$$

Die Nähe innerhalb einer Wahlverwandtschaft nimmt durch die Anreicherung von Ketten mit zusätzlichen Objekten ab oder lässt sie konstant.

Distanz präzisiert

Wie in Tabelle 6 zusammengefasst, moderiert der gewöhnliche Stil von Ingroups die Distanz zwischen ihnen, das heißt zwischen In- und Outgroup(s): Distanz als das, was unterschiedliche Gruppen trotz ihrer Gemeinsamkeiten unterscheidet, also auch als Maß dessen, was die Mitglieder einer Wahlverwandtschaft *in globo* von den Mitgliedern aller anderen Wahlverwandtschaften unterscheidet.

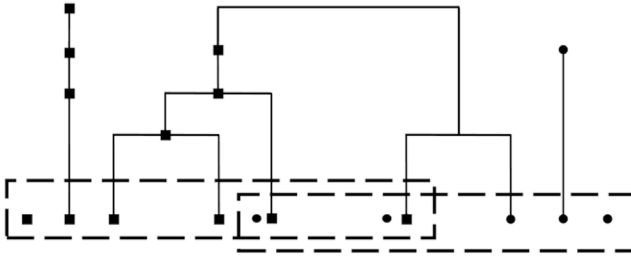
Alles, was sie vergleichbar macht, trübt den Blick auf das Trennende. Soziale Distanz entsteht im Ergebnis des Blicks aller Ingroup-Mitglieder durch die metakonstrastierende Brille, die das Vergleichbare zwischen den Gruppen unsichtbar und das Unvergleichbare sichtbar werden lässt (vgl. Tabelle 5). Die gewöhnlichen Stile von Wahlverwandtschaften extrahieren in dieser Sichtweise soziale Distanz aus der geordneten Objektwelt, $(X, \square)$, in der Form von Dissimilarität als Unvergleichbarkeit und der darauf aufbauenden Diversität, (DIS_{uv}, DIV_{uv}) . Auch dies gilt es noch zu präzisieren. Abbildung 8 diene zur Illustration.

Abbildung 8 ist ein System von zwei gewöhnlichen Stilen, S_1 und S_2 . Jeder besteht aus einer Teilmenge von Ketten, Ästen und Singletons, $\{\circ, |, \mathfrak{M}\}$. Wie in Kapitel 3 herausgearbeitet, fußt Dissimilarität als und Diversität aufbauend auf Unvergleichbarkeit nicht auf der vertikalen Struktur geordneter Teilmengen, sondern auf deren *horizontaler* Struktur. Aus ihr lassen sich Antiketten, $\sqsubset \sqsupset$, extrahieren, die Informationen nur über Unvergleichbarkeiten enthalten, weil sie total dissimiläre Teilmengen sind (vgl. Fußnote 19*, Kapitel 3). Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Antiketten zu bilden. Im Folgenden wird die Teilmenge der Suprema, das heißt der undominierten Objekte, als Antikette, $\sqsubset \sqsupset_h$, des gewöhnlichen Stils S_h definiert.⁴ In Abbildung 8 sind die Antiketten der undominierten Objekte der beiden Stile, $\sqsubset \sqsupset_1$ und $\sqsubset \sqsupset_2$, durch die beiden perforierten Kästen gekennzeichnet. Es ist klar, dass alle Singletons eines Stils Elemente dieser Antikette sind, ebenso per Konvention die untersten Elemente (Suprema) in

4 Basili und Vannucci 2013.

dessen Ketten. Hingegen gehört kein in einer Dominanzordnung, $\square_a$, dominiertes Objekt dazu.

Abbildung 8: Kerne und Peripherie zweier gewöhnlicher Stile S_1 und S_2 .



S_1 zeigt die Objekte ■ und S_2 die Objekte ●. Die beiden perforierten Kästen enthalten die Antiketten aus den Suprema des Stils S_1 (links) und S_2 (rechts). Die Schnittmenge beider Antiketten ist die gemeinsame Peripherie beider gewöhnlichen Stile. Der Kern des gewöhnlichen Stils ist die Antikette dieses Stils abzüglich seiner Peripherie.

Die Diversität aufbauend auf Unvergleichbarkeit des gewöhnlichen Stils S_h , DIV_{uv}^h , ist die Kardinalität, $\#_h$, der Antikette $\sqsubset \sqsupset_h$, $DIV_{uv}^h = \#(\sqsubset \sqsupset_h)$. Man erhält sie durch Abzählen der Elemente in der Antikette. In Abbildung 8 zum Beispiel ist $DIV_{uv}^1 = 6$ und $DIV_{uv}^2 = 5$, der erste Stil zeigt eine größere Zahl unvergleicherbarer Objekte als der zweite und ist deshalb in diesem Sinn diverser.

Soziale Distanz entsteht aber nicht aus Unvergleichbarkeiten innerhalb eines gewöhnlichen Stils, sondern aus Unvergleichbarkeiten zwischen Stilen. Hier haben wir eine Komplikation zu berücksichtigen. Denn in der Praxis sind unterschiedliche gewöhnliche Stile keine disjunkten Mengen. Sie können Objekte enthalten, die auch in einem oder mehreren anderen gewöhnlichen Stilen gezeigt werden. Der Banker wie das »Smart Casual« des Venture-Kapitalisten und der professionelle Kreativstil können als Schuh den *Blücher* zeigen. Deshalb müssen auch die Antiketten zweier Stile keine disjunkten Mengen sein. In Abbildung 8 zum Beispiel sind die Elemente der Schnittmenge der beiden perforierten Kästen Bestandteil beider Stile. Es ist klar, dass gemeinsame Elemente zweier gewöhnlicher Stile nichts zu deren Unvergleichbarkeit beitragen, selbst wenn sie innerhalb der jeweiligen Stile unvergleichbar sind.

Diese Überlegung führt zur Unterscheidung zwischen *stilistischer Peripherie* und *stilistischem Kern*, aus der heraus sich eine einfache Definition der Dissimilarität als Unvergleichbarkeit ableiten lässt. Sei P_{hk} die gemeinsame stilistische Peripherie zweier gewöhnlicher Stile, S_h und S_k , mit $P_{hk} \equiv \sqsubset \sqsupset_h \cap \sqsubset \sqsupset_k$, definiert

als Schnittmenge der Antiketten beider Stile. Der stilistische Kern, K_{hk} , des Stils S_h ist die Teilmenge seiner Antikette, die nicht auch zur Antikette des anderen Stils gehört. Es gilt $K_{hk} \equiv \sqsubset \sqsupset_h \setminus \sqsubset \sqsupset_h \cap \sqsubset \sqsupset_k$ und $K_{kh} \equiv \sqsubset \sqsupset_k \setminus \sqsubset \sqsupset_k \cap \sqsubset \sqsupset_h$.

Dissimilarität als Unvergleichbarkeit zweier gewöhnlicher Stile sei die Summe der Kardinalitäten ihrer beiden Kerne, also $DIS_{uv}^{hk} \equiv \#(K_{hk} \cup K_{kh})$, also der Vereinigung der disjunkten Mengen K_{hk} und K_{kh} . Es gilt $DIS_{uv}^{hh} \equiv \#(K_{hh} \cup K_{hh}) = 0$. Die Dissimilarität als Unvergleichbarkeit eines gewöhnlichen Stils mit sich selbst ist null, weil der Kern des gewöhnlichen Stils gegenüber sich selbst die leere Menge ist. In Abbildung 8 zum Beispiel ist $DIS_{uv}^{1,2} = 7$. Die Dissimilarität als Unvergleichbarkeit zweier gewöhnlicher Stile ist einfach die Summe der Elemente ihrer beiden stilistischen Kerne, jener Elemente ihrer Antiketten, die nicht auch vom jeweils anderen Stil gezeigt werden.

Die soziale Distanz zwischen Wahlverwandtschaft h und allen anderen $n - 1$ Wahlverwandtschaften, die Distanz zum sozialen Ganzen also, lässt sich nun als Summe der bilateralen Dissimilaritäten von Stil S_h mit jedem anderen Stil S_k , $k = 1, \dots, n, k \neq h$, definieren. Sei D_h die soziale Distanz der Wahlverwandtschaft h zu allen anderen Wahlverwandtschaften:

$$D_h \equiv \sum_{k=1}^n DIS_{uv}^{hk} = \sum_{k=1}^n \#(K_{hk} \cup K_{kh}) \quad (8)$$

Die soziale Distanz der Wahlverwandtschaft h zu allen anderen $(n - 1)$ Wahlverwandtschaften ist die Summe der Anzahl von Objekten in den n stilistischen Kernen des stilistischen Systems aus n gewöhnlichen Stilen, *jeweils* bezogen auf den gewöhnlichen Stil S_h . Das heißt, in einem stilistischen System mit n gewöhnlichen Stilen existieren $n \times n$ stilistische Kerne (mit der Hauptdiagonalen aus leeren Mengen), denn der stilistische Kern ist definiert im Verhältnis zu einem jeweils anderen gewöhnlichen Stil.

Dies ist nicht die einzig mögliche Definition sozialer Distanz. Eine Alternative wäre die Interpretation des Kerns eines Stils gegenüber der *Vereinigung* aller anderen Antiketten, $\sqsubset \sqsupset_{-h}$, mit $\sqsubset \sqsupset_{-h} = \sqsubset \sqsupset_1 \cup \dots \cup \sqsubset \sqsupset_{h-1} \cup \sqsubset \sqsupset_{h+1} \dots \cup \sqsubset \sqsupset_n$, und die Definition des Kerns eines Stils als $K_h \equiv \sqsubset \sqsupset_h \setminus \sqsubset \sqsupset_{-h}$. Dann ist die Anzahl Kerne im Stilsystem gleich der Anzahl gewöhnlicher Stile und die Distanz, D_h^* , der Wahlverwandtschaft h zum sozialen Ganzen ist:

$$D_h^* \equiv \sum_{k=1}^n \# K_k$$

Dann gilt $D_h^* = D_k^*$ für alle h und k , das heißt, alle Wahlverwandtschaften sind immer gleich weit voneinander distanziert.

Im Verständnis D_h^* der von der Objektwelt moderierten sozialen Distanz ist zum Beispiel die Irokesenfrisur des Punks Bestandteil des stilistischen Kerns des Punk, wenn – und nur wenn – er in keinem anderen gewöhnlichen Stil des

Stilsystems der Gesellschaft gezeigt wird. Zeigt sich aber zum Beispiel nur ein einziger Anhänger des Goth mit dieser Frisur, ist die Irokesenfrisur aus dem stilistischen Kern des Punk verbannt und trägt nichts zur Schaffung von Distanz gegenüber irgendeiner anderen Wahlverwandtschaft bei. Nur jene Objekte aus der Antikette eines gewöhnlichen Stils moderieren die soziale Distanz D_h^* , die in keinem anderen Stil zu finden sind.

Im Folgenden wird soziale Distanz wie in Formel (8) verstanden, weil D_h gegenüber D_h^* zwei Vorteile hat: Erstens: Die Distanz zum sozialen Ganzen kann von Wahlverwandtschaft zu Wahlverwandtschaft unterschiedlich sein, während im D_h^* -Verständnis immer alle Wahlverwandtschaften gleich distanziert voneinander und damit gegenüber dem Ganzen sind. Zweitens: Im D_h^* -Verständnis kommt die soziale Distanz ganz zum Verschwinden, wenn es jedes Objekt aus jeder Antikette in auch nur einer anderen Antikette gibt. Das liegt daran, dass es im D_h^* -Verständnis implizit immer nur zwei relevante Gruppen gibt: wir (die Ingroup) und die anderen! Demgegenüber lässt das D_h -Verständnis eine reichhaltigere soziale Struktur zu, weil die soziale Distanz, die eine Gruppe gegenüber dem sozialen Ganzen wahr, sich aus den (unterschiedlichen) bilateralen Distanzen zusammensetzt, die sie gegenüber den einzelnen Gruppen des sozialen Ganzen wahr.

