

Boom

Beeldtaal

Jos van den Broek
Willem Koetsenruijter
Jaap de Jong
Laetitia Smit

Perspectieven
voor makers
en gebruikers

4e druk



Beeldtaal

Perspectieven voor
makers en gebruikers

Vierde herziene uitgave

Jos van den Broek
Willem Koetsenruijter
Jaap de Jong
Laetitia Smit

Boom

+ Online leeromgeving

Met onderstaande unieke activeringscode krijg je via www.boomstudent.nl toegang tot de online leeromgeving met extra materiaal. Deze code is persoonsgebonden en gekoppeld aan de 4^e druk. Na activering van de code is de online leeromgeving twee jaar toegankelijk. De code kan tot zes maanden na het verschijnen van een volgende druk geactiveerd worden. De code is eenmalig te gebruiken.

Ontwerp omslag & binnenwerk: Jos van den Broek, Leiden
Basisontwerp omslag: Dog & Pony, Amsterdam
Omslagbeeld: © Derek Gores (www.derekgores.com)

© Van den Broek, Koetsenruijter, De Jong, Smit & Boom uitgevers Amsterdam, 2023

De auteurs hebben ernaar gestreefd alle copyrights van de in deze uitgave opgenomen illustraties te achterhalen en de bronnen te vermelden. Aan hen die desondanks menen alsnog rechten te kunnen doen gelden, wordt verzocht contact op te nemen met de uitgever.

De auteurs van Beeldtaal houden zich zeer aanbevolen voor suggesties van lezers en gebruikers van het boek: klantenservice@boomhogeronderwijs.nl

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl.

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN 9789024451166
NUR 143

www.boomstudent.nl
www.boomhogeronderwijs.nl

Inhoud

VOORWOORD

Omdat het er nog niet was 6

DEEL 1. STOP! Eerst kijken! Dan lezen! Dan interpreteren!

HOOFDSTUK 1. INLEIDING

Een boek over kijken 11

- 1.1 Wat dit boek is 12
- 1.2 Wat bedoelen we met beeld? 12
- 1.3 Beeld en vorm 12
- 1.4 Beeld en tekst 13
- 1.5 De kracht van beeld met tekst 14
- 1.6 Communicatief-retorisch 15
- 1.7 Drie theoretische scholen 16

HOOFDSTUK 2. BEELDGELETTERDHEID

Kennis van beeld maakt beeldwijs 18

- 2.1 Definities genoeg 20
- 2.2 Twee perspectieven 21
- 2.3 Vaardigheden en kennis 21
 - Context** Beeldgeletterdheid-lijstje 22
- 2.4 Gestalt, semiotiek en retorica 24
 - Context** Vragen over beeldgeletterdheid 25
- 2.5 Iteratief proces 25
 - Context** Beeldclichés als buitenkans 26
 - Context** Magritte en de dino's van Burian 28
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 30*

HOOFDSTUK 3. WAAROM BEELDTAAL?

De functies van beeld 33

- 3.1 Doet complexiteit recht 33
- 3.2 Vertelt een universele boodschap 34
- 3.3 Vertelt, bewijst, en overtuigt 35
- 3.4 Maakt vergelijken mogelijk 36
 - Resumé** Vergelijkingen 36
- 3.5 Prikfelt, emotioneert, kwetst en vermaakt 38
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 39*
 - Context** Beeld trekt meer aandacht dan tekst 40

DEEL 2. THEORIE Drie visies op beeld

HOOFDSTUK 4. GESTALT

Handig hulpje voor maker en gebruiker 45

- Context** Gestalt van een marsmannetje 46
- 4.1 Gestalt = eenvoud 47
- 4.2 Wet van eenvoud 47
 - Resumé** De belangrijkste gestaltwetten op een rij 48
- 4.3 Wet van voorgrond en achtergrond 49
- 4.4 Wet van nabijheid 51
 - Context** Worstelen met de wet van nabijheid 52
- 4.5 Wet van overeenkomst 53
- 4.6 Wet van symmetrie 54
- 4.7 Wet van gelijke achtergrond 55
- 4.8 Wet van gelijke bestemming 56
- 4.9 Wet van ingeslotenheid 57
- 4.10 Wet van het ingevulde hiaat 58
- 4.11 Wet van continuïteit 59
- 4.12 Wet van ervaring 60
- 4.13 Gestalt als totaalbeleving 60
 - Resumé** Gestalt-checklist 61
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 62*

HOOFDSTUK 5. SEMIOTIEK

De betekenis van wat we zien 65

- 5.1 Tekens om ons heen 65
- 5.2 Drie typen tekens volgens Peirce 68
 - Context** Appel of banaan? 69
- 5.3 Betekenislagen: de theorie van Barthes 72
 - Resumé** Drie typen tekens volgens Peirce 75
 - Resumé** Denotatie en connotatie volgens Barthes 75
 - Context** Connotatie wordt denotatie 76
- 5.4 Wie heeft gelijk: Barthes of Peirce? 76
- 5.5 Semiotische theorie nu 77
 - Context** Benetton's tekens zonder betekenis? 78
- 5.6 Heeft een teken maar één betekenis? 79
- 5.7 Belang van doelgroepen 80
- 5.8 Wat hebben we aan deze wetenschap? 80
 - Resumé** Recept voor een semiotische analyse 83
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 84*

HOOFDSTUK 6. VISUELE RETORICA

Beelden die overtuigen 87

- 6.1 Klassieke retorica: overtuigingskunst 89
- 6.2 Moderne retorica 90
- 6.3 Retorica en het beeld 92
- 6.4 Ethos, pathos en logos 93
 - Context** Is Osama dood? Logos versus pathos 99
- 6.5 Kairos: het juiste moment 100
 - Context** Kairos op Iwo Jima 101
- 6.6 Stijlfiguren 102
- 6.7 Schema's: regelmatigigheden 102
- 6.8 Tropen: onregelmatigheden 104
 - Context** Metaforen: onverwachte elementen 108
- 6.9 Framing: selectie, salience en spin 110
 - Resumé** Model voor retorische beeldanalyse 112
 - Context** Gorilla's stijlfiguren 114
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten* 115
 - GSR-analyse** G, S en R in samenhang 116

DEEL 3. PRAKTIJK

Basiselementen van beeldtaal

HOOFDSTUK 7. COMPOSITIE

Ordening en hiërarchie 121

- 7.1 Welke factoren bepalen een compositie? 121
- 7.2 Begrenzing 128
- 7.3 Compositie en gestalt 130
 - Context** Overgangen in strips 131
- 7.4 Beweging 132
 - Context** Vijf verschillende vormen van fotobblur 132
- 7.5 Storytelling in beeld 134
- 7.6 Semiotiek over compositievormen 138
 - Context** Stambomen groeien alle kanten op 142
 - Context** Eigenwijze pijl wijst niet altijd de weg 146
- 7.7 Afbeelding als ontmoeting 148
- 7.8 Compositie als een retorisch middel 150
 - GSR-analyse** Compositie 152
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten* 154

HOOFDSTUK 8. TYPOGRAFIE

Letters met karakter 157

- 8.1 Kiezen voor een font 158
- 8.2 Geschreefd of schreefloos? 159
- 8.3 Typemachineletters en afspatiëren 160
- 8.4 Kapitalen of onderkast 160
- 8.5 Typografische retorica 161
- 8.6 Typografie en gestalt: types en families 162
- 8.7 Typografie en semiotiek 163

Context Fonts 164

Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 166

Resumé Tips voor typografie 167

GSR-analyse Typografie 168

HOOFDSTUK 9. DE DERDE DIMENSIE

Licht op perspectief 171

- 9.1 De kracht van licht 171
- 9.2 Van plat naar perspectief 172
- 9.3 Hulpmiddelen voor perspectief en diepte 175
- 9.4 Lineair perspectief 176
- 9.5 Standpunt als retorisch middel 178
 - Context** Licht op aangetaste aders 179
 - Context** Het is maar hoe je tegen Darwin aankijkt 180
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten* 182
 - GSR-analyse:** Licht 184

HOOFDSTUK 10. KLEUR

Kleurloos, smakeloos 187

- 10.1 Kleurenleer 187
- 10.2 Perceptie van kleur 188
- 10.3 Welke kleuren kiezen we? 189
- 10.4 Focus en de kracht van wit 191
- 10.5 Soms liever zwart-wit 192
- 10.6 Semiotici over kleur 193
- 10.7 Kleur en betekenis 193
- 10.8 Kleur als retorisch middel 197
 - Context** Kleursystemen 198
 - Resumé** Tips voor het gebruik van kleur 202
 - Bronnen/Meer lezen/Opdrachten* 202
 - GSR-analyse** Kleur 204

DEEL 4. PRAKTIJK

Goed gebruik van beeldtaal

HOOFDSTUK 11. FOTOGRAFIE

Focus op foto's 209

- 11.1 Iedereen fotograaf 212
- 11.2 De ethiek van Photoshop 213
- 11.3 Informatief of illustratief? 214
- 11.4 Retorische effecten 216
 - Context** Hoe maak je een retorisch portret? 223
- 11.5 Foto en bijschrift vormen een eenheid 224
 - Context** Tips voor bijschriften 225
- 11.6 Iconische foto's 226
- 11.7 Waar haal ik mijn beeld? 228
 - Context** Foto of illustratie? 229
- 11.8 De stockfoto-industrie 230

- Context** Thumbnail visibility 231
Context Focus in fotoreportages en fotoseries 232
Context De geheime stad van Rob Overmeer 234
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 236
Context Briefing van de fotograaf 237
GSR-analyse Fotografie 238

HOOFDSTUK 12. GRAFIEKEN EN TABELLEN

- Breng cijfers beter in beeld* 241
- 12.1 Lijngrafiek 243
 12.2 Staafdiagram 244
 12.3 Cirkeldiagram ('taart') 246
 12.4 Kaartdiagram 247
 12.5 Multidimensionale grafiek 247
 12.6 Puntenwolk 248
 12.7 Radargrafiek 248
 12.8 Semiotiek en lijngrafiek 249
 12.9 Grafieken en retorica 250
Context 'Kleine veelvouden' besparen ruimte 253
 12.10 Chart junk en het soberheidsprincipe 254
 12.11 Tabellen 255
 12.12 Vormgeving van een tabel 257
Resumé Tips voor grafieken en tabellen 259
Context De Amerikaanse verkiezingen verbeeld 260
Context Durf te variëren met tabellen 262
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 264
GSR-analyse Grafieken 266

HOOFDSTUK 13. INFOGRAPHICS

- Illustraties die tekst en beeld integreren* 269
- 13.1 Volwassen en verdiepend 269
 13.2 Niet versimpelen, maar verhelderen 270
Context Anatomie van een goede infographic 271
Context Enkele voorbeelden van infographics 272
 13.3 Meer dan zo maar een grafiek 272
 13.4 Gestalt: beter werk met dezelfde informatie 276
 13.5 Semiotiek en infographics 278
 13.6 Retorica en infographics 279
Context Anatomische les: Hoe maak je een goede infographic? 280
Context 'To clarity, add detail': Ruim driehonderd miljoen puntjes 282
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 284
Context Visualization wheel als analyse-instrument 285
GSR-analyse Infographics 286

HOOFDSTUK 14. WEBPAGINA'S

- Websites die werken* 289
- 14.1 Ontwerpprincipes 289
 14.2 Gestalt en webdesign 292
 14.3 Webdesign en semiotiek 292
 14.4 Webethos in beeld en woord: zorg dat je uitstraalt wat je moet uitstralen 293
Resumé Maak het de bezoeker gemakkelijk 297
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 299
GSR-analyse Webpagina's 300

HOOFDSTUK 15. TIJDSCHRIFTPAGINA'S

- Pak mij! Lees mij! En tot straks!* 303
- 15.1 Gestalt en opmaak: het stramien 303
 15.2 Semiotiek: bladen met een smoel 304
Resumé Tien tips voor eenheid op de pagina 306
 15.3 Tijdschriftpagina's en compositie 308
Resumé Tips voor paginaopmaak 310
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 310
GSR-analyse Tijdschriftpagina's 312

HOOFDSTUK 16. BEELD IN PRESENTATIES

- Stekker en soldatenpak* 315
- 16.1 Presenteren met PowerPoint en Prezi 315
Context Vijf principes tegen PowerPoint overload 316
 16.2 Filmpjes in je presentaties 317
Context Vijf lessen voor korte, educatieve filmpjes 318
 16.3 Visuele props 319
Context Pechakucha 20 x 20 320
Bronnen/Meer lezen/Opdrachten 321
GSR-analyse Beeld in presentaties 322

HOOFDSTUK 17. BEELDRECHT

- Heb je recht op andermans beeld?* 325
- 17.1 Beeld- en portretrecht is auteursrecht 325
 17.2 Eigen en andermans werk 327
 17.3 Beeldcitaatrecht 328
 17.4 Bewerken van beeld 329
 17.5 Beeldbanken en fotosites 329
 17.6 Flickr en CC 330
Bronnen/Meer lezen 331

- Index 332
 Dankwoord 335
 Over de auteurs 336

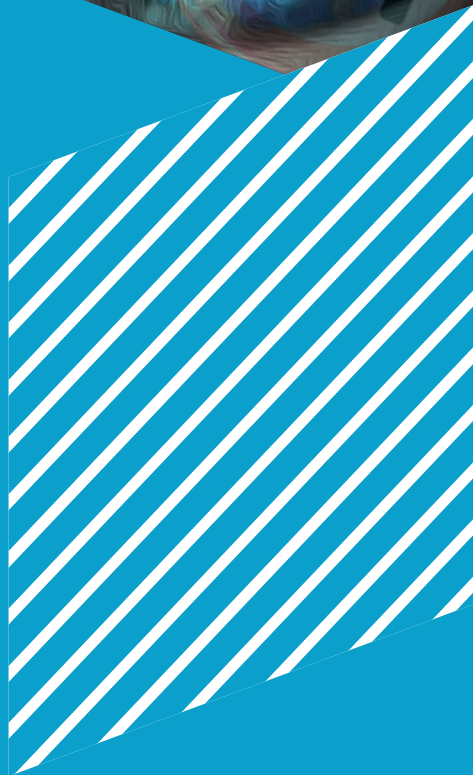
VOORWOORD
Omdat het er
nog niet was



jvdb



jvdb



jvdb

E r was destijds maar één goede reden om een boek over beeldtaal te schrijven: omdat zo'n boek er nog niet was.

Er bestonden talloze boeken over visuele communicatie, maar niet één – ook niet in de internationale literatuur – dat de diverse manieren van kijken omvat die wij voor ogen hadden. De brede en onconventionele kijk ligt ongetwijfeld aan de gemêleerde samenstelling van ons schrijversteam: een voormalige bladenmaker en wetenschapsjournalist met een grote belangstelling voor infographics; twee neerlandici gespecialiseerd in argumentatietheorie en retorica, en een kunsthistorica gespecialiseerd in semiotiek. Allemaal zeer geïnteresseerd in beeldtaal, en fervente amateurfotografen. Drie van ons zijn of waren dagelijks bezig met onderwijs en onderzoek oop het gebied van journalistiek, nieuwe media en communicatie aan de Universiteit Leiden.

Gestalt, semiotiek en retorica

Tijdens de eerste brainstormsessie was de eye-opener dat we bij het verwerken van beeld drie stappen doorlopen: kijken, begrijpen en overtuigd worden. Drie theorieën bleken daarbij te passen: gestalt, semiotiek en visuele retorica.

Een 'allesomvattend' studieboek, dat beeld vanuit deze drie theorieën én de praktijk belicht, hebben we tijdens onze zoektochten door de literatuur dus niet kunnen vinden. We hebben de handschoen opgepakt en beseften al snel dat zo'n onderneming alleen lukt met een team dat breed genoeg is om zo'n lastig onderwerp te belichten, dat elkaar door en

door kent en niet bang is om kritiek te geven en te ontvangen.

Als doelgroep hadden we iedereen voor ogen die beroepsmatig met de publicatie van beeld te maken heeft: journalisten, tekst- en beeldredacteuren, infographics-, reclame-, tentoonstellings- en bladenmakers, museum-medewerkers, communicatie-adviseurs, fotografen, illustratoren, typografen en webdesigners. De multidisciplinaire aanpak maakt dat iedereen voldoende aangrijpingspunten zal vinden op of net over de grenzen van zijn of haar discipline. De theoretische én praktische aanpak maakt het boek geschikt voor universiteiten én hbo-opleidingen.

GSR-beeldanalyse

Inmiddels heeft het boek zijn nut bewezen in de praktijk: de commentaren van docenten – en niet onbelangrijk – van talloze studenten zijn overwegend erg positief geweest. Veel opleidingen hebben *Beeldtaal* opgenomen in hun curriculum. Onlangs heeft de uitgever een survey gehouden onder lezers en gebruikers. Ook dat heeft ons weer nieuwe inzichten opgeleverd. *Beeldtaal* moest nóg meer een praktisch boek worden.

Ruim een decennium na de eerste druk ligt er inmiddels een geüpdatete vierde versie, met nieuwe voorbeelden. Een van de resultaten van de vorige herziening is dat we ons model voor GSR-beeldanalyse verder konden uitwerken, waarbij de G, de S en de R uiteraard staan voor *gestalt*, *semiotiek* en *visuele retorica*. Die herziening is onze gebruikers goed bevallen. Aan het eind van ieder hoofdstuk in deel 4 (*Praktijk – Goed gebruik van beeldtaal*) hebben we een GSR-beeldanalyse opgenomen, gericht op het onderwerp van dat hoofdstuk.

Leiden, januari 2023

De auteurs



CENTRE
CENTRUM ↑

LOUISE
LOUIZA

ORD-ROGI

CETA
L'ARNE
C'EST
NOUS

SIGNER
C'EST
NOUS

CE
est
CETA

DEMOCRATIE
OU
CETA
FAITES
VOTRE
CHOIX

STOP
CETA

DEEL 1

STOP!

Eerst kijken!

Dan lezen!

Dan interpreteren!

HOOFDSTUK 1

Inleiding



NN/foto: ©ydb



NN/foto: ©ydb



Een boek over kijken

Dit boek gaat over kijken. Het is bestemd voor iedereen die beroepsmatig met de publicatie van beeld te maken heeft of krijgt.

Iedereen die wel eens een pagina voor een tijdschrift bedenkt, een PowerPoint-presentatie maakt, een brochure schrijft, een poster moet maken, een idee voor een infographic moet verzinnen of iets op sociale media wil posten, komt vergelijkbare vragen tegen:

- Waarom zou ik deze foto juist hier zetten en niet daar?
- Moet ik misschien zelfs een heel andere foto (laten) maken?
- Welke achtergrondkleur gebruik ik voor mijn presentatie?
- Wat is het verschil tussen het opmaken van een tijdschriftpagina en het inrichten van een internetpagina?
- Welke foto illustreert dit artikel het beste?
- Wat is duidelijker: een schreefloos lettertype of een mét schreef?
- Maakt het uit of ik die foto zo bijsnijd of anders?
- Wat is een goede kleur voor deze grafiek?
- Kan ik voor deze getallen beter een tabel gebruiken of een grafiek?
- Is het effectiever om deze informatie te visualiseren met een infographic?
- Hoe ver kan ik gaan met photoshopen en hoe kan ik dat verantwoorden?

Op dit soort vragen – en nog veel meer – wil dit boek een antwoord geven. Tegelijk is het boek behalve voor de makers van beeld ook bedoeld voor de gebruikers ervan. Onze samenleving wordt overspoeld met beeld, mede door de computer, steeds betere en slimmere smartphones en de digitale camera. Dit boek wil ook de gebruiker bij de interpretatie van beeld een handje helpen: begrijp je wat de maker ermee wil zeggen?

1.1 Wat dit boek is

Beeldtaal wil de lezer in de eerste plaats leren kijken: opmerkzaam maken op verschillen in beelden, kleuren en vormen. Wie het doorgewerkt heeft, zal – zo hopen wij – anders tegen beeld in publicaties gaan aankijken en kan meer beredeneerde keuzes maken voor de ene afbeelding boven de andere, of de ene opmaak boven de andere.

Het is daarnaast een vooral praktisch boek over het gebruik van beeld in verschillende 'oude' en 'nieuwe' media. Het reikt ideeën aan en praktische tips, gelardeerd met weetjes en handigheidjes. Voor wie verder wil in de studie van beeldtaal, geven we een eerste aanzet met een drietal hoofdstukken over de achter-

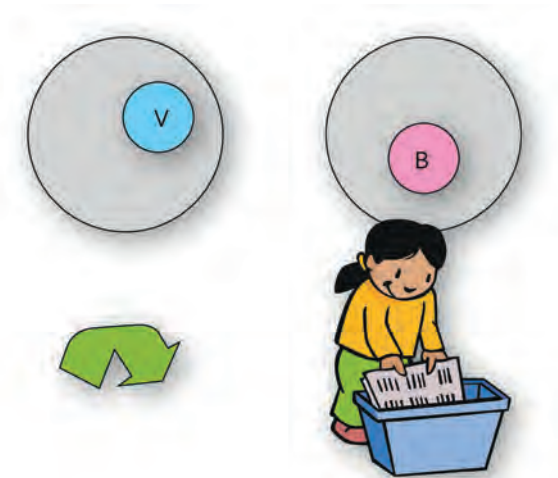
liggende theorie en een bibliografie die je verder op weg kan helpen.

Dit is dus geen technische handleiding voor vormgevers of fotografen, geen handleiding voor Adobe Photoshop, InDesign of Illustrator, of een technisch boek over drukprocessen en resoluties (al besteden we daar zijdelings wel aandacht aan). Het is ook geen theoretische verhandeling over beeldtaal, geen studie over de actuele stand van zaken in het wetenschappelijk onderzoek ernaar. We besteden wel aandacht aan die achterliggende theorie.

1.2 Wat bedoelen we met beeld?

In een boek over beeldtaal mag een definitie over wat wij bedoelen met beeld niet ontbreken. We bedoelen met de term 'beeld' in dit boek alle communicatieve middelen die niet primair tekst zijn, door middel van een tweedimensionaal medium tot ons komen (waaronder we dus bijvoorbeeld ook film kunnen rekenen, maar niet architectuur of beeldhouwwerk), en primair een communicatief-retorische functie hebben. Dit boek gaat dus niet over gesproken of geschreven taal, maar over beeldtaal. Al zijn er natuurlijk talloze verschijnselen die tussen tekst en beeld inhangen, zoals bepaalde pictogrammen. Ook grafieken en tabellen (hfdst. 12) en infographics (hfdst. 13) maken gebruik van zowel tekst als beeld.

Zonder integratie van beelden (B) met vormen (V) en woorden (W) ontstaat beeldende kunst of zomaar een plaatje, en is er (vaak) geen sprake van visuele communicatie (Fig. 1.1). Woorden geven conceptueel vorm aan communicatie. Ze verschaffen de mogelijkheid om beeldelementen en abstracties te



1. Vorm (V)

2. Beeld (B)

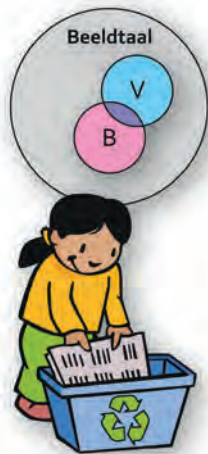
↑
Visuele
communicatie
integreert
beeld (B) met
vorm (V) en
woord (W).
(Fig. 1.1)

benoemen, te definiëren en te classificeren. Vormen (punten, lijnen, regelmatige of onregelmatige vormen en tussenvormen) verschillen van beelden: ze zijn abstracter (Fig. 1.1).

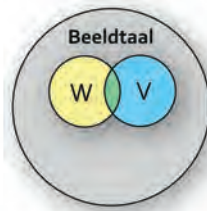
1.3 Beeld en vorm

Om de communicatie via beelden goed te laten overkomen, wordt deze vormgegeven. Zo wordt het totaal van een tekst ook een beeld. Met het begrip 'vorm' moet je overigens wel een beetje uitkijken. Onderdelen van beelden zijn namelijk vormen (Fig. 1.1): wie zich oefent in anatomisch tekenen of een cartoonfilm maakt, verdeelt een menselijke figuur in ovaal of blokken. Maar ook een heel beeld heeft een vorm, bijvoorbeeld de menselijke vorm, de vorm van een schip of een man op een paard. Bovendien kan tekst in een bepaalde vorm zijn opgemaakt.

Wanneer het belangrijk is het onderscheid helder te houden, worden lijnen, vierkanten, rechthoeken, driehoeken en dergelijke 'vor-

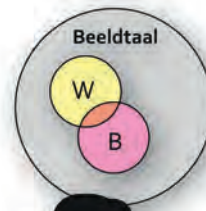


3. Integratie van beeld (B) en vorm (V)

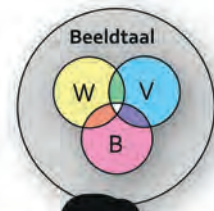


RECYCLE!

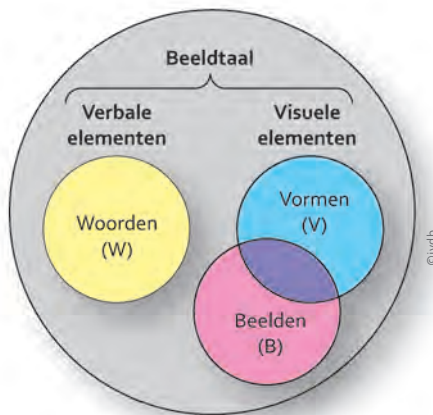
4. Integratie van woord (W) en vorm (V)



5. Integratie van woord (W) en beeld (B)



6. Integratie van woord (W), beeld (B) en vorm (V)



↑ Beeldtaal houdt de integratie in van beelden en vormen (visuele elementen) en woorden (verbale elementen) tot één enkele communicatie-eenheid. (Fig. 1.2)

men' genoemd, de mensen, bomen, huizen die daaruit zijn samengesteld 'beeldelementen', en het totaal van een voorstelling heet 'het beeld'.

1.4 Beeld en tekst

De nadruk op beeld betekent dus niet dat tekst niet in dit boek ter sprake komt. Dat komt het wel, maar dan steeds in samenhang met beeld. Bijvoorbeeld: hoe verhoudt het beeld zich tot de tekst (par. 1.5)? En hoe zien tekst en bladspiegel er als beeld uit?

Als wij het over beeld hebben, bedoelen we beeld in de media: foto's en andere afbeeldingen op webpagina's, in kranten en tijdschriften, op reclameborden, in musea en tentoonstellingen, op tv, in PowerPoint-presentaties, enzovoort. Al die beelden hebben gemeen dat ze via een tweedimensionaal medium tot ons komen: papier, beeldscherm, beamer, billboard, enzovoort. Met beeld doelen we dus niet op ruimtelijke beelden, wel op driedimensionale voorstellingen die via het platte vlak tot ons komen. Moderne media – zoals holografie – zullen het onderscheid tussen 2D en 3D wel doen vervagen. Sinds de virtuele tour van ABBA in 2022 weten we daar alles van.

1.5 De kracht van beeld met tekst

Het is een misverstand dat beeldtaal alleen maar over beelden gaat. Een grafiek is onleesbaar zonder verklarende teksten en cijfers bij de assen. Vrijwel elke infographic heeft behoefte aan verklarende woorden, zinnen en tekstblokken om de 'kijker' de weg te wijzen. Zonder een bijschrift is een foto veelal niet meer dan zomaar een plaatje.

Visuele communicatie is volgens Horn (1999) daarom de integratie van beelden en vormen (visuele elementen) én woorden (verbale elementen) tot één communicatie-eenheid. Tekst kan beelden een andere betekenis geven. Bij pastiches en parodieën (p. 107) wordt dit gegeven bewust toegepast.

Mooie voorbeelden van tekst die beeld beïnvloedt – ook vormen van pastiche – kom je tegen tijdens de periodes voor verkiezingen. Barack Obama – in 2008 de eerste zwarte president – verscheen destijds op schitterende posters met de woorden 'hope' of 'change' (Fig. 1.3). Variaties lieten niet lang op zich wachten: onder een variant verscheen in grote letters het woord 'nope' (Fig. 1.4). In 2022 was het de Oekraïense Volodymyr Zelensky op wie alle hoop in het Westen moest worden gevestigd (Fig. 1.5).

Ook het omgekeerde is het geval: beelden kunnen tekst een heel andere betekenis geven. Een foto van een lachende wethouder bij een artikel in de lokale krant waarin stevige kritiek op de betreffende functionaris wordt geleverd, geeft het artikel een heel andere lading dan een afbeelding waarop de wethouder met een serieus gezicht achter zijn bureau zit. De foto van Ruslands sterkste man Vladimir Poetin met ontbloot, afgetraind bovenlijf geeft een artikel over de buitenlandpolitiek



Shepard Fairey, gebaseerd op foto door Mannie Garcia voor Associated Press

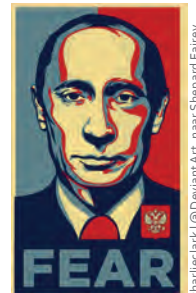
← Barack Obama, 'hope'... (Fig. 1.3)

↘ ... of 'nope'? (Fig. 1.4)



← Het is Volodymyr Zelensky die nieuwe hoop moet brengen ... (Fig. 1.5)

↘ ... terwijl Vladimir Poetin angst zaait. (Fig. 1.6)



NN, gebaseerd op Reuters videobeeld, naar naar Shepard Fairey

charlieclark (@DeviantArt, naar Shepard Fairey



← Retorisch Poetinkwartet van *nrc.next* waarop Ruslands sterkste man laat zien dat hij ook fysiek zijn mannetje staat. (Fig. 1.7)

van het grootste land ter wereld een andere kleur: deze Russische beer-van-een-vent staat zijn mannetje (Fig. 1.7).

Information overload

De hersenen hebben overigens op één moment slechts aandacht voor óf tekst óf beeld. Dat we snel kunnen overschakelen blijkt wel uit het gemak waarmee we een ondertitelde speelfilm kijken. Maar de concurrentieslag om onze aandacht is een factor om rekening mee te houden.

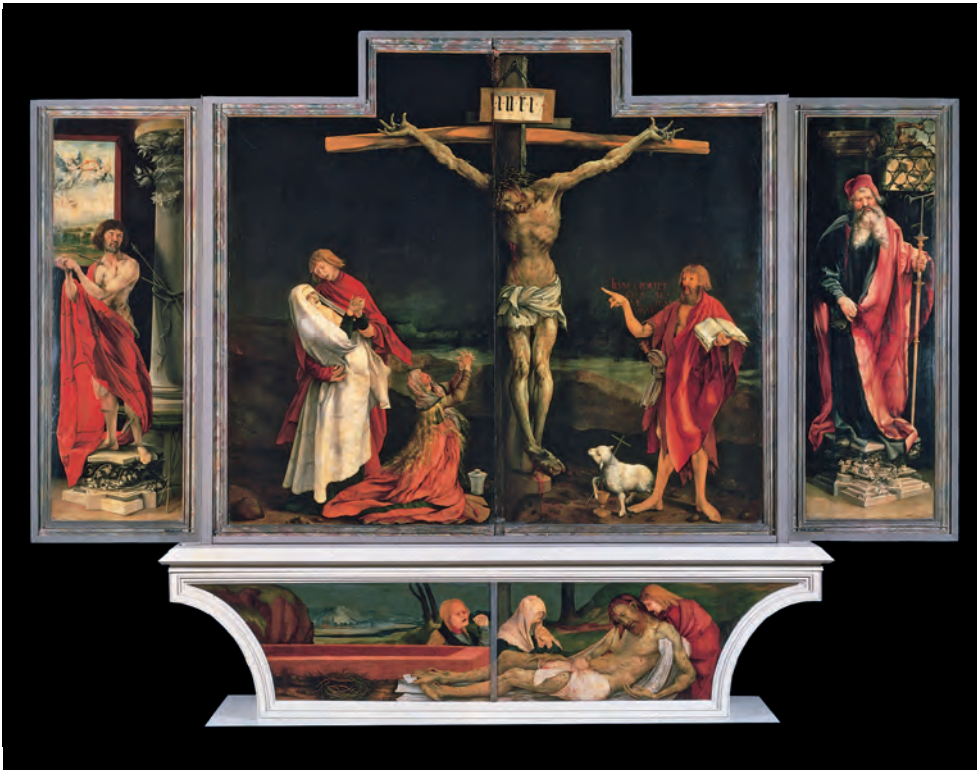
In 2001 lanceerde CNN een site met interviews, beelden, een voice-over, pictogrammen om de weersvoorspellingen te geven en een lichtkrant met het actuele nieuws. En alle middelen werden gelijktijdig ingezet. *Information overload!* De felle kritiek dat men al deze verschillende informatie niet ineens kon opnemen heeft het televisienetwerk al spoedig gedwongen de site te vereenvoudigen.

Een ander kras voorbeeld vormt een zogenaemde *Wisebit* van Bas Haring. In een film-

pje van 90 seconden (zie ook par. 16.2) vertelt hij op het strand een verhaaltje over geheime verleidingswapens. Tijdens het verhaaltje is naast de verteller een vrouw in bikini in beeld. Het effect van verteller en beeld pakt buitengewoon nadelig uit voor de tekst uit. De slotzin van Bas Haring tot zijn kijkers is dan ook niet voor niks: 'Heb je niet alles van dit verhaaltje kunnen volgen, bekijk dit filmpje dan gerust nog een keer.'

1.6 Communicatief-retorisch

Vanzelfsprekend worden er aan esthetische beelden – beeld om het mooie, kunst – heel andere eisen gesteld dan aan beeld dat bedoeld is om te communiceren of te overtuigen. De beelden van Henry Moore, de schilderijen van Rembrandt en de versieringen in de Moorse tempels laten we daarom in principe buiten beschouwing, hoewel we wel sommige kunstwerken zullen laten zien als aanspre-



↑ Een beeld kan een beroep doen op je gevoel, om je van een boodschap te overtuigen. Dit schilderij van Matthias Grünewald (het beroemde Isenheim-altaar) wil de toeschouwer laten zien hoe Jezus voor de mensheid heeft geleden. Meer over overtuigende beelden in hfdst. 2. (Fig. 1.8)

kende voorbeelden van retorica en semiotiek, zoals het schilderij op pag. 16 (Fig. 1.8).

De communicatief-retorische functie verschaft ons tevens een normatief kader. Bij ieder beeld kun je je afvragen: is het duidelijk en overtuigt het? Het eerste lijkt een voorwaarde voor het tweede: wat je niet begrijpt, kan minder makkelijk overtuigen. Is je doel te informeren, dan is duidelijkheid een noodzakelijke voorwaarde. Is je doel te overtuigen, dan kun je soms ook overtuigend zijn zonder volslagen duidelijkheid.

1.7 Drie theoretische scholen

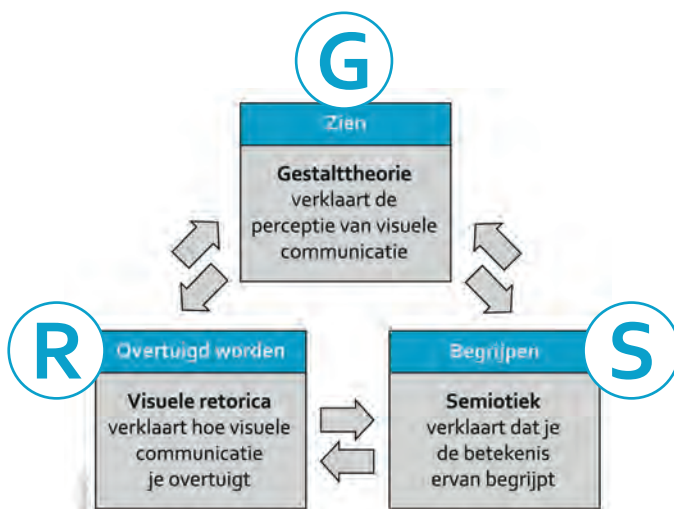
We hebben in de loop der jaren gedurende ons onderwijs veel voorbeelden verzameld van beeld en beeldtaal: in kranten, boeken, tijdschriften en folders, op websites en in musea, enzovoort. We zochten naar een theorie die al die voorbeelden en inzichten kon bundelen. Met een boek als dit wil je immers antwoord kunnen geven op vragen als:

- Waarom is dit duidelijker dan dat?
- Waarom spreekt dit meer aan dan dat?
- Waarom vinden de meeste mensen dit mooier/aangenamer dan dat?
- Welk doel beoog ik eigenlijk met mijn illustratie?

Je zou willen dat één theorie (1) de keuzes die je maakt, onderbouwt; (2) een normatief kader biedt voor wat al dan niet deugt; en (3) ook nog een begrippenapparaat aanreikt om zinnig over beelden te kunnen praten. Eén theorie die dat allemaal verenigt, hebben we niet gevonden. Iedere theorie gaat in op specifieke, vaak toch enigszins beperkte aspecten van beeldtaal. Dit boek beoogt juist een bredere en algemenere handreiking te geven.

Wel stelden we vast dat we in de afzonderlijke delen van dit boek vanuit drie verschillende theoretische 'scholen' naar ons materiaal hebben gekeken. Niet telkens alle drie: de ene keer paste de ene benadering beter, in een ander hoofdstuk een andere. Maar we kwamen wel drie leidende ideeënverzamelingen op het spoor die de inhoud van dit boek theoretisch kunnen onderbouwen. De drie 'scholen' die we hier aanstippen, zijn:

- gestalttheorie (G);
- semiotiek (S);
- visuele retorica (R).



Het zijn ongelijksoortige en onvergelijkbare zaken, de ene meer theorie dan de andere, maar alle drie nuttig voor ons doel. Ze bieden een scala aan inzichten die een verklarend en normatief kader met de nodige verdieping kunnen bieden voor de inhoud van dit boek.

GSR-beeldanalyse is een iteratief proces

De drie theorieën hebben we samengevat in een analysemodel dat we de GSR-beeldanalyse of kortweg GSR-analyse hebben gedoopt. In principe begin je bij een GSR-beeldanalyse met controleren of de gestalwetten goed zijn toegepast, maar tijdens zo'n analyse switch je in feite geregeld tussen de drie theorieën.

Het kunnen interpreteren van beeld is namelijk geen lineair proces dat zich altijd beweegt van gestalt via semiotiek naar visuele retorica. Het is eerder een iteratief proces. Dat houdt in dat je heen en weer beweegt tussen de theorieën en het een met het ander aanvult (zie Fig. 1.9). Je kunt best eerst geweldig onder de indruk raken (visuele retorica) en je daarna pas afvragen hoe dat komt (semiotiek), daardoor nog meer onder de indruk raken (visuele retorica) en je vervolgens realiseren dat de elementen van de foto door hun kleur zo mooi in elkaars verlengde liggen (gestalwetten). Voor je eigen training is het verstandig het rijtje af te lopen.

← Goed toepassen van een drietal theorieën maakt dat je begrijpt hoe je het beeld interpreteert (gestalttheorie) en begrijpt (semiotiek), en hoe dit je probeert te overtuigen (visuele retorica). Het is een iteratief proces. (Fig. 1.9)

Wanneer zegt een beeld meer dan duizend woorden? Iedereen die een presentatie maakt, een brochure schrijft of een pagina voor een tijdschrift bedenkt, komt vergelijkbare vragen tegen: waarom deze foto juist hier en niet daar, welke achtergrondkleur past bij mijn boodschap, hoe richt ik mijn internetpagina in, en: mag ik dit plaatje zomaar gebruiken voor mijn blog? Op dit soort vragen geeft **Beeldtaal** een antwoord. Gestalt, semiotiek en visuele retorica dienen als leidraad. Met die theorieën in de hand behandelen de auteurs vele toepassingen in de dagelijkse beeldpraktijk, zoals grafieken en tabellen, webpagina's en tijdschriftpagina's.

Beeldtaal is bestemd voor studenten en iedereen die beroepsmatig met de publicatie van beeld te maken krijgt. De combinatie van theorie en praktijk, met opdrachten aan het eind van ieder hoofdstuk en aanvullend materiaal op de online leeromgeving, maakt het boek geschikt voor zowel universitaire studies als hbo-opleidingen.

Deze vierde, herziene druk is geactualiseerd met veel nieuwe voorbeelden en recent beeldmateriaal. Ieder aan de praktijk gewijd hoofdstuk sluit af met een GSR-beeldanalyse®. Op de gloednieuwe online leeromgeving bij dit boek is nu aanvullend materiaal te vinden, waaronder uitlegvideo's en uitgewerkte colleges met extra voorbeelden en opdrachten.

Docenten over de uitgave:

'Enorm rijk boek. Heldere structuur, persoonlijke stijl.'

Zinvolle en korte toevoegingen bij de illustraties die toch al sterk waren (wat we mogen verwachten) maar daardoor nog functioneler zijn en aanzetten tot denken.'

'Uit alles blijkt dat de auteurs met kennis van zaken en intellectueel plezier het boek hebben gecomponeerd.'

'Het toenemend belang van beeldtaal wordt helder toegelicht en onderbouwd'.

'Ook controversiële onderwerpen worden niet geschuwd om zaken te verduidelijken.'



www.boomhogeronderwijs.nl
www.boomstudent.nl

