basic education

Department:
Basic Education
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT

GRAAD 12

ONTWERP V1

(TEORIE)

FEBRUARIE/MAART 2014

PUNTE: 150

TYD: 3 uur

Hierdie vraestel bestaan uit 17 bladsye.
Hierdie vraestel moet in volkleur gedruk word.

Kopiereg voorbehou

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Hierdie vraestel bestaan uit SEWE vrae.

2. Daar is keuses binne sommige vrae in hierdie vraestel. Lees die opsies aandagtig deur.

3. Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings:

   AFDELING A: Ontwerpgeletterdheid (80 punte)
   VRAAG 1 tot 4

   AFDELING B: Ontwerp in 'n sosiale/omgewingskonteks (40 punte)
   VRAAG 5 en 6

   AFDELING C: Ontwerp in 'n besigheidskonteks (30 punte)
   VRAAG 7

4. Lees die vereistes van die vrae aandagtig deur.

5. Antwoord in volsinne en vermy die opnoem van feite.

6. Gebruik die puntetoekenning om te bepaal hoeveel tyd aan elke vraag spandeer moet word.

7. MOENIE dieselfde feite en voorbeelde in verskillende vrae herhaal NIE.

8. Skryf netjies en leesbaar.

AFDELING A: ONTWERPGELETTERDHEID

VRAAG 1: 'ONGESIENE' VOORBEELDE

1.1

FIGUUR A: **Telefoondraadbak** deur Zodwa Maphumulo (Suid-Afrika), 2010.

Bespreek die gebruik van die volgende ontwerpelemente en -beginsels in FIGUUR A:

- Lyn
- Fokuspunt
- Balans
- Kleur
- Patroon (10)

1.2

FIGUUR B: **Eko-rok** deur Diana Gamboa (Colombië), 2011.

[Wit papier is gebruik om hierdie origami-geïnspireerde rok te skep.]

1.2.1 Verduidelik kortliks hoekom die rok in FIGUUR B as 'n *eko-rok* beskryf word. (2)

1.2.2 Analiseer die gebruik van die volgende ontwerpelemente en -beginsels in die eko-rok in FIGUUR B:

- Vorm
- Ritme
- Toon
- Tekstuur

(8)
[20]

Origami:	Papierkuns afkomstig uit Japan

VRAAG 2

2.1

FIGUUR A: **Young Sexy Lovely**, fyngeur deur Yves Saint Laurent (VSA), 2011.

FIGUUR B: **JOOP!**, fyngeur deur Wolfgang Joop (Duitsland), 1978.

Vergelyk die visuele bronne (FIGUUR A en FIGUUR B) hierbo en bespreek hoe hulle stereotipes kan uitdaag en/of versterk deur na die gebruik van die volgende te verwys:

- Kleur
- Vorm
- Simboliek (6)

2.2 Verduidelik hoe die advertensie in FIGUUR C hieronder stereotipering en vooroordeel uitdaag en versterk.

FIGUUR C: **Joop!**-advertensie

(4)
[10]

VRAAG 3

3.1 Verwys na FIGUUR A en FIGUUR B hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

FIGUUR A: ***Koperskerm***-lamp geïnspireer deur Britse erfenis, Tom Dixon (VK), 2005.

FIGUUR B: ***You missed a spot (Jy het 'n plekkie gemis)***-lamp geïnspireer deur 'n tradisionele besem, Van de Vlam (Suid-Afrika), 2011.

3.1.1 Watter lamp (FIGUUR A of FIGUUR B) sou jy graag wou besit? Gee TWEE redes vir jou keuse. (2)

3.1.2 Vergelyk die ontwerpe deur hul invloede, ooreenkomste en verskille te bespreek. (8)

3.2 Bespreek enige EEN Suid-Afrikaanse ontwerper/ateljee/agentskap.

Bespreek die volgende:

- Naam van die ontwerper/ateljee/agentskap en ontwerpproduk(te).
- Beskryf kortliks die ontwerp(e) en die plaaslike/Suid-Afrikaanse en/of internasionale invloede daarop. (10)

[20]

VRAAG 4: ONTWERPGESKIEDENIS

4.1 Elke tafel (FIGUUR A tot E) hieronder verteenwoordig 'n ander styl/beweging van die Westerse ontwerpgeskiedenis.

FIGUUR A: **Boktafel**,
L&JG Stickley (VSA), circa 1910.

