

Kapitel 7

Soziale Evolution

»Consumption [...] actually does crucial social work, not only sustaining human lives and social institutions but also shaping interpersonal relations.«

Viviane Zelizer¹

»For us historians, a structure [...] is a reality which time uses and abuses over long periods.«

Fernand Braudel²

»Wie beginnen wir zu begehren, Clarice? [...] Wir beginnen das zu begehren, was wir jeden Tag sehen!«

Dr. Hannibal Lecter zu Clarice Starling in Das Schweigen der Lämmer

Das Ziel im Sozialen liefert die Motivation zur Schaffung kultureller Ordnung. Aus seiner Präzisierung (13) und der Agency von Stilführerschaft und Gefolgschaft (Tabellen 8 und 11) ließen sich die Hypothesen H_1 bis H_{10} als Vektorkomponenten der kulturellen Selektion herausarbeiten. Mit Kultur verstanden als Selektionsprozess, der den Optionsraum des Konsumierens verändert, wird Konsumieren selbst zum Prozess, der das Soziale seinerseits verändert. Diese von der kulturellen Selektion angetriebene Evolution des Sozialen ist Gegenstand dieses Kapitels.

1 Zelizer 2005, S. 348.

2 Braudel 2011 (1980), S. 368.

Öffnung der geschlossenen Gesellschaft

Ausgehend von Zielfunktion (13) und der Allokation der Objektwelt auf eine gegebene Anzahl n von Wahlverwandtschaften, nimmt gemäß Formel (1) die Individualität in einer Wahlverwandtschaft zu, wenn ihre Mitgliederzahl, m , steigt. Zugleich bleibt für eine Allokation von Objekten auf die gewöhnlichen Stile die Distanz jeder Wahlverwandtschaft zum sozialen Ganzen konstant. Es ist deshalb im Interesse jeder Wahlverwandtschaft, neue Mitglieder zulasten anderer Wahlverwandtschaften zu rekrutieren und sie mit einer Teilmenge des eigenen gewöhnlichen Stils »einzukleiden«. Konkurrenz um Mitglieder gehört zum postmodernen sozialen »Geschäft«. Dies begründet:

Konkurrenz (H_{11}): Wahlverwandtschaften konkurrieren um Mitglieder.

Eine Folgeprognose von H_{11} ist das Verschwinden der geschlossenen Gesellschaft. Sie mag als Relikt der ressourcengesteuerten Moderne sich noch in Form exklusiver Yacht- und Poloklubs in die Postmoderne hinübergerettet haben. Die in der Zielfunktion (13) kondensierte Vorteilslogik der Postmoderne bringt sie aber zum Verschwinden. Das Interesse an Individualität innerhalb des Klubs schafft das Interesse an neuen Mitgliedern und damit an einer Öffnung des Klubs. Nicht Betriebskosten zwingen zur Öffnung, sondern das Interesse der Mitglieder an der Sublimierung ihrer Individualität macht sie attraktiv. In den 1960ern war der Tennisklub exklusiv, heute ist er ein Allerweltsklub, wie Golfen Allerweltssport geworden ist. Polo ist *noch* exklusiv.

Egalisierung von Individualität und Glück

Eine Folgehypothese von H_9 (Polytomisierungsgesetz) ist

Egalisierung (H_{12}): Innerhalb von Wahlverwandtschaften konvergieren Individualität und Glück.

H_{12} prognostiziert nicht das Verschwinden von Individualität. Mitglieder werden durch die Ausmusterung der Uniform (H_8) immer individueller. Aber durch Polytomisierung nimmt die Verwurzelung der individuellen Stile im gewöhnlichen Stil, W_j^g , ab, sodass gemäß Formel (1) die Individualität aller Wahlverwandtschaftsmitglieder gegen $(m - 1) \cdot DIV_v^g$ konvergiert. Da die Distanz der Wahlverwandtschaft zum sozialen Ganzen, D_h , für alle Mitglieder dieselbe ist,

konvergiert das Glück bzw. der Nutzen der Mitglieder einer Wahlverwandtschaft auf hohem Niveau.

H_{12} ist eine Ironie im Wandel der Moderne zur Postmoderne: In dem Ausmaß, wie (Ressourcen-)Ausstattung als Determinante der sozialen Struktur an Einfluss verliert und Wille (zur Wahlverwandtschaft) an Einfluss gewinnt, konvergiert das Glück in der Wahlverwandtschaft, obwohl dort der Egoismus in Form des Drangs zur Individualität seine extremste Form gefunden hat. Die in Kapitel 5 herausgearbeitete Egoismus-/Altruismus-Obsoleszenz manifestiert sich in der Gleichheit im Glück.

Sammelleidenschaft ist ein Beispiel dafür. Von der Stilführerschaft der Kunstsammlerwahlverwandtschaft wird zeitgenössische Kunst immer weniger beschrieben als komplizierter Baum mit Verästelung über Verästelung oder auch als vergleichbar mit zum Beispiel der Renaissance. Die Stile der Kunstgeschichte und aktuellen Kunst werden kaum mehr als schichtweise verbunden vermittelt (H_9), was Symptom der generellen Egalisierung vermittelt durch die Arbeit der Stilführerschaft an sozialer Nähe ist. In der Tendenz werden alle individuellen (Sammel-)Stile als gleich in ihrem gewöhnlichen Stil genestet vermittelt und verstanden, wodurch sich differenzierte Spurensuche durch die Gefolgschaft erübrigt. Der Sammler von Press-Art steht ohne Unterschied mit dem Sammler von Punk-Art und dem Sammler holländischer Stillleben in der Wahlverwandtschaft der Kunstsammler vereint.

Durch Polytomisierung werden Wahlverwandtschaften zu egalitären Bestätigungsgemeinschaften: Jeder bestätigt in der Tendenz jedem die gleiche (nicht dieselbe!) Einbettung in die gemeinsame Wahlverwandtschaft. Qualitätstheoretisch ist Egalisierung innerhalb von Wahlverwandtschaften nicht der spieltheoretischen Exit-Option ihrer Mitglieder geschuldet (wer auch davonlaufen kann, den muss man gut behandeln), sondern der Agency der Stilführerschaft: Egalisierung beseitigt die zielmindernden Verwurzelungen im gewöhnlichen Stil.

Destabilisierung von Wahlverwandtschaften

Warum entstehen neue Wahlverwandtschaften? Woher kommt die Vielfalt gewöhnlicher Stile? Gemäß Formel (8) bleibt die Distanz einer Wahlverwandtschaft zum sozialen Ganzen konstant, solange die Gesamtzahl von Objekten in den Kernen des stilistischen Systems konstant bleibt. Eine Reallokation dieser Objekte auf mehr Kerne, das heißt auch mehr Wahlverwandtschaften, lässt die Distanz zum sozialen Ganzen konstant. Dies zeigte sich bereits am Beispiel von Abbildung 8. Aus dem Interesse an sozialer Distanz allein wäre also jede existierende

Wahlverwandtschaft gegenüber einer solchen Reallokation unter Neugründung von Wahlverwandtschaften indifferent. Neugründung ist aber auf Mitglieder angewiesen und die werden aus den bestehenden Wahlverwandtschaften rekrutiert. Nur jene bestehenden Wahlverwandtschaften stehen Neugründungen indifferent gegenüber, denen die Mitglieder nicht zur neuen Wahlverwandtschaft davonlaufen. Denn der Mitgliederschwund geht auf Kosten der wahlverwandtschaftsinternen Individualität. Konkurrenz (H_{11}) schließt die Konkurrenz zwischen bestehenden und neuen Wahlverwandtschaften mit ein. Die Konsumentenouveränität des Individuums (Eintritts- und Austrittsoption) vorausgesetzt, wird ein Mitglied dann die Wahlverwandtschaft wechseln, wenn dies sein Glück (13) erhöht. Die Stilführerschaft der existierenden Wahlverwandtschaften wird deshalb danach trachten, das stilistische System so mitzugestalten, dass es keinen individuellen Anreiz gibt, sich einer neuen Wahlverwandtschaft anzuschließen.

Was sind die individuellen Anreize, sich einer neuen Wahlverwandtschaft anzuschließen? Je kleiner sie anfangs zahlenmäßig ist, umso geringer die darin findbare Individualität. Die schiere Größe bestehender Wahlverwandtschaften bietet also Schutz vor neuer Konkurrenz. Der Mainstream ist stabil, weil er groß ist. Dies gilt jedoch nur *ceteris paribus* für die individuelle Austrittsoption: Singuläre Treulosigkeit im stilistischen System ist unwahrscheinlich, Massenflucht hingegen nicht. Dies begründet die

Destabilisierung (H_{13}): Bestehende Wahlverwandtschaften sind von Massenexodus bedroht.

