Universität St.Gallen

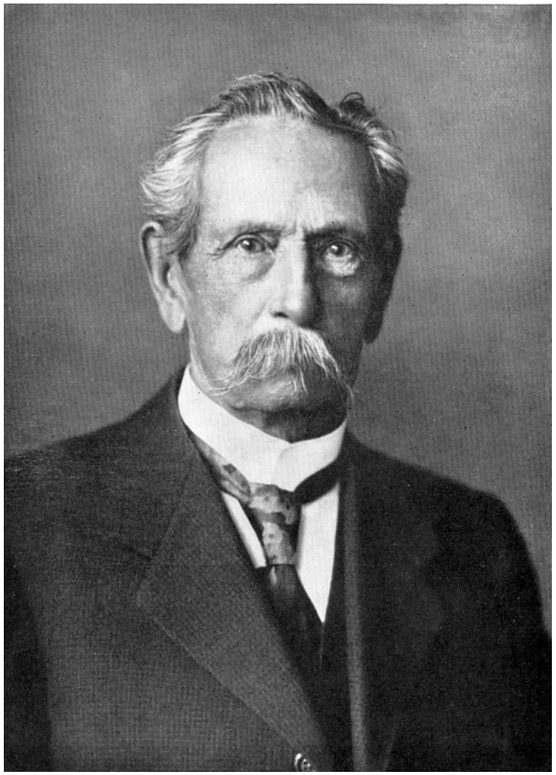
Lernen von den Rändern der Gesellschaft:

Stilistische Innovation

Zürich, 18. Januar 2018

Ernst Mohr

Zwei Welten der Innovation



Carl Benz

Vivienne Westwood

Das orthodoxe Innovationsmodell

1. Erfinder-typen wagen das Neue aus Interesse an geldwertem Vorteil

2. Das Neue gerät so in Wettbewerb mit dem Alten

3. Wenn sich das Neue durchsetzt ist es der Fortschritt

4. Dem Fortschritt zuliebe muss Staat dafür sorgen, dass möglichst viele etwas Neues wagen

5. Deshalb braucht es das geistige Eigentums-recht

6. Damit nicht einfach kopiert werden kann, was einer um seines geldwerten Vorteil erfindet

7. Umso mehr rentiert es sich nun, das Neue zu wagen

8. So wird Innovation stimuliert und der Fortschritt gemacht

Funktioniert so stilistische Innovation?

Stil: Kopie und Original

Universität St.Gallen

Ernst Mohr

Gesellschaftlicher Rand: Quelle stilistischer Innovation

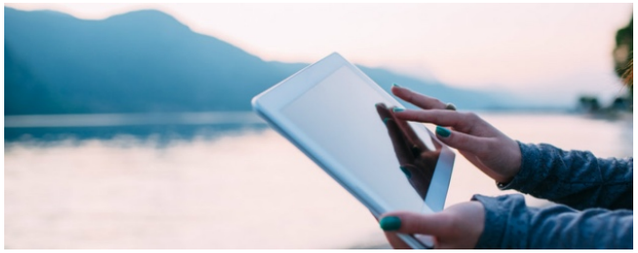
Hebdige, D. (1988). *Subculture – The Meaning of Style*. London

Beispiel: Body Modification

Beispiel: Eco Villages

Beispiel: Feminist Activism

Beispiel: Digital Nomads



Digital Underground Ecosystems

Das orthodoxe Innovationsmodell

1. Erfinder-typen wagen das Neue aus Interesse an geldwertem Vorteil

2. Das Neue gerät so in Wettbewerb mit dem Alten

3. Wenn sich das Neue durchsetzt ist es der Fortschritt

4. Dem Fortschritt zuliebe muss Staat dafür sorgen, dass möglichst viele etwas Neues wagen

5. Deshalb braucht es das geistige Eigentums-recht

6. Damit nicht einfach kopiert werden kann, was einer um seines geldwerten Vorteil erfindet

7. Umso mehr rentiert es sich nun, das Neue zu wagen

8. So wird Innovation stimuliert und der Fortschritt gemacht

Funktioniert so stilistische Innovation? Nein!