FIGUUR B: **Tafel**, Henri Sauvage
(Frankryk), circa 1900.

FIGUUR C: **Eetkamertafel**,
Niels Moller (Denemarke), 1950.

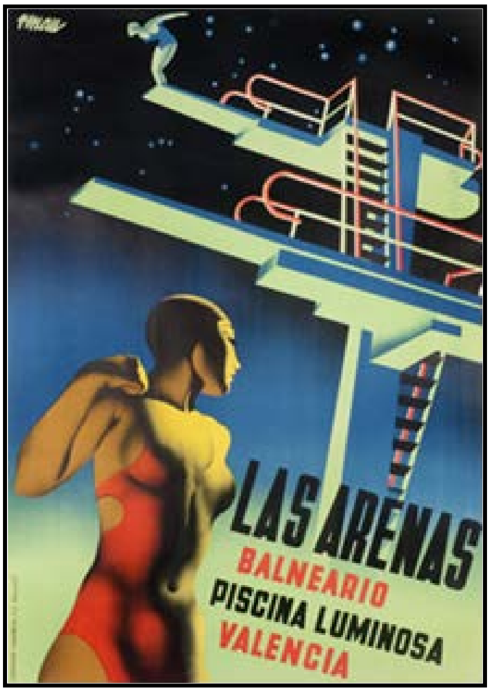
FIGUUR D: **Molar Group-koffietafel**,
Wendell Castle (VSA), 1969.

FIGUUR E: **Sagte tafel**, Kenyon Yeh (Londen), 2011.

Kies TWEE van die tafels hierbo en beantwoord die volgende vrae:

- Identifiseer die TWEE style/bewegings.
- Verduidelik hoekom die twee tafels wat jy gekies het, hierdie style/bewegings weerspieël deur die kenmerke van ELK van die twee ontwerpstyle/-bewegings te bespreek.
- Noem EEN werk en ontwerper van ELKE styl/beweging. Jy mag NIE na ontwerpers wat in hierdie vraestel gebruik is, verwys NIE.
- Bespreek die doelwitte en invloede van ELKE styl/beweging. (20)

4.2



FIGUUR F: **Art Deco *Las Arenas***, J Renau-Montoro (Spanje), 1932.

FIGUUR G: **Bauhaus-uitstallingsplakkaat**, ontwerper onbekend (Duitsland), 1923.

4.2.1 Noem EEN ander ontwerper van ELK van die style/bewegings hierbo. (2)

4.2.2 Vergelyk FIGUUR F en FIGUUR G deur die gebruik van die volgende te bespreek:

- Lyn
- Vorm
- Moontlike invloede
- Kleur

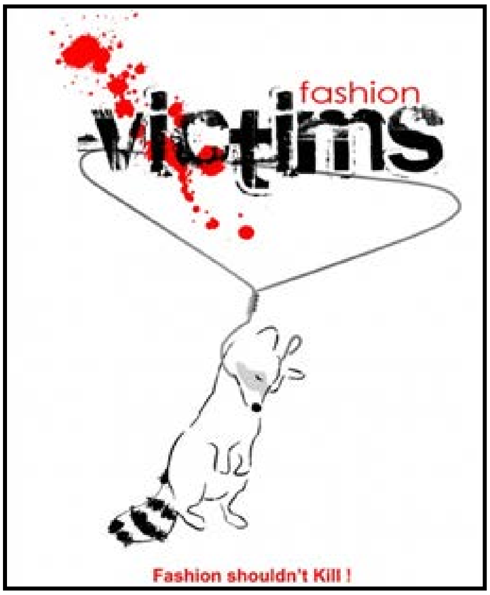
(8)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 80

AFDELING B: ONTWERP IN 'N SOSIALE/OMGEWINGSKONTEKS

VRAAG 5

5.1



FIGUUR A: **Plakkaat** deur 'n onbekende ontwerper.

