

HOOFSTUK 3

Kwalitatiewe Inhoudsanalise: 'n Beskrywing en Interpretasie van die voorblaai van *SARIE*

3.1. Inleiding

In die hieropvolgende Hoofstukke 3 en 4 sal gepoog word om die derde en vierde navorsingsvrae in hierdie studie (vgl. 1.4.3 en 1.4.4) te beantwoord, naamlik: Watter tendense uit die voorblaai van *SARIE en rooi rose* geïdentifiseer kan word en ook hoe die keuse van voorblaai van dié publikasies verklaar kan word.

3.1.1. Agtergrond en die transformasieproses binne *SARIE*

Lizette Rabe skryf in haar MA-verhandeling, *Die ontstaan en ontwikkeling van Sarie Marais as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou* (1985), dat die vrouetydskrif *SARIE* net so deel van Suid-Afrika uitmaak as haar eponiem, die liedjie Sarie Marais – so ingeburger dat 'n mens nie eens meer wonder waarom daar juis op die naam *SARIE* besluit is nie (Rabe, 1985:87). Naspers het destyds 'n wedstryd uitgeskryf en etlike mense het blykbaar die naam *Sarie Marais* voorgestel. Die eerste redakteur, prof. Fred le Roux, het dié titel gekies. Die uitgangspunt was dat dit 'n titel was wat presies aan die teikenmark sê wie en wat die nuwe tydskrif gaan wees: 'n blad vir, van en oor die Afrikaanse vrou – so Afrikaans dat sy selfs 'n Afrikaanse naam het. Dit sou ook vir die (hoofsaaklik Engelse) reklamewêreld aandui wie en wat die mark van die nuwe titel is. Later is die tydskrif egter net op haar voornaam genoem, en is vandag nog bekend as *SARIE* (Rabe, 1999:77).

SARIE is die vierde Afrikaanse vrouetydskrif wat, naas *Die Boerevrou* (1919-1931), *Die Huisvrou* (1922-1976) en *rooi rose* (wat in 1942 gestig is, tans die oudste Afrikaanse vrouetydskrif) deur Naspers op 6 Julie 1949 (aanvanklik as weekblad) van stapel gestuur is (Rabe, 1985:14). *SARIE* hou ook steeds die rekord vir die vinnigste groei van 'n nuwe blad. Die eerste verskyning van dié publikasie is met soveel geesdrif ontvang dat dit binne 'n paar uur uitverkoop was. Toe *SARIE* op die rak verskyn het, was *Die Huisvrou* en *rooi rose* dus reeds gevestigde tydskrifte. *SARIE* sou weens die aard van sy inhoud in die middel van die spektrum staan, maar met 'n gesofistikeerde aanslag wat nie tevore in Suid-Afrika ervaar is nie (Rabe, 1999:77). Daar is besluit dat *SARIE* 'n blad vir die ontwikkelde Afrikaanse vrou en dogter sou wees. Alle fasette van die vrou se lewe moes gedek word, met groter nadruk op die jong geslag (Rabe, 1985:84).

Oor so 'n lang tydperk is dit seker vanselfsprekend dat daar vele aanpassings of transformasies sou moes wees wat betref die frekwensie, inhoud en voorblad.

Rabe (1985:124) meen dat die verskyning van *SARIE* 'n revolusie op die tydskrifmark veroorsaak het. Die standaard van voorblaaie, bladuitleg en inhoud wat *SARIE* gestel het, was destyds ongekend in Suid-Afrika. Selfs *Huisgenoot* moes kort na *SARIE* se verskyning 'n nuwe voorkoms aanneem.

SARIE het in 1949 as weekblad begin en het van 9 Februarie 1955 tweeweekliks begin verskyn (Rabe, 1999:77). *SARIE* was 47 jaar lank daarna tweeweekliks beskikbaar. In Junie 2002 het die eerste maand-uitgawe van *SARIE* verskyn, en sedertdien is dié publikasie steeds 'n maandelikse glansvrouetydskrif (Van Breda, 2002). Volgens die huidige redakteur, Michéle van Breda, se redakteursbrief in die eerste maand-publikasie van *SARIE* is die maand-*SARIE* 'n "spieëlbeeld van jou lewe en jou styl" (sien afdruk van die voorblad van die eerste maand-uitgawe van *SARIE* in Bylae A op bladsy I).

SARIE is vanjaar (2009) 60 jaar oud en is etlike jare reeds die bes verkopende maandelikse, glansvrouetydskrif in Suid-Afrika. Volgens die besturende redakteur, Alida Vos, is dié tydskrif getrou aan hulle lesers se trots Suid-Afrikaanse leefstyl en sorg hulle vir inligting en vermaak in elke faset van haar lewe. Lesers koop *SARIE* vir hulle maandelikse inspirasie (Vos, 2009).

Die inhoud van *SARIE* word in die volgende vier hoofkategorieë ingedeel (Vos, 2009):

- 3.1.1.1. **my styl:** Voorbladstories, Praat met (verskeie bekendes oor wel en weë), 5 minute (met 'n bekende), mode, skoonheid, rubrieke, redakteursbrief
- 3.1.1.2. **my inspirasie:** woon-idees, kos & wyn: *SARIE*-resepte, skink en klink en boeke
- 3.1.1.3. **my lewe:** Storie uit die hart, relevante artikels, Hoe het jy gevoel toe...(bekendes en lesers vertel van hoogte- en laagtepunte in hulle lewens), geld en werk-dinge, kuberkuier, reise
- 3.1.1.4. **myself:** myself-dinge, Mense soos jy, Soos sy dit sien, Ons stories (inspirerende stories van bekendes en lesers), Jy is nie alleen nie, Gesondheidsdinge (gesondheidsartikels en -brokkies), Flitsverhaal en Sielsdinge

Volgens Rabe (1999:77) onderskei die feit dat *SARIE* letterlik en figuurlik deur die jare gesorg het dat die Afrikaanse vrou se roksoom reg is, dat sy in voeling bly met die behoeftes van haar lesers (en daarby aanpas), en dat sy hulle inlig, voorberei, raadgee en vermaak, haar van ander vrouetydskrifte. Volgens Van Breda (2002) is *SARIE* ook 'n stylvolle mededinger vir enige plaaslike en internasionale titel.

3.1.2. SARIE se lesersprofiel en mededinging in die tydskrifmark

Volgens Vos (2009) is die SARIE-leser "altyd 30". SARIE fokus nie op ouderdom nie – eerder 'n lewensgevoel ("mind set"). Dit is in hulle leser se kop en psige; dit is hoe hulle oor dinge voel en daarop reageer. Die SARIE-leser is die kontemporêre Afrikaanssprekende vrou met 'n moderne uitkyk op die lewe. Sy is trots Suid-Afrikaans, onafhanklik en oopkop in haar denke en pas maklik aan by verandering. Familie en vriende asook haar gemeenskap lê haar na aan die hart. Sy is 'n doener wat die lewe voluit aanpak en in voeling is met die jongste neigings, maar bowenal soek die SARIE-leser haar inspirasie in die taal van haar hart – Afrikaans (Vos, 2009).

Audit Bureau of Circulation of South Africa se jongste sirkulasiesyfers (Januarie tot Maart 2009) dui aan dat SARIE tans die nommer-een-vrouetydskrif in Suid-Afrika is met 'n sirkulasiesyfer van 131 064. *Cosmopolitan* (116 714) is tans die tweede grootste vrouetydskrif en *rooi rose* die derde grootste met 'n sirkulasiesyfer van 111 839 (ABC, 2009). Vos (2009) wys daarop dat Afrikaanse publikasies ook met Engelse vrouetydskrifte meeding, aangesien Afrikaanse vroue ook Engelse publikasies lees. Binne die Suid-Afrikaanse mark ding SARIE hoofsaaklik teen die volgende vrouetydskrifte binne dié genre mee: *rooi rose*, *Finesse*, *Cosmopolitan*, *Glamour*, *Woman & Home* en *Fairlady*.

SARIE se lesersprofiel lyk soos volg (statistiek verskaf deur Dale Niehaus, kantoorbestuurder van onder andere SARIE en Women360 in korrelasie met die jongste bevindings van die Audit Bureau of Circulation of South Africa): SARIE het tans 'n totaal van 603 000 lesers.

Tabel 3.1

OUDERDOM	16 – 24 jaar	25 – 34 jaar	35 – 49 jaar	50+ jaar
	17.2%	20.2%	32.6%	30.0%
GESLAG	Manlik		Vroulik	
	29.2		70.8%	
ETNISITEIT/RAS	Swart	Wit	Bruin	Indiër
	9.3%	55.8%	34.4%	0.5%

TOTALE MAANDELIKSE VERDIENSTE	R0 – R3 999	R4 000 – R5 999	R6 000 – R9 999	R10 000 – R15 999	R16 000+
	20.5%	14.9%	15.8%	19.7%	29.1%
LEWENSTAN- DAARDMETING – LSM	LSM 1 – 4	LSM 5 – 7	LSM 8 – 10		
	3.4%	40.6%	56%		

Volgens Vos (2009) en bogenoemde uiteensetting dui *SARIE* se statistiek daarop dat die oorgrote meerderheid van *SARIE* se lesers tussen die ouderdomme 35 en 50+ (62.6%) is. Dié publikasie se bruin leserskring is 34.4% en hulle manlike leserskring 29.2%. *SARIE* se lesers val ook grotendeels binne die hoë LSM-groep (lewenstandaardmeting), groep agt tot tien (56%) met 'n totale maandelikse verdienste van R16 000 en meer (29.1%). Dus bied *SARIE* aan adverteerders die geleentheid om grotendeels hoër inkomstegroepe te bereik deur dié publikasie.

3.1.2. *SARIE* se sirkulasiesyfers, Januarie tot Desember 2008

SARIE se sirkulasiesyfers vir 2008 lyk soos volg (ABC, Januarie 2008 tot Desember 2008):

Tabel 3.2

Januarie 2008	130 385
Februarie 2008	115 381
Maart 2008	131 071
April 2008	125 955
Mei 2008	122 161
Junie 2008	101 836
Julie 2008	95 523
Augustus 2008	114 657
September 2008	110 144
Oktober 2008	142 388
November 2008	104 631

Desember 2008	100 363
Totale aantal tydskrifverkope	1 394 495

Volgens Liezl de Swart, die uitgewer van *SARIE*, was daar 'n algemene daling in sirkulasiesyfers tussen 2007 en 2008. Verbruikers verkeer onder toenemende ekonomiese druk en dit word ook in die konserwatiewe kooppatrone weerspieël. Die syfers hou direk verband met die ekonomiese aanwysers. Wanneer die verbandkoers, verbruikersindeks en petrolprys toeneem, besnoei verbruikers op luukse items (tydskrifte word steeds beskou as 'n luukse). Dus is die maandelikse stryd tussen mededingers strawwer as ooit (De Swart, 2009). *SARIE* het in 2008 'n totaal van 1 394 495 eksemplare verkoop, 149 070 eksemplare meer as *rooi rose* (1 245 425) en is steeds (soos reeds genoem) die topverkoper in SA (sien volledige bespreking van elke uitgawe se sirkulasiesyfer in die inhoudsanalise).

3.2. Die ontwerp van die voorblad

By *SARIE* word verskeie aspekte tydens die oorweging van 'n voorblad in ag geneem. *SARIE* besluit eerstens op die geskikte voorbladmodel vir die uitgawe. Op die voorblad is 'n gesig (effens meer as kop en skouers) van 'n bekende persoonlikheid met wie die *SARIE*-leser kan identifiseer. Dit is meestal 'n vrou, alhoewel die blad ook al van mans gebruik gemaak het (Vos, 2009). Vos (2009) is van mening dat daar ongelukkig net te min mans in Suid-Afrika is wat werklik kan kers vashou by 'n gewilde vrou as dit by die voorblad van 'n vrouetydskrif kom. Die voorbladmodel is iemand wat in die nuus is, 'n sterk rol in 'n TV-reeks vertolk of dalk 'n nuwe CD uitgereik het; dus iemand oor wie mense praat, wat hulle ken en hulle onmiddellik die boek van die rak sal laat optel (Vos, 2009). Die verskyning van kandidate op ander mededingende publikasies se voorblaaie word ook in ag geneem, aangesien *SARIE* (soos die meeste ander publikasies) so ver moontlik probeer om nie dieselfde voorbladmodelle as ander publikasies op dieselfde tydstip te gebruik nie.

Vos (2009) meen dat die agtergrondkleur bepaal word deur die tyd van die jaar (seisoen), wat vir die voorafgaande uitgawes gebruik is en wie die voorbladmodel is, aangesien haar- en gelaatskleur in ag geneem word. Die velkleur van die voorbladmodel bepaal ook meestal watter kleur uitrusting sy sal dra en in watter skakerings haar grimering aangewend word. In die somer is die voorblaaie dikwels ligter van kleur as in die winter – byna soos 'n vrou se klerekas, maar dit is ook nie 'n vaste reël nie: modeneigings en -kleure word ook in ag geneem (Vos, 2009).

Die prikkels op die voorblad gee 'n aanduiding van die aktuele, nuuswaardige of inspirerende artikels binne die spesifieke uitgawe. Dit is dié woorde wat die leser moet lok om die uitgawe te

koop. *SARIE* kondig ook dikwels 'n kos-, mode- of dekor-artikel op die voorblad aan, 'n besondere wedstryd of iets spesiaals vir die leser, byvoorbeeld 'n mode-bylae of eksklusiewe onderhoud. 'n Hele groep mense werk ook aan die prikkels. Die groep bestaan uit joernaliste, teksredakteurs, senior redaksielede en by tye ook bemarkingsmense. Daarna neem 'n tweede groep, wat die redakteur insluit, oor om die prikkels nog sterker te maak (Vos, 2009). Volgens Vos (2009) is die kuns van prikkels om eers duidelik en dan slim te wees ("first be clear and then be clever"). Die prikkels is 'n moeilike taak, verg baie woordvaardigheid en dit is nie iets wat binne 'n uur of twee afgehandel word nie (Vos, 2009). Die kleurkeuse van die prikkels word eweneens noukeurig beplan. Die kriteria is dat die voorblad sy man op die winkelrak moet kan staan. Dit moet uitstaan tussen die menigte tydskrifte. Die voorblad bly die publikasie se beste bemarkingsmiddel. Dit moet in 'n oogwink vir die leser sê wat sy kan verwag. Daar word ook gereeld van promosie-items ("cover mounts") op die voorblad gebruik gemaak (Vos, 2009).