Ein Spezialfall von (8) ist von Interesse. In einem stilistischen System ohne bilaterale Peripherien, das heißt im Fall $P_{hk}=0$, $h \neq k$, aller Antiketten gilt:

$$D_h \equiv \sum_{k=1}^n \# (\supset_k) \quad (8')$$

Ohne bilaterale stilistische Peripherien ist die von einer Wahlverwandtschaft gegenüber dem sozialen Ganzen gewährte Distanz gleich der Anzahl von Objekten in allen Antiketten des stilistischen Systems. Aber ohne stilistische Peripherien gilt auch $K_{hk} = \supset_h$, $h, k = 1, \dots, m$, und deshalb gilt $D_h = D_h^*$: Die soziale Distanz ist für alle Gruppen gleich, genau so, wie wenn Individuen nur zwischen der Ingroup und den anderen unterscheiden. Es ist also nicht der stilistische Kern, sondern die stilistische Peripherie, die Unterschiede in der sozialen Distanz von Wahlverwandtschaften verursacht, also gerade das, was zwei gewöhnliche Stile gemeinsam haben, und nicht das, was sie trennt.

Auch dafür gibt es einen Grund. Wenn bilaterale Unterschiede die Gemeinsamkeit der gemeinsamen Distanz verursachen, können nur bilaterale Gemeinsamkeiten Unterschiede schaffen. Da Gemeinsamkeit von Distanz im Minimum aber immer etwas Bilaterales ist, können bilaterale Gemeinsamkeiten nur Unterschiede gegenüber Dritten verursachen. Die gemeinsame Peripherie von S_h und S_k verkürzt die bilaterale Distanz ihrer Wahlverwandtschaften, aber sie kann mehr oder weniger Objekte enthalten als die gemeinsame Peripherie der

Stile S_h und S_i . Jeder Stil bringt durch seine Antikette in jede bilaterale Beziehung aber gleich viele Objekte in die Bestimmung der bilateralen Distanz ein, sodass nur Unterschiede in den Peripherien (im Total) aller bilateralen stilistischen Beziehungen Unterschiede in der sozialen Distanz einzelner Gruppen zum sozialen Ganzen verursachen können. Deshalb schafft das bilateral Gemeinsame gruppenspezifische Unterschiede gegenüber dem sozialen Ganzen.

Damit wird auch klar, warum in einem stilistischen System mit nur zwei Wahlverwandtschaften immer, das heißt mit oder ohne stilistische Peripherie, aus (8) und (8') $D_h = D_h^*$ gilt. Für $n = 2$ ist per Definition die gemeinsame Peripherie zweier Stile die Peripherie jedes der beiden mit allen anderen.

Stilistischer Kern und Peripherie im sozialen Ganzen

Will man in der Spieltheorie eine Fragestellung sinnvoll behandeln, muss man im Minimum zwei Wirtschaftssubjekte unterstellen – die spieltheoretische Minimalgesellschaft besteht aus zwei Mitgliedern. In der *Stiltheorie* sind es im Minimum sechs: je zwei Individuen mit ihren individuellen Stilen zur Behandlung von Fragen zur sozialen Nähe/Individualität in insgesamt drei gewöhnlichen Stilen zur Behandlung von Fragen zur sozialen Distanz. In diesem Sinne ist die »Stilgesellschaft« komplexer als die in der Volkswirtschaftslehre so weit entwickelte »Spielgesellschaft«.

Sei $\partial \# K_{hk}$ die Erhöhung der Anzahl von Objekten des gewöhnlichen Stils S_h durch die Vergrößerung seines Kerns um ein weiteres Objekt. Sei $\partial \# K_{kh}$ definiert als analoge Vergrößerung in Stil S_k . Aus (8) folgt:

$$\partial D_h / \partial \# K_{hk} = \partial D_h / \partial \# K_{kh} > 0 \quad (9)$$

Die Distanz der Wahlverwandtschaft h gegenüber dem sozialen Ganzen nimmt zu, wenn ein weiteres Objekt irgendeinem stilistischen Kern des Stilsystems hinzugefügt wird.

Sei $\partial \# P_{hk}$ die Erhöhung der Anzahl von Objekten des gewöhnlichen Stils S_h durch die Vergrößerung seiner gemeinsamen Peripherie mit Stil S_k um ein weiteres Objekt. Es gilt $\partial DIS_{uv}^{hk} / \partial \# P_{hk} = 0$, die Dissimilarität zwischen den Stilen S_h und S_k wird durch das neue gemeinsame Objekt nicht verändert. Sei dieses weitere Objekt kein Element der anderen $(n - 2)$ Antiketten im stilistischen System. Dann folgt aus (8) für $n \geq 3$

$$\partial D_h / \partial \# P_{hk} = \partial D_k / \partial \# P_{hk} > 0 \text{ und } \partial D_i / \partial \# P_{hk} > 0 \text{ für alle } i \neq h, k \quad (10)$$

Ein neues Objekt in einer stilistischen Peripherie, das bisher Bestandteil *keiner* Antikette des Stilsystems war, vergrößert die Distanz *jeder* Wahlverwandtschaft gegenüber dem sozialen Ganzen, das aus mindestens drei Wahlverwandtschaften besteht. Auch hier liegt die Intuition auf der Hand: Gegenüber allen anderen Wahlverwandtschaften vergrößert das neue Objekt den stilistischen Kern von S_h und S_k und so die Distanz zwischen ihnen und jeder anderen Wahlverwandtschaft i .

Sei $\partial \# \sqsubset \sqsupset_h$ definiert als die Erhöhung der Anzahl von Objekten des gewöhnlichen Stils S_h durch die Vergrößerung seiner Antikette um ein weiteres Objekt. Sei dieses Objekt kein Element der anderen $(n - 1)$ Antiketten im stilistischen System. Dann gilt von (9) und (10) für $n \geq 3$

$$\partial D_i / \partial \# \sqsubset \sqsupset_h > 0, i = 1, \dots, n \quad (11)$$

In einem Stilsystem aus mindestens zwei gewöhnlichen Stilen nimmt die Distanz jeder Wahlverwandtschaft zum sozialen Ganzen zu, wenn ein neues Objekt einer Antikette hinzugefügt wird, das bisher keiner Antikette des Systems angehörte. Auch hier liegt die Intuition aus dem bisher Gesagten auf der Hand.

Die Distanz gegenüber dem sozialen Ganzen *bestehender* Wahlverwandtschaften ist neutral gegenüber einer Vergrößerung der Anzahl von gewöhnlichen Stilen im stilistischen System, wenn die Gesamtzahl von Objekten in den stilistischen Kernen konstant bleibt. Aus (8) folgt für das Beispiel von Abbildung 8, dass $D_1 = D_2 = 7$. Wenn nun ein neuer Stil S_3 entsteht durch das Herausbrechen des Singletons und der Einzelkette links aus Stil S_1 , sodass ausschließlich S_3 dieses Singleton und diese Einzelkette zeigt, bleibt die Anzahl von Objekten in den stilistischen Kernen des Stilsystems konstant und deshalb gilt weiterhin $D_1 = D_2 = 7$. Diese Form der stilistischen Ausdifferenzierung hat keinen Einfluss auf die Distanz der »alten« Wahlverwandtschaften zum (nun größer gewordenen) sozialen Ganzen. Die Distanz des neu hinzugekommenen Stils gegenüber dem sozialen Ganzen ist aber nur dann so groß wie die der alten, wenn es – im Fall (8') – zwischen den alten Stilen keine gemeinsamen Peripherien gibt. Existiert im alten Stilsystem mit n Stilen mindestens eine stilistische Peripherie, dann ist die Distanz des neuen Stils, S_{n+1} , zum sozialen Ganzen, D_{n+1} , größer als die der »alten« Stile. Im Beispiel von Abbildung 8 mit einer gemeinsamen Peripherie von S_1 und S_2 gilt zum Beispiel $D_{n+1} \equiv D_3 = 11 > D_1 = D_2 = 7$. In dieser Form der stilistischen Ausdifferenzierung ist die Distanz des neuen Stils zum sozialen Ganzen größer als die der »alten«, weil der neue Stil sich nicht den Ballast einer stilistischen Peripherie auflädt, sodass die vollständigen Antiketten aller »alten« Stile zur Schaffung von Distanz des neuen beitragen.

Diese Zusammenhänge zeigen, dass ein Objekt aus der Antikette eines Stils keinen universalen Beitrag zur sozialen Distanz im Stilsystem leistet – keinen Beitrag unabhängig von der inneren Struktur des stilistischen Systems. Dies, obwohl die Distanz zum sozialen Ganzen auf einfachem Abzählen von Elementen aus den Antiketten gewöhnlicher Stile fußt. Es gilt nicht »one object one count«. Der Beitrag jedes Objekts aus den Antiketten gewöhnlicher Stile zur sozialen Distanz innerhalb der Gesellschaft hängt davon ab, ob dieses Objekt in mehreren Stilen gezeigt wird oder nur in einem. Wird es in mehreren gezeigt, entsteht eine gemeinsame Peripherie von sonst unterschiedlichen Stilen. Peripherien mindern das distanzschaffende Potenzial der Antiketten und sind in diesem Sinn kulturelle Verschwendung. Nur Objekte aus den stilistischen Kernen entfalten das maximale distanzschaffende Potenzial unvergleichbarer Objekte.

Sei $\emptyset D$ die durchschnittliche Distanz zum sozialen Ganzen. Aus (8) gilt $\emptyset D = (\sum_{k=1}^n \#(K_{hk} \cup K_{kh}))/n$ und aus (8') gilt für ein stilistisches System ohne Peripherien $\emptyset D \equiv \emptyset D' = (\sum_{k=1}^n \#(\sqsubset \sqsupset_k)/n)$. Für eine fixe Gesamtzahl von Objekten in den Antiketten des stilistischen Systems, $\#'$, $\#'\equiv \sum_{k=1}^n \#(\sqsubset \sqsupset_k)$, gilt

$$D'(\#') \geq \emptyset D(\#') \quad (12)$$

mit strikter Ungleichheit, wenn in (8) für mindestens ein Paar gewöhnlicher Stile gilt: $K_{hk} \subset \sqsubset \sqsupset_h$. Für eine gegebene Gesamtzahl von Objekten in den Antiketten ist die durchschnittliche Distanz zum sozialen Ganzen bei Vorhandensein stilistischer Peripherien geringer als bei deren Fehlen. Für ein Ziel maximaler durchschnittlicher Distanz zum sozialen Ganzen bei einer gegebenen Gesamtzahl von Objekten in den Antiketten des stilistischen Systems sind stilistische Peripherien kulturell ineffizient. Nur der Einsatz von Objekten in den stilistischen Kernen ist in diesem Sinne effizient.

Das heißt aber nicht, wie bereits im vorangegangenen Abschnitt angesprochen, dass stilistische Peripherien unwirksam sind. Sie sind die einzige Quelle von stilspezifischen Unterschieden in den Distanzen zum sozialen Ganzen. Ich kann nun die Zielfunktion des *o/+Konsumenten* formulieren.

Zielfunktion im Sozialen

Konsumnutzen, U_i , ist in der Orthodoxie eine Funktion der Mengen, q , der v Güter, die Konsument i kauft:

$$U_i = V(q_1, \dots, q_v)$$

Abgesehen von Pathologien/Anomalien gilt das orthodoxe Motto: Je mehr von allem, desto besser! Stil als eine Eigenschaft von Güteresembles lässt sich in dieser Quantitätstheorie des Konsumierens im Sinne von Komplementaritäten zwischen Gütern eines Stils und Substitutionsbeziehungen zwischen Gütern unterschiedlicher Stile berücksichtigen. Im Prinzip! Denn ohne kulturelle Substanz bleibt das Konstrukt der Komplementarität und der Substitution Hülle ohne Inhalt. Es lassen sich nur krudeste Prognosen machen – von Max Webers Forderung, soziale Phänomene nicht nur vorherzusagen, sondern zu verstehen, ganz zu schweigen. Hier setzt die Qualitätstheorie des Konsumierens an und sich gleichzeitig von der Orthodoxie ab.

So wie die Quantitätstheorie von Qualitäten abstrahiert, so habe ich durch das Postulat des *o/+Konsums* von Quantitäten abstrahiert. Dieses Postulat zwingt zur radikalen Abkehr von der Orthodoxie. Denn im *o/+Konsum* stiften auch Güter Nutzen, die man niemals kauft. Es ist dann nur konsequent, ganz von der steuernden Funktion von Preisen und der Haushaltskasse zu abstrahieren, die so sehr im Zentrum der Quantitätstheorie stehen. So lässt sich die Wirkung der Qualität von Gütern in reinster Form herausfiltern. Die vorliegende Qualitätstheorie des Konsumierens ist also eine ökonomische Theorie ganz ohne Geld.