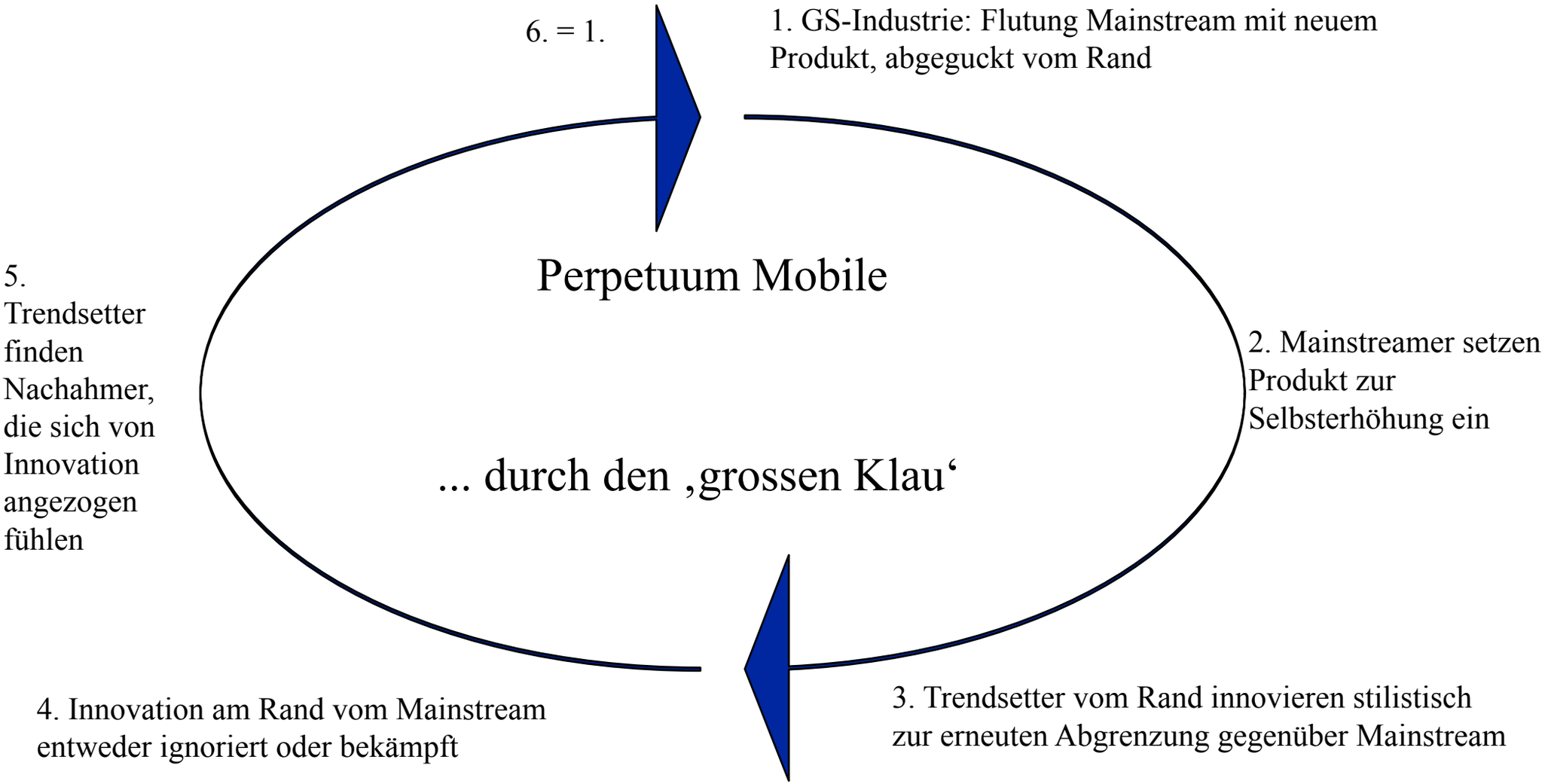
Historische Konstante

„In mancher armen Hütte wohnt der Geschmack angenehmer als im überladenen Palast; in einer anständigen Kleidung kann er sich edler zeigen als im buntesten Flitterstaat; an einer einfachen Tafel reizender als beim Krönungsfest des römischen Kaisers.“ Johann Gottfried Herder

„It‘s terrible to say, very often the most exciting outfits are from the poorest people“ Christian Lacroix

„Nicht vom Zentrum aus geschieht die Entwicklung, die Ränder brechen herein.“ Ludwig Hohl

Das soziologische Modell stilistischer Innovation (Peterson & Anand, 2004)



Das grosse Puzzle: **Warum funktioniert der ‚grosse Klau', wo er doch überall sonst in der Wirtschaft innovationshemmend ist?**

Orthodoxes Modell: Prognostiziert geringe stilistische Innovationsrate

Empirisch aber falsifiziert für westliche Gesellschaften

Soziologisches Modell: beschreibt lediglich Stabilität und hohe Innovationskadenz, aber liefert keine Erklärung dafür

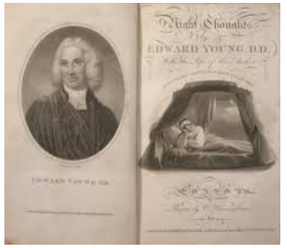
Ernst Mohr (2016) *Punkökonomie*, Murmann Verlag,

