

HOOFSTUK 4

Kwalitatiewe Inhoudsanalise: 'n Beskrywing en Interpretasie van die voorblaaie van *rooi rose*

4.1. Inleiding

4.1.1. Agtergrond en die transformasieproses binne *rooi rose*

Die vrouetydskrif *rooi rose* is in 1942 deur Mark Preston, skuilnaam vir Hendrik J Potgieter, van stapel laat loop. Sy boek, "My God en ek" (1950), vertel die verhaal van die verwesenliking van sy droom van 'n tydskrif vir Afrikaanse vroue. Hy het in Oktober 1941 saam met 'n vriendin, ene Leoni, en twee tiksters daaraan begin werk, en dit het in April 1942 verskyn met 24 bladsye en ses advertensies. Die kontroleur van papier het slegs 'n drukoplaag van 2 000 toegelaat en dit is binne twee tot drie dae uitverkoop (Preston, 1950:163).

Die naam van die tydskrif is deur Preston gekies en lank gekoester voordat sy tydskrif 'n werklikheid geword het. In die Tweede Wêreldoorlog (1939-1945) was daar nie elke maand genoeg papier beskikbaar nie, en die tydskrif het maar aangesukkel en eers weer van 1945 elke maand verskyn (Preston, 1950:164). Kort daarna het Preston in vennootskap gegaan met A.M. van Schoor (wat kort hierna redakteur van *Huisgenoot* geword het) en Marius Jooste, advertensiebestuurder van die Afrikaanse Pers Beperk. Ses maande later het hulle dit oorgegee aan APB (later Perskor) (Preston, 1950:170). Volgens Martie Pansegrouw, huidige redakteur van *rooi rose*, is dié publikasie met die ondergang van Perskor in die 1990's deur Caxton oorgeneem (Pansegrouw, 2009).

Oor so 'n lang tydperk heen is dit waarskynlik vanselfsprekend dat daar talle aanpassings of transformasies sou moes wees wat die bladgrootte, frekwensie, inhoud en voorblad betref (sien 'n voorbeeld van die transformasie van die voorblad van *rooi rose* aangeheg in Bylae B op bladsy VIII) (Pansegrouw, 2009). Die tydskrif het begin as maandblad, ongeveer A5-grootte, maar het later tweeweklik verskyn met yslike bladsye soos trouens vele vrouetydskrifte van die 1950's en 1960's was (Pansegrouw, 2008). Die blaai het eers weer in die 1970's, 1980's en 1990's kleiner geword.

'n Droom van Joan Kruger, eertydse redakteur van *rooi rose*, om van die publikasie 'n glansmaandblad te maak, is in 2000 bewaarheid. Sy het egter *rooi rose* verlaat en na die destydse *Keur* oorgeskuif (Pansegrouw, 2009). *Rooi rose* sou dan as glansmaandblad verskyn

en *Keur* sou as *Vrouekeur* weekliks verskyn om die gaping te vul. Onder groot geheimhouding het die eerste nuwe maandelikse *rooi rose* in November 2000 die lig gesien en onmiddellik groot opslae gemaak. Kort daarna het alle bestaande vrouetydskrifte, Afrikaans en Engels, *rooi rose* se voorbeeld gevolg (Pansegrouw, 2009).

Volgens Pansegrouw (2009) is *rooi rose* vandag 'n "klassieke glansvrouetydskrif" wat daarna streef om Afrikaanse vroue se eerste tydskrifkeuse te wees. Die publikasie fokus op die verskeie fasette van vrouwees, asook al die aspekte van vandag se lewe – van mode en skoonheid tot dekor en kos, asook innerlike skoonheid, welstand, gesondheid en fiksheid. *Rooi rose* lig hulle lesers in en vermaak hulle en moedig hulle aan om hulself te bemagtig en na 'n beter wêreld te strewe (Pansegrouw, 2009).

Die inhoud van *rooi rose* word in die volgende kategorieë ingedeel (Pansegrouw, 2009):

- 4.1.1.1. Mode en Styl: Elke vrou wil op haar beste lyk. *Rooi rose* wys hulle lesers die nuutste neigings en bespaar vir hulle kosbare tyd deur al die beste kopies vir hulle uit te soek.
- 4.1.1.2. Skoonheid en Gesondheid: Skoonheid strek nie net veldiep nie, maar gaan hand aan hand met gesondheid. *Rooi rose* kyk na die nuutste ontwikkelings en produkte in die gesondheid- en skoonheidswêreld om lesers te help om ingeligte inkopiekeuses te maak.
- 4.1.1.3. Kos en Vermaak: Afrikaanse vroue is bekend vir hulle kookvernuf en is ook gesondheidsbewus. Die kosblaaie in *rooi rose* is volgepak met idees en inligting oor wyn, onthaal, die nuutste kosneigings en familiemaaltye.
- 4.1.1.4. Dekor en Tuinmaak: 'n Vrou se huis is 'n weerspieëling van haarself en *rooi rose* bied al die nuutste en mees inspirerende dekor-idees aan hulle lesers.
- 4.1.1.5. Reis: In hierdie kategorie word lesers weggevoer na eksotiese bestemmings. Lesers word ook gewys hoe om avontuur in hulle lewens in te sluit en hulle horisonne te verbreed – die reisblaaie in *rooi rose* bied lesers die beste bestemmings, reisadvies en spesiale aanbiedings.
- 4.1.1.6. Ouerskap en Gesinslewe: Die ouerskapartikels in *rooi rose* is goed nagevors om aan lesers die jongste inligting, inspirasie en leiding te bied.
- 4.1.1.7. Geld en Sukses: Moderne vroue is net so ernstig oor hulle loopbane as oor hulle huise en families. *Rooi rose* bied goeie advies en nuttige inligting – of lesers nou in die werkplek suksesvol wil wees of net hulle huishoudelike begroting wil laat klop.

Pansegrouw (2009) meen die feit dat *rooi rose* die oudste bestaande vrouetydskrif in Suid-Afrika is met 'n uiters lojale leserskring, die publikasie van ander vrouetydskrifte onderskei. Ook

die feit dat *rooi rose* oor baie dekades heen aangepas het en moes herfokus om aan die vroue van daardie spesifieke tye se behoeftes te voldoen, maak hierdie publikasie besonders. Pansegrouw (2009) is ook van mening dat *rooi rose* steeds die klassieke vrouetydskrif is wat daarop gerig is om vroue in te lig, met kennis en insig te bemagtig en ook te help om by te bly met die snelveranderende modewêreld.

4.1.2. *Rooi rose* se lesersprofiel en mededinging in die tydskrifmark

Die publikasie se teikenmark, vandat dit in November 2000 'n maandblad geword het, bestaan uit Afrikaanse vroue op die ouderdom van ongeveer 35. Hulle is getroud, het kinders en verdien hulle eie salaris (Pansegrouw, 2009 en ABC, 2008).

Volgens die Audit Bureau of Circulation of South Africa se jongste sirkulasiesyfers (Januarie tot Maart 2009) is *rooi rose* tans naas *SARIE* (131 064) en *Cosmopolitan* (116 714) een van die grootste vrouetydskrifte in Suid-Afrika, met 'n gemiddelde sirkulasiesyfer van 111 839 (ABC, 2009). *rooi rose* het grotendeels 'n hoë LSM- (lewenstandaardmeting) lesers van groep sewe tot tien (78%) (ABC, 2008). Dié publikasie bied ook aan adverteerders 'n lojale, kreatiewe en interaktiewe gehoor met 'n spesifieke uitkyk op die lewe wat aan adverteerders die geleentheid gee om in 'n rustige omgewing te kommunikeer (ABC, 2008).

Rooi rose se lesersprofiel lyk soos volg (statistiek verskaf deur Pansegrouw, 2009 in korrelasie met die jongste bevindings van die Audit Bureau of Circulation of South Africa):

Tabel 4.1

OUDERDOM	16 – 24 jaar	25 – 34 jaar	35 – 49 jaar	50+ jaar	
	18%	17%	35%	31%	
GESLAG	Manlik		Vroulik		
	28%		72%		
ETNISITEIT/RAS	Swart	Wit	Bruin	Indiër	
	9%	58%	33%	0%	
TOTALE MAANDELIKSE VERDIENSTE	R0 – R4 000	R4 000 – R5 999	R6 000 – R9 999	R10 000 – R15 999	R16 000+
	16%	16%	17%	22%	29%

LEWENSTAN- DAARDMETING – LSM	LSM 1 – 3	LSM 4 – 6	LSM 7 – 10
	1%	21%	78%

rooi rose se statistiek dui dus daarop dat die blad oor drie gelyke, herkenbare groepe lesers beskik: een derde tussen 16 en 30, een derde tussen 31 en 45 en die ander derde van 46+ (*rooi rose* beskou die twee ouderdomsgroepe, 16-24 en 25-34 as een groep van 16-34). Daarvan word afgelei dat dié leserskap heel inklusief is: *Rooi rose* word gelees deur die hele gesin; dogter, moeder sowel as grootmoeder. Die publikasie se bruin leserskring is 33%, en hulle manlike leserskring 28% wat, soos *SARIE*, heelwat wyer aanklank vind as die meeste van hulle konkurrente (Pansegrouw, 2009).

Volgens Pansegrouw (2009) kompeteer dié publikasie ook met Engelse vrouetydskrifte, aangesien Afrikaanse vroue meestal ook Engels lees. Binne die Suid-Afrikaanse mark ding hulle hoofsaaklik teen die volgende vrouetydskrifte binne die genre mee: *SARIE*, *Finesse* en *Lééf*, nie net sirkulasiegewys nie, maar ook in terme van advertensie-inkomste.

4.1.3. *Rooi rose* se sirkulasiesyfers, Januarie tot Desember 2008

Die sirkulasiesyfers van *rooi rose* vir 2008 lyk soos volg (ABC, Januarie 2008 tot Desember 2008):

Tabel 4.2

Januarie 2008	142 018
Februarie 2008	92 751
Maart 2008	92 894
April 2008	85 403
Mei 2008	103 607
Junie 2008	77 396
Julie 2008	123 057
Augustus 2008	85 006
September 2008	106 130
Oktober 2008	92 648
November 2008	125 809

Desember 2008	118 706
Totale aantal tydskrifverkope	1 245 425

Volgens Pansegrouw (2009) en Myburgh Chemaly (2009:18-19) was daar 'n algemene daling in tydskrifverkope in 2008. Dit kan toegeskryf word aan die drastiese veranderinge in die ekonomiese toestande in Suid-Afrika. Lesers kan dit nou nie meer bekostig om maandeliks 'n verskeidenheid tydskrifte te koop nie. *Rooi rose* het in 2008 'n totaal van 1 245 425 eksemplare verkoop, 149 070 eksemplare minder as hulle grootste konkurrent, *SARIE*. Die fluktuering in sirkulasie sal vervolgens in die inhoudsanalise bespreek word.

4.2. Die ontwerp van die voorblad

Met die besluit in 2 000 om *rooi rose* om te skakel na 'n maandelikse glansvrouetydskrif, is daar ook 'n aantal ander besluite geneem wat op deeglike navorsing gegrond is (Pansegrouw, 2009). Dit sluit in: Die gesig van die tydskrif móét bekend, eietyds en vriendelik wees. Dit hou in dat die voorbladpersoon verkieslik 'n bekende persoonlikheid moet wees, vleiend gestileer en met 'n vriendelike glimlag. Later is ook besluit dat daar verkieslik altyd 'n vrou op die voorblad moet wees.

Volgens Pansegrouw (2009) word verskeie faktore in aanmerking geneem tydens die oorweging en/of beplanning van die voorblad, wat die voorbladmodel, kleurkeuses en prikkels insluit. Modeverskynsels, die seisoen, asook kennis van die stand van musiek-, drama-, TV-bedryf en die gewilde karakters van die tyd, met ander woorde die "sterre" van vandag, speel 'n rol tydens hierdie besluit.

Die teikenmark word ook deurgaans in gedagte gehou en voorbladgesigte word gekies wat in daardie tyd voorop in die lesers se gedagtes en op TV sal wees, of 'n ou bekende gesig soos Anneline Kriel, van wie die lesers graag weer sou wou weet.

Volgens *rooi rose* se redakteur speel die beskikbaarheid van sterre ook 'n geweldig belangrike rol tydens die beplanning van die voorblad, aangesien plaaslike sepies (byvoorbeeld) blootstellingskalenders het waarvolgens spesifieke sterre slegs op spesifieke tye blootstelling mag kry. Die verskyning van kandidate op ander mededingende publikasies se voorblaaie word ook in ag geneem, aangesien *rooi rose* so ver moontlik probeer om nie dieselfde voorbladmodelle as ander publikasies op dieselfde tydstip te gebruik nie (Pansegrouw, 2009).

In die loop van die navorsing se internskap van September tot November 2008 by *rooi rose* is gevind dat die voorbladbeplanningsproses soos volg geskied: Tydens beplanningsvergaderings word die opeenvolgende drie uitgawes normaalweg terselfdertyd vooruit beplan. Die senior redaksielede besluit eerstens op die spesifieke temas vir die uitgawes. Dit gebeur egter ook dikwels dat daar reeds op 'n voorbladmodel besluit is (of dat spesifieke sepiesterre slegs op 'n spesifieke tyd beskikbaar is) en dat die redaksie dan 'n tema vir die uitgawe kies wat by die spesifieke voorbladmodel pas of waarby dié voorbladmodel kan inpas.