H_{13} ähnelt der *Bank Run* Logik: Das Bankensystem wird illiquide, wenn jeder glaubt, es werde illiquide, und deshalb jeder noch schnell sein Geld abheben will. Im stilistischen System ziehen sich Mitglieder aus ihrer Wahlverwandtschaft zurück, wenn jeder glaubt, die anderen liefen davon. Das Schutzinteresse an der eigenen Individualität ist das Motiv dafür. H_{13} öffnet das stilistische System für Wahlverwandtschaften, die wie Phönix aus der Asche aufsteigen, um früher oder später dorthin wieder abzustiegen: für Remix-Mode, die massenhafte Anhängerschaft findet und schnell wieder in Vergessenheit gerät, für Trends, die so schnell wieder verschwinden, wie sie aufgetaucht sind, für eine Industrie, deren Geschäftsmodell auf Trendscouting und Geschwindigkeit basiert.

Die Qualitätstheorie liefert damit eine alternative Deutung des Snob-Effekts in der Mode, des Abspringens von einem gut gefüllten stilistischen Zug, und des Bandwagon-Effekts, des Aufspringens auf einen neuen, noch wenig gefüllten Zug. Die Orthodoxie liefert Modelle der Mode, in denen wellenähnlich sich beide

Effekte deterministisch abwechseln. Das Schicksal jedes Modetrends ist damit *ex ante* bereits vorbestimmt und es braucht arbiträre Annahmen über die Myopie der Konsumenten oder die Marktmacht der Industrie, um Nachfrage nach einer sowieso dem Untergang geweihten Mode zu konstruieren. Die Qualitätstheorie setzt dem ein probabilistisches Modell entgegen, in dem gewöhnliche Stile in Abhängigkeit ihrer qualitativen Eigenschaften mehr oder weniger dem Risiko des Massenexodus (Snob-Effekt) ausgesetzt sind und neue gewöhnliche Stile in Abhängigkeit von denselben Eigenschaften der alten Stile mehr oder weniger wahrscheinlich Massenzulauf (Bandwagon-Effekt) von diesen erhalten.

Soziale Zellteilung

Was ist aber der Anreiz für Innovatoren, eine neue Wahlverwandtschaft zu gründen? Es ist die Chance auf Vergrößerung von Distanz im stilistischen System. Die Existenz von Peripherien schafft diese Chance. Am Beispiel von Abbildung 8 zeigte sich, dass das *Herausbrechen* von Elementen aus dem Kern eines Stils mit Peripherie und deren Zusammenführung als Kern eines neuen gewöhnlichen Stils eine neue Distanz zum sozialen Ganzen schafft, die größer ist als die (konstant gebliebene) Distanz zum sozialen Ganzen des ursprünglichen Stils. Der Grund dafür ist, dass eine gemeinsame Peripherie die bilaterale Distanz zwischen zwei Stilen verkürzt. Mit dieser Hypothek ist der neue Stil im stilistischen System (konstanter Breite) nicht belastet. Gewöhnliche Stile ohne Peripherie nutzen im Gegensatz zu denen mit einer Peripherie die ganze von der Kultur erschlossene Breite der Objektwelt. Der Austritt aus einer Wahlverwandtschaft mit einem Stil mit Peripherie bietet somit einen distanzschaffenden Vorteil, der einen (vielleicht anfänglichen) Verlust an Individualität konterkariert. In der Abwägung in der Zielfunktion (13) kann somit die Neugründung zum Vorteil der Innovatoren sein. Dies begründet die

Zellteilung (H_{14}): Gewöhnliche Stile mit (großen) Peripherien sind Brutstätten neuer Wahlverwandtschaften.

Soziale Zellteilung basiert auf einer kulturellen Voraussetzung. Die Agency der Innovatoren als Stilführer muss so potent sein, dass sie einen verkürzten *Haircut* verordnen kann in der Weise, dass ein neuer gewöhnlicher Stil entsteht.³ Dazu

3 Die soziale Zellteilung entspricht somit der evolutionsbiologischen *Speziation*, dem Prozess der Entstehung einer neuen Fortpflanzungsgemeinschaft.

braucht es, technisch, eine geeignete Verkleinerung des maximalen Rangabstands für das *gesamte* stilistische System (was in Abbildung 5 einer Verkürzung des Abstands d_K zur Basis des Kladogramms entspricht).

Dies macht zweierlei deutlich. Soziale Zellteilung ist erstens kulturell keine Trivialität. Sie setzt aufseiten von Innovatoren Potenz zur Manipulation im Hinblick auf das gesamte stilistische System voraus. Durch diese hohe Anforderung schützt die Kultur das Soziale vor überbordender Zellteilung. Und zweitens führt ein kleinerer maximaler Rangabstand zu einer Filigranisierung der gesamten Clusterung. Soziale Zellteilung vermindert aber in der Tendenz die Individualität im stilistischen System, weil die durchschnittliche Mitgliedszahl der Wahlverwandtschaften sinkt. Das Soziale schützt sich damit auch selbst vor überbordender Zellteilung. Kultur und das Soziale arbeiten hierbei Hand in Hand.

Gesellschaftliche Strukturierung

Zellteilung im ganzen stilistischen System löst zwei gegenläufige Effekte aus: Existieren Peripherien, erhöht sie die Distanz im System, bei gegebener Anzahl von Mitgliedern in der Gesellschaft vermindert sie die Individualität im System. Die Agency der Stilführerschaft und ihrer Gefolgschaft bringt beide Effekte in der Tendenz im Interesse von Zielfunktion (13) in eine Balance. Wo diese liegt, hängt von den Kurveneigenschaften (14) der Zielfunktion und damit der Grundeigenschaft der Gesellschaft ab. Sie kann mehr oder weniger individualistisch sein. Je individualistischer die Gesellschaft, umso langsamer nimmt der Grenznutzen der Individualität ab und umso wichtiger ist die soziale Nähe fürs Glück. Daraus folgt die

Gesellschaftliche Strukturierung (H_{15}): Individualistischere Gesellschaften haben weniger, dafür größere Wahlverwandtschaften; weniger individualistische haben mehr, dafür zahlenmäßig kleinere Wahlverwandtschaften.

Die Intuition für H_{15} liegt auf der Hand. Je größer der marginale Beitrag der eigenen Individualität zum Glück, umso größer auch der Beitrag anderer dazu, mit denen sich der Einzelne vergleicht, und umso größer sein Anreiz, sich einer großen Wahlverwandtschaft anzuschließen. Umgekehrt, je größer der marginale Beitrag sozialer Distanz zum Glück, mit umso weniger Menschen möchte sich der Einzelne überhaupt vergleichen und umso kleiner die Wahlverwandtschaft, in die er strebt. Weniger individualistische Gesellschaften zeigen somit eine postmoderne soziale Struktur mit vielen kleinen, stark voneinander getrennten

sozialen Gruppen mit geringer Individualität in ihrem Innern. Individualistischere Gesellschaften zeigen eine soziale Struktur mit wenigen Großgruppen mit großer Binnendiversität. Der Mainstream entpuppt sich so als programmatische Gruppe der individualistischen Gesellschaft.

Altes beim Alten – Neues zum Neuen

Was kann die Stilführerschaft bestehender Wahlverwandtschaften gegen die Risiken aus H_{13} und H_{14} tun? Um den Austritt von Innovatoren unter Mitnahme von Objekten aus dem Kern des gewöhnlichen Stils zu verhindern, gibt es die eine Möglichkeit, diese Objekte einfach weiter zu zeigen. Sie werden dann in eine neu entstandene Peripherie verschoben, die der alte gewöhnliche Stil nun mit dem neuen teilt. Die Individualität im alten Stil sinkt nur noch durch die Abnahme der Mitgliederzahl, m , aber nicht auch noch durch die Abnahme der Diversität, DIV_v^g . Das ist bedingt erfolgreich in der Schadensbegrenzung, die sich aber auf das Glück der Neugründer so auswirkt, dass sie eine Einbuße an erhoffter neuer Distanz zum sozialen Ganzen erleiden. Denn anstelle eines neuen gewöhnlichen Stils ohne Peripherie erhalten sie nun einen mit einer Peripherie, die sie mit ihrer alten Wahlverwandtschaft teilen. Ob die Distanz zum sozialen Ganzen ihrer Wahlverwandtschaft steigt oder fällt, hängt davon ab, ob die neue stilistische Peripherie mehr Elemente enthält als alle bisherigen Peripherien der alten Wahlverwandtschaft. Falls nein, steigt die Distanz zum sozialen Ganzen immer noch. Im anderen Fall lohnt sich die Neugründung nicht.