Die volle redaksie is betrokke by die keuse en/of selektering van die voorblad. Almal kry die geleentheid om voorstelle aan die hand te doen en motiverings te gee, maar die finale beslissing berus steeds by die redakteur (Vos, 2009). Gedurende die selektering en beplanning van die voorblad word die publikasie se teikenmark ook deurentyd in gedagte gehou, om sodoende 'n voorblad te skep wat die maksimale impak op die teikengehoor sal hê (sien beskrywing van teikenmark onder lesersprofiel 3.1.2.) (Vos, 2009).

Vos (2009) wys daarop dat die voorblad ook 'n direkte impak op die sirkulasiesyfers het. 'n Onvanpaste gesig, of dié van 'n onbekende of selfs minder bekende persoon kan fataal wees en sirkulasie nadelig beïnvloed. Onduidelike of onsamehangende prikkels dien ook geen doel nie en spoor nie die potensiële koper aan om die publikasie te koop nie. 'n Gesig van 'n persoonlikheid wat mense interesseer of van wie hulle nie genoeg kry om te lees nie, tesame met treffende prikkels vir artikels wat die lesers laat voel dat hulle dit móét lees, kan sirkulasie 'n goeie hupstoot gee. *SARIE* het ook al in die verlede die vrugte daarvan gepluk as die voorbladgesig, die voorbladkleure, prikkels en goeie tydsberekening goed saamgewerk het (Vos, 2009).

3.3. Inhoudsanalise van die voorblaaie van *SARIE* van Januarie 2008 tot Desember 2008 (sien alle 2008-voorblaaie in Bylae A vanaf bladsy II tot VII)

Die resultate van die inhoudsanalise van die onderskeie voorblaaie word met behulp van tabelle uiteengesit, waarna elke uitgawe se voorblad noukeurig bespreek word.

3.3.1. Januarie en Februarie 2008

Tabel 3.3

Uitgawe	Januarie	Februarie
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	Geen	Geen, maar daar moet in ag geneem word dat Valentynsdag in Februarie val en dat die meerderheid prikkels dus oor die liefde gaan.
Mashoof	SARIE	SARIE (links bo die mashoof is klein, "ADvantage ADmag-prys GOUD Beste Vrouetydskrif in SA 2006" aangebring)
Kleur	Helderoranje	Wit
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Michelle Botes	Christi Panagio
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Bekende Suid-Afrikaanse aktrise (verskeie rolle in Suid-Afrikaanse TV-dramas soos Konings, Onder draai die duiwel rond) en sepiester (Cherel van Isidingo op SABC3 en Ingrid van Binnelanders op M-Net)	Suid-Afrikaanse sepiester (Karien van 7de Laan op SABC2)
Posisionering	Nie nét 'n kop-en-skouer-foto nie, die foto is naby van haar bors af boontoe geneem, sy is effens na links gedraai, met haar arms in die lug (hande agter haar kop gekruis) kyk na regs, direk in die kamera in, direkte oogkontak	Effens meer as 'n kop-en-skouer-foto (kop tot bors) model se kop en skouers direk na voor gedraai, model kyk direk na voor in die kamera in, maak direkte oogkontak
Gesigsuitdrukking	'Sjokoladedoos'-uitdrukking – halwe glimlag, lippe effens van mekaar,	Superglimlag, gekenmerk deur 'n vol gesig, breë glimlag, met die

	tande skaars sigbaar, gesig is heeltemal na die kamera gedraai.	tande duidelik sigbaar. Die kop is na voor gedraai met hare wat soms deur middel van wind terug gewaai word.
Haarkleur en kleur van oë	Kort, donker pruimpers haarkleur, bruin oë	Lang, blonde hare, blougroen
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n ligpienk langmoubloes, met ronde halslyn, lang goue oorbelle en is met gegrimmeer in skakerings van ligpers (baie natuurlike voorkoms)	Model dra 'n roomkleurige eenskouerbloes met lang goue oorbelle. Haar hare hang los oor haar skouers en sy is natuurlik en neutraal gegrimmeer.
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Sewe	Agt
<p>Bewoording (van links bo, antikloksgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<ol style="list-style-type: none"> Tendense vir (rooi) 2008 (heldergroen) groen modes Charlize & ronde lywe – Bladsy 46 (swart) GELUKKIG GETROUD, MAAR WAAR'S DIE SEKS? – Bladsy 124 (helderpienk) TV SE SUPERMODELLE word SARIE se glans-ikone (swart) Sien die top-7 – Bladsy 36 (rooi) + JY KAN OOK SO LYK BL.82 (swart) 'Skryf maak my heel ná my egskeiding' Dine van Zyl – Bladsy 154 (swart) EKSKLUSIEF: 10 KG LIGTER! (swart) TANNIE EVITA SKRYF VIR ONS UIT DIE HYDRO – Bladsy 128 (rooi) EKSKLUSIEF (wit op helder- 	<ol style="list-style-type: none"> Vind weer GELUK – los só gister se liefdespyn – bladsy 148 (pers) ROER! se TAMMY-ANNE 'Ek lê nie wakker oor Conrad Jantjies' – bladsy 50 (swart) HIER'S DIE WAARHEID (pers) JOU TIENER EN SEKS (& WAT JY KAN DOEN) – bladsy 126 (wit in pers blokkie aangebring) OMSTREDE DEBAT (Rooi) ONS TROU NET VIR 7 JAAR! – bladsy 122 (swart)

	<p>oranje strook)</p> <p>KOMEDIANT MARC</p> <p>LOTTERING MAAK NOU SY</p> <p>HART OOP (heldergroen) – Bladsy 56</p>	<p>5.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intieme ete vir 2 – bladsy 98 (swart) <p>6.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Romantiese verhaal – bladsy 166 (swart) <p>7. LIEFDES- liedjies se geheime (pers) JAK, GIAN & NIANELL VERKLAP ALS – bladsy 38 (swart)</p>
Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe	6. MICHELLE (vaalswart) 'n ster (helderpienk) SONDER HOUDING (swart) – Bladsy 28	8. Karien VERRUIL 7de Laan VIR sirkus & KYK WIE'S DIE hartseer nar – bladsy 26 (wit)
Posisionering (hoofprikkel)	Dwars in die onderste derde van die voorblad, heelwat groter as ander prikkels, voor die model geposisioneer	In die middel van die voorblad aan die regterkant van die voorbladmodel, groter as van die ander prikkels, voor die model geposisioneer.
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een wedstryd (heel onder regs) en een intekenaanbod (links in die hoek, bo mashoof)	Een wedstryd (heel onder regs) in 'n ronde sirkel aangebring
Wat word aangebied	Wen R32 000 se Spa-bederf – Bladsy 132 Teken in 50% afslag vir twee – Bladsy 24	Gratis fliekkaartjies vir 315 paartjies sms net – bladsy 22
Agtergrondkleur	Wit	Turkoois
Verkoopprijs van uitgawe	R19,95	R19,95
Sirkulasiesyfers	130 385	115 381

3.3.1.1. Januarie 2008-bespreking (Bylae A, II)

SARIE het van geen promosie-item op die Januarie-uitgawe se voorblad gebruik gemaak nie (in teenstelling met die storieboek waarvan *rooi rose* gebruik gemaak het, wat bygedra het tot hulle heelwat hoër sirkulasiesyfer, 142 018). Die mashoof (*SARIE*) is in helderoranje voor die voorbladmodel geëposisioneer en staan duidelik uit. Die publikasie se leuse, "my inspirasie", is onder die 'E' van *SARIE*, in kleinletters geëposisioneer (en is ook deurgaans by die ander 2008-uitgawes dieselfde geëposisioneer en wissel net van kleur) in wit. Michelle Botes verskyn op hierdie uitgawe as voorbladmodel. Sy is 'n bekende Suid-Afrikaanse aktrise en was al in verskeie dramareekse soos *Konings* en *Onder draai die duivel rond* te sien. Sy was ook die afgelope paar jaar in verskeie plaaslike sepies te sien: as Cherel van Isidingo op SABC3 en tans as Ingrid Koster in M-Net se *Binnelanders*. Die voorbladartikel handel oor haar as mens (agter die glanspersoon) en hoe nederig sy is.

In teenstelling met *rooi rose*, wat meestal slegs 'n kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel gebruik, gebruik *SARIE* op die meeste 2008-uitgawes 'n foto van die voorbladmodel vanaf haar kop tot by haar bors. Op hierdie uitgawe verskyn 'n kop-tot-bors-foto van die voorbladmodel, sy is effens na links gedraai, met haar arms in die lug (hande agter haar kop gekruis), terwyl sy effens na regs kyk, direk in die kamera in; dus maak sy direkte oogkontak met die leser. Die model is ook meer aan die regterkant van die voorblad geëposisioneer. Daar is gebruik gemaak van die 'Sjokoladedoos'-gesigsuitdrukking op hierdie voorblad. Hierdie gesigsuitdrukking word gekenmerk deur sy halwe of volle glimlag, geslote lippe of lippe effens van mekaar, met die tande skaars sigbaar, en die gesig is heeltemal of driekwart na die kamera gedraai. Die geprojekteerde stemming wat deur hierdie gesigsuitdrukking geskep word, is sagkens bevredigend, waaruit uniekheid en individualiteit spreek (Broes, 1983:192). Die voorbladmodel het kort donker pruimpers hare en bruin oë. Sy is gestileer in 'n ligpienk langmoubloes met ronde halslyn en met lang goue oorbelle en is gegrimmeer in skakerings van lippers (baie natuurlike voorkoms).

Sewe prikkels is op hierdie uitgawe se voorblad gebruik. Die prikkel oor die voorbladmodel is ook die hoofprikkel van dié uitgawe en is heelwat groter as die ander, regs in die onderste derde van die voorblad aangebring. *SARIE* maak nie gebruik van 'n spesifieke tema vir elke uitgawe soos *rooi rose* nie. Vier van die sewe prikkels is aan die linkerkant van die voorblad aangebring voor die voorbladmodel en die ander drie aan die regterkant. Die prikkels se tipografie, grootte, lengte en kleur verskil. Sommige prikkels is gedeeltelik in hoofletters, met kleinletters wat daarop volg, terwyl ander prikkels weer as eksklusief aangekondig word. Sommige prikkels is ook bondiger as ander. Al die prikkels is duidelik leesbaar teen die wit agtergrondkleur en is aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel) en dus nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie. Op hierdie voorblad is daar ook van een seks-prikkel en een

dieet-prikkel gebruik gemaak. Volgens Grow (2002) en Myburgh Chemaly (2009:19) het uitgawes waarvan sommige prikkels 'n seksuele konnotasie het of prikkels met dieetwenke of beloftes van kitsgewigsverlies hoër sirkulasie tot gevolg as uitgawes daarsonder.

Een wedstryd en een intekenaanbod word op die voorblad aangekondig. Die wedstryd is heel onder, regs in oranje aangebring (Wen R32 000 se spa-bederf). Die inteken-aanbod is links bo die mashoof geïntegreer (Teken in, 50% afslag vir twee). Beide die wedstryd en intekenaanbod word binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommers in tabel). Die algemene kleurkeuse van hierdie uitgawe was ook maklik leesbaar en treffend.

Die sirkulasie vir hierdie uitgawe was 130 385 – naas die Oktober 2008- (142 388) en Maart 2008-uitgawe (131 071) die hoogste vir dié jaar. Die sukses van hierdie uitgawe kan nie uitsluitlik aan die gewildheid van die voorbladmodel toegeskryf word nie. Eksterne faktore moet ook in ag geneem word. Die feit dat dit feestyd was en lesers met verlof was en ekstra tyd gehad het vir ontspanning, moet ook in aanmerking geneem word, ook die gebruik van die prikkels met 'n seksuele konnotasie en dieetwenke. Rooi rose het ook van Michelle Botes as voorbladmodel gebruik gemaak vir hulle Augustus 2008-uitgawe, met 'n sirkulasiesyfer van 85 006. In teenstelling met SARIE was hierdie uitgawe, naas hulle Junie-uitgawe, die swakste verkoper vir 2008 (sien motivering op bladsy 99). Hieruit kan afgelei word dat die keuse van 'n gewilde glanspersoon as voorbladmodel alleen nie genoeg is om hoër sirkulasie mee te bring nie, maar dat die voorbladelemente as geheel belangrik is (die gebruik van aanloklike prikkels, kleurkeuses, stilerings tesame met 'n geskikte voorbladmodel).

3.3.1.2. Februarie 2008-bespreking (Bylae A, II)

Geen promosie-item is tot die Februarie-uitgawe gevoeg nie, maar daar moet in ag geneem word dat Valentynsdag in Februarie gevier word en dat die meeste prikkels dus aan die liefde en romantiek gekoppel is (*rooi rose* se tema was 'leef die liefde'). Die mashoof is in wit aangebring, voor die voorbladmodel van hierdie uitgawe, en staan duidelik uit teen die turkoois agtergrond en voorbladmodel. Daar word ook links bo by die mashoof melding gemaak van die 'ADvantage ADmag-prys' wat SARIE in 2006 ontvang het as die beste vrouetydskrif in SA.

Die voorbladmodel op die Februarie-voorblad is Christi Panagio, die Suid-Afrikaanse sepiester wat beter bekend is as Karien van 7de Laan op SABC2 (Ten tyde van die verskyning van hierdie voorblad was 'Karien' wel nog deel van die 7de Laan-span, sy is intussen voorlopig uit die sepie geskryf) en ook die vrou van die gewilde Nico Panagio, wat onder meer te sien was as George in

7de Laan en as aanbieder van Top Billing op SABC 3. In dié uitgawe het *SARIE* 'n fotosessie van Christi en haar man by die Brian Boswell-sirkus gedoen, en die hele artikel handel oor hulle besondere verhouding en huwelik en liefde vir mekaar; dus baie geskik vir die Valentynsdag-uitgawe.