Dit is die besturende redakteur, Hannelie Diedericks, se verantwoordelikheid om potensiële voorbladmodelle na te vors en voor te stel. Tydens die volgende beplanningsvergadering word daar dan normaalweg 'n debat gevoer oor die drie opeenvolgende uitgawes se voorbladmodelle (wat by die spesifieke temas moet pas) om sodoende vroegtydig die beskikbaarheid van die gekose voorbladmodelle (wat meestal uit TV-glanspersone bestaan) te bepaal. Sodoende word die persoon ook vroegtydig deur *rooi rose* bespreek om te verhoed dat ander vrouetydskrifte nie ook van daardie persoon vir daardie spesifieke uitgawe gebruik maak nie. Daar word ook gepoog om voorbladmodelle slegs vir een uitgawe per jaar of selfs minder dikwels te gebruik, tensy (in uitsonderlike gevalle) die persoon werklik iets merkwaardigs gedoen of bereik het. In so 'n geval sal sy meer as een maal per jaar gebruik word.

Tydens die voorbladbeplanningsvergadering kry die ander redaksielede ook die geleentheid om voorbladmodelle voor te stel en besluit hulle as span op die aangewese model. Nadat daar dan op 'n voorbladmodel en tema vir die uitgawe besluit is, word die kleurkeuses vir die uitgawe gedoen, kleure wat die voorbladmodel komplementeer word normaalweg gebruik. Die agtergrondkleur word nie elektronies na die tyd op die voorblad aangebring nie. Tydens die voorbladfotosessie, word die gekose agtergrondkleur vir die voorblad as agtergrond van die foto van die voorbladmodel reeds ingevoeg deur middel van rolle materiaal of muurpapier (afhangend van die skakering van die gekose agtergrondkleur). Daar is skynbaar 'n wyer verskeidenheid kleurskakerings in materiaal, daarom die gebruik daarvan (Diedericks, 2008).

Later, nadat die voorblad reeds ontwerp en uitgelê is en die artikels vir die uitgawe voltooi is, word prikkels (bluffers) saamgestel en op die voorblad aangebring. Sodoende word die leser se nuuskierigheid oor die inhoud geprikkel en word sy aangemoedig om die uitgawe te koop. Die tema van die uitgawe word normaalweg groter as die ander prikkels op die voorblad aangebring. Daar word ook gepoog om prikkels oor mode en skoonheid, kos en die hoofartikels van die uitgawe op die voorblad aan te bring. Bekendes oor wie daar in die uitgawe gelees kan word, se name verskyn ook normaalweg in prikkels op die voorblad. Hier word dan ook melding gemaak van die wedstryd wat in die spesifieke uitgawe geloods word (Pansegrouw, 2009).

Aangesien sirkulasiesyfers noodwendig 'n belangrike rol speel by die adverteerder se keuse van 'n advertensiemedium, is dit belangrik dat die verkeerde voorbladkeuse nie die leser afskrik nie. Daar is ook uit ondervinding bepaal dat 'n voorblad met 'n minder bekende voorbladmodel wel die verkoopsyfers kan laat daal. Dus is die regte voorbladkeuse van kardinale belang vir enige publikasie, aangesien die publikasie, soos enige ander besigheid, se hoofrol is om winsgewend te wees (Pansegrouw, 2009).

4.3. Inhoudsanalise van die voorblaaie van *rooi rose* vanaf Januarie 2008 tot Desember 2008 (sien afdrucke van alle 2008-voorblaaie in Bylae B vanaf bladsy IX tot bladsy XIV)

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

4.3.1. Januarie en Februarie 2008

Tabel 4.3

Uitgawe	Januarie	Februarie
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/"cover mounts"/ekstras)	Afrikaanse storieboek bygevoeg, baie gepas vir die vakansie	Februarie is die maand van die liefde, Valentynsdag-uitgawe
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>
Kleur	Wit	Wit
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Lika van den Bergh	Nina Swart
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse aktrise, was in 2005 te sien in 'Known Gods' op M-Net en is sedert 23 Januarie 2008 (kort na die Januarie-uitgawe op die rak verskyn het) in die nuwe TV-reeks, 'Feast of the Uninvited' ook op M-Net te sien. Sy is ook die	Suid-Afrikaanse aktrise en sepiester (Wilmien de Lange van 7de Laan op SABC2) in hierdie Valentynsdag-uitgawe skryf <i>rooi rose</i> oor haar besondere verhouding met haar suster, Lise Swart – die besondere

	dogter van die bekroonde aktrise Jana Cilliers en bekende akteur en regisseur Regardt van den Bergh.	liefde tussen twee susters.
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, model se skouers is effens na links gedraai, terwyl sy na regs direk in die kamera in kyk – direkte oogkontak	Kop-en-skouer-foto, model se skouers reguit na voor gedraai, sy kyk direk na voor in die kamera in – direkte oogkontak
Gesigsuitdrukking	Die superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Die superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Die model het lang donkerbruin hare en bruin oë	Die model het kort donkerbruin hare en bruin oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n wit bloes, regterskouer is naak, wit skulp halssnoer, haar hare is gekrul en boontoe vasgesteek, met krulle wat oor haar skouers hang, grimering neutraal en natuurlik	Model se skouers is naak (geen bloes sigbaar – skouerlose bloes), rooi bonkige krale halssnoer, hare is kort, grimering neutraal en natuurlik
Prikkels (hoeveelheid)	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>	<ol style="list-style-type: none"> Lika & kie (wit) ONTROER IN GROOT TV-DRAMA – Bladsy 18 (swart) BEKENDES (rooi) 'Disleksie kon ons nie stuit nie' – Bladsy 38 (swart) EKSKLUSIEF (rooi) CHARMAINE PHILLIPS: NA 21 JAAR VIR MOORD WINK GELUK – Bladsy 32 (swart) KINDERS (rooi) * Hoe vorm speelgoed jou kind? – Bladsy 92 (swart) * Steel jy jou kind se jeug? – Bladsy 106 (swart) LEES OOR (rooi) KATIE MELUA – Bladsy 46, KEVIN WOODS – Bladsy 50, 	<ol style="list-style-type: none"> Nina EN ANDER SUSTERS PRAAT UIT DIE HUIS UIT – Bladsy 18 (wit) BEKENDES (rooi) se geheime vir blywende liefde – Bladsy 30 (wit) SMEULEND (rooi) ONS SEXY SEPIE-AKTEURS – Bladsy 22 (wit) DIEET SAAM (rooi) 'N NUWE LYF VIR DIE NUWE JAAR – Bladsy 80 (wit) LEES OOR (rooi) RANDALL ABRAHAMS – Bladsy 40, ROY BENNETT – Bladsy 48, WILSON & ELIZE DUNSTER –

	<p>JAK DE PRIESTER – Bladsy 30, DOZI – Bladsy 38, EVA BRAUN – Bladsy 194 (swart)</p> <p>6. VAKANSIE: PAK SLIM VIR GEMAK EN STYL – Bladsy 72 (wit op rooi strook aan onderkant van voorblad)</p> <p>7. KOMEDIANTE 'VOORSPEL' LAG-LAG DIE TOEKOMS – Bladsy 24; MAAK SÓ DIE EERSTE SKOOLDAG MAKLIKER – Bladsy 96 (wit)</p>	<p>Bladsy 50, N.P. VAN WYK LOUW & TRUIDA POHL – Bladsy 42 (wit)</p> <p>6. SLIM KOS: KOOK EEN KEER, EET DRIE KEER – Bladsy 125 (wit op rooi strook, onderkant van voorblad)</p> <p>7. VERRAS JOU LIEFIE OP VALENTYNSDAG – Bladsy 46 VERLEIDELIKE ONDERGOEDJIES – Bladsy 58, DROOMVAKANSIE OP MAURITIUS – Bladsy 144, ROMANTIESE WESKUS-TROUE – Bladsy 36</p>
Hoofprikkel/Tema van uitgawe	8. RESEPTE VIR GELUK (rooi) 2008 (wit) heelwat groter as die ander prikkels	8. leef die liefde (wit) heelwat groter as die ander prikkels
Posisionering (Tema van uitgawe)	Onderste, regterkantste kwart van die voorblad	Onderste regterkantste kwart van die voorblad
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Twee
Wat word aangebied	Wen R30 000 se kombuistoestelle – Bladsy 118 (regs bo die mashoof geposisioneer)	Wen R30 000 se luukse velprodukte – Bladsy 55 (regs bo die mashoof geposisioneer) Wen R30 000 se stylvolle sandale – Bladsy 67 (skuins, regs bo die tema van die uitgawe geposisioneer)
Agtergrondkleur	Lig blouwit	Helderoranje
Verkoopprijs van uitgawe	R18,95	R18,95

Sirkulasiesyfers	142 018	92 751
-------------------------	---------	--------

4.3.1.1. Januarie 2008-bespreking (Bylae B, IX)

'n Afrikaanse storieboek is as promosie-item by die Januarie-uitgawe gevoeg. Hierdie item is veral vir die uitgawe gepas, aangesien dit Kersvakansie was (ten tyde van die verskyning van die publikasie) en almal ekstra tyd vir ontspanning en lees gehad het. Die promosie-item het ook 'n uiters positiewe uitwerking op die sirkulasiesyfer van dié uitgawe gehad. Daar is gebruik gemaak van 'n wit mashoof (*rooi rose*) wat voor die voorbladmodel geposisioneer is. Dié publikasie se leuse, "STYLVOL, SINVOL, PROPVOL", is deurgaans op alle 2008-uitgawes aan die linkerkant van die voorblad, direk onder die mashoof (dus as deel van die mashoof), in wit hoofletters op die voorblad aangebring.

Die voorbladmodel wat op hierdie uitgawe verskyn, is Lika van den Bergh, 'n Suid-Afrikaanse aktrise wat in 2005 in 'Known Gods' op M-Net te sien was. Sy was ook sedert 23 Januarie 2008 (kort na die Januarie-uitgawe op die rak verskyn; dus tydig) in 'n nuwe TV-reeks, 'Feast of the Uninvited', ook op M-Net, te sien. Sy is ook die dogter van die aktrise Jana Cilliers en regisseur Regardt van den Bergh.

'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is op die voorblad gebruik. Die model se skouers is effens na links gedraai, terwyl sy na regs, direk na voor in die kamera in kyk – dus direkte oogkontak met die leser maak. Die model is meer aan die regterkant van die voorblad geposisioneer. Daar is gebruik gemaak van die superglimlag-gesigsuitdrukking. Hierdie gesigsuitdrukking word gekenmerk deur 'n vol gesig en breë glimlag, met die tande duidelik sigbaar. Die kop is na voor gedraai of die ken effens omhoog met hare wat oor die skouers hang (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 voorbladmodel het lang donkerbruin hare en bruin oë, sy is gestileer in 'n wit bloes, haar regterskouer is naak, sy dra 'n wit skulp halssnoer en haar hare is gekrul en boontoe vasgesteek, met krulle wat oor haar skouers hang. Haar grimering is neutraal en natuurlik aangewend.

Agt prikkels is op hierdie uitgawe se voorblad gebruik. Die prikkel oor die voorbladmodel is heel bo aan die linkerkant van die voorblad aangebring. Die boonste reël van die prikkels (met die uitsondering van twee) is in rooi gedruk en die res van die prikkels verskyn dan in swart of wit. Die tipografie word ook deurentyd afgewissel; sommige prikkels se eerste reël of woord is in hoofletters terwyl die res van die prikkel dan in kleinletters volg, sommige prikkels is in vetdruk

terwyl ander weer minder beklemtoon word. Die lengte van die prikkels wissel. Die onderste prikkel op die voorblad is horisontaal oor die breedte van die voorblad op 'n rooi strook geplaas. Die tema van die Januarie-uitgawe is *resepte vir geluk 2008*. Die tema-aankondigings is heelwat groter as die res van die prikkels en is in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad, voor die voorbladmodel geposisioneer en in rooi en wit gedruk. Dus staan dié tema uit en kan dit met die eerste oogopslag gelees word. Die prikkels van hierdie uitgawe (behalwe die tema van die uitgawe en onderste prikkel) is almal aan die linkerkant gelys (langs die voorbladmodel). Alle prikkels is aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel) en nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie. Alle prikkels wat op hierdie voorblad gebruik is, is maklik leesbaar as gevolg van die eenvoudige tipografie en kleurkeuses wat aangewend is.

Een wedstryd word op die Januarievoorblad aangekondig. Die wedstryd is aan die regterkant van die voorblad (bo die mashoof) aangebring. Die lesers kan kombuistoestelle ter waarde van R30 000 wen. Die wedstryd word binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel). Die agtergrondkleur van hierdie uitgawe is lig blouwit, dus staan alle prikkels duidelik uit. Die algemene kleurkeuses van hierdie uitgawe was ook maklik leesbaar, eenvoudig en treffend.