Kluge Innovatoren werden dies antizipieren. Sie können die Chance auf eine distanzvergrößernde Wirkung ihrer Neugründung dadurch verbessern, dass sie ihren neuen gewöhnlichen Stil qualitativ sparsam, wenige Objekte zeigend einführen. Das Bauhaus profilierte sich mit solcher ästhetischen Sparsamkeit gegenüber den Stilen, die es zu überwinden suchte. Adolf Loos' Polemik *Ornament und Verbrechen* gegen den Stil Wiens seiner Zeit zielte ebenfalls genau darauf ab.⁴ Diese Austerität geht aber auf Kosten neuer Individualität, und diesem Umstand müssen Innovatoren mit nur moderater stilistischer Austerität in ihrer Neugründung begegnen. Dies ist das Risiko der Neugründung durch Mitnahme und Remix von Objekten aus bereits etablierten Stilen (Bricolage). Neugründungen mit *neuen* Objekten bergen dieses Risiko nicht, weshalb das DIY in der Dingwelt typisch ist für neue Wahlverwandtschaften. Deshalb waren das Handwerkliche

4 Stuißer 2012.

und das so geschaffene neue Ding so stilprägend für das Bauhaus und Adolf Loos. Daraus folgt

Offenheit für Neues (H_{16}): Neue Wahlverwandtschaften sind offener für neue Objekte als alte.

Durch den neuen Stil aus neuen Objekten gewinnen auch die alten Wahlverwandtschaften an sozialer Distanz, was den Anreiz zur Aufnahme dieser Objekte in ihren gewöhnlichen Stil hemmt. Würde dadurch doch die vom neuen Stil geschenkte Distanz qua Vergrößerung der gemeinsamen Peripherie wieder beeinträchtigt werden. Neugründungen von Wahlverwandtschaften mit neu erfundenen Objekten sind deshalb besonders erfolgversprechend, wobei die alten Wahlverwandtschaften den neuen Dingen gegenüber eher die kalte Schulter zeigen.

Neue Wahlverwandtschaften sind in diesem Sinn »moderner« als alte. Nicht weil sie neu per se sind, sondern weil sie mehr neue Objekte zeigen als die alten und damit eine bessere Wette auf größere Distanz im sozialen Ganzen sind. Die Wette ist, dass alte Wahlverwandtschaften ihre alten Objekte nicht aufgeben werden, sich aber auch von den neuen fernhalten. Die Kerne im stilistischen System tragen so in der Tendenz Jahrgangsmarken. Menschen, die sich in den 1950ern zum Rock 'n' Roll zusammengefunden haben, behalten in der Tendenz dessen stilistischen Fingerabdruck und werden mit ihm alt. Menschen, die heute einen neuen Stil erfinden, bleiben nicht innovativ, sondern diesem treu.

Vintage wird so zum Markenzeichen sozialer Gruppen. Dies hat Auswirkungen auch auf die Arbeitsweise der Industrie. Der schlechteste Ratschlag, den Trendscouts befolgen können, ist, bei genau denen wieder nach Neuem zu suchen, bei denen sie schon fündig geworden sind. Trendscouting ist stärker Ortsgeschäft als Personengeschäft; das Interesse gilt stärker den Orten stilistischer Innovation als den Personen stilistischer Innovation.

Ende der Geschichte

H_{16} komplementiert dynamisch, das heißt unter Einschluss von Neugründungen, den Anreiz bestehender Wahlverwandtschaften zur Kernbildung (H_{10}). Das Risiko von H_{13} und H_{14} ist aber auch Motivation für etablierte Wahlverwandtschaften, ihre Peripherie *prophylaktisch* durch Verzicht zu verkleinern. Denn die Entschlackung der eigenen Peripherien durch Verzicht vermindert den Anreiz ihrer Mitglieder, auszutreten und neu zu gründen. Peripherien beginnen im ganzen stilistischen System zu verschwinden. Die gewöhnlichen Stile werden

immer besser voneinander abgegrenzt. In einem stilistischen System ganz ohne Peripherien gilt aber (8') und die Distanz zum sozialen Ganzen ist für alle Wahlverwandtschaften gleich groß. Die gesellschaftliche Ausdifferenzierung durch Neugründung von Wahlverwandtschaften verliert dann vollständig ihr distanzschaffendes Potenzial, am Ende bleibt ihre individualitätsmindernde Wirkung. Neue Wahlverwandtschaften hören auf zu entstehen. Daraus folgt

Erlahmung (H_{17}): Je weniger Objekte im stilistischen System von Wahlverwandtschaften geteilt werden, umso geringer ist die weitere gruppenweise Ausdifferenzierung der Gesellschaft.

H_{17} prognostiziert das Ende der Geschichte der Postmoderne. Wenn die Objektwelt, X , ganz von den Kernen des stilistischen Systems absorbiert worden ist, gibt es keinen Anreiz mehr zur weiteren horizontalen Ausdifferenzierung der Gesellschaft. Stilführerschaft verbessert zwar weiter die Effizienz der Kultur, am Ende sind aber alle gruppenweise gleich weit distanziert (8'). Es ist gerade dieser glückstiftende Beitrag der Stilführerschaft, der die Geschichte der Postmoderne einem natürlichen Ende entgegenreibt. Das Say'sche Qualitätsgesetz (H_5) gilt weiterhin, aber neue Objekte bereichern einfach nur noch einzelne, dann bereits etablierte gewöhnliche Stile. Die Postmoderne hat von da an ihre organische Dynamik (und romantische Faszination) verloren. Stilführerschaft bringt soziale Evolution genau mit jenen Mitteln zum Versiegen, mit denen sie sie befeuert.

Am Ende der Postmoderne unterscheiden sich Menschen nur noch als Individuen innerhalb sonst gleicher Wahlverwandtschaften. Deshalb streben alle in jene Wahlverwandtschaft, die ihnen die größte Individualität offeriert. Das ist *ceteris paribus* jene mit der größten Mitgliederzahl, m , und *ceteris paribus* jene mit der geringsten Verwurzelung, W_i^g , des individuellen Stils. Das Risiko des Massenexodus (H_{13}) nimmt zu. Denn niemanden hält es noch wegen der sozialen Distanz, die sie ihm schenkt, in seiner Wahlverwandtschaft. Die Größe der Wahlverwandtschaften, m , hat sich angeglichen und das Phylogramm der Objektwelt ist zum Polytom geworden und Verwurzelungen sind verschwunden. Nur so hat eine Wahlverwandtschaft überhaupt eine Chance weiterzubestehen. H_{17} prognostiziert als Folgehypothese das approximative Verhältnis m/n von Größe und Anzahl von Wahlverwandtschaften gegen Ende der Geschichte: Alle Menschen verfügen über denselben Grad an Individualität, haben dieselbe Distanz zum sozialen Ganzen und erfreuen sich im selben Maß an Glück. Die Ökonomie (menschliche Agency) hat dann nicht nur vollständige Effizienz der Kultur hervorgebracht, sondern auch die vollkommene Gleichheit der Menschen in all ihrer

selbst erschaffenen Unterschiedlichkeit – in einem Sozialen voller Distanz und Nähe.

Mit dem Ende der postmodernen Geschichte hört Kultur auch auf, Prozess zu sein. Die kulturelle Selektion erlahmt. Neue Anweisungen an die Sortierstation der Kultur braucht es nicht mehr. Stilführerschaft ist ohne Zweck und hat ihr Charisma verloren. Es gibt nur noch eine allerletzte Anweisung: jedes neue Objekt irgendwo ins Polytom einzuordnen. Ein fairer Würfel weist jedes neue Objekt einer Wahlverwandtschaft zu. Glücksunterschiede sind nur noch Zufall und immer nur auf Zeit. So oder so ähnlich ist die konvergente Zukunft des produktiven Konsumenten in der langen Frist. Sie bleibt Utopie.

Utopie und Verwerfung

In dieser langen Frist ist aber bereits wieder viel passiert – oder eine generelle Einsicht des Historikers Fernand Braudel anwendend, hat die Zeit die Kultur vor dem Ende der Geschichte längst schon wieder missbraucht. Analytisch am ergiebigsten ist die Qualitätstheorie deshalb in der mittleren Frist, nach Verwerfungen, die unvorhersehbar waren, und vor den nächsten, die es ebenso wenig sind. In diesem Zeitraum, in dem die kulturellen Ordnungstypen (Singleton, Kette, Phylogramm, Polytom) noch konkurrieren, wo Verwurzelungen individueller Stile in den gewöhnlichen Stilen noch nicht die Ausnahme und wo gemeinsame Peripherien noch gang und gäbe sind. Die Untersuchung solcher stilistischen Systeme unter Berücksichtigung der kulturellen Selektion, also unter Berücksichtigung der Kultur *noch als Prozess*, ist das Ziel im Folgenden. Deshalb lohnt es sich, zuvor Angriffspunkte für Verwerfungen im oben skizzierten Langfristmodell zu identifizieren. Was kann es in der Qualitätstheorie an Verwerfungen geben? Woran scheitert das gesellschaftliche Projekt des Endes der postmodernen Geschichte?