Im zweiten Schritt meiner Argumentation habe ich präzisiert, was genau mit dem *o/+Konsum*, mit den gerade gezeigten und gerade nicht gezeigten Dingen und Verhaltensweisen konsumiert werden kann. Es sind Unterschiede. Zwischen Menschen und in dem Maße, wie sie sich zwischen Menschen manifestieren, auch zwischen Gruppen von Menschen. Unterschiede, die einzig dem *o/+Konsumieren* geschuldet sind – ganz ohne Geld. Damit wird das *o/+Konsumieren* zum konstitutiven Fundament des Sozialen als Gesamtbild individueller Unterschiede – ganz ohne Geld. Damit wird die Qualitätstheorie aber auch zu einer ökonomischen Theorie der soziologischen Postmoderne, jener Gesellschaft, in der die soziale Struktur keine vertikale ist und nicht durch Ausstattungsunterschiede von Menschen von Anfang an vorbestimmt ist. Sie ist eine ökonomische Theorie der horizontalen Struktur von Wahlverwandtschaften, die durch *o/+Konsumieren* entsteht – ganz ohne Geld.

Eine einfache Modellierung der Wirkung dieser sozialen Einbettung auf das Glück oder auch den Nutzen des Individuums ist:

$$U_i = U(\text{Distanz}, \text{Nähe}) \equiv U(D_h, N_i^{-1}) = U(D_h, I_i)$$

Das heißt, Glück stellt sich als Funktion des Daseins als Wahlverwandtschaft im System aller Wahlverwandtschaften dar (Distanz zu anderen Gruppen) und des Daseins innerhalb der Wahlverwandtschaft (Individualität als Inverse der Nähe zu den anderen Mitgliedern der Wahlverwandtschaft).

Im vorletzten Schritt zur Herausarbeitung des Zusammenhangs zwischen *o/+Konsum* und dem Glück des Einzelnen wurden soziale Distanz und Nähe operationalisiert. Ausgangspunkt dieser Operationalisierung war die Annahme, dass brauchbare Präzisierungen sozialer Distanz und Nähe auf der Grundidee von individuellen Dissimilaritäten zwischen jeweils zwei Menschen basieren müssen. Es gibt aber (mindestens) zwei fundamental unterschiedliche Grundideen: Dissimilarität als Vergleichbarkeit, DIS_v , und Dissimilarität als Unvergleichbarkeit, DIS_{uv} , und darauf aufbauend je eine Grundidee von Diversität in Gruppen mit mehr als zwei Mitgliedern, DIV_v und DIV_{uv} . Eine den unterschiedlichen sozialen Kontexten – Ingroup und Outgroups – sinnadäquate Zuordnung (vgl. Tabelle 6) führt zur folgenden Präzisierung der Zielfunktion:

$$U_i = U[D_h(DIS_{uv}, DIV_{uv}), I_i(DIS_v, DIV_v)]$$

Bis hierher ist das Glück des Menschen bzw. sein Nutzen eine Funktion zwar ganz konkreter, aber lediglich abstrakter Dissimilaritäten und/oder Diversitäten. Worauf sie sich beziehen, ist noch völlig offen. Glück/Nutzen muss noch in der Objektwelt, so wie sie sich in den beobachtbaren individuellen und gewöhnlichen Stilen, mit denen (wortlos) kommuniziert wird, zeigt, geerdet werden. Hier können wir uns im letzten Schritt auf die Ergebnisse des vorliegenden Kapitels stützen.

Sei Individuum i mit dem individuellen Stil, s_i , Mitglied der Wahlverwandtschaft h mit dem gewöhnlichen Stil, S_h . Es folgt aus (1) und (8):

$$U_i = U(D_h, I_i) = U[\sum_{k=1}^m \#(K_{hk} \cup K_{kh}), (m-1) \cdot DIV_v^g - W_i^g] \quad (13)$$

Das Glück des Einzelnen bzw. sein Nutzen ist eine Funktion von Eigenschaften seines individuellen Stils und des gewöhnlichen Stils seiner Wahlverwandtschaft, in dem sein individueller Stil genestet ist, sowie des gesamten stilistischen Systems aller Wahlverwandtschaften in der Gesellschaft.

Mit der Spezifikation der Nutzenfunktion in der Form (13) können wir folgende tradierten Annahmen der Orthodoxie *mutatis mutandis* beibehalten:

$$\partial U_i / \partial D_h > 0, \partial U_i / \partial I_i > 0, \partial^2 U_i / \partial D_h^2 < 0 \text{ und } \partial^2 U_i / \partial I_i^2 < 0 \quad (14)$$

also positiver, aber fallender Grenznutzen der Distanz der Wahlverwandtschaft zum sozialen Ganzen und positiver, aber fallender Grenznutzen der Individualität des Einzelnen in seiner Wahlverwandtschaft.

Die konkrete Spezifikation der Determinanten des Glücks, oder sei es des Nutzens des Individuums, steht zu jedem Zeitpunkt unter dem Einfluss der Kultur als »kristallisierte Geschichte«, $\square$, die aus der Objektwelt jene geordnete Menge, $(X, \square)$, macht, die den *o/+Konsum* aller Individuen kollektiv wirksam

werden lässt. Das heißt, mit seinem *o/+Konsum* kann der Konsument die Determinanten seines Glücks manipulieren, aber nicht kontrollieren.

Psychologie der Zielfunktion

Es ist an der Zeit, die Qualitätstheorie in die Psychologie des Seins einzuordnen. Die Qualitätstheorie modelliert die kollektive Erschaffung des Seins durch *o/+Konsumieren*. Im Ergebnis des Konsumierens ist soziale Identität entstanden: kollektive Identität als Wahlverwandtschaft (durch den gewöhnlichen Stil) und individuelle Identität innerhalb der Wahlverwandtschaft (durch den individuellen Stil). Beides ist interdependent: Der gewöhnliche Stil konstituiert sich aus den individuellen Stilen und der individuelle Stil verschafft umso größere Individualität, je diverser der gewöhnliche ist. Die Qualitätstheorie des Konsumierens ist damit auch eine Theorie der Identität.

Als Theorie der Identität gibt es drei Anknüpfungspunkte an die Sozialpsychologie: die *Identitätstheorie*, die *soziale Identitätstheorie* und die *Selbstkategorisierungstheorie*. Die soziale Identitätstheorie und die Selbstkategorisierungstheorie sind enger verwandt und werden manchmal als eins (soziale Identitäts-cum-Selbstkategorisierungstheorie) behandelt. Ob Gemeinsamkeiten zwischen der Identitätstheorie und der sozialen Identitäts-cum-Selbstkategorisierungstheorie oder Unterschiede überwiegen, bleibt eine offene Frage.⁵ Die Zugehörigkeit der Qualitätstheorie des Konsumierens zu einer dieser Theorien ist deshalb eine Frage des Grades. Die soziale Identitäts- und die Selbstkategorisierungstheorie sind sich aber ihrerseits unähnlich genug, um zwei separate Theoriestränge unterscheiden zu können.⁶

Die Identitätstheorie hat mit der Qualitätstheorie des Konsums wenig gemein, liegt ihr Ursprung auch nicht in der Psychologie, sondern in der Soziologie der Moderne. Deren Interessenschwerpunkt ist die Identität, die aus einem Rollenspiel in einer vorgegebenen sozialen Struktur entsteht: Sie fragt, welche Identität sich einstellt, wenn Menschen in die ihnen von der Gesellschaft zugedachte Rolle schlüpfen.⁷ Es geht darum, *was jemand macht*, um die in ihn gesetzten Erwartungen zu erfüllen, weshalb Wahl(freiheit) hier ein zu vernachlässigender Aspekt ist.

5 Hogg, Terry und White 1995; Stets und Burke 2000.

6 Hornsey 2008.

7 Hogg, Terry und White 1995.

Die soziale Identitätstheorie (SIT) und die Selbstkategorisierungstheorie (Self-Categorization Theory [SCT]) haben ihre Wurzeln in der Psychologie. Ihr Interessenschwerpunkt ist die Identität, die sich aus der Mitgliedschaft in (sozialen) Gruppen ergibt, entsprechend geht es hier darum, *wer einer ist*, wenn er sich einer sozialen Gruppe zuschlägt (SCT) bzw. sich dort wiederfindet (SIT). Die Wahl(freiheit) ist in beiden Ansätzen ein viel beachteter Aspekt. Zwischen ihnen und der Qualitätstheorie bestehen Gemeinsamkeiten, es gibt aber auch Unterschiede, die hier zu klären sind.

Der Ursprung von SIT ist das *Minimalgruppen-Paradigma* aus einem berühmten Experiment, bei dem Probanden, sich in einer Gruppe (Ingroup) wählend, die tatsächlich völlig bedeutungslos ist, beginnen, andere Individuen gegenüber einer Outgroup zu bevorzugen, die sie auch in dieser (In-)Gruppe wählen. Die minimale Gruppe mit sozialer Wirkung ist also bereits jene, der anzugehören Individuen allein nur glauben.⁸ Daraus entwickelte sich die sozialpsychologische Theorie des Intergruppenverhaltens, der Abgrenzung von und Bevorzugung der eigenen gegenüber anderen Gruppen. Das Argument »Distanz« in der Zielfunktion (13) bildet diese Grundhypothese der SIT ab. Es lässt Abgrenzung gegenüber Outgroups zu einem Wert an sich für das Mitglied der Ingroup werden. Die SIT lässt zumeist offen, worin diese Abgrenzung besteht. Die diversitätstheoretische Operationalisierung als Breite ist der Vorschlag der Qualitätstheorie, worin konkret diese Abgrenzung bestehen könnte. Sie betont das Unvergleichbare zwischen gewöhnlichen Stilen als das, was zur Abgrenzung wichtig ist.

Die SCT ist ein Ausfluss aus der SIT.⁹ In ihr werden drei Ebenen des Dazugehörens unterschieden: die oberste Ebene der *menschlichen Identität*, die mittlere Ebene des Angehörens einer Ingroup (*kollektive Identität*) und die unterste Ebene der Selbstkategorisierung aufgrund interpersoneller Vergleiche (*persönliche Identität*), als deren Ergebnis die Individualität definiert ist. Das Argument »Individualität« als Inverse von »Nähe« zur Ingroup in der Zielfunktion (13) bildet diese Grundhypothese der SCT ab. Es lässt Individualität als interpersonelle Abgrenzung zu einem Wert an sich für das Mitglied einer Ingroup werden. Die SCT lässt offen, gegen wen diese interpersonelle Abgrenzung gemacht wird. Die Qualitätstheorie legt als Referenzpersonen für den Vergleich die Mitglieder der Ingroup fest, wobei es alternativ die Outgroups oder beide sein könnten. Für die Ingroup sprechen Plausibilitätsüberlegungen: die allfällige Gelegenheit physischer Nähe, die hervorgehobene Bedeutung der Ingroup unter allen gesellschaftlichen Gruppen und damit auch der Mitglieder gegenüber der Gesamtheit der

8 Tajfel, Billig, Bundy und Flament 1971.

9 Turner, Hogg, Oakes, Reicher und Wetherell 1987.

Gesellschaft, die Häufigkeit der Resonanz. Die SCT lässt auch offen, worin die angestrebte persönliche Identität besteht. Die Operationalisierung in der Qualitätstheorie als Längen im gewöhnlichen Stil der Ingroup ist eine Spezifikation, worin konkret Individualität bestehen könnte. Sie kehrt das Unterschiedliche, aber Vergleichbare zwischen den individuellen Stilen innerhalb der Ingroup hervor, das, was persönliche Individualität ausmacht. Die *persönliche* Identität der SCT entspricht in der Qualitätstheorie der *individuellen* Identität, womit die präzise(re) Spezifikation zum Ausdruck gebracht ist.

In den Anfängen von SIT und SCT wurden kollektive und persönliche Identität als Antagonismen gesehen. Die SIT distanzierte sich vom individualistisch(er)en Ansatz der SCT mit der Annahme, kollektive Identität sei die primäre Grundlage für die Definition von Identität, und der Skepsis, Gruppenverhalten lasse sich nicht aus individualistischem Verhalten ableiten. Demzufolge wäre also SCT mit ihrer Offenheit für Wahlverhalten ein natürlicherer Anknüpfungspunkt für die Ökonomie als die SIT. Tatsächlich ist die Orthodoxie mit ihrer *Identity Economics* ambivalent gegenüber beiden Theorien.¹⁰ Einerseits wird dort die Gruppenzugehörigkeit grundsätzlich als ausstattungsabhängiges Ergebnis individueller Entscheidung verstanden (vgl. SCT), andererseits führt die Annahme gruppenspezifisch exogener Präferenzen zu einem exogenen kollektiven Verhalten (vgl. SIT). Die Funktion (13) ist hingegen aus einem Modell der sozialen Gegebenheiten (Postmoderne) heraus als situations- und sinnadäquates Ziel entwickelt worden. Sie ist damit eine gesellschaftliche Variable und keine Exogene, wird sie doch einerseits aus dem sozialen Großen gespeist (Moderne, Postmoderne usw.) und bestimmt andererseits das Soziale im Kleinen (Struktur in und zwischen Gruppen).