Ein Treiber des Perpetuum mobile: Die Geniusideologie:

Notger

Leonardo

Gutenberg



Young
Herder
Goethe
Kant
Fichte

„(D)ie professionelle Ideologie des schöpferlosen Schöpfers.“

Bourdieu, P. (1987). The Historical Genesis of a Pure Aesthetic. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 46, 201-210

Das Urheberrecht im Schlepptau der Genius-Ideologie am Bspl. des Autors

Genius-Ideologie	***Urheberrecht***
Mittelalter: Schreiber = Kopierer Renaissance: Maler, Bildhauer werden Schöpfer ihrer Werke, aber noch nicht Schriftsteller	keinerlei Rechte an literarischen Werken
Buchdruck:	Anfänge Schutz der Verlagsinteressen (copyright)
Aufklärung, Klassizismus, Romantik: Young, Herder, Goethe, Kant, Fichte - Herauskehrung Inspiration des Urhebers - Inspiration nicht von Gott, sondern von innen (Schreiber ➔ Autor) - Quelle im Innern: Des Poeten Genius - Es sprudelt heraus: Das Neue „Die professionelle Ideologie des schöpferlosen Schöpfers“ (Bourdieu)	Unterscheidung zwischen Eigentum am physischen (Werk-) Exemplar und Eigentum des Urhebers an seiner geistigen Schöpfung
19. Jh. : Persönlichkeit des Autors zeigt sich im Werk	Erweiterung des Urheberrechts vom reinen Vermögensrecht zum Persönlichkeitsrecht ➔ Werk wird zum verwertbaren Monopol
20. Jh.: Individualität als Unterscheidungsmerkmal zwischen Kunst und Nichtkunst: ➔ Verschmelzung von Werk und Urheber	**Kein Werk ohne namentlich bekannte Urheber**

Geniusideologie und unbestimmte Autorenschaft

☛ Ein Werk einer Gruppe, deren Mitglieder weder namentlich noch anzahlmässig abschliessend bekannt sind, steht nicht unter dem Schutz des Urheberrechts

Beispiel Geniusideologie heute: Graffiti

Und ist der Schöpfer endlich gefunden: ...

„wird es umso wichtiger, den mit dem Namen versehenen Autor in einem bestimmten Licht mit dem Werk selbst zu präsentieren – biographische Schnipsel vorzulegen, welche den individuellen Genius eines Künstlers zeigen.“

Rawlings, C.M. (2001). Making Names – The Cutting Edge Renewal of African Art in New York City, 1985-1996. *Poetics*, 29, 25-54

Warum Stillhalten des sonst eher rebellischen Rands beim ‚grossen Klau‘?

Sonst z.B.: ACTA, „Yes We Camp“, G7/8, „Occupy Wallstreet“, „Recht auf Party“, „Indignez vous!“, Stuttgart 21, England 2011

Der ‚grosse Klau‘: -----

Ideologie der Uninteressiertheit am Kommerz

Interessiertheit zeigen ist unkorrekt (Kopenhagener Underground):

„Die korrekte Einstellung scheint zu sein, etwas für andere zu tun, nicht für den eigenen geldwerten Vorteil.“ (Arvidsson, 2007, S. 17, meine Übersetzung)

