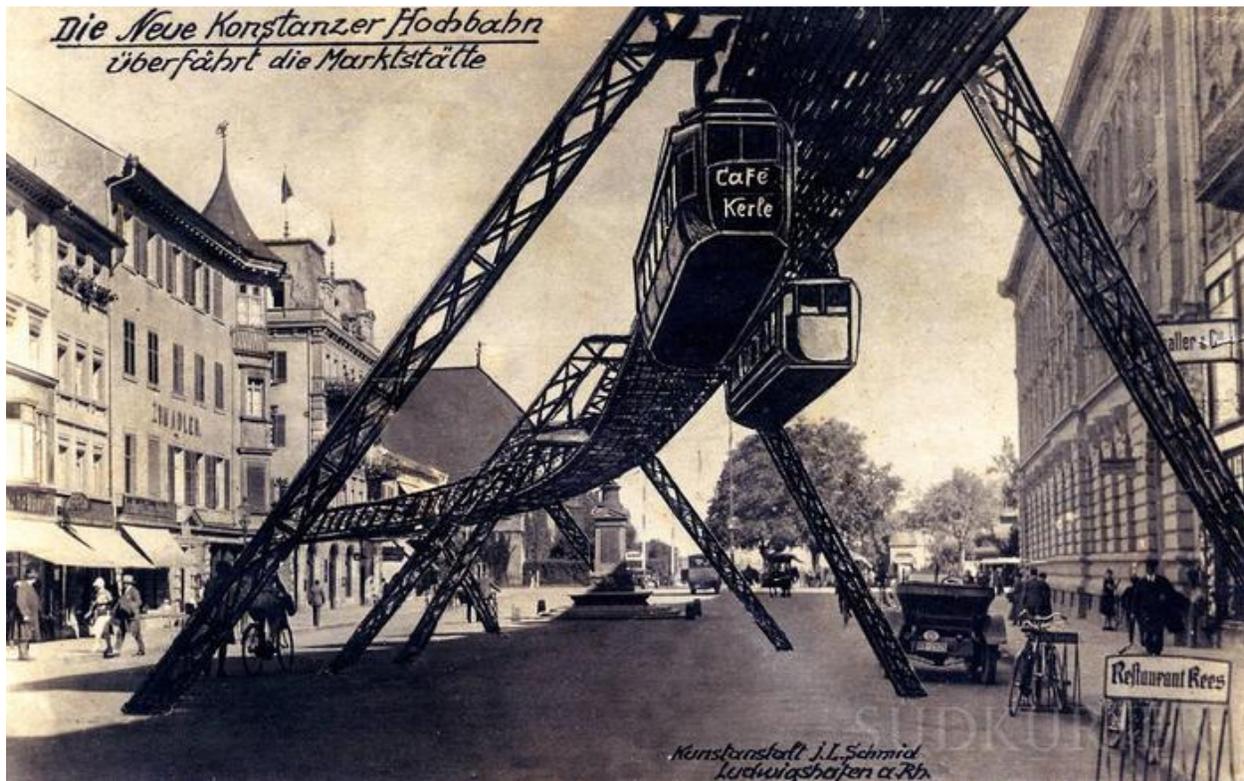


Prof. Dr. Alfred Toth

Ontische Ironie

1. Link (1979, S. 125) definiert Ironie als "eine komplexe Verfremdung, als deren aufgehobenes Novum ein Zitat dient, das durch das komplexe Novum negiert wird. Für die Negation gilt jedoch ein Denotations-Verbot, sie darf nur dem Konext bzw. sozialen Kontext entnehmbar sein". Da wir uns bereits in Toth (2014a-c) mit ontischen Entsprechungen metasemiotischer, speziell stilistischer Erscheinungen befaßt haben, stellt sich die Frage, ob es echte ontische Ironie überhaupt gibt. Bevor man diese Frage zu beantworten sucht, sollte man sich bewußt machen, daß in Links Definition die semiotisch wesentlichste Bedingung fehlt: die Absicht, denn es gibt keine unbeabsichtigt eingeführten Zeichen: thetische Setzung ist immer voluntativ.

2.1. Zur folgenden frühen Photo-Montage einer Hochbahn mitten in der Konstanzer Altstadt



Aus: Südkurier, 18.3.2014

merkte der Journalist an, es sei ungewiß, "ob die Postkarte ironisch oder utopisch gemeint war". Als ontisches Zitat diene jedenfalls die Wuppertaler Hochbahn.

2.2. Nicht-ironisch intendiert ist hingegen die Situation auf dem folgenden Bild, das heute, am 28.10.2014, in Tucson, AZ, an einem Tag mit einer Sonnenhitze, welche selbst diejenige des heißesten europäischen Hochsommers übersteigt, geschossen wurde.



Es zeigt den Verkauf von für Weihnachten bestimmtes Cheminée-Holz vor einem Walgreens-Ladengeschäft.

2.3. Gewissermaßen eine Mittelstellung zwischen beabsichtigter und nicht-beabsichtigter ontischer Ironie stellen bestimmte Design- und andere künstliche Objekte dar. Auf dem folgenden Bild ersetzte ein Künstler einen Teil der skulpturalen Ornamentik des Kronleuchters durch die ihm thematisch näher stehenden Glühbirnen. Die Zeitschrift "Baulinks" kommentierte fragend bereits im Titel des Aufsatzes, dem das Bild entnommen ist: "Provokation, Statement oder Ironie?"



Copyright: www.baulinks.de (7.12.2012).

2.4. Beabsichtigte ontische Ironie scheint am häufigsten bei semiotischen Objekten und unter ihnen bei Markenprodukten aufzutreten, oder besser gesagt, bei Produkten, bei denen der Markenanteil, z.B. der Präsentations-träger der Banderole, der zugleich als Realisationsträger des Werbeanteils der Marke dient, "verfremdet" wird. Ironisch beim folgenden Beispiel ist also die Substitution des Markenanteils (automatisierte Folie) durch den Text "Hotel Mama" (Novum), wobei auch Links Forderung, daß ein Zitat vorliegen müsse, in diesem Falle erfüllt ist.



Literatur

Link, Jürgen, Literaturwissenschaftliche Grundbegriffe. 2. Aufl. München 1979

Toth, Alfred, Ontische Leitmotivik. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics 2014a

Toth, Alfred, Metasemiotische und ontische axiologische Ebenen. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics 2014b

Toth, Alfred, Isotopiebruch und Stilbruch. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics 2014c

28.10.2014