

Prof. Dr. Alfred Toth

Von der magischen Anziehungskraft der Objekte

1. Es gibt, wie jedermann hinlänglich bekannt ist, Objekte, die bestimmte Personen, d.h. Subjekte, die als Individuen fungieren, "magisch" anziehen. Dazu gehören etwa Schienenfahrzeuge. Es gibt kaum eine andere Objektfamilie, die weltweit so gut im Internet dokumentiert ist wie diejenige, zu der Eisenbahnen, Straßenbahnen, Standseilbahnen und noch weitere Bahnen gehören. Was hier für Gruppen von Individuen gilt, gilt auch für das einzelne Individuum. Z.B. steht die Gruppe der Subjekte, welche die Tannenschößlatwerge lieben, am anderen Ende der Skala magischer Anziehungskraft, an deren einem Ende die Gruppe der Subjekte steht, welche Schienenbahnen lieben.

2. Wenn zwischen einem Objekt (Ω) und einem Subjekt (Σ) eine Attraktion besteht, dann gibt es theoretisch zwei Möglichkeiten: Entweder zieht das Subjekt das Objekt an, d.h. es ist

$$f: \Sigma \rightarrow \Omega,$$

oder aber, es ist das Objekt, welches das Subjekt anzieht, und in diesem Falle gilt

$$f^1: \Omega \rightarrow \Sigma.$$

2.1. Wer nun auf dem klassisch-aristotelischen Standpunkt steht, wonach Objekt und Subjekt in der logischen 2-wertigen Dichotomie $L = [\Omega, \Sigma]$ absolut geschieden sind und es vermöge der Grundgesetze des Denkens auch kein Drittes gibt, welches zwischen Ω und Σ vermittelt, der muß sich notwendig für die Abbildung f entscheiden, denn da in einer monokontexturalen Logik Objekte nur absolute, d.h. objektive Objekte sein können, sind sie per definitionem "subjektfrei", d.h. es ist nicht einmal denkbar, daß von einem Objekt eine Attraktion ausgeht, sondern an die Stelle einer Objekt-Attraktion tritt eine Subjekt-Selektion und an die Stelle einer magischen Anziehungskraft tritt eine ganz und gar un-magische, nämlich deliberative Entscheidung eines Subjektes für ein Objekt. Damit ist allerdings nicht erklärbar, warum geschätz-

te 99% der Schweizer die in Zürich Luxemburgerli genannten Macarons lieben und nur 1% sie nicht lieben und warum die Attraktionsrelation bei Millefeuilles (Crèmeschnitten) mutmaßlich 50% und 50% beträgt. Daß diese durch die 2-wertige Logik nicht einmal ansatzweise erklärbare Tatsache, weshalb bestimmte Objekte Subjekte stärker attrahieren als andere es tun, alles andere als unwichtig ist, dürfte jedem Produktehersteller und jedem Werbefachmann ohne weitere Begründung einsichtig sein.

2.2. Dagegen setzt die zu f konverse Abbildung f^{-1} voraus, daß es "am Objekt liegen kann", daß sich ein Subjekt von ihm angezogen fühlt. Jedermann weiß, daß schön präsentierte Waren stärker attrahieren als solche, die lieblos auf einen Haufen geworfen dargeboten werden. Dabei hat ja die Art der Präsentation von Objekten mit diesen überhaupt nichts zu tun. Es gibt Läden, die beispielsweise portionierten und vorverpackten Käse auspacken und ihn den Kunden so präsentieren, daß diese glauben, er sei soeben frisch aus einem Laib geschnitten worden. Was also für die Objekte deren Präsentation ist, beeinflußt für die Subjekte deren Selektion. Dieses Prinzip ist jedoch allgemein gültig: Wir sind nicht imstande, überhaupt von Objekten zu sprechen, solange wir nie nicht wahrnehmen. NUR WAS FÜR EIN SUBJEKT WAHRNEHMBAR IST, IST EIN OBJEKT. Dieser Satz erinnert nun zwar an den berühmten Satz Benses: "Gegeben ist, was repräsentierbar ist" (Bense 1981, S. 11). Dieser Satz setzt allerdings voraus, daß Objekte, die ja einleuchtenderweise gegeben sind, in diesem Fall durch die bloße Wahrnehmung durch Subjekte nicht nur präsentiert, sondern bereits repräsentiert sein müßten. Das würde also bedeuten, daß wir bereits durch die Wahrnehmung ein Objekt zu einem Zeichen machen. Daraus würde folgen, daß es überhaupt keine Objekte gibt, wenigstens keine solchen, die wir von den Zeichen von ihnen unterscheiden könnten, denn es gibt ja keine Alternative zur Wahrnehmung von Objekten. Dieser Satz Benses ist allerdings beweisbar falsch, denn nach Benses eigener Theorie muß ein Zeichen durch eine sogenannte thetische Setzung zum Zeichen erklärt werden, d.h. die Setzung eines Zeichens ist ein willentlicher Akt, die Wahrnehmung von Objekten dagegen ist ein nicht-willentlicher Akt. Daraus folgt, daß allein durch Subjektwahrnehmung kein Objekt in ein Zeichen für dieses Objekt transformiert wird und daß es auf dieser Welt nicht

