

S. 732-733

Vom Symbol zum Logo: Zeichen des Realen

In unserer gegenwärtigen Geschichte der Kultur wird die Kunst als eine Art symbolische Sprache definiert und das Kunstwerk als symbolischer Ausdruck verstanden. So sehr steht die Idee des Symbols im Zentrum der Kunsttheorie, daß sich ganze Kunstbewegungen darauf gegründet haben. Unsere Beobachtung ist aber, daß mit den Dingen, die sie bezeichnet haben, auch die Symbole schon längst verschwunden sind, seitdem „alle oder [...] auch nur die Mehrzahl der Produkte die Form der Ware“ (K. Marx, Kapital I, S. 177) angenommen haben und „das goldene Zeitalter der Warenzeichen“ begonnen hat, wie es schon in einer Schrift aus dem Jahre 1905 heißt. Heute geht es nicht mehr darum, die Dinge beim Namen zu nennen, sondern darum, die Waren beim Logo. Wer mit der Vorstellung eines Dinges im Kopf in ein Geschäft geht und dieses Ding beim Namen nennt, wird kein Glück haben. Wenn er Mineralwasser sagt, wird er kopfschüttelnd gefragt, wie ein Außerirdischer oder Buschmann, der zum ersten Mal in die menschliche Zivilisation tritt: „Welches bitte? Und er wird die Ware bei ihrem Logo nennen und brav antworten: „Vöslauer“ oder „Römerquelle“ oder „Perrier“, wenn er ein Mineralwasser nach Hause tragen will. Das Mineralwasser gibt es nicht mehr als Ding, sondern nur mehr als Ware und die Kommunikation funktioniert nicht mehr über die Namen der Dinge, sondern über die Warenzeichen (Logos) der Waren. In diesem Sinne gibt es auch keine Autos mehr, sondern nur mehr Fords, Fiats, Volkswagen etc. Das Firmenzeichen und das Warenzeichen haben die Symbole und Namen ersetzt. Sie sind die neuen Zeichen des Realen, natürlich eines Realen, das uns sehr fremd vorkommt. Denn mit den Dingen und ihren Symbolen ist auch das Reale verschwunden, wie wir es gewohnt waren.

Logokultur

Um das Wesen des Logos zu erkennen, ist es notwendig, die Klasse der Zeichen zu erweitern. Charles S. Peirce hat um 1900 das Zeichen in seiner Beziehung zum Objekt in 3 Klassen eingeteilt: Ikon, Index und Symbol. Seine Definition des Zeichens selbst lautet: „A sign, or representation, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity“. Das Ikon steht zu seinem bezeichneten Objekt in einer Beziehung der Ähnlichkeit wie die Zeichnung eines Blattes, eines Hundes, eines Autos oder wie eine Landkarte. Das Ikon ist eine dem Objekt gegenüber treue graphische Repräsentation. Der Index steht zum bezeichneten Objekt in einem physikalischen Verhältnis. Der Index ist Teil des bezeichneten Objekts, pars pro toto. Er kann visuell sein, wie der Rauch ein Index für Feuer ist, oder eine Autotür (pars pro toto) Index für ein Auto sein kann. Der Index kann auch akustisch sein, wie das Bellen den Hund, die Hupe das Auto und das Summen die Klingel bedeuten kann. Das Symbol steht zum bezeichneten Objekt ursprünglich in einem willkürlichen Verhältnis, erhält aber aufgrund von Gewöhnung und Wiederholung seine Bedeutung durch die soziale Konvention. Um 1910 hat Ferdinand de Saussure die Natur des Zeichens um eine Teilung bereichert. Er hat das Zeichen als Januskopf definiert, als etwas im Geist tatsächlich Vorhandenes, das zwei Seiten hat und durch folgende Figur dargestellt werden kann:

VORSTELLUNG	SIGNIFIKAT
LAUTBILD	SIGNIFIKANT

Das Wort Zeichen meint also das Ganze. Die Vorstellung wird durch das Wort Bezeichnetes (Signifikat) und das Lautbild durch Bezeichnendes (Signifikant) ersetzt, „Das Band, welches das Bezeichnete mit der Bezeichnung verknüpft, ist beliebig“, sagt Saussure. „Das sprachliche Zeichen ist beliebig“. Für die Vorstellung (Signifikat) „Hund“ kann ich beliebige Signifikanten (Lautbilder) verwenden: Hund, dog, chien. Die Vorstellung „Schwester“ ist, wie er sagt, „durch keinerlei innere Beziehung mit der Lautfolge ‚Schwester‘ verbunden“. Daraus erschließt sich die für unsere logothetische Methode wichtige Einsicht der „Differenzierung“:

In der Sprache wird, wie in jedem semiologischen System, ein Zeichen nur durch das gebildet, was es Unterscheidendes an sich hat. Bei den sprachlichen Zeichen, die aus Bezeichnetem und Bezeichnung bestehen, kommt es auf ihre gegenseitige Sonderung und Abgrenzung an. Nicht daß eines anders ist als das andere, ist wesentlich, sondern, daß es neben allen anderen und ihnen gegenüber steht. Und der ganze Mechanismus der Sprache [...] beruht auf Gegenüberstellung dieser Art.

(in: Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft, S. 145)

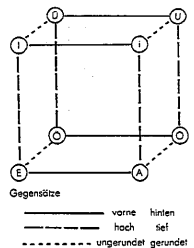
1972 veröffentlichte Jean Baudrillard Pour une critique de l'économie politique du signe, eine Replik auf Marx Kritik der Politischen Ökonomie (1859). In diesem wie in den späteren Werken Le Mirroir de la Production (1973) und Der symbolische Tausch und der Tod (1982, Original 1976) hat Baudrillard versucht, mit einer „poli-

Traces de la Voix

tischen Ökonomie des Zeichens“ eine Ausdehnung des Wertgesetzes der Ware auf die Stufe des Zeichens nachzuweisen. Diese strukturelle Revolution beruht im Prinzip darauf zu zeigen, wie die Marxsche Spaltung der Ware in Gebrauchs- und Tauschwerte 50 Jahre später von der Saussureschen Spaltung des Zeichens in Signifikat und Signifikant wiederholt wurde. Der Austausch der sprachlichen Zeichen in der Zirkulation des Sinns folgt dem Austausch der Waren im Kreislauf des Geldkapitals. Die klassische Gestalt des linguistischen Zeichens ist dem Wertgesetz der Waren entsprechend die Austauschbarkeit aller Zeichen. Unter funktionaler Dimension der Sprache versteht man die Beziehung des Ausdrucks auf das, was er bezeichnet, die Beziehung des Signifikanten auf sein Signifikat, so wie sich ein Geldstück auf das bezieht, was man im Austausch dafür erhalten kann. Doch die Beziehung des Signifikanten auf sein Signifikat ist unterbrochen, gebrochen. So wird die strukturelle Dimension der Sprache mehr und mehr zum Begriff des Wertes, womit die Beziehung aller Ausdrücke aufeinander gemeint ist, die dem Gesamtsystem innewohnt und sich aus distinktiven Oppositionen herleitet.

In Die Lautgestalt der Sprache (zusammen mit Linda R. Waugh, 1986), das zusammenfassende Meisterwerk seiner Sprachtheorie, schreibt Jakobson:

Der Begriff der Opposition liegt sowohl dem phonologischen als auch dem grammatischen System der Sprache zugrunde. Im Gegensatz zu jedem Paar von rein zufälligen Elementen, die keine prädikative Auskunft übereinander geben, ist die Opposition eine intuitive logische Operation, die das gleichzeitige Vorhandensein des einen Elements notwendigerweise das andere ihm entgegengesetzte Element hervorbringt. So sind bei solchen Paaren von abstrakten Begriffen wie beweglich – unbeweglich, fern – nahe, teuer – billig die Glieder jedes Paares in unserem Geist untrennbar miteinander verbunden.



