

GSR-analyse KLEUR

De GSR-analyse geeft een beknopt voorbeeld van een beeldanalyse waarbij het hoofdstukonderwerp – hier kleur – centraal staat.

G Fig. 10.33 toont de cover van *National Geographic Magazine* van mei 2011. We zien een rechthoekig vlak dat langs een verticale lijn in twee ongeveer gelijke delen is verdeeld. De gele rand van het tijdschrift die normaal gesproken aan alle vier de zijden van de cover is te zien, is slechts voor een deel zichtbaar en wordt afgesneden door de rotsmassa die de gehele rechterkant aflopend van het blad bedekt.

Ook de letters van de titel van het blad verdwijnen achter de rots. De **gestaltwet van het ingevulde hiaat** maakt dat we weten dat er *National Geographic* staat en dat we de gele lijn onder de rotspartij door kunnen denken. Terwijl datzelfde gele kader toch de pagina insluit (**wet van ingeslotenheid**).

De kleuren maken dat de verschillende vormen – beige rotswand, knalblauwe lucht, grijze bergen en gele kader – goed van elkaar zijn te onderscheiden. Het bergland in de verte is donker en contrasteert daardoor met de witte letters op de voorgrond. Door de afwisseling van voorgrond (rots, letters) en achtergrond (lucht, berglandschap) bewerkstelligt de foto een gevoel van diepte. De **wet van continuïteit** doet ons geloven dat de rots zowel naar boven als naar beneden nog een heel eind doorloopt.

Duidelijk is dat de figuur in het rode vest nabijer is dan de rest van het landschap. Door de oversnijding van de rots is deze ook voor het kader van de afbeelding geplaatst waardoor deze nog dichterbij lijkt. Ook de lichtval benadrukt dat. Door de kleur valt het rood tegen

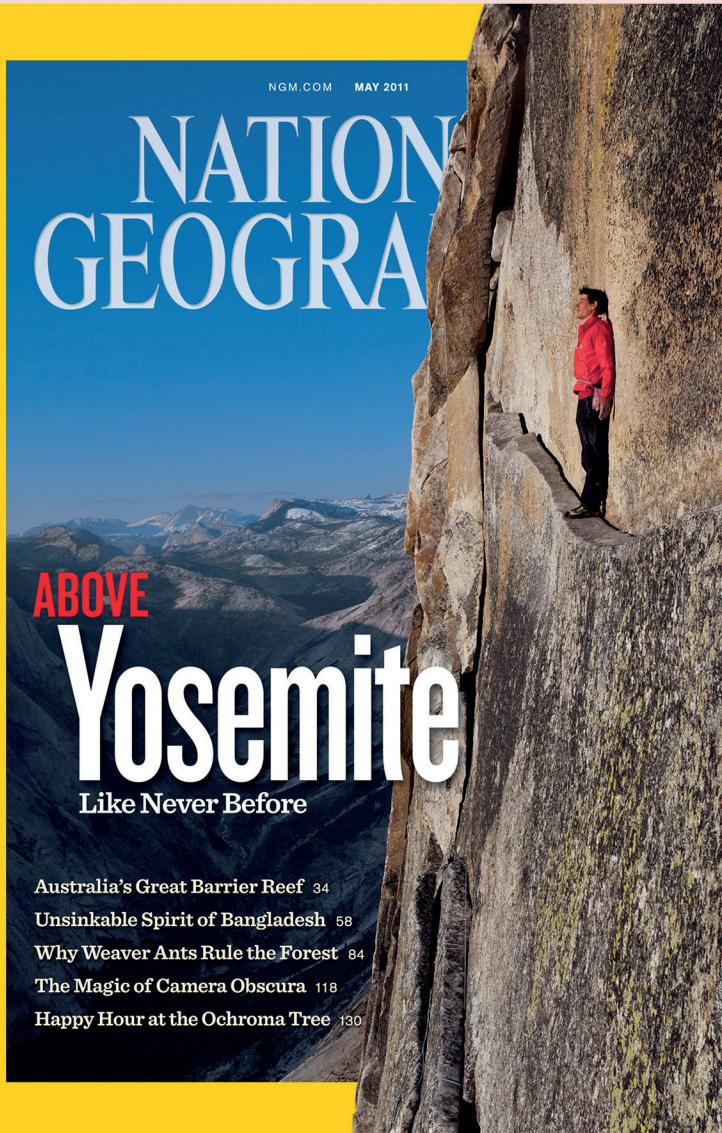
de beige rotswand erg op. De pagina krijgt extra eenheid in vorm door de herhaling van hetzelfde rood in de boventitel 'ABOVE' ('kleur-echo'; **wet van overeenkomst**).

