

Die toepassing van die K3-model op die televisieteks *Colour TV*.

Abstract

There are very few instruments of use for the editing of multimedia television scripts. Commissioning editors are responsible for both quality assurance and quality control. Where quality control is a retrospective process, quality assurance is intended to anticipate problems that might occur in order to rectify them during the production process. This article examines the applicability of Renkema's CCC model as adapted by Carstens and Van de Poel to a particular television script, namely the first episode of the television show *Colour TV*. In spite of the generous budget allocated to the show, the length of time spent on content development, the large production team as well as the favourable time-slot in which it was broadcast, the show did not do well. Instead of being the flagship series it was meant to be, research indicates that it confused and offended its intended audience, namely the Afrikaans speaking coloured people of South Africa. By analysing the first episode of the series using the adapted CCC model, it is shown that the show failed in as far as the text type, as well as aspects of the content, the structure, and to a certain extent the formulation were concerned. The CCC model proved to be a handy but clumsy instrument for use by commissioning editors. Consequently it is suggested that the model be simplified for editing television scripts.

Keywords: CCC model, television scripts, quality assurance

## 1. Inleiding

Daar is min instansies in Suid-Afrika wat gerigte opleiding in teksredaksie as dissipline aanbied. Redakteurs voltooi gewoonlik algemene taalstudies en/of graadkursusse op tersiêre vlak en ontwikkel dan hulle vaardighede in redaksie- of korporatiewe kantore. Ten einde hierdie leemte te help vul, het die boek *Teksredaksie* deur WAM Carstens en Kris van de Poel oorspronklik in 2010 verskyn, met 'n hersiene weergawe in 2012. Hierin word die K3-model onder meer ook voorgehou as 'n rigtinggewende raamwerk vir teksredakteurs. Die K3-model is gebaseer op Jan Renkema se Nederlandse CCC-model waar die drie C's onderskeidelik *correspondence* (korrespondensie), *consistency* (konsekwentheid) en *correctness* (korrektheid) verteenwoordig.

Die doel van die teksredigeringsproses is om daartoe by te dra dat die teks wat uiteindelik die lig sien, die beste moontlike afgeronde produk is sodat daar sonder probleme mee gekommunikeer kan word.

In hierdie artikel word daar van die veronderstelling uitgegaan dat indien die K3-model as 'n nuttige handleiding vir die redigering van skriftelike tekste gebruik kan word, dit dan moontlik is dat dit ook aangepas kan word vir televisietekste. Die term televisieteks word hier in die wydste sin gebruik as aanduidend van 'n teks wat vir televisie-uitsending bedoel is en nie net na draaiboek vir byvoorbeeld televisiedramas nie. Televisietekste pas in by 'n algemeen aanvaarde definisie van 'n teks. Carstens en Van de Poel (2012:55) definieer 'n teks as "... 'n vaste struktuur wat 'n herkenbare eenheid vertoon wat ook voldoen aan die vereiste van begrypbaarheid".

Daar is tans internasionaal, maar veral ook plaaslik, 'n tekort aan instrumente vir die redigering van televisietekste. Daar is wel redigeringsinstrumente in die vorm van skryfwenke vir die skryf van dramadraaiboek beskikbaar. Op die Nasionale Film- en Videostigting (*National Film and Video Foundation*) se webwerf is daar 'n aantal skakels na bronne wat as hulpmiddels kan dien vir die skryf van draaiboek (www.nfvf.co.za). Daar is egter min handleidings vir die

skryf van Suid-Afrikaanse televisie-inhoud buiten dié van drama. Geen Suid-Afrikaanse instansies bied tans redigeringskursusse aan vir toesighoudende vervaardigers nie. Die toesighoudende vervaardiger is die persoon by 'n uitsaaier wat verantwoordelikheid aanvaar vir die vervaardiging van die visuele tekste wat uitgesaai word. Hierdie rol word by alle uitsaaiers regoor die wêreld aangetref. Dié persoon is dikwels iemand wat in 'n kreatiewe bedryf werksaam was as vervaardiger, deel van die regie-span is, of 'n skrywer wat inhoud skryf.

Oor die algemeen word toesighoudende vervaardigers intern deur die spesifieke uitsaaier ter sprake opgelei. Die opleiding fokus op die vervaardigingsproses in die breë, maar geen aandag word aan die redigeringsproses gegee nie, omdat daar aanvaar word dat die persoon reeds oor die vaardigheid beskik om 'n televisieteks te redigeer. Alhoewel dit soms wel die geval is, is dit nie altyd waar nie. Die stand van sake is bevestig deur die hoof van Musiek en Vermaak van die Afrikaanse kanale by M-Net, Janine Opperman (Opperman, 2016).

Ten einde hierdie probleem te oorkom het die openbare uitsaaier, die SABC, in 2005 'n reeks gidse ontwikkel vir hul toesighoudende vervaardigingspan. Die primêre teks, *Content is 'Queen'. Introducing the Content Hub*, is as 'n riglyn ontwikkel vir die prosesse wat die toesighoudende vervaardiger moet volg om televisietekste van hoë gehalte in samewerking met die gekose produksie maatskappye te vervaardig. Yvonne Kgame, destydse hoof van die SABC se kwaliteitsversekeringsafdeling, Content Hub, het in 2004 die hoofdoel van die toesighoudende vervaardiger beskryf as die persoon wat vir *kwaliteitsversekering* en nie soseer *kwaliteitsbeheer* verantwoordelik is: "Quality control is a retrospective process, checking after the work has been completed to see if it is up to standard. However, quality assurance is intended to anticipate problems that might occur, so that quality controllers end up with very little to reject" (SABC, 2004:33). Kwaliteitsversekering moet gevolglik plaasvind voordat die finale produk afgelewer word.

Omdat kwaliteitsversekering só belangrik tydens die inhoudsontwikkeling van televisietekste is en daar tans nie veel riglyne is vir televisietekste in die algemeen is nie, word daar vervolgens gekyk na die toepaslikheid van die K3- model in hierdie konteks.

## 2. Oorsig van die K3-model

Jan Renkema is die skepper van die CCC-model, 'n diagnostiese instrument wat gebruik word om die kwaliteit van 'n teks aan die hand van drie hoofkriteria te bepaal, naamlik: of 'n teks korrespondensie toon tussen die doel van die skepper enersyds, en die verwagtinge en behoeftes van die ontvanger(s) andersyds, of dit aan die eis van konsekwentheid voldoen en of dit wat daarin voorkom korrek is betreffende taal en inhoud. Die veronderstelling is dat die model die teksredakteur (of in hierdie geval die toesighoudende vervaardiger) in staat sal kan stel om vas te stel presies waar probleme met teksgehalte voorkom sodat dit reggestel kan word voordat die produk gebeeldsend word (Carstens en Van de Poel, 2012:61).

Die K3-model bestaan uit vyftien ykpunte wat gebaseer is op die idee dat elke teks se gehalte bepaal kan word deur drie kwaliteitsvoorwaardes (korrespondensie, konsekwentheid en korrektheid). Dit word gemeet in terme van vyf teksvlakke, naamlik tekssoort, inhoud, struktuur, formulering en aanbieding. Die teksvlakke word telkens beoordeel ten opsigte van die drie kwaliteitsvoorwaardes. Die voorwaardes en die teksvlakke word teenoor mekaar geplaas in 'n tabel wat soos volg daar uitsien en wat in totaal vyftien ykpunte het (Carstens en Van de Poel, 2012: 63).

Figuur 1: Die K3-model

TEKSVLAKKE	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)		
	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
A. TEKSSOORT	1. Gepastheid van teks (Y1)	2. Genresuiwerheid (Y2)	3. Korrekte toepassing van genreëls (Y3)
B. INHOUD	4. Voldoende Inligting (Y4)	5. Ooreenstemming van feite (Y5)	6. Korrektheid van feite (Y6)
C. OPBOU/ STRUKTUUR	7. Voldoende samehang (Y7)	8. Konsekwente struktuur (Y8)	9. Korrekte verbindingswoorde en argumentasiestrukture (Y9)
D. FORMULERING	10. Gepaste formulering (Y10)	11. Eenheid van styl (Y11)	12. Korrekte sinsbou en woordkeuse (Y12)
E. AANBIEDING	13. Gepaste en effektiewe aanbieding (Y13)	14. Ooreenstemming van teks en uitleg (Y14)	15. Korrekte spelling en interpunksie (Y15)

(Carstens en Van de Poel, 2010:69)

Die drie kwaliteitsvoorwaardes, naamlik korrespondensie, konsekwentheid, korrektheid – waaronder vyftien ykpunte is – word teen vyf teksvlakke getoets (teksoort, inhoud, opbou of struktuur, formulering en aanbieding) om ’n deeglike bepaling van teksgehalte uit te voer.

