

VAK EN GRAAD	Afrikaans Huistaal Graad 11
KW 2	OPDRAG: GAAN DIE TEORIE OOR DIE ADVERTENSIE DEUR. DOEN DIE AKTIWITEITE OP BL. 4 IN JOU SKRYFBOEK.
ONDERWERP	Visuele Tekste: Advertensies
DOEL VAN LES	Die onderrig van visuele tekste
INLEIDING	• Visuele tekste verwys na die visuele boodskappe wat ons daaglik teëkom in tekeninge, grafika, spotprente, strokiesprente en advertensies. Visuele tekste moet ook “gelees” word, al is daar min of geen woorde betrokke. • Ons word bv. daaglik gebombardeer met advertensies op die televisie, radio, tydskrifte, koerante en die internet. • ’n Advertensie wil mense ooreed om iets te doen bv. om ’n produk te koop, om van ’n diens gebruik te maak of om ’n byeenkoms by te woon. • Advertensieskrywers (Ons noem hulle eintlik kopieskrywers) gebruik verskillende tegnieke om die leser se aandag te trek en om die leser te ooreed om hul produk te koop, van hul diens gebruik te maak of ’n byeenkoms by te woon.
INHOUD (KONSEPTE EN VAARDIGHEDE)	1. By die ontleding en interpretasie van advertensies moet jy die volgende konsepte goed verstaan: • Heel eerste moet ons vasstel wat geadverteer word bv. grondboontjiebotter (produk); versekering vir jou motor en huisinhoud (diens) of die Woordfees (byeenkoms). • Dan moet ons bepaal wie die teikengroep is, byvoorbeeld almal wat hou van grondboontjiebotter, mense wat ’n motor en huis besit of mense wat hou van kultuur. • Tegnieke wat die adverteerder gebruik om die leser se aandag te trek bv. ○ letters: verskillende lettertipes en -groottes; hoofletters of vetgedrukte letters; ○ mooi prente/foto’s; ○ leestekens bv. vraagtekens, uitroepetekens, beletseltekens; ○ uitleg: ongewoon met oneweredige vorms/ lyne en samespel tussen beeld en teks. • Tegnieke wat die adverteerder gebruik om die leser te ooreed om sy produk te koop, van sy diens gebruik te maak of ’n byeenkoms bv. ’n fees by te woon. ○ Emotiewe-, ooreedende-, manipulerende taalgebruik; ○ interessante opskrifte, woordspeling, herhaling, alliterasie, assonansie, neologismes, retoriese vrae, bewerings/ aannames, effektiewe slagspreuke of motto’s en statistiek.

Kom ons ontleed die onderstaande advertensie aan die hand van konsepte wat hierbo genoem is.

1
2
3
4
5
6
7
8

PRYSE SÓ LAAG, DIT LAAT
JOU SPRAKELOOS!
TOT SOVEEL AS 'N MASSIEWE
50%*
AF
OP DUISENDE UITVERKOPINGSITEMS
Kom gou terwyl voorraad hou.
Begin 17 Maart
* Bepalings en voorwaardes geld.

Edgars
[Bron: www.edgars.co.za]

Die advertensieskrywer gebruik verskillende tegnieke om die leser se aandag te trek en te behou..

- **Wat trek onmiddellik jou aandag?**

“50%af”. Die **lettergrootte** van “50%” verskil vandieresvandie teks. Dit is baie groter en vetgedruk. Let ook op dat verskillende lettergroottes deur die hele advertensie gebruik word.

Die **foto** van ‘n vrou se gesig trek ook aandag.

- **Wat sien jy?**

Kyk weerna die vrou se gesig – sy lyk verbaas/geskok, want haar oë is wydgerok en haar mond is oop. (Let op dat wanneer ons emosie moet aflei, moet ons dit baseer op die **visuele aanduidings** in die prent d.w.s. dit **wat jy kan sien**.)

- **Watter produk, dink jy, word hier geadverteer?**

Hier moet jy versigtig wees. ‘n Mens kan maklik net sê dat die antwoord **Edgars** is. Maar kyk weer; dit gaan hier oordie 50% afslag op uitverkopingsitems. Wat dus geadverteer word, is die **uitverkoop** by Edgars.

- **Wie is dan die teikengroep van die advertensie d.w.s. op watter groep mense is die advertensie gerig?**

Daar is verskeie moontlikhede: mense wat graag by Edgars koop, mense wat ‘n rekening by Edgars het, mense wat nie graag ‘n uitverkoop misloop nie. (Jy kan dalk ook aan ‘n paar moontlikhede dink.)

