

# Woorden als Wapens

## College 4: Metaforen en gezondheidscommunicatie

Dr. M. (Maarten) van Leeuwen

[m.van.Leeuwen@hum.leidenuniv.nl](mailto:m.van.Leeuwen@hum.leidenuniv.nl)

# Programma vandaag

1. Kernbegrippen
2. Bespreking van de literatuur
  - Semino (2021), Semino e.a. (2017), Reijnierse (2021)
3. Groepspresentatie
4. Weekopdracht

# Kernbegrippen

## Vorige week

- Conceptuele metafoor
- Bron- en doeldomein
- Structuur- en oriëntatiemetaforen; ontologische metaforen

## Deze week

- Oorlogsmetaforen, reismetaforen, brandmetaforen
- Geschiktheid/ongeschiktheid van metaforen
- #ReframeCovid

# Kernbegrippen

Metafoor is conceptueel fenomeen (i.e. een ordenende principe) dat abstracte domeinen aan concretere domeinen verbindt

Kennisinhoud en -structuur van een **brondomein** wordt overgedragen naar een **doeldomein**

DISCUSSIE IS OORLOG

TIJD IS GELD

Uit zich in (systematiek in) metaforisch taalgebruik

Dat is tijd *verspilling*, tijd *besparen*, vrije tijd *besteden*, tijd in iemand *investeren*, niet *beschikken over* voldoende tijd, *zuinig* met tijd omspringen, vrije dagen *sparen*, *welbestede* uurtje, *tijdrovende* klus

# Kernbegrippen

‘Mapping’ (‘koppeling’) tussen aspecten van het doel- en brondomein

## ZIEKTE IS OORLOG

Het virus moet worden **bestreden**; de bacterie is zijn lichaam **binnengedrongen**; hij moet **vechten** voor zijn leven; de chemo is een **kanon** dat veel schade aanricht; ze heeft de ziekte **overwonnen**

Bron		Doel
Tegenstander/indringer	← - - - - →	bacteriën, virussen
Aanval	← - - - - →	infectie
Vechten	← - - - - →	proberen beter te worden/genezen
Munitie	← - - - - →	medicijnen
Overwinning	← - - - - →	herstel/beterschap

# Kernbegrippen

- Structuur- en oriëntatiemetaforen; ontologische metaforen
  - **Structuurmetafoor:** algemeen, structuur van brondomein op structuur van doeldomein
    - TIJD IS GELD (<https://vimeo.com/35329849>)
  - **Oriëntatiemetafoor:** aan een concept als doeldomein een plaats of richting in de ruimte (brondomein) toekennen
    - GOED IS BOVEN (zijn werk steekt boven dat van zijn medeleerlingen uit; hij levert werk van hoge kwaliteit)
  - **Ontologische metafoor:** een niet-fysiek 'iets' (doeldomein) als entiteit of substantie (brondomein) voorstellen
    - INFLATIE IS EEN ENTITEIT (*inflatie verlaagt* de levensstandaard; daarmee kunnen we *de inflatie tegengaan*)

NB: scheiding niet absoluut

# Kernbegrippen

## Metaforen vs. *framing*

- Metaforen *sturen, framen*
  - Door de keuze voor een bepaald brondomein worden bepaalde aspecten van het doeldomein benadrukt en worden andere aspecten naar de achtergrond gedrukt
  - Ze geven dus een bepaalde subjectieve representatie van de werkelijkheid





© Hollandse Hoogte / Tom van Limpt

<https://www.ad.nl/gouda/christenunie-sgp-wil-second-love-reclames-weren-uit-bushokjes-vreemdgaan-is-niet-normaal~ac8da4b0/>



## Literatuur voor vandaag: gemene delers?



- Semino e.a. (2017) – The online use of violence and journey metaphors by patients with cancer, (...)
- Semino (2021) – “Not soldiers but fire-fighters”: (...)
- Reijnierse (2021) – De ingewikkelde puzzel die corona heet