Die sirkulasie vir hierdie uitgawe was 142 018, rooi rose se heel beste verkoper vir 2008 en bykans 12 000 eksemplare meer as SARIE se Januarie-uitgawe (130 385). Die sukses van hierdie uitgawe kan nie uitsluitlik aan die klaarblyklike gewildheid van die voorbladmodel toegeskryf word nie. Die feit dat dit feestyd was en die lesers met verlof en ekstra tyd gehad het vir ontspanning moet ook in aanmerking geneem word (dit geld ook vir SARIE). Die gebruik van die storieboek as promosie-item, dus toegevoegde waarde met die aankoop van hierdie uitgawe, kon 'n rol gespeel het, aangesien SARIE van geen promosie-item gebruik gemaak het nie. SARIE se verkoopprijs van R19,95 was effe duurder as dié van rooi rose (R18,95).

4.3.1.2. Februarie 2008-bespreking (Bylae B, IX)

Geen promosie-items ("cover mounts") is op die Februarie-uitgawe gebruik nie. Wat wel in ag geneem moet word, is dat Valentynsdag in Februarie gevier word en dat die hele uitgawe se tema, *leef die liefde*, daaraan gekoppel is.

Die mashoof is vir hierdie uitgawe in wit op die voorblad aangebring en die mashoof is voor die voorbladmodel geposisioneer en staan duidelik uit teen die helderoranje agtergrond en voorbladmodel. Die voorbladmodel op hierdie uitgawe is Nina Swart, Suid-Afrikaanse aktrise en

voormalige sepiester (Wilmien de Lange van 7de Laan op SABC2). In hierdie Valentynsdag-uitgawe skryf *rooi rose* oor die besondere liefde tussen susters, Nina en haar suster, Lise Swart, en 'n paar ander susters vertel die lesers meer oor hulle besondere verhouding.

'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is vir hierdie uitgawe gebruik. Die model se skouers is reguit na voor gedraai en sy kyk direk na voor in die kamera in en maak ook direkte oogkontak met die leser. Die model is ook meer na regs op die voorblad geposisioneer. Die gesigsuitdrukking wat vir hierdie uitgawe gekies is, is ook die superglimlag, aangesien die model direkte oogkontak met die leser maak en breed glimlag (sien volledige definisie in vorige uitgawe se beskrywing). Die model het kort donkerbruin hare en bruin oë. Die model se skouers is naak (geen bloes is sigbaar nie) en sy dra 'n bonkige rooi kralehalssnoer. Haar kort kapsel is modieus gestileer en haar grimering is neutraal en natuurlik aangewend.

Soos op die Januarie-voorblad, is agt prikkels op hierdie voorblad gebruik. Die prikkel oor die voorbladmodel is ook heel bo aan die linkerkant van die voorblad aangebring. Die boonste reël van die prikkels (met die uitsondering van drie, die prikkel oor die voorbladmodel, tema van uitgawe en onderste prikkel) is ook in rooi gedruk en die res van die prikkel verskyn dan in wit. Die tipografie word deurentyd afgewissel. Sommige prikkels se eerste reël of woord is in hoofletters terwyl die res van die prikkel dan in kleinletters volg, terwyl ander weer in vetdruk is en met ligter letters kontrasteer. Die lengte van die prikkels wissel ook. Die onderste prikkel op die voorblad is horisontaal oor die breedte van die voorblad op 'n rooi strook geplaas (soos op al die ander 2008-voorblaaië).

Die tema van die Februarie-uitgawe is *leef die liefde*. Die tema is groter as die res van die prikkels en is in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad, voor die voorbladmodel geposisioneer en in wit gedruk. Dus staan dié tema uit en kan dit met die eerste oogopslag gelees word. Die prikkels van hierdie uitgawe (met die uitsondering van die tema van die uitgawe en onderste prikkel) is almal aan die linkerkant gelys (langs die voorbladmodel). Alle prikkels is aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel) en nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie. Alle prikkels wat op hierdie voorblad gebruik is, is maklik leesbaar as gevolg van die eenvoudige tipografie en kleurkeuses wat aangewend is. Die kontras tussen die helderoranje agtergrond van die voorblad en die wit prikkels vergemaklik die leesbaarheid van die prikkels. Al is daar bevind dat uitgawes waarvan sommige prikkels 'n seksuele konnotasie of die belofte van kitsgewigsverlies het, veel beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Grow, 2002 en Myburgh Chemaly, 2009:19), vind hierdie stelling nie bevestiging by die Februarie-uitgawe nie.

Twee wedstryde word op die Februarie-voorblad aangekondig. Die een wedstryd (soos op die Januarie-voorblad) is regs bo die mashoof geposisioneer en die ander wedstryd is regs, skuins bo die tema van die uitgawe aangebring. Beide die wedstryde word ook binne die uitgawe verduidelik en bied stewige pryse aan die wenners. Dus is dit nie lokaas sonder substansie nie.

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe was 92 751, bykans 50 000 eksemplare minder as die Januarie-uitgawe en 22 630 eksemplare minder as *SARIE* se Februarie-uitgawe. Dit blyk egter dat *SARIE* se voorbladmodel vir dié voorblad gewilder was as dié van *rooi rose*. Dit kan toegeskryf word aan die feit dat Nina Swart nie meer so gereeld in die publieke oog is nie, terwyl Christi Panagio (as Karien in 7de Laan op *SARIE* se voorblad) voorop in lesers se gedagtes is. Die gewildheid (of gebrek daaraan) van die voorblad is nie die oorwegende faktor wat bygedra het tot die daling in sirkulasie nie. Januarie se sirkulasie was buitengewoon hoog (die beste vir 2008) en na die feesseisoen is die Februarie-verkope by die meeste tydskrifte ook aansienlik laer (sien ook *SARIE* se Februarie-syfers in Hoofstuk 3, ook 15 000 eksemplare minder as hulle Januarie-uitgawe). Uit hierdie sirkulasie is dit ook duidelik dat die verkoopprys nie 'n noemenswaardige rol in die sirkulasie van dié publikasies speel nie, aangesien *rooi rose* se sirkulasie (al is hulle goedkoper as *SARIE*) steeds laer was as dié van *SARIE*.

4.3.2. Maart en April 2008

Tabel 4.4

Uitgawe	Maart	April
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/"cover mounts"/ekstras)	Geen	Geen
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>
Kleur	Rooi	Rooi
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Margaret Gardiner	Tanya van Graan
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger,	Voormalige Mej. Heelal (1978) en bekende internasionale joernalis	Suid-Afrikaanse model, aktrise en deelnemer aan "Strictly come

filmster, model)		dancing" op SABC2 (ten tyde van die April-uitgawe) en sou binnekort in 'n plaaslike TV-drama op SABC2 verskyn.
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, Model se skouers is skuins na regs gedraai, kyk oor linkerskouer direk na voor in die kamera in.	Kop-en-skouer-foto, Model se skouers is skuins na regs gedraai, kyk oor linkerskouer direk na voor in die kamera in.
Gesigsuitdrukking	Die superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Die superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Lang bruin hare, bloubruin oë	Lang bruin hare, blougroen oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n wit bloes, los hare, lang oorbelle	Model dra 'n skouerlose silwer bloes, hare opgebind (hang oor linkerskouer) lang oorbelle
Prikkels (hoeveelheid)	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>	<ol style="list-style-type: none"> MARGARET GARDINER (rooi) onblusbare gees, stralende skoonheid (blougrys) – Bladsy 24 JOU HUWELIK (rooi) GOEIE MANS KAN OOK KUL (swart) – Bladsy 100 GEWELD (rooi) hanteer die trauma só (swart) – Bladsy 96 wanneer is 'n vrou op haar mooiste? (blougrys) - Bladsy 28 GESONDHEID (rooi) TE VEEL YSTER IS DODELIK (swart) – Bladsy 82 LEES OOR (rooi) SARAHANN DOHERTY – Bladsy 48, GRAEME SMITH – Bladsy 36, DEON OPPERMAN – Bladsy 	<ol style="list-style-type: none"> TANYA VAN GRAAN (rooi) plaasmeisie met 'n missie (donkergrys) – Bladsy 18 EKSKLUSIEF UIT HOLLYWOOD (rooi) johnny depp praat met ons (swart) – Bladsy 22 ONS PA SE GRU-DOOD (rooi) DIE PAD NA HELING (swart) – Bladsy 106 JOU HUWELIK (rooi) keer die krake (swart) – Bladsy 94 Paasfees: hou 'n Bybelse ete (donkergrys) – Bladsy 26 LEES OOR (rooi) AMALIA UYS – Bladsy 44, BENAZIR BHUTTO – Bladsy 186, AMANDA STRYDOM – Bladsy 36,

	<p>42, TERTIUS MEINTJIES – Bladsy 32 (swart)</p> <p>7. KOMBUISE: VIER STYLE VIR VANDAG – Bladsy 116 (wit teen rooi strook)</p>	<p>TOBIE CRONJÉ – Bladsy 32 (swart)</p> <p>7. PAASNAWEEK: WEGBREEKKOS OM IN TE PAK – Bladsy 132 (wit teen rooi strook)</p>
Hoofprikkel/Tema van uitgawe	<p>8. slim met min (rooi) WENKE OM GELD TE SPAAR – Bladsy 44; GROEN IS GOEDKOPER – Bladsy 112; STRAATSLIM MODE EN SKOONHEID – Bladsy 56-75; SKEI SELF VIR MINDER – Bladsy 104 (swart)</p>	<p>8. op die wenpad (rooi) KANKER: STEEDS VROU, STEEDS MOOI – Bladsy 56; PELGRIMSTOG NA KILIMANDJARO – Bladsy 100; BLIKSKOTTEL! VROU SE WEN-IDEE (wit)</p>
Posisionering (Tema van uitgawe)	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Een
Wat word aangebied	Wen R60 000 se luukse kombuistoestelle – Bladsy 124	Wen R35 000 se bedstelle – Bladsy 126
Agtergrondkleur	Wit	Wit
Verkoopprijs van uitgawe	R18,95	R18,95
Sirkulasiesyfers	92 894	85 403

4.3.2.1. Maart 2008-bespreking (Bylae B, X)

Die Maart 2008-uitgawe het geen promosie-items (“cover mounts”) op die voorblad aangekondig of vertoon nie. Wat egter in gedagte gehou moet word, is dat Februarie (wanneer

hierdie uitgawe op die winkelrak verskyn) die maand van noustrop en inkort, van rieme dunner sny ná die oordad van feestyd in die algemeen is (Pansegrouw, 2009). Hierdie faktor moet dus ook in berekening gebring word wanneer 'n mens na die sirkulasiesyfers van dié spesifieke uitgawe kyk en nie nét die gewildheid van die voorblad nie. Die mashoof (*rooi rose*) is in rooi op dié voorblad aangebring en is voor die voorbladmodel geposisioneer.

Die voorbladmodel wat op hierdie uitgawe verskyn is, 'n voormalige Mej. Heelal (1978) en internasionale joernalis, Margaret Gardiner. Dit sluit aan by die feit dat sy ingestem het om op 31 Oktober 2007 as gasspreker by *rooi rose* se oggendtee ten bate van KANSA op te tree. Sy het die gaste toegesprek oor haar eie kanker-ervaring en sedert die April 2008-uitgawe publiseer *rooi rose* maandeliks 'n eksklusiewe onderhoud wat Margaret met een van Hollywood se beroemdes en bekendes gevoer het.

'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is op die voorblad gebruik. Die model se skouers is skuins na regs gedraai, terwyl sy oor haar linkerskouer direk na voor in die kamera in kyk – direkte oogkontak, en sy is ook meer na regs op die voorblad geposisioneer. Soos in die vorige twee uitgawes is daar ook van die superglimlag-gesigsuitdrukking op hierdie uitgawe gebruik gemaak. Die voorbladmodel het lang bruin hare en bloubruin oë, sy is gestileer in 'n wit bloes, met lang oorbelle en haar hare hang los oor haar skouers. Haar grimering is baie neutraal.

Agt prikkels word op hierdie uitgawe gebruik. Die prikkel oor die voorbladmodel is heel bo aan die linkerkant van die voorblad aangebring. Die boonste reël van die prikkels is in rooi gedruk en die res van die prikkel verskyn dan in blougrys of swart. Die tipografie is ook deurentyd afgewissel. Die lengte van die prikkels wissel ook. Die onderste prikkel op die voorblad is horisontaal oor die breedte van die voorblad op 'n rooi strook geplaas. Die tema van die Maart-uitgawe is *slim met min*. Die tema is heelwat groter as die res van die prikkels en is in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad, voor die voorbladmodel geposisioneer en in rooi gedruk, dus staan dié tema uit en kan dit met die eerste oogopslag gelees word. Die prikkels van hierdie uitgawe (met die uitsondering van die tema van die uitgawe en onderste prikkel) is almal aan die linkerkant gelys (langs die voorbladmodel). Alle prikkels is ook aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommer van elke artikel langs die prikkel in tabel) en nie bloot as 'lokaas' vir lesers gebruik nie. Alle prikkels wat op hierdie voorblad gebruik is, is maklik leesbaar as gevolg van die eenvoudige tipografie en kleurkeuses wat aangewend is.

