

Tone-Konstanz bei Tokens von Types

1. Konstanz und ihr Gegenstück – Nicht-Konstanz – spielt im Kontext von Tokens von Types (vgl. Walther 1979, S. 60 u. 91, sowie Toth 2014a, b) v.a. bei einer besonderen Klasse von semiotischen Objekten (vgl. Toth 2008), den Marken-Produkten, eine Rolle, nämlich üblicherweise in der Form von Konstanz, so daß verschiedene Produkte gleicher Marken für die Konsumenten-Subjekte möglichst leicht (als zur gleichen Marke gehörig) erkannt bzw. wiedererkannt werden. Dennoch sind hier Überraschungen zu verzeichnen.

2.1. Tone-Konstanz bei Tokens desselben Types



2.2.Tone-Nicht-Konstanz bei Tokens desselben Types

2.2.1. Bei Einzelobjekten



2.2.2 Bei Paar-Objekten



Beide Biere sind "Schneider Weiße" (Type), aber die beiden Tokens (sog. helle vs. schwarze Weiße) sind nicht nur durch die Tones der Flaschen, sondern auch der zu ihnen in Paarrelation stehenden Gläser differenziert ("verunähnlicht").



Tripel-Relation von paarweise tone-unähnlichen Paarobjekten (Type: Schützengartenbier, St. Gallen. Tokens: Lager [hell], Edelspez, Gallusbräu.)

2.3. Tone-Konstanz bei Tokens verschiedener Types

Dieser Fall gehört nur in komplementären Sinne zu unserem Thema. Man könnte hier von ontischer Homonymie sprechen.



Wolseley 1100



Austin 1300

Literatur

Toth, Alfred, Zeichenobjekte und Objektzeichen. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics 2008

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

Toth, Alfred, Sortigkeit und Materialitätssemiotik. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2014b

Walther, Elisabeth, Allgemeine Zeichenlehre. 2. Aufl. Stuttgart 1979

2.10.2014