Die foto van die voorbladmodel is meer as net 'n kop-en-skouer-foto. Die foto strek van haar kop tot by haar bors. Die model is reguit na die kamera gedraai en kyk direk in die kamera in en maak dus direkte oogkontak met die lesers. Die voorbladmodel is ook presies in die middel van die voorblad geposisioneer. Die gesigsuitdrukking wat vir hierdie uitgawe gebruik is, is die superglimlag. Hierdie gesigsuitdrukking word gekenmerk deur 'n vol gesig en breë glimlag, met die tande duidelik sigbaar. Die kop is na voor gedraai, die ken effens omhoog met hare wat dikwels deur middel van wind terug gewaai word. Hier is die geprojekteerde stemming aggressief en die boodskap 'kyk-na-my', 'koop my', word na die leser uitgestuur (Broes, 1983:192). Die model het lang blonde hare en blougroen oë. Die voorbladmodel is gestileer in 'n roomkleurige eenskouerbloes met 'n strik op die skouer. Sy dra lang goue oorbelle en haar hare hang los oor haar skouers. Sy is ook neutraal en natuurlik gegrimeer.

Agt prikkels word op die voorblad gebruik. In teenstelling met die Januarie-uitgawe is die prikkel oor die voorbladmodel nie op dié uitgawe die hoofprikkel nie, maar dit mag bloot 'n subjektiewe oordeel wees. Die prikkel, *Liefdesliedjies se geheime*, is as die hoofprikkel in die middel in die onderste derde van die voorblad aangebring en is heelwat groter as die ander prikkels. Die prikkel oor die voorbladmodel is aan die regterkant van die voorblad in die middelste derde in wit aangebring en is net effens kleiner as die hoofprikkel; dus staan dié prikkel ook redelik uit. Die ander prikkels is heelwat kleiner en is grootliks in pers en swart aangebied. Die lengte en tipografie van die onderskeie prikkels wissel ook. Alle prikkels is aan artikels binne die uitgawe gekoppel en word dus nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel). Alle prikkels is maklik leesbaar en is meestal voor die voorbladmodel geposisioneer in die onderste twee derdes van die voorblad. Al is daar ook gevind dat uitgawes met prikkels met 'n seksuele konnotasie (soos dié uitgawe) beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Grow, 2002), is dit maar een van die vele faktore wat in ag geneem word wanneer daar na die sukses (of gebrek daaraan) van 'n publikasie gekyk word.

Een wedstryd word op hierdie voorblad aangekondig. Die wedstryd is regs onder in die hoek op die voorblad aangebring in 'n turkoois sirkel (315 Paartjies kan gratis fliekkaartjies wen). Die wedstryd word ook binne die uitgawe verduidelik en word dus nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie.

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe is 115 381 – bykans 15 000 minder as die Januarie-uitgawe, maar 22 630 eksemplare meer as *rooi rose* se Februarie-uitgawe. Die daling in sirkulasie kan nie uitsluitlik aan die gewildheid (of gebrek daaraan) van die voorblad toegeskryf word nie. Normaalweg is die Februarie-uitgawe se sirkulasiesyfers laer as dié van die feesseisoen (sien ook *rooi rose* se Februarie-uitgawe se daling in sirkulasie van bykans 50 000 eksemplare) aangesien lesers geneig is om meer tydens die feesseisoen te bestee en in Februarie voel hulle dit dan aan hulle sakke.

3.3.2. Maart en April 2008

Tabel 3.4

Uitgawe	Maart	April
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	Geen	Revlon Custom Creations Foundation kleurkaart (wat lesers help om die regte skakering onderlaag te kies) en dit is ook Paasfees in April
Mashoof	<i>SARIE</i>	<i>SARIE</i>
Kleur	Wit	Lig oranje
Posisionering (voor of agter die model)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Elma Postma	Andriëtte Norman
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse aktrise en TV-aanbieder – Ontbytsake en Boer soek 'n vrou op Kyk-NET (voorheen sepiester, Dezi van 7de Laan op SABC 2,)	Sanger, naaswenner van die Suid-Afrikaanse "Idols"-kompetisie 2007 op M-Net.
Posisionering	Meer as kop-en-skouer-foto (kop tot bors) kop en skouers direk na kamera gedraai	Foto (kop tot bors), skouers na regs gedraai, kop na links gedraai. Model kyk direk in die kamera in (direkte oogkontak)
Gesigsuitdrukking	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Kortgerige Donkerbruin hare, groen oë	Lang donkerblonde hare, groen

		oë
Stilering en kleurkeuses	Model het 'n moulose donkergroen bloes aan (dit vertoon egter swarterig op die ingeskandeerde weergawe van die voorblad in die bylae), met 'n goue ketting om die halslyn, hare is los	Model het moulose, roomkleurige bloes aan met 'n V-halslyn, kleinerige ronde diamant-oorbelle, hare hang los oor skouers (word deur wind teruggewaai), grimering natuurlik en neutraal aangewend
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Ses	Ses
<p>Bewoording (van links bo, antikloksgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<ol style="list-style-type: none"> Steve se affair Los jy of hou jy só 'n man? – Bladsy 50 (swart) AANNEEMKIND 'GELUK NA MY STRYD OM AANVAARDING' – Bladsy 158 (Donkerpienk) <u>OORGEWIG?</u> Dalk eet jy te min – Bladsy 164 (wit) AS DIE (wit) groot liefde (ligte groen) LATER KOM (HOOR WAT SÊ DANA SNYMAN) – Bladsy 124 (wit) TUISSKOLE (donkerpienk) Minder stres & hoër punte vir jou kind – Bladsy 130 (wit) 	<ol style="list-style-type: none"> Paas-fees! (geeloranje) EG KAAPSE KERRIEVIS TOT PAAS-BROOD – bladsy 100 (wit) EGOLI se Nenna word Bellville se (geel) <i>Shirley</i> <i>Valentyn</i> (wit) 'Elke vrou verdien 'n wegloop-oomblik'- bladsy 46 (geel) SARIE-joernalis 'Ek lééf ná my depressie-hel' – bladsy 156 (wit) Swaaai jou bui, sowaar * kaas vir 'n wakker brein * tuna vir goedvoel * pasta vir kalmte – 166 (swart) <u>NOODKRETE</u> Robbie Klay & TV-vrou praat oor hulle

		stille hartseer – bladsy 124 (wit)
Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe	6. Kyk hoe lyk sy nou! (geel) tot siens Dezi Hallo ELMA (BLOND TOT BRUNET met foto in regterkantste hoek van blonde hare) — Bladsy 32 (wit)	5. Smeul-foto's (wit) Nicolas Louw (pers) & Andriëtte (lig oranje) 'Hy's my Idol!' – bladsy 32 (swart)
Posisionering (hoofprikkel)	Regterkantste onderste kwart van voorblad, voor die voorbladmodel	Regterkant van middelste derde van voorblad, voor die voorbladmodel
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Geen wedstryd, net intekenaanbod	Een
Wat word aangebied	LESERS! 1200 CD'S 800 BOEKE AS JY NOU INTEKEN (in geel blokkie aangekondig, regs onder mashoof)	SPESIAAL VIR LESERS 140 DANA WINNER KAARTJIES & CD'S SIEN BL. 121 (regs onder in oranje sirkel aangebied)
Agtergrondkleur	Ligte pepermentgroen (dit vertoon meer ligblou op die ingeskandeerde weergawe van die voorblad in Bylae A)	Pers
Verkoopprijs van uitgawe	R19,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	131 071	125 955

3.3.2.1. Maart 2008-bespreking (Bylae A, III)

Die Maart 2008-uitgawe het geen promosie-items ("cover mounts") op die voorblad vertoon of aangekondig nie. Daar moet wel in ag geneem word dat Maart-maand in die algemeen 'n moeilike ekonomiese maand is en ook dié maand is waartydens lesers in die algemeen hulle uitgawes probeer ná die feestyd besnoei. Hierdie faktor het egter nie (soos by *rooi rose*) 'n negatiewe invloed op *SARIE* se sirkulasiesyfer gehad nie.

Die mashoof (*SARIE*) is in wit voor die voorbladmodel, op die voorblad aangebring en staan duidelik uit teen die liggroen agtergrond en is kontrasterend teen die voorbladmodel se donker hare. Die voorbladmodel wat op hierdie uitgawe gebruik is, is Elma Postma, Suid-Afrikaanse aktrise en TV-aanbieder van *Ontbytsake* en *Boer soek 'n vrou* op Kyk-NET (voorheen *sepiester*, *Dezi van 7de Laan* op SABC 2). Op hierdie *SARIE*-voorblad sê hulle totsiens aan *Dezi* (van *7de Laan*, soos die meeste lesers vir Elma ken) en halo aan Elma. Haar haarkleur en -styl is ook drasties verander. Sy was vroeër blond en hier is haar hare donkerbruin gekleur en in 'n korterige modieuse styl gesny. Daar is ook 'n kleiner foto van Elma (met blonde hare) regs onder op die voorblad aangebring. Die transformasie op *SARIE* se voorblad is veral tydlig, aangesien sy ten tyde van die verskyning van hierdie uitgawe finaal weg is uit *7de Laan* en probeer om vir haarself as Elma naam te maak in die vermaaklikheidsbedryf.

Die foto van die voorbladmodel (kop tot bors) is meer as net 'n kop-en-skouer-foto. Die model se kop en skouers is reguit na voor gedraai en sy maak direkte oogkontak met die lesers. Die voorbladmodel is in die middel van die voorblad geposisioneer. Soos in die Februarie-uitgawe is daar ook van die Superglimlag as gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Die model het korterige donkerbruin hare en groen oë, sy is gestileer in 'n moulose donkergroen bloes (dit vertoon egter swarterig op die gedrukte weergawe van die voorblad in *Bylae A*), met 'n goue ketting om die halslyn. Haar hare hang los en sy is neutraal en natuurlik gegrimeer.

Ses prikkels word op dié voorblad gebruik. Die prikkel oor die voorbladmodel is ook die hoofprikkel van hierdie uitgawe en is in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad aangebring, heelwat groter as die ander prikkels, en staan dus duidelik tussen die ander uit. Die res van die prikkels, behalwe die onderste een, is almal aan die linkerkant van die voorblad aangebring, in swart, helderpienk, wit en geel onderskeidelik en is duidelik leesbaar teen die ligpepermentgroen agtergrond en ook voor die voorbladmodel. Verskeie tipes tipografie is gebruik, en die prikkels wissel ook in lengte en grootte. Op dié voorblad verskyn daar ook 'n dieet-prikkel, wat moontlik bygedra het tot die styging in sirkulasie van hierdie uitgawe. Alle prikkels is ook aan artikels binne die uitgawe gekoppel en is dus nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel). Die algemene kleurkeuses vir hierdie voorblad het ook bygedra tot die maklike leesbaarheid van die prikkels en aantreklikheid van die voorblad.

Op die Maart-voorblad is daar geen wedstrydaankondigings gemaak nie, maar wel 'n inteken-aanbod, (1 200 CD'S en 800 boeke te wen vir lesers wat dié maand op *SARIE* ingeteken het). Die inteken-aanbod word ook volledig binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel).

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 131 071 – meer as 15 000 eksemplare meer as die vorige uitgawe en ongeveer 32 000 eksemplare meer as *rooi rose* se Maart-uitgawe

(waarop Margaret Gardiner verskyn het). *SARIE* se Maart-uitgawe het ook naas hulle Oktober-uitgawe (142 388) die hoogste sirkulasiesyfer vir 2008 behaal. Die Oktober-uitgawe het egter van 'n promosie-item (armband) op die voorblad gebruik gemaak, terwyl daar geen promosie-items tot hierdie uitgawe gevoeg is nie. *Rooi rose* het ook van dieselfde voorbladmodel, Elma Postma, op hulle November 2008-voorblad gebruik gemaak tesame met 'n promosie-item ('n 2009-dagboekie), wat normaalweg sirkulasie 'n verdere hupstoot gee. Hulle sirkulasie vir daardie uitgawe was egter 125 809 – ongeveer 5 200 eksemplare minder as hierdie Maart-uitgawe van *SARIE*. Volgens De Swart (2009) kan die sukses van hierdie uitgawe ook toegeskryf word aan die sterk redaksionele inhoud. Dus kan die afleiding gemaak word dat die ongedefinieerde X-faktor (soos na verwys in Hoofstuk 2 deur die webwerf Woman24, 2005) wel 'n groot rol speel by die gewildheid van die voorbladmodel. Die nuwe voorkoms wat *SARIE* aan dié gewilde aktrise gegee het, het duidelik ook vrugte afgewerp. Die belangrikheid van die regte kleurkeuses en stilering van die voorbladmodel op voorblaaie is ook duidelik deur hierdie gewilde voorbladkeuse beklemtoon.

April 2008-bespreking (Bylae A, III)

Aan die agterkant van hierdie uitgawe is 'n "Revlon Custom Creations Foundation kleurkaart" (wat lesers help om die regte onderlaagskakering te kies), as promosie-item aangebring. Hierdie promosie-item kon nie werklik 'n primêre uitwerking op die sirkulasiesyfer gehad het nie, aangesien dit nie voor die voorblad aangebring is nie. Op die voorblad is daar ook geen melding daarvan gemaak nie. Dus, tensy die voornemende koper die uitgawe opgetel en omgedraai het, sou sy nie eens daarvan bewus gewees het nie. Wat egter wel in aanmerking geneem moet word, is dat dit Paasfees is in April-maand en dat daar Paasdisse op die voorblad aangekondig is, wat dus lesers kon gelok het.

Andriëtte Norman, naaswenner van M-Net se 2007-Idolskompetiese, pryk op die voorblad van hierdie uitgawe van *SARIE*. Dié keuse van voorbladmodel is gepas, aangesien dit taamlik kort na die kompetisie verskyn en sy steeds voorop in mense se gedagtes en in die media is. In die artikel oor Andriëtte word gefokus op háár "Idols" en die mense wat haar inspireer. Op die voorblad word ook aangekondig dat daar 'smeul-foto's' van haar en Nicholis Louw binne verskyn – wat ook lesers kon aantrek.

Meer as 'n kop-en-skouer-foto is ook op dié uitgawe van die voorbladmodel gebruik (kop tot bors). Die model se skouers is na regs gedraai, terwyl haar kop na links gedraai is en sy reguit na voor, direk in die kamera in kyk en direkte oogkontak met die leser maak. Sy is ook, soos op die Maart-uitgawe, in die middel van die voorblad geposisioneer en die Superglimlag-gesigsuitdrukking is gebruik. Die voorbladmodel het lang donkerblonde hare wat teruggewaa

word en groen oë. Sy is gestileer in 'n roomkleurige, moulose bloes met 'n V-halslyn. Sy dra kleinerige, ronde diamant-oorbelle en haar grimering is natuurlik en neutraal aangewend.