Op die Maart-voorblad word een wedstryd aangekondig. Die wedstryd is aan die regterkant van die voorblad (bo die mashoof) aangebring. Die lesers kan R60 000 se luukse kombuistoestelle wen (sien bladsynommer in tabel). Die agtergrondkleur van hierdie uitgawe is wit en laat die

prikkels duidelik uitstaan. Die algemene kleurkeuses van hierdie uitgawe was ook maklik leesbaar, eenvoudig en treffend

Die sirkulasie vir hierdie uitgawe was 92 824, bykans dieselfde as die Februarie-uitgawe se sirkulasie (92 751) en 150 meer as die April-uitgawe nie te versmaai vir die gordel-intrek-maand van die jaar nie. Dit kan moontlik toegeskryf word aan die feit dat daar op die April-voorblad van 'n minder bekende voorbladmodel gebruik gemaak is, wat dikwels 'n daling in sirkulasie tot gevolg het. *SARIE* se Maart-uitgawe het egter ongeveer 32 000 eksemplare meer as hierdie uitgawe van *rooi rose* verkoop (sien motivering bladsy 41). Na die analisering van *SARIE* se 2008-voorblaaie was dit ook duidelik dat Elma Postma (Dezi) en Steve Hofmeyr (al word hy net in prikkels genoem) veral goeie verkope verseker. Wat ook weereens duidelik uit hierdie maand se sirkulasie afgelei kan word, is dat die verkoopprijs van vrouetydskrifte (spesifiek *SARIE* en *rooi rose*) bykans geen invloed op sirkulasie het nie, aangesien *rooi rose* se Maart-uitgawe (R18,95) R1,00 goedkoper as *SARIE* (R19,95) s'n was en *SARIE* se sirkulasie steeds heelwat hoër is.

4.3.2.2. April 2008-bespreking (Bylae B, X)

Die April-uitgawe het ook geen toegevoegde waarde (promosie-items/"cover mounts") nie. Hoewel Paasfees nie die oorheersende tema was nie, is idees vir onder meer die Paastafel en wegbreekkos geplaas, wat moontlik 'n invloed op die verkope gehad het. Die mashoof is weereens in rooi aangebring en ook voor die voorbladmodel geposisioneer.

Tanya van Graan, Suid-Afrikaanse model en aktrise, pryk op die voorblad van hierdie uitgawe. Sy is aangewys as 2007 se sexyste vrou in Suid-Afrika en was ten tyde van die verskyning van die April-uitgawe een van die gewildste deelnemers van "Strictly come dancing" op SABC2 (dus groot nuus in daardie stadium) en sou binnekort in 'n nuwe plaaslike mini-dramareeks, *Malan & kie*, op SABC2 verskyn. 'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is op hierdie uitgawe se voorblad gebruik. Die model se skouers is ook skuins na regs gedraai terwyl sy oor haar linkerskouer direk na voor in die kamera in kyk (direkte oogkontak). Sy is ook soos op die Maart-uitgawe meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer. Soos op die Maart-uitgawe is daar ook van die Superglimlag-gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Sy het lang donkerbruin hare en blougroen oë. Die model is gestileer in 'n silwer bloes, haar hare is aan die regterkant van haar kop opgebind en hang oor die linkerskouer en sy dra lang oorbelle. Haar grimering is natuurlik en neutraal aangewend.

Soos met die Maart-uitgawe is daar weer van agt prikkels gebruik gemaak vir dié uitgawe, die eerste reël of twee van elke prikkel (met die uitsondering van een, wat heeltemal donkergrys is) is in rooi hoofletters aangebring en die res van die prikkels volg dan in swart, wit of silwer hoof-

/kleinletters. Die onderste prikkel op die voorblad is ook weer horisontaal oor die hele breedte van die blad, in wit op 'n rooi strook. Die tema van die uitgawe *op die wenpad* is rooi, heelwat groter as die ander prikkels en ook aan die onderste, regterkantste kwart van die voorblad aangebring en staan duidelik uit. Die prikkels wissel ook almal in lengte en is maklik en duidelik leesbaar teen die wit agtergrond. Die prikkels is ook almal (met die uitsondering van die 'tema van die uitgawe' en die onderste prikkel) aan die linkerkant, langs die voorbladmodel aangebring. Alle prikkels wat op die voorblad gebruik word, is aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommer in tabel).

Een wedstryd word op hierdie uitgawe se voorblad (soos met die April-uitgawe) aangekondig. Die lesers kan R35 000 se bedstelle wen. Die wedstryd word binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel). Die kleurkeuses van die April-uitgawe was bykans dieselfde as dié van die Maart-uitgawe, so-ook die posisionering en gesigsuitdrukking van die voorbladmodel en posisionering van die tema van die uitgawe.

Die sirkulasie vir hierdie uitgawe was 85 403, bykans 7500 minder as die vorige maand en ongeveer 44 500 eksemplare minder as die April-uitgawe van *SARIE* (sien motivering op bladsy 42). Pansegrouw (2009) meld dat die April-uitgawe tydens die hoogtepunt van die beurtragsage in SA op die rak verskyn het en dat Caxton gedurende hierdie periode 'n algemene daling in sirkulasie by al hulle tydskrifte ervaar het. Volgens Pansegrouw (2009) was nog 'n faktor wat kon bygedra het tot die daling in sirkulasie die feit dat die voorbladmodel, Tanya van Graan, nog nie só bekend was ten tyde van die verskyning van die April-uitgawe nie. 'n Faktor wat dalk meer beslissend was, is die opvallende ooreenkoms in kleurgebruik by Maart en April se voorblaaie in vergelyking met *SARIE* se verskillende kleurkeuses van dié twee maande (Maart, liggroen en April, pers).

Tabel 4.5

Uitgawe	Mei	Junie
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/"cover mounts"/ekstras)	Mode- en Skoonheidsbylae-winterstylgids	Geen
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>
Kleur	Rooi	Rooi
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Tanya Fourie	Amalia Uys
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Internasionale model	Sepiester (7de Laan-aktrise, San-Mari)
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, Model se skouers skuins na regs gedraai, kyk oor linkerskouer direk na voor in die kamera in.	Kop-en-skouer-foto, Model sit skuins na links gedraai, kyk na regs, direk in die kamera in
Gesigsuitdrukking	Die superglimlag, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Die 'sjokoladedoos' uitdrukking, geslote lippe met 'n volle glimlag, en die gesig is heeltemal na die kamera gedraai, direkte oogkontak.
Haarkleur en kleur van oë	Skouerlengte, blonde hare en bruingroen oë	Lang, rooibruin hare en bruin oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n fyn geruite bruin en roomkleurige bloes, pèrel-halssnoer, haar hare hang los, klein diamant-oorbelle	Model dra 'n roomkleurige rolnekbloes, met 'n kakiegroen moulose trui, haar hare hang los oor regterskouer
Prikkels (hoeveelheid)	Agt	Nege

<p>Bewoording (van links bo, antiklokgewys) 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"> 1. TANYA FOURIE (rooi) BEKENDE MA'S EN OUMAS OOR HULLE OOGAPPELS – Bladsy 18(swart) 2. EKSKLUSIEF (rooi) ZUMA: DIE WARE JACOB – Bladsy 28 (swart) 3. DWELMHIEL: 'ONS WAS DAAR' – Bladsy 102 (rooi) 4. so dra vroue met kurwes nuwe modes – Bladsy 52 (wit) 5. 300 BLADSYE REUSE-UITGAWE (rooi) 6. MOEDERSDAG: UIT MY MA SE KOMBUIS – Bladsy 135 (wit op rooi strook) 7. LEES OOR (rooi) ANGELINA JOLIE – Bladsy 24, KURT DARREN – Bladsy 36, ARNO JORDAAN – Bladsy 44, SUNETTE BRIDGES – Bladsy 18, VANESSA REDGRAVE – Bladsy 278, MARLENE DUMAS – Bladsy 32 (wit) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. AMALIA UYS (wit) DAAR'S VUUR AGTER DIE SOET GLIMLAG – Bladsy 20 (wit) 2. SEKSKLAG-JUFFROU (wit) ANDERKANT DIE NAGMERRIE – Bladsy 92 (wit) 3. oorleef die winter * KEER DIE HOES EN PROES * KRAG VIR BEURTKRAG – Bladsy 82 (wit) 4. MISDAAD (wit) BEMAGTIG JOUSELF 50 WENKE WAT JOU LEWE KAN RED – Bladsy 86 (wit) 5. PRAKTIESE PLANNE VIR 'N GERIEFLIKE TUISKANTOOR – Bladsy 112 (wit) 6. LEES OOR (rooi) NICO PANAGIO – Bladsy 24, ANDRÉ SWIEGERS – Bladsy 26, SARAH THERON – Bladsy, 40 LOUIS VAN WYK – Bladsy 34, JACKIE COLLINS – Bladsy, 190 PEGGY McCOLL – Bladsy, 100 JULIA ROBBERTS – Bladsy 30 (wit) 7. BEDERF JOUSELF: OMVATTENDE SPA-GIDS – Bladsy 64 (wit) 8. NUWE GENERASIE PA'S – Bladsy 26; MANS MET 'N PASSIE VIR BLOMME – Bladsy 36; HOE DIEP SY LIEFDE LÊ – Bladsy 42; KOLLIG OP PROSTAATKANKER – Bladsy 80 (wit)
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Hoofprikkel/Tema van uitgawe	8. MODE EN SKOONHEIDBYLAAG – Bladsy 185-26 (rooi) winterstyl 2008 (tema van uitgawe) (wit)	9. pa's wat rock (tema van uitgawe) (wit)
Posisionering (Tema van uitgawe)	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Twee
Wat word aangebied	Wen 'n wegbreek van R30 000 – Bladsy 148	Wen 'n wegbreek van R35 000 – Bladsy 152 Wedstryd skryf 'n liefdesroman – Bladsy 182
Agtergrondkleur	Roomkleurig	Ligte vaalbruin
Verkoopprijs van uitgawe	R18,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	103 607	77 369

4.3.3.1. Mei 2008-bespreking (Bylae B, XI)

Die Mei-uitgawe, is 'n stewige 300-bladsy-uitgawe (normaalweg wissel die uitgawes so tussen 196 en 220 bladsye per uitgawe), met 'n mode- en skoonheidbylaag vir die winter ekstra. Die uitgawe se tema is ook 'winterstyl 2008'. Meimaand is ook Moedersdag en word van melding gemaak op die voorblad. Die mashoof is weereens in rooi en voor die model geposisioneer.

Die internasionale model Tanya Fourie verskyn op hierdie maand se voorblad. In hierdie uitgawe het *rooi rose* met twee ma's en oumas oor hulle bekende kinders en kleinkinders gesels (Moedersdag). Op dié uitgawe se voorblad verskyn daar ook 'n kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel, haar skouers is na regs gedraai en sy kyk na links direk na voor in die kamera in en maak direkte oogkontak met die lesers. Die model is ook meer na regs op die voorblad geposisioneer. Soos in die Maart- en April-uitgawe is daar ook in hierdie uitgawe van

die superglimlag-gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Die model se hare is blond en hang op haar skouers en sy het bruingroen oë. Die model is gestileer in 'n fyn geruite bruin en roomkleurige bloes, sy dra 'n pêrel-halssnoer en ronde diamant-oorbelle, haar hare hang los op haar skouers en haar grimering is neutraal en natuurlik aangewend.

Soos in die vorige twee uitgawes is daar van agt prikkels op hierdie voorblad gebruik gemaak. Met die uitsondering van die onderste prikkel wat soos op die ander uitgawes op 'n rooi strook aangebring is en die vierde prikkel (wat net wit is) is al die ander prikkels se eerste en/of tweede reël in rooi hoofletters en die res van die prikkel in wit of swart, hoof- of kleinletters aangebring teen die ligte roomkleurige agtergrond van die voorblad en is maklik en duidelik leesbaar. Die prikkel, 300 BLADSY REUSE-UITGAWE, is ook effens groter, vetgedruk en rooi aangebring en staan dus effens meer as die ander prikkels uit. Die prikkel oor die voorbladmodel (soos in die vorige uitgawes) is ook die eerste prikkel (heel bo links). Die tema van hierdie uitgawe, winterstyl 2008, is ook weer in die regterkantste, onderste kwart van die voorblad aangebring en heelwat groter as die ander prikkels, dus staan die tema ook duidelik uit en word met die eerste oogopslag waargeneem. Alle voorbladprikkels se artikels verskyn ook binne die publikasie. Vyf van die prikkels is ook onder mekaar, aan die linkerkant van die voorbladmodel geïntegreer.

