



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Als een beeld 'ik' zegt,... : het dialogische betekenisvormingsproces van het publieke beeld

Coumans, A.C.M.

Citation

Coumans, A. C. M. (2010, February 10). *Als een beeld 'ik' zegt... : het dialogische betekenisvormingsproces van het publieke beeld*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/14732>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/14732>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).



Als een beeld 'ik' zegt...

*Het dialogische betekenisvormingsproces
van het publieke beeld*

Anke Coumans

Als een beeld 'ik' zegt...

*Het dialogische betekenisvormingsproces
van het publieke beeld*

Anke Coumans



Als een beeld ‘ik’ zegt...

*Het dialogische betekenisvormingsproces
van het publieke beeld*

Anke Coumans

Als een beeld 'ik' zegt...

*Het dialogische betekenisvormingsproces
van het publieke beeld*

Proefschrift

ter verkrijging van de graad van Doctor
aan de Universiteit Leiden, op gezag van
Rector Magnificus prof.mr. P.F. van der Heijden,
volgens besluit van het College voor Promoties
te verdedigen op woensdag 10 februari 2010
klokke 13.45 uur

door

Anna Catherina Maria Coumans
geboren te Veenendaal
in 1962

Promotiecommissie

Promotores:

Prof. dr. C.J.M. Zijlmans

Dr. H.A.M.J. van Driel (Universiteit van Tilburg)

Overige leden:

Prof. dr. F.W. Korsten

Prof. G. Unger

Dr. M. van Mechelen (Universiteit van Amsterdam)

{ Proloog

proloog

Het onderzoek naar het dialogische betekenisvormingsproces van het publieke beeld, startte in 2002 toen ik semiotiek ging doceren aan studenten Grafisch Ontwerpen van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Daar begon de uitdaging om mijn studenten te overtuigen van de bruikbaarheid van de semiotiek voor een intelligente ontwerppraktijk. Als beginnend docent stond ik regelmatig met de mond vol tanden, en daarom ging ik al snel op zoek naar bruikbare literatuur. Aan de ene kant van het spectrum trof ik literatuur aan die de semiotiek in verband bracht met de beeldende kunst, aan de andere kant literatuur die de semiotiek in verband bracht met reclame. Grafisch ontwerpen, zo leerde ik al snel, was aan geen van beide uiteinden te plaatsen. Wel verschaftte het literatuuronderzoek mij inzicht in de wijze waarop vanuit de semiotiek naar het stilstaande beeld werd gekeken.

De semiotiek geniet mijn welgemeende maar kritische aandacht sinds mijn studie Film en Opvoeringskunsten aan de Universiteit van Nijmegen. Mijn leermeesters daar, Emile Poppe en Erik de Kuyper, structuralistische en Greimassiaanse semiotici in hart en ziel, dreven mij al snel in de armen van respectievelijk de psychoanalyse en de Peirceaanse semiotiek. Ik was geïnteresseerd in het subject. Ik huiverde bij het idee van een wetenschap die het subject buitensloot. Ik kon toen nog niet bevroeden dat ik ooit zou promoveren op een semiotische zoektocht naar het subject als bron en oorsprong, als kleuring van de tekst, als persoonlijke aanspreekwijze.

Bij Peirce vond ik vervolgens intellectueel onderdak. *Let us not doubt in philosophy what we do not doubt in our hearts*, is het citaat waarmee mijn kennismaking met Peirce begon. Ik was dan ook gelukkig met de toezegging van Peirce-kenner Hans van Driel om mijn promotie te begeleiden. In Kitty Zijlmans, waarmee ik op de HKU al eerder heb mogen werken in een intercultureel onderzoeksproject, vond ik een hoogleraar die zich aan mijn onderzoek wilde verbinden. De samenwerking verliep erg prettig en vanzelfsprekend.

De stap van doceren naar wetenschappelijk onderzoek is groot. Ik zou die stap nooit gezet hebben zonder de aanhoudende aansporing van mijn toenmalige baas – en nu goede vriend – Joost Smiers. De keuze om een proefschrift te schrijven bleek een goede stap. Promoveren vormt naast de intellectueel ook de mens. De ontwikkeling van de intellectuele stem kan niet losgezien worden van de eigen persoonlijke drijfveren. De zoektocht naar de vraagstelling kan in die zin

beschouwd worden als de zoektocht naar de blinde vlek achter de blinde vlek achter de blinde vlek. Daarom is het onderzoek ook nooit klaar al wordt er voorlopig een punt achter gezet.

Zou ik geen subsidie hebben gekregen in het kader van de regeling ‘Promoveren in het hbo’ van het Mobiliteitfonds, dan zou het waarschijnlijk een eindeloos verhaal zijn geworden. Ik heb het grote geluk gehad dat de HKU mij in de gelegenheid stelde om gedurende meerdere jaren een aantal uren in de week aan mijn onderzoek te werken. Hoe verder het proces vordert, des te belangrijker wordt het om dagen achtereenvolgend te kunnen werken.

Ach, en dan zijn er ook nog weekenden en vakanties. Mijn arme kinderen, hoe vaak ze wel niet moesten horen: stil, mama denkt. Ze konden het woord ‘proefschrift’ niet meer horen op den duur. Voor mijn partner Irun Scheifes was het een ander verhaal. Hij was bereid om regelmatig met mij in de eenzame wereld die proefschrift heet te stappen. Tot het einde stelde hij kritische vragen, nam hij geen genoegen met theoretisch geneuzel en bekritiseerde hij iedere lelijke, niet volkomen doordachte of niet te volgen zinsnede. Met de kritische steun van de vriendinnen die een onderzoekster nodig heeft, Karin Veenendaal, Sylvia Sebregts en Til Groenendijk, hoop ik een doorwrochte, helder gestructureerde en leesbare tekst te hebben geschreven. Mijn vader dank ik voor zijn secure blik op het einde waarmee ook de laatste slordigheden eruit zijn gehaald.

De taal van de ontwerper heb ik geleerd van mijn (ex)collega-ontwerpdocenten Henri Lucas, Antoin Buisssink, Frederik de Wal, Erwin Slegers, Kirsten Algera, Dimitri Nieuwenhuizen, Paul Gofferjé en Gabriele Götz. Maar ook de ontwikkelingen die mijn studenten doormaken en de ontwerpresultaten die daaruit voortkomen, zijn een voortdurende bron van inspiratie geweest. Als deze tekst hen kan inspireren tot een helder onderbouwde en kritische stellingname ten opzichte van de plaats en functie van het grafisch ontwerpen in de samenleving heb ik mijn doel bereikt.

De 21ste eeuw is de eeuw van mijn kinderen. Vorige week werd ik nog boos op ze omdat ze op YouTube filmpjes zaten te bekijken van stervende mensen. Keer op keer zag je een voetballer wankelen en ter aarde storten. Nu gaat hij dood, was hun commentaar. Geen onaangedaan commentaar. Ze begrepen ergens wel dat ze naar iets onvoorstelbaars zaten te kijken: het beeld van een stervende man, een

man die twee minuten daarvoor nog over het veld rende, zonder dat hij ook maar het geringste idee had dat hij zo meteen in botsing zou komen, en zou sterven. Hij stierf terwijl tienduizend mensen zaten toe te kijken en hij sterft onder hun ogen als in een computergame steeds opnieuw, steeds opnieuw. Zou het filmpje inmiddels een *still* in hun hoofd zijn geworden?

Gewoon maar een voorbeeld, een van de vele confrontaties tussen mij en mijn kinderen, tussen de manier waarop mijn kinderen de media gebruiken om naar de wereld kijken en de manier waarop ik dat doe. Zij zitten voor het computerscherm en kijken filmpjes op YouTube, ik zit voor de televisie en kijk naar NOVA, Tegenlicht en Zembla. Dan weer gaat het over de vanzelfsprekendheid waarmee ze dit soort heftige beelden consumeren, dan weer over de hoeveelheid beelden die ze tot zich nemen, dan weer over de kritiekloze wijze waarop ze volgen wat de reclame hen aanbiedt, en soms over de clichématige foto's van zichzelf (met zonnebril, zwoel in de lens kijken) die ze op hun Hyves sites zetten.

Twee dingen staan steeds centraal in die confrontaties: de verstoorde relatie tussen het beeld en de werkelijkheid, en het ontbreken van een artistieke kwaliteit in het beeld. Het interesseert mijn kinderen geen barst hoe het beeld ontstaan is, noch hoe het eruitziet. Als het hen maar iets laat zien waar ze om kunnen lachen, door kunnen griezelen, zich over kunnen verbazen. Dat het beeld hen geen enkele ruimte geeft om iets anders te vinden, te voelen of te denken, is geen kwestie. Alhoewel, de jongste is zich aan het verdiepen in het cliché en vraagt mij steeds: "Mama, is dit nu een cliché?" Gelukkig.

En ach, ze zijn ook nog maar elf en dertien. Maar ik zie hoe hun autonomie zucht en kreunt onder het dwingende keurslijf van de media die bepalen waarover het gesprek gaat, die laten zien hoe vrouwen eruitzien en hoe mannen en vrouwen met elkaar omgaan; dat het belangrijk is ergens de beste in te zijn; dat je zoveel mogelijk 'vrienden' moet hebben op Hyves; dat merken zeggen wie je bent. Ik ben bang dat hun stem zal verdwijnen, gesmoord wordt onder de druk van de normaliteit die de media bepalen, dat hun activiteit straks nog enkel bestaat uit het handelen volgens de programma's. Daarom is dit proefschrift alvast voor hen: Mirthe, Daniël en Ilja.

Slijk-Ewijk, juni 2009

Proloog }

Inhoudsopgave

Inleiding

10

Deel I Beeldcultuur in de 21e eeuw

<u>Hoofdstuk 1 Het publieke beeld</u>	<u>31</u>
1.1 Het magische beeld	33
1.2 Tekst en beeld	37
1.3 Het technische beeld	41
1.4 Productie en distributie	45
1.5 Discursieve en dialogisch communicatiestructuren	49
1.6 Betekenisvormingsprocessen ontwerpen	56
1.7 De evaluatie van de communicatie	58
1.8 Het artistieke betekenisvormingsproces	61
Samenvatting, vraagstelling, methode en uitwerking	66

Deel II De semiotiek van het stilstaande beeld

<u>Hoofdstuk 2 Drievoudige semiotiek</u>	<u>69</u>
2.1 De structuralistische, de Peirceaanse en de sociale semiotiek	70
2.2 Concepten uit de structuralistische semiotiek	74
2.3 Concepten uit de Peirceaanse semiotiek	83
2.4 Concepten uit de sociale semiotiek	92
2.5 Drievoudige analyse van twee gijzelingbeelden	103
<u>Hoofdstuk 3 Semiosis van het stilstaande beeld</u>	<u>113</u>
3.1 De formele kwaliteiten van het beeld	114
3.2 Drie analytische niveaus	119
3.2.1 Het formele niveau	123
3.2.2 Het referentiële niveau	127
3.2.3 Het communicatieve niveau	130
3.3 Analyse van een betekenisvormingsproces	132
Conclusie	135

Deel III Theorie en strategie van het dialogische betekenisvormingsproces

<u>Hoofdstuk 4 De stem en de botsing</u>	<u>137</u>
4.1 De stem in beeld	141
4.2 De botsing met het discours	159
<u>Hoofdstuk 5 Case studies</u>	<u>178</u>
5.1 Gorilla en de recontextualisering van het symbool	179
5.2 EGBG en de transparante code	181
5.3 Stefan Sagmeister en het trans-apparatische beeld	184
<u>Conclusie Als een beeld 'ik' zegt...</u>	<u>188</u>
Epiloog Dialoog en co-auteurschap	194
<u>Bronnen</u>	<u>198</u>
Geraadpleegde Literatuur	198
Adressen van geraadpleegde artikelen op internet	205
Gebruikte afbeeldingen	206
Overige geraadpleegde websites	209
<u>Samenvatting</u>	<u>210</u>
<u>Summary</u>	<u>213</u>
<u>Curriculum vitae</u>	<u>216</u>

{ Inleiding

Introductions always get written last, perhaps years after some of the work they are supposed to 'introduce'. Rereading one's own work, one immediately notices mistakes and gaps, the ideas that seem so obvious now, but which then – god knows why – seemed impossible to grasp. One would like to discard everything, and start afresh or at least look forward, without worrying about making presentable what has long since been left behind.

In short, immediately one starts writing an introduction, one wants to write the exact opposite of an introduction. I have tried to resist this impulse, then to subdue it, then to disguise it. But I might as well admit the feeling that this introduction has rather run away from me. (Moretti 1988: 1)

De crisis van de totalitaire beeldcultuur

Alomtegenwoordigheid van het beeld

Onze hedendaagse westerse beeldcultuur wordt gekarakteriseerd door een stroom aan, met behulp van apparaten geproduceerde en gedistribueerde, beelden. Deze beelden die in het openbare domein, op straat, via televisie en internetkanalen op ons af komen, pretenderen ons het zicht op de werkelijkheid te geven, terwijl zij doordat zij zich tussen ons en de werkelijkheid in plaatsen in feite het zicht op de werkelijkheid ontnemen. Ook daar waar het woord zich tot ons richt in tijdschriften, in kranten of op websites, wordt het geïllustreerd door beelden die ons willen informeren, entertainen of verleiden tot handelen. Het einde van deze stroom is nog niet in zicht. Nieuwe technieken en nieuwe media maken nieuwe communicatiekanalen mogelijk. Rond kerst 2008 zag ik grote schermen verschijnen boven ons op de treinstations om ons nieuws, reclame en plaatselijke informatie te geven. Het is de bedoeling dat we met zijn allen ieder moment van wachten de blik omhoog richten en betekenis verlenen aan de flikkeringen. De meest recente uitgave van het tijdschrift Oase (januari 2009) met als titel *Into the Open*, opende met te stellen dat de hedendaagse publieke ruimte in toenemende mate is geprogrammeerd ten behoeve van consumptie.

Terwijl de publieke ruimte intensiever gebruikt lijkt te worden dan ooit, dient zich de vraag aan of het ontwerp van de publieke ruimte in deze vorm nog steeds verbonden is met het idee van voorzien in 'open' ruimte of ongeprogrammeerde ruimte waar verschillende groepen elkaar ontmoeten. Juist dat was immers het basisidee van de publieke ruimte als de fysieke manifestatie van de 'publieke sfeer' zoals deze door Hannah Arendt en Jürgen Habermas werd gedefinieerd. (Avermaete e.a. 2008: 2)

Sinds het door Walter Benjamin (1892-1940) eind jaren dertig van de vorige eeuw geschreven *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, kennen we het onderscheid tussen het enkelvoudige kunstwerk dat ons uitnodigt tot contemplatie en de veelvoud aan de gereproduceerde beelden die ongevroegd in onze leefwereld zijn geplaatst. In 1972 schreef John Berger in *Anders*

zien dat er in de geschiedenis nog nooit een maatschappijvorm is geweest waarin zo'n immense dichtheid aan visuele boodschappen bestond. De Franse filosoof Jean Baudrillard (1929- 2008) schreef in *Simulacres et Simulation* (1981) over het simulacrum als een web van enkel nog naar elkaar verwijzende beelden dat zich langzaam om ons sluit en de werkelijkheid zelf buitensluit.

De reclametaal

In zijn boek *Pornotopia* uit 2006 onderstreept de ontwerpcriticus Rick Poyner in de lijn van Berger dat deze grote hoeveelheid beelden in het openbaar domein volledig gedomineerd wordt door de taal van de reclame. "The more original and effective an idea is as communication, the more likely it is to be appropriated." (Poyner 2006: 47) Al eerder schreef Baudrillard in 'Absolute advertsing, ground-zero advertising' dat de reclame erin slaagt iedere vorm van communicatie tot reclame te maken.¹ De Nederlands grafisch ontwerper Jan van Toorn schrijft in zijn boek *Design's Delight* uit 2006:

Het visuele taalgebruik van communicatief en ander ontwerpen – oorspronkelijk bedoeld als een emancipatorische kracht – is vervangen door de uitdrukkingvormen van reclame en public relations. Problemen van publieke aard in de media worden meer en meer versluierd door een veelvorming spektakel; het algemeen belang geformuleerd in de taal van de marketing. (Van Toorn 2006:28)

Het format van de reclame, een format dat aandacht en snel effect sorteert, beheerst niet alleen de wereld van de aan te prijzen goederen en diensten; ook het politieke leven is in de ban geraakt van de retorica van het effectieve overtuigen. Politieke partijen roepen op om te stemmen, maar geven weinig inhoudelijke informatie. Antiterrorismecampagnes van de overheid willen ons zo effectief mogelijk leren angst te hebben om daarna uit angst te handelen. Ook de sociale Postbus 51-campagnes zijn er niet op gericht dat mensen zelf hun handelen bepalen door kritisch na te denken, maar willen dat de mensen zich sociaal wenselijk gedragen vanuit een vooraf geprogrammeerd denkkader.

Het programma

De filosoof en mediatheoreticus Vilém Flusser (1920-1991) spreekt ten aanzien van onze beeldcultuur over de macht van het programma waardoor de uitdrukingskracht van mensen gesmoord wordt. Fotocamera's kennen een programma, digitale media werken volgens programma's, en onze omroepen spreken over de wenselijkheid van een strakke programmering. Programma's zijn niet alleen geprogrammeerd, ze programmeren ook. De omroepen programmeren via de programma's het publiek dat op basis van de programma's een vanzelfsprekend reactiepatroon ontwikkelt, en ze programmeren de makers om in het format van het programma te creëren. Wanneer een onderwerp niet past in 'het format' van een programma kan het niet worden gebruikt, hoe belangwekkend de realiteit ook is die belicht zou kunnen worden. "Helaas", schrijft een masterstudent van de Hilversumse media-academie in zijn verslag over zijn stage bij de omroep, "ben ik de rest van het jaar bij programma's terechtgekomen waarbij de format

1 "The form of advertising is one in which all particular contents are annulled at the very moment when they can be transcribed into each other, whereas what is inherent to 'weighty' enunciations, to articulated forms of meaning (or style) is that they cannot be translated into each other (...)" (Baudrillard 1994: 87)

niet geschikt was voor een onderwerp als deze.” Het format richt zich niet naar de publiek te maken werkelijkheid; nee, de werkelijkheid moet in het format passen anders kan zij niet openbaar gemaakt worden. De uitdruktingsbehoefte en het belang van de te tonen werkelijkheid van de programmamaker verdwijnen volkomen naar de achtergrond.

Het ontwerpbureau Lust schetst ons scenario's waarin de ontwerper nog enkel een programma hoeft te ontwerpen, waarna het programma zelfstandig aan het werk gaat. Een in 2008 ontworpen programma om affiches te genereren voor een affichetentoonstelling in De Beyerd in Breda graast het internet af op zoek naar voor het format geschikt materiaal, en produceert tussen de 500 en 600 keer per dag een nieuw affiche. De affiches die door de computer worden geproduceerd tonen, overeenkomstig de conventies van het genre 'affiche', een tekst en een beeld in de formele rangschikking die het genre eigen is. Het deert de toeschouwer niet dat hij geen betekenisvolle relaties kan leggen tussen de tekst en het beeld op het affiche, gewend als hij inmiddels is de beelden gedachteloos te consumeren:

Wij zijn er nu zo aan gewend geraakt dat al die beelden op ons afkomen, dat wij hun volledige inwerking nauwelijks meer opmerken. (...) Het hele stelsel van reclamebeelden aanvaarden wij zoals we het klimaat aanvaarden. (Berger 1972: 130)

De beelden in het openbaar domein hoeven nergens over te gaan zolang zij de toeschouwer maar niet opschrikken. Op dezelfde wijze worden er in nieuws- en actualiteitenrubrieken op de televisie beelden bij teksten geplaatst die geen enkele informatieve waarde hebben. Ze vullen het scherm en functioneren in de flow van de televisie.

Het dialogische van het publieke beeld

Is er te ontkomen aan de macht van het programma in onze beeldcultuur? Is er in het openbaar domein, op de openbare kanalen van de televisie en het internet een andere vorm van communicatie mogelijk? Een vorm waarin wij geen functionarissen van de formats en de programma's zijn, maar waarin om onze deelname gevraagd wordt? Of zijn we verloren, voor altijd vastgeketend? Is er nog protest mogelijk of leidt protest alleen maar tot de aanpassing van de programma's? Deze grote vragen breng ik op twee wijzen terug tot een voor een proefschrift hanteerbare vraagstelling. Ik zal mij methodisch baseren op de analyse van onze beeldcultuur door Vilém Flusser² en ik zal het onderzoeksobject verkleinen door mij binnen de 'beeldcultuur' te beperken tot het door de grafisch ontwerper gemaakte publieke beeld.

² De meeste aspecten van de Flusseriaanse analyse van het beeld en van onze beeldcultuur zijn tegenwoordig gemeengoed en vertonen overeenkomsten met de inzichten van Walter Benjamin, Roland Barthes, Marshall McLuhan, en meer recentelijk Jean Baudrillard en Lev Manovich. Interessant en vernieuwend echter is Flussers benadrukking van het programmatische van het technische beeld en zijn oproep om tot een ander soort beelden te komen: dialogische beelden.

Het publieke beeld

Het publieke beeld is het openbaar toegankelijke stilstaande beeld dat zich verhoudt tot dichtbij politieke, maatschappelijke, economische of culturele onderwerpen. We kennen dit beeld gecombineerd met tekst vooral van de vele affiches in de openbare ruimte.³ Is het voor de ontwerper mogelijk beelden te maken die ontsnappen aan het geschetste doemscenario? Beelden die de werkelijkheid niet buitensluiten, beelden die niet enkel programmeren, beelden die de toeschouwer om deelname vragen? In *Design Delight* geeft Jan van Toorn een inspirerende beschouwing van het vak grafisch ontwerpen in de beeldcultuur van de 21ste eeuw. In een tekst op een transparant inlegvel spreekt hij over een nieuwe benadering van ontwerpen die hij de 'dialogic approach' noemt en waarbinnen een 'polemic nature' en een 'polyphonic visual form' met elkaar verbonden worden. In zijn boek ziet hij mogelijkheden voor de ontwerper zich te keren tegen de reclamecultuur. Hij spreekt daarbij liever over communicatie ontwerpen dan over grafisch ontwerpen. Hij verschuift het accent daarmee van 'het grafische,' dat de reproductiewijze van het ontwerpen bepaalt, naar 'het onderwerp', dat de inhoud die ontworpen moet worden, benadrukt: de communicatie. Hij opteert voor ontwerpen als een subjectief verhalende en verwijzende activiteit, en hij spreekt over ontwerpen die een betekenis genereren in de dialoog tussen werk en kijker:

Kortom, een vorm met een open structuur die de ontvanger qua inhoud en vorm aanknopingspunten biedt voor een onafhankelijke meningsvorming; (Van Toorn 2006: 62)

Deze opvatting van Jan van Toorn is voor het eerst duidelijk geworden in een inmiddels beroemd geworden debat dat hij in 1972 gevoerd heeft met een andere toonaangevende ontwerper, Wim Crouwel. In dit debat, dat als de nulgraad van het debat over de tegenstelling tussen de subjectieve en de objectieve ontwerper beschouwd kan worden, verzet hij zich tegen het programmatisch ontwerpen.⁴ De programmatisch ontwerper Wim Crouwel zou volgens van Toorn tekortschieten omdat hij door zijn vormgebruik meer programmeert dan informeert. Deze ontwerper staat te weinig stil bij zijn verantwoordelijkheid en vraagt zich zijn doel niet meer af. Zijn vormgeving beïnvloedt en conditioneert meer dan dat ze een inhoud ondersteunt. (Huygen & Van de Vrie 2008:20)

Vilém Flusser

De oproep van Van Toorn om binnen het vak ontwerpen te komen tot een niet-programmatische maar dialogische communicatie, is sterk vergelijkbaar met de oproep van Vilém Flusser om tot een betere balans te komen tussen wat hij noemt

3 Deze tekst-beeld verbinding (Barthes 1982) vinden we echter ook terug op boekomslagen, op tijdschriftencovers en homepages van websites. Grafisch ontwerpers laten zich bovendien niet opsluiten in de hen toebedeelde genres en media en zoeken nieuwe genres, media en vormen om de openbare visuele communicatie gestalte te geven. Mede door de mogelijkheden van de digitalisering die nieuwe productietechnieken creëerde en waardoor andere vormen van communicatie gerealiseerd konden worden, is grafisch ontwerpen een vak in ontwikkeling. Toch is de beeldend communicatieve kwaliteit van de producten het centrum waar mediumstrategie, transdisciplinaire en sociale activiteiten zich omheen vouwen. Het hart van het vak is beeldcommunicatie.

4 Zie voor een weergave van dit debat Crouwel en Van Toorn (2008) en voor een reflectie op dit debat Huygen en Boekraad (1997) en Winkel (2005).

een discursieve⁵ en een dialogische communicatie. Bij Flusser komt de oproep voort uit zijn grondige analyse van het ontstaan van de totalitaire massacultuur waarin we nu leven. In een groot aantal publicaties waaronder *Kommunikologie* (1998), *The Shape of Things, a Philosophy of Design* (1999), *Medienkultur* (2005) en *Een filosofie van de fotografie* (2007)⁶ schetst Flusser hoe onze discursieve beeldcultuur verbonden is met de eigenschappen van het magische, technische 'door apparaten voortgebrachte' beeld. Flussers uitgangspunt is de ervaring van de mens die enkel via communicatie verbonden is met de ander, met de wereld en met zijn geschiedenis. Doordat de mens kan communiceren kan hij niet alleen uit zijn eenzaamheid ontsnappen, maar is hij ook in staat betekenis te verlenen aan zijn bestaan. Wanneer Flusser oproept tot een betere balans tussen een discursieve en een dialogische communicatie doet hij dat ten behoeve van de menselijke verbondenheid:

Tatsächlich läßt sich behaupten, dass die Kommunikation ihre Absicht, die Einsamkeit zu überwinden und dem Leben Bedeutung zu verleihen, nur dann erreichen kann, wenn sich Diskurs und Dialog das Gleichgewicht halten. Wenn, wie heute, der Diskurs vorherrscht, fühlen sich die Menschen trotz ständiger Verbindung mit den so genannten <<Informationsquellen>> einsam. Und wenn, wie vor der Kommunikationsrevolution, der dörfliche Dialog gegenüber dem Diskurs vorherrscht, fühlen den Menschen sich trotz Dialog einsam, weil von <<der Geschichte abgeschnitten>>. (Flusser 1998: 18)

Communicatie staat aan de basis van ons menselijk bestaan en bepaalt hoe wij onszelf als sociaal wezen ervaren. Wanneer de discursieve communicatie overheerst, voelen we ons ondanks onze verbondenheid met de geschiedenis eenzaam omdat we van de ander afgesneden zijn. Wanneer echter de dialogische communicatie zou overheersen, zouden we ons ook eenzaam voelen omdat we ons niet meer verbonden voelen met een gedeelde geschiedenis. Dit belang van het delen van een gemeenschappelijke geschiedenis was in 2008 prachtig zichtbaar in de Verenigde Staten, waar een grote euforie heerste over presidentskandidaat Barack Obama die een volk weet te verenigen door een gezamenlijk geschiedenis te verwoorden in plaats van een gedeelde angst.

Vraagstelling

Een sociale en democratische samenleving stelt andere eisen aan communicatie dan een totalitaire samenleving. Zij heeft behoefte aan voldoende dialoog opdat in de dialoog de burger de [discursieve](#) communicatie kan bediscussiëren. Een samenleving die steeds nadrukkelijker en overheersender communiceert via beeld, heeft niet alleen behoefte aan een kritische analyse van de wijze waarop dat gebeurt, maar ook aan het zichtbaar maken van de mogelijkheden die er zijn om via beeld de autonome denkkraft van de burgers te activeren in die openbare ruimte die ooit bedoeld was als publiek domein. In dit proefschrift zal ik duidelijk maken op welke wijze het tot programmeren voorbestemde technische beeld een kritische

5 Flusser spreekt over discursieve en dialogische communicatie. Het woord discursief kan tot verwarring leiden omdat het meestal wordt gebruikt in de betekenis van redenerend. Het discursieve van Flusser is een discursiviteit die gekenmerkt wordt door het feit dat er een statisch verhaal wordt gemaakt dat voor iedereen het zelfde is, en dat als dusdanig niet moet veranderen. Het Flusseriaanse begrip discursief kan echter wel in verband gebracht worden met het discours als het cultureel geaccepteerde vertoog van een bepaald moment rondom een bepaald onderwerp.

6 Ik heb de na zijn dood naar het Duits en Engels vertaalde uitgaven gebruikt. Tijdens mijn onderzoek in 2007 kwam de Nederlandse vertaling van *Eine Kleine Philosophie der Photographie* uit 1983 uit.

dialogische functie kan vervullen zodat openbare ruimte weer publiek domein kan worden.

Welke mogelijkheden heeft het grafisch ontwerpen, als het artistiek ontwerpen van het publieke beeld in de openbare ruimte om tot een beeldcommunicatie te komen waarin beelden aanzetten tot dialogische betekenisvormingsprocessen?

In deel I van dit proefschrift vindt een analyse plaats van onze beeldcultuur vanuit het perspectief van Vilém Flusser. De vraagstelling is geworteld in diens onderscheid tussen een discursieve en een dialogische communicatiestructuur en de rol van het beeld in de discursieve communicatie. In deel II presenteer ik het theoretisch conceptuele kader van waaruit het door het beeld in gang gezette betekenisvormingsproces geanalyseerd kan worden. In deel III tenslotte ligt de nadruk op het dialogische en onderzoek ik de mogelijkheid van de dialogische beeldcommunicatie van het publieke beeld in de openbare ruimte.

De theoretische methode die gebruikt wordt, is de semiotische. Om te begrijpen waarom de semiotiek de juiste methode is voor een proefschrift over grafisch ontwerpen als dialogische praktijk, is het nodig eerst dieper in te gaan op de wijze waarop de discipline grafisch ontwerpen zichzelf als praktijk van het conceptuele beeld definieert.

Grafisch ontwerpen als communicatieve praktijk van het conceptuele beeld

Het onderzoeksobject van dit proefschrift is het publieke beeld tegen de achtergrond van de analyse van onze beeldcultuur. Ik situeer het publieke beeld nadrukkelijk binnen de discipline grafisch ontwerpen die de praktijk van het grafisch ontwerpen definieert. Het publieke beeld is een ontworpen beeld. De door het beeld in gang gezette communicatie is ontworpen communicatie met een communicatief doel. Deze praktijk is verbonden met de ontstaansgeschiedenis van het vak. Grafisch ontwerpen heeft zijn wortels in de boekdrukkunst die de vermenigvuldiging van het woord ten behoeve van zijn distributie naar het publiek mogelijk maakte. Grafisch ontwerpen ontstond dus vanaf het moment dat door de reproductietechnieken een grotere verspreiding van informatie mogelijk was. De mechanische reproductie van de tekst ging vooraf aan de reproductie van het beeld, maar in beide gevallen was grafisch ontwerpen de praktijk van het vormgeven van informatie ten behoeve van een publiek.⁷ Daarom ontleen Broos en Hefting in hun in 1993 uitgekomen boek *Een eeuw grafisch ontwerpen in Nederland* hun motto aan een uitspraak van de kunstenaar Willem Sandberg die over grafisch ontwerpen zegt dat het de communicatie is van één naar allen.

Communicatieve functies

In de ontwerppraktijk neemt van oudsher de ontwerper traditioneel een bemiddelende rol in tussen de partij die iets te communiceren heeft en het publiek. De ontwerper wordt daarom ook wel voorgesteld als de bemiddelaar tussen opdrachtgever en publiek en als een vertaler van inhouden waarbij de visuele benadering zijn specialiteit is en de effectieve communicatie zijn doelstelling. Of zoals Hugues Boekraad het formuleert: de grafisch ontwerper “visualiseert de informatie met het oog op optimale sturing”. (Huygen en Boekraad 1997: 185) Want ook al bestaat het publiek uit verschillende individuen die allen een eigen wijze van kijken hebben, het is de taak van de ontwerper het beeld een zekere sturing mee te geven om zoveel mogelijk de richting van het betekenisproces te beïnvloeden. Deze sturing hangt samen met de door de opdrachtgever gewenste efficiëntie van de ontworpen communicatie.

The need for communicative efficiency is a response to the main reason for the existence of any piece of graphic design: someone has something to communicate to someone else. (Frascara in Bennett e.a 2006: 29)

Grafisch ontwerpen is de discipline die boodschappen construeert die in het publieke domein hun communicatieve functie vervullen. Malcolm Barnard onderscheidt in zijn in 2005 uitgekomen boek *Graphic design as communication* vier functies van grafisch ontwerpen: een informatieve, een persuasieve, een decoratieve en een vierde functie die hij ‘magisch’ noemt. Deze functies zijn in principe in alle grafische ontwerpbeelden aanwijsbaar, al verschilt de mate waarin. Ieder beeld in de openbare ruimte informeert over zijn onderwerp. Ieder beeld kan beoordeeld worden op zijn formele kwaliteiten. En ieder beeld is een persuasief beeld omdat het tracht te overtuigen. Het zet aan tot het onthouden van een product of organisatienaam, het kopen van, bezoeken van, stemmen op, kijken naar of aanmelden bij. De magische functie wordt door Barnard de minst voor de hand liggende functie genoemd. Hij omschrijft deze functie in navolging van Jacques Aumont (Barnard 1997:55) als toegang biedend tot de wereld van het heilige, en in navolging van Tibor Kalman als ‘making something different from what it truly is’. (Kalman in Barnard 1997: 16). Visuele communicatie is magische communicatie omdat ze iets aanwezig kan stellen dat afwezig is. Barnard beschrijft in deze functie ook de (semiotische) functie die ten grondslag ligt aan de andere functies, en aan communicatie in het algemeen: iets dat afwezig is aanwezig stellen (volgens Aumont) op een bepaalde wijze (aldus Kalman). De andere functies vloeien hieruit voort. Via de wijze van aanwezig stellen, informeert het beeld over zijn aanwezig gestelde onderwerp, zet het de kijker ergens toe aan en kan het een esthetische ervaring bieden.

Het is de vraag of deze (discursieve) communicatieve structuur nog steeds de praktijk van de grafisch ontwerper definieert en of het ontwerpen onder invloed van de mogelijkheden van digitalisering van de ontwerpmethoden en een steeds globaler wordende doelgroep geen praktijken aan het ontwikkelen is die veel minder sturend in dienst van een opdrachtgever zijn, en die steeds kleinere doelgroepen gaan benaderen. Ik zal in dit proefschrift enkel de verschuiving van een conceptuele naar een dialogische communicatie onderzoeken en zichtbaar maken. Ik besteed geen aandacht aan door ontwerpers ontworpen dialogische processen tussen leden van de doelgroep. De aanwezigheid van het conceptuele beeld in het publieke domein welke een communicatie is van een naar allen staat centraal.

Het conceptuele beeld

Grafisch ontwerpen kent als verbeeldende activiteit een speciale aandacht voor de verbinding van het woord met het beeld. Hiermee bedoel ik niet enkel dat het beelden maakt waarin woorden verwerkt zijn, maar ook dat het als activiteit vertrekt vanuit het woord en zich beweegt naar het beeld. Dit gebeurt op drie te onderscheiden maar niet van elkaar te scheiden manieren. Of anders gezegd, in de activiteit van het ontwerpen komen de volgende drie activiteiten samen: typografie, informatie en beeldconcept.

Binnen de typografie staat de visuele kant van de tekst centraal: de uiterlijke vorm waarin woorden, zinnen, paragrafen en hoofdstukken zich aan het oog voordoen. Het woord 'typografie' komt van de samenstelling 'typos' en 'graphein'. Griekse woorden die 'slag' of 'letterafdruk' (typos) en 'schrijven' (graphein) betekenen. Typograferen is gericht op de letterafdruk van het schrijven. Waar lezers door de transparant geworden visuele materialiteit van de woorden heen kijken en enkel de inhoud lezen – dus lezen waar de woorden naar verwijzen – daar richt de (formele) typografie zich juist op deze materiële en visuele kwaliteit van de tekst die deze doorgang vergemakkelijkt. De typografie is de ontwerpactiviteit die zich richt op lezen als waarneming en op de activiteit van de visuele ordening.

Grafisch ontwerpen kan ook een geheel andere relatie tot het woord hebben. Het kan de tekstuele informatie uit de tekst in beeld vertalen. Uitgangspunt van het ontwerpen is nog steeds het lezen als waarnemingsactiviteit: de leesbaarheid. Nu echter staat de effectieve opname van de informatie centraal. Daarom laat de informatieontwerper ook de tekst, de lineaire drager van de informatie, de woorden en zinnen als drager los ten gunste van de mogelijkheden van de ruimtelijke relaties. Daarnaast wordt het beeld als symbolisch en iconisch teken een nieuwe informatiedrager naast het woord. Omdat de informatieve functionaliteit in het informatieontwerpen centraal staat, worden de uitdrukkingswijzen die de ontwerper tot zijn beschikking heeft, beoordeeld op hun effectiviteit.⁸

In de derde activiteit, conceptueel ontwerpen, doen grafisch ontwerpers via het beeld een uitspraak over de informatie die in de tekst gegeven wordt. Dit herkent de toeschouwer aan een bepaalde combinatie van tekst en beeld. Het affiche is hier het duidelijkste voorbeeld van. De tekst geeft het onderwerp, het beeld doet een uitspraak over dit onderwerp. De tekst geeft bijvoorbeeld aan dat het affiche het Holland Festival betreft. Het beeld doet een uitspraak over het Holland Festival. De Franse structuralistische semioticus Roland Barthes (1915-1980) spreekt in 'De retorica van het beeld' uit 1964 over drie wijzen waarop tekst en beeld gecombineerd kunnen worden: illustratie, verankering en verbinding. In de illustratieve relatie verbeeldt het beeld wat de tekst vermeldt. Gaat de tekst over een bad met een plastic eendje, dan laat het beeld beide zien. In de verankerende relatie vermeldt de tekst wat in het beeld te zien is. Zien we een krantenfoto van Obama, dan vermeldt de tekst dat we naar Obama kijken tijdens zijn speech in Illinois, of elders. Wanneer tekst en beeld verbonden worden en het beeld een uitspraak doet, spreken we van het conceptuele, grafische ontwerpbeeld. Dit conceptuele grafisch ontwerpbeeld staat centraal in mijn onderzoek naar het publieke beeld. Ik zal laten zien welke relatie dit beeld heeft met het technische, conceptuele beeld van Vilém Flusser, en ik zal laten zien hoe juist binnen een academische

8 Voor een structuralistische verhandeling over de infografische arbeid verwijs ik naar het artikel "Le Graphique" van Jacques Bertin, verschenen in *Communications* 15.

context een verschuiving plaats heeft kunnen vinden van conceptueel ontwerpen naar dialogisch ontwerpen.

Het betekenisvormingsproces van het conceptuele beeld

Via het conceptuele beeld zet het ontwerpen op visuele wijze een betekenisvormingsproces in gang bij een kijker. In feite ontwerpt een ontwerper geen beeld maar een betekenisvormingsproces bij de kijker. Ontwerpen is strategische communicatie. Er wordt de laatste tijd steeds vaker op deze wijze naar het vakgebied gekeken, zoals we in onze beeldcultuur sowieso langzaam steeds kritischer het betekenisvormingsproces bestuderen waartoe beelden aanleiding geven. In het onderwijs krijgt het beeld als communicatiemiddel steeds meer aandacht.⁹

Dit is alleen al logisch omdat jongeren dankzij internet steeds meer communiceren via beelden. Ze zijn visueel geletterd. Ze leren de software gebruiken en ze maken gebruik van internettoepassingen. Hierdoor ontwikkelen ze een nieuwe beeldcompetentie, die aansluit bij de eisen die aan hen worden gesteld. Naast deze competentie tot beelden maken dient een competentie tot kritische reflectie op de eigen praktijk ontwikkeld te worden. Deze ontbreekt veelal. Wat mist is een analytische benadering om de beeldstrategie te onderzoeken. Deze ontbreekt niet enkel binnen het onderwijs, maar ook binnen de maatschappij in zijn totaliteit. Wanneer beelden controverses veroorzaken, wordt er in de media soms voorzichtig geprobeerd om voorafgaand aan de esthetische en de ethische kwestie het betekenis-effect van het beeld weer te geven met verwijzing naar het beeld zelf. Beelden zijn niet alleen maar mooi of lelijk, aanvaardbaar of niet aanvaardbaar, maar ze bevatten ook communicatieve strategieën die bestudeerd kunnen worden. Dit geldt voor een conceptueel beeld in het bijzonder omdat het het resultaat is van een communicatieve intentie. Het beoogt een proces te veroorzaken.

Een voorbeeld van een betekenisvormingsproces

Het door laboratorium intworpen affiche de omslag van het programmaboekje voor het Holland Festival 2001 tonen het lichaam van een zeer oude vrouw met het hoofd van een jonge vrouw erop. Dit affiche riep in mijn omgeving veel verwarring, gêne en boosheid op. Waarschijnlijk een effect dat de commercieel denkende PR-machine achter het festival wel voorzien had. Weinigen zijn echter in staat onder woorden te brengen waarom het beeld zulke heftige reacties oproep.^(afb. 1) Een analyse van het betekenisvormingsproces waartoe het affiche aanzet, kan meer helderheid brengen. Waar komt de geschokte reactie op het affiche vandaan? Hoe wordt dit veroorzaakt?



Afbeelding 1 >
Beeldbijlage pagina 1

9 Terwijl we op school wel tekstverklaren krijgen, wordt ons echter nog steeds nergens geleerd de retorica van het beeld te onderkennen en benoemen. Om van het publiek een kritisch publiek te maken zou het helpen in het onderwijs instrumenten aan te reiken waarmee de kijker in staat gesteld wordt het effect van de beelden die hem omringen onder woorden te brengen en te herleiden tot een aantal aspecten van dat beeld. Interessant in dit opzicht is de term “visual literacy” geciteerd door Max Bruinsma in zijn artikel ‘a primer with links missing’ verschenen in Eyecontents no.27 vol.7 Te vinden op <http://www.xs4all.nl/~maxb/eye27-literacy.htm> spring 1998. In dit artikel recenseert hij het boek Design Literacy, Understanding Graphic Design van Stephen Heller.

Welke gemaakte keuzes zijn daar verantwoordelijk voor? De analyse van het affiche, als eindpunt van een vormgevingstraject als startpunt van een betekenisvormingsproces, kan duidelijk maken welke betekenisgevende (sturende) elementen in het affiche aanwezig zijn die tot deze heftige reacties kunnen leiden. Omdat hét betekenisgevingproces niet bestaat, geef ik hier mijn betekenisgevingproces. Aangezien ik vanuit een culturele achtergrond reageer die ik grotendeels gemeen heb met anderen, kan verondersteld worden dat mijn betekenisgevingproces grote overeenkomsten vertoont met het proces van anderen.¹⁰ En juist omdat dit proces onderbouwd wordt, is het toetsbaar.

De dominante reactie is er een van verwarring. Deze wordt in de eerste plaats veroorzaakt door de discrepantie tussen hoofd en lichaam: het hoofd is van een ‘mooie’ jonge vrouw, terwijl het lichaam van een oude vrouw is. Omdat het fotografische van het beeld mij het verwarrende gevoel geeft dat wat ik zie, een echt bestaande vrouw is (want dat doet fotografie en dat is haar indexicale, de werkelijkheid aanwezig stellende, kracht), weet ik dat een dergelijke combinatie niet bestaat: een dusdanige mens kan niet bestaan. Er treedt geen enkel gevoel van herkenning op. Toch wordt er aan het beeld vanwege zijn fotografische aard een echtheid gesuggereerd waarmee er een ‘werkelijk’ bestaan buiten het beeld wordt opgeroepen. Deze indexicale verwarring wordt echter deels ongedaan gemaakt door zowel de schilderachtige madonna-achtige pose van de vrouw, als de wijze waarop het beeld is gekaderd. Beide ontwerpkeuzes verwijzen eerder naar de schilderkunst dan naar de fotografie.¹¹

De reactie van verwarring vindt ook haar oorzaak in de houding van het oude lichaam. Het is namelijk niet de houding die ik associeer bij een oud lichaam dat zich naakt toont, maar bij een jong meisje dat haar verleidelijke lichaam beschermt tegen wellustige blikken. De houding van het lichaam past dus wel bij het gezicht maar niet bij het lichaam zelf. Dit veroorzaakt een gêne, die voortkomt uit mijn bewustzijn dat deze naakte oude vrouw weerloos getoond wordt. Haar blik, de blik waarmee zij de blik van de kijker had kunnen beantwoorden, is haar ontnomen. Ze heeft immers geen hoofd en dus geen ogen. De ogen van het jonge meisje kunnen deze plaats niet innemen, daarvoor zijn we ons er te goed van bewust dat we het verkeerde hoofd op het lichaam aanschouwen. Bovendien hoort deze blik, almede de houding van lichaam en hoofd bij het ‘jonge lichaam’. De verwarrende (kunsthistorische) pose van het lichaam, het hoofd en de blik versterken de gêne die het weerloze lichaam oproept. De houding is lachwekkend bij een lichaam dat niet beschermd hoeft te worden tegen wulpse blikken, maar dat juist beschermd moet worden tegen de blik van afkeer. Deze afkeer wordt opgeroepen omdat het uitgezakte oude lichaam niet alleen onze hang naar het mooie lichaam tart, maar ons ook ons voorland toont; onze sterfelijkheid en onze dood. En is daarbij een lichaam zonder hoofd niet al een dood lichaam?

10 Stuart Hall zou spreken van ‘preferred reading’ omdat ik mij situeer binnen de ‘dominant cultural order’. De uitkomst van het “encodings”proces zijn dan ook de “dominant or preferred meanings”. (Hall 1993: 513)

11 Dat de analogie tussen het technische beeld en de schilderkunst niet toevallig is, wordt duidelijk gemaakt in tekst 7 uit *Anders Zien* van John Berger: “Het is een vergissing te denken dat de reclame de beeldende kunst van het Europa van na de renaissance zou hebben verdrongen; het is de laatste zieltogende vorm van die kunst”. (Berger 1972: 139) “Reclamebeelden maken vaak gebruik van beeldhouwwerken of schilderijen om hun eigen boodschap gezag of allure te geven”. (Berger 1972: 135)

Betekenis en cultuur

Deze analyse maakt duidelijk waarom het affiche ons niet alleen in verwarring brengt, maar ook boos weet te maken. In de West-Europese cultuur zijn ouderdom, verval en dood onzichtbaar gemaakt en verdrongen. Hier worden we geconfronteerd met een beeld waarin een oud lichaam schaamteloos tentoongesteld wordt zonder dat het de waardigheid verkregen heeft waarmee het zich zou kunnen wapenen tegen de voyeuristische blik. Wat het betekenisvormingsproces nog complexer maakt is het feit dat we hier te maken hebben met het tonen van een vrouwelijk lichaam. Vrouwen zijn traditioneel degenen die bekeken worden, die hun schoonheid tonen. De houding van het model is dan ook een traditioneel schilderkundige pose waarin de vrouw zich toont om geschilderd te worden. In *Anders zien* laat John Berger ons zien hoe binnen de traditie van de beeldende kunst de vrouw aan de mannelijke toeschouwer getoond wordt. Wij kennen in onze cultuur zowel deze vanzelfsprekende relatie van de bekeken vrouw en de mannelijke blik, als het kritische commentaar erop. Dit is van invloed op de wijze waarop ik het beeld bekijk.

Van belang zijn nu niet de kwalificaties ‘mooi’ of ‘moreel juist’, het gaat om de reconstructie, om het onder woorden brengen van het betekenisvormingsproces waartoe een bepaald beeld aanzet. Dit betekenisvormingsproces vindt plaats op basis van een affiche waarin een beeld een uitspraak doet over het Holland Festival. De volgende vraag is welke uitspraak het beeld hiermee, naast alle betekenissen over vrouwelijkheid, ouderdom, schoonheid en sterfelijkheid, doet over het festival. Een affiche is tenslotte bedoeld als een uitspraak over het onderwerp waar zij een affiche voor is. De referenties waar het beeld toe oproept, worden dus overgedragen op het onderwerp van het affiche. Het affiche is in zijn communicatie bepaald niet eenduidig te noemen. Het roept verschillende mogelijke betekenissen op. Staat in het Holland Festival dus de relatie tussen het oude en het jonge lichaam centraal? Heeft de kunst een oud vrouwenlichaam met een jong meisjesgezicht? Of gaat het Holland Festival dit jaar over onze angst voor de dood en over de wijze waarop het beeld van het jonge lichaam het beeld van sterfelijkheid heeft verdrongen? Is beeldvorming dus het onderwerp? Of verwijst dit affiche helemaal niet naar een thema, maar gaat het Holland Festival over shockeren, generen en in verwarring brengen?

Een analyse van een betekenisvormingsproces is niet een zoektocht naar de juiste betekenis van een beeld. Wat enkel mogelijk is, is op zo overtuigend mogelijke wijze aangeven wat het krachtenveld is dat in de hedendaagse, maatschappelijke context van een beeld uitgaat. Object van onderzoek is het betekenisvormingsproces. Onderzocht zal worden wanneer het door het conceptuele beeld van de grafisch ontwerper in gang gezette betekenisvormingsproces dialogisch genoemd kan worden.

Geschiedenis van de semiotiek binnen grafisch ontwerpen

Voor het onderzoek naar de mogelijkheden van het publieke beeld om tot dialogische betekenisvormingsprocessen aan te zetten, maak ik gebruik van analytische concepten uit de semiotiek. De semiotiek is immers de discipline die de overdracht van de boodschap in het betekenisvormingsproces, de semiosis, bestudeert. In

deel II vindt een uitgebreide introductie op de semiotiek plaats vanuit het perspectief van de analyse van het stilstaande beeld. In deze introductie bespreek ik de drie meest bekende stromingen binnen de semiotiek: de structuralistische, de Peirceaanse en de sociale semiotiek. Vervolgens neem ik positie in ten aanzien van die stromingen. Aan de hand van de analyse van twee gijzelaarvideo's (video's waarin de gijzelnemer zijn eisen kenbaar maakt) illustreer ik hoe de stromingen zich richten op verschillende complementaire aspecten van het betekenisvormingsproces. Vervolgens presenteer ik een eigen analysemodel voor het betekenisvormingsproces van het stilstaande beeld in het algemeen en van het publieke beeld van de ontwerper in het bijzonder. Ook los van de argumentatie in dit proefschrift ten aanzien van het dialogische betekenisvormingsproces hoop ik dat dit model waarde heeft voor het onderwijs in grafisch ontwerpen. Omdat het stilstaande beeld centraal staat, verwacht ik dat het analysemodel ieder onderwijs kan ondersteunen waarin de communicatie van het stilstaande beeld centraal staat. Het model is in de afgelopen tien jaar door mijn studenten grafisch ontwerpen gebruikt. Dankzij hun kritische observaties en vragen heb ik het model steeds scherper kunnen positioneren en verfijnen als educatief instrument.

Ulm, jaren zestig en zeventig

Ik ben zeker niet de eerste die probeert de semiotiek een functie te geven in grafisch ontwerpen als praktijk en discipline. In de Hochschule für Gestaltung in Ulm is in de jaren zestig en zeventig van de 20 ste eeuw gezocht naar een theoretische onderbouwing van het ontwerpen in de semiotiek. Aan Thomas Maldonado danken we de eerste teksten over semiotiek en (grafisch) ontwerpen.

All the disciplines which examine communication through the medium of signs and sign-signals will necessarily lead to semiotics. (Maldonado 1959: 69)

schrijft Maldonado in het artikel 'Communication and Semiotics'. Zijn op het werk van C.S.Peirce en van C. M.Morris (1901-1979) gebaseerde teksten zijn verschenen in het Bulletin van de ontwerpschool van Ulm.

Parijs, jaren zeventig

In Parijs zien we ongeveer gelijktijdig een interesse voor de waarde van de structuralistische semiotiek voor het grafisch ontwerp en de reclame. Bekend is de analyse van de Panzani-reclame door Roland Barthes uit 1964 in het reeds genoemde artikel 'De retorica van het beeld'. In zijn analyse maakt Barthes duidelijk hoe teksten en beeld samenwerken om betekenissen als 'Italiaansheid' en 'versheid' te communiceren. Ook mensen als Jacques Bertin, Georges Péninou, Christian Metz en Jacques Durand hebben in het tijdschrift *Communications* in 1970 een waardevolle bijdrage geleverd aan de toepassing van de structuralistische semiotiek op het stilstaande publicitaire beeld.

In Nederland bestaat rond die tijd nog geen interesse voor de semiotiek. Ik heb eenmaal in een artikel van de ontwerpcriticus Simon Mari Pruys (1971:88) het woord 'semiologie' aangetroffen. Het semiologische is volgens hem 'de semantiek, dus de betekenis van de overgebrachte boodschap'. Pruys verwijst daarbij naar C. Morris' boek *Signs, Language and Behavior* uit 1955. Dit is hetzelfde boek dat ook in Ulm de grootste invloed heeft gehad op het onderzoek naar de semiotiek als een interdisciplinaire methode om 'taal' te beschrijven.

Engeland en VS, jaren tachtig

In Engeland en de Verenigde Staten is er vanaf de jaren tachtig met name vanuit het informatieontwerpen en het interfaceontwerp interesse voor de semiotiek. De makers stellen zich de vraag naar de waarde van de semiotiek voor grafisch ontwerpen als vorm van communicatie. In het Ulm Bulletin konden we in de jaren zeventig lezen hoe semiotiek een belofte in zich draagt van een wetenschap die een interdisciplinaire grondslag kan zijn voor alle disciplines die zich met taal bezighouden. In 1986 vraagt Robin Kinross echter aan de semiotiek waarom zij haar belofte niet waar heeft kunnen maken.

It has had a ghostly presence, as a possibility or promise, but never quite pinned down; its identity and its place within design have remained uncertain. (Kinross 1986:190).

De aantrekkingskracht van de semiotiek vanwege haar interesse in de betekenis van objecten en beelden is voor hem duidelijk. Kinross snapt bovendien dat communicatie meer is dan het ontvangen van de boodschap:

Understanding is more than just reception of messages, but entails a construction of meaning and that this meaning is subject to influence from a very large set of factors. (Kinross 1986:192)

Ook Kinross benadert hier betekenisvorming als een proces. Hij vindt echter de semiotiek te veel verbonden met het woord en een te academische discipline die te ver af staat van de praktijk van de ontwerper ("so embedded in the material world"). De semiotiek biedt volgens hem weliswaar interessante inzichten maar ze is geen toepasbare theorie voor ontwerpen.

Ik hoop met dit proefschrift een model te bieden dat de sturing van het beeld in de constructie van betekenis zichtbaar maakt, waardoor de semiotiek wel zinvol en toepasbaar is voor ontwerpers. Van belang daarbij is de relatie tussen de semioticus en de ontwerper. Erik de Kuyper spreekt in een in 1988 gehouden lezing over de relatie tussen de semioticus en de ambachtsman. Hij zegt dat zij elkaar ontmoeten in een mentaliteit, in het oog voor detail, niet in vaardigheid. Ze hebben dezelfde aandacht voor het tot stand komen van de dingen.

De een doet het om een kunstwerk te produceren, de ander om het wonder dat dingen op elkaar werken beter te begrijpen. Daarom ook zeggen de vakman en de maker tegen de semioticus: dat wist ik al. (De Kuyper 1988¹²)

Rhode Island, 1990 - heden

De semiotiek maakt met andere woorden transparant en bespreekbaar wat de vakman intuïtief al weet. Dit sluit aan bij de wijze waarop op vandaag de dag in de opleiding van Rhode Island gebruik wordt gemaakt van de semiotiek in het ontwerp-proces. Professor Mihai Nadin, behorende bij de Rhode Islandse benadering van semiotiek en grafisch ontwerpen, spreekt over ontwerpen als 'applied semiotics'.

12 Dit citaat komt uit de publicatie *Van mysterie naar mediamachine*. In dit boek worden geen paginanummers vermeld.

For designers to apply semiotics does not mean to design with a treatise of semiotics on the drawing board or under the computer keyboard, but to consider the semiotic implications of whatever they design. (Nadin 1990¹³)

In het artikel 'Design and Semiotics' laat hij zien hoe het ontwerpproces transparant gemaakt kan worden met behulp van het semiotisch instrumentarium. Net als in Ulm staat de Peirceaanse benadering daarbij centraal.

Ontwerpen als discipline

De laatste tien jaar heeft zich een belangrijke verschuiving voltrokken in het theoretiseren van grafisch ontwerpen. Waar ontwerpen zich eerst binnen het discours van de kunstwetenschappen bevond, daar is het nu algemeen aanvaard dat grafisch ontwerpen in eerste instantie een communicatieve praktijk is waarin de toeschouwer een centrale plaats inneemt. Meer en meer worden daarom concepten uit de communicatiewetenschappen, de retorica en de semiotiek gebruikt om grafisch ontwerpen als discipline te situeren en te beschrijven. Begin 21ste eeuw zien we bovendien dat dankzij een interesse voor het onderzoeksproces binnen grafisch ontwerpen, de meer wetenschappelijke methodes de intuïtieve beslissingen gaan onderbouwen. Zoals Bennet stelt:

It is in our contemporary society that a need to understand the audience becomes a major concern for the designer. This need to consider the audience and include them in the design process, particularly in regard to the design of interactive media, may be what motivated graphic design practitioners to adopt research methods instead of relying solely on their intuition. (Bennett 2006:17)

Voor ontwerpen als discipline is het van belang instrumenten te ontwikkelen waarmee het intuïtieve handelen wordt onderbouwd. Instrumenten die de ontwerper kan gebruiken om beter inzicht te krijgen in het effect van de communicatie op de toeschouwer. Kortom, instrumenten die zich richten op het betekenisvormingsproces. De semiotiek leert de ontwerper vanuit een wetenschappelijke basis de ander bij de communicatie te betrekken. Semiotiek leert dat de betekenis van mijn handelen in de ander geactualiseerd wordt. De semiotiek kan de ontwerper leren de ander te incorporeren binnen het scheppingsproces door hem of haar de blik van de aanschouwer te geven en vervolgens vanuit een metapositie op deze blik te reflecteren. In die zin rekent de semiotiek af met het romantische kunstenaarsideaal dat het kunstwerk in zijn schepper verankert. De semiotiek geeft analytische concepten die zichtbaar maken hoe het beeld verankerd is in een culturele context van andere beelden.

Bovendien kan de semiotiek het spreken van de ontwerper over zijn werk bevragen en hierdoor in beweging brengen. Het belang dat de semiotiek bovendien hecht aan de terugkoppeling van betekenis naar het zichtbare kunstwerk maakt het mogelijk waardeoordelen te herleiden tot de zaak waarop zij betrekking hebben door simpele vragen als "Wat maakt dat je dit zegt?" en "Waartoe is je oordeel te herleiden?". De semiotiek leert zorgvuldig te zijn. Zorgvuldig in het kijken en zorgvuldig in het oordelen. Dit is van groot belang binnen het kunstonderwijs

13 Het citaat komt van een website waar dit artikel op geplaatst is. http://www.code.uni-wuppertal.de/uk/computational_design/who/nadin/publications/articles_in_books/Design_and_Semiotics.htm. Voor het laatst bezocht op 6 februari 2008.

en de ontwerppraktijk waar een cultuur heerst van snelle (intuïtieve) oordelen. Men positioneert zichzelf veelal via de waardeoordelen ‘goed’ en ‘slecht’, ‘mooi’ en ‘lelijk’. Vooral ontwerpers die in opdracht en onder tijdsdruk werken, moeten snel keuzes maken (dit wel en dit niet). Toch is het daarbij voor de ontwikkeling van iedere ontwerper van belang dat het oordeel ook af en toe opgeschort wordt, zodat er ruimte ontstaat om te kijken “hoe het werkt”, “hoe het komt dat...”. Pas dan is een kritische beschouwing van de positie die de ontwerper inneemt in het ontwerpen en in onze beeldcultuur mogelijk. De semiotiek, met andere woorden, geeft de ontwerper een analytisch begrippenstelsel waarmee het beeld en zijn effecten benoemd kunnen worden

De semiotiek als methode voor de theorievorming van het dialogische beeld

Ik zal meer doen dan een instrument geven ten behoeve van de kritische evaluatie van beelden binnen de ontwerpdiscipline en onze beeldcultuur. In deel III gebruik ik de semiotiek om een belangrijke ontwikkeling in de visuele communicatie te articuleren waarmee de Flusseriaanse balans hersteld kan worden: de dialogische beeldcommunicatie. De concepten van de semiotiek alsmede het ontwikkelde analysemodel zet ik in bij het onderzoek naar de twee belangrijkste voorwaarden voor een dialogische beeldcommunicatie: de verankering van het beeld in een bron c.q. de auteur en de heldere maar tot discussie oproepende relatie van het beeld ten aanzien van de context c.q. de openbare ruimte. De Russische literatuurtheoreticus Mikhail Bakhtin (1895-1975), die al in de jaren dertig van de vorige eeuw een sociaalsemiotische kritiek gaf op het structuralisme, heeft een heldere opvatting over het dialogische in de taal. Hij spreekt zowel over het belang van het dialogische om de stem van de spreker te horen in de woorden, als over het belang van botsende stemmen. Op basis van de uitwerking van deze voorwaarden voor het dialogische analyseer ik ten slotte de actueel dialogisch beeldende strategieën in de openbare ruimte via ontwerpen van Gorilla, EGBG en Stefan Sagmeister. Het dialogische is daarmee niet enkel een theoretische constructie. De dialogische semiosis is niet enkel een theoretische mogelijkheid. Zij is daadwerkelijk zichtbaar in de ontwikkeling van de beeldtaal in grafisch ontwerpen als discipline.

Hoofdstukindeling

Deel I Beeldcultuur in de 21ste eeuw *Problematiek en vraagstelling*

Hoofdstuk 1 Het publieke beeld

In hoofdstuk 1 wordt het publieke beeld van de grafisch ontwerper als technisch reproduceerbaar, door apparaten geproduceerd, beeld in de openbare ruimte geplaatst in onze door het technische beeld beheerste beeldcultuur. Dit gebeurt op basis van het werk van Vilém Flusser. Flusser laat zien dat het technische beeld een magisch beeld is dat zich tussen ons en de werkelijkheid plaatst en dat de betekenis als werkelijkheid presenteert. Het is als conceptueel beeld een boodschap die zich niet als boodschap presenteert, maar een boodschap die zijn herkomst aan onze blik onttrekt. Hierdoor ontbreekt een kritische evaluatie van het beeld *als beeld*.

Het technische beeld functioneert bovendien binnen een discursieve communicatiestructuur. Dit betekent dat in de overdracht geen plaats is voor een antwoord, een aanvulling of een andere wijze van dynamiek. Zoals de boodschap bedoeld is, zo moet hij worden gelezen. Hoe kan het technische beeld in het algemeen en het publieke beeld van het grafisch ontwerpen binnen deze structuur aanzetten tot een dialogisch betekenisvormingsproces? Wat betekent het om over grafisch ontwerpen te spreken als het ontwerpen van een betekenisvormingsproces? Hoe maken we het ontwerpen los uit het programmatische domein van de reclame? Hoe kan een dusdanig publiek beeld in de openbare ruimte ‘ik’ zeggen?

Deel II De semiotiek van het stilstaande beeld *Beschrijving conceptueel kader*

Hoofdstuk 2 Drievoudige semiotiek

De semiotiek is de discipline die de overdracht van de boodschap in het betekenisvormingsproces bestudeert. De semiotiek probeert te begrijpen hoe wij begrijpen. Ik onderscheid drie stromingen binnen de semiotiek. Deze drie stromingen benaderen het betekenisvormingsproces op complementaire wijze. De structuralistische, op de linguïstiek van Ferdinand De Saussure (1857-1913) gebaseerde, semiotiek heeft de ‘tekst’ (beschouwd als een verzameling tekens) als onderzoeksobject. In de op het werk van de logicus C.S. Peirce (1839-1914) gebaseerde semiotiek komt het proces van de toeschouwer in het centrum van de belangstelling. De semiosis voltrekt zich volgens Peirce in een concrete toeschouwer op basis van zijn culturele

referentiekader en onder invloed van de sturing van de ‘tekst’. In dit betekenisvormingsproces ben ik op zoek naar de maker die uit het technische beeld verdwenen is. De sociale semiotiek, tenslotte, richt zich als een correctie op de twee eerder genoemde stromingen rechtstreeks op de maker. De gedrevenheid van de mens om zich uit te drukken en om gehoord te worden veroorzaken tekst (en indirect de ontwikkeling van de taalsystemen). Hoe is deze boodschapper terug te vinden in het betekenisvormingsproces van de toeschouwer? Hoe wordt hij voelbaar, hoe maakt hij zich kenbaar? Hoe zegt het beeld ‘ik’?

Hoofdstuk 2 geeft naast een inleiding op de drie vormen van de semiotiek, alle semiotische concepten die een bijdrage kunnen leveren aan het doorzien van de programmering van het beeld. Om de complementaire posities van de drie perspectieven op de semiosis te verduidelijken eindig ik hoofdstuk 2 met de analyse van twee stills uit twee gijzelaarvideo’s.

Hoofdstuk 3 De semios van het stilstaande beeld

In het derde hoofdstuk geef ik eerst de onderbouwing voor het uit drie niveaus bestaande analysemodel van de Peirceaanse semiosis waarin structuralistische sturende elementen zijn geïntegreerd. Want alhoewel het betekenisvormingsproces zich uiteindelijk actualiseert in de toeschouwer en zijn referentiekader van invloed is op de wijze waarop de semiosis zich voltrekt, valt niet te ontkennen dat in het beeld zelf een groot aantal sturende elementen aanwezig zijn die de semiosis trachten te sturen. Rudolf Arnheim heeft deze invloed van het beeld op de cognitie beschreven. Hij spreekt over visueel denken.

Het analysemodel geeft rekenschap van die sturende elementen in het cognitieve proces van de semiosis. Het model analyseert de drie niveaus van het betekenisvormingsproces dat door het beeld wordt aangestuurd en dat plaatsvindt in de toeschouwer. Het hoofdstuk eindigt met de analyse van de tekstuele semiosis van Hugues Boekraad van een beeld van Pierre Bernard uit het boek *Mijn werk is niet mijn werk* uit 2006.

In de dusdanig geformuleerde semiosis en met behulp van de concepten, die beschrijven hoe de magie van het technische beeld kan worden doorbroken, beschrijft deel III de zoektocht naar de dialogische semiosis: aan welke voorwaarden moet het publieke beeld voldoen om aan te zetten tot een dialogische beeldcommunicatie in de openbare ruimte.

Deel III Het dialogische betekenisvormingsproces van het publieke beeld in het openbaar domein

Theorievorming, strategiebeschrijving, analyse dialogische ontwerppraktijken

Hoofdstuk 4 De stem en de botsing

In dit hoofdstuk worden twee aan Mikhail Bakhtin ontleende karakteristieken van het dialogische betekenisvormingsproces onderzocht: het horen van de stem in de uiting en de botsing van stemmen in de uiting. Deze twee karakteristieken worden in twee paragrafen onderzocht met behulp van de concepten uit de semiotiek.

In de eerste paragraaf wordt de vraag beantwoord: hoe kan een beeld 'ik' zeggen? Ik onderzoek daarvoor welke theoretische concepten de semiotiek voorhanden heeft om de 'maker' en de relatie tussen beeld en maker te articuleren. Van belang zijn de begrippen: *auteur*, *maakinstantie*, *tekenmaker*, *stijl*, *metamarker*, *veronderstelde maker*, *geïmpliceerde zender*. Het 'ik' zeggen van het beeld betekent dat in de semiosis 'de stem' van de spreker hoorbaar is. Met behulp van deze begrippen wordt duidelijk dat het horen van de stem van de maker in de semiosis het gevolg is van de ervaring van het beeld als een constructie waar een 'ik' als veronderstelde maker indexicaal verantwoordelijk voor is. Deze ervaring is in de semiotiek door Emile Benveniste ten aanzien van het woord verwoord in het tekstgenre *discours*, dat onderscheiden wordt van de *histoire*. Enkel in het *discours* ervaart de toeschouwer het beeld als een beeld met een herkomst. Deze discourservaring ontstaat op het moment, dat een toeschouwer door de vreemdheid van het beeld, het beeld betekent in een *bewust betekenisvormingsproces*. De toeschouwer realiseert zich dat hij een constructie (waar iemand verantwoordelijk voor is) moet interpreteren om het beeld te begrijpen. Het wordt nu duidelijk dat het probleem van het conceptuele beeld gelegen is in het *niet bewuste betekenisvormingsproces*, omdat in dit proces de toeschouwer het beeld betekent zonder zich er bewust van te zijn dat de semiosis geen natuurlijk fenomeen is.

Ik heb hiermee het eerste kenmerk geformuleerd van de door het technische beeld veroorzaakte dialogische semiosis: door de vreemdheid van vorm en inhoud wordt het beeld een zich van de werkelijkheid losmakend beeld en een zich aan een auteur verbindend beeld. De beeldmagie wordt doorbroken. Het technische beeld zegt eindelijk ‘ik’.

In de tweede paragraaf plaats ik de dialogische semiosis in de actuele context van de door grafisch ontwerpen in gang gezette communicatie. Ik zal laten zien dat juist via het dialogisch beeld van de grafisch ontwerper de toeschouwer in gesprek kan gaan met de actuele context. Het publieke beeld heeft daarvoor een helder onderwerp nodig. Ik zal verwijzend naar Umberto Eco's *De grenzen van de interpretatie* laten zien hoe zowel het actuele onderwerp in de nabije referent als de voelbare aanwezigheid van de auteur aan de semiosis een dialogische gerichtheid geven.

Vervolgens wordt duidelijk via het door Gunther Kress in de lijn van Bakhtin uitgewerkte begrip *intertekstualiteit* hoe publieke beelden in een dialogische semiosis in gesprek zijn met het actuele discours rondom een onderwerp. Aan de hand van de begrippen *denotatie en connotatie* wordt helder dat dit in gesprek zijn een kwestie is van botsen zoals ook Bakhtin dit beschreef in zijn botsende stemmen. Tenslotte laat ik aan de hand van Chantal Mouffe zien dat deze botsende stemmen van de openbare ruimte een *publiek domein* maken.

Hoofdstuk 5 Case studies

In het laatste hoofdstuk analyseer ik vanuit het perspectief van het dialogische betekenisvormingsproces zoals uiteengezet in het vorige hoofdstuk drie case studies: de visuele collumns van het ontwerpcollectief Gorilla voor de Volkskrant, het ‘illegalenformulier’ van Martijn Engelbregts Engelbregt Gegevens Beheer Groep en het recente werk van de Oostenrijkse ontwerper Stefan Sagmeister.

Concluderend

Dit proefschrift is een pleidooi voor een kritische dialogische beeldcultuur, waarbij grafisch ontwerpen wordt ingezet om in het publiek domein een bijdrage te leveren aan het kritisch nadenken van de mens over de wijze waarop de werkelijkheid om hem heen in talige structuren georganiseerd en betekend wordt. Daarvoor is behoefte aan intellectuele ontwerpers die in staat zijn de machtsverhoudingen in communicatie te doorzien, die begrijpen dat democratie gebaat is bij beelden die een tot nadenken stemmend commentaar geven op actuele politieke en maatschappelijke kwesties. Jan van Toorn, geestelijk vader van het ontwerpen waar ik in dit proefschrift een pleidooi voor geef, verwoordt het als volgt:

Communicatie bestaat grotendeels uit onberedeneerd handelen. Daarom is bij het formuleren van een concept dat streeft naar meer onafhankelijke meningsvorming, behalve een analyse van de bestaande productieverhoudingen, een constante reflectie nodig op die empirische ervaring. Alleen op die manier is het mogelijk om temidden van de veranderende en tegengestelde corporatieve belangen – waar we tegelijkertijd afhankelijk van zijn – cultuurpolitieke criteria en strategieën te ontwikkelen die nieuwe ruimte scheppen voor onafhankelijk professioneel handelen in de media. Een handelen dat uitgaat van een niet-autoritaire houding ten opzichte van het publiek en de eigen rol van de bemiddeling niet verdonkeremaant. (Van Toorn 2006:27)

Inleiding }

Deel I Beeldcultuur in de 21e eeuw



{ Hoofdstuk 1 { Het publieke beeld

Es ist einem nicht bewußt, da die Technobilder weder unsere Imagination noch unsere Konzeption im traditionellen Sinn, sondern eine andere und bislang unbekannte Entzifferungsweise herausfordern, welche in dieser Arbeit eben Technoimagination genannt wird. Daß man sich dessen nicht bewußt wird, verleiht den aus den Technobilder empfangen Informationen jenen sonderbaren, magischen Charakter: sie sind undurchsichtig. Weder versteht man, wie sie hergestellt wurden, noch wie man trotzdem von ihnen programmiert wird. (Flusser 1998: 177)

In 2007 vertoonde de VPRO in haar serie Holland Doc de documentaire *Beperkt Houdbaar* van de documentairemaakster Sunny Bergman. Uit deze documentaire blijkt de grote invloed van gefotoshopte vrouwbeelden in de openbare ruimte op de wijze waarop vrouwen zichzelf ervaren. De maakster verwoordt het als volgt: “Ik voel me het lelijke zusje van het gefotoshopte beeld”. Vlijmscherp legt de documentaire bloot dat onze beeldcultuur een volgende fase is ingegaan. Een fase waarin de rol van de werkelijke vrouw bij de totstandkoming van het beeld vrijwel nihil is. En waarin bovendien de invloed van deze massaal gedistribueerde vrouwbeelden zo groot is geworden, dat vrouwen met behulp van plastische chirurgie proberen te lijken op deze beelden. En waarom? “Omdat de werkelijkheid niet meer verkoopt”, verzucht de man die de wespentaille van het fotomodel tot absurde proporties terugbrengt. Om ons vervolgens te laten zien hoe hij datzelfde beeld moeiteloos bewerkt tot een beeld voor een pornoblad door de borsten links en rechts wat naar voren te trekken.



Afbeelding 2 >
Beeldbijlage pagina 1

Er klinken voorzichtige protesten. Protesten gericht op een beeld van een vrouw in een gouden bikini, hangende in reuzenformaat voor de ingang van de Hema in Utrecht. Protesten tegen de grote hoeveelheid half ontklede vrouwen in het straatbeeld. Allemaal beelden die zich aan ons opdringen en waar de blik niet aan kan ontkomen. Overal om ons heen worden we op dringende en dwingende wijze aangesproken door deze onontkoombare beelden.^(afbeelding 2)

All crying for our attention in the theatre of persuasion that is the modern city. (Giampetro 2005: 91)



Afbeelding 3, 4 >
Beeldbijlage pagina 1

De fotograaf Nicola Bartolone verbeeldt deze opdringerige en wezensvreemde wijze waarop het publieke beeld zich presenteert in de openbare ruimte in zijn serie *Urban Visions* uit 2005.^{14 (afb. 3, 4)}

De van oorsprong Tsjechische mediatheoreticus Vilém Flusser (1920-1991) spreekt in zijn analyse van de hedendaagse beeldcultuur over deze beelden als schermen die tussen ons en de werkelijkheid in zijn geplaatst of over vensters op een andere wereld. De ‘technische’, ‘door apparaten voortgebrachte’ en makkelijk te reproduceren beelden nemen op magische wijze ons beeld van de werkelijkheid over.

14 De serie is te zien op <http://www.arpsgallery.com/artist.php?artistid=016>

De ons omringende en alomtegenwoordige technische beelden zijn onze ‘werkelijkheid’ op magische wijze aan het herstructureren en tot een mondiaal beeldtoneel aan het omdraaien. (Flusser 2007: 10).¹⁵

In zijn opvatting is onze beeldcultuur in een crisis beland: zij is een totalitaire beeldcultuur geworden, een beeldcultuur waardoor we geprogrammeerd worden. De beelden bepalen wat we mogen weten en wat we moeten vinden. Zij bepalen ons beeld van de wereld om ons heen. Er is sprake van een totale massificatie¹⁶ die het gevolg is van zowel de communicatiestructuur waarin de beelden tot ons komen als van het specifieke karakter van het technische beeld zelf. De beelden richten zich op eenzelfde wijze tot alle toeschouwers, maar benaderen ons tegelijkertijd wel gescheiden van elkaar. (Flusser 1998: 67) Flusser noemt deze communicatiestructuur discursief. In een discursieve communicatiestructuur staat de dwingende overdracht van de boodschap centraal omdat de informatie behouden moet blijven. Zoals de boodschap bedoeld is, zo moet hij worden begrepen. Het beeld wordt dusdanig geprogrammeerd dat het de overdracht van informatie dient. Deze programmatische beelden zijn daarom ‘affe’ beelden. Ze zijn klaar en laten geen inbreng toe. Dit is de dominante wijze waarop de beelden in de openbare buitenruimte functioneren.

Vilém Flusser onderscheidt naast de discursieve communicatie (zie noot 5) die top down van een naar allen plaatsvindt een dialogische communicatie die in een wisselwerking tussen mensen bestaat. Het onderscheid tussen de discursieve en de dialogische communicatiestructuur is zowel verbonden met het systeem waarin gecommuniceerd wordt (top down of tussen mensen) als met de invloed die de communicatie op de boodschap heeft (statisch of dynamisch). In de dialoog vindt niet de overdracht maar de totstandkoming van de informatie plaats. Degene die wordt aangesproken wordt gevraagd een bijdrage te leveren. Zijn reactie brengt de informatie op synthetische wijze op een hoger plan. In Flussers analyse van de crisis van onze beeldcultuur is de discursieve structuur overheersend en ontbreekt het dialogische. Onze beeldcultuur is gericht op de overdracht via programmatische beelden. Het wordt ons moeilijk gemaakt om echte dialogen te realiseren. (Flusser 1998: 17) We decoderen ieder voor ons de boodschappen, maar we staan ten aanzien van de boodschap niet in contact met elkaar. In Flussers geschriften zien we een pleidooi voor een groter aandeel van waarachtig dialogische communicatie waarbinnen het beeld een synthetisch beeld is, het resultaat van uitwisseling.

Flussers analyse van onze discursieve beeldcultuur komt voort uit zijn studie naar de wijze waarop het beeld communiceert. Drie aspecten van het beeld staan daarin centraal en zullen in dit hoofdstuk uitgewerkt worden: de magische kracht van het beeld, de dialectische relatie tussen het woord en het magische beeld die tot het conceptuele beeld heeft geleid, en de wijze waarop in het technische beeld het ‘apparatische’ en het ‘programmatische’ de macht heeft

15 Ook andere mediatheoretici en filosofen als Walter Benjamin (1892-1940), Jean Baudrillard (1929-2007) en Marshall McLuhan (1911-1980) hebben op vergelijkbare wijze maar op andere gronden de grote impact van het ‘technische’ beeld beschreven.

16 Baudrillard heeft de massificatie beschreven vanuit het perspectief (de activiteit) van de massa: “De massa absorbeert alle sociale energie, maar weerkaatst die niet meer. Zij absorbeert alle tekens en iedere betekenis, maar zonder deze weer uit te stralen. Zij absorbeert alle boodschappen en verteert ze. Zij geeft op alle vragen die haar worden gesteld een tautologisch en circulair antwoord. Zij participeert nooit. Doortrokken van stromen en prikkels vormt zij massa. Zij stelt zich ermee tevreden een goede geleider van stromen te zijn, maar dan wel van alle stromen, een goede geleider van informatie, maar dan wel van alle informatie, een goede geleider van normen, maar dan wel van alle normen,” (Baudrillard 1985: 21,22)

overgenomen. De eigenschappen van onze hedendaagse beeldcultuur zijn te herleiden tot de eigenschappen van het technische beeld. Willen we begrijpen waarom onze beeldcultuur functioneert zoals hij functioneert, dan is het noodzakelijk dat we inzicht verwerven in de communicatie waartoe het technische beeld aanzet. Het technische beeld is de optelsom van de eigenschappen van het magische beeld, het conceptuele beeld, en de invloed van het apparaat op het technische beeld.

Ik beantwoord in het eerste deel van dit hoofdstuk vanuit de theorie van Flusser de volgende vragen: Waarom heeft het beeld magische kracht en waaruit bestaat deze kracht? (1.1) Hoe verhoudt deze magie van het beeld zich ten aanzien van het woord? En waaruit bestaat de kracht van het conceptuele beeld? (1.2) Zijn de mediale ‘technische’ beelden magischer dan de beelden die ooit op de grotten werden getekend, en waaruit bestaat hun apparatische magie? (1.3) Hoe heeft het technische beeld de massacultuur voortgebracht? (1.4) Welke ruimte biedt de programmatische structuur van het technische beeld aan het dialogische? (1.5) Na deze Flusseriaanse analyse van onze beeldcultuur beschrijf ik het doel van dit onderzoek: te komen tot een theorie van de dialogische beeldcommunicatie als een alternatief voor het dwingende programmatische beeld.

In het tweede deel van dit hoofdstuk beschrijf ik de wijze waarop het dialogische in de visuele communicatie via het publieke beeld onderzocht kan worden. Het publieke beeld is het stilstaande beeld in de openbare ruimte dat we voornamelijk kennen als het affiche. Ik laat zien hoe het publieke beeld als onderzoeksobject benaderd moet worden om het te kunnen verbinden met het dialogische. Voor mijn onderzoek naar het dialogische is het van belang het publieke beeld te beschouwen als een ‘ontwerp van een betekenisvormingsproces’. Een publiek beeld is een beeld dat in een communicatiestructuur van een naar allen bij het publiek een betekenisvormingsproces weet te veroorzaken.

De discipline die verantwoordelijk is voor het publieke, het grafisch ontwerpen, zal daarom niet langer op de traditionele manier gedefinieerd worden als de discipline voor het communiceren van een boodschap, maar als de discipline voor het ontwerpen van publieke communicatie (1.6). Door deze verschuiving staat niet langer de boodschap maar de activiteit van de toeschouwer in het centrum van de discipline (1.7). Deze door het beeld veroorzaakte activiteit van de kijker kan beschouwd worden als een artistiek te evalueren activiteit. Er bestaan artistieke en niet-artistieke betekenisvormingsprocessen. Om invulling aan dit evaluatieve criterium te kunnen geven, maak ik gebruik van het begrip ‘vervreemding’ (1.8). Mijn zoektocht naar het dialogische in de visuele communicatie via het beeld in de openbare ruimte, kan nu omschreven worden als een zoektocht naar het dialogische betekenisvormingsproces.

1.1

Het magische beeld

Afbeelding

In 1983 schreef Flusser zijn bekendste werk: *Für eine Philosophie der Fotografie*. In dit in 2000 als *Towards a Philosophy of Photography* en in 2007 als *Een filosofie van de fotografie* vertaalde boek, laat hij zien hoe het technische beeld onze beeldcultuur is gaan domineren en wat de oorzaak is van de grote invloed die het technische beeld op ons idee van de werkelijkheid uitoefent. Technische beelden zijn door apparaten geproduceerde beelden. Het zijn de beelden die worden gepro-

duceerd door camera's en die met behulp van diezelfde of weer andere apparaten worden bewerkt voor hun omgeving en hun publiek.

Het beeld heeft volgens Flusser vanwege zijn grote gelijkenis met de werkelijkheid de neiging om zich tussen de mensen en de werkelijkheid in te plaatsen, waardoor de werkelijkheid uit het zicht verdwijnt. Vanwege zijn benadrukking van de gelijkenisrelatie lijkt het alsof Flusser vooral spreekt over het soort beelden dat wij afbeeldingen of illustratieve beelden noemen: beelden waarin we iets kunnen herkennen. Het magische aspect van het beeld geldt echter voor alle beelden, ook voor de niet 'door apparaten geproduceerde' beelden. Het meest bekende magische beeld in de christelijke cultuur is het Gouden Kalf.

Het verhaal van het Gouden Kalf heeft een plaats in het grotere verhaal van de uittocht van het Joodse volk uit Egypte. De uittocht wordt begeleid door Mozes en Aaron. Beiden bemiddelen gedurende deze lange tocht op eigen wijze tussen het volk en de God die ze willen leren kennen: Jahweh. Het verschil in begeleiding is het gevolg van hun opvatting over de wijze waarop 'God' gekend mag worden.¹⁷ Mozes spreekt tot het volk over de God die hen naar het beloofde land zal leiden. Hij roemt zijn grootsheid en wijst het volk op zijn onkenbaarheid. We kunnen hem eren met woorden, maar deze woorden zullen hem nooit kunnen representeren. God is niet te representeren, want hij is niet voorstelbaar. We moeten daarom ook kunnen geloven in iets dat we ons niet voor kunnen stellen. Het woord, dat een juiste afstand tot God heeft, is het enige aanwezige teken waarmee we het moeten doen.

Hoe onbevredigend dit voor het volk is, bemerkt Mozes de volgende dag wanneer hij met de stenen tafelen (het woord van God) de berg afkomt en ziet hoe het volk zich een gouden kalf heeft geschapen. Het volk wilde iets aanbidden dat duidelijk wel zichtbaar was. Het had niet voldoende aan het woord. Zij wilden een 'vlees' geworden woord: het beeld. Mozes is zeer vertoornd. Aaron daarentegen heeft begrip voor het volk. Hij begrijpt dat de grote afstand tussen het woord en God een overbrugging nodig heeft via het beeld. (Van Driel 2001: 5)

Dit verhaal maakt duidelijk hoe het woord en het beeld verschillende vormen van representatie zijn, waarbij het beeld een grotere nabijheid heeft tot de mens dan het woord. Dit functionele onderscheid tussen het woord en het beeld is door Vilém Flusser in een historisch ontwikkelingsperspectief geplaatst: het beeld brengt het woord voort, het woord brengt het technische beeld voort.

Beeld en blik

Flusser beschrijft in *Een filosofie van de fotografie* dat het beeld historisch beschouwd als representatievorm vooraf gaat aan het woord. In den beginne was het beeld. Vilém Flusser beschrijft de communicatieve specificiteit van het beeld als teken als volgt (ik parafraseer):

Beelden zijn betekenisvolle oppervlaktes. Beelden verwijzen voornamelijk naar iets dat buiten het beeld bestaat in tijd en ruimte en het is de functie van het beeld om datgene waarnaar het verwijst inzichtelijk te maken. Het beeld is een abstractie, het reduceert de vier dimensies van de werkelijkheid naar de twee dimensies van het beeld. Deze specifieke kwaliteit van het beeld om oppervlaktes te

17 Dit verschil is uitgangspunt geweest in de operabewerking van Arnold Schönberg (1874-1951) en in de verfilming van de opera in 1975 door de eigenzinnige arthouse regisseurs Straub en Huillet. In de opera van Schönberg spreekt Mozes tot het volk in recitatieven, terwijl Aaron zich via een zangstem uit. Deze beide uitingvormen zijn verbonden met de relatie die Mozes heeft tot het woord en Aaron tot het beeld. Zie ook Van Driel (2001).

abstraheren uit tijd en ruimte en om deze vervolgens weer te projecteren in tijd en ruimte noemen we ‘verbeelding’. De verbeelding is de voorwaarde voor het produceren en decoderen van beelden. Doordat via het beeld de werkelijkheid naar twee dimensies wordt teruggebracht, noemt Flusser deze beelden ‘symbolen’. Hij onderstreept daarbij het feit dat beelden niet ondubbelzinnig zijn. Het beeld is geen symbool zoals een cijfer een symbool is, het geeft in tegenstelling tot een eenduidig symbool ruimte voor interpretatie.

Flusser beschrijft het beeld in eerste instantie door het samenspel te benadrukken dat plaatsvindt tussen de blik van de mens en het beeld. Hij schrijft (ik parafraseer): Wij kunnen de beelden in een enkele vluchtige blik decoderen doordat de betekenis aan de oppervlakte ligt, maar wanneer je het beeld in zijn volle potentie tot je wilt nemen, moet je de blik toestaan zich over het oppervlakte heen te laten leiden om op die manier het geabstraheerde te reconstrueren. Dit dwalen van de blik over het beeld noemen we ‘scannen’. In deze scannende activiteit volgt de blik een ingewikkelde route die aan de ene kant wordt gestuurd door de structuur van het beeld en aan de andere kant door de intenties van de kijker. In het door de vorm gestuurde dwalen van de blik over het beeld, ontstaan relaties tussen de verschillende elementen. Omdat de blik kan terugkeren naar een element dat al eerder gezien is, kan ‘ervoor’ ‘erna’ worden. Bovendien kan de blik blijven haken aan een element en dit element verheffen tot de status van betekenisdrager. Tegelijkertijd produceert de blik echter ook betekenisvolle relaties tussen de verschillende elementen, waarbij ieder element in zijn betekenis wordt beïnvloed door de andere elementen.¹⁸ De ruimte die door het scannen wordt gereconstrueerd, noemt Flusser de ruimte van de wederkerige betekenis.¹⁹

Magie en symbool

Voor Flusser behoort het beeld tot de wereld van de magie vanwege zijn speciale relatie met tijd en ruimte. Net als in de wereld van de magie heeft alles een betekenis en kan alles voortdurend met elkaar in verband gebracht worden. De betekenis ligt nooit vast maar blijft zich ontwikkelen omdat betekenisvolle onderdelen elkaar blijvend beïnvloeden.

