

**Prof. Dr. Alfred Toth**

## **Zeichen- und Objektwirkung**

1. Bereits in Vorstudien zur vorliegenden Arbeit (vgl. Toth 2014a-d) hatten wir darauf hingewiesen, daß das bensesche Kommunikationsschema (vgl. Bense 1971, S. 39 ff.)

$$K = (O \rightarrow M \rightarrow I)$$

eine kategoriale Ordnung der semiotischen Subrelationen aufweist, welche von der triadischen Normalordnung, wie sie bereits von Peirce angegeben worden war

$$Z = (M \rightarrow O \rightarrow I),$$

abweicht. Sowohl die Ordnung K als auch die Ordnung Z sind jedoch lediglich zwei der insgesamt sechs Ordnungen der Menge der Permutationen von Z

$$\underline{Z} = \{(M \rightarrow O \rightarrow I), (M \rightarrow I \rightarrow O), (O \rightarrow M \rightarrow I), (O \rightarrow I \rightarrow M), (I \rightarrow M \rightarrow O), (I \rightarrow O \rightarrow M)\}.$$

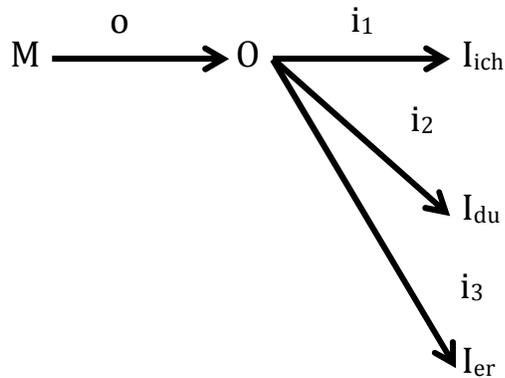
In Sonderheit wird in K das logische Ich-Subjekt, das einzige, über welches die auf der 2-wertigen aristotelischen Logik basierende Semiotik verfügt, nicht etwa auf den Sender, sondern auf den Empfänger des Kommunikationsschemas abgebildet. Der Sender hingegen, d.h. das die klassische Logik ebenso wie die Semiotik sprengende logische Du-Subjekt, wird durch die das logische Es-Objekt repräsentierende Objektrelation repräsentiert. Dies ist, wie Günther (1991, S. 176) dargelegt hatte, gängige Praxis in einer Logik, die einfach keinen Platz für mehr als ein einziges Subjekt hat. Sie ist jedoch defizient und falsch für eine Semiotik, welche diese Logik abbildet, wo es sich um weder ontisch noch erkenntnistheoretisch reduzible Kategorien handelt, wie diejenigen des Ich-Subjekts der Sprechenden, des Du-Subjekts der Angesprochenen und des Er-Subjekts der Besprochenen Person.

2. Demzufolge stellte eine minimale Semiotik, welche logisch, ontisch und erkenntnistheoretisch irreduzible Kategorien zu repräsentieren imstande ist,

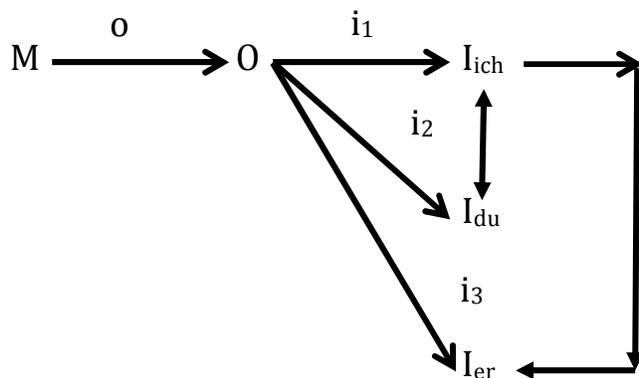
eine im Güntherschen Sinnen nicht-klassische logisch 4-wertige und semiotisch 5-wertige Zeichenrelation

$$Z^4_5 = (M, O, I_{ich}, I_{du}, I_{er})$$

dar, die in Form des folgenden quaternär-pentadischen semiotischen Automaten darstellbar ist.



In diesem minimalen semiotischen Automaten, der also über kein Beobachter-Subjekt verfügt und daher weder ein kybernetischer Automat der 1. noch der 2. Ordnung darstellt, können die drei differenzierbaren Subjekte miteinander kommunizieren, ohne daß die paarweisen Differenzen zwischen Ich und Du, Ich und Er sowie Du und Er weder durch einen amalgamierenden Interpretantenbezug "in Personalunion" annulliert noch durch einen die Subjekt-Objekt-Differenz verwischenden Objektbezug pseudo-repräsentiert werden. Im folgenden zeigen wir als Beispiel eine besonders eindrückliche Form von Kommunikation, welche dem Schema des folgenden kommunikativen Automaten folgt.