Mit der Zeit haben sich SIT und SCT im Bestreben angenähert, auf nuanciertere Weise dem Wunsch des Menschen nach Individualität und zugleich Gruppenzugehörigkeit gerecht zu werden (Multiidentitätsmotivation).¹¹ Inzwischen scheut man sich nicht einmal mehr davor, ein inneres Optimum zwischen den Einzelzielen der kollektiven Zugehörigkeit – wir! – und der Individualität – ich! – zu postulieren.¹² In der experimentellen Konsumforschung wurde zum Beispiel gezeigt, dass Konsumenten tatsächlich durch Objektwahl simultan Multiidentitätsmotive verfolgen, wie Zugehörigkeit in der Objektdimension *Marke* und Individualität in der Dimension *Farbe*.¹³ Ein auf dieser Psychologie

10 Akerlof und Kranton 2000.

11 Hornsey 2008, S. 216.

12 Brewer 1991.

13 Chan, Berger und Van Boven 2012.

aufbauendes Geschäftsmodell ist die Einzigartigkeitsmassenproduktion von Marken wie *Nike*, wo Kunden im Internetkonfigurator ihre »Unikate« kreieren können. Ein anderes an Multiidentitätsmotivation orientiertes Konzept zielt auf die Balance zwischen Experimentierfreudigkeit (Streben nach Individualität) und Risikovermeidung (Vermeiden der sozialen Ausgrenzung).¹⁴ Gleichzeitiges Streben nach Individualität und Gruppenzugehörigkeit ist auch in der Qualitätstheorie kein Widerspruch. Die Zielfunktion (13) ist eine Operationalisierung dieses simultanen Strebens.

Die Selbstkategorisierung der SCT beinhaltet als eine von mehreren Dimensionen die wahrgenommene Ähnlichkeit (*goodness of fit*).¹⁵ Sie wird in der Zielfunktion (13) in ihrem Argument »Nähe« als Diversität aufbauend auf Vergleichbarkeit operationalisiert und abstrahiert damit von Dimensionen wie emotionale Involviertheit, soziales Eingebettetsein in tagtäglicher Interaktion, Ideologie und Narration, die nach der SCT ebenfalls konstituierend für die wahrgenommene persönliche Identität innerhalb der Ingroup sind.

»Fit« bestimmt in der Qualitätstheorie auch die kollektive Identität. Aber nicht als »goodness of fit«, sondern als »badness of fit« – operationalisiert als Dissimilarität als Unvergleichbarkeit. Darin weicht die Qualitätstheorie von der SIT ab, die den Zusammenhang zwischen Gruppen in Verhaltensdimensionen wie Diskriminierung von Outgroups und Privilegierung der Ingroup operationalisiert. »Fit« als Ergebnis der Clusterung in der Sortierstation der Kultur bestimmt in der Qualitätstheorie in unterschiedlichen Definitionen also beides, die individuelle und die kollektive Identität. Diese unterschiedlichen Definitionen sind annahmegemäß durch die metakonstrastierenden Brillen gegeben, durch die Individuen sich innerhalb der Ingroup und ihre Ingroup gegenüber Outgroups sehen (vgl. Tabelle 5). Auch damit steht die Zielfunktion (13) in der gemeinsamen Tradition von SIT und SCT, wo das Herausstechen (*salience*) der persönlichen aus der kollektiven Identität als kontextabhängig aktiviert verstanden wird.¹⁶

Die Grundprämisse der Qualitätstheorie ist symbolische Interaktion, die Identität kollektiv entstehen lässt. Mittel der Interaktion ist der *o/+Konsum* als individuelle und kollektive Teilmenge der Objektwelt. Die allseits verstandene »Sprache« der Objektwelt stellt dabei den entscheidenden Nexus her. Die Qualitätstheorie steht damit auch in der Tradition von Russel Belks einflussreichem Konzept des erweiterten Selbst (*extended self*), wonach Identität in der Selbst- und

14 Holzer 2013.

15 Ashmore, Deaux und McLaughlin-Volpe 2004.

16 Hornsey 2008, S. 208; Howard 2000, S. 369; Stets und Burke 2000, S. 224.

Fremdsicht auch in Materielem steckt.¹⁷ Menschen interagieren in dieser Sichtweise mit der Objektwelt nicht auf der Grundlage von deren materialen Funktionalitäten, sondern der transportierten Bedeutung,¹⁸ wobei die Objektwelt nicht auf das Materiale beschränkt ist, auch Verhaltensweisen schaffen Identität. Auch hierin steht die Qualitätstheorie mit den Argumenten ihrer Zielfunktion (13) in der Tradition der Multidimensionalität der Selbstkategorisierung der SCT.¹⁹

Es lohnt sich, die Qualitätstheorie des Konsumierens mit einem formalen SIT-/SCT-Modell zu vergleichen.²⁰ Moses Shayos Modell der Identifikation und Identität lässt sich in der von ihm gewählten Anwendung folgendermaßen beschreiben. Individuen unterscheiden sich durch ihre exogene Ausstattung mit Attributen, unter anderem im Einkommen/Vermögen (1). Es gibt drei exogen gegebene Gruppen – Arme und Reiche (Klasse) und die Nation (2). Individuen können sich in ihrer Selbstkategorisierung entweder einer der beiden Klassen oder der Nation zuordnen (3). Der Nutzen aus der so entstandenen Identität hängt von zwei Faktoren ab. Erstens vom Identitätsnutzen, den die per Selbstkategorisierung gewählte Gruppe als solche stiftet; bei den Klassen stiftet die Klasse der Reichen einen höheren Nutzen als die der Armen (4). Zweitens von der Nähe zum Prototyp der gewählten Gruppe (5). Je geringer die Unterschiede zwischen Individuum und Prototyp (zum Beispiel im Einkommen), umso größer der Nutzen (6). Individuen schlagen sich in ihrer Selbstkategorisierung jener Gruppe zu, die den größten Nutzen stiftet – für Arme kann dies auch die Nation statt ihre Klasse sein. Individuen handeln erst nach ihrer Selbstkategorisierung (7) in politischen Wahlen, in denen jene Arme, die sich ihrer Klasse zuschlagen, eingeschränkten Altruismus zeigen (8), indem sie für Umverteilung votieren, was jene Arme, die sich als Angehörige der Nation sehen, weniger tun. So ist in Ländern, in denen die Nation hochgehalten wird, so die Modellprognose, die Umverteilung geringer als in Ländern, deren Menschen sich stärker den Klassen als ihrer Nation zugehörig fühlen.

Während in Shayos Modell die exogene Anfangsausstattung bestimmt, welcher Gruppe sich das Individuum zuschlägt (1), hat in der Qualitätstheorie die Anfangsausstattung keinen Einfluss auf die Gruppenzugehörigkeit, die nur der *o/+Konsum* aller Individuen bestimmt. Selbstkategorisierung erfolgt damit nicht

17 Belk 1988.

18 Howard 2000, S. 371.

19 Ashmore, Deaux und McLaughlin-Volpe 2004, S. 83.

20 Shayo 2009.

auf der Basis von Vergleichen der exogenen Ausstattung wie bei Shayo, sondern von Vergleichen des endogenen Konsumverhaltens.

Der wichtigste Unterschied zwischen beiden Modellen ist die Exogenität der gesellschaftlichen Gruppen bei Shayo (2) und deren Endogenität in der Qualitätstheorie. In Shayos Modell *sind* die Gruppen (als Kategorien), bevor sich Menschen selbst kategorisieren. In der Qualitätstheorie *werden* Gruppen dadurch, dass sich Menschen ihnen in der Sortierstation der Kultur zuschlagen.

Bei Shayo ist Selbstkategorisierung voraussetzungslos (3), es ist ein reiner mentaler Akt. Da in der Qualitätstheorie der *o/+Konsum* die Zuordnung bestimmt, entstehen Gruppen erst durch Konsumieren. Selbstkategorisierung ist damit kein mentaler, sondern ein ökonomischer Akt. Das bedeutet, Konsum stiftet nicht direkt Nutzen oder Glück, sondern nur dadurch, dass mit ihm die Selbstkategorisierung gelingt.

Beide Modelle operieren mit Nutzen/Glück, den/das die gewählte Ingroup stiftet (4). In der Qualitätstheorie stiftet ihn/es die Distanz der Ingroup zum sozialen Ganzen, diversitätstheoretisch operationalisiert als Breite (Diversität aufbauend auf Unvergleichbarkeit). Breite wird kollektiv durch alle Gruppen gemeinsam geschaffen und deshalb sind die Gruppen in Bezug auf Nutzen/Glück, den/das sie stiften, interdependent. Was gut für eine Gruppe ist, ist gut für alle. In Shayos Modell gibt es zwischen den Nutzen, die die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen sozialen Gruppen ihren jeweiligen Mitgliedern stiften, keinen systematischen Zusammenhang.

In beiden Modellen stiftet auch die Nähe innerhalb der Ingroup Nutzen/Glück (5). In Shayos Modell ist es die Nähe zum Prototyp und damit einem (konstruierten) Einzelindividuum aus der Mitte der Ingroup. Nähe entsteht aus dem Vergleich der exogenen Ausstattung des Individuums mit der Ausstattung des Prototyps. In der Qualitätstheorie hingegen entsteht Nähe zur Ingroup durch den Vergleich mit allen anderen Mitgliedern dieser Gruppe, operationalisiert als diversitätstheoretische Länge (Diversität auf Vergleichbarkeit). Und während Nähe in Shayos Modell exemplarisch definiert ist, gilt dies für die Qualitätstheorie nicht, hier zählen Unterschiede zu allen.

In Shayos Modell steigt der Nutzen mit zunehmender Nähe zum Prototyp (6), womit implizit eine kollektivistische Gesellschaft modelliert wird – das Individuum wünscht, mit ihr zu verschmelzen, in ihr aufzugehen. Die Qualitätstheorie modelliert hingegen den Individualisten. Auch er will soziale Zugehörigkeit, sucht in ihr aber seine Individualität. Deshalb nimmt der Nutzen bzw. das Glück ab, wenn die Nähe des Individuums zu seiner Ingroup zunimmt. Alle Mitglieder streben nach größtmöglicher Individualität innerhalb der Gruppe, ohne aber dadurch die Mitgliedschaft zu verlieren.

Beide Modelle unterscheiden sich im Zeitpunkt des Handelns (7). In der Qualitätstheorie steht Handeln am Anfang der Identitätsfindung, in Shayos Modell ist Handeln (an der Wahlurne) Ergebnis der gewählten Identität. In der Qualitätstheorie ist Handeln in Form des *o/+Konsumierens* somit konstitutiv für die Identität, in Shayos Modell ist es opportunistischer Ausfluss einer bestimmten Identität.

Shayos Modell lässt nicht als Ziel, sondern als Wirkung individuellen Handelns eingeschränkten Altruismus zugunsten der Ingroup zu (8): Klassenbewusste Arme votieren (nicht nur im Eigeninteresse) für Umverteilung, weil steigendes Einkommen den Klassenstatus hebt. Die Qualitätstheorie akkomodiert unbegrenzten Altruismus, ebenfalls nicht als Ziel, sondern als Wirkung individuellen Handelns. Dieser Aspekt der Qualitätstheorie muss vertieft werden.

Egoismus-/Altruismus-Obsoleszenz

Die Zielfunktion (13) bringt zwei Phänomene der Gegenwart zur Geltung: Eigensucht des Einzelnen verbunden mit Gleichgültigkeit anderen gegenüber einerseits, andererseits das Abbild einer Gesellschaft, in welcher der Vorteil des Einzelnen, sein Glück bzw. Nutzen, ein Geschenk des sozialen Ganzen ist. Hier ist ein Paradoxon der Qualitätstheorie: Individuen arbeiten am Sozialen (nur) für sich selbst und bekommen doch alles, was ihnen wert ist, vom Ganzen geschenkt.

