

Prof. Dr. Alfred Toth

Ontische Semiotik von Objektpräsentationen

1. Nach Bense (1981, S. 11) gilt der Satz: "Gegeben ist, was repräsentierbar ist". Daraus folgt unmittelbar der weitere Satz: Was nicht gegeben ist, ist auch nicht repräsentierbar. Merkwürdigerweise kann allerdings problemlos jedes Kind Zeichnungen von Drachen, Nymphen und Hexen machen. Die Absicht der beiden Sätze ist indessen klar: Das peirce-bensesche semiotische Universum ist ein im modelltheoretischen Sinne abgeschlossenes Universum (vgl. zuletzt Toth 2015), in welchem Objekte nur als repräsentierte, d.h. als Objektrelationen, vorhanden sind. Dementsprechend wird auch die Präsentation von Objekten keinesfalls ontisch, sondern semiotisch bewerkstelligt, nämlich durch die zu einer Zeichenrelation duale Realitätsrelation.

2. De facto ist es aber so, daß Objekte nicht nur durch Zeichen repräsentiert werden, sondern daß, wenigstens bis zu einem gewissen Grade, dessen Grenzen durch die semiotischen Invarianzsätze Benses (vgl. Bense 1975, S. 39 ff.) festgelegt sind, Zeichen auch ihre Objekte präsentieren können, d.h. also nicht nur ihre Objektrelationen als Teilrelationen von Zeichenrelationen. Man kann diese durch Zeichen erzeugten Objektpräsentationen sehr gut anhand von Restaurant-Inseraten studieren.

2.1. Der erste Typus von Objektpräsentation, den man objektrelational als symbolisch kategorisieren könnte, ist nichts anderes als eine "Existenzmitteilung" (ein auf Bense zurückgehender Begriff). Er enthält nicht einmal die Adresse des Restaurants.



2.2. Der zweite Typus von Objektrepräsentation nimmt eine Art von Mittelstellung ein zwischen bloßer Existenzmitteilung und Werbung und fungiert somit, als Vermittlung, indexikalisch. Im folgenden Beispiel steht nicht nur die vollständige Adresse des Restaurants, es wird außerdem auf die Existenz eines thematisch zugehörigen Gartens hingewiesen und daß Tagesmenüs sehr preisgünstig angeboten werden. Vor allem aber tritt das Sender-subjekt, die Wirtin, namentlich in Erscheinung, und mit dem Satz "Wir freuen uns auf Ihren Besuch" wird eine Menge von Empfängersubjekten angesprochen, so daß hier bereits semiotische Kommunikationsrelation angedeutet wird.



Neu Neu Neu
Restaurant Rhätia



Spyrstrasse 11, 9008 St. Gallen
Tel. 071 290 04 03

**Schöner Garten
hinter dem Haus**

Tagesmenu CHF 14.00

**Aktuell:
Cordon-bleu-Wochen**

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
Sylvia Menner mit Team

2.3. Den dritten Typus von Objektpräsentation, den iconischen, zeichnet entsprechend die Strukturierung als vollständige semiotische Kommunikationsrelation im Sinne von Bense (1971, S. 39 ff.) aus. Im folgenden historischen Beispiel ist das Restaurant nicht nur bis in Details objekt-referentiell iconisch beschrieben, sondern auch iconisch abgebildet. Dieses Inserat enthält außerdem weitere explizit subjektreferente Angaben ("Aufmerksame Bedienung"), ferner stellt das Inserat als solches einen Typus von Objektpräsentation dar, den man als Adressierung bezeichnen könnte: Das Sendersubjekt partitioniert sogar die Menge der Empfängersubjekte ("den Herren Reisenden und Passanten"), und schließt in einer Weise, die sonst der

Textsorte Brief vorbehalten ist, d.h. er individualisiert die trotzdem nicht spezifizierte (da nicht spezifizierbare) Menge von Empfängersubjekten.



Literatur

Bense, Max, Zeichen und Design. Baden-Baden 1971

Bense, Max, Semiotische Prozesse und Systeme. Baden-Baden 1975

Bense, Max, Axiomatik und Semiotik. Baden-Baden 1981

Toth, Alfred, Modelltheoretische Universen. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2015

14.3.2015