## Semino e.a. (2017)

- A metaphor involves talking and potentially thinking about one thing in terms of another, on the basis of a perceived similarity between the two (p. 60)
- Illness, death and the emotions around them are among the sensitive experiences that are often talked about metaphorically (p. 61)
- Different metaphors 'frame' a topic in different ways, highlighting some aspects and backgrounding others (p. 61)

Vgl. Semino (2021, p. 50-51; Reijnierse 2021, p. 212, 214)

## Semino e.a. (2017)

- Twee frequent voorkomende conceptuele metaforen in discourse rondom kanker: KANKER IS OORLOG en KANKER IS EEN REIS
- War metaphors controversial:
  - associations of violence and threat;
  - cast the patient in the aggressive role of a fighter;
  - suggest the presence of an enemy (the disease) inside the patient's body;
  - associate not recovering with defeat
- Journey metaphors:
  - potentially cast the illness as a companion to live and travel with;
  - do not involve the implication that not recovering amounts to personal failure

## Second Opinion: Don't mention the war – cancer is not a battlefield

© Wed, Oct 15, 2014, 01:00

## A dying patient is not a battlefield

By **Theresa Brown**, Special to CNN

August 31, 2010 – Updated 1430 GMT (2230 HKT)



**Editor's note:** Theresa Brown is an oncology nurse in Pennsylvania. She is a leading contributor to The New York Times' blog Well. She is the author of "Critical Care: A New Nurse Faces Death, Life, and Everything in Between."

**(CNN)** -- The patient, in his late 70s, had survived prostate cancer and had a new diagnosis of leukemia. A few days before, he'd been healthy and fine, but now his white blood cell count

### STORY HIGHLIGHTS

## Having cancer is not a fight or a battle

Why is military language used to describe cancer? These words are meant to help patients but can have the opposite effect

## Semino e.a. (2017)

- Er bestaat het nodige onderzoek naar metaforen in discours rondom kanker, maar spontaan taalgebruik van patiënten nog niet onderzocht
- Semino e.a. (2017) onderzoeken oorlogs- en reismetaforen van patiënten in een corpus van online teksten, in vergelijking met een corpus met online teksten van gezondheidsprofessionals

## Semino e.a. (2017)

- Corpussamenstelling
  - 500.000 woorden van bijdragen van 56 patiënten
  - 253.168 woorden van 307 zorgprofessionals
- Analysemethode (p. 61/62)
  - Combinatie van handmatige en computationele tekstanalyse
  - ! *Precieze* aanpak is niet helemaal helder

## Semino e.a. (2017)

Resultaten kwantitatieve analyse:

- In het 'patiëntencorpus' komen significant vaker reis- en oorlogsmetaforen voor in vergelijking met het 'corpus gezondheidsprofessionals'
- ? 'This is especially noteworthy considering that healthcare professionals use other types of metaphors as frequently as patients do (eg, Machine metaphors), or even more frequently (eg, Openness metaphors). (p. 62)

## Semino e.a. (2017)

Resultaten kwalitatieve analyse:

- 'As summarised in table 1, patients can use both Violence and Journey metaphors in empowering and disempowering ways' (p. 62)
- 'We define empowerment and disempowerment as an increase or decrease of *agency* that the patient has, or perceives (...) to have, (...). This involves the (perceived) ability to control or react to events for one's own benefit, where this ability is desired by the patient and not externally imposed.' (p. 62)



## Semino e.a. (2017)

	Violence scenarios	Journey scenarios
Patient as disempowered	Disease fighting the patient <i>cancer 'attacking from inside', 'invading' the body, patient being a 'time bomb' while in remission'</i>	
	Patient unsuccessfully fighting the disease <i>Not be given the 'armour to fight in'; feeling failure 'not winning this battle'</i>	
	Treatment fighting the patient <i>Chemotherapy 'hammering' or 'battering' the body; cells being 'hit by a sledgehammer (...)'</i>	