Met het magische karakter van beelden moet bij hun ontcijfering rekening worden gehouden. Zo is het bijvoorbeeld onjuist om in beelden ‘bevroren gebeutenissen’ te willen zien. Integendeel, ze vervangen gebeurtenissen door connectiviteiten en vertalen die in taferelen.²⁰ (Flusser 2007: 9)

Flusser zegt in dit citaat dat een beeld geen stilstaand beeld is in de zin dat het een beweging, een *event*, representeert. Het stilstaande beeld is geen bevroren moment in de tijd, maar een scène. Zijn verhouding tot de tijd, ligt in de betekenis die het voort kan blijven brengen. In de betekenis-productie van de toeschouwer wordt het beeld een scène: een ruimte voor wederkerige betekenis.

18 In feite beschrijft Flusser hier de intertekstualiteit die aanwezig is in het beeld, zie ook hoofdstuk 4.

19 Ik laat in hoofdstuk 3 zien hoe deze beschrijving van Flusser te situeren is in het betekenisvormingsproces waartoe het beeld aanzet.

20 Connectiviteit is de vertaling van het Duitse woord ‘Sachverhalt’. In de Engelse vertaling uit 2000 wordt het vertaald door ‘states of things’: “The magical nature of images must be taken into account when decoding them. Thus it is wrong to look for ‘frozen events’ in images. Rather they replace events by states of things and translate them into scenes”. (Flusser 2000: 9)

Ook Malcolm Barnard (2005) besteedt aandacht aan deze magische functie van het beeld. Hij verbindt haar net als Flusser aan de symbolische status van het beeld.²¹ Omdat de begrippen ‘symbool’ en ‘magie’ vaak verschillend gebruikt worden door verschillende auteurs is het belangrijk hier even bij stil te staan. Met de symbolische functie wordt door Flusser en Barnard de semantische of referentiële functie van het beeld als teken bedoeld. Het beeld kan als teken verwijzen naar iets dat afwezig is. Het kan dus het afwezige aanwezig stellen.

Dit afwezige kan daarbij iets concreets zijn, een horloge, of iets abstracts, de tijd. Barnard verwijst voor de abstracte verwijzing van het symbool naar *L'image* van Aumont, waarin Aumont het symbolische verbindt met het magische vanwege zijn vermogen het abstracte te representeren. Aumont (1994: 55) gaat uit van drie basale functies van het beeld: de epistemische, de esthetische en de symbolische functie.²² De epistemische functie van het beeld is de functie zoals die volgens Flusser in eerste instantie bedoeld is: het beeld dat de mens helpt kennis en inzicht te verkrijgen in de wereld om hem heen. De esthetische functie komt voort uit het vermogen van het beeld om als vorm het oog te behagen. De symbolische functie van het beeld is verbonden met het vermogen van het beeld het abstracte ‘hogere’ te representeren. Aumont ziet deze symbolische functie in onze maatschappij in bijvoorbeeld de verbeelding van de verschillende waarden binnen politieke systemen als ‘democratie’, ‘vooruitgang’, ‘vrijheid’ etc. Dit is echter een andere vorm van magie dan de magie waar Flusser naar verwijst. Voor Flusser is de magie verbonden met de ruimtelijke ordening van de elementen in het vlak, waardoor beelden scènes worden. Voor Aumont is het magische verbonden met de mogelijkheid van het beeld het hogere te representeren. In zijn benadering van het magische is het specifieke onderscheid met het woord verdwenen, aangezien woorden beter nog dan beelden naar abstracte waarden kunnen verwijzen.

Voor Aumont is de symbolische functie van het beeld een groot goed, voor Flusser wordt deze functie als een gevaar gezien omdat het een andere functie van het beeld ondergraaft: de epistemische.²³ Terwijl het beeld bedoeld is om kennis over de wereld te krijgen, plaatst het zich tussen de mens en de wereld in. Het gaat een eigen leven leiden. Tegelijkertijd lijkt het beeld echter de werkelijkheid af te beelden. We denken dus tegenover een *event* te staan, maar we staan tegenover een *scène*. Het magische beeld kan hierdoor hallucinerend worden.

21 De symbolische relatie van Flusser is een andere dan de symbolische relatie bij Peirce. De drie door Peirce onderscheiden tekenrelaties: het icoon, de index en het symbool worden in hoofdstuk 3 uitgebreid toegelicht.

22 Flusser besteedt overigens geen aandacht aan de door Aumont aangehaalde derde functie: de esthetische. Dat is ook wel logisch. In de esthetische functie functioneert het beeld los van haar verwijzing naar een buitenwereld en staan enkel de formele behagende eigenschappen voor het oog centraal. Deze esthetische functie komt terug in hoofdstuk 4 als een van de cognitieve niveaus waarop de mens het beeld verwerkt.

23 De positie van Flusser is hierin totaal anders dan die van Aumont. Aumont ziet dit gevaar niet. Hij accentueert de kracht van het symbolische beeld om te verwijzen naar iets dat niet zichtbaar is. Aumont ziet de twee functies naast elkaar staan: naast het epistemische beeld dat de aanwezige fysieke werkelijkheid representeert, bestaat er een symbolisch beeld dat een werkelijkheid representeert die niet zichtbaar is. Dit beeld kan dus geen directe relatie hebben. Het is echter wel een doorgang. Zou Aumont het Gouden Kalf een symbolisch beeld noemen? Waarschijnlijk niet aangezien het Gouden Kalf geen doorgang is maar op zichzelf staat. Wellicht is het Gouden Kalf voor Aumont een esthetisch beeld, een beeld dat enkel het oog behaagt en geen doorgang biedt. Interessant is het feit dat Aumont als voorbeeld van esthetiek de reclame geeft. Aumont maakt dus een duidelijk onderscheid tussen het esthetische, het oog behagende, en het artistieke, kunstzinnige beeld, dat een symbolische functie heeft.

Beelden zijn voor Flusser in eerste instantie bemiddelende tekens. De wereld is niet direct toegankelijk voor de mens, hij heeft het beeld nodig om de wereld te kunnen begrijpen. Maar vanaf het moment dat hij beelden maakt, komen deze volgens Flusser tussen de mens en de wereld in te staan. Het beeld dat als kaart bedoeld is, wordt een scherm. En hiermee verschuift de functie van het beeld. In plaats van de wereld te representeren, haalt het beeld de wereld weg uit het blikveld van de mens en plaatst het zich ertussen in. De mens wordt een functie van het beeld. Het beeld heeft de magische²⁴ neiging haar oriënterende functie te verliezen. Verbeelding wordt dan hallucinatie.²⁵

1.2 Tekst en beeld

Symbool en icoon

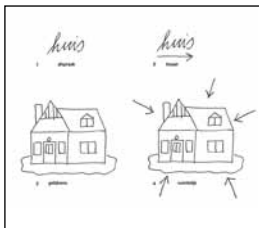
Als antwoord op de magische omkering van het oriënterende beeld in het hallucinerende beeld ontwikkelde de mens volgens Flusser het schrift waarmee de wederkerige ciculaire tijd van de magie werd vertaald in de lineaire tijd van de geschiedenis. (Flusser 2007: 10)

Flusser beschrijft dit proces als volgt (ik parafraseer): Met het schrijven was er een nieuw vermogen geboren dat conceptueel denken heet en dat ontstaat uit een verdere abstrahering van het beeld in lijnen op datzelfde oppervlak. Hiermee beweegt het woord zich visueel verder weg van de werkelijkheid omdat het er niet meer op lijkt. Teksten betekenen indirect de wereld. Zij roepen beelden op die verwijzen naar de werkelijkheid. Het decoderen van een tekst is dus het ontdekken van de beelden die betekend worden door de tekst. De tekst verklaart vervolgens de beelden via de in de tekst aanwezige concepten. De tekst kan dus tegelijkertijd iets representeren en becommentariëren. Ze kan een onderwerp verbinden met een bijvoeglijk naamwoord en op die wijze een uitspraak doen over de werkelijkheid. Omdat het woord beelden kan oproepen, beschouwt Flusser de tekst als de meta-code van het beeld.

Flusser legt de vinger op de verschillende wijzen waarop het beeld (de afbeelding) en het woord representeren. Het beeld representeert omdat het lijkt op de werkelijkheid waar het naar verwijst. Het woord representeert omdat het niet lijkt op die wereld, maar haar indirect oproept en betekent. De semioticus Peirce (zie ook deel II) noemt deze twee verschillende wijzen van representeren iconisch en symbolisch. De iconische representatie karakteriseert zich door een relatie van overeenkomst. De symbolische representatie karakteriseert zich door een relatie van afspraak of gewoonte.

24 De Lacaniaanse psychoanalyse heeft het magische van het beeld beschreven via de term 'het imaginaire'. De psychoanalyse onderstreept de duale relatie die er bestaat tussen het beeld en zijn aanschouwer. Zij staan tegenover elkaar zoals de mens tegenover zijn spiegelbeeld staat. Wat ontbreekt is een derde term die zegt: dit ben jij en dit is je spiegelbeeld. Het hallucinerende is m.i. ook verbonden met het ontbreken van die derde term, die het beeld van de werkelijkheid weet te scheiden. Zie voor een goede introductie op de Lacaniaanse psychoanalyse Mooij (1983).

25 Zijn hallucinerende beeld heeft grote overeenkomsten met het simulacrum en het hyperreële beeld van Baudrillard zoals uitgewerkt in *Simulacra and simulation* (1994) en *De Fatale Strategieën* (1993). Het reële wijkt niet voor het imaginaire, het wijkt voor iets dat reëler is dan reëel: het hyperreële. Waarder dan waar: dat is de simulatie. (Baudrillard 1993:15) Ook Flusser wijst op de huidige staat van de werkelijkheid die nu zelf beeld is geworden.



Schema 1-2 >

Beeldbijlage pagina 2

Woord en beeld. Het woord is gebaseerd op afspraak (1) en lineair (3). Het beeld is gebaseerd op gelijkenis (2) en ruimtelijk (4).

Flusser benadrukt de wijze waarop wij het beeld scannen. Hij maakt zichtbaar hoe de ruimtelijke structuur van het beeld het kijken bepaalt. Hij onderstreept de relatie van de taal met de geschiedenis en de lineariteit. Hij gaat echter niet in op de wijze waarop de tekst het kijken dirigeert. Voor een goed begrip van het onderscheid tussen woorden en beelden is dit echter wel van belang. De vorm van het tekstuele 'beeld', de verschijningsvorm van de tekst, dirigeert op geheel eigen wijze de blik. Ook in de vorm is de taal een metacode van het beeld, omdat het kijken in het tekstuele beeld gereguleerd is. Terwijl we een beeld scannen, lezen we een tekst. Scannen gebeurt kriskras, lezen gebeurt lineair, teken na teken. We lezen een tekst die in het westers alfabet staat van links naar rechts, en van boven naar onder. Hierdoor heeft het lineaire tekstbeeld een relatie met de tijd. Letters, woorden en zinnen staan niet alleen naast elkaar, ze komen in het lezen na elkaar. Lezen is lineair en temporeel. De magie van het beeld, verbonden met de door Flusser zo genoemde wederkerigheid van de betekenis, is in taal niet aanwezig. De blik van de lezer gaat alsmaar vooruit en keert in principe niet terug naar een reeds gelezen onderdeel.

De gecodeerdheid van de ruimte en daardoor de ordening van de tijd gaat zelfs nog verder. Waar de segmentering van het beeld afhankelijk is van vele voormelementen als kleur, richting, grootte en vorm, daar is de segmentering van de tekst bepaald door maar één element: de witruimte. Witruimtes laten de verschillende letters zien en spaties geven het onderscheid tussen de woorden aan. Woord en beeld zijn dus zowel op waarnemingsniveau via de formele witruimte als op referentieel niveau via de verschillende inhouden te onderscheiden.²⁶ De gecodeerdheid van het woord bestaat dus niet alleen op het referentieel niveau waar de bemiddelende functie van het teken heerst. Ook op het niveau van de waarneming kent het woord een sterkere gecodeerdheid dan het beeld. Omdat het beeld op het uitdrukkingsniveau minder abstract is dan het woord, kan het verwijzen op basis van gelijkenis (iconiciteit).²⁷

De specificiteit van het beeld, de wijze waarop de vorm de blik stuurt en de wijze waarop de onderdelen elkaar beïnvloeden, vraagt om een specifiek analyse-instrument om het communicatieproces waartoe het beeld aanleiding geeft te analyseren. In hoofdstuk 3 zullen we zien wat dit analysemodel is.

Doordat het woord op een andere wijze iets aanwezig stelt, heeft het andere mogelijkheden. We volgen Flusser weer (ik parafraseer): Op basis van dit symbolische karakter van het woord, hoeft het woord niet meer te verwijzen naar de wereld zelf maar kan het ook gaan verwijzen naar de ideeën die we over de wereld hebben. Waar het beeld aan de zichtbaarheid verbonden is, daar is het woord verbonden aan het denken dat tot abstracties in staat is. Daarom kunnen we via de taal ook 'ik' zeggen, iets waar het beeld niet direct toe in staat is. Daarom kan de taal ook van het heden abstraheren en het verleden en de toekomst een plaats

26 Mitchell (2004:20) spreekt over twee velden: een veld van semiotische relaties en een veld van sensorische of zintuiglijke relaties.

27 Roland Barthes (1982) wees hier al op. Deze iconische relatie kent het woord niet. De grotere afstand die het woord heeft tot de werkelijkheid die zij betekent, wordt opgevangen door de afspraak. Dit wordt begrepen in het Peirceaanse concept symbolischeiteit.

geven in de communicatie. Ook hierdoor kan Flusser spreken over de verbondenheid van de taal met de historie.²⁸

Onderlinge beïnvloeding

Het woord heeft het beeld niet verdrongen, het is een extra uitdrukkingwijze geworden. Vanaf het moment dat de mens zowel schrift als beeld tot zijn beschikking heeft, beïnvloeden deze beide representatiewijzen elkaar volgens Flusser.²⁹ Ze bestrijden elkaar, roepen elkaar op, verzwakken elkaar, raken verstrikt in elkaar en veranderen elkaar. Flusser spreekt over een dialectisch proces. (Flusser 2007: 12). Hij schetst een aantal dialectische krachtenvelden tussen het woord en het beeld (zie voor het overzicht van dit krachtenveld schema 1-3).

Op de eerste plaats zien we hoe beide representatiewijzen *doorschieten in hun modaliteit*. Beeld en woord hebben verschillende relaties tot werkelijkheid. Het doorschieten van het beeld is al beschreven. Omdat het beeld op de werkelijkheid lijkt, kan het beeld tussen de mens en de werkelijkheid in komen staan en hallucinerend worden. Voor het woord ligt dit anders. Het woord heeft geen iconische relatie met de werkelijkheid. De wijze waarop het betekenis voortbrengt, is lineair waardoor het woord geen hallucinerende werking kent. Omdat het woord vanuit zijn symbolische staat is om abstracte begrippen te articuleren, staat het woord verder van de werkelijkheid af. Hierdoor kan het woord echter los komen te staan van de werkelijkheid en een eigen universum vormen. Flusser noemt dit *'textolatry'* en hij geeft aan dat met deze beweging de taal haar verklarende functie is kwijtgeraakt. Het conceptuele woord roept geen beelden meer op die naar de werkelijkheid verwijzen. Hierdoor komt het woord los te staan en is het niet meer te decoderen. Sterker nog, de tot uitdrukking gebrachte tekst is niet meer het gevolg van een vertaling van beeld (verbeelding) naar woord. De brug van de verbeelding ontbreekt. Wanneer het woord los komt te staan van de werkelijkheid, belanden we volgens Flusser in een leeg universum. De wereld wordt dan een functie van de tekst zoals zij een functie werd van het hallucinerende beeld. Flusser zag de *textolatry* vooral optreden in de wetenschap die een talig universum op zichzelf kan gaan worden waarin de concepten een eigen leven leiden, los van de werkelijkheid.

Naast dit doorschieten van beeld en schrift in de eigen modaliteit, is er ook een constructieve relatie mogelijk tussen woord en beeld: *samenwerking*. Vanuit hun beider modaliteiten kunnen woord en beeld elkaar te hulp schieten. Het beeld kan een brugfunctie vervullen op het moment dat het woord geen beeld meer

28 In de psychoanalyse wordt de taal vanwege de uit drie termen bestaande relatie (het subject, de tekst en de ander) de symbolische orde genoemd. Juist omdat de taal niet lijkt op de wereld, maar ontstaat op basis van afspraak, wordt de duale relatie verbroken. In de taal kan het onderscheid gemaakt worden tussen mijzelf, de taal en de wereld. In de psychoanalyse is het met name het woord 'ik' dat aan de basis staat van de verbroken duale relatie. Waar de mens wel samen kan vallen met zijn spiegelbeeld daar voelt hij zich afgesneden van het woord 'ik' en daarmee van de wereld waar hij ooit mee samenviel. In de psychoanalyse is de magie van het beeld verbonden met het melancholische verlangen van de mens weer samen te vallen met de wereld. (Mooij 1983)

29 Deze wederzijdse afhankelijkheid en beïnvloeding is door meer auteurs benadrukt. Barthes (1982) onderstreept de meerduidigheid van het beeld die maakt dat het beeld het woord nodig heeft om begrepen te worden. Mitchell (2004) spreekt over de 'fundamenteel dialectische inslag van het woord/beeld-probleem' en over 'de wijze waarop beide termen elkaar tegenspreken maar elkaar tegelijkertijd ook incorporeren'. Het woord/beeld-probleem bevindt zich binnenin het probleem van het woord als dusdanig en omgekeerd. (Mitchell 2004:19)

oproep. Het beeld schiet het te abstracte woord te hulp als ‘illustratie’. We zien dit bijvoorbeeld in de technische teksten waar een beeld een voorstellende functie heeft. Zo worden in de astronomie kunstenaars gevraagd om afbeeldingen van verre planeten te maken waardoor deze voorstelbaar worden.

Er zijn echter meerdere vormen van samenwerking mogelijk.³⁰ Roland Barthes (1982) onderscheidt, zoals in de inleiding vermeld, drie vormen van samenwerking. Naast de *illustratieve functie* van het beeld benadrukt hij de *verankerende functie* en de *verbindende functie*. In de verankerende functie van de taal ten opzichte van het beeld verklaart het woord het meerduidige beeld. Dit te hulp schieten van het woord treffen we met name in de journalistieke fotografie aan, waar het onderschrift zichtbaar maakt wat zich wanneer en waar afspeelt in het beeld. Het via internet verspreide beeldessay *Fitna* maakt duidelijk hoe belangrijk deze verankerende functie kan zijn. Beelden kunnen veel gemakkelijker via hun magische functie mythische proporties aannemen wanneer zij niet verankerd worden in de werkelijkheid. Wanneer we in beeld een man met baard en jurk in het Nederland van de 21ste eeuw horen spreken over dood en verdoemenis, en het beeld wordt niet verankerd, dan kan het beeld gemakkelijker een relatie aangaan met het beeld van de gevaarlijk Islam(iet). Wanneer we zouden lezen dat het hier een dolgedraaide imam met een zekere naam betreft die al lang achter de tralies is verdwenen, verschuift het accent van het beeld naar een aanwijsbare realiteit. In de verbindende functie zijn woord en beeld aanvullend op elkaar. Het woord is een toevoeging op het beeld of het beeld is een toevoeging op het woord. Deze relatie is van groot belang voor het domein dat we straks gaan bestuderen: het publieke beeld. In het publieke beeld is noch sprake van een illustratieve, noch van een verankerende relatie, maar worden de kracht van het beeld en de kracht van het woord met elkaar verbonden waardoor de betekenis een optelsom wordt. Vaak zien we bijvoorbeeld hoe in het affiche de taal het onderwerp geeft, de voorstelling, het product, terwijl het beeld de uitspraak geeft over dit onderwerp.³¹

Flusser onderkent ook een derde dialectiek in het krachtenveld tussen woord en beeld. Naast het doorschieten in de eigen modaliteit en de samenwerking, kennen woord en beeld de dynamiek van de *onderlinge beïnvloeding*. Deze dynamiek resulteert in de *verbeeldende tekst* en in het *conceptuele beeld*. In het conceptuele beeld zien we dat het beeld de kwaliteiten van het beeld en het woord heeft weten te combineren. Het beeld is dus niet alleen het te abstracte woord te hulp geschoten door (als illustratie) een brug te vormen tussen woord en werkelijkheid. Het beeld is niet alleen letterlijk vanuit de technische mogelijkheden van de reproductie in de tekst binnengedrongen en er een verbinding mee aangegaan. Het is dusdanig beïnvloed door de taal, dat het beeld er net als de taal in is geslaagd om niet enkel de werkelijkheid te representeren, maar ook een visie op de werkelijkheid te communiceren. Het conceptuele beeld is diepgaand door de taal beïnvloed. Het is een vertaling van een visie, van een concept. Het is de metacode van de tekst geworden. Hiermee ontstaat een nieuw beeld. Om het verschil tussen het beeld dat nog niet door de taal beïnvloed is en het beeld dat wel door de taal beïnvloed is te benoemen, spreekt Flusser over het prehistorische beeld en het posthistorische beeld. Het posthistorische beeld is een conceptueel beeld. Over het prehistorische beeld schrijft hij:

30 Deze drie relaties tussen woord en beeld komen in hoofdstuk 2 in deel II uitgebreid terug wanneer de bijdrage van Roland Barthes aan het conceptuele instrumentarium van de semiotiek wordt besproken.

31 Niet alleen, zo zullen we zien, is de relatie taal / beeld specifiek, ook de relatie tussen het in woorden gegeven onderwerp en het onderwerp zelf is specifiek: het onderwerp is nabij. Dit zal besproken worden in hoofdstuk 4.

Die guten alten Bildern wurden geschaffen, wann immer jemand Abstand von einem Gegenstand nahm, um ihn zu betrachten und das Erblickte für andere zugänglich zu machen. (Flusser 2005: 72)

Het oude beeld heeft een heldere representerende relatie met de werkelijkheid. Het zou dus geen visie op de werkelijkheid geven, maar haar enkel toegankelijk maken. Het posthistorische beeld is volgens Flusser zijn directe relatie met de werkelijkheid kwijt. Het verwijst niet naar de werkelijkheid, maar naar het idee van de werkelijkheid. Het conceptuele beeld ontleent zijn werking aan de verbinding tussen de kracht van het beeld (a) met de kracht van de taal (b). Als beeld is het magisch: het lijkt op de werkelijkheid en heeft vele betekenislagen. Als tekst is het becommentariërend. Het is sturend in de visie. Het posthistorische beeld kan op magische wijze een visie over de wereld communiceren. In de volgende paragraaf laat ik zien hoe de communicatie verder gecompliceerd raakt wanneer dit magische, conceptuele beeld geproduceerd wordt door apparaten. We spreken dan over technische beelden. Schematisch kunnen de drie hier besproken relaties en de consequenties voor teksten en beelden als volgt verbeeld worden:

Schema 1-3 Dialectisch krachtenveld tussen woorden en beelden

doorschieten in modaliteit		samenwerking			onderlinge beïnvloeding	
hallucinerend beeld	textolatry	illustratie	verbinding	verankering	conceptueel beeld	verbeeldend tekst

1.3 Het technische beeld

Flusser besteedt in zijn geschriften met name aandacht aan een bepaald soort conceptueel beeld: het technische, door apparaten voortgebrachte beeld waar de foto de oervorm van is. De magische aspecten van ieder beeld, dus ook van het technische beeld, zijn reeds in 1.1 beschreven. De conceptuele aspecten van het technische beeld zijn in 1.2 beschreven.

In deze paragraaf 1.3, bespreek ik de eigenschappen, die het gevolg zijn van het feit dat een technisch beeld een door apparaten voortgebracht beeld is: de analoge en de projectieve relatie met de werkelijkheid. Beide werpen licht op de belangrijkste oorzaak van de programmatische werking van het technische beeld: de afwezigheid van de maker. Schematisch ziet dat er als volgt uit:

Schema 1-4 Eigenschappen van het technische beeld

1.3 door apparaten voortgebracht	→	analoge relatie met de werkelijkheid projectieve relatie met de werkelijkheid
1.2 conceptueel	→	visie op de werkelijkheid
1.1 magisch	→	betekenisproductie door wederkerigheid gelijkenisrelatie met werkelijkheid

De analoge relatie met de werkelijkheid

Zo kent het 'apparatische' technische beeld een *analoge 'objectieve' relatie met de werkelijkheid*. Alhoewel Flusser niet spreekt over de foto maar over het technische beeld, is het duidelijk dat de foto voor hem het model is voor het technische beeld. In latere werken gaat Flusser in op het video-, film-, televisie- en computerbeeld, en noemt hij ook het affiche. Flusser benadert het technische beeld gedeeltelijk op dezelfde wijze als Roland Barthes de foto. In zijn eerste artikel over de fotografie 'De fotografische boodschap' heeft Barthes gewezen op de bijzondere status van de fotografie³² welke (ons beeld van) de werkelijkheid zo dicht nadert dat het beeld de werkelijkheid bijna niet meer betekent, maar de werkelijkheid is geworden. Hij spreekt in die zin over de 'zuiver denotatieve status' van de fotografie³³ (Barthes 1979/1980: 42). De gelijkenisrelatie tussen het beeld en de werkelijkheid waarnaar verwezen wordt, noemt hij 'een analoge relatie'.³⁴ Ook Flusser benadrukt de zuiver denotatieve status van het technische beeld, 'this apparently non-symbolic, objective character', waarbij hij net als Barthes benadrukt dat technische beelden niet op schermen lijken maar op ramen op de wereld. Er zijn drie functies van het beeld. Wanneer het beeld een *kaart* is, staat het naast de werkelijkheid en helpt het de mens bij zijn oriëntatie in de wereld. Wanneer het een *scherm* is, staat het beeld voor de werkelijkheid en verleidt het ons uit de werkelijkheid te stappen. En wanneer het een *venster* wordt, vervangt het de werkelijkheid. Terwijl wij denken nog steeds in de werkelijkheid te zijn, zijn we in het beeld ervan gestapt. Het fotografische beeld is zo'n venster. Terwijl het prehistorische beeld de wereld verklaart als kaart (en haar vervangt als scherm wanneer het hallucinerend wordt), valt het posthistorische technische beeld (vanwege zijn verregaande gelijkenis als venster) met de wereld samen. En daarom bekritiseert de kijker het beeld als wereldbeeld. Zijn kritiek is geen analyse van de totstandkoming, maar een analyse van het vertoonde (Flusser 2007: 15).

Wanneer we journaalbeelden uit Tibet zien waarin we boeddhistische monniken denken te herkennen die opstandige leuzen roepen en met stokken slaan, dan bevinden we ons via die beelden in de werkelijkheid van Tibet. En niet in een Chinese, een Tibetaanse of een West Europese vertaling van de werkelijkheid in Tibet. We zijn geschokt dat het zo erg is in Tibet, en vragen ons niet af wiens visie op Tibet ons hier wordt aangeboden. We reflecteren op de situatie en niet op de verbeelding van de situatie. Dit is althans de situatie zoals Flusser hem beschrijft, een situatie die voortkomt uit de aard van het fotografische beeld. Toch is er, zo beschreef ik al in het begin van dit hoofdstuk, een toenemend bewustzijn aan het ontstaan over het interpretatieve karakter van het technische beeld. Niet in het minst omdat ook de makers van technische beelden het steeds belangrijker gaan vinden dat de ontstaansgeschiedenis van hun beelden en daarmee hun interpretatieve karakter duidelijk wordt. Zowel in het BBC-nieuws als in het NOS-nieuws van half maart 2008 wordt ons verteld waar de getoonde beelden vandaan komen, wie ze heeft vrijgegeven en wiens visie de beelden verkondigen.

32 Zie ook De Mul (1989).

33 Daarnaast heeft het beeld een connotatieve status, waarin het er via de stijl wel in slaagt een uitspraak te doen over de werkelijkheid waar het naar verwijst. Deze uitspraak is niet eenduidig, en cultureel bepaald, zoals het de connotatie betaamt. Dit komt terug in deel II en III.

34 Deze term 'analoog' vinden we in hoofdstuk 2 terug in de Peirceaanse kwalificatie: 'iconiciteit'.

De analoge relatie met de werkelijkheid zoals hier beschreven, verkleint de distantie tussen beeld en werkelijkheid dusdanig dat het beeld de werkelijkheid wordt. Dit heeft grote consequenties voor de distantie van de toeschouwer ten aanzien van de werkelijkheid. De interface presenteert zich niet als zodanig waardoor de kijker de werkelijkheid direct denkt waar te nemen. In Flussers *Kommunikologie* wordt de lezer van een lineaire tekst onderscheiden van de kijker van een beeld. Waar een lezer distantie heeft ten aanzien van de tekst waardoor hij in gesprek kan gaan met de taal, daar kan de toeschouwer van een technisch beeld volgens Flusser niets anders dan het beeld accepteren of verwerpen. Omdat de distantie ontbreekt, is de toeschouwer van een technisch beeld niet in staat op het beeld te reflecteren. (1998: 68) Dit proefschrift is onder meer ontstaan als reactie op deze constatering. Ik verwacht dat met behulp van een theoretisch instrumentarium deze reflectie wel plaats zal kunnen vinden.

De projectieve relatie met de werkelijkheid

Ook de laatste belangrijke eigenschap van het technische beeld is verbonden met het apparaat. Flusser heeft een grote interesse voor het apparaat dat de beelden een soort objectieve status verleent. Deze status is namelijk verbonden met *het programma* dat zich in het apparaat afspeelt. Het beeld is het gevolg van de werking van het programma. Dit programma onttrekt zich echter aan onze blik. Technische beelden zijn symptomen.³⁵ Ze lijken niet alleen van dezelfde orde als de werkelijkheid, ze zijn ook een objectieve afdruk van de werkelijkheid. De werkelijkheid heeft als afdruk zich in het apparaat geplaatst. Hierdoor vergeet de toeschouwer dat beelden interpretaties zijn. De subjectieve, menselijke decoder is ertussenuit. Wanneer we ze beoordelen, beoordelen we niet hun productie (we vergeten het programma) maar de wereld zelf. We vergeten het apparaat en spreken enkel over wat we zien.

Flusser noemt makers van technische beelden ‘functionarissen van het apparaat’. (Flusser 2007: 34) Ook over kijkers spreekt hij op die wijze. Makers en kijkers worden door het apparaat geprogrammeerd. De apparaten bepalen wat mogelijk is en wat niet, en waartussen gekozen kan worden. De makers realiseren – of beter nog actualiseren – de mogelijkheden van het programma. De toeschouwers zijn de passieve decoders van de geprogrammeerde beelden. Het programma programmeert de fotograaf, en het door het apparaat voortgebrachte geprogrammeerde beeld programmeert de toeschouwer. De toeschouwer programmeert zijn werkelijkheid op zijn beurt op basis van het geprogrammeerde beeld. Hij voert het programma van het beeld uit en zo wordt de werkelijkheid een functie van het geprogrammeerde beeld.

Dit programmatische van het technische beeld beïnvloedt zijn conceptuele karakter. De visie van het beeld wordt bepaald door het programma van het apparaat. Het is een geprogrammeerde visie. De maker kan zich enkel uitdrukken binnen het programma. Doordat de maker is teruggetreden ten behoeve van het apparaat, denken we dat de wereld zo is als hij getoond wordt; zo gewelddadig, romantisch of pervers. Het programma creëert een groot aantal op elkaar lijkende (want op eenzelfde wijze geprogrammeerde) beelden. Al die beelden bij elkaar vervangen de werkelijkheid niet, zij tonen de werkelijkheid zoals hij zou moeten

35 Peirce zou zeggen: indexen. De drie door Peirce onderscheiden tekenrelaties: het icoon, de index en het symbool worden in hoofdstuk 2 uitgebreid toegelicht.

zijn. Technische beelden worden daarmee projectieve beelden. John Berger voegde daar in verband met de reclame al aan toe dat technische beelden het denken over onszelf bepalen en ons een ontevreden gevoel geven. Concepten zijn niet alleen visies over de werkelijkheid. In verband met het reclamebeeld zijn het ook visies over ons leven in die werkelijkheid.

De afwezigheid van de maker

Samenvattend kun je van het technische beeld zeggen dat het als conceptueel beeld in staat is een visie op (of een concept van) de werkelijkheid te verbeelden. Het beeld bezit hierbij de magische kracht dit op dusdanige wijze te doen dat het lijkt alsof we naar een blauwdruk van de werkelijkheid kijken. Hierdoor vraagt het enkel nog om een bepaald soort indexicale ankers: welke werkelijkheid wordt er verbeeld? De vraag die niet gesteld wordt is de vraag naar het andere indexicale anker: wiens visie wordt er verbeeld, hoe is het beeld tot stand gekomen, wat is de bron?

Er is hier dus sprake van een ander soort magie dan de magie van het prehistorische beeld. Of anders gezegd: er komt nog iets bij. We hadden al gezien dat de magie van ieder beeld eruit bestaat dat het zich vanwege zijn gelijkenisrelatie tussen de mens en de werkelijkheid in plaatst, en dat de wijze waarop de beeldelementen elkaar beïnvloeden een soort magische vermenigvuldiging van betekenissen veroorzaakt. Bij het technische beeld komt daar nog een aspect bij. Niet alleen spiegelt het magische technische beeld ons vanuit het conceptuele karakter van het posthistorische beeld een visionaire werkelijkheid voor die haar wil oplegt (ons programmeert), ook is de maker van het beeld en de bron van zijn totstandkoming aan het zicht onttrokken. We hebben te maken met conceptuele beelden die vanwege hun technisch karakter hun conceptualiteit verdoezelen.

(...) sie sind undurchsichtig. Weder versteht man, wie sie hergestellt wurden, noch wie man trotzdem von ihnen programmiert wird. (Flusser 2003: 177)

Er is dus sprake van een miskenning of een ontkenning van de makers in het technische beeld. De krantenfoto presenteert zich niet als een visie van een fotograaf, maar als een venster op de wereld. Het reclamebeeld presenteert zich niet als een visie op een product of op een wijze van leven, maar als het leven zelf, als het leven hoe het bedoeld is en zou moeten zijn. Het kost de kritische kijker moeite om de conceptuele visuele schil die beeldenmakers om hun opdracht heen leggen te doorzien. De deconstructieve arbeid waar ik het in de inleiding van dit hoofdstuk over had, is een geforceerde arbeid die tegen de magische werking van het technische beeld ingaat. Het conceptuele technische beeld is niet zichtbaar als communicatieve daad, maar als vorm van transparante representatie. De keuzes die de maker binnen het programma van het apparaat gemaakt heeft, zijn niet vanzelf zichtbaar in het beeld. Daar moet een fotograaf zijn best voor doen. Bijvoorbeeld door de keuzes voor camerastandpunt, perspectief, onderwerpkeuze, kadrering en belichting zo zichtbaar te maken, dat het de kijker vergemakkelijkt wordt deze als keuze te doorzien³⁶, of door tekst toe te voegen aan het beeld, hetzij via de typografie, hetzij via een voice over in een documentaire. Maar ook in deze gevallen hoeft dat niet automatisch te leiden tot een inzicht dat een beeld iemands visie op de

36 De wijze waarop dit een 'moeilijke vorm' veroorzaken kan en het belang van deze moeilijke vorm voor het 'ik zeggen' van het beeld zal in hoofdstuk 4 verder worden uitgewerkt.

werkelijkheid is en niet de werkelijkheid zelf. Wanneer echter in de toevoeging van de voice-over, zoals we zien in sommige televisiedocumentaires, de stem van de maker gerepresenteerd wordt, kunnen de beelden verbonden worden met de visie van een maker. Deze voice-over kan functioneren als een correctie op de magische werking die er van het beeld uit zal blijven gaan. De in de inleiding genoemde documentaire *Beperkt Houdbaar* brengt niet voor niets de maakster in beeld en laat via een voice-over steeds horen hoe de documentaire het resultaat is van haar zoektocht.

In dit proefschrift zal ik onderzoeken hoe dit werkt bij het publieke beeld in de openbare ruimte. Onder welke voorwaarden leidt ook dit beeld tot het inzicht bij de kijker dat het niet gaat om een venster op de werkelijkheid zoals zij behoort te zijn, maar om een vertaling van een visie op een onderwerp, om een boodschap? Het is in ieder geval duidelijk dat het onderzoek naar een ander soort beeld verbonden is met het onderzoek naar de wijze waarop de maker van het beeld zichzelf kenbaar kan maken in het beeld. Ik zal hier in het derde deel van dit proefschrift aan de hand van de theoretische onderbouwing van deel II op terugkomen. Hier volstaat het feit dat Flusser de afwezigheid van de maker in het beeld als een van de oorzaken voor de magische en manipulerende kracht van het technische beeld benoemt.

1.4 Productie en distributie

De invloed van het technische beeld is niet alleen verbonden met de aard van het beeld, maar ook met de wijze waarop het technische beeld wordt geproduceerd en gedistribueerd. Om de invloed van het technische beeld op onze beeldcultuur te begrijpen, is naast deze in de magische realiteit van het technische beeld verstopte conceptuele kracht, een volgend aspect van belang: zijn reproduceerbaarheid en daarmee verbonden zijn beweging naar de massa toe. In deze paragraaf worden de aspecten die verbonden zijn met de reproduceerbaarheid van het technische beeld besproken: de veelvoud, de beweging naar de actuele context van de beschouwer, de oorsprongloosheid van de beelden en het programma voortbrengende aspect. Wanneer de aspecten worden toegevoegd aan schema 1-4 ontstaat het volgende schema:

Schema 1-5 Eigenschappen van het technisch reproduceerbare beeld

1.4 het reproduceerbare beeld	→	veelvoud beweging naar actuele context
	→	oorsprong-loos programma's voortbrengend
1.3 door apparaten voortgebracht	→	analoge relatie met de werkelijkheid projectieve relatie met de werkelijkheid
1.2 conceptueel	→	visie op de werkelijkheid
1.1 magisch	→	betekenisproductie door wederkerigheid gelijkenisrelatie met werkelijkheid

De veelvoud

Flusser volgt Walter Benjamin in de benadrukking van de positie van de boekdrukkunst in de historische analyse van onze beeldcultuur.³⁷ In de 19de eeuw had de boekdrukkunst tezamen met het algemeen toegankelijke onderwijs er inmiddels voor gezorgd dat iedereen kon lezen (Flusser 2007: 18). Boeken, kranten, tijdschriften die nu voor iedereen beschikbaar waren, werden niet alleen goedkoper, maar resulteerden volgens Flusser ook in een degeneratie van de taal hetgeen weer een degeneratief historisch bewustzijn tot gevolg had. (Flusser 2007: 18) In slechts enkele alinea's beschrijft Flusser vervolgens hoe de traditionele 'kunst' zich in een defensieve beweging terugtrok achter de muren van het museum en haar invloed op het dagelijkse leven verloor en hoe er hermetische specialistische wetenschappelijke teksten ontstonden die enkel voor een kleine elite te doorgronden waren.

De cultuur verdeelde zich in drie segmenten: de wereld van de hoge kunsten, waarin het conceptuele beeld zijn invloed had doen gelden; de universitaire wereld van techniek en wetenschap; en de rest van de samenleving, die overvoerd werd met goedkope teksten. Voor deze in drie segmenten verdeelde samenleving zou het technische beeld een nieuwe samenbindende factor worden. Het zou zorgen voor een terugkeer van het kunstzinnige beeld in het dagelijkse leven. Het zou de hermetische wetenschappelijke teksten toegankelijker maken en het zou het onbewuste verlangen dat verborgen was in de dagelijkse teksten zichtbaar maken.

Dit alles vond echter helemaal niet plaats omdat het technische beeld, zoals we al zagen, zo niet functioneert. Het technische beeld kent een met zijn iconiciteit verbonden magische aantrekkingskracht en tezamen met zijn gemakkelijke reproduceerbaarheid en reproduceerbaarheid heeft het technische beeld als een dijkwand alles geabsorbeerd. Het traditionele beeld, de 'kunst', wordt eindeloos gereproduceerd op affiches, in kranten en in tijdschriften. De wetenschappelijke modellen dienen niet de verbinding tussen wetenschappelijke tekst en samenleving, maar hebben een eigen magisch aura gekregen. Kortom, het technische beeld heeft 'de macht' overgenomen. Massacultuur is het resultaat en de met het woord verbonden historiciteit is tot een einde gekomen.

Zo zuigen de technische beelden alle verhalen in zich op en vormen een eeuwig draaiend collectief geheugen van de samenleving. (Flusser 2007: 20)

De aanpassing aan de context

Om te begrijpen hoe de technische beelden in grote hoeveelheden de cultuur konden gaan bepalen, moeten we ons tot Walter Benjamin wenden. In 'Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid' maakt Benjamin een onderscheid tussen de met de hand vervaardigde reproductie die hij 'nabootsing' noemt en de technische reproductietechnieken waarin het handwerk gedeeltelijk is vervangen door een technisch procédé. Aan de fotografische reproductie zijn al een aantal andere technische procédés vooraf gegaan: gieten, stempelen, de houtsnede, de steendruk, de kopergravure, de ets en de lithografie. De fotografie onderscheidt zich van haar voorgangers omdat de reproductie niet meer via de hand maar door

37 Flusser noemt Benjamin echter in geen enkel tekst. Hij refereert sowieso nooit aan denkers die hem beïnvloed zouden kunnen hebben. In Medientheorie zit een tekst die heet: 'Das Politischen im Zeitalter der Technischen Bilder'. Dit lijkt een duidelijke verwijzing naar de tekst van Benjamin: 'Het kunstwerk in zijn tijd van technische reproduceerbaarheid'.

de lens verloopt. Het binnenvallende licht veroorzaakt de afdruk. De fotografie geeft hiermee de illusie dat zij de werkelijkheid zelf kan reproduceren.

Het onderscheid tussen de oude technische reproductieprocédés en de nieuwe betreft daardoor in eerste instantie de snelheid waarmee gewerkt kan worden. Een snelheid die te maken heeft met de snelheid van het kijken (kenmerkend is voor de lens), tegenover het langzame van de met de hand vervaardigde oude procédés. (Benjamin 1996: 11) Voor ieder nieuw ontwikkeld technisch procédé geldt bovendien dat de reproductie zich verder verwijderd van haar origineel. Deze verwijdering is in eerste instantie een letterlijke, fysieke verwijdering. Terwijl het originele kunstwerk zich, zo zagen we bij Flusser, terugtrekt in de musea, komt de reproductie naar de mensen toe en veroverd zo de massa. Wat we hier bespeuren, is de fysieke zelfstandigheid van het via een technisch procedé vervaardigd beeld. Hoe sneller en goedkoper het reproductieproces verloopt, hoe meer reproducties zich naar de mensen toe kunnen bewegen.

Dit heeft niet alleen gevolgen voor de afstand tussen origineel (hetzij de werkelijkheid, hetzij een kunstwerk) en reproductie. Dit heeft ook gevolgen voor de context van het gereproduceerde beeld. Een context die van invloed is op het betekenisvormingsproces waartoe het technische reproduceerbare beeld aanzet. Terwijl de kunst in een contextloze ruimte in haar isolement, geïnterpreteerd wordt, krijgt het technische beeld steeds nieuwe contexten, die mede bepalen wat de communicatie is waar het beeld toe aanzet.

Het andere belangrijk verschil tussen het technische beeld en het met de hand vervaardigde beeld, een verschil dat overigens wel samenhangt met deze beweging naar de mens toe, is voor Benjamin een ander soort van verwijdering.

De echtheid van de zaak is het geheel van alles wat van oorsprong af aan haar overleverbaar is, vanaf haar materiële duurzaamheid tot aan haar historische getuigenis. Daar dit laatste op de eerste berust, raakt in de reproductie, waarin de eerste zich aan de mens onttrokken heeft, ook de laatste, de historische getuigenis van de zaak, aan het wankelen. Weliswaar alleen dit, maar wat zo aan het wankelen raakt, is het gezag van de zaak. (Benjamin 1996: 13)

De verwijdering waar Benjamin hier over spreekt, is een verwijdering van de fysieke werkelijkheid. Een kunstwerk toont zijn geschiedenis in zijn materialiteit. Deze verdwijnt in de technische omzetting via een apparaat. Het technische beeld zit enerzijds gevangen in het hier en nu door het ontbreken van een met het origineel te vergelijken fysieke drager waar sporen op aanwezig kunnen zijn, en anderzijds doordat zij zich richt naar het hier en nu van de ontvanger. Of zoals Benjamin het verwoordt:

En doordat zij (het seriële) de reproductie mogelijk maakt de waarnemer in zijn situatie tegemoet te treden, actualiseert zij het gereproduceerde. (Benjamin 1996: 14).

Het technische beeld is niet alleen uit zichzelf historie- en contextloos, waardoor het in iedere context opnieuw iets gaat betekenen, er zijn ook steeds gemakkelijker wijzigingen in aan te brengen waardoor het beeld op iedere nieuwe context afgestemd kan worden. Hiermee raakt het beeld, naar mijn mening, juist zijn zelfstandigheid kwijt. Het muteert naar gelang de context waarin het moet functioneren.

Als voorbeeld kan hier het beeld dienen van de oude vrouw met het hoofd van het jonge meisje (zie afb. 1), ingezet in de Laboratorium-campagne voor het Holland Festival en gebruikt binnen de context van het affiche, de brochure en het

programmaboekje. Moeiteloos neemt het beeld zijn plek in binnen wijzigende communicatieve contexten als de straat en de balie bij de kassa. Moeiteloos wordt het ook aangepast in grootte, omkaderd door verschillende informatie-eenheden in verschillende corpsen. Een ander voorbeeld betreft het feit dat het internet enorme databanken van zogenaamde stockfoto's kent die te gebruiken zijn binnen verschillende boodschappen, in verschillende media en in verschillende tekstuele contexten. Door persbureaus geproduceerde newsitems kunnen worden omgewerkt tot krantenartikelen, tot journaalitems en tot internetrubrieken. Hetzelfde geldt voor het door terroristen geproduceerde filmpje waarin zij dreigen met de onthoofding van hun gijzelaars. Niet alleen is het beeld aan te passen aan de context (een still in de krant, een fragment op het nieuws, in zijn geheel op het internet), het verkrijgt ook verschillende betekenissen binnen de verschillende contexten.

Het digitale procedé is te beschouwen als een verdere verfijning die het wederom gemakkelijker maakt om variaties aan te brengen, en nog diepgaander in te grijpen in het aangeleverde beeld. In de documentaire *Beperkt Houdbaar* zien we hoe de man achter de computer het beeld van het fotomodel transformeert naar gelang de context waarin het beeld moet verschijnen. Is de context pornografisch, dan vergroot hij haar borsten. Gaat het vooral om het verkopen van de kleding dan verlengt hij haar hals wat en versmalt hij haar middel zodat de lijn van de kleding beter uitkomt. Bovendien is met de digitalisering de werkelijkheid uiteindelijk overbodig geworden. De indexicale relatie tussen werkelijkheid en beeld is definitief verbroken. Dit brengt me bij de volgende eigenschap van het technische beeld dat verbonden is met de wijze waarop het geproduceerd en gedistribueerd wordt.

Het programmatische beeld

Waar we in het geval van de fotografie nog kunnen spreken over een origineel dat zich terugtrekt in de musea, of een werkelijkheid die nog enkel als een fotografische afdruk aanwezig is in het beeld, daar is in de digitalisering het origineel volkomen verdwenen. Het digitale beeld is in de woorden van Flusser een geïntformeerd beeld. In *The shape of things, a philosophy of design* spreekt hij in twee artikelen over het on-ding. Het on-ding is namelijk enkel immateriële informatie. De dingen doen er steeds minder toe. Hiermee is er een definitieve breuk ontstaan met de dingmatige werkelijkheid. Het beeld is in de digitalisering zelfs geen visie meer op de werkelijkheid. Het is een projectie. Zijn ontstaan is niet verankerd in de werkelijkheid, maar in een calculatie.

Aber bei synthetischen Computerbildern sieht man ganz klar, daß diese Bilder aus Kalkulationen entstehen, denn es werden Algorithmen in den Computer gefüttert, diese werden digital umcodiert, und diese umcodierten mathematischen Ausdrücke erscheinen dann als Bilder auf den Schirmen. Infolgedessen bedeuten diese Bilder die Kalkulation und nicht mehr die Welt. Es sind keine Abbilder, sondern Projektionen aus Kalkulationen. Das hat mich zu dem für mich sehr grundsätzlichen Satz geführt, daß wir dank dieser neuen Bilder nicht mehr Subjekte der Welt sind, sondern Projekte auf die Welt, daß wir nicht mehr subjektiv, sondern projektiv leben. (Flusser in Lischka 1990: 96) ³⁸

Het beeld dat we uiteindelijk voor ogen krijgen, is het gevolg van een algoritme: van een door een letterlijk zo genoemd computerprogramma uitgevoerde bereke-

ning. In het computerbeeld wordt het visionaire van het technische beeld, het feit dat het de wereld niet afbeeldt maar dicteert, geperfectioneerd doordat de werkelijkheid als grond voor het beeld overbodig wordt. Dit wordt helder verwoord door documentairemaakster Sunny Bergman. In de documentaire *Beperkt Houdbaar* verzucht zij zich het lelijke zusje te voelen van het gefotoshopte beeld. Verder verwijderd van haar oriënterende functie is het beeld nooit geweest. Het beeld helpt ons niet bij de oriëntatie in de wereld om ons heen. Het vraagt ons de werkelijkheid aan te passen aan het beeld. Maar wie is ervoor verantwoordelijk? Wie zit er achter het metaprogramma van het programma van het beeld? Flusser schetst ons het griezelige scenario van een programma dat altijd weer een metaprogramma achter zich heeft staan, zodat iedereen geprogrammeerd wordt en er een ‘programmed totalitarianism’ ontstaat. Ook hierin is het digitale beeld enkel een verdere verfijning wat is ingezet door het fotografische, filmische en elektronische beeld. In *Kommunikologie* spreekt hij ook in verband met reclameboodschappen, tijdschriften, posters en televisieschermen over programmering. (Flusser 1998: 173) Het programmeren als activiteit van de digitalisering werpt als concept zijn licht op onze mediale samenleving in zijn totaal. We hebben programma’s ontwikkeld die hun eigen leven zijn gaan leiden.

We zien hier wel hoe het begrip programmatisch in de teksten van Flusser twee betekenissen heeft. Het wijst enerzijds op de beoogde uitwerking in de communicatie. Een programmatisch beeld programmeert de toeschouwer. Daarnaast wijst het op de letterlijke aanwezigheid van een programma dat aan de totstandkoming van het beeld vooraf is gegaan en dat de uitkomst van het beeld bepaalt: het programma van een camera, een televisieprogramma of een softwareprogramma. (Flusser 2007:32) Om het nog ingewikkelder te maken: de via programma’s tot stand gekomen beelden creëren programmatische beelden. Wanneer ik spreek over een programmatisch beeld verwijst ik daarmee zowel naar het programma van het apparaat dat het beeld voortbrengt, als naar het programmerende effect van het beeld op de toeschouwer. Alhoewel de fysieke aanwezigheid van programma’s niet alleen de actualiteit van het programmatische als concept onderbouwt, maar ook zichtbaar maakt hoe programma’s programmatische beelden voortbrengen, richt dit onderzoek zich naar de aanwezigheid van het programmatische in de uitwerking van het beeld, het programmatische dat de toeschouwer programmeert.

1.5 Discursieve en dialogische communicatiestructuren

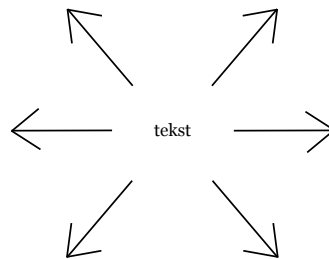
In *Kommunikologie* laat Flusser zien hoe iedere communicatiestructuur te karakteriseren is volgens twee principes: het dialogische en het discursieve. In discursieve structuren wordt de informatie verspreid (overgedragen) zonder dat zij in dit proces aan verandering onderhevig is. In dialogische structuren daarentegen is een dynamisch proces gaande doordat zender en ontvanger van positie kunnen wisselen. In het discursieve proces ontstaat een samenhangende visie op de wereld, het discours, waardoor de mens zich verbonden voelt met het geheel. In het dialogische proces staat juist de verbintenis tussen de mensen in de communicatie voorop. (Flusser 1998: 18) In structuren die overwegend discursief zijn, ontbreekt de inbreng van de ontvanger. Het programmatische voegt zich goed in deze structuur. We zagen al dat de ontvanger zich voegt naar het programma.



Afbeelding 5 >
Beeldbijlage pagina 2

De massacultuur waar wij nu deel van uitmaken kent overwegend communicatie die een discursieve structuur heeft die vergelijkbaar is met de structuur van een Amfitheater. De massacultuur kent geen onderscheid tussen elite en massa. De breuk tussen zender en ontvanger is niet tussen mensen te situeren, maar bevindt zich binnen het individu. Iedereen kan even tot een elite behoren om daarna weer gewoon deel van de massa uit te maken en consument te zijn. (Flusser 1998: 67) Het programmatische van de massacultuur reguleert het behoud van de informatie en zorgt ervoor dat de informatie wordt begrepen zoals hij is bedoeld.

Schema 1-6 De discursieve structuur van een amfitheater



Flusser roept op tot een communicatierevolutie door de discursieve massamedia een dialogische functie te geven. Alleen hierdoor kan het consumentisme bestreden worden.

Vom Standpunkt der Information sind diskursive Medien Informationskonserven, und die weitgehend von diskursiven Medien gespeiste Massenkultur ist eine konservative Gesellschaft. Revolutionär wäre, solche diskursiven Medien zu dialogischer Funktion um zu wandeln. Meiner Meinung nach ist dies die heute noch einzig mögliche Form einer revolutionären Aktion in der Konsumgesellschaft. (Flusser 2003: 274)

Een dialogische tegenstroom manifesteert zich in de publieke ruimte waar opstandige burgers een antwoord geven op reclameadvertenties waarin gefotoshopte vrouwen in lingerie ons als nastrevenswaardige werkelijkheid worden voorgespiegeld. Vrouwen plaatsten stickers met de tekst ‘Beperkt Houdbaar’ over de affiches.^(afb.5) Ook zien we hoe op activistische wijze overheidsaffiches worden beklad waarin wordt opgeroepen tot waakzaamheid tegen terrorisme. In activistische kunstprojecten zoals de ingrepen van Jeroen Jongeleen van Influenza^(afb.7) wordt de geringe ruimte die de overgecodeerde Nederlandse publieke ruimte biedt, getart en zichtbaar gemaakt. In deze acties verwerpt het publiek naast de programmatische boodschap ook de discursieve communicatiestructuur waarin deze publieke beelden in de openbare ruimte geplaatst zijn. Het zijn niet alleen manipulerende beelden, ze verdragen ook geen tegenspraak. Als voorbeeld laat ik hier de actie zien tegen een Nederland tegen Terrorisme-affiche.^(afb.6)



Afbeelding 6 >
Beeldbijlage pagina 2

In de oorspronkelijke tekst stond: “Zie ik iets verdachts, dan meld ik het meteen”. Nu staat er: “Ik vind alles verdacht klinkt als een psychische klacht”. Hiermee wordt het programmatische karakter van het beeld tenietgedaan. De kijker die zichzelf kenbaar maakt in de ‘ik’, weigert zichzelf te identificeren met het personage in beeld, zoals het beeld dat bedoeld heeft. Zij weigert haar positie in te nemen en het opgedragen programma ook echt in de werkelijkheid uit te voeren. Zij positioneert zichzelf juist tegenover de maker van het beeld en corrigeert zijn



Afbeelding 7 >

Beeldbijlage pagina 2

uiting door het personage iets anders te laten zeggen. Bovendien doet de kijker iets dat niet bedoeld is: reageren in plaats van accepteren.

Het programmatische beeld en de discursieve structuur is door deze burger in een dialogische beweging geplaatst waar het beeld zelf niet toe opgeroepen heeft. Wat de ingrepen op de programmatische beelden eigenlijk veroorzaken, is een zichtbaarmaking van de discursieve structuur zelf. De titel van het werk *Information Black out, no dialogue needed* ^(afb.7) gaat trouwens uit van het tegenovergestelde idee: via het doorstrepen van de boodschap wordt de communicatie onmogelijk gemaakt omdat de inhoud verdwenen is. Met zijn doorstrepen is Jongeleen zelf echter in een uitwisseling beland over de niet-dialogische aard van de communicatie.

Deconstructie als strategie

Tegen de programmerende werking van het technische beeld in een discursieve structuur brengen deze voorbeelden de contrastrategie van de deconstructie in stelling. Dit vindt in toenemende mate plaats. Niet enkel via het daadwerkelijk niet-technische ingrijpen op de beelden, maar ook via het letterlijk ondervragen van de beelden op hun communicatieve intentie in boeken, praatprogramma's, documentaires, columns en actualiteitenprogramma's. Flussers schrikbeeld ligt hierin: dialogen die niets anders doen dan het programmatisch tot stand gekomen resultaat van de discursieve communicatie bevestigen.

Es entsteht ein autonomer Apparat, in welchem Amphitheater und Netzdialoge so miteinander gekoppelt sind, dass die öffentliche Meinung die ausgestrahlten Programme verstärkend widerspiegelt. (Flusser 1998: 223)

Het is de vraag of deze dialogen niet ook weer geprogrammeerde dialogen zijn, waarin de tegenstelling en de synthese al bij voorbaat in 'het programma' zijn uitgewerkt. Toch is er onmiskenbaar een kritische stroom aanwijsbaar. *Beperkt Houdbaar* is een voorbeeld, maar ook de columns van Francisco van Jole op zijn website en in het televisieprogramma *De leugen regeert* ondervragen het mediale beeld. Paul de Leeuw overschrijdt in zijn amusementsprogramma *Mooi ! Weer De Leeuw* regelmatig de grenzen en we zien Raoul Heertje worstelen in *Heerlijk Eerlijk Heertje* met de principes van het programma die zowel structuur bieden als de werkelijkheid manipuleren.

Aan de basis van deze deconstructieve praktijken ligt het volgende besef: wanneer het beeld geen waardevrije afbeelding meer kan zijn, geen eerlijke kennis meer kan geven over de werkelijkheid, moet duidelijk worden welk en wiens doel het beeld dient. We zijn dan ook voortdurend op zoek naar de bewijzen van gemanipuleerdheid van beelden en zoeken naar de programma's die verantwoordelijk zijn voor het totstandkomen van beelden. Onze deconstruerende ontdekkingstocht is een zoektocht naar de mechanismen die de manipulatieve kracht van het beeld dienen. Ook Joris Luyendijk sluit in zijn boek *Het zijn net mensen* (2008) aan bij dit kritisch ondervragen van de beelden in kranten en het televisienieuws. De getoonde nieuwsfeiten zijn het gevolg van een groot aantal factoren waar de journalist geen grip op heeft. Denk aan de toevallige of door machtshebbers geplande beschikbaarheid van de beelden (of toegankelijkheid van de 'werkelijkheid') en het feit dat de ene werkelijkheid zich makkelijker laat verbeelden dan de ander. Het laatste bastion van objectiviteit is daarmee neergehaald. We zien dit inzicht binnentreden in de actualiteitenrubrieken. Terwijl in discursieve structuren

reclame- en wervingscampagnes ons beeld van het leger in het algemeen en de wijze waarop het leger opereert in gebieden als Irak en Afghanistan proberen te bepalen, ontstaat er binnen diezelfde discursieve structuren ook een kritische dialoog over het programmatische van de beelden. We lijken ons steeds meer bewust te zijn van het feit dat deze fotografische beelden geen afdruk zijn van de werkelijkheid maar een gemedialiseerde interpretatie. Nadat Dutchbat in oktober 2007 beelden vrij had gegeven van haar activiteiten, ontstonden er in de actualiteitenrubrieken discussies over het verborgen oogmerk van de beelden. Waarom worden deze beelden nu op dit moment vrijgegeven? Welk beeld geven de beelden over de activiteiten en wat kan het doel zijn? In wiens belang worden de beelden vrijgegeven? De beelden worden kortom beschouwd als intentionele beelden. Zij worden kritisch bestudeerd. Rondom gegeven beelden ontspringen zich gesprekken die de vanzelfsprekende status van de beelden ondermijnen. Niet langer wordt de discursief- conserverende vermeende waarheid waar we ons allen omheen zouden moeten groeperen voetstoots aangenomen.

Tegelijkertijd maken zowel Bergmans documentaire als Luyendijks boek duidelijk dat de deconstructie de magische werking van het beeld niet kan vernietigen. We zullen de macht die het beeld over ons uitoefent onder ogen moeten zien; een veelal onbewuste invloed die niet geheel met ons verstand kan worden bestreden. Ook al weten we dat de cosmetische industrie misbruik maakt van onze ijdelheid, toch kunnen we ons niet onttrekken aan haar verleidelijke belofte. Ook al lezen we in Luyendijks boek dat de Palestijnen minder grip hebben op het mediaspektakel, toch schrikken we terug van de schreeuwende menigte rondom de baar van het zoveelste slachtoffer van de Israëliëse bezetting. Luyendijk, Bergman en anderen kunnen de kijker hoogstens weerbaarder maken door de mechanismen van de totstandkoming – en de belangen die gepaard gaan met deze invloed van het beeld – bloot te leggen. Tussen het beeld met zijn grote onbewuste invloed en de autonome mens moet een gevecht gestreden worden om de macht. Hierdoor moeten we steeds op onze hoede zijn. Het beeld valt ons onbewuste aan. Wij moeten deze aanval met ons kritisch verstand te lijf gaan.

In alle voorbeelden wordt bovendien duidelijk wat het centrale aspect is van het magische karakter van het technische beeld: het is een boodschap waarbij de boodschapper aan het zicht wordt onttrokken. De beelden functioneren als vensters op de werkelijkheid, terwijl zij ons in wezen een visie geven op die werkelijkheid. Wat ontbreekt in het beeld in het algemeen en in het technische beeld in het bijzonder, is de intentionele communicatieve context waarin iemand via het beeld vanuit een bepaalde intentie zijn visie op de werkelijkheid uit wil drukken. De beelden zijn minder vanzelfsprekend verbonden aan een bron (en een context) en meer aan de gerepresenteerde werkelijkheid omdat de 'ik' als bron van de communicatie afwezig is. Wie kan er ter verantwoording geroepen worden voor de beelden die de werkelijkheid van Dutchbat in Uruzgan representeren? De filmmaker? De commandant die de beelden heeft vrijgegeven? De editor die hier en daar misschien wat weggeknipt heeft? In *Beperkt Houdbaar* wordt de cosmetische industrie aangeklaagd. Zij zijn de opdrachtgevers van de reclamecampagnes, maar is het terecht dat de makers van deze beelden, de ontwerpers, buiten beeld blijven?

In een kritische analyse van de visuele communicatie is het een belangrijke opgave de verbondenheid van het technische beeld met de boodschapper te onderzoeken aangezien het beeld zijn visie op de werkelijkheid is. Maar wie is de boodschapper van het beeld? Is het degene die het beeld gemaakt heeft? Of is het degene in wiens

opdracht de beelden gemaakt zijn. En waar bevindt zich die verbondenheid van het beeld met zijn maker? Is het iets dat we alleen maar kunnen weten via externe informatie? Of is de maker aanwezig in het beeld en waar wordt het beeld een boodschap van zijn maker? Wordt wellicht de magische relatie van het beeld met de werkelijkheid verbroken op het moment dat het beeld verbonden wordt met zijn maker in het dialogische beeld?

Nieuwe dialogische structuren of nieuwe dialogische beelden?

Flusser maakte zijn analyse in de jaren negentig van de vorige eeuw. Er is echter sindsdien een andere communicatieve beweging zichtbaar. In het medium televisie zien we al geruime tijd hoe het publiek steeds meer mogelijkheden krijgt aange-reikt om zijn stem te laten horen en iets terug te zeggen. We mogen vragen beantwoorden in quizen, stemmen op ons favoriete idool, we mogen bepalen welke van drie thrillers wordt vertoond. We bepalen content en we worden zelfs content in programma's waarin we mogen laten horen hoe mooi we kunnen zingen, hoe lang we het in een huis met tien andere mensen weten uit te houden, hoe lang we erin slagen niet verliefd te worden op een tropisch eiland en ga zo maar door.

Deze democratiseringsbeweging van de televisie wordt voltooid in het nog betrekkelijk jonge internet, dat pas werkelijk het communicatiemedium van het Nieuwe Millennium kon worden in de web2-applicaties waarvan Wikipedia, You-tube, Hyves en Marktplaats voorbeelden zijn. We creëren een gemeenschap-pelijke encyclopedie, vullen de schappen met te verkopen spullen, tonen onze familiefilmpjes en filmpjes van het buurjongetje dat in elkaar wordt geslagen. Sinds kort ben ik opgenomen in het programma van LinkedIn, een van de inter-netsites waarin ik mijn professionele profiel kan plaatsen en waarin ik op basis van de informatie die ik invoer de mogelijkheden aangereikt krijg om gelinked te worden aan personen wiens profiel overeenkomsten vertonen met mijn profiel. Regelmatig krijg ik een mailtje waarin iemand mij vraagt om met hem of haar gelinked te worden. Ik kan de persoon accepteren of zijn verzoek verwerpen. Meer mogelijkheden zijn er niet. Het is dus de vraag of we hier van een dialogi-sche structuur kunnen spreken, aangezien de reactie is ingeperkt door duidelijk ontworpen structuren, afgepaste kaders en genres. Er is eigenlijk eerder sprake van een discursieve communicatiestructuur omdat we ons binnen de mogelijkhe-den van de programma's blijven bevinden. We mogen de lijntjes inkleuren, geen lijntjes toevoegen. De ruimte die we krijgen is de ruimte die het programma ons toestaat. Er is geen sprake van nieuwe informatie en dus van een dialoog wanneer het antwoord onderdeel is van de vraag die gesteld wordt. Alhoewel Flusser deze nieuwe structureren niet heeft voorzien, heeft hij wel de begrippen geleverd die duidelijk kunnen maken welke andere communicatiestructuren en welke andere beelden nodig zijn. In *Medientheorie* geeft hij aan dat we om de crisis te bezweren in eerste instantie behoefte hebben aan een infrastructuur waarin iedereen zowel boodschapper als ontvanger kan zijn. Flusser pleit voor een transformatie van de discursieve communicatiestructuur waarin de ontvanger de boodschap actuali-seert. Het dialogische proces waarin deze actualisering beschouwd kan worden als een persoonlijk antwoord op een vraag die door een zender via het beeld gesteld wordt. Pas na deze transformatie kan de ontvanger als in een dialoog reageren en kan hij de informatie in ontwikkeling brengen. Niet alleen wordt hiermee de rol van de ontvanger uitgebreid (hij is niet enkel iemand die gemanipuleerd wordt, hij is ook iemand die iets terug kan zeggen in zijn interpretatie), ook wordt de rol van de boodschapper verhelderd. In de boodschap is het beeld een vertaling van zijn

visie. Dat dit geen wereldvreemd visoen is, is inmiddels duidelijk geworden in de wijze waarop het internet functioneert. Juist die toepassingen die participierend en dus dialogisch van aard zijn, bepalen het succes van de digitale communicatie.

Flusser maakt echter een ander probleem zichtbaar. De dialoog is niet enkel gewaarborgd in een interactief netwerk, een dialoog heeft ook behoefte aan dialogische uitingen. Ook in een dialogische structuur kan een programmatische uiting gecommuniceerd worden. Naast LinkedIn maakt ook YouTube dit duidelijk. YouTube neemt in de hedendaagse beeldcultuur een belangrijke rol in. YouTube is namelijk niet alleen het podium van allen voor allen geworden, het is ook de plek waarin we via beeld in debat met elkaar kunnen gaan. De film *Fitna* van Geert Wilders uit 2008, en de reacties op deze film, zijn daar een duidelijk voorbeeld van. *Fitna* is een via YouTube te bekijken visueel essay van de politicus Geert Wilders waarin hij vanuit een duidelijk zichtbaar visueel format ons het gevaar van de Islam voor Europa en voor Nederland in het bijzonder laat zien. *Fitna* is zo overduidelijk manipulatief dat de film de magische werking die het beeld kan hebben grotendeels om zeep heeft geholpen. De film hoeft niet gedeconstrueerd te worden, zij is haar eigen deconstructie geworden. De soms hilarische parodieën op de film zijn in die zin zeer vermakelijk, maar eigenlijk overbodig. We hadden al in de gaten welke trucendoos werd geopend. We zijn *visual grown ups* geworden, niet alleen omdat we snel begrijpen wat de boodschap van een beeld is, niet alleen omdat we de communicatieve intentie van het schijnbaar gepresenteerde beeld kunnen ontmaskeren, maar ook omdat we zelf toegang hebben gekregen tot de productie en de distributiemiddelen. We zijn dus niet alleen meer degenen die beelden interpreteren, we maken ze ook en we kunnen in beeld op elkaar reageren. Hierdoor snappen we beter waar beelden vandaan komen en wat de impact van bepaalde beelden is.

De belangrijke vraag hierbij is: zijn deze in dialogische structuren geplaatste beelden die we toevoegen inderdaad dialogische beelden te noemen of zijn de makers in de woorden van Vilém Flusser niet meer dan ‘functionarissen van de programma’s’. Flusser geeft aan wat de voorwaarden zijn om nieuwe beelden voort te kunnen brengen. We moeten leren wat de codes zijn van het technische beeld, en we moeten zelf iets te zeggen hebben en daarvoor moeten we ontdekken wat er zich in ons innerlijk afspeelt. Pas dan zijn we in staat om – in tegenstelling tot Wilders poging – voorbij het programmatische en het manipulatieve beeld te komen.

Zum einen ist es aussichtslos, die Kommunikationsstrukturen ändern zu wollen, solange wir nicht gelernt haben, uns der Codes, die diese Strukturen tragen, regelrecht zu bedienen. Zum anderen müssen wir zuerst verstehen lernen, was sich in unserem eigenen Innern (in unserem Programm) besteht, bevor wir darangehen, die Welt zu verändern. (Flusser 2005: 225)

Pas wanneer je een eigen stem hebt, pas wanneer je zelf iets uit te dragen hebt, zul je de motivatie hebben om de programma’s die dat tegenhouden te omzeilen. Daarvoor zul je moeten zorgen dat je de apparatische programma’s doorziet. Slechts wanneer je de programma’s doorziet en je jezelf tot spreken wil brengen, kun je beelden maken die dialogisch zijn. Flusser veronderstelt hier dat iemand die zichzelf tot spreken wil brengen, dus iemand die zijn eigen stem hoorbaar wil maken, als vanzelf dialogische beelden zal gaan maken omdat hij daarvoor noodzakelijkerwijs de tekortkoming van het programma zal ervaren en buiten het programmatische zal moeten treden. Dat de stem hiermee door het programma breekt is te begrijpen. Deze stem ligt dan in de afwijking van het programma. Door

deze afwijking verslapt de grip van het programma op de ontvanger. Hij krijgt als vanzelf een grotere ruimte aangeboden.

Het dialogisch beeld in de openbare ruimte

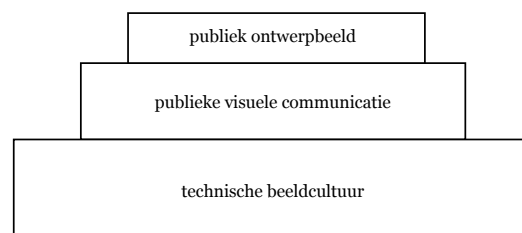
Toen Flusser wees op de verantwoordelijkheid van ieder mens, had hij vooral zijn hoop gevestigd op de kunstenaar die als enige vanuit een autonome opstelling in staat zou zijn om het programmatische te overstijgen en naar de hand te zetten. Want alhoewel Flusser wel de interactieve mogelijkheden van de digitalisering zag, geloofde hij eigenlijk niet zo in de mogelijkheid van de mens om zich te ontpoppen van passieve consument in actieve producent. *Der Künstler* is de maker die er in slaagt via 'akrobatischer Artistik' de systemen, de programma's en de apparaten te slim af te zijn. Hij noemt deze beelden geen dialogische beelden maar stille beelden, transapparatische beelden of synthetische beelden:

Und die neuen, synthetischen Bilder, in denen abstraktes Denken ansichtig hörbar wird und die im Verlauf des neuen kreativen Dialogs hergestellt werden, sind nicht nur ästhetisch, sondern auch ontologisch und epistemologisch weder mit guten alten noch mit den gegenwärtig uns umspülenden Bildern vergleichbar. (Flusser 2005: 75)

Kan de grafisch ontwerper een *Künstler* zijn die zulke beelden kan maken? Wat kan binnen het subdomein van het publieke beeld in de openbare ruimte de functie zijn van dialogische beelden? Kunnen affiches dialogisch zijn of zijn ze gevangen in de communicatie die wordt opgedrongen door de context waarbinnen zij moeten communiceren? In eerste instantie is het noodzakelijk te onderzoeken hoe publieke beelden functioneren in de openbare ruimte binnen onze beeldcultuur. Hoe valt de wijze waarop het affiche ons aanspreekt in de openbare ruimte te beschouwen in het licht van de beeldcultuur waar zij onderdeel van is? Het affiche is een van de meest opdringerige vormen van communicatie. Een televisie of een computer kun je uitzetten. De beelden in het openbaar domein zijn hoogstens te negeren (of over te kladden), uitzetten kun je ze niet. Bovendien vraagt de openbare ruimte om een snelle en op de massa gerichte vorm van communicatie: reclame in de woorden van Baudrillard. Kan het grafisch ontwerpen in het affiche, of in andere publieke vormen van beeldcommunicatie, een beeld creëren dat zich weet te onderscheiden van het soort projectieve reclamebeelden waar *Beperkt Houdbaar* zich tegen verzet; kan het zich onderscheiden van de propagandabeelden van de overheid?

Schema 1-7 Onderzoeksobject

Onderzoeksobject: binnen de technische beeldcultuur vindt publieke visuele communicatie op verschillende wijzen plaats: internet, televisie, publieke ontwerpbeeld. Ik beperk mijn onderzoek tot het publieke ontwerpbeeld.



In de volgende paragrafen definieer ik het onderzoeksobject van dit proefschrift: het betekenisvormingsproces van het publieke beeld. Ik definieer daarbij mijn onderzoeksobject op dusdanige wijze dat het vanuit de semiotiek onderzocht kan worden op zijn dialogische kwaliteiten. Ik maak daarvoor zichtbaar dat het publieke beeld niet beschouwd moet worden als een beeld om een inhoud over te dragen, maar als een beeld dat bij de toeschouwer een proces in gang zet. De evaluatie van het affiche is de evaluatie van het proces bij de toeschouwer. Programmatische beelden zijn beelden die programmatische betekenisvormingsprocessen in gang zetten. Dialogische beelden zijn beelden die dialogische betekenisvormingsprocessen in gang zetten. Ik toon eerst aan hoe het programmatische betekenisvormingsproces verwantschap heeft met de appellerende functie van de communicatie van de Praagse linguïst Roman Jakobson (1896-1982) en hoe reclame en grafisch ontwerpen zich verschillend verhouden tot de programmatische communicatie. Ik bevrijd daarna het publieke beeld uit de wurggreep van het programmatische van het reclamebeeld en ik laat tenslotte zien hoe ontwerpen een dialogische opening vindt in de wijze waarop Victor Sjklovsky in de jaren dertig van de vorige eeuw een artistiek betekenisvormingsproces omschreef.

1.6

Betekenisvormingsprocessen ontwerpen

MIS - DON'T
LEGI - TAKE
FOR BILITY
ICATION. COMMUN

Afbeelding 8 >

Beeldbijlage pagina 3

Van boodschap naar proces

‘Helder en duidelijk’ was de titel van het afscheidsboek uit 2002 van studieleader grafisch ontwerpen Henri Lucas waarin hij een ‘Utrechtse grafisch ontwerpschool’ probeerde te definiëren. De communicatie moet helder zijn om de boodschap duidelijk over te kunnen brengen. Zo klinkt het in het sterk door het modernisme gedomineerde onderwijs grafisch ontwerpen. Ook de grafisch ontwerper Anthon Beeke zien we worstelen met begrippen als verstaanbaarheid en leesbaarheid in de verantwoording van zijn boek *Dutch posters 1960-1996*: “Helder wat betreft formulering van de informatie. Energiek in de wijze waarop de boodschap wordt aangeboden (...) het beeld laat zich lezen als een logo” (Beeke 1998: 7-11). Het lijkt in eerste instantie logisch om van grafisch ontwerpers te vragen helder te zijn in hun beeldtaal en duidelijk in hun boodschap. Dat wat uitgedragen wil worden, het concept, de visie van de ontwerper, moet tenslotte begrijpelijk zijn voor de doelgroep.

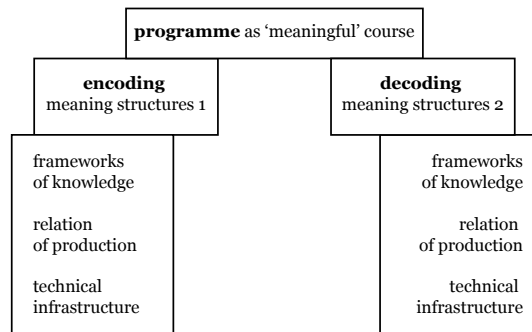
Al in 1972 werd door Stuart Hall de onmogelijkheid van deze ‘heldere’ communicatie, voor het via de televisie in gang gezette communicatieproces, zichtbaar gemaakt in het artikel *Encoding, Decoding*. Het communicatieproces bestaat uit afzonderlijke fases van gescheiden praktijken (productie, circulatie, distributie, consumptie en reproductie) met afzonderlijke wetmatigheden, waarbij niemand de controle heeft over de verschillende stappen.

... while each of the moments, in articulation, is necessary to the circuit as a whole, no one moment can fully guarantee the next moment with which it is articulated. (Hall 1993: 508)

Ditzelfde is zichtbaar in het communicatieproces van de grafische ontwerppraktijk. Een affiche wordt bepaald door technische mogelijkheden die er voorhanden zijn en door de creatieve en financiële ruimte die een opdracht de ontwerper biedt, maar ook door de mogelijkheid en de tijd die er is om informatie te vergaren die van

Schema 1-8 encoding and decoding

Schema 1-8 Encoding, decoding. Stuart Hall maakt in dit schema zichtbaar welke externe en niet door de boodschapper te controleren aspecten van invloed zijn op zowel het coderings- als het decoderingsproces. (Hall 1993: 510)



belang is om tot een interessant en onderbouwd concept te komen. Het is daarbij nog niet zo eenvoudig om een idee te vertalen in een beeld. Bovendien is niet ieder idee geschikt om verbeeld te worden, waarmee alleen al de beeldtaal als een filter in de communicatie werkt. Daarnaast kent het ontwerpen de wetmatigheden van de distributie, die bepaalt waar en hoe de communicatie in haar volgende fase plaats kan vinden. Ook de ontvangst van de boodschap is onderhevig aan vele factoren, waaronder de fysieke context van de communicatie, de plaats van de overdracht en de maatschappelijke setting rondom de communicatie de belangrijkste zijn. Alleen al deze factoren die de afzonderlijke fases van het ontwerpproces beïnvloeden, maken een transparante heldere communicatie van idee naar interpretatie onmogelijk. De betekenis die de ontwerper voor ogen heeft, kan niet als in een zip-bestand ingepakt worden waarna de gebruiker deze weer uitpakt.

Wat voor mijn betoog echter van belang is, is niet zozeer de controleerbaarheid van het communicatieproces als wel de eigen intrinsieke waarde van het proces van decoderen. Dit proces is niet alleen van noodzakelijk belang om tot een interpretatie te komen, zij is een wezenlijk onderdeel van de communicatie zelf. Voor de communicatie in de publieke ruimte betekent dit dat deze niet alleen gaat over de overdracht van een boodschap, maar ook over bieden van een visueel ervarings-traject: niet alleen over de uitkomst, maar ook over de weg ernaar toe. Of zoals het door Hugues Boekraad verwoord wordt als criterium voor de theaterafficheprijs (2005): “Het affiche moet intrigerend zijn voor de toeschouwer. Het roept iets bij de kijker op”.³⁹ Dit betekent voor de ontwerper dat hij geen beeld ontwerpt, geen product, maar een proces, een proces bij de kijker. Dit proces zou je het betekenisvormingsproces kunnen noemen, aangezien het het proces is waarin de vorming van betekenis tot stand komt.

De publicitaire functie van publieke beelden

Dat de communicatie van het beeld in de publieke ruimte niet enkel gaat om de overdracht maar ook om het proces waartoe het beeld aanzet, komt ook voort uit de publicitaire functie. Laten we het affiche als bekendste publicitair communicatiemedium eens wat nader bekijken.

Het affiche is een beeld op stations, in kantines, hallen, portieken enabri's, en in die hoedanigheid moet het affiche het publiek voor zich winnen. Zonder contact tussen ontwerp en toeschouwer is er geen communicatie. De ontwerpers moeten strategieën ontwikkelen om de blik van het publiek te vangen. Omdat het verkrijgen en behouden van de aandacht een basisvoorwaarde is en er steeds meer gecommuniceerd wordt in de openbare ruimte, wordt het voor een affiche steeds belangrijker om zich te onderscheiden van andere affiches.

Posters are necessarily in competition with one another, all crying for our attention in the theatre of persuasion that is the modern city. (Giampetro 2005: 91)

John Berger benadrukte vijftientwintig jaar daarvoor de onverschilligheid van de toeschouwer tegenover de overvloed aan beelden.

Wij zijn er nu zo aan gewend gemaakt dat al die beelden op ons afkomen, dat wij hun volledige inwerking nauwelijks meer opmerken. (...) Het hele stelsel van reclamebeelden aanvaarden wij zoals we het klimaat aanvaarden. (Berger 1972: 130)

We bevinden ons in een publieke ruimte waarin we als vanzelfsprekend de reclameboodschappen lezen en in ons opnemen, juist doordat we zo geneigd zijn de reclamebeelden te integreren in ons beeld van de publieke ruimte. Daarbinnen echter vindt er een vorm van competitie plaats om op een bepaalde tijd en plaats de blik van de toeschouwer te winnen. De foto's van Nicolo Bartolone uit de inleiding (afb. 3 en 4) illustreren de strijd om de blik van de toeschouwer.

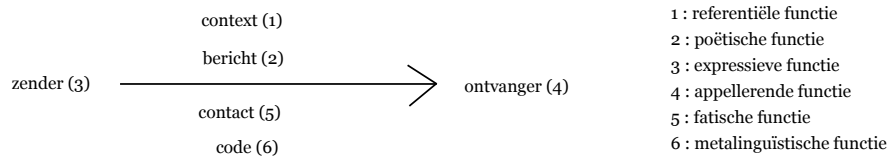
Het is dus niet enkel de intrinsieke waarde van het proces, dat het affiche wegvoert van de mathematische communicatietheorie van informatieoverdracht. Ook de functie van het affiche in de openbare ruimte binnen de context van onze marketingmaatschappij legt het accent op de procesmatige relatie tussen boodschap en kijker. Procesmatigheid en functionaliteit zijn in de praktijk van het grafisch ontwerpen met elkaar verbonden.

1.7 De evaluatie van de communicatie

De functies van de communicatie

Het communicatieve contact dat het affiche als publicitaire (naar het publiek gerichte) communicatievorm moet onderhouden met de ontvanger en het dwingende proces dat een dusdanig beeld vervolgens bij een kijker in gang zet, zijn door Roman Jakobson benoemd als de 'fatische functie' en de 'appellerende functie'.

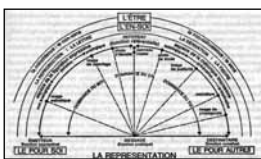
In het in 1960 verschenen *Linguistics and Poetics* onderscheidt Jakobson in verband met literatuur zes mogelijke functies. Wellicht is het beter om in plaats van over functies te spreken over het accent of de vingerwijzing die in de communicatie kan liggen op een van de volgende zes parameters: de zender, de ontvanger, de boodschap, de tekst als drager van de boodschap, de code en het contact tussen boodschap en toeschouwer.



Wanneer we de drie basisvoorwaarden voor communicatie als uitgangspunt nemen; de zender, de ontvanger en de boodschap, zijn er drie kernfuncties te onderscheiden: de expressieve functie, de appellerende functie en de referentiële functie. In de expressieve functie is de zender aanwezig in de tekst. De tekst heeft als doel de gevoelens, meningen en opvattingen van de maker uit te drukken. De tekst zegt: 'Ik vind...' In de referentiële functie van een tekst, informatief dan wel verhalend, is het het doel van de tekst om feiten, verschijnselen of gebeurtenissen te representeren. De tekst zegt vooral: 'Dat is...' Een tekst kan ook een appellerende (of conatieve) functie hebben. De tekst heeft dan als doel om de ontvanger ergens toe te bewegen. De tekst centreert zich rond 'Jij moet...' Naast deze drie kernfuncties onderscheidt Jacobson nog drie functies, te weten een metalinguïstische, een poëtische en een fatische (phatic) functie. Kenmerkend voor deze laatste drie is dat de overdracht van de inhoud van minder belang is. In de poëtische functie staat de tekst als constructie voorop. De poëtische functie staat voorop in poëtische en literaire teksten. In de metalinguïstische functie wordt de boodschap zelfverwijzend. Hiermee wordt bedoeld dat de taal niet naar de wereld buiten de taal verwijst, maar enkel naar zichzelf. De taal heeft de taal als onderwerp. Het woordenboek is een metalinguïstische tekst. De tekst wordt hiermee referentieel op het niveau van de tekst zelf. In de fatische functie ten slotte staat het contact met de lezer voorop. De tekst zeg: 'He psst, ben je daar?' Het is duidelijk dat de fatische en de appellerende functie een soort van opvolgende relatie hebben. 'He psst, ben je daar. Jij moet...' Beide hebben gemeen dat degene die wordt aangesproken centraal staat. De activiteit van de ander, zijn aandacht en actie staan centraal.

Grafisch ontwerpen en het publicitaire beeld

Terwijl Jacobson deze functies verbindt aan de overdracht van een uit woorden bestaande tekst, past Georges Péninou in het in 1970 in 'Communications 15' verschenen artikel 'Physique et métaphysique de l'image publicitaire' de functies toe op het reclamebeeld: 'l'image publicitaire'.



Schema 1-3 >

Beeldbijlage pagina 3

Genres publiek beeld
(Péninou1970: 101)

Het schema hiernaast laat zien dat de verschillende genres zoals het kunstzinnige beeld, de reportage, de pasfoto, het verkeersbord, de modelfoto, de reclame, de spotprent en het propagandabeeld te plaatsten zijn op de lijn zendpagina 60er (*émetteur*) – boodschap (*message*) en ontvanger (*destinataire*). De bijbehorende functies zijn erbij opgenomen: de expressieve functie aan de zijde van de zender, de conatieve of appellerende functie aan de zijde van de ontvanger. Ook de context en de referentiële functie zijn opgenomen in het schema. Hoewel elke functie van belang is binnen iedere vorm van communicatie, kunnen we de verschillende genres van de visuele communicatie in de openbare ruimte onderscheiden aan de hand van het accent dat op bepaalde functies ligt. Waar het kunstzinnige beeld (*image esthétique*) vooral geënt is op de expressiviteit van zijn maker, en het journalistieke beeld vooral de relatie van het beeld met de werkelijkheid voorop

stelt, daar heeft het reclamebeeld (*image de publicité*) een sterke relatie met de kijker. Péninou spreekt in verband met de appellerende reclame over *l'image d'interpellation*: het beeld dat luid aanspreekt, *l'image d'intimation*: het beeld dat de kijker dagvaardt, en *image oblativ* dat ik zou willen vertalen als het beeld dat zich aanbiedt (als offerande).

