

# Rhetorical Figures in the Advertising Image

Ji Yeong Kong

# Jacques Durand

- Studie in den 60er Jahren
- Ziel: Visuelle Umsetzungen von Rhetorischen Bildern in Werbeanzeigen zu finden
- Umsetzung: Formale Definition rhetorischer Bilder
- Durand: Rhetorische Bilder als Umformung von einfacher Aussage → bildlicher Aussage

# Tabelle der rhetorischen Bilder

Operation Relation	A Addition	B Suppression	C Substitution	D Exchange
1. Identity	Repetition	Ellipsis	Homeophore	Inversion
2. Similarity -of form	Rhyme		Allusion	Hendiadys
-of content	Comparison	Circum- locution	Metaphor	
3. Difference	Accumulation	Suspense	Metonymy	Asyndeton
4. Opposition -of form	Anachronism	Dubitation	Periphrasis	Anacoluthon
-of content	Antithesis	Reticence	Euphemism	Chiasmus
5. False Homologies				
-double meaning	Antanaclasis	Tautology	Pun	Anti- metabole
-paradox	Paradox	Preterition	Antiphrasis	Antilogy

# Additive Figures

- Repetition:
- Rhetorisches Bild, **Anapher**: Wiederholung von Wörtern am Anfang.
  - Beatles: **Help!** I need somebody  
**Help!** Not just anybody  
**Help!** You know I need someone.
- In der Werbeanzeige wird das gleiche Bild mehrfach abgebildet



Die visuelle Umsetzung der Anapher. In dieser Werbeanzeige werden die sieben Wochentage mit ein und demselben Bild illustriert

# Additive Figures

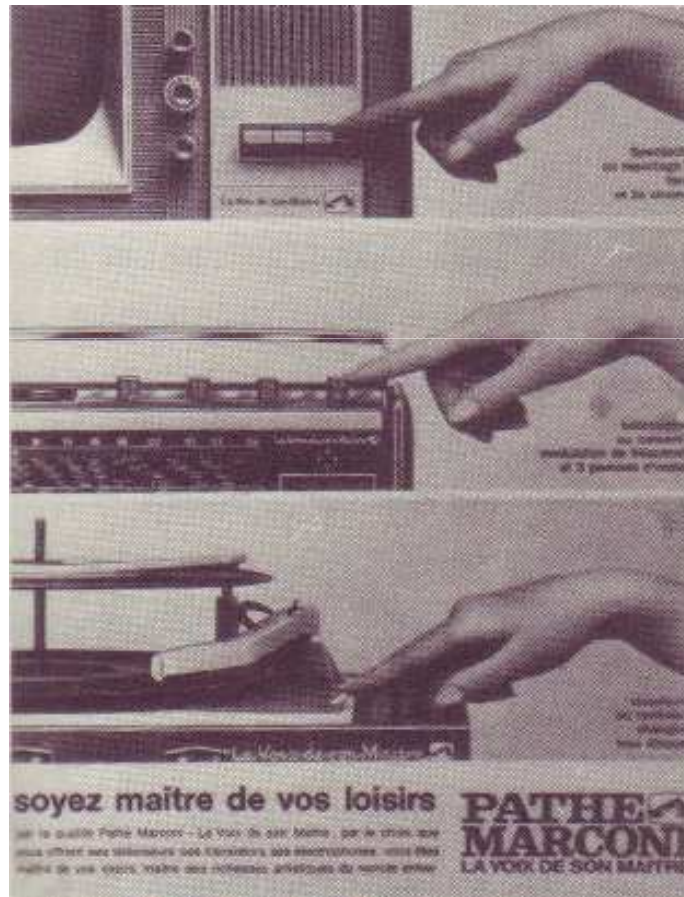
- Similarity: · of form → Rhyme  
· of content → Comparison )
- Für Werbebilder eignet sich eine Differenzierung in drei Elemente:
  - 1) das Produkt
  - 2) die Person/en, die das Produkt präsentieren oder nutzen
  - 3) die Form (Bekleidung und die Einstellung der Personen)

## Es definieren sich verschiedene Klassen von Similarity Figures

ELEMENTS			TYPES OF FIGURES
THE FORM	THE PERSON	THE PRODUCT	
Same Form (abstract style)	Same Person	One Product	1. REPETITION
		Different Varieties	2. PARADIGM
	Different Persons	One Product	3. BALLET
		Different Varieties	4. HOMOLOGY
Different Form (concrete style)	Same Person	One Product	5. SUCCESSION
		Different Varieties	6. DIVERSITY
	Different Persons	One Product	7. UNANIMITY
		Different Varieties	8. ACCUMULATION

# Paradigma

## Similarity Figures



·Die Form:

gleiche Form  
(abstrakt),  
gleiche Einstellung

·Die Person:

gleiche Person

·Das Produkt:

verschiedene Arten

# Accumulation of Persons

Similarity Figures

·Die Form:

verschiedene  
Form (konkret)

·Die Person:

verschiedene  
Personen

·Das Produkt:

verschiedene Arten



# Opposition

DES LE RÉVEIL, CHASSEZ LA NUIT DE VOTRE BOUCHE...

