

Prof. Dr. Alfred Toth

Die semiotische Relevanz des „Weinmärchens“

Für AH Jörg Clavadetscher v/o Giorgio, Ut!
von Ehem. Alfred Toth v/o King, Ut!

1. Stich 42 (f.) des Cantus-Prügels der SAT (Schweizerische Akademische Turnerschaft) lautet:

1. Einst pocht' ich an ein einsam Haus in weltvergess' nem Tale;
der greise Siedler trat heraus mit weingefüllter Schale.
„Da nimm und trinke!“ sprach er mild,
„es ist vom irdischen Gefild das beste Blut der Reben, so Dir ein Mensch
kann geben.“

2. Ich trank sie leer, ich hielt sie ihn: „Noch eine, nur noch eine!
Dann sag dem Fremdling, der ich bin, wie kamst du zu dem Weine?“
Der Alte schüttelte den Bart: „Such ihn dir selbst auf deiner Fahrt,
wirst noch um diesen Tropfen an manche Türe klopfen.“

3. Nun hab' ich nimmer Ruh noch Rast, des Weines muss ich denken,
war seinetwegen schon zu Gast in ungezählten Schenken.
Ich such' ihn auf dem Erdenrund am Rhein, im Welschland und Burgund,
such' ihn bei Nacht, bei Tage, bei jedem Glockenschlage.

4. Drum kann ich nicht vorübergehn, wo Herbergsschilder rosten,
kann nirgend' Wein verzapfen seh'n, muss jeden einmal kosten.
Den einen such' ich immer nur, und eh' ich ihm nicht auf der Spur,
muss wandern ich und trinken, bis mir die Augen sinken.

Julius Wolff (1834-1910)

2. Nachdem der „Fremdling“ das „beste Blut der Reben, so dir ein Mensch kann geben“ gekostet hat, ist dieser, der zunächst die Anforderungen einer semiotischen Objektrelation

OR = (M, Ω, \mathcal{F})

erfüllt, zu einem Zeichen geworden:

$$ZR = (M, O, I),$$

wobei die ontologischen Kategorien von OR und die semiotischen Kategorien von ZR korrelativ sind. Allerdings hat der Fremdling den Wein in seinem Kopf, ZR ist also ein Gedankenzeichen, d.h. OR ist nicht durch direkte Korrelation zu ZR geworden, sondern in der folgenden Form (vgl. Toth 2009):

$$OR = (\mathcal{M}, \Omega \subset \mathcal{J}).$$

Während also bei gewöhnlichen Objektrelationen gilt, dass der Zeichenträger \mathcal{M} eine echte Untermenge der Welt der Objekte bildet, d.h. entweder $(\mathcal{M} \subset \Omega)$ oder $(\mathcal{M} \subset \{\Omega\})$ gilt, und d.h. wiederum $\Omega = \{\Omega_1, \Omega_2, \Omega_3, \dots, \Omega_n\}$, weil es nämlich nur eine einzige Ontologie gibt, gilt dies für Gedankenzeichen und somit auch für den gesuchten Wein im Weinmärchen nicht, denn \mathcal{M} ist ja selbst ein Gedanken, der Wein, Ω , aber ein reales Objekt. Dieses reale Objekt ist jedoch als Zeichen Teil des Bewusstseins des Interpreten \mathcal{J} , d.h. hier gilt $(\Omega \subset \mathcal{J})$.

Damit also nur \mathcal{M} direkt auf M abgebildet, daher wohl die Redensart, dass jemand den guten Wein auch nach langer Zeit „immer noch auf der Zunge“ schmeckt. Die Transformation $\mathcal{M} \rightarrow M$ ist also die Geschmackserinnerung.

3. Das Problem des Fremdlings, das ihn nun durch alle Gaststuben treibt, ist nun aber semiotisch betrachtet die komplexe Transformation

$$(\mathcal{M}_1, \Omega_1 \subset \mathcal{J}_1) \longrightarrow (M_1, O_1, I_1),$$

denn er möchte ja auf Grund seines Gedankenobjekts, das ein Abbild und damit Zeichen des realen Weines ist, diesen wieder finden. Semiotisch bedeutet dies, dass er die Semiose $(\mathcal{M}_1, \Omega_1 \subset \mathcal{J}_1) \rightarrow (M_1, O_1, I_1)$ wieder rückgängig machen möchte, d.h. das (ursprüngliche) Objekt aus dem Zeichen rekonstruieren möchte. Nun geht aber bei der Semiose all das von OR verloren, was

nicht ins Prokrustesbett der 10 Peircen Zeichenklassen passt. Dieser qualitative Verlust lässt sich jedoch in einer monokontexturalen Semiotik nicht mehr rekonstruieren (vgl. Toth 1998). Allerdings ist hier aber fraglich, ob man nicht den Wein besser als Zeichenobjekt bestimmt, denn der meiste Wein sind ja Markenprodukte, d.h. von bestimmten Rebsorten gewonnen und von bestimmten Winzern gekeltert. In diesem Fall haben wir zur Bestimmung des Weines von

$\langle M, m \rangle, \langle O, \Omega \rangle, \langle I, \mathcal{I} \rangle$

auszugehen, einem relationalen Ausdruck, in dem der Zeichenanteil die „Linksklassen“ bildet, weil es nämlich die Marke, d.h. der Zeichenanteil ist, der das Objekt hypersummativ „erhöht“. In diesem Fall kann man nun die Suche für den SPEZIFISCHEN, geliebten Wein, durch das folgende semiotische Differential darstellen

$\Delta(ZO, ZR) = \Delta(\langle M, m \rangle, \langle O, \Omega \rangle, \langle I, \mathcal{I} \rangle), (M, O, I),$

denn der Fremdling sucht ja nicht irgendeinen Wein, den er eh in den Schenken der Welt bekommt und dessen Wirkung ihn über den mutmasslichen ewigen Verlust des einen, gesuchten, Weines hinwegtrösten mag, sondern eben das übersummativ Zeichenobjekt, dessen reales Objekt man durch Entfernung des „symphysisch verwachsenen“ (Bühler 1982, S. 159) Zeichenanteils enthält – wenigstens theoretisch. Praktisch bleibt die im Liede kaum verhüllt ausgedrückte Motivation des § 11 in der Zeichenobjekts-Gestalt des Stimulus des Einen Weins.

Bibliographie

Bühler, Karl, Sprachtheorie. Neudruck Stuttgart 1982

Toth, Alfred, Ist ein qualitativer semiotischer Erhaltungssatz möglich? In: Semiosis 91/92, 1998, S. 105-112

Toth, Alfred, Semiotische Objekte. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, <http://www.mathematical-semiotics.com/pdf/Semiotische%20Objekte.pdf> (2009)

2.9.2009