Ses prikkels verskyn op dié voorblad (soos op die Maart-uitgawe). Die prikkel oor die voorbladmodel is weereens as die hoofprikkel aangebring aan die regterkant, in die middelste derde van die voorblad en is heelwat groter as die ander prikkels. Dus staan dit duidelik uit. Drie prikkels is aan die linkerkant van die voorbladmodel aangebring, een in die middel onder op die voorblad en nog een bo die hoofprikkel. Die prikkels wissel in lengte, grootte, kleur en tipografie en is elkeen duidelik leesbaar teen die pers agtergrond en ook dié wat voor die voorbladmodel geposisioneer is. Nie een van die prikkels op dié voorblad het 'n dieet- of seksuele konnotasie nie. Elkeen hiervan wat op die voorblad gebruik is, is ook gekoppel aan artikels binne die uitgawe (sien bladsynommer in tabel). Die posisionering van die prikkels van die April-uitgawe stem heelwat ooreen met dié van die Maart-uitgawe.

Een wedstryd word op hierdie voorblad aangekondig. Met 140 Dana Winner konsertkaartjies en CD's op die spel. Die wedstryd word ook binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel).

Die sirkulasie vir hierdie uitgawe was 129 955 – 1 116 eksemplare minder as die Maart-uitgawe, maar ongeveer 44 500 eksemplare meer as die April-uitgawe van SARIE se konkurrent, rooi rose. Dus is dit weereens duidelik dat die verkoopprijs van hierdie twee publikasies nie 'n rol speel by verbruikerskeuses nie, aangesien SARIE se April-uitgawe se verkoopprijs van R19,95 tot R21,95 gestyg het, terwyl rooi rose se April-uitgawe slegs R18,95 was (R3,00 goedkoper as SARIE). Die gewildheid (of bekendheid) van die voorbladmodel kon egter 'n belangrike rol gespeel het, aangesien rooi rose se voorbladmodel vir die April-uitgawe volgens hulle redakteur nog nie so bekend was ten tyde van die verskyning van dié uitgawe nie.

3.3.3. Mei en Junie 2008

Tabel 3.5

Uitgawe	Mei	Junie
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	Gratis modegids (agter die publikasie in plastiekomhulsel aangebring)	Geen
Mashoof	SARIE (SARIE KOS)	SARIE (onderstaande pryse bo by

	JY KAN INTEKEN BL. 22 – links bo as deel van mashoof aangebring)	mashoof aangekondig, regs) wen wen "ADvantage 3 ATKV ADmag-prys Media GOUD VEERTJIES Beste Vrouetydskrif in SA 2006"
Kleur	Donkerpienk	Wit
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Diaan Lawrenson	In hierdie uitgawe is daar van twee voorbladmodelle gebruik gemaak: Nina & Lise Swart (twee susters)
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse sepiester (Paula van 7de Laan op SABC2)	Die twee voorbladmodelle is susters en beide glanspersone. Nina is 'n Suid-Afrikaanse aktrise (Known Gods op SABC 3) en sepiester (Wilmien van 7de Laan op SABC2) en Lise is 'n veldaanbieder van die kykNET-joernaalprogram Kwêla en was ook voorheen die aanbieder van Roer! ook op kykNET en agtergrondsangeres van Anton Goosen
Posisionering	Model se skouers na links gedraai, kop effens na regs, kyk direk in die kamera in (direkte oogkontak)	Nina sit agter Lise, beide se skouers effens na links gedraai, terwyl hulle koppe effens na regs gedraai is en hulle direk na die kamera kyk – direkte oogkontak
Gesigsuitdrukking	Superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Superglimlag, direkte oogkontak en volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Lang blondehare en blougroen oë	Beide voorbladmodelle het kort donkerbruin hare en bruin oë
Stilering en kleurkeuses	Die model is gestileer in 'n moulose, agternek, helderpienk bloes, met	Beide voorbladmodelle is in swart bloesies gestileer. Nina (agter) dra

	lang fyn silwer diamant-oorbelle, hare hang los oor linkerskouer en haar grimering is natuurlik en neutraal aangewend.	'n skouerlose bloes en Lise (voor) 'n moulose hoëkraag-bloes met 'n strik regs in haar nek, beide het kleinerige silwer en swart oorbelle aan en is neutraal en natuurlik gegrimeer.
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Nege	Sewe
<p>Bewoording (van links bo, antikloksgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<p>1. SARIE KOS (helderpienk) JY KAN INTEKEN BL. 22 (Swart) (hierdie prikkel is heel bo, links in die mashoof aangebring, heelwat kleiner as die ander.)</p> <p>2. 'EK MÓÉT 'N MAN HÊ' HOEKOM VOEL VROUE SO? – bladsy 134 (pers)</p> <p>3. Christina Storm tref Egoli 'KYK EK'S G'N TROU- MATERIAAL' – bladsy 46 (swart)</p> <p>4. Eensaam tussen jou kollegas? Wees meer vrou, minder man – bladsy 148 (wit)</p> <p>5. Eet jou migraine weg SARIE-redaksielid vertel – bladsy 178 (geel)</p> <p>6. Barbara se heuning-</p>	<p>1. LEEF POSITIEF in SA (wit) Dit is moontlik – Bladsy 150 (wit in pers blokkie)</p> <p>2. 10 SEKER BEROEPE VIR MÔRE – Bladsy 162 (wit)</p> <p>3. DEPRESSIE (wit in donkerpienk blok) Lesers reageer roerend op SARIE-artikel – Bladsy 206 (wit)</p> <p>5. NUWE SEKS-PEILING 11 000 in SA verras met antwoorde – Bladsy 156 (wit in halwe perssirkel)</p> <p>6. Winterkosse Smaaklik in een pot – Bladsy 118 (wit)</p> <p>7. Manne mal oor hulle lywe (ligpienk) <i>Kyk vir</i> (wit) Munro, Freek & Zack du P! – Bladsy 146 (ligpienk)</p>

	<p>bederwe vir Ma – bladsy 108 (wit)</p> <p>7. GRATIS MODE-GIDS (foto van modegids) ROOI (WARM) VIR JOU LIPPE & KLERE- KAS – los Bylae A (wit in pers halvesirkel)</p> <p>9. Help jou kind weer opstaan FRED VD VYVER & PERRIE SPIES se ma's praat – bladsy 168 (swart)</p>	
Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe	<p>8. 7de Laan (geel) EKSKLUSIEF (wit in pers blokkie) Paula (wit)</p> <p>Diaan Lawrenson maak haar hart oop (wit in pienk blokkie) 'By dié man het ek my geluk gevind' – bladsy 36 (wit)</p>	<p>4. Nina & Lise 'Geluk en liefde maar <i>tricky</i>' sê dié susters – Bladsy 34 (wit) (& – donkerpienk)</p>
Posisionering (hoofprikkel)	Baie groter as die ander prikkels in die regter onderkantste kwart van voorblad, voor die model geposisioneer	Heelwat groter as ander prikkels in die middel, onder op voorblad geposisioneer (voor die voorbladmodelle)
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Geen	Geen

Wat word aangebied	n.v.t.	n.v.t.
Agtergrondkleur	Mostertgeel (Dié geel lyk egter helderder op die afdruk in Bylae A)	Ligbruingrys
Verkoopprijs van uitgawe	R21,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	122 161	101 836

3.3.3.1. Mei 2008-bespreking (Bylae A, IV)

'n Gratis wintermode- en skoonheidsgids (ook as ekstra by *rooi rose* se Mei-uitgawe) is aangebring aan die agterkant van dié uitgawe in die plastiekomhulsel waarin dié uitgawe verpak is. Dit is as promosie-item met 'n prikkel op die voorblad aangekondig (regs onder met 'n foto van dié gids). Die feit dat Moedersdag in Mei is, het egter geen rol (soos by *rooi rose*) by *SARIE* nie, aangesien daar geensins daarvan melding gemaak is op die voorblad nie.

Die mashoof is in donkerpienk voor die voorbladmodel geposisioneer op die voorblad en kontrasteer met die mosterdgeel agtergrond van hierdie uitgawe. Dus staan dit duidelik uit. Die voorbladmodel wat op hierdie uitgawe gebruik is, is Diaan Lawrenson, beter bekend as die sepiester Paula van der Lecq van 7de Laan op SABC2. Die artikel binne die uitgawe handel oor die mens agter die sepiester Paula. Sy was ook (voor die verskyning van die April-uitgawe) in die kollig vanweë haar verhouding met Jody Abrahams, 'n teater-akteur, wat ook bekend is as Bennie in SABC3 se "Hard Copy" (ten tyde van die verskyning van hierdie uitgawe).

Soos op die vorige 2008-voorblaaie van *SARIE*, is daar ook van 'n kop-tot-bors-foto van die voorbladmodel op dié uitgawe gebruik gemaak. Die model se skouers is effens na links gedraai en haar kop effens na regs. Sy kyk direk in die kamera in en maak dus direkte oogkontak met die leser. Die superglimlag-gesigsuitdrukking is gebruik. Die voorbladmodel het lang blonde hare wat oor haar regterskouer geposisioneer is en blougroen oë. Sy is gestileer in 'n helderpienk, moulose bloes wat agter haar nek vasbind (agternekbloes). Sy dra lang, fyn silwer-oorbelle met klein diamantjies, en haar grimering is natuurlik en neutraal aangewend.

Nege prikkels is op hierdie voorblad gebruik (meer as wat *SARIE* normaalweg gebruik). Die meerderheid prikkels (vyf) is aan die linkerkant van die voorblad geposisioneer in donkerpers, swart, wit en heldergeel onderskeidelik en wissel in lengte, grootte en tipografie. Die hoofprikkel is in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad aangebring en effens skuins. Dié prikkel is heelwat groter as die ander en gedeeltelik op 'n helderpienk strook aangebring. Dié prikkel is

ook as eksklusief aangedui. Regs onder in die hoek van die voorblad (onder die hoofprikkel) is die prikkel oor die gratis modegids in 'n donkerpers sirkel met 'n foto van dié gids aangebring. Daar is ook 'n prikkel bó die hoofprikkel in swart aangebring. Al die prikkels is duidelik leesbaar teen die mosterdgeel agtergrond van die voorblad asook dié wat voor die voorbladmodel aangebring is. Alle prikkels is gekoppel aan artikels binne die uitgawe (sien bladsynommers in tabel) en daar is van geen dieet- of seksprikkels gebruik gemaak nie. In teenstelling met *rooi rose* se Mei-uitgawe, word daar geen wedstryd op dié *SARIE*-uitgawe aangekondig nie.

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe is 122 161 – bykans 7800 eksemplare minder as die April-uitgawe, maar meer as 18 500 eksemplare meer as *rooi rose* se Mei-uitgawe (wat ook 'n ekstra wintermode- en skoonheidsbylae tot die uitgawe bygevoeg het). 'n Faktor wat by die April-uitgawe van *SARIE* se sirkulasie in ag geneem moet word, is dat dit ook Paasfees was en dat daar idees vir Paasdisse op die voorblad aangekondig is, wat sirkulasie positief kon beïnvloed het. Die impak wat die keuse van 'n gewilde Suid-Afrikaanse sepiester as voorbladmodel op die publikasie se sirkulasiesyfer het, moet ook nie onderskat word nie. Dit het duidelik uit die Mei-uitgawe geblyk: Diaan Lawrenson (Paula van 7de Laan) op *SARIE* se voorblad is meer gereeld in die publieke oog as Tanya Fourie (voorbladmodel op *rooi rose* vir Mei-maand), wat daartoe kon lei dat sy die gewilder keuse was. Die prysverskil (soos by die April-uitgawes) het ook weereens geen beslissende impak op die sirkulasie van dié uitgawes gehad nie.

3.3.3.2. Junie 2008-bespreking (Bylae A, IV)

Geen promosie-items is op die voorblad van hierdie uitgawe gebruik nie. Vadersdag (wat in Junie gevier word) het ook geen impak op die sirkulasie gehad nie, aangesien daar glad nie van enige Vadersdag-prikkels op dié voorblad gebruik gemaak is nie.

Die mashoof is in wit voor die voorbladmodelle geposisioneer. Twee pryse wat *SARIE* gewen het ("ADvantage ADmag-prys", Goud vir die beste vrouetydskrif in SA 2007 en drie ATKV-mediaveertjies), word heelwat kleiner tussen die letters van die mashoof in donkerpienk en wit aangekondig. In teenstelling met die res van die 2008-uitgawes van *SARIE* en ook 2008 se *rooi rose*-uitgawes is daar op hierdie uitgawe (Junie 2008) twee voorbladmodelle gebruik, die susters Nina en Lise Swart. Beide is bekendes in die Suid-Afrikaanse TV-bedryf: Nina is aktrise en het voorheen in *Known Gods* op SABC 3 gespeel en word steeds onthou as die sepiekarakter Wilmien de Lange van 7de Laan op SABC2; Lise is 'n veldaanbieder van die KykNET-joernaalprogram *Kwêla* en was ook voorheen die aanbieder van *Roer!* – ook op KykNET. Sy was ook 'n agtergrondsangeres van Anton Goosen. Die artikel in die uitgawe handel oor die twee susters se geluk en liefdeslewens. 'n Bolyf-foto van die twee

voorbladmodelle is op die voorblad gebruik en dié foto is effens meer na links op die voorblad geposisioneer. Nina sit skuins agter Lise, beide se skouers is effens na links gedraai, terwyl hulle koppe effens na regs gedraai is en hulle direk na in die kamera in kyk en dus direkte oogkontak met die lesers maak. Beide het ook die superglimlag-uitdrukking, kort donkerbruin hare en bruin oë. Die susters is albei in swart bloese gestileer. Nina (agter) dra 'n skouerlose bloes en Lise (voor) 'n moulose hoëhals-bloes met 'n strik regs in haar nek. Hulle is ook albei neutraal en natuurlik gegrymer en dra kleinerige swart en silwer oorbelle. Die twee voorbladmodelle is effens meer na die linkerkant van die voorblad geposisioneer.

Sewe prikkels is op dié voorblad gebruik. Daar is drie prikkels aan die linkerkant van die voorblad aangebring en drie aan die regterkant en die hoofprikkel (oor die voorbladmodelle) is onder in die middel van die voorblad heelwat groter as die ander aangebring en staan dus duidelik uit teen die ander. Die ander prikkels is oorwegend in wit aangebring (met die uitsondering van een wat ligpienk is). Die prikkels wissel in grootte, lengte en tipografie en is elkeen duidelik leesbaar teen die voorbladmodelle en ook dié teen die ligbruingrys agtergrond. Daar is ook (soos ook op *rooi rose* se Junie-voorblad) 'n seks-prikkel op dié voorblad aangebring (regs onder in die hoek in 'n pers sirkel), "Nuwe seks-peiling 11 000 in SA verras met antwoorde", en volgens Grow (2002) verkoop uitgawes waarvan sommige prikkels 'n seksuele konnotasie het baie beter as uitgawes daarsonder. Alle prikkels is ook aan artikels binne die publikasie gekoppel (sien bladsynommers in tabel) en is dus nie bloot as 'lokaas' gebruik nie. In teenstelling met *rooi rose* se Junie-uitgawe, word geen wedstryd op dié *SARIE* aangekondig nie.

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe was 101 836 – meer as 20 000 minder as die vorige uitgawe, en naas die Julie-uitgawe (95 523) en Desember-uitgawe (100 363) die laagste vir 2008. Wat ook in ag geneem moet word, is dat *rooi rose* se Junie-uitgawe se sirkulasie ook skerp gedaal het, naamlik van 103 607 (in Mei) na 77 369, ook dié publikasie se swakste verkoper vir 2008. Dus kan die afleiding gemaak word dat wintertyd (soos die redakteur van *rooi rose* op bladsy 94 verduidelik het) wel 'n negatiewe uitwerking op sirkulasiesyfers het. Die gebruik van twee voorbladmodelle is moontlik minder gewild as die gebruik van slegs een, maar die ander faktore was moontlik belangriker. Beide *SARIE* en *rooi rose* het van geen promosie-items op hulle voorblaaie gebruik gemaak vir hierdie uitgawes nie, maar beide het wel prikkels met 'n seksuele konnotasie gebruik. *SARIE* se sirkulasie vir dié uitgawe was wel aansienlik hoër as dié van *rooi rose* (24 467 meer) en beide publikasies se verkoopprijs was R21,95. Nina Swart (voorbladmodel) het ook op *rooi rose* se Februarie 2008-voorblad verskyn (individueel) en die sirkulasie vir dié uitgawe was 92 751 – ongeveer 9 000 minder as dié maand se *SARIE*-sirkulasie. Wat egter 'n rol kon speel in die algemene daling van *SARIE* se

sirkulasie (Junie-uitgawe) is die feit dat *rooi rose* reeds in Februarie oor Nina en haar suster berig het; dus kon lesers wat dié *rooi rose*-uitgawe gekoop het gevoel het dat hulle reeds oor dié onderwerp gelees het.

3.3.4. Julie en Augustus 2008

Tabel 3.6

Uitgawe	Julie	Augustus
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	Geen	Geen
Mashoof	<i>SARIE</i> (pryse wat <i>SARIE</i> gewen het in mashoof aangekondig – soos by Junie-uitgawe)	<i>SARIE</i> (pryse wat <i>SARIE</i> gewen het in mashoof aangekondig – soos by Junie-uitgawe)
Kleur	Heldergeel	Helderrooi
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Jana Strydom	Brümilda van Rensburg
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse aktrise (hoofkarakter, Kate in <i>Erfsondes</i> op SABC2) en sepiester (voormalige sekretaresse, Marcelle in <i>Egoli</i> op M-Net en tans Helena in <i>7de Laan</i> op SABC2)	Suid-Afrikaanse veteraan-aktrise (in verskeie Afrikaanse dramas en toneelstukke – <i>Agter elke man</i> , <i>Ballade vir 'n enkeling</i> ens.) en jarelange (17 jaar) sepiester (Louwna Edwards van <i>Egoli</i> op M-Net)
Posisionering	Meer as kop-en-skouer-foto (kop tot bors). Die model is heel na regs gedraai, terwyl sy oor haar linker skouer direk in die kamera in kyk – direkte oogkontak	Bolyf-foto (kop tot bors). Die model se skouers is effens na links gedraai, kop effens na regs terwyl sy direk in die kamera in kyk (direkte oogkontak).
Gesigsuitdrukking	Die superglimlag, direkte oogkontak en volle glimlag	'Sjokolade boks' uitdrukking – halwe glimlag, lippe geslote, gesig is heeltemal na die kamera

		gedraai.
Haarkleur en kleur van oë	Lang donkerbruin hare en donkerbruin oë	Kort donkerblonde hare, blougroen oë
Stilering en kleurkeuses	Model is gestileer in 'n ougoud, moulose rok met lae rug, haar hare hang los oor haar rug, sy dra lang ougoud oorbelle en is natuurlik gegrimeer en dra dowwe rooi lipstiffie.	Model is gestileer in 'n langmouwitbloes met 'n kraag, sy dra 'n bonkige swart ring aan haar regterhand, fyn robyn oorbelle en 'n swart-en-rooi halssnoer wat net gedeeltelik sigbaar is. Sy dra helderrooi lipstiffie en haar oogskadu is neutraal en natuurlik aangewend
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Agt	Agt
<p>Bewoording (van links bo, antikloksgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<p>1. <u>Sex & the City</u> SARIE praat eksklusief met Sarah Jessica in NY – Bladsy 38 (wit)</p> <p>2. NUWE TENDENS(wit op pienk strook) * selfoon of stiletto's * organies of nie Kenners maak jou keuses makliker – Bladsy 44 (swart)</p> <p>3. HOE NOU? HY KOM NIE TOT TROU – Bladsy 130 (donkerblou)</p> <p>5. + regisseur Henry Mylne onthul 'Matrone klap 'n ekstra & Hilda se <i>surprise</i>' – Bladsy 54 (wit)</p> <p>6. 10 (donkerpienk) <i>Winterwarm</i> (wit) poedings – Bladsy 96</p>	<p>1. VERLOOR TOT 2.5KG (lig oranje) IN 10 DAE Winter is dié tyd vir dieet (wit) (en jy mag maar sjokolade eet) – Bladsy 170 (rooi)</p> <p>2. HOE NA IS JY AAN JOU MA? Dit kan jou liefdeslewe raak – Bladsy 162 (swart)</p> <p>3. Ons Olimpiese hoop (rooi) Gerhard Zandberg + Natalie du Toit Koel en kalm voor 'eensame resies' – Bladsy 160 (swart)</p> <p>4. MOET JOU KIND ERF OF DURF JY JOU GELD GENIET? – Bladsy 126 (rooi)</p>

	<p>(mosterdgeel)</p> <p>7. JONG ENTREPRENEURS 1 WERK? NEE, 3 GELYK! – Bladsy 134 (wit)</p> <p>8. Skaamheid Moenie dat dit jou terughou – Bladsy 166 (wit)</p>	<p>5. Rubriek (lig oranje) 'Twak met jou, dink ek, en sit die TV af' (swart) – NATANIËL (lig oranje) – Bladsy 16</p> <p>6. Maalvleis-magic (wit) bobotie, moussaka, taco's, spaghetti... – Bladsy 96 (rooi)</p> <p>8. 90 VIVA MADIBA! DANKIE DAT JY ONS INSPIREER – Bladsy 44 (Lig oranje)</p>
Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe	<p>4. <i>7de Laan</i> (wit) Jana (geel) se ewige drama met mans * Sien haar saam met <i>Strictly</i> se Emmanuel bl. 30 (swart op geel blok)</p>	<p>7. Brümilda (rooi) 'Ek't 'n baba verloor, nou's ek ma van vele' (wit op rooi strook) – Bladsy 30</p>
Posisionering (hoofprikkel)	Aan linkerkant van voorblad, hoofsaaklik langs die voorbladmodel in onderste linkerkantste kwart van voorblad (groter as die res van die prikkels).	In die middel van die regterkantste onderste kwart van die voorblad, voor die voorbladmodel geposisioneer – heelwat groter as die res van die prikkels
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Geen	Geen
Wat word aangebied	n.v.t.	n.v.t.
Agtergrondkleur	Turkoois	Donkergrys
Verkoopprijs van	R21.95	R21.95

uitgawe		
Sirkulasiesyfers	95 523	114 657

3.3.4.1. Julie 2008-bespreking (Bylae A, V)

Soos met *rooi rose* se Julie-uitgawe, is daar van geen promosie-items vir dié uitgawe van *SARIE* gebruik gemaak nie. Die mashoof is in heldergeel voor die voorbladmodel geïmagineer en dieselfde pryse wat *SARIE* gewen het (wat op die vorige uitgawe aangekondig is), is ook tussen die letters van dié uitgawe se mashoof aangebring. Die mashoof staan ook duidelik uit teen die turkoois agtergrond van die voorblad en ook teen die voorbladmodel.

Die Suid-Afrikaanse aktrise en sepiester Jana Strydom is as voorbladmodel gebruik. Sy is bekend weens haar voormalige rol in *Egoli* op M-Net (Marcelle die sekretaresse) haar hoofrol in die dramareeks, *Erfsondes* op SABC2 en ook dié as Helena Moolman in *7de Laan*, ook op SABC2. Die artikel in die uitgawe handel oor haar 'ewige drama met mans' in die verskeie dramas en sepies waarin sy speel en ook oor haar eie verhoudings.

Ook op hierdie uitgawe is 'n kop-tot-bors-foto van die voorbladmodel gebruik. Die model is heel na regs gedraai, terwyl sy oor haar linkerskouer direk in die kamera in kyk en dus direkte oogkontak met die lesers maak. Die voorbladmodel is meer aan die regterkant van die voorblad geïmagineer. Sy het ook 'n Superglimlag-gesigsuitdrukking en het lang donkerbruin hare en donkerbruin oë. Die model is gestileer in 'n ougoud, moulose rok met 'n lae rug. Haar hare hang los oor haar rug en sy dra ook ougoud-oorbelle. Sy dra 'n dowwe rooi lipstifflie en haar oë is neutraal gegrimeer.

Agt prikkels is op dié voorblad gebruik. In teenstelling met die vorige 2008-uitgawes is die hoofprikkel oor die voorbladmodel in die onderste derde van die voorblad aangebring. Dit is heelwat groter as die ander prikkels en staan dus duidelik uit en is maklik leesbaar. Die ander prikkels, met die uitsondering van een wat in swart aangebring is, is almal wit en wissel in tipografie, grootte en lengte. Hulle is duidelik leesbaar teen die turkoois agtergrond en ook dié wat voor die voorbladmodel geïmagineer is. Geen prikkels oor dieet of met 'n seksuele konnotasie is op dié voorblad gebruik nie en alle prikkels verwys na wat binne die uitgawe voorkom en is dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie. Geen wedstryd word op die Julie-uitgawe aangekondig nie.

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe is 95 523, die laagste vir 2008 vir *SARIE* en ook 27 534 eksemplare minder as *rooi rose* se Julie-uitgawe (123 057) met Charlize Theron as

voorbladmodel (genoemde twee uitgawes het egter van geen promosie-item gebruik gemaak nie). Volgens De Swart (2009) kan dié spesifieke uitgawe se teleurstellende verkope ook toegeskryf word aan die feit dat die ster op die voorblad nie vir die publiek duidelik herkenbaar was nie, aangesien haar haarstyl nie was soos die publiek dit gewoond is nie. Jana Strydom is bekend vir haar krullebol, en op dié voorblad is haar hare egter lank en reguit.

Die daling in sirkulasie kan egter nie uitsluitlik aan die keuse en/of stilering van voorbladmodel (Jana Strydom) toegeskryf word nie (die gewildheid van die keuse van voorbladmodelle is egter gewoonlik 'n duidelike faktor by hierdie uitgawes van *SARIE* en *rooi rose*). *SARIE* het ook van geen promosie-item gebruik gemaak nie. In teenstelling met *rooi rose* se Julie-uitgawe is daar nie op dié voorblad van 'n wedstryd melding gemaak nie en geen prikkels met 'n seksuele konnotasie of gewigverlies-wenke, wat sirkulasie 'n hupstoot gee, is gebruik nie. Wat ook in aanmerking geneem moet word, is dat tydskrifte se sirkulasie in die algemeen in die wintermaande laer is (De Swart, 2009). Dit geld egter vir albei tydskrifte.

3.3.4.2. Augustus 2008-bespreking (Bylae A, V)

SARIE het ook van geen promosie-item by hierdie uitgawe gebruik gemaak nie. Die mashoof is in helderrooi voor die voorbladmodel geposisioneer en die twee pryse wat *SARIE* gewen het, is weer (soos by die vorige twee uitgawes) tussen die letters van die mashoof aangebring. Die mashoof staan ook duidelik voor teen die voorbladmodel uit en ook teen die donkergrys agtergrond van die voorblad.

Brümilda van Rensburg, veteraan-aktrise (bekend vir haar talle rolle in dramareekse soos *Ballade vir 'n Enkeling* en *Agter elke man*) en sepiester (wat die rol van Louwna Edwards van Egoli op M-Net 17 jaar lank reeds vertolk) is as voorbladmodel vir die Augustus-uitgawe gebruik. Die gepaardgaande artikel in die uitgawe handel oor haar loopbaan as Suid-Afrikaanse aktrise en oor die baba wat sy destyds verloor het.

'n Bolyf-foto (kop tot bors) is van die voorbladmodel gebruik en sy is in die middel van die voorblad geposisioneer. Die model se skouers is effens na links gedraai, terwyl haar kop effens na regs gedraai is en sy sodoende direk in die kamera in kyk en oogkontak met die lesers maak. Soos op die Januarie-voorblad, word die gesigsuitdrukking vir hierdie uitgawe beskryf as die 'sjokoladedoos'-gesigsuitdrukking (sien volledige beskrywing op bladsy 34). Die voorbladmodel het kort donkerblonde hare en blougroen oë. Sy is gestileer in 'n wit langmoubloes met 'n kraag, sy dra 'n bonkige swart ring aan haar regter-ringvinger en fyn robyn

oorbelle en 'n groot rooi-en-swart halssnoer wat net gedeeltelik sigbaar is onder haar bloes. Die voorbladmodel dra helderrooi lipstiffie (dieselfde skakering as die mashoof en hoofprikkel) en haar oë is neutraal en natuurlik gegrymer.

