

# **Retorica**

## **Beeldtaal - Opdracht 2**

**Mike Hovenier - 500803269 - VID1A**

11-02-2021

Beeldtaal

Versie 1

# Opdracht

Zoek een bewustwordingscampagne en maak hiervan een retorische analyse. Leg uit hierbij de verschillende termen en vormen en waarom dit zo is.

## Beeld Schizophrenia Spiegel

Ik heb veel verschillende heftige campagnes bekeken waaruit ik uiteindelijk deze heb uitgekozen. Dit beeld vind ik zelf heel confronterend en ook best wel engig. In eerste instantie begreep ik het beeld niet heel goed, totdat je er langer over na gaat denken en het beeld begint te begrijpen. Ik kreeg best wel veel medelijden in de gebruiker, want dit is het beeld waar zij dagelijks doorheen gaan.

# Campagne Schizophrenia



## Eerste opzicht:

In eerste opzicht lijkt dit best een redelijke normale foto, twee personen die hun handen wassen bij het toilet. Alleen al snel merk je dat dit eigenlijk helemaal geen twee personen zijn. De rechter persoon lijkt er namelijk helemaal niet te zien omdat je hem alleen in de spiegel kunt zien, hij lijkt een soort verbeelding te zijn van de linker persoon. Het is moeilijk om in één snel oogopslag het beeld te begrijpen, hoe langer je naar het beeld te kijken, niet alleen des te beter je het beeld gaat begrijpen, maar ook te confronterender en naarder het woord.

Bij dit plaatje is de sticker op de spiegel zijn context even weg gelaten om op deze manier geen hints van het beeld te weergeven, op de volgende pagina's zal deze wel getoond worden.

# Fase 0 - Communicatieve situatie



*Coop. Mútua-Ação, een Braziliaans bedrijf om te helpen met deze pschysische aandoening.*

Het plaatje bovenin is het volledige beeld van de bewustorderingscampagne van het Braziliaanse bedrijf COOP. In welk medium en context deze precies getoond is, is niet duidelijk. Het beeld zal wel echter erg veranderen als je het beeld zou opdelen.

Op het plaatje boven zie je het volledige beeld, hierbij is sticker op de spiegel teruggeplaatst. Op deze sticker staat: *Schizophrenia can be treated. Seek help.* Schizophrenia ook wel: **Schizofrenie** is een psychische aandoening binnen het schizoïde spectrum. Met andere woorden, dit zorgt voor hallucinaties, paranoïde, wanen en denkstoornissen. Dit Braziliaanse bedrijf COOP, wilt mensen helpen die hier last van hebben of iemand kennen die dit heeft om zo mensen ook hoop te geven dat dit geneeslijk.

De bewustorderingscampagne van dit bedrijf kan als een erg heftig beeld worden ervaren. Dit omdat de rechter persoon niet de meest vriendelijke lach heeft waardoor hij best snel eng kan worden gevonden. Maar vooral het feit dat iemand met het Schizofrenie dit soort beelden zich dagelijks lijkt te verbeelden in zijn leven. Dit is best heftig als je hier even bij stil gaat staan, terwijl dit misschien pas het begin is.

# Fase 1 - Invetio

Er lijkt geen **Framing** te zijn in het beeld omdat dit de volledige foto lijkt te zijn, er word dus niet gestuurd met beeld om zo de doelgroep op een andere manier naar het beeld te laten kijken. Dit zou echter wel kunnen als je bijvoorbeeld alleen de linker persoon zou uitknippen, dan heb je meteen een heel ander beeld. Zoals op het voorbeeld onderin. Op deze manier lijkt het beeld een soort voorbereiding te zijn van bijvoorbeeld speech met wat spanning, met bijvoorbeeld hierbij te tekst. *I can do it!*



Waar de bewustorderingscampagne precies symbool voor staat is voor mij niet duidelijk of de iconen. Het **Indexicaal teken** is wel te zien, je kunt er namelijk ervan uit gaan dat de persoon er niet echt staat. Omdat je deze persoon alleen in de spiegel ziet staan, daaruit kun je concluderen dat de andere persoon het zich verbeeld bij wijs van spreken.

Even kort samengevat, het beeld lijkt niet veranderd te zijn ten opzichte van het echte beeld. Dit lijkt het origineel te zijn en er is dus niet met behulp van framing geprobeert te sturen in een bepaalde denk richting.



## Fase 2 - Dispositio

Ik denk dat COOP heeft gekozen voor dit beeld om zo te laten zien wat Schizoprenie ongeveer inhoudt, dus het zien van dingen die er niet zijn bijvoorbeeld. De linker persoon is de persoon met deze psychische aandoening, de rechter persoon is hiervan slechts een hallucinatie. Het is niet duidelijk of hij deze persoon kent, misschien is het wel een pestkop van vroeger, een vriend van hem die is overleden, of misschien wel iemand die hij helemaal niet kent. Wat je wel weet is dat de rechter persoon er niet echt is maar er wel lijkt te zijn.

Door het licht op de rechter persoon wordt enge beeld versterkt, deze valt nu meer op maar maakt ook zijn blik donkerder vergeleken met de achtergrond. Wat er precies na het beeld zal gebeuren is ook niet duidelijk, dit zal slechts een korte hallucinatie zijn van de linker persoon waarvan hij zeerwaarschijnlijk schrikt en later weer met een angstig gevoel verder gaat. Buiten om dat de persoon er in werkelijkheid niet is, word door de vervelende blik van de rechter persoon, het beeld extra angstig gemaakt wat uiteindelijk de boodschap heel erg versterkt. Dit gun je bij wijs van spreken niemand.



# Fase 3 - Elocutio

## Stijlfiguren / Stijlmiddelen

De tekst van het plaatje luid: *Schizophrenia can be treated. Seek help.* Deze tekst valt niet heel goed te koppelen met beeld, maar ergens ver gezocht ook weer wel. Het engelse woord "Seek" is ook wel, zoeken, kijken, ogen, zien, zicht. Dit kan je vervolgens koppelen aan hallucineren wat een deel van Schizophrenia is. Echter is het wel zo dat dit geen leuke koppeling is voor iemand met deze psychische stoornis omdat zij vervelende beelden kunnen zien die er niet zijn. Je zou dit dus als een soort **Metafoor** kunnen stellen. Ook het handen wassen van de man kan je zien als laten behandelen of laten helpen, het gevaar van je afspoelen en zo de angst overwinnen.

## Alliteratie / Rijm / Contrast

Er is geen **Alliteratie** of **Rijm** aanwezig in de tekst, rijmende klanken tussen medeklinikers en klanken komen niet echt voor. Het beeld heeft geen **Verbo-picturaal schema**, want de tekst doet niets met het beeld wat betreft opvulling. Ook is het geen **Repetitie** want er is geen duidelijk herhaling in het beeld. Ook het **Contrast** ontbreekt, er zijn geen grote verschillen in het beeld.

## Hybridisatie / Juxtapositie / Substitutie

Het beeld heeft het meest weg van **Hybridisatie** en dus geen **Juxtapositie** of **Substitutie**. Het beeld is namelijk heel erg letterlijk zoeken naar angst of de oplossing wat aansluit op de tekst. Een Juxtapositie is een vergelijking van twee objecten en dat is het niet, ook is het geen Substitutie omdat een object niet het beeld ergens vervangt.

## Hyperbool / Personificatie / Oxymoron / Pastiche

Ook heeft het beeld iets weg van een **Hyperbool**, dit is lastig om te zeggen omdat je niet weet exact weet wat de linker persoon meemaakt. Maar het is zeker een soort overdrijving van het beeld door te laten zien dat er echt persoon staat die er natuurlijk niet is. Er is geen **Personificatie**, **Oxymoron** of **Pastiche**. Voorwerpen worden niet persoonlijk gemaakt, ook is er geen tegenstrijdende kracht in het beeld mits dat het beeld niet realistisch is, en het is geen Pastiche want dit werk is zover ik weet het origineel. Wel zou het kunnen zijn dat dit shot komt uit bijvoorbeeld een horror film.

# Fase 4 - Ethos, Pathos, Logos, Kairos

## **Ethos, Pathos, Logos, Kairos**

Van de vier verschillende overtuigingsmiddelen past **Pathos** het best bij deze bewustorderingscampagne. Dit omdat het inspeelt op de emotie en gedachten gang van de gebruiker. De gebruiker zal zich proberen te verdiepen in de persoon met deze psychische stoornis, ook wel een gevoel van medelijden. **Ethos** zie je een beetje terug in het plaatje, ondanks het plaatje natuurlijk helemaal niet kan, word er toch ook wel laten zien dat dit het beeld zal zijn van zo'n persoon. **Logos** en **Kairos** kan ik echter niet terugvinden in het beeld. De kant van sturen heeft dus het meest te maken met de emotie van de gebruiker, Pathos.



# Fase 5 - Slotoordeel

## Het slot:

Wat het beeld je uiteindelijk wil overtuigen is dat schizoprenie geneeslijk is, dus als je het hebt of iemand kent die het heeft, hier wat aan te laten doen. Met deze bewustorderingscampagne laten ze zien hoe heftig het eigenlijk wel niet is. Het verbeelden van vreemde enge dingen die er in werkelijkheid helemaal niet zijn, en dit is iets dat deze mensen jammer genoeg dagelijks volgt.

Het beeld kan vrij heftig worden gevonden, het hangt er ook vanaf hoe je er naar kijkt. Voor veel mensen zal dit misschien een grappige beeld zijn, maar voor andere een erg, naar, vervelend beeld dat je liever niet mee zou willen maken.

# Bronnen

Falcon, A. (2020, 28 juni). 60 Creative Public Awareness Ads That Make You Think - Page 4 of 4. Hongkiat. <https://www.hongkiat.com/blog/creative-public-awareness-ads/4/>

# **Retorica**

## **Beeldtaal - Opdracht 2**

**Mike Hovenier - 500803269 - VID1A**

11-02-2021

Beeldtaal - Versie 1