

**Prof. Dr. Alfred Toth**

## **Wert und Preis semiotischer Objekte**

1. Als typisch für die allgemein verbreitete Defizienz semiotischen Alltagswissens bei an sich unzweifelhafter Sachlage stehe die Wikipedia-"Definition" von "Preis": "Der Preis ist der üblicherweise in Geldeinheiten ausgedrückte Wert eines Gutes oder einer Dienstleistung". Hier wird also Preis = Wert gesetzt, d.h. es gibt keine Sonderverkäufe (in der Schweiz "Aktionen" genannt), keine Ausverkäufe, keine Schnäppchen mehr, ferner offenbar einen uniformierten Wert-Preis in Sonderheit für antiquarische Bücher, Antiquitäten, Autos, Kleider usw.

2. Als "Arbeitshypothese" sollte man deshalb festhalten, daß der Preis eines Objektes weitgehend unabhängig vom Wert des betreffenden Objektes ist. Ein mir befreundeter Antiquar erzählte mir einmal stolz, er habe auf einem Flohmarkt in der Bodenseestadt Rorschach Arno Schmidts "Kaff, auch Mare Crisium" in der Stahlberg-Erstaussgabe für 1 Schweizerfranken erworben. Umgekehrt wird das über Jahrzehnte von mir benutzte Aftershave "Heaven" von Chopard, das seinerzeit um die 60 Schweizerfranken gekostet hatte, nun bei ebay um die 200 Dollar pro Fläschchen gehandelt. Wie man also sieht, hängt der Preis eines Objektes im Gegensatz zu seinem Wert offenbar mit der semiotischen Gebrauchsfunktion zusammen, welche der wirtschaftlichen "Dichotomie" von Angebot und Nachfrage zugrunde liegt. Ferner hängen auch Preis und Objekt höchstens lose zusammen, wenn man z.B. bedenkt, wie tief der Wert einer Rasierklinge, wie hoch dagegen ihr Preis ist. Schließlich gibt es die Redewendung "Man bezahlt eben für die Marke", die hier als verlässliches Indiz für die semiotische Basis von Preisen genommen werden darf. Offenbar ist es also so, daß der Preis, semiotisch gesehen, eine Funktion ist, die als Argumente nicht nur ein Objekt, d.h. eine Ware, sondern die Wertfunktion selbst hatte, d.h. der Preis setzt die Wertfunktion eines Objektes und das Objekt selbst in komplexe Abhängigkeiten, wenn man sich daran erinnert, daß in Toth (2012a) die Wertfunktion eines semiotischen Objektes durch

$$W = f(\text{ZR}, \{Q_i\})$$

mit

$\text{ZR} :=$  Zeichenrelation

$\{Q_i\} :=$  Zeichenanteil (eines sem. Objektes) =  $[[[A \rightarrow I] \rightarrow A], [[[A \rightarrow I] \rightarrow A] \rightarrow A]]]$

$\{\Omega_i\} :=$  Objektanteil (eines sem. Objektes) =  $\{[A \rightarrow [I \rightarrow A]]\}$

$\delta :=$  Detachierungsfunktion, d.h.  $d = f(\text{ZR}, X_i)$  mit  $X \in \{\{Q_i\}, \{\Omega_i\}\}$  und  $d = 1$  gdw  $f(\text{ZR}, X_i) = 0$  und sonst  $d = 0$

$\sigma :=$  Symphysis, d.h.  $\sigma = f(\text{ZR}, X_i)$  mit  $X \in \{\{Q_i\}, \{\Omega_i\}\}$  und  $\sigma = 1$  gdw  $f(\text{ZR}, X_i) = 0$  und sonst  $\sigma = 0$

$o :=$  Objektabhängigkeit, d.h.  $d = f(x, \{\Omega_i\})$  und  $o = 1$  gdw  $f(x, \{\Omega_i\}) \neq 0$  und sonst  $o = 0$

und entsprechend für  $\Sigma :=$  Subjekt

$s :=$  Subjektabhängigkeit, d.h.  $d = f(x, \{\Sigma_i\})$  und  $s = 1$  gdw  $f(x, \{\Sigma_i\}) \neq 0$  und sonst  $s = 0$

bestimmt worden war.

3. Wir erhalten somit als Preisfunktion

$$P = f(\Omega, W) = f(\Omega, f(\text{ZR}, \{Q_i\})),$$

und wegen (vgl. Toth 2012b)

$$Q = [[A \rightarrow I] \rightarrow A] = [R^{\leftarrow}[\omega], \omega]$$

$$\Omega = [A \rightarrow [I \rightarrow A]] = [\omega, R^{\leftarrow}[\omega]]$$

$$\text{ZR} = [[A \rightarrow I], [[A \rightarrow I] \rightarrow A], [[[A \rightarrow I] \rightarrow A] \rightarrow I]]$$

bekommen wir also

$$P = f([R^{\leftarrow}[\omega], \omega], f([\omega^{-1}, [[\omega^{-1} \rightarrow A], [R^{\rightarrow}[\omega^{-1}], [R^{\leftarrow}[\omega^{-1}], \omega^{-1}]]], \{[\omega^{-1}]\}]).$$

## Literatur

Toth, Alfred, Die Wertfunktion eines semiotischen Objektes. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2012a

Toth, Alfred, Semiotische Abbildungen und Relationskennzeichnungen. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, 2012b

20.3.2012