Het schema maakt zichtbaar: hoe dwingender de betekenis, hoe meer het genre zich aan de kant van de ontvanger en de appellerende functie bevindt. In het schema zijn slechts twee publieke beelden dwingender dan de reclame en dat zijn de karikatuur of spotprent (*caricature*) en het propagandabeeld (*image de propagande*). Het schema betoogt verder dat een beeld zich altijd ergens op de lijn tussen de expressieve en de appellerende functie bevindt. Hoe meer het als functie heeft de ideeën van de zender te representeren, des te minder is het gericht op de ontvanger en hoe meer het zich richt naar de ontvanger, des te minder kan het een expressieve functie hebben. Een beeld zit dus altijd tussen 'Ik vind...' en 'Jij moet...' in. Bevindt het zich halverwege dan is het noch expressief noch appellerend, maar gaat het beeld zijn referentiële, representerende functie centraal stellen. Zuivere representatie is blijkbaar noch 'Ik vind...' , noch "Jij moet...". Het is de representant van de referent geworden. Het verkeersbord zegt: dit is een eenrichtingsstraat (in de context van de specifieke verkeerssituatie zegt het daarmee eigenlijk: je mag deze straat alleen vanaf deze kant inrijden). De pasfoto op mijn paspoort zegt: dit is Anke Coumans (in de context van mijn paspoort zegt het: jij mag de grens over). Zuivere representatie doet dus geen uitspraak, zegt niet *hoe* het is, maar enkel *dat* het is. Zodra het beeld geen zuivere representatie meer is, heeft het twee functionele keuzes: of het helt over naar de expressiviteit van de zender, of het helt over naar de appellerende programmering van de ontvanger. In beide gevallen komt het genre dicht bij de boodschap als constructie (poëtische functie) te staan: hetzij als expressieve, hetzij als meer appellerende constructie. De referentiële functie wordt daarmee verbonden met de andere functies aan de uiteinden van de assen. In het reportagebeeld is de werkelijkheid die gerapporteerd wordt het onderwerp. In het reclamebeeld wordt de referentiële functie ingevuld door het aan te prijzen, dus binnen de appellerende functie vallende, object: het product. "Toute publicité étant publicité de quelque chose est nécessairement référentielle." (Péninou 1970: 100)

Péninou laat de metalinguïstische en fatische functie buiten beschouwing. Of beter gezegd: hij geeft ze geen plaats in zijn schema. Over de fatische functie spreekt Péninou wel indirect in verband met het reclamebeeld, wanneer hij het heeft over 'solliciter le regard par des artifices de <<rhétorique visuelle>>'. Het reclamebeeld wil aandacht trekken. Het solliciteert naar de blik van de toeschouwer. Dit contact dient ergens toe. Niet zozeer om te informeren (accent op referentiële functie) maar om de toeschouwer te overtuigen. De fatische functie is bij Péninou dus als voorwaarde te beschouwen van de appellerende functie.

Een reclamebeeld kan pas iets teweegbrengen bij een toeschouwer wanneer het beeld de toeschouwer in zijn greep weet te houden. Het reclamebeeld is bij Péninou een vorm van communicatie waarin de nadruk ligt op de controle over het betekenisvormingsproces van de toeschouwer. De appellerende functie staat centraal en is bepalend voor de wijze waarop het reclamebeeld de andere functies vervult. Het is dus wel met een referentiële context verbonden, maar dan in de zin van het (te verkopen) object waar naar verwezen wordt. De poëtische functie speelt een rol, maar vooral op het niveau van de constructie die het betekenisvormingsproces veroorzaakt. Ieder reclamebeeld is een constructie omdat het een bedachte en voor de communicatie beoogde vorm heeft.

L'image de publicité-type, adossée à une technique artistique sans laquelle elle ne serait pas (en tant que manifeste d'essence poétique) se déplacera à l'intérieur de cet arc, (...). (Péninou 1970: 100)

Péninou verbindt de artistieke kwaliteit (technique artistique) van het beeld met de constructie op basis waarvan de boodschap kan ontstaan in de toeschouwer. Hij spreekt dus over een artistieke kwaliteit die verbonden is met de constructie welke de aard van de communicatie bepaalt. Ook een reclamebeeld kan dus artistiek beoordeeld worden op basis van het proces waartoe het aanzet. Ik zal verderop laten zien hoe Viktor Sjklovsky daadwerkelijk een antwoord geeft op de vraag wanneer een dusdanig proces artistieke kwaliteit heeft.

Het publicitaire reclamebeeld kent in de opvatting van Péninou geen expressieve functie. Péninou maakt een radicaal onderscheid tussen de poëtische functie die kenmerkend is voor ieder beeld dat geconstrueerd is ten behoeve van de communicatie en het esthetische beeld dat hij als kunstzinnig beeld situeert aan de kant van de zender. Hij plaatst hier de kunst en het reclamebeeld tegenover elkaar. Zijn schema maakt hiermee visueel zichtbaar dat het niet eenvoudig is om én een kunstzinnige pretentie waar te maken waarin de expressiviteit van de ontwerper gloreert én een appellerende relatie tussen beeld en kijker te bewerkstelligen. Deze tegenstelling is voor de problematiek van programmatische beeldcultuur van groot belang en zou als volgt geherformuleerd kunnen worden: hoe groter de programmatische werking van het beeld, hoe groter de controle over het proces van de kijker; hoe kleiner de mogelijkheid van het beeld zijn zender te representeren.

Waar Flusser echter het projectieve en programmerende karakter van de communicatie verbindt aan het technische beeld als zodanig, daar maakt Péninou ons iets anders duidelijk. Hij koppelt de programmering los van het technische publieke beeld als zodanig en koppelt deze aan een aantal appellerende beeldgenres. Het technische beeld wordt door hem in ieder geval niet opgesloten in de programmering van de ontvanger. Het kan zich ook informerend tot de referent richten en het kan ook naar de expressieve functie overhellen. Enkel als reclamebeeld, als propaganda of als karikatuur kent het beeld de dwingende communicatie die Flusser programmatisch en die Péninou zelf in navolging van Jacobson appellerend zou noemen. In het schema van Péninou is er dus plaats voor dialogische communicatie via het publieke beeld.

Noch Flusser, noch Péninou spreken expliciet over tot dialogen aanzettende publieke beelden. Het publieke beeld is een technisch reproduceerbaar beeld. Maar is het ook een reclamebeeld, en daardoor verbonden aan de manipulatie van het proces bij de kijker? Is het publieke beeld gelijk te stellen met het reclamebeeld?

1.8

Het artistieke betekenisvormingsproces

Het cultureel affiche als artistiek beeld

In Nederland zien we hoe het grafisch ontwerpen zich, als de discipline die zich richt op het publieke beeld, los wil maken van de reclame. Grafisch ontwerpen is iets anders dan reclame maken. Dit losmaken heeft aan de ene kant te maken met het soort onderwerp waar het beeld zich op richt (geen producten, maar culturele diensten en overheidscommunicatie), en anderzijds met wat Péninou zou noemen de poëtische functie van het beeld. Niet het appellerende overtuigen, maar de

artistieke constructie die ten grondslag ligt aan het overtuigen staat centraal. Slechts in meer uitgesproken idealistische teksten vinden we een algeheel afstand doen van zowel commerciële producten als appellerende strategieën. Zoals blijkt uit het citaat uit het debat van Van Toorn met Crouwel, is dit indirect verwoord door Jan van Toorn wanneer hij ontwerpers oproept minder te programmeren en te conditioneren en meer te informeren.

In de introductie van het afficheboek van ontwerper Anthon Beeke, zien we een vergelijkbare poging om ontwerpen los te weken van de reclame door een beroep te doen op een andere manier van communiceren. Het grafisch ontwerp-beeld spreekt het publiek anders aan dan het reclamebeeld. Deze andere wijze van communiceren wordt door Beeke echter nog wel verbonden met het genre en daarmee met het soort onderwerp dat gecommuniceerd moet worden. Voor deze andere – lees ‘betere’ – wijze van ontwerpen, kennen we in Nederland met name het genre van het culturele affiche.

Beeke's boek uit 1998 heeft de mooie, naar de fatische functie van de communicatie verwijzende titel: *Het papier dat slapende honden wakker maakt*. Hij refereert in de inleiding van zijn boek aan het onderscheid dat we in Nederland maken tussen drie soorten affiches: culturele affiches, reclameaffiches en mededelingenaffiches (Beeke 1998). Dit onderscheid vindt volgens hem in eerste instantie plaats op basis van onderwerp, respectievelijk culturele onderwerpen in culturele affiches, consumentenproducten in reclameaffiches en feitelijke informatie in mededelingenaffiches van de overheid. In zijn afficheboek lezen we echter ook hoe hij aan deze onderwerpen verschillende communicatiestijlen verbindt. Het reclameaffiche toont “duidelijke boodschappen die direct iets moeten verkopen”. Het culturele affiche kondigt aan “waardoor het onderwerp meer kan worden uitgediept en inhoudelijk kan worden vormgegeven”. (Beeke 1998: 8) Het mededelingenaffiche tenslotte communiceert een eenduidige boodschap. Het cultureel affiche ontleent zijn artistieke status als ‘cultureel’ affiche dus niet zozeer aan zijn ‘culturele’ inhoud, maar aan de aard van de communicatieoverdracht. Het onderwerp is meer uitgediept en er vindt een meer inhoudelijke vertaling plaats. Bovendien kun je verwachten dat het culturele affiche niet zo duidelijk is als het reclameaffiche en dat het meer doet dan alleen maar snel iets verkopen. Ook kunnen we verwachten dat het geen eenduidige boodschap communiceert.

Beeke houdt vast aan de term cultureel affiche voor het artistiek interessante affiche. Ik stel voor een onderscheid te maken tussen affiches (of publieke beelden) die een artistiek ontwerp kennen dat oproept tot inhoudelijke verdieping, dat geen eenduidige boodschap communiceert, dat niet alleen maar snel iets wil verkopen en affiches die dat niet doen. Het is het *artistieke ontwerp* dat bepaalt of een publiek beeld een artistiek beeld genoemd mag worden. Artistiek ontwerpen is het ontwerpen van artistieke communicatie. Zo kunnen volgens Beeke de affiches van Dick Bruna cultureel worden genoemd, terwijl ze toch in de eerste plaats een commercieel doel dienen: de verkoop van boeken. (Beeke 1998: 8) Ik noem ze liever artistiek. Het is blijkbaar mogelijk om in het geval van een artistiek beeld te spreken over een betekenisvormingsproces dat een eigen kwaliteit heeft. De artisticeit van het betekenisvormingsproces kenmerkt blijkbaar bepaalde beelden in de openbare ruimte. Waar Beeke spreekt over het artistieke ontwerp, sprak Péninou al over de artisticeit die verbonden is met de constructie, de poëtische functie van het beeld. Ik heb alleen nog niet aangegeven op grond van welke criteria een publiek beeld een positieve artistieke evaluatie kent. Daarover handelt de volgende op Sjklovsky gebaseerde paragraaf.

Vervreemding als motor

In het begin van de vorige eeuw besteedde de Russisch formalist Victor Sjklovsky (1893-1984) aandacht aan de artistieke van het betekenisvormingsproces. Hij omschreef dit artistieke proces in 1917 als volgt:

Wat de kunst doet is de dingen vervreemden en de vorm moeilijk maken, de moeilijkheid en de duur van de gewaarwording vergroten, want het waarnemings-proces zelf is het doel van de kunst en moet verlengd worden. (Sjklovsky 1982: 23)

In deze uitspraak koppelt hij artistieke aan het waarnemingsproces bij de kijker waartoe kunst als constructie aanzet. Niet het doel (overtuigen, aanzetten tot, overdracht van de boodschap) is van belang, maar het proces zelf. Hoe beter en langer een toeschouwer moet waarnemen, hoe beter het is. Sjklovsky geeft zelfs aan welke elementen in de constructie (de poëtische functie van Jakobson) noodzakelijk zijn om dit te bewerkstelligen. Op het niveau van de vorm is het van belang dat de vorm moeilijk is. Flusser zou zeggen: het moet de blik niet te makkelijk worden gemaakt over het oppervlakte te scannen en relaties te leggen. Op het niveau van de inhoud moet de gelijkenisrelatie van het beeld met de werkelijkheid vervreemd worden, zodat de herkenning bemoeilijkt wordt.⁴⁰ Dit zien we ook daadwerkelijk plaatsvinden bij affiches in de publieke ruimte.

De spanning tussen herkenning en het soort vervreemding waar Sjklovsky over sprak (en die we vooral kennen vanuit de theateropvatting van tijdgenoot Bertold Brecht 1998-1956), zorgt er bovendien voor dat het beeld de aandacht van de toeschouwer vangt en deze, indien herkenning en vervreemding in een juiste balans toegepast zijn, ook vasthoudt. Vervreemding is gebaseerd op herkenning. Vervreemding kan beschouwd worden als gefrustreerde herkenning. Meestal wordt in het geval van het affiche de nadruk gelegd op de herkenning omdat herkenning van belang is voor een snelle informatieoverdracht. Daarom zien we in het afficheontwerp een veelvuldig gebruik van herkenbare beelden, clichés en citaten. Hoewel deze de snelle communicatie bevorderen, zorgt juist de vervreemding ervoor dat het beeld de aandacht krijgt en het betekenisvormingsproces in gang wordt gezet. Herkenning vangt de aandacht, vervreemding houdt hem vast (fatische functie). Ook hier legde Sjklovsky al de vinger op. Het effect van vervreemding is dat niet de aard van de boodschap, maar de aard van het betekenisvormingsproces centraal komt te staan. De vervreemding veroorzaakt een langere duur van het waarnemingsproces. Dit is van belang voor de verlenging van de waarneming die volgens Sjklovsky het doel van de kunst is. Doordat de toeschouwer iets denkt te herkennen en bemerkt dat hij iets anders te zien heeft gekregen, verloopt het communicatieproces niet meer als vanzelfsprekend. Omdat de bevestiging van het vertrouwde beeld verstoord wordt, wordt het proces opeens bewust en de uitkomst onzeker.

Het belang van vervreemding als katalysator van deze bewuste vorm van betekenisgeving is ook onderkend door de Peirceaanse semiotiek die het subject van het betekenisvormingsproces een plaats geeft in de semiosis.

40 Dit aspect wordt in deel III van groot belang bij de zoektocht naar het dialogische beeld als een beeld dat het magische weet te doorbreken. Beide hier genoemde aspecten gaan over de magische werking van het beeld. Het beeld maakt zichzelf als beeld kenbaar.

Every inquiry whatever takes its rise in the observation (...) of some surprising phenomena, some experience which either disappoints an expectation, or breaks in upon some habit of expectation.
(Peirce in Van Driel 1993:29)

Iets moet verrassen, verbazen, verwarren, onduidelijk of onzeker zijn om het betekenisvormingsproces in gang te zetten. In de woorden van Peirce moeten tekens in strijd zijn met de gewoontes of breken met verwachtingen om bewust opgemerkt te worden. De vervreemding, in de semiotiek beschouwd als een soort verzamelterm voor alles wat de gewoonte doorbreekt, is de motor van het bewuste betekenisvormingsproces. Omdat de mens verlangt naar vertrouwdheid en vanzelfsprekendheid zal de vervreemding het verlangen naar de oplossing ervan prikkelen. Het affiche kan dus via vervreemding bij de toeschouwer in gang zetten waardoor deze een antwoord wil vinden op het perceptuele vraagstuk dat hem voorgelegd is. Hij herkent iets en hij herkent het ook weer niet. De kijker gaat bovendien op zoek naar hoe datgene wat hij herkent in verband staat met wat hij niet herkent.

Vervreemding en retorica

Wanneer we het publieke beeld beschrijven vanuit zijn intentionele doelstelling iets te bereiken bij het publiek, benaderen we het beeld als retorisch beeld: een beeld dat beschouwd kan worden als het resultaat van retorische procedés. De klassieke, zich op Aristoteles baserende retorica kent een veelheid aan procedés. Om beter te begrijpen wat vervreemding is, wil ik hier het accent leggen op twee operaties die ten grondslag liggen aan alle retorische figuren: toevoegen en weglaten (Durand 1970). Het retorische maakproces bestaat uit twee operaties: het toevoegen en weglaten van elementen. Via deze twee principes kan de vervreemding als resultaat beschreven worden. In het vervreemde beeld is iets weggelaten en/of iets toegevoegd. De toeschouwer legt in het kijkproces een weg terug af. Hij scheidt in gedachte wat is samengevoegd, hij voegt in gedachte toe wat is weggelaten.

Op deze wijze slaagt de kijker van het Laboratorium-beeld ^(afb. 1) erin om de oude vrouw van het jonge meisje te scheiden, de oude vrouw een eigen hoofd te geven, en het jonge meisje een eigen lichaam. Dat kan de toeschouwer wanneer hij in het vervreemde beeld het herkenbare beeld ziet. In ons collectieve geheugen staan de vele geschilderde klassieke portretten. De pose van het model kennen we dus al uit de schilderkunst.⁴¹ Binnen deze herkenbare vorm kan de kijker beide vormen aanvullen. Er ontstaat een soort imaginair maaktraject doordat hij een soort van oorspronkelijk beeld construeert dat via toevoegingen vervreemd is.

Daarbij doet de toeschouwer nog iets: hij onderzoekt de relatie tussen dat imaginair geconstrueerde 'eerste' beeld en het vervreemde beeld dat ontstaan is op basis van die operaties van het weglaten en toevoegen. De relatie tussen de twee beelden kan er een zijn van verschil, van overeenkomst en van oppositie (Durand 1970). Het jonge meisje en de oude vrouw staan in leeftijd in oppositie met elkaar als jong en oud. Ze representeren een verschillend deel van het menselijk lichaam: hoofd en torso, geest en lichaam, kijken en bekeken worden. Op basis van die relatie bedenkt de toeschouwer een uitspraak die hij toeschrijft aan het door het beeld naar voren geschoven onderwerp. In het geval van het Laboratorium-beeld

41 De verwijzing van het publieke beeld naar de schilderkunst is een bekend gegeven, en verleent het publieke beeld "een soort van cultureel gezag, een vorm van waardigheid, zelfs wijsheid, die superieur is aan alle banale materialiteiten". (Berger 1972: 135)

zou dat kunnen worden: de kunst is als een oud (waar te nemen) lichaam met een jonge (waarnemende) geest.



Afbeelding 9 >

Beeldbijlage pagina 3

Om de vervreemding in deze foto van Andre Bakker in *Greetings from Holland* ^(afb. 9) op te kunnen lossen, creëert de toeschouwer op basis van de aanwijzing 'Groeten uit Holland' een onderscheid tussen het clichématige, herkenbare beeld en het vervreemde beeld. Waar vroeger pittoreske windmolens stonden, staan nu witte kale constructies. Waar vroeger de zon scheen, het gras groen was, en de lucht blauw, is nu een dreigende lucht. Waar mensen vroeger aandacht voor elkaar hadden, zitten ze nu naast de auto een ritueel uit te voeren dat gezellig zou moeten zijn. De relatie tussen het cliché en het vervreemde beeld is er dus een van gelijkennis (molens, picknick, buiten), van verschil (de te blauwe lucht, de rommel) en van oppositie (gezellig versus vervreemd, natuurlijk versus artificieel). Gelijkennis omdat we er anders niet in zouden slagen in het vervreemde beeld het cliché te herkennen. Verschil omdat de twee onderdelen van het beeld anders niet onderscheiden zouden kunnen worden. En oppositie omdat dat de wijze is waarop we het getoonde beeld en het imaginaire beeld tegenover elkaar plaatsen in het betekenisvormingsproces. In deze vorm van vervreemding is net als bij het Laboratoriumbeeld in het vervreemde beeld een niet vervreemd beeld te herkennen. Hiermee wordt de vervreemding ingelost, het vraagstuk van het beeld wordt opgelost. In Sjklovskiaanse termen: de vervreemding heeft de moeilijkheid van de waarneming veroorzaakt en daarmee de duur van de waarneming verlengd. In Peirceaanse termen: de vervreemding heeft een bewust betekenisvormingsproces veroorzaakt dat pas ingelost kan worden op het moment dat we begrijpen hoe het vervreemde beeld een uitspraak doet over het herkenbare beeld.

Hiermee zijn we op het spoor gekomen van de mogelijkheid van een beeld om via de vervreemding zowel onderwerp als uitspraak te verbeelden. Het door Flusser zo genoemde conceptuele karakter van het posthistorische beeld wordt duidelijk geïllustreerd door het vervreemde beeld. Wat de vervreemding ook aantoonst, is dat het een *bewust* betekenisvormingsproces veroorzaakt. Door het betekenisprobleem dat het vervreemde beeld geeft, wordt duidelijk dat het beeld een uitspraak is over een referent en niet de referent zelf. Het vervreemde beeld weet zich daarmee los te maken van de magie van het beeld. Het is de vraag of het daarmee aan het programmatische van het technische beeld heeft weten te ontsnappen.

Samenvatting, vraagstelling, methode en uitwerking

Na aanleiding van de Flusseriaanse analyse van onze beeldcultuur heb ik met Flusser geconstateerd dat we in een beeldcultuur leven die wordt gedomineerd door het technische beeld dat figureert in een discursieve communicatiestructuur en waarin de programmatische aard van het technische beeld de discursieve communicatie vergemakkelijkt. Met Flusser heb ik mijn onderzoek niet zozeer gedefinieerd als een onderzoek naar de mogelijkheid van dialogische structuren, maar naar de mogelijkheid van dialogische beelden. De afwezigheid van de maker en de magie van het beeld zijn de centrale ankerpunten voor het onderzoek naar het dialogische beeld.

Dit onderzoek naar dialogische beelden heb ik vervolgens verplaatst naar het publieke beeld. Object van onderzoek is het publieke beeld als beeld in de openbare ruimte dat aanzet tot een betekenisvormingsproces bij de kijker. De evaluatie van het affiche is de evaluatie van het betekenisvormingsproces waartoe dit affiche aanzet. Péninou karakteriseert het programmatische proces van het reclamebeeld als een appellerend proces waarin de dwingende sturing van de toeschouwer centraal staat. Het reclamebeeld is dus niet het beeld waarin we het dialogische zullen vinden. Anthon Beeke spreekt over het culturele affiche als het affiche dat meer doet dan programmeren omdat het een artistiek ontwerp heeft. Ik spreek liever over het artistieke beeld als het beeld waarin we op zoek gaan naar de mogelijkheden van het dialogische.

Vraagstelling

Welke mogelijkheden heeft het grafisch ontwerpen – in de zin van het artistiek ontwerpen van het publieke beeld in de openbare ruimte – om tot een beeldcommunicatie te komen waarin beelden aanzetten tot dialogische betekenisvormingsprocessen?

Sjklovsky brengt in de sturing een artistieke dimensie aan die verbonden is met de lengte van het proces waartoe het beeld aanzet. Deze lengte van het proces wordt onder meer veroorzaakt door de vervreemding die aangebracht is en die gedecodeerd moet worden. Om te begrijpen hoe de vervreemding werkt, heb ik me gewend tot de klassieke retorica. Wanneer we op zoek gaan naar dialogische affiches, zijn we op zoek naar beelden die dialogische betekenisvormingsprocessen veroorzaken. Alhoewel de vervreemding zichtbaar maakt dat het affiche te evalueren is vanuit het betekenisvormingsproces waartoe zij aanzet, hebben we hiermee nog geen uitspraak gedaan over het dialogische betekenisvormingsproces. Zijn vervreemde beelden ook dialogische beelden?

Ik heb in dit hoofdstuk dankzij Péninou, Jacobson en Sjklovsky twee aanwijzingen gevonden die van belang zijn voor het onderzoek naar het dialogische betekenisvormingsproces:

Subvraag 1

Omdat het programmatische van het publieke beeld verbonden is met de afwezigheid van de maker in beeld, zouden we vanuit de functies van Jacobson kunnen stellen dat het dialogische publieke beeld wellicht gebaat is bij een herwaardering van de expressieve functie. Wat is de relatie tussen het dialogisch betekenisvormingsproces en de expressieve functie van de communicatie?

Subvraag 2

De moeilijke vorm bewerkstelligt in ieder geval één ding: ze doorbreekt de magische werking van het beeld doordat de analogie tussen beeld en werkelijkheid wordt doorbroken. Het is de vraag of de moeilijke vorm de maker van het beeld aanwezig kan stellen, en daarmee een dialogische semiosis kan veroorzaken?

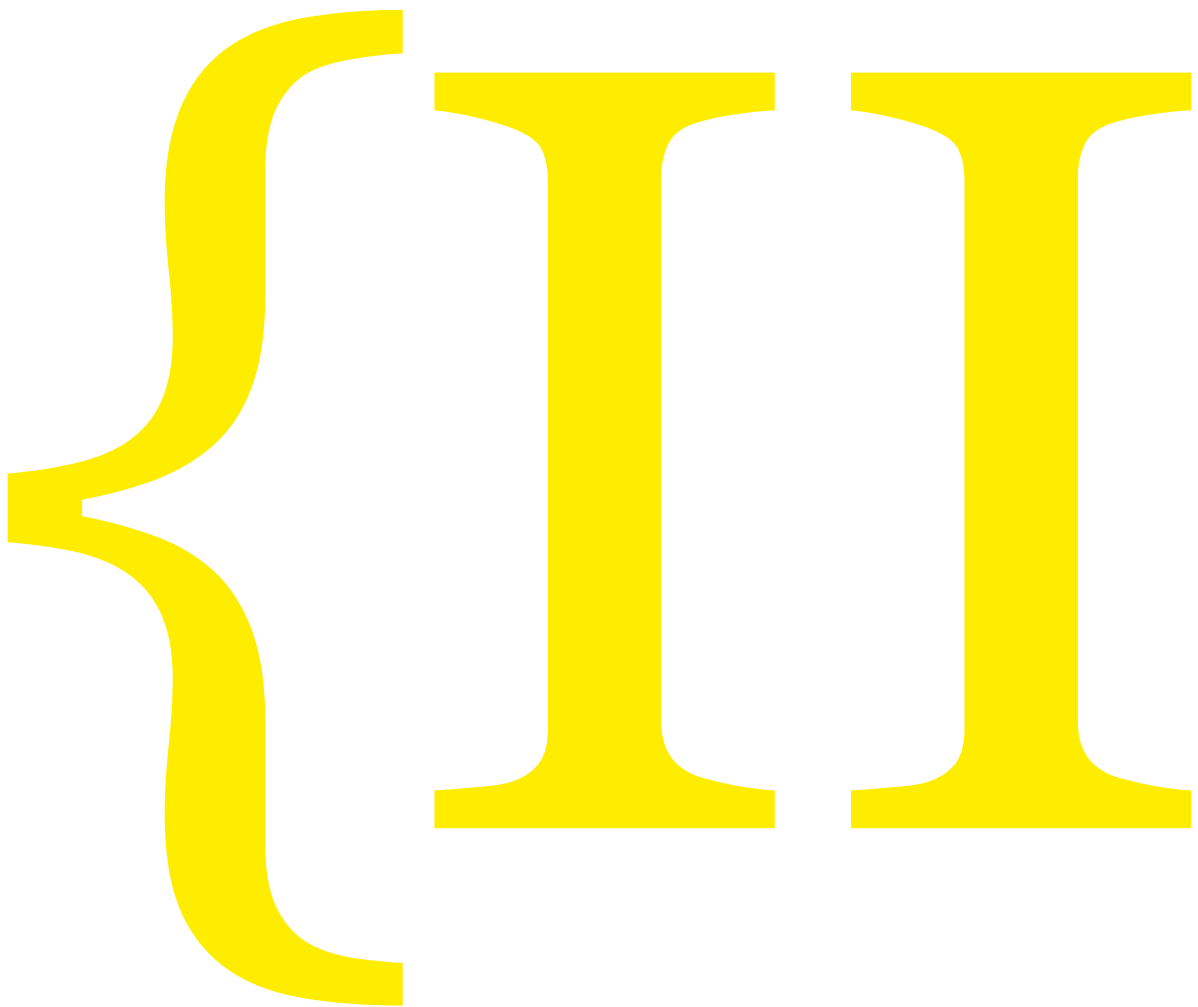
Er zijn eigenlijk twee manieren om aan de grip van de programmatische beeldcultuur te ontsnappen. De ontwikkeling van een niet programmatische beeldcultuur in de 21ste eeuw is zowel gebaat bij de productie van beelden die een ander appèl doen op de toeschouwer, als bij de ontwikkeling van het kritische potentieel van de toeschouwers. Dit appèl op de toeschouwer noemen we het betekenisvormingsproces. De semiotiek is de discipline die het betekenisvormingsproces bestudeert en kan de toeschouwer een reflectiewijze aanbieden.

De semiotiek draagt ertoe bij de door Flusser zo genoemde *Techno-imagination* te begrijpen. Niet alleen om te doorzien dat begrippen beelden kunnen worden en dat beelden een visie uitdragen, maar ook om te doorzien hoe dat gebeurt (methode).

In het artikel *Bilderstatus* uit het boek *Medienkultur* kent Flusser 'der Künstler' een speciale verantwoordelijkheid toe. Hem wordt gevraagd dialogische beelden te maken: beelden die de toeschouwer op zijn verantwoordelijkheid wijzen in het betekenisvormingsproces. In *Kommunikologie* schetst hij ook een verantwoordelijkheid voor de deelnemers aan de mediale samenleving, de toeschouwers. Hij vraagt allen om achter de code te kijken, om zich bewust te worden van de programmerende beeldcodes. Hij vraagt ons op te houden passieve gelovigen van het magische beeld te blijven. (Flusser 2005: 225) Pas dan kan volgens hem een dialogische samenleving ontstaan, een samenleving waarin we via beeld tot uitwisseling kunnen komen. Wanneer we willen leren doorzien hoe beelden gemaakt zijn, kunnen we zijn magische karakter doorbreken. We houden dan op slachtoffer te zijn van de beeldcultuur en leren de programma's te doorzien.

Hoofdstuk 1 }

Deel II De semiotiek van het stilstaande beeld



{ Hoofdstuk 2 { Drievoudige semiotiek

Het verschil tussen de vakman en de toeschouwer is, dat het detail voor de toeschouwer onbelangrijk is. Hij ziet het resultaat, wordt geconfronteerd met de effecten. (...) De vakman en de maker zeggen, als ze met de semioticus spreken: dat wist ik al. (...) Ze hebben dezelfde aandacht voor het tot stand komen van de dingen. De vakman doet het aan het begin, de semioticus aan het slot, met andere bedoelingen. De een doet het om een kunstwerk te produceren, de ander om het wonder dat dingen op elkaar werken beter te begrijpen. (De Kuiper 1988⁴²)

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat een onderzoek naar het dialogische publieke beeld een onderzoek is naar beelden die in de openbare ruimte aanzetten tot dialogische betekenisvormingsprocessen. Hiermee hebben we het onderzoeksobject dusdanig geformuleerd dat het door de semiotiek bestudeerd kan worden. Het object van de semiotiek is de semiosis, het betekenisvormingsproces. In dit hoofdstuk behandel ik de semiotiek als discipline en bespreek ik de semiotische concepten waarmee het door het beeld veroorzaakte betekenisvormingsproces geëvalueerd kan worden.

Binnen de semiotiek zijn drie stromingen te onderscheiden die vanuit verschillende epistemologische posities een ander aspect van het betekenisvormingsproces benadrukken. De structuralistische semiotiek beperkt zich expliciet tot de 'tekst'. De 'tekst' is een betekenisdragend geheel met een afgesloten karakter (Van Mechelen 1993: 262). De Peirceaanse semiotiek start vanuit het subject dat de 'tekst' interpreteert. De sociale semiotiek plaatst de semiosis in de sociale werkelijkheid waarin een maker gehoord wil worden.

In de meeste teksten die zich op de semiotiek baseren, wordt een keuze gemaakt voor een van de drie perspectieven. In dit onderzoek zullen de drie stromingen niet beschouwd worden als elkaar uitsluitende, maar als elkaar complementerende perspectieven. Het betekenisvormingsproces is een proces waarin zowel beeld, kijker, maker als context een plaats hebben.

In 2.1 worden de drie stromingen besproken en wordt zichtbaar hoe zij complementair zijn in de definiëring van hun onderzoeksobject en in de analyse van het betekenisvormingsproces van het beeld.⁴³ Vervolgens bespreek ik in 2.2, 2.3 en 2.4 de semiotische denkers en concepten die voor de analyse van het betekenisvormingsproces van het publieke beeld van belang zijn. In 2.5 maak ik deze concepten operabel in de analyse van twee gijzelaarsvideo's. De complementariteit van de drie stromingen voor de analyse van het stilstaande beeld wordt met deze analyse geïllustreerd.

42 zie noot 12

43 Een beknoptere versie van dit hoofdstuk is reeds eerder verschenen in het digitale tijdschrift e-view onder de titel 'sociale semiotiek, een kritische reflectie op hedendaagse beeldende praktijken': <http://comcom.uvt.nl/e-view/05-1/coumans.pdf>

2.1

De structuralistische, de Peirceaanse en de sociale semiotiek

De Saussure en Peirce

De semiotiek kent traditioneel twee ontwikkelingen die beide hun oorsprong vinden in het begin van de vorige eeuw: de structuralistische en de Peirceaanse semiotiek. De structuralistische semiotiek begint bij de Zwitserse linguïst Ferdinand de Saussure (1857-1913) en is uitgewerkt door semiotici als de Deen Louis Hjelmslev (1899-1965), de Fransman Emile Benveniste (1902-1976) en de tot de Praagse school van taalkundigen behorende Rus Roman Jakobson. De structuralistische semiotiek genoot de meeste bekendheid vanwege de teksten van Roland Barthes. We kennen de structuralistische semiotiek vandaag ook als de Franse of Greimassiaanse School van de uit Litouwen afkomstige Algirdas Julien Greimas (1917-1992). Zijn invloed klinkt in Nederland door in het boek *Werktekeningen, semiotische constructies in blauwdruk* onder redactie van Maas & Smeets (1999). In dit boek zijn een groot aantal essays verzameld van Nederlandse semiotici die op basis van het structuralistische begrippenapparaat problematieken uit verschillende disciplines behandelen.

Aan de basis van de Peirceaanse semiotiek ligt het omvangrijke werk van de Amerikaanse filosoof en logicus Charles Sanders Peirce (1839-1914). Zijn werk bestaat uit een grote hoeveelheid manuscripten die pas na zijn dood zijn ontsloten. De talloze studies uit de afgelopen decennia bevestigen dat uit Peirce's werk geen complete en systematische theorie naar voren komt. Deze systematiek is pas in tweede instantie aangebracht door C. Morris (1955) en Sebeok (1994). Voor Nederland is het zeer toegankelijke boek van Van Zoest (1978) *Semiotiek, over tekens, hoe ze werken en wat we ermee doen* van groot belang geweest voor de Nederlandse interesse in de Peirceaanse semiotiek. Zijn Nederlandse introductie op Peirce lag aan de basis van de Peirce Kring Nederland. De meest systematische en consistente uitwerking van Peirce binnen de Nederlandse context is echter *De semiosis* van Van Driel (1993). In 1997 tenslotte is er een essaybundel verschenen waarin Nederlandse semiotici op basis van het Peirceaanse gedachtegoed problematieken uit verschillende disciplines behandelen: *Teken en Betekenis* onder redactie van Van der Lubbe & Van Zoest.

Gestructureerd object en kennend subject

Voor de wijze waarop beide scholen zich epistemologisch tot elkaar verhouden en voor de wijze waarop zij hun onderzoeksobject definiëren, volg ik het secuur omschreven onderscheid uit Van Driel (1993). De structuralistische semiotiek wil begrijpen hoe de tekst tot betekenisproductie aan kan zetten.

Zij legt binnen de dichotomie subject/object dus absolute prioriteit bij het object. Erkenning van het subject zou immers impliceren dat objectieve, generaliserende uitspraken problematisch worden, althans in kwalitatief opzicht (...) Betekenis (...) is het resultaat van een betekenisproductie die in essentie binnen het verschijnsel aanwezig is. (Van Driel 1993: 8/9)

De aandacht van de structuralistische semiotiek ligt dus niet bij het kennende subject maar bij het gestructureerde object. De semiotische methode kan die objectiviteit garanderen. De methode, het semiotische begrippenapparaat, wordt dus tussen het onderzoeksobject (de tekst) en de analyticus (het subject) in geplaatst.

De op het werk van Peirce gebaseerde semiotiek gaat uit van andere kentheoretische vooronderstellingen en definieert daardoor een ander onderzoeksobject. Voor de Peirceanen gaat het onderzoeksobject niet vooraf aan de onderzoeksactiviteit. Het onderzoeksobject ontstaat wanneer een verschijnsel verrassend is voor een onderzoeker. Twijfel heeft dan het verlangen te weten tot gevolg. Iedere kennisuitspraak die het gevolg van deze arbeid is, is de voorlopige resultante van de interactie tussen de onderzoeker en een tekst. De kennisuitspraak staat daarbij niet los van de culturele inbedding van de onderzoeker. Zijn overtuigingen en fascinaties komen voort uit zijn culturele context. Evenmin staat de kennisuitspraak los van de tekst die een beroep doet op de onderzoeker vanwege het feit dat de tekst 'intrigerend' is. Pas als iets vragen oproept bij een onderzoeker zal deze die vragen, uitgaande van zijn eigen culturele situatie, trachten te beantwoorden. (Van Driel 1993: 11)

Actuele positionering

Iedere semioticus bekent zich tot één van beide scholen. De Peirceanen zijn, getuige het volgende citaat, behoorlijk overtuigd van zichzelf:

In het algemeen kan gesteld worden dat de Angelsaksische richting filosofisch een stevigere basis heeft. De moderne semiotiek wordt dan ook vooral bepaald door de Angelsaksische semiotiek, in het bijzonder die van Peirce. (Van der Lubbe & Van Zoest 1997: 11)

Daarnaast lijkt de Peirceaanse semiotiek minder te leiden onder een topzwaar, ondoorgrondelijk begrippenapparaat, terwijl de Greimassiaanse stroming hiervoor nog al eens onder vuur heeft gelegen. Kennis van het betekenisvormingsproces waar een tekst toe aanzet is voor hen alleen mogelijk wanneer men zich dit begrippenapparaat eigen maakt. *Het analytisch woordenboek van de semiotiek* van Greimas en Courtés (1987) laat zien wat er van de semioticus gevraagd wordt om binnen te kunnen treden in een specifieke taalgemeenschap. De ondoorgronde-lijkheid van deze metataal staat vaak in schril contrast tot de vanzelfsprekendheid van de betekenisproductie in de ogen van de niet ingewijde. Deze ingewijde vindt dat er een enorme investering moet worden gedaan om slechts weinig inzichtelijk te maken. De semiotici van de Greimassiaanse school verdedigen zich door te stellen dat zij proberen te komen tot de uitwerking van een algemene, coherente en expliciete betekenis- theorie. Zij beschouwen die theorie bovendien als een streng wetenschappelijk project. (Maas & Smeets, 1999: 5). De metataal van deze theorie verkrijgt een zekere mate van 'complexiteit, logische integriteit en stabiliteit' (Maas & Smeets 1999: 9) om wetenschappelijk te kunnen zijn. "Overbodig moeilijk? Maar dat geldt dan toch ook voor Peirce, De Saussure, Hjelmslev, Martinet, Kant, Hegel, Husserl enzovoort." (Maas & Smeets 1999: 11) In ieder geval begrijpen Maas & Smeets dat de opbrengst van de analytische arbeid de investering moet bewijzen.

De semiotische analysepraktijk gaat voorbij aan het zogenoemde manifestatieniveau en het weet door haar methode als een vorm van schatgraven betekenissen aan het licht te brengen die niet zichtbaar zijn voor het blote oog. (Maas & Smeets 1995: 13)

De Greimassiaanse/structuralistische semiotiek onderzoekt de vóórwaarden waaronder van een 'juiste' betekenis gesproken kan worden. Zich metend aan de wetenschap, is haar doel methodes te ontwikkelen die wetenschappelijke uitkomsten genereren. "Het doel van de semiotiek is niet primair het vinden van uitkomsten, maar het opstellen van een zodanige reconstructie van de betekenisvormgeving dat die controleerbaar en consistent is." (Van Mechelen 1993: 132) De Parijse school van Greimas probeert "te komen tot de uitwerking van een algemene, coherente en expliciete betekenisstheorie die zij beschouwen als een streng wetenschappelijk project." (Maas & Smeets 1999: 5)

De structuralistische school kent enkel het teken en de betekenis (de signifiant en de signifié) en niet de referent. "A linguistic sign is not a link between a thing and a name, but between a concept and a sound pattern." (De Saussure 1983: 66)

De linguïstiek die zich door De Saussure laat inspireren, beschouwt, zoals men weet, de uitsluiting van de referent als de noodzakelijke voorwaarde voor haar beoefening. (Greimas en Courtés 1987: 219)

De kwestie van de referent is een breekpunt tussen beide stromingen. Greimas en Courtés (1987) verwoorden dit als volgt:

Het probleem van de referent vergroot nog meer de kloof die de twee opvattingen van de linguïstiek, en vooral van de semiotiek blijft scheiden. Terwijl de analyse van tekens voor de Europese semiotiek slechts een etappe is, die men moet afleggen naar de beschrijving van netwerken waarin vormen geled zijn, neigt de Amerikaanse semiotiek (T.Sebeok) naar een onderbreking op het niveau van de tekens en naar een verder gaan met hun classificatie. (Greimas en Courtés 1987: 433)

Het is waar dat de Peirceaanse semiotiek in Nederland de meeste bekendheid geniet vanwege de drie wijzen waarop het teken zich tot de referent verhoudt, wat de typologieën icoon, index en symbool oplevert. Doordat de Peirceaanse semiotiek de werkelijkheid als voorwaarde erkent, kan zij constateren dat er drie wijzen zijn waarop het teken zich kan verhouden tot de werkelijkheid. Toch is het de vraag of de Peirceaanse semiotiek de werkelijkheid of het meer Kantiaanse 'idee van de werkelijkheid' als premisse heeft. Wanneer wij een afbeelding op een foto herkennen (icoon), leggen we dan een link tussen het beeld en de werkelijkheid? Of juist tussen het beeld en ons beeld van de werkelijkheid? En als we het bordje voor damestoilet gevonden hebben, verwijst dit bordje daarmee niet in eerste instantie naar ons idee van een werkelijk toilet? Toch is in de index de relatie met de werkelijkheid het meest indringend, aangezien de aanwezigheid van de werkelijkheid de index definieert. In die zin veronderstelt het bordje van het damestoilet een werkelijk bestaand toilet.

De referent neemt in de Peirceaanse semiotiek alleen al een andere plaats in omdat een Peirceaan probeert te begrijpen hoe de mens via tekens grip probeert te krijgen op de chaotische wereld die hem omringt. Het waarneembare teken verhoudt zich daarmee zowel tot de wereld die zij representeert (de referent, het denotatum of object genoemd) als tot de mens die betekenis (de interpretant) verleent. En ook al is het teken de noodzakelijke bemiddelaar, de werkelijkheid zelf is het doel van de kennis die die tekens voortbrengen.

De werkelijkheid en de maker

Een derde betrekkelijk recente semiotiekstroming die in het Engels *social semiotics* heet, besteedt nadrukkelijk aandacht aan de werkelijkheid waarbinnen het semiotische proces van betekenisoverdracht plaatsvindt. Terwijl Flusser en de Peirceaanse semiotiek de nadruk leggen op de te kennen werkelijkheid, benadrukt de sociale semiotiek de visie op de werkelijkheid die de ene mens aan de andere mens wil overdragen. Aan de Peirceaanse semiotiek ligt een mens ten grondslag die de wereld wil leren kennen, aan de sociale semiotiek ligt een mens ten grondslag die zich wil uiten, die zijn idee van de wereld wil overdragen.

De sociale semiotiek kent geen grote eerste denker (of groep van denkers) die aan het begin van de vorige eeuw gesitueerd moet worden of het zouden de teksten van de Bakhtin Cirkel moeten zijn. Leden van deze groep – waaronder Mikhail Bakhtin (1895-1975), Pavel Medvedev (1891-1938), Valentin Voloshinov (1895-1936) – schreven al in de jaren dertig een fundamentele kritiek op De Saussure. De belangrijkste kritische tekst van de Bakhtin Cirkel waarop de sociale semiotiek zich baseert, is *Marxisme and the philosophy of language* (1929) van Valentin Voloshinov (1895-1936) (P. Morris 1994). In deze tekst wordt de kritiek op de structuralistische semiotiek verwoord en betreft de uitsluiting van taal als dynamisch systeem. De Bakhtin Cirkel staat een opvatting voor waarin taal in beweging gebracht wordt door de tekenmaker. Deze kritiek vormt het fundamentele uitgangspunt van de sociale semiotiek.

Naast de teksten van de Bakhtin Cirkel zijn ook de teksten van de op de linguïstiek georiënteerde Engelse Australiër M.A.K. Halliday van belang. Halliday was de eerste die in 1978 de term ‘social semiotics’ gebruikte in het boek *Language as social semiotic*. Halliday heeft de contouren van de sociale semiotiek binnen de taalwetenschappen geformuleerd. Het is echter vooral Günther Kress die samen met Robert Hodge in 1988 de sociale semiotiek als een antwoord op de structuralistische en Peirceaanse semiotiek heeft uitgewerkt. Met betrekking tot visueel ontwerpen (visual design) heeft hij deze uitwerking in samenwerking met Van Leeuwen tien jaar later op meer structuralistische wijze⁴⁴ toegepast.

Het is met name datgene dat door De Saussure wordt onderdrukt en als bedreigend wordt ervaren, dat het uitgangspunt vormt voor de sociale semiotiek van Gunther Kress en anderen.

Mainstream semiotics emphasizes structures and codes, at the expense of functions and social use of semiotic systems, the complex interrelations of semiotic systems in social practice, all of the factors which provide their motivation, their origins and destinations, their form and substance. (Hodge & Kress 1988: 1)

Naast de systemen die de tekst regeren (het genre en het kennisregime), kent de sociale semiotiek verder van de tekst verwijderde systemen. Deze systemen zorgen ervoor dat een tekst geproduceerd en gedistribueerd kan worden (het productieregime) en controleren de ontvangst van de tekst (receptieregimes).⁴⁵ Het is maar de vraag of de sociale semiotiek met deze uitbreiding van maker, het onderzoeksdo-
mein van de semiotiek niet verlaat. De toevoeging ‘sociale’ betekent dat de sociale

44 Omdat zij in dit boek trachten de grammatica van het ontwerpen als een taalsysteem zichtbaar te maken, zonder de sociale context te betrekken, is deze uitwerking structuralistisch georiënteerd. Hier kom ik in 2.3 op terug.

45 Het betreft hier een uitwerking van de invloeden op de communicatie die we in deel I bij Stuart Hall (1993:510) aantreffen. Hij onderscheidt: ‘the frameworks of knowledge’, ‘the relations of production’ en ‘the technical infrastructure’.

semiotiek zich in de richting van de sociologie en de communicatiewetenschappen begeeft. Zij beschouwt zichzelf echter als semiotiekstroming omdat zij de sociale context als ‘tekst’ en de systematiek van de systemen als taalsystemen opvat.

Binnen de sociale semiotiek zijn twee verschillende invloeden aanwijsbaar van de Bakhtin Cirkel. Valentin Voloshinov benadrukt de wijze waarop de sociale context de deelnemers van de communicatie conditioneert en daarmee de vorm van de tekst.

Every sign, as we know, is a construct between socially organized persons in the process of their interaction. Therefore, the forms of signs are conditioned above all by the social organization of the participants involved and also by the immediate conditions of their interaction. (Voloshinov in Pearce 1994:39)

Terwijl Voloshinov met name het accent legt op de sociale machtsrelatie tussen de participanten van de communicatie, benadrukt Bakhtin vooral de uitwisseling en dynamiek die ontstaat in de communicatie.⁴⁶ De Voloshinoviaanse machts-systemen worden geïllustreerd in de analyse aan het einde van dit hoofdstuk. De Bakhtiniaanse dialogische relatie tussen taaluitingen, waarvoor de aanwezigheid van de maker in de uiting essentieel is, is voor het onderzoek van dit proefschrift de meest belangrijke. Ik kom hier op terug in deel III.

De drie semiotische stromingen hebben een eigen begrippenapparaat ontwikkeld om de semiosis te analyseren. In de volgende paragrafen zullen de concepten toegelicht worden die van belang zijn voor de articulatie en evaluatie van het dialogische betekenisvormingsproces.

2.2 Concepten uit de structuralistische semiotiek⁴⁷

Structuralistische uitgangspunten

Taalsysteem en taalgebruik

De basis van de structuralistische semiotiek wordt gevormd door een aantal begrippenparen van de linguïst Ferdinand de Saussure. Deze begrippen hebben het structuralistische onderzoeksobject van de structuralistische semiotiek gedefinieerd en zij hebben de semiotische invalshoek bepaald. In *Cours de linguistique générale*, dat in 1916 postuum gepubliceerd werd, introduceerde Ferdinand de Saussure zijn systematische benadering van taal. Binnen het taalgebeuren (de *langage*) maakt hij een onderscheid tussen het *taalsysteem* (*langue*) – het algemene regelsysteem dat de relaties tussen de taalelementen vastlegt – en het *taalgebruik* (*parole*) – oftewel, de individuele taaluitingen. Met dit onderscheid wordt er een scheiding in de taal gemaakt tussen wat sociaal is en dat wat individueel is. Maar ook tussen dat wat essentieel is, namelijk het systeem, en dat wat bijkomstig is.

46 Voor deze discussie betreffende het aspect van de machtsrelatie binnen de communicatie verwijs ik naar Peirce (1994: 11-15) en naar de biografie van Bakhtin in Todorov (1982: 13-26).

47 Voor een overzicht van alle gebruikte begrippen verwijs ik naar Greimas en Courtés (1987).

En separant la langue de la parole, on separe du même coup: 1. ce qui est social de ce qui est individuel; 2. ce qui est essentiel de ce qui est accessoire et plus ou moins accidentel. (De Saussure 1983: 30)

We kennen dit onderscheid ook als het koppel *systeem/proces* (Hjelmslev), *taalvermogen/taalgedrag* (Noam Chomsky 1928-) en *code/boodschap* (Roman Jakobson). Het zijn allemaal indelingen die de oorspronkelijke oppositie *langue/parole* opnieuw formuleren en in een bepaalde richting verder en anders uitwerken. (De Kuyper & Poppe 1980: 87) Voor de analyse van het beeld als individuele taaluiting is van belang dat de structuralistische semiotiek de taaluiting beschouwt als de actualisering van het taalsysteem. In de analyse wordt gezocht naar de aanwezigheid van het systematische. Omdat de visuele taal vooral gebaseerd is op gewoontes, afspraken, conventies en stilzwijgende overeenkomsten, spreken semiotici in verband met het beeld als onderzoeksobject liever over de *code*, dan over het systeem. De analyse zoekt de werking van de code in de beeldende uiting.⁴⁸ Kress & Van Leeuwen (1996) geven vele voorbeelden van visuele codes. Zo verbinden zij de plaats van een beeldelement ten opzichte van een ander beeldelement aan de inhoudelijke relatie die er tussen twee elementen bestaat. Boven en onder laten zich vertalen als ideaal versus reëel. (Kress & Van Leeuwen 1996: 224) Het Laboratorium-beeld^(afb. 1) zou vanuit deze code als volgt te lezen zijn: oud lichaam verhoudt zich tot jong hoofd, als het reële versus het ideële.

De Italiaanse semioticus Umberto Eco (1932-) bracht in *Einführung in die Semiotik* uit 1968 de code in verband met het beeld. Hij spreekt over sterke en zwakke codes. Zwakke codes zijn codes die moeilijk te definiëren zijn, die voortdurend veranderen, “und in denen die fakultative Varianten gegenüber den relevanten Zügen überwie.” (Eco 1972: 214) De betekenis van de visuele uiting is maar voor een klein deel te herleiden tot codes. Zij is voor een groot deel afhankelijk van contextuele factoren. Wie analyseert het beeld, waar treffen we het beeld aan en in welke tijd wordt het beeld geanalyseerd? Binnen het domein van de Cultural Studies heeft Stuart Hall het begrip code opgenomen in de twee centrale activiteiten van de betekenisoverdracht: codering en decodering. Via de codering wordt een idee naar een overdraagbare vorm vertaald. In de decodering tracht de toeschouwer via de toepassing van de code de in het beeld opgeslagen visie te herleiden. Betekenis en communicatie vinden enkel in de taal plaats. Er vindt nooit een overdracht plaats van ideeën, maar altijd van in taal gegoten ideeën.

Diachronie en de synchronie

Het tweede belangrijke onderscheid van De Saussure is het onderscheid tussen de *diachronische* en de *synchronische* bestudering van taal. In de *diachronische* bestudering staat de historische ontwikkeling centraal en in de *synchronische* staat de stand van zaken op een bepaald moment centraal. (Van Driel 1993: 5) Het onderzoeksobject van De Saussure, de taal, wordt bepaald door deze structurele tweedelingen, het *synchrone* ten faveure van het *diachrone*, en het taalsysteem ten faveure van het taalgebruik. De Saussure onderzoekt het *synchrone* statische taalsysteem. Voor de visuele semiotiek met haar sterk evoluerende code is deze

48 “Niemand stellt in Zweifel, dass auf der Ebene der Visuellen Codes Kommunikationsphänomene auftreten; aber es besteht Zweifel darüber, ob diese Phänomene linguistische Charaktere sind.” (Eco 1972: 197)

benadering problematisch. De sociale semiotiek die juist het *diachronische*, dynamische van de taal benadrukt, is hierdoor een meer geschikte benadering voor beeld als taal. In de bespreking van de derde stroming, de sociale semiotiek, zien we hoe de keuzes die de structuralistische semiotiek hier maakt, worden bekritiseerd. Voor mijn onderzoek is de *synchrone* benadering dan ook niet geschikt, omdat het uitgangspunt van mijn onderzoek juist de evolutie van beeld als taal is.

Semiotische uitgangspunten

Betekenaar en betekenis

Naast deze twee structurele begripssparen kent De Saussure een semiotisch begripsspaar, te weten het onderscheid in het tekenbegrip tussen een *betekenaar* en een *betekende*, wat door de Deense linguïst Louis Hjelmslev is vertaald en uitgewerkt in een *vlak van de expressie* en een *vlak van de inhoud*. (Greimas & Courtés 1987: 133,134,199) Het eerste verwijst naar de zichtbare laag van het teken (*het akoestische beeld* in de woorden van De Saussure), de tweede naar haar begrip. (Greimas & Courtés 1987: 37,38)

Van groot belang voor het onderkennen van betekenis, is de waarneming van verschil. Via het verschil wordt het waarnemingsproces een begripsmatig proces.

De intuïtieve waarneming van het verschil, een zekere afwijking tussen twee of meer grootheden, vormt voor de semiotische traditie sinds De Saussure de eerste voorwaarde voor het verschijnen van zin. Men kan het verschil echter pas onderkennen tegen een achtergrond van gelijkenis, die daarvoor als drager dient. (Greimas & Courtés 1987: 475)

We herkennen deze notie van verschil in de ervaring van vervreemding zoals in het vorige hoofdstuk werd besproken. Voor de Peirceaanse semiotiek is de vervreemding een interessant verschijnsel omdat het vervreemdende de afwijking van het normale is waardoor het de motor kan zijn van het betekenisvormingsproces. De structuralistische semiotiek benadrukt het feit dat de vervreemding zowel gebaseerd is op de overeenkomst, het herkenbare, en het verschil, de vervreemding van het herkenbare. Vervreemding kan alleen maar ervaren worden wanneer zowel overeenkomst als verschil gearticuleerd worden. In hoofdstuk 1 werd in de beelden van de geanalyseerde affiches zichtbaar dat een beeld in staat is het verschil te articuleren met het beeld dat impliciet aanwezig is. In het vervreemde beeld zit het herkenbare beeld verborgen. De *betekenaar* heeft een overeenkomst met het *betekende* en verschilt er tegelijkertijd van.

Waar De Saussure meer de nadruk legt op de notie van het verschil voor het ontstaan van betekenis, legt Hjelmslev de nadruk op de afzonderlijke analyse van het *vlak van de expressie* (de *betekenaar*) en het *vlak van de inhoud* (het *betekende*). Voor de analyse van het beeld is dit linguïstische onderscheid tussen deze twee door Hjelmslev aangebrachte lagen van groot belang. Het onderscheid ligt aan de basis van de uitwerking van de semiotiek voor het artistieke beeld in de semiotische kunstwetenschap door kunsthistorici als Floch en Thürlmann. Dit is door Van Mechelen (1993) uitputtend behandeld:

Expressie en inhoud zijn de twee componenten van elke 'tekst'. Op het vlak van de expressie (of uitdrukkingsniveau) worden de zintuiglijke kwaliteiten die een bepaalde taal (tekst) gebruikt, geselecteerd en onderling onderscheiden. Het vlak van de inhoud ontstaat op grond van te onderscheiden elementen al naar gelang de cultuur waarvan de taal deel uitmaakt en waardoor de wereld wordt gedacht, ideeën en verhalen worden geordend en verbonden. (Van Mechelen 1993: 260)

De eigen aard van het beeld bevindt zich in eerste instantie op het *vlak van de expressie*, aangezien het beeld in onderscheid met de tekst de zintuiglijke kwaliteiten van de tekst behoeft om op het *vlak van de expressie* tot segmentering te komen. Van Mechelen spreekt overigens in navolging van de structuralistische semiotiek van *tekst* als betekenisdragend geheel (Van Mechelen 1993: 262). De segmentering is verbonden met de vorm van het beeld als tekst. Zij is afhankelijk van vormelementen als kleur, richting, grootte en vorm. Hierin is het beeld minder sterk gecodeerd dan de taal, waar de segmentering van de tekst is gereguleerd door een element: de witruimte. Juist het ontbreken van deze formele gecodeerdheid, geeft het beeld meer formele ruimte. Voor de segmentering van het beeld betekent dit dat de formele waarneming en niet de code de segmentering gaat bepaalt. Ook voor Van Mechelen is het de vorm van het beeld die in eerste instantie de betekening stuurt. Van Mechelen schaaft zich hiermee in de traditie van de structuralistische semiotiek. De sleutel tot de betekenis ligt niet bij de toeschouwer, maar in het werk. Vorm definieert zij als

Iets wat waarneembaar of tastbaar is en dus fysische eigenschappen heeft of iets wat in ieder geval visueel of conceptueel voorstelbaar is. (Van Mechelen 1993: 11)

Syntagmatische en paradigmatische codes

Tekens figuren in teksten. De regulering van de wijze waarop zij in de teksten te plaatsen zijn, vindt plaats via de code. De structuralistische op De Saussure gebaseerde semiotiek, beschouwt de taal als een systeem van codes die beschouwd kunnen worden als de regels voor de aanwezigheid van tekens in een tekst. Men onderscheidt twee soorten codes.

De eerste set codes noemen we *syntagmatische codes*. Deze codes bepalen hoe tekens gecombineerd kunnen worden. Een syntagma is een combinatie van tekens die samen een tekst vormen. De tweede set codes noemen we *paradigmatisch*. Deze codes bepalen welke tekens op een bepaalde plaats kunnen staan.

Het *paradigma* is een klasse van elementen die dezelfde plaats in het *syntagma* in kunnen nemen. De *syntagmatische* as van de taal is de sequentie van woorden waarmee wij ons uiten. Deze woorden hebben een afgesproken volgorde en de woorden zijn dus min of meer aan hun plaats gebonden. Op de plaats van het woord 'kat' in de zin 'De hond jaagt op de kat', zijn ook andere woorden te kiezen, bijvoorbeeld 'muis', 'vogel' of 'haas'.

Waar de *syntagmatische* as ons het resultaat van de keuzes geeft in een sequentie, een opeenvolging van woorden (de woorden komen na elkaar), daar biedt de *paradigmatische* as ons een verzameling, een set aan woorden waaruit gekozen kan worden (de woorden staan dus naast of onder elkaar). Dit betekent ook dat een set tekens zowel een *syntagmatisch* verband met elkaar kan hebben, waarmee ze geregeerd worden door *syntagmatische* codes, als een *paradigmatisch* verband, waarmee ze geregeerd worden door *paradigmatische* codes. Wanneer we geconfronteerd worden met een aantal tekens, moeten we ontdekken of ze een sequentie vormen waarin de tekens een min of meer noodzakelijke

volgorde hebben, of een verzameling waarin de woorden een inhoudelijke categorische relatie met elkaar hebben.⁴⁹

Op de *syntagmatische* as is dus sprake van combinatie, van een én-én relatie, op de *paradigmatische* as is sprake van keuze, van een of-of relatie. De termen *syntagma* en *paradigma* zijn afkomstig van de linguïst Roman Jakobson. Hij gebruikte ze om de twee activiteiten die plaatsvinden op de twee assen van de taal, duidelijk te maken: *selectie en combinatie*.

Het zijn in feite ook de twee basale operaties van de retorica zoals we in het vorige hoofdstuk zagen: toevoegen en weglaten. Toevoegen betekent dat je op de *syntagmatische* as een combinatie maakt. Weglaten betekent dat je een element weglaat. De relatie met de *paradigmatische* as heeft te maken met de keuze van het element dat gekozen of weggelaten wordt.

In de retorische procedés van het toevoegen en weglaten, ontstaat vervreemding wanneer het element uit een verkeerde categorie wordt gekozen. Wanneer een lichaam als syntagma wordt beschouwd, is het wel mogelijk op de plaats van het zwarte haar blond haar te kiezen, maar niet om het oude hoofd te vervangen door een jong hoofd. De digitale manipulatie van vrouwbeelden laat zien hoe ver een paradigmatische wijziging kan optreden voordat er een gevoel van vervreemding optreedt. Hoe smal moet een taille worden gemaakt, hoe groot de borsten, hoe gere- toucheerd de huid voordat een gevoel van vervreemding optreedt?

Classificaties

Destinator, destinataire, enunciator, enunciateur, discours, histoire
De semiotiek heeft ook concepten ontwikkeld om teksten te kunnen classificeren. De voor dit proefschrift belangrijkste onderverdeling is die tussen *discours* en *histoire*. Dit van Emile Benveniste afkomstige onderscheid komt voort uit de scheiding die hij aanbracht tussen de concrete maker, de *destinator*, en de concrete ontvanger, de *destinataire*, van een tekst en hun vertegenwoordiging in de tekst, het *enoncé*, in de vorm van een impliciete maker, *enunciator*, en een impliciete ontvanger, *enunciataire*. De *destinator* en de *destinataire* van de tekst worden door de tekst impliciet als *enunciator* en *enunciataire* geproduceerd. (Benveniste 1974: 125)

destinator —————> [enunciator-enunciataire] —————> destinataire

De semiotische beeldcommunicatie is gebaseerd op non-communicatie, op het ontbreken van een rechtstreeks contact tussen *destinator* en *destinataire* omdat beiden niet gelijktijdig aanwezig zijn. Wanneer het beeld wordt gemaakt, is de ontvanger er niet. En wanneer het beeld wordt bekeken is de zender er niet. Beiden moeten het dus doen met een constructie de ander. Op het moment dat de zender zijn beeld maakt, richt hij dit beeld naar een geconstrueerde impliciete lezer, die als een soort ideale lezer (of kijker) functioneert. Wanneer de kijker wordt geconfronteerd met het beeld, construeert hij een zender die verantwoordelijk is voor

49 In The Language of New Media (2001) gebruikt Lev Manovich het syntagma en het paradigma als structureringsprincipes om te laten zien hoe media die zich tot de tijd verhouden het syntagmatische verhalende als basis hebben, terwijl media die zich tot de ruimte verhouden, en Manovich rekent de nieuwe media daaronder, gebaseerd zijn op de paradigmatische databasestructuur.

het beeld. Beiden functioneren als imaginaire noodzakelijke voorwaarden voor de communicatie.

Door deze non-communicatie is de boodschap die door de *destinator* wordt geproduceerd nooit dezelfde als de door de *destinataire* geïnterpreteerde boodschap. Dat encoderen en decoderen geen elkaar spiegelde eigenschappen zijn, zagen we ook al in het de theorie van Stuart Hall in het vorige hoofdstuk.⁵⁰

Omdat er een fundamenteel onderscheid is tussen de werkelijkheid en de taal – in dit geval tussen de werkelijke personen van de communicatie en hun representanten in de tekst – is de ik die ‘ik’ zegt een andere ik dan de ‘ik’ die als ‘ik’ wordt aangeduid. Zoals ook de jij die wordt aangeduid met het woord ‘jij’ een andere jij is dan de werkelijke ‘jij’ die erdoor wordt aangesproken. In de taal is dit duidelijker dan in het beeld. Het beeld kan niet letterlijk ‘ik’ en ‘jij’ zeggen, dat was juist een van de belangrijke eigenschappen van het beeld.

Op basis van de aanwezigheid van de ‘ik’ en de ‘jij’ in de tekst kan een onderscheid gemaakt worden tussen *discours*- en *histoire*-teksten.

Wanneer het subject van de enunciation sporen van zijn taaldaad achterlaat in het enoncé zelf, dan noemt Benveniste dit een ‘discours’ (...) Daartegenover zet Benveniste de ‘histoire’. Hier zijn de sporen van de enonciation en van het subject dat deze enunciatie uitvoert, als het ware afwezig.

(De Kuyper & Poppe 1980: 91)

Er is sprake van twee tekstuele strategieën. Eén waarbij de *destinator* zichzelf als *enunciator* terugtrekt uit de tekst en één waarbij hij zichzelf aanwezig stelt in de tekst. We hebben hier dus niet alleen te maken met de *destinator* als een noodzakelijke voorwaarde voor een tekst (iedere tekst is gecreëerd) maar in het geval van het *discours* ook met de sporen die een *destinator* achter laat in de tekst, sporen die zijn aanwezigheid verraden.

De functie van de tekst

Met het strategisch aspect van de betekenisvorming op basis van de verschillende functies die communicatie kan hebben, zoals uitgewerkt door Jacobson (1977: 96-106), hebben we al kennigemaakt in hoofdstuk 1. Hier maakten we gebruik van de vertaling van deze functies naar het publieke beeld door George Péninou. De functies zijn instrumenten om teksten te kunnen onderscheiden. Wanneer je omschrijft welke doelstelling een boodschap (bij Jacobson wordt de semiotische ‘tekst’ een communicatieve ‘boodschap’) kan hebben, omschrijf je haar functies. Deze doelen en functies zijn verbonden met de parameters van de communicatie: de zender, de boodschap, de ontvanger, de context, het medium en de code, en heten de *expressieve* functie, de *poëtische* functie, de *appellerende of conatieve* functie, de *referentiële* functie, de *fatische* functie en de *metacommunicatieve* functie.⁵¹

50 Ook Van Driel (2001) gebruikt het onderscheid tussen de zender (*destinator*) en de geïmpliceerde zender (*enunciator*) en de ontvanger (*destinateur*) en de geïmpliceerde zender (*enunciataire*) om het non-communicatiemodel te karakteriseren.

51 Dit uiterst bruikbare model voor de analyse van de visuele communicatie is talloze malen geciteerd en geamendeerd, zie bijvoorbeeld Fozza, Garat en Parfait (1992), Bakker (1999) en Van Driel (2001). Het model maakt het bovendien mogelijk om onderscheid aan te brengen in de verschillende benaderingswijzen van de communicatie. Zo legt Kees Bakker in zijn artikel over de audiovisuele communicatie een ander accent. Wanneer je het communicatieproces beschouwt als een proces met factoren kun je de communicatie karakteriseren door erop te letten welke factor benadrukt wordt. (Bakker 1999: 140)

Wanneer een tekst een *expressieve* functie heeft, is met name de zender als *enunciataire* aanwezig in de tekst. De tekst heeft als doel zijn gevoelens, meningen en opvattingen uit te drukken. De tekst zal dan *discours* zijn.

Een tekst kan ook een *appellerende* functie hebben. De tekst heeft dan als doel om de ontvanger ergens toe te bewegen. Ook de *appellerende* tekst kan *discours* genoemd worden vanwege de aanwezigheid van de *enunciataire* in de tekst.

Wanneer de tekst een *referentiële* functie heeft, dit kan informatief en verhalend zijn, is het het doel van de tekst om feiten, verschijnselen of gebeurtenissen te representeren. De tekst verhoudt zich nadrukkelijk tot zijn context. Wanneer de 'ik' en 'jij' van de tekst daarmee naar de achtergrond verschuiven, spreken we van *histoire* in de betekenis van Benveniste. Deze begrippen zijn nog niet vertaald naar de analyse van het beeld. Voor het dialogische beeld zijn zij echter van groot belang, zoals we in deel III zullen zien.

Jacobson begeeft zich aan de rand van de structuralistische semiotiek. Slechts wanneer zijn functies beschouwd worden als een classificatiesysteem van teksten op basis van tekstinhoudelijke kenmerken, blijven we binnen het domein van de structuralistische semiotiek. Deze tekstinhoudelijke kenmerken dienen dan ook te verwijzen naar mentale begrippen. De 'ik' uit de tekst verwijst dan niet naar de daadwerkelijke schrijver van de tekst, maar naar zijn representant (de *enunciataire*) in de tekst. Wanneer de daadwerkelijke zender en ontvanger als 'subjecten' betrokken worden in de classificatie, overschrijdt de classificatie het onderzoeksobject van de semiotiek en begeven we ons binnen het domein van de communicatiewetenschappen. Wanneer we spreken over effecten van de tekst, blijft de classificatie semiotisch.

Soorten betekenis

Roland Barthes heeft zich het Saussuriaanse gedachtegoed toegeëigend in zijn tekst *Elementen van de semiologie* (Barthes 1970). Bovendien heeft hij het toepassingsgebied van de semiotiek uitgebreid van de linguïstiek naar een aantal andere betekenisproducerende systemen: mythes, mode, architectuur, theater en fotografie.⁵² Voor de analyse van grafisch ontwerpen als beeldcommunicatie⁵³ zijn vooral zijn teksten over de fotografie van belang geweest. In het bijzonder 'De fotografische boodschap' uit 1979/1980, oorspronkelijk in 1961 in het Frans verschenen als 'Le message photographique'. En 'De retorica van het beeld' uit 1982 over de fotografie binnen de reclame, oorspronkelijk verschenen in 1964 als 'Rhétorique de l'image'. Barthes heeft de van Hjelmslev afkomstige begrippen denotatie en connotatie gebruikt voor de analyse van het fotografische beeld. Het belang van Barthes voor de fotografie is al in vele artikelen uitgewerkt (Sontag 1979; De Mul 1989; Osborne 2000). Ik beperk me hier tot enkele begrippen die van belang zijn voor de analyse van het publieke beeld, te weten: de *denotatieve en connotatieve* laag van het beeld en de manier waarop Barthes drie beeld-tekstrelaties onderscheidt. Te weten: *verankering*, *illustratie* en *verbinding*.

52 Zie voor een overzicht van zijn werk de autobiografie *Roland Barthes* door Roland Barthes (1991).

53 Voor een goed overzicht over de toepassingen van de Franse semiotiek op het beeld verwijs ik naar een uitgave van het Franse tijdschrift *Communications*, *L'analyse des images*, *Communications* 15 uit 1970 en naar Jonathan Bignell, *Media semiotics, an introduction* uit 1997.

Denotatie en connotatie

Ondanks dat *denotatie* en *connotatie* semiotisch moeilijk te definiëren begrippen zijn, zijn ze zeer populair geworden in de analyse van culturele fenomenen binnen het domein van de *cultural studies*. (Bignell 1977; Leeuwen en Jewitt 2001; Barnard 2001; Barnard 2005) De begrippen doen namelijk recht aan het onderscheid dat er bestaat in tekenverwijzingen die volledig en algemeen geldend zijn en tekenverwijzingen die selectief en (sub)cultuurgebonden of subjectief zijn. Aan betekenisoverdracht ligt altijd *denotatie* ten grondslag. *Connotatie* is een toevoeging, een extra aan betekenis. De *connotatieve* processen in een samenleving brengen de *denotatie* in beweging. De *connotatieve* betekenissen zijn die betekenissen die circuleren in een samenleving zonder dat ze expliciet zijn. De *connotatie* zou daarom ook wel de ideologie van een samenleving genoemd kunnen worden en het gebruik ervan ‘retorica’.

Alles bijeengenomen zouden we kunnen zeggen dat de ideologie de vorm is (in de zin van Hjelmslev) van de connotatieve betekenissen [vlak van de inhoud, ac], de retoriek die van de connotatoren [vlak van de expressie, ac]. (Barthes 1970: 145)

Stuart Hall (1993) heeft duidelijk gemaakt dat de wijze waarop Barthes deze termen gebruikt, omgedraaid zou moeten worden. Juist in de denotatie bevindt zich de ideologie. Omdat de denotatieve betekenis voelt als de natuurlijke betekenis, wordt de culturele (aangeleerde) status van de betekenis gemaskeerd. Het zijn betekenissen die, omdat ze al op vroege leeftijd zijn ingeprent, niet geconstrueerd lijken te zijn. In de connotatie treffen we het culturele, de taal in beweging zettende, element van de structuralistische semiotiek aan.

So it is at the connotative level of the sign that situational ideologies alter and transform signification. (Hall 1993: 512)⁵⁴

Tekenrelaties

In zijn eerste artikel over de fotografie ‘De fotografische boodschap’ wees Barthes op de bijzondere status van de fotografie welke (ons beeld van) de werkelijkheid zo dicht nadert dat het beeld de werkelijkheid bijna niet meer betekent maar is geworden.⁵⁵ Deze verwijzende kracht van het fotografische beeld noemt hij haar ‘zuiver denotatieve status’ (Barthes 1979/1980: 44). De gelijkenisrelatie tussen het beeld en de werkelijkheid waarnaar verwezen wordt, noemt hij een analoge relatie.⁵⁶ Daarnaast heeft het beeld een *connotatieve* status, waarin het via zijn stijl er wel in slaagt een uitspraak te doen over de werkelijkheid waar het naar verwijst. Deze uitspraak is niet eenduidig en zij is cultureel bepaald, zoals het de connotatie betaamt. Stuart Halls replek op deze zogenaamde transparantie van het beeld, die

54 Hall verwijst naar een van de inspiratiebronnen van de sociale semiotiek, Valentin Voloshinov. Voloshinov is binnen de Bakhtin Cirkel de denker die het machtsaspect binnen communicatie een plaats gaf. Het dynamische aspect van taal kan gesitueerd worden binnen het domein van de Peirceaanse semiotiek, voor zover de tot begripen stemmende context van het betekenisproces in beschouwing wordt genomen, en binnen de sociale semiotiek, voor zover er sprake is van de veranderlijkheid van ‘sociale’ taalpraktijken. We zullen de denotatie en connotatie gebruiken in de argumentatie van hoofdstuk 4.

55 Omdat er een analogie bestaat in de theoretisering van Flusser en Barthes met betrekking tot de transparantie van de foto, is de specifieke betekenisende praktijk van het fotografische beeld reeds besproken in hoofdstuk 1.

56 Deze term *analoog* zullen we terugvinden in de Peirceaanse kwalificatie de *iconiciteit* van het teken.

we ook bij Flusser aantreffen, is helder: de transparante denotatieve code is een niet meer opgemerkte, want diep ingesleten, code.

Niet geheel passend binnen de traditie van de structuralistische semiotiek brengt Barthes het beeld bovendien in verband met een werkelijkheid waar het beeld naar verwijst. In *Roland Barthes door Roland Barthes* verwoordt hij dit als volgt: “In de betekenis (...) zitten drie dingen: de betekenaar, het betekende en de referent.” (Barthes 1974: 181) Met het erkennen van de referent, plaatst Barthes zichzelf buiten de structuralistische semiotiek.

Verankering, illustratie, verbinding

In ‘De retorica van het beeld’ beschrijft Barthes drie relaties tussen het beeld en de tekst: de verankering, de illustratie en de verbinding. Barthes omschrijft enkel de inhoudelijke relatie tussen beeld en tekst binnen het betekenisvormingsproces. Wat hij nalaat is om aan te geven dat binnen deze drie relaties tekst en beeld in een bepaalde formele constellatie aan ons verschijnen, waardoor wij onmiddellijk begrijpen van welke relatie hier sprake is. De vorm bepaalt de codering van het proces.

Zijn uitgangspunt is de semiotische meerduidelijkheid van het beeld, waardoor het beeld in zijn opvatting de taal nodig heeft. Dit is met name zichtbaar in de verankerende relatie waarin de tekst het beeld scherp stelt. Je herkent de *verankering* formeel aan het feit dat de tekst onder het beeld staat. Ook betreft het nooit veel tekst. Het kan een titel zijn of een bijschrift. De tekst zorgt ervoor dat de meerduidelijkheid van het beeld ingeperkt wordt. Een voorbeeld hiervan is de fotopagina van het (voormalige) voornamelijk uit foto’s bestaande dagblad *Dag*. Deze fotopagina is totaal nietszeggend zolang er geen tekst bij geplaatst is die aangeeft waar we naar kijken en wanneer en waar het zich afspeelt. We verwachten dan ook van een foto in de krant dat de tekst die eronder staat ons vertelt waar we naar kijken.

In de *illustratie* is de tekst het uitgangspunt. Alhoewel de tekst eenduidig is kunnen de teksten echter wel meerdere beelden oproepen. De illustratie is de keuze voor een verbeelding. De tekst heeft echter het beeld in de illustratieve relatie niet nodig, zoals het beeld in de verankerende relatie de tekst vaak wel nodig heeft. Je herkent de illustratie formeel aan het feit dat tekst en beeld gescheiden naast elkaar staan. De tekst is geen onderdeel van het beeld. Beeld staat bij een tekst die duidelijk omvang heeft. Tekst en beeld staan meestal naast elkaar en niet onder elkaar. Het beeld concretiseert de tekst. Het laat zien hoe iets eruit ziet. Traditioneel treffen we deze vorm aan in de geïllustreerde kinderboeken.

In het televisiejournaal treffen we beide vormen ook los van de hier aangegeven formele waarneembaarheid aan. De illustratieve relatie start met de tekst die vaak in een *voice-over* wordt gegeven. De erbij getoonde beelden illustreren het gezegde. We horen de voice-over spreken over toenemende onlusten in Tibet en we zien een beeld: ruiten worden ingegooid. In de verankerende relatie start de berichtgeving met het beeld en geeft de tekst aan waar we naar kijken. We zien een groepje monniken zitten en we horen de voice-over vermelden dat het hier een geweldloos protest betreft tegen de Chinese bezetting van Tibet. De tekst meldt waar we naar kijken. De illustratieve relatie is daarbij een relatie die het non-actieve proces in de hand werkt. In de film *Fitna* van Geert Wilders (You Tube 2008) ontbreekt niet voor niets zoveel mogelijk verankerende ‘feitelijke’ informatie. Het illustratieve beeld kan zich loszingen van de feiten en contrastieve betekenissen aan zich binden.

In de *verbinding* tenslotte perken beeld en tekst elkaar in. Verbinding is dus een beeld-tekstrelatie waarin beeld en tekst in een complementaire relatie in het betekenisvormingsproces staan. Tekst en beeld kunnen daarbij op meerdere wijzen complementair zijn. Dit hangt af van het genre van het beeld. Tekst kan een uitspraak doen over het beeld en het beeld kan een uitspraak doen over de tekst (dit is meestal het geval bij culturele affiches). Het meest ‘aanvullend’ is tekst in humoristische tekeningen en strips. Je herkent de verbinding dan ook aan het feit dat tekst en beeld door elkaar in hetzelfde vlak staan, tekst is geïntegreerd in beeld. Ontwerpgenres als de poster en de boekomslog zijn hieraan te herkennen.

2.3

Concepten uit de Peirceaanse semiotiek

In deze paragraaf bespreek ik de concepten die ontleend zijn aan de geschriften van de semioticus Charles Sanders Peirce. In de Peirceaanse semiotiek is geen sprake van een cumulatie in begrippen door te tijd heen, maar eerder van een interpreteren en systematiseren van het werk van Peirce. Daarom is het niet mogelijk om via een historisch perspectief aan de hand van een aantal Peirceaanse semiotici de ontwikkeling van de theorie te laten zien. Ik begeef mij in deze paragraaf tussen de uiterst systematische, consequente maar wel wat in zichzelf gekeerde weergave van de theorie van C.S. Peirce door Van Driel in *De Semiosis* (1993) en het toegankelijke *Over tekens, hoe ze werken en wat we ermee doen* van Aart van Zoest uit 1978. Van Zoest ben ik vooral schatplichtig vanwege de wijze waarop hij begrippen als iconiciteit, symbolischeiteit en indexicaliteit tot leven heeft weten te brengen. Van Driel is vooral van belang vanwege de wijze waarop hij de essentie van de drie fenomenologische categorieën first, second en third, zichtbaar heeft gemaakt.

De elementen van de semiosis

Teken(drager), referent, interpretatie

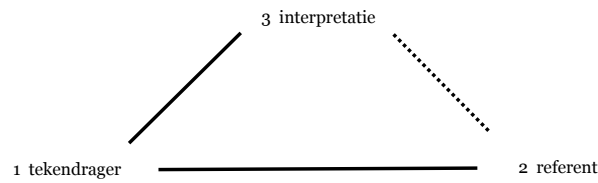
Aan de basis van de Peirceaans semiotiek staat het teken. Het teken is het waarneembare element van de werkelijkheid dat bemiddelt tussen de mens en de wereld om hem heen. Betekenis en kennis ontstaan via de bemiddeling van het teken. Een teken moet voldoen aan drie criteria:

1. Het teken is waarneembaar. Datgene waardoor het waarneembaar gemaakt wordt, noemen we de tekendrager.
2. Het teken is in de plaats gekomen voor iets dat afwezig is. Het teken verwijst naar dit ‘afwezige’. Daarom noem ik het de referent.⁵⁷
3. Het teken zet aan tot interpretatie. Het teken verwijst dus niet alleen naar het afwezige, het veroorzaakt ook dat de interpreter (hij die het teken interpreteert) een uitspraak doet over de referent. Deze uitspraak noemen we de interpretatie.

57 We zagen deze door Aumont in *L'Image* zo genoemde symbolische tekenfunctie al in hoofdstuk 1. Peirce zelf overigens spreekt over het denotatum, of het object (Van Driel 1993: 13).

De drie criteria worden zichtbaar in de semiotische driehoek van Peirce (Van Driel 1993: 13) (Van der Lubbe & Van Zoest 1997: 16):

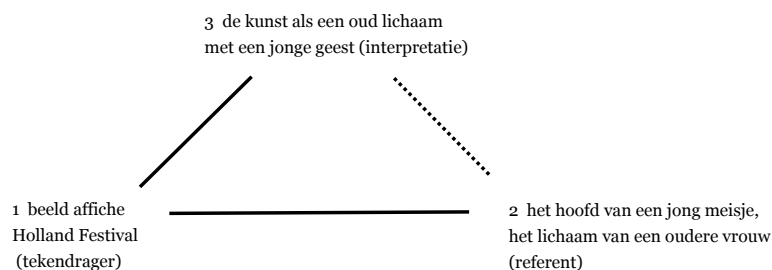
Schema 2-1 Semiotische driehoek



Het teken is de noodzakelijke bemiddelaar tussen mens en werkelijkheid. Daardoor staan in het schema hierboven de betekenis (de interpretatie in het schema) en de werkelijkheid (de referent in het schema) niet in een directe relatie met elkaar. De interpretatie is het resultaat van het betekenisvormingsproces dat door een interpreterend mens wordt voltrokken. Daarom wordt de interpretatie ook wel eens verward met de persoon die interpreteert: de interpretant. We zullen verderop zien hoe C. Morris (1955) daar ook aanleiding toe geeft.

Wanneer we aan een teken een betekenis (interpretatie) toekennen, ligt er aan die betekenis een relatie tussen teken en referent ten grondslag. We moeten eerst weten waarover een uitspraak wordt gedaan voordat we tot interpreteren over kunnen gaan. Je zou ook kunnen zeggen dat een teken een onderwerp heeft waar het naar verwijst (referent) en een vorm (tekendrager) die een uitspraak (interpretatie) doet over dat onderwerp. Deze drie onderdelen van het betekenisvormingsproces zijn duidelijk aanwezig in de semiosis waartoe het grafisch ontwerpen aanzet. Ieder ontwerp kent een onderwerp waarover via het beeld een uitspraak over wordt gedaan. Een affiche vermeldt in de getypografeerde tekst wat het onderwerp van het affiche is. In het door Laboratorivm ontworpen affiche voor het Holland Festival ^(afb. 1) is het Holland Festival het onderwerp (of de referent) dat via de tekst in beeld aanwezig wordt gesteld. Het beeld is de interpretatie van dit onderwerp en heeft een eigen referentiële verwijzing.

Schema 2-2 Holland Festival (afb. 1)

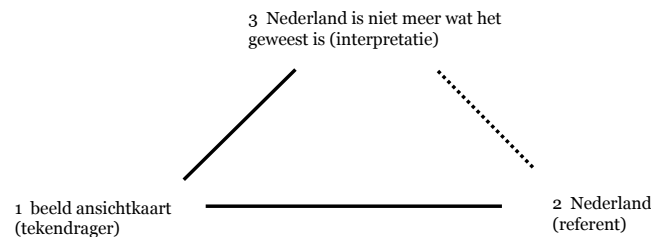


Een beeld kan dus ook zowel iets afwezig als aanwezig stellen, en tegelijkertijd een interpretatie van dit afwezige geven. In dit geval interpreteren we het beeld als uitspraak over het Holland Festival als onderwerp. Het logo HOLND FSTVL

verwijst wel direct naar het onderwerp: het Holland Festival, maar gebruikt het beeld als betekenisdrager om de aard van het festival te communiceren: de kunst als een oud lichaam met een jonge geest.

Een conceptueel beeld kan als tekendrager zowel zijn onderwerp, als de interpretatie van dat onderwerp verbeelden. Dit is zichtbaar in de ansichtkaart van Bakker, het beeld bevat zowel het onderwerp als de uitspraak over dat onderwerp. De ansichtkaart stelde het clichématige Nederland aanwezig. Via de vervreemding werd de uitspraak gedaan dat Nederland veranderd is. Nederland is niet meer wat het geweest is.

Schema 2-3 Groeten uit Holland (afb. 9)

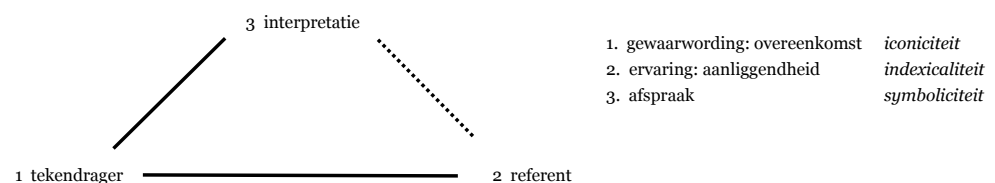


Relatie teken en referent

Icoon, index, symbool

Tekens kunnen op drie manieren het afwezige aanwezig stellen. Dit komt doordat wij als kijker in staat zijn om op drie manieren een relatie te leggen tussen datgene dat we voor ogen hebben en datgene waar het teken naar verwijst. We kunnen die relatie leggen omdat we een overeenkomst kunnen zien. Deze overeenkomst is gebaseerd op de gewaarwording: we herkennen de referent in de tekendrager. Dit heet een iconische relatie tussen teken en referent. Ook is het mogelijk dat we het teken relateren aan de referent, omdat we uit de ervaring weten dat de referent aanliggend is aan het teken. De meest duidelijke vorm van aanliggendheid is die tussen gevolg en oorzaak. De referent is de oorzaak van het teken. Wanneer de relatie tussen teken en referent er een van afspraak is, is er sprake van een symbolische relatie.

Schema 2-4 Relatie teken-referent



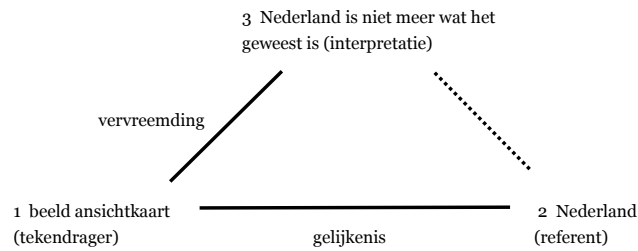
Iconiciteit

An icon is a sign which refers to the object that it denotes merely by virtue of characters of its own, and which it possesses, just the same, whether any such object exists or not. (Peirce geciteerd in Van Driel 1993: 49)

Als de relatie iconisch is, is de relatie tussen teken en referent gebaseerd op gelijkheid, overeenkomst. “Dit lijkt op...” wijst op een iconische relatie. Het beeld heeft dezelfde eigenschappen als het object waar het naar verwijst. De meeste beelden verwijzen op basis van iconiciteit. Beelden krijgen hun referent in eerste instantie doordat ze lijken op wat afgebeeld wordt. Dat soort beelden noemen we afbeeldingen. In dit opzicht zijn de foto en de film de iconische tekens bij uitstek. Niets lijkt meer op de werkelijkheid dan een foto of een film. Beide media, de één stilstaand de ander in beweging gebracht (moving pictures), lijken zo op datgene dat is afgebeeld, dat we door het medium heengaan en onmiddellijk het afgebeelde zien. Ze zijn transparant. We vergeten vorm en materialiteit (hun tekenhoedanigheid) en zien onmiddellijk het aanwezig gestelde afwezige. Hier vinden we de problematiek van het Flusseriaanse technische beeld uit hoofdstuk 1.