Een wedstryd word op die voorblad aangekondig (aan die regterkant van die voorblad, bokant die mashoof). Die lesers kan 'n wegbreek ter waarde van R30 000 wen. Die wedstryd word 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 103 607, meer as 10 000 eksemplare meer as die vorige drie uitgawes. Hierdie toename in sirkulasie kan nie uitsluitlik aan die gewildheid van die keuse van voorbladmodel toegeskryf word nie. Verskeie ander faktore het waarskynlik ook 'n rol gespeel, soos die mode- en skoonheidsbylaag (winterstyl 2008), die feit dat die uitgawe byna 100 bladsye meer as die vorige drie gehad het en Moedersdag. Die feit dat *rooi rose* se verkoopprijs van die Mei-uitgawe R3,00 goedkoper was as dié van *SARIE* het egter geen wesenlike invloed op die sirkulasiesyfer gehad nie, aangesien *SARIE* se sirkulasie vir hierdie uitgawe steeds aansienlik hoër (122 161) as dié van *rooi rose* was (sien motivering op bladsy 47). Die groot verskil in sirkulasie tussen *SARIE* en *rooi rose* is moontlik ook te danke aan *SARIE* se gebruik van Diaan Lawrenson (Paula van 7de Laan) as voorbladmodel, aangesien sy 'n besonder gewilde sepiester is (sy is ook vanjaar (2009) aangewys as die gewildste sepiester in SA).

4.3.3.2. Junie 2008-bespreking (Bylae B, XI)

Die Junie-uitgawe het geen toegevoegde waarde (promosie-items/"cover mounts" of ekstra) wat tot die voorblad toegevoeg is en 'n invloed op die sirkulasiesyfer van dié uitgawe kon hê nie. Wat wel in aanmerking geneem moet word, is dat dit ook Vadersdag in Junie is, dus is die tema van hierdie uitgawe ook aan Vadersdag gekoppel. Die mashoof is weer in rooi op die voorblad aangebring en voor die voorbladmodel geposisioneer.

Amalia Uys, die sepiester (7de Laan se San-Mari), verskyn op hierdie uitgawe en is as voorbladmodel vir hierdie spesifieke uitgawe gekies, aangesien sy 'n bekende sepiester is en ook 'n wonderlike verhouding met haar pa het, wat dus baie gepas is vir hierdie Vadersdag-uitgawe. 'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is weereens op die voorblad gebruik. Die model se skouers is effens na links gedraai en sy kyk na regs, direk in die kamera in en maak direkte oogkontak met lesers. Sy is meer na links geposisioneer op die voorblad. Sy is ook oor die breedte van die hele voorblad geposisioneer (in teenstelling met die vorige uitgawes waar die voorbladmodelle meer aan die regterkant van die bladsy geposisioneer is en 'n wit ruimte links gelaat is). Daar is gebruik gemaak van die 'sjokoladedoos'-gesigsuitdrukking ('chocolate box'). 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 lang rooibruin hare en bruin oë. Sy is gestileer in 'n roomkleurige rolnekbloes met 'n kakiegroen moulose trui, haar hare hang los oor haar regterskouer, geen juwele is sigbaar nie en sy is natuurlik en neutraal gegrimeer.

Op hierdie uitgawe se voorblad is daar van nege prikkels gebruik gemaak. Alle prikkels is in wit aangebring, behalwe die sesde prikkel se eerste twee woorde, Lees oor, in rooi. Die onderste prikkel is ook wit en op 'n rooi strook aangebring. Die lengte van die prikkels is effens langer vergeleke met dié van die vorige drie uitgawes en is gedeeltelik voor die voorbladmodel (se hare) aangebring. Al is daar ook bevind dat uitgawes waarvan sommige prikkels 'n seksuele konnotasie het, baie beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Grow, 2002), was dit nie die geval by die Junie-uitgawe nie (sien sirkulasie). Die tema van die uitgawe, *pa's wat rock*, is ook aan die regterkantste, onderste kwart van die voorblad geposisioneer, heelwat groter as die ander prikkels en staan dus uit. Alle prikkels staan duidelik teen haar rooibruin haarkleur uit en is ook maklik leesbaar. Alle prikkels se artikels kom ook binne die uitgawe voor (sien bladsynommers bo in tabel). Daar is van 'n ligte vaalbruin kleur vir die agtergrond gebruik gemaak.

In hierdie uitgawe word twee wedstryde aangekondig, die een (soos by ander uitgawes bo die mashoof geposisioneer), wen 'n wegbreek van R35 000, en die ander wedstryd word in geel, skuins onder die tema van die uitgawe aangekondig, wedstryd skryf 'n liefdesroman. Die wedstryde word binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel).

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe was 77 369 – die laagste vir 2008 en ook 24 467 minder as dié van *SARIE* se Junie-uitgawe (sien verduideliking op bladsy 49) ondanks die gebruik van twee voorbladmodelle. Daar moet altyd in ag geneem word, dat die sirkulasiesyfer nie nét gemeet kan word aan die gewildheid (of gebrek daaraan) van 'n voorblad nie. Daar is verskeie ander faktore buiten die voorblad en voorbladelemente van 'n publikasie wat 'n rol speel, onder andere die gewildheid van mededingers (*SARIE*, *Fairlady*, *Finesse* ens.) se voorblaaie en/of toegevoegde waarde (“cover mounts” en ekstras) wat saam met mededingers se voorblaaie verpak word vir die spesifieke uitgawe en ook watter publikasie eerste die maand op die rak verskyn. Ook moet die styging van die verkoopprijs van dié publikasie van R18,95 (Mei-uitgawe) tot R21,95 (Junie-uitgawe) in berekening gebring word. Volgens Pansegrouw (2009) het vorige jare se navorsing ook getoon dat wintertyd normaalweg ook laer sirkulasiesyfers, in teenstelling met die oorsese neiging dat mense meer lees as dit kouer raak, vir SA beteken. Pansegrouw (2009) meld ook dat daar in ag geneem moet word dat die Junie-uitgawe (soos die April-uitgawe) ook tydens die hoogtepunt van die beurtragsage in SA op die rak verskyn het, en dat Caxton oor al hulle tydskrifte in hierdie tyd 'n verlaging in verkope ondervind het. Amalia Uys, die voorbladmodel van die Junie-uitgawe, was ook moontlik (soos Tanya van Graan op die April-uitgawe) nog nie bekend genoeg gewees nie, wat dus ook kon bydrae tot die daling in sirkulasie (Pansegrouw, 2009).

4.3.4. Julie en Augustus 2008

Tabel 4.6

Uitgawe	Julie	Augustus
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/“cover mounts”/ekstras)	Geen	Banier – gratis Garnier australiet' eksemplaar binne; Bakers mini krieketspeletjie, Paarl Cultivaria-gids (agter bygevoeg)
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>
Kleur	Rooi	Wit

Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Charlize Theron	Michelle Botes
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Internasionale filmster	Suid-Afrikaanse aktrise
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, Model sit skuins, kyk oor linkerskouer direk na voor in die kamera in.	Kop-en-skouer-foto, model effens na regs gedraai, kyk direk na voor in die kamera in
Gesigsuitdrukking	Romantiese uitdrukking, nie-glimlaggend, lippe net effens van mekaar, tande gedeeltelik sigbaar, direkte oogkontak	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Blonde krulhare, skouerlengte, groen oë	Kort, swart hare, bruin oë
Stilering en kleurkeuses	Model se hare hang los tot op skouers, skouerlose bloes	Model dra 'n donkerpers bloes met 'n kraag met valle (staan regop teen nek), diamant-oorbelle
Prikkels (hoeveelheid)	Nege	Agt
<p>Bewoording (van links bo, antiklokgewys) 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</p>	<ol style="list-style-type: none"> WEET JY WIE IS JOU KIND SE ROLMODELLE? – Bladsy 100 (swart) ERIK HOLM (rooi) HART VAN 'N HELD – Bladsy 40 (swart) 13 WENKE (rooi) die nuwe seks is groen – Bladsy 88 (swart) Mandi du Plooy se bruilofsfees – Bladsy 34 (rooi) LEES OOR (rooi) SANDRA BOTHA – Bladsy 38, BRAM & MOLLY FISCHER – Bladsy 206, 	<ol style="list-style-type: none"> MICHELLE BOTES EN ANDER SKONES SE JONKBLYGEHEIME – Bladsy 18 (wit) UITEINDELIK HIER IS DIE WARE LISA DE WAAL – Bladsy 42 (wit) 100 (ligpers) jaar jonk is jou voorland – Bladsy 76 (wit) ONS LAND (wit) KLA MINDER & DOEN MEER – Bladsy 94 (wit)

publikasie verskyn, word na elke prikkel aangebring	<p>NOELIEN 3 TALK – Bladsy 24, PAMELA JOOSTE – Bladsy 46, STIAN BAM – Bladsy 22 (swart)</p> <p>6. LEEF DIÉ WINTER IN ‘N LAER RAT – Bladsy 27; VOED JOU SIEL MET AARDSE KOS – Bladsy 136; IDEES: MAAK ‘N TUINPAADJIE – Bladsy 164; DENIM IS VIR ALMAL – Bladsy 66; MAKLIKE STAPPE NA MOOIWEES – Bladsy 70 (rooi)</p> <p>7. DEKOR VIR DIE WINTER: WOEL MET WOL – Bladsy 118 (wit op rooi strook)</p> <p>8. EKSKLUSIEF (rooi) CHARLIZE THERON (wit) ons ster het die wêreld aan haar voete – Bladsy 18 (swart)</p>	<p>5. LEES OOR (donkerpers) RYK NEETHLING – Bladsy 26, SUSAN SARANDON – Bladsy 28, BENNIE MOSTERT – Bladsy 38, CARLA BRUNI – Bladsy 192, ELIZABETH FOURIE – Bladsy 40 (wit)</p> <p>7. NUWE RESEPTE: BYKOS IS NIE BYSAAK NIE – Bladsy 122 (wit op rooi strook)</p> <p>8. JAAG JOU DROME NA – Bladsy 32; SPEEL KLAAR MET PLOOIE – Bladsy 62, DRA WAT JY WIL – Bladsy 47; KRY ‘N SKITTERWIT GLIMLAG – Bladsy 80 (wit)</p>
Hoofprikkel/Tema van uitgawe	9. vuurwarm (rooi)	8. tydloos (ligpers) VERGEET DIE JARE (donkerpers)
Posisionering (Tema van uitgawe)	In die middel aan die onderkant van die voorblad, voor die model	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Een
Wat word aangebied	Wen R30 000 se kombuistoestelle – Bladsy 192	Wen R60 000 se handsakke en horlosies – Bladsy 70
Agtergrondkleur	Wit	Ligte gryspers
Verkoopprijs van	R21,95	R21,95

uitgawe		
Sirkulasiesyfers	123 057	85 006

4.3.4.1. Julie 2008-bespreking (Bylae B, XII)

In die Julie-uitgawe is daar van geen toegevoegde waarde (promosie-items/"cover mounts" of ekstras) gebruik gemaak saam met die voorblad nie. Die mashoof is weer in rooi op die voorblad aangebring en voor die voorbladmodel geposisioneer.

Die internasionale filmster Charlize Theron is as voorbladmodel gebruik. Geen publikasie het werklik 'n spesiale rede nodig om Charlize as voorbladmodel te gebruik nie, maar sy het ook onlangs (rondom Julie 2008) 'n nuwe film bekendgestel, "Sleepwalking", waarin sy nie alleen die hoofrol vertolk nie, maar waarvan sy ook die vervaardiger is. Volgens die publikasie pas sy ook by die tema van hierdie uitgawe, aangesien sy as 'n 'vuurwarm' (tema van uitgawe) vrou beskou word. 'n Kop-en-skouer-foto is ook van hierdie voorbladmodel gebruik. Die model se skouers is na regs gedraai, terwyl sy oor haar linkerskouer direk na voor in die kamera in kyk (direkte oogkontak). Die model is meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer. Op dié voorblad is daar van die 'romantiese' gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Hierdie meer algemene gesigsuitdrukking is so aangepas dat dit gepas is vir mans en vroue. Dromerig, nie glimlaggend, sensueel of seksueel. Die twee definitiewe stemminge wat beslis deur hierdie gesigsuitdrukking geskep wil word, is moontlike 'beskikbaarheid' en definitiewe 'beskikbaarheid' (Broes, 1983:192). Die voorbladmodel het blonde hare wat op haar skouers hang en groen oë. Haar hare hang los tot op haar naakte skouers, geen bloes of juwele is sigbaar nie en haar grimering is neutraal en natuurlik aangewend.

Op die Julie-voorblad is daar van nege prikkels gebruik gemaak. In teenstelling met die vorige vier uitgawes is die prikkel oor die voorbladmodel aan die regterkant, bo die tema van die uitgawe (in die middel van die voorblad aan die onderkant) in die onderste, regterkantste kwart van die voorblad geposisioneer. Die artikel oor Charlize Theron (voorbladmodel) word ook as eksklusief aangekondig. Die prikkels is in swart, rooi en wit op die voorblad aangebring. Die tema van die uitgawe is "vuurwarm" en word in rooi aangekondig. Al die prikkels kom ook in artikels binne die uitgawe voor. Die prikkels is ook almal duidelik en maklik leesbaar teen die wit agtergrond, so-ook die prikkels wat voor die model geposisioneer is.