Die Zielfunktion (13) steht ganz in der Tradition des orthodoxen methodischen Individualismus. Alles Streben geht vom Individuum aus, alles von Wert schlägt sich als sein Vorteil nieder. In der Zielfunktion (13) steckt nicht ein einziger Funke Gemeinwohldenken: Individuelles Streben zielt nicht auch auf die Erfüllung des Wollens anderer Individuen ab (Altruismus), nicht einmal auf die Erfüllung des Wollens von Angehörigen der eigenen Wahlverwandtschaft (eingeschränkter Altruismus). Das Individuum arbeitet am Sozialen allein für sich selbst. Trotzdem erreicht der Einzelne alleine (fast) nichts. Sein Glück bzw. Nutzen wird (fast) ausschließlich kollektiv produziert. Der *o/+Konsum* als einzige Kontrollvariable des Individuums ist kein Argument der Zielfunktion (13). Nicht einmal der aus ihm entstandene individuelle Stil kommt in der Zielfunktion (13) als Determinante des Nutzens vor. Der individuelle Stil des Egoisten beeinflusst seinen Zielerreichungsgrad nur indirekt über seinen Beitrag zum gewöhnlichen Stil seiner Wahlverwandtschaft und über dessen Beitrag zum Stilsystem aller Wahlverwandtschaften der Gesellschaft.

Man betrachte den Beitrag des individuellen Stils zum Nutzen des durchschnittlichen Egoisten in Tabelle 10. Sein Beitrag zum gewöhnlichen Stil seiner Wahlverwandtschaft aus m Egoisten ist $1/m$. Der gewöhnliche Stil ist das *Klubgut* der Wahlverwandtschaft. Bei der Minimalgröße von $m = 2$ ist der maximal mögliche Beitrag des individuellen Stils zum Klubgut $1/2$ und der Beitrag der $(m - 1)$ anderen Klubmitglieder ist im Minimum die Hälfte. Je größer die Wahlverwandtschaft, umso geringer der eigene Beitrag.

Angenommen, es gibt n Wahlverwandtschaften im stilistischen System. Dann ist der Beitrag des individuellen Stils des durchschnittlichen Egoisten zum Beitrag der durchschnittlichen Wahlverwandtschaft zum stilistischen System der Gesellschaft $1/m \cdot n$. Das stilistische System ist das *Kollektivgut* der Gesellschaft. Angenommen, die Gesellschaft bestehe aus z (stilfähigen) Individuen. Dann gilt $m \cdot n = z$ und der durchschnittliche Beitrag des Egoisten zum gesamten stilistischen System ist $1/z$. Je größer die Zahl der stilfähigen Mitglieder der Gesellschaft, umso geringer sein eigener Beitrag zum stilistischen System.

Tabelle 10 zeigt diese in Formel (13) steckende soziale Skalierung. Obwohl der Egoist alles nur für sich selbst macht, trägt er nur den geringeren Teil zum eigenen Vorteil selbst bei. Er verdankt ihm zum überwiegenden Teil einem kollektiven Größeren, der Wahlverwandtschaft als ganze und der Gesellschaft als ganze. Je größer das eine und/oder das andere, umso geringer sein eigener Beitrag zum eigenen Vorteil. Konsumieren ist eine kollektive Handlung und der individuelle Vorteil daraus ein Geschenk des sozialen Ganzen.

Tabelle 10: Durchschnittlicher individueller Beitrag ($\emptyset$) des Egoisten zu den Determinanten seines Glücks.

Determinanten der Zielfunktion			
Term in der Zielfunktion (13)	Charakterisierung	Quelle	Agency-Ebene
$\sum_{k=1}^m \#(K_{h,k} \cup K_{k,h})$	Die stilistischen Kerne aller gewöhnlichen Stile	Stilistisches System (Kollektivgut mit $\emptyset = 1/z$)	Gesellschaft
(dito)	(Indirekt: Die bilateralen stilistischen Peripherien der gewöhnlichen Stile)	Stilistisches System (Kollektivgut mit $\emptyset = 1/z$)	Gesellschaft
m	Größe der Ingroup	Stilistisches System (Kollektivgut mit $\emptyset = 1/z$) bzw. gewöhnlicher Stil (Klubgut mit $\emptyset = 1/m$)	Gesellschaft/ Wahlverwandtschaft
DIV_v^g	Diversität auf Vergleichbarkeit des gewöhnlichen Stils der eigenen Wahlverwandtschaft	Gewöhnlicher Stil (Klubgut mit $\emptyset = 1/m$)	Wahlverwandtschaft
W_i^g	Verwurzelung des individuellen im gewöhnlichen Stil	Gewöhnlicher Stil (Klubgut mit $\emptyset = 1/m$)	Wahlverwandtschaft

m : Anzahl der Angehörigen einer Wahlverwandtschaft, z : Anzahl stilfähiger Mitglieder der Gesellschaft.

In der Zielfunktion (13) steckt nicht nur altruismusfreier Egoismus, sondern auch extremer Individualismus. Der Einzelne versucht, sich nicht nur in der Gruppe von anderen Gruppen zu unterscheiden, sondern sich auch innerhalb seiner Gruppe als Individuum von anderen Individuen abzuheben und daraus Vorteile für sich selbst zu ziehen. Fehlte das Streben nach Individualität, ließe sich die Zielfunktion vereinfachen zu

$$U_i = U(DIV) \tag{15}$$

mit DIV als ein Maß für die Diversität des gesamten stilistischen Systems. In Zielfunktion (15) käme eine reine Freude an der Diversität in der Gesellschaft zum Ausdruck und damit eine Wertschätzung jedes anderen samt individuellem Beitrag als Beitrag zur Vergrößerung der Freude aller. In der Zielfunktion (13) kommt ein dezidiert anderer Ansatz zum Zuge: Indifferenz gegenüber Dritten statt Wertschätzung.

Das in der Zielfunktion (13) steckende Paradoxon liegt darin, dass selbst der, der alle anderen Mitglieder der Gesellschaft geringschätzt und ausschließlich Eigeninteressen verfolgt, (fast) alles, was ihm wert und teuer ist, vom sozialen Ganzen als Geschenk erhält und (fast) alles, was er nur für sich selbst macht, ein Geschenk an alle anderen ist. Purer Egoismus und totaler Altruismus führen zum selben Glück für alle. Mit der Zielfunktion (13) verlieren Egoismus und Altruismus als Begriffe ihre prognostische Kraft.

Poststrukturalismus der Zielfunktion

Der Poststrukturalist Jean Baudrillard lässt sein Frühwerk *La société de consommation* mit den folgenden Worten beginnen: »Heute sind wir von einer Art fantastischen Sichtbarkeit von Konsum und Überfluss umgeben, geschaffen von einer Vervielfachung von Objekten, Dienstleistungen und materialen Gütern, und das stellt eine fundamentale Mutation in der Ökologie der menschlichen Spezies dar. Genauer gesagt, die Menschen sind im Zeitalter des Überflusses nicht so sehr von anderen Menschen umgeben, sondern von *Objekten*. Ihre alltäglichen Beziehungen pflegen sie weniger mit ihren Mitmenschen, sondern eher – immer häufiger – mit dem Empfangen und Manipulieren von Gütern und Botschaften.«²¹

Den Kern dieses Werks beschreibt George Ritzer in seiner Einführung zur englischen Übersetzung der *Société* mit Worten, die an die Qualitätstheorie des Konsumierens erinnern.²²

»The world of consumption is treated like a mode of discourse, a language [...]. As a language, consumption is a way in which we converse and communicate with one another.«

Die Qualitätstheorie interpretiert, besser gesagt definiert den *o/+Konsum* als jene Sprache, mit der Menschen miteinander sprechen.

»[C]onsumables become sign-values.«

In der Qualitätstheorie werden nicht einzelne Konsumgüter zu Zeichen, von denen jedes für sich alleine wirkt, sondern als Warentypenkörbe der Konsumenten

21 Baudrillard 2009 (1970), (meine Übersetzung, Hervorhebung im Original).

22 Ibid., S. 6-9, 15.

werden die individuellen Stile (aus dem *O/+Konsum*) zur Syntax ihrer Kommunikation. Der Wert des *O/+Konsums* ist seine sprachäquivalente Eigenschaft.

»When looked at from the structural perspective, what we consume is signs (messages, images) rather than commodities.«

Die Qualitätstheorie ist ganz präzise darin, wessen Zeichen das Individuum konsumiert. Es sind sowohl die Zeichen, die es selbst setzt, wie auch und ohne Abstrich jene Zeichen, die alle anderen setzen. Der Einzelne konsumiert somit die gesamte Kommunikation im stilistischen System.

»This means that consumers need to be able to ›read‹ the system of consumption in order to know what to consume.«

In der Qualitätstheorie ist es eine Voraussetzung, dass alle die Betriebsanleitung für die Sortierstation der Kultur verstehen, alle derselben Kultur angehören. Nur so erkennen sie die konkrete Wirkung eines zusätzlichen konkreten Objekts für Distanz und Nähe im stilistischen System und können ihre eigene Wahl treffen.

»Commodities are no longer defined by their use, but rather by what they signify. And what they signify is defined not by what they do, but by the relationship to the entire system of commodities and signs.«

Hier wird hervorgehoben, was in der Qualitätstheorie zur Egoismus-/Altruismus-Obsoleszenz führt. Das Individuum konsumiert nicht, was das einzelne von ihm gezeigte Objekt ihm gibt, sondern was es zusammen mit allen anderen Objekten im stilistischen System bewirkt; der Vorteil des Einzelnen, sein Glück, oder sei es sein Nutzen, ist ein Geschenk des sozialen Ganzen.

»There is an infinite range of difference available in this system and people therefore are never able to satisfy their need for commodities, for difference.«

Hier wird Baudrillards fundamentale Mutation der Spezies Mensch präzisiert – es werden keine Güter mehr konsumiert, sondern *Unterschiede* zwischen Menschen, die sich in Unterschieden im Konsum zeigen. Dies ist die fundamentale Annahme der Qualitätstheorie.

»Baudrillard urges the abandonment of the ›individual logic of satisfaction‹ (need and so on) and a central focus on the ›social logic of differentiation‹.«

Die Qualitätstheorie erfüllt diese Forderung Baudrillards und präzisiert die soziale Logik der Differenzierung – es wird kollektive Distanz *und* individuelle Nähe konsumiert, die sich im *o/+Konsum* zeigen.

»What people seek in consumption is not so much a particular object as difference and the search for the latter is unending.«

Der poststrukturalistische Konsum führt genauso wenig zur Sättigung wie der *o/+Konsum*. In beiden gibt es keine Unterschiede zwischen Menschen, die nicht nutzen- bzw. glückssteigernd durch noch größere Unterschiede ersetzt werden könnten. Bei Baudrillard führt das zur »fantastischen Sichtbarkeit von Konsum und Überfluss«, in der Qualitätstheorie zur immer größer werdenden Objektwelt, wie im folgenden Kapitel gezeigt werden wird.

»[I]n Baudrillard's view, it is the code, or the system of differences, that causes to be similar to, as well as different from, one another.«

Dies ist die poststrukturalistische Gleichzeitigkeit von Distanz und Nähe. In der Qualitätstheorie wird sie durch die psychologische Brille operationalisiert, die situativ entweder das Unvergleichbare (Breite) im *o/+Konsum* sichtbar und das Vergleichbare (Länge) unsichtbar macht oder umgekehrt.

»Baudrillard concludes that the sociological study of consumption (and everything else) must shift from the superficial level of conscious social dynamics to the unconscious social logic of signs and the code. In other words, the key to understanding lies at the level of deep structures.«

In der Sortierstation der Kultur wirkt diese Logik der Zeichen und des Codes. In Kapitel 6 wird die Qualitätstheorie um die in der Sortierstation von den Konsumenten selbst gemachte kulturelle Dynamik erweitert, und in Kapitel 7 um die soziale Dynamik, die sich aus dieser kulturellen Tiefenstruktur ergibt.

»[B]ecause of their training, the upper classes are seen as having some degree of mastery over the code. It is the middle and lower classes who are the true consumers because they lack such mastery.«

Die Qualitätstheorie abstrahiert von stratifizierenden Parametern und damit von der soziologischen Kategorie der Klasse. Sie unterscheidet aber Stilführerschaft von stilistischer Gefolgschaft. Die Stilführerschaft zeigt eine begrenzte

Beherrschung des Codes (vgl. Tabelle 11), die der Gefolgschaft verwehrt bleibt. In der Qualitätstheorie ist die Stilführerschaft die »Oberklasse« und ihre Gefolgschaft die »Mittel- und Unterklasse«.

»In his view, ›anything can become a consumer object.‹ As a result, ›consumption is laying hold of the hole of life.‹«

Baudrillards Poststrukturalismus und die Qualitätstheorie verbindet auch eine alles umfassende Interpretation des Konsumierens. Alles, was Unterschiede schafft, ist Konsumieren und Konsum ist alles, was Unterschiede geschaffen hat.

Die Qualitätstheorie ist eine poststrukturalistische Theorie. Sie abstrahiert von modernen sozialen Strukturen des Konsumierens und hat ihre theoretischen Wurzeln in der Semiotik. Die Zielfunktion (13) fängt diesen Poststrukturalismus auf konzise Weise ein. Wie im Poststrukturalismus findet in der Qualitätstheorie das soziale Wollen in der Tiefe der Kultur statt. Die Formalisierung des Poststrukturalismus in der Zielfunktion (13) schafft hingegen Tiefenschärfe, die dem »Original« verschlossen bleibt.

Klub- und Kollektivgüterproduktion

Die private Bereitstellung öffentlicher Güter ist ein in der Volkswirtschaftslehre breit behandeltes Thema. Das orthodoxe Erkenntnisinteresse gilt dabei den Voraussetzungen, unter denen öffentliche Güter nicht nur vom Staat, sondern auch von Privaten effizient bereitgestellt werden können. Diese Fragestellung ergibt nur dann Sinn, wenn das infrage stehende Gut sowohl vom Staat wie von Privaten bereitgestellt werden *könnte*. In der Orthodoxie wird dies durch die Annahme sichergestellt, dass die Produktionstechnologie zur Herstellung des Gutes (öffentliche Sicherheit) dieselbe ist, ob sie nun vom Staat oder von Privaten eingesetzt wird. Mit dieser Annahme vereinfacht sich die Frage nach der effizienten (alternativen) privaten Bereitstellung öffentlicher Güter zur Frage ihrer Finanzierung: Unter welchen Voraussetzungen stellen Private Mittel in ausreichendem Umfang zur Verfügung, sodass die Produktion effizienter Mengen öffentlicher Güter mit ihnen bezahlt werden kann?

Die Qualitätstheorie des Konsumierens unterscheidet sich in diesem Punkt von der orthodoxen Theorie. Es gibt zwar die Gemeinsamkeit der privaten Produktion öffentlicher Güter, hier der gewöhnlichen Stile als Klubgüter und des stilistischen Systems als Kollektivgut, dort zum Beispiel der öffentlichen Sicherheit. Aber die Finanzierungsfrage stellt sich in der Qualitätstheorie des

Konsumierens qua Annahme nicht – die im *o/+Konsum* einsetzbare Objektwelt steht zur kostenlosen Nutzung bereit. Damit verschiebt sich die Frage nach privater oder staatlicher Bereitstellung zurück auf die Stufe der Produktionstechnologie. Hier wird klar, dass die orthodoxe Theorie der privaten Bereitstellung öffentlicher Güter und die Qualitätstheorie des Konsumierens disjunkte Themenfelder beackern: Nicht nur wäre die Annahme identischer Produktionstechnologien für Staat und Konsumenten absurd, sondern es ist überhaupt schwer vorstellbar, dass der Staat in der Lage wäre, soziale Distanz und Nähe für Individuen zu produzieren. Die konsumtive Produktion von Distanz und Nähe ist das Proprium der Konsumenten selbst.

Restriktionen der Stilgefolgschaft

Welchen Restriktionen unterliegen Konsumenten? In der Orthodoxie ist es die vom Einkommen und dem Güterpreisvektor bestimmte Budgetrestriktion: Gib nicht mehr aus, als du hast. Das Budget kann auf alternative, als Gütermengenvektoren definierte Konsumbündel aufgeteilt werden – so und so viele *Pepsi* und *Pizzen* kann sich Klein Mäxchen mit seinem Taschengeld leisten. Im von der Quantitätstheorie modellierten Konsumismus ist Geld der knappe Faktor.

In der Qualitätstheorie des Konsumierens ist das finanzielle Budget irrelevant: Die Objektwelt stellt ihre Elemente gratis zur Verfügung. Konsumiert wird per Definition des *o/+Konsums* von jedem Element, x_j , der Objektwelt, X , entweder eine oder keine Einheit. Der *o/+Konsumentscheid* bestimmt den individuellen Stil, s_i , jene Teilmenge aus der Objektwelt, die das Individuum zeigt. Der individuelle Stil zeigt entweder die Qualität x_j oder nicht. Sei r die Anzahl von Stilfolgern im stilistischen System. Die einzige Handlungsrestriktion von Stilfolger i , präziser, dessen *stilistische Gestaltungsrestriktion* ist:

$$s_i \subseteq X, \quad i = 1, \dots, r \quad (16)$$

Alle Stilfolger unterliegen derselben Restriktion. Jeder ihrer individuellen Stile ist eine Teilmenge der für sie gegebenen Objektwelt, der endlichen Menge X . Der Grund dafür ist die *Nichtrivalität* im Konsum von Qualitäten. Wenn Konsument i Objekt x_j in seinem individuellen Stil zeigt, $x_j \in s_i$, dann kann dieses Objekt auch in jedem anderen der r individuellen Stile gezeigt werden. Die Gestaltungsrestriktion (16) kann auch als individuelle Kommunikationsrestriktion im stilistischen System interpretiert werden. Sie lautet: Alle können dasselbe sagen, $s_i = s_j, i, j = 1, \dots, r$, müssen es aber nicht; alle können alles sagen, $s_i = X, i = 1, \dots, r$, müssen es aber auch nicht. Die einzige Restriktion sind die verfügbaren

Objekte, die endliche Menge dessen, womit nonverbal kommuniziert werden kann.

Die stilistische Gestaltungsrestriktion (16) ist die Essenz des egalitären postmodernen Kontrastprogramms zum kapitalistischen Konsumismus: Jeder ist seines Glückes gleicher Schmied! Der Soziologe Gerhard Schulze bringt mit seiner Diagnose der postmodernen Glücksversager die egalitäre Eigenschaft von (16) auf den Punkt: »In den Angehörigen der früheren Unterschicht konnte man Ausgebeutete, Ausgetrickste, Machtlose sehen, Menschen, denen man zu ihrem Recht verhelfen musste. Die neue Distinktion sieht Subjekte, wo früher von Objekten die Rede war, sie sieht Täter anstelle von Opfern. Pietätlos verweigert sie denen den Respekt, die ihren Tag mit Schwachsinn vergeuden und sich dabei dick und krank essen.«²³ Herablassung verdienen in der Postmoderne also diejenigen, die, wie alle anderen auch, etwas Gutes aus ihrem Leben machen könnten, es aber versäumen. Die Gestaltungsrestriktion (16) rückt im Vergleich zur Budgetrestriktion des orthodoxen Konsumismus die Eigenverantwortung des Individuums in den Vordergrund: Wo Ausstattungsunterschiede keine (große) Rolle (mehr) spielen, verlieren meritorische Anliegen, wie die der fürsorgenden Soziologie, an Legitimation.

Restriktion (16) repräsentiert nicht nur die egalitäre Seite der Postmoderne. In Verbindung mit der Zielfunktion (13) lenkt sie das Handlungsinteresse des Individuums weg von Akkumulation und hin zur Lebensführung. Glück hängt nicht (mehr) ab von dem, was man hat, sondern (einzig) von dem, was man tut.

Restriktionen der Stilführerschaft

Tabelle 8 aus Kapitel 4 zeigt die im Vergleich zu den Stilfolgern erweiterte Agency der Stilführer. Wo aber liegen deren Restriktionen? Eine davon ist das Pendant zu Restriktion (16). Sei s_j der individuelle Stil des Stilführers j und sei X' die endliche in ihn einsetzbare Menge von Objekten. X' enthält nicht nur die von Stilfolgern nutzbare Objektwelt, sondern auch noch die Teilmenge aller stilistisch nutzbaren Objekte, die der Stilführer erfinden kann. Das Pendant des Stilführers zur stilistischen Gestaltungsrestriktion des Stilfolgers ist:

$$s_j \subseteq X' \supset X \quad (17)$$

Die vom Stilführer einsetzbare Objektwelt ist größer als die der Stilfolger. Er kann Qualitäten einsetzen – das sprichwörtliche Objekt, mit dem niemand

23 Schulze 2005, S. XXI.

gerechnet hat –, mit denen Stilfolger (noch) nicht zu kommunizieren in der Lage sind. Hier ist aber eine in Tabelle 9 nicht sichtbar gemachte Zeitstruktur zu beachten. Restriktion (17) gilt in der kurzen Frist, während langfristig Stilfolger von ihren Stilführern lernen können. Erfolgreiche Stilführerschaft kann als erfolgtes Lernen von Stilfolgern definiert werden, das heißt, für erfolgreiche Stilführerschaft gilt langfristig:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} X = X' \quad (18)$$

Die von Stilfolgern langfristig nutzbare Objektmenge konvergiert gegen die nutzbare Objektmenge ihrer Stilführer.

(17) ist nicht die einzige Restriktion des erfolgreichen Stilführers. Erfolgreiche Stilführer müssen Restriktionen aufseiten ihrer potenziellen Folger beachten: Nicht alles, was Stilführer vorzumachen in der Lage sind, sind Folger in der Lage oder bereit nachzumachen. Die für Stilfolger stets exogene Kultur, $\square$, die Menge an Handlungsanweisungen in der Sortierstation der Kultur, ist für Stilführer nur zum Teil »kristallisierte Geschichte«. Sei die auch durch Stilführer nicht manipulierbare Teilmenge der Kultur $\square'$. Es gelte $\square' \subset \square$, das heißt, die Kultur enthält Tabus, Konventionen und Normen zur Schaffung partieller Ordnung in der Objektwelt, die der erfolgreiche Stilführer nicht ignorieren kann. Für den von Stilführern manipulierbaren Teil der Kultur, $\square''$, gilt $\square'' = \square \setminus \square'$. Tabelle 11 fasst die Restriktionen der in Tabelle 8 beschriebenen Agency der Stilführerschaft zusammen und gibt Beispiele.

Tabelle 11: Agency und individuelle Restriktionen des repräsentativen Stilführers.

Optionen und Restriktionen erfolgreicher Stilführerschaft			
Agency		Restriktionen	
Handlungsoption	Beispiel	Restriktionstyp	Beispiel
Manipulation des Merkmalsraums $\underline{m}_i(\square'')$	Transformation von Objekten in andere Objektkategorie (z.B. Positionierung von Insekten als Nahrungsmittel)	Kultur als gefrorene Geschichte $\square'$ selbst für Stilführer	Tabus als Meidungsgebot (z.B. Nahrungsmitteltabu) oder Wahrnehmungsverbot (z.B. Dumpsterdiving)
Manipulation des Sympathievektors $\underline{v}(\square'', \underline{m}_i)$	Gewichtung stilistischer Gegensätze (siehe Kapitel 2)		Tradition/Gewohnheit/Ideologie (z.B. tradierte Höhergewichtung von musealer gegenüber Breitenkunst)
Wahl der Machart (Überdurchschnitts- vs. Extremtyp)	Leistungskult (z.B. Beau Brummell)		Konventionen (z.B. in der Trennung von Privat und Nichtprivat)
Festlegung des Schwellenwerts, d_K , für Clusterung	Ausdifferenzierung (z.B. des Rock 'n' Roll aus dem Rhythm 'n' Blues)	$s_j \subseteq X' \supset X$	Tradition/Gewohnheit/Ideologie (z.B. an tradierter Unterscheidung zwischen schwarzer und weißer Musik)
Vergrößerung der Objektwelt, X , als Erfinder	DIY (z.B. Base-Jumping)		Meidungsgebote (z.B. von Gefahr), Gewohnheit
Reaktivierung bereits existierender Objekte für einen Stil	Bricolage (z.B. Jutesack im Hipsterstil)		Ideologie (z.B. das Alte zu meiden)
o/+Konsum			

$\square'$ ist die auch für Stilführer verbleibende, nicht manipulierbare Teilmenge der Kultur, $\square$, und $\square''$ der manipulierbare Teil. Die nicht manipulierbare Kultur widersetzt sich seiner Manipulation als Tabu, massenhafte Gewohnheit, geliebte Tradition, verteidigte Ideologie oder verbleibende (soziale) Norm.