nur Zeichen, sondern auch Objekte gibt. Benses Satz: "Gegeben ist, was repräsentierbar ist" setzt also ein semiotisches Universum voraus, das im Sinne der mathematischen Modelltheorie abgeschlossen ist, d.h. es gibt in der benseschen Semiotik überhaupt keine Objekte, sondern nur Zeichen, die sie bezeichnen. Damit erhebt sich allerdings die Frage, wo diese bezeichneten Objekte sich dann befinden, denn gemäß Benses eigenem Axiom (vgl. Bense 1967, S. 9) muß ein Objekt vorgegeben sein, bevor ein Zeichen, das von Bense ausdrücklich als "Meta-Objekt" definiert wird, auf es abgebildet werden kann. Die bensesche Semiotik ist also nicht nur falsch, sondern sogar logisch inkonsistent. Hingegen ist unser Satz: " Nur was für ein Subjekt wahrnehmbar ist, ist ein Objekt" zweifellos richtig. Er führt allerdings zu einem gravierenden Problem, denn er setzt die 2-wertige Logik, die, wie oben angedeutet, auf einem objektfreien Subjekt- und einem subjektfreien Objektbegriff definiert ist, außer Kraft: Wenn ein Objekt erst dann ein Objekt ist, wenn es durch ein Subjekt wahrgenommen wird, dann enthält also dieses Objekt vermöge Wahrnehmung bereits einen Subjektanteil. Wahrgenommene Objekte sind daher keine absoluten, d.h. objektiven Objekte, sondern subjektive Objekte, und diese stellen das in der aristotelischen 2-wertigen Logik verbotene Dritte dar, denn subjektive Objekte, wie ihr Name besagt, vermitteln zwischen Objekten und Subjekten. Ferner stellen subjektive Objekte lediglich eine von vier Kombinationen dar, welche durch die Möglichkeit der logischen Vermittlung von Objekt und Subjekt sich ergeben

	Objekt	Subjekt
Objekt	objektives Objekt	objektives Subjekt
Subjekt	subjektives Objekt	subjektives Subjekt,

d.h. es gibt, dual zum subjektiven Objekt, noch das objektive Subjekt, und dem objektiven (absoluten) Objekt steht natürlich das subjektive (absolute) Subjekt gegenüber. Auch dies deckt sich vollkommen mit unserer alltäglichen Erfahrung. Wenn Hans dem Fritz eins auf die Rübe haut, dann sind zwar Hans und Fritz von sich selbst aus je Subjekte, aber Fritz ist von Hans aus gesehen gleichzeitig ebenso ein Objekt wie es Hans von Fritz aus gesehen ist. Wäre dies nicht so, würden sich hier also nicht Subjekt und Objekt kreuzen, wäre es gar

nicht möglich, daß ein Subjekt A an einem Subjekt B eine Handlung vollzieht. Wenn wir also als Subjekte Objekte wahrnehmen, dann sind das notwendig subjektive Objekte, und da diese Objekte also einen – wenn auch nur durch unsere Wahrnehmung bedingten – Subjektanteil haben, dann können sie auch von sich aus attrahieren, ohne daß man vermöge Hypostase den Objekten "magische" Attraktion zuschreiben muß (vgl. Toth 2015).

Literatur

Bense, Max, Semiotik. Baden-Baden 1967

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

Toth, Alfred, Braucht es eigentlich eine Ontik? In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2015

3.3.2015