Charisma: Ein Angriffspunkt für Verwerfungen ist das Charisma der Stilführerschaft. Die Qualitätstheorie abstrahiert von Charismakosten: Manipulation der Kultur kostet die Stilführerschaft nichts, wie auch ihre Gefolgschaft die Arbeit in der Sortierstation nichts kostet. Wie aber die Konvergenz hin zum Ende der Geschichte den Quotienten Charisma-/Sortierkosten beeinflusst, ist eine offene Frage. Sortierkosten sind umso niedriger, je einfacher die Gebrauchsanweisung für die Sortierstation ist. Und die wird gegen Ende der Geschichte immer einfacher, genauso der Zutritt zur Station: Jedermanns Meinung ist mehr und mehr gefragt. Die mit der Polytomisierung einhergehende Entintellektualisierung der Objektwelt reduziert zugleich auch die Charismakosten: Das

Phylogramm selbst ist bereits einfacher zu vermitteln als ein Konvolut aus Singletons, Ketten und Bäumen; das Polytom einfacher als das Phylogramm; individuelle Stile sind immer weniger verwurzelt und Peripherien immer seltener und kleiner. Der Aufwand für die etablierten Stilführer sinkt deshalb und genau deshalb mischen neue Stilführer immer häufiger mit. Der Markt für Stilführerschaft boomt zu sinkenden Charismakosten. Das unter (noch) hohen Zeit- und finanziellen Kosten erworbene Humankapital von Kuratoren, Museumsdirektoren, Professoren, Herausgebern, Feuilletonisten, Sammlern und Dirigenten wird zunehmend ergänzt und konkurrenziert durch das Humankapital von Bloggern, Vloggern, Whistleblownern, Gurus. Das ist der Nährboden für charismatische Verwerfungen. Es drängen sich Unorthodoxe in die Stilführerschaft mit ganz anderen Vorstellungen zur Ordnung der Objektwelt: Baudelaire, Kandinsky, Duchamp, Hayek, Jobs, Musk. Im Großen wie im Kleinen: Hayeks *Swatch* im Kleinen und Musks *eDrive*-Revolution im Großen; Baudelaires *Antiästhetik* im Großen und Duchamps *Readymades* im Kleinen.

Objekte: Die Schrift, der Buchdruck, die Pille, das Smartphone und die sozialen Medien haben die bestehende Ordnung insofern verworfen, als sie die geschlossenen Zirkel der Stilführerschaft aufbrechen halfen. Schrift ermöglichte asynchrone Kommunikation und hat dadurch die Kosten der Stilführerschaft gesenkt. So wie der Buchdruck massenhafte Gefolgschaft erleichtert und die Verbreitung tabubrechender Betriebsanleitungen schneller und flächendeckender möglich gemacht hat. Die Pille und andere emanzipatorische Hilfsmittel erleichterten Frauen den Zugang zur Stilführerschaft und brachten der Sortierstation bisher ferngehaltene Anleitungen. Smartphone und soziale Medien senkten Kommunikationskosten und brachten der etablierten, mit teuren analogen Medien arbeitenden Stilführerschaft neue Konkurrenz. Die Schlacht zwischen Automobil- und IT-Industrie um die Vorherrschaft über das Fahrerlebnis ist eine Schlacht um die richtige Betriebsanleitung für die Sortierstation der Kultur: Welcher Merkmalsvektor zur Rangierung des Fahrerlebnisses setzt sich durch?

Politik: Emanzipation von Führungsmächten, deren Rückzug auf sich selbst, der Verlust ideologischer Orientierung, Tabubrüche, Migration – soweit sie das Vertrauen von Gefolgschaften in die vertrauten Betriebsanleitungen zerstören – schaffen kulturelle Verwerfungen. Der Fall des Eisernen Vorhangs, der Arabische Frühling, Brexit, Terrorismus, »America first!« wirbeln die geordnete Objektwelt von Gut und Böse, Fortschritt und Rückständigkeit, Schön und Hässlich durcheinander. Das Kopftuch verliert die westliche Bedeutung weiblicher Arbeitsamkeit, der Rucksack wird zur potenziellen Waffe, der Mörserscheitel zum Witz, das Monatsticket im ÖPNV zum Migrantenpass. Das stilistische System

entwickelt sich nicht mehr graduell fort, sondern ganze Wahlverwandtschaftskonstellationen werden instabil.

Solche Verwerfungen, häufig komplementär, verhindern als exogene Schocks das Ende der postmodernen Geschichte. Sie sorgen dafür, dass kulturelle Ordnungstypen vielfältig und die Ordnung der Objektwelt segmentiert und komplex bleibt. Sie stellen sicher, dass Kultur als Prozess immer weitergeht. Verwerfungen erhalten die Qualitätstheorie als eine biologische Ökonomik der mittleren stilistischen Frist.

Buntheit der Welt und das Schweigen der Orthodoxie

Die von klassischer Mechanik und Astronomie angeleitete Orthodoxie vermag die Buntheit der Welt nicht zu prognostizieren, sie sieht sie nicht einmal und setzt ein Grau in Grau als Prognose entgegen. Dort, wo in der Orthodoxie Buntheit als Analyseergebnis herauskommt, ist sie anfangs per Annahme hineingesteckt worden oder ganz dem Zufall geschuldet. Im Gegensatz dazu sind in der Qualitätstheorie die Anfangsbedingungen für alle Konsumenten identisch und alle gleichen einander am Anfang wie ein Ei dem anderen. Wir können die Startbedingungen der in der Qualitätstheorie modellierten Postmoderne als ein perfekt gleichgeschaltetes Nordkorea denken: Alle haben eine identische Ausstattung und alle wollen exakt dasselbe – und doch wird die Welt bunt –, ohne dass alle Buntheit per se wollten.

Die orthodoxe *Lancaster'sche Produktdifferenzierung*⁵ auf dem Ziffernblatt der Qualitäten ist ein Beispiel für eine qua Annahme hineingesteckte exogene Vorliebe der gesamten Konsumentenschaft für Vielfalt – jeder Einzelne präferiert von Anfang an eine andere Qualität. Der ganze Rest der Prognose (die Anzahl Minuten, sprich: Objekte auf dem Ziffernblatt und deren gleichmäßige Verteilung darauf) ist nur noch der Kosten- und Marktstruktur der Industrie geschuldet. Die Qualitätstheorie prognostiziert mit der Polytomisierung (Abbildung 10) ebenfalls diese Gleichverteilung unterschiedlicher Qualitäten auf dem Produktkreis, aber nicht dadurch, dass eine Vorliebe der Konsumenten für jeweils andere Qualitäten qua Annahme ins Modell gepackt wird. Buntheit ist in der Qualitätstheorie endogen, nicht exogen.

Gary Beckers Modellierung von *Gewohnheit* und *Sucht*⁶ lässt Menschen durch Zufall unterschiedliche Erfahrungen machen, die ihr weiteres Konsumverhalten

5 Lancaster 1975.

6 Becker 1992.

unterschiedlich beeinflussen, sie zu Rauchern und Nichtraucher, Trinkern und Abstinenzlern, Phlegmatikern und Adrenalinjunkies werden lassen. Was am Ende als systematische Buntheit der Welt herauskommt, wird am Anfang als reiner Zufall (mit systematischer Wirkung) hineingesteckt. George Akerlofs und Rachel Krantons *Identity Economics*⁷ lässt Menschen, unterschiedliche Ressourcenausstattungen vorausgesetzt, die freie Wahl zwischen unterschiedlichen Identitäten. Hier ist Buntheit gleich zweimal qua Annahme ins Modell hineingesteckt: einmal als exogene Unterschiede in der Ressourcenausstattung und zum anderen als exogen gegebenes Angebot an unterschiedlichen Identitäten, die wie Shampoo aus dem Supermarktregal herausgepickt werden. In der Qualitätstheorie des Konsumierens ist die von Wahlverwandtschaften gewährte kollektive Identität ebenso endogen wie die individuelle darin, wie auch die Zahl alternativer Wahlverwandtschaften, ohne dass es unterschiedliche Anfangsausstattungen bräuchte.

Die Qualitätstheorie unterscheidet sich auch in dieser Hinsicht fundamental von der Orthodoxie. Sie prognostiziert die Buntheit der Welt, anstatt sie einfach zu unterstellen. Dies begründet als Gesamtprognose der Qualitätstheorie die

Buntheit der Welt (H₁₈): Sonst identische Menschen unterscheiden sich in ihrem o/+Konsum.

Es bleibt die Frage zurück, warum die Orthodoxie die ökonomische Endogenität der Buntheit der Welt nicht sieht. Die anerzogene paradigmatische Fixierung auf Mengen, Preise und Ausstattung mit Mengen lässt sie analytisch das haben wollen, was sie *a priori* analytisch bereits sieht: Mengen, Preise, Ausstattung. Sie bleibt gefangen in ihrem Paradigma. *A posteriori* verlangt die Buntheit der Welt aber nach einem Paradigmenwechsel. *o/+Konsumieren* und der *produktive Konsument* sind ein solcher Paradigmenwechsel, mit dem sich die Buntheit der Welt prognostizieren und die Besonderheit der Postmoderne ökonomisch fassen lässt.

Buntheit in Natur und Kultur

Wir sind bereits auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Buntheit von Natur und Kultur gestoßen. *Grosso modo* nährten sie die Hoffnung, dass Biodiversität ein geeigneter Startpunkt für das Verständnis der Buntheit der

7 Akerlof und Kranton 2010.

Objektwelt ist, ohne dass allerdings das biologische Modell eins zu eins zu übernehmen, sondern den Besonderheiten der Kultur anzupassen ist. Im Ergebnis dieser Anpassung haben wir das Phylogramm – das Schaubild der Diversität, wie es die Evolutionsbiologie sieht – Schritt für Schritt modifiziert. Es lässt sich jetzt ein Fazit ziehen: Die anfängliche Intuition der Existenz von Unterschieden zwischen Natur und Kultur ließ sich dissimilaritäts- und diversitätstheoretisch präzisieren. Sie haben sich in der so entstandenen Qualitätstheorie aber als nicht so groß erwiesen, dass ein weiteres Lernen der Kulturwissenschaften aus der Biologie vergebene Mühe wäre.

Zu glauben, Kulturdiversität könne, müsse sogar auf verschiedene Weise gedacht werden, je nach anthropozentrischem Anliegen, Biodiversität sei hingegen, was sie sei, und deshalb messe man (zwar mit unterschiedlichen Methoden) immer dasselbe, ginge am faktischen Befund völlig vorbei. Tatsächlich gibt es auch unterschiedliche Konzepte von Biodiversität⁸ – als da sind: *Speziesreichtum*: Im Erhebungsraum wird die Anzahl von Arten bestimmt; je größer die Anzahl, desto größer die Diversität. *Endemismus*: Im Erhebungsraum werden nur jene Arten gezählt, die es sonst nirgendwo gibt; je größer die Zahl, desto größer der Endemismus. *Disparität*: Biodiversität wird in Phylogrammen oder Kladogrammen abgebildet; das Konzept, von dem aus wir analytisch gestartet sind. *Funktionale Diversität*: Arten unterscheiden sich in ihrem Beitrag zu einer Ökosystemfunktion oder nicht; je mehr Ökosystemfunktionen Arten im Erhebungsraum übernehmen, umso größer die Diversität. *Ökosystemdiversität*: Gleiche/ähnliche Ökosysteme werden zusammengefasst; je größer die Zahl unterschiedlicher Ökosysteme im Erhebungsraum, umso größer die Diversität. *Intraspeziesdiversität*: Je größer die Zahl unterschiedlicher Allele in der DNA einer Art, umso diverser ist sie.

Die Kulturwissenschaften stehen also nicht allein vor der Herausforderung multipler, konkurrierender Konzepte der Diversität. Vor diesem Hintergrund darf die in der Qualitätstheorie getroffene Wahl eines Diversitätskonzepts nicht als richtig oder falsch beurteilt werden, sondern danach, inwieweit sie dem Erkenntnisinteresse dient. Wie bei der Biodiversität gilt: Ein Diversitätskonzept »must be considered as telling the [...] story that best fits the diversity observed, but not necessarily as telling the »true« story.«⁹ In der Qualitätstheorie ist die beobachtete Diversität jene des produktiven Konsumenten. Eine empirische Überprüfung der Kulturdiversität kann deshalb nicht *ex cathedra* erfolgen, sondern muss die Diversität erheben, wie die Konsumenten sie sehen. Wenn wir aber den

8 Gaston 1994.

9 D'Arnoldi, Foulley und Ollivier 1998, S. 159 (Hervorhebung von mir).

produktiven Konsumenten als Definitionsinstanz für Kulturdiversität akzeptieren, müssen wir damit rechnen, dass die Vielfalt alternativer Konzepte größer ist als im Fall der Biodiversität. Wo zum Beispiel bereits das »Bild« im selben Stil, aber in unterschiedlichen Medien – zum Beispiel in Malerei und Literatur – unterschiedlich beschaffen ist,¹⁰ sind der Vielfalt der Konzeptualisierungen der Kulturdiversität, wenn überhaupt, nur weite Grenzen gesetzt.

Es wäre ebenso wenig hilfreich, Bio- und Kulturdiversität nach dem anthropozentrischen Interesse zu unterscheiden: Kulturdiversität diene immer einem menschlichen Interesse, Biodiversität nicht. Tatsächlich steckt auch in den Konzepten der Biodiversität stets ein menschliches Interesse.¹¹ Schon der bloße Respekt vor der Schöpfung zeigt es.¹² Je nach Interesse drängen sich somit unterschiedliche Konzepte der Diversität auf und Bio- wie Kulturdiversität unterliegen dem einen oder anderen anthropozentrischen Bias. Sie sind in diesem Sinne beide normative Theorien: Wie soll man Diversität sehen im einen oder anderen menschlichen Interesse und wie soll sie sich verändern oder nicht verändern? Genau ein solches Interesse ist das an sozialer Distanz und Nähe. Die Qualitätstheorie bleibt hier fest verankert in der ökonomischen Neoklassik und sagt, die relevante Diversität ist jene, die dem Menschen soziale Distanz und Nähe verschafft. Sinnadäquanz ist das Kriterium zur Konzeptionierung der Kulturdiversität.

Konzepte der Biodiversität stützen sich typischerweise auf indirekte Interessen, also solche jenseits des Schutzinteresses der Schöpfung per se: genetische Disparität im indirekten Interesse der Ökosystemresilienz oder der Gentechnik, Intraspeziesdiversität im indirekten Interesse der Überlebenswahrscheinlichkeit einer Art oder auch des Zuchterfolgs. Ebenso ist das Interesse an Kulturdiversität indirekt: Mundartdiversität im indirekten Interesse der Heimatpflege, Literatur- und Filmdiversität im indirekten Interesse der nationalen Identität, Mediendiversität im indirekten Interesse der Demokratie. Auch die Qualitätstheorie postuliert ein indirektes Diversitätsinteresse der Konsumenten: Sie suchen stilistische Diversität im Interesse ihrer Vorliebe für soziale Distanz und Nähe. Indirekte Interessen öffnen aber Tür und Tor für unterschiedliche Definitionen von Diversität: »There is no unique measure of diversity, and unless we know how and why diversity gives rise to *inherent* value it is not at all clear how we should operationalize the concept.«¹³ Die in der Qualitätstheorie

10 Dundas 1979.

11 Sarr, Goeschl und Swanson 2008.

12 Perry 2010.

13 Mainwaring 2001, S. 85 (Hervorhebung von mir).

vorgeschlagene Operationalisierung ist aus der Tätigkeit des Konsumierens heraus entwickelt und aus der Grundidee vom Objekt als Ding/Verhaltensweise mit einer kulturell entstandenen Bedeutung.

Selbst wenn sich Biologen auf ein Konzept der Biodiversität einigten oder diese als Konvention akzeptierten, zum Beispiel auf das Kladogramm, bliebe insofern ein Freiheitsgrad in der Modellierung, als es verschiedene Möglichkeiten gibt, eine gegebene Menge von Arten darin zu ordnen. Denselben Freiheitsgrad gibt es auch bei der Ordnung kultureller Objekte. Die beiden Kladogramme von Tizians Gesamtwerk in Abbildung 3 sind ein Beispiel. Für die Biologie ist dieser Freiheitsgrad ein Problem, weil Kladogramme wissenschaftlich nicht falsifizierbar sind; eine Präferenz für eines von mehreren theoretisch möglichen Kladogrammen lässt sich wissenschaftlich nicht rechtfertigen.¹⁴ Demgegenüber ist die wissenschaftlich relevante Ordnung der Objektwelt die des produktiven Konsumenten, egal für welche *seiner* Varianten er sich entscheidet. Ob er sie in der Sortierstation der Kultur aus Gewohnheit oder im Ergebnis seines langsamen, »analytischen« Denkens annimmt, ist einerlei.

Biodiversitätstheorie und die Qualitätstheorie des Konsumierens stellen sich verwandten analytischen Herausforderungen. Insbesondere der Frage, wo Wert residiert: »Thus, after selecting for an appropriate currency (characters) and a particular evolutionary model that will predict the distribution of characters over cladograms and trees, the remaining consideration is to decide whether greatest value resides within individual characters or in combinations of characters.«¹⁵ In der Qualitätstheorie ist die Merkmalsausprägung des Objekts die »Währung« und das Modell nicht das Phylogramm oder Kladogramm, sondern es sind der Kultur adäquate andere, aber ähnliche geometrische Strukturen. Aber die Frage nach dem »Wohnort« von Wert wird genau gleich wie in der Biodiversitätstheorie beantwortet – Wert residiert in Kombinationen von unterschiedlichen Merkmalsausprägungen, nicht in der Merkmalsausprägung selbst. Diese Grundthese lässt den *o/+Konsum* in den Mittelpunkt des Interesses rücken.