Kultur als dynamische Institution

Handlungsoptionen und Restriktionen von Tabelle 11 machen $\square$, die Menge von Handlungsanweisungen in der Sortierstation der Kultur, zu einer dynamischen ökonomischen *Institution*. Sie besteht aus Tabus, Gewohnheiten, Traditionen, Konventionen und Normen. Mit ihnen wird aus der ungeordneten Menge von Objekten, X , durch konsumtive Produktion die Ordnung $(X, \square)$. Sie ist für die meisten Mitglieder der Gesellschaft, die Stilfolger, exogen – sie können sie nur nutzen, wie sie ist. Für wenige, die Stilführer, ist ein Teil dieser Handlungsanweisungen, $\square''$, eine Variable – sie können durch exemplarisches Vormachen, durch die wortlose Kommunikation ihres eigenen o/+Konsums, Stilfolgern neue Handlungsanweisungen für die Sortierstation der Kultur geben.

Stilfolger sichern institutionelle Konstanz, Stilführer schaffen institutionelle Veränderung. Stilfolger wahren Tabus, pflegen Gewohnheiten, respektieren

Traditionen, halten sich an Konventionen, frönen Ideologien und halten Normen ein. Stilführer brechen Tabus und mit Gewohnheiten, sind respektlos gegenüber Traditionen und Ideologien und halten Konventionen und Normen nicht ein. Stilführer nehmen mit ihrer Agency Einfluss auf Stilfolger und verändern das, was diese in der Sortierstation der Kultur befolgen. So verändern sie die Ordnung $(X, \square)$ im Teil $(X, \square'')$: Tabus fallen oder werden durch andere ersetzt, Gewohnheiten wandeln sich, Traditionen werden abgelöst, Konventionen durch andere ersetzt und Normen passen sich an.

Es wäre zu einfach anzunehmen, der nicht manipulierbare Teil der Kultur bliebe über die Zeit konstant, $\square'_t = \square'_{t+1}$. Dann gäbe es einen alle Zeiten überdauernden unveränderbaren institutionellen Kern der Kultur. Dieser institutionelle Kern existiert in Form nur ganz weniger Gebote und Verbote wie dem Inzesttabu oder dem Tötungsverbot. Er ist aber so klein, dass er hier vernachlässigt und stattdessen angenommen werden kann, dass:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \square'_t = \emptyset \quad (19)$$

Die Teilmenge der von Stilführern nicht manipulierbaren Handlungsanweisungen für die Sortierstation der Kultur ist in der langen Frist die leere Menge.

Restriktion *Lingua franca*

Kultur wandelt sich im Sozialen. Man kann zwei Arten sozialer Interaktion unterscheiden. Erstens die Interaktion zwischen Stilführern – in der Korrespondenz zwischen Goethe und Schiller, in der Verbindung Marianne von Werefkin mit Alexej Jawlensky, oder in den Polemiken des Architekturerneuerers Adolf Loos gegen die Wiener Werkstätte um Josef Hoffmann. Zweitens die Interaktion zwischen Stilführern und Gefolgschaft. Der zweite Interaktionstyp ließe sich formal durch folgende vereinfachende Annahmen präzisieren: Folger folgen nur Stilführern im eigenen gewöhnlichen Stil, das heißt, Stilführer haben keinerlei Einfluss auf Stilfolger in fremden Wahlverwandtschaften und in jeder Wahlverwandtschaft gibt es nur einen Stilführer.

Diese Sichtweise hat zwei Konsequenzen. Die Kultur der Gesellschaft zerfiele erstens in der langen Frist in n Teilkulturen, je eine für jede Wahlverwandtschaft, weil der alleinige Stilführer einer Wahlverwandtschaft der kulturelle Monopolist seiner Ingroup wäre. Jede Wahlverwandtschaft i entwickelte ihre eigene Kultur, $\square_i = \square''_i$, verbunden mit ihrer wahlverwandtschaftsspezifischen Ordnung der Objektwelt, $(X, \square_i)$. Sie hätte keine Gemeinsamkeiten mehr mit der Ordnung, die der Objektwelt in anderen Wahlverwandtschaften verliehen wird.

Die Objektwelt verlöre die Eigenschaft, dass mit ihr über soziale Gruppen hinweg kommuniziert werden könnte, sie verlöre die Eigenschaft einer von allen verstandenen und gesprochenen *Lingua franca*. Sektierertum, aber auch das Mantra der Parallelgesellschaften in den urbanen Zentren ließe sich so in die Qualitätstheorie des Konsumierens integrieren.

Die zweite Konsequenz wäre der Totalverlust an kultureller und damit sozialer Dynamik oberhalb der einzelnen Wahlverwandtschaft. Denn wie wäre die Entstehung neuer Wahlverwandtschaften und damit die Ausdifferenzierung der postmodernen Gesellschaft überhaupt vorstellbar ohne die Idee von (anonymen) Individuen, die sich experimentierend aus bestehenden Wahlverwandtschaften herausbewegen, aus diesem Reservoir aber ihre neue Anhängerschaft rekrutieren. Die Fähigkeit des stilistischen Systems als Ganzes, sich zu verändern, setzt die Existenz von Stilführern voraus, deren manipulative Agency die Grenzen von Wahlverwandtschaften überwinden. Das wiederum erfordert Kommunikationsfähigkeit auf beiden Seiten.

Dann haben wir es aber mit einer Interaktion zwischen Stilführern zu tun, die in eine kollektive Agency mündet. Die kollektive Agency der Stilführerschaft entfaltet eine soziale und eine kulturelle Wirkung. Die soziale ist die Allokation von Anhängerschaft und die kulturelle ist der Wandel der nonverbalen *Lingua franca* bei gleichzeitiger Wahrung ihrer gesellschaftsweiten Einheitlichkeit. Erst diese kollektive Agency der Stilführerschaft macht soziale Distanz und Nähe konsumtiv produzierbar.

Dies ist der analytische Pfad, den ich im Folgenden beschreite. Die Postmoderne wird als eine zur ständigen Ausdifferenzierung fähige Gesellschaft verstanden, in der die nonverbale Kommunikationsfähigkeit zwischen allen Mitgliedern durch die kollektive Agency der Stilführer im stilistischen System gewahrt wird.

Der kulturelle Trade-off

Kollektive Agency der Stilführer handelt für alle Wahlverwandtschaften einheitliche Handlungsanweisungen, □, für die Sortierstation der Kultur aus, sodass nicht nur der Punker sich selbst, sondern auch der Banker ihn dem Punk zuordnet. Hieraus ergeben sich zwei Trade-offs: ein trivialer sozialer und ein nicht trivialer kultureller. Auf der Ebene des Sozialen kann ein Individuum nicht allen Wahlverwandtschaften zugleich zugeordnet werden. Im einfachsten Fall gehört jedes Individuum nur einer Wahlverwandtschaft an. Lässt man situative Wahlverwandtschaften zu, wird jedem Individuum durch Triage ein individuelles

Alter-Ego-Portfolio zugewiesen, dessen Elemente der *Perspect Manager* situationskonform aktiviert. So ist der Punker abends Punker und tagsüber Fabrikarbeiter. In der sozialen Triage ist der Trade-off per Definition trivial angelegt. Genauso wie in der Orthodoxie der vom Budget auferlegte Trade-off beim Konsumieren ein trivialer ist. Aber im Gegensatz dazu handelt es sich hier um einen Trade-off von Zugehörigkeiten – eine soziale Zugehörigkeit schließt manch andere aus: Der Banker kann zugleich vielleicht als Gentleman durchgehen, als Punker kaum, der Punker auch als Arbeiter, als Banker kaum. Diese Trade-offs müssen kollektiv ausgehandelt werden.

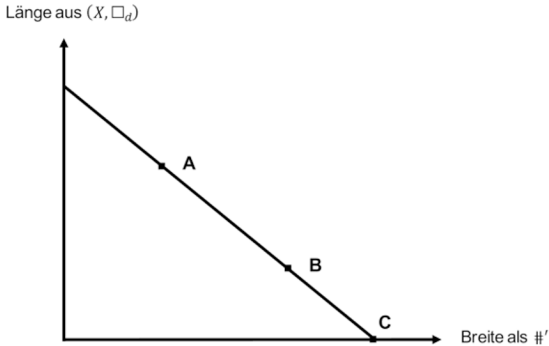
Auf der Ebene der Kultur ist hingegen ein nicht trivialer Trade-off wirksam. Er ist in der in Kapitel 3 getroffenen Unterscheidung zwischen Dissimilarität als Vergleichbarkeit und Dissimilarität als Unvergleichbarkeit angelegt. Im diesem Kapitel wurde soziale Nähe/Individualität innerhalb der Wahlverwandtschaft mit (DIS_v, DIV_v) und soziale Distanz zwischen Wahlverwandtschaften mit (DIS_{uv}, DIV_{uv}) operationalisiert. Beide Operationalisierungen sind in die Zielfunktion (13) eingeflossen. Das soziale Wollen des Individuums zielt in Zielfunktion (13) und seinen Eigenschaften (14) auf ein Mehr von beidem ab, mehr Dissimilarität/Diversität als bzw. aufbauend auf Vergleichbarkeit und Unvergleichbarkeit. Das kollektive kulturelle Können der Stilführer unterliegt einem nicht trivialen Trade-off zwischen diesen Teilzielen.

Denn soziale Nähe entsteht im Einsatz der Objektwelt aus (vertikalen) Längen von in einem gewöhnlichen Stil gezeigten Objekten (vgl. Abbildung 6). Soziale Distanz hingegen entsteht im Einsatz der Objektwelt aus der (horizontalen) Breite der gewöhnlichen Stile, die durch ihre Antiketten definiert sind (vgl. Abbildung 8). Distanz und Nähe stehen also in einem orthogonalen Zusammenhang, als Breite (horizontal) und Länge (vertikal). Der kulturelle Trade-off besteht darin, dass für eine gegebene ungeordnete Menge von Objekten, X , die Vergrößerung der Teilmenge der in Dominanzordnungen, $\square_d$, geordneten Objekte, $(X, \square_d)$, die Kardinalität aller n Antiketten im stilistischen System, $\#'$, mit $\#'\equiv\#(\sqsubset\sqsupset_1\cup...\cup\sqsubset\sqsupset_m)$, verkleinert. Abbildung 9 zeigt diesen Zusammenhang.

Der kulturelle Trade-off lässt sich in Abbildung 8 exemplifizieren. Verlangt zum Beispiel eine neue Handlungsanweisung, $\square''$, für die Sortierstation der Kultur, dass eines der Singletons ein Objekt in einer der bestehenden Dominanzordnungen wird, wird die Teilmenge $(X, \square_d)$ um eins größer und $\#'$ verringert sich um eins. Die sich in Länge zeigende Ordnung der Objektwelt wird reicher und die sich in Breite zeigende Ordnung spärlicher. Durch diese neue Handlungsanweisung steigt das Potenzial der Objektwelt zur Moderation von Nähe und ihr Potenzial zur Moderation von Distanz nimmt ab. So wäre für die

gegebene Menge von Objekten das Potenzial zur Moderation von Distanz minimal, wenn alle Objekte in einer einzigen Kette geordnet wären, es wäre hingegen maximal, wenn alle Objekte Singletons wären; das Potenzial der Objektwelt zur Moderation von Nähe wäre dann aber null.^{24*}

Abbildung 9: Der kulturelle Trade-off.



Je mehr Objekte aus der endlichen Menge, X , dominiert werden, umso größer ist die von der Dominanzordnung, $(X, \square_d)$, geschaffene Länge, und umso kleiner ist die maximal mögliche Kardinalität, $\#'$, aller Antiketten im stilistischen System. Punkt B der Trade-off-Linie ermöglicht mehr Breite und weniger dominanzordnungsbedingte Länge als A und umgekehrt.

Kulturelle (In-)Effizienz

Die Dominanzordnung und die Ordnung als Menge von Singletons sind polare Spezialfälle. Die eine ordnet eine Menge als Kette, $|$, die andere als Antikette, $\sqsubset \sqsupset$. Ein Objekt in einer Kette dominiert ein anderes Objekt in jedem Merkmal des Merkmalsvektors, $\underline{m}_j = (m_1, \dots, m_M)$. Beide Objekte tragen deshalb ausschließlich zur Länge bei. Zwei Singletons sind im Merkmalsvektor hingegen unvergleichbar. Eine äquivalente Formulierung ist, dass in jedem Merkmal, m_i , des Merkmalsvektors ein Singleton das andere dominiert und zugleich von diesem dominiert wird. Es ist kein Rangabstand zwischen diesen nicht identischen

^{24*} Zur allgemeinen Charakterisierung des Trade-offs zwischen Länge und Breite siehe Basili und Vannucci 2013.