Jede Frau kennt die Sommermode-Kataloge, die alljährlich frühzeitig ins Haus flattern. Diese Kataloge zeigen von Bildern von Subjekten A, welche von Subjekten B – den Modemachern – selektiert werden und die dazu dienen, die Mode, die semiotisch gesehen Zeichenträger darstellt, zu präsentieren. Ein arbiträr gewähltes Beispiel zeigt ein solches von einem Subjekt B ausgewähltes Subjekt A



Copyright: [www.limango.de](http://www.limango.de)

Diese Kataloge dienen jedoch, da sie Werbungen darstellen, der Kommunikation, d.h. die in ihnen enthaltenen Bilder werden von Subjekten C angeschaut. Es findet somit eine Kommunikation zwischen den drei differenzierbaren und im Rahmen des obigen semiotischen Automaten repräsentierbaren Subjekten statt, insofern das Subjekt B des Modemachers das Ich-Subjekt ist und das Subjekt C der die Kataloge durchblätternen Frau das vom Ich-Subjekt angesprochene Du-Subjekt darstellt. Die Subjekte A der in den Katalogen iconisch repräsentierten Subjekte A sind hingegen die Er-Subjekte, denn sie sollen als ideale Objekte der als Zeichenträger fungierenden Mode dienen. Das für eine Semiotik, die eine Objekt- und nicht nur eine Zeichentheorie enthält, entscheidende Problem ist nun aber, daß die als Zeichen erscheinenden Er-Subjekte der "Models" nicht qua Zeichen, sondern qua Objekte vom Ich- zum Du-Subjekt kommuniziert werden. Einfacher ausgedrückt: Eine Frau, welche den Körper des abgebildeten Models sieht, stellt in den allermeisten Fällen fest, daß ihr eigener Körper demjenigen des Models nicht entspricht und sie selbst daher wohl nicht als Trägerin des beworbenen Modeartikels in Frage kommt. Als beginnt sie, den Objektanteil des Er-

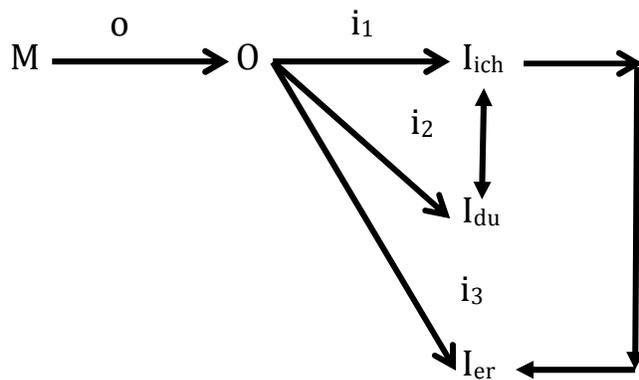
Subjektes als Richtschnur zu setzen und ihren eigenen Objektanteil als Ich-Subjekt dem des Er-Subjektes ontisch anzugleichen. Konkret bedeutet das für die meisten Frauen, daß sie sich zu dick finden und daß die ontische Adaptation des Ich-deiktischen Körpers an den Er-deiktischen im Abnehmen besteht. Dabei liegt das ganze Problem lediglich in der Selektion des Er-Subjektes des Modells durch das Ich-Subjekt des Modemachers. Der Schreiber dieser Zeilen, zum Beispiel, würde Er-Subjekte ganz anderer ontischer Erscheinung vorziehen, wie etwa dasjenige Rebecca Jahns, die auf dem folgenden Bild, ebenfalls eines für einen Mode-Katalog bestimmt, abgebildet ist.



Rebecca Jahn (Copyright:

<http://images.fotocommunity.de/bilder/frauen/indoor/im-hotel-mit-manieo-a51c39ba-6d5a-45a4-9910-bc3ab298cdf.jpg>)

Betrachten wir nach dieser weitgehend "impressionistischen" Erklärung nochmals den ihr zugrunde liegenden semiotischen Automaten.



Seine kommunikative Struktur ist defizient, da keine kommunikative Abbildung zwischen Du- und Er-Subjekt, d.h. zwischen Konsumentin und Katalog-Model, stattfindet. Daher gibt es auch nur eine direkte symmetrische Kommunikation zwischen dem Ich-Subjekt des Modemachers und dem Du-Subjekt des von ihm ontisch selektierten Models. Daraus folgt wiederum, daß die Kommunikation zwischen dem Ich-Subjekt des Modemachers und dem Er-Subjekt der Konsumentin einseitig, in Sonderheit also nicht-bijektiv ist. Die durch diesen semiotischen Automaten repräsentierte kommunikative Struktur ist also nicht nur einfach, sondern doppelt defizient, und diese Defizienz wird systematisch in der Form von Objekt-Manipulation durch Zeichen ausgenutzt, d.h. nicht die Zeichen der Bilder, sondern die durch sie repräsentierte Objekte wirken, als nunmehr präsentierte, auf den Empfänger der vom Modemacher intendierten Werbe-Botschaft. Hier wird also semiotische Kommunikation zu Objektwirkung pervertiert. Das Kommunikationsschema wird zu einer sehr speziellen Form eines Kreationsschemas. Der entsprechende Slogan könnte in seiner konzisesten Form lauten: Frauen, werdet wie die in den Katalogen abgebildeten Models! Dabei wissen wir doch seit Pindar, daß das "Ideal" das Γένοιο οἷός ἐσσι ist, das Nietzsche mit "Werde, der Du bist" übersetzt hatte.

#### Literatur

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

Günther, Gotthard, Idee und Grundriß einer nicht-Aristotelischen Logik. 3. Aufl. Hamburg 1991

- Toth, Alfred, Zu einer mehrwertigen semiotischen Automatentheorie. In:  
Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2014a
- Toth, Alfred, Kommunikationsschemata I-II. In: Electronic Journal for  
Mathematical Semiotics, 2014b
- Toth, Alfred, Bemerkungen zum semiotischen Kommunikationsschema. In:  
Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2014c
- Toth, Alfred, Interpretantenbezug und Subjekt. In: Electronic Journal for  
Mathematical Semiotics, 2014d

19.10.2014