### 3. Die televisieteks

*Colour TV* was ’n komediereeks wat in 2011 deur die SABC uitgesaai is. ’n Totaal van 13 episodes is vervaardig waarvan elk 48 minute lank was. Ten einde dit wat later aan bod kom te onderlê, word die proses wat die uitsaai van die reeks vooraf gegaan het, eers bespreek.

In die eerste konsepdokument (Curious?ictures, 2011) wat in 2011 deur die vervaardiger aan die uitsaaiers voorgelê is, is die doel van die program soos volg uiteengesit: Eerstens moes die program ’n satiriese en humoristiese verskeidenheidsprogram (met ander woorde ’n program wat fokus op vermaak en musiek) in die formaat van ’n televisiekanaal wees wat tong-in-die-kies insig bied in Suid-Afrika se bruin gemeenskap. Die voorstel was dus om ’n program te maak wat soos ’n verkorte weergawe van ’n hele televisiekanaal werk. Net soos wat ’n televisiekanaal, byvoorbeeld KykNET, ’n redelike vaste verloop het deurdat daar laatmiddae sepies gewys word wat dan gevolg word deur die nuus, verskeidenheids-, aktualiteits- en sportprogramme, sou *Colour TV* dieselfde subgenres bevat, maar gekondenseerd. Dit wat dus tipies deur die loop van sê maar een dag deur ander televisiekanale aangebied word, sou nou weekliks as een program aangebied word op SABC 2. Die konsepdokument het ook aangedui dat die program die kleurvolle aard van bruin en Afrikaanssprekende mense moes uitbeeld (“A show that depicts the colourfulness of Coloured and Afrikaans speaking people”). Derdens moes die program die geweldige rykdom aan talent in die bruin gemeenskap inspan, en hierdie talent aan ’n algemene gehoor aanbied. Laastens moes die program die verdraaiings en halwe waarhede oor bruin Suid-Afrikaners uitdaag (Curious?ictures, 2011: 1). Die dokument brei nie uit oor wat presies met die “kleurvolle aard van bruin en Afrikaanssprekende mense” bedoel word nie en dieselfde geld “verdraaiings en halwe waarhede”. Uit die voorlegging wat deur

een van die skrywers van hierdie artikel bygewoon is, het dit egter geblyk dat dit die bedoeling was om in die eerste plek die bruin, Afrikaanssprekende mark te teiken, maar om nie ander Afrikaanssprekendes wat nie bruin is nie, uit te sluit nie. Wat die halwe waarhede betref, het het dit daarom gegaan dat bruin mense nie as bespotlik en stereotiperend voorgestel moes word nie.

Die idee was nuut: 'n program in die formaat van 'n televisiekanaal wat op 'n bestaande televisiekanaal uitgesaai word. Dit het byval gevind by die uitsaaier. Voor die program egter vervaardig kon word, het daar 'n breuk tussen die vervaardiger en die produksiemaatskappy ontstaan en die vervaardiger moes 'n nuwe produksiemaatskappy aanstel om die program te vervaardig.

Hierdie nuwe span het die doel van die program herdefinieer met slegs drie doelwitte: Ten eerste sou dit 'n verskeidenheidsprogram wees wat komediesketse bevat wat grootliks parodieë sou wees van bekende internasionale en plaaslike persoonlikhede/entiteite waarmee die gehoor vertrouwd sou wees. Die tweede doelwit was dat *Colour TV* 'n vlagskip-, algemene vermaaklikheids-televisieprogram sou wees wat die formaat van 'n televisiekanaal sou aanneem en wat die leefwêreld van bruin mense weerspieël. Niemand moes egter bewus wees van die feit dat hierdie “kanaal” slegs uit bruin mense bestaan nie en selfs aksent moes dit nie suggereer nie. Die rede vir hierdie besluit was geleë in die siening dat nie alle bruin mense, in alle situasies, hulle streekstemme (d.i. aksente) gebruik nie. Derdens is daar besluit dat terwyl die stories op hierdie program universeel sou wees – en gevolglik ook stories waarmee almal kan identifiseer – die perspektief en tekstuur uniek moes wees met inagneming van die feit dat so 'n tekstuur en uniekheid van streek tot streek sou verskil en gevolglik parogiaal sou wees (Bonngoe Production/Bernie Brand/Jungle Works, 2011: 2).

Daar is ooreengekom om die oorspronklike formaat van die program as 'n bruin kanaal te behou, maar 'n universaliteit by die inhoudsplan te voeg waar slegs die perspektief en tekstuur van die inhoud 'n bruin nuanse sal hê en die inhoud nie soseer slégs vir 'n bruin kykersmark sou wees nie. Die span het ook besluit dat die inhoud nie uitsluitlik komies sou wees nie en insetsels in soos 'n kort sepie oor die vete tussen twee families sou ingebring word, asook 'n joernaalinsetsel genaamd *Kuier*, waar op suksesstories oor bruin sakemense in die besigheidswêreld gefokus sou word. Teen die einde van die ontwikkelingsproses sou helfte van die inhoud 'n komiese aard hê en die res 'n neutraler of ernstiger toon.

Die nuwe span het ook bewus geword van nuwe navorsing oor die profiel van die Kaapse bruin gemeenskap wat in 2010 deur OIL, 'n advertensiematskappy in Kaapstad, gedoen is. Die navorsing is oorspronklik gedoen met die doel om advertensieveldtogte aantrekliker vir hierdie mark te maak. Die advertensiematskappy het hul navorsingsmetode soos volg verduidelik: “OIL’s approach to investigating the coloured market took place in the form of ethnographic research which was supported by SAARF/AMPS TGI (Dec 08) as well as social networks/blogs” (Botha, 2010:13). Die doel van die navorsing was om insigte oor die bruin gemeenskap te bekom “to provide marketers with a deeper understanding of the dynamics within the coloured market in South Africa, in order to create more effective brand communication strategies” (Botha, 2010:14).

Die etnografiese navorsing het op vyf bruin families van verskillende demografiese agtergronde en leefwyses gefokus. Die spesifieke families is ook gekies omdat hulle as invloedryk binne hul gemeenskappe beskou is en die navorsingsmatskappy met ander soortgelyke families in aanraking kon bring. Die navorsing is in die vorm van direkte waarnemings van die families se optredes oor 'n tydperk van vier agtereenvolgende dae gedoen

en die navorsers het met elkeen van die familieledede onderhoude gevoer. Op dié wyse het 60 mense deel uitgemaak van die etnografiese navorsing. Die navorsers het ook, deur middel van die Amps-data en digitale netwerke, met 11 384 mense in aanraking gekom wat op vraelyste gereageer het (Botha, 2010:14).

Op grond van die waarnemings, onderhoude en vraelyste het OIL tot die volgende gevolgtrekkings gekom: Die definisie van bruin het vanaf 'n eendimensionele omskrywing gebaseer op velkleur en ras verskuif na 'n meer komplekse definisie gebaseer op lewenstyl en gedrag; bruin identiteit word nou gedefinieer op grond van gedragseienskappe wat spesifiek is aan die bruin mark; hierdie gedrag is egter stereotiperend bruin; hoe minder van dié gedrag 'n mens openbaar, hoe minder word jy as 'n bruin mens beskou; indien iemand ('n bruin persoon) aanstoot neem oor hierdie stellings, word hulle nie as bruin mense gesien nie en bly hulle nie getrou aan die eienskappe van bruin wees nie; mense assosieer dikwels bruin mense as 'n groep met stereotiepe gedrag en lewenstyle, maar die bruin mark is baie divers; laastens kan die post-apartheid- bruin mark gedefinieer word deur vier groepe, wat onderskeidelik as die *ontsnappers*, die *tussen-inners*, die *presteerders* en die *silwer teelepels* bekend staan.