Objekten zu bilden und deshalb tragen beide ausschließlich zur Breite bei. Eine dritte Formulierung ist, dass ein Singleton keine Merkmalsausprägungen hat, sondern ein Merkmal ist.

Im allgemeinen Fall hingegen dominiert ein Objekt ein anderes Objekt in einem Merkmal, m_i , und es wird in einem anderen Merkmal, m_j , vom anderen Objekt dominiert. Beide stehen dann zueinander wie zwei Objekte in einem Phylogramm. Sie tragen zur Länge und Breite bei. Es ist klar, dass eine solche partielle Ordnung von Objekten für die Zielerreichung (13) besondere Eigenschaften besitzt. Sie moderiert Distanz und Nähe. Ein Phylogramm ist aber selbst wiederum ein Spezialfall. Es ist ein Baum, $\mathfrak{M}$, ohne dominierte Elemente, also ohne eine Kette. Dieser Spezialfall sei mit $\mathfrak{M}'$ symbolisiert. Der allgemeine Fall, $\mathfrak{M}$, ist ein Baum, der auch Ketten, $|$, enthält (vgl. Abbildung 7).

Ich kann nun aus diesen Zusammenhängen die Idee der *kulturellen (In-)Effizienz* entwickeln. Aus ökonomischer Sicht produziert Kultur aus einem vorhandenen Input ungeordneter Objekte den Output einer segmentierten Ordnung. Dieser Output hat Eigenschaften, die bereits als Länge und Breite definiert wurden. Länge und Breite moderieren soziale Distanz und Nähe/Individualität. Sie sind die Determinanten der Zielfunktion (13) der Individuen. Aus ökonomischer Sicht stellt sich nun die Frage, ob es *Ordnungstypen* gibt, die effizienter sind in der Moderation von sozialer Distanz und Nähe als andere Typen. Wir haben vier solche Ordnungstypen zu vergleichen: die Kette, $|$, die Antikette aus Singletons, $\sqsubset\sqsupset$, den Baum mit dominierten Objekten, $\mathfrak{M}$, und das Phylogramm, $\mathfrak{M}'$.

Kulturelle Ineffizienz eines Ordnungstyps gegenüber einem anderen existiert dann, wenn für eine gegebene ungeordnete Objektmenge ein zweiter Ordnungstyp Distanz (Nähe) besser moderieren kann, ohne Nähe (Distanz) schlechter als der erste Ordnungstyp zu moderieren. Nach dieser Definition ist zum Beispiel Ordnungstyp B kulturell effizienter als Ordnungstyp A (das heißt, A ist ineffizient), wenn – für eine gegebene Objektmenge – A nicht mehr Breite moderiert als B und B mehr Nähe/Individualität moderiert als A .

Bedeute $A < B$, dass der Ordnungstyp B kulturell effizienter ist als A . Sei X eine ungeordnete Menge von h Objekten. Sei $(X, \mathfrak{M}')$ ein Phylogramm aus *allen* Elementen von X , sei $(X, \mathfrak{M})$ ein Baum aus *allen* Elementen von X , der mindestens eine Kette enthält, sei $(X, \sqsubset\sqsupset)$ die als Singletons geordnete Menge X und sei $(X, |)$ eine Kette aus *allen* Elementen von X . Die Länge von $(X, \sqsubset\sqsupset)$ ist null und dessen Breite, $\# \sqsubset\sqsupset$, ist h . Für die Breite, $\# \mathfrak{M}'$, jedes Phylogramms aus allen Elementen von X gilt $\# \mathfrak{M}' = \# \sqsubset\sqsupset = h$. Diese Eigenschaft jeder ungeordneten Menge, X , zeigt sich zum Beispiel in Abbildung 6: Es gilt $X = (A, B, C, D, E)$ und $h = 5$; es ist egal, ob (A, B, C, D, E) als Antikette von Singletons geordnet wird oder als Phylogramm wie in Abbildung 6, die Breite bleibt $h = 5$. Die Länge von

$(X, \mathfrak{h}')$ ist aber positiv und damit größer als die Länge von $(X, \sqsubset \sqsupset)$. Ordnungstyp $(X, \mathfrak{h}')$ vermag gleich viel Distanz zu moderieren wie Ordnungstyp $(X, \sqsubset \sqsupset)$ und mehr Nähe/Individualität als $(X, \sqsubset \sqsupset)$. Deshalb gilt für jede ungeordnete Menge X : Ordnungstyp $(X, \mathfrak{h}')$ ist kulturell effizienter als Ordnungstyp $(X, \sqsubset \sqsupset)$, das heißt, $(X, \mathfrak{h}') > (X, \sqsubset \sqsupset)$.

Wenden wir uns der (In-)Effizienz der Kette gegenüber dem Phylogramm zu. Die Kette beeinflusst gemäß (13) den Zielerreichungsgrad positiv nur über die Diversität DIV_v^g . Wenn wir ein Phylogramm finden mit einer mindestens so großen DIV_v^g wie die Kette, gegeben X , dann existieren Ordnungen des Typs $(X, \mathfrak{h}')$, die effizienter sind als alle Ketten, weil sie zudem größere Distanz als Ketten zu moderieren in der Lage sind.

Phylogramme, die aus Rangabständen entwickelt sind, besitzen dieses Potenzial, was an einem Beispiel mit zwei Objekten gezeigt sei. Dies ist die minimale Anzahl, h , von Objekten, auf die die Ordnungstypen $(X, \mathfrak{h}')$ und $(X, |)$ anwendbar sind. Die Existenz einer Kette setzt zudem im Minimum die Existenz eines einzigen Merkmals im Merkmalsvektor $\underline{m}_j = (m_1, \dots, m_M)$ voraus, das heißt, $M \geq 1$. Für $h = 2$ und $M = 1$ gilt für den Rangabstand der Kette $d_{ij}^r = 1$ (vgl. Fußnote 4*, Kapitel 4) und es gilt $DIV_v = d_{ij}^r = 1$. Die Existenz eines Phylogramms setzt hingegen mindestens zwei Merkmale im Merkmalsvektor voraus, das heißt, $M \geq 2$. Denn bei nur einem Merkmal sind nur die Ordnungstypen $(X, \sqsubset \sqsupset)$ und/oder $(X, |)$ auf X anwendbar, das heißt, anhand nur eines Merkmals stehen je zwei Objekte entweder in einer Dominanzordnung, $\square_a$, übereinander oder als Singletons in einer Antikette, $\sqsubset \sqsupset$, nebeneinander. Für $h = M = 2$ ist der Rangabstand $d_{ij}^r = 2$, egal ob X als Kette oder Phylogramm geordnet ist (vgl. Fußnote 4*, Kapitel 4), und deshalb $DIV_v = d_{ij}^r = 2$. Die Breite der Kette ist $\# \sqsubset \sqsupset = 1$, aus dem einen dominanten Objekt. Jede Kette mit $h = 2$ und $M = 1$ und damit $DIV_v = 1$ lässt sich aber durch eine einfache kulturelle Manipulation in ein Phylogramm mit $DIV_v = 2$ verwandeln: Es ersetze die Kultur den Merkmalsvektor $\underline{m}_j = (m_1)$ durch den Vektor $\underline{m}_j = (m_1, m_2)$, mit den Eigenschaften, dass im Merkmal m_2 jenes Objekt das andere Objekt dominiert, das im Merkmal m_1 von diesem dominiert wird. Mit dieser kulturellen Manipulation wird die als Kette geordnete Menge aus zwei Objekten zu einem Phylogramm geordnet mit der Länge $DIV_v = 2$ und der Breite $\# \sqsubset \sqsupset = 2$. Dieses Phylogramm ist effizienter als die Kette, aus der es durch Erweiterung des Merkmalsraums entstanden ist.

Diese kulturelle Manipulation ist auf den Fall einer beliebigen (endlichen) Anzahl von Objekten in der ungeordneten Menge, X , sowie eine beliebige (endliche) Zahl von Merkmalen im Merkmalsvektor verallgemeinerbar. Die Länge, DIV_v , jeder aus einer endlichen Zahl, h , von Objekten und unter Anwendung einer

endlichen Zahl von Merkmalen, M , gebildeten Kette ist endlich und deren Breite bleibt $\# \sqsubset \sqsupset = 1$. Jede Erweiterung des Merkmalsvektors um ein weiteres Merkmal, das zu einer Umkehrung der Dominanz in diesem Merkmal von mindestens zwei Objekten im Vergleich zur Kette führt, vergrößert DIV_v des Phylogramms im Vergleich zur Kette und die Breite ist mindestens zwei. Sei K die Menge aller aus der ungeordneten Menge X mit dem Ordnungstyp $(X, |)$ bildbaren Ketten und P die Menge mit Ordnungstyp $(X, \mathfrak{h}')$ bildbaren Phylogramme. Aus den vorgängigen Überlegungen existiert für jede mit einer endlichen Anzahl von Merkmalen aus einer ungeordneten endlichen Menge von Objekten gebildete Kette mindestens ein Phylogramm, das effizienter als die Kette ist, das heißt, $\forall | \in K \exists \mathfrak{h}' \in P$, sodass $\mathfrak{h}' > |$.

Es bleibt noch der Fall der (In-)Effizienz von Bäumen, die Ketten enthalten, $\mathfrak{h}$, übrig. Auf Ketten in Bäumen lässt sich dieselbe kulturelle Manipulation der Erweiterung des Merkmalsvektors anwenden, mit der die Ineffizienz der Kette gegenüber dem Phylogramm bereits gezeigt wurde. Solange mindestens ein Objekt in einem Baum existiert, das von einem anderen Objekt dominiert wird, und die Kultur ein zusätzliches Merkmal aktiviert, sodass das Objekt nicht mehr dominiert wird, vergrößern sich Länge und Breite des Baums. Dieses Potenzial ist erst erschöpft, wenn der Baum ein Phylogramm geworden ist. Sei A die Menge aller aus X bildbaren Bäume des Ordnungstyps $(X, \mathfrak{h})$. Dann existiert für jeden Baum, $\mathfrak{h}$, aus dieser Menge ein Phylogramm, das effizienter als dieser Baum ist, das heißt, $\forall \mathfrak{h} \in A \exists \mathfrak{h}' \in P$, sodass $\mathfrak{h}' > \mathfrak{h}$.

Es lässt sich nun eine generelle Aussage zur kulturellen (In-)Effizienz der vier Ordnungstypen $(X, \mathfrak{h}')$, $(X, \mathfrak{h})$, $(X, \sqsubset \sqsupset)$ und $(X, |)$ machen. Sei $\underline{m}_j^*$ ein Merkmalsvektor mit einer größeren Anzahl von Merkmalen als $\underline{m}_j$, sodass die Anzahl dominierter Objekte unter Anwendung von $\underline{m}_j^*$ kleiner ist als unter Anwendung von $\underline{m}_j$. Dann sind die Effizienzeigenschaften der Ordnungstypen der Kultur:

$$(X, \mathfrak{h}') > \begin{cases} (X, \sqsubset \sqsupset) \\ (X, |) \text{ wenn } \exists \underline{m}_j^* \\ (X, \mathfrak{h}) \text{ wenn } \exists \underline{m}_j^* \end{cases} \quad (20)$$

Die Effizienz der Kultur in der konsumtiven Produktion von Distanz und Nähe ist größer, wenn sie eine ungeordnete Menge, X , als Phylogramm ordnet, als wenn sie sie zur Antikette von Singletons, zur Kette (das heißt mit einem einzigen undominierten Objekt) oder zu einem Baum mit Ketten ordnet. Die erste Effizienzaussage (zur Antikette) ist ohne Vorbehalt. Die anderen beiden Effizienzaussagen (zur Kette und zum Baum im Allgemeinen) stehen unter dem Vorbehalt einer Potenzialität. Sie gelten unter der Voraussetzung einer ausreichenden Fähigkeit der Kultur, durch die Aktivierung zusätzlicher Merkmale von Objekten

die Zahl der dominierten Objekte in der Ordnung auf null zu reduzieren. Ich werde im folgenden Kapitel argumentieren, dass diese Fähigkeit nahezu unbegrenzt ist.

Wir sind nun in der Lage, aus der Zielfunktion (13) und den in diesem Kapitel herausgearbeiteten kulturellen Restriktionen und Trade-offs Prognosen zum individuellen und kollektiven Handeln abzuleiten.