- **Hoe dra die gebruik van die leestekens by tot die boodskap van die advertensie?**

Kom ons kyk na reël 1: kyk hoe word “só” beklemtoon met die **akuut**, wat weer beklemtoon hoe laag die pryse is.

In reël 2 eindig die sin met ‘n **uitroepteken** - beklemtoning van lae pryse.

INHOUD (KONSEPTE EN VAARDIGHED)

- **Is die uitleg van die advertensie doeltreffend?**

Beslis. Ons het ‘n foto en woorde. Die foto beklemtoon die boodskap van die advertensie op twee maniere. Die halwe gesig van die vrou sluit aan by die “50%” afslag – die helfte minder as die oorspronklike prys. Tweedens sluit die vrou se gesig uitdrukking (skok, verbasing) aan by die woord “sprakeloos”. Pryse is só laag, sy het nie woorde nie.

	• Oorredingstegnieke wat die advertensieskrywer gebruik: Kyk weer na reël 1 van die advertensie: “Pryse só <u>laag</u>, dit <u>laat</u> jou . . . “. Die herhaling van die aa-klank is assonansie en dra by tot die beklemtoning van die reël. Dieselfde met die rym in reël 6: “Kom gou terwyl voorraad hou.” Met hierdie woorde wil die advertensieskrywer die leser oorreed om tot aksie oor te gaan. In reël 3 word die woord “massiewe” gebruik – dit is ‘n emotiewe woord, want die advertensieskrywer kon net gesê het “groot”, maar dit sou nie dieselfde effek gehad het nie. 2. Leerdere sukkel dikwels met die twee begrippe lettertype en lettergrootte. Dink aan ‘n rekenaar – die lettertype word in rekenaartermen die font genoem (bv. Arial, Comic Sans) en die lettergrootte word gewoonlik met getalle (12; 14) aangedui. 3. Leerwenke: Maak ‘n gewoonte daarvan om krities na advertensies te kyk. Probeer vasstel watter maniere hulle gebruik om die leser/kyker te manipuleer. 4. Hoe kan vrae oor advertensies in ‘n eksamen gestel word? • Wie is die teikenleser wat die adverteerder met hierdie advertensie wil bereik? Lees die advertensie noukeurig voordat jy besluit wie die teikenleser is. ‘n Advertensie oor die nuutste Mercedes op die mark kan tog nie tieners teiken nie. ‘n Rock-konsert op ‘n plaas aan die anderkant, sal meer gemik wees op jongmense of rockmusiek liefhebbers. • Skryf die oorredende taal wat in reëls ... voorkom, neer. / Skryf ‘n frase uit reël ... waarmee die adverteerder die leser wil oorreed. • Dink jy die onderstreepte woord in reël 3 (“massiewe”) sal die leser oorreed om die winkel te besoek? Motiveer jou antwoord. Jy moet vasstel watter emosie/ reaksie die adverteerder by die leser probeer uitlok bv. nuuskierigheid. Kom ons gebruik die Edgars-advertensie. ‘n Frase waarmee die adverteerder die leser wil oorreed is bv. “Kom gou terwyl voorraad hou”. Die implikasie is dat as jy telank vat, gaan daar nie meer uitverkopingsitems wees om te koop nie. • Hoe dra die foto tot die geslaagdheid van die advertensie by? Onthou: dit is belangrik dat die foto tot die effektiwiteit van die advertensie bydra. Kyk weer na die bespreking by die Edgars-advertensie.
AKTIWITEITE/ ASSESSERING	Beantwoord die onderstaande vrae in jou werkboek.

AKTIWITEIT 1



1. Wat word geadverteer?
2. Wie is die teikenmark van die advertensie?
3. Watter ongewone woordgebruik kry ons in reël 1?
4. Kyk na die skrifvorm in (woordwiel) reël 2. By watter woord in die advertensie sluit die woordwiel aan?
5. Skryf die ontbrekende woord in reël 3 neer.
6. Lees reël 3-4. Hoe word die leser oorreed om tot aksie oor te gaan?

AKTIWITEIT 2

1. Kies **enige advertensie** van jou keuse.
2. Stel enige **VYF tot AG vrae** oor die advertensie op.
3. **Beantwoord** ook jou eie vrae.
4. **Bewaar** jou opdrag en bring dit saam na die klas.

DIT IS 'N VERPLIGTE VRAAG IN ELKE VR. 1 (BEGRIIP EN TAAL) TOT IN GRAAD 12. DAAROM MOET JY SEKER MAAK DAT JY ONDERSKEIE BEGRIPPE SOOS BV. TEIKENMARK EN TEGNIEKE KEN.