Der Begriff der Opposition als eine Relation der gegenseitigen Implikation zwischen zwei gegensätzlichen Elementen, die notwendigerweise im Bewußtsein miteinander verbunden sind, wie z. B. kalt – heiß, ist also für Jakobsons Sprachtheorie von zentraler Bedeutung. Für uns heißt das, daß die doppelte Gestalt, in der das Zeichen auftritt, sich dem oppositionellen Binarismus unterwirft, wo alle distinktiven Merkmale nur zwei Werte haben können.

Der frei flottierende Signifikant bewegt sich innerhalb dieser distinktiven Oppositionen wie zum Beispiel in einem aus Oppositionen und Dichotomien gebauten Würfel. So wie ein Phonem, das in diesen Würfel fiel, sich nur innerhalb dieser Dichotomien, Oppositionen, Gegensätze bewegen könnte, so ist auch der Signifikant Gefangener der distinktiven Opposition in seiner Bewegung. Die Vakanz des Symbols wird im Logo zum Binarismus. Denn all das, was wir bisher über das Zeichen unter dem Wertgesetz der Ware gehört haben, muß ja insbesondere für jene Zeichenklasse gelten, die sich direkt auf Waren bezieht. Die klassischen Zeichen (Index, Ikon, Symbol) beziehen sich ja auf Objekte. Unsere gegenwärtige Welt besteht aber fast ausschließlich aus Waren. Es ist daher notwendig, die Klasse der Zeichen zu erweitern um ein Zeichen, das sich auf Waren bezieht. So ein Warenzeichen wird allgemein „Logo“ genannt. Beim Symbol kann sich der Signifikant vom Signifikat abkoppeln, so wie der Lohn von der Arbeit und wie die monetären Zeichen vom Produkt. Denn „das Geld ist die erste Ware, die Zeichenstatus erlangt und dem Gebrauchswert entkommt“ (Baudrillard, Der symbolische Tausch und der Tod, S. 42). Das Logo entkommt sogar dem Tauschwert. Der Gebrauchswert der Uhr steigert sich durch das Symbol des Goldes. Doch eine vergoldete Uhr hat heute nur mehr wenig symbolischen Wert. Das Symbol des Goldes wird ersetzt durch das Markenzeichen (Logo) der Uhr und des Goldes. Rolex-Gold ist besser als Gold. Jedes Zeichen lebt vom Andersein. Das Logo bestätigt das Andersein, den Klassenunterschied. Im Logo wird das Zeichen selbst zur Ware. Das ist die andere Bedeutung des Wortes „Warenzeichen“.

Wie im Vokalwürfel können auch wir bei den Logos eine Topologie der Signifikanten entwerfen, wo der Signifikant zwar auch das Band zu seinem Signifikat gekappt hat, wo er aber innerhalb der binären Struktur der distinktiven Merkmale nicht entfliehen kann, sondern höchstens beim oppositionellen Nachbar ankommt, sodaß der Signifikant zwar nicht bei seinem, dafür aber beim nachbarlichen Signifikat läutet. Deswegen nennt Cage eines der bedeutendsten Werke zur Musik Schweigen.

Die logothetische Methode untersucht solche Konversionen der Signifikanten. Wenn eine Firma international ist und mit Maschinen Geschäfte macht wie International Business Machines (IBM), dann ist natürlich ihr Logo gerade das Gegenteil. Acht Linien wie die Streifen der nationalen US-Flagge bilden die Buchstaben. Statt Maschinen, modernen Zeiten und Macht sieht man den distinktiven Opponenten, einen Signifikanten der Ohnmacht, einen Outlaw, einen, der einen Film gegen die „modernen Zeiten“ machte: Charlie Chaplin.

in: Peter Weibel, Im Bauch des Biestes. Logokultur, Hochschule für angewandte Kunst, Wien 1987, S. 4-25.