Op hierdie voorblad word een wedstryd aangekondig (regs bo die mashoof). Lesers kan kombuistoestelle ter waarde van R30 000 wen. Die wedstryd word ook (soos in vorige

uitgawes) 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 123 057 (derde hoogste syfer vir 2008) en ook 27 534 eksemplare meer as *SARIE* se Julie-uitgawe (95 523), wat (met die uitsondering van al die ander faktore soos by die Junie-uitgawe genoem) kan dui op die gewildheid van die bekende Suid-Afrikaanse Oscar-wenner as voorbladmodel. Nog 'n faktor wat tot dié hoë sirkulasie kon bydra is dat prikkels met 'n seksuele konnotasie veel beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Grow, 2002). Op die Julie-uitgawe het die prikkel “13 Wenke, die nuwe seks is groen”, verskyn. Beide *SARIE* en *rooi rose* se Julie-uitgawe het ook dieselfde verkoopprijs (R21,95), dus was die verkoopprijs nie 'n faktor tydens die leser se keuse van publikasie nie.

4.3.4.2. Augustus 2008-bespreking (Bylae B, XII)

Hierdie uitgawe het 'n banier om waarop die nuwe “Garnier Australiet” geadverteer word, asook 'n gratis eksemplaar binne die uitgawe. Daar is ook 'n gratis 'Bakers' mini-krieketspeletjie in die plastiekomhulsel voor die voorblad geplaas en aan die agterkant van dié uitgawe is die Paarl Cultivaria-program bygevoeg.

Die mashoof is in wit op die voorblad aangebring en voor die voorbladmodel geposisioneer. Die Suid-Afrikaanse aktrise Michelle Botes is as voorbladmodel gebruik. Sy is vir hierdie uitgawe gekies aangesien sy as 'n 'tydlose skoonheid' beskou word, en dus by die tema, 'tydloos', van hierdie uitgawe pas. Daar is gebruik gemaak van 'n kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel. Haar skouers is effens na regs gedraai, terwyl sy direk na voor in die kamera in kyk en direkte oogkontak met die leser maak, sy is min of meer in die middel van die voorblad geposisioneer. Sy is oor die hele breedte van die voorblad geposisioneer (soos die voorbladmodel van die Junie-uitgawe, in teenstelling met die ander vorige uitgawes waar die voorbladmodel meer na regs geposisioneer is, met 'n ruimte links waar die prikkels aangebring is). Die voorbladmodel het ook 'n Superglimlag-gesigsuitdrukking. Sy het kort, swart hare en donkerbruin oë. Die model is gestileer in 'n donkerpers bloes waarvan die kraag (met valle) regop in haar nek staan. Sy dra diamant-oorbelle en is natuurlik en neutraal gegrimeer.

Op hierdie voorblad is daar van agt prikkels gebruik gemaak. Die prikkels is in wit en ligpers teen die ligte gryspers agtergrond en voorbladmodel aangebring (met die uitsondering van die onderste prikkel wat op die rooi strook aangebring is). Die prikkels is almal duidelik en maklik leesbaar en die tipografie is ook afgewissel. Die tema van die uitgawe, *tydloos vergeet die jare*, is in ligpers en donkerpers voor die voorbladmodel in die onderste, regterkantste kwart van die

voorblad aangebring en is heelwat groter as die ander prikkels en kan duidelik as die tema van die uitgawe onderskei word. Al die prikkels op die voorblad verskyn ook binne die uitgawe (sien bladsynommers van artikels in voorafgaande tabel).

Een wedstryd (regs bo die mashoof) word op die voorblad aangekondig. Lesers kan handsakke en horlosies ter waarde van R60 000 wen. Die wedstryd word binne die uitgawe verduidelik en is dus nie 'n foefie net om lesers te lok nie (sien bladsynommer in tabel).

Die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe was 85 006 (naas die Junie-uitgawe die swakste verkoper vir 2008) en ook bykans 30 000 eksemplare minder as *SARIE* se Augustus-uitgawe (sien bespreking op bladsy 55). Dus kan die afleiding gemaak word dat ekstra promosie-items ('Bakers'-speletjie en gratis Garnier-eksemplaar asook Cultivaria-program) nie noodwendig altyd hoër sirkulasiesyfers verseker nie. Intendeel, hierdie items (ook die Garnier-banier) het die voorblad grootliks bedek; daarom was die voorbladmodel en mashoof nie met die eerste oogopslag sigbaar nie. Pansegrouw (2009) is ook van mening dat Michelle Botes (die voorbladmodel) van die Augustus-uitgawe dalk al oorbelig is (mense het al té veel oor haar geles) en niks nuuts het om te sê nie. Die rol wat 'n akteur (voorbladmodel) op daardie oomblik (ten tyde van die publikasie se verskyning op die winkelrak) in sepies of TV-dramas vertolk, speel ook 'n groot rol. Positiewe rolle het 'n veel positiewer uitwerking op verkope as negatiewe rolle, wat ook spesifiek met die gebruik van Michelle Botes as voorbladmodel kon geld as gevolg van haar 'negatiewe rol' (Cherel in *Isidingo* op SABC3) in daardie stadium. In teenstelling met *rooi rose* het *SARIE* se Januarie-voorblad met Michelle Botes 'n sirkulasiesyfer van 130 385 (hulle derde beste verkoper vir die jaar) meegebring (sien bladsy 35). Dus is dit duidelik dat die tyd van die jaar (winter- en somermaande asook Feestyd) 'n drastiese invloed op sirkulasie het, asook die stilering van die voorbladmodel en al die ander voorbladelemente as 'n geheel bydra tot die sukses (of gebrek daaraan) van 'n uitgawe.

4.3.5. September en Oktober 2008

Tabel 4.7

Uitgawe	September	Oktober
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/"cover mounts"/ekstras)	Gratis 'Decadent Chocolate'-bewys ter waarde van R159 en <i>rooi rose</i> se jaarlikse somerserpie (verskeie kleure)	Fossiel 35% afslag koepon en somerstyl 2008-bylaag
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>

Kleur	Wit	Rooi
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Rolanda Marais	Janie du Plessis
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse aktrise (tans bekend as Stefanie in die sepie Binnelanders op M-Net)	Sakevrou en voormalige Suid-Afrikaanse aktrise
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, model kyk direk na voor in die kamera in.	Kop-en-skouer-foto, model kyk direk na voor in die kamera in.
Gesigsuitdrukking	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag
Haarkleur en kleur van oë	Swart korterige hare, groenbruin oë	Blonde skouerlengte hare, groen oë
Stilering en kleurkeuses	Model dra 'n dowwe pienk moulose bloes, groot kleurvolle oorbelle, los hare	Model dra 'n wit langmoubloes en halsnoer van wit en silwer krale, haar hare hang los
Prikkels (hoeveelheid)	Agt	Nege
<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</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. DIE VELE GESIGTE VAN ROLANDA MARAIS – Bladsy 20 (wit) 2. EKSKLUSIEF (swart) ANNELI VAN ROOYEN BYNA VERNIETIG – Bladsy 36 (wit) 3. KRISIS! ONS KOS RAAK OP – Bladsy 96 (wit) 4. KINDERPARTYTJIES IS NIE MEER SPELETJIES NIE – Bladsy 102 5. SUIKERSOET MODES EN SMAKE VIR DIE LENTE – Bladsy 52 (wit op 'n rooi strook) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. JANIE DU PLESSIS 'stres is erger as kanker' – Bladsy 22 (wit) 2. JOU KIND SE SELFBEELD IN JOU HANDE – Bladsy 170 (wit) 3. UITOORLÉ AFSPRAAKVERKRAGTERS – Bladsy 164 (wit) 4. EET BETER LEEF LANGER (rooi) resepte vir lewenslus – Bladsy 241 (swart) 5. 300 BLADSYE REUSE-UITGAWE (wit) 6. BORSKANKER: NUWE

na elke prikkel aangebring	<p>6. LEES OOK OOR (swart) BREYTEN BREYTENBACH – Bladsy 34, COENIE DE VILLIERS – Bladsy 40, ANTON GOOSEN – Bladsy 48, DORIS LESSING – Bladsy 190, ELANA MEYER – Bladsy 30, KAREN BOTHA – Bladsy 30 & ZOLA BUDD – Bladsy 30 (swart)</p> <p>7. SKUD DIE WINTER VAN JOU LYF AF – Bladsy 70, ONS DIËTERS: SO LYK ONS NOU – Bladsy 82, SAKEVROUE VERANDER SWAARKRY IN SUKSES – Bladsy 24 (wit)</p>	<p>DEURBRAAK BRING HOOP – Bladsy 152 (wit op rooi strook)</p> <p>7. LEES OOK OOR NATALIE DU TOIT – Bladsy 160, MARK PILGRIM – Bladsy 40, DANNY TITUS – Bladsy 46, ANTOINETTE PIENAAR – Bladsy 42, DARRYL DESMARAIS – Bladsy 50, JO-ANN STRAUSS – Bladsy 26, CHARLENE TRUTER – Bladsy 26 & ELITA DE KLERK – Bladsy 292 (swart)</p> <p>8. mode- & skoonheidsgids: ons wys die seisoen se beste – kies wat jou pas – Bladsy 61 (swart)</p> <p>9. EKSKLUSIEF (swart) GEORGE CLOONEY elke vrou se droom – Bladsy 32 (rooi)</p>
Hoofprikkel/Tema van uitgawe	8. 'n nuwe jy (wit)	8. + somerstyl 2008 (turkoois)
Posisionering (Tema van uitgawe)	Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model	Onder in die middel van die voorblad, voor die model
Wedstryde op voorblad aangekondig (hoeveelheid)	Een	Een
Wat word aangebied	Wen R34 000 se beddens en linne – Bladsy 112	Wen 'n luuksespa-wegbreek – Bladsy 228
Agtergrondkleur	Vuil pienk	Wit
Verkoopprijs van uitgawe	R21,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	106 130	92 648

4.3.5.1. September 2008-bespreking (Bylae B, XIII)

Twee promosie-items is toegevoeg tot die voorblad van die September-uitgawe wat in ag geneem moet word wanneer daar na die sirkulasiesyfer van hierdie uitgawe gekyk word. 'n 'Decadent chocolate'-geskenkbewys ter waarde van R159 asook 'n *rooi rose*-serp in verskeie kleure (wat jaarliks in die Augustus- of September-uitgawe gevoeg word en reeds besonder gewild is) vir die lente. Die mashoof is in wit aangebring en ook voor die voorbladmodel geposisioneer.

Rolanda Marais, Suid-Afrikaanse aktrise en sepiester (tans beter bekend as Stefanie in die sepie, *Binnelanders* op M-Net) is die voorbladmodel vir hierdie maand se uitgawe. In genoemde uitgawe beklemtoon *rooi rose* Rolanda se veelsydige voorkoms wanneer hulle haar voorkoms verander sodat sy soos verskeie ander ou bekende aktrises lyk. Die 'nuwe gesigte' van Rolanda pas dan ook by die tema van hierdie lente-uitgawe, 'n nuwe jy. 'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is op die voorblad gebruik. Die model kyk direk na voor in die kamera in (direkte oogkontak) en is meer na regs op die voorblad geposisioneer (wat meebring dat daar aan die linkerkant 'n leë strook is waar enkele van die prikkels aangebring is). Soos op vele vorige 2008-uitgawes is daar ook van die Superglimlag-gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Sy het donkerbruin hare (net-net op haar skouers) en groenbruin oë. Die model is gestileer in 'n dowwe pienk moulose bloes, groot kleurvolle oorbelle en haar grimering is natuurlik en neutraal aangewend met 'n bypassende pienk lipglans.

Soos in die Augustus-uitgawe is daar ook van agt prikkels op dié voorblad gebruik gemaak. Alle prikkels behalwe twee is in wit op die voorblad aangebring, in verskeie lettertipes en grotes. Die prikkel oor Anneli van Rooyen word ook as 'eksklusief' aangedui (die woord eksklusief is skuins in swart met 'n stippelraam voor die prikkel aangebring). Die onderste prikkel op die voorblad is ook weer horisontaal oor die hele breedte van die blad, in wit op 'n rooi strook. Die nuwe seisoen, lente, is ook aan die tema van die uitgawe, 'n *nuwe jy*, gekoppel en is ook in wit, maar heelwat groter as die ander prikkels, en aan die onderste, regterkantste kwart van die voorblad aangebring en staan duidelik uit. Die prikkels wissel ook almal in lengte en is maklik en duidelik leesbaar teen die dowwe pienk agtergrond. Die prikkels is ook almal (met uitsondering van die 'tema van die uitgawe' en die onderste prikkel) aan die linkerkant, langs die voorbladmodel aangebring. Alle prikkels wat op die voorblad gebruik word, se artikels verskyn ook binne die uitgawe (sien bladsynommer in tabel).

