

ABSTRACT

The study is a multimodal analysis of Malaysian business-to-business brochures (b2b) that advertise training programmes for human resource development in local and multinational companies. The multimodal analysis is within the framework of systemic functional theory as the theory has resources to analyse verbal as well as visual elements in texts. The aims of the study are to identify the verbal and visual components that make up the genre, ascertain how the functions of the business brochures are realized in the components and establish how these various semiotic components cohere such that the brochures are seen as a unified whole.

The data of the study comprises sixty-three Malaysian business-to-business brochures as well as interviews with the discourse community of the genre to elicit their views on the functions of the business brochures. The brochures were analysed to identify the components that form the generic structure potential (GSP) of the b2b brochures and to obtain information about the layout and images that are prevalent in the brochures. The brochures were also used to establish whether cohesion in texts can be achieved based on visual compositional resources.

The study identified five obligatory super clusters or components namely the title, signature, programme information, credibility and response solicitation and four optional super clusters which are the value, justifier, attention-getter and incentive super clusters in the GSP of Malaysian business brochures. A system network that outlines all the possible realizations of the genre was also established. A comparison with the GSPs of other print advertisements reveals that credibility, value and response solicitation are the

three defining components of the business brochures not found in other print advertisements and unlike other kinds of advertisements, visual images are optional in the business brochures.

The study also revealed that the functions of the business brochures are reflected in the verbal and visual components of the brochures and that the placement of the components in the layout of the brochures corresponds to the stages in the hierarchy of effects model (Lavidge and Steiner, 1961) of advertising. Furthermore, this study provides evidence that the information value theory (Kress and van Leeuwen, 1996, 2006) is applicable to most sections in the layout of the brochures. Lastly, the study proposes an analytical framework based on visual compositional resources (VCR) for analysing cohesion in multimodal texts such that it can complement the lexical and logico-semantic resources usually adopted in cohesion studies.

This study would contribute towards knowledge about business brochures and would be a useful reference for text designers producing brochures for the local and the foreign business markets as the functions of these brochures are found to be rather universal. In addition, the findings would also provide the information required to develop teaching materials for media and semiotics studies as well as for writing courses in the context of language for specific purposes.

ABSTRAK

Kajian ini merupakan satu analisis ‘multimodal’ brosur ‘business-to-business’ (b2b) di Malaysia yang mempromosikan program latihan pembangunan sumber manusia di syarikat tempatan dan antarabangsa. Analisis “multimodal’ ini dijalankan dalam kerangka teori sistemik fungsional kerana teori ini mempunyai sumber untuk menganalisis elemen verbal dan visual. Tujuan kajian ini ialah untuk mengenalpasti komponen verbal dan visual yang membentuk genre ini, memastikan bagaimana fungsi brosur-brosur ini diterapkan dalam komponen tersebut serta untuk menetapkan bagaimana komponen semiotik ini berpadu agar brosur-brosur perniagaan ini dilihat sebagai satu teks yang kohesif.

Data kajian ini merangkumi enam-puluh tiga brosur ‘business-to-business’ dan temuduga dengan komuniti wacana tersebut untuk memperolehi pandangan mereka tentang fungsi brosur-brosur perniagaan. Brosur-brosur di analisa untuk mengenalpasti komponen yang membentuk ‘generic structure potential’ (GSP) brosur-brosur tersebut, memperolehi maklumat tentang ‘layout’ dan visual dan untuk mengkaji samada kohesi dalam teks tersebut boleh dibentuk berdasarkan sumber visual dan komposisi. Brosur-brosur ini juga digunakan untuk memastikan samada kohesi dalam teks boleh dibentuk berdasarkan sumber visual dan komposisi.

Kajian ini mengenalpasti lima kluster utama atau komponen dalam GSP brosur perniagaan di Malaysia iaitu tajuk, maklumat program, maklumat pembekal latihan, kredibiliti dan pintaan respons yang wajib wujud dalam brosur tersebut dan empat kluster utama pilihan iaitu nilai, wajaran, penarik perhatian dan insentif. Satu sesawang

sistem yang menyenaraikan kesemua kemungkinan genre tersebut juga dibentuk. Pembeding dengan GSP iklan bercetak yang lain mendapati kredibiliti, nilai dan pintaan respons merupakan komponen brosur perniagaan yang tidak wujud dalam lain-lain iklan bercetak dan berbeza dari jenis iklan yang lain, visual merupakan elemen yang tidak wajib wujud dalam brosur perniagaan.

Kajian ini mendapati bahawa fungsi brosur-brosur perniagaan ini diterapkan dalam komponen verbal dan visual brosur-brosur dan penempatan komponen-komponen tersebut dalam 'layout' berpadanan dengan peringkat-peringkat dalam model 'hierarchy of effects' (Lavidge and Steiner, 1961) tentang iklan. Ia juga membuktikan bahawa teori 'information value' (Kress and van Leeuwen, 1996, 2006) adalah bersesuaian untuk hampir kesemua bahagian dalam 'layout' brosur. Akhir sekali, kajian ini juga mencadangkan satu kerangka analisis yang berdasarkan sumber visual dan komposisi bagi menganalisis kohesi dalam teks 'multimodal' yang boleh digandingkan dengan sumber leksikal dan logiko-semantik yang sering digunakan dalam kajian kohesi.

Kajian ini menyumbang kepada pengetahuan tentang brosur perniagaan dan boleh dijadikan rujukan kepada pereka teks untuk menghasilkan brosur pasaran perniagaan tempatan dan antarabangsa kerana brosur ini didapati universal dari segi fungsinya. Tambahan pula dapatan kajian ini boleh dijadikan maklumat bagi membentuk bahan pengajaran untuk kursus media dan semiotik dan juga untuk kursus penulisan yang menjurus kepada bahasa untuk tujuan tertentu.