## Semino e.a. (2017)

	Violence scenarios	Journey scenarios
<b>Patient as disempowered</b>	Disease fighting the patient <i>cancer 'attacking from inside', 'invading' the body</i>	Patient as a traveller on a difficult journey <i>Having cancer is like trying to drive a coach and horses uphill with no back weels on the coach</i>
	Patient unsuccessfully fighting the disease <i>Not be given the 'armour to fight in'; feeling failure 'not winning this battle'</i>	Patient travelling without control over their journey <i>'navigate a road that I don't even want to be on'</i>
	Treatment fighting the patient <i>Chemotherapy 'hammering' or 'battering' the body; cells being 'hit by a sledgehammer (...)'</i>	

## Semino e.a. (2017)

	Violence scenarios	Journey scenarios
Patient as empowered	Patient successfully fighting the disease <i>I am 'such a fighter', 'a born fighter', 'ready to kick some cancer butt'</i>	
	Patient successfully fighting health professionals <i>'another thing to beat my surgeon up about', winning that battle (i.e. a successful outcome in a consultation)</i>	
	Mutual encouragement and solidarity <i>Praising other for being 'fighters', 'winning the battle', jokingly use of army titles like 'captain' for one another</i>	

## Semino e.a. (2017)

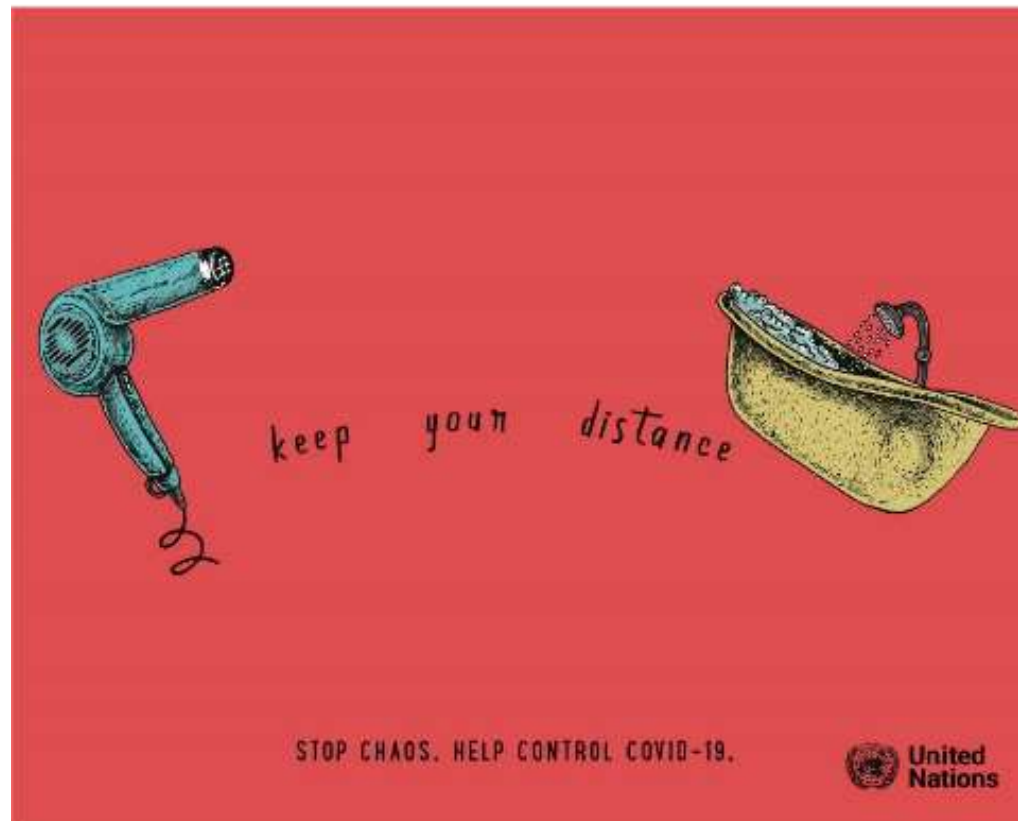
	Violence scenarios	Journey scenarios
<b>Patient as empowered</b>	Patient successfully fighting the disease <i>I am 'such a fighter', 'a born fighter', 'ready to kick some cance butt'</i>	Patient as a traveller in charge of the journey <i>My journey may not be smooth but it certainly makes me look up and take notice of the scenery'</i>
	Patient successfully fighting health professionals <i>'another thing to beat my surgeon up about', winning that battle (i.e. a successful outcome in a consultation)</i>	Patients as travelling companions <i>'Rocks in our paths are easier to handle when we're all in it together'; mutually encouraging greetings like 'safe journey'</i>
	Mutual encouragement and solidarity <i>Praising other for being 'fighters', 'winning the battle', jokingly use of army titles like 'captain' for one another</i>	

# Semino e.a. (2017)

## Conclusies

- Lager gebruik van beide type metaforen door zorgprofessionals duidt wellicht op bewuste omgang met metaforen
- Aan zowel gebruik van gewelds- en reismetaforen in relatie tot kanker zitten positieve als negatieve kanten
  - ‘Metaphor use should be evaluated on the basis of its empowering or disempowering function, and associated emotions, in particular contexts.’ (p. 64)
- Implicaties voor de praktijk:
  - Bevestigt het idee dat geweldsmetaforen een voor de patient ongunstig / schadelijk ‘frame’ kunnen creëren, en reismetaforen juist een positief frame kunnen creëren
  - Dit beeld behoeft echter nuancering; zorgprofessionals zouden niet alleen bewust moeten zijn van metafoorgebruik, maar ook van de mate van empowerment die van het gebruik van een metafoor in een specifieke situatie/context uitgaat.

# Metaforen & corona



United Nations, april 2020, Lima, Peru.

# Semino (2021)

- Oorlogsmetaforiek populair in discourse rondom pandemieën
- PANDEMIE IS OORLOG hangt samen met MOEILIKHEDEN ZIJN TEGENSTANDERS
- Duidelijke ‘mappings’ mogelijk tussen scenario van oorlog en scenario van een pandemie
  - Vijand = virus
  - Leger = zorgprofessionals
  - Slachtoffers = zieke / overleden mensen
  - Overwinnen = ziekte elimineren
- Gebruik van oorlogsmetaforiek heeft voor- en nadelen:
  - Benadrukt de ernst en urgentie van het probleem (en kan zodoende bijdragen aan gedragsverandering)
  - Kan bijdragen aan gevoel van fatalisme (en kan zodoende juist bijdragen aan ‘niets doen’ / ontwijkend gedrag)
  - Kan bijdragen aan idee dat herstel is een kwestie van het hebben van een sterk karakter
  - Kan bijdragen aan het legitimeren van buitenproportionele beleidsmaatregelen

# Semino (2021)

- #ReframeCovid
  - Conceptuele metaforen framen (en geven als zodanig een subjectieve 'construal' van de werkelijkheid)
  - Covid-19-pandemie is een complex, langdurig fenomeen
    - Heeft allerlei facetten
    - Heeft verschillende fases
    - Verschillende doelgroepen moeten worden bereikt
  - Verschillende conceptuele metaforen zijn te verwachten (en misschien/waarschijnlijk ook nodig)
  - Blijkt inderdaad uit de inventarisatie van het #ReframeCovid-initiatief



# Semino (2021)

#ReframeCovid

- Doel: alternatieve conceptuele metaforen in kaart brengen voor PANDEMIE IS OORLOG
- Primair descriptieve doelstelling
- Achterliggend ook wel: nadenken over de vraag wat geschikte, passende, effectieve conceptuele metaforen zouden kunnen zijn

# Semino (2021)

- Wat maakt een conceptuele metafoor effectief?
  - a) Het doeldomein is abstract en complex en mensen hebben er nog geen sterke opvattingen over
  - b) Het brondomein is algemeen bekend, helder afgebakend en mensen kunnen zich er een concrete en levendige voorstelling van maken ('image rich')
  - c) Er zijn heldere, duidelijke 'mappings' mogelijk tussen aspecten van het brondomein en aspecten van het doeldomein
- Voor de covid-19-pandemie voldoen brandmetaforen aan deze criteria
  - COVID 19 IS EEN (BOS)BRAND

# Semino (2021)

- Brand veroorzaakt schade door toenemende grootte en intensiteit en is als zodanig een brondomein dat geschikt is voor verschijnselen die schade veroorzaken door verspreiding
- Meer specifiek kunnen brandmetaforen worden ingezet voor retorische doelstellingen als:
  - Gevaar en urgentie overbrengen
  - Verschillende fasen van de pandemie onderscheiden
  - Uitleggen hoe besmetting plaatsvindt en de rol van individuen daarbij
  - De rol van mensen in de gezondheidszorg beschrijven
  - De pandemie verbinden met ongelijkheid in zorg en andere problemen
  - Een post-covid-toekomst schetsen

# Semino (2021)

Gevaar en urgentie overbrengen	Brand verspreidt zich snel, is moeilijk te bedwingen en kan al snel zorgen voor grootschalige en onomkeerbare schade
Verschillende fasen van de pandemie onderscheiden	Vuur kent gradaties; smeulend vuur/vonken kunnen makkelijk weer oplaaien; het virus als brandstof die de pandemie makkelijk weer aanwakkert
Uitleggen hoe besmetting plaatsvindt en de rol van individuen daarbij	Vuur verspreidt zich doordat het 'overspringt' naar zaken die zich in de directe nabijheid bevinden; dat 'overspringen' is gebeurd zonder dat het noodzakelijkerwijs iemands schuld is
Beschrijven preventieve maatregelen	Belang van 'social distancing' uitleggen door mensen te vergelijken met bomen in een bos, of het dragen van mondkapjes door virusdeeltjes als 'vonken' te typeren
De rol van mensen in de gezondheidszorg beschrijven	Mensen in de gezondheidszorg als brandweerlui die zich inzetten om anderen tegen het vuur te beschermen
Duidelijk maken hoe de pandemie ongelijkheid andere problemen vergroot	Vuur kan zich in de ene situatie makkelijker verspreiden dan in de andere (houten hutjes / stenen huizen); virus als brandstof die een reeds smeulend vuur aanwakkert
Een post-covid-toekomst schetsen	Toekomstige maatregelen schetsen als investering in brandpreventie

## Semino (2021)

- ‘Of course, no metaphor can cater for all aspects of something as complex and long term as a global pandemic, nor for all contingencies and audiences’ (p. 56)
  - (Vgl. Reijnierse 2021, p. 214)
- ‘Initiatives such as #ReframeCovid can be particularly useful to bring together the widest possible range of metaphorical tools for the pandemic, from marathons to glitter.’ (p. 56)
- ‘(...) a well-informed and context-sensitive approach to metaphor selection can be an important part of public health messaging.’ (p. 56)

# Weekopdracht



- SITUATIE ROND AIDS IS OORLOGSSITUATIE
- Aids = moordenaar(‘s *werelds grootste ladykiller, (ik vermoord)*; *virus dreigt (de oorlog) te winnen*
- mensen die aan aids overlijden = slachtoffers (impliciet; beeld)

# Kritiek

- Cf. Semino e.a. (2017) => kan lijken dat iemand die de ziekte niet overleeft niet hard genoeg gestreden heeft
- Gebruik van de eerste persoon enkelvoud (*ik*) => aidspatiënten neergezet als moordenaars?
- Nogal heftig / shockeffect ('in your face')
  - <https://www.trouw.nl/nieuws/hoe-het-aids-fonds-zich-overschreeuwde~b57d5a65/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