Wat opsigtelik van dié voorbladfoto van die voorbladmodel is, is dat die foto heelwat gemanipuleer is met die hulp van die program Photoshop, aangesien dié aktrise op 50-jarige ouderdom skynbaar nog nie 'n enkele sigbare plooi het nie. Tydens die verskyning van hierdie *SARIE*-uitgawe was die navorsing by *Idees* in Kaapstad werksaam. Met die eerste oogopslag het die kunsredakteur en grafiese span van *Idees* onmiddellik melding gemaak van die oormatige gebruik van Photoshop op dié voorbladfoto. Die rede hiervoor kon wees dat daar normaalweg van jonger voorbladmodelle gebruik gemaak word, aangesien daar gevind is dat jonger voorbladmodelle groter sirkulasie inhou as ouer voorbladmodelle.

Soos in die Julie-uitgawe is daar ook agt prikkels op dié voorblad aangebring. Vier van die agt prikkels is aan die linkerkant van die voorblad aangebring, twee onder en een regs bo die hoofprikkel (oor die voorbladmodel) wat regs in die onderste kwart van die voorblad aangebring is. Die hoofprikkel is, soos ook dié op die vorige uitgawes, heelwat groter as die res van die prikkels en staan dus duidelik uit en is maklik leesbaar. Die prikkels is oorwegend in wit, rooi en swart op die voorblad aangebring en enkele woorde is in lig oranje aangebring (asook die boonste, regterkantste prikkel). 'n Prikkel oor kitsgewigsverlies is gebruik. Die prikkels verskil ook in grootte, lengte en tipografie en is elkeen duidelik leesbaar voor die voorbladmodel en ook dié wat teen die donkergrys agtergrond aangebring is. Alle prikkels is aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommers in tabel) en word dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie. Soos op die vorige uitgawe, word daar ook op dié voorblad geen wedstryd aangekondig nie.

Die sirkulasiesyfer vir die Augustus-uitgawe is 114 657 – bykans 20 000 meer as die vorige uitgawe en ook bykans 30 000 eksemplare meer as *rooi rose* se Augustus-uitgawe (met Michelle Botes as die voorbladmodel. Die Augustus-uitgawe van *rooi rose* was ook naas hulle Junie-uitgawe hulle swakste verkoper vir 2008 (sien bladsy 99 vir volledige bespreking). Die verkoopprijs van hierdie uitgawe van *SARIE* en *rooi rose* was dieselfde, (R21,95). *SARIE* het van geen promosie-item vir hierdie uitgawe gebruik gemaak nie, terwyl daar onder andere 'n *Cultivaria*-tydskrif tot die ooreenstemmende *rooi rose*-uitgawe gevoeg is. In teenstelling met *rooi rose* se Augustus-uitgawe en *SARIE* se vorige uitgawe (Julie-uitgawe) is daar op hierdie voorblad 'n prikkel oor kitsgewigsverlies aangebring, “Verloor tot 2,5kg in 10 dae, Winter is dié tyd vir dieet (en jy mag maar sjokolade eet”)), wat ook kon bydra tot die toename in sirkulasie.

Soos by die bespreking van *rooi rose* se Augustus-uitgawe genoem word (sien bladsy 99) het die tipe rol wat die voorbladmodel tydens die verskyning van die publikasie op die winkelrak in 'n sepie of TV-drama vertolk 'n invloed op sirkulasie. Dit kan afgelei word van die feit dat Brümilda van Rensburg 'n positiewe rol (as Louwna Edwards) in Egoli op M-Net vertolk het, terwyl Michelle Botes (op *rooi rose* se Augustus-voorblad) 'n negatiewe rol (as Cherele) in Isidingo op SABC3 vertolk het.

3.3.5. September en Oktober 2008

Tabel 3.7

Uitgawe	September	Oktober
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	'n A3-grootte bylae van Woolworths is agter dié publikasie gevoeg en die hele pakket is in 'n plastiekomhulsel verpak.	Gratis armband een van drie kleure en mode en skoonheidtydskrif agter bygevoeg, tydskrif in plastiek-omhulsel verpak en kondig die gratis items onder op omhulsel aan.
Mashoof	<i>SARIE</i> (pryse wat <i>SARIE</i> gewen het in mashoof aangekondig – soos by Junie-uitgawe)	<i>SARIE</i> (pryse wat <i>SARIE</i> gewen het in mashoof aangekondig – soos by Junie-uitgawe)
Kleur	Donkerpienk	Heldergeel
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Lindie van Eeden	Natasha Sutherland
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse sepiester (beter bekend as Karin Edwards in Egoli op M-Net)	Voormalige Suid-Afrikaanse sepiester (Sam in Egoli op M-Net), sakevrou en ook Steve Hofmeyr (een van SA se gewildste Afrikaanse sangers) se vrou
Posisionering	'n Bolyf-foto van die voorbladmodel (kop tot bors) is op die voorblad gebruik. Die model se skouers is effens na regs gedraai terwyl sy direk na voor in die kamera in kyk – direkte oogkontak	Meer as 'n kop-en-skouer-foto (kop tot bors) is op die voorblad gebruik. Die model se skouers is baie effens na regs gedraai terwyl sy direk na voor in die kamera in kyk – direkte oogkontak

Gesigsuitdrukking	Die Superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	'Sjokoladedoos' uitdrukking, halwe glimlag, geslote lippe, en die gesig is volkome na die kamera gedraai.
Haarkleur en kleur van oë	Blonde hare (skouerlengte) en groen oë	Lang ligbruin hare, bruin oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n ligte dowwe pienk, moulose bloes met dun bandjies en 'n dowwe pienk kantserp met pêrels. Haar hare is gekrul en hang los op haar skouers, sy is in skakerings van ligpienk gegrymer (besonder natuurlike voorkoms)	Model dra 'n heldergroen moulose rok (dieselfde as in die artikel) met 'n lae hals. Haar hare hang los oor haar skouers en word effens teruggewaai deur wind. Sy dra lang swart en goue oorbelle (hang tot onder skouers) en is neutraal en natuurlik gegrymer.
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Sewe	Sewe
<p>Bewoording (van links bo, antiklosgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<p>1. Kán jy glo (wit op pers strook) SARIE se Michéle & Liz Hurley eet saam – Bladsy 68 (ligpienk)</p> <p>2. + OPPAS CHARLIZE, JY KIES GEVAARLIK sê fliekman Barry Ronge – Bladsy 56 (wit)</p> <p>3. Egoli (wit op donkerpienk strook) KYK HOE LYK KARIN NOU BI. 36 LINDIE 'Bekeer ná my eie hartseer' – Bladsy 36 (swart)</p> <p>4. Probleme opgelos (wit op pers strook) HUWELIK S.O.S!</p> <p>* Hy verloor sy werk</p>	<p>1. Eksklusief (wit op donkergroen strook) HESTRIE SE BOEK (swart) 'Waarheid sal uit oor Jurie & Robbie' (wit) (UITTREKSEL BL. 52) – Bladsy 52 (heldergeel)</p> <p>2. Eie verhale (wit op donkergroen strook) 'LES UIT MY GAP-JAAR' + Is dit goed vir jou kind? – Bladsy 144 (wit)</p> <p>4. Hoe gesond is jy? (heldergeel) WAT JOU OË, HARE & VINGERS SÊ – Bladsy 184 (wit – langs 'Hoe gesond is jy?' aangebring)</p>

	<p>* Leë nes</p> <p>* Nuwe baba... – Bladsy 194 (wit)</p> <p>6. Anderste kolwyntjies! BL. 116 (wit op pers strook)</p> <p>7. JANIE DU PLESSIS SE lewensplan SÓ BLY EK STAANDE – Bladsy 178 (wit en liggeel)</p>	<p>5. Reis van hoop (wit op ligrooi strook)</p> <p>OP 'N HARLEY NÁ BORSKANKER 'Die lewe is nou 'n voorreg' – Bladsy 170 (wit)</p> <p>6. Wen-raad (wit op ligrooi strook) VIR JOU & HOM (swart)</p> <p>* Hy luister nie, jy praat te veel</p> <p>* Jy soek romanse, hy vra seks – Bladsy 138 (wit)</p> <p>7. Prediker- BOER (swart op geel strook) ANGUS BUCHAN se spesiale boodskap aan SARIE-lesers – Bladsy 132 (wit)</p>
Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe	<p>5. My U-draai (wit op rooi strook) Steve stort sy hart uit (swart) 'Ek verdien die straf' – Bladsy 48 (wit op rooi strook)</p>	<p>3. <i>Smeulend & sexy</i> (wit) Natasha (heldergeel) 9^{BL} GLANSFOTO'S (heldergeel) + haar hartsdinge (wit) – Bladsy 32</p>
Posisionering (hoofprikkel)	Regter onderkantste kwart van voorblad, heelwat groter as die res van die prikkels met 'n klein foto van Steve.	Linker onderkantste kwart van voorblad, heelwat groter as die res van die prikkels.
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Geen	Geen
Wat word aangebied	n.v.t.	n.v.t.

Agtergrondkleur	Helder hemelblou	Liggroen
Verkoopprys van uitgawe	R21,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	110 144	142 388

3.3.5.1. September 2008-bespreking (Bylae A, VI)

'n A3-grootte Woolworths-bylae is saam met dié uitgawe in 'n plastiekomhulsel verpak en staan dus duidelik uit. Die mashoof is in donkerpienk voor die voorbladmodel op die uitgawe geposisioneer en staan duidelik uit teen die hemelblou agtergrond en voorbladmodel. Soos by die vorige uitgawes is die pryse wat *SARIE* gewen het ook tussen die letters van dié mashoof aangebring.

Lindie van Eeden, beter bekend as die sepiester Karin Edwards van Egoli op M-Net, is as voorbladmodel vir dié uitgawe gekies. In hierdie uitgawe beklemtoon *rooi rose* Lindie se nuwe voorkoms, met haar langer haarstyl en vertel hulle ook in die meegaande artikel hoe sy tot bekering gekom het na haar eie hartseerervaring. *SARIE* maak ook in die algemeen gereeld gebruik van bekendes wie se haarstyl of voorkoms drasties verander het (soos ook met Elma Postma op die Maart-uitgawe se voorblad). Nog 'n voorbeeld is die gebruik van Amalia Uys met 'n nuwe haarstyl op hulle Maart 2009-uitgawe se voorblad).

'n Bolyf-foto van die voorbladmodel (kop tot bors) is ook op dié uitgawe gebruik en sy is ook effens meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer. Die model se skouers is effens na regs gedraai, terwyl sy direk na voor in die kamera in kyk en dus direkte oogkontak met die lesers maak. Die Superglimlag-gesigsuitdrukking is ook (soos op vele vorige uitgawes se voorblaaie) op dié voorblad gebruik. Die voorbladmodel het blonde hare (skouerlengte) en groen oë. Sy is gestileer in 'n ligte dowwe pienk moulose-bloes met dun bandjies en 'n dowwe pienk kantserp met pêrels. Haar hare is gekrul en hang los op haar skouers en sy is in skakerings van ligpienk grimeer wat 'n baie natuurlike voorkoms meebring.

Sewe prikkels is op dié *SARIE*-uitgawe aangebring. In teenstelling met die vorige uitgawes is die hoofprikkel nie aan die voorbladmodel gekoppel nie, maar handel oor Steve Hofmeyr: "Steve stort sy hart uit, ek verdien die straf." Hierdie keuse is gepas aangesien Hofmeyr ten tyde van die verskyning van hierdie uitgawe in die kollig was oor sy buite-egtelike verhoudings en dit moontlik meer aandag sou trek as 'n prikkel oor die voorbladmodel. Die hoofprikkel is in

die regter, onderste kwart van die voorblad aangebring, met 'n foto van Hofmeyr in die regterhoek van die voorblad. Die prikkel is ook heelwat groter as die ander en staan duidelik uit. Die prikkel oor die voorbladmodel is ook effens groter as die ander, in swart aan die linkerkant van die voorblad in die middelste derde aangebring, tussen drie ander prikkels in wit en ligpienk. Dus staan die prikkel uit. Die prikkels wissel almal in lengte, grootte en tipografie en is duidelik leesbaar teen die hemelblou agtergrond van die voorblad en ook dié wat voor die voorbladmodel geïmposeer is. Die prikkels is ook almal aan artikels binne die uitgawe gekoppel (soos dié op die vorige uitgawes) en is dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie. Nie een van die prikkels op dié voorblad het 'n dieet- of seksuele konnotasie nie. Geen wedstryd word op dié uitgawe aangekondig nie.

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe is 110 144, ongeveer 4 500 eksemplare minder as die vorige uitgawe, maar ongeveer 4 000 eksemplare meer as *rooi rose* se September-uitgawe (106 130) waarop Rolanda Marais as voorbladmodel verskyn het. Daar is op *rooi rose* se voorblad van twee promosie-items gebruik gemaak ('n "decadent chocolate"-geskenkbewys en ook 'n *rooi rose*-serp, wat in vier kleure beskikbaar was). Daar was egter ook toegevoegde waarde by dié *SARIE*-uitgawe (A3-grootte Woolworths-bylae). *SARIE* en *rooi rose* het ook dieselfde verkoopprijs gehad (R21,95). In teenstelling met *SARIE* se Augustus-uitgawe, is daar van geen dieetprikkels of prikkels met 'n seksuele konnotasie op dié uitgawe gebruik gemaak nie. Dit kan as een van die redes gesien word vir die daling in sirkulasie vir dié uitgawe. Wat egter interessant is, is dat *rooi rose* wel van 'n dieet-prikkel gebruik gemaak het, en *SARIE* se sirkulasie steeds hoër is, vir dié uitgawe. Kon die Steve Hofmeyr-onderhoud die verskil gemaak het? Gegee sy gewildheid is dit nie onmoontlik nie en gooi dit die veronderstelling rakende voorbladmodelle erg deurmekaar.

3.3.5.2. Oktober 2008-bespreking (Bylae A, VI)

By die Oktober-uitgawe is gratis armbande (in drie verskillende kleure) as promosie-items gevoeg en saam met die uitgawe in 'n plastiekomhulsel verpak waarop die armbande aangekondig word. Verder is daar melding gemaak van die mode- en skoonheidstydskrif wat deel uitgemaak het van die pakket. Die mashoof is in heldergeel, voor die voorbladmodel geïmposeer en die pryse (soos in die vorige vier uitgawes) wat *SARIE* gewen het, is weer tussen die letters van die mashoof aangebring. Dié mashoof staan ook duidelik uit teen die liggroen agtergrond van die voorblad en ook teen die voorbladmodel.