Botha (2010:22, 23) omskryf die vier groepe soos volg: Die *ontsnappers* word beskou as mense wat aan die daaglikse realiteite van hul lewens wil ontsnap. Na berekening val ongeveer 231 000 mense in die Wes-Kaap in hierdie groep met 'n gemiddelde maandelikse inkomste van R1 098,67. Hulle lewens word deur onstabiliteit getipeer, waar dwelm- en alkoholmisbruik alledaags is. Die *ontsnappers* is die mense wat gewoonlik tandeloos is of goue insetsels in hul tande het. Ongeveer 645 000 mense kan as *tussen-inners* bestempel word. Hulle gemiddelde maandelikse inkomste beloop R1 616, 21. Hulle is vasgevang in 'n leefstyl van materiële gemiddeldheid aan die een kant en armoede aan die ander kant. Wat kleredrag betref, dra baie van hulle duur handelsname as 'n teken van sukses. Die *presteerders* word gesien as dié met die minste stereotipiese bruin identiteitsmerkers. In die Wes-Kaap is die groep *presteerders* 1,1 miljoen mense sterk. Hulle verdien 'n gemiddelde maandelikse inkomste van R10 074. Vir hierdie groep is opvoeding van groot belang en hulle het 'n minder materialistiese leefstyl as die *tussen-inners*. Die *silwer teelepels* is die kinders van die *presteerders*. Hul populasiegrootte is 88 000 met 'n maandelikse gemiddelde inkomste van R9 487. Hulle het nie 'n intieme verhouding met die Kaapse bruin identiteit nie en is slegs daaraan gebonde deur hul ouers se identiteit.

Die OIL-navorsing het 'n groot impak op die finale doelwitte van die program gehad, deurdat die woorde 'bruin' en 'bruin mens' nie in die program gebruik is nie omdat die gemeenskap nie eenvormig is nie en omdat 'n groot gedeelte van die *presteerders* en *silwer teelepels* hul identiteit as swart beskryf. Daar is ook besluit dat daar nie slegs van komiese insetsels gebruik gemaak sal word nie, maar dat ernstiger inhoud ook gebruik sal word. Voorts is kort tussen-insetsels ook vervaardig sodat die geskiedenis wat van belang vir 'n bruin kyker is, ook uitgebeeld kan word. Die televisiereeks sou slegs in 'n ateljee en in neutrale plekke opgeneem word wat nie stereotiep van die Kaapse Vlakte of bruin townships is nie omdat bruin kykers in 'n verskeidenheid ruimtes te vinde is. Wat taal betref, sou daar gewissel word tussen Standaardafrikaans, Kaaps en Engels, maar in die besonder op Kaaps gefokus word omdat die bruin gemeenskap in die Wes-Kaap die grootste in die land is en hierdie gemeenskap tot 'n groot mate die primêre teikenmark was.

Teen hierdie agtergrond is elke episode van *Colour TV* binne die raam van 'n fiktiewe televisiekanaal geplaas, met kort insetsels wat die vorm van verskillende televisieformate aangeneem het. Die patroon is telkens in die onderstaande volgorde herhaal:

- 'n Kort toespraak deur die (fiktiewe) president van die (fiktiewe) kanaal (30 sekondes).
- Die Nuus – satiriese nuusbuletins, die weer en finansiële nuus – aangebied deur komediante (3 minute).
- 'n Sepie genaamd *Give a Little Love* waarin die vete tussen twee families binne 'n betreklike kort tyd uitgebeeld is (6 minute).
- 'n Speletjiesprogram, *Wil djy broke wees?* waar paartjies vir geld gespeel het (7 minute).
- 'n Skertsprogram, *Late Night with Terence*, aangebied deur die bekende akteur Terence Bridgett waar daar met bekende en geliefde bruin persoonlikhede gesels is (15 minute).
- 'n Tydskrifprogram, *Kuier*, waar profiele van suksesvolle bruin sakemense gewys is (5 minute).
- *Het jy geweet?* – kort tussen-insetsels waarin minder bekende historiese feite oor die Suid-Afrikaanse geskiedenis soos dit bruin mense raak, vertoon is (10 sekondes).

Die vervaardigers het baie besliste riglyne gevolg wat betref die inhoud. Slegs bruin akteurs, skrywers en redigeerders is gebruik. Die woorde 'coloured' of 'bruin' is nie in die reeks gebruik nie, maar wel die woord *chlora* (kyk 4.2 hieronder). Die Wes-Kaap en Gauteng is gekies as die ruimtes waarbinne die reeks afgespeel het. Daar was geen stereotiepe uitbeeldinge van bruin mense wat verband hou met dinge soos alkohol-en-dwelmmisbruik, bendegeweld, onsedelikheid en werkloosheid nie. Parodie is ook nie dikwels gebruik nie omdat dit te na aan komedievorme soos *blackface* beweeg (vergelyk Padgett, 2015 vir 'n kort oorsig oor *blackface*).

*Colour TV* is in 2011 vervaardig en het ná 'n volle jaar van inhoudsontwikkeling op die lug gegaan. 'n Aanvaarbare ontwikkelingsperiode vir vermaaklikheidsprogramme soos komedie is gewoonlik drie tot vier maande voor die reeks opgeneem word. Die produksiespan het bestaan uit vier inhoudsvervaardigers, twee navorsers, twee draaiboekskrywers, 'n redigeerder en twee uitvoerende vervaardigers. Dit is 'n groot span gesien in die lig van die feit dat 'n normale span gewoonlik slegs uit een inhoudsvervaardiger, 'n navorsers en 'n skrywer bestaan.

Die reeks het 'n stewige begroting gehad, net oor die R8 miljoen – ruim vir 'n splinternuwe program. 'n Begroting van R5 miljoen is gewoonlik die standaardbedrag vir nuwe vermaaklikheidsprogramme. Die program is ook in 'n prominente tydsgleuf in die SABC se Vrydagaandskedule geplaas – 19:30 tot 20:30. Hierdie tydsgleuf is goed vir 'n nuwe program omdat 'n groot aantal kykers gewoonlik op hierdie tyd televisie kyk. Groot kykersgetalle is uiteraard 'n belangrike maatstaf vir sukses in die televisiebedryf. Die reeks is ook ondersteun deur 'n goeie bemarkingsveldtog. Die verwagtinge van die uitsaaier was kykersyfers van 2 miljoen weekliks.

Alhoewel die reeks groot belangstelling by kykers en kritici uitgelok het, was dit nie baie suksesvol nie en die verwagte kykersyfer is nie behaal nie. Die TAMS (Television Audience Measurement Survey) -syfers toon dat tussen 1.5 en 2 miljoen kykers die eerste drie episodes van die reeks gekyk het. In die middel van die reeks het die kykersyfers tot 800 000 gedaal en teen die einde van die reeks het die kykersyfers weer gestyg tot nét oor die 1 miljoen kykers (SAARF, 2011: Julie – Augustus). Gegee die hulpbronne wat aan die reeks spandeer is, is daar verwag dat die reeks baie beter sou vaar.

In die volgende afdeling word die eerste episode van *Colour TV* aan die K3-model gemeet om te bepaal of die model van hulp sou wees in die vervaardigingsproses en sodoende die reaksie op die teks sou kon verbeter.

In die ontwikkelingsfase van die vervaardigingsproses word toetseepisodes aan die toesighoudende vervaardiger gewys. Die toesighoudende vervaardiger kan ook vra dat 'n toetsepisode aan 'n toetsgehoor gewys word. Die skrywers van hierdie artikel is van mening dat indien die aangepaste K3-model, soos in 5 hieronder aangetoon, reeds in hierdie fase gebruik is tydens die wys van toetseepisodes aan toetsgehore, dit 'n wesentlike bydrae sou kon gelewer het tot die kwaliteitsversekering van die teks voordat dit finaal gebeeldsênd is. Dit is egter nie gedoen nie.