5.1.1 Hoe dra die ontwerper in FIGUUR A hierbo die boodskap van die plakkaat visueel oor? (3)

5.1.2 Bespreek EEN INTERNASIONALE ontwerper wat jy bestudeer het wat 'n sosiale kwessie(s) aangeraak het. Noem die ontwerper, bespreek 'n ontwerp(e) en verduidelik hoe die sosiale kwessie(s) aangeraak is. Jy mag NIE na enige ontwerper(s) wat jy voorheen gebruik het of wat in hierdie vraestel gebruik word, verwys NIE. (7)

5.2

FIGUUR B: **Red 'n Troeteldier**-ontwerp deur Amor Coetzee en Jedd McNeilage (Suid-Afrika), 2009.

5.2.1 Bespreek die inspirasie vir die Red 'n Troeteldier-veldtog in FIGUUR B. (4)

5.2.2 Bepaal krities die waarde van die werk van EEN SUID-AFRIKAANSE ontwerper/ateljee/agentskap wat jy bestudeer het wat 'n sosiale kwessie(s) aangeraak het. Jy mag NIE na enige voorbeelde wat jy voorheen gebruik het, verwys NIE. (6)

[20]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

Beantwoord TWEE van die drie vrae hieronder.

6.1

FIGUUR A: ***Ollymolly***-produkte gemaak van herwinde materiale deur Remarkable (Suid-Afrika), 2011.

6.1.1 Wat is die omgewingsvoordele van die gebruik van die produkte in FIGUUR A? (2)

6.1.2 Noem enige TWEE ander maniere, buiten herwinning, waarop ontwerp tot 'n gesonde omgewing kan bydra. (2)

6.1.3 Bespreek EEN werk van 'n SUID-AFRIKAANSE ontwerper wie se ontwerpe tot 'n gesonde omgewing bydra. Noem die ontwerper, gee die ontwerptitel, beskryf die ontwerp en verduidelik hoe dit die omgewing gesond maak. Jy mag NIE na enige ontwerper(s) wat jy voorheen gebruik het of wat in hierdie vraestel gebruik word, verwys NIE. (6)

EN/OF

6.2

FIGUUR B: ***Roost (Stellasie)-boomhuis*** deur Antony Gibbon (VK), 2012.

6.2.1 Bespreek kortliks hoe die huise in FIGUUR B die omgewing integreer om tot ekovriendelike of volhoubare ontwerp by te dra. (2)

6.2.2 Bespreek die werk van EEN INTERNASIONALE ontwerper wat ekovriendelike of volhoubare metodes gebruik om ontwerpprodukte te skep. Noem die ontwerper, gee die ontwerp/projek se titel, beskryf die ontwerp/projek en verduidelik hoe die ontwerp ekovriendelik is. Jy mag NIE na enige ontwerper(s) wat jy voorheen gebruik het of wat in hierdie vraestel gebruik word, verwys NIE. (8)

EN/OF

6.3

FIGUUR C: **Herwinde plastiekplanke (hout)** deur
Green Plastic Designs (Suid-Afrika), 2009.

6.3.1 Wat is die langtermynomgewingsvoordele van die materiale wat in FIGUUR C gebruik is? (2)

6.3.2 Bespreek die werk van EEN SUID-AFRIKAANSE **OF** EEN INTERNASIONALE ontwerper wat tot 'n veilige, gesonde of ekovriendelike omgewing bydra.