Daarentegen hoeven niet alle beelden hun betekenis op grond van de iconische relatie te krijgen. Veel niet-figuratieve beelden lijken nergens op. Ze representeren dus niets op grond van gelijkheid. Omdat de afstand tussen teken en waarneembare werkelijkheid groter is, maakt het teken duidelijk dat het teken is en geen werkelijkheid. Alhoewel de iconiciteit zich prettig nestelt in de afbeelding kan ook taal op grond van een iconische relatie een afwezige representeren. De beroemde woorden ‘veni, vidi, vici’ kennen een kordaatheid die de gerepresenteerde daden hiermee ook krijgen. Bovendien kennen de woorden een onderlinge overeenkomst die op deze manier overgedragen wordt aan de gebeurtenissen die hiermee ook van eenzelfde aard worden. Taal krijgt een visuele vorm via de typografie. Het is dan ook via deze visuele vorm dat taal iconisch kan gaan werken.

Omdat aan de basis van het betekenisvormingsproces van beelden de gewaarwording ligt – het zintuiglijk waarneembare –, lenen iconen – tekens die representeren op grond van gelijkheid – zich het beste tot communicatie. Als ik in Nepal iemand duidelijk moet maken hoe ons land eruitziet, dan kom ik – als we elkaars taal niet verstaan – met foto’s (en gebarentaal) een heel eind. Om dezelfde reden worden bij internationale evenementen graag pictogrammen gebruikt om aanwijzingen aan het publiek te geven. Ook de medicijnenbranche gebruikt, rekening houdend met de verschillende culturen, in haar bijsluiters pictogrammen. Iconische tekens zijn breed toegankelijk en vereisen weinig voorkennis verondersteld. Teken en referent liggen vlak bij elkaar. Binnen het proces van betekenisvorming is iconiciteit vaak een eerste ingang om grip te krijgen op de betekenis. We proberen een teken te begrijpen door te zoeken naar iets waar het op lijkt, met als gevolg herkenning. Bij beelden wordt iconiciteit ook vaak gebruikt om een betekenisprobleem te scheppen. Herkenning ligt ten grondslag aan de vervreemding. We herkennen het clichématige beeld van Nederland in de ansichtkaart. Tegelijkertijd wijkt het beeld af van zijn referent. De gelijkheid is verantwoordelijk voor de relatie met de referent. De afwijking voor de interpretatie.



Indexicaliteit

An index is a sign which refers to the object that it denotes by virtue of being really affected by that object.
(Peirce geciteerd in Van Driel 1993: 49)

De relatie tussen teken en referent is bij de indexicale relatie minder gemotiveerd. Een relatie wordt indexicaal genoemd wanneer een teken gekoppeld is aan iets dat werkelijk bestaat op grond van aangrenzendheid. Teken en referent zijn elkaar nabij. ‘Dit heeft als oorzaak ...’ is een andere vorm van een indexicale relatie. De traditionele voorbeelden om deze relatie te verduidelijken zijn de relatie tussen rook en vuur en de relatie tussen een voetafdruk en de mens. In die zin is een foto ook indexicaal; de foto is tenslotte een afdruk van de persoon die zich voor een camera heeft bevonden.

Terwijl de iconische relatie een mogelijke relatie is, berust de indexicale relatie op feitelijkheid. Anders gezegd, binnen een iconische relatie wordt de relatie pas gelegd op het moment dat iemand enige gelijkenis onderkent. Gelijkenis is daarbij iets dat te betwisten valt. De indexicale relatie is echter onbetwistbaar. Zij baseert zich op de ervaring van de feitelijke nabijheid van twee verschijnselen. Waar rook is, is vuur. Waar een lichaam is, moet een hoofd zijn, waar een hoofd is, is een lichaam. Deze nabijheid kan ruimtelijk zijn (zoals in het geval van het besproken affiche voor het Holland Festival), tijdelijk of causaal zijn. Indexicale tekens werken als indicaties niet als imitaties. Een index vervult zijn tekenfunctie doordat het als middel wijst op, hoort bij, gepaard gaat met, gevolg is van, samen voorkomt met of typisch deel uitmaakt van wat als zijn object wordt opgevat. Meer voorbeelden: een fingerwijzing ter aanduiding van iets of iemand (‘index’ is de Latijnse benaming voor wijsvinger), de stand van een windvaan als teken voor de windrichting, het verkleuren van het lakmoespapiertje dat de zuurgraad van iets aangeeft, het streepje op de zwangerschapstest, het ziektesymptoom koorts, kuchen als uitdrukking van verkoudheid, lachen als uiting van vermaak, de kringen op het plafond die een lekkage op zolder verraden, de zachte ‘g’ van de zuiderling, de lucht van verbrande aardappels. Binnen de taal zijn het de aanwijzende voornaamwoorden die functioneren als indexen en het erop volgende zelfstandig naamwoord verbinden met een bestaand iets uit de werkelijkheid, niet een mens maar dié mens, niet een toneelvoorstelling maar dié toneelvoorstelling. Hetzelfde geldt voor eigennamen die op eenzelfde manier indexicaal verwijzend zijn. Het afwezige waarnaar een teken indexicaal verwijst, is altijd een specifiek bepaald iets, een concrete plaats- en tijdgebonden zaak, persoon of gebeurtenis,

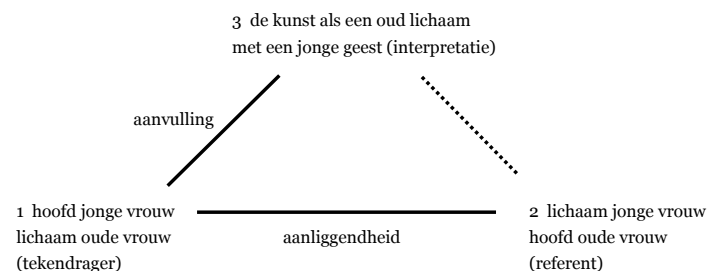
geen kwaliteit of indruk. Indexen hebben altijd betrekking op iets uit de ervaringswereld, uit de empirische werkelijkheid. Zoals de icoon een waarneembare mogelijkheid is, zo is de index de bepaling van iets. De Barthesiaanse verankering is gebaseerd op de indexicale relatie tussen beeld en werkelijkheid.

Een iconisch teken kan slechts een bepaald concreet object representeren als het tevens indexerende aspecten heeft. De foto is hiervoor een goed voorbeeld. De foto legt op basis van gelijkenis een relatie met iets uit de werkelijkheid. Echter, omdat we weten dat een foto de daadwerkelijke aanwezigheid van iemand of iets voor de camera veronderstelt, wijst de foto ook op de feitelijkheid van deze persoon. Een foto is zowel een beeld/icoon als een afdruk/index. Hoezeer de fotografie ook iconisch is, zij ontleent haar onderscheidende kracht aan haar indexicaliteit. De fotografie is in haar iconiciteit tenslotte vergelijkbaar met de (figuratieve) schilderkunst. Zij onderscheidt zich van de schilderkunst echter door haar getuigenis van een 'echt bestaan'. Zoals een voetafdruk verwijst naar een werkelijke voet, zo laat de werkelijkheid voor de camera lichtsporen achter op het fotografische materiaal. Wat wij zien, is ook werkelijk voor die camera geweest. 'Echt gebeurd' wordt door de indexicaliteit van de fotografie benadrukt. Afdrukken van werkelijke mensen, die weer verwijzen naar werkelijke ellende. De fotografie heeft een eigennuttige kracht in haar indexerende werking.

Terwijl de indexicale relatie het makkelijkst uit te leggen valt via de oorzaak-gevolgrelatie, heeft de index toch een grotere draagwijdte. De indexicale relatie is de relatie van aanliggendheid. De relatie tussen oorzaak en gevolg is een vorm van aanliggendheid. Met name in het beeld treffen we een andere belangrijke vorm van aanliggendheid aan: de kadering. Beelden tonen vaak een deel en de toeschouwer weet dat de referent groter is dan wat vertoond wordt. In gedachte maken we het beeld buiten het kader af. Hetgeen buiten beeld valt is dan de referent van een beeld.

In het Laboratorium-beeld voor het Holland Festival ^(afb. 1) is het ontbrekende hoofd van het oude vrouwenlichaam datgene waar het lichaam naar verwijst, en het jonge lichaam van het jongevrouwenhoofd is de referent van het hoofd.

Schema 2-6 Holland Festival (afb. 1)



Symboliciteit

A Symbol is a sign which refers to the object that it denotes by virtue of law, usually an association of general ideas, which operates to cause the Symbol to be interpreted as referring to that object. (Peirce geciteerd door Van Driel 1993: 8)

De relatie wordt tenslotte symbolisch genoemd wanneer zij zich baseert op wetmatigheid, afspraken, regels, of gewoonte. ‘Dit staat voor...’ is een vorm van symboliteit. Er is geen enkel verband, noch uiterlijk noch feitelijk, tussen teken en referent. Daarom wordt de relatie tussen teken en afwezige bij de symbolische relatie arbitrair, willekeurig, genoemd. Voor de structuralistische semiotiek is dit teken het basiselement van de taal.

Bij symbolen hebben we te maken met willekeurige aanduidingen voor iets dat afwezig is. Waarneming en ervaring zijn niet toereikend om te ontdekken wat een symbool representeert. Ook al herken je water in al zijn gedaanten en heb je ervaren wat ijzel, sneeuw en regen is, dan nog weet je niet spontaan dat H₂O de scheikundige aanduiding voor water is.

Het aandeel van het denken is bij de symbolische relatie het grootst. Het gegeven van een symbool is geen waarneembaar en feitelijk iets (icoon): het is geen bijzonder tijd- en plaatsgebonden iets (index). Het gegeven van een symbool is noodzakelijk een algemeenheid, een abstract begrip van het denken. Woorden en zinnen zijn symbolen. Maar ook beelden kunnen symbolen worden. Denk aan het kruis voor christendom. Het zijn logo’s die een onmiddellijke relatie leggen met het merk dat zij representeren.

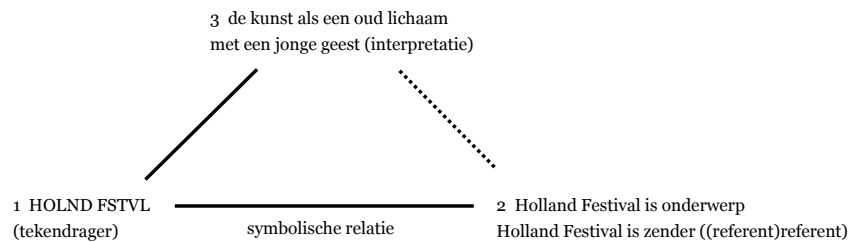
Terwijl de iconische relatie het breedst toegankelijk is en de indexicale relatie de meeste impact heeft, kan van de symbolische relatie gezegd worden dat zij het meest houvast biedt en ons het best overtuigt. Het symbolische teken wordt het minst gemotiveerd door de referent. We herkennen hierin de Flusseriaanse opvatting van taal uit hoofdstuk 1. Juist omdat de taal afstand heeft tot het object, heeft de taal het minst de neiging om samen te vallen met de werkelijkheid. Tekenen en referent zijn in de symbolische relatie duidelijk te onderscheiden ordes.

Voor grafisch ontwerpen kunnen we de drie tekens operabel maken door ze te beschouwen als strategieën om een boodschap over te brengen. Zoals Van Zoest het verwoordt:

De eerste soort ‘verleidt’ ons, de tweede ‘raakt’ ons, de derde ‘overtuigt’ ons. Afhankelijk van de bedoelingen die aan het tekengebruik ten grondslag liggen zal een verzameling tekens meer of minder iconen, indices of symbolen bevatten. Meer iconen in poëzie, reclame en politiek taalgebruik. Meer indices waar getroost en bemind wordt. Meer symbolen in koele verslagen, in wetenschap. (Van Zoest 1978: 34)

Symbolen vinden we in de publieke ruimte niet alleen in het gebruik van zwanen, kruizen en vlaggen maar meer nog in het gebruik van logo’s om organisaties en producten weer te geven. Het Holland Festival werd gerepresenteerd als HOLND FSTVL. Het functioneert daarmee zowel als onderwerp/referent als als zender van de boodschap. Het is mij als interpreet overigens een raadsel welke uitspraak er via de typografie over het festival wordt gedaan.⁵⁸ Gaat het om de kern?

58 De interpretatie komt voort uit de kennis die de interpretant heeft. Zie hiervoor Coumans (2003)



De categorieënleer

We hebben in de vorige paragrafen met twee driedelingen gewerkt. We zagen dat een betekenisvormingsproces uit drie onderdelen bestaat: teken, referent en interpretatie. Vervolgens hebben we de drievoudige relatie tussen teken en afwezige aan ons analyse-instrumentarium toegevoegd: iconisch, indexicaal en symbolisch. Peirce kent nog veel meer driedelingen. Ik verwijs voor een overzicht naar Van Driel (1993).

Aan de basis van deze driedelingen ligt de categorieënleer. Peirce hanteert deze drie categorieën om zijn semiotiek ook vorm te kunnen geven als een logische leer van de verschijnselen: fenomenologie. Het standpunt dat Peirce inneemt wanneer hij zegt een waarheid omtrent een verschijnsel na te streven, is bekend geworden onder de naam pragmatisme. (Van Driel 1993: 24)

Peirce onderkent drie zijnswijzen:

- Firstness*: De zijnswijze van het mogelijke, het potentiële.
- Secondness*: De zijnswijze van het feitelijk bestaande, het geactualiseerde, het eenmalige.
- Thirdness*: De zijnswijze van het wetmatige/algemeen aanvaardbare.
(Van der Lubbe & Van Zoest 1997: 14); (Van Driel 1993: 19)

Vertaald naar de drie elementen van het betekenisvormingsproces:

1. Het *teken* behoort tot de zijnswijze van het mogelijke (firstness). Alles heeft het in zich om teken te worden. Alles kan beschouwd worden als een verwijzing naar iets afwezig.
2. De *referent* behoort tot de zijnswijze van het feitelijk bestaande (secondness). De referent vertegenwoordigt de te kennen of de gekende wereld.
3. De *interpretatie* behoort tot de zijnswijze van het wetmatige, het algemeen aanvaardbare (thirdness). Via de betekenis probeert de mens los te komen van de zijnswijze van het mogelijke en het actuele om tot kennis te komen en om uitspraken te doen die het eenmalige overstijgen.

De drie verschillende categorieën staan ook in een procesmatig verband ten opzichte van elkaar. Iets moet eerst mogelijk zijn, voordat het geactualiseerd kan worden. En wanneer iets regelmatig geactualiseerd wordt, of wanneer iets regelmatig en als vanzelfsprekend op dezelfde wijze geactualiseerd wordt, krijgt dat het karakter van een vanzelfsprekendheid of wetmatigheid.

Naast deze procesmatigheid staan de drie zijnswijzen in nog een belangrijk verband ten opzichte van elkaar: *Thirdness* veronderstelt *secondness* en *firstness*. *Secondness* veronderstelt *firstness* en *firstness* veronderstelt alleen zichzelf. Een interpretatie veronderstelt een onderwerp waarover een uitspraak wordt gedaan (*second*) en een teken (*first*) om dit object te representeren. Een referent (*second*) heeft behoefte aan een teken (*first*) om gerepresenteerd te worden. Terwijl een teken voor de interpretatie altijd een referent moet hebben (een onderwerp) is het wel mogelijk voor een teken om te verwijzen maar niet tot interpretatie aan te zetten.⁵⁹

Ook de relatie tussen teken en afwezige hebben we drievoudig beschreven. Deze relaties zijn als volgt tot de drie zijnswijzen te herleiden. Voor de relaties tussen teken en afwezige betekent dit het volgende:

1. De *iconische* relatie behoort tot de zijnswijze van het mogelijke (*firstness*) omdat alles door overeenkomst een iconisch teken kan worden. Waarneembare zaken bezitten de mogelijkheid om op grond van overeenkomst gekoppeld te worden aan een afwezige. Alles kan op alles lijken. Iconiciteit is de eerste ingang om een verschijnsel als teken voor iets anders te beschouwen. Ik kijk naar de voorbijtrekkende wolken en herken in de vorm...
2. De *indexicale* relatie hoort tot de zijnswijze van het feitelijk bestaande (*secondness*). Wanneer een teken gekoppeld wordt aan iets bestaands, iets actueels, dan bestaat er een indexicale relatie. Wanneer de mogelijke relatie gelegd is, kan vervolgens de *secondness*/indexicale relatie gelegd worden: de geluiden en stem worden indexicaal gekoppeld aan de vrouw die daar aanwezig is bij de kassa van de supermarkt.
3. De *symbolische* relatie is een relatie die bestaat omdat er codes zijn afgesproken (*thirdness*). We hebben afgesproken waarnaar het woord ‘vogel’ verwijst. Bovendien verwijst deze relatie nooit naar iets concreets, iets feitelijk bestaands, maar altijd naar iets abstracts. Vogel verwijst naar het idee ‘vogel’ en niet naar die concrete mus daar in die tuin – hetgeen een vorm van *secondness* zou zijn.

Syntaxis, semantics, pragmatics

De driedelingen die we tot nu toe hebben uitgewerkt, komen alle voort uit de semiotische literatuur van Peirce. Er is nog een uit de linguïstiek afkomstige driedeling van belang. Deze werd door C. Morris (1955) vertaald naar de Peirceaanse semiotiek. Het betreft hier de driedeling in *syntaxis*, *semantiek* en *pragmatiek*. Iedere analyse, of het nu de analyse van de tekst, van de kijker of van het dynamisch culturele systeem betreft, moet deze drie niveaus in ogenschouw nemen. Het analysemodel uit het volgende hoofdstuk is een op het beeld als te analyseren object aangepaste versie van deze driedeling.⁶⁰

59 Er is ook nog een derde relatie tussen de drie elementen van de semiosis. We zien dit terug komen in de drie niveaus van het betekenisvormingsproces. Eenzelfde teken kan op drie niveaus verschijnen aan de toeschouwer. Neem als voorbeeld de kleur rood. Op het formele niveau verschijnt de kleur als kwaliteit aan de blik van de toeschouwer als bijvoorbeeld een dominante kleur, als onderscheidende kleur of op andere wijze. Op het referentieel niveau kan kleur (als kwaliteit van een teken) een verwijzende kracht krijgen. Zo kan rood in een hart de liefde oproepen, en in een andere context naar socialisme of gevaar verwijzen. Tenslotte kan kleur op het communicatief niveau verschijnen als keuze van een denkbeeldige maker waarmee hij een uitspraak wil doen. Zie ook Coumans (2003).

60 We zullen deze driedeling op geheel eigen wijze ook weer terugvinden in de sociale semiotiek in de termen: *ideational*, (semantic) *interpersonal* (pragmatic) en *textual* (syntactic) metafuncties.

In *Signs, language and behavior* uit 1955 verwijst C. Morris naar zijn definitie van *syntaxis*, *semantiek* en *pragmatiek*; een definitie die al uit een artikel uit 1938 stamt.

Pragmatics as the study of the relation of signs to interpreters, semantics as the study of the relations of signs to the objects to which the signs are applicable, syntaxis as the study of the formal relations of signs to another. (C. Morris 1955: 217/218)

De *syntaxis* verwijst naar het teken op zich, de *semantiek* naar het teken in relatie met zijn referent, en de *pragmatiek* naar de relatie van een teken met zijn betekenis via het object. De *interpretanten* als de uitkomst van het betekenisproces en *interpreters* als de voltrekkers van het betekenisproces, zijn hier enigszins inwisselbaar geworden. De betekenis (*interpretant*) ontstaat pas wanneer de kijker zich afvraagt wat deze tekst hem op dit moment in deze situatie te vertellen heeft. C. Morris blijft hier dicht bij de driehoek van Peirce. Omdat deze definitie aanleiding kan geven voor een classificatie in soorten tekens in plaats van benaderingswijzen, verandert C. Morris de definities in:

Pragmatics: that portion of semiotic which deals with the origin, uses and effects of signs within behavior in which they occur. (...) Semantics deals with the signification of signs in all modes of signifying. Syntactics deals with combinations of signs without regard for their specific significations or their relation to the behavior in which they occur. (C. Morris 1955: 219)

Hiermee geeft hij de semiotiek als geheel (iedere semiotische stroming) drie deelgebieden. Naast drie onderzoeksobjecten, drie invalshoeken bestaan er dus ook drie deelgebieden; de syntaxis, de semantiek en de pragmatiek. De geleidelijke overgang van de Peirceaanse semiotiek naar de sociale semiotiek, voltrekt zich op het niveau van de pragmatiek: de context waarin het betekenisvormingsproces plaatsvindt. Waar de Peirceaanse semiotiek de maatschappelijke werkelijkheid relateert aan een toeschouwer, daar relateert de sociale semiotiek deze werkelijkheid ook aan een maker die met zijn producten deze werkelijkheid in beweging zet. Om te begrijpen over welke (niet fenomenologische) werkelijkheid we het dan hebben, zijn drie verwante begrippen van belang: het (taalsysteem), de code en het genre. Het taalsysteem en de code zijn al uitgebreid aan de orde gekomen in de structuralistische semiotiek als constituerend begrip. Het genre als sociale constructie, als een set codes die de betekenisoverdracht vergemakkelijkt omdat ze het betekenisproces op communicatief niveau reguleert, vinden we terug in de sociale semiotiek van Kress en anderen.

2.4 De sociale semiotiek

Recentelijk is er in Nederland belangstelling ontstaan voor een derde semiotiekstroming die zichzelf *social semiotics* noemt. Deze belangstelling geldt vooral de bijdrage van Kress & Van Leeuwen in het boek *Reading Images The Grammar of Visual Design* uit 1996. Om inzicht te krijgen in de specificiteit van de sociale semiotiek, wil ik echter terugkeren naar de publicatie van Hodge & Kress uit 1988, *Social Semiotics*. In dit boek worden namelijk de uitgangspunten van de sociale semiotiek verwoord. En zoals zal blijken, het zijn met name deze uitgangspunten die van belang zijn voor het verkrijgen van helderheid omtrent de mogelijkheid

van dialogische beeldcommunicatie. Omdat het boek van Kress & Van Leeuwen belangrijk is voor de analyse van het beeld, komt het uitgebreid aan de orde. Maar ondanks het feit dat in de inleiding van *Reading Images The Grammar of Visual Design* een pleidooi wordt gehouden voor de erkenning van de maker als grond voor het beeld, moet dit boek toch geplaatst worden binnen de structuralistische semiotiek. Het maakt namelijk zichtbaar welke codes (grammar) aan de basis liggen van het beeld als betekenisproducerende uiting. Kress & Van Leeuwen benaderen het beeld in dit boek dus als de actualisering van het systeem. Het is in die zin een waardevol boek. We vinden er de principes van de sturing van het beeld, de principes op basis waarvan betekenis geproduceerd kan worden door de toeschouwer. De sociale semiotiek echter presenteert zichzelf als een correctie op de semiotiek in het algemeen en de structuralistische semiotiek in het bijzonder. De bespreking van de sociale semiotiek kan dan ook alleen maar plaatsvinden binnen de verhouding tussen de drie vormen van semiotiek.

De maker

Het dynamische principe

In de positionering van de sociale semiotiek nemen Hodge & Kress (1988) en Kress & Van Leeuwen (1996) nadrukkelijk stelling tegen de structuralistische uitgangspunten van de semiotiek van De Saussure. Zij onderschrijven de door De Saussure aangebrachte structuralistische tweedelingen, *taaluiting* versus *taalsysteem* en *diachronie* versus *synchronie*, niet. Hun verwijt geldt voornamelijk de uitsluiting van de dynamische pool ten gunste van de statische pool. Hierdoor ontkent de structuralistische semiotiek de kracht van de individuele taaluiting die het grotere systeem in beweging brengt. Systemen zijn binnen de structuralistische semiotiek statisch, de ontwikkeling die systemen in de tijd maken, worden niet bestudeerd. Dat de ontwikkeling niet bestudeerd wordt, is het gevolg van een derde miskenning: de maker en het maakproces dat ten grondslag ligt aan de individuele taaluiting. Doordat mensen willen communiceren, gaan zij op zoek naar mogelijkheden om gehoord te worden. Zij stuiten daarbij op uitsluitingsmechanismen in de communicatiesystemen. Vanuit de noodzaak om een boodschap onder de aandacht te brengen, brengt de maker niet alleen de taal in beweging, maar ook de systemen die communicatie mogelijk maken en beïnvloeden. Een voorbeeld hiervan is de actie van Jeroen Jongeleen van Influenza uit het eerste hoofdstuk ^(afb. 7). Zijn acties gaan in tegen de heersende communicatieregimes van communicatie via beelden in het publieke domein. De sociale semiotiek is dus niet alleen geïnteresseerd in de dynamiek van de taal, maar ook in de dynamiek van de systemen die zich om de taaluiting heen bevinden. Het dynamische dat in het Saussuriaanse systeem wordt onderdrukt, vormt het uitgangspunt voor de sociale semiotiek van Günther Kress en anderen.

Systemen gaan in de opvatting van de sociaal-semiotici niet alleen vooraf aan de individuele taaluiting, zij zijn er ook het gevolg van. Het systematische is de noodzakelijke voorwaarde voor communicatie. En de individuele taaluiting zal zich altijd moeten verhouden tot de 'code', omdat er zonder code geen communicatie is. Dat wil echter niet zeggen dat de individuele taaluiting deze systematiek niet in beweging kan brengen. Dit proces van verandering interesseert de sociale semiotiek juist. Het object van onderzoek van de semiotiek van Kress en anderen is dan ook het gegeven dat taal mensenwerk is en door mensen in beweging gebracht

wordt. Oftewel: de dynamiek van de semiotische systemen die ten grondslag liggen aan de betekenisproductie en betekenisreceptie.

Tekst en werkelijkheid

Doordat binnen de structuralistische semiotiek een tekst een actualisering van een systeem is, kan de relatie tussen de tekst en de werkelijkheid genegeerd worden. Dit geldt zowel voor de werkelijkheid waarin de communicatie plaatsvindt, als voor de werkelijkheid, onderwerp en doelstelling van de communicatie. Als er al een te bestuderen werkelijkheid is, dan is het de door de taal voorgebrachte werkelijkheid. Het is de (zich van andere vormen onderscheidende) vorm van de tekst die op gecodeerde wijze de inhoud voortbrengt en daarmee de werkelijkheid aanwezig stelt. In het centrum van de aandacht van de streng structuralistische semiotiek staat het taalsysteem. Dit statische systeem wordt gezien als een zelfstandige entiteit die verantwoordelijk is voor betekenisproductie en waarmee ook deze betekenisproductie op wetenschappelijke wijze beschreven kan worden.

Peirceaanse semiotici en sociaal-semiotici kennen daarentegen wel een belang toe aan de werkelijkheid. De Peirceaanse semiotiek zegt: de mens heeft tekens nodig om kennis te krijgen over de wereld. De sociale semiotiek start niet bij de werkelijkheid die gekend moet worden, maar bij de mens die zich wil uitdrukken. De sociale semiotiek zegt: de mens maakt gebruik van tekensystemen om zijn opvatting over de werkelijkheid naar voren te schuiven. Beide principes vinden we bij Vilém Flusser. Hij erkent zowel het belang van het teken om kennis over de werkelijkheid te krijgen, als de wil tot communicatie van de mens. Voor Flusser is communiceren sowieso een menselijke noodzaak om de zinloosheid van een naar de dood toe bewegend leven te vergeten (Flusser 2005: 10). De minder dramatisch geformuleerde sociale functie van communicatie vinden we terug in de sociale functie van betekenisprocessen van zowel de Peirceaanse als de sociale semiotiek. Het tekengebruik vindt zijn oorsprong in de mens die zich van tekens bedient om zich ten aanzien van de werkelijkheid te positioneren. Waar de Peirceaan echter het accent legt op interpretatie van de werkelijkheid en kennis over de werkelijkheid ten behoeve van het handelen, legt de sociale semiotiek het accent op tekenproductie en expressie. Voor de Peirceanen is de sociale context van de kijker van belang voor het betekenisvormingsproces.⁶¹ Voor de sociale semiotici is dat de sociale context van de maker en het maakproces.

De tekenmaker als de grond van het teken

Een belangrijk onderscheid tussen de structuralistische, de Peirceaanse en de sociale semiotiek hangt samen met de in de vorige paragraaf uitgewerkte relatie tot de werkelijkheid en betreft de grond (de Peirceanen spreken van 'ground') van het teken. Dat wil zeggen: de reden waarom een teken een bepaalde verwijzende kracht heeft. Voor de structuralisten is die grond er niet. Het teken heeft een arbitrair verwijzende kracht naar een 'denkbeeld'. Deze ongemotiveerdheid is ook het kenmerk van 'taal'.

De Peirceanen nemen de taal echter ruimer. Met betrekking tot het taalteken kennen zij het onderscheid tussen icoon, index en symbool als drie gronden van die verwijzende kracht, waarin enkel het conventionele 'symbool' volkomen

61 De sociale semiotiek ontkent overigens ook niet het belang van de positie van waaruit de analyse plaatsvindt. Zij noemen dit analytisch anchorage. (Hodge & Kress 1988:267)

ongemotiveerd is. De Peirceanen erkennen in de drie taaltekens dus een verschil in soort relatie en een verschil in de aanwezigheid van de werkelijkheid in de verwijzing. Het icoon is gebaseerd op de veronderstelling dat het teken een gelijkenisrelatie kan hebben met de wereld buiten het teken. De index veronderstelt zelfs een aanliggende werkelijkheid.⁶²

Met betrekking tot dit begrip ‘grond’ onderscheidt de sociale semiotiek zich resoluut van haar broeders. Kress & Van Leeuwen (1996) voegen de beide stromingen dan ook samen en spreken van ‘semiologie’. Noch de structuralisten noch de Peirceanen erkennen de tekenmaker als de grond voor het teken. In de sociale semiotiek is het teken via de tekenproductie juist gegrond in de maker.

In ‘semiology’ motivation is usually not related to the act of sign-making, but defined in terms of an intrinsic relation between the signifier and the signified. (...) It follows that we see signs as motivated conjunctions of signifiers (form) and signified (meanings). Sign makers use the forms they consider apt for the expression of their meaning. (Kress & Van Leeuwen 1996: 7)
(Kress & Van Leeuwen 1996: 7)

De betekenis die de tekenmaker wil overdragen, leidt tot de meest geschikte vorm van uitdrukking in het meest geschikte medium. De tekenmaker zoekt naar die representatievorm waarmee het onderwerp dat hij wil uitdrukken het best kan communiceren in een bepaalde context op een bepaald moment. Kress & Van Leeuwen (1996) spreken over een transformatieproces waarin subjectiviteit een plek kan krijgen.

The meaning of sign-makers lead to apt, plausible, motivated expressions, in any medium which is to hand. This process rests on the interest of sign-makers, which leads them to select particular features of the object to be represented as critical at the moment, and in that context. This transformative, productive stance towards sign-making is at the same time a transformation of the sign-makers ‘subjectivity- a notion for which there was little place in semiology. (Kress & van Leeuwen 1996: 11)

Interpretatie en articulatie

Traditioneel richt de semiotiek zich alleen op het kijkproces, hetzij als een cognitief proces op basis waarvan via een interpreterende activiteit kennis over het object wordt verkregen, hetzij via een analytische activiteit waarin via de analytische methode de kennis die in het object zit zichtbaar wordt gemaakt. Zowel de sociaal-semiotici als de Peirceaanse semiotici kennen echter een minimaal verschil tussen interpretatie en articulatie, tussen beelden kijken en beelden maken. Binnen de Peirceaanse semiotiek heet dit de *oneindige semiosis*. Dit begrip betekent de erkenning dat iedere interpretant een voorlopige interpretant is, en altijd weer teken kan worden van een volgend betekenisvormingsproces. Dit betekent dat een interpretatieproces in zekere zin ook het articulatieproces van een volgend teken is. Terwijl deze tekst de interpretatie is van een groot aantal andere teksten, teksten die zelf ook weer de interpretatie van andere teksten zijn, kan deze tekst ook weer gebruikt worden in een volgend interpretatieproces, dat weer leidt tot een volgende tekst die ook weer onderwerp van interpretatie kan worden.

62 Zie voor het politieke belang van de relatie van het teken met de werkelijkheid Osborne (2000).

Waar het maakproces bij Peirce geïmpliceerd wordt in deze oneindige semiosis, wordt het in de sociale semiotiek nadrukkelijk naar voren gehaald. In de sociale semiotiek is de scheiding tussen het maakproces en het kijkproces minimaal. Voor de sociale semiotiek maakt dit interpreterende proces ook altijd deel uit van het maakproces. Het verschil tussen het kijkproces en het maakproces is de materiële articulatie die in het maakproces volgt op de interpretatie.⁶³ Daarom verwoordt Kress het proces van semiosis ook als volgt:

The sign that comes to the receiver in communication is taken by him or her as an object for interpretation, in the act of interpretation a new sign is formed. (Kress 2003: 44)

Wanneer dit nieuwe gevormde teken zichtbaar wordt gemaakt, kan het opnieuw object van interpretatie en articulatie worden.⁶⁴

Tekst en context

Diachronie en synchronie

Steeds weer benadrukt de sociale semiotiek het dynamische karakter van de semiosis, de semiotische praktijk. Hun interesse geldt veel minder de tekst als het resultaat van de semiosis als wel het proces zelf dat voortdurend in het gebied tussen de teksten aan het werk is. De sociale semiotiek geeft hierdoor een andere invulling aan het begrip *intertekstualiteit*. De semiosis is een *diachroon* proces van interpretatie van teksten in de articulatie van andere teksten. In die articulatie neemt een tekst deze andere teksten mee. Zij wordt het spoor van teksten dat aan deze tekst vooraf is gegaan.⁶⁵ Bovendien wordt de tekst het beginpunt van de interpreterende teksten die erop zullen volgen.⁶⁶ In iedere semiosis vindt er een dynamisering plaats van de maatschappelijke regimes die de tekstproductie proberen te reguleren.

De sociale semiotiek beschouwt de tekst niet alleen *diachroon*, maar ook *synchroon* als een onderdeel van een context aan teksten. Waar de context *synchroon* is en de daadwerkelijke omgeving van tekstregulatie bestudeerd wordt, betreden we het terrein van de *logonomische systemen*. Met de intrede van de semiotiek in dit onderzoeksdomein zien we hoe de sociale semiotiek de grenzen van de traditionele semiotiek overschrijdt door de sociale werkelijkheid te betrekken in haar analyse. Naast de werkelijkheid van het individuele maakproces dat zich gegrond weet in de maker, kent de sociale semiotiek een cruciale invloed toe aan de sociale processen van de *logonomische systemen* waarbinnen de visuele communicatie plaatsvindt. Hodge & Kress spreken over *logonomische systemen*

63 Zie ook Coumans (2004).

64 Naast deze koppeling van het interpretatieproces aan het maakproces, kent de sociale semiotiek ook een verschuivende aandacht naar het maakproces als de actie die betekenis voortbrengt als zodanig. Dit is met name zichtbaar in het meer recente werk van Kress & Van Leeuwen (2001) en Gunther Kress (2003) in de vorm van signifying practices. Zo onderscheiden Kress & Van Leeuwen (2001) vier betekenisproducerende praktijken: *discours*, *design*, *productie* en *distributie*. Iedere praktijk is van belang in de semiotische keten van het maakproces.

65 Dit begrip intertekstualiteit neemt een centrale positie in in de argumentatie uit hoofdstuk 4.

66 Terwijl uit de literatuurlijst blijkt dat Hodge & Van Leeuwen 1988 wel Derrida's werken *On Grammatology* (Baltimore 1976) en *Writing and Difference* (Chicago 1978) hebben gelezen, laten ze het helaas na hun sociale semiotiek helder te verhouden ten opzichte van Derrida's deconstructiedenken.

als een set van codes die de voorwaarden vormt voor de productie en de receptie van betekenissen. (Hodge & Kress 1988: 4)

Het mimetische en het semiotische vlak

Om de plek van de *logonomische systemen* te begrijpen is het van belang om eerst een ander essentieel onderscheid van de sociale semiotiek te behandelen, namelijk het onderscheid tussen twee vlakken in het communicatieproces: het *mimetische* en het *semiotische*. Het *mimetische* vlak van de communicatie betreft de voorstellingsfunctie van taal. Het *mimetische* vlak kan beschouwd worden als een onderdeel van het semiotische vlak. Alhoewel de term *mimetisch* naar *mimesis* verwijst, hebben Hodge & Kress niet de nabootsing van de werkelijkheid in gedachten. In het *mimetische* vlak staat de tekst als boodschap centraal. Hierbij lijken Hodge & Kress de representatieve (Jacobson zou zeggen: de *referentiële* functie) van taal te willen benadrukken: representerende tekens worden overgedragen. Centraal staat de verwijzende kracht van het teken: zijn potentie om iets afwezig aanwezig te stellen. In het *mimetische* vlak gaat het over de wijze waarop deze tekst namens een maker een boodschap naar een kijker overdraagt. In het *semiotische* vlak staat de praktijk van de overdracht zelf centraal.

It (the message) is oriented to the semiotic process, the social process by which meaning is constructed and exchanged, which takes place in what we will call the semiotic plane. The message is about something, which supposedly exists outside itself. It is connected to a world to which it refers in some way, and its meaning derives from this representative or mimetic function it performs. (Hodge & Kress 1988: 5)

De semiotische overdracht van de boodschap kent vier parameters: de producent, de ontvanger, de tekst en de werkelijkheid waarnaar via een tekst verwezen wordt. Deze vier parameters vormen tezamen de *logonomische systemen* binnen de sociale semiotiek van Hodge & Kress: de productiesystemen, de receptiesystemen, de genresystemen en de discursieve systemen. Ik kom hier zo op terug.

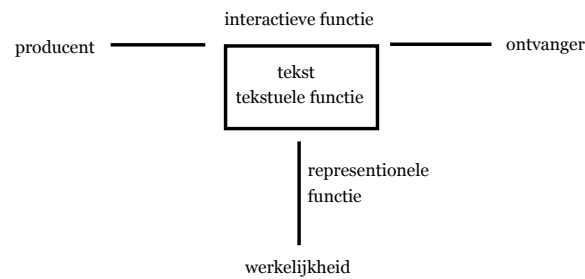
De (meta)functies van de communicatie

Binnen het mimetische niveau van de boodschap is de 'tekst' het centrum. Kress & Van Leeuwen publicatie uit 1996 is een uitwerking van dit mimetische vlak.⁶⁷ Zij brengen een onderscheid aan in drie (meta)functies.⁶⁸ Een van die functies, de *ideational* of representatieve functie, betreft de tekst voor zover zij zich verhoudt tot de werkelijkheid (Kress & Van Leeuwen 1996: 40,41). Deze definiëring komt overeen met de definiëring van het *mimetische* niveau door Hodge & Kress (1988). Het lijkt me echter te beperkt om het *mimetische* niveau terug te brengen tot deze representatieve functie. Meer voor de hand liggend is het om ook de twee door hen onderscheiden tekstuele en de interactieve functies onder te brengen in het *mimetische* vlak.

67 Kress & Van Leeuwen (1996) spreken overigens zelf niet van het onderscheid tussen het mimetische en het semiotische uit Hodge & Kress (1988). Zij beschouwen hun analyse-instrument als een semiotisch instrument en de drie te onderscheiden functies zijn (meta)functies van de semiotische analyse.

68 Waarschijnlijk spreken Kress & Van Leeuwen (1996) over metafuncties omdat het om functies gaat die concrete teksten overstijgen, oftewel functies die de interpretatie in zijn totaal betreffen.

Schema 2-8 Metafuncties



Waar een tekst een relatie legt tussen de producent en de ontvanger spreken zij van de interactieve functie van de tekst. Het gaat daarbij om de producent en de ontvanger die door de tekst verondersteld wordt. De structuralistische semiotiek spreekt hier van de geïmpliceerde maker en de geïmpliceerde zender.⁶⁹ Daarnaast kennen Kress & Van Leeuwen (1996) nog een derde functie die zij de *tekstuele functie* noemen en waarin de formele plaatsing van de tekstuele elementen ten opzichte van elkaar centraal staat. In de analyse die in het volgende hoofdstuk plaatsvindt, zal preciezer worden ingegaan op de codering (de grammatica) van de drie niveaus. Omdat Kress & Van Leeuwen niet de dynamiek zoeken, maar de wijze waarop op het mimetische niveau de code werkzaam is, is hun benadering eerder structuralistisch te noemen. Daarnaast ligt bij hen het accent op de representerende ‘tekst’ en niet op de invloed van de sociale systemen op de communicatie.

Schema 2-9 Vlakken en functies

sociale semiotiek (Hodge & Kress 1988)	mimetisch vlak			semiotisch vlak: logonomische systemen
sociale semiotiek (Kress & Van Leeuwen 1996)	textuele functie	representatieve functie	interactieve functie	

Het semiotische vlak: de invloed van de fysieke omgeving

De boodschap is vervat in de ‘tekst’. De overdracht vindt plaats in een context. Eigenlijk onderscheidt de sociale semiotiek twee contextuele cirkels: de daadwerkelijke plaats waar de overdracht plaatsvindt, en de grotere werkelijkheid van de sociale processen die weliswaar van invloed is op de overdracht, maar er ook los van functioneert. De fysieke omgeving van de overdracht bepaalt in eerste instantie de gereguleerde wijze waarop zender en ontvanger zich tot elkaar verhouden. Weliswaar wordt in de taaluiting het taalsysteem gerealiseerd, het is de context die bepalend is voor het ‘dialect’ van het systeem. Ook al betekent een oranje stoplicht in het talige systeem ‘stoppen wanneer het nog kan’, in de context van de metropool betekent oranje ‘doorrijden wanneer het nog kan’. De actualiteit van de situatie van de betekenisoverdracht is niet alleen van belang omdat zij het betekenisvormingsproces bij de kijker beïnvloedt (dit is de culturele context van de semiosis in de Peirceaanse semiotiek⁷⁰), maar vooral omdat zij zichtbaar maakt

69 Zie voor een goede uitwerking van deze begrippen Van Driel (2001).

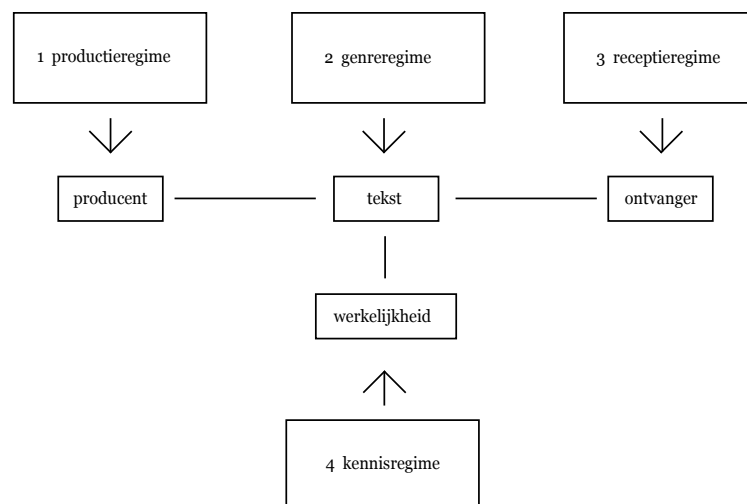
70 Zie voor de culturele context van het betekenisvormingsproces Coumans (2003).

dat de codes van de communicatie geen absolute maar beweeglijke codes zijn. De concrete praktijk laat zien hoe de codes van de communicatie zich evolueren omdat niet het systeem, maar de efficiënte overdracht van inhoud het doel van taal is. Het systeem is een middel, het past zich aan zijn functie aan.

Het semiotische vlak: de logonomische processen

De sociale semiotiek van Hodge & Kress (1988) noemt de grotere context van de sociale werkelijkheid, die invloed uitoefent op de communicatie, het semiotische vlak. Eigenlijk behoren tot dit semiotische vlak zowel de concrete plek van overdracht als alle diachrone en synchrone teksten die zich om de (mimetische) tekst heen bevinden. De logonomische systemen nemen een centrale positie in dit semiotische vlak in. Rondom de fysieke plek van de overdracht van de boodschap bevindt zich het semiotische vlak van de sociale processen waarbinnen de logonomische systemen functioneren. Er zijn vier te onderscheiden logonomische systemen, ook wel regimes genoemd. Ieder regime is de regulering van een deel van het communicatieproces dat bestaat uit een producent, een ontvanger, een tekst en een werkelijkheid waarnaar via een tekst verwezen wordt.⁷¹

Schema 2-10 Logonomische systemen



De logonomische systemen reguleren de processen rondom de overdracht van de specifieke uitingen. De *kennisregimes* reguleren de praktijk van kennisverwerving. Zij bepalen waar kennis over verkregen mag worden, en welke kennis onaantastbaar of algemeen geldend is, kortom wat gezegd mag worden en wat niet. Interessant voorbeeld van dit regime, of beter van de strijd tussen de regimes, betreft de discussie over het Intelligent Design als een verklaring voor het ontstaan van de wereld. Tegenstanders zien hierin een verkapte terugkeer van God als schepper van de wereld, en hanteren liever het Darwinistische evolutieprincipe om het ontstaan van de wereld te verklaren. Wanneer kennisregimes zich aan genres binden, vertellen zij waar een genre over mag gaan om tot een bepaald genre te horen. Kennisregimes bepalen trouwens vaak ook wat er over dat onderwerp

71 We zien dit logonomische systeem als *signifying practice* uitgewerkt worden in Kress & Van Leeuwen (2001). Hier zijn de regimes als uitgangspunt genomen en uitgewerkt als *discours, design, productie en distributie*.

verteld moet worden. Zo is de held van een western een eenzame dolende figuur en blijft hij dat, zelfs wanneer er een vrouw op zijn pad komt. De westernheld strijdt ook altijd tegen onrechtvaardigheid en wint altijd.

De *productieregimes* reguleren de wijze waarop de productieprocessen plaatsvinden. Zij bepalen niet alleen wie toegang heeft tot de productieprocessen, maar ook wat de kwaliteit van de output is. Ook dit is met name goed zichtbaar in de filmproductie. De productieprocessen die bijvoorbeeld plaatsvinden in een Hollywood-studio zijn van geheel andere aard dan de productieprocessen binnen de Dogma95-studio waar Lars von Trier toe behoort. De invloed van die productieprocessen is ook duidelijk zichtbaar in de geproduceerde films.

Receptieregimes vertellen de kijker hoe een product moet worden gelezen.

Hiervoor heeft het product echter wel behoefte aan een genre dat zijn receptieregime kenbaar maakt.

Genreregimes vertellen een maker hoe het product eruit moet zien om op een bepaalde manier een bepaalde inhoud over te dragen, dus om aan te kunnen sluiten bij een bepaald receptieregime. Om bijvoorbeeld een bepaalde voorstelling te promoten, moet een affiche er op een bepaalde manier uitzien om begrepen te worden. Genreregimes vertellen de maker wat het receptieregime is dat hoort bij een bepaald genre. Genreregimes vertellen overigens ook de kijker wat het productieregime van een bepaalde tekst is en binnen welk kennisregime het genre zich positioneert. Ook reguleren genreregimes waar een tekst over moet gaan, om tot een bepaald genre te kunnen behoren. Het cultureel affiche gaat altijd over een cultureel onderwerp (een dans-, theater- of muziekvoorstelling, een tentoonstelling, een cultureel evenement). Het genre is kortom het glijmiddel van de communicatie.

Het logonomisch systeem als een strategisch gegeven

Het genre, als een set van codes die de overdracht bepalen, is afhankelijk van haar sociale erkenning.

Genres only exist in so far as a social group declares and enforces the rules that constitute them. Genre therefore represents one semiotic category that codes the effects of social change, of social struggle.

(Hodge & Kress 1988: 7)

Het genre is de gestolde vorm van een *logonomisch systeem* op tekstniveau. Genres ontstaan in de poging van makers om de betekenisoverdracht te reguleren, en ze veranderen in dat proces dan ook voortdurend. In de kunsten zijn genres grenzen die erom vragen overschreden te worden en in beweging gebracht te worden. De sociale semiotiek is minder geïnteresseerd in het analyseren van teksten om te zien hoe deze een boodschap overbrengen. Ook is zij niet primair geïnteresseerd in de sturingsmechanismen van de specifieke boodschap als zodanig. Ook staan niet de betekenisprocessen die zich in het hoofd van de kijker voltrekken centraal. Sociaal-semiotici zijn vooral op zoek naar die coderingen, die werkzaam zijn in de overdracht van de boodschap, die iets zeggen over de dominante communicatiecodes die op een bepaald moment in een bepaald genre werkzaam zijn. Het gaat daarbij minder om het vaststellen van een systeem dan om het zichtbaar maken van de machtsmechanismen die werkzaam zijn en van de subversieve krachten die het systeem in beweging brengen (dynamiseren).

Waar het subject in de structuralistische semiotiek is verdwenen in de tekst, waar dit subject in de Peirceaanse semiotiek zich via tekens tot de wereld moet verhouden, daar is het subject in de sociale semiotiek verwickeld in een machtsspel

waarbinnen hij de kanalen wil beheersen om zijn opvatting over de wereld naar voren te schuiven. Naast macht over de fysieke kanalen bestaat er de macht over de code. Betekenisoverdracht is een machtsspel. Dit machtsspel speelt zich niet alleen af op het niveau van de maker die de toehoorder ergens van wil overtuigen, maar ook op het niveau van de overdrachtscode. Hoe transparanter de code, hoe onzichtbaarder de macht.

Binnen de communicatie wordt niet alleen een boodschap gecommuniceerd, maar ook een genre waar een productie- en een receptiewijze aan ten grondslag ligt. Bovendien vindt de overdracht plaats in een samenleving waarin bepaalde vormen van kennis geaccepteerd zijn en andere vormen van kennis niet. Een bepaald televisieprogramma communiceert niet alleen zijn inhoud, maar ook zijn productie- en receptiewijze en behoort daarbij ook tot een bepaald kennisregime. Omdat aan de basis de mens staat die zijn visie wil overdragen, erkent de sociale semiotiek altijd een strategisch aspect. Wanneer het *logonomische systeem* als code noodzakelijk is voor de betekenisoverdracht, is het logisch dat ook het *logonomische systeem* een strategisch gegeven is.

A logonomic system is itself a set of messages, part of an ideological complex but serving to make it unambiguous in practice. Where structures of domination are unchallenged, a logonomic system serves the dominant by ensuring that acts of semiosis ultimately assure their dominance. Where structures of domination are under challenge, logonomic systems are likely areas of contestation. The logonomic rules are specifically taught and policed by concrete social agents (parents, teachers, employers) coercing concrete individuals in specific situations by processes, which are in principle open for study and analysis. They are challenged by social agents-e.g., children, students, employees. Logonomic systems cannot be invisible or obscure, or they would not work. They become highly visible in politeness conventions, etiquette, industrial relations, legislation, and so on. (Hodge & Kress 1988: 4)

Evaluatie van de sociale semiotiek

Doordat het semiotische niveau van de sociale semiotiek de sociale context (als tekst) van betekenisproductie benadrukt, heeft de sociale semiotiek het onderzoeksgebied van de semiotiek uitgebreid. De structuralisten en de Peirceaanse semiotici bezetten beiden een as in het gebied tussen de tekst en de toeschouwer, en beschrijven van daaruit het betekenisproces in het tussenliggend domein. Om dit domein leggen de sociaal-semiotici de schil van de tekstueel georganiseerde sociale werkelijkheid heen, waardoor het betekenisvormingsproces van buitenaf benaderd kan worden. In deze sociale werkelijkheid zetten zij een aantal verschillende accenten. Omdat de sociale semiotiek een recente ontwikkeling is in Nederland en de discussie over de waarde van de semiotiek in een nieuw daglicht stelt, schets ik hier de vernieuwende accenten.

1. Het accent op de *maker* van het beeld, degene in wie het beeld gegrond is. Communicatie begint bij *expressie*. Eerst moet er iemand zijn die met behulp van de bronnen die hij tot zijn beschikking heeft, zich zo optimaal tracht uit te drukken. De meerwaarde voor het stilstaande beeld ligt dan in de aandacht voor *de expressieve functie* van het beeld.
2. Het accent op het *maakproces* van een beeld. Ontwerpen van beeld (design) is ook een *signifying practice* en de activiteit van de beeldontwerper bestaat uit vertalen met de invoeging van een subjectief element. Dit aspect is in de *oneindige semiosis* indirect aanwezig in de Peirceaanse semiotiek. De sociale semiotiek maakt het expliciet.

3. Het accent op de *strategie*. Visuele communicatie is een strategisch machtsspel waarin de maker gebruik moet weten te maken van een aantal productieregimes en tekstuele regimes om zich in uit te drukken. Betekenisgeving heeft als doel de ander te overtuigen van een bepaalde opvatting over de werkelijkheid. Dominantie, subversie, ondoorzichtigheid zijn een aantal bewegingen van dit machtsspel.
4. Het accent op de *contextuele regimes*. Communicatie vindt plaats in een maatschappij waarin verschillende regimes bepalen wat gezegd kan worden (kennisregime), hoe de productieprocessen plaatsvinden en wie er toegang toe heeft (productieregimes), hoe de recipiënt zich dient te gedragen (receptieregimes) en welke de codes van de tekstuele overdracht zijn (genreregimes). Wanneer deze regimes in een specifieke vorm van communicatie bij elkaar horen, spreken we van een *logonomisch systeem*.
5. Het accent op de *functie*. Communicatie heeft meerdere functies waarin de relatie tussen de wereld van de tekst met de wereld buiten de tekst centraal staat. Naast de overdracht van een naar de werkelijkheid verwijzende boodschap (*representerende functie*), kent de sociale semiotiek een groot belang toe aan de *interactieve functie* die de relatie van de tekst met de zender, de ontvanger en de werkelijkheid reguleert.
6. Het accent op de *dynamische code*. Communicatie kan niet plaatsvinden zonder een of andere vorm van codering. De sociale semiotiek legt het accent op de code als strategisch concept en als het dynamische strijdveld van de communicatie. Ze zoekt de transparantie van de code om een grotere visuele geletterdheid te creëren. Kennis van de code betekent: weten hoe het beeld zijn functies uitoefent, begrijpen hoe het machtsspel dat communicatie heet plaatsvindt.

Deze elementen voegt de sociale semiotiek toe aan de traditionele semiotiek. In een tijd waarin de overdracht van informatie niet meer los gezien kan worden van macht over de kanalen en de productieprocessen, in een tijd waarin die macht van belang is om genres te creëren die gebaseerd zijn op receptieregimes waarin het consumptief kijken regeert, is het noodzakelijk dat de semiotiek haar enge onderzoeksobject weet uit te breiden en deze regimes bij de analyse betreft.

2.5

Drievoudige analyse van twee gijzelingsbeelden

In het nu volgende analysevoorbeeld maak ik de drie perspectieven op de semiosis zichtbaar. Ik analyseer twee stills uit twee videobrieven van Iraakse gijzelaars.⁷² Ik maak eerst duidelijk binnen welke context de beide beelden gelezen moeten worden, daarna maak ik vanuit een secure tekstuele analyse het precieze verschil tussen de beelden zichtbaar. Afsluitend laat ik in deze paragraaf zien wie de ideale kijker van de beide beelden is, en waarom ik dat niet ben.

De ondermijning van een logonomisch systeem

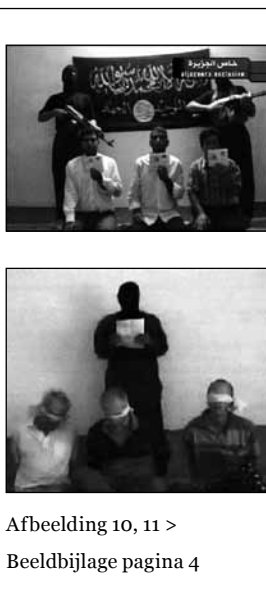
In de periode die achter ons ligt verschenen er regelmatig videobrieven op televisie waarin islamterroristen hun gijzelaars lieten smeken om hun leven, of waarin een hoopje geblinddoekte gijzelaars de macht van de gijzelnemers onderstreepten. De twee stilstaande beelden die in de analyse centraal staan zijn stills uit twee van dit soort video's.⁷³ Het zijn stilstaande bewegende beelden, of 'sprekende' stilstaande beelden. Het enige dat beweegt is de mond in beeld. Voor de rest is iedereen in beeld zo goed als bewegingloos. Zelfs de camera beweegt niet. Visueel verandert er met andere woorden niets aan het beeld van het filmpje. Toch zijn het wat je zou kunnen noemen 'narratieve' beelden. Ze suggeren namelijk een tijdsverloop. Dit tijdsverloop zit niet in de formele kwaliteiten van het beeld, maar in het feit dat er een brief wordt voorgelezen.

Aan de kadrering, de slechte kwaliteit van het beeld en de opstelling herkennen we gelijk het 'genre' van dit soort briefvideo's waarin de relatie tussen beeld en werkelijkheid en tussen de participanten van de communicatie gecodeerd is. Boven in het beeld staan de gijzelnemers, anoniem, met een doek voor het gezicht, maar wel strak naar voren kijkend. Zij zijn de producenten van het beelddrama. Zij hebben de regie. Zij staan achter de gijzelaars. Laag, voorin, kleiner en meer in het centrum van het beeld, hebben de gegijzelden hun positie.

De gegijzelden richten zich in het rechterbeeld als acteurs in een opgedrongen drama vanuit een onderdanige positie tot de toeschouwer. In het linkerbeeld worden ze als blind object (als inzet) getoond. De boodschap gaat de hele wereld over en via televisie zijn wij de geadresseerden.

De vertoning van de video in het journaal betekent bovendien een erkenning van de gijzelsituatie, een erkenning van de macht van de gijzelnemers, het belang dat zij dienen, en de gruwelijke werkelijkheid die het gevolg kan zijn van het niet ingaan op de eisen. De videobrief is zo als subversief element binnengedrongen in het logonomische systeem van de omroepen.

Het productieregime van de televisie begint bij de publieke en de commerciële omroepen. De televisieprogrammering wordt door hen beheerd. Zij krijgen (publieke) zendtijd toegewezen en zij bepalen wat zij met deze zendtijd doen. Daarvoor worden productiemaatschappijen ingeschakeld. Deze produceren een



Afbeelding 10, 11 >
Beeldbijlage pagina 4

72 Deze stills heb ik via google gevonden door 'gijzelaar' in te voeren. Daarna heb ik ze op basis van herkenning geselecteerd.

73 Zie voor still 1 <http://uwmening.skynetblogs.be/?date>, en voor still 2 <http://www.standaard.be/extra/jaaroverzicht20040704&nummer=7&unit=days/buitenland2004.htm>

scala aan genres waarin de relatie tussen de deelnemers van de communicatie geregeld wordt.

Er is binnen het medium televisie een ontwikkeling gaande waarin genres ontwikkeld worden die de traditionele relatie tussen de zenders en de toeschouwers herzien. De kijkers treden op steeds andere wijzen het beeld binnen. We kennen al sinds jaar en dag de kijker als deelnemers aan een quiz. Relatief nieuw is de kijker, de gewone man, als deel van een realitysoap zoals *Big Brother*. Ook kunnen kijkers nu rechtstreeks stemmen op het programma van hun keuze. En binnen bestaande en nieuwe genres is er de mogelijkheid om filmpjes te laten zien die niet geproduceerd zijn door de omroepen zelf.

De homevideo's zijn het gevolg van het feit dat de productiemiddelen in bezit kwamen van degene die voorheen louter de recipiënten van de televisieproducties waren. De beeldkwaliteit van deze filmpjes is slecht en ze zijn formeel minder doordacht dan de professionele beelden. Ze winnen echter aan kracht doordat deze filmpjes 'echt' zijn, en omdat ze 'van ons' zijn. Misschien zijn de homevideo's wel voor de omroepen wat het referendum is voor de politiek. Ze tonen aan hoe de drive om je te uiten, de wil om zichtbaar en hoorbaar te zijn, een kracht is die bestaande regimes (hier het productieregime) in beweging zet.

Het genre waarin de controle over de productieprocessen het grootst blijft, is natuurlijk het journaal. Het journaal heeft de taak 'feitelijk' en 'objectief' te zijn. Hier hoort ook een specifiek 'professionele' beeldtaal bij. De productie blijft dus zoveel mogelijk in handen van goed (in het productieregime) opgeleide regisseurs, cameramensen, producenten en reporters. Het journaal is er zeker niet om de belangen van terroristische gemeenschappen te dienen.

Toch zijn de terroristen erin geslaagd het journaal als context voor hun videoboodschap te gebruiken. Deze context bepaalt in zekere zin de betekenisproductie van het beeld. Het zegt op zijn minst: deze beelden zijn van belang voor iedereen die wil weten wat er gaande is, dit heeft nieuwswaarde. Deze nieuwswaarde ontleent de beelden voor een gedeelte aan de gruwelijkheid en aan de politiek strategische werkelijkheid waar ze uit voortkomen.

Het kennisregime dat het journaal regeert, dwingt het journaal ertoe om een videobrief te tonen die geheel buiten de productiekaders van haar verslaggever is gemaakt. Dat dit wel vaker gebeurt als de nieuwswaarde maar groot genoeg is, werd eerder duidelijk op 9-11. Toen werd via de montage van amateurbeeld van toevallige aanwezigen de aanslag op het World Trade Center getoond. Hier was echter sprake van verslaggeving. De videobrief van de gijzelnemers is geen registratie, maar een boodschap van een specifieke en omstreden groepering.

Deze groepering is erin geslaagd om binnen te dringen in de huiskamer en weet hiermee bovendien het communicatiesysteem van de media in het algemeen en de nieuwszender in het bijzonder te doorbreken. Daarmee onderstrepen zij echter wel het vijandbeeld van vijand als de barbaar, een beeld dat in het dominante kennisregime al aanwezig is. Het kennisregime wordt dus in die zin niet doorbroken, maar bevestigd.

Internet biedt een prachtige opstap voor dit soort uitingen. Wanneer een beeld via internet de openbaarheid bereikt en nieuwswaarde krijgt, wordt het steeds moeilijker om het vanwege de doorbreking van het productieregime uit te sluiten van het journaal. Internet als opstapje voor de gerenommeerde omroepen is een voortschrijdend fenomeen. Denk bijvoorbeeld aan *Geen Stijl*. Deze de provocatie niet schuwende weblog-site wil een officiële omroep worden, en gebruikt haar populariteit op internet om toe te treden tot het bestel.

De beelden van de gijzelaarsvideo kennen naast de doorbreking van het productieregime een te gruwelijke inhoud om op het journaal vertoond te worden (kennisregime). Deze ‘gruwelijke’ nieuwswaarde is direct verbonden met de modaliteit van het beeld. Wat we zien is levensecht. Hierin ligt de overeenkomst met de homevideo’s. Het is niet alleen de directe weergave van een werkelijkheid die zich voor de camera heeft afgespeeld. Het beeld is ook echt omdat het de realisering ervan onderstreept. Het beeld toont het productieproces. We voelen hoe die mensen een kamer in zijn gesleept, in de houding zijn gezet, hoe er een camera is neergezet en hoe gezocht is naar de juiste afstand en kadering. De codering is in dat opzicht transparant.⁷⁴ De videobrieven van de terroristen laten een onverhulde communicatie zien. Het is duidelijk wie de macht heeft, en wie eraan onderworpen wordt. Het is duidelijk dat we te maken hebben met een dominante visie. En het is duidelijk dat er een machtsstrijd gaande is om deze visie aan ons op te dringen. Het productie- en receptieregime toont zich IN het beeld, waar het normaal in de actualiteiten en journaalbeelden juist onttrokken wordt aan het zicht.

Het beeld heeft nog een andere zeer speciale relatie met de werkelijkheid omdat het deze niet alleen representeert, maar ook voerspelt. De nieuwswaarde van het beeld heeft niet alleen te maken met de zichtbare gruwelijkheid van datgene wat gebeurd is en zich schijnbaar voltrekt op dit moment nu (de gelijktijdigheid van beeld en werkelijkheid, de ‘actualiteit’ is eigen aan het medium televisie). Zij overstijgt deze relatie omdat zij een gruwelijke werkelijkheid voerspelt.⁷⁵ Op eigenaardige wijze hebben de beelden een relatie met een ander genre: de quiz. Ook de quiz kent een inzet en een risico het niet te halen.

Naast de invloed van de sociale context kent de tekst haar eigen formeel inhoudelijke sturing. Deze wordt nu uitgewerkt in de structuralistisch/mimetische analyse.

Uitgangspunten van de structuralistisch/mimetische analysemethode

Het analyseapparaat van Kress & Van Leeuwen (1996) is zoals gezegd op structuralistische leest geschoeid. De structuralistische semiotiek kent analoog aan het onderscheid tussen *betekenaar* en *betekenis* twee niveaus van waaruit zij kennis wil verkrijgen over de betekenisproductie van het verschijnsel. Deze twee niveaus zijn het *vlak van de expressie* en het *vlak van de inhoud*. De analyse wordt gestuurd vanuit de vraag: *Hoe brengt het vlak van de expressie het vlak van de inhoud voort?*

De vereniging van beide niveaus (of semiosis) maakt het mogelijk rekenschap te geven van het bestaan van enoncés (volzinnen of discoursen) ‘die voorzien zijn van zin’. (Greimas & Courtés 1987: 199)

Deze vereniging van de beide niveaus is zichtbaar in het analyseapparaat van Kress & Van Leeuwen (1996). Binnen drie (*meta*)functies van het beeld wordt steeds onderzocht hoe formele eigenschappen van het beeld (vlak van de expressie) op gecodeerde wijze inhouden produceren. Binnen de *tekstuele functie* wordt onderzocht hoe compositie hiërarchie in de informatie aanbrengt, waardoor de

74 We zullen deze transparantie van de code en de echtheid van het beeld ironisch genoeg ook tegenkomen in de dialogische ontwerpstrategieën in de casestudies in 4.3.

75 zie ook Van Driel & Coumans (2005).

toeschouwer begrijpt wat de meeste informatiewaarde heeft (*information value*), wat het belangrijkste is (*salience*), wat bij elkaar hoort en wat tegenover elkaar staat.

Vanuit de *ideational* of voorstellingsfunctie wordt onderzocht hoe de visuele opbouw van het beeld en de aanwezigheid van vectoren het beeld een verhalende of een conceptuele sturing geeft. Wordt de werkelijkheid verbeeld als een verhaal of als een conceptuele representatie?

De *interactieve functie* geeft de codes voor de wijze waarop beeld en toeschouwer tot elkaar geplaatst worden. Deze codes zijn vooral te vinden in de expressiemiddelen die niet toevallig uit de fotografie en film komen: kadering en camerahoek, aangezien de camera de positie inneemt van de toeschouwer.

De materialiteit van het beeld als uitdrukkingvorm konden Kress & Van Leeuwen geen plaats geven in het systeem van de *metafuncties*. Als formeel principe is ze echter uitstekend te plaatsen binnen de *interactieve functie*, omdat in de materie de maker zich als voorwaarde van de tekst (als index) kenbaar maakt. Juist daar waar de materie als uitdrukkingsmiddel wordt onderzocht, is de maker dichtbij, omdat in de streek van de kwast de maker zichzelf een plek geeft in het beeld. In de analyse van de materialiteit, in codes als de 'brushstroke' wordt de maker (de geïmpliceerde maker) geproduceerd.

Kress & Van Leeuwen bevinden zich op het vlak dat door Hodge & Kress (1988) *mimetisch* genoemd wordt en dat door de nadruk op de objectieve methode 'structuralistisch' van benadering genoemd kan worden. Het analyseapparaat van Kress & Van Leeuwen (1996) is van groot belang voor de analyse van het actuele stilstaande beeld vanwege de precisie waarmee wordt onderzocht hoe expressiemiddelen van het stilstaande beeld betekenis voortbrengen.

Dit wil ik duidelijk maken via de analyse van de gijzelingsbeelden. Zonder helemaal in te gaan op het fijnmazige net aan onderverdelingen die de grammatica van het beeld van Kress & Van Leeuwen (1996) kenmerkt, wil ik laten zien hoe de codering zichtbaar is in de drie functieniveaus van het beeld en wat het effect ervan is voor de betekenisproductie van het beeld. Bovendien maakt de analyse zichtbaar dat op basis van overeenkomst en verschil betekenis geformuleerd kan worden. Onderstreepte ik in de sociaal semiotische analyse de strategische overeenkomst tussen de beide beelden; uit deze structuralistisch semiotische analyse blijkt juist het verschil tussen beide beelden.

De analyse van twee verschillende beelden

De representionele metafunctie

Binnen de *representionele functie* onderscheiden Kress & Van Leeuwen (1996) twee grote representatiesystemen: *narrativiteit* en *conceptualiteit*. De wijze waarop het beeld visueel gestructureerd is, dus de wijze waarop de elementen van het beeld zich tot elkaar verhouden, bepaalt of we te maken hebben met een *conceptueel* beeld of met een *narratief* beeld. De hiërarchie in het beeld versus de aanwezigheid van een beweging suggererende vector, bepalen met welk soort beeld we te maken hebben.

Wanneer we naar de twee gijzelingsbeelden kijken, dan bevat het bovenste beeld (zie volgende pagina) een duidelijke vector, namelijk het geweer links. Het geweer legt een *narratieve relatie* tussen de terrorist en de gijzelaars en suggereert een mogelijke actie. Kress & Van Leeuwen erkennen nog een vector, de vector die voortkomt uit de blik van de *actor*. Ook hierin zien we een lijn ontstaan in het bovenste beeld tussen de gijzelaar linksboven en de gegijzelden. Deze lijn is het

gevolg van een door de blik veronderstelde vector. Het onderste beeld bevat niet zo'n vector en is daarmee onmiddellijk statischer en dus minder *narratief*.



Afbeelding 10, 11 >
Beeldbijlage pagina 4

Conceptualiteit heeft verband met de hiërarchie in het beeld. De participanten zijn in een conceptueel beeld niet met elkaar verbonden vanwege een actie (een vector) maar vanwege een inhoudelijke relatie die gesuggereerd wordt door de hiërarchische wijze waarop de participanten in beeld komen. De participanten boven in beeld horen bij elkaar, en de participanten onder in beeld horen bij elkaar. Er ontstaat op deze wijze een ordenende classificatie: gegijzelden en gijzelnemers.

De conceptuele representatie kent naast het ordende classificatiesysteem, waarin elementen in groepen worden onderverdeeld, twee andere systemen: het analytische systeem waarin een geheel wordt onderverdeeld in delen en de symbolische processen waarin een beeldonderdeel verwijzend wordt. Analytische beelden herkennen we aan de structurerende segmentering die het beeld betreft. Onderdelen worden nadrukkelijk als delen van een geheel herkend. Deze segmentering is afwezig in de gijzelingsbeelden of je zou moeten zeggen dat het beeld analytisch twee lagen kent die tezamen het gijzelen vormen: de gijzelaar en de gijzelnemer.

De symbolische representatie is echter veelvuldig in beide beelden aanwezig:

- de blinddoek in het onderste beeld representeert het ontmenselijken van het slachtoffer. Er is namelijk geen enkele andere reden om de gijzelaars te blinddoeken dan deze symbolische functie.
- het geweer in het bovenste beeld dat naast een toekomstige actie en via die mogelijke toekomstige actie macht symboliseert.
- het doek in het bovenste beeld waar de beide gijzelnemers voor staan. Waarschijnlijk een vlag, waarschijnlijk het symbool van de 'goede' zaak.
- het masker van de gijzelnemers in zowel het bovenste als het onderste beeld: een masker dat de anonimiteit van de gijzelaar onderstreept.

Hiermee worden de verschillen tussen beide beelden opnieuw duidelijk. Boven ontbreekt de blinddoek die de machteloosheid van het slachtoffer onderstreept en wordt de machtsfactor via het geweer bij de gijzelaar gelegd. Onder ontbreekt het geweer, maar worden de verhoudingen duidelijk gemaakt via de blinddoeken van de gegijzelden. De anonimiteit die het masker garandeert, wordt in het bovenste beeld gecompenseerd door het doek waar ze voor staan. Dit doek geeft enige identiteit aan de gijzelaars links.

De interactieve metafunctie

Kress & Van Leeuwen (1996) suggereren dat de interactieve metafunctie de relaties regelt tussen de maker en de ontvanger van het teken en de relatie van het teken met de werkelijkheid. De structuralistisch/mimetische gerichtheid op de grammatika van het beeld als *tekst*, betekent een zoektocht naar de codes waarin het beeld de relatie met de kijker, de maker en de werkelijkheid constitueert. Eigenlijk is er sprake van de constituering van wat binnen de structuralistische semiotiek en de receptie esthetica de *geïmpliceerde kijker* en de *geïmpliceerde maker* wordt genoemd. Onderzochten we in het vorige voorbeeld de relaties tussen de participanten in het beeld, de gerepresenteerde participanten (dit is eigenlijk een vorm van de relatie tussen het beeld en de gerepresenteerde werkelijkheid), nu onderzoeken we de relatie tussen de gerepresenteerde participanten met de interactieve participant: de toeschouwer. Welke codes reguleren die relatie? We zien hier wederom de blik terugkeren. De blik kan twee soorten relaties constitueren: *offer* en *demand*. (Kress

& Van Leeuwen 1996: 122).⁷⁶ Wanneer de toeschouwer rustig kan kijken zonder dat hij zich bekeken voelt, spreken we van *offer*. Wanneer het beeld een directe relatie legt met de kijker door een soort ik en jij aan te brengen, spreken we van *demand*. Die relatie kan gelegd worden door de blik naar de toeschouwer. In de twee gijzelaarsbeelden kunnen we beide aanspreekwijzen herkennen. In het bovenste beeld overheerst de *demand* doordat zowel de gijzelaars als de gijzelnemers naar voren lijken te kijken. Het onderste beeld kent zowel *offer* als *demand*. Het eerste is aanwezig in de 'blinde' gijzelaars, het tweede in de gijzelnemer die zich tot ons richt.

Voor de verdere uitwerking van de betrokkenheid die er bestaat tussen beeld en toeschouwer, kent het beeld wederom een aantal formele eigenschappen: de *kadrering*, het *perspectief* en de *hoek* van het beeld. Het voert hier te ver om alle nuances uit te werken. Ik zal daarom alleen die aspecten behandelen die zichtbaar zijn in de twee gijzelaarsbeelden.

Beide beelden kennen een gelijke *kadrering* die een sociaal onpersoonlijke afstand teweegbrengt tussen de gerepresenteerde participanten en de toeschouwer. Zou er meer zijn ingezoomd op de gezichten, dan zou dit de afstand verkleinen. De *frontale positie* van waaruit het beeld is gefilmd, betreft de toeschouwer echter wel weer bij het beeld. Het beeld biedt zich aan, het wil gezien worden. Ten aanzien van de *hoek* van het beeld is er weer een interessant onderscheid tussen beide beelden. In beide beelden staan de gijzelaars op gelijke voet met de toeschouwer. Dat is vooral duidelijk in het onderste beeld.



Afbeelding 10, 11 >
Beeldbijlage pagina 4

We spraken al over een spel, met de gijzelaars als inzet. In het onderste beeld is iets gekst aan de hand. Omdat de gijzelaars is opgedragen om de brief voor te lezen, zie je dat ze ook proberen om 'oog in oog' te komen staan met de toeschouwer. Omdat ze zich echter laag op de grond bevinden, zie je hoe ze moeite doen om wat hoger in beeld te komen.

De *interactieve metafunctie* reguleert ook de relatie die het beeld met de werkelijkheid heeft met betrekking tot de vraag naar de waarheid van het beeld. Hiervoor maakt het beeld gebruik van de zogenaamde *modaliteitsmerktekens* die zich op het formele niveau van het beeld bevinden. Via formele kenmerken als de aard van de gebruikte kleuren, de detaillering van de achtergrond, de abstractie van het beeld, de diepte in het beeld, de helderheid van het beeld, ontstaat ons gevoel van waarheidsgetrouwheid en realisme. Juist de ongestileerdheid van de materiële laag van het beeld, de onheldere kleuren, de platte kadrering om de hoofdfiguren heen, het gebrek aan diepte en detaillering, geven ons een idee van echtheid. Hiermee vinden we dus in een structuralistisch-formalistische analyse de onderbouwing voor de werkelijkheidseffecten waar we het bij de sociaalsemiotische analyse al over hadden.

Tekstuele metafunctie

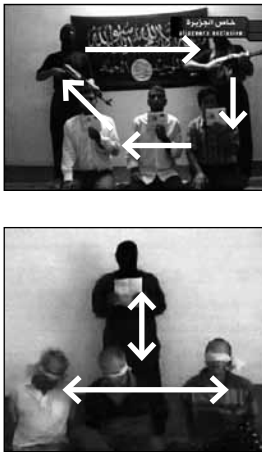
In de vorige metafuncties zijn een aantal formele aspecten van het beeld vertaald naar de *interactieve* of naar de *representatieve* metafunctie. Betrof het de relaties tussen de elementen in beeld, dan spraken we van de representatieve voorstellingsfunctie van beeld. Betrof het de relaties met de kijker, dan spraken we van de interactieve relatie met het beeld. Ook de relatie van het beeld met de werkelijkheid

76 Deze twee begrippen zijn vergelijkbaar met het door Benveniste in de structuralistische semiotiek aangebrachte onderscheid tussen *discours* en *histoire*. Zie Bakker (1999:145)

viel hieronder. Eigenlijk was wat de Peirceaanse semiotiek de *syntaxis* noemt en de structuralistische semiotiek *de laag van de expressie* steeds het uitgangspunt om zowel te laten zien hoe het beeld iets anders dan zichzelf uit kon drukken (*representatie*), en hoe de kijker daarmee betrokken werd bij het beeld (*interactie*).

Er is ook een formele categorie die los van de twee andere functies het effect van het beeld kan bepalen: de *compositie*. Deze behoort tot de *tekstuele metafunctie* omdat zij enkel de formele en niet de inhoudelijk relatie tussen de elementen bepaalt. Hier vinden we in andere woorden de syntaxis als syntaxis. Wat de syntaxis is voor de syntagmatische taalketen, is de compositie voor het stilstaande beeld. Hoe biedt het beeld zich aan? Wat staat links en rechts, wat staat boven of onder, centraal of aan de zijkant en wat is groot of klein? En hoe bepaalt dit wat belangrijk is, wat bij elkaar hoort en in welke volgorde het beeld gelezen moet worden? Omdat het beeld geen keten is waarin de elementen na elkaar worden aangeboden, zorgt de compositie ervoor dat er toch een zekere volgorde ontstaat.

De twee beelden kennen naast overeenkomsten ook een groot verschil in *compositie*. Dit verschil in *compositie* heeft consequenties voor de relaties tussen de afgebeelde participanten. In het bovenste beeld zijn de elementen de schakels van een ketting. Doordat de twee gijzelnemers verbonden worden in beeld door het doek ontstaat een cirkelgang. De verbondenheid van de gijzelaars met de gijzelnemers is dus veel groter dan in het onderste beeld, waarin de gijzelnemer als enige centraal in beeld boven de gegijzelden uittoort. Dit verschil komt in de Peirceaanse analyse terug en wordt door de concrete kijker met zijn specifieke culturele context geïnterpreteerd. De kennis die de analyticus heeft, blijkt bepalend voor het begrip van de manieren waarop de beelden gecomponeerd zijn.



Afbeelding 10, 11 >
Beeldbijlage pagina 4

De uitgangspunten van de Peirceaanse semiotische analyse

We hebben vanuit de sociaalsemiotische invalshoek de invloed van de *tekst* op de sociale processen rondom de overdracht geanalyseerd. We hebben vanuit de structuralistisch/mimetische invalshoek ingezoomd op de wijze waarop de beelden via hun formele eigenschappen op gecodeerde wijze een werkelijkheid, de *geïmpliceerde* toeschouwer, een *geïmpliceerde* maker en de relaties hiertussen voortbrengen. Nu zullen we de analytische blik werpen op datgene dat expliciet door de Peirceaanse semiotiek als constituerend voor de analyse naar voren wordt geschoven: de invloed van de context van de toeschouwer/analyticus op de semiosis.

De sociale semiotiek en de structuralistisch/mimetische semiotiek hebben iets laten liggen waar de Peirceaanse semiotiek juist wel aandacht aan besteedt. Dit heeft minder te maken met de analyseniveaus waarin gedacht wordt, maar meer met het kentheoretische uitgangspunt van de Peirceaanse semiotiek waarbij de analyticus onderdeel is van de uitkomst van de analyse.

De analyseniveaus die de Peirceaanse semiotiek kent, zijn te herleiden tot structuralistisch/mimetische en sociaal semiotische benadering. Het specifieke van de Peirceaanse analyse ligt ergens anders. De analyse kan binnen de Peirceaanse semiotiek pas werkelijk volledig zijn wanneer de analyticus zich bewust is van de culturele context van waaruit hij analyseert. Waar de sociale semiotiek steeds hamert op de sociale context van de tekst, maar in haar kentheoretische uitgangspunten structuralistisch blijft, daar ligt het belangrijke accent van de Peirceaanse semiotiek op de culturele context van de toeschouwer/analyticus.

De Peirceaanse semiotiek kent traditioneel drie niveaus om het beeld te analyseren: de syntaxis, de semantiek en de pragmatiek. De syntaxis heeft bemoeienis met de ordening van de tekens in de tekst, dus met de wijze waarop tekens

gecombineerd worden (de compositie). Wanneer de verwijzende kracht van tekens in beschouwing wordt genomen, betreden we het terrein van de semantiek. De pragmatiek tenslotte vertoont enige verwantschap met het sociaal semiotische niveau. In de definitie van C. Morris houdt de pragmatiek zich bezig met de oorsprong, het gebruik en het effect van de tekens binnen de situatie waarin zij optreden. (C. Morris 1955: 219)

De eerste twee niveaus kunnen beschouwd worden als een vertaling van het *vlak van de expressie* en het *vlak van de inhoud* van de structuralistische semiotiek. Het analyseapparaat van Kress & Van Leeuwen (1996) toont de verbinding tussen deze twee niveaus door te laten zien hoe formele aspecten inhoudelijke consequenties hebben. De Peirceaanse semiotiek doet niet zozeer uitspraken over de tekst, maar over wat zich afspeelt in het hoofd van de aanschouwer. Naast de tekst is de kennis die de toeschouwer heeft, bepalend voor de wijze waarop hij het betekenisvormingsproces doorloopt. Het belang hiervan zal duidelijk worden in de analyse van de gijzelingsbeelden.

De Peirceaanse semiotiek is geïnteresseerd in datgene wat er bij mij als kijker gebeurt wanneer ik oog in oog kom te staan met een beeld. Hoe bespeelt het beeld mijn waarneming (*syntaxis*), welke referenties worden bij mij losgemaakt (*semantiek*) en hoe versta ik wat de maker van deze tekst mij wil zeggen (*pragmatiek*). De analyse start vanuit de fascinatie van mij als analyticus. Waarom roept dit beeld mijn analytische arbeid op? Wat in de vorm, de verwijzingen of het functioneren van het beeld als boodschap doorbreekt mijn verwachtingspatroon? Omdat het *bewuste betekenisproces* pas start op het moment dat een verschijnsel ‘verrassend’ is, heeft ook de Peirceaanse semiotiek aandacht voor de dynamiek van de codes. In de Peirceaanse semiotiek zoekt de mens uiteindelijk weer een vertrouwde omgang met zijn omgeving. Waar rust is, heerst volgens de sociale semiotiek echter de ondoorzichtige dominantie van de heersende code. Het voorbeeld van de videobrieven is van belang omdat het *logonomisch systeem* in beweging gebracht wordt (sociale semiotiek) en omdat mijn vanzelfsprekende semiotische relatie met het journaal doorbroken wordt, waardoor een actief betekenisvormingsproces op gang komt (Peirceaanse semiotiek).

Ik, de analyticus, ik ben geen moslim

De beide gijzelingsbeelden kennen vanuit het perspectief van de sociale semiotiek een grote overeenkomst. Beide beelden brengen de *logonomische systemen* in beweging. Dit soort gijzelingsbeelden (en dit soort gijzelingsvideo’s) slagen erin tot de centraal beheerde berichtgeving door te dringen. Binnen het logonomische systeem zijn zij vreemde lichamen en brengen zij de kijker in verwarring. De kijker, dat ben ik. Deze beelden brengen mij als kijker in verwarring. Waar de sociale semiotiek deze verwarring als een effect beschouwt van de dynamiek, vormt deze verwarring de basis voor de Peirceaanse semiotische analyse. Het zijn beelden die mij in verwarring hebben gebracht. De beelden doorbreken mijn gewoontes en overtuigingen (die verbonden zijn met het *logonomische systeem* waarbinnen ik als kijker functioneer). Uit deze verwarring is een geïntregerdheid voortgekomen die mij in beweging heeft gezet. Dit is het beginpunt geweest van de analytische arbeid.

Wat bracht mij in beweging? In eerste instantie zijn de beelden te ongemedeerd, te echt. Ik heb er behoefte aan dat de televisie mijn gemoedsrust enigszins beschermt. Tussen de werkelijkheid en het beeld zit een redacteur die de codes van het journaal kent, en die mij waarschuwt wanneer de beelden te gruwelijk worden of die die beelden eruit snijdt. Het journaal is gemonteerd ten behoeve van de

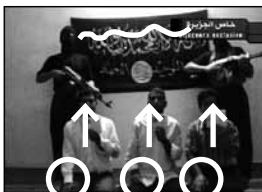
kijker. De montage van de gijzelaarsvideo bestaat enkel uit het beginmoment en het eindmoment, een eenmalige cut in de tijd: begin en eind.

Echter, hoe weet ik dat de beelden echt zijn? Dit heeft te maken met de opvallende vorm en textuur van de beelden. De beelden zijn door hun materiële textuur en door hun formele eigenschappen onmiddellijk herkenbaar als vreemde lichamen (*syntaxis/vorm*). Vervolgens herken ik het genre: 'homevideo' van een fundamentalistische gijzelnemer. De beeldenmaker is geen gewetensvolle producent die de kijker op het oog heeft maar een gewetenloze terrorist die zijn idealen op het oog heeft. Dat geeft het beeld een grote spanning mee. Je weet niet wat je te zien gaat krijgen. Er zijn geen beschermende genrewetten, alles is mogelijk. Op het internet is dat nog veel erger. Daar ontbreekt zelfs de schil van het NOS-journaal. Op zoek naar informatie was ik regelmatig een klik verwijderd van video's waarop ik een onthoofding kon aanschouwen.

Omdat de beelden vervreemding veroorzaakten, waren ze zeer geschikt om als voorbeeld te dienen voor de sociaal-semiotische analyse. De structuralistische analyse maakte vervolgens de beelden ongevaarlijk. De geschokte blik van de kijker werd ingewisseld voor de objectiverende blik van de analyticus.

Waar de structuralistische analyse de persoon van de analyticus als een de objectiviteit ondermijnend subject buiten beschouwing laat, daar erkent de Peirceaanse semiotiek echter de culturele positie van waaruit de analyticus opereert. Voor de uitkomst van het analyseproces was het daarom interessant dat mijn 'ik' vanuit mijn beperkte kennis deze beelden geanalyseerd heeft. Ik ben geen moslim. Hierdoor zijn enkele aspecten aan mijn blikveld ontsnapt, elementen in beeld die op een andere inhoudelijke manier laten zien dat het hier twee verschillende video's betreft. Ik doel nu op de zichtbare rechterhanden van de gegijzelden uit het linkerbeeld, de opgerichtheid van de gijzelnemers, het doek op de achtergrond en het feit dat zij zelf de brief voorlezen. In het linkerbeeld richten Turkse gijzelaars (moslims) zich tot hun regering. Als moslims mogen ze hun waardigheid behouden. Met de rechterhand op de rechterknie tonen zij hun schuld aan. Ook het doek met de moslimtekst waarin Allah als de enige God wordt erkend, toont het moslimkarakter van dit beeld. Bovendien is het nu logischer dat het beeld een soort van eenheid tussen gegijzelden en gijzelnemers laat zien. Zij zijn allen moslims, verbonden door hetzelfde geloof van waaruit het gevecht gevoerd wordt. Deze zelfde eenheid is er tussen de participanten in beeld en de aangesproken Turkse moslim-regering. Van deze video was ik dus niet de geïmpliceerde toeschouwer. De afloop van deze gijzeling was gunstig. De gijzelnemers hebben hun gegijzelden laten gaan omdat ze allen (gijzelnemers, gegijzelden en de geïmpliceerde toeschouwer) moslim waren.

Hiertegenover staat het ontbreken van al deze elementen in de andere video. Geen geweren, maar wel blinddoeken. Ondanks het feit dat er door het geweer, en doordat er twee gijzelnemers zijn, veel meer dreiging uitgaat van het linkerbeeld, krijg ik van dit beeld pijn in mijn maag. Ik sprak al over de mannen als inzet, als zakken goud. Ze stralen een absolute afwezigheid uit, alsof ze geen mensen meer zijn. Er is geen enkele band tussen de gijzelnemer en de gegijzelden. De afstand is groot. Ik ontdekte later dat deze video was gericht op de westerse kijker. Op mij dus. Wij staan als een soort executiepeloton tegenover de geblinddoekte ter dood veroordeelden. Wij hebben als westerlingen het geweer in handen gekregen. De Engelsman Kenneth Bigley en zijn collega's hebben het dan ook niet overleefd.