# Dementie

Dementie is volgens de specialiste een vrij breed begrip. [...] “Alzheimer bijvoorbeeld, is echt een geheugenprobleem. Mensen kunnen nieuwe informatie niet meer opslaan. Wel kunnen ze zich oude informatie herinneren. Vandaar dat ze nog wel weten dat ze getrouwd zijn maar dat verandert langzaam ook.” Nieuwenhuizen komt met een metafoor: “Ik zie het altijd als een boekenkast waar op een gegeven moment geen nieuwe boeken meer bijkomen. Op een gegeven moment, verderop in de ziekte, vallen al die andere boeken er ook uit. Alleen de boeken met de heftige emoties blijven stevig verankerd in het geheugen.” Mensen met vasculaire dementie, een ziekte die door kleine herseninfarctjes ontstaat, hebben volgens de arts vooral een probleem met herinneringen ophalen. “De boeken staan dus rommelig in de boekenkast. Ze zijn vergeetachtig maar weten het nog wel vaag. Ze zijn alleen traag met herinneringen ophalen.” Bron:

<https://www.medzineapp.com/nl/artikel/nienke-nieuwenhuizen-ik-ziedementie-als-een-boekenkast-waar-geen-nieuwe-bo>



# Dementie

Dementie is volgens de specialiste een vrij breed begrip. [...] “**Alzheimer** bijvoorbeeld, is echt een geheugenprobleem. Mensen kunnen nieuwe informatie niet meer opslaan. Wel kunnen ze zich oude informatie herinneren. Vandaar dat ze nog wel weten dat ze getrouwd zijn maar dat verandert langzaam ook.” Nieuwenhuizen komt met een metafoor: “Ik zie het altijd als een **boekenkast** waar op een gegeven moment geen **nieuwe boeken** meer **bijkomen**. Op een gegeven moment, verderop in de ziekte, vallen al die **andere boeken** er ook uit. Alleen de **boeken met de heftige emoties** blijven stevig verankerd in het geheugen.” Mensen met vasculaire dementie, een ziekte die door kleine herseninfarctjes ontstaat, hebben volgens de arts vooral een probleem met herinneringen ophalen. “De **boeken** staan dus **rommelig** in de **boekenkast**. Ze zijn vergeetachtig maar weten het nog wel vaag. Ze zijn alleen traag met herinneringen ophalen.” Bron: <https://www.medzineapp.com/nl/artikel/nienke-nieuwenhuizen-ik-ziedementie-als-een-boekenkast-waar-geen-nieuwe-bo>

## HET GEHEUGEN IS EEN BOEKENKAST

- Brein/geheugen = *boekenkast*
- Herinneringen = *boeken*
- Vergeetachtigheid / probleem met herinnering ophalen = *rommeligheid in boekenkast*
- Alzheimer = boekenkast waar geen boeken meer bijkomen

# Meer lezen?

[https://onthoumens.be/sites/default/files/u16/studie\\_van\\_gorp.pdf](https://onthoumens.be/sites/default/files/u16/studie_van_gorp.pdf)

(Van Gorp & Vercruysse 2011)

Framing en reframing: anders communiceren over den



# Metaforen in reclame – eigen voorbeelden



<https://www.thebigad.com/2017/08/17/energy-drink-packaged-like-batteries-red-bull/>



<https://www.adformatie.nl/design/grafisch-ontwerpers-bewijzen-dat-verkiezingscampagne-posters>

# Metaforen in reclame – eigen voorbeelden



Bron: Haveman, H. (2022, 7 maart) Acht maatschappelijke organisaties eisen excuses voor 'hangmat-uitlating' van VVD Hellendoorn: 'Zo'n tekst is uw partij onwaardig'. De Stentor. Geraadpleegd van <https://www.destentor.nl/reggestreek/acht-maatschappelijke-organisaties-eisen-excuses-voor-hangmat-uitlating-van-vvd-hellendoorn-zon-tekst-is-uw-partij-onwaardig~a64fa94f/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Bron: Oosterling, R. (2015). *De rol van beelden in advertenties* [Bachelor Scriptie]. Tilburg University, Tilburg.



