

## boekbesprekingen

P. MESSARIS,  
**Visual Persuasion.**  
London, Sage, 1997, 297 blz.

In 1759 schreef ene Dr. Johnson 'The trade of advertising is now so near perfection that it is not easy to propose any improvement.' Anno 1997 klinkt deze boude bewering vreemd in de oren. Niemand die, nu reclame zich al zo ver ontwikkeld heeft, nog dergelijke uitspraken zou durven doen. Paul Messaris legt zich in zijn boek *Visual persuasion* toe op een centraal aspect van dat reclamemaken: het visuele. Centraal staat de vraag welke rol beelden spelen in persuasieve communicatie; of die nu van commerciële, politieke of sociale aard is. Het boek behandelt daarbij enkel reclamebeelden, maar het is duidelijk dat de mechanismen die Messaris behandelt, evengoed toepasbaar zijn op andere terreinen. De auteur begeleidt de lezer intens in de zoektocht naar de persuasieve aspecten van het beeld. Zo wordt het visuele an sich niet als gegeven aangenomen, maar wordt het beeld onderscheiden van andere soorten communicatie in zijn semantische en syntactische eigenschappen. Steunend op de theorie van Peirce komt Messaris tot drie essentiële kenmerken die het beeld onderscheiden: iconiciteit, indexaliteit en syntactische onduidelijkheid. Deze drie eigenschappen vormen tevens de basis om het persuasieve aspect van visuele communicatie te ontlede. De iconiciteit van beelden, d.w.z. hun gelijkenis met aspecten uit de realiteit, geeft de mogelijkheid om emoties die in de realiteit worden opgewekt, in beelden eveneens te simuleren. De indexaliteit van beelden, d.w.z. de (fotografische) afdruk van de realiteit, maakt het mogelijk om beelden als 'bewijs' te gebruiken. Het ontbreken van een duidelijke syntaxis tot slot maakt 'alles mogelijk'. Men is nauwelijks aan syntactische regels gebonden. Deze drie componenten van het visuele gebruikt Messaris vervolgens om naar het persuasieve aspect van reclame te gaan zoeken. Die analyse wordt, naar analogie met de inleiding, onderverdeeld in drie delen: op welke manier slagen reclames er

in om emoties op te wekken, op welke manier gebruiken zij foto's als een bewijs dat iets daadwerkelijk gebeurd is, en hoe leggen zij een link tussen het product dat verkocht wordt en andere beelden? Met veel voorbeelden, zoals past bij dit soort analyses, slaagt Messaris er in om een duidelijk beeld op te hangen van de verschillende visuele technieken, zonder daarbij te verdrinken in technische hoogdravendheid.

D.M.

S. ISHIKAWA,

**Quality assessment of television.**

London, John Libbey, 1996, 309 blz.

*Quality assessment of television* is het resultaat van een internationaal vergelijkend onderzoek naar hoe omroepen in een vijftal landen (Canada, Japan, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Zweden) rekening houden met het concept 'kwaliteit'. Wie denkt dat het het zoveelste boek is met theorieën over (omroep)kwaliteit en de onmogelijkheid om dit te definiëren, komt bedrogen uit. Dit door de Japanse omroep NHK gesponsord onderzoeksproject is sterk pragmatisch ingesteld en tracht voor alles normen op te stellen om omroepkwaliteit te operationaliseren en te meten. Kernbegrip hierin lijkt diversiteit in het aanbod - een concept dat rechtstreeks verwijst naar een publieke omroepfilosofie. Naast programmeringsanalyses trachten de auteurs kwaliteit ook in te vullen vanuit het perspectief van de programmamakers (hoe definiëren professionals kwaliteit?) en van het publiek (hoe beoordeelt de gebruiker bepaalde programma's?). *Quality assessment of television* is vooral voor omroepverantwoordelijken bruikbare literatuur, maar het boek toont te weinig bereidheid om de nodige vraagtekens te plaatsen bij de variabiliteit van het concept kwaliteit zelf. Zo lijkt het volledig voorbij te gaan aan structuralistische en post-structuralistische cultuurtheorieën en de daar gehuldigde these om kwaliteit als een eenduidig, meetbaar begrip te relativieren.

D.B.

E. EVENO,

**Les pouvoirs urbains face aux technologies d'information et de communication.**

Paris, Presses Universitaires de France, 1997, 127 blz.

Het domein van de informatie- en communicatietechnologieën (ICT) vormt een van de meest recente en snelst groeiende gebieden in de communicatiewetenschap. In dit domein wordt er aandacht besteed aan zeer verschillende aspecten, maar slechts af en toe wordt de aandacht toegespitst op de relatie tussen ICT en de (lokale) overheid. Het is dan ook een verdienste van het boek(je) *Les pouvoirs urbains face aux technologies d'information et de communication*, uitgegeven in de bekende 'Que sais-je'-reeks, om hieraan uitgebreid aandacht te besteden. Het boek geeft een historisch getint overzicht betreffende de opkomst van de communicatiemaatschappij om daarna over te gaan naar enkele gevolgen van ICT op het stedelijke leven. Hierbij werkt de auteur op een stadssociologische wijze een aantal ideeën uit. In het laatste deel behandelt hij meer direct de relatie tussen ICT en 'les pouvoirs urbains'. Het boek geeft een inleiding op vele zaken, en dit is meteen zijn verdienste en ook zijn voorname zwakte.

J.S.

S.G. JONES,

**Virtual culture: identity and communication in cybersociety.**

London, Sage, 1997, 262 blz.

*Virtual culture* geeft een zeer interessante kijk op de wereld van de Computer Mediated Communication (CMC). Het boek is opgebouwd uit bijdragen van verschillende auteurs die ieder hun steentje bijdragen tot een beter begrip van de mogelijkheden en gevolgen van CMC. In een tiental artikelen worden telkens verschillende consequenties van het on-line leven geschetst en op een inspirerende manier theoretisch behandeld. Het boek wil inzicht verschaffen in het debat over toegang tot en controle in de cybermaatschappij door aan te tonen op

welke manier het internet en andere vormen van CMC gebruikt worden door (brede waaier van) benadeelde en/of marginale groepen zoals homoseksuele mannen, vrouwen, fanclubs en daklozen, voor sociale en politieke verandering. Een groot deel van het boek draait dan ook in grote mate rond de (on)mogelijkheden van de on-line gemeenschap en identiteit, en de verschillende theoretische uiteenzettingen hierover vormen zeker stof tot verder nadenken. Daarnaast komen in het boek een brede waaier van disciplines aan het woord, ieder met hun eigen inzichten en gedachtingoed, en dit aspect op zich maakt 'Virtual culture' al een interessant boek voor ieder die zich met deze vormen van communicatie bezighoudt. Tenslotte wil het boek ook duidelijk verder gaan dan de vele utopisch, of integendeel Orwelliaans gerichte, en vaak vulgariserende werken die er dezer dagen verschijnen over het onderwerp internet en cyber-, informatie- of communicatiemaatschappij. Door zijn duidelijke gerichtheid op actuele en bestaande vormen van on-line gemeenschappen en door de grondige theoretische fundering van de uiteenzettingen ontsnapt het aan het speculatieve van deze vulgariserende literatuur, en biedt het de lezer dan ook een waardevol boek voor de studie van CMC. Het grote nadeel van het boek is echter de te brede focus. Door de behandeling van zo vele verschillende aspecten blijft het niet veel meer dan het fysisch bundelen van verschillende artikels en is de samenhang tussen de bijdragen vaak ver te zoeken.

J.S.

S. MOORES,  
**Satellite television and everyday life: articulating technology.**  
Luton, John Libbey Media, 1996, 90 blz.

In *Satellite television and everyday life* presenteert Shaun Moores een kwalitatief, sterk etnografisch geïnspireerd onderzoek naar de alledaagse beleving en gebruik van satelliettelevisie in Groot-Brittannië. Moores had eerder al gewerkt rond de beteke-

nis en consumptie van radio, maar met dit werk plaatst hij zich nog duidelijker in een groeiende traditie van onderzoek naar de consumptie van (nieuwe communicatie-) technologieën in een alledaagse residentiële context (zie o.a. het werk van Gray, Morley of Silverstone in het V.K.).

*Satellite television and everyday life* start met een nuttige introductie in en bondige omschrijving van dit (nieuwere) domein binnen culturele mediastudies. Het onderzoek zelf palmt de meeste ruimte in, maar de presentatie ervan schiet toch wel tekort. In zijn studie ging Moores via diepte-interviews en participerende observatie na hoe 18 gezinnen, verspreid over drie delen van een Welse stad, omspringen met satelliettelevisie. Het onderzoeksluik beperkt zich in dit boek tot een afzonderlijke interpretatie van deze interviews/observaties per stadsdeel. Men treft zeer weinig dwarsdoorsneden aan, ook niet in de uiterst beknopte discussie. Toch omvat het boek enkele interessante denkpijpen, zowel op methodologisch vlak als wat de verdere ontwikkeling van het onderzoeksdomein aangaat.

