

**BRONMATERIAAL BY DIE ONDERRIG
VAN
VISUELE GELETTERDHEID**

2014

VISUELE GELETTERDHEID

Wat is *Visuele Geletterdheid*?

Ons kan kortliks sê dat visuele geletterdheid die vermoë is om *beelde, tekens, prente* ens. te kan lees/sien, betekenis daaruit te skep, dit te interpreteer en daarop te reageer. Visuele geletterdheid gaan uit van die veronderstelling dat afbeeldings “gelees” kan word en dat betekenis sodoende geskep word. Voorbeelde van visuele afbeeldings is, o.a. padkaarte, verkeerstekens, advertensies, spotprente, grafieke, ens.

Ons gaan in hierdie sessie na slegs 'n paar voorbeelde van *visuele stimuli* kyk en daarmee werk.

1. STROKIESPRENT

- Spotprente verskaf vermaak, maar is ook 'n manier om *satiriese* (gebruik van *bespotting, sarkasme* en *ironie* om *krities* kommentaar te lewer op die gemeenskap, 'n individu of 'n situasie) boodskappe oor te dra.
- Politieke of situasiegerigte spotprente moet binne die konteks van hul agtergrond gelees word,. Dit is belangrik dat die konteks waarbinne die prent staan, verstaan word, sodat dit sin sal maak vir die kyker/leser.
- 'n Spotprent kan slegs 'n tekening wees of 'n reeks sketse, spraakborrels, gedagte/dinkborrels, of daar kan onderskrifte wees.

1.2 Hoe bestudeer jy 'n spotprent/tekenprent?

Karakters

- Is die karakters uniek of verteenwoordig hulle stereotipes?
- Word hulle *natuurlik* of *karikatuuragtig* uitgebeeld?
- Let op gesigsuitdrukings, liggaamshouding en die interaksie tussen karakters.
- Wat sê die karakter(s) en hoe sê hulle dit?

Agtergrond/omgewing

- Waar speel die situasie af?
- Is die karakters op feite of fiksie gebaseer?
- Wat is in die agtergrond/in die prent?

Taalgebruik en Toon

- Word gewone taal / gebruikstaal of sleng gebruik?
- Word woorde, frases of sinne gebruik?
- Is stemtoon hard (dikwels 'n uitroepteken - !)?
- Watter rol speel die leestekengebruik om die stemming/atmosfeer te ondersteun?

Nog aspekte om na op te let

- Lettergroottes en lettertipes (Die grootte van die letters in die teks: **Groot** en **donker** druk – dikwels om iets baie hard te sê)
- Skaal – grootte van karakters en onderwerpe: is een groter as die ander, vetter, maerder, voor in die prentjie of in die agtergrond?
- Gedagteborrels: Wat 'n karakter dink.

- Spraak/woordborrels: die woorde van 'n karakter in 'n vorm.
- Is die doel om op te voed, in te lig, te vermaak of te spot?
- Kleur – waar toepaslik.

Aktiwiteit 1

Bestudeer die volgende tekenprent en beantwoord die vrae wat daarop volg:



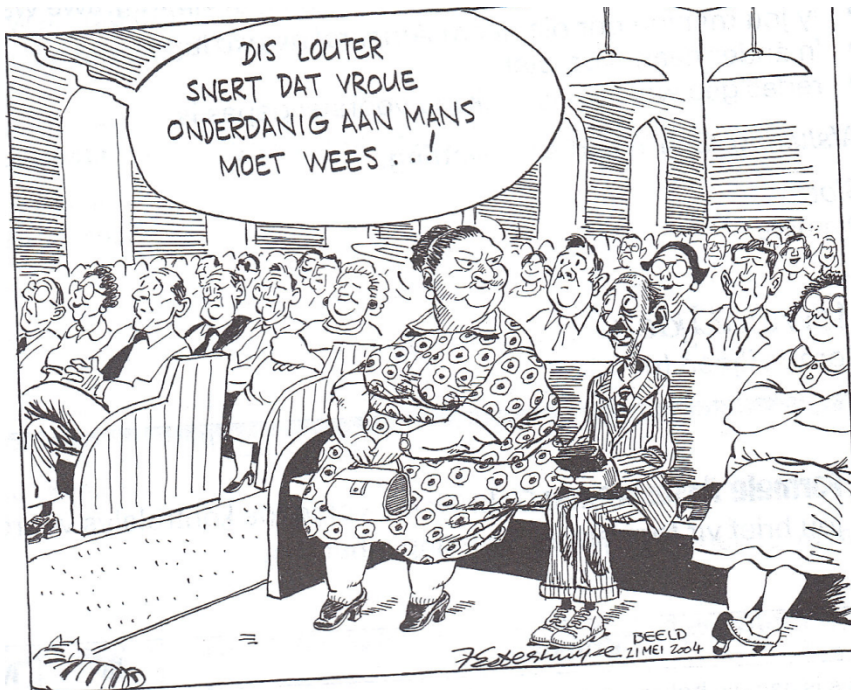
Vrae

1. Waar speel hierdie toneel moontlik af? Motiveer jou antwoord / Gee 'n rede vir jou antwoord.
2. Wie dink jy is die karakters in die sketse / tekeninge?
3. Kyk na die hoofkarakter se kleredrag. Trek die meeste onderwysers nog só aan?
4. Bestudeer die hoofkarakter in die eerste 2 raampies.
 - i. Wat sê sy gesigsuitdrukking van hoe hy voel?
 - ii. Hoe / op watter manier probeer die kunstenaar vir ons dié karakter se emosies uitbeeld?
 - iii. Hoe gebruik hy *lyftaal* om sy emosie te wys?
5. Antwoord die leerder terug? Motiveer jou antwoord.
6. Waarom is die laaste sin in die tweede raampie ekstra groot en donker gedruk?
7. Wat sê die gebruik van die *uitroepeteken* (!) in raampie 2 van hóé die karakter praat?
8. Wat sê die *liggaamshouding* van die karakter in raampie 3 vir die kyker / leser?
9. Het die karakter in raampie 3 die woorde hardop gesê? Motiveer jou antwoord.
10. Al was daar nie woorde in die sketse nie, sou jy steeds dieselfde *afleiding* kon maak van die situasie? Verduidelik jou antwoord.

Aktiwiteit 2

Bestudeer elke spotprent hieronder en beantwoord die vrae oor elke prent.

Spotprent 1



1. Skryf neer woorde wat die gesigte van
 - a) Die mans en
 - b) Die vrouens beskryf.
2. Waar dink jy speel die situasie in die spotprent af? Gee 'n rede vir jou antwoord.
3. Wie dink jy uiter (sê) die woorde wat in die praatborrel voorkom? Gee 'n rede vir jou antwoord.
4. Wat is die verhouding tussen die man en vrou wat sentraal (voor in die prent en duidelik) in die spotprent voorkom?
5. Dink jy dat die ander vrouens in die prent met die spreker se woorde saamstem? Waarom sê jy so?
6. Uit watter koerant kom hierdie spotprent?

Spotprent 2



1. Wie word in die spotprent voorgestel?
2. Watter persepsie (beeld) van vrouens word in die situasie uitgebeeld? (*Stereotipering*)
3. Dink jy die vroue is gelukkig in die situasie waarin hulle is? Motiveer jou antwoord.
4. Watter ooreenkomst is daar tussen die twee spotprente hierbo?
5. Skryf een woord neer wat in beide spotprente voorkom.
6. Bestudeer die prent en lees wat Pandor sê. Wat kan ons aflei vanuit die prent en haar woorde?
7. Wie dink jy was verantwoordelik vir die "gemors" wat die vroue moet kom skoon maak?
8. Hoe word die vroue uitgelik/beklemtoon in die prent?

2. GRAFIESE VOORSTELLINGS

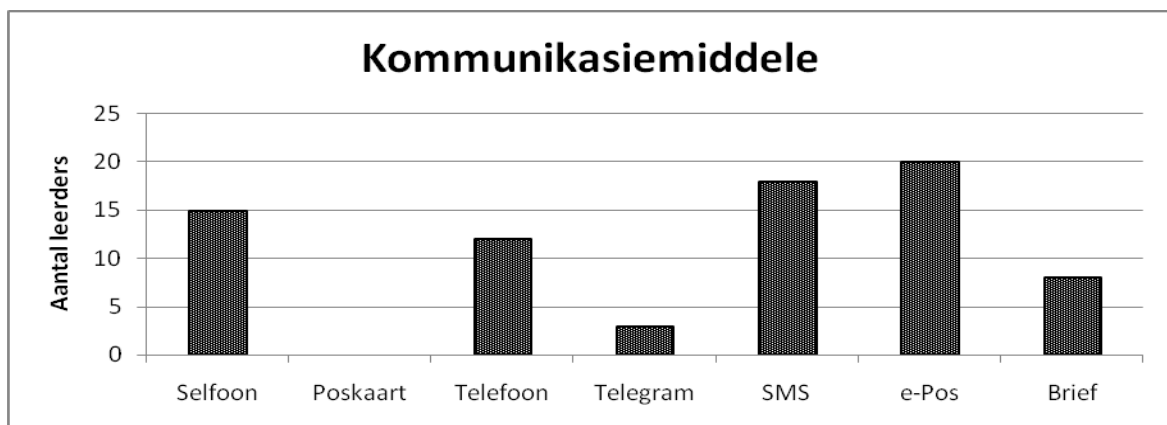
Wenke:

Wanneer jy *grafiese voorstellings* bestudeer, let op / kyk na die volgende aspekte:

- Stel vas/vind uit WAT die grafiese voorstelling probeer om aan die leser/kyker te vertel: Die *titel / opskrif* van die grafiek sal jou baie vertel.
- Lees ALTYD die geskrewe inligting wat vir jou gegee word: onderaan die grafiek (X-as) en ook teen die kant van die grafiek (Y-as).
- Kyk vir spesifieke dinge wat uitstaan in die grafiek: iets wat buitengewoon groot/klein, lank/kort is;
- Kyk vir goed wat naastenby dieselfde of verskillend is en probeer om hulle te *vergelyk* of *die kontras* tussen hulle te bepaal.
- Beantwoord die vrae wanneer jy die hoofboodskap van die grafiek verstaan.
- Let op die puntetoekenning; antwoord SLEGS dit wat vir jou gevra word.

Aktiwiteit 1

Die volgende grafiek is die resultaat van 'n opname wat in 'n klas gedoen is om te bepaal watter *kommunikasiemiddels* deur die meeste leerders gebruik word. Bestudeer (*kyk goed* na) die grafiek noukeurig (*baie goed*) en beantwoord die daaropvolgende vrae:

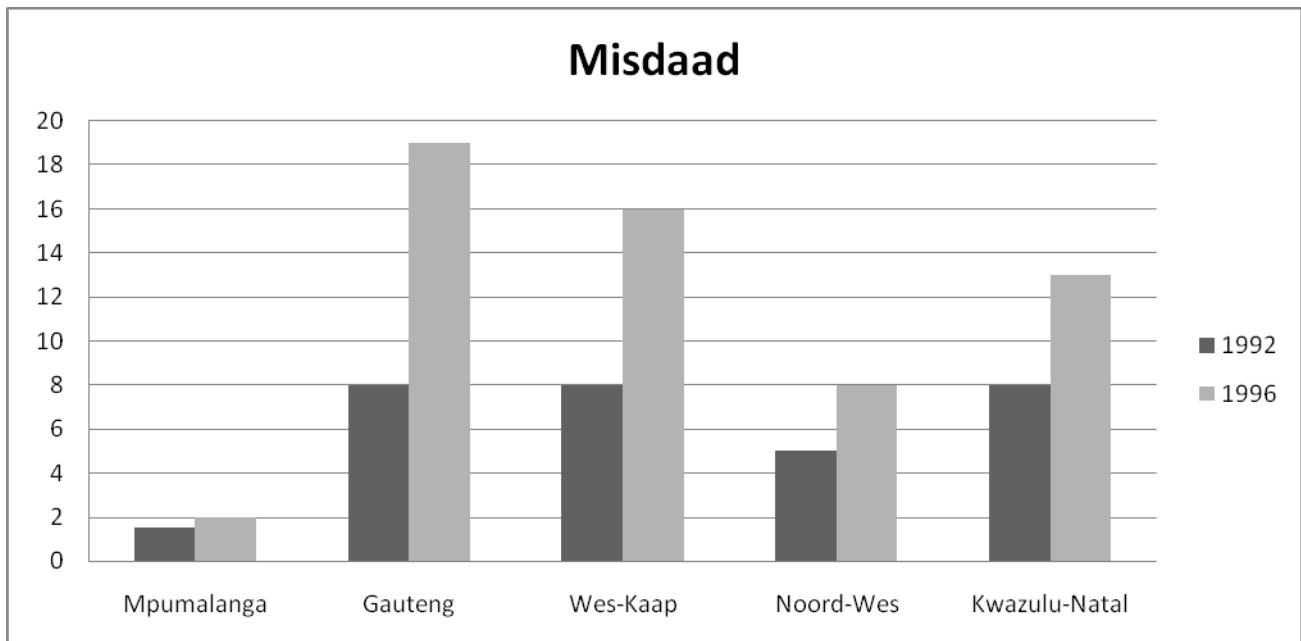


Vrae:

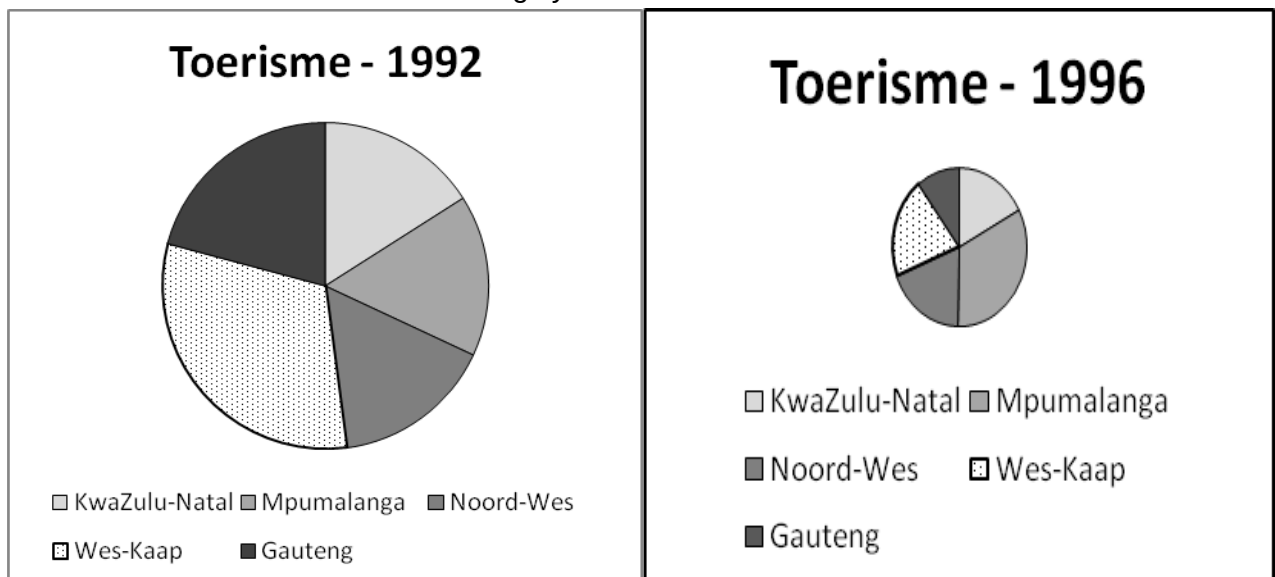
1. Wat word hierdie soort grafiek genoem?
2. *Waarvoor* word hierdie soort grafiek hoofsaaklik (*die meeste*) gebruik?
3. Watter kommunikasiemiddel word nie gebruik nie?
4. Watter kommunikasiemiddel was verreweg (*die meeste*) die gewildste?
5. Hierdie soort kommunikasiemiddel (by vraag 4) vereis (*benodig*) die gebruik van spesifieke tegnologiese middele. Maak 'n lysie van wat jy alles nodig het om hierdie soort kommunikasie te gebruik.
6. Hoeveel leerders maak van die naas (*die tweede*) gewildste kommunikasiemiddel gebruik?
7. Hoeveel leerders is in totaal vir hierdie opname ondervra?
8. Skryf die gebruikte kommunikasiemiddele in volgorde van die gewildste tot die ongewildste neer.
9. Watter kommunikasiemiddel word die minste gebruik?
10. Waarom dink jy dat die brief so min gebruik word?
11. Waarom dink jy word *SMS*e meer gebruik as om op die selfoon te praat?
12. Watter moontlike rede is daar dat *telegramme* min gebruik word?

Aktiwiteit 2

- Die grafiek hieronder vergelyk misdaad in 1992 met misdaad in 1996 in vyf provinsies. Bestudeer dit en beantwoord dan die vrae wat volg.



- Watter algemene observasie kan oor misdaad gemaak word tussen 1992 en 1996?
 - Watter provinsie toon die minste misdaad?
 - Watter provinsie het die grootste toename in misdaad beleef?
- Bestudeer die *sirkelgrafieke* hieronder wat toerisme in dieselfde provinsies as hierbo, voorstel. Weereens word 1992 met 1996 vergelyk.



- Watter provinsie het sedert 1992 die grootste verlies aan toeriste gehad in 1996?
 - Deur te kyk na die *staafgrafiek* hierbo, gee 'n moontlike verduideliking vir die toename in toerisme in Mpumalanga in 1996.
 - Watter provinsie(s) se toerisme het *naastenby* dieselfde gebly?

3. ADVERTENSIES

Advertensies behels *tegnieke* en *praktyke* om *produkte, dienste, opinies* en *belangrike/interessante sake/gebeure* aan die publiek se aandag te bring. Die *doel* daarvan is om die leser/kyker te oorreed/oortuig om op 'n sekere wyse daarop te reageer. Byvoorbeeld, om 'n produk te koop, om jou motor na 'n spesifieke *karwassery* te neem of vir 'n sekere politieke party te stem.

[Vir die doel van hierdie afdeling word luisteraars uitgesluit omdat ons met visuele materiaal werk]

Die meeste advertensies wil produkte verkoop maar daar is ook *veldtogte* om mense aan te moedig om veilig te bestuur, om welsynsorganisasies te ondersteun of om vir sekere politieke partye te stem.

Vir advertensies om geslaagd te wees is o.a. die volgende belangrik:

- **Navorsing.** Bemerkers en vervaardigers moet weet wat die publiek wil hê of sal wil hê; is daar soortgelyke produkte/dienste beskikbaar in die omgewing, en indien wel, wat kan hulle bied wat die bestaande verskaffers nie kan doen nie; wie gaan die teikengroep wees – 'n stootwaentjie wat maklik opvou en sterk en goedkoop is (*ouers met babas*); 'n wye verskeidenheid bekostigbare jeans vir oud en jonk (*almal wat jonk van gees is*), ens.;
- **Tegnieke.** Kleure, plasing van beelde, druktype, lettergroottes, kreatiwiteit in die advertensieboodskap, slim plasing om die effek te kry waarvoor adverteerders hoop, ens.
- **Verspreiding.** Koerante, tydskrifte, televisie, radio, kalenders, direkte pos, ens.

INHOUD

Die volgende vrae moet beantwoord word in die advertensie:

- **Wat?** Wat word aangebied? Wat kan die koper verwag?
- **Waar?** Waar kan ek dit koop? Waar gaan dit gebeur?
- **Wat alles?** Is dit net jeans of kan ek ook tekkies en T-hemde daar kry? Wat alles gaan daar gebeur by die byeenkoms?
- **Vir wie?** Vir wie word dit aangebied? Vir wie sal dit interessant wees? Wie behoort dit te koop of dit by te woon?

Wenke

- 'n Advertensie moet die publiek (leser, kyker, hoorder) oortuig om 'n produk te koop of van 'n diens gebruik te maak. Die advertensie moet lei tot 'n *begeerte* by die koper om die produk te koop.
- Dit word geskep vir 'n spesifieke groep mense (*teikenmark*), bv. Ouers met babas, sportmense, kerkgangers, tieners, ens.
- Die leser moet oortuig word om die produk/diens te bekom.
- Die trefkrag van die advertensie lê in eenvoud. 'n *Besige* beeld kan mense verwar of ontmoedig.
- Dit moet die leser/kyker/hoorder se aandag dadelik trek.
- Wees suinig met woorde – die leser wil nie baie lees nie.
- Die advertensie moet maklik verstaanbaar wees.
- Lettergroottes en lettertypes is belangrik – uitleg en voorkoms is belangrik.
- Kleur (waar toepaslik) kan 'n belangrike rol speel.
- Dit moet al die inligting oor die produk gee.

Hierdie sessie oor advertensies word in vier afdelings verdeel om jou te help. Die afdelings is:

- **Aandag**
- **Belangstelling**
- **Begeerte**
- **Aksie**

Die eerste letters van elke woord vorm 'n *akroniem* – **ABBA** – om jou te help onthou.

Aandag.

Dit is baie belangrik dat die adverteerder die kyker/leser se aandag moet kry. Aandag word verkry deur:

- 'n Beeld(e) of foto wat *jou oog vang*
- Slim taalgebruik
- Vraagstelling
- Aantreklike uitleg
- Opskrifte wat jou oog vang.

Belangstelling

Wanneer die voornemende koper se aandag gekry is, moet die advertensie sy aandag behou – dit moet hom nuuskierig maak om verder te lees/kyk. Let op die volgende twee maniere waarop dit gedoen kan word:

1. Visuele tegnieke

- Spotprente/tekenprente
- Statistieke
- Kleurvolle, aantreklike foto's
- Ongewone bladuitleg
- Grafieke
- Diagramme

2. Taaltegnieke

- Treffende opskrifte
- Woordspeling
- Herhaling
- Clichés
- Alliterasie
- Opinions voorgehou as feite
- Verdraaide taal
- Retoriese vrae
- Slagspreuke
- Ongewone handelsmerke
- Emotiewe taalgebruik
- Oordrywing
- Onvoltooide sinne

Oefening

Watter *taaltegnieke* word in die volgende voorbeelde gebruik?

1. Tippex – vir die lewe se klein foutjies.
2. Gaan gryp gou 'n burger.
3. Verreweg die beste!
4. U veiligheid is ons besigheid.
5. Soek jy vir 'n manier om jou geld oor die grens te kry?
Standard Bank-krieket. Beperkte beurte. Onbeperkte aksie.

Begeerte

Adverteerders doen ook 'n beroep op die mens se basiese behoeftes en begeertes, en probeer dit bevredig. Die volgende tabel gee 'n paar menslike behoeftes:

Behoefte of Begeerte	Hoe dit gemanifesteer(gewys) word
Eenvormigheid	Om soos ander mense te wees
Eksklusiwiteit	Om anders as ander mense te wees
Sekuriteit	Om veilig te wees
Aanloklikheid	Om aantreklik vir die teenoorgestelde geslag te wees
Heldeverering	Om soos 'n beroemde persoon te wees
Gesondheid	Om 'n fikse en gesonde lyf te hê
Sukses	Om materiële besittings, status en roem te hê
Skoonheid	Om jonk en goed te lyk
Begeerte	Om te hê wat ander het
Moederliefde	Om te sorg vir die mense in die gesin – veral kinders

Aksie

Adverteerders probeer nie net om mense se aandag te kry nie, maar hulle hoofdoel is om hul produk te verkoop, d.w.s. die leser/kyker moet oorgaan tot aksie. Dit kan op verskeie maniere gedoen word.

- 'Koop een, kry een gratis'-aanbiedinge
- Beperkte tyd-aanbiedinge
- Maklike terugbetalings
- Tolvry nommers om te skakel
- Uitverkoping-aanbiedinge
- 'Skakel nou!'

- Beperkte voorraad
- Plaas jou bestelling nou!
- Verlaagde pryse
- 'Gehalte gewaarborg, of jou geld terug'-aanbiedinge
- Verlaagde rentekoerse

Aktiwiteit 1

Kyk na die volgende advertensie en beantwoord die vrae wat daarop volg.



1. Waar sal jy juweliersware in hierdie advertensie kan koop?
2. Op watter manier word die kyker/leser se aandag dadelik getrek?
3. Skryf neer 'n woord wat verkeerd gespél is.
4. Waarom is hierdie woord opsetlik verkeerd gespél? Wat is die funksie daarvan?
5. Die woord 'UITVERKOPING' word in drukletters gedruk? Sê waarom dit so is.
6. Wat is die funksie van die skêr in die advertensie?
7. Sonder om onderaan te lees, hoe kan jy aflei uit die advertensie dat juweliersware te koop is?

STILTE, UITEINDELIK!!!

Hou jou metgesel se gesnork jou snags wakker?

Snoreeze is 'n natuurlike keelsproei, maklik om te gebruik en werk dadelik.

Navorsing het bewys dat snorkery in 90% gevalle verminder het.

STEL *SNOREEZE* VANDAG NOG OP DIE PROEF EN BELEEF NAG WAARVAN
JY NOG ALTYD GEDROOM HET ...

SNOR*eeze*

die snorkmiddel wat jy kan vertrou!

1. Hoe werk *Snoreeze*? Voltooi: Jy spuit die sproei in jou
2. Snorkery het met 90% verminder. Is'ndit *feit* of 'n *mening*? Haal EEN woord uit die advertensie aan om jou antwoord te staaf.
3. Verduidelik die geleidelike verkleining in die lettergrootte teen die einde van die advertensie.
4. Sal almal wat *Snoreeze* gebruik, ophou snork? Gee 'n rede vir jou antwoord.
5. Verduidelik die funksie van die *uitroep* (!!!) boaan die advertensie.
6. Wat is die funksie van die *beletselteken* (....) na "gedroom het".
7. Wie sal *Snoreeze* gebruik?

Aktiwiteit 3

40%

Kontantkorting vir voorskifmedisyne

**Mail
Med**

na enige plek in Suid-Afrika

Ons pos u voorskrifte na
enige plek in Suid-Afrika

1. Lewer *Mail Med* slegs in Gauteng af? Gee 'n rede vir jou antwoord.
2. Sal *Mail Med* enige medisyne aflewer? Motiveer jou antwoord.
3. Watter verbruikers sal 40% afslag kry?
4. Hoe sal *Mail Med* die medisyne aflewer?
5. Waarom is hierdie advertensie nie geslaagd nie?

Aktiwiteit 4

VOORBLAD

Bestudeer die *tydskrifvoorblad* hieronder en beantwoord die vrae.



1. Die voorblad gee die leser 'n idee van die tydskrif se inhoud.
 - 1.1 Watter artikel is die belangrikste in hierdie tydskrif? Skryf die titel van die artikel neer.
 - 1.2 Motiveer jou antwoord op VRAAG 1.1 met TWEE redes wat jy uit die voorblad afgelei het.
 - 1.3 Wat is die doel van die spesiale gids wat in hierdie tydskrif voorkom?
 - 1.4 Kies die antwoord wat die sin KORREK sal voltooi. Skryf slegs die vraagnommer en die antwoord (A-D) neer.

Uit Kate se gesigsuitdrukking lei ons af dat sy is.

- A onseker
- B gelukkig
- C ongemaklik
- D verwonderd

- 1.5 Hoe oud was die kind wat vermoor is?
- 1.6 Hoe weet ons dat hierdie tydskrif een van die beste tydskrifte is?
- 1.7 Waarom, dink jy, word die opskrif van die artikel "Wie is regtig Inge se moordenaar?" in die vorm van 'n vraag gestel?
- 1.8 Mense wat van **kompetisies** hou, sal ook hierdie tydskrif wil koop.
 - 1.8.1 Watter artikel sal hulle aandag trek? Skryf die opskrif van die artikel neer.
 - 1.8.2 Waarom, dink jy, gebruik die skrywer 'n prentjie van die motor op die voorblad van die tydskrif?

Aktiwiteit 5

ADVERTENSIE

Lees die advertensie hieronder en beantwoord die vrae.

**TEKEN VANDAG IN EN SPAAR
TOT R74 PER JAAR!**

cool!

**'N PLEK WAAR CORBIN BLEU EN HANNAH MONTANA
SAAM VUURPYLE BOU EN TOFFIES KON**

**'n wêreld
VAN HUL EIE**

Hoezit! maak vir kinders 'n wêreld van hul eie oop. Hierdie boek bevat verskillende onderwerpe: skoolwerk, speletjies, snaakse diere en inligting oor bekendes. *Hoezit!* is 'n sukseskombinasie van leersame inhoud en die nuutste, interessantste aktiwiteite. 'n Pretboek met breinkrag en 'n lekker houding daarby!

"die pretboek met BREINKRAG!"

ATKV

[Verwerk uit: Taalgenoot, Februarie 2010]

1. Kies die KORREKTE antwoord tussen hakies. Skryf net die vraagnommer en die antwoord neer.

Die titel "*Hoezit!*" is gepas vir tieners, want dit (klink snaaks om uit te spreek/sluit aan by die taalgebruik van die jongmense).

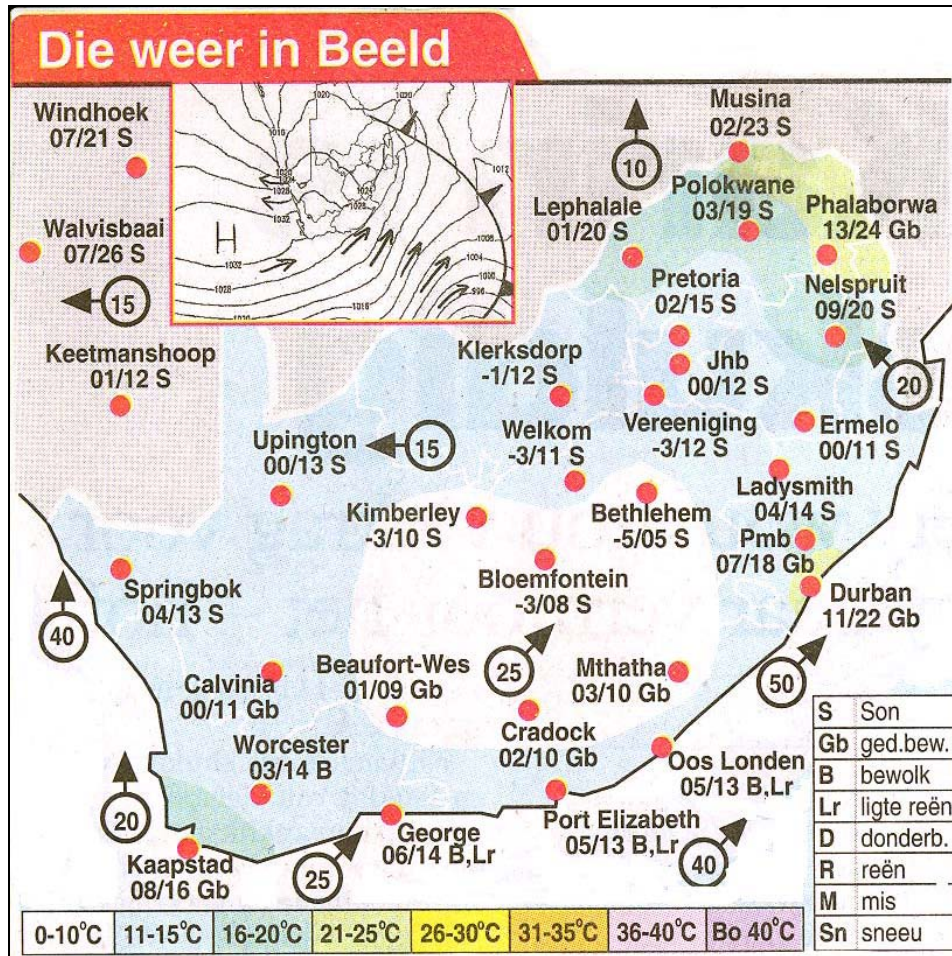
2. Wat impliseer die woord "cool!" (bokant die banier) in die advertensie?
3. Waarom is 'n ander lettertipe vir die woord "wêreld" gebruik?
4. Die tydskrif bevat verskillende onderwerpe wat saam die leerders se leerervarings sal verbeter.
 - 4.1 Is hierdie stelling WAAR of ONWAAR?

4.2 Motiveer jou antwoord op VRAAG 4.1 deur EEN woord uit die advertensie aan te haal.

- Kyk weer na die banier wat opwaarts deur die vliegtuigie getrek word. Wat suggereer die drie stippels na die woord "kou"?
- Die tydskrif se inhoud bestaan uit **speletjies** en **onderwerpe** vir die klaskamer. Haal TWEE APARTE woorde aan wat die skrywer gebruik om dit aan te dui.

Aktiwiteit 6

WEERKAART



- In watter seisoen sal jy die bostaande weerkaart verwag? Motiveer jou antwoord.
- Wat is die *tweeledige* betekenis van die opskrif 'Die weer in Beeld'?
- Waar in die land kan jy, volgens die weerkaart, sneeu verwag?
- Is die volgende stelling WAAR of ONWAAR? Motiveer jou antwoord.

Die inligting op die weerkaart is op feite gebaseer.

- Watter plek(ke) in die land kan

5.1 die warmste temperatuur

5.2 die koudste temperatuur verwag?

Sê of die weervoorspelling slegs vir Suid-Afrika is, of nie. Motiveer jou antwoord