Een wedstryd word op die voorblad van hierdie uitgawe aangekondig. Die lesers kan R34 000 se beddens en linne wen. 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 sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 106 130, meer as 21 000 eksemplare meer as die Augustus-uitgawe (85 006), maar ongeveer 4 000 eksemplare minder as *SARIE* se September-uitgawe van 110 144 (sien bespreking op bladsy 59). Wat duidelik geblyk het by hierdie uitgawe is dat nie n t die voorbladmodel bygedra het tot die sirkulasiestyling nie, maar ook die toevoeging van die serp as promosie-item (in vier verskillende kleure). Tydens die navorsing se driemaandelange internskap van September tot November 2008 by *rooi rose* was daar verskeie navrae van lesers wat ook die ander kleure serpe (as die een wat hulle in hulle uitgawe gekry het) wou hê. Hulle was selfs bereid om vier van dieselfde uitgawes (September) van *rooi rose* te koop, sodat hulle al vier kleure serpe kon besit. Ook die bevinding dat prikkels met die belofte van kitsgewigsverlies of dieetwenke, heelwat beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Myburgh Chemaly, 2009:19) moet in berekening gebring word, aangesien die prikkel “skud die winter van jou lyf af, ons di ters: so lyk ons nou”, is op die voorblad gebruik. Dit is egter ook duidelik dat hierdie argument nie altyd deurslaggewend is nie, aangesien *SARIE* se sirkulasie vir hierdie uitgawe hoër is, en hulle van geen dieetprikkel of prikkel met ’n seksuele konnotasie gebruik gemaak het nie (sien ook bespreking op bladsy 59). *SARIE* het reeds die vorige maand ’n dieet-artikel gehad  n Steve Hofmeyr sterk op die September-voorblad gedra. Laasgenoemde was dalk ’n belangrike faktor wat die serppromosie geneutraliseer het.

4.3.5.2. Oktober 2008-bespreking (Bylae B, XIII)

Die Oktober-uitgawe is weer (soos die Mei-uitgawe) ’n reuse-uitgawe van 300 bladsye, met ’n somerstylgids (mode- en skoonheidbylaag). Daar is ook ’n Fossil-koepon op die voorblad aangebring waarmee lesers 35% afslag op alle Fossil-produkte kan bekom. Die mashoof is weereens in rooi op die voorblad aangebring en voor die voorbladmodel geposisioneer.

Janie du Plessis, sakevrou en voormalige Suid-Afrikaanse aktrise en kankerlyer, is as voorbladmodel gebruik. Oktober is borskankermaand, dus is die gebruik van Janie du Plessis (wat haar stryd teen borskanker gewen het) heel gepas vir hierdie uitgawe. Daar is gebruik gemak van ’n kop-en-skouer-foto. Die model kyk direk na voor in die kamera in en maak direkte oogkontak met die lesers. Die voorbladfoto is ook ’n heelwat nader skoot as wat normaalweg op *rooi rose* se voorblad gebruik word en is in die middel van die voorblad geposisioneer. Soos in die meeste ander 2008-uitgawes is daar ook in hierdie uitgawe van die superglimlag-gesigsuitdrukking gebruik gemaak. Die model het blonde hare wat op haar skouers hang, en groen oë. Die model is gestileer in ’n wit langmoubloes, sy dra ’n wit en silwer halssnoer, haar hare hang los oor haar skouers en sy is neutraal en natuurlik gegrimeer.

Nege prikkels is op hierdie voorblad gebruik. Die prikkels is in wit, rooi en turkoois onderskeidelik (tema van die uitgawe) voor die voorbladmodel aangebring. Die onderste prikkels (bo die prikkel in wit op die rooi strook) is in swart aangebring maar moeilik leesbaar, aangesien dit voor die voorbladmodel se halssnoer geposisioneer is (die agtergrondkleur wissel tussen wit en silwer). Die ander prikkels is elkeen duidelik leesbaar en verskil van grote en tipografie. Die prikkel, 300 BLADSY REUSE-UITGAWE, is ook effens groter, vetgedruk en in wit in 'n rooi blok aangebring en staan dus effens meer as die ander prikkels uit. Die tema van hierdie uitgawe, *somerstyl 2008*, is langs die rooi blok in die onderste derde van die voorblad aangebring in turkoois en heelwat groter as die ander prikkels, dus staan die tema ook duidelik uit en word met die eerste oogopslag waargeneem. Die prikkel oor George Clooney word ook as eksklusief, in rooi, bo die tema van die uitgawe aangekondig, wat meebring dat hierdie voorblad oor die algemeen voller as voriges voorkom. Die artikels van alle voorbladprikkels verskyn ook binne die publikasie (sien bladsynommers in tabel).

Een wedstryd word op die voorblad aangekondig (aan die regterkant van die voorblad, bokant die mashoof). Die lesers kan 'n luukse spa-wegbreek wen. Die wedstryd word 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 92 648 – bykans 13 500 eksemplare minder as die vorige uitgawe. Daar moet egter in ag geneem word, dat daar in die vorige uitgawe van 'n serp as promosie-item gebruik gemaak is, wat ook meer lesers gelok het. As 'n mens egter hierdie 300-bladsy-uitgawe met Mei se 300-bladsy-uitgawe vergelyk (103 607), is die sirkulasie ook heelwat laer. Hierdie verskil in sirkulasie kan moontlik toegeskryf word aan die gewildheid (of gebrek daaraan) van die voorbladmodel asook die feit dat *SARIE* in hulle Oktober-uitgawe van modieuse armbande (in verskeie kleure) as promosie-items gebruik gemaak het, wat ook lesers se keuse kon beïnvloed (sien volledige bespreking op bladsy 61).

4.3.6. November en Desember 2008

Tabel 4.8

Uitgawe	November	Desember
Toegevoegde waarde/ (promosie-items/"cover mounts"/ekstras)	<i>rooi rose</i> se 2009-dagboekie in rooi en swart	Geen
Mashoof	<i>rooi rose</i>	<i>rooi rose</i>

Kleur	Rooi	Wit
Posisionering (voor of agter die model aangebring)	Voor	Voor
Voorbladmodel (wie)	Elma Postma	Anna-Mart van der Merwe
Tipe glanspersoon (sepiester, sanger, filmster, model)	Suid-Afrikaanse aktrise en TV-aanbieder – Ontbytsake en Boer soek 'n vrou op KykNET (voorheen sepiester, Dezi van 7de Laan op SABC 2,)	Suid-Afrikaanse veteraan-aktrise
Posisionering	Kop-en-skouer-foto, skouers effens na regs gedraai, kyk direk na kamera	Kop-en-skouer-foto, model direk na voor gedraai, kop effens na links gedraai en kyk direk in die kamera in.
Gesigsuitdrukking	Superglimlag-uitdrukking, direkte oogkontak en 'n volle glimlag	'Sjokoladedoos'-uitdrukking, halwe glimlag, geslote lippe, en die gesig is heeltemal na die kamera gedraai.
Haarkleur en kleur van oë	Blonde hare (korterig in haar nek) groen oë	Lang swart hare, blou oë
Stilering en kleurkeuses	Model het 'n bandjiesbloes in swart en wit aan, mouloos, diamant-oorbelle en helderrooi lippe, hare is los (hang in haar nek)	Model het 'n roomkleurige bloes met 'n hoë kraag en groot strik op linkerskouer, groot goue hangoorbelle en helderrooi lippe, hare hang los oor skouers
Prikkels (hoeveelheid)	Tien	Agt
Bewoording (van links bo, antikloksgewys) en kleur van prikkel (word telkens tussen hakies na die bewoording aangedui) Tipografie (hoofletters, kleinletters en vetdruk) die prikkels word	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elma, Sandi & Elzette skitter in spogvere – Bladsy 22 (helderpienk) 2. ID-BEDROG (rooi) JY IS OOK 'N TEIKEN – Bladsy 190 (swart) 3. leer om 'nee' te sê – Bladsy 132 (helderpienk) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 'N TYD VIR GEE ANNA-MART EN ANDER BEKENDES SE HARTE IS OOP – Bladsy 30 (wit) 2. 240 BLADSYE TREFFER-UITGAWE maak só gereed vir 'n onvergeetlike Kersfees – Bladsy 60 (wit)

<p>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>4. STAATSPENSIOEN (rooi) HOE RAAK DIT JOU SAK? – Bladsy 46 (swart)</p> <p>5. GLANSKOS & KLERE (rooi) hou swierig partytjie – Bladsy 74 (helderpienk)</p> <p>6. LEES OOK OOR TONY LEON – Bladsy 28, MERYL STREEP – Bladsy 30, HEINO SCHMITT – Bladsy 34, CHERIE BLAIR – Bladsy 216, NEELS VAN JAARVELD – Bladsy 36, EMMANUEL CASTIS – Bladsy 36 (rooi)</p> <p>7. OVERBERGSE INSPIRASIE VIR KUIERSTOEPE – Bladsy 146 (wit op rooi strook)</p> <p>8. DIS OPSKOPTYD: KIES ‘N SWART NOMMERTJIE EN ‘N NUWE PARFUUM – Bladsy 58 & 90, JY KAN LEKKER UITEET AL DIEET JY – Bladsy 118 (wit)</p> <p>9. LESERS KIES (wit) KYK WIE IS ONS EIE JAMES BOND – Bladsy 36 (rooi)</p>	<p>3. WENKE VIR VREDE OM DIE KERSTAFEL – Bladsy 112 (rooi)</p> <p>4. TIENERS & DRANK dis erger as wat jy dink – Bladsy 142 (swart)</p> <p>5. LEES OOK OOR TAMMY-ANNE FORTUIN – Bladsy 30, KEVIN COSTNER – Bladsy 36, VICTOR MATFIELD – Bladsy 46, JEREMY MANSFIELD – Bladsy 36, JOANNA LUMLEY – Bladsy 230 (swart)</p> <p>6. BYBELSE DIËTE: WERK HULLE REGTIG? – Bladsy 122 (wit op rooi strook)</p> <p>7. VIER KERSFEES WEER MET OORGAWE BEKENDES SE DROME VIR SA – Bladsy 50, KERSFEES OP WITSAND – Bladsy 40, BEKOSTIGBARE GESKENKE – Bladsy 14, HOU DIE FEESTYD GROEN – Bladsy 110 (swart)</p>
<p>Hoofprikkel/Tema van uitgawe</p>	<p>10. Plesierig! (helderpienk)</p>	<p>8. Feestelik (rooi)</p>
<p>Posisionering (Tema van uitgawe)</p>	<p>Onder in die middel van die voorblad</p>	<p>Onderste, regterkantste kwart van voorblad, voor die model</p>
<p>Wedstryde op voorblad aangekondig</p>	<p>Een</p>	<p>Een</p>

(hoeveelheid)		
Wat word aangebied	Wen skoonheidsprodukte van R60 000 – Bladsy 56 en 109	Wen R30 000 se skoonheidsprodukte – Bladsy 60
Agtergrondkleur	Ligte gryswit	Donker wynrooi
Verkoopprys van uitgawe	R21,95	R21,95
Sirkulasiesyfers	125 809	118 706

4.3.6.1. November 2008-bespreking (Bylae B, XIV)

In die November-uitgawe is die *rooi rose*-dagboekie vir 2009 (in rooi en swart) ingesluit wat klaarblyklik 'n baie positiewe impak op die sirkulasiesyfer vir dié uitgawe gehad het. Die mashoof is in rooi, voor die voorbladmodel geïmagineer. Elma Postma, die Suid-Afrikaanse aktrise, voormalige sepiester (Dezi van 7de Laan op SABC2) en TV-aanbieder van *Ontbytsake* en *Boer soek 'n vrou* op KykNET is die voorbladmodel. Die keuse van die voorbladmodel pas ook by die tema van die uitgawe, *plesierig*. Die voorbladartikel handel oor sterre se gunsteling partytjie-uitrustings vir jaareindfunksies.

'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel is op die voorblad gebruik. Haar skouers is effens na regs gedraai, terwyl sy direk na die kamera kyk, direkte oogkontak dus. Die model is ook meer aan die regterkant van die voorblad geïmagineer. Daar is ook in dié uitgawe van die Superglimlag-gesigsuitdrukking gebruik gemaak (sien beskrywing by vorige uitgawes se besprekings). Die model het blonde, korterige are wat in haar nek hang en groen oë. Sy is gestileer in 'n swart-en-wit moulose bloes met bandjies en diamant-oorbelle, haar hare hang los in haar nek en sy dra helderrooi lipstif.

Tien prikkels is op die voorblad gebruik. Die prikkels is in donkerpienk, rooi, swart en wit onderskeidelik op die voorblad aangebring. Die prikkels wissel van lengte en tipografie. Al die prikkels (met die uitsondering van die 'lees ook oor'-prikkel) is duidelik en maklik leesbaar teen die ligte gryswit agtergrond en ook dié wat voor die voorbladmodel geïmagineer is. Die tema van die uitgawe *plesierig!* is in die middel van die onderste derde van die voorblad aangebring, in donkerpienk en in sierskrif-lettertipe, dus staan dit duidelik uit en is met die eerste oogopslag sigbaar. Die tema van die uitgawe is ook heel gepas vir die tyd van die jaar – jaareindfunksies en gala-aande is volop aan die einde van die jaar. Daar is ook (soos by die Oktober-uitgawe)

nog 'n prikkel, regs bo die tema op die voorblad aangebring. Die prikkels is ook almal aan artikels binne die uitgawe gekoppel (sien bladsynommers van artikels in tabel) en word dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie.

Een wedstryd word op die voorblad aangekondig (regs bo die mashoof), wen skoonheidsprodukte van R60 000. Die wedstryd word ook volledig binne die uitgawe verduidelik (sien bladsynommer in tabel) en word dus nie net gebruik om lesers te lok nie.

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 125 809; dus die tweede beste verkoper vir 2008 en 21 175 eksemplare meer as dié van *SARIE* se November-uitgawe (met Quinne Brown as voorbladmodel (sien volledige bespreking op bladsy 66). Die sukses van hierdie uitgawe kan nie uitsluitlik aan die gewildheid van die voorbladmodel toegeskryf word nie, maar ook die gewilde *rooi rose*-dagboekie vir 2009 wat as promosie-item tot die uitgawe gevoeg is. Die dagboekie het jaarliks dieselfde uitwerking op die sirkulasiesyfers (Pansegrouw, 2009). Die bevinding dat prikkels met die belofte van kitsgewigsverlies of dieetwenke veel beter verkoop as uitgawes daarsonder (vgl. Myburgh Chemaly, 2009:19) moet ook in berekening gebring word, aangesien die prikkel “Jy kan lekker uiteet al dieet jy”, op die voorblad gebruik is. *SARIE* het ook van dieselfde voorbladmodel op hulle Maart 2008-uitgawe gebruik gemaak (sien volledige bespreking op bladsye 40 tot 42).

4.3.6.2. Desember 2008-bespreking

Geen promosie-items is tot die voorblad van die Desember-uitgawe gevoeg nie. Wat wel in aanmerking geneem moet word, is dat dit Feesseisoen is en dat tydskrifverkope in die algemeen in hierdie tyd toeneem. Die Desember-uitgawe is ook 'n 240-bladsy-uitgawe; ongeveer 40 bladsye meer leesgenot as gewone uitgawes (Pansegrouw, 2009).

Die mashoof is in wit op die voorblad aangebring en voor die voorbladmodel geposisioneer, en staan duidelik uit teen die voorbladmodel se donkerhare en die donkerwynrooi agtergrond van die voorblad. Anna-Mart van der Merwe, Suid-Afrikaanse veteraan-aktrise is die voorbladmodel vir hierdie uitgawe. Anna-Mart het geensins bekendstelling onder die Afrikaanse lesersmark nodig nie en het ook reeds op vele vorige *rooi rose*-uitgawes se voorblaaie verskyn. Die hoofartikel handel oor bekendes met oop harte en wat 'n verskil in die gemeenskap maak. Anna-Mart is by 'n skool vir Downsindroom-kindere betrokke.

'n Kop-en-skouer-foto van die voorbladmodel, wat meer na die regterkant van die voorblad geposisioneer is, is op dié voorblad gebruik. Die model se skouers is direk na voor gedraai en haar kop effens na links, terwyl sy direk in die kamera in kyk en direkte oogkontak met die

lesers maak. Anna-Mart is bekend vir haar kenmerkende glimlag, wat in die literatuur as een van die kenmerke van die 'sjokoladedoos'-uitdrukking beskryf word. 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 lang, swart hare en blou oë. Sy is in 'n stylvolle roomkleurige bloes met 'n hoë kraag en groot strik op die linkerskouer gestileer. Sy dra groot goue oorbelle en haar hare hang los oor haar skouers, haar grimering is natuurlik en sy het helderrooi lipstiffie aan, wat ook by die agtergrondkleur van die uitgawe pas.

Tydens die navorsing se werksessie by *rooi rose* het dit ook duidelik geblyk dat die grafiese kunstenaar die foto van die voorbladmodel so gemanipuleer het (deur middel van 'Photoshop') dat sy heelwat jonger lyk as haar jare. Ook in vergelyking met 'n vorige uitgawe (April 2002) waarop Anna-Mart verskyn het, lyk sy nou, ses jaar later, heelwat jonger. Dit kan nogal misleidend vir lesers wees.

Agt prikkels is op die voorblad van die Desember-uitgawe gebruik. Die prikkels is in wit, rooi en swart onderskeidelik op die voorblad aangebring. Die prikkels wissel in lengte, grootte en tipografie en die onderste prikkel is weereens op die rooi strook aangebring. Die wit prikkels teen die donkerwynrooi agtergrond is makliker en duideliker leesbaar as die ander prikkels wat voor die voorbladmodel geposisioneer is. Die tema van die uitgawe, *Feestelik*, is in rooi in die regter, onderste kwart in 'n sierskrif-lettertipe op die voorblad aangebring en staan duidelik uit en is opvallend. Die tema van die uitgawe is ook heel gepas vir die Feesseisoen, met Kerswenke en -idees vir die Kerstafel. Alle prikkels is ook aan artikels binne die uitgawe gekoppel en word dus nie bloot as 'lokaas' gebruik om lesers aan te trek nie.

Een wedstryd (regs bo die mashoof) word op die voorblad aangekondig. Lesers kan R30 000 se skoonheidsprodukte wen. Die wedstryd word ook (soos dié van die ander uitgawes) volledig binne die uitgawe verduidelik en is dus nie bloot 'n verkoopsfoefie nie (sien bladsynommer in tabel).

Die sirkulasiesyfer vir hierdie uitgawe was 118 706 (vierde meeste vir 2008), en ook 18 343 eksemplare meer as SARIE se Desember-uitgawe (met Dana Winner as voorbladmodel). Die sirkulasiesyfer van dié uitgawe kan nie uitsluitlik aan die gewildheid van die voorblad en voorbladmodel (Anna-Mart van der Merwe) toegeskryf word nie. Die feesseisoen speel ook 'n groot rol en Kers-uitgawes is normaalweg gewilder as ander. Soos by die November-uitgawe moet die bevinding dat prikkels met die belofte van

kitsgewigsverlies of dieetwenke veel beter verkoop as uitgawes daarsonder ook in berekening gebring word, aangesien die prikkel “Bybelse diëte: Werk hulle regtig?” op die voorblad gebruik is. Wat ook in ag geneem moet word, is dat *SARIE* se Desember-uitgawe se verkoopprijs van R21,95 tot R24,95 gestyg het, terwyl *rooi rose* steeds R21,95 was. In teenstelling met *SARIE* se Kersbylaag van Woolworths wat as promosie-item tot die uitgawe gevoeg is, het *rooi rose* van geen promosie-item gebruik gemaak op dié uitgawe nie en steeds was hulle sirkulasie hoër.

4.4. Samevatting

Na die analisering van *rooi rose* se voorblaaie van 2008 het dit duidelik geblyk dat hulle voorblaaie grotendeels 'n vaste formaat het, wat bydra tot die herkenbaarheid van die publikasie op die winkelrak. Die mashoof word bo, oor die breedte van die voorblad, in kleinletters, in rooi of wit, voor die voorbladmodel geïmplementeër. Die kleur van die mashoof kontrasteer normaalweg met die kleure van die res van die voorblad. Sodoende staan dit duidelik uit en is die mashoof duidelik leesbaar. Die logo of slagspreuk van die publikasie, “stylvol, sinvol, propvol”, word deurgaans in wit hoofletters, aan die linkerkant, direk onder die mashoof aangebring en die datum en prys van die uitgawe in wit of swart, links bo die mashoof.

In teenstelling met *SARIE* word daar op elke *rooi rose*-uitgawe melding gemaak van ten minste een wedstryd (slegs in enkele uitgawes word melding gemaak van twee). Die wedstryd word ook deurgaans regs bo die mashoof aangekondig.

Soos *SARIE*, gebruik *rooi rose* deurgaans slegs bekende, vroulike glanspersone (meestal Suid-Afrikaans of van Suid-Afrikaanse oorsprong) op hulle voorblaaie. In 2008 is daar van vyf plaaslike sepiesterre, vyf Suid-Afrikaanse aktrises (Charlize Theron ook van Suid-Afrikaanse oorsprong) en twee internasionale modelle, Tanya Fourie en Margaret Gardiner (ook van Suid-Afrikaanse oorsprong) op die voorblaaie gebruik gemaak. In teenstelling met *SARIE*, het *rooi rose* glad nie sangeresse in 2008 op die voorblad gebruik nie. Voorbladmodelle word ook nie meer as eenmaal per jaar gebruik nie. Daar is deurgaans kop-en-skouer-foto's van die voorbladmodel op die voorblad aangewend en die voorbladmodel word ook normaalweg meer aan die regterkant van die voorblad geïmplementeër (met die uitsondering van drie uitgawes, waar die voorbladmodel meer in die middel van die voorblad geïmplementeër is), sodat daar langs haar aan die linkerkant ruimte is vir die prikkels. Op nege van die twaalf voorblaaie (soos by *SARIE*) is daar van die superglimlag as gesigsuitdrukking gebruik gemaak ('n breë glimlag en die model maak direkte oogkontak met die leser). Die rede hiervoor is dat die lesers dikwels geneig is om die uitgawe met die vriendelikste en gelukkigste gesig te kies (Pansegrouw, 2008). Die grimering van die voorbladmodelle (met die uitsondering van die November- en Desember-

uitgawe) is deurgaans neutraal en natuurlik aangewend, die voorbladmodelle op die November- en Desember-uitgawe dra beide helderrooi lipstiffie.

In teenstelling met *SARIE* waarvan nie elke uitgawe aan 'n tema gekoppel is nie, is elke *rooi rose*-uitgawe wel aan 'n spesifieke tema gekoppel (normaalweg aan die seisoen of spesifieke maandelikse gebeurtenis, soos Vadersdag), die tema is deurgaans die grootste prikkel op die voorblad in 'n kontrasterende kleur (meestal rooi of wit) voor die voorbladmodel aan die regterkant, onder op die voorblad geposisioneer. Die hoeveelheid prikkels wissel tussen agt en tien per uitgawe en is, in teenstelling met *SARIE* (waar prikkels deurgaans weerskante van die voorbladmodel aangebring word), oorwegend aan die linkerkant geposisioneer. Alle uitgawes het ook 'n rooi strook aan die onderkant van die voorblad met 'n prikkel in wit daarop aangebring. Alle prikkels wat op die voorblad gebruik word, is ook aan artikels binne die publikasie gekoppel; dus word die prikkels nie bloot as 'lokaas' gebruik nie.

Rooi rose (soos *SARIE*) maak grotendeels van ligte agtergrondkleure gebruik en wit was die oorheersende agtergrondkleur op die 2008-voorblaaie. Daar is ook 'n duidelike fluktuering in die sirkulasiesyfers van die 2008-uitgawes. Wat egter duidelik uit die inhoudsanalise geblyk het, is dat minder bekende persone dikwels sirkulasie laat daal (April- en Junie-uitgawe) terwyl bekendes wat al té veel op voorblaaie gebruik is en niks nuuts het om te sê nie (Michelle Botes op Augustus-uitgawe) ook 'n daling in sirkulasie kan meebring. In teenstelling hiermee, was die *SARIE*-uitgawe waarop Michelle Botes as voorbladmodel gebruik is, een van hulle beste verkopers vir 2008 (Januarie-uitgawe, in ag genome die invloed van die feesseisoen). *SARIE* en *rooi rose* het ook beide in 2008 van Elma Postma (*SARIE*, Maart-uitgawe en *rooi rose*, November-uitgawe) en Nina Swart (*SARIE*, Junie-uitgawe, saam met haar suster en *rooi rose*, Februarie-uitgawe, individueel) gebruik gemaak en telkens was *SARIE* se sirkulasie met dié voorbladmodelle hoër as dié van *rooi rose*.

Dit het ook geblyk dat daar verskeie ander faktore is (benewens die voorblad en gewildheid van die voorbladmodel) wat 'n invloed op die styging of daling van sirkulasiesyfers het, naamlik die gewildheid van die publikasie se mededingers (*SARIE*, *Finesse*, *Fairlady*), die gebruik van promosie-items verhoog normaalweg sirkulasie (Januarie-, September- en November-uitgawes) alhoewel *SARIE* se September-uitgawe, sonder 'n promosie-item, se sirkulasie hoër was as dié van *rooi rose*, ook die gebruik van promosie-items deur mededingers, watter publikasie eerste op die winkelrak verskyn, seisoensveranderings (in die winter daal die verkope, Junie-uitgawe), die feesseisoen (sirkulasie is altyd hoër gedurende die feesseisoen), die gebruik van dieet-prikkels en/of prikkels met 'n seksuele konnotasie dra moontlik by tot 'n toename in sirkulasie en die algehele ekonomiese toestand in SA het ook 'n negatiewe invloed op sirkulasie gehad en die beurtkragsage in SA het 'n daling in sirkulasie meebring (April tot Junie 2008).

Na die analisering van die voorblaaie van *SARIE* en *rooi rose* kan daar ook afgelei word dat die verkoopprijs nie sirkulasiesyfers beïnvloed nie, aangesien dit meestal dieselfde was en daar verskeie uitgawes was waarvan die uitgawe met die hoër sirkulasiesyfer die duurder publikasie was (sien April- en Mei-uitgawes). Te oordeel na die literatuur voldoen *rooi rose* (soos *SARIE*) se voorblaaie in die algemeen aan die kriteria en vereistes vir voorblaaie (sien Hoofstuk 2).

SARIE se sirkulasiesyfers was egter oor die algemeen in 2008 hoër as dié van *rooi rose*, met die uitsondering van die Januarie-, Julie-, November- en Desember-uitgawe, waarvan *rooi rose* se sirkulasie hoër was (op hulle Januarie- sowel as November-uitgawes was daar egter ook promosie-items aangebring). Dus kan die afleiding gemaak word dat *SARIE* se voorbladkeuses meestal gewilder was as dié van *rooi rose*.