Afbeelding 10, 11 >
Beeldbijlage pagina 4

Hoofdstuk 2 }

Beelden

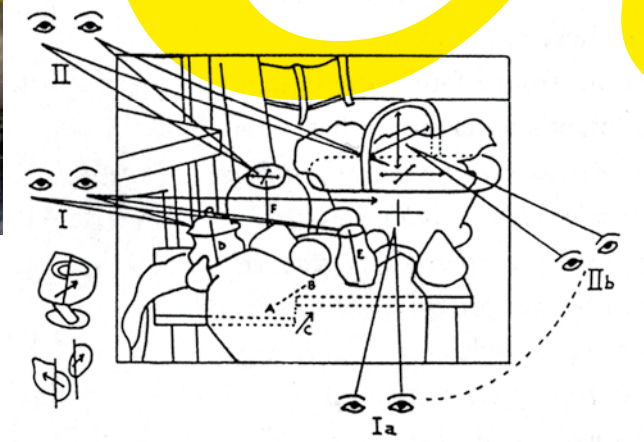
Afbeelding 3
Foto van Nicola Bartolone, uit de serie Urban Visions

Afbeelding 4
Foto van Nicola Bartolone, uit de serie Urban Visions



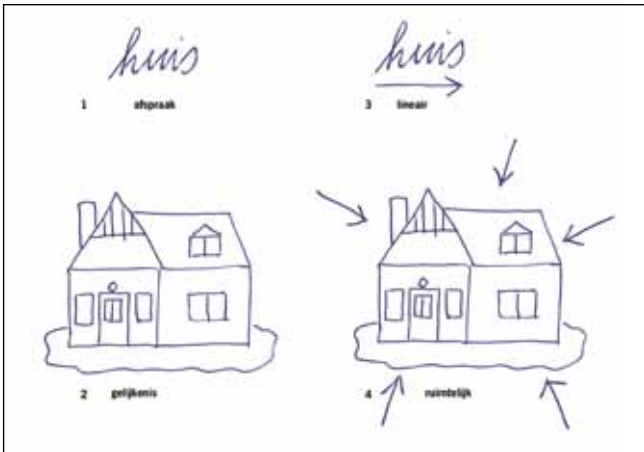
Afbeelding 1
Affiche Holland festival, Laboratorivm, 2001

Afbeelding 2
Foto van Ruud Voest



Schema 1-1
E. Loran, verschillende perspectieven in Cézanne's schilderij de Keukentafel

Schema 1-2
Woord en beeld, afspraak en gelijkenis



Afbeelding 6
Foto van een beplakt affiche Nederland tegen
Terrorisme

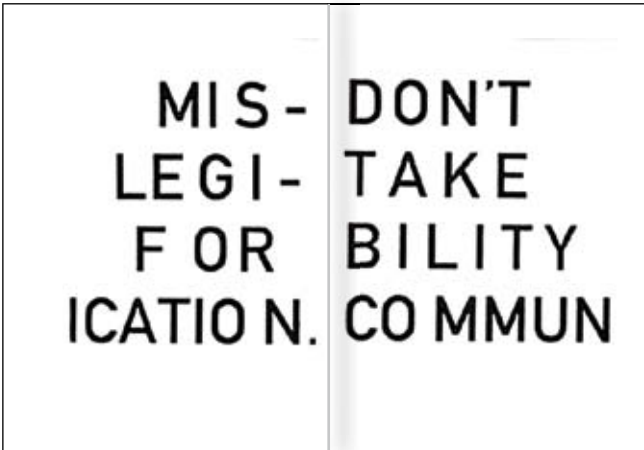


Afbeelding 5
Afbeelding plakacties Beperkt Houdbaar

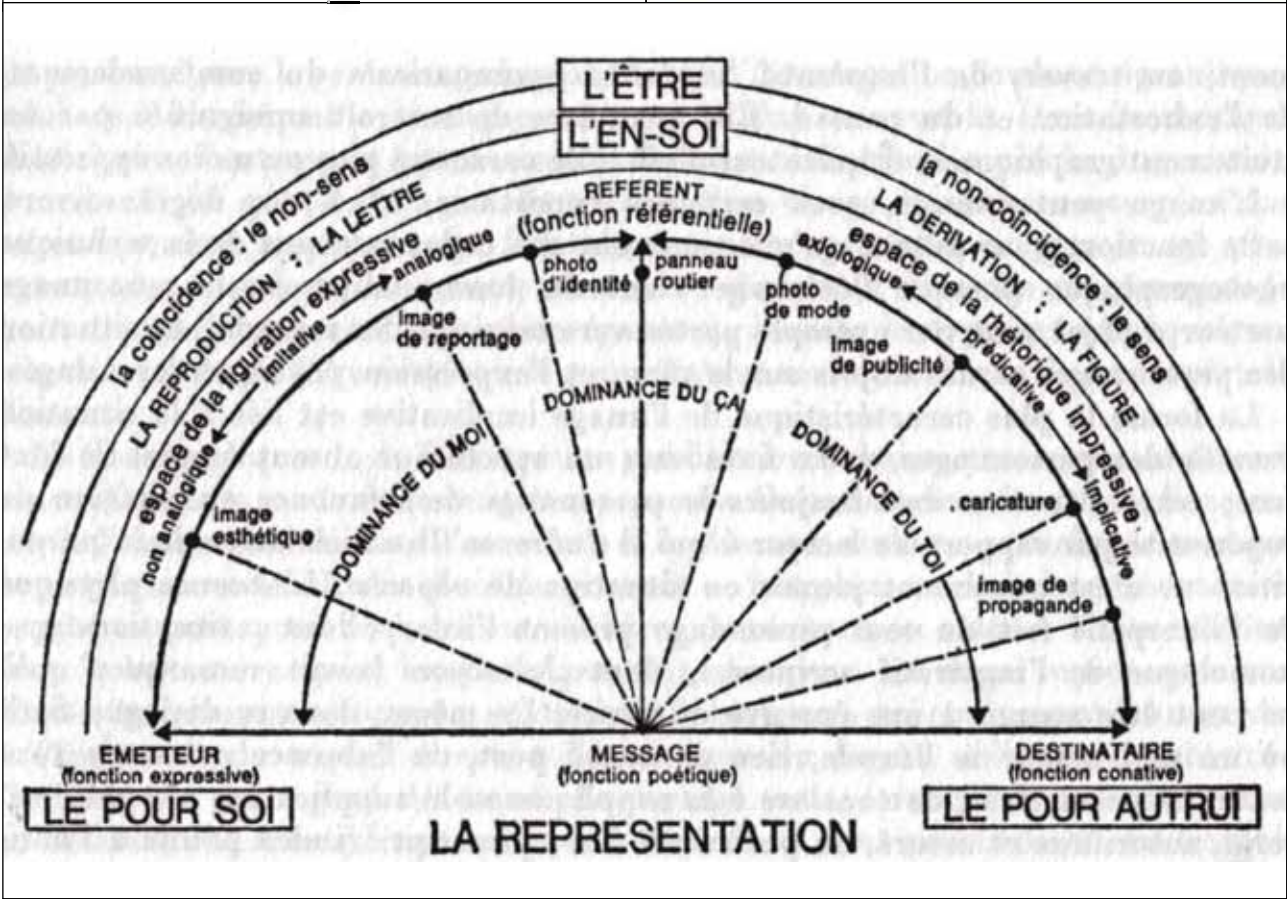


Afbeelding 7
Information blackout, no dialogue needed, Jeroen
Jongeleen/Influenza, 2005

Afbeelding 8
Beeld van David Carson



Afbeelding 9
Foto Groeten uit Holland, Andre Bakker, 2003



Schema 1-3
Genres publiek beeld (Péninou1970: 101)

Afbeelding 10
Still 1 Gijzelaarsvideo

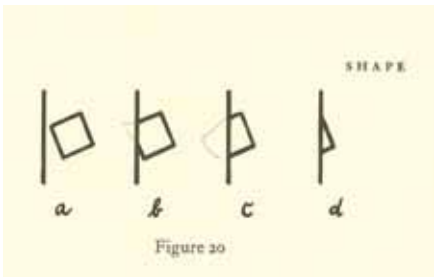
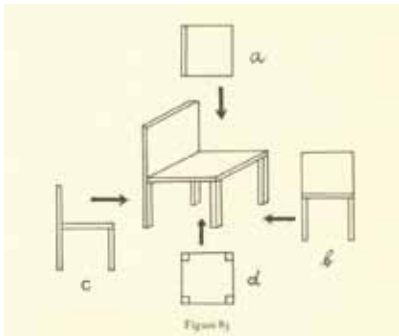


Afbeelding 11
Still 2 Gijzelaarsvideo

Afbeelding 12
iPod reclame, 2006



Arnheim 1976: 20
Arnheim 1976: 110
Arnheim 1976: 110



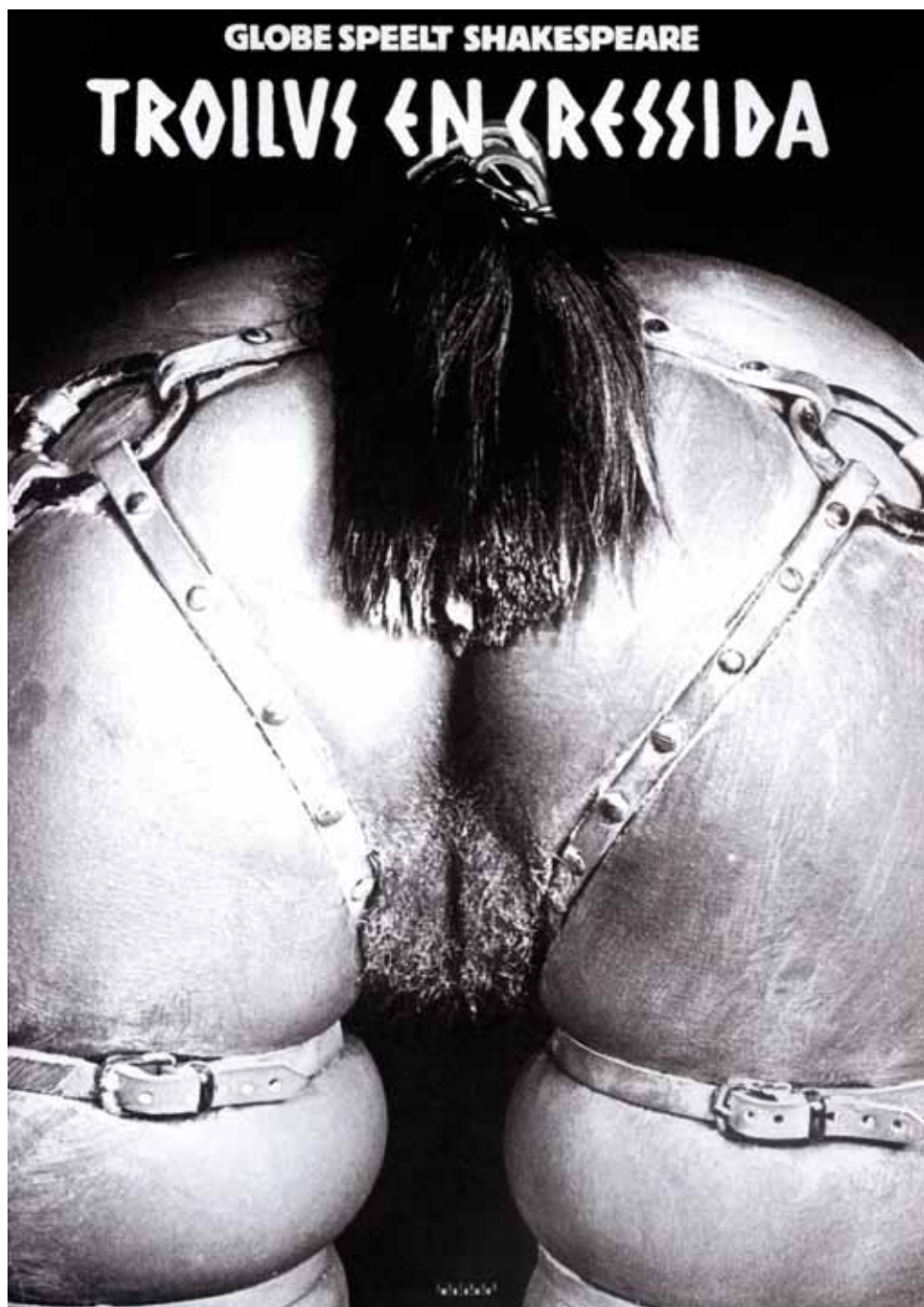
Afbeelding 13
Affiche Sumbo, Marten
Jongema, 1990



Afbeelding 14
Reclamefoto Diesel campagne 2005, ER 27



Afbeelding 15
Reclamefoto Diesel campagne 2005, ER 27



Afbeelding 16
Affiche Troilus en Cressida,
Anthon Beeke, 1981

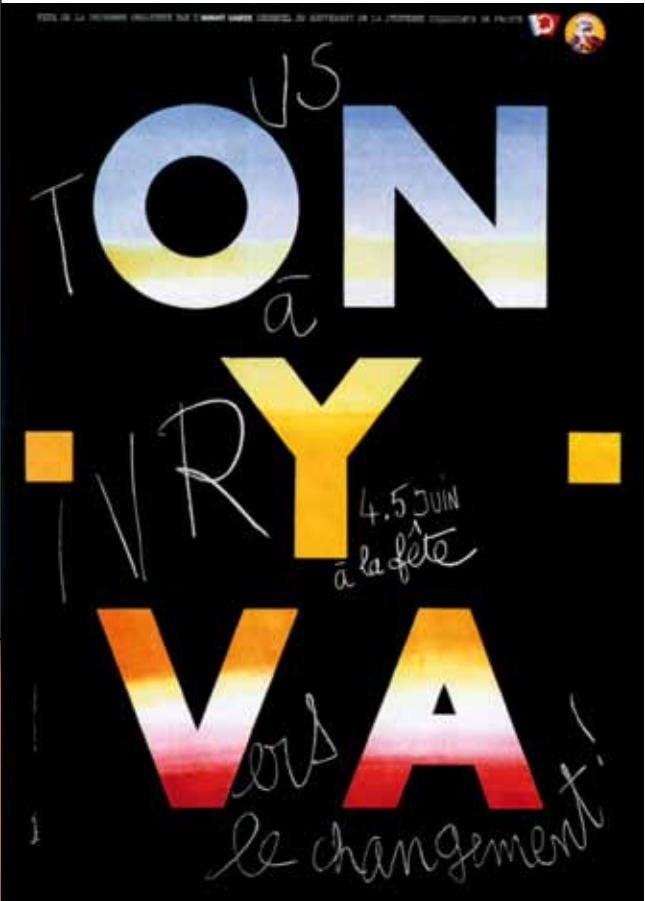


Afbeelding 17
Foto uit de serie Afghanistan, Lana Slezić, 2004



Afbeelding 18

Affiche l'amour la mort-het kussen, Marten Jongema, 1988



Afbeelding 19

Affiche Holland Festival, Irma Boom en Rene Put, 1990

Afbeelding 20

Affiche On Y VA, Pierre Bernard/Grapus, gemaakt voor de jongerenbeweging in de Franse communistische partij, 1977

On y va

Affiche in opdracht van
L'Avant Garde, tijdschrift
van de jongerenbeweging
van de Franse communisti-
sche partij.
120 x 80 / 1977

De Franse uitdrukking 'on y va' is een oproep en constatering tegelijk: 'kom, we gaan' of 'we komen eraan'. Die vijf letters vormen de bouwstenen van het affiche, in de meest letterlijke zin een letteraffiche. Maar dit letteraffiche transformeert de letters tot beeld. De boektypograaf rangschikt zwarte letters op een wit fond. De affiche-ontwerper laat, op een zwarte ondergrond, de letters verschijnen als kleur. Deze dubbele status van de letter als teken én beeld geeft de tekst ON Y VA het karakter van een rebus.

De compositie van het affiche is perfect symmetrisch. De verticale as loopt door de staart van de Y; de horizontale wordt gemarkeerd door de twee gele blokjes links en rechts van de Y. Ze houden de Y, in zijn eenzame positie op het snijpunt, gezelschap. De overige vier letters worden symmetrisch gepositioneerd in vier velden.

De verticale as domineert niet alleen door zijn lengte. De opgaande beweging wordt geaccentueerd door het kleurverloop in de letters. Ze bieden een uitzicht op een wereld die zich achter het beeldvlak bevindt, een fantastisch landschap waar het tegelijkertijd ochtend en avond is. Aan die surreële atmosfeer verliezen de schreefloze kapitalen hun geometrische neutraliteit.

Het monumentale formaat van de Futura-achtige letters waardeert de alledaagse zegswijze 'on y va' op tot een leuze. De lapidaire formule wordt omspeeld door schrift dat in schuine regels met krijt op een schoolbord lijkt geschreven. Ze ont nemen de boodschap haar formele karakter en brengen beweging in het statische beeld. Drie van de vijf kapitalen worden ingelijfd in nieuwe woorden: TOUS, IVRY en VERS. Zo ontstaat een tweede parool dat het eerste specificeert: Tous à Ivry à la fête, gevolgd door een derde: Vers le changement! Zo laat de alledaagse uitdrukking 'on y va' zich op drie manieren lezen. 1 Wereld, we komen eraan! 2 Komt allen naar het feest in Ivry. 3 Sluit je aan bij het doel van de tocht – verandering.

Dat de koerswijziging die hier wordt bepleit van politieke aard is, valt af te leiden uit de kopregel van het affiche. In een typemachineletter wordt de naam vermeld van de organisator van het evenement, aangevuld met emblemen die onopvallend in een hoek van het beeldvlak zijn geparkeerd. De door Michel Quarez als een liftende hippie geschilderde Marx is op weg naar hetzelfde doel: een rood Frankrijk.

Het toegevoegde handschrift geeft de boodschap een persoonlijk karakter. Het verwijst, net als de subculturele versie van Marx, naar de identiteit van Grapus, waarvan de signatuur linksonder is aangebracht. Maar ook de vijf kapitalen worden gepersonaliseerd. Doordat met de hand de emulsie van de kleurlaag afgeschraapt is, ontstaan er vegen en strepen die het egale kleurvlak van de letters doorbreken.

Men ziet aan het affiche niet af dat het een verlegenheidsoplossing is. Het eerste voorstel van Grapus – een subculturele versie van Lenin – was door de organisatie afgewezen. Bernard neemt zijn toevlucht tot de typografie, citeert ironisch het affiche van de liftende Marx dat het jaar daarvoor door dezelfde opdrachtgever wel goedgekeurd was, en woekert met de mogelijkheden die het letterbiljet biedt aan de inventieve ontwerper.

Afbeelding 20a

De analyse van het ON Y VA-affiche door Pierre Bernard
in zijn boek *Mijn werk is niet mij werk*

Afbeelding 21
Affiche Prenez la parole, Grapus/Pierre Bernard,
gemaakt voor de gemeente Vitry-sur-Seine

Afbeelding 22
Affiche Achtergebleven na Uitzetting Erwin Slegers,
zeventien07, 2006



Afbeelding. 23
Affiche SP Campagne, Thonik, 2006





Afbeelding. 24
TCH&M. Inkijk Uitrui



Afbeelding 25
Hommage a Romania, Petr Pocs, 1989

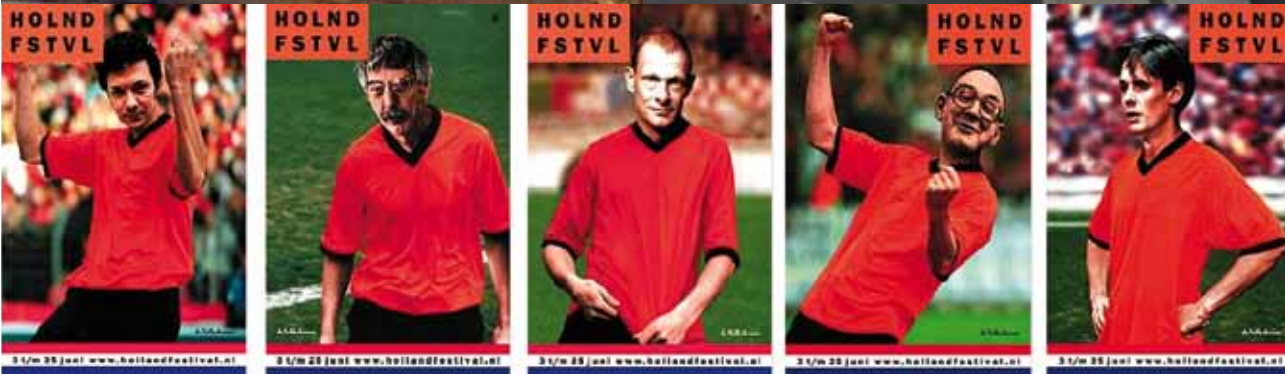


Afbeelding 26
Art Directors Club Nederland, Anthon Beeke, 1970

Afbeelding 27
Holland Festival, Laboratorivm, 1999



Afbeelding 28
Amnesty International



Afbeelding 29
Voorbeeld Laboratorivm-beelden Holland Festival,
2000

Afbeelding 30
Erwin Slegers, zeventien07, 2006



Afbeelding 32
Gorilla van 24 November 2007

Afbeelding 31
Affiche overheid, 2006



Afbeelding 33
Affiche ter ere van de 10 e verjaardag van Soweto Day, toen studenten in opstand kwamen tegen de apartheid binnen het onderwijssysteem in Zuid-Afrika

REGONED

Registratie Orgaan Nederland
 Postbus 94462
 1090 GL Amsterdam

e-mail: aangifte@regoned.nl
 tel. 020 - 6205933
 fax 020 - 6207817

Bent u uw aangifteformulier kwijt, of heeft u geen aangifteformulier ontvangen: surf naar www.regoned.nl en vraag een nieuwe aan!

Uw gegevens worden vertrouwelijk verwerkt conform de Wet Bescherming Persoonsgegevens.

Registratie Orgaan Nederland is bezig met een inventarisatie van illegalen in Nederland.

Ook als u niet illegaal bent wijzen wij u erop dat u dit formulier dient te retourneren. Geef antwoord op de vragen en stuur het formulier per omgaande retour.

*Aankruisen hetgeen op u van toepassing is | *Deze vragen zijn niet verplicht
 Indien u het Nederlands niet machtig bent verzoeken we u hulp te vragen bij uw buurman /-vrouw.

Aangifte

Bent u illegaal?*

ja ☐ nee ☐ Geslacht* m ☐ v ☐

Voornaam*

Achternaam

Nationaliteit

Adres

Postcode

Woonplaats*

E-mail adres*

Van hoeveel mensen in uw omgeving weet u dat zij illegaal zijn?

Wat bent u voor/van deze illegalen?*

☐ vriend
 ☐ werkgever
 ☐ kennis
 ☐ familie
 ☐ verhuurder
 ☐ klant
 ☐ buurman /-vrouw*
 ☐ anders, nl.

Van hoeveel mensen in uw omgeving vermoedt u dat zij illegaal zijn?

Wat bent u voor/van deze (vermoedelijke) illegalen?*

☐ vriend
 ☐ werkgever
 ☐ kennis
 ☐ familie
 ☐ verhuurder
 ☐ klant
 ☐ buurman /-vrouw*
 ☐ anders, nl.

Wilt u deze (vermoedelijke) illegalen aangeven?* ja ☐ nee ☐

Waarom doet u deze aangifte?

Ik verklaar deze aangifte duidelijk, stellig en zonder voorbehoud te hebben ingevuld.

datum

handtekening

Aangifte

Bent u illegaal?*

ja ☐ nee ☐ Geslacht* m ☐ v ☐

Voornaam*

Achternaam

Nationaliteit

Adres

Postcode

Woonplaats*

E-mail adres*

Van hoeveel mensen in uw omgeving weet u dat zij illegaal zijn?

Wat bent u voor/van deze illegalen?*

☐ vriend
 ☐ werkgever
 ☐ kennis
 ☐ familie
 ☐ verhuurder
 ☐ klant
 ☐ buurman /-vrouw*
 ☐ anders, nl.

Van hoeveel mensen in uw omgeving vermoedt u dat zij illegaal zijn?

Wat bent u voor/van deze (vermoedelijke) illegalen?*

☐ vriend
 ☐ werkgever
 ☐ kennis
 ☐ familie
 ☐ verhuurder
 ☐ klant
 ☐ buurman /-vrouw*
 ☐ anders, nl.

Wilt u deze (vermoedelijke) illegalen aangeven?* ja ☐ nee ☐

Waarom doet u deze aangifte?

Ik verklaar deze aangifte duidelijk, stellig en zonder voorbehoud te hebben ingevuld.

datum

handtekening



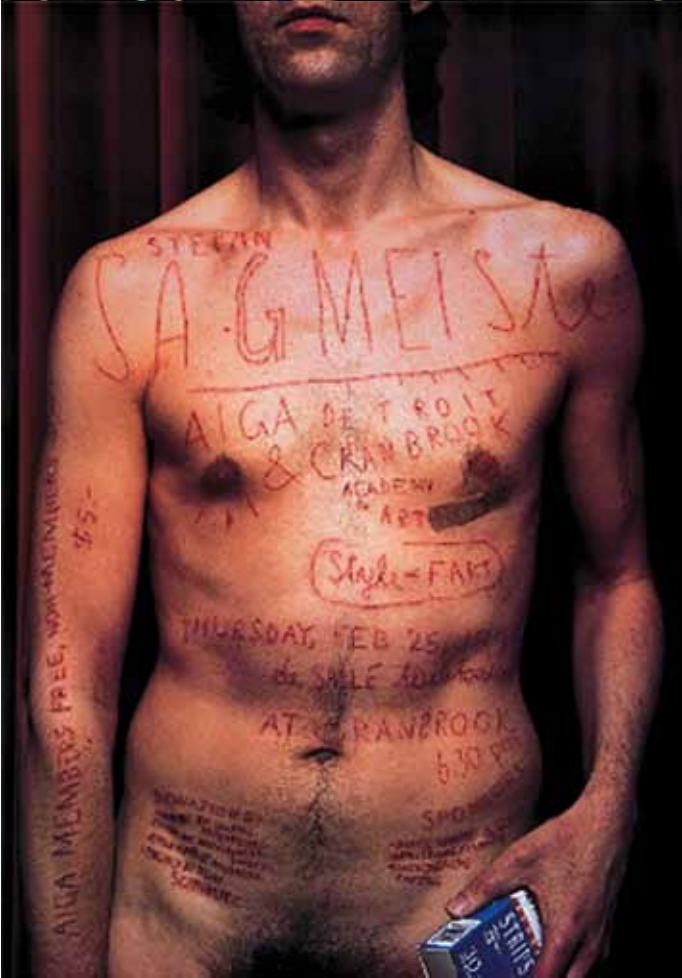
08654432100239487265100127950

nr 134/1983-2004A

Afbeelding 35
Stefan Sagmeister Adobe
Design Achievement
Awards, 2003

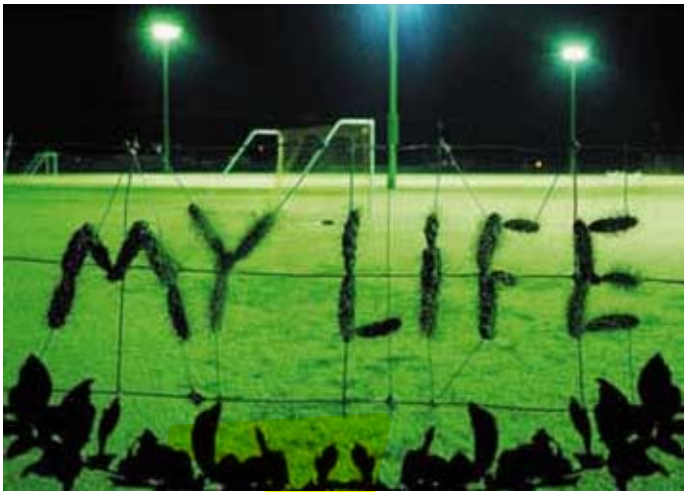


Afbeelding 36
Affiche voor AIGA lezing,
Stefan Sagmeister, 1999



Afbeelding 37

Beeld uit een van de boekjes uit de verzameling Things I have learned so far, Sagmeister, 2008



Afbeelding 38

Foto van een samenwerkingsproject van Isme in het kader van het door het Fonds Beeldende Kunst en Vormgeving gesubsidieerde project Tourisme. Isme 2009: project Sarajevo

{ Hoofdstuk 3 { Semiosis van het stilstaande beeld

Zo stelt Kristeva dat elke vernieuwing van het wetenschappelijk denken gepaard gaat met een vernieuwing van de terminologie. Er is alleen sprake van inventie als er een nieuwe term verschijnt. Wanneer men gevangen zou blijven binnen een traditioneel begrippenapparaat, dan blijft men ook binnen de enge kring van ideeën die door deze termen worden uitgedrukt. (Van Mechelen 1993: 201)

In dit proefschrift onderzoek ik de voorwaarden voor een door het (technische) beeld in te zetten dialogisch betekenisvormingsproces, als een antwoord op de dominantie van de hedendaagse onpersoonlijke programmerende communicatie in het publieke domein. Onderwerp van onderzoek is dus niet het dialogische beeld, maar het dialogische betekenisvormingsproces waartoe het beeld aanzet.

In het vorige hoofdstuk heb ik zichtbaar gemaakt welke *concepten* de verschillende stromingen binnen de semiotiek (structuralistische, Peirceaanse en sociale semiotiek) hebben ontwikkeld om het betekenisvormingsproces te analyseren. Mijn speciale aandacht ging hierbij uit naar die aspecten die behulpzaam kunnen zijn bij de evaluatie van het betekenisvormingsproces van het beeld als dialogisch betekenisvormingsproces. Daarnaast heb ik vanuit een metaperspectief beschreven hoe deze drie benaderingen zich *complementair* tot het betekenisvormingsproces verhouden. Iedere stroming accentueert een ander aspect. De structuralistische semiotiek benadrukt de sturing van het beeld. De Peirceaanse semiotiek benadrukt de positie van de kijker als degene die interpreteert. De sociale semiotiek benadrukt de machtssystemen die van invloed zijn op de positie van de maker in de communicatie. Dit is vervolgens geïllustreerd aan de hand van analyse van de gijzelaarsbeelden vanuit de drie perspectieven.

Aan dit hoofdstuk ligt mijn perspectief op de semiosis ten grondslag. Het *geïntegreerd analyse-instrument* dat ik voorstel voor de analyse van het stilstaande beeld, is de analyse van een betekenisvormingsproces dat door een beeld wordt aangestuurd en dat in de toeschouwer wordt geactualiseerd. Umberto Eco spreekt over:

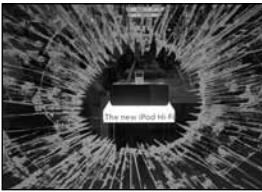
Een moeizame transactie tussen de competenties van de lezer (de kennis van de wereld waarover de lezer beschikt) en het soort competentie dat een gegeven tekst postuleert teneinde op doelmatige wijze gelezen te worden. (Eco 1993: 114)

Twee onderverdelingen uit het vorige hoofdstuk zijn met name van belang voor het analysemodel: *de formele specificiteit van het beeld* en *de driedeling van het betekenisvormingsproces*. De analyse van het beeld verschilt met name van de analyse van de woordentekst door de specifieke formele wijze waarop het beeld de waarneming stuurt. De vorm van het tekstuele 'beeld', de verschijningsvorm van de tekst, dirigeert op geheel eigen wijze de blik, zo benadrukte Flusser. Waar de woordentaal hierin strak gecodeerd is (talig is), ontbreekt deze strakke codering in het beeld. Van Mechelen heeft dit onderscheid tot inzet van haar boek *Vorm en betekening* gemaakt. De eigen aard van het beeld bevindt zich in eerste instantie op het vlak van de expressie, aangezien het beeld in onderscheid met de tekst de

zintuiglijke kwaliteiten van de ‘tekst’ heeft om op het vlak van de expressie tot segmentering te komen (Van Mechelen 1993: 260). In het door mij in dit hoofdstuk voorgestelde analyse-instrument voor de analyse van het betekenisvormingsproces van het stilstaande beeld, is deze formele specificiteit van het beeld vooral van belang op het eerste niveau van het betekenisvormingsproces: het formele niveau waarop het beeld zich tot de blik wendt. Nadat dit aan de orde is geweest in paragraaf 3.1, laat ik in paragraaf 3.2 zien hoe de door mij voorgestelde driedeling logisch voortvloeit uit de twee- en driedelingen die in hoofdstuk 2 al te vinden waren. De paragrafen 3.3, 3.4 en 3.5 zijn gewijd aan de drie analyseniveaus van de semiosis. In 3.6 is de analyse van een door Hugues Boekraad uitgevoerde analyse opgenomen van een affiche van Pierre Bernard. Het affiche is afkomstig uit het boek *Mijn werk is niet mijn werk, Pierre Bernard, ontwerper voor het publieke domein* uit 2006.

3.1

De formele kwaliteiten van het beeld



Afbeelding 12 >
Beeldbijlage pagina 5

Het bewuste betekenisvormingsproces

Een van mijn studenten toonde mij de volgende advertentie.^(afb. 12) Het is de afbeelding van een situatie die iedereen op straat kan tegenkomen: een nog niet gerepareerde, kapotgegooide winkelruit. Deze ruit vangt de aandacht van de toeschouwer, omdat de mens volgens C.S. Peirce is ingesteld op de vanzelfsprekende hanteerbaarheid van de wereld. Een kapotte ruit maakt gelukkig nog geen vanzelfsprekend deel uit van het ons vertrouwde, veilige straatbeeld.

Every inquiry whatsoever takes its rise in the observation (...) of some surprising phenomena, some experience which either disappoints an expectation, or breaks in upon some habit of expectation (...).
(Peirce in Van Driel 1993: 29)

In dit geval zijn de barsten in de ruit bovendien het perfecte kader voor het product dat zich achter het gat bevindt: de nieuwe iPod. Dit levert een volgende observatie op die breekt met de verwachtingen. Meestal zien doorgegooide ruiten er niet zo netjes doorbroken uit. In drie achtereenvolgende momenten vraagt de situatie dus om speciale aandacht van de voorbijganger. Allereerst: kapotgegooide ruiten zijn geen onderdeel van het gewone straatbeeld. Een kapotte ruit wijst op de ongewone daad die eraan vooraf is gegaan: het kapotgooien van een ruit. Vervolgens krijgt de ruit hernieuwde aandacht. De ruit is nog niet gerepareerd waardoor het product onbeschermd is. Dit opent de mogelijkheid om je hand door het gat te steken en de iPod te pakken. Het derde moment van aandacht komt voort uit het feit dat de barsten in de ruit een te perfect kader vormen om de iPod. Dit wekt wantrouwen en het spoort de mens aan de bron van de twijfel te onderzoeken. Op dat moment ontstaat er een bewust proces van kennisvorming om de twijfel weg te nemen. Is er wel sprake van een kapotgegooide ruit? Het is dit bewuste betekenisvormingsproces waarvoor in dit hoofdstuk een analysemodel is ontwikkeld. Terwijl Peirce dit betekenisvormingsproces als een noodzakelijke activiteit beschouwt om de situatie van vanzelfsprekende hanteerbaarheid van de wereld te bereiken, benadrukken Bordwell & Thompson dat er een onrust in de mens zelf bestaat van waaruit hij

actief op zoek is naar tekens die de gewoonte doorbreken. Wij houden blijkbaar van de semiotische activiteit.

The mind is never at rest; it is constantly seeking order and significance, testing the world for breaks in the habitual pattern. Artworks rely on this dynamic, unifying quality of the mind. The artwork cues us to perform a specific activity. (Bordwell & Thompson 1990: 34)

Bovendien geven Bordwell & Thompson het kunstwerk hierin een plaats: het kunstwerk komt tegemoet aan deze dynamische eigenschap van de geest. Vervreemding in een beeld is zo'n 'cue' die aanzet tot twijfel met betrekking tot hetgeen we zien. De vervreemding stelt ons voor een betekenisprobleem dat we opgelost willen zien. Zou de mens niet graag cognitief geprikkeld worden, dan zou het zinloos zijn om hem via het vervreemdende cliché aan het beeld proberen te binden. Juist doordat de mens graag zoekt, associeert en verbindingen legt, hypothesen opstelt en deze vervolgens test, kan er een visuele communicatie in de openbare ruimte plaatsvinden en waardeert de toeschouwer de marketingstrategieën zoals in het voorbeeld van de kapotte ruit.

De tussen Peirce en Bordwell & Thompson geconstateerde tegenstelling tussen de mens die de onrust vermijdt en de mens die onrust zoekt, is voor de analyse minder belangrijk dan hetgeen deze verwante denkers verbindt.⁷⁷ Beiden constateren impliciet:

1. De waarneming (het waargenomen teken – het kunstwerk) zet de semiosis in gang.
2. Waarneming en denken zijn aan elkaar gekoppeld als geschakelde activiteiten.

Visueel denken

De Duits Amerikaanse mediawetenschapper en kunstpsycholoog Rudolf Arnheim (1904 – 2007) werkte deze uitgangspunten voor het eerst uit. Hij schreef een groot aantal boeken en artikelen waarin hij de waarneming van het stilstaande beeld in verband brengt met de cognitieve activiteit die hij 'Visueel denken' noemt. In 1969 schreef hij een boek met de titel *Visual Thinking*. In zijn boek uit 1954 *Art and perception, a psychology of the creative mind* geeft hij via een groot aantal voorbeelden aan hoe waarneming en denken elkaar beïnvloeden. Hij brengt twee volgens hem tot dan toe scherp gescheiden activiteiten van kijken (het binnenkomen van de informatie) en denken (het verwerken van de informatie) bij elkaar door hun wederzijdse beïnvloeding naar voren te schuiven. Hij komt vanuit de waarnemingspsychologie tot een vergelijkbare conclusie als Vilém Flusser: het beeld stuurt de blik (de barsten in de ruit richten de blik naar het gat) en de geest stuurt de waarneming (de afwijking van het beeld dat we kennen, zorgt ervoor dat we kijken). (Arnheim 1980: 15) Arnheim spreekt over *het actieve kijken van het creatieve oog*. Dit wordt

77 Het verschil tussen Peirce en Bordwell & Thompson is waarschijnlijk verbonden met de afstand van de kunst tot het gewone leven. Wanneer ik voor een hangbrug sta die over een grote kloof hangt, en het bord erbij brengt mij aan het twijfelen over de uitspraak die het doet, dan is de uitkomst van de twijfel van groot belang voor mijn handelen. Kan ik die brug over, zal hij mij houden? De kunst daarentegen is niet verbonden met het uitvoeren van een handeling. Als doelloze activiteit is zij eerder te verbinden met het perverse 'technische' genot dat Freud schetst in 'Der Witz, und seiner Beziehung zum Unbewussten' (Freud 2000). De kunst bevat een spelelement waardoor wij mogen genieten van de weg die de geest aflegt, zonder dat er consequenties zijn verbonden aan de uitkomst. Ontwerpen is geen kunst, maar het esthetisch plezier van de geest waarmee de communicatie vergezeld kan gaan, hoeft het niet onthouden te worden.

inmiddels door vele kunsttheoretici onderschreven, onder wie Goodman (1976)⁷⁸ en Gombrich (1980)⁷⁹ en het is inmiddels een vanzelfsprekend uitgangspunt voor ons denken over waarneming geworden.

De invloed van de werkelijkheid op de waarneming, de waargenomen werkelijkheid (een kapotgegooide ruit), is anders dan de invloed van een geconstrueerd beeld op de waarneming (het beeld van een kapotgegooide ruit met de iPod in het centrum). In het beeld bepalen formele eigenschappen als kleur, licht en compositie de invloed van het beeld. Een beeld is in tegenstelling tot de werkelijkheid zelf volgens Arnheim te beoordelen op het perceptuele krachtenveld dat verantwoordelijk is voor twee belangrijke waarnemingseffecten: *balans* en *dynamiek*.

Een gebalanceerd beeld is een beeld waarin de verschillende formele krachten in het beeld elkaar in balans houden, waardoor het beeld de indruk wekt dat alles op zijn plaats staat en er geen ontwikkeling meer nodig is. In een ongebalanceerde compositie ervaart de kijker daarentegen alles als toevallig en veranderlijk, waardoor het beeld lijkt te bewegen naar een gebalanceerde situatie. Een ongebalanceerd beeld is daarom een onrustig beeld. (Arnheim 1976: 20). Omdat wij leven in een wereld waarin de zwaartekracht overheerst, is de benedenwaartse beweging in beeld altijd groter dan de opwaartse beweging. Dit heeft tot gevolg dat datgene dat zich boven in beeld bevindt een grotere neerwaartse kracht veroorzaakt bij de kijker. Hierdoor ligt het centrum van de zwaartekracht onder het geometrische centrum. (Arnheim 1976: 14) Om solide over te komen is het daarom van belang dat er onderaan in het beeld meer gewicht geplaatst wordt dan boven aan het beeld. Dit wordt bijvoorbeeld zichtbaar in het letterbeeld van het cijfer 3 of van de letters 's' en 'b'.



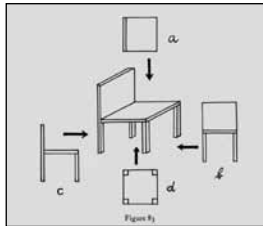
Arnheim 1976: 20 >
Beeldbijlage pagina 5

Naast het waarnemingseffect 'balans' besteedt Arnheim veel aandacht aan de dynamiek van het beeld. Hij maakt hierbij een verschil tussen twee verhoudingen die een beeld tot beweging en de tijd kan hebben. Aan de ene kant heb je een beeld waarin de tijd stil lijkt te staan. Dit is een beeld dat bevroren is in een willekeurige positie, in een willekeurig moment in de tijd. (Arnheim 1976: 415) In dit soort beelden is de beweging pijnlijk afwezig. Daar tegenover staat het tijdloze beeld dat buiten de tijd is komen te staan en dat in staat is om meerdere momenten in de tijd te representeren. Dit beeld synthetiseert de actie in zijn geheel, waardoor dynamiek ontstaat.⁸⁰ Via dynamiek kan beweging dus gerepresenteerd worden, maar ook buiten die representatieve potentie is dynamiek van belang om aan een beeld levendigheid te geven. Een levendig beeld is een beeld dat vanuit zijn deformatie een zekere spanning kent. Niet de perfectie maar de imperfectie brengt die span-

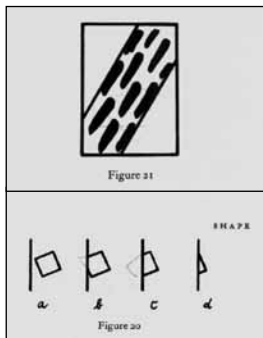
78 "The eye comes always ancient to its work, obsessed by its own past and by old and new insinuations of the ear, nose, tongue, fingers, heart and brain. It functions not as an instrument self-powered and alone, but as a dutiful member of a complex and capricious organism. Not only how but what it sees is regulated by need and prejudice." (Goodman 1976: 7)

79 "The stimulus patterns on the retina are not alone in determining our picture of the visual world. Its messages are modified by what we know about the 'real' shape of objects. (...) Perception, in other words is a process in which the next phase of what will appear when we test our interpretation is all but anticipated." (Gombrich 1980: 256)

80 Ik vraag me zelfs af of dit niet de wijze is waarop de mens een gebeurtenis - Flusser sprak over een 'event' - naar beeld vertaalt: een dynamisch beeld dat de gebeurtenis in een beeld samenvat. Het zou verklaren waarom wij het dynamische beeld als normaal beeld ervaren.



Arnheim 1976: 110 >
Beeldbijlage pagina 5



Arnheim 1976: 110 >
Beeldbijlage pagina 5

ning met zich mee, niet de rechte maar de schuine lijn, niet de primaire kleuren maar de afwijking ervan, niet de perfecte symmetrie maar de asymmetrie. In een dynamische compositie zijn deze krachtbronnen vervolgens op elkaar afgestemd en is een compositie ontstaan waarin de beweging van de onderdelen past in de logica van de beweging van het totaal. (Arnheim 1976: 433)

Doordat dynamiek en balans de kijker het gevoel geven dat het beeld niet toevallig is, benadrukken zij daarmee het beeld als een constructie, als het resultaat van een handeling. Wanneer wij geconfronteerd worden met een dusdanig af beeld, hebben we als actieve kijkers eerder de neiging om het beeld serieus te nemen. Balans en dynamiek laten het beeld verschijnen als een intentioneel beeld. Hierdoor start de semiosis als een communicatieve semiosis.⁸¹

Formele kenmerken van het beeld bepalen niet enkel ons gevoel van balans en dynamiek maar ook of en hoe we het beeld herkennen. In het hiernaast gegeven voorbeeld wordt het beeld niet altijd als een stoel herkend omdat het gekozen perspectief niet altijd mogelijk maakt dat essentiële formele kenmerken van het object herkend worden. (Arnheim 1976: 111)

Een beeld maken, betekent dus rekenschap afleggen van deze essentiële formele kenmerken door je af te vragen 'waaraan een stoel als stoel herkend wordt'. De formele structuur van het beeld is dus ook van belang voor het referentiële niveau, wat het niveau is waarop de mens zich tot de voorstelling van het beeld verhoudt.

Alle hier aangedragen voorbeelden maken duidelijk hoe groot de invloed van vorm is op de waarneming en op het visuele denken in de vorm van herkenning. Zij maken echter nog iets duidelijk: de invloed van de waarnemer op de waarneming. Met name in de herkenning is kijken een actief proces. Twee zaken spelen een rol:

1. De blik zoekt naar patronen waar hij ten behoeve van de herkenning houvast aan heeft. In de veelheid aan waarneembare feiten zoekt hij in eerste instantie naar de patronen op basis waarvan hij een 'perceptual concept' kan construeren. Arnheim spreekt over een 'concept' om een parallel te trekken tussen deze elementaire activiteit van de zintuigen en de hogere activiteit van het denken en redeneren. In de herkenning zit namelijk het abstraherend vermogen van de blik vervat. Enkel doordat we in staat zijn om een gedetailleerd beeld te abstraheren tot een patroon dat vergeleken kan worden met al bekende patronen, is herkenning mogelijk. (Arnheim 1976: 46)
2. De context van een beeld bepaalt de waarneming en de herkenning van een vorm. Deze context kan zijn: de kennis die vergezeld gaat met het beeld, waardoor we zoals in het hier gegeven beeld pas een giraf kunnen herkennen wanneer dat ons verteld wordt. Deze context kan bestaan uit de beelden die zijn voorafgegaan aan een beeld.

Figuur 20d lijkt op een driehoek bevestigd aan een lijn, in de sequentie zoals hier gepresenteerd, zien we echter een vierkant achter een lijn verdwijnen en vullen wij zelf denkbeeldig het vierkant aan. Ons denken heeft hiermee invloed op onze waarneming en wij zijn in staat om dingen te zien die er niet zijn. Het structurele patroon dat achter de vier beelden zit, is hier de oorzaak van. Kijken is daarom

81 Dit keert terug in het volgende hoofdstuk waarin de aanwijsbare aanwezigheid van de maker in het beeld wordt onderzocht.

geen mechanische registratie, geen passief overgeleverd zijn, maar de actieve waardering voor betekenisvolle structurele patronen. (Arnheim 1980: 6) Arnheim laat niet na om steeds opnieuw de intelligentie van de visuele waarneming onder de aandacht te brengen als cognitieve activiteit.

By 'cognitive' I mean all the mental operations involved in the receiving, storing and processing of information: sensory perception, memory, thinking, learning. (Arnheim 1980: 13)

Het betekenisvormingsproces van de visuele communicatie is te beschouwen als een cognitief proces dat in gang gezet wordt door een visueel teken. Het betekenisvormingsproces is in drie niveaus te segmenteren. Op ieder niveau beheerst een andere cognitieve activiteit van de mens het betekenisvormingsproces. Op het meest basale niveau heerst het waarnemen. Arnheim spreekt over *sensory perception*. Op het volgende niveau vindt het associëren plaats. Arnheim spreekt over herkennen, en over *memory*. Op het laatste niveau staat de consequentie van de overdracht centraal. Arnheim spreekt over *learning*. Deze drie niveaus vinden we terug in het analyse-instrument van het stilstaande beeld zoals dat in de volgende paragraaf voorgesteld wordt. Het eerste waarnemingsniveau van Arnheim noem ik het formele niveau en betreft de kwaliteit van het beeld dat de waarneming stuurt. Het tweede niveau noem ik het referentiële niveau vanwege de wijze waarop een teken een verbinding aangaat met de referent. Het derde niveau noem ik het communicatieve niveau omdat de overdracht enkel plaatsvindt in een communicatieve setting.

Cognitieve psychologie

De Amerikaanse cognitief semioticus Peter Storkerson heeft de semiotiek een cognitieve grondslag willen geven vanuit een met Arnheim vergelijkbare benadrukking van de vorm. Storkerson geeft in het in 2003 verschenen artikel 'Designing Theory in Communication'⁸² aan dat de cognitief psychologische grond van het semiotisch analysemodel van groot belang is voor een communicatietheorie van ontwerpen, omdat enkel de cognitieve psychologie recht doet aan de invloed van vorm op de waarneming. Hij spreekt van het cognitieve receptiemodel. Dit model onderscheidt hij van twee andere modellen.

Naast het cognitieve model bestaat er een model dat uitgaat van de vooronderstelling dat communicatie de overdracht van informatie is. Zoals water door leidingen vervoerd wordt en de gebruiker bereikt, zo gaat de inhoud door het kanaal van de overdracht en bereikt het de ontvanger. In het tweede hoofdstuk hebben we deze van Shannon en Weaver afgeleide mechanische vorm van communicatie besproken. Voor ontwerpen is zij niet interessant omdat zij de interpretatieve ruimte van de toeschouwer niet onderkent. Het tweede door Storkerson besproken model is vergelijkbaar met het model van de structuralistische semiotiek. Het gemeenschappelijke taalsysteem van zender en ontvanger, waardoor de verwijzing van de betekenaar via de code geregeld is, is verantwoordelijk voor de mogelijkheid tot communicatie. Juist het feit dat in dit model de visuele verschijningsvorm en de materiële karakteristieken van het medium er niet toe doen, maakt het in de ogen van Storkerson ongeschikt als communicatiemodel voor ontwerpen.⁸³

82 <http://www.communicationcognition.com/>

83 Zie ook Moriarty (1996: 168)

Enkel in het cognitieve model worden de fysieke karakteristieken, de visuele vorm, van de communicatie, die haar sensorische kwaliteit vormen, serieus genomen. Slechts dit derde model kan zichtbaar maken hoe receptie werkt.

The type III model focuses on the physical characteristics of communications as the point of contact to the receiver, via human cognitive faculties. Because they are sensitive to the sensory domain, type III theories are needed in communication design. They can address how the receiver cognitively constructs the communication relying on the affordances provided in the communication in relation to the user's cognitive procedures: procedures that are logically prior to the particular cultural codes in use at any time. (Storkerson 2003: 21)

Ontwerpen is vorm-geving. De analyse zal zich terdege rekenschap moeten afleggen van de vorm. Storkerson sluit zich aan bij Arnheim en bij Van Mechelen.

3.2 Drie analytische niveaus

Het analyse-instrument voor het betekenisvormingsproces van het stilstaande beeld sluit aan bij de semiotische theorie uit het vorige hoofdstuk. Dit geldt met name voor het belang van vorm op het formele niveau van het beeld zoals dat door Van Mechelen is uitgewerkt, en voor de opdeling van de analyse in drie niveaus. De niveaus zijn de synthese van de driedelingen in de semiotische theorievorming uit het vorige hoofdstuk.⁸⁴

Schema 3-1 Niveaus in de semiosis

C.S.Peirce	Arnheim	C. Morris	Vilem Flusser	Storkerson	Kress & Van Leeuwen	Hodge & Kress
<i>Firstness</i> Het mogelijke	Zintuiglijke waarneming	Syntaxis	Scanning	Perceptie	Tekstual metafunction	Tekst
<i>Secondness</i> Het actuele	Herkenning en associatie	Semantiek	Producing significant relationships	Inferentie	Ideational metafunction	Discours
<i>Thirdness</i> Het wetmatige	Leren	Pragmatiek	Interpretation	Kennis	Interpersonal metafunction	Boodschap

De geconstateerde cognitieve activiteiten van Arnheim geven aanleiding tot het formuleren van een driedeling in de semiosis die te herleiden is tot de driedeling van de Peirceaanse semioticus C. Morris uit het vorige hoofdstuk: syntaxis, semantiek en pragmatiek. We zien vergelijkbare driedelingen plaatsvinden bij een aantal andere semiotici uit de verschillende scholen. Arnheim, Storkerson en in zekere zin ook Flusser benadrukken de driedeling als cognitieve driedeling. In het

⁸⁴ Het analyse-instrument overstijgt de drie stromingen uit het vorige deel. Het beschrijft de semiosis als een cognitief proces dat in gang wordt gezet door de formele eigenschappen van het beeld. Het verloop van het proces is daarbij afhankelijk van de culturele context van de toeschouwer en van de fysieke context waarin de semiosis plaatsvindt.

hierna gegeven analyse-instrument krijgt de cognitieve activiteit in de drie niveaus een centrale plaats. Voor C. Morris en voor de sociaal-semiotici staan drie eigenschappen van het teken centraal: de waarneembaarheid, de verwijzing naar iets afwezig en het aanzetten tot interpretatie.

De syntaxis die de bestudering van het teken op zich betreft, kan beschouwd worden als de analyse van de ‘waarneembaarheid’ van het teken. Hoe anders kan het teken ‘op zich’ bestudeerd worden? We vinden deze waarneembaarheid ook terug in het *vlak van de expressie* (Van Mechelen 1993: 11) en in de *tekstuele metafunction* (Kress & van Leeuwen 1996: 41). Hodge & Kress spreken over de analyse van het teken als ‘tekst’ (Hodge & Kress 1988: 6). Omdat wij met name geïnteresseerd zijn in de formele wijze waarop het *beeld*-teken de waarneming beïnvloedt, noem ik dit niveau het formele niveau. Het is het niveau waarop het teken een constructie is.⁸⁵

De semantiek is bij C. Morris de relatie van het teken met de referent. Ik noem dit niveau daarom het referentiële niveau. Het is het niveau waarop refereren als de uitkomst van herkennen en associëren centraal staat. Op dit niveau richt het beeld zich conform de semiotische activiteit tot het object via het referentiekader van de toeschouwer. Kress & van Leeuwen (1996: 41) spreken over de *ideational metafunction*. Op dit niveau openbaart zich de potentie van het teken een representatie te zijn. Hodge & Kress (1988: 6) spreken over de verschijning van het teken als *discours*. Als *discours* is het teken geen geïsoleerd teken, maar is het verbonden met andere tekens waar het teken op reageert. In hoofdstuk vier zullen we precies dit aspect van het teken onderzoeken en de tekst als discours analyseren in de flow van de teksten die de te analyseren tekst omringen. De dialoog wordt in dit hoofdstuk opgevat als een intertekstuele dialoog tussen teksten. (Hodge & Kress s 1988: 12) Op welke wijze wordt de visuele communicatie in de openbare ruimte dialogische communicatie?

De pragmatiek tenslotte, is bij C. Morris de relatie tussen het teken en de toeschouwer. Hier wijk ik af van C. Morris en keer ik terug naar de wijze waarop Peirce de derde eigenschap van het teken definieert: de interpretatie. De interpretatie is niet alleen het resultaat van het betekenis-vormingsproces, het is ook het gevolg van het beschouwen van het teken als voertuig van een boodschap. Op het derde communicatieve niveau⁸⁶ is de semiosis een communicatieve semiosis waarin de toeschouwer de betekenis van het beeld wil begrijpen omdat hij het beeld beschouwt als een communicatie-intentie, als het resultaat van een wil tot communicatie. Op het communicatieve niveau wordt het beeld een boodschap omdat de toeschouwer zich verhoudt tot het beeld als intentie. Vorm en inhoud staan in dienst van het formuleren van deze intentie: de betekenis van het beeld die de interpretatie van de toeschouwer is. Wanneer we op het communicatieve

85 In het volgende deel in hoofdstuk vier onderzoek ik hoe op dit tekstuele formele niveau de maker via deze constructie verbonden kan worden met het beeld. Welke theoretische concepten zijn voorhanden om de plaats van de maker in de tekst te articuleren?

86 Dit derde niveau, het communicatieve niveau, heb ik in een eerder artikel het discursieve niveau genoemd (Coumans 2004). Ik ben het het communicatieve niveau gaan noemen, deels om geen verwarring te veroorzaken met de discursieve communicatiestructuur van Vilém Flusser, zoals uitgelegd in hoofdstuk 1 en deels omdat het een voor mijn studenten herkenbaardere term was. Bovendien kennen we sinds Foucault het begrip *discours* in de zin zoals Hodge & Kress (1988) het gebruiken: het vertoog, de flow van teksten die de interpretatie van de tekst beïnvloeden. In hoofdstuk 4 zullen we ingaan op deze betekenis van het begrip *discours* voor de dialoog.

niveau spreken over de interpretatie van het beeld sluiten we aan bij de drie door Peirce benoemde karakteristieken van het teken. In de syntaxis is het waarneembaar, in de semantiek verwijst het naar een afwezige, en in de pragmatiek ontstaat de interpretatie over het afwezige vanwege de waarneembare expressieve aspecten van het beeld. Pas op het communicatieve niveau kan het beeld aanzetten tot een dialogisch betekenisvormingsproces.

Vorm en inhoud

Het communicatieve niveau, is het niveau van de overdracht. Het onderscheid tussen het tweede niveau en het derde niveau is een overgang van de semiosis als representatie naar de semiosis als communicatie. In een eerdere publicatie (Coumans 2000) heb ik zichtbaar gemaakt dat het derde niveau de optelsom is van de twee voorafgaande niveaus. Betekenis is vorm en inhoud. Het door mij in die publicatie gehanteerde onderscheid tussen vorm en inhoud is terug te vinden in het door Hjelmslev aangebrachte en door Van Mechelen gevolgde onderscheid tussen het niveau van de expressie en het niveau van de inhoud.

Expressie en inhoud zijn de twee componenten van elke 'tekst'. Op het vlak van de expressie (of uitdrukkingsniveau) worden de zintuiglijke kwaliteiten die een bepaalde taal (tekst) gebruikt, geselecteerd en onderling onderscheiden. Het vlak van de inhoud ontstaat op grond van te onderscheiden elementen al naar gelang de cultuur waarvan de taal deel uitmaakt en waardoor de wereld wordt gedacht, ideeën en verhalen worden geordend en verbonden. (Van Mechelen 1993: 60)

Dit is een andere opvatting van vorm dan die door Bordwell & Thompson in *Film Art* uitgewerkte opvatting van 'Form'. Voor hen is de vorm het systeem voor zover dat door de toeschouwer wordt ervaren. De vorm van Bordwell & Thompson heeft een verband met de 'grond' van de sociale semiotiek, aangezien het het systeem is dat de overdracht van de boodschap ondersteunt. De vorm is dan: de taal, de code. Op deze wijze wordt het begrip vorm niet door mij gehanteerd.

In datzelfde boek hanteren de schrijvers echter nog een andere opvatting van vorm: de inzet van visuele middelen ten behoeve van de beoogde overdracht van de boodschap. De vorm is hier te begrijpen als de taal die de overdracht mogelijk maakt: de wijze waarop de inhoud zich aandient. In deze opvatting is er geen inhoud zonder vorm en zijn beide ook niet zo strak te scheiden in de analyse zoals Hjelmslev suggereert.

De vorm die ik voorstel, is de vorm als *first*. Het is de vorm als het zintuiglijk waarneembare waarmee de analyse begint op het formele niveau. Dit niveau kan echter alleen maar als onderdeel van de gehele semiosis van een beeld beschouwd worden. Vanuit de drie Peirceaanse categorieën kunnen we het formele niveau als een *first* beschouwen omdat de waarneembaarheid van het teken daar centraal staat, het referentiële niveau als een *second* omdat de relatie van het teken met het afwezige centraal staat en het communicatieve niveau als een *third* omdat erin zowel teken, afwezige en interpretatie een plaats krijgen. Wanneer we het volgende axioma van Peirce toepassen: een *third* veronderstelt een *third*, een *second* en een *first*, een *second* veronderstelt een *second* en een *first*, en een *first* veronderstelt alleen zichzelf, dan volgt daar de wijze uit waarop de niveaus zich tot elkaar verhouden. Het formele niveau kan op zichzelf staan, het referentiële niveau veronderstelt het formele niveau, en het communicatieve niveau veronderstelt het formele en het referentiële niveau.

Dit komt ook overeen met de opvatting van Bordwell & Thompson die bestrijden dat vorm tegenover content geplaatst kan worden, alsof de een de ander bevat.

This assumption implies that a poem or a musical piece or a film is like a jug: an external shape the jug contains something that could just as easily be held in a cup or a pail. (Bordwell & Thompson 1990: 35)

De vorm is de wijze waarop de inhoud verschijnt. In de expressie ontstaat de inhoud als boodschap.

Functie

Ieder analysemodel is een constructie, zelfs al vindt het zijn onderbouwing in de (empirische) psychologie, zelfs al herkennen we het model bij vele andere auteurs. De waarde wordt bepaald door zijn zinvolheid en dus de mogelijkheid die het biedt iets zichtbaar te maken dat anders niet zichtbaar was geworden. Dit analyse-instrument wil inzicht bieden in datgene dat zich als vanzelfsprekend afspeelt wanneer wij een beeld interpreteren en antwoord geven op de vraag hoe het beeld ons aan het werk zet.

Voor grafisch ontwerpers is inzicht in het betekenisvormingsproces een belangrijke competentie. Als beeldmensen hebben zij een sterk ontwikkeld vermogen beeld te lezen. Dat betekent echter niet dat zij daarmee ook een reflectief vermogen hebben. Het vermogen om te reflecteren op datgene wat beeld veroorzaakt, is een andere competentie. Een analytisch instrument dat zinvolle onderverdelingen maakt en helpt bij de precieze articulatie van dit proces, kan deze competentie helpen ontwikkelen. Een zinvol analyse-instrument biedt onderverdelingen aan waar de basis helder van is. In dit instrument is de psychologische cognitieve gang die een beeld maakt, de basis van de onderverdeling. Het beeld komt binnen via de waarneming, het veroorzaakt connecties in onze geest en het leidt tot een uitkomst.

De drie niveaus verwoorden een verschillende communicatieve houding ten aanzien van het beeld, waardoor het beeld verschijnt:

1. in zijn uiterlijke vorm (formele niveau)
2. als drager van inhoud (referentiële niveau)
3. als kanaal voor een boodschap (communicatieve niveau)

Deze drie niveaus zal ik in de volgende paragrafen uitwerken.

Een op de semiosis gericht analyse-instrument moet het betekenisvormingsproces van een ander kunnen duiden. Om dat te testen eindig ik dit hoofdstuk met de analyse van het betekenisvormingsproces zoals dat gearticuleerd is door Hugues Boekraad in zijn boek over de Franse ontwerper Pierre Bernard *Mijn werk is niet mijn werk* uit 2006.

3.2.1

Het formele niveau

Op het formele niveau bestuderen we in de analyse de door Flusser zo genoemde *gang van de scannende blik*. We onderzoeken de invloed van de formele aspecten van het beeld op de eerste noodzakelijke fase van de cognitieve semiosis: de wijze waarop het beeld zich verhoudt tot het oog, de invloed van het beeld op dit eerste contact van het beeld met de blik. Deze eerste fase is het moeilijkst te destilleren uit de totale semiosis omdat het vraagt om een blik die kijkt naar de blik.⁸⁷ Er zijn drie activiteiten te onderscheiden op het formele niveau: segmenteren/structureren, scannen en verbanden aanbrengen.

Segmenteren/structureren

Een beeld moet eerst worden waargenomen voordat het aan kan zetten tot een betekenisvormingsproces. Voor grafisch ontwerpen is dit van groot belang aangezien grafische ontwerpproducten zich los moeten kunnen maken uit hun omgeving om de toeschouwer voor zich te kunnen winnen. Anders dan in het museum moet een grafisch ontwerp in de openbare ruimte een passerende toeschouwer verleiden tot het innemen van een positie in de communicatie. Dit is de fatische functie van het grafisch ontwerp zoals in hoofdstuk 1 besproken. Er moet eerst contact zijn voordat er een betekenisvormingsproces in gang gezet kan worden. Voordat een afbeelding herkend wordt, zal een beeld eerst gezien moeten worden. De formeel contrasterende eigenschappen van een beeld dragen ertoe bij dat een beeld zich losmaakt van zijn omgeving en ook daadwerkelijk teken wordt. Omdat de bebouwde omgeving vaak geen felle kleuren kent, kan het beeld met behulp van felle kleuren de aandacht trekken. Pas nadat het beeld de blik voor zich gewonnen heeft, kan de bespeling van de blik door het beeld plaatsvinden. Dit begin van de semiosis voltrekt zich, net als de hele cognitieve semiosis, buiten de taal. Zou ik dit begin naar aanleiding van een poster van Marten Jongema onder woorden willen brengen, dan zou het zo kunnen klinken:



Afbeelding 13 >

Beeldbijlage pagina 5

Ik loop door de straten van de stad. Om mij heen grijsbruine muren, grijze stoepen, een antraciet wegdek. In mijn blikveld verschijnt een felrode kleur op de muur. Het is een affiche. Snel maar ook gedachteloos schieten mijn ogen over het beeld. In het rode kleurvlak staan twee grote zwarte vlakken. Terwijl ik deze herken als kraaien ontdek ik een meervoudig contour van licht en kralen. Boven in beeld in wit een duidelijk getypografeerde tekst: F. Bordewijk Sumbo n.v. (afb. 13)

Zoals het beeld los moet komen van zijn context, zo moet ook een beeldelement erin slagen geïsoleerd te worden, om op die manier een betekenisvol onderdeel te kunnen worden. De blik kan enkel uit het geheel onderdelen destilleren op basis van de formele kenmerken van het beeld. Volgens Kress & Van Leeuwen kunnen we zelfs pas spreken van een beeldtaal op het moment dat het beeld te segmenteren valt. Beelden worden taal wanneer de uitingen ervan zich eerder aandienen

87 De differentiering op dit niveau is het resultaat van een jarenlange in het onderwijs met de studenten uitgevoerde zoektocht naar de wijze waarop formele aspecten van het beeld invloed kunnen hebben op de activiteiten van de blik.

als duidelijk gestructureerde vormen van visuele representaties, dan als meer of minder waarheidsgetrouwe versies van de werkelijkheid. (Kress & Van Leeuwen 1996: 21)

In de wijze van segmentering onderscheidt het beeld zich van het woord. De onderdelen waaruit een uit woorden bestaande tekst is opgebouwd, zijn sterk gecodeerd. Zinnen bestaan uit woorden, woorden uit letters, en een tekst bestaat uit zinnen. Typografie kan deze onderscheidingen vergroten en verkleinen, zij kan meegaan en er tegen in gaan, maar de segmentering van taal blijft een vast gegeven. In het beeld is dit anders. De eigen aard van het beeld bevindt zich in eerste instantie op het vlak van de expressie, aangezien het beeld – anders dan de uit woorden bestaande tekst – de zintuiglijke kwaliteiten van de ‘beeldtekst’ behoeft om op het vlak van de expressie tot segmentering te komen. Om een beeld te kunnen lezen, moeten we betekenisvolle eenheden onderscheiden. Het zijn de formele eigenschappen van het beeld die hiertoe aan kunnen zetten. Arnheim spreekt over het verschil tussen ‘pieces’ en ‘parts’, tussen stukjes en delen. (Arnheim 1976: 75) In een puzzel wordt een beeld in stukjes (*pieces*) gedeeld. In het waarnemingsproces bepaalt de vorm welke delen van het beeld wij als significante onderdelen (*parts*) accepteren.

In het affiche van Marten Jongema ^(afb. 13) veroorzaken de zwarte kleur van de vogel ten opzichte van de rode kleur van de achtergrond en het als een omlijning te beschouwen lichte aureool om de kraai heen, dat de kijker dit zwarte vlak als een betekenisvol element beschouwt. Het ontbreken van deze duidelijk demarcatie maakt dat we in het beeld *Groeten uit Nederland* uit deel I ^(afb. 9) zoveel onderdelen kunnen segmenteren dat het raadzamer is het beeld als een geheel te begrijpen. Alleen de helder tegen de blauwe lucht afstekende windmolens, en in mindere mate de man en de vrouw uit het beeld, vragen erom vanuit hun segmentering als betekenisvol element opgenomen te worden.

De gesegmenteerde onderdelen worden door de kijker in een structuur geplaatst. Soms echter is de structuur verantwoordelijk voor de segmentering. De vorm kan het beeld een structuur geven die het beeld segmenteert in een boven en een onder, een links en een rechts, een voor en een achter, kaders in kaders. Dat kan heel nadrukkelijk en onontkoombaar gebeuren doordat een beeld in tweeën of vieren wordt gedeeld zoals in de verderop uit te werken voorbeelden van Marten Jongema ‘L’amour la mort –het kussen’ ^(afb. 18) en het Holland Festival-affiche van Boom en Put ^(afb. 19), maar het kan ook subtieler gebeuren zoals in de hiernaast geplaatste reclamebeelden.⁸⁸

Beide beelden uit de Diesel-campagne van 2005 ^(afb. 14 en 15) kennen een duidelijke structuur in links en rechts, hetzij vanwege de vrouwenlaarzen om de man-mentorso in het bovenste, hetzij vanwege de plaatsing van de elkaar spiegelende figuren in het onderste beeld. In beide beelden is de figuur in het midden het centrum. Het eerste beeld ^(afb. 14) neigt door de rigiditeit van de structuur bewegingloos te worden. In het tweede beeld ^(afb. 15) is dat niet het geval. Doordat de middelste figuur naar links kijkt ontstaat er dynamiek in het beeld en representeert het beeld via één moment in een beweging de hele actie. Het meest subtiel is de



Afbeelding 14 >
Beeldbijlage pagina 6



Afbeelding 15 >
Beeldbijlage pagina 6

88 Op een Turkse site (<http://www.hurriyetim.com.tr/haber/o,,sid~227@nvid~638782,oo.asp>) trof ik een aangeklede versie aan. De man had een broek aan! Bezocht september 2007. Inmiddels (2009) blijkt de afbeelding op de Franse site ook een broek aan te hebben.

structuur aanwezig in het beeld *Groeten uit Holland* uit deel I ^(afb. 9). We zien een onderscheid in linksonder, vol en kleurrijk, en rechtsboven, leeg en blauw.

Aan de heldere segmentering en structuur in het beeld herkennen we de constructie en onderscheidt het beeld zich (zoals Arnheim zei en zoals benadrukt door Kress & Van Leeuwen) van de werkelijkheid zelf. De detaillering die de structuur doorbreekt, verbindt het beeld weer met de werkelijkheid. Roland Barthes spreekt in verband met de literatuur over ‘het werkelijkheidseffect’ (Barthes 2004: 108).⁸⁹

Scannen

De tweede cognitieve activiteit waarin het beeld op formeel niveau de leiding neemt en de blik gevraagd wordt te volgen, noem ik het scannen van het beeld. Zou ik dit scannen zoals aangestuurd door het hieronder vertoonde beeld van Anthon Beeke onder woorden brengen, dan zou het ongeveer als volgt klinken: *Mijn blik botst op het beeld van een vrouwenkont of een paardenkont of beide. Ik weet het niet en ik wil het ook niet weten. Centraal in beeld het geslacht. Ik tracht mijn blik te verwijderen van dit meest obscene deel van het beeld. Maar steeds weer leiden de teugels mijn blik naar het midden, waar als een zich opende roos het geslacht in mijn gezicht wordt geduwd, bleek afstekend tegen een donkere achtergrond.* ^(afb. 16)



Afbeelding 16 >
Beeldbijlage pagina 7

De formele kwaliteiten van het beeld beïnvloeden de route van de blik over het beeld. In dit Troilus en Cressida-beeld van Anthon Beeke ^(afb. 16) dwingen de teugels en de staart de blik terug te keren naar het centrum waar de blik, vanwege de shockerende associatie, zich graag van verwijdt. Het onderscheid van het beeld met het woord bestaat niet enkel uit de gecodeerdheid van de segmentering, maar ook uit de gecodeerdheid van de leesrichting. Tekst lezen we in het Westen van linksboven naar rechtsonder. In het beeld moeten formele aspecten de blikrichting sturen. Wat groot is, trekt meer aandacht dan wat klein is. Wat scherp is, trekt meer aandacht dan dat wat onscherp is. Wat centraal in beeld staat, trekt meer aandacht dan wat niet centraal staat. De plek waar krachtlijnen heenlopen, trekt meer aandacht dan de plaatsen waar ze niet lopen.

Het is met name de positie in beeld die de blik van de toeschouwer stuurt. Het licht in het boter kaas en eierenbeeld ^(afb. 15) schuift de blik naar de man met de ontblote rug, en ook de gelaarsde benen ^(afb. 14) functioneren als een de blik sturend kader om de billen en torso van de man. De billen lichten op, en de blote benen boven in beeld trekken de blik naar het door het kader afgesneden hoofd van de man. Via deze formele elementen wordt niet alleen de blik gestuurd, maar wordt er ook een hiërarchie in beeld bekrachtigd. Belangrijk voor de semiosis zijn die beeldonderdelen die duidelijk afgebakend zijn (segmenteren), maar ook die beeldelementen die het eerst en het duidelijkst de blik vangen (scannen). Als er één beeld is dat dat duidelijk maakt, dan is het wel het Troilus en Cressida-beeld van Anthon Beeke ^(afb. 16). Zowel de positie, de krachtlijnen als de andere ‘textuur’ van het geslachtsdeel maken dat de blik het niet ontkennen kan en daarmee wordt het geslacht het centrale segment van de analyse.

89 Deze tegenstelling tussen structuur en werkelijkheid, door Barthes helder verwoord in ‘Het werkelijkheidseffect’, zal van belang zijn in het vierde hoofdstuk waar ik op zoek gaan naar de terugkeer van de werkelijkheid in het beeld.

Verbanden aanbrengen

Tenslotte bepalen formele elementen de verbanden die we aanbrengen tussen bepaalde onderdelen van het beeld. De blik gaat heen en weer tussen beelden die door structuur en vorm bij elkaar lijken te horen. “Visual structure relates visual elements to each other”, schrijven Kress & Van Leeuwen. (1996: 55) Deze relatie tussen de onderdelen kan verband houden met formele overeenkomsten tussen de beeldelementen en het kan gestuurd worden door de structuur waarin de elementen ten opzichte van elkaar geplaatst worden. Ten aanzien van de foto van Lana Slezić^(afb. 17) kan dat als volgt verwoord worden:



Afbeelding 17 >
Beeldbijlage pagina 7

Ik herken een beeld van islamitische vrouwen. Ze zitten ergens buiten op een bankje. Tussen mij en de vrouwen een soort houten constructie. Ik kijk niet alleen door de houten constructie naar de vrouwen, deze balken geven ook een kader aan de drie in blauwe Burka's geklede vrouwen. Het kader plaatst ze bij elkaar. Het scheidt bovendien de drie blauwe vrouwen van een vierde vrouw in een wit gewaad. Zij tilt haar hoofddoek op, en kijkt uit het beeld, uit het kader de zon in.^(afb. 17)

In het eerste Diesel-beeld is ook een verband aanwijsbaar tussen de drie gelaarsde vrouwenbenen^(afb. 14). Dit verband heeft te maken met verschil en overeenkomst. Overeenkomst in vorm en centrale positie, verschil in kleur en in het boven elkaar staan. De overeenkomst maakt dat de onderdelen bij elkaar gebracht worden in een categorie ‘sexy en machtige vrouw’.⁹⁰ Het verschil geeft ze binnen die categorie een eigen identiteit. De laarzen hebben een verschillende kleur om aan te geven dat het hier gaat om drie weliswaar tot eenzelfde categorie behorende, maar toch verschillende vrouwen. De overeenkomst in kleur links en rechts onderstreept nog eens dat het de benen van een zelfde vrouw zijn. Het gaat niet om zes maar om drie vrouwen.

In het andere Diesel-beeld^(afb. 15) zorgt de overeenkomst in positie ervoor dat de vrouwen links en rechts bij elkaar horen. Omdat de centrale figuur echter net als de figuur rechts het boter kaas en eierenplaatje op zijn rug heeft, leggen we ook een verband tussen deze twee figuren. Het invullen van de verbanden (zij die slaan en zij die ondergaan) is een activiteit die hoort bij het referentiële niveau.

Formele analyse L’amour La Mort- het kussen^(afb. 18)

Samenvattend kan gezegd worden dat de vorm (inclusief de structuur) van een beeld op het formele niveau meerdere, de waarneming sturende, functies vervult. Wanneer het beeld de blik heeft, en wanneer het beeld is losgekomen van zijn achtergrond en ‘teken’ is geworden, zorgen de formele eigenschappen van het beeld ervoor:

1. dat we elementen kunnen isoleren en een structuur aan kunnen brengen;
2. dat de ‘scannende’ blik een leesrichting aangeboden wordt, waarmee in combinatie met de duidelijke afbakening ook de hiërarchie samenhangt;

90 Dit maakt overigens duidelijk dat de semiosis bestaat uit kleinere processen. Wanneer we het beeld van de vrouwenbenen als teken benaderen dan zien we hoe de laarzen een uitspraak (interpretatie) doen over de vrouwen (afwezig).

3. dat er verbanden aangebracht worden tussen de verschillende onderdelen van het beeld. Dit heeft vaak te maken met de formele uiterlijkheden van de beeldelementen maar ook met de wijze waarop zij in een structuur zijn geplaatst.⁹¹

Toegepast op het affiche *L'amour La Mort- Het kussen* van Marten Jongema (afb. 18) levert dit de volgende analyse op:

1. Het beeld *l'amour la mort- het kussen* van Marten Jongema bestaat uit twee vlakken, een rood vlak boven en een zwart vlak onder. In beide vlakken is centraal in het vlak een beeldonderdeel te onderscheiden. In het rode vlak is dat een zwarte boot die geplaatst is op het onderste zwarte vlak. In het onderste zwarte vlak bevindt zich centraal in het vlak een witte zwaan. Daarnaast ontstaat er een 'voor' en een 'achter' in het beeld, veroorzaakt door het fel oplichtende wit van de zwaan en de golfjes onder de zwaan.
2. De zwanenhals en de schuine wijze waarop de boot in het vlak is geplaatst, brengen in de twee blokken een beweging aan die van linksboven naar rechtsonder gaat. De typografie, de rechte afscheiding, de onderkant van de zwaan en de golfjes eronder maken dat er een sterke horizontale leesrichting in het beeld is. We lezen van links boven naar rechtsonder. Daarnaast staan de boot en de zwaan op een dusdanige wijze centraal in het vlak en in contrast met de achtergrond dat zij zich aandienen als de twee centrale elementen die de semiosis zullen dragen.
3. Het beeld brengt zowel door de richtingen in het beeld als door de kleuren verbanden aan tussen de onderdelen van het beeld:
 - het rood van de snavel en het rood van de lucht;
 - het zwart van de boot en het zwart van het water en de typografie;
 - het wit van de zwaan en het wit van de letters Carroussel.Deze herhalingen brengen bovendien een eenheid aan in het beeld (balans). Via de formele eigenschappen wordt de blik gefocust: hier gaat het om. Via deze twee elementen in het centrum van de twee onderscheiden vlakken wordt het verhaal verteld: de boot en de zwaan.

3.2.2 Het referentiële niveau

Het tweede niveau waarop de semiosis te beschrijven is, heet het referentiële niveau. Het is het niveau waarop door Vilém Flusser in navolging van C.S. Peirce beschreven wordt hoe het beeld de mens kan laten verwijzen naar iets dat buiten het beeld bestaat.⁹²

Dit niveau kent de volgende cognitieve competenties:
herkenning, associatie, beïnvloeding

91 Van der Waarde (2009: 33) onderscheidt vanuit de Gestalttheorie vier verschillende verbanden tussen de onderdelen: nabijheid, opvallendheid, gelijkheid en volgorde.

92 Hier vinden we het hart van het mimetische niveau van de sociale semiotiek, en de referentiële functie van Roman Jakobson.



Afbeelding 19 >
Beeldbijlage pagina 8

Herkenning

De herkenning van een beeld speelt zich woordeloos af. Zou ik er woorden aan geven, dan zou het in verband met het hier getoonde beeld van Irma Boom en Rene Put ^(afb. 19) ongeveer zo kunnen klinken:

Een deel van een zwaan, of een gans, nee ik denk een zwaan, daarnaast een deel van een zacht vrouwenlichaam, de oksel? Linksonder is duidelijk, de veren van de zwaan, rechtsonder is ook duidelijk een deel van de nek, het oor en de haren. Ik denk dat ze ligt, haar rode haren liggen achter haar, opzij zoals haren liggen wanneer iemand ligt.

De scannende blik uit het formele niveau laat zich weliswaar sturen door de vorm, maar zij heeft daarbij ook een eigen agenda, zoals Arnheim ons liet zien. De blik is op zoek naar houvast als startpunt voor de toekenning van betekenis. Op de eerste plaats zoekt de blik naar herkenning. Bij Arnheim zagen we hoe de mens in de waarneming op zoek is naar herkenning.⁹³ Hij benadrukte het belang van het 'perceptual concept'. Dit is het patroon dat vergeleken kan worden met andere patronen. De overgang tussen het formele niveau en het referentiële niveau vindt pas plaats op het moment dat de 'scannende' blik een 'tekst' in de zin van een geïsoleerd teken geïdentificeerd heeft. Dit kan het totale beeld zijn dat als geïsoleerd teken is losgekomen van de achtergrond, maar dit kunnen ook de onderdelen van het beeld zijn. Herkenning is gebaseerd op kennis. We herkennen een beeld op basis van de beelden die we hebben opgeslagen. Boven de bank in mijn ouderlijk huis hangt een schilderij met strepen en lijnen in verschillende kleuren. De stoel van mijn moeder bevindt zich ertegenover, zodat zij het beeld dagelijks rustig kan bestuderen. Mijn moeder houdt van het schilderij omdat het haar de mogelijkheid geeft herkenbare vormen te ontdekken in de wirwar aan lijnen. Het stelt haar in staat een verbinding te maken met haar eigen beelden.

Beelden kunnen een spel spelen met de herkenkende blik door een iconisch probleem op te werpen waardoor de herkenning bemoeilijkt wordt. In het voorbeeld van de mannentorso en de drie gelaarsde vrouwenbenen ^(afb. 14) wordt de kijker gevraagd het beeld af te maken. Een beeld afmaken geschiedt altijd op basis van beelden die we al kennen. In de activiteit waar dit beeld toe aanzet, komen er wel beelden langs die lijken op dit beeld, maar de echte match kan niet gemaakt worden. Dit iconische probleem, de wijze waarop het beeld de kijker vraagt om het beeld te herkennen door via zijn verbeelding een match te zoeken, is het karakteristieke van de cognitieve semiosis waar dit beeld toe aanzet.

Associatie

Als het duidelijk is welke herkenbare segmenten aan de basis van de semiosis staan, gaat de menselijke geest als vanzelf associëren op de beelden. Hij tracht ze in verband te brengen met andere beelden. Nadat ik bijvoorbeeld in het beeld *l'amour La Mort- het kussen* ^(afb. 17) het schip en de zwaan herkend heb, zetten de herkende beelden aan tot een keten van associaties:

93 Herkenning zou je kunnen vergelijken met het denotatieve 'onproblematische' voor ieder hetzelfde betekende beeld van Roland Barthes. Wanneer ik mijn studenten vraag een beeld te beschrijven krijg ik de denotatieve verwijzing van het beeld te horen. De te bediscussiëren associaties van de studenten kun je connotatie noemen. De grens tussen denotatie en connotatie is dus cultureel bepaald. Dit komt in hoofdstuk 4 aan bod.

Het schip zinkt. We zien het wegzakken in de zwarte zee. Het zinkt als een tanker, als een gekaapt schip, als de Titanic.

In het beeld komen de zwaan en de boot onproblematisch bijeen in het beeld van een schip dat onder gaat in een zee waarop een zwaan drijft. In dit beeld worden bovendien twee cultureel semantisch sterke beeldelementen formeel naar voren geschoven. Dit zijn beelden die in de woorden van Barthes een veelheid aan connotaties oproepen. Zo staat de zwaan symbool voor een heel repertoire aan emoties: schoonheid, de dood, sierlijkheid. En het zinkende schip verwijst natuurlijk ook naar dat ene zinkende schip: de Titanic, symbool voor alle zinkende schepen. Deze binnen het betekenisproces geïsoleerde en geïdentificeerde tekens krijgen dus een verwijzende kracht. Ze kunnen iconisch herkend worden als een zwaan en een boot, ze kunnen beschouwd worden als symbolen voor liefde, dood en eenzaamheid, en het verhaal waar ze aanleiding toe geven kan op indexicale wijze worden afgemaakt.

Deze drie verbindingsvormen tussen het teken en datgene wat het teken oproept worden binnen de Peirceaans semiotiek iconiciteit (1), indexicaliteit (2) en symbolische (3) genoemd.⁹⁴ De associatie kent dus drie gronden: de overeenkomst tussen teken en afwezige (1), de nabijheid tussen teken en afwezige (2) en de afspraak of vanzelfsprekende relatie tussen teken en afwezige (3).

Het beeld van de mannentorso omringd door vrouwenbeelden^(afb. 14) is een typisch indexicaal teken omdat ons gevraagd wordt het beeld af te maken buiten het beeld, om op die wijze tot een herkenbaar beeld te komen. De indexicale verwijzing, zo zagen we, vindt plaats op basis van 'ervaring', het kennen van de werkelijkheid die wordt afgebeeld. Diezelfde indexicaliteit is ook verantwoordelijk voor het effect van het andere Diesel-beeld^(afb. 15) waarin het resultaat van een actie, de tekening op de rug van de vrouw, wordt afgebeeld en ons wordt gevraagd om de oorzaak te verbeelden: de zweepslagen die tot dit effect hebben geleid.

Beïnvloeding

Het geïsoleerde teken heeft echter maar een kort moment invloed op de associerende cognitieve geest, omdat het altijd beïnvloed wordt door de context van het beeldelement. Zoals de blik heen en weer kan gaan tussen de verschillende beeldonderdelen, zo kunnen de verwijzingen, waar het ene beeld aanleiding toe geeft, invloed uitoefenen op de wijze waarop het andere beeld tot de verbeelding spreekt. Het teken wordt daarbij niet alleen beïnvloed door tekens die op grond van nabijheid, maar ook door tekens die op grond van overeenkomst of structuur met het teken in verband kunnen worden gebracht.⁹⁵ Terug naar de foto van Lana Slezić^(afb. 17):

De vrouwen in de blauwe burka's, het zijn vogeltjes in een kooitje. Gekooïd in hun blauwe gewaden, gekooïd in het kader, in de heersende ideologie. Zij staan in hun onbeweeglijkheid in schrill contrast met de andere vrouw. Haar op zich niet eens zo grote beweging neemt revolutionaire proporties aan wanneer je haar vergelijkt met de bewegingloosheid van haar seksegenoten, haar gezicht ontroert, de binnenkomende zon beheerst het beeld.

94 Zie ook hoofdstuk 2.3 Aart van Zoest spreekt over semiotische strategieën, waarbij de indexicaliteit het meest raakt, de iconiciteit ons het best verleiden kan en het symbool de meest overtuigende verwijzing is. (1978:34)

95 We zullen in hoofdstuk 4 zien hoe we hier ook kunnen spreken van intertekstualiteit binnen een beeld.

Doordat de blik scannend over het beeld gaat, brengt de blik elementen van het beeld met elkaar in verband. Flusser omschrijft dit als volgt:

Maar de blik produceert tegelijk ook betekenisvolle relaties tussen de beeldelementen. Hij kan steeds weer terugkeren naar een specifiek beeldelement en het op die manier verheffen tot een drager van de betekenis van het beeld. Dan ontstaan betekeniscomplexen waarin het ene element aan het andere betekenis geeft en van dat andere zijn eigen betekenis verkrijgt. De door scanning gereconstrueerde ruimte is de ruimte van de wederzijdse betekenis. (Flusser 2007: 9)

In het licht van het zinkende schip ^(afb. 18) wordt de dramatische waarde van de zwaan als symbool voor de dood bevestigd. Het rustige water waarop hij drijft, is de rust van de dood. De nabijheid van de zwaan beïnvloedt de semantische kracht van het zinkende schip, en het zinkende schip beperkt de semantische draagwijdte van de zwaan. De beïnvloeding kan dus ook plaatsvinden doordat het ene teken het betekenispotentieel van het andere teken indamt. Binnen de context van het beeld *Groeten uit Holland* ^(afb. 9) verwijzen de windmolens niet naar duurzaamheid of verantwoorde energiewinning, maar naar de teloorgang van de rustieke windmolen als symbool voor Nederland.

