

Prof. Dr. Alfred Toth

Die Motivation des Zeichens durch den Zweck

1. In Toth (2009a, b) hatten wir den Zweck als weitere Zeichenkategorie eingeführt und dabei festgestellt, dass vom Blickwinkel des Motivs einer Semiose das Zeichen immer motiviert sei. Die Motivation betrifft nun aber nicht nur die Selektion der Zeichenträger aus einem Repertoire

$$\{M\} \rightarrow \{M_1, M_2, M_3, \dots, M_n\},$$

sondern auch

die Wahl des Objektes selbst, d.h.

$$ZR = f(\mathfrak{Z})$$

$$\mathfrak{U} = f(\mathfrak{Z}).$$

Aus $ZR = f(\mathfrak{Z})$ folgt natürlich sofort

$$M = f(\mathfrak{Z})$$

$$O = f(\mathfrak{Z})$$

$$I = f(\mathfrak{Z})$$

und damit, wie bereits angedeutet,

$$\{M\} = f(\mathfrak{Z}).$$

Aus $\mathfrak{U} = f(\mathfrak{Z})$ folgt ferner

$$m = f(\mathfrak{Z})$$

$$\Omega = f(\mathfrak{Z})$$

$$\mathcal{J} = f(\mathfrak{Z})$$

Falls es sich beim Zeichen oder semiotischen Objekt um ein öffentliches handelt, bei dem also der Ort, wo es aufgestellt wird, eine Rolle spielt, haben wir ferner

$$\mathfrak{C} = f(\mathfrak{Z}).$$

Schliesslich gibt es Zeichen, bei denen die Zeit eine Rolle spielt. Z.B. wird trivialerweise für ein Markenprodukt, d.h. ein Zeichenobjekt, nur solange geworben, als es hergestellt wird, d.h. wir haben

$$\mathfrak{Z} = f(\mathfrak{Z}).$$

2. Damit ergibt sich eine 10teilige Klassifikation von Motivation entweder des Objektes, das zum Zeichen erklärt wird oder des Zeichens selbst, und zwar in Übereinstimmung mit der in Toth (2009a) eingeführten vollständigen Zeichenrelation

$$VZR = (\{M\}, M, O, I, \mathfrak{m}, \Omega, \mathcal{J}, \mathfrak{C}, \mathfrak{Z}, \mathfrak{Z}).$$

Im folgenden sollen abschliessend einige Beispiele für die einzelnen Motivationstypen beigebracht werden:

2.1. Motivation durch $\{M\}$: Da $\{M\}$ bei den sprachlichen Zeichen das Lexikon ist, handelt es sich hier z.B. um linguistische Motivation. Beispielsweise funktioniert das Blödelwort „FIGUGEGL“ als Fondue-Werbung („Fondue isch guet und git e gueti Luune“) nur im Deutschen.

2.2. Motivation durch M: Gemäss Peircescher Definition liegt hier qualitative Motivation vor, z.B. rot als Symbol der Liebe → rote Lichter in Bordellen.

2.3. Motivation durch O: Nach Peirce quantitative oder faktische Motivation, z.B. Ladenschild eines Käseladens in der Form eines Emmentaler-Käses.

2.4. Motivation durch I: Nach Peirce relationale oder gesetzmässige Motivation, z.B. Musiknoten auf dem Ladenschild eines Musikwarenladens.

2.5. Motivation durch \mathfrak{m} : Onomatopoetica, welche Tierlaute, d.h. die Zeichenträger von Tierstimmen, nachahmen. Vogelpiepsen aus Lautsprecher vor einer

Tierhandlung. Der einfachste Fall: der auf die Strasse hinaus strömende Parfum-Geruch einer Parfumerie.

2.6. Motivation durch Ω : Das berühmte Beispiel der an einer Strasse für ein Melonenfeld werbenden Melone (Walther 1977). Das wohl charakteristischste Beispiel aller Zeiten war Dieter Roths Schimmelmuseum in Hamburg (1992-2004).

2.7. Motivation durch \mathcal{J} : Der Schauspieler, „der sich selber zum Zeichen macht“ (Max Bense, Wintersemester 1989/80).

2.8. Motivation durch \mathcal{C} : Das Swissminiature in Melide. Zahlreiche „old world“-Imitate in den USA.

2.9. Motivation durch \mathcal{Z} : Aus einsichtigen Gründen kommen hier nur selber wiederum Zeichen bzw. semiotische Objekte in Frage, z.B. die Sanduhr als „Symbol“ der Vergänglichkeit, Ansichten von Herbstwäldern oder verschneiten Landschaften, usw.

Bibliographie

Walther, Elisabeth, Ein als Zeichen verwendetes Natur-Objekt. In: Semiosis 5, 1977, S. 54-60

Toth, Alfred, Zweck als Zeichenkategorie? In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics (erscheint, 2009a)

Toth, Alfred, Teleologische Semiotik. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics (erscheint, 2009b)

28.9.2009