**...purifiez votre haleine pour toute la journée  
avec le nouveau GIBBS SR à la badiane\*!**

\*Le badian (ou la badiane) est une plante originaire de Chine. Elle est utilisée en cuisine et en pharmacie. Elle est connue pour ses propriétés antiseptiques et désodorisantes. Elle est utilisée dans la fabrication de chewing-gum et de bonbons.

# Tabelle der rhetorischen Bilder

Operation Relation	A Addition	B Suppression	C Substitution	D Exchange
1. Identity	Repetition	Ellipsis	Homeophore	Inversion
2. Similarity -of form	Rhyme		Allusion	Hendiadys
-of content	Comparison	Circum- locution	Metaphor	
3. Difference	Accumulation	Suspense	Metonymy	Asyndeton
4. Opposition -of form	Anachronism	Dubitation	Periphrasis	Anacoluthon
-of content	Antithesis	Reticence	Euphemism	Chiasmus
5. False Homologies				
-double meaning	Antanaclasis	Tautology	Pun	Anti- metabole
-paradox	Paradox	Preterition	Antiphrasis	Antilogy

# Figures of Suppression

- Im Gegensatz zu den rhetorischen Bildern der Addition, sind die der Suppression etwas komplizierter
- Die Betrachter der Werbebilder müssen verstehen und herausfinden, was in der Werbebotschaft fehlt



# Ellipse

In Wiederholungen wird ein Element mehrmals gezeigt, bei einer Ellipse nie.

Die visuelle Darstellung der Ellipse, lässt interessante Bilder entstehen und die Betrachter verstehen gut, das es sich um ein rhetorisches Spiel handelt.

# False Homology

## · Paradox



Präterition  
(Auslassung):

Es scheint, als  
wenn man etwas  
auf der Flasche  
verstecken wolle.

Paradox: ein  
scheinbarer  
Widerspruch



# Tabelle der rhetorischen Bilder

Operation Relation	A Addition	B Suppression	C Substitution	D Exchange
1. Identity	Repetition	Ellipsis	Homeophore	Inversion
2. Similarity -of form	Rhyme		Allusion	Hendiadys
-of content	Comparison	Circum- locution	Metaphor	
3. Difference	Accumulation	Suspense	Metonymy	Asyndeton
4. Opposition -of form	Anachronism	Dubitation	Periphrasis	Anacoluthon
-of content	Antithesis	Reticence	Euphemism	Chiasmus
5. False Homologies				
-double meaning	Antanaclasis	Tautology	Pun	Anti- metabole
-paradox	Paradox	Preterition	Antiphrasis	Antilogy

# **Figures of Substitution**

- Häufig in Werbebildern
- Wird in der Werbung genutzt, um etwas auf eine andere Art oder im Ursprung darzustellen

# Identical Substitution

- Hyperbole  
(Übertreibung):  
In der Werbeanzeige  
ist das Objekt stark  
vergrößert dargestellt
- Es könnte auch stark  
verkleinert sein, oder  
als extrem Fall, eine  
leere weiße Seite  
(litotes)



# Tabelle der rhetorischen Bilder

Operation	A	B	C	D
Relation	Addition	Suppression	Substitution	Exchange
1. Identity	Repetition	Ellipsis	Homeophore	Inversion
2. Similarity -of form	Rhyme		Allusion	Hendiadys
-of content	Comparison	Circum- locution	Metaphor	
3. Difference	Accumulation	Suspense	Metonymy	Asyndeton
4. Opposition -of form	Anachronism	Dubitation	Periphrasis	Anacoluthon
-of content	Antithesis	Reticence	Euphemism	Chiasmus
5. False Homologies				
-double meaning	Antanaclasis	Tautology	Pun	Anti- metabole
-paradox	Paradox	Preterition	Antiphrasis	Antilogy

# Figures of Exchange

- Similarity

beim Hendiadyoin wird ein Begriff durch zwei Wörter mit derselben Bedeutung wiedergegeben

- In der Anzeige: Dieselbe Box wird einmal abstrakt und konkret dargestellt



# Chiasmus



- Chiasmus:  
Überkreuzstellung  
von 4 Satzgliedern
- Austausch von  
gegensätzlichen  
Elementen, hier:  
Vater, Sohn und  
zwei verschiedene  
Zeitschriften

**Danke für die  
Aufmerksamkeit**



## **Literatur:**

Umiker-Sebeok, Jean, Marketing and Semiotics.  
New Directions in the Study of Signs or Sale,  
Berlin, 1987.