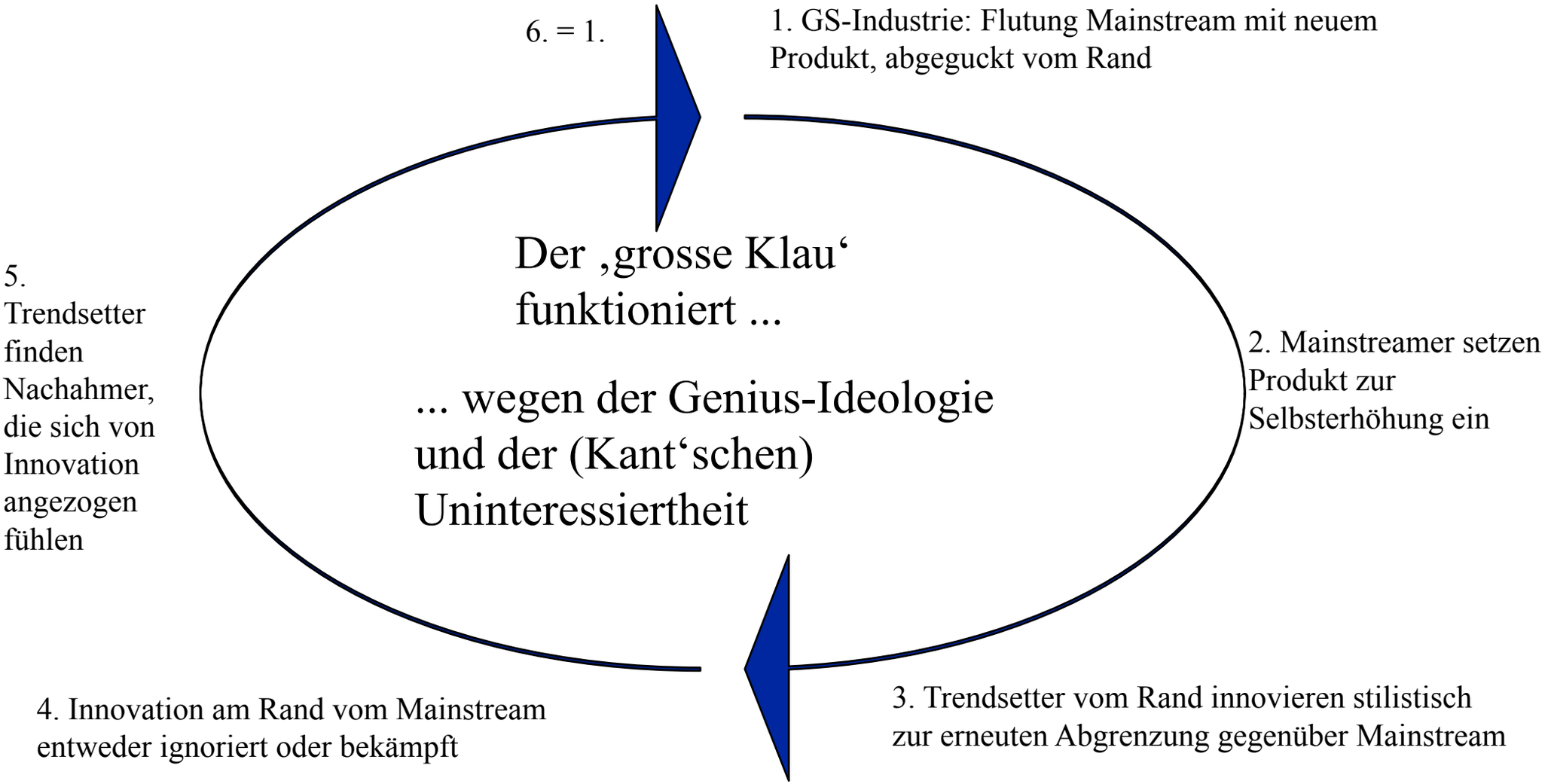
... und schadet einem selbst (Hipster):

„Hipster waren junge Erwachsene mit Hochschulabschluss, die sich weigerten, nach ihrem Studium die traditionelle Kaderlaufbahn einzuschlagen und sich statt dessen der alten romantischen Idee verschrieben, wonach der Kommerz schlecht für die Seele ist.“ (Magill, 2012, S. 197, meine Übersetzung)

Was Bourdieu über die Kant‘sche Uninteressiertheit des Kunstbetriebs gesagt hat, gilt auch hier:

„Die einzige Vorkehrung dagegen, alt zu werden, ist die, sich zu weigern, fett zu werden.“ (Bourdieu, 1980, S. 287, meine Übersetzung)

Das soziologische Standardmodell stilistischer Innovation ergänzt um etwas Institutionenökonomik



So funktioniert der ‚grosse Klau' im stilistischen Perpetuum mobile

	Der ‚gute' Geschmack	***Das Tabu der unfertigen Identität***	***Die Genius-Ideologie***	***Die (Kant'sche) Uninteressiert-heit***	***Nichtgoutieren mit de facto Tolerieren***
Instrumentelle Handlungs-dimension	Konvention des ‚demokratischen' Geschmacks	Meidungsgebot und Wahrnehmungs-verbot (ausser Camp)			De facto Tolerieren: Kooperations-norm durch Unterlassung von Handlungen
Strategische Handlungs-dimension	Gruppen-spezifische Signalnorm		Kooperations-norm des Mainstreams inkl. Geschmacks-industrie	Signalnorm des Rands d. G.	Nichtgoutieren des Rands durch den Mainstream: Signalnorm (aus dem ‚guten' Geschmack
Kommunikative Handlungs-dimension				Kooperations-norm des Rands (Nichtrebellion)	De facto Tolerieren: Kooperations-norm durch Legitimation der Unterlassung von Handlungen

Fazit: Lernen von der stilistischen Innovation

- Gesellschaft ☛ Organisation
- Monetäre ☛ nichtmonetäre Anreizsetzung
- Projekt ☛ Prozess
- Harmonie ☛ Disharmonie
- Regeln ☛ Kultur