In der Qualitätstheorie lässt sich der Wert des Einzelobjekts, des individuellen Stils sowie des gewöhnlichen Stils im Prinzip berechnen. Es ist der jeweilige Beitrag zur Zielfunktion (13) bzw. zur Abbildung aller individuellen Zielerreichungsgrade in ein Maß der kollektiven Wohlfahrt. Kulturwissenschaftler werden hier den Vorwurf machen, Diversität sei nicht das einzig valide Maß für den Wert der Kultur und selbst sie habe verschiedene Dimensionen. Sie sind in besser naturwissenschaftlicher Gesellschaft: Biodiversität sei nicht die einzige Gabe

14 Vogt 2008.

15 Humphries, Williams und Vane-Wright 1995, S. 101.

der Natur; alle Dienstleistungen der Natur einschließlich Biodiversität flößen idealerweise mit Gewichten versehen in ein Gesamtmaß der Gaben der Natur ein.¹⁶ Die Qualitätstheorie will genau so verstanden sein: als Präzisierung eines Diversitätswerts der Kultur, der gewichtet zusammen mit anderen Diversitätswerten und Nichtdiversitätswerten der Kultur im Prinzip in ein Gesamtmaß der Gaben der Kultur einfließen kann.

Biodiversität als Konzept wie auch die Qualitätstheorie operieren mit beiden grundlegenden Ideen von Diversität: gemessen als Länge und als Breite. Biodiversität als *Speziesreichtum*, *Endemismus*, *funktionale Diversität* und als *Ökosystemdiversität* werden gemessen durch Abzählen. All diese Konzepte operieren mit der Idee der Breite als gedanklicher Basis von Diversität. Demgegenüber basiert das evolutionsbiologische Konzept der *Disparität* von Arten auf der Idee der Länge. Das Besondere der Qualitätstheorie ist nun, dass sie beide Ideen in einem Modell vereint.

Als eine offene Flanke der Biodiversitätstheorie wurde die fehlende Integration von Interspeziesdiversität und Intraspeziesdiversität identifiziert.¹⁷ Interspeziesdiversität vergleicht zwischen Arten, was den Exemplaren einer Art gemeinsam ist, Intraspeziesdiversität zeigt an, was die Exemplare einer Art unterscheidet. Wir stoßen hier wieder auf die Analogie zum stilistischen System, die wir bereits in Kapitel 2 gefunden haben: Inter- und Intraspeziesdiversität unterscheiden zwischen Genen und Allelen, die Qualitätstheorie unterscheidet zwischen dem gewöhnlichen und individuellen Stil. Der gewöhnliche Stil wird gespeist aus der Gesamtheit der individuellen Stile in einer Wahlverwandtschaft – so wie die Art Mensch aus der Gesamtheit aller Exemplare in dieser Fortpflanzungsgemeinschaft. Die tiefere Ebene der individuellen Stile entspricht der tieferen Ebene der Exemplare des Menschen mit unterschiedlichen Allelen und die übergeordnete Ebene des gewöhnlichen Stils der übergeordneten Ebene der Art. Der gewöhnliche Stil ist wie eine Art, zum Beispiel Mensch, der individuelle Stil ist wie das Exemplar einer Art, zum Beispiel der Mensch als Individuum. Und das stilistische System mit der Buntheit seiner Wahlverwandtschaften ist wie das Ökosystem mit seinem Artenreichtum.

Trotz dieser Analogie gibt es einen fundamentalen Unterschied in der Betrachtungsweise von Biodiversität und Kulturdiversität: Fortpflanzungsgemeinschaften werden von Biologen (qua Modellannahme) aufgrund von Vergleichbarkeiten bewertet, Wahlverwandtschaften von produktiven Konsumenten (qua

16 Banzhaf und Boyd 2005.

17 Gaston 1994, S. 569.

Modellannahme) aufgrund von Unvergleichbarkeiten. Interspeziesdiversität wird also als Länge, Diversität gewöhnlicher Stile jedoch als Breite gemessen.

In der Qualitätstheorie stehen individuelle Stile innerhalb einer Wahlverwandtschaft in einem komplementären Verhältnis zueinander. Sie fördern Diversität im gewöhnlichen Stil und damit wahlverwandtschaftsweite Individualität. Die diversitätstechnische Komplementarität individueller Stile wird jedoch durch eine gemeinsame Verwurzelung beeinträchtigt. Die Substitution eines individuellen Stils durch einen anderen mit geringerer Verwurzelung ist im Interesse der Diversität im gewöhnlichen Stil vorteilhaft. Genau dieser Effekt wurde auch für die Biodiversität postuliert: Intraspeziesdiversität steigt, wenn eine verwurzelte Subpopulation durch eine weniger verwurzelte ersetzt wird.¹⁸ Verwurzelung individueller Stile im gewöhnlichen Stil entspricht – dies als weitere Analogie – der sogenannten »within-subpopulation coancestry« der Intraspeziesdiversitätstheorie.

Die Qualitätstheorie modelliert eine raumlose Punktgesellschaft – die Geographie der Wahlverwandtschaften und die Position der Individuen im physischen Raum spielen darin keine Rolle. Tatsächlich geschieht Identitätssuche und -findung nicht nur im sozialen, sondern auch im geographischen Raum, in den Milieus von Städten, auf dem Land, und Wahlverwandtschaften finden sich nicht nur im Geiste, sondern konkret auch an Orten zusammen. Von dieser potenziell wirksamen Seite von Diversität abstrahiert die Qualitätstheorie. Aus der Analyse räumlicher Aspekte von Biodiversität lassen sich daher weitere Anregungen für die Analyse der kulturellen Diversität gewinnen. Größe (Anzahl einer Art und Ausdehnung des Verbreitungsgebiets)¹⁹ und Isolation/Inseldasein beeinflussen Biodiversität.²⁰ Größe der Wahlverwandtschaften, deren Verteilung im Raum, Inseldasein/Ghettoisierung sind als soziologische und kulturwissenschaftliche Themen bereits bearbeitet, offen bleibt bislang noch deren Auswirkung auf oder Interaktion mit der kulturellen und sozialen Diversität.

Diese kulturwissenschaftlichen Vorbehalte gegen die vorliegende Modellierung, aber auch die Unterstützung aus der Biologie im Blick, wird es im dritten Teil darum gehen, zu klären, inwieweit mit der Qualitätstheorie Phänomene der Gegenwart prognostiziert *und* verstanden werden können. Ich werde dazu die formale Analyse aufgeben zugunsten einer breiter reflektierenden Betrachtungsweise.

18 Caballero und Toro 2002.

19 Whittaker, Willis und Field 2001.

20 Kadmon und Allouche 2007.

Gen(etik), Mem(etik), (Bio-)Semiotik, Mensch

Richard Dawkins, dessen Analogie zwischen der DNA in der Natur und Chaucers *Canterbury Tales* die Qualitätstheorie hat motivieren helfen, beantwortet die Frage danach, ob Natur und Kultur womöglich im Kern sogar dasselbe sind, in seinem Werk *The Selfish Gene* mit einem eindeutigen Ja!²¹ Gene, so Dawkins, dienen nicht dem Überleben des Phänotyps, den sie hervorbringen (zum Beispiel der Art Mensch), sondern benutzen ihn lediglich als Wirt im Interesse der eigenen Replikation durch Springen von Körper zu Körper (zum Beispiel über Ei- und Samenzelle). Nicht die Art sei die Einheit der biologischen Selektion, sondern das Gen. Und was in der Natur das Gen sei, so Dawkins weiter, sei in der Kultur das Mem. Dawkins' Wortschöpfung, »Mem«, bezeichnet dabei die kleinste Einheit in der Kultur, die einzig im Interesse ihrer eigenen Replikation und nicht dem ihres Wirts (einem Körper, zum Beispiel mit einem menschlichen Geist) existiert. Und wie die natürliche Selektion Gene selektiere, selektiere die kulturelle Selektion Meme und nicht deren Träger. So wie Gene in einem Genpool überleben wollen, wollen Meme in einem Memepool überleben. Gene und Meme stecken im Wirtsorganismus und nutzen ihn parasitär. Ein Mem könne dabei fast alles sein: Ton, Melodie, Schlagwort, Idee, Kleidungsstück, Mode usw. Eine Mode zum Beispiel will sich demzufolge von Körper zu Körper ausbreiten und eine Idee von Hirn/Geist zu Hirn/Geist. Der Replikationsmechanismus sei dabei die Imitation; ein Körper imitiert eine Mode eines anderen Körpers und ein Hirn eine Idee aus einem anderen Hirn. Aus diesen Überlegungen heraus hat sich eine veritable wissenschaftliche Schule entwickelt, die sogenannte Memetik. Für sie funktioniert die Kultur (fast exakt) wie die Natur. Wenig überraschend stößt die Memetik auf Kritik, zum Beispiel aus der Semiotik, auf die ich hier eingehen will, weil sie weiteres Licht auf die Qualitätstheorie werfen hilft.

