

Prof. Dr. Alfred Toth

Orientiertheit von Zeichenanteilen an Markenprodukten

1. Die ortsfunktionale Differenzierung zwischen adjazenter, subjazenter und transjazenter Zählweise (vgl. Toth 2015a-c) betrifft natürlich nicht nur Objekte, sondern auch Zeichen, v.a. diejenigen, die Bense (1975, S. 94 ff.) als "effektive Zeichen" von den "virtuellen" unterschieden hatte und damit die Zeichenanteile von semiotischen Objekten.

2.1. Als adjazent kann die Orientiertheit von Zeichenanteilen relativ zur Unten-Oben-Relation eines Objektes betrachtet werden. Dieser Fall ist im folgenden Bild gegeben.



2.2. Dagegen liegt konverse adjazente Orientiertheit vor in dem folgenden historischen Bild.



Aromat-Werbung (aus: Tagblatt der Stadt Zürich, 14.11.2012)

2.3. Subjacent ist die Orientiertheit entsprechend dann, wenn eine Seitlichkeitsrelation als Referenzorientierung dient, d.h. wenn man das Objekt, welche den Zeichenanteil enthält, um 90 Grad drehen muß, um den Schriftzug in linearer Ordnung wahrzunehmen.



Literatur

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

Toth, Alfred, Zur Arithmetik der Relationalzahlen I-II. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2015a

Toth, Alfred, Qualitative Arithmetik des Zählens auf drei. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2015b

Toth, Alfred, Qualitative Zahlenfelder, Zahlenschemata und ontische Modelle. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2015c

12.8.2015