Natasha Sutherland, voormalige Suid-Afrikaanse sepiester (Sam in Egoli op M-Net), sakevrou en Steve Hofmeyr (een van SA se gewildste Afrikaanse sangers, wat kort te vore in die spervuur was oor sy buite-egtelike verhoudings) se vrou, is as voorbladmodel op die Oktober-

uitgawe gebruik. Dit was besonder tydig. Lesers sou dus verwag om Natasha se kant te hoor, wat egter nie die geval was nie. Dit was Natasha se eerste glans-fotosessie in jare. In die artikel deel die voorbladmodel haar hartsdinge: boeke, musiek en kinders se kuns met die lesers, maar praat sy nie regtig oor haar verhouding met Steve nie.

'n Bolyf-foto (kop tot bors) is ook van dié voorbladmodel gebruik. Haar skouers is baie effens na regs gedraai, terwyl sy direk na voor in die kamera in kyk en dus direkte oogkontak met die lesers maak. Soos op die Januarie- en Augustus-uitgawe is die 'sjokoladedoos'-gesigsuitdrukking op dié uitgawe gebruik (sien volledige beskrywing op bladsy 34). Die voorbladmodel het lang ligbruin hare en bruin oë. Die voorbladmodel is gestileer in 'n heldergroen, moulose rok (dieselfde as in die artikel) met 'n lae hals. Haar hare hang los oor haar skouers en word effens met wind teruggewaai. Sy dra lang swart en goue oorbelle wat tot onder haar skouers hang en is neutraal en natuurlik gegrimeer.

Sewe prikkels is op hierdie voorblad gebruik. Die hoofprikkel handel oor die voorbladmodel en is aan die linkerkant van die voorblad in die onderste derde aangebring en is heelwat groter as die res van die prikkels op die voorblad; dus duidelik sigbaar. Die res van die prikkels is grootliks in wit op die voorblad aangebring, drie aan die linkerkant en drie aan die regterkant van die voorblad, enkele van die prikkels se woorde is ook in geel op die voorblad aangebring, hierdie woorde is egter nie so duidelik leesbaar teen die liggroen agtergrondkleur van die voorblad nie. Die prikkels wissel ook in grootte, tipografie en lengte en is duidelik leesbaar teen die liggroen agtergrond, ook dié wat voor die voorbladmodel aangebring is. Al die prikkels is ook aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommers van artikels in tabel). Daar is ook van 'n prikkel met 'n seksuele konnotasie gebruik gemaak, "Vir jou en hom, jy vra romanse, hy vra seks", wat ook moontlik 'n positiewe invloed op die sirkulasie kon hê. Geen wedstryd is op hierdie uitgawe aangekondig nie.

Die sirkulasie van die Oktober-uitgawe was 142 388 – die hoogste vir SARIE se 2008-uitgawes (ook meer as 32 000 eksemplare meer as hulle vorige uitgawe). Dié uitgawe het ook bykans 50 000 eksemplare meer as rooi rose se Oktober-uitgawe met Janie du Plessis as voorbladmodel verkoop (dié uitgawe was ook 'n 300-bladsy-uitgawe met hulle somerstylbylae, sien volledige bespreking op bladsy 104). Dié publikasies het ook dieselfde verkoopprijs, naamlik R21,95, gehad. Wat egter in aanmerking geneem moet word, is dat SARIE van 'n stylvolle armband as promosie-item gebruik gemaak het. Hulle het ook op die plastiekomhulsel waarin dié uitgawe verpak is, aangekondig dat die somermode- en skoonheidsbylae aan die agterkant van die publikasie aangebring is. 'n Prikkel met 'n seksuele konnotasie is verder op dié voorblad gebruik, wat sirkulasie in die algemeen verhoog, terwyl rooi rose nie van so 'n prikkel gebruik gemaak het nie. Dus kan

die sukses van hierdie uitgawe nie uitsluitlik aan die gewildheid van die voorbladmodel toegeskryf word nie, maar het die verskeie voorbladelemente as geheel die sirkulasie positief beïnvloed. De Swart (2009) meld dat dié uitgawe besonder sterk was op redaksionele gebied en dat verbruikers steeds positief reageer op goeie inhoud.

3.3.6. November en Desember 2008

Tabel 3.8

Uitgawe	November	Desember
Toegevoegde waarde (promosie-item/"cover mount"/ekstras)	20% afslagkoepon van 'Temptations irresistible lingerie' (om Borskankerbewustheidsmaand te ondersteun) en ook 'n 'Toys R us' speelgoedgids is agter die uitgawe in plastiekomhulsel aangebring	'n A3-grootte bylae van Woolworths (1001 redes om Kersfees te ♥) is agter dié publikasie gevoeg en die hele pakket is in 'n plastiekomhulsel verpak
Mashoof	<i>SARIE</i> (pryse wat <i>SARIE</i> gewen het in mashoof aangekondig – soos by Junie-uitgawe)	<i>SARIE</i>
Kleur	Wit	Donkerpienkpers
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Agter
Voorbladmodel (wie)	Quinne Brown	Dana Winner
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse sepiester (voormalige Connie van 7de Laan op SABC2)	Gewilde Nederlandse sangeres, Dana Winner, ook baie gewild in SA, het reeds meer as 400 000 albums hier verkoop. Ten tyde van die uitgawe se verskyning begin sy met 'n konserttoer in SA saam met Steve Hofmeyr
Posisionering	Meer as 'n kop-en-skouer-foto (kop tot bors) is van die voorbladmodel gebruik. Model se skouers reguit na voor gedraai, so ook kop, kyk direk in die kamera in – direkte	'n Vollyf-foto is van die model op die voorblad gebruik. Haar skouers en bolyf is reguit na voor gedraai. Sy sit met haar bene na agter gevou (onder die rok). Haar

	oogkontak	hande is op haar skoot bo-oor mekaar gevou. Sy kyk direk in die kamera in – maak direkte oogkontak
Gesigsuitdrukking	Superglimlag, direkte oogkontak en volle glimlag met hare wat deur wind teruggewaaï word.	Superglimlag, direkte oogkontak en volle glimlag.
Haarkleur en kleur van oë	Lang donkerbruin hare en bruin oë	Kort blonde hare en blougroen oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n moulose, donkerpers, oopknoopbloes met ronde hals met valle ook op bors. Sy dra lang silwer oorbelle en haar hare is los en word deur wind teruggeblaas. Sy is ook natuurlik en neutraal gegrimeer.	Sy dra 'n lang, wye, skouerlose, donkerpienkpers rok, klein diamant-oorbelle (geen ander juwele nie). Sy is neutraal en natuurlik gegrimeer.
Prikkels (hoeveelheid, wedstryde uitgesluit)	Sewe	Ses
<p>Bewoording (van links bo, antiklosgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui)</p> <p>Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word aangedui soos dit op die voorblad verskyn</p> <p>Die bladsynommer waar elke artikel binne die publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring</p>	<p>1. <i>Kom eet by my!</i> (heldergeel) BARBARA SE NUWE KOSREEKS – Bladsy 133 (wit)</p> <p>2. 4 bl. boek-uitreksel (wit op pers strook) STEVE OOR SY KINDERJARE 'Skande was nooit ver weg' + foto's uit sy album – Bladsy 62 (wit)</p> <p>4. Goud, pêrels & diamante Als in jou somer-grimering – Bladsy 102 (wit) (“Temptation”-koepon bo-oor hierdie prikkel geplak, dus nie sigbaar op die rak nie)</p>	<p>1. skitter-idees (donkerpienk en pers) vir Oukersaand * spyskaart * Tafels * Geskenke * Modes – Bladsy 70, 80, 1101 121 PLUS Nataniël, Marita & Izak oor die musiek, die gemis en die mooi – Bladsy 20, 24, 224 (swart, plus – wit in oranje blok)</p> <p>3. <u>BISKOP TUTU</u> 'DIS GOD SE WÊRELD, ALS SAL OUKEI WEES' – Bladsy 44 (oranje)</p> <p>4. BOER SOEK 'N VROU (wit op pienk strook) Elma kies geskenke vir haar manne (maar wat dan van Bok & Schuster?)</p>

	<p>5. Jou geldsake (wit op rooi blokkie) Red jou huis, motor, besigheid (wit langs die rooi blok geposisioneer) Kenners gee raad – Bladsy 194 (geel)</p> <p>6. HOE? (wit) * DATE EK NÁ ALLEENWEES – Bladsy 240 (oranje) * VERLOOR EK UITEINDELIK GEWIG – (wit) * VERANDER EK MY LOOPBAAN (geel) * VIND EK LIEFDE NÁ 40 (ons lesers vertel) – Bladsy 212 (wit)</p> <p>7. Dilemmas (wit op rooi strook) Hy wil emigreer, ek nie – Bladsy 246 (wit) My man kan nie kinders hê – Bladsy 250 (geel)</p>	<p>– Bladsy 62 (wit)</p> <p>5. HOE? * Bly ek slank oor dié dae – Bladsy 204 (oranje) * Kry ek my man in die kerk – Bladsy 200 (ligpienk) * Hou ek vakansie sonder skuld (wit) – Bladsy 168</p> <p>6. LESERS VERTEL (wit) * Depressie kos my byna my kinders – Bladsy 196 * Tot siens, Karoo-plaas – Bladsy 198 (swart)</p>
<p>Hoofprikkel/Hoofartikel van uitgawe</p>	<p>3. KYK WIE KOM KUIER! QUINNE (geel) 'Ek mis my 7de Laan-mense – Bladsy 38 (wit op pers strook)</p>	<p>2. Eksklusiewe (wit op pers strook) Kers- KONSERTE (rooi) Dana Winner met nuwe liefde in SA (swart) VERNIET! 200 kaartjies Bl. 38 – Bladsy 38 (wit op donkerpienkblok)</p>
<p>Posisionering (hoofprikkel)</p>	<p>Links in die middelste derde van die voorblad, heelwat groter as die res van die prikkels aangebring.</p>	<p>Links in die middelste derde van die voorblad, heelwat groter as die res van die prikkels</p>

		aangebring.
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Twee
Wat word aangebied	Gratis! R11 300 se Sensuous-parfuum SIEN BL. 57	1. Maak jou mooi 300 gratis sessies vir lesers SIEN BL. 97 2. VERNIET! 200 kaartjies Bl. 38
Agtergrondkleur	Donkergrys	Wit
Verkoopprys van uitgawe	R21,95	R24,95
Sirkulasiesyfers	104 634	100 363

3.3.6.1. November 2008-bespreking (Bylae A, VII)

'n Afslagkoepon (20%) van 'Temptations irresistible lingerie' om borskanker-bewustheidsmaand te ondersteun is as promosie-item op hierdie uitgawe aangebring. 'n 'Toys R us'-speelgoedgids is ook by die pakket in 'n plastiekomhulsel ingesluit. Die mashoof is in wit voor die voorbladmodel geposisioneer en die pryse wat *SARIE* ontvang het, is (soos op die vorige uitgawes) tussen die letters van die mashoof aangebring. Die mashoof staan duidelik uit teen die donkergrys agtergrond van die voorblad en ook teen die voorbladmodel.

Die voorbladmodel vir dié uitgawe is Quinne Brown, beter bekend as die voormalige Connie van der Lecq van 7de Laan op SABC2. Die artikel handel oor haar lewe ná 7de Laan in San Francisco waar sy nou as verhoog-aktrise werk. Ten tyde van die samestelling van hierdie publikasie het Brown SA besoek en het sy eksklusief aan *SARIE* 'n artikel en voorbladfotosessie toegestaan.

'n Bolyf-foto van die voorbladmodel is ook op dié uitgawe gebruik. Die voorbladmodel se kop en skouers is reguit na voor gedraai en die model kyk dus in die kamera in en maak direkte oogkontak met die lesers. Die voorbladmodel is effens meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer en die Superglimlag-gesigsuitdrukking is gebruik (sien volledige beskrywing op bladsy 36). Die voorbladmodel het lang donkerbruin hare wat los hang en deur wind teruggewaai word, en bruin oë. Sy is gestileer in 'n moulose, donkerpers, oopknoopbloes met 'n ronde hals met valle. Dié voorbladmodel dra lang silwer oorbelle en is ook neutraal en natuurlik gegrymer.

Sewe prikkels (wedstryd uitgesluit) is op die voorblad aangebring. Die prikkel oor die voorbladmodel is heelwat groter as die ander prikkels en staan duidelik in geel en wit uit teen die voorbladmodel en grys agtergrond van dié uitgawe. Die ander ses prikkels is hoofsaaklik in wit. Enkele woorde is wel in geel of lig oranje aangebring. Die prikkels op hierdie voorblad is meer as wat daar op die vorige uitgawes gebruik is, maar almal is steeds maklik leesbaar en aan weerskante van die voorbladmodel aangebring. 'n Dieet-prikkel is ook op dié voorblad gebruik. Wat ook in aanmerking geneem moet word, is dat die afslagkoepon bo-oor die linker, onderste prikkel op die voorblad aangebring is. Dus was dié prikkel nie sigbaar alvorens die leser die afslagkoepon verwyder het nie.

Een wedstryd word aan die regterkant van die voorblad in 'n donkerpers sirkel aangekondig. "Gratis! R11 300 se Sensuous-parfuum, sien bl. 57". Die wedstryd word ook volledig binne die uitgawe verduidelik.

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 104 634 – bykans 38 000 eksemplare minder as die vorige uitgawe en naas die Julie- (95 523), Junie- (101 836) en Desember-uitgawes (100 363) van die swakste verkopers vir 2008. Dié uitgawe se sirkulasie is ook 21 175 eksemplare minder as *rooi rose* se November-uitgawe (125 809), waarop Elma Postma as voorbladmodel gebruik is. Wat ook in aanmerking geneem moet word, is dat *rooi rose* van hulle *rooi rose*-dagboekie as promosie-item gebruik gemaak het, wat jaarliks baie gewild is onder lesers, terwyl *SARIE* slegs 'n afslagkoepon aangebied het. Beide publikasies het 'n dieetprikkel gehad en dieselfde verkoopprys (R21,95). Wat verder kon bygedra het tot die daling in sirkulasie van dié uitgawe, is dat Quinne Brown (voorbladmodel) al 'n geruime tyd nie meer in die publieke oog in Suid-Afrika was nie. Sy het 7de Laan 'n paar jaar gelede reeds verlaat en sedertdien was sy nog nie weer op Suid-Afrikaanse TV te sien nie. In teenstelling hiermee is Elma Postma klaarblyklik baie gewild onder lesers (sien ook bespreking by die Maart-uitgawe van *SARIE* op bladsy 40). Die noem van Steve Hofmeyr in een van die prikkels kon nie *SARIE* se sirkulasie dié keer bo

rooi rose s'n uitlig nie, wat die September-uitgawe se hoë verkoopsyfer in 'n ander perspektief plaas.