Der Semiotiker Erkki Kilpinen erhebt den Vorwurf, das Mem in der Memetik entspreche in der Semiotik dem Konzept des Zeichens und sei damit alter (semi-otischer) Wein in neuen (memetischen) Schläuchen.²² Kilpinen argumentiert, die allgemeine Semiotik in ihrer breiteren – auf Charles Saunders Peirce (und nicht auf Ferdinand de Saussure) zurückgehenden – dynamischen Variante habe die Kultur schon immer als evolutionären Pool von Zeichen verstanden, in dem Zeichen Zeichen hervorbringen und Zeichen nur aus Zeichen entstehen können. Die Meme der Memetik seien demzufolge nichts anderes als die Zeichen der allgemeinen Semiotik, allerdings wissenschaftlich schlecht fundiert. So sei die

21 Dawkins 1989 (1976).

22 Kilpinen 2008.

Memetik im Gegensatz zur Genetik und Semiotik eine Theorie ohne empirische Substanz: Ein Gen ist etwas Physisches, kann separiert und geklont werden, ein Mem sei aber wenig mehr als der von Dawkins erfundene Begriff für ein Modell von Kultur, über das nur gesprochen werden könne, so als ob es existiere. Meme transportierten in diesem Modell zwar Informationen, wie Gene und Zeichen, aber im Gegensatz zu Genen und Zeichen wisse man nicht, worüber die Informationen seien, und ebensowenig, an wen oder was sie gerichtet seien. Kurz, die Memetik sei von der realen Umwelt entrückt. Die allgemeine Semiotik hingegen sei mit ihrem Konzept des *produktiven Objekts* stets in einer realen Umwelt geerdet: Sie befasse sich nämlich genau damit, wie konkrete Objekte Zeichen »produzieren«, die sie selbst repräsentieren. So entstehe aus der Außenwelt des Menschen heraus (s)eine Innenwelt, die der Außenwelt entspreche.

In Memetik und Semiotik prallen zwei konkurrierende wissenschaftliche Strömungen aufeinander, der Naturalismus der Memetik und der Kulturalismus der Semiotik. Der Kulturalismus sieht den Menschen nicht nur in einer physischen, sondern auch in einer symbolischen Welt lebend, die von symbolischer Expression geschaffen und verändert wird, während der Naturalismus Kultur durch natürliche (oder zumindest naturäquivalente, zum Beispiel memetische) Kräfte und Gesetze geschaffen sieht.

Naturalismus und Kulturalismus treffen sich aber wieder bei der Frage, was das Gemeinsame und Unterschiedliche zwischen der Spezies Mensch und den anderen Lebewesen ist, zum Beispiel im (archäologischen) Befund des Werkzeuggebrauchs. Der Unterschied zwischen Mensch und Schimpanse oder Rabe ist in dieser Sichtweise nicht das Vorhandensein bzw. Fehlen von Kultur (zum Beispiel von Werkzeuggebrauch), sondern die Komplexität der speziesspezifischen Kultur.²³ Kultur und Natur sind in dieser Sichtweise nicht dasselbe, aber miteinander verwoben und sogar in Teilen interdependent.

Die Biosemiotik, grenzgängige Wissenschaft zwischen Natur- und Geisteswissenschaften, ist der Versuch der Systematisierung dieser Sichtweise. Sie stützt sich auf zwei Grundannahmen. Erstens darauf, dass jedes Leben (vom Einzeller bis zum Menschen) auf die Fähigkeit baut, überlebensrelevante Zeichen aus der Umwelt als Informationen zu verarbeiten und zugleich als Teil jener Umwelt für anderes Leben auch solche Zeichen zu produzieren. Zweitens, dass die Art und Weise, wie die Spezies Mensch Zeichen verarbeitet und produziert (Anthroposemiosis), lediglich ein spezieller, kleiner und evolutionsgeschichtlich ganz junger Teil des semiotischen Potenzials allen Lebens ist. Hier schließt sich wieder der Kreis von den Naturwissenschaften zur rein geisteswissen-

23 Zum Beispiel Haidle, Bolus, Collard, Conard, Garofili, Lombard, Nowell, Tennie und Whiten 2015.

schaftlichen, allgemeinen Semiotik, aus deren Sicht die allgemeine Semiotik der »Sauerstoff der Biosemiotik« ist.²⁴

Die Qualitätstheorie steht in der kulturalistischen Tradition der allgemeinen Semiotik. Das Material, X , aus dem Distanz und Nähe produziert werden, sind unterschiedliche, aber konkrete Dinge und Verhaltensweisen aus der realen Außenwelt. Sie sind die »produktiven« Objekte der allgemeinen Semiotik. Die in der Sortierstation der Kultur aus der Objektwelt geschaffenen Vektoren von Merkmalsausprägungen sind Vektoren von Zeichen, die andere Zeichen in der Form von individuellen und gewöhnlichen Stilen »produzieren«. Die wiederum »produzieren« in der Innenwelt Zeichen von Distanz und Nähe, die dort Wahlverwandtschaften als Modell der Außenwelt »produzieren« und dieser so entsprechen. In der Qualitätstheorie werden nicht Teilmengen der zur Außenwelt gehörenden Objektwelt, X , sondern einzig das in der Innenwelt existierende, aus Zeichen der separierten Ordnungen bestehende Modell der Außenwelt, $(X, \square)$, konsumiert. Die Argumente der Zielfunktion (13) sind in der Sichtweise der allgemeinen Semiotik die letzten Glieder in der Kette der von der Objektwelt, X , »produzierten« Zeichen.

Der wichtige Unterschied aber, der zwischen der Qualitätstheorie einerseits und der Genetik, Memetik und Semiotik andererseits besteht, ist der Ort der Agency. Genetik und Memetik stehen in der Tradition der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) insofern, als Gene und Meme durch ihr Replikationsinteresse Agency besitzen. Aber in der Genetik besitzen ausschließlich Gene Agency und in der Memetik ausschließlich Meme. Der Mensch als Ort der Gene und Meme (Körperzellen, Hirn/Geist) ist in Genetik und Memetik lediglich ein Container ohne eigene Agency. Die Qualitätstheorie positioniert sich hier am anderen analytischen Extrem und unterstellt nur dem Menschen, spezifiziert als Stillführerschaft und Gefolgschaft, Agency. Die Überschrift des zweiten Teils – *Der produktive Konsument* – repräsentiert diese Idee des Orts von Agency, mit der sich die Qualitätstheorie ganz auf die Seite der volkswirtschaftlichen Orthodoxie schlägt.

In diesem Punkt unterscheidet sich die Qualitätstheorie auch von der Semiotik. Dort wird durch die Abstraktion vom Sender/Empfänger von Zeichen/Informationen dem Menschen keine Agency zugestanden. Der Mensch als Spezies definiert lediglich den Gültigkeitsbereich des untersuchten Zeichensystems (Anthroposemiotik). Nur Objekte und Zeichen besitzen Agency, dadurch dass sie (andere) Zeichen zu »produzieren« in der Lage sind (Anthroposemiosis). Aus diesem Grund ist die Qualitätstheorie auch keine Teiltheorie der (Anthropo-)Semio-

24 Favareau, Kull, Ostdiek, Maran, Westling, Copley, Stjernfelt, Anderson, Tonnessen und Wheeler 2017, S. 16.

tik im Sinne einer ökonomischen Semiotik. Aber ihre Abstützung auf die Semiotik unter Beibehaltung der menschlichen Agency macht sie zu einer »semiotischen Ökonomik«.

In der semiotischen Ökonomik verschiebt sich durch den Ort von Agency die Quelle stilistischer Innovation vom Gen/Mem/Zeichen zum Menschen. Die größer werdende Buntheit der Welt ist dem schnellen und langsamen Denken und Handeln der Stilführerschaft und ihrer Gefolgschaft geschuldet und nicht einem Replikationsstreben von Genen oder Memen oder der stilistischen »Produktivität« von Objekten und Zeichen.

Darin, wie der Innovationsprozess gedacht wird, finden wir ein weiteres Unterscheidungsmerkmal zwischen Genetik, Memetik, Semiotik einerseits und der Qualitätstheorie. Wie – außer *ex ante* arbiträr – Zeichen genau innovieren, bleibt in der Semiotik weitgehend im Dunkeln. Zeichen »produzieren« andere Zeichen, viel mehr ist nicht zu hören, dafür umso mehr dazu, worin sich die neuen von den alten Zeichen unterscheiden und wie sie auf den alten aufbauen. Die Semiotik ist eine prognoseschwache Ex-post-Wissenschaft.²⁵

Hier zeigt sich die Memetik als im Vergleich zur Semiotik gehaltvollere Theorie. Das Herauskehren des Replikationsinteresses der Meme schafft zwar ein grundlegendes gedankliches Hindernis für Innovation, denn der grundlegende Prozess der Ausbreitung von Memen ist Imitation. Aber die Memetik schaut der Natur deren evolutorische Prozesse ab und überträgt sie als testbare Hypothesen