# Metaforen in reclame – eigen voorbeelden

3. Bron: Budget Thuis. (2022, 27 september). *Budget thuis commercial haring – alles onder één dak!* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/xV7Z1xEhnjl?si=xiVAfyKUSqZILQif>



<https://www.youtube.com/watch?v=xV7Z1xEhnjl>



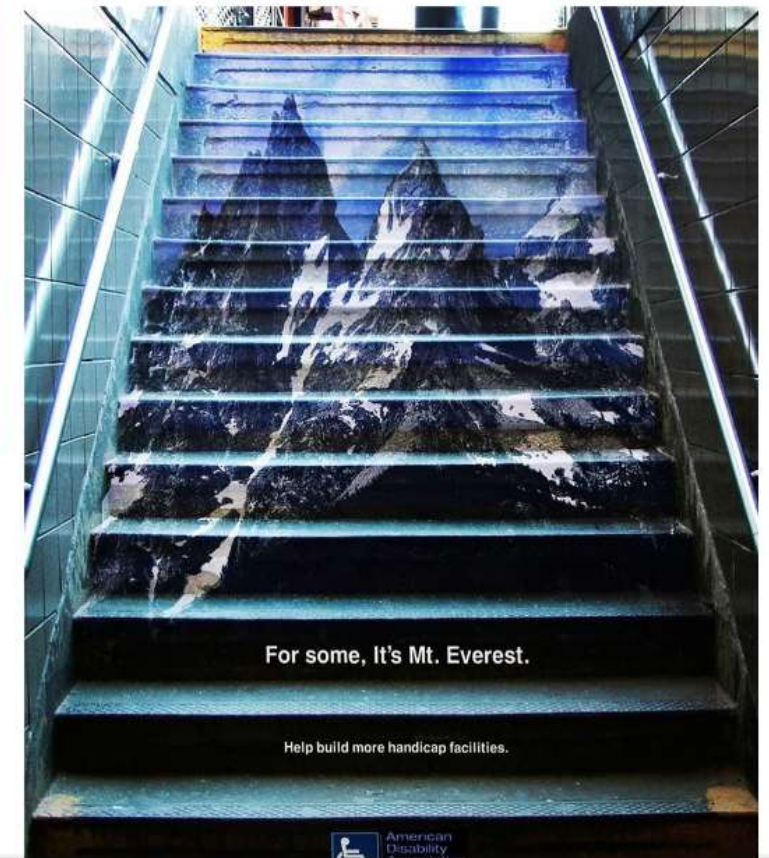
# Metaforen in reclame – eigen voorbeelden



**beeldbeschrijving:** Beelden uit de eetwissel campagne van het Voedingscentrum.

Bron: <https://www.voedingscentrum.nl/nl/thema/eetwissel.aspx>

(Bron?)



# Metaforen in reclame – eigen voorbeelden

<https://www.youtube.com/watch?v=mJipJwDPJ-g>

[https://www.youtube.com/watch?v=c0nl5\\_rrTXs](https://www.youtube.com/watch?v=c0nl5_rrTXs)

<https://www.youtube.com/watch?v=Ort7tWFQB7U>

# Volgende week

## College 5: Perspectief

Lezen: Van Krieken, Sanders & Hoeken (2015)

Van Leeuwen & Van Vliet (2019)

Uitwerken: weekopdracht (lever uiterlijk de dag voor het college om 17.00 uur in via BS)

Groepspresentatie