3.3.6.2. Desember 2008-bespreking (Bylae A, VII)

'n A3-grootte Kersfees-bylae van Woolworths is by die Desember-uitgawe ingesluit en saam in 'n plastiekomhulsel verpak. Desember is ook die maand waarin Kersfees gevier word en deel van die feesseisoen, waartydens verkope normaalweg styg. Die mashoof is effens kleiner as die ander 2008-uitgawes se mashoofde en in donkerpienk, agter die voorbladmodel op die voorblad aangebring, in teenstelling met die res van *SARIE* se 2008-uitgawes, waar die mashoof voor die voorbladmodel geposisioneer is. Dié mashoof staan egter steeds duidelik uit aangesien dit kontrasteer met die wit agtergrondkleur van die voorblad.

Dana Winner, die gewilde sangeres van België, wat al meer as 400 000 albums in Suid-Afrika verkoop het, is as voorbladmodel vir dié uitgawe gebruik. Dit is veral tydig, aangesien haar konserttoer in Suid-Afrika saam met Steve Hofmeyr ook in die feestyd (net na die verskyning van dié uitgawe) begin het. Die artikel in die uitgawe handel oor haar konsert en die nuwe liefde van haar lewe. In teenstelling met die vorige uitgawes se gebruik van bolyf-foto's van die voorbladmodel, is daar op dié uitgawe 'n vollyf-foto van die voorbladmodel gebruik. Die foto van die voorbladmodel is aan die regterkant van die voorblad geposisioneer. Haar skouers en bolyf is reguit na voor gedraai. Sy sit met haar bene na regs agter gevou (onder haar rok). Die voorbladmodel se hande is op haar skoot bo-oor mekaar gevou en sy kyk direk in die kamera in en maak dus direkte oogkontak met die lesers. Die Superglimlag-gesigsuitdrukking (sien volledige beskrywing op bladsy 36) is ook op dié uitgawe gebruik. Die voorbladmodel het kort blonde hare en blougroen oë. Sy is gestileer in 'n lang, wye, skouerlose, donkerpienk rok en klein diamant-oorbelle (sy dra geen ander juwele nie). Sy is neutraal en natuurlik gegrimmeer.

Ses prikkels (die prikkel oor die wedstryd uitgesluit) is op die voorblad aangebring. Die hoofprikkel handel oor die voorbladmodel en is in die middel van die voorblad aan die linkerkant aangebring en heelwat groter as die ander en staan dus duidelik uit tussen die ander prikkels. Dié hoofprikkel word ook as eksklusief aangekondig. Die prikkel links bo die hoofprikkel se eerste woord is in verskillende skakerings van pienk, oranje en pers aangebring (skitter-idees) en ook groter as die res van dié prikkel se woorde. Die ander prikkels op die voorblad is in oranje, swart en wit onderskeidelik op die voorblad aangebring en is ook duidelik leesbaar teen die wit agtergrondkleur van die voorblad en ook teen die donkerpienk rok van die voorbladmodel. Daar is ook van 'n dieet-prikkel op dié voorblad gebruik gemaak: 'Hoe bly ek slank oor dié dae'. Alle prikkels is aan artikels binne die uitgawe gekoppel en word dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie (sien bladsynommers van artikels in tabel).

Twee wedstryde is op die Desember-uitgawe se voorblad aangebring. Lesers kan 200 kaartjies vir Dana Winner se konsert wen (in 'n donkerpienk blok aangekondig) en ook 300 mooimaaksessies vir lesers (in 'n oranje sirkel aangebring). Beide wedstryde word volledig binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommers in tabel).

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 100 363 – ongeveer 4 200 eksemplare minder as die vorige uitgawe naas die Julie- (95 523) Junie-uitgawe (101 836) die laagste vir 2008. Dié uitgawe het ook 18 343 eksemplare minder as *rooi rose* se Desember-uitgawe met Anna-Mart van der Merwe as voorbladmodel verkoop. Beide publikasies het gebruik gemaak van 'n dieet-prikkel op die voorblad. Wat ook in aanmerking geneem moet word, is dat dié uitgawe van *SARIE* se verkoopprijs van R21,95 tot R24,95 gestyg het, terwyl *rooi rose* se verkoopprijs R21,95 gebly het, dus kon die prysstyging bygedra het tot die daling in sirkulasie. 'n Faktor wat ook in aanmerking geneem moet word, is dat Anna-Mart van der Merwe (*rooi rose* se voorbladmodel vir die Desember-uitgawe) 'n baie gewilde Suid-Afrikaanse aktrise is, terwyl Dana Winner moontlik nie só gewild onder lesers is nie. Tydens 'n onderhoud op die radiostasie OFM (Woensdag, 24 Junie 2009 om 12:45) met Michéle van Breda (redakteur van *SARIE*) oor *SARIE* se 60ste verjaarsdag, het sy dit ook beaam dat Anna-Mart van der Merwe inderdaad een van *SARIE* se gewildste voorbladmodelle is, daarom gebruik hulle haar ook op hulle 60ste verjaarsdag-uitgawe in Augustus 2009. Die gebruik van 'n vollyf-foto van die voorbladmodel in teenstelling met die gebruik van slegs 'n bolyf-foto van die voorbladmodel soos normaalweg gebruik word, kon ook bygedra het tot dié daling.

3.4. Samevatting

Na die analisering van *SARIE* se 2008-voorblaaie, blyk dit dat hulle voorblaaie 'n basiese formaat het waarvolgens die verskeie voorbladelemente geposisioneer word. Dié formaat is egter nie rigied nie. Die grootte en posisionering van die hoofprikkel en ander en posisionering van die voorbladmodel wissel telkens. Daar is wel elemente wat herhaaldelik op dieselfde plek op die voorblad aangebring is: Die mashoof is deurlopend aan die bokant van die voorblad oor die hele breedte van die voorblad, ewe groot, in hoofletters voor die voorbladmodel aangebring (met die uitsondering van die Desember-uitgawe waar die mashoof effens kleiner, agter die voorbladmodel geposisioneer is). Die mashoof wissel ook in kleur van uitgawe tot uitgawe na gelang van die kleurkeuses vir die voorblad as geheel en is meestal kontrasterend met die agtergrondkleur om sodoende duideliker uit te staan. Die publikasie se slagspreuk, "my inspirasie", is ook deurgaans aan die regterkant van die voorblad direk onder die mashoof in

kleinletters aangebring en wissel in kleur van uitgawe tot uitgawe na gelang van die kleurkeuses van die spesifieke uitgawe. Die voorbladmodel is deurlopend op al die voorblaaie die hoofelement en beslaan dus die grootste deel van die voorblad.

In teenstelling met *rooi rose* se 2008-uitgawes, maak *SARIE* nie op elke 2008-uitgawe gebruik van 'n wedstryd-prikkel nie. Slegs op ses van die twaalf 2008-uitgawes word 'n wedstryd aangekondig. Die posisionering van dié prikkel wissel ook van uitgawe tot uitgawe. Wat ook uit die analise geblyk het, is dat die meeste uitgawes waarop daar melding gemaak is van 'n wedstryd, 'n hoër sirkulasiesyfer getoon het as uitgawes daarsonder, maar die sukses van dié uitgawes kan nie uitsluitlik toegeskryf word aan die teenwoordigheid van 'n wedstrydprikkel nie. Verskeie ander faktore dra by tot suksesvolle sirkulasiesyfers.

SARIE gebruik deurgaans slegs bekende, vroulike glanspersone (meestal Suid-Afrikaners of van Suid-Afrikaanse oorsprong) op hulle 2008-voorblaaie. Verskeie tipes glanspersone is as voorbladmodelle gebruik. *SARIE* het in 2008 grootliks gebruik gemaak van sepiesterre as voorbladmodelle; op sewe van die 12 uitgawes het sepiesterre verskyn. Twee Suid-Afrikaanse veteraan-aktrises (ook tans in plaaslike sepies te sien) is as voorbladmodelle gebruik, Michelle Botes (Januarie-uitgawe) en Brümilda van Rensburg (Augustus-uitgawe). Daar het ook twee sangeresse op die voorblad verskyn, naamlik Andriëtte Norman (April-uitgawe) en die Vlaamse sangeres Dana Winner (Desember-uitgawe). Die TV-aanbieder Lise Swart is as voorbladmodel saam met haar suster, Nina Swart, gebruik (Junie-uitgawe). In teenstelling met *rooi rose*, het *SARIE* van geen plaaslike of internasionale modelle op hulle 2008-voorblaaie gebruik gemaak nie.

Voorbladmodelle word nie meer as eenmaal per jaar op *SARIE* se voorblad gebruik nie. Met die uitsondering van die Junie-uitgawe (waarop twee voorbladmodelle verskyn het), word slegs een voorbladmodel per uitgawe normaalweg gebruik. Uit die ondersoek het dit ook geblyk dat die gebruik van twee voorbladmodelle moontlik minder gewild is onder lesers, gegewe die daling in dié uitgawe se sirkulasiesyfer. In teenstelling met *rooi rose* se gebruik van 'n kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel, gebruik *SARIE* 'n bolyf-foto (kop tot bors/buik) van die voorbladmodel (met die uitsondering van die Desember-uitgawe, waarop daar 'n vollyf-foto van die voorbladmodel gebruik is). Die gebruik van die vollyf-foto van die voorbladmodel blyk dalk minder gewild te wees onder lesers. Soos met *rooi rose* se voorbladfoto, is die foto van die voorbladmodel meestal meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer (sewe van die twaalf uitgawes). Vier van die 2008-uitgawes se voorbladfoto's is in die middel van die voorblad geposisioneer en slegs een meer na die linkerkant van die voorblad (Junie-uitgawe, waar twee voorbladmodelle gebruik is). Wanneer die voorbladfoto meer na die regterkant van die blad geposisioneer word, laat dit meer ruimte aan die linkerkant vir prikkels wat meer geskik is,

aangesien lesers geneig is om van links na regs te lees. Die Superglimlag is die gesigsuitdrukking wat meestal op die voorbladmodelle voorkom: nege van die twaalf voorblaaie se voorbladmodelle het 'n vol gesig en breë glimlag getoon met die tande duidelik sigbaar. Die kop is na voor gedraai of die ken effens omhoog met hare wat dikwels deur middel van wind terug gewaai word. Hier is die geprojekteerde stemming aggressief en die boodskap 'kyk-na-my', 'koop my', word na die leser uitgestuur. Die rede waarom hierdie gesigsuitdrukking meestal gebruik word, is dat lesers geneig is om dikwels die gelukkigste gesig op die winkelrak te kies. Die grimering van die voorbladmodelle is ook deurgaans baie neutraal en natuurlik aangewend (met die uitsondering van die Julie- en Augustus-uitgawe, waar die voorbladmodelle rooi lipstiffie dra).

SARIE koppel nie elke uitgawe aan 'n spesifieke tema soos *rooi rose* nie. Die hoofprikkel op elke uitgawe word meestal aan die voorbladmodel gekoppel (met die uitsondering van die Februarie- en September-uitgawes). Die hoofprikkel word ook heelwat groter as die ander prikkels op die voorblad aangebring en meestal in die onderste, regterkantste kwart van die voorblad geposisioneer (ses van die 12 uitgawes) en vier van die uitgawes se hoofprikkels is aan die linkerkant van die voorblad aangebring. Die kleur van die hoofprikkel word bepaal na gelang van die algemene kleurkeuse vir die uitgawe en kontrasteer meestal met die agtergrondkleur waarteen dit geposisioneer is. Die hoeveelheid prikkels wissel tussen ses en nege prikkels per uitgawe en word telkens weerskante van die voorbladmodel geposisioneer en wissel in kleur, grootte, lengte en tipografie. Dit gebeur ook soms dat 'n uitgawe met ses prikkels (soos die Desember-uitgawe) net so vol lyk soos 'n uitgawe met agt prikkels (Augustus-uitgawe). Alle prikkels wat op die voorblad gebruik word, is ook aan artikels binne die uitgawe gekoppel. Dus word die prikkels nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie; dit is ook funksioneel.

SARIE het meestal van ligter agtergrondkleure op hulle 2008-voorblaaie gebruik gemaak (op agt van die 12 uitgawes). Sodoende word die klem op die prikkels en voorbladmodel geplaas en is die prikkels makliker leesbaar.

Daar was 'n duidelike fluktuering in die sirkulasiesyfers van die 2008-uitgawes. Wat uit die inhoudsanalise geblyk het, is dat minder bekende persone of persone wat nie so gereeld in die publieke oog is nie, 'n laer sirkulasiesyfer tot gevolg het. Dit het ook geblyk dat promosie-items 'n positiewe invloed op sirkulasie het (byvoorbeeld, die gebruik van promosie-armbande op *SARIE* se Oktober-voorblad, die beste verkoper vir 2008). Wat ook na vore gekom het, is dat seisoensveranderinge 'n negatiewe invloed op die sirkulasie van *SARIE* en *rooi rose* het (kyk bladsy 49 en 53). Nog 'n faktor wat tydens die analisering van *SARIE* se voorblaaie na vore gekom het, is dat daar op nege van die twaalf uitgawes gebruik gemaak is van 'n dieet-prikkel

en/of 'n prikkel met 'n seksuele konnotasie. By ses van dié nege uitgawes het 'n algemene styging in sirkulasie voorgekom.

Derhalwe kan die afleiding gemaak word dat die sukses (of gebrek daaraan) van 'n publikasie se uitgawes nie uitsluitlik aan die gewildheid van die voorbladmodel toegeskryf kan word nie, maar dat die voorbladelemente as geheel die sukses van elke voorblad en uitgawe bepaal (sien teoretiese stelling 3 op bladsy 23). Dit het aan die lig gekom dat 'n aantreklike voorblad alleen nié die publikasie laat verkoop nie, tensy dit van sterk redaksionele-inhoud vergesel word. *SARIE* se voorblaaie voldoen ook aan al die vereistes wat volgens die literatuur aan voorblaaie gestel word (sien Hoofstuk 2).