25 Der in Lotman und Uspensky (1978) behandelte Bart als Zeichen in Russland ist ein Beispiel für die Verständnisstärke und zugleich Prognoseschwäche der Semiotik. Ganz früher habe der Rauschebart für das Russische schlechthin gestanden (altes Zeichen). Peters des Großen eleganter französischer Schnurrbart (neues Zeichen) habe sodann für das neue Russland gestanden und den Rauschebart zum Zeichen für das alte Russland gemacht. Das neue Zeichen sei aber als Zeichen von Zeichen allein durch das alte Zeichen verständlich geworden; ohne den alten Rauschebart hätte der Schnurrbart nicht für das moderne Russland stehen können. Im Sinne dieses Beispiels ist die Aussage der allgemeinen Semiotik zu verstehen, (alte) Zeichen »produzierten« (neue) Zeichen. Die Semiotik versteht damit zwar die Entstehung neuer Zeichen *ex post*, kann ihre Entstehung allein mit ihrem Wissen über alte Zeichen aber nicht vorhersagen: Das Neue *kam* so und so aus dem Alten, aber *wird* nicht so und so aus dem Alten kommen. Hätte zum Beispiel Peter der Große sich für ein glatt rasiertes Gesicht statt für den eleganten Schnurrbart entschieden, hätte das alte Zeichen ein ganz anderes neues Zeichen mit derselben Bedeutung »produziert«. Diese bereits von Ferdinand de Saussure festgestellte systematische Beliebigkeit der Zeichen bringt die menschliche Agency zurück ins semiotische Spiel, nicht nur bei Peter dem Großen.

auf die Kultur. Einer ihrer Vertreter, Alex Mesoudi, hat die folgenden evolutiv-memetischen Prozesse zusammengetragen.²⁶

Variation (Vorbild: genetische Mutation und Rekombination in der sexuellen Fortpflanzung). Ein Beispiel für Mutation sind die Kopierfehler in den *Canterbury Tales*, die rund 80 noch existierende Textversionen hervorgebracht haben. Ein Beispiel für Rekombination ist das Verfahren der Bricolage in der Bekleidungsmode, zum Beispiel im Hipsterstil.

Vererbung (Vorbild: Mendel'sche Vererbung). Ein Beispiel ist das Entstehen des vorliegenden Buches aus immer neuen Überarbeitungen des Manuskripts. Es wird wie in der Natur zwischen vertikaler Vererbung (Kleinwüchsigkeit von Eltern auf Kinder) und horizontaler Vererbung (über parasitäre Invasion) unterschieden. Die in Akademien wie dem Bauhaus oder an Orten wie Florenz in der Renaissance über die Zeit bewahrten Kunst- und Designstile sind über vertikale Vererbung replizierte Meme. Ein abstraktes memetisches Beispiel für horizontale Vererbung in der Qualitätstheorie ist die Vergrößerung der Peripherie eines gewöhnlichen Stils durch Aufnahme eines Objekts aus einem anderen gewöhnlichen in den eigenen Stil eines Konsumenten. Die Trivialisierung von Kunst im Kitsch ist ein praktisches Beispiel horizontaler parasitärer Invasion. Der in der paläolithischen Revolution entstandene und bis heute praktizierte archaische Stil in Malerei und Bildhauerei ist ein Mem, das nicht nur vertikal, sondern auch horizontal vererbt worden ist, etwa durch Picassos auf die Fotografien vom Fund in Lascaux zurückgehende Inspiration. Hingegen ist der frühmittelalterliche, mit einem Löwen kämpfende Ritter ein aus dem antiken Rom (Gladiatorenkämpfe) vertikal vererbtes Mem.

Selektion (Vorbild: Darwin'sche Selektion). Die in Kapitel 6 aus der Zielfunktion (13) hergeleiteten kulturellen Selektionsgesetze H_1 bis H_{10} fallen alle in diese Kategorie. Kulturelle Effizienz ist in der Qualitätstheorie das Pendant zur Darwin'schen Fitness, sie selektiert in Richtung dieser Effizienz: Die Hypothesen zur sozialen Evolution, H_{11} bis H_{17} , ergeben sich aus der selektiven Wirkung der Zielfunktion (13). Konkrete Beispiele der kulturellen Selektion sind diachrone, aber systematische Veränderungen in einem Stil, zum Beispiel die Entstehung der Arabeske aus der Geometrie von Lotusblüte und Palmwedel oder die Veränderung des Lilienornaments im Frankreich des 12. bis 18. Jahrhunderts.

Drift (Vorbild: natürliche Drift in kleinen Populationen als Zufallsgenerator der Häufigkeit von Allelen): Ein memetisches Beispiel wäre das zufallsbedingte Verschwinden einer Ethnie aus einem urbanen Milieu. In der Qualitätstheorie wäre das zufallsbe-

26 Mesoudi 2017.

dingte Ausscheiden eines Mitglieds aus einer (kleinen) Wahlverwandschaft mit dem korrespondierenden Rückgang der Individualität der verbleibenden Mitglieder ein Fall von kultureller Drift. Vom Aussterben bedrohte Handwerksberufe – *die Letzten ihrer Zunft* – sind Meme unter dem Einfluss der kulturellen Drift.

Migration (Vorbild: Gen-Fluss). Geographische Migration, Flucht unter Mitnahme kultureller Attribute, aber auch Reisen und Tourismus sind memetische Beispiele. Die gepardenähnlichen Raubkatzen im westeuropäischen mittelalterlichen Hom-Motiv sind ein durch Kontakte mit Asien von dort eingeflossenes Mem. Einem solchen Mem-Fluss verdankt das historische Sizilien seinen römisch, byzantinisch, maurisch, fränkisch, normannisch und spanisch beeinflussten Stil und Westeuropa seinen heutigen Pyjamastil. Urlaubsmitbringsel und die Epidemie von Ethnofood sind wahrscheinlich die häufigsten Fälle von Mem-Fluss. Beau Brummells Erscheinen in der besseren Londoner Gesellschaft in der Regency-Zeit war ein Mem-Fluss über Gesellschaftsgrenzen hinweg. Das Gentleman-Mem dürfte sich hingegen auch durch physische Mobilität im England des 18. Jahrhunderts ausgebreitet haben.

Wie diese Beispiele aus Teil 1 zeigen, sind memetische Prozesse in der Qualitätstheorie akkommodiert und lassen sich in zwei Gruppen einteilen: die disruptiven Prozesse, die die Evolution in Richtung kulturelle Effizienz immer wieder aus dem Gleis katapultieren (Variation, Drift, Migration), und der Druck in Richtung kultureller Effizienz. Insofern lässt sich die Qualitätstheorie auch als eine memetische Ökonomik interpretieren, die das komplementäre analytische Potenzial von Semiotik und Memetik vereint. Von der Semiotik übernimmt sie, dass die Zeichen in einem System zusammenhängen, von der Memetik die Analyse von Prozessen, wie kulturelle Evolution passieren kann. Aus der volkswirtschaftlichen Orthodoxie inkorporiert sie aber auch deren Modell von Agency und entwickelt daraus einen neuen Mechanismus der kulturellen Selektion.

Gegen die Anthropozentrik der Qualitätstheorie lässt sich manches einwenden. So lässt künstliche Intelligenz die Grenzen zwischen Mensch und Ding unschärfer werden. Dies berücksichtigend wäre in einer verallgemeinerten Qualitätstheorie Agency nicht mehr exklusiv auf Menschen bezogen. Das würde sie bereichern, aber nur solange es in ihr menschliche Agency immer noch gibt.

Das Beispiel der Kunst zeigt dies eindrücklich genug. Eine rein semiotische Sichtweise der Kunst wirft zwar das hellste Licht auf deren Zeichensprache und darauf, wie sich Werke in ihrer Zeichensprache unterscheiden. Aber warum die Innovation eines neuen Werks passiert, weiß man erst im Nachhinein (bei einem Werk von René Magritte zum Beispiel, um den »Verrat der Bilder« anzuprangern). Erst die Agency der Künstler, ihr Kunstwollen, erschließt Kunst als Innovationsprozess. Wie die Semiotik neigt die Soziologie dazu, Künstlern

innovationsschaffende Agency abzusprechen und sie als in ihrem Feld (und Stil) gefangen zu sehen. Damit taugt die Soziologie eher dazu, das Fehlen von Innovation in der Kunst zu erklären, zumal sie nicht einmal dem Zufall eine Wirkung zugesteht. Die Memetik lässt dem Zufall zwar freie Hand (Variation, Drift), aber das Paradigma der Replikation von Memen durch Imitation macht die Memetik ebenso erklärungs-schwach im Hinblick auf künstlerische Innovation. Denn es geht in der Kunst, so der Chor der Experten, um nichts außer Innovation: Was keine Innovation ist, ist keine Kunst, was Imitation ist, ist Kitsch. Der Zufall ist aber nur so lange eine gute Theorie für Innovation, solange es keine bessere gibt (wie dies in der Biologie der Fall ist). In der Kunst ist aber im Vergleich zum Zufall die Agency der Künstler ein besseres Modell der Innovation. Nur in der Kunst?

Im folgenden dritten Teil werde ich aus Sicht der Qualitätstheorie die stilistisch-evolutorischen Prozesse der Gegenwart beschreiben. Der Ort der Agency von Innovation ist der Mensch. Seine Zielfunktion (13), in der sein Streben nicht nach Imitation, sondern nach Distanz und Nähe zum Ausdruck kommt, motiviert ihn zur stilistischen Innovation.