D.B.

P. GOLDING & Ph. HARRIS (eds.),  
**Beyond cultural imperialism: globalization, communication and the new international order.**  
London, Sage, 1997, 259 blz.

Het ongenoegen over de manier waarop mondiale culturele veranderingen worden bestudeerd: dat is zowat de drijfveer achter de reader *Beyond cultural imperialism*. In hun inleiding schrijven Golding en Harris dat de oude analytische paradigma's zoals die rond cultuurimperialisme, maar ook de nieuwe theorieën en concepten (waaronder vooral die rond globalisatie), schromelijk tekortschieten om de hedendaagse 'global culture' te onderzoeken. Het gaat dan vooral om de vraag hoe men de complexiteit en tegenstrijdigheden binnen de hedendaagse mondiale cultuur (b.v. het bestaan van alternatieven, van een tegencultuur of van

een tegenstroom van cultuurproducten van zuid naar noord) analytisch kan verzoenen met de aanhoudende ongelijkheden en de vaak groeiende controle vanwege transnationale corporaties over de mondiale massacultuurproductie en -distributie.

In *Beyond cultural imperialism* komen nogal wat auteurs aan het woord die eerder al hun sporen hebben verdiend op het domein van internationaal communicatie-onderzoek. Maar, hoewel het boek wel enkele knappe essays bevat, lost het de verwachtingen maar matig in. De reader als geheel mist analytische coherentie en gedrevenheid. Ook de kernvraag zoals die scherp werd geformuleerd in de inleiding, blijft uiteindelijk grotendeels onaange-roerd.

D.B.

W. NÖTH,

**Handbook of semiotics.**

Bloomington, Indiana University Press, 1995, 576 blz.

Er zijn twee soorten handboeken. Diegene die op een inleidend niveau een overzicht geven van een bepaalde wetenschapstak, en diegene die in feite de titel encyclopedie zouden moeten dragen. Het werk van Winfried Nöth behoort zeker en vast tot deze tweede categorie. Op een multidisciplinair terrein als dat van de semiotiek weet hij met uiterste accuraatheid een overzicht te geven van de semiotische regenboog. Dat levert een handboek verdeeld in acht delen met maar liefst meer dan drieduizend referenties op. Nöth behandelt de ontstaansgeschiedenis van de richting, de diverse basisbegrippen en de controversen daaromtrent, de belangrijkste scholen en de vooraanstaande individuen. Daarnaast behandelt hij ook de verschillende terreinen waarop de semiologie toegepast werd. Daar komt hij dan bijvoorbeeld terecht op het terrein van de communicatiewetenschap en de sociologie.

Het handboek gaat uiteraard diep in op de linguïstische theorieën in de discipline, maar blijft daar niet bij hangen. Zo wordt een heel hoofdstuk gewijd aan non-verbale

communicatie en de wijze waarop lichaamstaal van mensen in communicerende tekens omgezet wordt. Een laatste hoofdstuk handelt integraal over esthetische en visuele communicatie. Het beeld in zijn veelheid aan verschijningsvormen wordt bestudeerd. Nöth gaat onder andere dieper in op het esthetische teken en de verschillende esthetische codes, op muziek en architectuur als een semiotisch tekensysteem en op het culturele karakter van objecten in de hedendaagse materiële cultuur. De semiologie heeft zich echter ook uitgebreid bezighouden met de studie van het beeld als teken an sich, getuige de uitgebreide aandacht die ervoor gereserveerd is. Nöth overloopt de theorievorming omtrent het visuele vanaf zijn ontologische bestaan over de diverse syntactische en grammatische componenten tot de relatie van het beeld met zijn visuele en verbale context. Tot slot worden kort nog enkele gedetailleerde communicatievormen besproken: kunst, fotografie, film, strips en reclame. De semiologie is op elk van deze terreinen nog niet zo ver ontwikkeld. In vele gevallen betreft het hier nog een semiologische kijk op de heersende theorieën. Ondanks de eigen aard van deze wetenschap 'op tweeduizend snelheden' slaagt Nöth in dit handboek er in om de lezer te laten kennis maken met de veelheid van analyses en theorieën die de semiologie momenteel kenmerkt. Daarbij wordt de lezer uitgebreid geholpen door de enorme bibliografie die ruimte laat voor zowel beginners als doorwrochte semiologen.

D.M.