3.2.3 Het communicatieve niveau

Op het communicatieve niveau verschuift de aandacht van de associatie van de kijker naar de betekenis van het beeld. We proberen te ontcijferen wat het beeld ons wil vertellen. We gaan actief op zoek naar verbindingen om tot een interpretatie te komen. We laten ons leiden door het besef dat het beeld geen toevalligheid is, maar een intentionele constructie. De betekenis ‘uitkomst’ is daarbij in de kijker zowel afhankelijk van zijn capaciteit tot combineren en associëren, als van de aanwezige en actief gemaakte kennis. Meer of minder kennis kan dus de uitkomst van het betekenisproces bepalen. (zie voor dit aspect Coumans 2003)

In de verantwoording voor het analysemodel werd de relatie tussen vorm en inhoud gegeven en gaf ik in navolging van Bordwell & Thomson aan hoe vorm geen kopje is waar je naar gelang je wilt thee of koffie in kan doen. Binnen de semiosis van het beeld bepaalt de vorm de betekenis van de inhoud, zeker wanneer we de vorm beschouwen als het systeem, als de som aan keuzes waar het beeld het resultaat van is. In de uitwerking van het formele niveau zagen we hoe formele elementen van belang zijn voor de waarneming als activiteit. Formele elementen kunnen echter ook inhoudelijk worden, als ze de inhoud mede bepalen. De kleur rood is daar een mooi voorbeeld van. Op formeel niveau kan het attentiewaarde hebben, en ervoor zorgen dat een beeldelement opvalt, en/of loskomt van de achtergrond. Op referentieel niveau kunnen kleuren echter ook gaan verwijzen, naar liefde, naar socialisme, naar gevaar of simpelweg ‘stop’ betekenen binnen de context van het stoplicht.

Ook de door vorm aangebrachte structuur in een beeld kan verwijzend worden. Alleen al doordat elementen in een structuur bij elkaar worden gebracht, zoekt de toeschouwer naar het verband. De structuur kan daarbij ook de aard van de relatie gaan bepalen. In het voorbeeld van de zwaan en het ondergaande schip is er sprake van een duidelijke boven-beneden relatie. Hierdoor kunnen de boot en de zwaan in oppositie tegenover elkaar geplaatst worden. Zij staan dan tegenover elkaar als beweging (boot) en rust (zwaan). Doordat boven-beneden ook gelezen

kan worden als eerst en daarna, is het zelfs mogelijk om te bedenken dat de zwaan op het rustige water zwemt waar ooit een boot ten onder is gegaan. Op de dramatische gebeurtenis van een gezonken schip volgt dan de rust van de zwaan. Omdat wij al begonnen zijn het beeld als boodschap te reconstrueren, op het moment dat de structuur inhoudelijk wordt, bevinden we ons op het derde communicatieve niveau van de analyse van het betekenisvormingsproces.

Verbinding

Doordat de vrouwen links op de foto van Lana Slezie^(afb. 17) in een opgesloten kader zijn geplaatst en de vrouw rechts het kader uit mag kijken, doet het beeld een uitspraak over de toekomst van Afghanistan. De blauwe vogelvrouwen zijn het nabije verleden. De vrouw die het kader uitkijkt, is het heden. Zij kijkt de toekomst in.

Waar de herkenning beschouwd kan worden als het schakelpunt tussen het formeel en het referentieel niveau, is de verbinding tussen vorm/structuur en beeldelementen als cognitieve activiteit het schakelpunt tussen het referentiële en het communicatieve niveau. Verbinding ligt in het verlengde van beïnvloeding. We spreken over verbinding wanneer we trachten te achterhalen wat de vorm van het beeld ons wil vertellen. In de verbinding worden vorm en inhoud op elkaar betrokken. Het beeld kent een onderwerp en het doet een uitspraak via de wijze waarop het onderwerp wordt verbeeld. Via de verbinding van vorm en inhoud in de semiosis vindt de constructie plaats van de betekenis van het beeld als boodschap. Waar herkenning, associatie en beïnvloeding nog enigszins als vanzelf plaatsvinden, vraagt de verbinding om een nadrukkelijk actieve opstelling. We moeten echt willen begrijpen wat het beeld ons te vertellen heeft. Op het communicatieve niveau beschouw ik de structuur niet als toevalligheid, maar als een intentionele constructie.

De vier vlakken waar het beeld voor het Holland Festival van 1990^(afb. 19) uit bestaat, vragen mij om op basis van de formele en inhoudelijke verschillen en overeenkomsten een relatie te leggen tussen de vier elementen. Boven en onder verschillen ten opzichte van elkaar doordat boven donker is en onder licht. De beelden boven horen bij elkaar doordat ze eenzelfde vorm laten zien. Deze vormen staan echter wel in een spiegelbeeld ten opzichte van elkaar. Door hun vormovereenkomst en door hun spiegelende relatie als linker- en rechterbeeld veronderstellen ze een relatie tussen de vrouw en de zwaan. Mij wordt dus gevraagd om beide velden met elkaar in contact te brengen. De beelden links en de beelden rechts horen bij elkaar op basis van kleur en inhoudelijke verwijzing. Linksboven en linksonder zijn overwegend wit. Rechtsboven en rechtsonder zijn overwegend 'vleeskleurig'. De beelden links zijn significante onderdelen (indexen) van de zwaan. De beelden rechts zijn onderdelen (indexen) van de vrouw.

Kress & Van Leeuwen (1996: 183-229) beweren dat compositie niet enkel een relatie aangeeft, maar dat ze ook de aard van de relatie kan bepalen. Zij spreken over de integrerende codes van de ruimtelijke compositie. Zo zou datgene dat links in beeld staat worden verbonden met het oude ('given'), terwijl datgene dat rechts in beeld staat de nieuwe informatie ('new') betreft. Boven en onder verhouden zich als ideëel versus reëel. De in het centrum van het beeld geplaatste beeldelementen wordt een grotere informatiewaarde toegekend dan de in de marge aanwezige elementen. Dit beeld sluit hierbij aan. Links in beeld is 'given' en rechts is 'new'.

Het feit dat boven en onder bovendien in een relatie van ideëel en reëel tegenover elkaar staan, wordt onderstreept door het feit dat de bovenste beelden omhoog zijn gericht en de onderste beelden omlaag. Tenslotte biedt deze analyse nog een laatste relationeel perspectief, te weten: op de beelden linksboven en linksonder die beide het hoofd/de kop zijn, en de beelden rechtsboven en rechtsonder die beide de arm voorstellen. Door de richting van het hoofd en de kop, krijgt het beeld zelfs een draaiende beweging tegen de klok in.

Redeneren op basis van de code

Het communicatieve niveau is ook het niveau waarop de regels van de visuele communicatie hun intrede doen. Het vanzelfsprekende bewustzijn van een intentie gaat gepaard met het vanzelfsprekende bewustzijn van de taal (iedere taal, dus ook de beeldtaal), waardoor een maker zich tot ons kijkers kan richten. Hierbij helpt de kennis van het genre ons. Wanneer we in een beeld een genre (cultureel affiche) herkennen, hebben we een aantal aanknopingspunten voor het lezen van het beeld. Daarom zou je het genre, zoals eerder opgemerkt, het glijmiddel van de communicatie kunnen noemen.

Voor het herkennen van een genre zijn twee zaken van belang: de fysieke context en het uiterlijk van een beeld. Wanneer ik op straat een beeld in een abri, of op een muur tegenkom, dan herken ik het als een affiche. Uiterlijke kenmerken van het affiche bieden mij op basis van herkenning een eerste hypothese: het zal wel een cultureel affiche zijn. Op basis van deze hypothese (Peirceaanse abductie) werk ik verder. Wanneer het een cultureel affiche is, dan geeft de grootst weergegeven tekst mij de naam van de voorstelling/tentoonstelling/film en dan doet het beeld een richtinggevende uitspraak over het onderwerp (deductie). Wanneer niets in het beeld deze gevolgtrekking tegenspreekt, beschouw ik het affiche als een uitspraak over de getoonde voorstelling. Deze uitspraak functioneert als een hypothese (abductie) over de voorstelling. Pas wanneer de voorstelling mijn hypothese bevestigt, dus als de voorstelling inderdaad gaat over liefde dood en eenzaamheid (deductie), pas dan is mijn vermoeden bevestigd (inductie).⁹⁶

Het formele niveau is het niveau van de cognitieve perceptie. Op referentieel niveau wordt ons vermogen tot associëren aangesproken en op communicatief niveau redeneren we via de verbindingen die we aanbrengen vanuit het besef dat we worden toegesproken in een bepaalde taal (genre). Kennis van de code bepaalt de wijze waarop we een beeld lezen.

3.3 Analyse van een betekenisvormingsproces

In 2007 kwam er een boek uit over de Franse ontwerper Pierre Bernard die dat jaar de Erasmusprijs in ontvangst zou nemen. Het boek is als een ode aan Bernard geschreven door de Nederlandse grafisch ontwerptheoreticus Hugues Boekraad. Het boek opent met de analyse van zestien door Hugues Boekraad significant geachte ontwerpen van Bernard. In hoeverre zijn de analyses te beschouwen als de verwoording van het betekenisvormingsproces van Boekraad? Kunnen we

96 Hier wordt de nabijheid van de referent van belang. Dit zal in hoofdstuk 4 besproken worden.



Afbeelding 20 >
Beeldbijlage pagina 8



Afbeelding 20a >
Beeldbijlage pagina 9

de niveaus gebruiken om deze analyse te analyseren? Ik zal een van de teksten gebruiken om zichtbaar te maken hoe de niveaus uiteindelijk, zonder dat Boekraad zich daar bewust van lijkt te zijn, de analyse sturen. Het betreft de analyse van een affiche dat Pierre Bernbard in 1970 gemaakt heeft voor de jongerenbeweging in de Franse communistische partij. ^(afb. 20)

De formele metastructuur

Boekraad begint zijn analyse met de constatering dat de Franse uitdrukking ON Y VA zowel een oproep is als een constatering. Daarna geeft hij onmiddellijk aan waar de uitdrukking letterlijk, dus denotatief, aan refereert. Boekraad begint daarmee met wat zich op formeel niveau het meest nadrukkelijk aan de blik aandient. De letters staan centraal voor in beeld, bestrijken vrijwel het hele beeld en zijn bovendien duidelijk herkenbaar. Boekraad schrijft: “Die vijf letters vormen de bouwstenen van het affiche”. De letters zijn daarbij niet alleen formeel dominant, ze zijn ook herkenbaar als letters en de letters zelf zijn herkenbaar als de zin ON Y VA. We weten (althans wanneer we de Franse taal kennen) wat ON Y VA betekent. Boekraad begint zijn inhoudsanalyse dus op semiotisch voorspelbare wijze.

In de tweede alinea bespreekt hij de formele wijze waarop het beeld is gestructureerd en in de derde alinea laat hij zien hoe de ‘verticale as in het beeld’ samen met het ‘kleurverloop in het beeld’ de blik omhoog richt. Hij onderstreept hiermee het belang van de vorm van het beeld voor de wijze waarop het beeld de gang van de blik bepaalt. De opgaande beweging brengt de hiërarchie in het beeld aan. Deze beweging brengt ons bij de tweede semantische laag van het beeld. ‘De opgaande beweging wordt geaccentueerd door het kleurverloop in de letters. Ze bieden een uitzicht op een wereld die zich achter het beeldvlak bevindt, “een fantastisch landschap waar het tegelijkertijd ochtend en avond is”, schrijft Boekraad.

Nadat hij zichtbaar heeft gemaakt hoe ON Y VA als waarneembaar teken de blik stuurt en als referentieel teken een semantische laag oproept, komt hij (derde alinea) bij de tweede erachter liggende laag van het beeld, de laag die zich als vanzelfsprekend aan de scannende blik aandient. Boekraads volgorde is dus de volgorde die de formele structuur van het beeld de scannende blik oplegt. Daarom komen we in de vierde alinea ook uit bij de handschriftelijke letters die om ON Y VA heen dansen: “De lapidaire formule wordt omspeeld door schrift dat in schuine letters met krijt op een schoolbord wordt geschreven”. De blik wordt respectievelijk gevangen door de grote letters (alinea 1), dringt de letters binnen en ontwaart het vergezicht achter de tekens (alinea 3). De blik trekt zich vervolgens weer terug en vindt in de inbedding van de geschreven letters (alinea 4) een persoonlijk (indexicaal) commentaar (alinea 4). De letters worden ‘ingelijfd’, schrijft Boekraad. Steeds weet Boekraad in poëtische taal het effect van vormkeuzes op de waarneeming te omschrijven. Dit inlijven is niet alleen een formeel inlijven, maar ook een semantisch inlijven. De letters O N Y V A worden letterlijk onderdeel van andere woorden: Tous, ivrY en Vers. “Zo ontstaat een tweede parool dat het eerste specificeert.” De twee betekenissen van ON Y VA, *kom we gaan* en *we komen eraan* zijn door de toevoeging van de tekst volgens Boekraad geëvolueerd in drie nieuwe betekenissen. Hij maakt eerst zichtbaar hoe de vorm van het beeld bepaalt in welke volgorde de beeldelementen gelezen worden. Vervolgens toont hij dat de volgorde mede bepaald wordt door het houvast dat de blik vindt in de herkenning van de betekenis van ON Y VA, in de herkenning van het kleurverloop “waar het tegelijkertijd ochtend en avond is”, en in de herkenning van de woorden die ontstaan vanuit de krijtletters. Tenslotte brengt hij steeds het volgende gevonden teken in

verband met het voorafgaande (beïnvloeding) waarbij hij zowel de formele structuur als de verwijzing van de tekens betreft. De opwaartse beweging van de letters herhaalt zich formeel in de opwaartse beweging van het kleurverloop. Hij herkent een tegengesteld referentieel krachtenveld in zowel 'de geometrische neutraliteit' van de letters van ON Y VA en de 'surrealistische atmosfeer' van het kleurenpalet achter de letters, als in de 'monumentale' vorm van de letters en het 'schuine' schrift. Hier spreekt Boekraad in navolging van Arnheim over het 'in beweging brengen van het statische beeld'.

Deze wijze van analyseren gaat door in de vijfde alinea waar hij opnieuw een nieuw beeldelement, de kopregel van het affiche (en formeel dus pas als laatst gelezen), het voorafgaande inhoudelijk in beweging laat brengen. De betekenis van het affiche krijgt een politieke betekenis vanwege de zinsnede: 'de door Michel Quarez als een liftende hippie geschilderde Marx is op weg naar hetzelfde doel: een rood Frankrijk.'

Als vanzelf ontvouwt zich de specificiteit van het beeld: het beeld is daarbij niet alleen een optelsom van elkaar beïnvloedende tekens maar ook een optelsom van elkaar beïnvloedende formele structuren. Het beeld kent drie verschillende stijlen. De structuur van de analyse is weliswaar in eerste instantie gebaseerd op de gang die de blik over het beeld maakt in de hiërarchie van de beeldelementen. Maar aangezien ieder beeldelement een eigen uitdrukkingwijze kent, ontstaat er logischerwijs naast de referentiële wisselwerking ook een formele wisselwerking tussen drie vormen van vormgeving. Hierdoor wordt het beeld zichtbaar van een affiche dat een optelsom is van meerdere stijlen. De stijlen kennen een verschillende graad van verwijzende precisie. Het kleurenpalet is nog ambigu en ook de centrale letters spelen met twee betekenissen. De woorden in het schuine krijtschrift laten echter geen misverstand bestaan over hun oproep. In een laatste graad van precisie heeft de lezer daarnaast houvast aan een derde tekstregel boven aan het affiche waarin duidelijk wordt gemaakt in welk politiek kader de oproep beschouwd moet worden.

Tot nu toe past de analyse naadloos in de differentiëring van het betekenisvormingsproces. Boekraad laat zich leiden door de formele structuur van het beeld. Hij gebruikt de semantische beïnvloeding van de beeldtekens op referentieel niveau om stap voor stap de boodschap waar het affiche toe aanzet te begrijpen. Daarmee is hij klaar na vijf alinea's. Daarna gebeurt er iets vreemds. Boekraad stapt uit zijn positie van iemand die het betekenisvormingsproces van de aandachtige kijker onder woorden brengt, hij stopt met het beeld te lezen als boodschap. Hij verlaat deze semiotische positie ten gunste van de positie van de medeplichtige van de persoon van de maker van het beeld, Pierre Bernard. Om theoretisch te kunnen doorgronden wat zich hier in de analyse afspeelt, heb ik concepten nodig om de relatie tussen ontwerp en ontwerper te kunnen benoemen. Dat wordt het onderwerp van het volgende hoofdstuk.

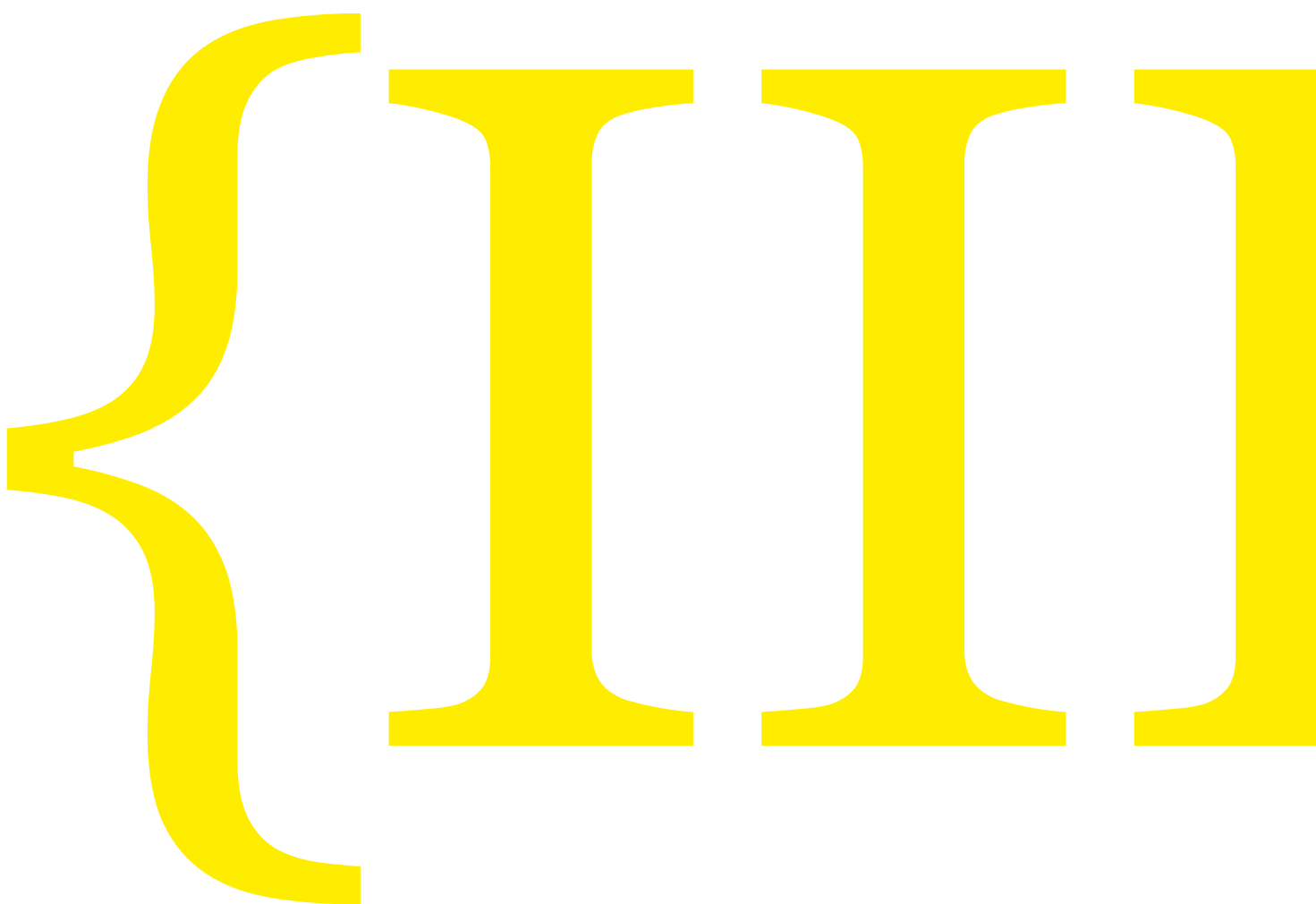
Conclusie

In dit hoofdstuk heb ik een analyse-instrument aangereikt om transparantie te verlenen aan het betekenisvormingsproces dat in gang wordt gezet door het stilstaande beeld. Omdat het object van analyse het door een béeld in gang gezette proces is, heb ik met name aandacht besteed aan de specificiteit van het beeld in de drie fases van de semiosis. Respectievelijk zijn dat de invloed van de vorm, de onderlinge beïnvloeding die plaatsvindt tussen de elementen van het beeld en de wijze waarop het beeld als intentie ervaren kan worden. Niet alleen kan hiermee de programmering van het specifieke beeld ontmaskerd worden, ook de wijze waarop beeld als beeld programmeert, is zichtbaar geworden. Dit hoofdstuk heeft daarmee een bijdrage geleverd aan de opdracht die ik op grond van de analyse van Flusser van onze beeldcultuur via de semiotiek op mij genomen heb: de ontwikkeling van een analyse-instrument dat de toeschouwer helpt de programmering van het beeld te doorzien.

Hiermee is echter nog geen direct perspectief op het dialógische betekenisvormingsproces geboden. Dit perspectief is de uitdaging van het derde deel. Zoals ik al heb aangegeven, ligt het derde deel in het verlengde van het tweede. Het denken in drie niveaus van analyse, de concepten en inzichten van de drie stromingen worden in deel III gebruikt om het dialogische betekenisvormingsproces door het publieke beeld in de openbare ruimte te onderzoeken. Welke programmering van het beeld is te beschouwen als een dialogische?

Hoofdstuk 3 }

Deel III Theorie en strategie van het dialogische betekenisvormingsproces



{ Hoofdstuk 4 { De stem en de botsing

De balans herstellen

Flusser maakt, zo zagen we in deel I, in zijn analyse van onze beeldcultuur gebruik van het onderscheid tussen twee communicatiestructuren: de discursieve structuur en de dialogische structuur. Deze indeling is gebaseerd op twee methodes om met informatie om te gaan. De discursieve methode is een methode om informatie zo te bewerken dat zij bestand is tegen de tand des tijd. De dialogische methode is een methode om tot nieuwe informatie te komen. Zij veroorzaakt ontwikkeling. De discursieve methode is statisch en waarborgt het behoud van de informatie. (Flusser 1998: 19) De communicatiestructuur van de massamedia waarin de overdracht van het technische beeld gecommuniceerd wordt, is discursief.⁹⁷ Het is niet de bedoeling dat de informatie veranderd wordt. Zoals zij gecommuniceerd wordt, zo moet zij begrepen worden. Flusser benadrukt dat in deze communicatiestructuur geen ruimte is voor de inbreng van de ontvanger van de boodschap. Deze kan alleen het programma uitvoeren dat in de boodschap zit verborgen. De boodschap is 'af', er is geen modificatie meer op mogelijk. Het 'wat vind jij?' is geen onderdeel van de communicatie. Daarom is discursieve communicatie programmatische communicatie.

De dominantie van de discursieve communicatie betekent een crisis binnen onze beeldcultuur. Wanneer immers, ik herhaal, de discursieve methode overheerst, voelt de mens zich eenzaam omdat hij niet in verbinding staat met de ander. En wanneer de dialogische methode overheerst, voelt de mens zich eenzaam omdat hij niet in verbinding staat met de geschiedenis als een groter hem implicerend verhaal. Flusser roept op tot een betere balans tussen de discursieve en dialogische communicatie. Deze balans is van belang om tot een gezonde communicatieve samenleving te komen. Omdat de discursieve communicatie overheerst, roept Flusser op tot een dialogische structuur waarin de inbreng van de ander wordt gevraagd.

Flussers oproep is driedig. Hij roept op tot kanalen waarin het de mens mogelijk wordt gemaakt te antwoorden (tot interactie te komen). Hij roept op tot een kritische houding ten aanzien van de technische beelden die de voertuigen zijn van de discursieve communicatie. En hij roept op tot het maken van beelden die niet als voertuig dienen voor de discursieve communicatie, maar beelden die aanzetten tot een dialoog waarmee zij de ontvanger een verantwoordelijkheid geven in de communicatie. In dit laatste deel onderzoek ik in hoeverre het publieke beeld door de grafisch ontwerper, het beeld dat communiceert in de openbare ruimte, aan kan zetten tot een door mij zo genoemd dialogisch betekenisvormingsproces. Daarvoor is het van belang te begrijpen waarom het technische beeld het voertuig is van de dominerende discursieve communicatie in de beeldcultuur.

De magie doorbreken

Het type beeld dat de bouwsteen is van onze beeldcultuur, wordt door Flusser het 'Technobild' genoemd: het technische beeld. Dit technische beeld omvat de eigenschappen van het beeld en de eigenschappen van het post-talige, conceptuele beeld. Dit technische beeld is een post-talig beeld omdat het is ontstaan als reactie op de alfabetische taal en het is een conceptueel beeld omdat het de kracht van het pre-talige beeld en de alfabetische taal als in een synthetische beweging omvat. Vanuit haar conceptualiteit kan het technische beeld tonen én zeggen. Het doorgrondt niet enkel de wereld, maar betekent haar ook. Het is in staat een standpunt te verbeelden. Waar het voor-talige beeld een epistemologische functie had, daar krijgt het post-talige conceptuele beeld een persuasieve functie. Het wordt een beeld dat zegt hoe de wereld zou moeten zijn. Wanneer deze beelden door apparaten geproduceerd en gereproduceerd zijn, heten het technische beelden. Technische beelden volgen noodgedwongen het programma van het apparaat.

De foto is het prototype van het technische beeld. Wat over de foto gezegd kan worden, kan echter ook over het televisiebeeld en het filmbeeld gezegd worden: het programma heeft de communicatie overgenomen. Niet de zich tot zijn wereld verhoudende mens bepaalt wat hij wil zeggen, maar de programma's waarin hij zich uitdrukt. Voor het digitale beeld geldt in wezen hetzelfde. Het digitale beeld laat bovendien nog duidelijker zien dat het programma het wezen van het apparaat vormt. Zelfs meer nog dan de andere technische beeldvormen, is het digitale beeld de actualisatie van een programma. Beelden maken is programma's uitvoeren. In Flussers meest pessimistische geschriften verschijnt iedere programmeur in een programmatisch totalitarisme als functionaris van een metaprogramma. (Flusser 1999: 93)

Eigen aan het fotografische technische beeld is de iconische en indexicale verbondenheid met wat afgebeeld wordt. Het beeld is een afdruk van de werkelijkheid zoals een voetafdruk een afdruk van een voet is, omdat het lijkt op de werkelijkheid waar het een afdruk van is. De indexicaliteit verleent het beeld daarmee een objectieve, van de mens onafhankelijke, status. Alle op de werkelijkheid gelijkende beelden (ook de pre-talige) hebben de neiging om tussen de mens en de werkelijkheid in te staan. Hierdoor verliest de mens de werkelijkheid uit het oog, en ziet hij de beelden voor de werkelijkheid aan. Wanneer we de werkelijkheid uit het oog verliezen gaan we zoals Flusser het zegt 'in de functie van het beeld leven'. (Flusser 2005: 81) De iconische perfectie en de aan het apparaat verbonden objectiviteit vergroten deze magische werking van het beeld. Bovendien is het technische beeld een conceptueel beeld. Het doet een uitspraak over de werkelijkheid. Wanneer we in functie van het conceptuele beeld gaan leven, ervaren we het beeld niet als iemands commentaar op de werkelijkheid, als standpunt, maar als de wijze waarop de werkelijkheid zou moeten zijn. Het technische beeld wordt daarmee door de kijker niet ervaren als een uitspraak, maar als een appel zijn werkelijkheid aan te passen aan de werkelijkheid in beeld. Het technische beeld zet aan tot programmatische betekenisvormingsprocessen. Daarom is het technische beeld ook zo'n geschikt middel voor reclame en voor propaganda.

Daarnaast zien we in het digitale beeld de indexicale relatie met de werkelijkheid verdwijnen. Bijvoorbeeld bij de vrouwbeelden in het publiek domein die aan vrouwen vragen net zo te worden als die beelden, terwijl de indexicale relatie tussen die beelden en de werkelijkheid steeds geringer wordt. Hoe meer het programma de macht overneemt, des te meer verschuift de werkelijkheid als voorwaarde voor beeld naar de achtergrond. Hierdoor wordt in het gefotoshopte

vrouwbeeld de werkelijkheid zelf tenslotte ervaren als het lelijke zusje. Maar er is meer aan de hand; niet alleen verdwijnt de indexicale relatie met de werkelijkheid waarnaar verwezen wordt, ook de indexicale relatie met de maker verdwijnt in het programma. Het beeld geeft een visie terwijl de relatie van het beeld met de bron van die visie ontbreekt. Volgens Flusser is het magische karakter van ‘Technobilder’ door de programmatische totstandkoming van het beeld sterker dan het magische karakter van niet-technische beelden. Hoe meer de bron van het beeld naar de achtergrond verdwijnt, hoe magischer het beeld wordt. De werkelijkheid wordt niet verbeeld, maar zij verwordt via een programma tot beeld. Noch naar het programma, noch naar de maker wordt in het beeld verwezen. De sporen van de totstandkoming van het beeld zijn niet aanwezig in het beeld. Niet alleen kunnen beelden letterlijk geen ‘ik’ zeggen, ook de ‘ik’ in de vorm van de bron of oorsprong of de tot standkoming van het beeld is afwezig. Het technische beeld zegt vanuit zijn wezenskenmerken geen ‘ik vind’, enkel ‘dat is’ of ‘dat moet zijn’.

Precies daarom is het technische beeld het ideale voertuig van de discursieve communicatie. In dit laatste deel ga ik daarom op zoek naar de mogelijkheid om de programmatische magie ongedaan te maken. Daarvoor onderzoek ik hoe de relatie van het technische beeld met zijn maker hersteld kan worden en hoe de becommentariërende relatie tussen het technische beeld en de werkelijkheid helder gemaakt kan worden. Ik hoop daarmee een beeld te vinden dat een dialogische ontmoetingsplaats wordt van maker en ontvanger. Flusser noemt deze beelden in een van zijn laatste artikelen ‘stille Bilder’ of ‘transapparatische Bilder’. (Flusser 2005: 75 en 77) Het zijn ‘stille Bilder’ omdat het tot contemplatie oproepende eilanden zijn in een lawaaierige beeldcultuur. Het zijn ‘transapparatische Bilder’ omdat het beelden zijn die het programma van het apparaat weten te overstijgen. De maker van dit nieuwe beeld, die Flusser ‘Künstler’ noemt, is het apparaat te slim af. Hij slaagt erin om meer te zijn dan een functionaris van het door het apparaat opgelegde programma. Wanneer de grip van het programma door toedoen van de slimme maker verslapt, krijgt de ontvanger de ruimte om invloed op de informatie uit te oefenen. Hiermee betreedt de communicatie het terrein van het dialogische. De kijker zal zich door dit soort beelden op andere wijze aangesproken voelen: niet enkel als degene die het programma in het beeld voltrekt, maar als iemand die door het beeld aangesproken wordt. Dialogische beelden zijn beelden die aanzetten tot dialogische betekenisvormingsprocessen. Dit zijn processen waarin een beeld zowel ‘ik vind’ zegt als ‘wat vind jij’? De denkers van de Bakhtin Cirkel spreken over “a bridge thrown between myself and another. If one end of the bridge belongs to me, then the other depends on my addressee” (Voloshinov in P. Morris 1994: 86) en over “territory shared by both addresser and addressee, by the speaker and his interlocutor” (Ibid). Hoe kan het technische beeld in het algemeen, en het publieke beeld van de grafisch ontwerper in het bijzonder, een brug slaan tussen zender en ontvanger, zodat zij in een dialogische verhouding ten opzichte van de werkelijkheid geplaatst worden? Het laatste deel onderzoekt vanuit het perspectief van de semiotiek de mogelijkheid van een dialogisch betekenisvormingsproces van het publieke beeld. Is door het herstel van de becommentariërende relatie tussen het beeld en de werkelijkheid waarin de communicatie plaatsvindt, het beeld te verankeren in de maker?

Opbouw: de stem en de botsing

Een eerste antwoord op de voorwaarden voor een dialogische betekenisvormingsproces is te vinden in de teksten van Bakhtin (en de Bakhtin Cirkel) over de dialoog. Bakhtins geschriften zijn gericht op de dialogische verbeelding binnen de literatuur (de roman), als eigenschap van het woord. Ze bieden echter voldoende algemene uitgangspunten om ook tot een omschrijving te komen van het dialogische in de beeldcommunicatie. Het is met name het volgende citaat dat de verankering in de maker en het creëren van nieuwe informatie uit het Flusseriaanse dialogische vertaalt naar de wijze waarop de ontvanger op de tekst reageert:

A dialogic approach is possible toward any signifying part of an utterance, even toward an individual word, if that word is perceived not as an impersonal word of language but as a sign of someone else's semantic position, as the representative of another person's utterance; that is, if we hear in it someone else's voice. Thus dialogic relationships can permeate inside the utterance, even inside the individual word, as long as two voices collide within it dialogically. (Bakhtin in P. Morris 1994: 104)

In dit citaat geeft Bakhtin twee karakteristieken van de dialogische uiting: de uiting kan worden beschouwd als een teken van iemands semantische positie waardoor we er iemands stem in kunnen horen, en in de uiting botsen twee stemmen op elkaar. Via de stem kan in de semiosis een verbinding gemaakt worden tussen de uiting en de maker van de uiting. (Todorov 1982: 95-99) Het persoonlijke van de uiting wordt door Bakhtin uitgedrukt in het horen van de stem. De dialogische uiting is een persoonlijke uiting. Waar Flusser met name het persoonlijke van het dialogische zoekt in het zich onttrekken aan de manipulerende kracht van het programma *van het beeld*, daar zoekt Bakhtin de verbondenheid van de boodschap met de maker *van de taal*. Terwijl het ontbreken van de verbinding tussen boodschap en boodschapper door Flusser wordt benoemd als het gevaar van het technische beeld, benadrukt Bakhtin de verbinding tussen boodschap en boodschapper in de dialoog. Flusser signaleert het probleem in het beeld. Bakhtin schets een uitweg in de taal. De verankering van het beeld in de maker wordt in 4.1 geplaatst in de metafoor van de stem. Deze metafoor maakt zichtbaar dat de constructie van het beeld functioneert als de indexicale semantische verbinding met de maker en als wijze om de magische relatie tussen beeld en werkelijkheid te verbreken.

Waar in de semiosis de stem als metafoor het beeld naar zijn maker kan terugverwijzen, daar positioneert de botsing als metafoor de maker en ontvanger op dialogische wijze tegenover elkaar. De mogelijkheden van het publieke beeld om tot een dialogisch betekenisvormingsproces aan te zetten, is aanwezig in de botsende wijze waarop het publieke beeld in de semiosis tot betekenissen leidt.⁹⁸ De botsing komt volgens Bakhtin voort uit de inhoudelijke relatie tussen twee stemmen: een die vraagt en een die antwoordt. Aan de basis van de dialogische benadering staat de uiting als een oproep tot antwoord en als een antwoord op een oproep. Iedere uiting schrijft zich in een tekstueel weefsel in. Deze dialogische relatie is later door Kristeva intertekstualiteit genoemd. (Meijer 1995: 20, 21) In een intertekstueel perspectief op taal staat het weefsel van met elkaar in verbinding staande uitingen

98 Kress & Van Leeuwen zouden de stem situeren als de *interactieve metafunctie* en de botsing als de *representatieve metafunctie*. Zie deel II 2.4 en 3.2

centraal, in een structuralistische is de uiting de eenzame effectuering van het systeem. Deze intertekstuele opvatting van het dialogische wordt uitgewerkt in de tweede paragraaf van dit hoofdstuk en is met name van belang voor het beeld als publiek beeld, dus voor het beeld in de context van de openbare ruimte. Het publieke beeld is een intertekstueel onderdeel van een diachroon en synchroon weefsel van beelden. Intertekstualiteit maakt het mogelijk dat beelden met elkaar in gesprek gaan. Voor het dialogische van Bakhtin is het karakter van dit in gesprek gaan botsend. Ik maak zichtbaar hoe de op elkaar botsende stemmen van Bakhtin beschouwd kunnen worden als de definitie van het publieke, waarmee het dialogische niet alleen iemands stem vertegenwoordigt maar ook het debat, zodat de openbare ruimte zich omvormt tot een publiek domein.

4.1 De stem in beeld

“In de tekst verlang ik op een bepaalde wijze naar de auteur: ik heb behoefte aan zijn figuur”, schreef Roland Barthes die al in 1968 in het artikel ‘La mort de l’auteur’⁹⁹ de auteur als ‘verleden van zijn eigen boek’ (Barthes 2004:117) dood verklaarde. Als structuralistisch-semiotische positie is de auteur als werkelijke persoon een onhoudbare positie. Toch blijf ik verlangen naar de auteur. Mijn verlangen als lezer is het verlangen naar een auteur die zich tot mij richt en mijn aanwezigheid als lezer weet te bevestigen. Hij bestaat, dus ik besta. Daarom zoeken we in de tekst ook naar de stem van de auteur. De stem, de index bij uitstek, is de brug tussen taal en werkelijkheid. Iemand te horen spreken bevestigt zijn bestaan als spreker. Hier staan fenomenologie en structuralisme op gespannen voet met elkaar. Voor de structuralistische semiotiek bestaat er geen werkelijkheid buiten de taal.¹⁰⁰ Aan de beide zijden van de ‘tekst’ staan slechts abstracte en structurele instanties. Op geen enkele wijze zijn de werkelijke zender en ontvanger aanwezig in de tekst. Zij staan er buiten. Er zijn slechts sporen die in een idee van auteurschap kunnen resulteren. Daarom spreekt de structuralistische semiotiek in de analyse, zoals we zagen in 2.1, niet over de zender (*destinateur*) en de ontvanger (*destinataire*) maar over de *enunciator* en de *enunciataire*, als de tekstuele plaatsen van de *enunciatie*. En wanneer ook dat nog te antropomorfe concepten zijn, kan de semiotiek haar toevlucht nemen tot het onpersoonlijke *bron van de enunciatie* en *enunciatief doel*. (Metz 1988: 55) Toch erkent ook de structuralistische semiotiek dat wij ons deze *enunciator* en *enunciataire* niet anders kunnen voorstellen dan als instanties van belichaming.

Zo kan men wel eindeloos tegen mij aanpraten over de enunciataire, maar om domweg te begrijpen waarover men het heeft, denk ik aan de toeschouwer die zich (in theorie of bij toverslag) in deze rol van ‘enunciataire’ voegt. (Metz 1988: 55)

99 Ik maak gebruik van de vertaling uit 2004 ‘De dood van de auteur’ verschenen in *Het werkelijkheidseffect*.

100 De linguïstiek die zich door De Saussure laat inspireren, beschouwt, zoals men weet, de uitsluiting van de referent als de noodzakelijke voorwaarde voor haar beoefening. (Greimas & Courtès, 1987: 219)

Hetzelfde geldt voor het spreken over een enunciator. Ik kan mij de oorsprong van de tekst enkel voorstellen als een gepersonifieerd maakproces, als het gevolg van iemands intentie.

Het beeld voegt hier zijn eigen mediumspecifieke problematiek aan toe. De magie van het analoge technische beeld is volgens Flusser niet alleen verbonden met het ontbreken van, zo kunnen we nu zeggen, een ervaring van een enunciator, maar ook van een ervaring van een tot stand komen, een enunciatie. Het beeld lijkt geen enunciatie te hebben. Het is er opeens. Over de ‘techno-imagination’ die aan de basis staat van het technische beeld, schrijft Flusser dat we noch weten hoe het beeld tot stand is gekomen, noch hoe we ondanks deze ontbrekende kennis toch door het beeld geprogrammeerd worden. (Flusser 1998: 177) De techno-ervaring staat ver van de ervaring van de ontmoeting in de dialoog vandaan. De beelden werpen hun projectieve schaduw vooruit op de werkelijkheid zonder dat de door het beeld geprogrammeerde kijker het gevoel heeft dat iemands schaduw vooruit geworpen wordt. Zelfs wanneer er een bewustzijn is van het feit dat het beeld het belang dient van de industrie (zoals in *Beperkt Houdbaar* de cosmetische industrie), dan nog worden de beelden ervaren als gewenste versies van de werkelijkheid en onttrekt de bron van deze visie zich aan ons bewustzijn. In hoofdstuk 1 schreef ik dat het voor een kritische analyse van de visuele communicatie een belangrijke opgave is de verbondenheid van het technische beeld met de boodschapper te onderzoeken waardoor het beeld een visie op de werkelijkheid wordt. Vanuit het overzicht van de communicatievormen van het publieke beeld van Péninou heb ik vervolgens het affiche van de grafisch ontwerper bevrijd uit de greep van het programmatische, appellerende (reclame)beeld. Doordat we ontwerpen als de activiteit die de visuele vorm van het beeld bepaalt op de positie van Jacobsons poëtische functie hebben geplaatst, hebben we zichtbaar gemaakt dat ontwerpen meerdere vormen van communicatie kan veroorzaken, waaronder de expressieve functie van de communicatie waarin het beeld vooral de ideeën van de boodschapper verbeeldt. De discursieve doem van de technoverbeelding is hiermee verbroken.

Dit brengt mij bij de problematiek van deze paragraaf. Welke conceptuele openingen biedt de semiotische theorie om de expressie van de maker een plaats te geven in het technische beeld? In de beantwoording van die vraag maak ik gebruik van het vervolg van de analyse van het affiche ON Y VA ^(afb. 20 deel II). Nadat Boekraad duidelijk heeft gemaakt hoe in het affiche ON Y VA in drie verschillende stappen en in drie verschillende typografische vormen (monumentale letters, handschriftelijk letters en typemachineletters) een boodschap wordt geconstrueerd, werkt hij in de laatste twee alinea’s van zijn analyse uit wat de relatie is tussen het affiche en het ontwerpcollectief Grapus (cursief door mij aangebracht):

Het toegevoegde handschrift geeft de boodschap een persoonlijk karakter. Het verwijst, net als de subculturele versie van Marx, naar de identiteit van Grapus, waarvan de signatuur linksonder is aangebracht. Maar ook de vijf kapitalen worden gepersonaliseerd. Doordat met de hand de emulsie van de kleurlaag afgeschraapt is, ontstaan er vegen en strepen die het egale kleurvlak van de letters doorbreken.

Men ziet aan het affiche niet af dat het een verlegenheidsoplossing is. Het eerste voorstel van Grapus – een subculturele versie van Lenin – was door de organisatie afgewezen. Bernard neemt zijn toevlucht tot de typografie, citeert ironisch het affiche van de liftende Marx dat het jaar daarvoor door dezelfde opdrachtgever wel goedgekeurd was, en woekert met de mogelijkheden die het letterbiljet biedt aan de inventieve ontwerper. (Boekraad 2006: 6)

In deze alinea's wordt er op verschillende wijzen een relatie gelegd tussen het beeld en de maker. Dat is niet zo vreemd gezien het feit dat de analyse onderdeel is van een boek over de ontwerper Pierre Bernard. Alhoewel de titel van het boek is *Mijn werk is niet mijn werk* laat de analyse zien dat het betreffende beeld duidelijk wel een werk is van het ontwerpcollectief Grapus waar Pierre Bernard de centrale figuur in was. Boekraad signaleert niet alleen een *handschrift* en een *persoonlijk karakter* van het beeld, maar ook een *signatuur*, de *identiteit* van Grapus, en zelfs een ontstaanswijze van het beeld. Het verlangen van Boekraad naar de persoon van de auteur als oorzaak van het beeld wordt nog duidelijker wanneer hij spreekt over Bernard als de inventieve ontwerper die de acties heeft uitgevoerd waar het beeld het gevolg van is. Bovenstaand citaat getuigt van verschillende door de semiotiek onderscheiden makers: de tekenmaker, de veronderstelde maker en de auteur.

Van tekenmaker naar veronderstelde maker

Omdat aan de basis van sociale semiotiek de mens staat die zich uit wil drukken, die zijn visie op de wereld aan anderen over wil dragen, of op wil dringen, grondt de sociale semiotiek het teken in de tekenmaker. De ongemotiveerde relatie tussen het structuralistische tekenpaar: *tekendrager* en *tekenbegrip* wordt in de sociaal-semiotische theorie bekritiseerd. Tekens zijn niet ongemotiveerd. Zij komen voort uit de wil van de tekenmaker zich zo goed mogelijk uit te drukken. Communicatie start altijd met iemand die iets wil uitdrukken en daarvoor de middelen kiest die in zijn ogen en op basis van zijn competenties deze boodschap zo helder mogelijk uitdrukken. Ook al heeft een begaafd demagogische politicus in zijn politieke toespraken een groter arsenaal aan retorische middelen voorhanden dan een immigrant voor wie het Nederlands niet zijn moedertaal is, beiden gebruiken hun eigen middelen om tot een zo optimaal mogelijk resultaat te komen. Beiden willen zich niet alleen uitdrukken, maar in die uitdrukking ook zo goed mogelijk de ander bereiken. Wanneer Boekraad beschrijft hoe de ontwerper Pierre Bernard “woekert met de mogelijkheden die het letterbiljet biedt aan de inventieve ontwerper”, geeft hij daarmee aan dat de inventiviteit van de ontwerper verbonden is met de wijze waarop hij binnen de gegeven beperkingen zijn mogelijkheden zo optimaal mogelijk gebruikt. Controle over de poëtische constructie betekent een zo groot mogelijke controle over de aard van het betekenisvormingsproces. Wanneer communicatie macht wordt, staat de controle ook in het teken van het programmeren van de toeschouwer. We zagen in hoofdstuk 1 dat de oorsprong van de sociale semiotiek in de Bakhtin Cirkel ligt en dat er twee verschillende opvattingen liggen over communicatie die gekoppeld zijn aan de twee centrale figuren binnen de Bakhtin Cirkel, Valentin Voloshinov en Mikhail Bakhtin.

In de aan Voloshinov toegekende positie is communicatie macht uitoefenen over de ander. Het is dus voor de Voloshinoviaanse tekenmaker van belang dat hij zijn best doet. Hoe beter je erin slaagt jezelf uit te drukken, hoe groter de kans dat je je ideeën overgedragen krijgt. Communiceren is programmeren. In het geval van het ON Y VA-affiche betekent je goed uitdrukken dat je erin slaagt mensen vanuit een politieke context te bewegen naar het feest in Yvri te komen om verandering te bewerkstelligen. Deze macht gaat via de taal. Op het moment dat de constructie gereed is, is de rol van de tekenmaker uitgespeeld. Hij heeft geen enkele macht meer over de wijze waarop zijn in taal gevatte bedoelingen begrepen worden.

Voor de aan Bakhtin toegekende positie is communicatie de mogelijkheid van een intermenselijke ontmoeting tussen verschillende stemmen. Boekraad ziet het ON Y VA-beeld als een beeld waarin zowel de stem van de opdrachtgever als de stem van de maker aanwezig zijn. Hoe weet de kijker echter dat hij te maken heeft met een meerstemmig beeld? De werkelijkheid die vooraf is gegaan aan het beeld, is pas van belang in de semiosis voor zoverre deze gecommuniceerd wordt door het beeld. Zijn de beide stemmen hoorbaar in de uiting? “Men ziet aan het affiche niet dat het een verlegenheidsoplossing is”, schrijft Boekraad. Voor de kijker is de lif-tende Marx in het kleine plaatje in de rechter bovenhoek van het affiche het beeld waarmee hij de boodschap in een marxistisch daglicht stelt. Hij weet niet dat “het eerste voorstel van Grapus – een subculturele versie van Lenin – door de organisatie was afgewezen.”

In de semiosis zijn de compromissen waar het beeld het gevolg van is, niet van belang. Op het moment dat ik een beeld niet enkel meer beschouw als representatie maar als communicatie, dus zodra ik me in het betekenisvormingsproces op het communicatieve niveau bevind, ga ik ervan uit dat ‘iemand’ zijn uiterste best heeft gedaan om met het optimale gebruik van zijn middelen mij iets te vertellen. Deze ‘iemand’ is een vooronderstelling en geen persoon. Het betreft hier namelijk de basiscode van de communicatie. Als ik het beeld serieus neem als boodschap, beschouw ik de keuzes waar het beeld het gevolg van is als intentionele keuzes, als keuzes op grond waarvan ik de boodschap reconstrueer. Op het communicatieve niveau veronderstellen we een maker als oorzaak van dit beeld, als de optelsom van de keuzes waarvan dit beeld het gevolg. Wat wil degene die al deze keuzes gemaakt heeft mij daarmee zeggen? We hebben het hier niet over de fysieke maker, maar over een ‘veronderstelde maker’ die ten grondslag ligt aan het communicatieproces, zonder wie het beeld geen bedoeling kan hebben. De Italiaanse semioticus Umberto Eco schrijft in *De grenzen van de interpretatie* uit 1993:

En zie, op dit punt vallen de onderzoeken naar de intentie van de auteur en de intentie van het werk samen. Dat wil zeggen, ze vallen samen in die zin dat de (Model)auteur en het werk (als coherentie van de tekst) het virtuele punt zijn waarop de hypothese zich richt. (Eco 1993: 39)

Ook citeert Eco de Italiaanse schrijver Mauro Ferraresi die hiervoor het begrip: ‘liminale auteur’ of ‘auteur op de drempel’ heeft geïntroduceerd: “de drempel tussen de intentie van een bepaald menselijk wezen en de linguïstische intentie die uitgedragen wordt door een tekststrategie” (Eco 1993: 115). Ferraresi beschrijft de in het beeld voelbare ‘maker’, de maker als de grond van het beeld, als intentie tot communicatie. Want waarom zou ik een beeld serieus nemen, waarom zou ik proberen te zoeken naar de uitspraak van een beeld wanneer ik geen intentie veronderstel? Vaak genoeg worden we geconfronteerd met beelden die een associatieproces op gang brengen omdat zij andere beelden oproepen. Een beeld wordt

pas een betekenisvol geheel wanneer wij veronderstellen dat er een intentie achter zit. Door dit besef wordt het beeld niet enkel begrepen als een teken dat iets kan representeren, maar het wordt een poging tot doelbewuste communicatie.¹⁰¹ Deze intentie van het beeld heeft echter enkel recht van spreken in het beeld. De spreker heeft zijn stem afgestaan aan het beeld als ontwerp en functioneert enkel als veronderstelde maker op het niveau van de keuzes waar het beeld het gevolg van is. Om iedere associatie met een werkelijk persoon te vermijden spreek ik vanaf nu over de veronderstelde maakinstantie. Ook al kunnen we ons deze maakinstantie enkel antropomorf als ‘maker’ voorstellen, het gaat ons om zijn keuzes waar het beeld het gevolg van is, en niet om zijn bedoeling los van deze keuzes.

De herkenning van de auteur

In de sociale semiotiek kan de veronderstelde maakinstantie echter ook een invulling krijgen op basis van specifieke kenmerken in het beeld. Hij kan zichzelf kenbaar maken in het soort ingrepen waar het beeld een gevolg van is. In de wijze waarop het beeld het onderwerp verbeeldt en de kijker bespeelt, kan de *hand* van de maker gevonden worden. We spreken dan over de *stijl* van het beeld. We koppelen het beeld aan een werkelijke ontwerper die het beeld op zo’n wijze heeft gevisualiseerd dat de vormgeving naar hemzelf is gaan verwijzen. We hebben als kijker dan een groter bewustzijn van een werkelijke maker die werkelijke keuzes gemaakt heeft, dan wanneer deze stijl¹⁰² ontbreekt.

We spreken van iemands stijl wanneer we het beeld herkennen als iemands beeld op basis van een aantal formele aspecten. De herkenning van een stijl is dus gebaseerd op het kennen van de andere beelden van dezelfde ontwerper. Op haar website spreekt de ontwerper Annelys de Vet op deze wijze over een aantal beelden in het openbaar domein. “Verwijst het ontwerp met zijn schreefloze letter niet eerder naar het oeuvre van de ontwerpers dan naar de intenties van de Theatercompagnie?” schrijft ze over het affiche van Experimental Jetset. “Mijn eerste gedachte was: ‘Hé, dat is een affiche van Machine’”, schrijft ze over het affiche van ontwerp bureau Machine voor de tentoonstelling van Michel Majerus.¹⁰³ Blijkbaar herkent ze in het beeld een aantal stilistische kenmerken op grond waarvan ze het beeld herkent als een Machine-beeld. Ze brengt het beeld formeel in verband met andere beelden van Machine, beelden waarvan ze weet dat ze door Machine gemaakt zijn. Op grond van deze meta-iconiciteit labelt ze de beelden als Machine- beelden. Het zijn juist die onderdelen van het beeld die niet naar de boodschap verwijzen die in aanmerking komen voor de herkenning van de stijl. Blijkbaar bestaan er tekens die verwijzen naar de boodschap en tekens die verwijzen naar de stijl van de maker, en daarmee naar de maker. Het beeld zegt

101 Al die boeken die handelen over beeldanalyse, ideologiekritiek, al die boeken die de beeldtaal en haar grammatica willen doorgronden, hebben als uitgangspunt dat er een doelbewuste communicatie bestaat. Zij willen de kijker taalbewust maken, hem in laten zien dat de tekst een doelbewuste actualisering is van een systeem, dat een intentionele sturing van de kijker beoogd is.

102 Het begrip *stijl* komt van het Latijnse woord *stylus* en verwijst naar de geletterde wijze waarop een individu de pen hanteert. Stijl verwijst naar klasse, naar een hoogstaand gebruik van de taal. ‘Hij heeft stijl’ betekent ‘hij weet de taal op hoogstaande wijze te gebruiken’. We kennen dit begrip van stijl als indicatief voor scholen, periodes of onderwerpen uit bijvoorbeeld de schilderkunst, de architectuur, de interieurkunst etc. Het maakt het mogelijk verschillende uitingsvormen onder eenzelfde noemer te categoriseren. Zowel de kunstgeschiedenis als de literatuurgeschiedenis hebben zich het begrip toegeëigend als object van onderzoek. (Hodge & Kress 1988: 80)

103 <http://annelysdevet.nl/onderzoek/discussie> bezocht op 18 september 2008.

dus minder ‘Michel Majerus’ en meer ‘Machine’. Deze stilistische kenmerken zijn een vorm van wat de sociale semiotiek *metamarkers* noemt. Metamarkers zijn die aspecten van de tekst die niet te herleiden zijn tot de boodschap. (Hodge & Kress 1988: 79-82) Omdat voor de toeschouwer in een ontworpen beeld vanuit het idee van het beeld als veronderstelde intentie alles een reden moet hebben, zal hij het totaal aan metamarkers, dus alle aspecten van de boodschap die niet onmiddellijk verband houden met de boodschap ‘stijl’ noemen.

In de sociolinguïstiek heeft het begrip stijl daarbij ook de functie om de sociale status van de auteur zichtbaar te maken. Hodge & Kress (1988) verwijzen naar het werk van de sociolinguïst Labov voor wie stijl refereert aan een bepaalde variatie die in het taalgebruik mogelijk is en waarbinnen de keuze niet van belang is voor de inhoud van de boodschap, maar wel voor de sociale context van de uiting. In de gekozen stijl maakt de spreker zijn sociale positie kenbaar. Het begrip *stijl* heeft in die zin verwantschap met het concept *accent*. Net als de stijl kan het accent in het ‘gesprokene’ de sociale positie van de ‘spreker’ onthullen. Voor Voloshinov is dit begrip van belang omdat het onderscheid aanbrengt tussen verschillende sociale klassen. Het creëert verschil. Op dezelfde wijze hechten Hodge & Kress aan een derde concept waarin metamarkers zichtbaar worden: de *grammatica*.

In every language there is a small set of signifiers, which seem to serve primarily a ‘grammatical’ function, not a content function. (Hodge & Kress 1988: 81)

De grammaticale betekenaren hebben weinig inhoud, maar ze zijn daarbij wel onderworpen aan strikte regels. Denk aan het gebruik van lidwoorden. Het juiste gebruik van een taal laat zich dan ook aflezen aan het juiste gebruik van deze woorden. Het fout gebruiken van deze woorden tekent iemands buitenstaanderpositie ten aanzien van een taal. Net als stijl en accent zijn ze kenmerkend voor de sociale positie van de sprekers.

Zijn de begrippen *stijl*, *accent* en *grammatica* ook zinvol om de sociale positie van tekenmaker in beeld zichtbaar te maken? We kennen in het ontwerpen het opzettelijk slordige beeld dat zich distantieert van de bewuste poëtische constructie die het ontwerpen karakteriseert. Een dusdanig ontwerp wil zich niet laten verbinden met de mooie plaatjes van de reclame. Geen glimmende foto’s met heldere realistische kleuren, geen gebalanceerde compositie en dynamiek, maar slordige bijna handgeschreven letters, een rommelige beeldcompositie en ongelijksoortige beelden in eenzelfde frame. De sociale semiotiek heeft hiervoor de term *antitaal* ontwikkeld:

In an antilanguage, language exists primarily to create group identity and to assert group difference from a dominant group. (Hodge and Kress 1988: 87)

Dit is bijzonder goed zichtbaar in de antitaal graffiti waarin via een afwijkende stijl zichtbaar wordt dat de ontwerper zich sociaal onderscheidt van de andere beeldmakers. Ook in de ingrepen in het publieke domein door kunstenaars als Jeroen Jongeleen ^(afb. 7) zien we eenzelfde poging zich te onderscheiden van de gangbare beeldmakers door nadrukkelijk een ander type beeld te maken.

Ook veel van de beelden van Pierre Bernard bevatten antitaalkenmerken. Boekraad maakt ons in zijn analyse van het ON Y VA-affiche duidelijk hoe in het beeld tekens zijn aangebracht die verwijzen naar de linkse signatuur van het

ontwerpcollectief Grapus waar Bernard deel van is. Boekraad schrijft, zo zagen we: “Het toegevoegde handschrift geeft de boodschap een persoonlijk karakter. Het verwijst, net als de subculturele versie van Marx, naar de identiteit van Grapus, waarvan de signatuur linksonder is aangebracht.” (Boekraad 2006: 6) Het toegevoegde handschrift is, evenals de emulsie die met de hand is afgeschraapt, een metamarker. Voor de boodschap zijn ze niet van belang, wel voor de verwijzing naar de maker. Het handschrift is enigszins vergelijkbaar met de stem. Beide zijn indexicaal verbonden met de spreker c.q. schrijver als bron van het teken. Daarom spreekt Boekraad ook over *het persoonlijke karakter van het handschrift*. De hand is daarbij ook aanwezig in het wegkrassen van de letters. De liftende Marx zou door de kijker nog gedeeltelijk opgenomen kunnen worden in de boodschap: ‘naar Yvri gaan’ is deelnemen aan een linkse beweging. De signatuur is echter geen onderdeel van de boodschap. Het is een letterlijke symbolisering van de ontwerper. Wat bovendien ook niet vergeten moet worden: Boekraad kent het Grapus-collectief en hij kent de Grapus-beelden. Hij weet daardoor dat Grapus een links collectief is, dat het persoonlijke en het activistische hoog in het vaandel heeft staan. Daardoor kan hij het beeld verbinden met de werkelijke boodschapper. Hij herkent de tekens op basis van de kennis die hij heeft.

In de analyse van Hugues Boekraad van het ON Y VA-affiche van de ontwerper Pierre Bernard wordt overigens duidelijk dat Boekraad niet alleen op zoek is naar de wijze waarop het ontwerp de semiosis stuurt, maar ook naar de metamarkers die samen de ontwerper Bernard en zijn sociale positie onthullen. Boekraad wil niet alleen weten wat de boodschap van het affiche is, wat het te melden heeft over welk onderwerp, hij beschouwt het betekenisvormingsproces ook als een door *Pierre Bernard* in gang gezet proces. Het affiche vertelt hem iets over *Pierre Bernard* als ontwerper. De veronderstelde ontwerper is dus niet enkel de intentie van het beeld, niet enkel de maakinstantie die noodzakelijk is als vooronderstelling om de semiosis te activeren op communicatief niveau, de maakinstantie maakt zichzelf ook kenbaar in de wijze waarop hij het proces laat verlopen. De metamarkers maken het mogelijk om voorbij de veronderstelde maakinstantie ook een glimp van de auteur als figuur te krijgen.

De schrijver Boekraad doet daarbij echter nog iets. Hij is niet alleen degene die het affiche leest, en verslag doet van zijn leesproces; hij is ook degene die weet wat ontwerpen is. Hij bedient zich van de taal van de ontwerper. Hij kent de praktijk van het ontwerpen. En hij getuigt daarvan. Hij schrijft: “De boektypograaf rangschikt zwarte letters op een wit fond. De afficheontwerper laat op een zwarte achtergrond letters verschijnen als kleur.” Hiermee brengt hij als schrijver zelf metamarkers aan die zijn positie als schrijver onthullen. Boekraad zorgt ervoor dat de lezer zich ook een beeld vormt omtrent hemzelf als ‘kenner’. Hij identificeert zich in de analyse niet alleen met de kijker, tracht niet alleen zichtbaar te maken hoe de boodschap zich in de semiosis ontvouwt, hij identificeert zich ook met de context van de opdracht en maakt zichtbaar dat hij weet hoe het affiche tot stand is gekomen. Hij weet wat de kijker niet kan weten: het beeld is een ‘verlegenheidsoplossing’. Terwijl de vertrouweling van de ontwerper weet dat het beeld tweede keus is, behandelt de kijker het beeld als eerste keus van de ontwerper. De onwetende kijker kan niet anders.

De geïmpliceerde zender

Ik heb een onderscheid gemaakt tussen een maakinstantie als noodzakelijke vooronderstelling en de maker als zogenaamde werkelijke representant van een sociale groep aan wie een beeld op grond van zijn formele eigenschappen toegeschreven kan worden. De auteur is in het laatste geval een fysiek persoon met een naam. Enkel wanneer we hem als maker kennen, kunnen we het beeld aan de fysieke maker toeschrijven. Maar ook zonder dat we een beeld herkennen als een Grapus- of Pierre Bernard-beeld veronderstellen we een maker als instantie. De veronderstelde maker is degene die de semiosis op het communicatieve niveau veroorzaakt. Hij wordt in de structuralistische semiotiek de *enunciator* genoemd. Hij is de instantie die de *enunciatie* voltrekt. In het onderscheid tussen de *langue* en de *parole* is de *enunciatie* de overgang van het ene domein naar het andere. Of wellicht is het beter om te zeggen dat de *enunciator* in de semiosis zowel een onpersoonlijke maakinstantie kan blijven, de veronderstelde maakinstantie, als een soort van invulling kan krijgen waarmee via metamarkers het beeld van de fysieke auteur wordt opgeroepen. In het laatste geval spreken we niet over enunciatie maar over communicatie.¹⁰⁴

Tussen de *enunciator* en de toeschouwer bevindt zich een voor de dialoog belangrijke positie: het subject in de *enunciatie*. Deze figuur, die ook wel het personage wordt genoemd, kan de representant zijn van de auteur in de tekst. Christian Metz maakt een onderscheid tussen het subject van de *enunciatie*, welke mijn voorstelling van de auteur betreft, en het subject in de *enunciatie*, welke de plaatsvervanger van de auteur in beeld is. (Metz 1988: 54) In de literatuurgeschiedenis heet dit laatste personage de geïmpliceerde zender.¹⁰⁵ Net als de *enunciator* staat de geïmpliceerde zender tussen de werkelijke zender en de ontvanger. De geïmpliceerde zender is degene in de tekst die mij toespreekt. De 'ik' die u regelmatig tegenkomt in deze tekst, is de geïmpliceerde zender van de tekst. Het is de representant van de werkelijke zender. In de literatuur spreekt men over het verschil tussen de auteur en de verteller. De geïmpliceerde zender is de verteller, degene die in de tekst mij toespreekt.



Afbeelding 21 >
Beeldbijlage pagina 10

Over een tweede door Boekraad geanalyseerd affiche van Pierre Bernard (afb. 20) schrijft hij:

Een jongeman, gekleed in pullover en spijkerbroek, gaat gedeeltelijk achter twee tekstvelden schuil, het ene beschreven, het ander blanco. In zijn handen houdt hij een tekstballon met de woorden prenez la parole! In cursieve kapitalen geschreven met viltstift. (Boekraad 2006: 10)

De hier verbeelde jongeman richt het woord tot de kijker doordat hij het tekstbord aan de kijker aanbiedt. Tekst en ballon refereren aan hetzelfde. Een tekstballon tot je beschikking hebben, betekent dat de erin te schrijven woorden jouw woorden zijn. Het aanbieden van een dergelijke tekstballon betekent dus dat je

104 Wanneer de individualiteit van de maker in het betekenisproces wordt betrokken, maken we de overgang van de semiotiek naar de hermeneutiek. Dit wordt goed uitgelegd in het artikel 'Audiovisuele communicatie in het spel tussen betekenisvormgeving en interpretatie' van Kees Bakker (1999). Bakker maakt een onderscheid tussen het begrijpen (hermeneutiek) en het verklaren (semiotiek) welke in Ricoeurs algemene hermeneutiek een plek krijgen in de hermeneutische spiraal waarin begrijpen en verklaren elkaar nodig hebben.

105 Zie voor een overzicht van het onderzoek naar de aanwezigheid van de auteur in de tekst Umberto Eco. Volgens hem is de eerste die de term 'implied author' gebruikt: Wayne Booth in 'The rhetoric of fiction' uit 1961. (Eco 1993: 24-26)

iemand de gelegenheid geeft om het woord te nemen. Deze jongeman is de geïmpliceerde zender van de boodschap. Hij is de representant van de zender in beeld. Dat de afgebeelde jongeman Pierre Bernard is, doet alleen terzake voor de analyticus die de communicatie en niet de enunciatie bestudeert.

schema 4-1 Actanten van de communicatie (afb. 21)

Fysieke auteur (destinateur): Pierre Bernard/Grapus
Enunciator (maakinstantie, bron van het beeld): ontwerper die de persoon in het beeld heeft geplaatst, die er een tekstblok over heen heeft geplaatst en die de woorden <i>prenez la parole!</i> in het onderste tekstblok heeft geplaatst
Geïmpliceerde zender: (plaatsvervanger van de auteur in de tekst): de gefotografeerde jongeman die het tekstbordje ophoudt.
Geïmpliceerde ontvanger (plaatsvervanger van de ontvanger in de tekst): degene aan wie het bordje <i>prenez la parole</i> wordt aangeboden.
Enunciatair (kijkinstantie, doel van het beeld): degene tot wie het beeld als boodschap zich richt (geïmpliceerde kijker) en die de boodschap ontcijfert (ideale kijker).
Fysieke ontvanger (destinatair): bijvoorbeeld Anke Coumans/ Hugues Boekraad etc.

Het is eigen aan het genre van het publieke beeld dat het zich tot iedereen richt, of beter gezegd, dat het zich voor iedereen open stelt. Het publieke beeld is toegankelijk voor iedereen, wat niet wil zeggen dat de beelden voor iedereen hetzelfde betekenen. Met name in de associatieve beweging waartoe het beeld aanzet, worden de verschillende referentiekaders van verschillende kijkers duidelijk. Kennis bepaalt tot in hoge mate het betekenisvormingsproces. We spreken daarom van het verschil tussen de *enunciataire* en de werkelijke kijker. De *enunciataire* is de ideale kijker¹⁰⁶ van het beeld. Deze ideale kijker komt overeen met de kijker die de maker (al dan niet bewust) voor ogen had toen hij het beeld constitueerde. Hij wordt door de structuralistische analyticus geconstrueerd naar aanleiding van de codes in het beeld. De ontwerptheoreticus Sless zegt hierover:

We may imagine a designer as a tailor who bastions garments for people he does not know or about whom he has at best imperfect knowledge. The result is that the garments are made to the style and fit of imaginary persons who conform to the beliefs and expectations of the tailor. (Sless 1986: 189)

De werkelijke kijker is de kijker die het betekenisvormingsproces dat het gevolg is van de sturing van het beeld ook daadwerkelijk actualiseert. De werkelijke kijker komt nooit helemaal overeen met deze ideale kijker, aangezien hij/zij vanuit haar eigen kennis en overtuigingen weerstand kan bieden aan de sturing die van het beeld uitgaat. In de analytische activiteit is de analyticus geneigd als individuele kijker de plaats van de ideale kijker in te nemen om deze vervolgens te veralgemeniseren. (Metz 1988: 70-71) Zie ook mijn analyse van het Laboratorium-beeld in de inleiding. De geïmpliceerde kijker is mijns inziens weer een andere kijker. De

106 Eco spreekt over de Modellezer die “als hij geconfronteerd wordt met de lineaire manifestatie van de tekst, deze opvult met betekenis”. (Eco1993: 3) En over de Modelauteur’ als “degene die er, bij wijze van tekststrategie, naar streeft een bepaalde Modellezer te produceren.” (Ibid 1993:39)

geïmpliceerde kijker is de kijker die in het beeld opgenomen is. Het is de positie die het beeld aan de kijker in beeld aanbiedt. Het is dus degene aan wie het tekstbal-lonnetje wordt aangeboden. De geïmpliceerde kijker is de tegenspeler van het per-sonage. Hij is degene die wordt aangekeken en aangesproken. Hij is de plaatsver-vanger van de kijker in beeld. De ideale kijker is de kijker die zich volkomen heeft laten sturen door het beeld. Een sterk programmerend beeld, een beeld dat zich invoegt in de discursieve communicatiestructuur, kent eenduidig de te articuleren ideale toeschouwer.¹⁰⁷

De zender en de maker

Tot nu toe hebben we echter een belangrijk onderscheid onderbelicht gelaten: te weten, het onderscheid tussen de zender en de maker van het beeld. De zender van het beeld is degene namens wie de boodschap wordt gecommuniceerd. Hij is degene aan wie de uitkomst van de semiosis wordt toegekend. De maker van het beeld is degene die de keuzes heeft gemaakt op basis waarvan het beeld is ontstaan. Hij bepaalt de aard van de semiosis. Dit is van belang voor de disci-pline waarbinnen we het dialogische betekenisvormingsproces situeren. Grafisch ontwerpers werken in opdracht. Dat betekent dat zij de vertaler zijn van de bood-schap, niet degene aan wie de boodschap moet worden toegeschreven. Zij zijn de makers, niet de zenders. Zij maken het beeld namens de zender. Ontwerpers spreken niet namens henzelf, maar namens hun opdrachtgevers. Zij maken daarmee duidelijk dat er een onderscheid kan bestaan tussen de zender als bron en de maker als bron van de boodschap. Dit onderscheid bestaat niet in het spreken waarin de 'ik' die spreekt, die de woorden kiest, de volgorde bepaalt, de intonatie eraan toevoegt dezelfde is als de 'ik' die iets te zeggen heeft. Ik zeg iets namens mijzelf. In het dagelijkse spreken vallen zender en maker samen. In ont-werpproductie zijn het twee instanties en spreekt de een namens de ander. Het maakt bovendien duidelijk dat zender en maker zich op verschillende wijze tot de boodschap verhouden. De zender is degene aan wie de boodschap wordt toegeschreven. De maker is degene die de boodschap construeert. Hij is zicht-baar in de vorm van de boodschap. Daarom spreken we over een veronderstelde maakinstantie en een geïmpliceerde zender.

107 Het onderscheid tussen de ideale kijker en de werkelijke kijker vinden we ook terug in het begrip *negotiated reading*. Op basis van zijn referentiekader vertaalt iedere kijker het beeld gedeeltelijk naar zijn eigen context. (Hall 1993)

Schema 4-2 Actanten van de communicatie (afb. 22)

fysieke maker (destinateur): ontwerper Erwin Slegers fysieke zender: opdrachtgever (vermoedelijk Stichting De verontruste burger)
de veronderstelde maakinstantie: de bron van de ontwerpbeslissingen waar het beeld het gevolg van is.
geïmpliceerde zender (plaatsvervanger van de fysieke zender in de tekst): De verontruste burger
geïmpliceerde ontvanger (plaatsvervanger van de ontvanger in de tekst): degene die zich identificeert met de verontruste burger.
enunciataire (kijkinstantie, doel van het beeld): degene tot wie het beeld als boodschap zich richt (geïmpliceerde kijker) en degene die de boodschap ontcijfert (ideale kijker).
fysieke ontvanger (destinataire): degene die het beeld aanschouwt.



Afbeelding 22 >
Beeldbijlage pagina 10

In dit affiche van Erwin Slegers ^(afb. 22) is de ‘verontruste burger’ de geïmpliceerde zender van de boodschap. Aan hem wordt de oproep van het affiche toegeschreven. De maker echter is degene die verantwoordelijk is voor de wijze waarop de communicatie plaatsvindt. De maker is degene die via het beeld dat het resultaat is van zijn bewuste en onbewuste keuzes het betekenisvormingsproces van de toeschouwer beïnvloedt. Hij is echter als maker afwezig. Hij kan niet gerepresenteerd worden in het beeld. Hij is enkel aanwezig in zijn keuzes. Het volgende door Thonik ontworpen beeld maakt dit duidelijk. De geïmpliceerde zender van dit beeld, degene aan wie de boodschap toegeschreven wordt, is gerepresenteerd door het centrale beeld, en door de veelvuldig herhaalde afkorting SP in de hoofdttekst, en tweemaal – waarvan eenmaal vet – in de subtekst. De geïmpliceerde ontvanger is degene naar wie het geportretteerde personage (Jan Marijnissen) kijkt. Van de enunciataire wordt verwacht dat hij weet wat SP betekent, en dat hij weet wie de persoon centraal in beeld is.

Thonik is verantwoordelijk voor het ontwerp van het affiche. Dat de ontwerpers de naam van hun ‘bureau’ met het ontwerp hebben verbonden, weet ik uit andere teksten, alhoewel het beeld mij zeker een duidelijke aanwijzing geeft in de aankondiging van de ‘drie Thonik Design SP soepkommen’. Hierdoor krijgt de veronderstelde maakinstantie, die schuil gaat achter de keuzes waar het beeld het gevolg van is, een mogelijke naam. Deze keuzes veroorzaken een nadrukkelijke presentatie van de zender, met links en rechts van zijn hoofd de letters NU en SP. Hierdoor ontstaat er zelfs een soort kruis; de rode ‘tomaat’ wordt door het kader gehalveerd. Andere duidelijke keuzes zijn: de rechte, verticale ornamentloze rode letters, de blik van Marijnissen waarmee hij mij als geïmpliceerde kijker recht in de ogen kijkt, de houding van Marijnissen en de handeling die hij uitvoert. Hij eet soep uit een Thonik Design SP soepkom. Zo zie ik hoe de maakinstantie met de naam Thonik zichzelf aanwezig heeft willen stellen op het affiche door zichzelf te representeren als de maker van een visueel onderdeel van het affiche: de soepkom. ^(afb. 23)



Afbeelding 23 >
Beeldbijlage pagina 10

Door wie voel ik mij toegesproken via dit beeld? Door de opdrachtgever, de fysieke zender van dit beeld, de SP? Of door Jan Marijnissen, de geïmpliceerde zender in het beeld en het boegbeeld van de SP? Door de maakinstantie die verantwoordelijk is voor de wijze waarop het beeld eruitziet? Of door Thonik, het ontwerp bureau

waarvan ik weet dat ze met trots tekenen voor deze breed gewaardeerde campagne? Het is in ieder geval van belang een onderscheid te maken tussen door wie ik mij voel aangesproken, en op welke wijze ik word aangesproken. Voor het HOE tekent de veronderstelde maker, de optelsom van de keuzes waar het beeld het gevolg van is, die dankzij de soepkommen een naam heeft: Thonik. Voor de WIE tekent de opdrachtgever, gerepresenteerd in de woorden SP en gepersonaliseerd door de beeltenis van de lijsttrekker.

De stem is aanwezig in het spreken. De stem maakt dat het spreken aanwezig is in het gesprokene. Daarom is niets persoonlijker en in essentie dialogischer dan het spreken. In het ontwerpen echter leent de maker zijn stem uit aan de zender. In het affiche van de SP hebben de ontwerpers ervoor gezorgd dat ik aangesproken word door de geïmpliceerde zender van het beeld. Zij hebben ervoor gezorgd dat de zender op niet mis te verstane wijze aanwezig is, centraal in beeld, mij op ooghoogte aankijkend, alsof hij recht tegenover me staat. De enige manier voor de zender om als het beeld aanwezig te zijn en om als geïmpliceerde zender in contact te treden met de werkelijke kijker, is via een verbeeld personage dat in de camera kijkt.¹⁰⁸ Het is echter de hand van de maakintantie die als stem aanwezig is in het beeld. De vraag is echter wat de voorwaarden zijn, waardoor die stem figuurlijk gesproken hoorbaar wordt. Daarvoor begeef ik me nu naar het structuralistische onderscheid tussen *histoire* en *discours* waarin getracht wordt de vinger te leggen op de merktekens in de uiting die als zogenaamde ‘sporen van de enunciatie’ de spreker aanwezig stellen in de uiting.

Het discours en de sporen van de taaldaad

Emile Benveniste maakt het onderscheid tussen twee soorten uitingen: *discours* en *histoire*. In het *discours* vinden we de verankering van de uiting in een bron, in de *histoire* niet. In het *discours* is het sprekende subject aanwezig doordat de spreker ‘zijn positie als spreker aangeeft via specifieke aanwijzingen’. (Benveniste 1974: 82) In het uitspreken van de woorden als ‘ik en jij’, ‘hier en daar’ en ‘nu en straks’ wordt een verbinding gemaakt tussen de tekst en werkelijkheid van het ontstaan van de tekst. Maar hoe zegt een beeld ‘ik, hier en nu’?

De Kuyper & Poppe (1980: 88) spreken over “de sporen van de taaldaad”. Een *histoire*-uiting is een uiting waarin de sporen van de *enunciatie* ontbreken. De enunciatie is in de structuralistische semiotiek het concept waarmee het in tekst zetten wordt uitgedrukt. De enunciatie kan opgevat worden als het proces dat vooraf is gegaan aan de uiting. In een *discours*-uiting zijn de sporen van de *enunciatie* wel aanwezig. Het gaat daarbij om twee soorten sporen waarin de uiting verbonden kan worden met zijn bron: sporen die van de uiting een ‘ik richt me nu en hier tot jou’ – uiting maken, en sporen waarin de uiting laat zien dat zij het gevolg is van een enunciatie. Wanneer een beeld zichzelf als *enunciatie* zichtbaar maakt, maakt het duidelijk dat het beeld het gevolg is van een handeling. Het is dus in feite voldoende wanneer een beeld zichzelf kenbaar maakt als talige constructie. Wanneer de uiting zichzelf als constructie presenteert, roept hij als vanzelf een instantie op die deze constructie inzet ten behoeve van een boodschap

108 Francesco Casetti spreekt in zijn tekst ‘Les yeux dans les yeux’ van een enunciatieve configuratie die hij interpellatie noemt: een blik in de camera waarin ik en hij, wij kijken naar jou, die voorbestemd was om vervolgens te kijken. (Casetti geciteerd in Metz 1988) De maker van de fotografische afbeelding is de cameraman, hij is degene die de foto maakt. Hij is volkomen afwezig, hij kan alleen bedacht worden. Ik heb als kijker zijn plaats ingenomen en ik heb geleerd degene die mij aankijkt als boodschapper te identificeren.

die gecommuniceerd moet worden. De onderkenning van de constructie leidt automatisch tot de erkenning van de maakinstantie die ik de veronderstelde maakinstantie heb genoemd.

Er zijn dus beelden waarin de boodschapper indirect aanwezig is via sporen in de uiting, en beelden waarin de boodschapper afwezig is. Wanneer de mediatheoreticus Vilém Flusser spreekt over het gevaar van het conceptuele technische beeld, als een boodschap die de boodschapper maskeert, spreekt hij in eerste instantie over de fotografie. De fotograaf, hij die spreekt via een foto, is verdwenen achter het oog van de camera, het beeld is de voltrekking van het programma van de camera, de stem van de maker is verdwenen. Het beeld presenteert zich in de woorden van semioticus Emile Benveniste als *histoire*. Dit komt omdat het fotografische beeld geen ‘ik’, ‘hier’ en ‘nu’ kan zeggen. Hoe onthult een foto dan toch dat zij meer is dan een afdruk van een werkelijkheid, dat zij een visie is van de fotograaf, dat zij de werkelijkheid niet enkel representeert maar haar ook commentarieert? Hoe kan de stem van de fotograaf hoorbaar zijn in de keuzes waar het beeld het gevolg van is?

De in deel II besproken foto ^(afb. 17) van Lana Slezić verwijst zowel naar de gefotografeerde Afghaanse werkelijkheid¹⁰⁹ als naar het commentaar van de veronderstelde fotograaf op deze werkelijkheid. Niet alleen laat de foto een groep Afghaanse vrouwen zien zittend op een bankje in de zon. De foto geeft daarnaast ook commentaar op deze situatie door een tegenstelling in beeld te brengen tussen de gesluierde vrouwen links in beeld en de vrouw die haar sluier optilt en haar gezicht naar de zon wendt, rechts in beeld. De hand van de fotograaf is voelbaar in de in het beeld aanwezige tegenstelling: hierdoor wordt uitgedrukt hoe de drie in het blauw gesluierde vrouwen opgesloten zitten in een kader terwijl de in het wit geklede ongesluierde vrouw het kader uitkijkt. Het zijn dus de dominante formele eigenschappen van het beeld, die de hand van de fotograaf zichtbaar maken, en aanzetten tot een interpretatieproces. Volgens Kress & Van Leeuwen (1996) is de positie die een beeldelement heeft ten opzichte van het totale beeld veelzeggend. Datgene wat zich links in beeld bevindt, is bekend, een gegeven. Terwijl datgene wat rechts in beeld is, nieuw is. De foto zou dan laten zien dat Afghanistan zich beweegt naar een nieuwe, voor vrouwen vrijere en open samenleving.

Als in het *discours* de spreker zich kenbaar maakt, terwijl hij in de *histoire* afwezig is, als in het *discours* ‘ik’ me in de constructie van het beeld, in de sporen van de enunciatie, tot ‘jou’ richt en de ‘ik’ en de ‘jij’ in de *histoire* afwezig zijn doordat de sporen van de enunciatie niet aanwezig zijn, zegt de veronderstelde fotograaf via deze foto dan niet: ‘Ik, maker van deze foto, wil jou, kijker, via de wijze waarop ik de werkelijkheid toon (haar formeel heb bewerkt) met deze foto mijn mening geven over de wijze waarop de emancipatie voor vrouwen zich aan het ontwikkelen is in Afghanistan?’ Wat in ieder geval duidelijk wordt: de fotograaf wordt hier geacht zowel de maker van het beeld te zijn als de boodschapper (de zender). We kunnen dit beeld dus een *discours*-beeld noemen omdat de veronderstelde maakinstantie zichzelf als zender kenbaar maakt in de vormkeuzes van het beeld die haar commentaar zijn op het beeld.

109 Bijschrift foto op de website www.lanaslezic.com bezocht op 12 januari 2009: “On October 9th, 2004 the first democratic elections took place in Afghanistan giving women the right to vote and a glimpse of hope for the future. On Election Day just after they finished voting at a local high school in Kabul, these woman gathered to discuss the day event. Women’s rights and freedoms in one of the most oppressive societies are a core issue in the future development of Afghanistan.”

Je kunt een onderscheid maken tussen foto's die vooral de door Jacobson zo genoemde referentiële functie willen vervullen en waarin de boodschapper zijn formele sporen niet toevoegt, en foto's die een expressieve functie vervullen en waarin via een nadrukkelijk aanwezige vorm een becommentariërende stem hoorbaar is. In termen van Flusser zou het als volgt klinken: Wanneer de maakinstantie zijn wil aan het programma van de camera oplegt, maakt het beeld zichzelf als constructie kenbaar, en daarmee wordt het beeld iemands boodschap:

Beeld —→ sporen —→ veronderstelde maakinstantie —→ geïmpliceerde zender = boodschapper

Deze vorm, die verantwoordelijk is voor de interpretatie, is een verwijzing naar de veronderstelde maakinstantie als boodschapper. Wanneer het beeld zich niet als opdrachtbeeld presenteert (de afwezigheid van tekst in beeld is een van de tekens daarvoor), vallen zendinstantie en maakinstantie samen en wordt de boodschap van het beeld aan de veronderstelde maakinstantie als zendinstantie toegeschreven. Via de nadrukkelijke aanwezigheid van formele eigenschappen (de Sjklovskiaanse 'moeilijke vorm') die toe te schrijven zijn aan de veronderstelde fotograaf, verwijst de foto als boodschap naar de boodschapper van het beeld. Daarmee ontstaat er een scheiding tussen de gerepresenteerde werkelijkheid en de visie van de fotograaf op deze werkelijkheid. Ontbreken de sporen, dan onderscheidt het beeld zich niet ten opzichte van de gerepresenteerde werkelijkheid. Het is dus zaak dat de kijker de formele aspecten waarin het beeld zich als beeld kenbaar maakt, erkent. En juist daar zit het probleem.

Bewust betekenisvol handelen

We zagen in hoofdstuk 2 hoe Rudolf Arnheim het verschil tussen beeld en werkelijkheid situeert in de aanwezigheid van balans en dynamiek. Een beeld dat gebalanceerd is en een beweging in zijn totaliteit in een moment weet te verbeelden, is een gecomponeerd beeld. Hierdoor onderscheidt het zich van de wijze waarop de blik de werkelijkheid waarneemt. Dit veronderstelt dat de ontvanger beeld en werkelijkheid niet door elkaar haalt en de eigenschappen van het beeld weet los te koppelen van de eigenschappen van de werkelijkheid. Hij moet vorm als vorm weten te herkennen. Hij moet de toevoegingen van de apparaten kunnen onderkennen als door een maker bewust ingezette toevoegingen. De formele eigenschappen moeten *zo nadrukkelijk* aanwezig zijn, dat de kijker ze niet toeschrijft aan het apparaat maar aan de veronderstelde maker van het beeld. Het problematische van het beeld is dat ook de nadrukkelijke formele kwaliteiten na verloop van tijd niet meer bewust waargenomen worden, waardoor het beeld niet meer bewust als beeld wordt herkend terwijl de boodschap wel wordt geïnterpreteerd. Of zoals Flusser het zegt: het maskeert zijn conceptualiteit.

Iedereen weet dat de vrouw op het Hunkemöller-affiche geen echte vrouw is, maar een gefotoshopt beeld van een vrouw. Toch gedragen we ons alsof het een nastrevenswaardige werkelijkheid is. Het beeld kent de formele eigenschappen van balans en dynamiek en toch behandelen we het beeld niet als een visie, maar als werkelijkheid. We loochenen dus het beeld als beeld. Octave Mannoni (1969) heeft deze loochening omschreven voor de narratieve fictiefilm: 'Ik weet best dat het niet echt is, maar ik doe toch alsof het echt is'. De toeschouwer weet dat de gebeurtenissen en de figuren naar wie hij kijkt niet echt zijn. Daartegenover staat dat de fictiefilm een fictionele werkelijkheid schept waar de toeschouwer wel in kan geloven.

De toeschouwer kan dus vergeten dat het maar film is en doen alsof het werkelijkheid is. De houding van de filmkijker is er een van 'Ik weet best, maar toch ...' En in dat 'maar toch...' loochent de filmkijker het beeld als enkel beeld en ervaart hij het als werkelijkheid. Dit is de verlokking van het imaginaire van film. Heel even vergeet de toeschouwer zichzelf en neemt hij een plaats in de fictionele wereld in die de beelden hem voorspiegelen.

De narratieve fictiefilm is gebaseerd op de loochening van het *discours* ten behoeve van de *histoire*. Zo functioneren ook veel beelden in de openbare ruimte. We weten best dat een dusdanige slanke rimpelloze vlekjesloze vrouw niet bestaat, maar toch geloven we erin. We ervaren de beelden niet als constructies, maar als ideale, onbemiddelde werkelijkheden. Wanneer wordt een beeld dan wel als *discours* ervaren? Zijn er ook mensen die de foto van de Afghaanse vrouwen als *histoire* beschouwen? Wanneer zijn de sporen van de maker niet over het hoofd te zien en erkennen we het bemiddelde voluit, zonder het te loochenen?