Gebruik die volgende struktuur om die vraag te beantwoord:

- Naam van die ontwerper
- Doelstellings van die ontwerper
- Algemene kenmerke van die ontwerper se werk
- Titel en analise van EEN werk en verduidelik hoe dit tot 'n veilige, gesonde of ekovriendelike omgewing bydra

Jy mag NIE na enige ontwerper(s) wat jy voorheen gebruik het of wat in hierdie vraestel gebruik word, verwys NIE. (8)

[20]

TOTAAL AFDELING B: 40

AFDELING C: ONTWERP IN 'N BESIGHEIDSKONTEKS

VRAAG 7

Beantwoord slegs EEN vraag in hierdie afdeling.

Beantwoord ÓF VRAAG 7.1 ÓF VRAAG 7.2.

7.1

FIGUUR A: **Eskom-reklamebord**, ontwerper onbekend (Suid-Afrika), 2008.

David Ogilvy van Jupiter Room Agentskap het een keer geskryf*:* 'Ek het 'n passie vir die landskap, en ek het nog nooit gesien dat 'n reklamebord dit verbeter nie. Reklameborde dra by tot adverteringsrommel en is onooglik en eentonig (vervelig).'

7.1.1 Met verwysing na FIGUUR A, <u>stem</u> jy <u>saam</u> dat reklamebord-advertering 'rommel', 'onooglik' en 'eentonig (vervelig)' is, of <u>nie</u>? Motiveer jou antwoord. (4)

7.1.2 Gee VIER moontlike redes hoekom reklamebord-advertensies oor die algemeen tot 'n sterk bemarkings- of promosieveldtog kan bydra. (4)

7.1.3

FIGUUR B

FIGUUR C

FIGUUR D

Identifiseer 'n moontlike teikenmark vir elk van die DRIE ontwerpe hierbo (FIGUUR B, FIGUUR C en FIGUUR D) en gee 'n rede vir elk. (6)

7.1.4

FIGUUR E

Die Departement van Vervoer sou graag meer van die advertensiestyl wat in FIGUUR E gebruik is, wou toelaat. Skryf 'n gedetailleerde 'SWOT'-analise oor die moontlike verdere gebruik van soortgelyke advertensies. (8)

7.1.5 Alle besighede benodig 'n opvallende logo. Wat maak die logo in FIGUUR F hieronder so doeltreffend?

FIGUUR F (2)

7.1.6 Noem SES redes hoekom dit belangrik is om kreatief te wees met verpakking. (6)
[30]

OF

7.2 Maatskappye wat aanpas om in die behoeftes van 'n vinnig veranderende teikenmark te voorsien, word selfs meer suksesvol.

7.2.1 Deur na bogenoemde stelling te verwys, verduidelik hoe beide advertensies vir Coca-Cola (FIGUUR A) aangepas is om in die behoeftes van 'n vinnig veranderende teikenmark te voorsien.

FIGUUR A: **Coca-Cola-reklamebordadvertensies**, David Butler (VSA), 2013. (6)

7.2.2

FIGUUR B: **Coca-Cola-koepon** (VSA), 1896.

FIGUUR C: **Coca-Cola-advertensie** (VSA), 1890.

Bestudeer die visuele beelde hierbo en gee redes hoekom die ontwerpe in FIGUUR B en FIGUUR C nie relevant sal wees in 'n kontemporêre Suid-Afrikaanse gemeenskap nie. (4)

7.2.3

FIGUUR D

Jy is aangestel om die trap-ontwerp in FIGUUR D aan nuwe huiseienaars te bemark.

Skep 'n bemarkingsveldtog waarin jy beklemtoon hoe jy hierdie ontwerp gaan bemark in terme van:

- Die vestiging van 'n teikenmark
- Advertering en bemarking
- Uitstalmetode (12)

7.2.4 Noem VIER moontlike ontwerploopbane. (4)

7.2.5 Noem die moontlike hoofopskrifte van 'n CV. (4)
[30]

TOTAAL AFDELING C: 30
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou