



basic education

Department:
Basic Education
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SENIOR SERTIFIKAAT

GRAAD 12

ONTWERP V1

(TEORIE)

FEBRUARIE/MAART 2011

MEMORANDUM

PUNTE: 150

Hierdie memorandum bestaan uit 30 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]****1.1.1 (Ken 6 punte toe)**

VOORBEELD:

Stem saam met die stelling:

Leerders mag argumenteer dat tradisionele handwerk vir te lank volop te siene was en dat 'n nuwe rigting in ontwerp nodig is. In die buiteland word Suid-Afrikaanse ontwerp dikwels gesien as kunsvlyt. Dit skep soms 'n negatiewe siening dat kunsvlyt / ontwerp in SA van 'n minderwaardige gehalte is en slegs geskik is vir die plaaslike bruikbaarheid en nie vir uitstalling en versamelaarstatus nie. Hierdie veralgemening / stereotipiese mening van SA ontwerp beperk groei en effektiewe globale bemerking. Daarbenewens word ontwerpers ook ekonomies benadeel omdat hierdie kunsvlyt hulle geleenthede op globale gebied beperk. Plaaslike ontwerpers herhaal dikwels ontwerpe op 'n geformuleerde wyse om geld te verdien. Hierdie praktyk ontbreek kreatiwiteit wat lei tot onoorspronklike herhalende ontwerpe wat soms nuttig vir die plaaslike mark is. Ten einde op 'n gelyke platform op die wêreldverhoog te kompeteer, moet ontwerp van SA funksioneel doeltreffend wees terwyl dit ook esteties aantrek. Die kandelare se oppervlakversiering is oordadig wat die funksie sal inboet (daar is te veel fyn keramiekstukkie wat maklik sal breek). Die ontwerp is geskik vir die toeristemark aangesien die Afrika-tema of -voorkoms van die produk sterk beklemtoon is.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

Verskil van die stelling:

Leerders mag redeneer dat die kandelare 'n uitstekende voorbeeld van kreatiwiteit is terwyl dit kunsvlyt –oorsprong toon. Die kombinasie van kunsvlyttegnieke en die unieke estetiese aantrekkingskrag van die kandelare (verteenwoordigend van Afrika) kan hierdie produk baie begeerlik vir die globale arena maak. Die produk maak van tradisionele tegnieke op 'n nuwe manier gebruik, soos gesien in in die 'humoristiese' spel van die dierevorme (kraanvoël) geheg aan die ongewone (zigzag / krom) vorms van die kershouers wat uniek is. Tradisionele handwerk word in 'n nuwe rigting gevat aangesien die produkte funksioneel in 'n moderne hedendaagse wêreld is (baie mense gebruik kershouers). Tradisioneel sou vlytkunstenaars slegs ontwerpprodukte vir hulle gemeenskappe produseer; hier egter kan die kandelare deur plaaslike en globale gemeenskappe gebruik word. Suid-Afrikaanse ontwerp verg 'n tipiese Afrika-identiteit op die wêreldmark, net soveel as ander lande. Mense oor die hele wêreld kan sien dat dit 'n goeie, oorspronklike ontwerpprodukt afkomstig uit Suid-Afrika is. Die kandelare vier ons kunsvlyt-oorsprong, temas en tegnieke in 'n heeltemal kontemporêre rigting wat in die internasionale arena aanvaar word.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

1.1.2 (Ken 4 punte toe)

- **Patroon** – Leerders kan noem dat die patroon gevorm is deur groot rooi / oranje kolle wat oor die lengte van die kandelare herhaal is. Daar is ook 'n patroon van kleiner kolletjies wat as 'n rand langs die groter rooi / oranje kolle dien. Die patroon van die kolle op die zigzag vorm van die kandelare skep lineêre klem wat beweging en ritme suggereer.
- **Balans** – Die kandelare is simmetries gebalanseer omdat hulle min of meer dieselfde lyk. Die zigzag vorm van die kandelaar maak voorsiening dat die balans gelykop langs die sentrale as af verdeel word. Die kraanvoëls wat aan die kershouders geheg is, dui daarop dat die kandelaar regop gehou of gebalanseer word deur die ondersteuning van die kraanvoëls.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

V1.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING %	VRAE	PUNTE 10
Lae orde	Herroeping van elemente en beginsels	30%	1.1.1 +1.1.2	3
Middel-orde	Toepassing van elemente en beginsels	40%	1.1.1 +1.1.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	1.1.1 +1.1.2	3

1.2 [10 punte]**1.2.1 (Ken 2 punte toe)**

Die tekening gee informele / rowwe visuele leiding tot die skep van die finale produk.
Hierdie proses in ontwerp help om die verwesenliking van 'n konsep in 'n twee-dimensionele formaat te lewer voor voltooiing in drie dimensies. Hierdie lineêre tekening visualiseer die idee oor hoe die gebou finaal kan ontwikkel en vorm aanneem.

1.2.2 (Ken 2 punte toe)

Die monumentale en teatrale gevoel van die gebou is geskik vir die funksies van 'n teater. Die dramatiese voorkoms van die gebou skep die gevoel vir die teater-produksies (vertegenwoordigend van fantasie en illusie) wat binne plaasvind.

1.2.3 (Ken 6 punte toe)

Elemente

- Lyn – Die diagonale lyne breek weg uit die vorm van die tradisionele vertikale en horisontale lyne in die meeste geboue gesien en skep spanning. Die lyn gebruik in die gebou bly geometries en hoekig in voorkoms.
- 3D vorm – die 3D-vorms is gemanipuleer en verwronge om 'n totaal nuwe argitektoniese oplossing te bied.
- Tekstuur – die werklike / tasbare muuropervlaktes (beton) voorsien gladheid, terwyl die glasmure deursigtigheid en 'n gevoel van gewigloosheid skep, bv. die blink gladde tekstuur van die glas.
- Kleur – die aardsgekleurde beton kontrasteer met die staalgatige / reflektiewe blou van die glasoppervlaktes.

Universele Beginsels

- Hiërargie van behoeftes – Die skaal van die gebou is geskik vir die doel van die gebou (teater) wat aan die bokant van die hiërargie is en die mees geskikte gebou vir die kunste verskaf.
- Vorm volg Funksie - Die gebou se dramatiese kombinasie van vorms is geskik vir 'n moderne teater.
- Asimmetriese balans - die 3D-vorms is nie aan weerskante van 'n as gerangskik nie. Die gebou se dele is oneweredig versprei langs 'n sentrale as, wat nog steeds balans gee - fisies en visueel.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

V1.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Visuele begrip	30%	1.2.1+1.2.2+ 1.2.3	3
Middel-orde	Toepassing	40%	1.2.2+1.2.3	4
Hoër orde	Evaluering	30%	1.2.1 +1.2.3	3

[20]

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 ontwerpteorie en die korrekte gebruik van ontwerpterminologie.

2.1

2.1.1 (Ken 3 punte toe)

Standpunt 1: Nie Geregverdig/Onvanpas. Leerders kan die advertensie aanstootlik vind omdat 'n klein dogtertjie op 'n volwasse seksuele manier getipeer is. Die kind met 'n tuitmondjie word in 'n uitdagende houding getoon, wat totaal onaanvaarbaar is, aangesien dit gevaarlik kan wees in 'n baie amorele samelewing en dus kontroversie regverdig. Die kind is getipeer as 'n kelnerin wat haar kliënt (die teddiebeer) bedien, wat gelykstaande is aan 'n volwasse situasie wat nie respek vir vroue in 'n moderne wêreld toon nie. Sexy meisies is algemeen op advertensieborde, maar daar is iets anders omtrent die meisie, groot opgeblaas op die bord met haar uitlokkende klein tuitmondjie, die speelse terugblik oor haar skouer, die hand uitdagend op haar heup. Dit is die houding van 'n 100 miljoen mode-tydskrifte. Die toorn hier is egter dat die meisie onder bespreking nog 'n baba is. Dit pas die baba met haar opwindende sê-ding: "Work it, Baby!" goed. Jy weet dit is die soort ding wat jy vir modelle sal uitroep. Dit lyk asof sy 'n houdinkie het. Sy dra lipstiffie en vertoon onrusbarend seksueel as gevolg van die uitbeelding.

Standpunt 2: Geregverdig/Geskik. Vanuit 'n ander perspektief kan sommige leerders argumenteer dat die advertensie nie omstrede blyk te wees nie omdat die visuele beelde geskik is vir die produk. Die luier van denim is gemik op die modebewuste denim-draende moeders wat gereeld vir hul kleuters jeans koop, dit maak die advertensie geskik is vir sy teikenmark. Die assosiasie van die houding van die mode (die baba se houding) wêreld, verteenwoordigend van self-uitdrukking en -vertroue, sal die veldtog die oulikheids-faktor gee wat sal maak dat mense die produk wil koop.