S De gele rand van *National Geographic* is een symbolisch teken, en we spreken van **secundaire denotatie**, omdat we het teken eerst wel moeten herkennen, hoe bekend het ook is.

Zonder dat we het woord Yosemite begrijpen, kennen we de betekenis van het beeld: het weidse landschap en de steile wand. En we kennen ook de betekenis van de kleding van de figuur. Lang verhaal kort: dit is geen all-inclusive strandvakantie. Dit beeld staat voor een onversneden reisavontuur. Met zo'n vest en een zakje magnesium om je middel ga je niet het weerbericht presenteren en ook niet naar de kerk: de kleding betekent maar één ding: buitensport (**secundaire denotatie**). En het kan niet anders dan dat de betekenis van de figuur op de smalle richel voelbaar wordt door een kleine tintelende spanning in de onderbenen: hoogtevrees.

Dat de figuur daar alleen staat en niet met een groep, betekent ook iets. Echt avontuur speelt zich af op plaatsen waar je niet met velen bent. Dat we geen touwen zien, kan ook betekenis hebben: hier wordt niet op zeker gespeeld. De weidse leegte van het landschap daarachter onderstreept die betekenis.

Hoewel rood wel degelijk een signaalfunctie heeft, is het misschien wat vergezocht dat



← Het nummer van mei 2011 van *National Geographic Magazine* had het Yosemite National Park in de Amerikaanse staat Californië als voorpagina-onderwerp. (Fig. 10.33)

R [Fase 0] In retorisch opzicht is het de kleur van het gele kader die onderstreept dat dit niet zomaar een tijdschrift is, maar het clubblad van het in 1888 opgerichte genootschap *National Geographic*. Dat maakt deze rhetor tot een betrouwbare bron voor reisverhalen (**ethos**).

[Fase 1] Het moment is goed gekozen: we weten dat de klimmer zonder hulpmiddelen op dit richeltje is beland. Nu *moet* hij verder!

[Fase 2] De herhaling van het rood (de man op het smalle randje, het ABOVE op de wankel Y) werkt in retorisch opzicht sterk.

[Fase 3] De rots die vóór het gele kader is geplaatst, benadrukt de hachelijke situatie.

[Fase 4/5] Het overtuigingsmiddel **logos** lijkt minder prominent aan de orde; **pathos** des te meer. Het keiharde enorme massieve vlak van steen maakt het standpunt van de hoofdpersoon op de foto tot een netelige positie: spannend en gedurfd ('*Like never before*'). Dat de plaat iedereen overtuigt om daar te gaan staan, is onwaarschijnlijk. Dat je als lezer verder wilt kijken, daarvan overtuigt deze pagina (of hier: '*Like never before*') ons wel.

Oh ja, dat woordje 'ABOVE' dat balanceert bovenop de Y van Yosemite heeft een sterk retorisch effect. Je zou het als een metafoor kunnen zien voor 'wankel evenwicht'. Je voelt het wankelen in je maag als je je concentreert op dat rode woord boven de meest wankel letter van het alfabet. Het bewijst maar weer eens dat ook typografie je in retorisch opzicht bij de strot kan grijpen.

de rode kleur hier de betekenis 'gevaar' overbrengt, maar wat de kleur zeker doet, is het benadrukken van het vreemde element. We zien een mens in rood in een landschap dat verder uit gedekte kleuren bestaat: die mens hoort daar eigenlijk niet (**secundaire connotatie**).