

Elitärer Code, genialer Code

Ein Club, der mich aufnehmen würde, ist mir nicht exklusiv genug.



Die Kenntnis des elitären Codes ist für Menschen, die sozial aufsteigen wollen, eine wichtige Angelegenheit. Aber dieser Code ist auch wichtig, um z. B. Premium-Produkte wie Edelfahrzeuge oder HighTech-Mobils erfolgreich zu vermarkten. Ich möchte den elitären Code hier kurz vorstellen, als Vergleichsbasis für den genialen Code. Ein paar Stichworte zum elitären Code der westeuropäischen Welt Anfang des 21. Jahrhunderts:

- Die Inszenierung einer Gesamthaltung ist wichtiger als die Schaustellung von Objekten
- Auslebung eines Multi-Ichs statt Verwirklichung eines einzigen Selbstes
- Kenntnis des Neuesten (Güter, Ideen, Haltungen)
- Wahl äußerst seltener Objekte aus allen Kulturen
- individuelle Kombination von Elementen (auch paradoxe)
- Suche nach dem Authentischen, Echten, Ursprünglichen
- Form geht vor Inhalt
- Qualität geht vor Quantität
- Bedeutungen müssen selbst hergestellt werden
- Ästhetisierung und Stilisierung des Lebens
- Individualität und Experimentierfreudigkeit, Abwechslung
- Entfernung vom Nützlichen
- Verschwendung von Dingen und Wörtern (ausschweifender Sprach- und Lebensstil)
- Beanspruchung von größeren Räumen. Es dominiert der leere Raum.

Der Wert elitärer Objekte ist dann am größten, wenn sie die Kategorie, der sie ursprünglich angehören, sprengen. Ihre Materialien sind dann besonders wertvoll, wenn sie den Extrempunkt einer Dimension markieren. Sie sind aber noch wertvoller, wenn sie ihre Dimension verlassen, also zum Springenden Punkt^o ihrer Kategorie werden.

Das lange Haltbare ist wertvoll: Marmor.
Das Unzerstörbare aber wertvoller: Diamanten.

Das leicht Vergängliche ist wertvoll: Parfum.
Das Flüchtige wertvoller: Edelgase.

Das von weitem Herkommende ist wertvoll: Tropenhölzer.
Das Unerreichbare wertvoller: Meteoritensplitter.

Was noch macht Produkte wertvoll? Ihre liebevolle Bearbeitung, sprich Veredelung – das gilt übrigens auch für Informationen! Und das krasse Gegenteil, der Verzicht auf Bearbeitung und Veredelung. Unplugged Musik, Joghurt pur und rohe Informationen aus erster Hand. Viele der wertvollen Materialien glänzen auch durch einen besonders intensiven Wahrnehmungseindruck:

- das Funkeln von Gold
- das Feuer der Diamanten
- der betörende Duft von Parfum
- das fremde Schwere der Meteoriten

Die magische Wirkung von solchen Wirklichkeitskonzentraten, von extrem verdichteten Produkteigenschaften, hinterlässt Spuren: Wir *ver-werten* das Material bis ins Absurde, wir schreiben den Stoffen einen Wert ein, den wir nur akzeptieren, wenn wir ihn nicht mehr zahlen können. Und den wir am stärksten begehren, wenn wir ihn nicht sehen. Luxus-artikel werden in Anzeigen oft gar nicht gezeigt - der Hersteller signalisiert, dass er es nicht nötig hat, sein Produkt anzubieten.

Wie verhält es sich aber nun mit dem genialen Code? Der geniale Code des Sprechens: Gibt es das überhaupt? Oder ist das Signifikante des Genialen gerade das Fehlen einer Codierung, das Brechen mit Regeln, Erfahrungen, Gesetzen und Rollen? Den elitären Code des Sprechens kann man so charakterisieren: Differenziert, multi-perspektivisch, distanziert, wohl formuliert, grammatisch korrekt, wortreich, Fachtermini nutzend, kultiviert, artikuliert.

Der geniale Code des Sprechens geht andere Wege: Sprunghaft, multi-stilistisch, Neologismen verwendend, Grammatik brechend, poetisch, plötzlich, unvollendet.

Der elitäre Code strebt der Vollendung entgegen. Er befindet sich am Ende eines langen Weges. Er besitzt den höchsten Grad sprachlicher Veredelung, er will nicht nur informieren, er will auch unterhalten und demonstrieren.

Der geniale Code strebt nirgendwo hin. Er befindet sich im Busch und muss den Pfad selbst ausschlagen. Er ist Ausdruck schneller Gedanken und wilder Gedankensprünge, er sucht nach Worten für das noch nicht Gewortete. Er will festhalten, was im Kopf noch fliegt. Die Vorstellung niederdrücken in eine Sprachform, mit der weitergebaut werden kann.

Setzt man Claude Levi-Strauss' strukturalistisch-mythische Reihe am Beispiel unserer Nahrung fort (wildes Sprechen = *Rohe Nahrung* und kultiviertes Sprechen = *Gekochte Nahrung*) so entspricht der elitäre Code des Sprechens *Blanchierter Nahrung* und der geniale Code entspricht *verfremdeter Nahrung* à la „9 1/2 Wochen“ oder dem *Verschimmelten* oder der *verweigerten* Nahrung (Fasten, Magersucht, Respekt). Das heißt:

Der geniale Code definiert die Speise neu und sieht in ihr nichts Essbares mehr, sondern etwas grundsätzlich Anderes!



Sie möchten mehr über Kreativität, Originalität und Genialität lesen? Laden Sie sich von meiner Website www.innovationscoaching.eu weitere gratis EISPRUNG-PDFs herunter oder bestellen Sie meine Bücher „Kreativ geht's selten schief“ und „Jumpout, der Springende Punkt der Genialität“ direkt bei mir paku@paku.de Leseproben unter www.paku.de/publikationen/index.html