We hebben hier te maken met een lastig fenomeen dat enkel op te lossen is vanuit het Peirceaanse onderscheid tussen het bewuste en niet-bewuste of voorbewuste betekenisvormingsproces waar we ook al in deel I mee gewerkt hebben in verband met het Sjklovskiaanse fenomeen vervreemding.¹¹⁰ Van Driel spreekt in dit verband over *vanzelfsprekend betekenisvol handelen* wanneer we niet-bewust of voorbewust reageren en inspelen op wat er om ons heen gebeurt en over *bewust betekenisvol handelen* wanneer een intrigerend, de gewoonte of overtuiging doorbrekend, verschijnsel ons aanzet tot het bewuste interpretatieproces van abductie, deductie en inductie. (Van Driel 1993: 27-43) Wanneer John Berger schrijft dat we de inwerking van al die boodschappen in het openbaar domein nauwelijks meer opmerken (Berger 1972: 130), dan heeft hij het over het niet-bewuste betekenisvolle handelen. Pas wanneer de communicatie 'anders' is, pas wanneer er iets vreemds gebeurt, gaan we bewust betekenisvol handelen. Pas wanneer het beeld niet onmiddellijk samenvalt met de beelden die we gewoon zijn, krijgt een beeld onze aandacht en realiseren we dat het beeld een constructie is, een be-middel-ing. Pas wanneer we het beeld niet onmiddellijk kunnen interpreteren, beseffen we dat interpreteren een taalhandeling is, dat achter het enoncé een intentionele *enunciatie* schuilgaat.

Het is niet zozeer de afwijking van de werkelijkheid maar de afwijking van het als normaal ervaren beeld waardoor het beeld bewust als constructie wordt ervaren. Het programmatische van de fotocamera werkt een eenvormig en dus onbewust te interpreteren 'als normaal ervaren' beeld in de hand. Hoe meer een beeld zich weet te onderscheiden van de gangbare beelden, des te meer de beelden als *discours* beelden aanzetten tot een bewust betekenisvormingsproces. Hoe meer de beelden lijken op de beelden die we al kennen, des te meer de beelden als *histoire* als vanzelf geïnterpreteerd worden. Hiervoor is het van belang dat de fotograaf zich actief opstelt ten aanzien van de camera en het programmatische weet te overstijgen, waardoor zijn stem door het programmatische gewoontevormende heentrekt. Er zijn telkens weer nieuwe strategieën nodig om de toeschouwer wakker te schudden uit zijn loochenende houding. Ook het dialogische is vanuit het perspectief van de hoorbare stem een dynamisch gegeven. Steeds opnieuw moet de maker manieren verzinnen om zijn stem zo krachtig te verheffen opdat de toeschouwer zich

110 Zie ook deel I waar de attentiewaarde van vervreemding besproken werd, en deel II waar de Peirceaanse theorie besproken werd.

niet tegenover een beeld maar tegenover een zich tot uitdrukking brengende stem bevindt.

Daarbij doet zich nog een probleem voor. Niet iedereen heeft hetzelfde beeldende refentiekader. Dit wordt met name duidelijk in het zogenaamde met opzet amateuristisch uitziende beeld dat zich nadrukkelijk richt tot de kijker die begrijpt dat de merktekens van de enunciatie met opzet niet verwijderd zijn. Dit zijn in feite beelden waarin niet alleen het proces van totstandkoming nog af te lezen is aan het beeld, maar waarin ook keuzes zijn gemaakt die de overdracht van de boodschap niet ten goede komen. Wanneer de sociale semiotiek spreekt over een maker die met de mogelijkheden die hij heeft een boodschap zo goed mogelijk probeert over te dragen, dan toont het amateuristische beeld een maakinstantie met weinig kennis van zaken: geen vakman, maar een liefhebber. Een voorbeeld van een dergelijk beeld is het affiche van TCH&M, voor een Meet 'n Greet in Vlaardingen ^(afb. 24).



Afbeelding 24 >

Beeldbijlage pagina 11

In de ogen van de ontwerper is het een on-ontworpen, slecht ontworpen of amateuristisch beeld omdat de professionele controle lijkt te ontbreken. Geen enkele zijn vak serieus nemende ontwerper ontwerpt een affiche als optelsom van tekstblokken in verschillende typografieën. Ontwerpers brengen hiërarchie aan in de informatie, dit beeld kent weinig hiërarchie. Ontwerpers brengen eenheid aan in de vorm, dit beeld is een optelsom van vorm. Ontwerpers zoeken een inhoudelijke motivatie voor de vormkeuzes, deze ontbreekt hier totaal. Ontwerpers brengen alleen zinvolle elementen aan, in dit beeld zitten veel overbodige details. De blik weet op basis van de formele sturing niet waar te beginnen, of het zou bij het gezicht van Prem Radhakishun moeten zijn dat je recht aankijkt als een Indiase goeroe. Voor de naïeve toeschouwers is het een beeld dat zij zelf gemaakt hadden kunnen hebben, voor de ingewijde toeschouwers is het beeld een knipoog van ontwerper naar ontwerper. Enkel zij die weten wat ontwerpen is, begrijpen dat het hier gaat om een intentioneel niet-ontwerpen. In het tonen van het proces laat dit antitalige beeld zien dat de codes van het ontwerpen met opzet zijn overtreden. De vorm van het beeld past goed bij de inhoud. Van het volk, voor het volk.

Dit beeld krijgt bovendien alleen zijn betekenis bij de gratie van een beeldcultuur vol ontworpen beelden. Het ontleent zijn vreemdheid aan de overdaad aan gewoon geworden beelden. De mate waarin de communicatieve intentie bewust ervaren wordt, heeft deels te maken met de modaliteiten van het beeld. Maar anderzijds ook met de toeschouwer die zich al dan niet bewust is van deze sporen. Of de werkelijke toeschouwer de sporen interpreteert, heeft te maken met zijn ervaring in het lezen van beeld, zijn bereidheid tot ontmaskering en de mate waarin de sporen duidelijke tekens in een beeld zijn. Hoe duidelijker deze tekens aanwezig zijn des te meer onderscheidt een beeld zich van op de werkelijkheid gelijkende beelden. Hoe minder een beeld naar de werkelijkheid verwijst, hoe meer een beeld een stem heeft waarmee het naar een veronderstelde maakinstantie. Hoe meer een beeld 'ik' zegt, hoe duidelijker het zich onderscheidt van een als normaal ervaren beeld. De afwijking van het beeld met het normale beeld wordt in de volgende paragraaf doorgezet en beschouwd vanuit de tweede door Bakhtin voorgestelde eigenschap van het dialogische: de botsing.

De stem en de expressieve functie van de communicatie

Ik heb in paragraaf 4.1 antwoord gegeven op de twee subvragen die ik aan het einde van deel I heb gesteld. De eerste subvraag luidde:

Omdat het programmatische verbonden is met de miskennen van de maakinstantie, zouden we vanuit de functies van Jacobson kunnen stellen dat het dialogische publieke beeld wellicht gebaat is bij een herwaardering van de expressieve functie. Wat is de relatie tussen het dialogisch betekenisvormingsproces en de expressieve functie van de communicatie?

In de Sjkovskiaanse ‘moeilijke vorm’ van het beeld ligt de causale connectie met de maakinstantie van het beeld en daarmee met de expressieve functie van het beeld. In de vorm van het beeld, in zijn uiterlijke verschijning is de enunciatie aanwezig waarmee het beeld zich kan onttrekken aan het analoge samenvallen met de werkelijkheid die verbeeld wordt.

De tweede vraag:

De moeilijke vorm doet in ieder geval één ding: ze doorbreekt de magische werking van het beeld doordat de analogie tussen beeld en werkelijkheid wordt doorbroken. Het is de vraag of de moeilijke vorm wellicht de maker van het beeld aanwezig zal kunnen stellen, en daarmee een dialogische semiosis kan veroorzaken.

wordt daarmee bevestigend beantwoord. Omdat de moeilijke vorm verbonden is met de manier waarop het beeld in de dialoog ‘ik vind’ kan zeggen, ligt hierin de connectie tussen de expressieve functie en het dialogische betekenisvormingsproces. De belangrijkste vraag is daarmee nog niet beantwoord: wat is een moeilijke vorm en hoe kan deze moeilijke vorm het beeld verbinden met de maker? En belangrijker nog: met welke maker wordt het beeld in de semiosis verbonden? Ik heb in deze paragraaf een aantal structuralistisch semiotische en sociaal-semiotische auteursconcepten onderzocht die op een of andere wijze de maker aanwezig stellen in het beeld: de *tekenmaker*, de *veronderstelde maker*, de *geïmpliceerde maker*, waarbij ook de begrippen *stijl*, *grammatica*, *accent* en *antitaal* aan de orde komen. Al deze begrippen kunnen beschouwd worden als een nadere invulling van de *expressieve* functie van Jacobson en als manieren waarop de maker via zijn ‘stem’ aanwezig kan zijn in het beeld. De vraag is echter wanneer deze stem hoorbaar is en wanneer niet? De structuralistische semiotiek kent hiervoor het begrip *discours* en *histoire* waarin een onderscheid wordt gemaakt tussen een uiting waarin de ‘ik’ van de tekst aanwezig is (hoorbaar is) en een uiting waarin de ‘ik’ van de tekst afwezig is (onhoorbaar is). De *discours*-ervaring is de ervaring van de constructie van het beeld waar op indexicale wijze een maker mee verbonden wordt. In het *discours* zijn we ‘de moeilijke vorm’ van Sjklovsky weer tegengekomen. Deze *discours*-ervaring leidt tot een bewust betekenisvormingsproces waarin ik me afvraag: Wat wil de ‘ik’ van de tekst mij zeggen?

In het tweede deel van dit hoofdstuk ga ik in op een tweede aspect van het publieke beeld: het publieke beeld communiceert in de openbare ruimte. Waar in eerste paragraaf de relatie van beeld met maker wordt geproblematiseerd, wordt in het tweede deel de relatie van het beeld met zijn omgeving geproblematiseerd. De overeenkomst tussen beide paragrafen ligt in de wijze waarop in de dialogische semiosis een relatie gelegd kan worden tussen het beeld met datgene dat buiten beeld is: maker en context. Hoe meer de spreker zich in zijn spreken onttrekt aan het programmatische, hoe meer het beeld een dialoog aan kan gaan met

zijn context. In het tweede deel wordt ingegaan op het specifieke karakter van de context van het publieke beeld: de openbare ruimte. Hoe ontstaat er in de openbare ruimte een dialogisch betekenisvormingsproces? Wat is de consequentie van het 'ik' zeggen voor het functioneren van het publieke beeld? Wat gebeurt er met de openbare ruimte wanneer een publiek beeld erin slaagt in het betekenisvormingsproces van de kijker 'ik' te zeggen?

4.2

De botsing met het discours

Everything in society can turn into a source and a space for conflict: even a shopping mall, even the media, and, what an extravagant idea, even the parliament. The most darkened 'back room' can turn into a public space as soon as it opens its doors, letting the light of conflict shine in. Marchart¹¹¹

In de inleiding van dit hoofdstuk werd de inzet duidelijk: te onderzoeken wat de mogelijkheid is van een door het publieke beeld veroorzaakte dialogische communicatie. Deze communicatie is van belang om de door Flusser beschreven disbalans tussen de discursieve en dialogische communicatie te herstellen. Dit is een ingewikkelde opgave aangezien de disbalans voortkomt uit een aantal in deel I door Vilém Flusser geanalyseerde eigenschappen van het technische beeld. Omdat het technische beeld noch verankerd is in de werkelijkheid, noch in een bron, krijgt het technische beeld de status van gewenste werkelijkheid. Het beeld toont de mens hoe zijn werkelijkheid eruit zou moeten zien.

Het herstel van deze balans kan plaatsvinden wanneer het publieke beeld binnen de semiosis erin slaagt opnieuw verankerd te raken in de maakinstantie waar het causaal mee verbonden is en in de werkelijkheid waar het beeld een uitspraak over doet. In de vorige paragraaf heb ik de verankering in de maker besproken via de ervaring van het beeld als constructie in het bewuste betekenisvormingsproces. In deze paragraaf bespreek ik de verankering van het dialogische beeld in de communicatieve context van het hier en nu. Zoals ik in de inleiding van dit hoofdstuk heb aangegeven volg ik de twee criteria van Bakhtin die eigen zijn aan de dialogische benadering. In de eerste paragraaf was dat het horen van de stem, in deze paragraaf is dat de botsing die tot ontwikkeling aanzet, de botsing die dynamiseert. Vanuit het concept van de botsing onderzoek ik hoe het beeld als publiek beeld, dus als beeld dat zich in de openbare ruimte ophoudt, een dialoog kan veroorzaken. Hoe kan een publiek beeld in de semiosis de toeschouwer duidelijk maken dat er ergens iets over gevonden wordt: een perspectief bieden dat vraagt om een reactie? Deze paragraaf gaat over de noodzakelijke relatie van het beeld met zijn context om als dialogisch beeld een toeschouwer te bewegen en aan te zetten tot het formuleren van zijn eigen perspectief.

Object van onderzoek is niet het technische beeld, maar het publieke beeld van het grafisch ontwerpen als zijnde het technische beeld in de openbare ruimte. Terwijl de vorige paragraaf over de problematiek van het technische beeld ging, beschrijf ik in dit hoofdstuk de specificiteit van het technische beeld in de openbare ruimte. Juist via het dialogische beeld van de grafisch ontwerper kan de toeschouwer in gesprek gaan met zijn context. Wanneer het beeld botst met het bekende (de gangbare opvattingen, de ideologie, het heersende discours, het kennisregime) kan een beeld als dialogisch beeld aanzetten tot nieuwe betekenissen. In een door Hans Teerds in een artikel uit het tijdschrift *Oase* geciteerde uitspraak van Hannah Arendt (1906-1975) klinkt dit als volgt:

111 Dit citaat komt uit het essay *Media Darkness Reflections on Public Space, Light and Conflict* (2004) <http://debates.nl/indexe3d4.html?520+582+5111> bezocht op 15 september 2008.

Slechts waar dingen door velen worden gezien in een verscheidenheid van aspecten zonder van karakter te veranderen, zodat zij die zich met deze dingen bezighouden weten dat zij hetzelfde zien, hoezeer verschillend zij het ook mogen zien, kan de werkelijkheid van de wereld haar ware en betrouwbare gestalte geven. (Arendt in Teerds 2008: 18)

De argumentatie voor deze bewering vindt plaats in vier stappen. Eerst werk ik de specifieke semiotische relatie uit van het publieke beeld van het grafisch ontwerpen met de actuele context van het hier en nu, en geef ik aan wat binnen deze relatie *het onderwerp* is en wat het belang is van *het onderwerp* voor de dialogische semiosis. Ik laat, verwijzend naar Umberto Eco's *De grenzen van de interpretatie*, zien hoe naast de aanwezigheid van de zender in het beeld ook het onderwerp de semiosis verankert in de werkelijkheid en daardoor richting geeft aan de semiosis. Vervolgens laat ik – via het door Kress in de lijn van Bakhtin uitgewerkte begrip *intertekstualiteit* – zien hoe publieke beelden in een dialogische semiosis in gesprek zijn met elkaar en met het actuele discours. In de derde stap beargumenteer ik aan de hand van de begrippen *denotatie en connotatie* van Roland Barthes dat dit in gesprek zijn een kwestie is van 'botsen' zoals Bakhtin dit beschreef. Ten slotte laat ik aan de hand van Chantal Mouffe zien wat de consequentie is van de dialoog voor de openbare ruimte: de fysieke openbare ruimte wordt een *publiek domein*.

Het actuele onderwerp

Ik heb in deel I aan de hand van de theorieën van Vilém Flusser en Walter Benjamin laten zien hoe de reproductietechnieken het mogelijk maken dat een veelvoud aan gereproduceerde 'technische' beelden het originele beeld vervangen. Terwijl het originele beeld de mensen vraagt zich naar het beeld te bewegen om het te kunnen aanschouwen, komen de gereproduceerde beelden naar de mensen toe. Zij nestelen zich in de omgeving van de mensen en gaan daar een relatie mee aan. De fysieke plaats en de culturele omgeving van de communicatie op een bepaald moment bepalen mede de wijze waarop de semiosis van het technische beeld zich voltrekt. "Designers are connected to the existing order that's the reality and you have to deal with it" aldus een citaat van Jan van Toorn. (Poynor 2008: 22) In dit citaat wijst Van Toorn zowel op de actuele maatschappelijke werkelijkheid waarbinnen de semiosis plaatsvindt, als op de feitelijke nabijheid van het gecommuniceerde onderwerp waarover gecommuniceerd wordt in het publieke beeld. Wanneer er bekendheid wordt gegeven aan een bepaalde voorstelling, in een bepaalde stad, ligt het in de verwachting dat die voorstelling ook in die stad bezocht kan worden in de nabijgelegen toekomst. De partijpolitieke campagnes zijn verbonden met de op handen zijnde partijpolitieke verkiezingen. De bijbehorende affiches roepen op te gaan stemmen op een bepaalde dag op een bepaalde plaats op een bepaalde partij. Het publieke beeld informeert ons over een bepaalde gebeurtenis die op handen is of verleidt ons producten van een bepaald merk aan te schaffen.

We zagen in deel I hoe de referentiële functie van het teken zijn representerende functie is: het beeld kan het afwezige aanwezig stellen. Kress & Van Leeuwen (1996) spreken over de *ideational metafunction* waarin het beeld kan verwijzen naar de wereld buiten de tekens. (Kress & Van Leeuwen 1996: 40) In de referentiële functie van het beeld ligt de bemiddelende semiotische functie van het publieke beeld. Flusser en Peirce spreken over het teken als bemiddelaar tussen de mens en de wereld om hem heen. Het is deze functie die het technische beeld

is kwijtgeraakt in de discursieve communicatiestructuur. Wanneer het beeld ons informeert over onze directe leefomgeving, kan het de toeschouwer helpen zich te oriënteren en zijn positie te zoeken ten aanzien van de wereld om hem heen. Ten behoeve van deze bemiddelende functie in het dialogische is de relatie tussen dat beeld en de nabije referent van belang. Hoe legt het beeld de relatie met de nabije en actuele referent: het onderwerp?

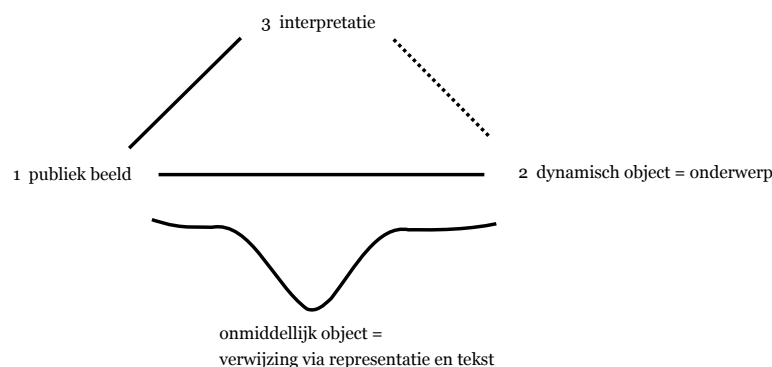
Om deze vraag te beantwoorden is het Peirceaanse onderscheid tussen het onmiddellijke object en het dynamische object van belang. De referent uit de driehoek van Peirce (zie deel II) bestaat uit twee aspecten: het onmiddellijke object en het dynamische object.

Peirce beschrijft dit onderscheid als volgt:

Namely we have to distinguish the Immediate Object, which is the object as the Sign itself represents it, and whose Being is thus dependant upon the representation of it in the Sign, from the Dynamical Object, which is the Reality which by some means contrives to determine the Sign to its Representation. (Peirce geciteerd door Van Driel 1993: 61)

Het dynamische object is de werkelijkheid waarover we al kennis hebben en waarover we nog kennis kunnen verkrijgen. In het eerste geval is deze kennis verkregen doordat het werkelijke object heeft aangezet tot tekenvorming. In het tweede geval heeft het werkelijke object de mogelijkheid via tekens aanwezig gesteld te worden. Het onmiddellijke object is het object zoals het zich via het teken aan ons openbaart. Het teken geeft in het onmiddellijke object een aanwijzing voor het dynamische object. Het onmiddellijke object is dus de noodzakelijke tussenschakel tussen beeld en werkelijkheid. Hoe meer aanwijzingen in het onmiddellijke object, hoe duidelijker het is wat de actualiteit is, waar het beeld zich toe verhoudt.

Schema 4-3 Het onmiddellijke en het dynamische object



Het onmiddellijke object van een affiche is het onderwerp (en de veronderstelde ontwerpopdracht) voor zover gerepresenteerd door het teken. Het dynamische object is de werkelijkheid 'hors-texte', de werkelijkheid waarvan een deel gerepresenteerd wordt door het onmiddellijke object, de representaties op het affiche. Het onmiddellijke object is op twee wijzen aanwezig in het affiche: als beeld en als tekst. De tekst is daarbij het teken dat de meest duidelijke verwijzing geeft naar het dynamische object omdat het een verankerende kracht heeft en naam, plaats en tijd kan benoemen. Wanneer een affiche duidelijk wil maken waar het over gaat,

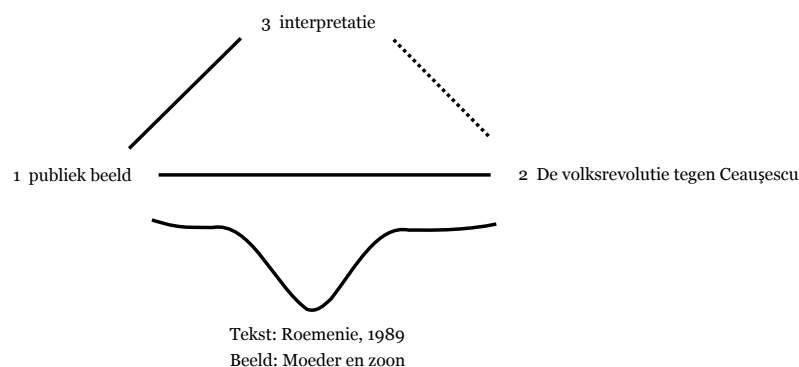


Afbeelding 25 >
Beeldbijlage pagina 11

maakt het gebruik van de verhelderingen die de tekst kan geven in de vorm van een benoeming.

In het affiche van de ontwerper Petr Pocs uit 1989 met de titel *Hommage a Romania* (afb. 25) verwijst het onmiddellijke object in tekst en beeld indirect naar het dynamische object. Het is de titel die daarbij het duidelijkst is. De werkelijkheid waar het beeld naar verwijst, is de werkelijkheid van het Roemenië uit 1989. Het beeld geeft via het onmiddellijke object van Maria (als moeder) en Jezus (als zoon) een hint over het dynamische object: de moeders en de zonen van Roemenië van 1989. Samen zouden ze bij de welingelichte toeschouwer tot de conclusie kunnen leiden dat het onderwerp, de werkelijkheid waar het beeld kennis over geeft, de revolutie uit 1989 is.

Schema 4-4 Hommage a Romania (afb. 25)



Afbeelding 26 >
Beeldbijlage pagina 11

Voor het beeld hiernaast is dat lastiger. Op de website van Anthon Beeke treffen we het in de categorie politiek aan. Het laat zien hoe iemand met een ziekenhuiswit gewaad aan zich injecteert met een 'potloodspuit'. Om de arm knelt een rood-witblauwe band om de aderen zichtbaar te maken. Het beeld kent geen tekst en geen datum, waardoor we niet weten waarover het beeld een uitspraak doet. Is de democratie een zieke patiënt die zich via de verkiezingen injecteert voor vier jaar? Helpt de uitslag van de verkiezingen Nederland aan de heroïne? (afb. 26)

Zonder onderwerp wordt de semiosis stuurloos. Het publieke beeld geeft daarom ten behoeve van een heldere communicatie in tekst aan wat zijn referent is. De naam van het onderwerp (een product, voorstelling, politieke partij, etc.) staat duidelijk aangegeven. Het onderwerp wordt via de tekst in het verbindende beeld verankerd. Ontbreekt deze informatie, dan zien we hoe dat beeld vaak niet te duiden is omdat het niet duidelijk is wat het onderwerp van het beeld is en welke uitspraak het doet. Omdat het publieke beeld in het openbaar domein in het hier en nu communiceert, is de actualiteit prominent aanwezig in het referentiekader van de toeschouwer. Dit vergemakkelijkt de communicatie, maar schept ook verwachtingen. De toeschouwer verwacht dat de referent, het dynamische object, nabij is.

Het Roemeniëbeeld is een beeld dat niet bedoeld is om in het Nederland van 2009 iets te vertellen over de revolutie, het is bedoeld om te communiceren ten tijde van de actualiteit van het onderwerp. Het leunt daarom niet op de actuele maar op de historische kennis van de toeschouwer. Enkel zij die weten wat er in 1989 in Roemenië gebeurde, kunnen het onderwerp vinden: de omverwerping van

het Ceaușescu-bewind. Het beeld *De Jas* uit het vorige hoofdstuk ^(afb. 22) is bedoeld om in het Nederland van 2006 te communiceren. In dat Nederland speelt de kwestie van het harde asielbeleid van minister Verdonk. Het beeld van de patiënt met de ‘potloodspuit’ van Beeke kent geen heldere aanwijzingen, geen aan de actualiteit van de toeschouwer verbonden context en geen fysieke context waaruit de referent is af te leiden. Als voorbeeld van een heldere fysieke context verwijst ik naar het functioneren van de visuele columns van Gorilla in de *Volkskrant*. De omgeving van de columns maken duidelijk wat de referent is. Of beter gezegd: de context geeft aanwijzingen waar het beeld naar verwijst. Staat er informatie over de oorlog tussen Israël en de Palestijnen, dan kunnen die tezamen met het beeld aanleiding geven tot het formuleren van de werkelijkheid waar het beeld een uitspraak over doet. Ontbreekt die context, zoals op de website van Anthon Beeke, dan slaagt de toeschouwer er vaak niet in de werkelijkheid te formuleren. De actualiteit ligt achter ons en de fysieke context ontbreekt.

In het begin van deze paragraaf heb ik zichtbaar gemaakt dat een beeld verbonden kan worden met een indexicale bron via de zichtbare constructie. Pas wanneer een toeschouwer een beeld als constructie ervaart, dus als iets dat gemaakt is, ervaart hij dat het beeld een boodschap is die een bron heeft. Dit inzicht is noodzakelijk voor de overgang in de semiosis van het referentiële naar het communicatieve niveau omdat deze gebaseerd is op het bewustzijn van een te ontcijferen boodschap. Op dat moment damt de kijker zijn eigen associatieketen in en richt hij zich op de consistentie van de tekst die hij verbindt aan een intentie. Deze indaming van de vele associaties die een ‘tekst’ kan oproepen wordt door Umberto Eco bediscussieerd in *De grenzen van de interpretatie*¹¹² (Eco 1993: 28-43). De ongebreidelde interpretatie is volgens hem het gevolg van de afwezigheid van zowel de referent (in de zin van dynamisch object) als de destinateur (de werkelijke zender) voor de interpretatie. Naar beide moet de interpretator raden op basis van aanwijzingen in de tekst.

Beide begrenzingsen zijn van belang voor de dialogische communicatie van het publieke beeld. Wanneer een beeld als intentie ervaren wordt, wordt de constructie van het beeld maatgevend voor de eerste begrenzing. De toeschouwer gebruikt het beeld niet ten behoeve van zijn eigen associatieproces maar probeert te begrijpen wat er bedoeld is.¹¹³ Het beeld wordt daarmee gegrond in de veronderstelde maker die een vingerwijzing is naar de werkelijke maker zoals het onmiddellijke object een vingerwijzing is naar de werkelijkheid in het dynamische object. De tweede begrenzing wordt in het geval van het publieke beeld in de openbare ruimte bepaald door de nabije referent, het aanwezige onderwerp van de dialogische semiosis van het publieke beeld. In het publieke beeld is het teken in gesprek met de nabije referent.

112 Eco begint zijn boek met een fragment uit een boek uit 1941 waarin de schrijver John Wilkins het verhaal vertelt van een indianenslaaf die met een begeleidende brief een mand vijgen moest bezorgen. Doordat de brief verwees naar de aanwezigheid van de vijgen in de mand was de referent het teken nabij en de uitspraak controleerbaar. Omdat de zender en het onderwerp grenzen stellen, kunnen zij een almaar uitdijende betekenisproductie tot de orde roepen.

113 Het door Eco besproken onderscheid tussen een beeld gebruiken en een beeld interpreteren (Eco 1993: 37-38), is te herleiden tot het onderscheid tussen het referentiële niveau waarop het beeld het associatievermogen van de toeschouwer mobiliseert en het communicatieve niveau als het niveau waarop de toeschouwer het beeld als een intentie tegemoet treedt.

Ik zou overigens liever spreken over de gerichtheid van de semiosis dan van de begrenzing van een almaar maar uitdijende betekenisproductie omdat voor mij een impliciete communicatie expliciet gemaakt moet worden om een dialoog mogelijk te maken. Hieraan dragen zowel de herkomst van de boodschap bij als het heldere object van de communicatie: iemand vindt iets en er is een onderwerp waarover een uitspraak wordt gedaan. Simpel gezegd, er kan pas een zinvolle uitwisseling van perspectieven in de dialoog plaatsvinden wanneer op zijn minst duidelijk is waarover gesproken wordt. In de communicatie van het publieke beeld in de openbare ruimte is dit duidelijke onderwerp daarbij een fysiek nabij of actueel onderwerp.

Intertekstualiteit als dialoog

De omgeving waarin het beeld geplaatst is, heeft invloed op het betekenisvormingsproces waartoe het beeld aanzet. Niet alleen omdat de toeschouwer de referent nabij verwacht, maar ook omdat er een intertekstueel interferentieproces plaatsvindt tussen beeld en context. Over het algemeen heeft de ontwerper geen controle over de plaats van de overdracht. Hij weet dat zijn beelden in het onrustige publieke domein te midden van vele andere visuele prikkels, in verkeersrumoer, tussen winkels en in treinhallen moet kunnen communiceren of op een billboard ver boven de massa, maar hij kan meestal niet bepalen waar dat is en hij kan in die zin ook niet spelen met die ruimte. Het werk kan op een muur moeten concurreren met andere affiches, maar het kan ook een geïsoleerde en beschermde positie innemen in de overal geplaatste abri's. Hetzelfde geldt voor de plaats en ruimte die het in tijdschriften en kranten krijgt. Ook daar wordt het beeld omringd door andere boodschappen en is het de centrale plaats van de boodschap die de boodschap autoriteit en legitimiteit geeft.

Deze relatie tussen het beeld en zijn fysieke omgeving is op de affiches van Laboratorivm voor het Holland Festival van 1990^(afb. 27) en op de affiches voor Amnesty International^(afb. 28) van hetzelfde jaar onderdeel van de afbeelding geworden. De Holland Festival-affiches laten buitenruimtes zien die door de kijker worden geassocieerd met zuidelijke (Zuid-Amerikaanse) landen. In deze straatbeelden is het affiche van het Holland Festival als een typografische afbeelding geplaatst. De aanwezigheid van het affiche in de buitenruimte is zo realistisch mogelijk verbeeld. Het affiche is slordig op een slordige muur geplakt waarmee de indexicale handeling van het plakken zelf aanwezig wordt gesteld.



Afbeelding 27 >
Beeldbijlage pagina 12



Afbeelding 28 >
Beeldbijlage pagina 12

De affiches van Amnesty International geven het beeld van een beeld achter de abri. De afbeelding in de abri loopt door in de ruimte om de abri waardoor een beeld dat geassocieerd wordt met 'ver weg' in de hedendaagse context van de toeschouwer wordt geplaatst. Zowel het affiche-in-context-beeld van Laboratorivm voor het Holland Festival van 1999 en het abri-beeld voor Amnesty International verbeelden de onmacht van de ontwerper om de fysieke ruimte buiten het beeld te controleren, en nemen als een knipoog naar die beperking die fysieke ruimte in de verbeelding op. Het Holland Festival-beeld probeert de omgeving van het beeld te verplaatsen naar de omgeving in het beeld. Hiermee wordt het 'hier' van het beeld een 'daar', waarmee daar weer naar hier wordt gehaald. In het beeld van Amnesty International wordt de ellende van 'daar' naar de wereld van 'hier' verplaatst.

Beide beelden zijn onderdeel van een serie vergelijkbare beelden. De Holland Festival-serie toont steeds andere straatbeelden met hetzelfde affiche in beeld. De Amnesty International serie toont in ieder affiche een shockerende

gebeurtenis die we niet in ons straatbeeld verwachten: een vrouw die wordt gemarteld, een uitgehongerd kind, en sluipschutter, een kindsoldaat etc. Via het ontwerpen van seriebeelden kan het referentiekader van de toeschouwer beïnvloed worden. We spraken in het derde hoofdstuk op het referentiële niveau al over de beïnvloeding die plaatsvindt tussen twee beelden op hetzelfde affiche. De zwaan beïnvloedde de betekenisruimte van de boot en de boot had invloed op de associaties waartoe de zwaan aanzet. In de relatie tussen deze beelden heeft de ontwerper de hand gehad omdat hij ze formeel bij elkaar geplaatst heeft. Zoals er in een beeld een interferentieproces optreedt tussen de verschillende beeldelementen, zo kan er ook een interferentieproces plaatsvinden tussen twee verschillende beelden. Steeds meer affichemakers zijn zich hiervan bewust en proberen dit proces tussen beelden in de openbare ruimte te beïnvloeden. Zij ontwerpen niet een beeld dat verveelvoudigd wordt, maar kiezen in plaats daarvan voor de verveelvoudiging van een variatie aan beelden die vanwege hun zintuiglijke overeenkomsten door de toeschouwer met elkaar in verband worden gebracht. De eenvoudige wijze waarop via de digitale productietechnieken wijzigingen aangebracht kunnen worden in beelden, maakt deze nieuwe communicatiestrategie mogelijk. Tegen de achtergrond van een beeldcultuur waarin het de gewoonte is een beeld te vermenigvuldigen, wordt het in de seriebeelden voor de toeschouwer duidelijk dat beeldcommunicatie een strategische activiteit is.

Niet alleen het beeld maar ook de interactie tussen de beelden wordt als intentie ervaren. Wanneer een toeschouwer ontdekt dat twee beelden in het openbaar domein bij elkaar horen, zal hij op zoek gaan naar de overeenkomsten en verschillen in inhoud en betekenis. Uitgangspunt is steeds de visuele overeenkomst tussen de beelden die de toeschouwer op het spoor zet van de interferentie. Vervolgens zoekt hij de wijze waarop de beelden tot elkaar te relateren zijn. Meestal zien we dat de beelden via de tekst naar eenzelfde werkelijkheid verwijzen (het onderwerp) en dat zij een vergelijkbare interpretatie van dit onderwerp geven.

Laboratorivm heeft meerdere series voor het Holland Festival gemaakt waarin de seriebeelden variaties vormen op eenzelfde thema. Voor de afficheserie voor het Holland Festival van 2000 ^(afb. 29) ontwierp Laboratorivm een serie beelden waarin ieder affiche een connectie maakt tussen de dirigenten, musici en choreografen van het festival met een voetballer in de wedstrijd op de televisie.

Niet alleen herkennen we het beeld van de voetballer, ook herkennen we het televisiebeeld waarin ons de figuur van een voetballer wordt getoond. We zien de spelers niet in de actie, maar tussen de acties in de momenten dat de wedstrijd stil ligt. De serie sloot aan bij de actualiteit van het Europees Kampioenschap dat tegelijkertijd in Nederland en België werd gehouden. De status van de speler wordt metaforisch overgedragen op de hoofdrolspelers van het Holland Festival. De hoofdrolspelers van het Holland Festival als voetballers. Hiermee wordt voetbal als volksvermaak bij uitstek (met de televisie als het ideale medium) verbonden met de elitaire aangelegenheid die het Holland Festival is. Alleen al door zijn beeldtaal spreekt het beeld van deze affiches een groter publiek aan dan het traditionele cultureel hoogstaande publiek van het Holland Festival. Terwijl de affiches verschillende aspecten van het Holland Festival via de verschillende personages in beeld denoteren, is de uitspraak over deze aspecten steeds dezelfde doordat zij alle verbonden worden met het televisiebeeld van de voetballer in een wedstrijd.

Net als in het *oude vrouw-jonge-vrouw*-beeld uit de inleiding van het proefschrift ^(afb. 1), maakt het beeld van de voetballer een vragende verbinding met



Afbeelding 29 >

Beeldbijlage pagina 12

de soort van kunst die het Holland Festival programmeert: hoogstaand, elitair. In het beeld van de oude vrouw met het jonge meisjeshoofd wordt de vraag naar vernieuwing gesteld, in het beeld van de voetbalspeler de vraag naar het elitaire van kunst. Beide voorbeelden laten zien hoe de semiosis wordt gevoed door de relatie tussen het onderwerp: de kunst van het Holland Festival en een bekend beeld: de kunsthistorische pose en het herkenbare televisiebeeld.

De verhouding tussen beeldelementen binnen een affiche en de verhouding tussen verschillende beelden in de publieke ruimte is enkel een kwestie van schaalvergroting. We spreken wezenlijk over hetzelfde cognitieve proces van associatie waar het beeld een beroep op doet. Beelden worden omringd door andere beelden en in deze beeldende context krijgt een beeld zijn betekenis. Door de overeenkomst tussen de beelden wordt de toeschouwer gevraagd het al geziene beeld in verband te brengen met het beeld dat hij nu voor ogen heeft.

Maar ook wanneer deze beelden niet onmiddellijk aanwijsbaar zijn in de fysieke publieke ruimte, maar wel deel uitmaken van ons referentiekader is er sprake van een interferentieproces en dus van een dialoog tussen het beeld dat mijn oog binnenkomt en de beelden die ik reeds gezien heb. In beide gevallen vindt interferentie plaats doordat de toeschouwer een verband legt. We zagen dat in het Laboratorium-beeld ^(afb. 1) waarin het beeld van de naakte oude vrouw met het hoofd van een jonge vrouw een iconische relatie aanging met de ons bekende schilderpose. In het voetbalvoorbeeld ^(afb. 29) vindt beide plaats. De beelden verwijzen vanwege de formele overeenkomst naar elkaar en de beelden verwijzen ook op basis van hun formele overeenkomst naar een ander beeld dat naar alle waarschijnlijkheid aanwezig is in het referentiekader van de toeschouwer van 2000. Het voetbalbeeld is sowieso een bekend beeld in Nederland, zijn actualiteit is verhoogd vanwege de aanwezigheid van het kampioenschap in 2000. Deze interferentie tussen beelden wordt in de semiotiek *intertekstualiteit* genoemd.

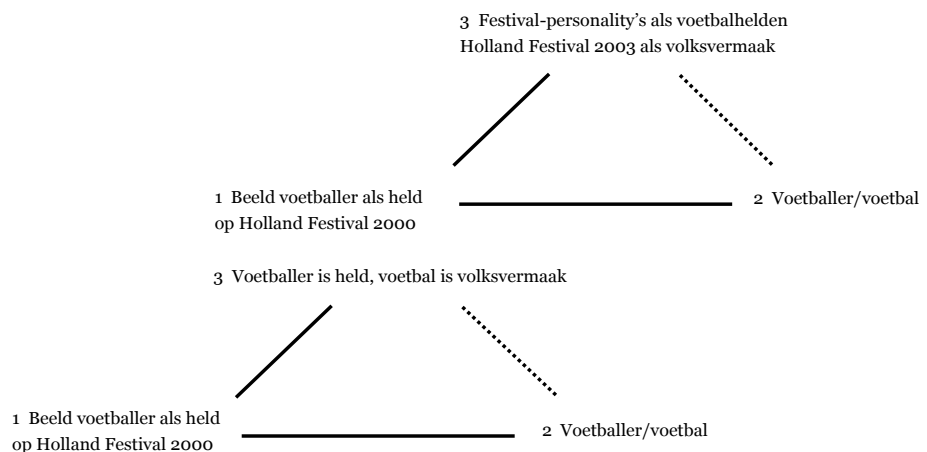
De intertekstualiteit van het beeld, de relatie met andere beelden, bepaalt samen met de actualiteit van de referent de specificiteit van het betekenisvormingsproces van het in de openbare ruimte functionerende publieke beeld. Het begrip intertekstualiteit heeft binnen de structuralistische semiotiek voor veel verwarring gezorgd. Hoe kunnen de 'teksten' die afzonderlijke realisaties van een systeem zijn, na hun realisering met elkaar in verband worden gebracht wanneer er geen buiten-tekst bestaat? Volgens Günther Kress heeft deze verwarring te maken met de veronderstelling van de dominante structuralistische semiotiek dat een tekst (parole) de actualisatie is van een systeem (langue), waardoor 'de tekst' in oorsprong geïsoleerd is. (Kress 2000: 133) Kress noemt dit model van de structuralistische semiotiek het 'building block model'. Een tekst wordt van onderuit opgebouwd van smallere naar grotere onderdelen. Wanneer we naderhand moeten bedenken hoe die tekens met elkaar in verband kunnen staan, ontstaat er een probleem. In de sociale semiotiek is de intertekstualiteit opgenomen in het tekenproces zelf.¹¹⁴ In de sociale semiotiek kan dit gebeuren doordat men een ander veel dynamischer model van tekstactualisatie hanteert: het *weaving-model*. In dit model is iedere tekst in principe de interpretatie van een andere tekst. Wanneer de tekst al in haar

114 T.Todorov (1982: 95-99) maakt op heldere wijze duidelijk hoe het dialogische van Bakhtin aanleiding geeft voor de intertekstuele relatie tussen teksten.

oorsprong gerelateerd wordt aan een andere tekst waar het de interpretatie van is, is intertekstualiteit een onproblematisch begrip. Iedere tekst is opgebouwd uit tekens die we al kennen. Iedere tekst is op die manier verbonden met al die andere teksten waarin datzelfde teken gebruikt is. Op deze wijze ontstaat er een netwerk aan teksten die met elkaar verbonden zijn.¹¹⁵

In het boek *Literacy in the new media age* (2003) plaatst Kress het begrip intertekstualiteit in het maakproces zelf. Iedere tekst is een gearticuleerde interpretatie van een andere tekst. Interpretatie is een naar binnen gerichte activiteit. Articulatie is een naar buiten gerichte activiteit. In de articulatie ontstaat de tekst. De interpretatie ligt er echter altijd aan ten grondslag.¹¹⁶ We kunnen hetzelfde idee van intertekstualiteit terugvinden in de Peirceaanse notie van de oneindige semiosis als een keten. De interpretant wordt in het maakproces het teken voor een volgend interpretatieproces. Op deze wijze kan een publiek beeld beschouwd worden als de interpretatie van een ander beeld. Het beeld van de voetballende Holland Festival-helden is letterlijk een interpretatie van het voetbalbeeld zoals we dat van de televisie kennen; het beeld van de naakte oude vrouw met het jonge meisjeshoofd is een interpretatie van het kunsthistorische beeld. In het geval van het voetbalbeeld van het Holland Festival van 2000 (afb. 28)¹¹⁷ ziet dat er dan als volgt uit:

Schema 4-5 Holland Festival 2003 (afb. 29)



De intertekstualiteit maakt duidelijk dat een beeld geen interpretatie is van de werkelijkheid maar een interpretatie van een ander beeld. Waar bevindt zich dan die werkelijkheid waarover we op dialogische wijze kennis willen verkrijgen? Hoe wordt de semiosis iets anders dan een duizelingwekkend proces van op elkaar reagerende en naar elkaar verwijzende beelden? Hoe kunnen we het dan toch nog ergens over hebben? We hebben al gezien dat het onmiddellijk object de fingerwijzing is naar de werkelijkheid waar het beeld een uitspraak over doet. Hoe sterker

115 The latter theory assumes from the beginning that I use materials which I have encountered before, which bear the meanings of their social context, to weave a new text which, because it is woven from 'material of other texts, everywhere and always connects with those other texts. (Kress 2000: 134)

116 Zie ook Coumans (2004).

echter de intertekstuele verwijzing, hoe zwakker de relatie van het beeld met de werkelijkheid. In hun verwijzing van tekens naar de werkelijkheid worden de tekens omringd door andere tekens die zich tot hetzelfde dynamische object verhouden. Hiervoor is het begrip *discours* van belang.

In dit hoofdstuk is een andere opvatting van het concept *discours* van belang dan we in het vorige hoofdstuk hanteerden.¹¹⁷ Het sociaal semiotische *discours* is datgene dat de tekst overstijgt en hem op intertekstuele wijze inbedt. “Text is only a trace of discourse, frozen en preserved”, schrijven Hodge & Kress. (1988: 12) Zij maken hiermee een onderscheid tussen het zichtbare teken en het discours als het intertekstuele weefsel aan andere tekens dat de inbedding vormt van het te analyseren teken. De overgang van tekstanalyse naar discoursanalyse is een overgang van de analyse van het beeld in zijn isolement naar de analyse van het beeld in relatie tot de tekens die het omringen. Waar de tekst (het publiek beeld) het onmiddellijke object betekent en via dit object een vingerwijzing geeft naar het dynamische object, daar betekent het discours als het totaal aan dynamische objecten het tot dusver betekende dynamische object. Het discours is het geheel aan intertekstueel met elkaar in verband staande tekens die via hun onmiddellijke objecten met elkaar verwijzen naar hetzelfde dynamische object waar we inzicht in proberen te krijgen. Daarom spreken we ook altijd over het discours rondom een onderwerp, bijvoorbeeld het discours met betrekking tot de multiculturele samenleving of het discours betreffende de asielkwestie. Terwijl de intertekstualiteit in de vorige paragraaf de interpretatie van een ander teken accentueert, accentueert de intertekstualiteit binnen de context van het discours het geheel aan betekenissen omtrent eenzelfde dynamisch object. De relatie tussen tekst en discours is de relatie tussen de betekenissen van het ene teken tegenover het totaal aan betekenissen.

Dit is van belang voor de dialogische semiosis. In de dialogische semiosis zet het beeld zich via de representatie van het onmiddellijke object in de interpretatie uiteen met de actuele discussie (het discours) rondom een bepaald onderwerp in de zin van dynamisch object. Dialogisch ontwerpen wordt daarmee niet alleen een kwestie van in gesprek zijn met de toeschouwer maar ook een kwestie van in gesprek zijn met het discours rondom een bepaald onderwerp. Het door ontwerp bureau zeventien07 (Erwin Slegers) ontworpen *Jas*-beeld dat in 2006 in de openbare ruimte aangebracht werd, is nauw verbonden is met het discours van dat moment omtrent de uitwijzing van asielzoekers.^(afb. 30)



Afbeelding 30 >
Beeldbijlage pagina 13

Het asielbeleid van minister Verdonk is het Peirceaanse dynamische object. Dit beleid werd in die tijd uitgebreid in de media besproken. Het geheel aan betekenissen aangaande dit beleid is het actuele discours waar het affiche zich toe verhoudt via de representatie van de achtergebleven jas die als een index verwijst naar het onmiddellijk object van dit beeld: de uitgewezen asielzoeker. In het licht van dit actuele discours krijgt het affiche een specifieke zeggingskracht. Het beeld vraagt mij de verbinding tussen jas en asielzoeker te betekenen in de context van het uitzetbeleid. De jas is wat de asielzoeker niet meer nodig heeft wanneer hij het

117 Paragraaf 4.1 ging over het discours van Benveniste: het structuralistisch semiotische *discours* als een tekstuele eenheid waarin de sporen van de maker aanwijsbaar zijn geplaatst tegenover de *histoire*-verschijning van het teken waarin deze sporen afwezig zijn. De discoursmanifestatie van het publieke beeld is, zo zagen we, het beeld als het zichtbare resultaat van formele keuzes; het beeld als constructie, als organisatie.

land moet verlaten. De jas verwijst naar het koude Nederland. De rode streep kan pas een relatie aangaan met de doorgestreepte dossiers van de uitgeprocedeerde asielzoekers, en het uitwissen van hun stem wanneer het beeld in verband wordt gebracht met het actuele discours waar het beeld een aanvullende blik op biedt.

Niet alleen is het dynamische object nabij (zoals het dynamisch object in de vorm van een theater in het theateraffiche nabij is), ook is het discours aanwezig en nabij. Via het onmiddellijk object dat een beeld kan zijn, zoals in het geval van het beeld van de voetballer, zet het onmiddellijke teken zich indirect uiteen met het discours rondom het dynamische object, bijvoorbeeld de hoogstaande kunst van het Holland Festival. Dit object is reeds betekend in vele teksten en beelden die samen het discours rondom de hoogstaande kunst betekenen. Het teken zet zichzelf uiteen met dit discours. Voor de dialogische semiosis is van belang op welke wijze het teken zich met dit discours uiteenzet. Pas als er sprake is van een botsing, is er sprake van een dialoog.

De botsing in de dialoog

Om te begrijpen hoe het publieke beeld onderdeel kan zijn van de dynamiek binnen een cultuur en hoe het een rol in het maatschappelijk debat kan vervullen, is het onderscheid tussen de begrippen *denotatie* en *connotatie* van belang. Denotatie is volgens Roland Barthes (1970)¹¹⁸ de letterlijke, onmiddellijke, onbetwistbare, naar het object verwijzende betekenis van een teken. De verbeelde voetballer verwijst naar de werkelijke voetballer in het veld. Deze denotatie heeft het vermogen om indirect allerlei overdrachtelijke inhouden op te roepen die verwant zijn met de denotatieve inhoud. De voetballer gaat nu verwijzen naar de heldendom van het volk, een heldendom die in principe toegankelijk is voor iedereen, naar alles wat onze cultuur op dit moment verbindt aan de status van de voetballer. Connotatie is de betekenis die zich vormt op basis van de denotatie. Connotatie is de associatieve, indirecte, ideologische betekenis van een teken.¹¹⁹ Stuart Hall herleidt het onderscheid tussen denotatie en connotatie tot de werkzaamheid van de culturele codes die voor ons allen de relatie tussen teken en interpretatie reguleren. In de denotatie wordt de code zo vanzelfsprekend gehanteerd dat het lijkt alsof er een natuurlijke relatie bestaat tussen teken en interpretatie. De voetballer is een volksheld, voetbal is volksvermaak. Het Holland Festival staat voor elitaire kunst. In de connotatie is de code minder ingesleten waardoor zij nog zichtbaar is. Wat is de relatie tussen elitaire kunst en volksvermaak? Kan een operaregisseur een volksheld zijn? Staat het ouder wordende lichaam voor vergankelijkheid? Is het ouder wordende lichaam een lichaam dat schaamte oproept?

De begrippen denotatie en connotatie maken duidelijk waar in een bepaalde cultuur op een bepaald moment geen verschil van mening over bestaat en wat nog niet algemeen ingeburgerd is. Dat betekent dus dat de connotatieve betekenis van een teken op een gegeven moment zo ingesleten kan raken dat het een denotatieve betekenis is geworden. Enkel in een statische (totalitaire) cultuur waarin de ideologie over Nederlanderschap door al haar burgers geaccepteerd is, kan een inburgeringcursus een probleemloos gegeven zijn. Een cultuur die in

118 Zie ook hoofdstuk 2.2

119 The connotative levels of signifiers have a close communication with culture, knowledge, history, and it is through them so to speak, that the environmental world invades the linguistic and semantic system. (Barthes in Hall 1993:98)

onderhandeling is over het begrip ‘Nederlanderschap’ kent verschillende connotaties toe aan dit begrip. De hele inburgering als een directief gegeven miskent de dynamiek tussen connotatie en denotatie die een cultuur levend houdt.

De denotatieve betekenis van een beeld zoeken, staat gelijk aan een beeldbeschrijving waarover iedereen het eens is. De denotatie wordt aanvaard door mensen met eenzelfde (sub)culturele achtergrond. Connotatie is het spannende gebied tussen het cultureel onbetwistbare en het persoonlijke, tussen wat ‘Nederlanderschap’ is en wat het voor mij is. In de connotatie is de toeschouwer in gesprek met de ruimte die het teken biedt. Hall noemt dit ‘negotiated reading’. Deze vorm van lezen kan alleen bestaan wanneer er connotatieve ruimte is in de betekenis van een tekst. Hall spreekt over ‘polysemic value.’¹²⁰

But its connotative level, though also bound, is more open, subject to more active transformations, which exploit its polysemic values. (Hall 1993: 513)

Tekens die eenduidig zijn, zijn in de dialogische semiosis niet interessant. Ze zijn hoogstens functioneel, zoals een goede gebruiksaanwijzing functioneel is. Tekens die alles kunnen betekenen zijn ook niet interessant. Hall noemt ze pluralistisch. Enkel de connotatieve tekens zijn interessant omdat hun betekenis nog betwist kan worden. Connotatieve tekens zijn energetische tekens. Peirce zou ze *seconds* noemen.¹²¹ Het zijn contextafhankelijke tekens waarvan de meerduidigheid ingeperkt kan worden door de context waarin ze verschijnen en door de toeschouwer die ze interpreteert.

Het Peirceaanse symbool, de icoon en de Peirceaanse index kunnen alle zowel denotatief als connotatief functioneren. Het christelijke kruis, het hart, het vraagteken, de vredesduif, het zijn voorbeelden van denotatieve symbolen die in onze cultuur eenduidig zijn geworden. De wonden van de vluchteling, de voetafdruk, rook, het zijn indexen die in onze cultuur in iedere context hetzelfde betekenen. Het onbetwistbare herkenbare fotografische beeld is het iconisch denotatieve teken bij uitstek. Voor de dialoog is de connotatieve werking van het teken interessanter dan de denotatieve werking omdat in connotatie het teken in onderhandeling is met het gangbare discours. In het connotatieve beeld (of in de connotatieve ruimte waartoe het beeld in de semiosis aanleiding geeft), ontstaat er in de toeschouwer een dialoog tussen het teken en de cultuur (het discours). Er ontstaat anders gezegd: een dialogische semiosis waarin de kijker in gesprek gaat met zijn eigen culturele referentiekader om binnen de context waarin het teken gebruikt wordt aan het teken nieuwe betekenissen te geven.

De sociale semiotiek beschouwt deze connotatieve dialoog tussen beeld en ideologie, in navolging van Voloshinov, als een machtsstrijd die plaatsvindt tussen de boodschap en de ideologie van dat moment. De heersende ideologie is zichtbaar in de regelsystemen rondom de communicatie. De dialogische boodschap is in gevecht met deze systemen. Hoe meer de boodschap zich voegt in deze systemen des te monologischer de boodschap is. Hoe meer de boodschap in durft te gaan tegen de systemen, des te dialogischer de boodschap.

120 Zie voor het verschil tussen monosemische en polysemische tekens Bertin (1970).

121 Zie hoofdstuk 2.3

In een monologische tekst vindt er een vereenzelviging plaats tussen de ideologie van een bepaald moment en de inschrijving van de boodschap in die ideologie. (Hodge & Kress 1988: 83)¹²² Het monologische beeld onderdrukt het verschil. Omdat voor Voloshinov de taal in wezen dialogisch is omdat er altijd sprake is van elkaar betwistende stemmen, is de monologische uiting een poging deze strijd te verdonkermanen. Wanneer de overheid beelden in het openbare domein hangt waarin de angst voor het terrorisme en voor alles wat ‘vreemd’ is wordt bevestigd ^(afb. 31), brengt zij een monologisch beeld in de openbare ruimte. De stem in de samenleving die deze angst niet onderschrijft wordt verdrukt. De tegenactie op een dusdanig monologisch beeld ^(afb. 6) zet de dialogische dynamiek weer in gang.

In een dialogische uiting staan de krachten op gespannen voet met elkaar. De stickeractie van *Beperkt Houdbaar*, alsmede de wijziging die is aangebracht op het affiche van de overheid toont ‘de site of competing voices and competing interest’. Het nieuwe beeld is de uitkomst van het krachtenveld tussen twee verschillende stemmen en belangen. Flusser spreekt over een synthetisch beeld.

Het onderscheid tussen het monologische beeld en het dialogische beeld vinden we terug in de onderscheiding van de ontwerper en schrijver Jan Van Toorn in *Design Delight*. (2006: 31) Van Toorn spreekt over het onderscheid in ontwerpers die hij doeners noemt en ontwerpers die hij makers noemt. Doeners handhaven het bestaande begrip van de realiteit door het in stand houden van de waarden en normen. Zij brengen de culturele dynamiek tot stilstand door het publieke debat te beperken tot het traditionele wereldbeeld. Makers daarentegen bevragen en herformuleren het gevestigde culturele begrip van de realiteit, waardoor nieuwe subversieve verbanden ontstaan. In het subversieve beeld durft het beeld in te gaan tegen het heersende discours. In het synthetische beeld worden botsende stemmen getoond.

Voor grafisch ontwerpen als praktijk is de onderhandeling en daarmee het zoeken naar de connotatieve ruimte een wezenlijk element in het tot stand komen van een beeld. Het affiche is immers altijd minimaal het resultaat van de interactie tussen opdrachtgever en ontwerper. Waar de ontwerper volkomen dienstbaar is geworden, verdwijnt zijn ‘competing voice and interest’. Dit zien we ook in de analyse van Boekraad van het ON Y VA-affiche. Wanneer we de tekst van Boekraad volgen is het Voloshinoviaans-dialogische aanwezig in het affiche van Bernard. Ieder ontwerp is in die zin een synthetisch beeld. Het affiche is de optelsom van de eisen van de opdrachtgever en de eisen van de ontwerper. Boekraad schrijft in de analyse bij hoofdstuk 3: “Het eerste voorstel van Grapus – een subculturele versie van Lenin – was door de organisatie afgewezen. Bernard neemt zijn toevlucht tot de typografie, citeert ironisch het affiche van de liftende Marx dat het jaar daarvoor door dezelfde opdrachtgever wel goedgekeurd was, en woekert met de mogelijkheden die het letterbiljet biedt aan de inventieve ontwerper.” (Boekraad 2008: 6)

Binnen de Bakhtin Cirkel hebben Voloshinov en Bakhtin verschillende opvattingen over het dialogische. Bakhtins opvatting over het dialogische is

122 “He [Voloshinov, ac] sees language as normally dialogic, as the site of competing voices and competing interests. Where it is monologic, that signals the active suppression of difference, and even the possibility of difference, by overwhelming social force. Monologic texts, then, rest on strictly policed logonomic rules which do not allow opposition or even participation by the non-powerful. (Hodge & Kress 1988: 83)

minder verbonden is met macht en meer met de aanwezigheid van het meervoudig persoonlijke in de uiting. Bakhtin benadrukt de interactie, Voloshinov de machtsstrijd. De overeenkomst ligt erin dat beiden begaan zijn met de dynamiek in de taal, een dynamiek die nauwe banden heeft met het dialogische van Flusser. In het dialogische vindt een uitwisseling plaats die ontwikkeling veroorzaakt. Of deze uitwisseling nu het gevolg is van intermenselijke communicatie of van verschillende machtsposities, het dialogische beeld is meer dan de stem van een enkele spreker en het is meer dan het kanaal van het heersende discours. In het dialogische horen we volgens Bakhtin meerdere stemmen, in het synthetische dialogische beeld vindt de interactie in het beeld plaats, in het subversieve beeld tussen beeld en discours. Wanneer een beeld zowel de stem van het heersende discours als de ermee strijdige stem laat zien, zoals in het terrorismebeeld ^(afb. 31), is een beeld synthetisch en subversief tegelijkertijd.

Dialoog en publiek domein

Ik wil tenslotte zichtbaar maken wat de dialogische communicatie in de openbare ruimte veroorzaakt. Welke invloed heeft deze communicatie op de semiosis in de openbare ruimte en daarmee op de wijze waarop de openbare ruimte als communicatieruimte gebruikt wordt? De openbare ruimte als communicatieruimte in het algemeen, en het discursieve als communicatiestructuur in de openbare ruimte, zijn al geruime tijd onderwerp van intellectuele debatten. Het tijdschrift voor architectuur *Oase* heeft er een nummer aan gewijd: *Into the open* (zie ook het citaat in de inleiding) en Nederland kent het tijdschrift *Open* dat geheel gewijd is aan kunst en de openbare ruimte.¹²³ Nulgraad van de debatten over de openbare ruimte zijn de analyses van Jürgen Habermas in *Strukturwandel der Öffentlichkeit* uit 1962 en van Hannah Arendt in *The Human Condition* uit 1958.¹²⁴ Beiden onderstrepen het belang van de openbare ruimte voor het vrije gesprek en daarmee voor de democratie. Beiden geven aan dat de openbare ruimte een marktplaats geworden is en de burger een consument. Hannah Arendt maakt ten aanzien van de communicatiestructuur die de massamedia kenmerken eenzelfde analyse als Vilém Flusser. Zij benadrukt dat de massacommunicatie een structuur bevat waarin allen als gelijke, als ‘consument’, maar geïsoleerd van elkaar worden aangesproken. Hierdoor ontstaat er een gelijkstemmigheid tussen de mensen waardoor de ‘mens in meervoud’ verdwijnt. (Teerds 2008: 27)

Naast de openbare ruimte als economische ruimte moet de openbare ruimte volgens beiden echter voldoende kunnen blijven fungeren als een ruimte waar vrijelijk gediscussieerd kan worden. Zoals Nancy Fraser (1993) beschrijft, reageerde Habermas hiermee in 1962 op de gevaren van de massamedia die deze functie van communicatie in het openbaar domein ging overheersen.

The public sphere in Habermas's sense is also conceptual distinct from the official economy. It is not an arena of market relations, but rather one of discursive relations, a theatre for debating and deliberating rather than for buying and selling. (Fraser 1993: 519/520)

123 Ik wil voor de duidelijkheid van het betoog de term ‘openbare ruimte’ reserveren voor de fysieke ruimte waar mensen in het openbaar treden en de term ‘publiek domein’ voor een bepaalde kwaliteit van de publieke ruimte.

124 Voor een eerste introductie op het werk van Arendt verwijs ik naar Teerds (2008).
The human condition is vertaald als Vita Activa. De mens bestaan en bestemming (2004).

Hedendaagse intellectuelen als Chantal Mouffe en Nancy Fraser bekritiseren Habermas' idee van de openbare ruimte als een fysiek enkelvoudige ruimte. Er zijn vele openbare ruimten. Daarnaast bekritiseren ze de rationele wijze waarop er in de openbare ruimte gediscussieerd en gedebatteerd kan worden. Habermas miskent volgens hen de machtsstructuur die aanwezig is en die van invloed is op de discussie die plaatsvindt. Iedere openbare ruimte is hegemonisch gestructureerd, wat betekent dat de structuur de uitkomst is van een krachtenveld. Waar Habermas gelooft in de consensus die het gevolg is van het vrije en rationele debat, daar gelooft Chantal Mouffe in een antagonistisch model waarin geen verzoening mogelijk is. Zij is in deze kwestie resoluter dan Hannah Arendt, die zij verwijt te weinig het conflict en te veel de verschillende perspectieven centraal te stellen. (Mouffe 2008: 10) Wellicht is het verschil tussen Arendt en Mouffe vergelijkbaar met de tegenstelling tussen Bakhtin en Voloshinov. Waar bij de eerste twee het meervoudig perspectief het leidend principe is, is bij de andere twee de noodzaak van de machtsconfrontatie leidend. We treffen bij Mouffe dan ook de dialogisch botsende stemmen als botsende hegemonieën aan.

Volgens de agonistische benadering zijn openbare ruimten altijd meervoudig en vindt de agonistische confrontatie plaats op een veelheid van discursieve oppervlakken. (Mouffe 2008: 10)

Bovendien is voor Mouffe – en zij bevindt zich hiermee in de op dynamiek gerichte sociale semiotiek in goed gezelschap – consensus niet alleen onmogelijk maar ook onwenselijk, omdat consensus altijd gebaseerd is op uitsluiting, op de instelling van een hegemonie.

De hegemonie als de krachtsverhouding die gunstig uitpakt voor het dominante systeem vinden we vooral terug bij de analyse van de openbare ruimte door Hodge & Kress (1988). In deze hegemonie spelen de logonomische systemen een belangrijke rol. Deze systemen bepalen de wijze waarop de communicatie plaats vindt. De logonomische systemen omvatten alle wetten, regels en afspraken, die bepalen, wie mag spreken, op welke plaats en onder welke voorwaarden. Soms is er sprake van een systeem dat als natuurlijk en als vanzelfsprekend wordt ervaren. Hodge & Kress spreken dan over de logonomische systemen als

a set of messages, part of an ideological complex, but serving to make it unambiguous in practice. (Hodge & Kress 1988: 4)

De logonomische systemen dragen er zorg voor dat de hegemonie als vanzelfsprekend ervaren wordt. Staat u er vaak bij stil dat de communicatie in de openbare ruimte, met al haar billboards en bushokjesreclames, aan regels gebonden is die de ene partij bevoordeelt boven de andere? Vindt u het vanzelfsprekend dat de regering haar politieke beleid op programmatische wijze in een discursieve communicatiestructuur onder de aandacht brengt? Heeft u zich wel eens afgevraagd waarom Hunkemöller het voor elkaar krijgt dat er een immens groot billboard boven de Hema komt te hangen? Vindt u het vanzelfsprekend dat er steeds beeldschermen met bewegende reclame in en rondom treinstations verschijnen? Hodge & Kress (1988) zouden zeggen dat de logonomische systemen goed op u zijn ingewerkt.

Where structures of domination are unchallenged, a logonomic system serves the dominant by ensuring that acts of semiosis ultimately assure their dominance. (Hodge & Kress 1988: 4)

Zij hechten net als Mouffe belang aan het voortdurend betwisten van de bestaande hegemonie. Via een analyse van de logonomische systemen komt de stand van zaken aan het licht. Zij beschrijven de wijze waarop er sprake is van conflict of van stilstand op een zeker moment. Kunst kan hierin een functie vervullen. De in de inleiding besproken serie *information black out, no dialogue needed* van Jeroen Jongeleen ^(afb. 7) is een voorbeeld van de wijze waarop de hegemonie van de communicatie in de openbare ruimte zichtbaar gemaakt wordt. De serie kan beschouwd worden als een beeldende analyse van de systemen waarop deze hegemonie gebaseerd is. De doorstrepingen zeggen tegen de programmerende stemmen in de openbare ruimte: 'houd je mond', en daarmee krijgt de kunstenaar een stem, en ontstaat er wellicht ruimte voor andere stemmen. Er is hier dus sprake van botsende stemmen.

Omdat volgens Mouffe de botsende stemmen voorkomen dat de ene hegemonie de ander blijvend overheerst, brengt deze vorm van ondermijning een voor de democratie noodzakelijke dynamiek voort. Volgens deze antagonistische benadering heeft kritische kunst een belangrijke functie als

Kunstpraktijken die een stem willen geven aan iedereen die binnen het kader van de bestaande hegemonie de mond wordt gesnoerd. (Mouffe 2008: 12)

Het discoursieve dient de bestaande hegemonie. De wijze waarop wij via beelden in de openbare ruimte op programmatische wijze aangesproken worden, dient de beeldvorming van degenen die de dienst uitmaken in de openbare ruimte. Het is nog te begrijpen dat deze programmatische beelden de openbare ruimte als marktplaats dienen, het wordt problematischer wanneer ook zaken die het algemeen belang aangaan in het discoursieve systeem van de marktplaats worden gecommuniceerd. Echter, zo zagen we bij Arendt, de programmatische structuur van de massamaatschappij doet sowieso haar programmerende werk: het leert ons dat afwijkingen van het normale niet getolereerd kunnen worden. Het einde van de gemeenschappelijke wereld is gekomen als ze gereduceerd is tot een enkel perspectief en een enkel aspect. (Teerds 2008: 27) De democratie is gebaat bij het kritische vermogen van haar burgers en bij een naast elkaar bestaan van meerdere perspectieven. De programmatische wijze van communiceren zoals deze zichtbaar wordt in de reclametaal gaat dit tegen. De enige wijze waarop beelden in de openbare ruimte deze competentie van het publiek aan kunnen spreken is via de dialogische communicatiewijze. Dit betekent: een helder onderwerp, een duidelijke geïmpliceerde zender, een voelbare en een vragende houding ten aanzien van het dominante discours waardoor het perspectief van de verschillende ontvangers kan verschillen.

Om dit te illustreren wil ik het reeds vaker besproken Slegers-beeld van de jas ^(afb. 22) vergelijken met een ander de actualiteit betreffend beeld ^(afb. 31). We hebben al gezien hoe het Slegers-beeld de geïmpliceerde zender verbeeldt (de verontruste burger) en we hebben al gezien dat de nabije referent van het beeld het asielzoekersbeleid is van Verdonk. Ik wil nu het accent leggen op de wijze waarop het beeld aanzet tot een dialogisch betekenisvormingsproces. Het tweede affiche is een van de affiches die in 2006 het publiek waarschuwt voor een mogelijke terroristi-



Afbeelding 31 >

Beeldbijlage pagina 13

sche aanslag. Het commentaar op een ander beeld uit deze serie is in de inleiding besproken ^(afb. 6).

Beide beelden verhouden zich tot een actueel onderwerp, of anders gezegd, beide verhouden zich tot een actueel dynamisch object in de realiteit van het Nederland van 2006: het asielzoekersbeleid van die tijd ^(afb. 22) en de terrorismedreiging ^(afb. 31). Beide onderwerpen kennen een dominant discours met betrekking tot hun object. Voor het eerste beeld betreft het de angst dat Nederland overspoeld wordt door vreemden waardoor een hard beleid noodzakelijk is. Voor het tweede beeld betreft het de angst voor een bomaanslag na de aanslag op de Twin Towers van 9/11. De semiosis van beide affiches staat in relatie tot deze dominante discoursen. Kennis van dit discours is dus noodzakelijk voor de interpretatie van de beelden en voor de mogelijke voltrekking van een al dan niet dialogische semiosis.

Het affiche van Slegers ^(afb. 22) kan beschouwd worden als een serie vragen van het beeld aan de toeschouwer: kennis van het discours verandert de indexicale vraag *Van wie is die jas?* in *Waar is de asielzoeker die deze jas heeft gedragen gebleven?* Het rode plakband verwijst binnen het discours iconisch mogelijk naar de streep die door het dossier van de asielzoeker is geplaatst: uitgewezen. Het harde uitwijzingsbeleid tegenover een in een jas naar warmte zoekende mens. Niet alleen botst het beeld met het discours (subversiviteit), ook botsen in het affiche twee beelden met elkaar (synthetisch beeld) als ware er twee verschillende stemmen aanwezig in het beeld: de stem van de verontruste burger tegenover de stem van Rita Verdonk, minister van Integratie in 2006. De grote vraag die het affiche stelt is: wij zijn het er niet mee eens maar wat vindt u ervan? Wat moeten we met die de mond gesnoerde achtergebleven jas?

De openheid van het beeld, zijn vragende karakter, is in schrille tegenspraak met de geslotenheid van het antiterrorisme affiche ^(afb. 31). Hier geen verbeelding van een open vraag als ‘Wat zou u doen wanneer u iets verdachts ziet?’, maar het enige antwoord dat volgens de overheid op die vraag mogelijk is: ‘Wanneer u iets verdachts ziet, dan meldt u het meteen’. Iedereen die bagage op een ‘verkeerde’ plek ziet staan, moet het personeel waarschuwen. En die iedereen, dat bent u, gewone burger, staande op een perron, dat in ieder station kan zijn.

Het onderscheid tussen de beelden herhaalt zich wanneer we het in verband brengen met de door Kress & Van Leeuwen zo genoemde *interpersonale metafunctie* (Kress & Van Leeuwen 1996: 41) en door Hodge & Kress (1988) genoemde *semiotic plane*. (Hodge & Kress 1988: 262) ¹²⁵ Op de *semiotic plane* of *interpersonal metafunctie* wordt de relatie geregeld tussen de producent en de ontvanger van de tekens. Wie richt zich in deze boodschap tot wie, en op welke manier wordt dit contact via het beeld gerealiseerd?

Any semiotic system has to be able to project the relations between the producer of a sign or complex sign, and the receiver/reproducer of that sign. That is, any system has to be able to project a particular social relations between the producer, the viewer and the object represented. (Kress & Van Leeuwen 1996: 41)

De afzender van het Slegers-beeld is boven in het beeld met de tekst ‘de verontruste burger’ helder gerepresenteerd. Hiermee is er een interpersonele laag aan

toegevoegd en heeft het beeld een duidelijk aanwezige, in beeld gerepresenteerde, geïmpliceerde zender van de boodschap: de verontruste burger. Ook deze zender in de tekst roept vragen op: wie zijn de verontruste burgers uit de koptekst? Waarover zijn ze verontrust? Bent u ook verontrust?

Zo'n helder aanwezige gerepresenteerde geïmpliceerde zender lijkt het antiterrorismebeeld ook te hebben, en wel in de persoon van de afgebeelde jongen die ons aankijkt en in de erbij horende 'ik' van de erboven geplaatste tekst. In dit beeld heeft de jongen echter de plaats van de werkelijke zender in het beeld ingenomen. De werkelijke zender verschuilt zich achter de jongen. De echte bron van de boodschap is aan het blikveld onttrokken: de overheid. In het Slegers-beeld treffen we dus een heldere zender met een open vraag aan. In het antiterrorismebeeld een versluierde zender met een gesloten antwoord. Dit laat zien hoe de beide aspecten, de openheid van de communicatie en de interpersonele communicatie met elkaar te maken hebben. Een uiting die onderdeel is van een transparant communicatief traject is erbij gebaat duidelijk te maken wie zich tot wie richt. Een boodschap die wil programmeren is erbij gebaat de zender aan het oog te onttrekken en de boodschap voor te stellen als een voldongen feit.

Met betrekking tot de relatie tussen het beeld en het discours waartoe het zich verhoudt, zien we ook een duidelijk verschil. Het discours (de dominante kennis over het dynamisch object) betreft in het Slegers-beeld het discours van Verdonk over de uitzetting van asielzoekers. Het beeld plaatst vraagtekens bij dit beleid door het onmiddellijke object van de verdwenen asielzoeker indirect via de jas te tonen. In het antiterrorismevoorbeeld zien we hoe het dominante discours over terrorisme als iets waar je bang voor moet zijn, door het beeld wordt bevestigd en in een aanbevolen handeling wordt omgezet: waarschuw de instanties wanneer je een onbewaakt object ziet.

Concluderend kunnen we nu zeggen dat het dialogische beeld een botsend beeld is doordat het beeld zich verwijdt van het bekende, of omdat de stemmen in het synthetische beeld op elkaar botsen of doordat het als subversief beeld in conflict is met het heersende discours. Volgens Chantal Mouffe is het publiek domein geen aanwijsbare fysieke plaats maar iets dat ontstaat in de openbare ruimte, en wel daar waar tegenstellingen en conflicten helder worden. Via het dialogische wordt de openbare ruimte publiek domein. In een dialogisch betekenisvormingsproces resulteert de botsende verhouding tussen beeld en discours in de omvorming van de openbare ruimte in publiek domein. Het is daarbij veel minder van belang waar het zich afspeelt en veel meer wat er zich afspeelt. Ook voor Habermas was het publieke domein eerder een sfeer dan een ruimte. Het publieke betreft een bepaalde praktijk.¹²⁶ De ruimte die geboden wordt, is de ruimte tot interpreteren, denken, vinden, voelen. Voor Arendt is het de ruimte waarin de mens in veelvoud kan bestaan.

Het programmatische beeld en de discursieve communicatiestructuur zijn mede de oorzaak van het verdwijnen van een publiek domein omdat het publieke domein enkel daar ontstaat waar sprake is van conflict. Het is zelfs zo dat het conflict is ingekapseld in het programma. Ontwerpers kunnen ervoor zorgen dat

126 Boomkens (2008: 11) schrijft dat het publieke domein van 'offentlichkeit' een hele reeks van nieuwe instellingen, media en praktijken omvat; instellingen zoals onafhankelijke uitgevers, media zoals de krant, de roman, het pamflet en het manifest; praktijken zoals debatten tussen burgers, culturele bijeenkomsten, politieke conflicten en dergelijke.

de openbare ruimte via het dialogische weer publiek domein wordt. Hiermee geven zij de toeschouwer de verantwoordelijkheid terug die hem in het programmatische beeld ontnomen is. (Flusser 2005: 73) De eerste paragraaf van dit hoofdstuk bevatte een onderzoek naar de mogelijkheid van het beeld om 'ik' te zeggen en naar de consequenties voor de semiosis wanneer een beeld 'ik' zegt. In feite bestaat het 'ik' van het beeld uit de afwijking van het beeld met het vanzelfsprekende. Door deze afwijking onttrekt het technische beeld zich aan het programmatische en schrijft het zich in het dialogische in omdat deze onttrekking ruimte biedt aan de toeschouwer. Het 'ik' zeggen van het beeld is daarmee verbonden met het botsen van het beeld. In de tweede paragraaf liet ik vervolgens zien hoe dit botsen gesitueerd kan worden in de openbare ruimte waarin het publieke beeld communiceert en wat de consequenties zijn van het dialogische voor de communicatieve kwaliteit van de openbare ruimte die nu publieke domein genoemd kan worden. Hiermee bevat dit hoofdstuk impliciet een oproep aan het technische beeld een andere dan projectieve functie ten aanzien van de werkelijkheid te geven, de wereld te betekenen in plaats van haar te dicteren: niet *dit vind jij* te zeggen maar *wat vind jij?* te vragen.

Hoofdstuk 4 }

{ Hoofdstuk 5 { Casestudies

In deze laatste paragraaf analyseer ik drie case studies vanuit de het perspectief het dialogische betekenisvormingsproces zoals uiteengezet in hoofdstuk 4. Deze casestudies laten, met gebruikmaking van de theorie van het dialogische betekenisvormingsproces, zien hoe een werk op dialogische wijze tot communicatie aanzet. Respectievelijk bespreek ik de visuele columns van Gorilla, het illegalenformulier van EGBG en twee affiches van Stefan Sagmeister.

Gorilla, het samenwerkingsverband van de ontwerpbureaus De Designpolitie, Lesley Moore en ontwerper Herman van Bostelen, werd opgericht om op de voorpagina van de Volkskrant op de plaats van de tekstuele column rechtsonder, dagelijks een visuele reactie op het nieuws te geven. Deze positie van visuele column was nog nooit eerder door grafisch ontwerpers ingenomen. Ik zal in de casestudie deze positie toelichten vanuit de kwestie van de nabije referent en ik zal aan de hand van een van de columns laten zien hoe via het botsen van een oud symbool op een actuele context de actualiteit ondervraagd kan worden.

Martijn Engelbregt heeft vanuit zijn ontwerpbureau EGBG jarenlang de gemoederen bezig gehouden met zijn naar de Tweede Wereldoorlog verwijzende illegalenformulier. Binnen het bestek van het dialogische is deze uiting met name interessant omdat in de semiosis een spel gespeeld wordt met een uiterst programmerend ambtelijk genre: het formulier. Bovendien maakt hij zichtbaar hoe een beeld de toeschouwer kan oproepen achter de code te kijken.

Stefan Sagmeister geniet al vele jaren een grote heldenstatus bij jonge ontwerpers die geïntrigeerd zijn door zijn persoonlijke en onorthodoxe wijze van ontwerpen. Sagmeister is een auteursontwerper. Zijn ontwerpen tonen zijn ontwikkeling als ontwerper. In casestudie drie laat ik aan de hand van twee affiches zien hoe hij het ontwerpproces niet langer alleen beschouwt als voorwaarde om tot beeld te komen, maar ook als iets wat verbeeld kan worden. Vanuit het perspectief van het dialogische betekenisvormingsproces laten zijn affiches meer nog dan welke affiches dan ook zien dat beelden te verankeren zijn in een maakproces.

De drie casestudies zijn bovendien als voorbeelden van drie verschillende dialogische botsingen te beschouwen. In de vervreemding botst het beeld met het referentiekader van de toeschouwer. De gelijkenisrelatie tussen beeld en werkelijkheid wordt bemoeilijkt. In het synthetische beeld is er sprake van een interne botsing tussen twee elementen van het beeld. Hierdoor vraagt het synthetische beeld de toeschouwer tot een eigen interpretatie te komen. Op dit niveau herkennen we het meerstemmige beeld als een beeld dat meerdere stemmen in zich draagt.¹²⁷ Het subversieve beeld tenslotte, is een beeld dat in zijn interpretatie botst met de gang-

127 Het onderscheid tussen het meerstemmige beeld en het botsende beeld is te herleiden tot het onderscheid tussen het perspectief van Voloshinov waarin communicatie macht is en leidt tot het dialogische botsen, en het perspectief van Bakhtin waarin communicatie uitwisseling is wat leidt tot de dialogische meerstemmigheid. (zie 4.2) We zien deze twee perspectieven terug bij Chantal Mouffe, communicatie als macht, en Hannah Arendt, communicatie als uitwisseling.

bare interpretatie (het discours) omtrent de werkelijkheid (het dynamische object) waar het naar verwijst.

Casestudie één, de visuele column van Gorilla, is synthetisch omdat in het beeld twee beelden op elkaar botsen. Casestudie twee, het illegalenformulier van EGBG is te beschouwen als een subversief beeld omdat het botst met het kennisregime. Het spreekt over zaken die niet bespreekbaar zijn: de analogie tussen de angst voor, en het verraden van de vreemdeling in onze tijd en in de Tweede Wereldoorlog. De te bespreken affiches van Stefan Sagmeister tenslotte zijn voorbeelden van vervreemde beelden. Doordat de beelden zich visueel onderscheiden van het als normaal ervaren fotografische beeld worden het weer afbeeldingen van een werkelijkheid.

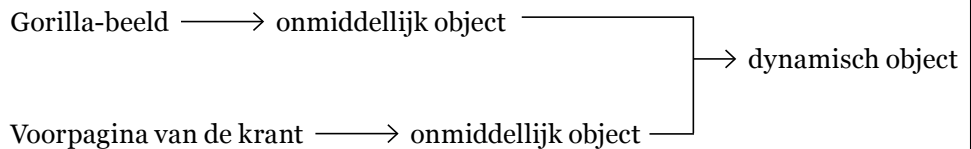
Interessanter is echter op welke wijze de ontwerpers erin slagen om deze botsingen te veroorzaken. Gorilla laat het verleden het heden ondervragen. EGBG maakt het programma zichtbaar. En Sagmeister maakt de hand van de ontwerper voelbaar. Hierover handelen de drie casestudies.

5.1

Gorilla en de recontextualisering van het symbool

Van oktober 2006 tot april 2009 is door het ontwerperscollectief Gorilla dagelijks een beeld ontworpen voor de voorpagina van de Volkskrant. Een van de gebeurtenissen of feiten van de dag functioneert als te becommentariëren onderwerp in het Gorillabeeld. Het is daarom ook logisch dat de beelden de plaats mogen innemen van wat eerder een tekstuele column was. Ook in een tekstuele column wordt de actualiteit becommentarieerd. De beelden stonden rechtsonder in de hoek van de voorpagina, op de plaats waar voorheen de tekstuele column stond. De beelden bestonden uit een geheel van illustratie en typografie. Er werd geen gebruik gemaakt van foto's.

De ontwerpers van het Gorilla-collectief ontwierpen hun visuele column pas nadat het nieuws op de voorpagina naar hen toe gestuurd was. De beelden zijn niet alleen Gorilla's intertekstuele interpretatie van een onderdeel uit het nieuws, zij zijn dat ook voor de toeschouwer. De toeschouwer wordt bij het interpreteren van het beeld namelijk geholpen door de fysieke tekstuele context van de voorpagina. De tekstuele referent is nabij. Deze referent is echter tegelijkertijd ook weer het gevolg van de interpretatie van de tekens om de column heen. Het is daarom juist om te zeggen dat de column een van de artikelen van de voorpagina vanuit verschillende onmiddellijke objecten naar hetzelfde dynamische object verwijzen. De kijker weet dat het onderwerp van de column (het dynamische object) overeenkomt met een van de onderwerpen uit de omringende artikelen. Omdat dit onderwerp vanwege zijn actualiteit sowieso met een grote waarschijnlijkheid in het referentiekader van de Volkskrantlezer aanwezig is, is de kans dat de lezer snapt waar het over gaat zo groot, dat de columns dit onderwerp vaak niet in een titel in het beeld hoeven te plaatsen.



Wanneer de beelden buiten deze context getoond worden, zoals bijvoorbeeld op de website van Gorilla, of in het boek *De wereld volgens Gorilla* uit 2008, ontbreekt dit referentiekader en behoeven ze, vergelijkbaar met het potlood-spuit-beeld (afb. 26), vaak een toelichting om betekenisvol te worden. De toeschouwer weet zonder deze toelichting vaak niet wat het onderwerp is, omdat de context ontbreekt en omdat het beeld de actualiteit van het referentiekader van de toeschouwer heeft verlaten.



Afbeelding 32 >
Beeldbijlage pagina 13

De Gorilla van 24 november 2007 (afb. 32) is een reactie op de oproep aan scholieren in actie te komen tegen de verplichte 1040 uren die scholieren op school moeten verblijven (dynamisch object). Ik weet dat omdat ik deze Gorilla gezien heb in de context van de Volkskrant van 24 november 2008 waarin bericht werd over deze staking. In de berichtgeving werd vermeld dat de scholierenactie startte als een virtuele actie. Via Hyves en MSN werd een gigantisch netwerk van opstandigen gemobiliseerd. De Gorilla-column doet een uitspraak over deze nieuwe wijze van collectiviteit die zich vanwege een concreet voorval in de actualiteit aandient en zichtbaar wordt gemaakt in een artikelje op de voorpagina.

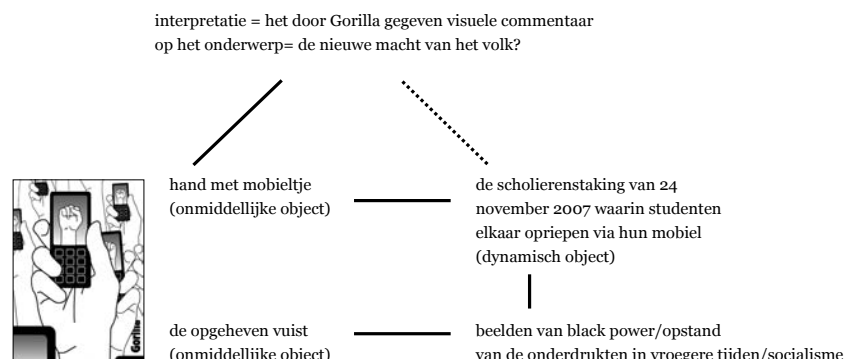
We herkennen het mobieltje en de wijze waarop de hand het mobieltje vasthoudt. Op het scherm waar doorgaans tekst staat, is een opgeheven vuist geplaatst. In het handboek van de postparlementaire democratie wordt het teken van de opgestoken vuist gebruikt om te communiceren: Ik kan hier niet mee leven. Als dit doorgaat stap ik eruit.¹²⁸

Deze vuist relateert het beeld aan een veel ouder 'symbolisch' beeld dat we kunnen kennen uit protestaffiches (afb. 33). Het verwijst daar naar opstand, naar solidariteit en naar het black power gebaar.



Afbeelding 33 >
Beeldbijlage pagina 13

Schema 5-1 Recontextualisering van het symbool



128 <http://squat.net/eurodusnie/bd/index.htm>

Het synthetische beeld legt dus een relatie tussen het historische symbool van de opgeheven vuist en de hedendaagse hand die het mobieltje vasthoudt. Door de verbinding tussen de twee beelden, vergelijkt de toeschouwer de nieuwe macht met de oude macht. De vuist is dus niet alleen een boodschap in het beeld, maar ook de boodschap van het beeld. Of beter gezegd: de vraag die met het beeld wordt gesteld. Is dit de nieuwe collectieve macht? Wanneer we ons bedenken dat deze collectieve macht via geprogrammeerde beelden in een naar binnen gerichte gemeenschap communiceert, realiseren we ons hoe het protesteren van karakter is veranderd. De communicatie binnen de groep is van groter belang dan de symbolische vuist die de groep naar buiten zichtbaar kan maken.

Dit voorbeeld toont aan dat het ontwerpbeeld zich niet alleen met zijn fysieke (al dan niet beeldende) context verbindt, maar dat zij ook een verbinding kan maken met historische beelden, symbolen die in ons collectief geheugen opgeslagen zijn, en die door het nieuwe beeld in een andere context opgeroepen en becommentarieerd worden. Via de recontextualisering van het symbool ontstaat een actualisering van het symbool: wat betekent het symbool in onze tijd? De makers hebben een nieuw beeld weten te verbinden met een oud symbool. Het beeld laat zien hoe het publieke beeld zich kan verbinden met beelden die bezit hebben genomen van ons collectieve onbewuste, waardoor de ontwerper ze kan activeren. En wat is dat collectieve onbewuste anders dan het Bakhtiniaanse gedeelde referentiekader waar het publieke beeld bij aan kan sluiten?

Het publieke beeld verhoudt zich tot zijn culturele context doordat het een beroep doet op het referentiekader van de toeschouwer. Het Gorilla-beeld laat zien hoe een publiek beeld in staat is om een relatie te leggen tussen ons historisch referentiekader en het actuele, waarmee een ouder symbool geherinterpreteerd wordt in zijn actuele context.

Via dit beeld gaat Gorilla als de veronderstelde maker van dit beeld in gesprek met een oud symbool. Ieder publiek beeld communiceert binnen een actuele werkelijkheid waarin beeld en toeschouwer zich bevinden. De actualiteit van het Gorillabeeld is de actualiteit van de dag. Gorilla vervult met deze beelden echter een andere functie dan de meeste publieke beelden in de openbare ruimte. Niet alleen wordt het beeld gegrond in de actualiteit omdat slechts in het licht van de actualiteit het beeld te begrijpen is; ook wordt het publiek aan het denken gezet doordat een actueel beeld verbonden wordt met een historisch symbool. Deze twee aspecten van het beeld: zijn verbinding met de actualiteit en het vragende karakter van het beeld geven het een plaats in het dialogische. Het beeld legt zijn visie op de werkelijkheid niet projecterend op, maar het ondervraagt de werkelijkheid. Wat vinden we in het licht van wat protesteren ooit was van de studentenprotesten tegen een 1040 urig jaarrooster?

5.2

EGBG en de transparante code

In 2003 ontwikkelde Martijn Engelbregt vanuit het ontwerp bureau Engelbregt Gegevens Beheer Groep (EGBG) een namaakformulier om illegalen mee aan te geven. Het formulier werd door het Fonds Beeldende Kunst en Vormgeving gesubsidieerd en is in het kader van het vluchtelingendebat in de Balie ontworpen. In het



formulier ^(afb. 34) richt een zogenaamd officiële instantie genaamd ‘Regoned’, wat staat voor Registratie Orgaan Nederland, zich via een officieel formulier op dringende wijze tot de burger. Het formulier opent met de mededeling dat men het formulier dient te retourneren ook wanneer men geen illegaal is. Vervolgens worden er vragen gesteld als: ‘Van hoeveel mensen in uw omgeving weet of vermoedt u dat zij illegaal zijn?’ en ‘Wilt u deze (vermoedelijke) illegalen aangeven?’

Het formulier werd in Amsterdam bij 2000 gezinnen bezorgd en leverde veel commotie op. Een van de ontvangers, Benjamin van der Ploeg (77), schrok zich een ongeluk toen hij de envelop ('Belangrijke Informatie') van de organisatie 'Regoned' opende. "Alles kwam weer terug. Die razzia aan het einde van de oorlog, waaraan ik ternauwernood ontsnapte. Ik begrijp niet dat zulke post in Amsterdam wordt verspreid." Tientallen andere ontvangers reageren identiek. Een van hen, de 57-jarige kunsthistoricus Jan Timmerman: "Ik werd er misselijk van toen ik dat NSB-achtige formulier zag. Dit moet op het bureau van burgemeester Cohen." - Aldus een bericht in de Volkskrant.¹²⁹

Het formulier veroorzaakte deze reactie onder andere vanwege de vormgeving. Zijn ontwerp lijkt zo op de bekende formulieren van de overheid dat de kijker er als vanzelf een officiële, dus macht representerende instantie aan koppelt. Zelfs zonder dat deze genoemd hoeft te worden, wordt deze instantie als betekenis-effect van de vormgeving naar voren geschoven. De vormgeving representeert hier de geïmpliceerde zender. Deze zender krijgt vervolgens een naam: Regoned. In het formulier wordt de burger, de geïmpliceerde ontvanger, de 'u' en de lege vakjes van het formulier, gevraagd de illegale mede-Nederlander officieel aan te geven.

Twee zaken zijn voor het dialogische betekenisvormingsproces van belang. Op de eerste plaats de actie van Engelbregt die duidelijk ingaat tegen het gangbare discours, met name omdat hij in zijn formulier indirect verwijst naar het aangeven van Joden in de Tweede Wereldoorlog. Dit heeft geleid tot de vele boze reacties op zijn actie. Nog belangrijker is echter de wijze waarop hij dat gedaan heeft. Hij heeft gebruik gemaakt van de programmering van een uiterst dwingend genre: het formulier. De tweede kwestie waar men over viel, was het feit dat het formulier zo echt leek. Hoe had men kunnen weten dat het een kunstproject dus een semiotische constructie was? Waar maakt het formulier kenbaar dat niet de geïmpliceerde zender de werkelijke zender was, maar de ontwerper, de veronderstelde maker van het formulier? Het is echter beter te stellen: produceert het formulier alleen een naïeve of ook een kritische toeschouwer? Naast twee geïmpliceerde zenders kent het formulier namelijk ook twee geïmpliceerde ontvangers: een metasemiotische, kritische ontvanger die begrijpt dat de communicatie fake is en een semiotisch-‘naïeve’ toeschouwer die dat niet door heeft. (Eco 1993)¹³⁰ De semiotische lezing veroorzaakt in het ideale geval de metasemiotische lezing. De semiotische toeschouwer wordt ertoe aangemoedigd op zijn eigen schouders te gaan staan en een metapositie in te nemen. De semiotische toeschouwer is degene die het formulier

129 <http://www.kunstbus.nl/kunst/martijn+engelbregt.html>

130 De (...) semiotische interpretatie is het uitvloeisel van het proces waarbij de destinataire, als hij geconfronteerd wordt met de lineaire manifestatie van de tekst, deze opvult met betekenis. De kritische (...) interpretatie daarentegen is de interpretatie waarbij getracht wordt te verklaren om welke structurele redenen de tekst die (of mogelijke andere) (...) interpretaties kan produceren. (Eco 1993: 35)

decodeert overeenkomstig het erin aangebrachte programma: de vormgeving, het taalgebruik, de structurering van de informatie en de vragende vorm. Hij antwoordt op de vragen, voldoet aan het verzoek, voltrekt het programma. De kritische geïmpliceerde ontvanger van de boodschap transcendeert het programma. Hij voert het programma niet uit want hij onderkent de overdrijving (de charge), en hij snapt dat het ontwerp via de communicatievorm van het formulier een uitspraak doet over 'officiële' en machtgelegitimeerde communicatie in onze maatschappij. Het ontwerp zegt: 'we leven in een maatschappij waarin het een mogelijkheid is dat de overheid haar burgers vraagt om een ondergedoken persoon aan te geven'. De overheid heeft daarvoor een machtig en dwingend instrument: het formulier. Het formulier is een programma en werkt als een programma, een script. Wanneer de werkelijke toeschouwer er niet in slaagt de aanwezigheid van de ontwerper te erkennen, slaagt hij er niet in de positie van de kritische toeschouwer in te nemen en voelt hij zich voor de gek gehouden. Engelbregt ontmaskert de code van het formulier: het programma door het te overdrijven, te hypercoderen. Daarom spreek ik van een hypercodisch beeld.

Al in eerdere uitingen, zoals in een in 2000 in de VPRO-gids verschenen *Tegenscript*, laat EGBG zijn interesse blijken voor strategieën tegen het dwingende karakter van het script. De lezer van de VPRO-gids krijgt een tegenscript aangeboden om het programma van de telefonische enquête om te keren en onschadelijk te maken. Het tegenscript is gebaseerd op het omkeren van de rollen. Het is een grafisch schema met letters, kleuren, lijnen en pijlen dat gebruikt kan worden om telefonische enquêteurs (die gebruik maken van 'telescripts') met hun eigen wapens te bestrijden. Wanneer een avond door zo'n telefoontje verpest dreigt te raken, draait de 'tegenscript'-gebruiker de rollen eenvoudig om: 'Doet u dit werk fulltime? Krijgt u vrij als u naar de tandarts moet?' Het *Illegalenformulier* ^(afb. 34) vraagt een vergelijkbare tegenactie van degenen die het formulier wel als echt bestempelen. Het vraagt de ontvanger om NIET de plaats in te nemen van de geïmpliceerde ontvanger. EGBG hoopt dat de ontvanger die het formulier als echt beschouwt toch weigert het programma uit te voeren. Het feit dat sommige mensen toch het formulier echt hebben ingevuld, onderstreept alleen maar dat communicatie is gebaseerd op ingesloten programma's (genres) waaraan als vanzelf een bron wordt gekoppeld. De macht van de programma's over de ontvanger komt door dit automatisch volgen van de code. Daarnaast maakt het daadwerkelijke invullen van het formulier nog iets anders duidelijk: er zijn echt mensen die bereid zijn illegalen aan te geven. Hiermee stelt de actie van Engelbregt niet alleen aan de orde hoe dom het is om blind formulieren in te vullen en de programma's te gehoorzamen, het stelt ook de aanwezigheid aan de orde van mensen die bereid zijn illegalen aan te geven. Wat vinden we daar dan van, is de vraag die wordt opgeroepen.

Het moge duidelijk zijn dat EGBG een Flusseriaanse 'Künstler' is die een dialogische communicatie in gang zet. Hij zet de communicatie te kijk via een ingenieus spel van vervreemding. Hij speelt een spel met de code. Hiermee brengt hij bewustwording over communicatie op gang. Engelbregt vervreemdt die communicatie zelf en maakt daarbij gebruik van retorische procedés als omkering en overdrijving. In deze omkering en overdrijving van de codes van de beeldtaal en beeldgenres wordt zichtbaar dat communicatie een constructie is. In de constructie wordt de maker van de boodschap, degene die verantwoordelijk is voor de constructie zichtbaar. In de metacommunicatie is het de veronderstelde maker die zich richt tot de metalinguïstische kijker als medeplichtige. In de metalinguïstische

daad verklaart de maker dat inzicht hebben in de constructie niet alleen aan hem voorbehouden moet zijn, maar ook aan de kijker. Het is alsof ze beiden aan dezelfde kant van de code komen te staan.

5.3

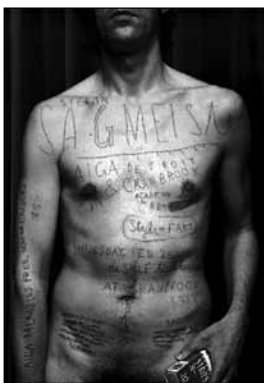
Stefan Sagmeister en het trans-apparatische beeld

Sagmeister inc. van de Oostenrijkse ontwerper Stefan Sagmeister is een toonaangevend New Yorks ontwerpbureau met onder meer opdrachtgevers als Lou Reed en de Rolling Stones. In deze casestudie bespreek ik enkele van zijn bekendste affiches. Het eerste affiche is een affiche uit 2003 voor de uitreiking van een grote prijs: de Adobe Design Award ^(afb. 35). Het tweede affiche is een affiche voor een lezing van Sagmeister tijdens de grote ontwerpbijsameling van het AIGA The professional organisation for design¹³¹ in Detroit in 1999 ^(afb. 36). Ik wil in deze laatste casestudie laten zien op welke wijze Sagmeister de werkelijkheid voor de camera, als fysieke werkelijkheid, een plaats geeft in het beeld. Sagmeister maakt beelden waarin het verschil tussen de fysieke werkelijkheid voor de camera en de fotografische weergave ervan als twee verschillende lagen voelbaar blijven in het betekenisvormingsproces. Dit komt doordat Sagmeisters beelden botsen met de fotografische beelden die we ervaren als weergaven van de werkelijkheid. In de transparante beelden van Stefan Sagmeister denkt de toeschouwer toegang te krijgen tot het ‘werkelijke’ proces van ontwerpen waarvan het affichebeeld het resultaat is. Ik laat in deze casestudie zien hoe de beelden op die manier tot een dialogisch betekenisvormingsproces aanzetten. De hier besproken affiches hebben het grafisch ontwerpproces zelf als onderwerp. Ze bevragen het ontwerpen als een manier om tot beeld te komen.

In het Adobe-affiche uit 2003 zien we hoe uit bekertjes koffie het beeld van een grote prijzenbeker aan het ontstaan is. We kijken van boven op een vloer vol bekertjes en we zien een man in de weer met het beeld. De kleur van de koffie neemt de plaats in van de pixel waaruit een fotografisch beeld is opgebouwd. Het beeld laat zien dat het ontwerpproces naar de werkelijkheid voor de camera is verschoven. Ontwerpen is niet langer de bewerking van de fotografische afbeelding maar de bewerking van de materiële werkelijkheid. Het fotografische beeld pretendeert in dit proces niet meer te zijn dan de registratie van die ontworpen werkelijkheid. Bovendien pretendeert het beeld dat de man in zijn acties gefotografeerd is. De werkelijkheid presenteert zichzelf daarmee niet als ontworpen werkelijkheid maar als het proces van ontwerpen. Het beeld bevat details die suggereren dat we te maken hebben met de werkelijkheid zoals zij is op het moment van de actie. Een werkelijkheid zonder een structurerende hand die alle overbodige details uit beeld heeft geplaatst. Het beeld communiceert niet alleen dat het ontwerpproces naar de materiële werkelijkheid is geplaatst, maar ook dat het ontwerpproces als werkelijk proces verbeeld is: zoals we het zien, zo is het gebeurd. Ook de in de marge toegevoegde blaadjes en de typografie tonen hetzelfde procesmatige als het beeld.



Afbeelding 35 >
Beeldbijlage pagina 15



Afbeelding 36 >
Beeldbijlage pagina 15

In het Adobe-beeld kijkt de toeschouwer vanuit een vogelperspectief op de handeling neer. Door dit merkwaardige perspectief is de kijker zich bewust van de aanwezigheid van de camera. Hierdoor wordt ook de handeling van het fotograferen indexicaal aanwezig gesteld. De verwijzing naar de camera onderstreept de te onderscheiden momenten van creatie en registratie. Zowel in dit affiche als in het volgende affiche van Sagmeister wordt de loochening gecompliceerd via het meta-fotografische merkteken. De merktekens laten de techniek¹³² zien waar het beeld het gevolg van is, omdat het beeld dit wil laten zien. Hierdoor wordt het beeld een transparante blik op de werkelijkheid.^(afb. 35)

Ook in een affiche uit 1999 voor een lezing die Sagmeister zelf zou geven, wordt gebruik gemaakt van het handschriftelijke als indexicaal merkteken dat verwijst naar ontwerpen als handwerk.^(afb. 36) Het beeld onderstreept de (pijnlijke) actie waar het typografische beeld het gevolg van is. Het verplaatst daarmee net als in het Adobe-beeld de aandacht naar de procesmatige werkelijkheid voor de camera. Terwijl het voor ontwerpers steeds gemakkelijker wordt om met geavanceerde computerprogramma's met weinig moeite beelden te maken, zoekt Sagmeister de weerbarstige materiële werkelijkheid om zijn beelden in te laten ontstaan. Zijn beelden zijn objecten geworden.

In dit beeld maakt Sagmeister bovendien van zichzelf een kunstzinnig bewerkt object, een kunstwerk. Aan de basis van het te reproduceren affiche ligt een eenmalig, authentiek¹³³ kunstwerk. Ook in dit beeld wordt gesuggereerd dat de creatie plaatsvindt voor de registratie en wederom is de camera zo gebruikt dat wij toegang krijgen tot de werkelijkheid voor de camera. De sporen op Sagmeisters lichaam zijn een letterlijke poging om Walter Benjamins verloren gewaande echtheid van de zaak (zie citaat deel I) weer terug te vinden. De nadruk is verschoven van de nabije referent als dynamisch object naar de indexicale referent wiens fysieke oorzaak voelbaar blijft in het beeld.

Sagmeisters beelden zijn 'transapparatisch' te noemen in de betekenis van Flusser. Dit betekent dat de beelden de codering, de taal van het fotografische beeld, doorzichtig maken. De formele kwaliteiten van het fotografische beeld zeggen de metatalige toeschouwer dat Sagmeister de camera als registrerend en niet als creërend medium heeft willen gebruiken. Het on-ontworpene van Sagmeister ligt in het niet gebruiken van de keuzemogelijkheden om tot een netjes gekadreed en netjes belicht beeld te komen. Daardoor maakt de camera zichzelf zichtbaar. Het 'transapparatische' zit in het zó slecht gebruiken van de mogelijkheden van het apparaat dat daarmee het apparaat en de ermee samenhangende codering transparant wordt. Het kader is zichtbaar als kader omdat het toevallig lijkt te zijn en door de ervaren beeldenkijker als lelijk wordt ervaren. De

132 Christian Metz spreekt in dit verband over een 'typisch metafilmisch merkteken, een fragment van het discours in de tweede graad, dat tegen ons spreekt over het discours', 'de sporen van de techniek die de arbeid aan beeld en geluid onthullen en die zijn blijven bestaan in de uiteindelijke film'. (Metz 1988: 66)

133 Baudrillard schrijft over deze authenticiteit in *The system of objects*: 'The fascination of handicraft derives from an object's having passed through the hands of someone the marks of whose labour are still inscribed thereupon: we are fascinated by what has been created, and therefore unique, because the moment of creation cannot be reproduced. Now the search for the traces of creation, from the actual impression of the hand to the signature, is also a search for a line of descent and for paternal transcendence.' (Baudrillard 2005:81)

slechte belichting maakt de belichting zichtbaar in plaats van de nu moeilijk te lezen letters. Het lijkt of de beelden de mogelijkheden van het apparaat, de taal die zij spreekt, niet heeft willen gebruiken ten behoeve van een manipulerende interface.

Niet alleen maakt een slechte foto duidelijk dat het een foto is en niet de werkelijkheid zelf, tegelijkertijd zorgt een slechte foto ervoor dat we begrijpen wat het onderscheid is tussen beeld en werkelijkheid. Hierdoor beseffen we ons bovendien dat zich voor de camera een werkelijkheid bevond. Sagmeisters beeld vraagt ons om achter de code te kijken. Het vraagt de toeschouwer om het onderscheid tussen werkelijkheid en verbeelding te erkennen.

In de indexicale afdruk wordt de magie van het technische beeld doorbroken. Wanneer de laag van het beeld weer beeld wordt en wanneer de code zichzelf zichtbaar maakt als code, kunnen we een glimp opvangen van de werkelijkheid 'zoals hij is'. Het beeld geeft de kijker het gevoel oog in oog te staan met de werkelijkheid van de foto-opname. Maar we zien de werkelijkheid niet zoals zij is; het beeld geeft ons de illusie dat we de werkelijkheid zien zoals zij is. Het 'echte' is niets meer of minder dan een effect van het gecodeerde beeld: de code van de transparante code heeft het echte als betekenis-effect. Via de formele kenmerken van het beeld en het schijnbaar overbodige detail, zoals het blauwe pleisterdoosje in het Aiga-beeld,^(afb. 36) communiceert het beeld 'oprechtheid'. Bovendien pretenderen beide beelden dat zij het ontwerpproces laten zien. In het geval van het Adobe-beeld^(afb. 35) lijkt het kunstwerk dat aan het ontstaan is, gefotografeerd te zijn tijdens de actie. In het geval van het Aiga-beeld^(afb. 36) suggereert het beeld dat het resultaat van de actie wordt verbeeld.

Beide Sagmeister-affiches hebben daarmee een merkwaardige overeenkomst met het terrorismebeeld uit hoofdstuk 2. In alle gevallen wordt de camera als registratiemiddel en niet als code gebruikt. Alle beelden kennen een formele textuur waarin 'werkelijk' als betekenis-effect wordt geproduceerd. In alle gevallen is de werkelijkheid er omwille van de camera, maar wordt de camera niet gebruikt om het beeld als beeld te loochenen. Wanneer de werkelijkheid onbemiddeld wordt getoond (denk ook aan de gruwelijke foto's uit de Abu Ghraib-gevangenis) en er dus geen distantie is, valt onze blik samen met de rechtstreekse blik op het gebeuren. Doordat de camera erbij is, zijn wij erbij.¹³⁴

In het geval van de Sagmeister-beelden is er echter een aspect van belang voor het betekenisvormingsproces waardoor de ervaring van het erbij zijn wordt afgezwakt: de bemiddeling van het genre. Beide hier besproken Sagmeister-beelden, het Adobe-beeld en het Aiga-beeld, zijn publieke beelden, affiches. Als affiche heeft het beeld een onderwerp. Het onderwerp is een nabije referent waar het beeld een uitspraak over doet. De nabije referent is in het Aiga-beeld de door Sagmeister te houden lezing. Het onderwerp van de lezing wordt in het beeld verbeeld. De lezing gaat over ontwerpen en het beeld geeft een uitspraak over wat ontwerpen voor Sagmeister is. In de wijze waarop hij gerepresenteerd wordt, doet het

134 Baudrillard zou zeggen dat de scène, de 'enscenering', ontbreekt waardoor het een obsceen beeld wordt. In *Fatale Strategieën* spreekt hij over: 'Uitvlakking van elke scène, van elk illusionisme, uitvlakking van de distantie, van de distantie die door het ceremonieel of de regel van het spel in stand wordt gehouden'. (Baudrillard 1993: 78)

beeld een uitspraak over Sagmeister als fysiek ontwerper (als dynamisch object), zowel in wat het laat zien, als in hoe het getoond wordt. In dat laatste verschijnt hij als ‘transapparatisch’ ontwerper. Zijn beeld communiceert dus niet alleen dat Sagmeister een ontwerper is die in zijn beelden zichzelf laat zien en de voelbare werkelijkheid wil communiceren. Het beeld communiceert ook hoe hij dat doet: door tegen het programma van het apparaat in te gaan en zo min mogelijk te sturen en te manipuleren. ‘Dit ben ik, dit is mijn lichaam. Mooier wil ik het niet maken, wat vind jij?’ En hierin communiceert Sagmeisters beeld keurig binnen de codes van het affiche. De formele keuzes waarvan het beeld het gevolg is, leiden tot een uitspraak over het onderwerp van het beeld. De semiotische toeschouwer staat hier dus op de schouders van de kritische toeschouwer. Het obscene beeld wordt ingebouwd in de codering van het genre ‘affiche’. Binnen deze veilige communicatieve code laat het beeld het dilemma van de maker zien: coderen is manipuleren, maar zonder code geen communicatie. Het beeld tracht zich niet tussen de mens en de werkelijkheid in te plaatsen. Het beeld zegt: er was een werkelijkheid, die bevond zich voor een camera. Nu is het beeld geworden, maar vergeet niet dat het het beeld is van een fysieke zich ooit voor een camera bevindende werkelijkheid. Wanneer Flusser over het technische beeld zegt: ‘Noch begrijpt men hoe ze gemaakt zijn, noch hoe we door de beelden geprogrammeerd worden’, dan maakt Sagmeisters beeld duidelijk hoe een beeld gemaakt is en hoe het ons wil programmeren. Het is in zijn metataligheid een ontwerp over ontwerpen.

Hoofdstuk 5 }

{ Conclusie { Als een beeld 'ik' zegt...

one

Het dialogische betekenisvormingsproces van het publieke beeld in de openbare ruimte

In dit proefschrift is het publieke beeld van de grafisch ontwerper onderzocht. Ik heb dit beeld gedefinieerd als het stilstaande, veelvoudige beeld dat communiceert in de openbare ruimte. Vanuit de fysieke inbedding in die context, verbindt het publieke beeld zich met zijn nabije referent. Het verwijst naar deze nabije referent en geeft er betekenis aan. In de analyse vanuit het theoretisch perspectief van Vilém Flusser verschijnt het publieke beeld als een technisch beeld dat zijn ontstaansgeschiedenis maskeert. Een technisch beeld dat zich richt naar iedereen die in de buurt komt en dat de werkelijkheid verbeeldt zoals zij zou moeten zijn. Het publieke beeld is als technisch beeld een programmatisch beeld.

Vervolgens is het publieke beeld onderzocht op zijn potentie om een dialogisch betekenisvormingsproces te veroorzaken. Centraal in dit onderzoek stond de noodzakelijke voorwaarde voor dit proces: de verankering van het beeld in een veronderstelde maker en de epistemologische relatie van het beeld met de veronderstelde werkelijkheid in de vorm van het door Peirce zo genoemde dynamische object. Hoe kan een beeld 'ik' zeggen betekent: hoe kan in het betekenisvormingsproces een stem gehoord worden via het naar voren treden van een 'ik' die ergens iets van vindt? De voorwaarden hiervoor zijn in hoofdstuk 4 aan de hand van de Bakhtiniaanse stem en de Bakhtiniaanse botsing met gebruikmaking van de semiotische theorie uitgewerkt.

Mijn conclusie met betrekking tot de Bakhtiniaanse stem luidt: beelden kunnen 'ik' zeggen. Beelden kunnen in hun veronderstelde maker verankerd worden en daarmee een 'stem' krijgen wanneer in het betekenisvormingsproces van het beeld zelf sporen van de totstandkoming zichtbaar zijn. Deze sporen zijn zichtbaar in het beeld dat zich onderscheidt van het clichématige, gewoon geworden beeld dat als vanzelf wordt geïnterpreteerd. Enkel het botsende, het vreemde, beeld zet aan tot een bewust betekenisvormingsproces. Een betekenisvormingsproces waarin de kijker zich er bewust van is dat een beeld een constructie is en geen werkelijkheid. De dialogische verankering in de maker is daarmee afhankelijk geworden van de ervaring en het referentiekader van een kijker.

De contextuele inbedding van het grafisch ontwerpbeeld bepaalt vervolgens de wijze van zijn dialogisch functioneren. Onderwerp van onderzoek is het (grafisch ontwerp) beeld in de openbare ruimte. Dit betekent voor het onderzoek dat we spreken over een betekenisvormingsproces ten aanzien van een actueel onderwerp: de nabije referent. De conclusie met betrekking tot de Bakhtiniaanse botsing: de dynamiek die het publieke beeld in de actualiteit van de openbare ruimte ten aanzien van een duidelijke en nabije referent veroorzaakt, vindt plaats doordat het beeld in de semiosis botst met het heersende discours. De Bakhtiniaanse botsing is een botsing met datgene dat geaccepteerd is en als normaal wordt beschouwd. Dynamiek ontstaat wanneer een publiek beeld erin slaagt dit gewone te ondervragen door ermee te boston. Het dialogische beeld kan daardoor enkel op een bepaald moment en in een bepaalde context dialogisch zijn. Als zichtbare constructie maakt het zich

niet alleen los van de werkelijkheid waarnaar het verwijst en waardoor het als verbeelding kan worden ervaren. Het botst ook met het discours over de werkelijkheid. Enkel op die wijze kan het beeld de toeschouwer op dialogische wijze in de communicatie betrekken. Als een beeld 'ik' zegt, wordt de toeschouwer door het beeld ondervraagd over de wijze waarop hij zich tot de wereld om hem heen verhoudt.

Van conceptueel ontwerpen naar dialogische ontwerpen

Dit onderzoek naar het publieke beeld als grafisch ontwerpbeeld moet beschouwd worden tegen de achtergrond van het grafisch ontwerpen als praktijk én als discipline. Het onderzoek naar de kijkervaring moet geplaatst worden binnen de praktijkervaring van ontwerpers. Het is een poging de praktijk een reflectief kader te geven, waarmee de praktijk wordt ingebed in een de praktijk overstijgende discipline.

Het ontwerpen van publieke beelden kent een lange geschiedenis en is sinds een kleine eeuw ingebed in een discipline die wordt onderwezen op de kunst- en vormgevingsacademies. De door Flusser zo genoemde 'Künstler' als de maker die erin slaagt via 'akrobatischer Artistik' de systemen te slim af te zijn vindt zijn inbedding in de binnen de academisch gesitueerde discipline grafisch ontwerpen. Binnen deze discipline heeft de communicatie via het publieke beeld zich in een discursief reflexieve context kunnen ontwikkelen.

In die ontwikkeling is de aandacht voor het dialogische beeld een logische volgende stap op het binnen de discipline zo genoemde conceptuele beeld.¹³⁵ Binnen het conceptuele beeld staat de overdracht van de boodschap (het concept) centraal. Het concept tekent niet alleen de expressie van de zender maar ook de overdracht naar de ontvanger. Het concept is, zo zou je in de termen van Jacobson kunnen zeggen, de verbinding tussen de expressieve en de appellerende functie van communicatie. De ontwerper anticipeert dus via het concept op het betekenisvormingsproces van de kijker. Het concept bepaalt de poëtische constructie die weer het betekenisvormingsproces beïnvloedt. Het dialogisch ontwerpen kan gezien worden als een ontwikkeling van het conceptuele ontwerpen. In het conceptuele ontwerpen ligt de nadruk op de sturing of programmering van de ideale ontvanger waardoor de appellerende functie domineert. In het dialogisch ontwerpen ligt de nadruk op de expressieve functie van het ontwerpen. Datgene dat de ontwerper wil zeggen staat centraal. Hierdoor gaat de ontwerper als vanzelf in gevecht met de programma's, en niet alleen met de computerprogramma's maar ook met de beeldtaal en de beeldclichés daarbinnen. Dit gevecht heeft als gevolg dat het ontstane beeld in relatie tot de beelden die de programma's wel volgen, een vreemd

135 Blauvelt (2009) onderscheidt in het artikel 'Towards Relational Design' in de *Design Observer* drie fases: een syntactische op de vorm gerichte, een semantische op de betekenis gerichte en een pragmatische op de context gerichte fase. Het conceptuele beeld kan geplaatst worden in de semantische fase. Het dialogische beeld in de pragmatische fase van het *relational design*.

Zie <http://www.designobserver.com/archives/entry.html?id=38845>

beeld wordt. Hierdoor wordt het commentaar dat het beeld geeft transparanter, opener en voor meerdere uitleg vatbaar.

De dialogische semiosis als metatalige semios

De casestudies aan het einde van deel III laten zien dat het dialogische beeld niet los gezien kan worden van een metatalige competentie van ontwerpers. De ontwerper heeft geleerd de programma's waarin hij zich uitdrukt, gecontroleerd in te zetten. Academies doen een beroep op het reflexief vermogen van de ontwerper. De reflectie richt zich niet enkel op het concept maar ook op de in te zetten middelen om het concept tot uitdrukking te brengen. De reflectie op de wijze waarop het beeld de toeschouwer beïnvloedt, brengt de uitdrukkingswijzen en daarmee de taal van het ontwerpen in beweging. De dynamiek in de systemen wordt aangebracht door de maker, leert de sociale semiotiek ons, en dit wordt zichtbaar in de praktijk. De maker is degene die systemen in beweging kan brengen, maar hij heeft de toeschouwer nodig om die beweging te actualiseren.

Binnen een reflectieve context staat deze artistieke dynamiek in het centrum van de belangstelling en ontwerpstudenten ontleen er de positieve evaluatie van hun werk aan. De reflectie op de uitdrukkingsmiddelen brengt een bewustzijn tot stand waarbinnen nieuwe dialogische strategieën kunnen ontstaan. Er is momenteel binnen de discipline een ontwikkeling gaande waarin niet alleen het systeem *in* het beeld in beweging wordt gebracht, maar waarin ook het beeld *als* systeem ter discussie wordt gesteld. Dit bewustzijn heeft tot nieuwe dialogische communicatieve praktijken geleid, waarin maker en toeschouwer in een nieuwe relatie ten opzichte van elkaar staan. Ze zijn beiden deskundigen en medeplichtigen. Ze knipogen naar elkaar over de boodschap heen. Ze kennen het spel, ze kennen de regels.

Dat dit ook tot onvrede kan leiden, wordt duidelijk in de grote aantrekkingskracht van de beelden van Stefan Sagmeister. Als reactie op het vrolijke spel zoeken ontwerpers een vorm van 'oprechte', directe, open communicatie. Echter, hoe kunnen ontwerpers, nu ze weten dat alle communicatie gecodeerd is, zich toch oprecht verhouden tot hun onderwerp en tot de toeschouwer? Hoe kunnen ze betekenis geven zonder in het discours van de reclame te vervallen? Daarnaast heeft de ontwerper in verband met deze authenticiteit een ander functioneel probleem. Kun je authentiek zijn en toch grote groepen mensen bereiken? En kun je als ontwerper, als iemand die zich in zijn communicatie richt tot Baudrillards massa, veroorzaken dat er meer dan een tautologisch en circulair antwoord mogelijk is? Hoe voorkom je dat de massa alles absorbeert? Programmatistische beelden ontslaan de massa van verantwoordelijkheid, aldus Flusser. Brengen dialogische beelden de massa wel in beweging? Is er überhaupt een dialoog mogelijk met de massa? Is er iets anders mogelijk dan schreeuwen en je bedienen van reclametaal wanneer de massa je gesprekspartner is? Dit zijn vragen die het dilemma vertegenwoordigen waarmee veel ontwerpers worstelen.

Ik kan deze vragen niet beantwoorden. Ik zie alleen wel dat er zich een dialogische beeldtaal heeft ontwikkeld als reactie op de programmerende beeldcultuur.

Ontwerpers hebben met hun beelden betekenisvormingstrategieën ontwikkeld die de mogelijkheid van een dialogisch betekenisvormingsproces bij de toeschouwer vergroten. Zij hebben daarmee vanuit het sociaalsemiotische perspectief de taal niet alleen gebruikt, maar hem ook in beweging gebracht. Iedere strategie die een dialogisch betekenisvormingsproces in gang wil zetten vraagt de toeschouwer het metasemiotische kritische perspectief van Umberto Eco in te nemen omdat het de toeschouwer vraagt het beeld als taaluiting te doorzien en zoals Flusser het zegt 'achter de code te kijken'.

Dialogische beeldstrategieën

De strategieën die in dit proefschrift zijn opgemerkt zijn de volgende:

1 Vervreemding: het vreemde beeld

In de vervreemding botst in het betekenisvormingsproces het beeld met het referentiekader van de toeschouwer. De gelijkenisrelatie tussen beeld en werkelijkheid wordt bemoeilijkt. Het *Groeten uit Holland*-beeld ^(afb. 9) is hiervan een duidelijk voorbeeld, maar ook het Adobe- en AIGA-affiche van Stefan Sagmeister ^(afb. 35 en 36). In het geval van de Sagmeister-beelden is de botsing niet zozeer inhoudelijk als wel formeel van aard. Het soort beeld, de textuur, de belichting, het kader bevreemden ons en maken ons duidelijk dat het affiche een beeld is. Het *Groeten uit Holland*-beeld is een botsing met het clichébeeld van het Hollandse landschap.

2 Synthese: de interne botsing

In het door het synthetische beeld op gang gebrachte betekenisvormingsproces, is er sprake van een interne botsing tussen twee semantische elementen van het beeld. Hierdoor vraagt het beeld de toeschouwer tot een eigen interpretatie te komen. In het beeld van *De jas* ^(afb. 22) botsen de jas en de rode streep op elkaar. In het Gorilla-beeld ^(afb. 32) vindt er een ander soort botsing plaats: de botsing tussen een oud symbool, de vuist, en een nieuw symbool, de hand met de mobiele telefoon. Het nieuwe symbool wordt in het licht van het oude symbool geplaatst. In beide gevallen resulteert de botsing in het betekenisvormingsproces tot een vraag aan de kijker de beelden tot elkaar te herleiden.

3 Subversie: de ondermijnende uitspraak

In het subversieve beeld is er door het toevoegen van een ongebruikelijk perspectief sprake van het innemen van een standpunt dat tegen het discours omtrent de werkelijkheid (het dynamische object) ingaat. Het beeld wil met Hannah Arendt een nieuw perspectief in de openbare ruimte bewerkstelligen en het beeld wil met Mouffe de bestaande orde ondervragen en ondermijnen. De actie van *Beperkt Houdbaar* ^(afb. 5) kan op deze wijze beschouwd worden. De stickers 'Beperkt houdbaar' geven een nieuw perspectief op het vrouwbeeld in de reclame. Een Mouffiaanse botsing met het dominante discours vindt plaats in het betekenisvormingsproces van het 'illegalen-formulier' ^(afb. 34). Het formulier roept op tot een actie die niet aanwezig gesteld mag

worden vanwege de referentie aan die andere beladen actie: het aangeven van joden in de Tweede Wereldoorlog. Het formulier maakt daarmee zichtbaar dat er censuur ligt op de indirecte uitbeelding van die oproep joden te verkillen.

4 Deconstructie: het zichtbaar maken van de code

In de strategie van de deconstructie wordt duidelijk dat er een onderscheid bestaat tussen de zogenaamde semiotische naïeve toeschouwer die het beeld decodeert, en de kritische toeschouwer die de code doorziet en achter de code te kijkt. De beelden vergemakkelijken het innemen van de kritische positie in het betekenisvormingsproces. Dit kan op meerdere manieren gebeuren:

Het dialogische beeld richt zich op de programmatische structuur van de openbare ruimte. Het beeld deconstrueert in de semiosis van de kritische toeschouwer deze structuur, maakt haar zichtbaar. Het werk van Jeroen Jongeleen van Influenza, *Information black out, no dialogue needed* ^(afb. 7) is hiervan een treffend voorbeeld. Het dialogische beeld kan zich ook richten tegen de programmatische structuur van bepaalde uitingen in de openbare ruimte. Het beeld deconstrueert in de semiosis van de kritische toeschouwer deze structuur en maakt haar daarmee zichtbaar. Dit gebeurt bijvoorbeeld in de semiosis die wordt opgeroepen door de beplakte reclamebeelden als gevolg van de plakacties van *Beperkt Houdbaar* ^(afb. 5). Maar ook in communicatieguerrilla-achtige acties zoals bijvoorbeeld de tegenreactie op het *Nederland tegen Terrorisme*-beeld, ^(afb. 6). Het bewerkte *Nederland tegen terrorisme*-beeld maakt de programmatische semiosis duidelijk van de ‘terrorismebeelden’, door te weigeren de plaats van de ideale toeschouwer in te nemen.

De derde deconstructiestrategie bestaat uit een dusdanig gebruik van de codes in het beeld dat een kritische kijker erin slaagt achter de code te kijken en de macht van de programmering te weerstaan. We zagen dit in het *Illegalenformulier* van Martijn Engelnbrecht / EGBG ^(afb. 34).

5 Transparantie: het indexicale beeld

Dialogische beelden worden weer ‘beeld’ en bewerkstelligen een onderscheid tussen werkelijkheid en beeld, wanneer de daad van het ‘in beeld brengen’ zichtbaar is.

Daarmee komt in de semiosis de werkelijkheid weer tevoorschijn in het beeld zonder dat de werkelijkheid samenvalt met het beeld. We herkennen dit in het grafisch werk van Stefan Sagmeister ^(afb. 35, 36). In het verlengde hiervan zien we dat het ontwerpproces zich verplaatst heeft naar de werkelijkheid voor de camera. Het ontwerp ontstaat in de fysieke niet-‘apparatische’ werkelijkheid en de camera registreert. Hiermee ontstaat er een indexicale relatie tussen het beeld en de maker die vergelijkbaar is met de relatie tussen de schilder en het schilderij via de zichtbare strek van de kwast. In de geregistreerde fysieke werkelijkheid zien we de sporen van het maakproces: het plaatsen van de bekertjes en de suggestie van het kerven in een huid.

Conclusie }

{ Epiloog { Van dialoog naar co-auteurschap

While we can never expect to grasp the essence of another human consciousness in its entirety, a dialogical aesthetic requires that we strive to acknowledge the specific identity of our interlocutors and conceive of them not simply as subjects on whose behalf we might act but as co-participants in the transformation of both self and society. (Kester 2005: 79)

We zien in de afgelopen jaren een ontwikkeling binnen het vak grafisch ontwerpen waarin de meerstemmigheid waarover Hannah Ahrend het heeft – een meerstemmigheid waarin zaken vanuit meerdere perspectieven worden belicht – wordt gegarandeerd door het ontwerpproces zelf. In wezen maakt de tweestemmigheid onderdeel van het ontwerpen uit wanneer opdrachtgever en ontwerper beiden een stem hebben in de totstandkoming van een ontwerp. Deze tweestemmigheid vereist dat beide partijen, in de woorden van Flusser, weten **wat zich** in hun innerlijk afspeelt, in hun eigen programma. Dit heeft als gevolg dat een dialoog enkel mogelijk is tussen personen met een stem. In de onderhandeling tussen ontwerper en opdrachtgever zien we hoe de dialoog onderdeel wordt van het ontwerpproces zelf. Dit is vergelijkbaar met de onderhandeling tussen beeld en toeschouwer, waarbij de dialoog een plaats heeft in het betekenisvormingsproces.

In deze epiloog houd ik een pleidooi voor verder onderzoek naar de dialoog in het ontwerpproces. Zowel de dialoog tussen ontwerper en opdrachtgever als de dialoog tussen ontwerper en de gemeenschap waarbinnen hij ontwerpt, vergen nader onderzoek. Ik wil laten zien hoe er zich een nieuwe dialogische weg opent in de relatie tussen ontwerper en de gemeenschap waarvoor hij ontwerpt. In deze dialogische praktijk ontstaat er een creatieve verbinding tussen de ontwerper en de werkelijkheid.

Met de verschuiving van het beeld naar het ontwerpproces, trek ik de lijn door die in het werk van Sagmeister al zichtbaar is. Sagmeister heeft, zoals gezegd, niet alleen in het beeld het ontwerpproces verbeeld. Hij heeft het ontwerpproces ook steeds meer verplaatst naar de fysieke werkelijkheid waarbij de technische verbeelding bestond uit een registratie van dat proces. In zijn werk wordt de rol van de fotografie voor de totstandkoming van het beeld steeds kleiner. We zagen al in 5.3 hoe de fotografie uiteindelijk nog slechts een registrerende functie heeft ten aanzien van het in de fysieke materie tot stand gekomen ontwerp. Uiteindelijk is die registrerende functie voor Sagmeister niet eens meer nodig en ontstaat het beeld in de fysieke materie als eindproduct. De nadruk verschuift van het tweedimensionale technische beeld naar het driedimensionale object. Sagmeister plaatst de objecten zelf als driedimensionale beelden in de openbare ruimte. De objecten zijn de drager van letters of ze vormen het materiaal voor de letters: kledingstukken, meubels of worst. Dit wordt met name zichtbaar in het project *Things I have learned in my life so far*, waarin Sagmeister typografische objecten in de openbare ruimte plaatst. De letters zijn gemaakt van allerlei materialen en door hem geplaatst in een grote verscheidenheid aan openbare ruimtes: op hekken, in

zwembaden, in parken, op bloembladen of op daken van gebouwen (zie hiervoor ook de in 2005 uitgekomen gelijknamige bundel van 15 boekjes.)



Afbeelding 37 >

Beeldbijlage pagina 16

Binnen dit project van Sagmeister vindt echter ook een tweede verschuiving plaats. ^(afb. 37) Naast de verschuiving van beeld naar materie, zien we ook een verschuiving van de dienstbare naar de autonome ontwerper. Deze verschuiving is ook een verschuiving van tweestemmigheid naar een narcistische vorm van eenstemmigheid. Voor deze verschuiving moeten we ons verplaatsen naar de ontstaansgeschiedenis van het project. In het boek *Things I have learned in my life so far* geeft Stefan Sagmeister ons de in bijzondere typografie gevatte handvatten voor zijn leven en ontwerperschap. Ik geef er een aantal:

Helping other people helps me.
Everybody always thinks they are right.
Being not truthful works against me.
Having guts always helps me.
Trying to look good limits my life.

Het zijn simpele handvatten die noch uitblinken in diepzinnigheid, noch in de poëzie van de gekozen taal. De citaten zijn ook niet geschreven met de bedoeling dat ze gecommuniceerd zouden worden naar een groter publiek. Ze komen uit een dagboek. De teksten kennen dus dezelfde onbemiddelde 'puurheid' als de foto van zijn lichaam.

Het boekje is een grote hit onder ontwerpers. Gedeeltelijk heeft dat te maken met de celebrity-status van Stefan Sagmeister. Het boekje en het succes dat Sagmeister ermee onder ontwerpers heeft, onthult ook een nieuwe mythe: de autonomie van het grafisch ontwerpen. De verbeelding van de twintig korte stellingen moeten daarvoor geplaatst worden in de context waarbinnen zij zijn ontstaan. In 2000 besloot Sagmeister een jaar lang vrij te nemen om te kunnen experimenteren. Hij nam een jaar lang geen opdrachten aan en wilde ontdekken wat het met zijn werk zou doen wanneer er geen externe factoren waren waartoe hij zich moest verhouden. Toen hij daarna weer opdrachten aannam, kreeg hij van zijn opdrachtgevers de grootste vrijheid die een ontwerper zich maar kan wensen. Hij mocht 'doen wat hij wilde'. Die vrijheid leidde tot het vormgeven van de zinnen uit zijn dagboek. *Things I have learned in my life so far* werd een publiekelijk zelfonderzoek in de taal van de ontwerper. Sagmeister plaatste zijn gedachten in uitbundig typografische vormen in het openbaar domein.

De stellingen van Sagmeister vormen een handvest (ook hierin schuilt de overeenkomst met het beeld van zijn lichaam van afb. 36). Het is het persoonlijke handvest van Stefan Sagmeister dat hij op dialogische wijze voorlegt aan zijn publiek. 'Dit werkt voor mij? Wat werkt voor jou?' Door het totale afzien van dogmatiek en door het persoonlijk maken van zijn werk, slaagde hij erin zijn

handvesten als een vraag voor te leggen aan zijn publiek. Aan de basis van zijn communicatie ligt datgene, dat in hem leeft. Sagmeister heeft een eigen stem. Het 'project' Sagmeister, is een project waarin hij probeert te ontdekken wat er in zijn eigen innerlijk leeft om van daaruit een dialoog op te roepen. Sagmeisters 'transapparatische' aanpak komt voort uit het feit dat wat er leeft in zijn eigen programma voorop staat. Hierdoor zijn de computerprogramma's te beperkt in hun mogelijkheden. Daarom gaat 'der Künstler' Sagmeister terug naar de handenarbeid. Hij knutselt, zaagt, boetseert, knipt en plakt en tekent letters. Alle materialen, alle technieken, en alle contexten. Alles kan. Hij wil namelijk dat zijn beelden 'ik' zeggen.

Het is de vraag, en nu kom ik bij mijn eerste punt, of in het al te narcistische en dwingende '*dit vind ik*', nog wel ruimte is voor de vraag: '*en wat vind jij?*' Verdragen de beelden nog wel een ander perspectief? Bovendien is de nabije referent van Sagmeisters universum, het dynamisch object waar zijn beelden naar verwijzen, de ontwerper zelf en zijn eigen ontwerperschap. Hij is als ontwerpers-ontwerper in gesprek met ontwerpers. Zijn succes onder ontwerpers leert ons dat de concessieloosheid van de autonome positie van Sagmeister een nieuwe mythe aan het vormen is. De ontwerper die zelf mythes doorbrak, is nu zelf een mythe geworden. Het dialogische betekenisvormingsproces is echter gebaat bij beelden die deze mythe juist ter discussie durven stellen. Wanneer Sagmeisters beelden de autonome positie blijven bevestigen, sluiten ze daarmee aan bij het gangbare ontwerpersdiscours. Er vindt geen onderhandeling meer plaats wanneer deze autonomie een nieuwe mythe is geworden. Bovendien is de meerstemmigheid niet alleen gebaat bij een onderhandeling met het publiek, maar ook met de opdrachtgever. Juist in deze onderhandeling is het ontwerpen al in beginsel een dialogische praktijk.

Meerstemmigheid in het ontwerpproces

Naast een pleidooi voor een ontwerppraktijk waarin de ontwerper in onderhandeling gaat met de opdrachtgever, houd ik een pleidooi voor een tweede onderhandelingspraktijk: de onderhandeling met de massa. Er is een nieuwe ontwikkeling gaande waarin de communicatieve setting van ontwerper en massa doorbroken wordt doordat daarin de ontwerper de massa binnengaat en daarmee de communicatieve setting van ontwerper en massa doorbreekt. Men zou ook kunnen zeggen dat er een nieuwe vorm van tweestemmigheid, en zelfs van polyfonie, ontstaat. In het betreden van de massa en deze medeplichtig maken aan het proces van creatie, verplaatst de onderhandeling en de meerstemmigheid zich van de opdrachtgever naar het publiek. Wanneer de kijker een co-creator is in het dialogische betekenisvormingsproces en een co-deskundige in de metatalk communicatie, dan is de volgende stap de kijker ook daadwerkelijk in het ontwerpproces te betrekken: niet de dialoog ontwerpen, maar in dialoog te ontwerpen. We spreken vandaag de dag dan ook niet voor niets over co-creatie, over *relational aesthetics* en over *community art*.



Afbeelding 38 >

Beeldbijlage pagina 16

Een sprekend voorbeeld van deze ontwikkeling is het collectief *Isme*, opgericht door drie HKU-studenten voordat ze het laatste jaar van hun studie in zouden gaan. Ze zijn naar het voormalig Joegoslavië getrokken om daar terplekke met de bewoners tot ontwerpen te komen. Hun eerste beeld is de uitdrukking van een zin uit een van de vele interviews die ze de bewoners afnamen. Het citaat werd door de bewoners gekozen, en door Isme in samenwerking met de studenten van de kunst-academie geplaatst op een speciaal voor dit project gekochte muur. ^(afb. 38)

Op een grauwe muur in Sarajevo staat nu de zorgelijk cynische tekst: ‘Whatever you will write on a wall, people won’t care’. Het mooie van de uitspraak is natuurlijk dat hij het tegenovergestelde impliceert. Terwijl de zin zegt *Waarom zou je nog iets schrijven op een muur?*, wijst het feit dat de tekst toch op de muur is geschilderd op de hoop op het tegenovergestelde. De woorden worden in de muurschildering met kracht naar buiten gebracht, vanuit het donker van het private in het licht van het publieke domein.

Met dit beeld wordt zowel het probleem geformuleerd als de oplossing gegeven. Het beeld verbeeldt zowel het startpunt van mijn onderzoek als een mogelijke ‘way out’. Het startpunt ligt in de analyse van onze beeldcultuur waarin een programmatisch gebruik van de openbare ruimte werd bekritiseerd. De oplossing ligt in het herwinnen van de publieke functie van de openbare ruimte zodat mensen weer betrokken raken. De dialoog kan zowel voorwaarde zijn als resultaat, een dialogische werkwijze leidend tot een dialogisch beeld.

Epiloog }

{ Bronnen

Arendt, H.

(2004). *Vita Activa. De mens: bestaan en bestemming*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Alphen, O. van & H. Visser

(1989.) (Ed). *Een woord voor een beeld, opstellen over fotografie*. Amsterdam: SUA.

Arnheim, R.

(1976). *Art and Visual perception, a psychology of the creative mind*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.

(1980). *Visual thinking*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.

Ashwin, C.

(1989). Drawing, Design and Semiotics. In *Design Discourse. History-theory-criticism*. V.Margolin (Ed), pp 199-209.

Aumont, J.

(1994). *The Image*. London: BFI.

Avermaete, T. & K.Havik

(2008) (Eds). *Into the Open, Publieke plaatsen*, & H.Teerds *accommodating the Public*, Oase 77. Rotterdam: NAI uitgevers.

Barnard, M.

(2001). *Approaches to understand visual culture*. New York: Palgrave.

(2005). *Graphic design as communication*. London and New York: Routledge.

Barthes, R.

(1970). *De nulgraad van het schrijven, inleiding in de semiologie*. Amsterdam: Meulenhof.

(1979/1980). De fotografische boodschap. *Skrien* 92/93, winter 179/180, pp. 34-49.

(1982). Retorica van het beeld. *Skrien* nr.117, april 1982, pp. 34-39.

(1984). *Het plezier van de tekst*. Nijmegen: Sun.

(1991). *Roland Barthes door Roland Barthes*, Nijmegen: Sun.

(2004). De dood van de auteur. In *Het werkelijkheidseffect*. Groningen: Historische Uitgeverij, pp. 113-122.

(2004). Het werkelijkheidseffect. In *Het werkelijkheidseffect*. Groningen: Historische Uitgeverij, pp. 101-112.

Baudrillard, J.

(1985). *In de schaduw van de zwijgende meerderheid*. Amsterdam: SUA.

(1993). *De fatale strategieën*. Amsterdam: Uitgeverij 1001.

(1994). *Simulacra and simulations*. Michigan: The University of Michigan Press.

(2005). *The system of objects*. London New York: Verso.

Beeke, A.

(1998). *Het papier dat slapende honden wakker maakt. Dutch posters 1960-1996*. Amsterdam: Bis Publishers.

Bennett, A. G.

(2006). Introduction, The Rise of Research in Graphic Design. In *Design Studies, Theory and Research in graphic design, a reader*. A. Bennett (Ed), New York, Princeton Architectural Press, pp 14-23.

Benjamin, W.

(1996). *Het kunstwerk in zijn tijd van technische reproduceerbaarheid en andere essays*. Nijmegen: Sun.

Benveniste, E.

(1974). *Problèmes de linguistique générale*. Parijs: Gallimard.

Berger, J.

(1972). *Anders zien*. Nijmegen: Sunschrift 74.

Bertin, J.

(1970). La Graphique. *Communications* 15, Parijs: Seuil, pp. 169-185.

Bignell, J.

(1997). *Media semiotics, an introduction*. Manchester and New York: Manchester University Press.

Boekraad, H.

(2006). *Mijn werk is niet mijn werk*. Pierre Bernard. *Ontwerpen voor het publiek domein*. Baden: Lars Müller.

Boomkens, R.

(2008). De tijdelijkheden van de publieke sfeer. *Oase 77 Into the Open*. Rotterdam: NAI Uitgevers, pp. 10-20

Bordwell, D. & K. Thompson

(1990). *Film Art, an introduction*. New York: McGraw-Hill Publishing Company.

Broos, K. & P. Hefting

(1993). *Een eeuw grafische vormgeving in Nederland*, Amsterdam/Antwerpen: L.J. Veen.

Cobley, P. & L. Jansz.

(1977). *Introducing Semiotics*. Thriplow, Royston: Icon Books

Coumans, A.

(2000). Visuele Communicatie of Hoe wij beelden interpreteren. Internetpublicatie HKU <http://central.hku.nl/~anke/semiotiek/inhoudsopgave.htm>

(2003). Beelden kijken is beelden maken. Geest, N. van der & K. Zijlmans. *Curry, het interculturele debat*. Utrecht: HKU pp. 42-49.

(2004). The Visual Essay, reflexivity in the design proces. Coumans, A. & H. Westgeest (Eds). *De Reflexieve Zone*. Utrecht: HKU. pp. 18-28.

(2006). Terreur, de productie van traumatische beelden. Utrecht: uitgave HKU.

Coumans, A. & H. van Driel

(2005). Het onvoorstelbare: de werkelijkheid van het beeld. Over Der Untergang en het beeld van de holocaust. In Lierop, H. van & P. Mooren (Eds). *De Tweede Wereldoorlog als moreel ijkpunt*. Den Haag: Biblion. pp 15-27.

Crow, D.

(2003). *Visible Signs: An Introduction to Semiotics*. London: AVA Publishing.

Culler, J.

(1981). *The pursuit of signs*. London: Routledge.

Durand, J.

(1970). *Rhétorique et image publicitaire*. *Communications* 15, Paris: Seuil, pp 70-95.

Driel, H. van

(1991). Over betekenisvorming. In: *Het semiotisch pragmatisme van Charles S. Peirce*. Van Driel. H. (Ed). Amsterdam: John Benjamins B.V. pp 49- 74.

(1993). *De semiosis*. Tilburg: University Press.

(1999). *Internet& Communicatie*. Amsterdam: Boom.

(2001). *Digitaal Communiceren*. Amsterdam: Boom.

Eco, U.

(1972). *Einführung in die Semiotik*. München: Wilhelm Fink Verlag.

(1993). *De grenzen van de interpretatie*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.

Elias, W.

(1993). *Tekens aan de wand, hedendaagse stromingen in de kunsttheorie*. Antwerpen-Baarn: Hadewijch.

Ferraris, M.

(1996). *History of Hermeneutics*. New Jersey: Humanities Press.

Fiske, J.

(1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.

Flusser, V.

(1998). *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuche Verlag

(1999). *The shape of things, a philosophy of design*. London Reaktion Books Ltd.

(2000). *Towards a philosophy of photography*. London: Reaktion Books Ltd. Oorspronkelijk verschenen 1983 in het Duits als *Für eine Philosophie der Fotografie* Göttingen. European Photography Andreas Müller-Pohle. In 2007 is het boek in het Nederlands vertaald als *Filosofie van de fotografie*. Uitgeverij IJzer.

(2005). *Medienkultur*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuche Verlag.

Fozza, J. C. & A. Garat

(1983). *Petit Fabrique de l'Image, parcours théorique & thématique*. Parijs: Magnard.& F. Parfait

Frascara, J.

(2006). *Graphic Design: Fine Art or Social Science*. In: *Design Studies, Theory and Research in graphic design, a reader*. Bennett, A. (Ed), pp 26-36.

Fraser, N.

(1993). Rethinking the public sphere. A contribution to the critic of actually existing public democracy. In S. During (Ed). *The cultural studies reader*. London and New York: Routledge, pp 524-536.

Freud, S.

(2000). Der Witz und seiner Beziehung zum Unbewussten. In: *ders. Studienausgabe Bd. 4*, Frankfurt/.M: Fischer, pp 13-219.

Giampetro, R.

(2005). The problem with posters. *DDDX*. Nederland: Den Haag, pp 3-10.

Gombrich, E.H.

(1980). *Art and Illusion, a study in the psychology of pictorial representation*. Oxford: Phaidon Press.

Goodman, N.

(1976). *Languages of Art. An approach to a theory of symbols*. Indianapolis: Hacket Publishing Company.

Greimas, A.J. & J. Courtés

(1987). *Analytisch woordenboek van de semiotiek*. Tilburg: University Press.

Hall, S.

(1993). Encoding, decoding. S. During. *The cultural studies reader*. London and New York: Routledge, pp 90-104.

Heller, S.

(1999). *Design Literacy, Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press.

Hodge, R. & G. Kress

(1988). *Social Semiotics*, Cambridge: Polity Press.

Huygen, F & H. Boekraad

(1997). *Wim Crowwel, Mode en module*. Rotterdam: 010 publishers.

- Huygen, F. & D. van de Vrie
(2008). *Crouwel-van Toorn. Het debat*. Eindhoven: [Z]OO producties.
- Isme
(2009). *Tourisme in twaalf delen*. Utrecht: Uitgave in eigen beheer.
- Jacobson, R.
(1977). Linguïstiek en poëtica. W.J.M. Bronzwaer, D.W. Fokkema, E. Ibsc (Eds). *Tekstboek algemene Literatuurwetenschap*. Baarn: Ambo.
Oorspronkelijk gepubliceerd als Closing Statements: Linguistics and Poetics. Thomas A. Sebeok (1960), *Style In Language*, Cambridge Massachusetts, MIT Press, pp. 350-378.
- Jongema, M.
(1994). *Marten Jongema, Inleiding K. Schippers*. Amsterdam: SSP.
- Kalman, T.
(1993). Photography, morality, and Benetton. In: Bierut, M. & Drentel, W. & Heller, S. & Holland, DK. (1997) (red). *Looking closer*. New York: Allworth Press, pp 230-232.
- Kester, G.H.
(2005). *Conversation Pieces, Community+ communication in modern art*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Kinross, R.
(1986). Semiotics and Designing. *Information design Journal* 4/3, pp.190-198.
(1989). The rhetoric of neutrality. In Victor Margolin (ed) *Design discourse: History, Theory, Criticism*. Chicago and London: University of Chicago Press, pp.131-144.
(1994). Fellow readers: notes on multiplied language. Bierut, M. & Drentel, W. & Heller, S. & Holland, DK. (1977) (red). *Looking closer*. New York: Allworth Press, pp 18-26.
- Kress, G. & T. van Leeuwen
(1996). *Reading images The Grammar of Visual Design*. London/New York: Routledge.
(2001). *Multimodal discourse, the modes and media of contemporary communication*, London: Arnold.
- Kress, G.
(2000). Text as the punctuation of semiosis. Ulrike H. Meinhof & Jonathan Smith. *Intertextuality and the media*. Manchester and New York: Manchester University Press, pp 76-113.
(2003). *Literacy in the new media age*. London and New York: Routledge.
- Kristeva, J.
(1968). La semiologie, science critique et/ou critique de la science. *Tel Quel Theorie d'ensemble*. Paris: Seuil, pp 80-93.
- Kuyper, E. de & E. Poppe
(1980). Discours, énoncé, énonciation. *Seminar semiotiek van de film, over Christian Metz* *Sunscript* 159. Nijmegen: SUN, pp 85-96.
- Kuyper, E. de
(1988). De vakman en de semioticus, *Van Mysterie naar Mediamachine*. Breda: publicatie Academie St. Joost.
- Leeuwen T. van & C. Jewitt
(2001). *Handbook of visual analyses*. London: Sage Publications.
- Lischka, G. J.
(1990). Vilém Flusser. *Kunstforum International* 108, pp 94-101.
- Lubbe, J. & A. van Zoest
(1997). *Teken en Betekenis*. Haarlem: Aramith Uitgevers.

- Luyendijk, J.
(2008) *Het zijn net mensen, beelden uit het midden-oosten*. Amsterdam: Uitgeverij Podium.
- Maas, J. & A. Smeets
(1999) (Ed). *Werktekeningen, een semiotische blauwdruk*, Tilburg: Tilburg University Press.
- Mannoni, O.
(1969). Je sais bien mais quand meme... *Clefs pour l'imaginaire ou l'autre scène*. Paris: Editions du Seuil, pp 9-33.
- Manovich, L.
(2001). *The Language of new media*. Cambridge: The Mit Press.
- McLuhan, M.
(1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. London/Toronto: Routledge.
(1966). *Understanding Media, The extension of Man*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.
(2003). *Understanding Me, Lectures and interviews*. Cambridge, Manchester: MIT Press.
- McLuhan, M. & Q. Fiore
(1967). *The Medium is the Massage, An Inventory of Effects*. New York Bantam Books.
- Mc Quiston, L.
(1993). *Graphic Agitation , Social and Political Graphics since the Sixties*. London: Phaidon Press Ltd.
- Mechelen, M. Van
(1993). *Vorm en betekening*. Nijmegen: Sun.
- Meijer, M.
(1995). *In tekst gevat, inleiding tot een kritiek van de representatie*. Amsterdam: Academic Archive.
- Metz, C.
(1980). Histoire/Discours (aantekeningen over twee voyeurisme). *Seminar Semiotiek van de film. Over Christian Metz. Sunschrift 159*. Nijmegen: SUN, pp77-84.
(1988). De onpersoonlijke enunciatie of de locatie van de film. *Versus 3 1988*. Nijmegen: SUN, pp 54-82. Oorspronkelijk verschenen in 1987 als L'enonciation impersonnelle, ou le site du film. In *Vertigo 1*.
- Mitchell, W.J.T.
(2004). Het onzegbare en het onvoorstelbare, woord en beeld in tijden van terreur. in: *Andere Cinema 172*, pp18-39.
- Mooij, A.
(1983). *Taal en Verlangen, lacans theorie van de psychoanalyse*. Meppel: Boom.
- Maldonado, T.
(1959). Communication and Semiotics. *Ulm 5*, pp69-80.
- Moriarty, S.E.
(1996). Abduction: A theory of visual interpretation. *Communication Theory , May 1996*. pp167-187.
- Morris, C.
(1955). *Signs, language and behavior*. New York: Prentice Hall.
- Morris, P.
(1994) (Ed). *The Bakhtin Reader, selected writings of Bakhtin, Medvedev, Volosinov*. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Mouffe, C.
(2008). Kunst en democratie, Kunst als agonistische interventie in de openbare ruimte. *Open 2008 / nr.14*. Rotterdam: Nai uitgevers/skor, pp. 6-15.

- Mul, J. De
(1989). Fotografie als metafysica. In: *Een woord voor het beeld, opstellen over fotografie*. red. Alphen, O. van & Hripsimé Visser Amsterdam: Sua, pp. 68-104
- Mijksenaar, P. & P. Westendorp
(1999). *Open Here, the art of instructional design*. New York: Joost Elffers Books.
- Nadin, M.
(1990). Design and Semiotics. *Semiotics in the Individual Sciences, Vol. II (W.A. Koch, Ed.)*. Bochum: Brockmeyer, pp 418-436.
- Osborne, P.
(2000). *Sign en Image. Philosophy in cultural theory*. London and New York: Routledge.
- Pearce, L.
(1994). *Reading Dialogues*. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Péninou, G.
(1970). Physique et metafysique de l'image publicitaire. *Communications 15 L'analyse des images*. Paris: Edition Seuil, pp 96-110.
- Peters, J.M.
(1996). *Het Beeld, bouwstenen voor een algemene iconologie*. Antwerpen: Hadewych.
- Petrilli, S. & A. Ponzio
(2005). *Semiotics and Semioticians: Interpretive routes through the open network of signs*. Toronto: University of Toronto Press.
- Poynor, R.
(2006). *Designing Pornotopia, Travels in Visual Culture*. New York: Princeton Architectural Press.
(2008.) *Jan van Toorn, Critical Practice*. Rotterdam, 010 publishers.
- Pruys, S.M.
(1971). *Norm en Vorm. De nieuwe onzakelijkheid, Designkritiek*. Amsterdam: Meulenhof pp 77-91.
- Sagmeister, S.
(2008). *Things I have learned so far*. USA: Harry N. Abrams, Incorporated.
- De Saussure, F.
(1983). *Cours de linguistique general*. London: Duckworth.
- Sebeok, T.
(1994). *Signs, an introduction to semiotics*. Toronto: University of Toronto Press.
- Sjklovsky, V.
(1982). De kunst als Priom (1917). In *De paarden-sprong. Opstellen over literatuur*. Haarlem: De Haan.
- Sless, D.
(1986). Reading Semiotics. *Information design 4,3*, pp 179-89.
- Sontag, S.
(1977). *On Photography*. New York: Delta Books.
- Storkerson, P.
(2003). Designing theory in communication, How to make useful theory in design: argument and example. *Visible Language*, V. 37, #1: pp 13-42.
- Teerds, H.
(2008). Publiek Domein, Publieke Ruimte, een architecturale lezing van The Human Condition. *Oase 77 Into the Open*. Rotterdam: Nai Uitgevers, pp. 21-31
- Thompson, J.
(1996) (Ed). *Towards a theory of the image*. Maastricht: Jan van Eyck Academy editie.

Todorov, T.
(1982). *Mikhail Bakhtine, le principe dialogique*.
Paris: Editions du Seuil.

Toorn, J.van
(2006). *Design Delight*. Rotterdam: o10 publishers.

Vanbergen, J.
(1986). *Voorstelling en betekenis. Theorie van de kunsthistorische interpretatie*. Leuven: Universitaire Pers.

Verstappen, C.
(1992). *Semiotiek van de Beeldende Vorming*,
Syllabus Educatieve Faculteit Hogeschool
Gelderland.

Waarde, K. van der
(2009). *Grafisch ontwerpen: luisteren naar de lezer?* Breda: Uitgave Avans Hogeschool.

Winkel, C.van
(1999). *Moderne Leegte. Over kunst en openbaarheid*. Nijmegen: SUN.
(2005). *Het primaat van de zichtbaarheid*,
Rotterdam: NAI uitgevers.

Zoest, A. Van
(1978). *Semiotiek, over tekens, hoe ze werken en wat we ermee doen*. Baarn: Ambo.

{ Geraadpleegde artikelen op internet

(Voor het laatst bezocht in september 2009)

Andrew Blauvelt, Towards Relational Design.
<http://www.designobserver.com/archives/entry.html?id=38845>

Max Bruinsma. A primer with links missing
<http://www.xs4all.nl/~maxb/eye27-literacy.htm>

Anke Coumans, Artisticiteit in het hedendaags affiche.
<http://comcom.uvt.nl/e-view/07-1/inhoud/htm>

Anke Coumans, Sociale semiotiek, een kritische reflectie op hedendaagse beeldende praktijken.
<http://comcom.uvt.nl/e-view/05-1/coumans.pdf>

Anke Coumans, visuele communicatie, of hoe wij beelden interpreteren.
<http://central.hku.nl/~anke/semiotiek/inhoudsopgave.htm>

David Chandler, semiotics for beginner
<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html>

Oliver Marchart het essay “Media Darkness Reflections on Public Space, Light and Conflict (2004)
<http://www.debates.nl/indexe3d4.html?520+582+5111>

Mihai Nadin, Design and Semiotics
http://www.code.uni-wuppertal.de/uk/computational_design/who/nadin/publications/articles_in_books/Design_and_Semiotics.htm.

Peter Storkerson
<http://www.communicationcognition.com/>

{ Gebruikte afbeeldingen

Afbeelding 1

Affiche Holland festival 2001, Laboratorivm, 2001
Gevonden op <http://www.hollandfestival.nl>
Affiche aanwezig op 8 september 2003, februari 2009
affiche afwezig.

Afbeelding 2

Foto van Ruud Voest,
Gevonden op http://www.ad.nl/utrecht/stad/2899204/Bikinimeisje_nu_reformatorische_lesstof.html
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 3

Foto van Nicola Bartolone, uit de serie Urban Visions
Gevonden op <http://www.arpsgallery.com/artist.php?artistid=016>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 4

Foto van Nicola Bartolone, uit de serie Urban Visions
Gevonden op <http://www.arpsgallery.com/artist.php?artistid=016>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 5

Afbeelding plakacties Beperkt Houdbaar
Beeld gevonden op www.beperkthoudbaar.nl
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Schema 1

E. Loran, verschillende perspectieven in Cézanne's schilderij de Keukentafel.
Afgebeeld in The art of looking sideways.

Afbeelding 6

Foto van een beplakt affiche Nederland tegen
Terrorisme
Gevonden op <http://amsterdam.nl/@11543/pagina/?Selltmidt=69&popup=always>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 7

Information blackout, no dialogue needed, Jeroen
Jongeleen/Influenza, 2005
Afbeelding gevonden op <http://members.chello.nl/j.jongeleen/pages2.html>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 8

David Carson,
Beeld gevonden op <http://www.groovemanifesto.net/personae/carson/>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 9

Foto Groeten uit Holland, Andre Bakker, 2003
Afgebeeld in Waac's Design & Consultancy Milano
Spazio Consolo.

Afbeelding 10

Still 1 Gijzelaarsvideo
Gevonden op: <http://uwmeneing.skynetblogs.be/?date>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 11

Still 2 Gijzelaarsvideo
Gevonden op: <http://www.standaard.be/extra/jaaroverzicht20040704&number=7&unit=days/buitenland2004.htm>
Voor het laatst bezocht in september 2006.

Afbeelding 12

iPod reclame 2006
Gevonden op: <http://www.adrants.com/2006/03/apple-ipod-hifi-busts-a-window.php>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 13

Affiche Sumbo, Marten Jongema, 1990
Afgebeeld in Jongema 1994: 30

Afbeelding 14

Reclamefoto Diesel campagne 2005, ER 27
Gevonden op: <http://jozworld.club.fr/diesel.html>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 15

Reclamefoto Diesel campagne 2005, ER 27
Gevonden op <http://jozworld.club.fr/diesel.html>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 16

Affiche Troilus en Cressida, Anthon Beeke 1981
Afgebeeld in Beeke 1998: 65

Afbeelding 17

Foto uit de serie Afganistan 2004, Lana Sleziec
Gevonden op www.lanasleziec.com
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 18

Affiche l'amour la mort-het kussen, Marten Jongema 1988
Afgebeeld in Beeke 1990: 104

Afbeelding 19

Affiche Holland Festival 1990, Irma Boom en Rene Put
Afgebeeld in Beeke 1990: 157

Afbeelding 20

Affiche ON Y VA, Pierre Bernard/Grapus, gemaakt voor de jongerenbeweging in de Franse communistische partij in 1977
Afgebeeld in Boekraad 2006 :5

Afbeelding 21

Affiche Prenez la parole, Grapus/Pierre Bernard, gemaakt voor de gemeente Vitry-sur-Seine
Afgebeeld in Boekraad 2006:7

Afbeelding 22

Affiche Achtergebleven na Uitzetting Erwin Slegers, zeventien07, 2006
Zie ook www.achtergebleven.nl
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 23

Affiche SP Campagne 2006, Thonik
Zie ook (http://www.sp.nl/nieuwsberichten/4131/061020-jan_marijnissen_lanceert_eigen_tomatensoep_sp_soep.html)
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 24

TCH&M. Inkijk Uitrust
Gevonden op: <http://www.tchm.nl/index.php?artikel=156>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 25

Hommage a Romania, Petr Pocs 1989
Mc Quiston 1993: 32

Afbeelding 26

Art Directors Club Nederland 1970, Anthon Beeke
Gevonden op: www.beeke.nl
Voor het laatst bezocht in september 2008.

Afbeelding 27

Holland Festival, Laboratorivm 1999
<http://www.hollandfestival.nl>
Affiche aanwezig op 8 september 2003, februari 2009
affiche afwezig

Afbeelding 28

Amnesty International
Gevonden op Walker Werbeagentur Zuerich 2006
Zie voor de andere affiches onder meer <http://commercial-archive.com/ooh/amnesty-international-ads-whats-happening>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 29

Laboratorivm-beelden Holland Festival 2000
gevonden op www.hollandfestival.nl,
Affiches aanwezig op 8 september 2003, februari 2009
affiches afwezig

Afbeelding 30

Erwin Slegers Zeventien07 2006
Te vinden op www.achterghleven.nl
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 31

Affiche overheid, 2006
Afbeelding gevonden op <http://amsterdam.nl/nieuws?ActItmIdt=21649>.
Alle afbeelding van deze campagne zijn te vinden op
www.nederlandtegenterrorisme.nl/uploads/publicaties/metro_billboard.pdf -
Voor het laatst bezocht in september 2008.

Afbeelding 32

Gorilla van 24 November 2007
Gevonden op <http://www.extra.volkskrant.nl/gorilla>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 33

Affiche ter ere van de 10e verjaardag van Soweto Day,
toen studenten in opstand kwamen tegen de apartheid
binnen het onderwijssysteem in Zuid-Afrika.
Mc Quiston 1993: 75

Afbeelding 34

Martijn Engelbregt/ EGBG, 2003

Afbeelding 35

Stefan Sagmeister Adobe Design Achievement Awards
2003
Gevonden op: <http://www.sagmeister.com/work12.html>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 36

Stefan Sagmeister 1999
Gevonden op <http://www.sagmeister.com>
Voor het laatst bezocht in september 2009.

Afbeelding 37

Beeld uit een van de boekjes uit de verzameling *Things I have learned so far*
Sagmeister 2008.

Afbeelding 38

Foto van een samenwerkingsproject van Isme in het
kader van het door het Fonds Beeldende Kunst en
Vormgeving gesubsidieerde project Tourisme.
Isme 2009: project Sarajevo

{ Overige geraadpleegde websites

Portaal Nederlandse Vormgeving

<http://www.design.nl>

Theaterinstituut Nederland, theaterafficheprijs.

<http://www.tin.nl/theateraffiche2005/index.htm>

Weblog Annelys de Vet

<http://www.annelysdevet.nl/> onderzoek/discussie

Weblog Wim de Bie

<http://bieslog.vpro.nl/>

Website AIGA

<http://www.aiga.org>

Website Cinema.nl

<http://www.cinema.nl/idfa-2003/artikelen/2166720/taboe-op-een-hany-behoort-voor-makers-tot-verleden-tijd>

Website Laboratorivm

<http://www.laboratorivm.com/index2.html>

Website Lust

<http://www.lust.nl>

Kunstbus

<http://www.kunstbus.nl/kunst/martijn+engelbregt.html>

Wevsite Handboek voor een post-parlementaire democratie

<http://squat.net/eurodusnie/bd/index.htm>

Bronnen }

{ Samenvatting

Volgens Vilém Flusser zijn er twee structuren waarin mensen met elkaar communiceren: de discursieve en de dialogische structuur. Deze indeling is gebaseerd op twee methodes om met informatie om te gaan. De discursieve methode is een methode om informatie zo te bewerken dat zij bestand is tegen de tand des tijd. De dialogische methode is een methode om tot nieuwe informatie te komen. Zij veroorzaakt ontwikkeling (Flusser 1998: 19). De communicatiestructuur van de massamedia, waarin de overdracht van het technische beeld gecommuniceerd wordt, is discursief. Het is niet de bedoeling dat de informatie veranderd wordt. Zoals zij gecommuniceerd wordt, zo moet zij begrepen worden. Flusser benadrukt dat in deze communicatiestructuur geen ruimte is voor de inbreng van de ontvanger van de boodschap. Deze kan alleen het programma uitvoeren dat in de boodschap verborgen zit. Daarom kunnen we ook spreken van programmatische communicatie. Doordat deze programmatische communicatie overheerst, is er een communicatief ongezonde disbalans ontstaan. Wanneer de discursieve methode, waarbinnen de programmatische communicatie een plaats heeft, overheerst, voelt de mens zich eenzaam omdat hij niet in verbinding staat met de ander. Flusser roept op tot dialogische beelden om deze disbalans te herstellen. Het is echter de vraag of het technische beeld in staat is tot een dialogische communicatie.

Onderwerp van het onderzoek naar dialogische communicatie via het technische beeld is het publieke beeld van de grafisch ontwerper. Het publieke beeld is onderdeel van de massacultuur. Het is een stilstaand beeld dat veelvuldig gereproduceerd de mens in zijn omgeving tegemoet treedt. Het zet formeel en inhoudelijk aan tot wat in de semiotiek een betekenisvormingsproces wordt genoemd. Dit betekenisvormingsproces van het publieke beeld in de openbare ruimte wordt onderzocht op zijn potentie aan te zetten tot een dialogische communicatie. Centraal daarin staat de specifieke wijze waarop het publieke beeld als technisch beeld functioneert in de openbare ruimte.

Het technische beeld is geproduceerd door in apparaten aanwezige programma's. Als ieder beeld is het technische beeld een magisch beeld. Het houdt, vanwege de ruimtelijkheid van het beeld, de blik van de mens gevangen en elementen in het beeld blijven voortdurend naar elkaar verwijzen. De magie wordt verhevigd doordat het technische beeld een grote gelijkenis vertoont met de werkelijkheid zelf. Hierdoor kan het beeld er makkelijk mee verward worden. Aan de magie voegt het technische beeld bovendien als post-talig beeld de kracht van het begripsmatige van de taal toe. Het conceptuele beeld kan een talige visie op de werkelijkheid geven. Dit heeft als gevolg dat het technische beeld de werkelijkheid lijkt te tonen terwijl het in feite een visie op de werkelijkheid geeft. Het programmatische technische beeld programmeert op deze wijze de mens en vraagt hem zijn werkelijkheid aan te passen aan het programma. De afwezigheid van de maker als bron van de visie van het beeld is de oorzaak van deze macht van het beeld.

De belangrijkste vraag die beantwoord moet worden om deze macht te kunnen breken en de werking van het beeld te verhelderen is dan ook: Hoe kan het beeld 'ik' gaan zeggen? Om het technisch beeld los te maken uit het programmatische en om het aan te laten zetten tot een dialogisch betekenisvormingsproces moet het beeld 'ik' kunnen gaan zeggen.

De semiotiek kent de 'discours/histoire' dichotomie van Emile Benveniste om het beeld aan de maker te verbinden. Een 'discours-beeld' is een beeld waarin de stem van de maker aanwezig is in de constructie. Een 'histoire-beeld' is een beeld waarin de sporen van de constructie afwezig zijn. Een beeld wordt pas als een 'discours-beeld' ervaren (en dus als constructie waar een maker verantwoordelijk voor is) wanneer het voor de toeschouwer een vreemd beeld is. Pas dan ontstaat er een bewust betekenisvormingsproces waarin het beeld als constructie verschijnt. Vreemde beelden zijn geen beelden die zich losmaken van de werkelijkheid, maar beelden die zich losmaken van de beelden van de werkelijkheid die we kennen. De beelden zijn vreemd ten aanzien van de door ons als gewoon ervaren beelden. Het 'ik' zeggen van het beeld is daarmee afhankelijk van het tijd- en plaatsgebonden referentiekader van de toeschouwer. Om als constructie ervaren te worden zullen er dus steeds nieuwe beeldende strategieën ontwikkeld moeten worden. Deze strategieën veroorzaken vreemde beelden die de toeschouwer ertoe aanzetten zijn verantwoordelijkheid te nemen en als meta-semiotische, kritische kijker achter het programma van het beeld te kijken.

In dit proefschrift worden de volgende dialogische strategieën onderscheiden:

1 Vervreemding: het vreemde beeld

In de vervreemding botst in het betekenisvormingsproces het beeld met het referentiekader van de toeschouwer. De gelijkenisrelatie tussen beeld en werkelijkheid wordt bemoeilijkt.

2 Synthese: de interne botsing

In het door het synthetische beeld op gang gebrachte betekenisvormingsproces, is er sprake van een interne botsing tussen twee semantische elementen van het beeld. Hierdoor vraagt het beeld de toeschouwer tot een eigen interpretatie te komen.

3 Subversie: de ondermijnende uitspraak

In het subversieve beeld is er door het toevoegen van een ander perspectief sprake van het innemen van een standpunt dat tegen het discours omtrent de werkelijkheid (het dynamische object) ingaat.

4 Deconstructie: het zichtbaar maken van de code

In de strategie van de deconstructie wordt duidelijk dat er een onderscheid bestaat tussen de zogenaamde semiotische naïeve toeschouwer die het beeld

decodeert, en de kritische toeschouwer die de code doorziet en achter de code te kijkt. De beelden vergemakkelijken het innemen van de kritische positie in het betekenisvormingsproces

5 Transparantie: het indexicale beeld

Dialogische beelden worden weer 'beeld' en bewerkstelligen een onderscheid tussen werkelijkheid en beeld, wanneer de daad van het 'in beeld brengen' zichtbaar is. Daarmee komt in de semiosis de werkelijkheid weer tevoorschijn in het beeld zonder dat de werkelijkheid samenvalt met het beeld.

mmmm

Samenvatting }

{ Summary

According to the media philosopher Vilém Flusser (1920-1991) two basic structures are active within human communication. He calls them the discursive and the dialogic communication. This division is the result of two different methods of dealing with information. In the discursive method information is stored and kept in score, prevented from change. The dialogic method is a method to create new information and to provoke development. (Flusser 1998: 19). In a healthy society both ways of communication are kept in balance. Human beings feel lonely when the discursive structure dominates. He loses contact with other human beings and he is only related to a common shared static discourse. On the other hand, if the dialogic communication dominates, human beings are in contact with each other, but they can also feel isolated because they miss a common ground, a shared discourse.

The communication structure of the mass media, mainly dealing with the transfer of the technical images, is discursive. Information is not meant to change in the transfer from source to receiver. All receivers have to interpret the visual messages in a similar way. The message is understood as it is meant. Flusser emphasizes the lack of influence of the receiver on the interpretation in the discursive communication. The receiver can only execute the program, the coding, of the visual message. As a consequence of the domination of the program in technical images he speaks of programmatic communication. Human beings feel alone (not heard) because of the immense domination of this kind of communication in our society. Their voice is being ignored in mass communication. Flusser recalls to the design of a new kind of technical image to restore the balance: the dialogic image. The main problem to achieve this goal lies in the nature of the technical image itself.

Technical images are images produced by programs of apparatuses. Because of these apparatuses they can be distributed in multiple copies. The technical images pop up in public space without a trace of their origin. All images, technical images included, are magical. Because of its spatial structure it is able to catch the gaze and keep it going from depicted element to depicted element. Flusser calls this the space of mutual significance. The magical nature of the image is intensified in the technical image as a result of the great similarity with the object depicted. Because of this similarity the image can easily be confused with the object depicted. Technical images are conceptual images as they are (as words are) able to give a vision. They no longer only represent but comment as well. Because of the similarity, this vision is experienced as truth itself. Receivers are confronted with a vision on reality, but they regard the vision, as the way reality should be. The programmatic technical image is programming its receiver and asks him to adapt his reality to the program of the image. The absence of the author as source of the vision causes the magical power of the technical image.

In my PhD I am looking for the possibility of dialogical communication by means of technical images by researching a specific genre of technical images: the public image of the graphic designer. The central question of my research is: What are the possibilities for a public image, as being a technical conceptual magical image in public space, to cause a dialogical process of meaning in the receiver? The most important question to be answered, to break the power, to enlighten the programming, to unmask the message as being somebody's vision and to open space for a dialogical process is: How can a technical image be founded in a source, an origin or a supposed maker? How can an image have a voice and say 'I'? To detach the technical image out of the grip of the discursive communication structure and to give it dialogical possibilities we have to find semiotic possibilities for the technical image to say 'I'.

Within the semiotic theory, Emile Benveniste (1902-1976) developed the discourse-histoire dichotomy to relate the semiotic 'text' to its source. Applied to images one can say that the supposed voice of the maker is present in the visible construction of the image still. These traces of the construction, leading to the supposed maker, aren't present in a *histoire-image*. Following Victor Sjklovsky's (1893-1984) concept of alienation, one can say that an image is only experienced by the receiver as a discourse-image (as a construction leading to the supposed maker), when the image is regarded as an alienated image. Only then the process of meaning can be called, as C.S. Peirce (1839-1914) would say, an example of conscious meaningful acting. An alienated image can be defined as an image that has detached itself from the natural experienced images of reality. These images are strange in relation to 'normal' images, and not in relation to reality itself. The possibility of an image to present itself as image, as construction linked to a supposed maker, is therefore dependent on the frame of reference of the receiver of the image. The frame of reference is culturally depended and contextually linked to the place and time of the receiver. What today is experienced as strange can tomorrow be experienced as natural. Continually designers have to develop new visual strategies to produce alienation. The alienated image urges the viewer to act as, what Eco (1932-) calls, a meta-semiotic, critical viewer, to look through the image and to expose the image as somebody's programmed (designed) vision. In contemporary visual culture five different dialogical strategies can be distinguished: (pure) alienation, synthesis, subversion, deconstruction and transparency.

Alienation is the basic dialogical strategy in which a public image presents an unfamiliar strange image. This image collides with the familiar image in the frame of reference of the viewer. The alienation is mainly a matter of disturbed resemblance.

Synthesis is the strategy in which a public image presents the combination of two semantic elements colliding with each other. As a result of this collision the viewer has to come to his own interpretation.

In *subversion* as visual strategy, the public image provokes an interpretation that challenges and undermines the dominant discourse. The image opposes the dominant meaning in society.

In the strategy called *deconstruction*, the public images help the viewer to recognize the (genre) codes programming the viewer. In this strategy the codes become visible because they are alienated. Exaggeration is the usual way of producing alienation.

Transparency is the strategy of the public image in which the image detaches itself from reality itself by showing the process of visual recording. In this strategy the image shows itself as being a recording of something in front of the camera.

These strategies have two main characteristics. They all produce the presence of the 'voice' of the supposed author 'audible' through the image and they all produce a collision between two visual voices: one being natural, accepted and part of the dominant discourse, and one being in collision with this natural discourse. Mikhael Bakhtin (1895-1975) considers these characteristics (voice and collision) as essential characteristics of each dialogue.

Only when a public image no longer appears as a divine appeal to reality but as an interpretation of reality the image can ask the viewer to respond to the message of the image. The public image asks the viewer to let his voice collide with the voice in the image. Only then, as Chantal Mouffe (1943-) and Hannah Arendt (1906-1975) would agree, public space can become a space of public debate.

Summery }

{ Curriculum Vitae

Anke Coumans, geboren 1962 in Veenendaal, studeerde Film en Opvoeringkunsten aan de Katholieke Universiteit Nijmegen en haalde in 1990 haar doctoraal diploma.

Sinds 1992 werkt ze op verschillende inhoudelijke terreinen als docent, onderzoeker en beleidsmedewerker onderzoek op de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU). Deze terreinen zijn onder meer: beeldsemiotiek, visuele communicatie, beeld- en mediacultuur, 'design research', 'visual essay' en 'social design'. Ze doceert met name binnen de disciplines grafisch ontwerpen en productontwerpen. Sinds 2007 werkt ze tevens als docent aan de, op de Media-academie in Hilversum ontwikkelde, Master *Journalistiek in een crossmediale context*. Binnen de HKU heeft ze als coordinator en redacteur meegewerkt aan meerdere publicaties op het gebied van social design, design research en de integratie van theorie in de praktijk. Voor het lectoraat Grafisch ontwerpen St.Joost Breda heeft ze de reader *Semiotiek* samengesteld en ingeleid.

Rondom de thematiek van haar proefschrift heeft ze in de afgelopen jaren reeds een aantal teksten geschreven. In 2002 verscheen in de HKU publicatie *Curry. Het interculturele kunstdebat* (red. Nelly van der geest en Kitty Zijlmans) het artikel 'Beelden Kijken is Beelden Maken'. Samen met dr. Hans van Driel schreef ze in 2005 'Het onvoorstelbare: de werkelijkheid van het beeld. Over Der Untergang en het beeld van de Holocaust'. Dit artikel is verschenen bij Biblion in Den Haag in het door H. van Lierop P. Mooren geredigeerde boek *De tweede Wereldoorlog als moreel ijkpunt*. In het elektronische tijdschrift *E-view, tijdschrift op het gebied van theater, film, televisie en nieuwe media* verscheen in 2005 'Sociale semiotiek en het terroristische beeld, kritische reflectie op hedendaagse beeldende praktijken', en in 2007 'Artisticiteit in het hedendaags affiche'. Beide teksten zijn in bewerkte vorm terug te vinden in het proefschrift. In het elektronische tijdschrift *Tijdschrift voor Esthetica* is in 2008 het artikel 'De stem van de grafisch ontwerper, drie vormen van dialogische verbeelding in het publieke domein' verschenen. Op de website van *Design Geschiedenis Nederland* is in 2009 een bewerking verschenen van de inleiding van het proefschrift onder de titel 'Als een beeld ik zegt'. Tenslotte is in een uitgave van het Studium Generale van de HKU een tekst verschenen die de strekking van het proefschrift in verkorte versie bevat: 'Als een beeld 'ik' zegt, strategieën van het dialogische beeld in de openbare ruimte'.

Curriculum Vitae }

