



basic education

Department:
Basic Education
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

**NASIONALE
SENIOR SERTIFIKAAT**

GRAAD 12

**ONTWERP V1
(TEORIE)
FEBRUARIE/MAART 2014
MEMORANDUM**

PUNTE: 150

Hierdie memorandum bestaan uit 28 bladsye.

AFDELING A: ONTWERPGELETTERDHEID**VRAAG 1 [20 punte]****AS1: Maak waardebepalings deur 'n duidelike begrip van ontwerp.****AS2: Begrip van ontwerpteorie en die korrekte gebruik van ontwerpterminologie.****1.1 [10 punte]****(Ken 10 punte toe)**

- **Lyn:**
Die bak van telefoondraad maak gebruik van sterk liniêre kwaliteite soos gesien in die dekoratiewe patrone. Die lyne skep beweging of 'n vibrerende optiese illusie. Die herhalende gebruik van swart en grys lyne skep 'n grys toonaard. Die swart en grys liniêre patrone vorm 'n buitelyn vir die oranje blombeeld.
- **Fokuspunt:**
Die donker sirkel in die middel van die bak skep die sentrale fokuspunt. Dit word verder beklemtoon deur die grys tone van die sonwyser/sigsag/blomvorm wat dit omllyn. Die liniêre patrone om die senter lei jou oog na die middel of senter van die bakontwerp.
- **Balans:**
Die bak is simmetries aangesien die linkerkant 'n spieëlbeeld van die regterkant is en die onderkant 'n spieëlbeeld van die bokant. Daar kan ook van die bak gesê word dat dit 'n straalvormige balans het aangesien die patroon uitwaarts vanaf die senter straal of ontplof.
- **Kleur:**
Daar is 'n minimalistiese of monochromatiese kleur-skema wat kontrasteer met die helder/lewendige oranje. Die swart en grys kleure in die liniêre patrone skep 'n grys tonale waarde.
- **Patroon:**
Die draai van die telefoondrade skep 'n sagte uitwaartse spiraalpatroon. Die oorheersende geometriese patrone word herhalend gebruik en die lyne skep 'n optiese effek. Die patroon is gestruktureerd, georden en goed beplan. Die oranje blomblaarmotief word herhaal om 'n straalvormige gebalanseerde blom te skep.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

V1.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping	30%	1.1	3
Middel-orde	Toepassing van elemente en beginsels	40%	1.1	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	1.1	3

1.2 [10 punte]



1.2.1 (Ken 2 punte toe)

Die rok in FIGUUR B word as 'n 'Eko-rok' beskryf omdat die ontwerper papier gebruik het. Die rok is dus binne die raamwerk van groen en omgewingskriteria ontwerp. Papier is geredelik beskikbaar vir hergebruik, wat die produk volhoubaar maak en dit dra ook by tot 'n beter omgewing.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

1.2.2 (Ken 8 punte toe)

- **Vorm:** Die 'Eko-rok' is duidelik geïnspireer deur origami-vorme. Die algemene ontwerp van die rok versterk die geometriese of driehoekige vorm. Die vorm van die rok (peulagtig) beklemtoon die vroulike vorm.
- **Ritme:** Geometriese origami-vorme word gebruik om 'n ritmiese zigzag effek te skep. Hierdie vorme word herhaal en skep 'n ritme op 'n vertikale wyse wat die oog toelaat om die kontoere van die rok te volg.
- **Toon:** Die ontwerper het hoofsaaklik wit papier gebruik om die rok te skep. As gevolg van die origami- of voutegniek skep die voue toonwaardes/kontras.
- **Tekstuur:** Die papier is glad en die 3D patrone van die origami-vorme sal meer skerp kante hê, wat 'n tasbare tekstuur skep.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

V1.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping	30%	1.2.2	3
Middel-orde	Toepassing van elemente en beginsels	40%	1.2.1 + 1.2.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	1.2.1 + 1.2.2	3

VRAAG 2 [10 punte]

AS3: Bespreek, verduidelik en toon die inhoud en funksie van produkte, beelde, tekens en simbole wat in ontwerp gebruik word om openlike en verborge boodskappe oor te dra en wat stereotipes en vooroordele van die verlede en hede bekragtig of bevraagteken.

AS 2: Begrip van ontwerp teorie en die korrekte gebruik van ontwerp terminologie.

Krediet moet gegee word aan enige ander redelike waarnemings.

2.1 (Ken 6 punte toe)

	
FIGUUR A	FIGUUR B
<p>Kleur: In FIGUUR A versterk die gebruik van pienke en rooie die stereotipering dat vroue sag, lieflik en soet is. <input checked="" type="checkbox"/> Die verskeidenheid van pienke en rooie skep beweging en kan suggereer dat vroue wisselvallig <input checked="" type="checkbox"/> en dus emosioneel is. <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Kleur: In FIGUUR B word 'n deursigtige parfuumbottel gebruik en die parfuum daarbinne skep 'n eweredige pienk kleur. <input checked="" type="checkbox"/> Die pienk kleur is eweredig en glad en kan suggereer dat mans standvastig en stabiel is. <input checked="" type="checkbox"/> Pienk word nie normaalweg met mans geassosieer nie en versterk dus nie die tipiese manlike stereotipe nie. <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>Vorm: Die silhoeët van FIGUUR A het meer kurwes en is meer gerond wat die stereotipering van vroue, wat wellustig ('voluptuous') en vol rondings is, versterk. <input checked="" type="checkbox"/> Die doppie in FIGUUR A versterk die idee dat vroue meer ornate, elegante en dekoratiewe vorme verkies. <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Vorm: FIGUUR B is sterker en reghoekig wat inpas by die stereotipering dat 'n man onbuigbaar, ferm en sonder tierlantyntjies is. <input checked="" type="checkbox"/> Dit het 'n bonkige en manlike vorm. <input checked="" type="checkbox"/></p>

<p>Simboliek: FIGUUR A maak gebruik van pienke wat jeug, wulpsheid, sagtheid en vroulike kwaliteite simboliseer. <input checked="" type="checkbox"/> Die gebruik van rooi kan passie en romanse simboliseer. <input checked="" type="checkbox"/> Hierdie simboliese interpretasies van die kleure kan almal as stereotipes beskou word. Die gebruik van harte is 'n stereotipiese simbool vir liefde en romanse. <input checked="" type="checkbox"/> Dit is sentimenteel en soetsappig. <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Simboliek: FIGUUR B gebruik die kleur pienk om die tradisionele stereotipiese idee van 'pienke slegs vir dames ...' uit te daag. <input checked="" type="checkbox"/> Die feit dat die ontwerp eenvoudig en netjies is, kan simboliseer dat mans nie sentimenteel en ingewikkeld is nie en eenvoudige skoon lyne verkies. <input checked="" type="checkbox"/></p>
--	--

Krediet moet gegee word vir enige ander redelike stellings.

2.2 **(Ken 4 punte toe)**



Die plakkaat in FIGUUR C daag die stereotipe dat 'ware mans' nie pienk dra nie uit omdat dit hulle mag vroulik en swak laat voorkom. Die plakkaat maak 'n sterk stelling dat dit juis ware mans is wat pienk dra! Terselfdertyd versterk die stereotipe dat mans jonk, viriel, gespierd en bevallig moet wees om aantreklik te wees en raakgesien te word! Vooroordeel ten opsigte van aantreklikheid is versterk deur van 'n aantreklike manlike model gebruik te maak.

Krediet moet gegee word vir enige ander redelike waarnemings.

V2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming; Herroeping; Begrip	30%	2.1	3
Middel-orde	Toepassing	40%	2.1 + 2.2	4
Hoër orde	Analise; Sintese Evaluering; Aftrekking	30%	2.1 + 2.2	3

VRAAG 3 [20 punte]

AS4: Onderzoek, reflekteer en interpreteer inligting vanuit 'n verskeidenheid bronne wat wêreldwye/globalisasie-invloede toon en hoe dit die ontwikkeling van ontwerp beïnvloed.

'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

LET WEL: Hoofnasieners moet die egtheid van die leerder se antwoord naslaan indien 'n leerder 'n ontwerper wat nie op die Nasionale LOOM-lys is nie verskaf. Geen punte sal toegeken word vir die naam van die ontwerper en die titel van die ontwerpproduk/te nie. Slegs inligting wat relevant tot die vraag is, sal krediet kry.

3.1 [Ken 10 punte in totaal toe]

3.1.1 (Ken 2 punte toe)

FIGUUR A kan moontlik verkies word deur mense wat van 'n meer kontemporêre, moderne voorkoms en gevoel hou, 'n eenvoudige, gladde gevoel en iets meer gesofistikeerd. Aan die ander kant kan FIGUUR B gewaardeer word deur mense wat die meer landelike gevoel, meer tradisioneel en anders, verkies.

3.1.2 (Ken 8 punte toe)

VERSKILLE	OOREENKOMSTE
FIGUUR A weerspieël 'n moderne aanslag, gebaseer op Britse erfenis. <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B is beïnvloed deur 'n tradisionele besem. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide is deur die tradisionele erfenis van hulle land van oorsprong beïnvloed. <input checked="" type="checkbox"/>
FIGUUR A is van duur materiaal (koper) gemaak, wat 'n meer gladde/kontemporêre/stedelike en gesofistikeerde voorkoms skep. <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B is van 'n werfbesem gemaak, wat 'n tradisionele en plaas-/ landelike gevoel skep. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide ontwerpe het dieselfde funksie as lamskerms. <input checked="" type="checkbox"/>
Die vorm in FIGUUR A is eenvoudig en gedefinieer <input checked="" type="checkbox"/> terwyl FIGUUR B se vorm meer organies is. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide ontwerpe is monochromaties. <input checked="" type="checkbox"/>
FIGUUR A is meer ernstig/gesofistikeerd in aantrekkingskrag en <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B neig meer tot die speelse/informele. <input checked="" type="checkbox"/>	
Krediet moet gegee word vir enige ander redelike waarnemings.	

V3.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGSTOEKENING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming	30%	3.1.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	3.1.1 + 3.1.2	4
Hoër orde	Evaluering; Kritiek	30%	3.1.2	3

3.2 (Ken 10 punte toe)

LET WEL : 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

EEN MOONTLIKE VOORBEELD: Palesa Mokubung

VOORBEELDE EN INVLOEDE:

Mantsho is 'n Sotho-naam wat die oorsprong van 'n jong swart vrou verduidelik, 'n eksklusiewe mode-handelsmerk wat lewendig, sterk en ekspressief is.

Die goddelike skepping van Mantsho kledingstukke word geïnspireer deur Palesa Mokubung se persoonlike kulturele en sosiale ondervindinge en dis hoe Mantsho tot mense spreek. Mantsho is van hoë gehalte in terme van ontwerp, materiaalstof en produksie, materiale van hoë kwaliteit van winkels soos Vlisco word gebruik.

Mantsho (wat 'brutaal swart' beteken) is onmiskenbaar besig om 'n nuwe globale mode- en houdingstendens daar te stel.

Palesa smelt retro-bekoring saam met 'n smaakvolle tradisionele prag om 'n fundamentele straatcouture te skep. Palesa het shweshwe-materiale as 'n kenmerkende element in haar baie individuele interpretasies van modeontwerp gebruik.



Dis die meisie wat in 2000 net 19 was toe sy na die nuutgeopende Stoned Cherrie gegaan het. Binne minute na sy die modieuse etiket se stigter, Nkhensani Nkosi, ontmoet het, het Palesa 'n bestelling van 30 rompe en bloese gehad, net soos daardie wat sy gedra het, en die kledingstukke was binne ure van hulle aankoms in die winkel uitverkoop. Sy het as hoofontwerper vir Stoned Cherrie gewerk tot 2004, toe sy op haar eie gegaan het, en werkende van haar ma se garage in die Vaal Driehoek met een werknemer, *Mantsho* van stapel gestuur het. Sy het binne die eerste jaar haar eerste reeks vir die Suid-Afrikaanse Modeweek gelewer en word vandag op 30 op die ranglys geplaas saam met die Suid-Afrikaanse modewêreld se mees vooraanstaande ontwerpers.



Mantsho couture word deur spiritualiteit, liefde, seks, oorlog en Suid-Afrika beïnvloed. Rokke, jasse en harembroeke word uitgevoer in skouspelagtige Hollandse wasdrukke, met subtiele '50's se vorme en moderne details soos kappies en monnikskappe.

V3.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGSTOEKENING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping; Opnoeming	30%	3.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	3.2	4
Hoër orde	Evaluering/Aftrekking	30%	3.2	3

VRAAG 4 [30 punte]

AS4: Ondersoek, reflekteer en interpreteer inligting vanuit 'n variëteit van bronne wat wêreldwye/globalisasie-invloede toon en hoe dit die ontwikkeling van ontwerp beïnvloed.

AS5: Analiseer, interpreteer en reflekteer krities op voorbeelde en bring hulle in verband met hulle kulturele, historiese en kontemporêre kontekste.

4.1 (Ken 20 punte in totaal toe, 10 punte vir elke beweging/styl)

Leeders moet TWEE ontwerpe kies.

TWEE MOONTLIKE OPSIES IS: FIGUUR D EN FIGUUR E

FIGUUR D: Weerspieël die Pop era.

KENMERKE VAN DIE POP ERA INSLUITENDE DAARDIE WAT DEUR DIE TAFEL IN FIGUUR D WEERSPIEËL WORD:

- Figuur D se bolagtige, biomorfiese, organiese vorm en eenvoudige, kinderlike blomagtige tafelblad is tipies van Pop-ontwerp.

- Die feit dat Figuur D 'n enkele vorm gegiet in plastiek is, is ook tipies van Pop-ontwerp.
- Ontwerpe is deur die wye reeks van nuwe prosesse en materiale beskikbaar as gevolg van nuwe chemiese prosesse oorheers, byvoorbeeld: hout kon gevorm word (laaghout).
- Plastiek is uitgevind – bv. sellulose asetaat is van chemiesbehandelde katoen gemaak.
- Ander nuwe materiale was: akriel, veselglas, polistireenskuim, PVC plastiek, chroom, gehroomde staal en allooimetaal.
- Pop-ontwerpers het met die nuwe vorme wat hierdie materiale kon skep, geëksperimenteer, bv. ongewone, biomorfiese vorme kon nou geskep word deur spuitgiëting te gebruik.
- 'n Wye reeks sintetiese kleure was nou beskikbaar as gevolg van die tegnologiese ontwikkeling in chemie. Kleure is helder en eweredig.
- Kitsch, speelsheid en ironie/parodie is gebruik om die estetiese ernstigheid van goed wat voorheen as pragtig beskou is, te ondermyn.

EEN WERK EN ONTWERPER:

- 'Panton stoel', deur Verner Panton
- 'Bocca sofa', deur Studio 65

DOELWITTE:

- Pop-ontwerpers wou die alledaagse, modern lewe weerspieël. Hulle het geglo dat ontwerp die kunstenaar, die ingenieur en die verbruiker is.
- Ontwerpe moes die behoeftes van die verbruiker bevredig en die gees van die alledaagse lewe verteenwoordig.
- Moderne ontwerpers het nie 'n enkele ontwerpidee gevolg nie. Daar kon meer as een styl op 'n slag wees.
- Die idee van smaak is voortdurend bevraagteken sodat style voortdurend verander het.

INVLOEDE:

- Die ekonomiese oplewing van die periode het tot die styging in verbruik gelei. Gewone mense kon nou motors en luukse huishoudelike goedere bekostig.
- Films en die lewe van die filmsterre het onderwerpmateriaal geïnspireer.
- Wetenskap en die ruimte-eeu het ruimte-eeu motiewe en beelde wat oral ruimte-temas uitbeeld, voortgebring, bv. mode, huishoudelike goedere en motors.
- Pop-kunstenaars soos Andy Warhol en Roy Lichtenstein se weergawes van alledaagse onderwerpe op 'n ironiese en humoristiese manier.
- Op-kuns se gebruik van lyn en kleur om optiese illusies te skep het dikwels tekstiele en huishoudelike ontwerpe beïnvloed.
- Die Anti-Ontwerp Beweging in Italië was 'n reuse invloed, veral hulle gebruik van skokkende kleure en visuele woordspelings.
- Die ondermyning van die formele funksie van voorwerpe deur nuwe, verrassende vorme.
- Die bevraagtekening van die belangrikheid van smaak en funksie.

Krediet moet gegee word vir enige redelike antwoorde.

FIGUUR E: Weerspieël die Post-Moderne era **KENMERKE VAN DIE POST-MODERNE ERA INSLUITENDE DAARDIE WAT DEUR DIE TAFEL IN FIGUUR E WEERSPIEËL WORD:**

- Tipies van die Post-Modernisme is hierdie tafel se vereenvoudigde klassiekagtige 'pilaar'-bene, wat na die verlede verwys. Post-Moderne ontwerpe poog om met die verlede te skakel deur ontwerpelemente van tradisionele ontwerp in te sluit.
- Die kombinasie van die abstrakte, geometriese blad met die organiese tradisionele bene is ook tipies van Post-Modernisme.
- Versiering is die oorheersende kenmerk van Post-moderne ontwerp. Kleur, versiering, kitsch en ironie is sleutelbestanddele.
- Moderne tegnieke en materiale word in kombinasie met tradisionele vorme en elemente gebruik, bv. gewapende beton en staal word met hout en klip gekombineer.
- Humor en speelsheid is tipiese kwaliteite.
- Hibridisasie, dubbelsinnigheid, distorsie en inkonsekwensie is ook algemene kenmerke.

EEN WERK EN ONTWERPER:

- 'The Ghost Chair' deur Phillipe Starke
- 'Venturi Huis' deur Robert Venturi
- 'Pendulum Kaggelhorlosie' deur Michael Graves
- 'Silwer Eetgerei vir Alessi' deur Also Rossi

DOELSTELLINGS:

- Ontwerpers het na verskeidenheid en individualisme gesoek om eenvormigheid te vervang.
- Die klem van Modernisme op uiterste eenvoud en geometriese suiwerheid is verwerp vir meer ingewikkelde lyne, twee- en driedimensionele vorme. Kleur, versiering, tekstuur, geestigheid, metafoor en verwysings na historiese style word bekendgestel.
- Ontwerpers probeer 'n balans tussen moderniteit en tradisie bring.
- Bestaande, plaaslike style word erken.
- Hulle het geneig om ruimtes te ontwerp wat individuele behoeftes bevredig het en was op die private gebruiker gemik eerder as op massa-verbruik.

INVLOEDE:

- Robert Venturi het geglo dat 'n visuele taal wat wyd verstaan kon word, gebaseer moes word op die visuele beelde en simbolisme van populêre kultuur.
- Die Italiaanse Anti-Ontwerp beweging se gebruik van 'n eklektiese reeks bronne, insluitende Kitsch, Art Deco en Pop, sowel as hulle kombinasie van goedkoop en duur materiale en hulle verwysings na beide populêre en verhewe kultuur.
- Die groeiende behoefte vir spesifieke produkte vir 'n nuwe generasie van ontwerp-bewuste verbruikers wat bekostigbare statussimbole vir die huislike omgewing wou koop, het ontwerp van hierdie tyd beïnvloed.

Krediet moet gegee word vir enige redelike antwoorde.

V4.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGSTOEKENNING	VRAE	PUNTE (20)
Lae orde	Herroeping van feite	30%	4.1	6
Middel-orde	Toepassing	40%	4.1	8
Hoër orde	Kritiese analise	30%	4.1	6

4.2 [10 punte]

4.2.1 (Ken 2 punte toe: slegs EEN punt vir elke beweging)

MOONTLIKE ONTWERPERS:

ART DECO:

Clarice Cliff

Rene Lalique

BAUHAUS:

Walter Gropius

Marianne Brandt

Krediet moet gegee word vir enige ander relevante ontwerpers.

4.2.2 (Ken 8 punte toe)

LYN:

Beide FIGUUR F en FIGUUR G maak sterk gebruik van reguit lyne wat hulle 'n harde snykant-, masjienagtige kwaliteit gee. Tipies van Art Deco is FIGUUR F se plasing van reguit lyne langs diagonale wat 'n dramatiese, dinamiese komposisie skep. In kontras is die lyne van die Bauhaus plakkaat meestal horisontaal, wat 'n meer stabiele effek skep. Beide plakkate gebruik ook gekromde lyn, maar FIGUUR F gebruik meer gekromde lyne op ingewikkelder maniere in wisselwerking met die reguit lyne om dinamiese jazzagtige ritmes te vorm.

VORM:

Tipies van Bauhaus ontwerp is FIGUUR G se gebruik van plat, suiwer, reghoekige en sirkelagtige vorme wat 'n kalm, geordende ontwerp vorm , terwyl die Art Deco plakkaat minder plat is as gevolg van die gebruik van 'n drie-dimensionele figuur in die voorgrond en duikplanke in die agtergrond.

MOONTLIKE INVLOEDE:

In FIGUUR F toon die trapkontoere van die duikplanke die invloed van Aztec en Egiptiese tempelontwerpe op Art Deco. Die sterk geometriese vorme van hierdie duikplank herinner mens aan die gefragmenteerde, geometriese vorme van Vroeë 20^{ste}-eeuse abstrakte bewegings soos Kubisme en Konstruktivisme. Die verligte agtergrond en die ryk, intense kleure van FIGUUR F weerspieël Art Deco se liefde vir aanskoulike en teatrale effekte.

Die skoon lyne en harde snykantvorme van FIGUUR G weerspieël die masjien-eeu. Die plat, geometriese vorme kan ook gesien word as beïnvloed deur die De Stijl en Kubisme se gebruik van vereenvoudiging en geometriese vorme.

KLEUR:

Die intense rooie en bloue wat FIGUUR F domineer, gee dit 'n warm, eksotiese, dekoratiewe trekkrug, terwyl die neutrale room, swart en ligte oranje van FIGUUR G 'n kalm en stil gevoel uitstraal. Die verleidelike kleur van FIGUUR F kontrasteer met die eenvoudige skoon kleure van FIGUUR G.

Krediet moet gegee word vir enige geldige stellings. Die leerder moet elke aspek in 'n paragraaf vergelyk en mag nie 'n tabel gebruik nie.

V4.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming Begrip	30%	4.2.1 + 4.2.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	4.2.2	4
Hoër orde	Analise	30%	4.2.2	3

TOTAAL AFDELING A: 80

AFDELING B: ONTWERP IN 'N SOSIALE/OMGEWINGSKONTEKS**VRAAG 5: SOSIALE KLEM [20 punte]**

AS7: Demonstreer en verstaan die maniere waarop ontwerp gebruik kan word om sosiale, kulturele, omgewings- en etiese kwessies te bekragtig of te bevraagteken.

5.1 SOSIALE KWESSIES (INTERNASIONAAL)**5.1.1 (Ken 3 punte toe)**

Daar is rooi spatsels wat help om bloed en die sinnelose doodmaak van diere te simboliseer. Die lettertipe in die woord 'victims' (slagoffers) is besig om deels te disintegreer en te vervaag, wat die verlies aan lewe en die stadige verdwyning van sekere spesies simboliseer. Die klerehanger dui op die skakel tussen mode-items en diere-pels gebruik vir sekere mode-items. Die dooie jakkals/dier hang vanaf 'n klerehanger wat onder soos 'n galg lyk. Dit beklemtoon die gruwel en realiteit van hierdie prosedure. Daar is 'n sterk kontras tussen die wit agtergrond en die swart en rooi van die illustrasie wat die strak realiteit van die situasie beklemtoon.

5.1.2 (Ken 7 punte toe)**INTERNASIONALE SOSIALE ONTWERPER:**

Die Duitse kunstenaar Cordula Kehrer is bekend vir die ontwerp van koddige snippermandjies. Sy gebruik die inheemse Aeta-mense van die Filippyne om die mandjies te maak met tradisionele mandjie-weef tegnieke. Deur hierdie werkskepping spreek sy die kwessie van werkloosheid aan. Die mandjies kombineer handgeweefde, volhoubare rottangriete met kleurvolle masjiengevormde plastiek. Deur die skepping van hierdie smelting van twee verskillende materiale (modern [plastiek] en tradisioneel [rottang]) vra die ontwerper ons om groter vroe te vra oor die aard van ontwerp, die rol van die handgemaakte, en die plek van handwerkgebaseerde kulture in 'n geglobaliseerde ekonomie.

Krediet moet gegee word vir enige ander relevante inligting.

V 5.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGSTOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming/ Herroeping/Begrip	30%	5.1.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	5.1.1 + 5.1.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	5.1.1 + 5.1.2	3

5.2 **SOSIALE KWESSIES (SUID-AFRIKAANS)**

LET WEL: 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

5.2.1 (Ken 4 punte toe)

Hierdie veldtog is geïnspireer deur straatbedelaars wat plakkate ophou om hulle lot aan te dui. Die honde spreek dieselfde kwessies aan, byvoorbeeld om sonder tuiste te wees, 'kinders' te hê, honger te wees en die behoefte aan liefde. Net soos hierdie honde met menslike bedelaars vergelyk kan word so verskil hulle in dié opsig dat hulle afhanklik is van die mens en nie vir hulleself kan praat nie. Daarom skep hulle meer empatie en hulle lot veroorsaak 'n emosionele reaksie by die kyker. Terselfdertyd mag die kyker ook herinner word aan mense sonder tuiste, kos en werk.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

5.2.2 (Ken 6 punte toe)

EEN MOONTLIKE VOORBEELD: Incomparable

Incomparable, SA is in 1984 as 'n klein maatskappytjie in Johannesburg, Suid- Afrika begin.

Werkende om 'n kombuistafel, dikwels tot laat in die nag, was Jennifer Pascall besig om klein stukkies gemaalde klip en klei in knope van alle vorme en groottes te verander. Baie van die eerste ontwerpe, wat vandag steeds gewild is, is geïnspireer deur Afrika se ryk etniese kunswerke, kleurvolle blomme en besondere wilde diere.

Deur die jare heen het Incomparable begin spesialiseer in die skepping van handgemaakte knope, handwerkstukkies, handwerkstelle, skilderstelle, geskenkkaartjies en juweliersware.

Soos die maatskappy ontwikkel het, is vroue van die plaaslike gemeenskap gehuur en opgelei in die kuns van knope maak. Vandag is Jennifer se hele familie, asook verskeie vroue van die plaaslike gemeenskap betrokke by die besigheid.

Die meerderheid van die Incomparable span het nog nooit 'n verfkwas vasgehou voor hulle by die maatskappy aangesluit het nie, maar is nou absolute meesters van hulle kuns en dis te verstane dat hulle trots is op hulle werk. ☑ Die vroue se gevoel dat hulle binne die maatskappy behoort en hulle vaardighede as handwerkers ☑ verskaf nie alleenlik yslike plesier nie, maar gee hulle ook ekonomiese bemagtiging. ☑ Baie lede van die span is al broodwinner in die familie ☑ en hulle werk laat hulle toe om opvoeding en sosiale opheffing aan hulle mans en kinders te verskaf. ☑



Incomparable knope vind wye byval en kan op baie verskillende maniere gebruik word. Die knope word uitgestal op dik kaarte van riffelkarton wat tot hulle wonderlike opvallende kwaliteit bydra. Incomparable knope het al vir die afgelope 19 jaar wydverspreide gewildheid geniet.

Die knoopkaarte het al telkemale bewys dat hulle wêreldwyd goed verkoop as gevolg van hulle hoogs kompeterende pryse, hoogstaande gehalte en die wye verskeidenheid van ontwerpe beskikbaar. ☑

Te wyte aan 'n unieke vervaardigingsproses is die knope beide wasbaar in die masjien en droogskoonmaakbaar. Die proses bestaan uit talle vurings op uitermatig hoë temperature. Die resultaat is 'n produk van buitengewone sterkte en duursaamheid. ☑ Incomparable vervaardig oor 'n duisend verskillende knoopontwerpe in 'n verskeidenheid van style en groottes wat vir beide normale en prettige aanwendsels gebruik kan word om sodoende meer opsies te gee. ☑

Elke knoop word versigtig met die hand vervaardig met hulle unieke mengsel van keramiek en erdewerk en dan met 'n verskeidenheid glasure met die hand geverf. Die gebruik van natuurlike materiale in teenstelling met plastiek is uiters gewild bewys in 'n toenemende omgewingsbewuste mark. ☑

Incomparable is verantwoordelik vir die ontwerp van sy produkte en kan binne 'n baie kort tydperk knope op aanvraag lewer. Baie van die knope is beskikbaar as tema-ontwerpe, wat vir verskillende geleenthede soos Kersfees, verjaardagpartytjies en Allerheiligeaand voorsien. Ander temas is aangepas vir 'n verskeidenheid afsetpunte soos dieretuine, museums, akwariums en musiek- en geskenkwinkels. Incomparable knope is ook beskikbaar as handwerkstukke sonder gaatjies en as hangertjies met 'n enkelgaatjie. ☑



V 5.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming/Herroeping Begrip	30%	5.2.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	5.2.1 + 5.2.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	5.2.1 + 5.2.1	3

VRAAG 6

**Kandidate moet TWEE van die drie 10 punt subvrae kies
[Ken 20 punte in totaal toe]**

6.1 SUID-AFRIKAANSE omgewingsontwerper (Ken 10 punte toe)

6.1.1 (Ken 2 punte toe)

FIGUUR A: Elke produk is van herwinde materiaal gemaak. Herwinde materiale hou direk verband met die skoon omgewing waarin ons behoort te leef. Die produkte help om rommel wat die omgewing besoedel uit die weg te ruim. Die hergebruik van produkte verminder besoedeling.

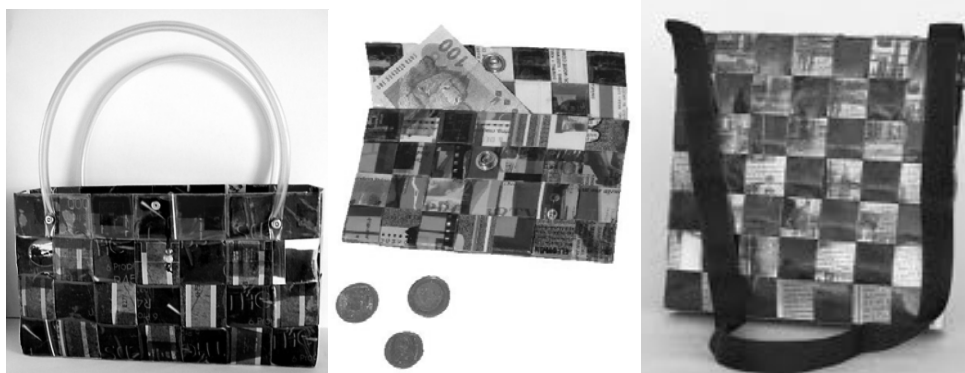
Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

6.1.2 (Ken 2 punte toe)

Ander maniere of metodes wat tot 'n gesonde omgewing kan bydra, is: Vervaardiging van nie-giftige produkte aangesien giftige afvalstowwe skadelik vir die omgewing is. Herwin items wat nie bio-vergaanbaar is nie, soos rubber, plastiek of blikkies. Geboue kan omgewingsvriendelik gemaak word deur sonkrag en geregenereerde hitte deur middel van isolasie kan gebruik word.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

6.1.3 (Ken 6 punte toe)



LET WEL: 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

Voorbeeld:

Naam van die ontwerper: **(1 punt)**

Ollymolly.

Ontwerp/Produk: **(1 punt)**

Ollymolly handsak

Beskrywing van die ontwerp: **(2 punte)**

Met elke sak word papier, geskenk deur drukkersfirmas, gestrek en in stroke geknip. Die stroke word dan individueel in klewerige plastiek gerol om dit waterdig en duursamer te maak. Die produk word met die hand gemaak deur die papier te knip, te brei en te stik. Die sak word gespan en gevorm. Die bokante word afgewerk en die handvatsels en gespes aangesit. Die hele proses is handgemaak en gee elke sak 'n unieke identiteit in terme van kleur en vorm.

Hoe maak die produk die omgewing gesond? **(2 punte)**

Die transformering van afval in pragtige funksionele voorwerpe dra by tot die groei van plante en bome in skoner grond of aarde. Die hergebruik van bestaande materiaal is nodig om sodoende die gebruik van rou materiale vir alle verwante nywerhede te beperk. Die gebruik van die herwinde materiaal minimaliseer grondopvullingskwessies.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

V6.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping/Kennis Begrip	30%	6.1.3	3
Middel-orde	Toepassing	40%	6.1.1 + 6.1.3	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	6.1.2 + 6.1.3	3

EN/OF

6.2 INTERNASIONALE omgewingsontwerper [Ken 10 punte toe]

6.2.1 (Ken 2 punte toe)

Die huis word deur die gebruik van natuurlike materiale gekombineer met en vorm deel van die omgewing. Die Hoender Boomhuis is aan boomstamme geanker met 'n verspanningsstelsel wat nóg die groei of lewe van die boom skaad nóg dit belemmer. Die natuur of die omgewing is glad nie versteur of beskadig nie. Die vorme van die huise is ook natuurlik aangesien dit natuurlike kokonne naboots.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

6.2.2 (Ken 8 punte toe)



LET WEL: 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

Naam van die ontwerper: **(1 punt)**

Antony Gibbons

Titel van die ontwerp: **(1 punt)**

Stellasië Boomhuis

Beskrywing van die ontwerp: **(3 punte)**

Die Stellasië Boomhuis verrys bo die bosvloer met slaapkamers, uitsigplatforms en spiraaltrappe. Hierdie ontwerptegniek help om hierdie struktuur beter in die bosse te kamoefleer om dit sodoende beter met die natuur te verbind. Die huis bestaan uit 'n reeks kapsules wat die sentrale trap insluit. Die kapsule lei tot 'n buitemuurse platform wat hoog in die boom uitsprei. Elke kapsule se buitemuurse platform is verbind om 'n algehele platform-struktuur te skep, wat ook tot die sterkte en stabiliteit van die ontwerp bydra.

Hoe dra die ontwerp by tot die omgewing: **(3 punte)**

Die gebou behoort deel van die omgewing te wees. Die gebou is ekovriendelik of volhoubaar deur die gebruik van sonkrag en geregenereerde hitte deur middel van isolasie. Dit is van herwinde materiale gebou, bv. ou hout, papierhout, strooibale. Hout is gebruik om mee te bou omdat dit volhoubare organiese materiaal is. Watertanks kan geïnstalleer word om reënwater op te vang en sodoende water te help bespaar.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

V6.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping/Kennis Begrip	30%	6.2.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	6.2.1 + 6.2.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	6.2.2	3

EN/OF**6.3 [Ken 10 punte toe]****6.3.1 (Ken 2 punte toe)**

Hierdie is 'n manier om nie-herwinbare afval te verminder en dit op 'n ander nuttige wyse te gebruik. Indien die afvalprodukte nie herwin word nie mag hulle bydra tot besoedeling wat 'n impak op die omgewing sal hê. Die ontwerper poog om die reeds bestaande produkte beskikbaar in ons omgewing te gebruik om iets nuuts en aantrekliks te skep.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

6.3.2 (Ken 8 punte toe)**SUID-AFRIKAANSE omgewingsontwerper**

LET WEL: 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

Naam van die ontwerper: **(1 punt)**

Green Plastic Designs.

Doelwitte van die ontwerper: **(2 punte)**

Die ontwerper poog om ekovriendelike produkte te skep. Green Plastic Designs herwin plastiek wat nie bio-vergaanbaar is nie om 'n nuwe produk mee te skep.

Algemene kenmerke van die ontwerper se werk: **(2 punte)**

Green Plastic Designs lyk soos hout. Hulle verskaf 'n wye reeks produkte en dienste insluitende piekniektafels, tuinmeubels, banke, plankpaaie, dekke, vloere, kaaie, vullisdromme, klimrame, sitplekke, heinings, pale, blom- en groentehouers. Dit benodig nie instandhouding nie, sal nooit skeeftrek nie, nooit vrot nie, is waterdig, bestand teen insekte, sal nooit splinter nie, benodig nie verf nie, hoef nie verseël te word nie en is graffiti-vry. Die plastiese 'hout' sit uit en trek effens saam om potensiële beweging en genoeg ruimte te akkommodeer, afhangende van die wisseling in temperatuur.

Titel en hoe die werk omgewingskwessies aanspreek:

Titel van die werk: **(1 punt)**

'Klimraam'

Hoe dit tot 'n veilige, gesonde of ekovriendelike omgewing bydra: **(2 punte)**

Toetsuitslae het beraam dat herwinde plastiek meer as 400 jaar met slegs minimale degradasie sal hou. Plastiese planke/'hout' vervaardig van plastiek wat vir grondvulling gebruik sou word, sal nooit deursyig of die grond of ondergrondse water besmet nie aangesien dit nie poreus is nie en geen giftige chemikalieë soos gevind in drukbehandelde hout bevat nie. Ook spaar die gebruik van plastiese hout ons bome aangesien geen hout in die produkte gebruik word nie. Plastiese hout is 100% herwinbaar.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

Punte behoort slegs toegeken te word aan 'n ontwerper en ontwerp wat nie voorheen bespreek is nie.

OF

6.3.2 (Ken 8 punte toe)

INTERNASIONALE omgewingsontwerper

NOTA: 'n Leerder mag kies om enige voorbeeld soos verskaf in die LPR, PAT of enige ander gedokumenteerde bron te gebruik.

Naam van die ontwerper: **(1 punt)**

HOK Agentskap.

Doelwitte van die ontwerper: **(2 punte)**

Die Agentskap probeer unieke en voortreflike ontwerpe skep wat die aarde se toekomstige toestande aanspreek. Die projekte poog om oplossings te vind vir die energie- en omgewingsuitdagings wat die moderne gemeenskap in die gesig staar. Hulle projekte poog om te verbeter, na die omgewing te kyk en dit te beskerm. Die metodes wat hulle in hul prosesse gebruik, is almal ekovriendelik. HOK Agentskap maak gebruik van 'n proses genaamd 'Proses Zero: Na-installering Resolusie' wat daarop gemik is om die energieverbruik van 'n gebou te verminder.

Algemene kenmerke van die ontwerper se werk: **(2 punte)**

Die Agentskap ontwikkel 'n manier waarop 'n gebou sy eie elektrisiteit opwek deur middel van seewierbuis, fotovoltaïese film en son-generators. Hierdie energiesparende en energie-opwekkingsisteme word in die bestaande gebou opgerig sonder om die struktuur te benadeel. Visueel gee die bygevoegde elemente die gebou 'n sterk liniêre voorkoms van horisontale vloere en vertikale pilare.

Titel en hoe die werk omgewingskwessies aanspreek:

Titel van die werk: **(1 punt)**

'Proses Zero: Na-installering Resolusie'

Hoe die werk omgewingskwessies aanspreek: **(2 punte)**

Die proses verminder die gebou se energievereistes met 84% en vervaardig self die orige energie. Die proses het die gebou-energie selfonderhoudend gemaak. Die impak het die druk op natuurlike bronne dramaties verminder. Die gebruik van natuurlike ventilasie, skadu- en verkoelingsisteme dra almal by tot die gebou se vreedsame en beter werkomgewing.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

Punte behoort slegs toegeken te word aan 'n ontwerper en ontwerp wat nie voorheen bespreek is nie.

V6.3 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming/ Herroeping Begrip	30%	6.3.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	6.3.1 + 6.3.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	6.3.2	3

TOTAAL AFDELING B: 40

AFDELING C: ONTWERP IN 'N BESIGHEIDSKONTEKS**VRAAG 7 [30 punte]****Kies VRAAG 7.1 OF 7.2.**

AS 9: Demonstreer die basiese begrip van bemaking van ontwerpprodukte in terme van teikenmark, verpakking en advertering.

AS 10: Demonstreer die begrip van verantwoordbare ontwerp deur die inagneming van menslike regte en omgewingsaangeleenthede dwarsdeur die proses.

7.1 [Ken 30 punte in totaal toe]

FIGUUR A: Eskom-reklamebord

7.1.1 (Ken 4 punte toe)

Leerders mag saamstem of verskil dat die reklameborde tot rommel bydra en onooglik en eentonig is. Die volgende redes kan vir elkeen gegee word:

STEM SAAM:

- Die meeste stede het beperkte ruimte en geboue oorheers. Reklameborde dra tot rommel by en kan die landskap oorheers.
- Reklameborde word dikwels in oop skoon ruimtes opgerig, bv. langs snelweë. As gevolg daarvan mag baie redeneer dat die reklameborde onooglik is en die bietjie oop ruimte wat daar is, bederf.

VERSKIL:

- Leerders mag redeneer dat reklameborde positief tot ons omgewing bydra omdat hulle duidelik sigbaar is en meer mense ingelig is oor produkte, gebeure, ens.
- Sommige leerders mag redeneer dat reklameborde ons omgewing meer opwindend maak omdat baie reklameborde kreatief, kleurvol en dikwels humoristies is.
- Baie leerders mag ook redeneer dat reklamebordontwerpe elektronies opwindend is.

7.1.2 (Ken 4 punte toe)

VIER moontlike redes hoekom hierdie reklameborde tot 'n sterk bemakings- of promosieveldtog bydra:

- Omdat reklameborde deel vorm van ons sosiale media en kommunikasie is hulle inderdaad die mees direkte en doeltreffende metode om in bemaking of promosie te gebruik.

- As gevolg van hulle grootte kan hierdie reklameborde nie misgekyk word nie en trek hulle jou aandag.
- Die reklameborde is kreatief, maak gebruik van onverwagte elemente wat op 'n slim manier relevant is, bv. die platgedrukte sigaretstompie, die geknoopte tuinslang en die uitgesnyde waterbottel. Hulle is almal deel van populêre visuele kultuur.
- Reklameborde word in toeganklike areas opgerig en word gewoonlik gesien in plekke met baie verkeer soos besige paaie, naby snelweë, lughawens, inkopiesentrums, ens.
- 'n Reklamebord is een van die beste en doeltreffendste maniere om produkte en dienste te bevorder, veral as dit aantreklik lyk. Hulle is tipies gemik op verbygaande voetgangers en bestuurders en anders as advertensies in 'n besige koerant lê 'n reklamebord se trefkrag daarin dat dit nie hoef te kompeteer met sy omgewing nie.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

7.1.3 (Ken 6 punte toe)

Identifiseer 'n moontlike teikenmark vir FIGUUR C, FIGUUR D en FIGUUR E en gee 'n rede vir elkeen:



FIGUUR B

FIGUUR C

FIGUUR D

FIGUUR B: TEIKENMARK: Rokers, Antirook-veldtogte, Versekeringsmaatskappye, Mediese Fondse, Gimnasiums, ens.

REDE: Rokers: Die meeste rokers is bewus van die mediese implikasies van rook en is bereid om aan planne om op te hou met rook, deel te neem.

FIGUUR C: TEIKENMARK: Huiseienaars, Belastingbetalers, Tuiniers, Kwekerye, Motorwasbesighede, ens.

REDE: Kwekerye: Kwekerye moet plante water gee en behoort ingelig te word dat daar spesifieke tye vir watergebruik is (voor 10 vm. en na 6 nm.).

FIGUUR D: TEIKENMARK: Gesondheidsbewuste mense, Fiksheidfanatici, Natuurliefhebbers, Mense wat gebottelde water as 'n statussimbool of luukse item beskou.

REDE: Gesondheidsbewuste mense: Die negatiewe of uitgesnyde ruimte word gevul met 'n bos wat die gevoel van heilsaamheid, varsheid en rustigheid uitdruk. Die reklamebord kan ook harmonie met die natuur, wat 'n natuurlike lewenswyse beklemtoon, voorstel.

7.1.4 (Ken 8 punte toe)

SWOT-analise



STERK PUNTE ('STRENGTHS')

Die grootte van die adverterende reklameborde is monumentaal wat dit onmoontlik maak om te mis. Die ongewone en kreatiewe plasing van die advertensie by die ingang na die tunnel lok of verlei kliënte om binne te gaan en om die Oldtimer Restaurant te besoek.

SWAK PUNTE ('WEAKNESSES')

Die reklamebord se grootte en beeld vereis onmiddellike aandag en kan bestuurders se aandag aftrek en ongelukke veroorsaak. Sommige mense mag die beeld aanstootlik of in swak smaak vind. Kinders kan die beeld vreesaanjaend vind. Natuurliefhebbers mag vind dat die reklamebord die natuur indring of oorheers en hulle reiservaring bederf. Sy openbare posisie maak dit kwesbaar vir vandalisering, bv. graffiti of teikenskiet. Die posisie van hierdie reklamebord op 'n openbare roete kan reisigers, wat gemis het wat dit adverteer, verwar. Uitgaande reisigers sal nie die advertensie/reklamebord sien nie.

GELEENTHEDE ('OPPORTUNITIES')

Die ontwerpidee kan aan ontwerp-skole of grafiese ontwerp of reklamebord-kompetisies gebied word. Ander besighede kan hierdie metode gebruik om hulself te adverteer. Hierdie besigheid kan homself adverteer deur ander sosiale media soos Facebook, Twitter, selfone, ens. te gebruik.

BEDREIGINGS ('THREATS')

Reklameborde kan as rommel gesien word. Soortgelyke idees kan deur mededingers gebruik word. Dit word blootgestel aan gure weersomstandighede en kan beskadig raak. Die reklamebord sal duur wees om op te rig en baie duur om te onderhou.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

7.1.5 (Ken 2 punte toe)
Wat maak die logo doeltreffend?



Die logo gebruik 'n hoogsvereenvoudigde beeld gegiet in een eenheid om die idee van skoon beskikbare water te kommunikeer. Dit vang duidelik die kern van die besigheidsidentiteit vas. Dis maklik om te lees, en het nie ingewikkelde bynotas om die aandag van die identiteit af te trek nie.

7.1.6 (Ken 6 punte toe)
SES redes om kreatief met produkverpakking te wees:

- Goeie kreatiewe verpakking sal outomaties die aandag van die kopers trek.
- Hoë inkomste kopers sal geïnteresseerd in die produk wees indien dit 'n unieke identiteit het of 'n unieke handelsmerk is.
- Kreatiewe verpakking sal dit bo die kompetisie op die rak laat uitstaan.
- Wanneer daar tyd spandeer is aan kreatiewe verpakking sal die produk die boodskap van kwaliteit en groter waarde oordra.
- Dit kan tot meer verkope lei.
- Dit sal kompetisie meebring en die kwaliteit van ontwerpstandaarde lig.
- Dit bevorder estetiese bewustheid.
- Dit hou mense ook in voeling met huidige tendense, modes en kwessies, bv. mense word bewus gemaak van omgewingskwessies wanneer verpakking of produkte herwinde materiaal gebruik.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord.

V7.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (30)
Lae orde	Herroeping/kennis	30%	7.1.4 + 7.1.6	9
Middel-orde	Toepassing	40%	7.1.2 + 7.1.3 + 7.1.4 + 7.1.6	12
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	7.1.1 + 7.1.3 + 7.1.5	9

OF

7.2 [Ken 30 punte in totaal toe]

7.2.1 (Ken 6 punte toe)

Die maatskappy in FIGUUR A reageer op vinnig-veranderende markte deur kontemporêre en relevante simbole, beelde, taal en voorwerpe in hulle advertensies in te lyf. Die vereenvoudigde, smal tipografie pas by die tegniese, vinnige kontemporêre leefstyl en die afwisselende

spasiëring en diktes voeg 'n vrye, informele element by.

Voorwerpe soos oorfone en selfoonoorfone is tipiese kontemporêre toestelle. Daar is simbole geassosieer met rekenaars en die internet, byvoorbeeld die 'fast forward' simbool en die 'download here' knoppie. 'n Baie huidige tendens is realiteitstelevisie en die maatskappy verwys ook na hierdie tendens in die advertering van 'n braaikompetisie op televisie, waar die verbinding tussen die braaikompetisie en hulle koeldrank duidelik gemaak word deur die plasing van die koeldrankbottel langs die braaigereedskap in 'n ry.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord of relevante punte.

7.2.2 (Ken 4 punte toe)

In FIGUUR B sal die verwysing na groen nie slaag nie omdat dit nie geassosieer word met die koeldrank nie. Die tipografie in beide beelde is oudmodies en heeltemal kromlynig en weerspieël glad nie die geometriese kwaliteit van die tradisionele handwerk van Suid-Afrika nie. Die beeld van die fatsoenlike, sierlik oorgeklede dame wat in FIGUUR C 'n mondjievol uit 'n teekoppie drink, is verouder. Hierdie dame, asook die rose en teekoppie is nie relevant in 'n kontemporêre Suid-Afrika nie. Nóg FIGUUR B nóg FIGUUR C het enige motiewe, tekens of simbole wat hulle met 'n kontemporêre Suid-Afrika of 'n Afrika-land verbind.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord of relevante punte.

7.2.3 (Ken 12 punte toe)

- Die bepaling van 'n teikenmark vir FIGUUR D:
 - Opnames om uit te vind wie daarin sal belangstel om hierdie produk te koop, kan versprei word.
 - Internetblootstelling kan belangstelling vasstel.
 - Direkte vraagstelling aan potensiële markte, bv. eksklusiewe ontwerp- of meubelwinkels.
 - Promosiegebeurtenisse kan ook vir 'n mens wys watter mark om te teiken.
- Advertering en bemarking vir FIGUUR D:
 - Dit kan gedoen word met die gebruik van die gedrukte media, bv. koerantadvertensies, brosjures, plakkate en besigheidskaartjies.
 - Dit kan ook deur middel van elektroniese media gedoen word, bv. televisie en radio, digitale metodes, bv. Internetbemarking en sosiale media soos Facebook en Twitter.
 - Omgewingsmetodes soos groot reklameborde en tekens op motorvoertuie kan ook gebruik word.
 - Uitstallings en gebeurtenisse kan ook gebruik word.
- Uitstalmetode vir FIGUUR D:
 - Aandag moet aan die kreatiewe aanbieding van handelsware in 'n drie-dimensionele omgewing gegee word om 'n blywende impak te skep en kliënte te laat onthou wat hulle gesien het en

waar.

Die uitstalling moet noukeurig beplan word en hierdie beplanning behoort 'n tekening in te sluit wat wys watter toebehore of vaste installasies (bv. rakke) gebruik sal word en waar in die winkel dit opgerig sal word en wat daarop uitgestal sal word.

Vorbereiding mag goed soos die verf van agtergronde, die oortrek van borde met verskillende materiale soos plakpapier insluit, asook die aanlê of opstel van toebehore of installasies.

Goeie en toepaslike beligting behoort georganiseer te word. Beligting is belangrik omdat dit verskillende buie skep en verskillende belangrike kolle kan beklemtoon. Kolligte is handige gereedskap omdat hulle die kliënt lei.

Die uitstallingsarea moet eenvoudig wees. Dit is nie nodig om elke item in jou versameling uit te stal nie.

Die uitstalling moet die heel belangrikste aspekte van die voorwerp of tema beklemtoon.

Dit moet 'n mens se aandag vasvang en maklik verstaanbaar wees. Die funksie van die ontwerp moet ooglopend wees.

Die teks of inligting moet maklik leesbaar wees en die inligting moet eenvoudig gehou word.

Die uitstalling moet in voeling met kontemporêre tegnieke wees en kan interaktief, tegnologies, prettig en opvoedkundig wees.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord of relevante punte.

7.2.4 (Ken 4 punte toe)

Moontlike ontwerploopbane:

- Grafiese ontwerper.
- Mode-ontwerper.
- Industriële ontwerper.
- Tekstielontwerper.
- Argitek.
- Binnenshuise ontwerper.
- Stelontwerper.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord of relevante punte.

7.2.5 (Ken 4 punte toe)

Hoofopskrifte van 'n CV:

- Persoonlike inligting (naam, van, foonnommer, e-pos adres, fisiese adres, posadres, tale, bestuurslisensie).
- Opvoedkundige inligting.
- Werkondervinding.
- Rekenaarvaardighede.
- Kursusse bygewoon.
- Aktiwiteite en belangstellings.
- Verwysings.

Krediet moet gegee word vir enige geldige en redelike antwoord of

relevante punte.

[30]

V7.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING	VRAE	PUNTE (30)
Lae orde	Herroeping	30%	7.2.1 + 7.2.4 + 7.2.5	9
Middel-orde	Toepassing	40%	7.2.1 + 7.2.2 + 7.2.3 + 7.2.4	12
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	7.2.3	9

TOTAAL AFDELING C: 30
GROOTTOTAAL: 150