Die analise vir hierdie studie is gevolglik gedoen nadat die reaksie van die teikenkykers reeds bekend was deur dit wat op onder meer in briewe in koerante en op sosiale media gesê is. Voorts steun die insigte oor die kykers se reaksies ook op die werk wat Shelley Bradfield oor *Colour TV* gedoen het (Bradfield, 2013, 2015a en 2015b). Bradfield het ten tye van die skryf van hierdie artikel nog nie haar werk gepubliseer nie, maar van haar resultate goedgeunstig met hierdie skrywers gedeel, van wie een die toesighoudende vervaardiger vir *Colour TV* was (onder die naam J. Rainers). Bradfield se navorsing het berus op fokusgroepbesprekings met kykers van *Colour TV* in die Wes-Kaap wat onder meer vraelyste en besprekings oor die reeks ingesluit het.

#### 4. Analise: Die toepassing van die K3-model op die eerste episode van *Colour TV*

In die analise wat volg word die drie kwaliteitsvoorwaardes kortliks bespreek waarna die vyf teksvlakke met hulle ooreenstemmende ykpunte uiteengesit en as vertrekpunt vir die analise gebruik word.

Korrespondensie word gedefinieer as die instansie wanneer die oorspronklike vooropgestelde doel van 'n teks ooreenstem met dit wat die ontvanger wil weet of verwag (Carstens en Van de Poel, 2012:63). “As die skrywer daarin slaag om sy/haar doel te bereik en in hierdie proses dit ook regkry om die behoeftes of verwagtinge van die ontvanger – dit wil sê wat die ontvanger verwag om uit die teks te kry – te bevredig, dan voldoen die teks aan die korrespondensie-eis ten opsigte van kwaliteit (Carstens en Van de Poel, 2012:63).

Onder korrespondensie val daar vyf ykpunte waaraan die teks beoordeel word. Dit is die gepastheid van die teks (ykpunt 1), of die teks voldoende inligting verskaf (ykpunt 4), of die teks saamhang (ykpunt 7), of die korrekte formulering gebruik word (ykpunt 10) en of die aanbieding van die teks gepas en effektief is (ykpunt 13) (Carstens en Van de Poel, 2012: 69).

Vervolgens word elk van die vyftien ykpunte op die teks van toepassing gemaak en onder die drie K's georden word om te bepaal aan watter kwaliteitsvoorwaardes die televisieteks voldoen het of nie.

##### 4.1 Teksvlak A: Tekessoort

Figuur 2: Teksvlak A

TEKSVLAKKE	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)		
	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
A.TEKSSOORT	1. Gepastheid van teks (Y1)	2. Genresuiwerheid (Y2)	3. Korrekte toepassing van genreëls (Y3)

Volgens die K3-model kan tekskwaliteit bepaal word deur eerstens aandag te skenk aan die *tekssoort* (genre). Daar word van die veronderstelling uitgegaan dat elke teks tot 'n besondere tipe behoort wat gepas moet wees vir 'n voorafbepaalde publiek. Die teks moet ook beantwoord aan besondere tekssoortkenmerke waarin die genrereëls korrek toegepas moet word (Carstens en Van de Poel, 2012 441).

Om die gepastheid van 'n teks te bepaal, moet vrae soos die volgende beantwoord word: Wat is die doel met die teks? Wie is die teikengroep van die teks? Is die gekose tipe teks die gepaste tipe om te gebruik om die doel te bereik? Pas die teks by die konteks?

Die verskillende doelwitte met die reeks is in 2 hierbo uiteengesit. Die doelwitte was van meet af problematies in dié sin dat dit enersyds verdraaiings en halwe waarhede oor bruin Suid-Afrikaners wou regstel en uitdaag, maar terselfdertyd ook wou vermaak. Soos later in die bespreking sal blyk, is hierdie doel nie verwesenlik nie en is stereotipes juis bevestig en in teenstelling met vermaak, het kykers beledig gevoel (vgl. Bradfield, 2015a). Die rede hiervoor is terug te vind in die heterogene aard van die teikengehoor.

Die teikengroep van die program was in die eerste instansie die Afrikaanssprekende bruin kyker binne Suid-Afrika asook die wit Afrikaanssprekende kyker. Die profiel van die gereelde kyker in die Vrydagaandtydsgleuf om 19:30 sien soos volg daaruit:

Figuur 3: Profiel van SABC2-kykers in die Vrydagaandtydsgleuf om 19:30

Geslag	Ouderdom	Ras	LSM-vlak
57% vroue	35- 50 jaar: 86%	Wit: 54,7% Bruin: 30,9	LSM-vlak 5-8: 41% LSM-vlak 9-10: 56,9%

(SAARF, 2011. TAMS July-August. South African Audience Research Foundation.)

Daar is verwag dat *Colour TV* dieselfde kykersprofiel sou lok, wat nie gebeur het nie. Die *Colour TV* kykersprofiel het soos volg gelyk:

Figuur 4: Profiel van die *Colour TV*-kykers

Geslag	Ouderdom	Ras	LSM-vlak
55% vroue	35- 50 jaar: 66%	Wit: 16% Bruin: 57,4%	LSM-vlak 5-7: 62% LSM-vlak 9-10: 34,8%

(SAARF, 2011. TAMS July-August. South African Audience Research Foundation.)

Die programinhoud het die kykermark verander tot 'n oorheersende bruin, werkers- en laemiddelklas kyker. Die program het dus nie die bedoelde teikengroep binne die tydsgleuf getrek nie, maar 'n nuwe groep kykers gelok wat nie tradisionele kykers vir daardie tydsgleuf was nie.

Wat betref die vraag of die gekose tipe teks die gepaste tipe was om te gebruik om die aanvanklike doel te bereik, moet daar in ag geneem word dat *Colour TV* die eerste van sy soort was wat binne hierdie tydsgleuf uitgesaai is. Hierdie tydsgleuf is tradisioneel die tuiste van die bekende Afrikaanse musiekspelletjiesprogram, *Noot vir Noot*. Vorige programme wat in hierdie tydsgleuf uitgesaai is, was musiek- en spelletjiesprogramme soos die plaaslike popsanger Patricia Lewis se *Supersterre* en *Kom 'n bietjie binne met Dozi*.

Die kwessie oor die profiel van die tydsgleuf, sluit nou aan by konteks. Die SABC is die enigste openbare uitsaaier in Suid-Afrika en het 'n mandaat om inhoud aan te bied wat inlig, vermaak en opvoedkundig is. Die uitsaaier beskik oor vier kanale met SABC 2 wat oorspronklik as die



kanaal vir Afrikaans- en Sothosprekende kykers beskou is. (vgl. Smith, 2002 vir 'n uiters volledige bespreking van die mandaat van SABC 2).

Alhoewel SABC tans eerder as 'n Suid-Afrikaanse kanaal beskou word, het *Colour TV* in 2010 as 'n (deels) Afrikaanse program by die gekose kanaal gepas. Uit die reaksie op die reeks het dit egter geblyk dat die toesighoudende vervaardiger nie volkome insig in die gekose kyker se profiel gehad het nie en dat die programinhoud en genre verwyder was van die tipe inhoud wat tradisioneel in dié tydsgleuf vir kykers aangebied is. Die reeks het nie aan die verwagtinge van die tradisionele kykers vir die tydsgleuf voldoen nie omdat die inhoud nie vir hulle aanvaarbaar was nie (vgl. Bradfield, 2013). Ten einde die gaping tussen die uitsaaier en die bruin kykersmark verder te belig, word daar vervolgens by konsekwentheid stilgestaan.

Konsekwentheid kan gedefinieer word as suksesvol wanneer die keuses wat gedurende die skeppingsproses gemaak word (soos tekssoort), volgehou word deur die loop van die teks (Carstens en Van de Poel, 2012:65). Hier is dit veral ykpunt 2 wat ter sprake is waar dit gaan om genresuiwerheid en of die tekssoort korrek is vir die doel wat bereik wil word.

Wat genre betref, kan *Colour TV* as 'n multigenretelevisieteks beskou word. Die oorkoepelende genre is 'n variasie van die verskeidenheidsgenre wat gedefinieer kan word as 'n program waar 'n verskeidenheid opvoerings plaasvind, soos musiek-, dans- of komiese vertonings. In *Colour TV* was daar agt tot tien subgenres wat gewissel het van 'n sepie tot 'n joernaalprogram. Die genre is gekies omdat die vervaardiger die programteks in die vorm van 'n verkorte televisiekanaal wou aanbied om sodoende 'n ideologiese stelling te maak wat sê dat die realiteite van bruin mense se wêreld dieselfde waarde het as enige ander kultuurgroep wie se wêreld op televisie uitgebeeld word. Die span vervaardigers het hul inspirasie geput uit wyse waarop genres op 'n ware vermaaklikheidskanaal gewoonlik gerangskik word en daarom is die subgenres altyd in dieselfde volgorde aangebied: begin met die nuus en eindig met 'n kletsprogram (kyk 2 hierbo). Die gevolg van die keuse van 'n kanaal as genre met die gevolglike subgenres het daartoe gelei dat die teks elke ses tot agt minute van subgenre verwissel het. As dit belangrik is vir die verstaanbaarheid van 'n teks om konsekwent dieselfde keuse te maak, lyk dit asof die gebruik van verskillende genres 'n konsekwentheidsfout was wat verstaanbaarheid kon belemmer het. Volgens Bradfield (2015b) en ook Ferreira (2011) het die kykers nie die konsep van 'n kanaal-as-verskeidenheidsprogram verstaan nie en het die program nie vir hulle sin gemaak nie. Die voortdurende afwisseling van genres het verstaanbaarheid belemmer en so gesien is die voorwaarde van konsekwentheid gevolglik verbreek.

Korrektheid het te doen met die uitvoering van die reëls van 'n besondere taal en die uitbeelding van die juiste inhoud in die werklikheid (Carstens en Van de Poel, 2012:65) met veral ykpunt 3, die korrekte toepassing van genrereëls, wat ter sprake is. Omdat die oorkoepelende verskeidenheidsgenre nie in sy tradisionele wyse toegepas is nie, stem die teks nié ooreen met die genrereëls nie. Alhoewel kykers die genrereëls van verskeidenheidsprogramme verstaan, was hulle nie daarvan bewus was dat *Colour TV* veronderstel was om 'n verskeidenheidsprogram te wees nie (Bradfield 2015b). Elke insetsel het by die reëls van daardie tipe subgenre soos joernaal, sepie of sketsinsetsel gehou, maar die vinnige wisseling het ook tot verwarring gelei het omdat die program as 'n samehangende geheel nie sin gemaak het nie (vgl. Bradfield 2015b). *Colour TV* is nie eksplisiet aangekondig of bemark as 'n verskeidenheidsprogram nie. Inteendeel, 'n genrededefinisie is nooit in die program gebruik nie, behalwe wanneer daarna as 'n kanaal verwys is. Die gebruik van 'n kanaalformaat as oorkoepelende genre was 'n konsekwentheidsfout omdat die genrereëls voortdurend verander

het. Dit sou reggestel kon word, deur *Colour TV* duidelik as 'n verskeidenheidsprogram te benoem.

Voordat daar na tekswlak B beweeg word, kan daar ten slotte gesê word dat die eerste tekswlak van die K3-model baie nuttig was om probleme mee te identifiseer.

#### 4.2 Tekswlak B: Inhoud

Figuur 5: Tekswlak B

TEKSVLAKKE	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)		
	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
B. INHOUD	4. Voldoende Inligting (Y4)	5. Ooreenstemming van feite (Y5)	6. Korrektheid van feite (Y6)

Tekswlak B, oftewel *inhoud*, behels dat daar nie alleen voldoende inligting moet wees nie, maar dat daar ook ooreenstemming van feite moet wees en dat die inhoud ook feitelik korrek moet wees (Carstens en Van de Poel, 2012: 441-442). Voldoende inligting het betrekking op die hoeveelheid inligting wat oorgedra word. 'n Balans moet binne die teks gehandhaaf word tussen te veel en te min inligting.

Om hierdie vraag te beantwoord, word daar vervolgens na kykers se reaksie soos verkry uit kommentaar en briewe wat in koerante en op sosiale netwerke soos Facebook, Twitter en blogs gepubliseer is in die tydperk wat die program uitgesaai is. (Soos reeds genoem, sou dit baie gehelp het indien die sentimente wat hier verwoord word, reeds in die toetsfase ingewin is – dan sou die regstellings betyds gemaak kon gewees het).

Episode een van *Colour TV* (Engel en Mitchell, 2011) begin met die volgende teks wat op die skerm verskyn en wat ook deur 'n manstem hardop gelees word:

“Hierdie program bevat uitdrukkings wat nie alombekend is nie”.

Dit word opgevolg met die woorde:

“Publieke aankondiging”.

En dan verskyn daar 'n aankondiging van die president van die kanaal. Hy sê:

“Goeienaand, ek is Gershwin D. Fortune. Now, I grew up in the dusty windswept streets of the Cape Flats. Ek het ook tyd in die buiteland spandeer toe ek in Engeland gestudeer het. When I returned I realised I was living in a world where my life experiences just wasn't reflected anywhere especially not on TV. So I decided to create a platform that celebrated my world. Colour TV was born. It's a channel all of its own rolled into one, met iets vir almal. So hold onto your nearest and dearest because this is going to be a kawaii mix bag. This is the world as we see it. Colour TV. Duidelik en uiteindelik”.

Dan sny die beeld na 'n ateljeetoneel waar twee karakters met hul rûe na die kamera sit en hulle sê:

Karakter 1: “Colour TV. Here we come”.

Karakter 2: “Is ja. Tyd vir die nuus”.

Dit is al inligting wat aan die begin van die eerste episode verskaf word. Die toesighoudende vervaardigers was van mening dat die aankondiging deur die president van die kanaal, die program voldoende sou kontekstualiseer wat betref die uitbeelding van die bruin leefwêreld. Daar word niks gesê oor die titel *Colour TV* en wat presies daarmee bedoel word nie. Geen inligting word gegee oor die spesifieke formaat van die program en of al die karakters in die program werklike mense is of slegs akteurs is wat rolle speel nie. Die kyker word ook nie voorberei op die humoristiese of komiese aard van die program nie.

Die plaaslike televisieresensent Tinus Ferreira, skryf die volgende op sy blog (Ferreira, 2011):

“Confused viewers and readers have been asking me for weeks: What is Colour TV? They're wondering whether it means a new TV station is coming from the SABC (no). Some are thinking it might be the launch of a 3rd party pay TV channel (no). Meanwhile SABC2 has done a big hallabalo about nothing as it fails to actively tell viewers what Colour TV is, and has so far failed miserably in being upfront with the press or engaging entertainment journalists about the show that is supposed to start in a mere three weeks. If viewers think your failed clip campaign is about the SABC going digital, another pay TV channel or TopTV, I would venture to suggest you have a problem, SABC2.”

Die bostaande bevestig die vermoede dat daar verwarring onder kykers asook resensente was wat betref die titel van die program omdat dit voorgekom het asof dit moontlik 'n nuwe, afsonderlike kanaal is wat begin word.

Sommige kykers was baie ongelukkig oor die programtitel en inhoud. In een brief in die *Timeslive* koerant van 17 Julie 2011 kort ná die program se eerste verskyning, skryf 'n kyker (Probert, 2011):

“The title of the comedy is derogatory and racist. A co-worker literally ran to ask me if I had seen the programme of ‘you people’ on SABC2. From years of being a member of the UDF back in the day, I tried to get away from the ‘coloured’ classification bestowed upon us. In fact, my mother's ID reads ‘other coloured’ and her children were ‘Cape Coloured’. To title a programme *Colour TV* is just not on. We are going back to the old apartheid days Jimmy Manyi's utterances of ‘too many coloured people in Cape Town’, and now this, is cause for concern. I am disgusted and disappointed in the SABC.”

Op 20 Julie 2011, verskyn die volgende brief van 'n kyker in die *Timeslive* koerant (Marina, 2011):

“With this ‘colour TV’ programme as we as South African ‘coloured’ do not live like this ‘portrayed image’ of the coloured nation, not to mention the language usage – in which year was this programme made? Wake up SABC – we are a proud nation of South Africans and do NOT want to be labelled as ‘coloureds’ anymore – we are moving forward. If this is what we are paying our tv licenses for – I am ashamed at the sabc for portraying the coloured nation in this manner – shame on you SABC. We as the coloured people are still ‘sidelined’ and pushed aside – first we were ‘too black’ – now we are ‘too white’ we are still in the middle of the population gap – and now this ‘colour TV’ portraying us to be ‘uneducated and stupid’ – pls stop showing this programme on tv ‘julle is ’n klap in die gesig’ vir ons nuwe generasie.”

Dié reaksie van kykers waaruit duidelike verwarring oor wat die program probeer doen, word ook gerugsteun deur die navorsing wat Shelley Bradfield oor *Colour TV* gedoen het (Bradfield,

2013:1). Soos reeds genoem, het haar navorsing berus op fokusgroepbesprekings met kykers van *Colour TV* in die Wes-Kaap wat onder meer vraelyste en besprekings oor die reeks ingesluit het.

Bradfield (2015a en b) het bevind dat die kykers uit die middelklas die programinhoud stereotiperend ervaar het en meer krities en ook meer negatief teenoor die inhoud gestaan het as ander groepe. Daarteenoor het spesifiek werkersklaskykers die uitbeelding van humor en die gebruik van streekstaal nie stereotiperend gevind nie en hulself in die uitbeeldings gesien. Die tong-in-die-kies-humor was egter nie altyd geslaagd nie. Sekere respondente het gesê dat dit baie sinvoller sou wees as programinhoud gebruik is wat die sosio-ekonomiese werklikhede van bruin mense realisties uitgebeeld het. Die vraag ontstaan natuurlik watter werklikheid hier ter sprake is, gegee die heterogene aard van die bruin gemeenskap. Die punt bly dat daar gemeen is dat die inhoud soos aangebied, bygedra het tot die stereotiepe uitbeelding van bruinmense as mense wat nie ernstig opgeneem kan word deur die res van die Suid-Afrikaanse samelewing nie. Die inhoud van *Colour TV* moet gevolglik as onvoldoende beskou word aangesien die humor aanstoot gegee het en kykers eerder 'n feitelik korrekte uitbeelding van die bruin gemeenskap wou sien.

Die inhoudsanalise van 'n teks vereis ook dat daar gekyk word of alle woorde en begrippe voldoende verklaar word. Soos bo vermeld, begin *Colour TV* met die teks “Hierdie program bevat uitdrukkings wat nie alombekend is nie”. Dit herinner aan waarskuwings soos “Die program is nie vir sensitiewe kykers nie”. Die titel van die program, *Colour TV*, die klingel ‘duidelik en uiteindelik’ en die woorde *chlora* en *gam* word dikwels in die teks gebruik, maar nêrens verklaar nie.

Die titel van die program, *Colour TV*, word, soos in meeste ander gevalle, nie deur die loop van die program verduidelik nie. Die vervaardiger se bedoeling met dié benoeming was om te sinspeel op die idee dat die program op “coloured” of bruin kykers gerig is omdat dit soos “coloured tv” klink as dit uitgespreek word. Dit is belangrik om te let dat die program nooit die woord “coloured” of kleurling/bruin in die programinhoud gebruik nie. Die naaste wat dit daaraan kom, is deur die gebruik van die titel *Colour TV*. Die vervaardigers en uitsaaier het teen die gebruik van die woord “coloured” besluit omdat dit vir sommige burgers 'n kontroversiële woord is en ook omdat daar nie 'n eenvormige “coloured” of bruin identiteit in die land bestaan nie. Die programnaam is gevolglik problematies omdat die woord “coloured” of bruin 'n kontroversiële identiteit verteenwoordig. Die bruin identiteit is ook nie homogeen nie; nie alle mense wat hulself as bruin beskou, aanvaar die woord nie (kyk 2 hierbo waar die OIL-navorsing uiteengesit word). Daar bestaan egter ook 'n argument vir die gebruik van die woord “coloured” of bruin aangesien dit steeds gebruik word vir rasaanduiding in amptelike dokumente en ook in die media.

Die klingel vir die program is “duidelik en uiteindelik”. Dit is verstaanbaar binne 'n bepaalde kulturele konteks, want die woord “duidelik” is deel van die streekstaal op die Kaapse Vlakte, maar met 'n ander betekenisonderskeiding as in die standaardvariëteit. Dit beteken ‘goed’ en ‘ondubbelsinnig’ en gepaard met “uiteindelik” was die bedoeling dat *Colour TV* 'n program is wat 'n outentieke beeld van bruin Suid-Afrikaners wil oordra – iets wat, soos blyk uit die reaksie van die kykers, nie die geval was nie. Die klingel word egter nooit eksplisiet in die program verduidelik nie.

*Chlora* is Wes-Kaapse streekstaal vir bruin. Die konnotasies hiermee is neutraal. Die program gebruik die woord sonder om dit te verduidelik of konteks te gee en daar was geen klagte van kykers nie. Dit is wel 'n binnegroep-term, in dié sin dat dit aanvaarbaar is vir een bruin persoon

om na 'n ander bruin persoon as 'n *chlora* te verwys, terwyl buitelanders dit nie mag doen sonder om aanstoot te gee nie. Die uitsaaiers het ook geen klagtes van kykers ontvang oor die gebruik van die woord *chlora* nie. Intendeel, op die sosiale netwerke Facebook en Twitter het kykers die gebruik van die woord verwelkom. Op Facebook skryf 'n kyker (Howard, 2011) die dag ná die eerste episode uitgesaai is: “Lol. Wow! Its amazing 2c how all da kloras are like...Nw dats wat u call heritage”.

Die woord *gam* is ook Kaaps en beteken ‘lelik’ of ‘plattvloers’. Die woord word gewoonlik in 'n beledigende konteks gebruik met verwysing na iemand wat voldoen aan die ergste negatiewe stereotipering van bruin mense, bv. iemand wat aan drank- en/of dwelms verslaaf is, werkloos is, nie voortande het nie en so meer. In *Colour TV* word die woord binne die programkonteks egter op sy kop gedraai en so te sê teruggeëis deur dit in 'n eretitel te omskep. Die programaanbieder verduidelik dit in episode een soos volg:

“We’ve devised a little *Late Night Talk with Terence* ritual. You will have the honour of being the first guest to take the *Late Night with Terence* WHAT KIND OF CHLORA are you test.

I’m going to ask you three questions. Based on the answers the boys (band) are going to help me decide: is dji gam, is dji lam<sup>ii</sup> of vat dji vlam<sup>iii</sup>? Are you ready? First question:

1. Did you receive a key for your 21st birthday?
2. Rollers, hairdryer or GHD<sup>iv</sup>?
3. Have you ever dated anyone who drove a car with mags or drop suspension?”

Na aanleiding van sy gas, die voormalige Mej. Suid-Afrika, Amy Kleynhans-Curd, se antwoord, kom die aanbieder tot die gevolgtrekking dat sy *gam* is waarop sy skertsend reageer met: “dankie vir die bevestiging”.

Uit die reaksie van die kykers, is dit duidelik dat daar nie voldoende inligting (ykvlak 4) vir die sinvolle interpretasie van die teks was nie. Ook ykvlakke 5 en 6 waar dit gaan oor die ooreenstemming van feite en die korrektheid van feite blyk problematies te wees omdat die kykers nie voorberei is op die bedoelde humoristiese aanslag van die teks nie.

#### 4.3 Teksvlak C: Opbou/ Struktuur

Figuur 6: Teksvlak C

	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
C. OPBOU/ STRUKTUUR	7. Voldoende samehang (Y7)	8. Konsekwente struktuur (Y8)	9. Korrekte verbindingswoorde en argumentasiestrukture (Y9)

Die derde teksvlak, *opbou/struktuur* (C) hou verband met die teks se die logiese of beredeneerde aard en ook die korrekte volgorde van die teks en val saam met ykpunt 7 waar dit gaan oor of daar 'n duidelike samehang tussen die onderafdelings van die teks is en ook ykpunt 8 wat vereis dat sake wat bymekaar hoort, wel bymekaar staan.

Die formaat van die reeks as 'n televisiekanaal het beteken dat elke episode 'n vaste volgorde gevolg het met kort insetsels uit verskillende genres met hulle eie insetseltitel, aanbieders en inhoudstyl. Die insetsels is met kort visuele skakels verbind, maar nie deur die ankeraanbieders aangekondig nie. Die karakters wat die skakels aanbied, sit in 'n beheerkamer met hul rûe na die kamera en praat met mekaar en nie direk met die kykers nie. Die feit dat die skakelkarakters se gesprekke nie 'n direkte verband met die vorige insetsel óf die daaropvolgende insetsel het nie, lei tot 'n verlies aan samehang en verklaar ook waarom kykers nie die konsep van die program-as-kanaal gesnap het nie. Die verskillende insetsels vertoon wel interne samehang in die sin dat dit wat bymekaar hoort, wel bymekaar geplaas word en op 'n wyse wat die kyker waarskynlik kan voorspel. As voorbeeld kan daar na die eerste tien minute van elke episode gekyk word wat die formaat van 'n tradisionele nuusbuletin aanneem. Daar is 'n nuusstel, twee nuusaanbieders en nuusinsetsels. Die bulletin begin met nuusberigte, gevolg deur 'n finansiële verslag en dan 'n sportverslag. Die tipiese looporde van 'n tradisionele nuusprogram word sodoende gevolg waar aktuele sake, finansies en sport in 'n sekere volgorde aangebied word.

Die probleem bly egter dat die teks as geheel nie noodwendig sin maak nie. Die fiktiewe president van die fiktiewe kanaal se toespraak aan die begin van die program, is veronderstel om die program te kontekstualiseer. Maar omdat die toespraak nie direk na die doel van die program verwys nie en ook nie die formaat van die program verduidelik nie, is die kykers aan hulle eie lot oorgelaat. Die formaat van die program bring ook mee dat kykers gapings ervaar het omdat die teks van een perspektief na 'n ander spring, sonder om 'n definitiewe punt te maak. Die nuusbuletin is byvoorbeeld geensins ernstig of realisties nie, terwyl die kort tusseninsetsels van tien sekondes elk waarin minder bekende feite wat veral op bruin geskiedenis gerig is, soos die geskiedenis van die ontstaan van Afrikaans, wel korrek is.

'n Voorbeeld hiervan uit episode een is:

“Did you know that words like 'aitsa' and 'eina' and 'gogga' and 'dagga' were actually given to us by early Khoisan languages and words like 'piesang' and 'pierung' and 'lemoen' and 'blatjang' actually comes (sic) from a Portuguese/Malaysian dialect and in order to understand each other, early slaves developed a creole-Dutch which later became known as Afrikaans. And did you also know that the first Afrikaans words that were written down were actually from an attempt to translate the Koran. Did you know?”

Die idee met hierdie soort insetsel was een van die doelwitte van die program, naamlik om bruin mense se regmatige plek in en bydrae tot die breër samelewing uit te lig. Die spronge tussen wat feitelik is en dit wat as komies bedoel is, werk egter verwarring in die hand in die interpretasie van die geheel en voldoende samehang (ykpunt 7) ontbreek.

#### 4.4 Teksvlak D: Formulering

Figuur 7: Teksvlak D

TEKSVLAKKE	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)		
	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
D. FORMULERING	10. Gepaste formulering (Y10)	11. Eenheid van styl (Y11)	12. Korrekte sinsbou en woordkeuse (Y12)

Teksvlak D, *formulering*, behels die vlak en keuse wat betref die styl en register van die teks en of dit in ooreenstemming met die vermoë van die doelgroep is. Dit val saam met ykpunt 10 wat vra of die regte tipe teks gekies is. Uit die bespreking tot dusver blyk dit dat die die regte tipe teks nie gekies is nie en dat die teks as 'n televisiekanaal nie in ooreenstemming met die vermoë van die doelgroep was nie en dat kykers gesukkel het om die teks te verstaan. Die gebruik van verskillende subgenres in die verskillende insetsels sonder sinvolle skakels tussen die insetsels, het ook begrip belemmer. Die teks is gevolglik nie noukeurig genoeg geformuleer nie. Die bedoelde humoristiese aanslag van die teks was ook nie altyd geslaagd nie (kyk ook Bradfield, 2015a en b se navorsing hierbo waar veral kykers uit middelklasagtergronde beledig gevoel het). Kykers het gevoel die program spot met die bruin gemeenskap terwyl dit geensins die aanvanklike bedoeling was nie. Terselfdertyd het die komiese insetsels 'n negatiewe impak gehad op die manier waarop meer feitelike insetsels deur kykers ontvang is aangesien hulle onseker was of dit ook as komies bedoel is of nie.

'n Ondersoek na die formulering van 'n teks vra ook antwoorde op vrae soos of die teks aantreklik is om te lees (of in hierdie geval om na te kyk), of daar genoeg afwisseling in die teks plaasvind, of die woordkeuse geskik is vir die teikengroep en of die teks enige vooroordele (byvoorbeeld rassisme of seksisme) of stereotipes bevat.

Waar afwisseling in tekste normaalweg in 'n teks se guns tel, het dit in *Colour TV* se geval teen die teks getel omdat daar te veel afwisseling was met die teks wat elke ses tot agt minute van genre en inhoud verander het. Die eenheid van styl is gevolglik verbreek.

Die grootste kritiek teen die program was, die vervaardigers se goeie bedoelings ten spyte, dat dit 'n stereotiepe beeld van bruin mense bevestig en voortgesit het. 'n Kyker skryf op Twitter: "Its no use beautifying the outside but inside its rotten to the core #colourtv" (@linomedia, 2011).

Ykpunt 12, wat korrekte sinsbou (sintaksis) en woordkeuse (betekenis en registergebruik) betrek, is in hierdie geval ietwat van 'n tameletjie omdat die vervaardigers van meet af aan besluit het om nie net Standaardafrikaans nie, maar ook Kaaps en Engels te gebruik. Die program het juis ook gegaan om die verkenning van niestandaardvariëteite sodat die vraag as sodanig eintlik nie van toepassing is nie.

In die geheel gesien, het hierdie teksvlak nie soveel probleme uitgewys as die voriges nie.

#### 4.5 Teksvlak E: Aanbieding

Figuur 8: Teksvlak E

TEKSVLAKKE	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)		
	KORRESPONDENSIE	KONSEKWENTHEID	KORREKTHEID
E. AANBIEDING	13. Gepaste en effektiewe aanbieding (Y13)	14. Ooreenstemming van teks en uitleg (Y14)	15. Korrekte spelling en interpunksie (Y15)

Die laaste teksvlak wat van toepassing is, is teksvlak E, die *aanbieding* wat toets of die aanbieding gepas en effektief is. Uit die bespreking tot nou het dit geblyk dat die aanbieding nie deur die kykers as gepas beskou is nie en daarom ook nie effektief was nie.

In teenstelling met die ander vier teksvlakke van die K3-model, het hierdie teksvlak nie veel opgelewer nie. Die rede hiervoor hou verband met die aard van die teks as multimediatelevisieteks. Ykvak 14 (ooreenstemming van teks en uitleg) en ykvak 15 (korrekte spelling en interpunksie) is nie ter sake nie.

## 5. Gevolgtrekking

Uit die voorafgaande analise blyk dit dat die K3-model op 'n vervaardigingsproses vir televisie toegepas kan word. Die ykpunte help 'n analiseerder om by die oorspronklike doel van die teks te bly. Die K3-model kan ook reeds tydens die inhoudsontwikkelingsproses gebruik word omdat dit veral die periode is waartydens die toesighoudende vervaardiger die geleentheid het om kwaliteitsversekering toe te pas.

Uit die analise van die eerste episode van *Colour TV* aan die hand van die K3-model, blyk dit egter dat sommige aspekte van die model nie werklik tot nuwe insigte gelei het nie. Die geld veral teksvlak (E) *aanbieding* en tot 'n mindere mate teksvlak (D) *formulering*. Die rede hiervoor kan terughertel word na die spesifieke teksoort of genre wat geanaliseer is, naamlik 'n visuele televisieteks in die vorm van 'n verskeidenheidsprogram wat in die formaat van 'n televisiekanaal geraam is. Ykpunte 12 (korrekte sinsbou en woordkeuse), 13 (gepaste en effektiewe aanbieding), 14 (ooreenstemming van teks en uitleg) en 15 (korrekte spelling en interpunksie) is eerder op geskrewe tekste afgestem en het in hierdie analise van 'n visuele, multimediatelevisieteks nie iets nuuts opgelewer nie. Dit beteken nie dat dit moontlik in ander televisietekste, byvoorbeeld formele nuusbuletins wat gelees word, nie toepaslik kan wees nie. Die argument blyk dat die model in sy geheel sinvol is vir geskrewe tekste, maar aangepas moet word vir sekere ander soort tekste soos multimediatelevisietekste soos *Colour TV*. Uit die perspektief van 'n toesighoudende vervaardiger is daar ook gevind dat die analise besonder baie tyd in beslag neem en daarom word daar voorgestel dat die model soos volg vereenvoudig en aangepas word:

Figuur 9: Die aangepaste K3-model vir multimediatelevisietekste

	ANALISEKRITERIA (Kwaliteitsvoorwaardes)			
	FORMAAT	MANDATE	SKRIF	INSIGTE
A. GENRE-SOORT	1. Gepastheid van GENRE (Y1)	2. Genresuiwerheid (Y2)	3. Korrekte toepassing van genreëls (Y3)	
B. INHOUD	4. Voldoende Inligting (Y4)	5. Ooreenstemming van feite (Y5)	6. Korrektheid van feite (Y6)	
C. OPBOU/STRUKTUUR	7. Voldoende samehang (Y7)	8. Konsekwente struktuur (Y8)	9. Korrekte argumentasiestrukture (Y9)	
D. FORMULERING	10. Gepaste formulering (Y10)	11. Eenheid van styl (Y11)		

Die aangepaste vereenvoudigde model doen weg met teksvlak E (*aanbieding*) en verander ykpunt 9 van *korrekte verbindingswoorde en argumentasiestrukture* na *korrekte argumentasiestrukture*. Ykpunte 12, 13, 14 en 15 val weg.



Soos in die inleiding hierbo uitgewys, is daar tans baie min modelle wat televisievervaardigers en toesighoudende vervaardigers geredelik kan gebruik om kwaliteitsversekering te bewerkstellig. Die aangepaste, vereenvoudigde K3-model kan hierdie rol vervul en as 'n nuttige instrument optree om sodoende vinnig swak plekke in die inhoudontwikkelingsperiode te identifiseer. In hierdie fase kan die model byvoorbeeld gebruik word tydens die toetsfase wanneer toetsgroepe uit die teikengroepkykers betrek word. Die K3-model sal die toesighoudende vervaardiger in staat stel om te verseker dat dit wat in die doelstellings van 'n program in die vooruitsig gestel is, wel verwesenlik word in die ervaring van teikenkykers of anders gestel, seker te maak die kykers verstaan die bedoeling van die teks. Die instrument sal ook help om blindekolfoute, soos hieronder bespreek, wat nie altyd vooraf voor die hand liggend is nie, uit te wys.

Die eerste groot blindekolfoute in *Colour TV*, soos uitgewys deur die analise hierbo, het te make gehad met die feit dat die bedoeling van die vervaardigers, naamlik om die leefwêreld van Afrikaanssprekende bruin Suid-Afrikaners op 'n deels komiese, maar nieneerhalende wyse uit te beeld, nie so deur die teikenmark ervaar is nie. Inteendeel, daar is gevoel dat stereotipes gehandhaaf en voortgesit word. Tweedens het kykers nie aanklank gevind by die idee van 'n program wat enersyds as 'n nuwe kanaal uitgebeeld is, maar andersyds as 'n verskeidenheidsprogram voorgehou is nie. Alhoewel die vervaardigerspan en die toesighoudende vervaardiger asook al die akteurs bruin was, was die program nie 'n sukses nie.

Wat nodig was, was 'n instrument wat veral die toesighoudende vervaardiger in staat sou stel om die voorafbepaalde doelwitte op 'n objektiewe manier te analiseer en te toets, en wel reeds gedurende die ontwikkelingsfase. Die aangepaste K3-model sou só 'n instrument kon wees.

Verwysings:

- @BiGiDuets. 21 Junie 2011. Twitter.com. Toegang verkry op 30 November 2015.
- @clarencesdb. 29 Julie 2011. Twitter.com. Toegang verkry op 30 November 2015.
- @linomedia. 5 Augustus 2011. Twitter.com. Toegang verkry op 30 November 2015.
- Bonngoe Production/Bernie Brand/Jungle Works. 2011. Colour TV. Ongepubliseerde voorlegging aan die SABC.
- Botha, V. 2010. Understanding the Coloured market (top line report) 2010. OIL Strategic Brand Consultants. Ongepubliseerde navorsingsverslag.
- Bradfield, S. 2013. Moore Family Foundation Research and Professional Development Grant Application.
- Bradfield, S. 2015(a). E-posbrief aan JR Setai, 22 April 2015.
- Bradfield, S. 2015(b). E-posbrief aan JR Setai, 06 Julie 2015.
- Carstens, W.A.M. en Van de Poel, K. 2012. *Teksredaksie*. Sun Press: Stellenbosch.
- Curious?ictures. 2011. Colour TV. Ongepubliseerde voorlegging aan die SABC.
- Engel, L (Vervaardiger), Mitchell. B. (Vervaardiger). 2011. *Colour TV* Episode 1. Baatjies, B. (Uitvoerende Vervaardiger), *Colour TV*. SABC.
- Ferreira, T. 2011. How SABC is dropping the ball on Colour TV, their new upcoming variety and comedy show with Joey Rasdien starting 8 July. [teeveetee.blogspot.co.za/2011/06/how-sabc2-is-dropping-the-ball-on-colour-TV-htlm](http://teeveetee.blogspot.co.za/2011/06/how-sabc2-is-dropping-the-ball-on-colour-TV-htlm). Toegang verkry op 30 November 2015.
- Howard, V. 24 September 2011. Facebook.com/colourtv. Toegang verkry op 30 November 2015.
- Marina. 2011. 'Colour TV' is disgusting: iLIVE. <http://www.timeslive.co.za/ilive/2011/07/20/colour-tv-is-disgusting-ilive>. Toegang verkry op: 30 November 2015.
- National Film and Video Foundation. [www.nfvf.co.za](http://www.nfvf.co.za). Toegang verkry op 24 Februarie 2016.
- Opperman, Janine. 2016. Hoof van Musiek en Vermaak: Afrikaanse kanale, M-Net. Persoonlike onderhoud op 11 April 2016. E-posadres: Janine.Opperman@mnet.co.za
- Padgett, K. 2015. History of Blackface. <http://black-face.com/>. Toegang verkry op 30 November 2015.
- Probert, S. 2011. SABC has lost the plot with its 'Colour TV': iLIVE. <http://www.timeslive.co.za/ilive/2011/07/17/sabc-has-lost-the-plot-with-its-colour-tv-ilive>. Toegang verkry op 30 November 2015.

Smith, Robyn, J. 2002. The Impact of a Public Broadcasting Service Mandate on the competitiveness and sustainability of broadcasting in South Africa. A case study. Ongepubliseerde MBA-verhandeling. Universiteit van Natal: Durban.

SAARF, 2011. TAMS July-August. South African Audience Research Foundation. [www.saarf.co.za](http://www.saarf.co.za). Toegang verkry op 24 Februarie 2016.

SABC 2004. Content is 'Queen'. Introducing the Content Hub. South African Broadcasting Company: Auckland Park.

---

<sup>i</sup> Lewenstandaardmeting

<sup>ii</sup> Pap of vervelig

<sup>iii</sup> Aan die brand/witwarm

<sup>iv</sup> Handelsnaam van 'n apparaat om hare mee reguit te maak, maar wat deesdae as generiese benaming vir hierdie tipe apparaat gebruik word.