Krediet moet ook gegee word aan enige ander redelike waarnemings.

2.1.2 (Ken 2 punte toe)

Die slagspreuk "work it baby" spreek tot "die duursame aard van die luier en 'n houding van oulike selfvertroue" dat die luier nie sal lek nie en goed werk. Die denim-luier se duursaamheid en die gewildheid van die denim-jeans by hardwerkende tipes soos cowboys, loodgieters, werktuigkundiges en kelnerinne is die belangrikste boodskap wat die ontwerper hoop om oor te dra.

2.2

2.2.1 **(Ken 3 punte toe)**

Die logo gebruik die Afrika (Zoeloe) skild op 'n heraldiese wyse. Die Afrikaanse kam, 'n tipiese Afrika produk skep konnotasies met Afrika. Die gebruik van die Afrika-kontinent (donker kontinent kon 'n woordspeling op die naam Darkie wees) word gebruik om die trots Afrika-oorsprong van die maatskappy te beklemtoon. Die sterre word gekoppel aan sukses in Afrika deur 'trots Afrika' te wees.

2.2.2 **(Ken 2 punte toe)**

Darkie is met 'n hoofletter (D) en klein letters (arkie). Trots Suid-Afrikaans maak gebruik van serif lettertipes en hoofletters. Die kursiewe lettertipe gebruik vir Darkie is minder formeel, wat relevant is vir die aard van die maatskappy.

V2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming; Herroeping; begrip	30%	2.1.2 +2.2.1+2.2.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	2.1.1+2.2.1 +2.2.2	4
Hoër orde	Analise; Sintese Evaluering; Aftrekking	30%	2.1.1+2.2.2	3

[10]

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.

3.1

Sien relevante/aanbevole LOOM in die LPR vir hierdie voorbeelde, of verwys na die Gr 12 Ontwerp Handboek. 'n Leerder mag enige voorbeeld uit die voorgeskrewe LOOM in die LPR gebruik of na enige ander gedokumenteerde bron verwys.

3.1.1 (Ken 2 punte toe)

Leerders sal verskillende menings oor die vraag bied, wat gestaaf sal moet word.

FIGUUR A:

Leerders kan hierdie ontwerp verkies aangesien dit 'modern' lyk en voel, gemaak van blink "plastiek". Leerders kan wys op die feit dat die ontwerp kontemporêr, byderwets en ongewoon is, wat die ontwerp meer aantreklik maak.

FIGUUR B:

Leerders mag daarop wys dat hierdie ontwerp van beesvel gemaak is en dus 'n unieke Afrika aantrekkingskrag besit. Die ontwerp is tradisioneel / handgemaak wat dit vir baie mense 'n kenmerkende "ontwerper" keuse maak.

3.1.2 (Ken 2 punte toe)

FIGUUR A: hierdie skoen is gemik op die jong, moderne vrou wat 'funky'/byderwetse mode-bykomstighede met 'n effense hak verkies.

FIGUUR B: hierdie skoen is gemik op 'n jong Uniseks mark wat modebewus is en wat verkies om die tipiese Afrika-erfenis te vier deur die gebruik van organiese diere-beesvel.

3.1.3 (Ken 6 punte toe)

VERSKILLE	OOREENKOMSTE
FIGUUR A gebruik eenvoudige, metaalgrys wat die 'moderne' gevoel vergroot. <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B maak gebruik van die natuurlike, aardse kleure van die dierevel. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide ontwerpe neem die gemaklikheidsfaktor in aanmerking. <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR A volg die kontoerlyne van die voet, terwyl FIGUUR B na 'n sagte gemaklike skoen lyk wat kaalvoet-loop naboots. <input checked="" type="checkbox"/>
FIGUUR A is ontwerp om die kontoere van die voet af te wys. Die negatiewe ruimtes (organiese traan) verhoog die moderne gevoel. Die positiewe vorm van die skoen is organies in voorkoms <input checked="" type="checkbox"/> en FIGUUR B is die gewone vorm van 'n skoen. Die vorm van die skoen is in lyn met die kontoere van die voet. <input checked="" type="checkbox"/>	Die ontwerpe kom liggewig voor, wat sal bydra tot die sukses van die ontwerpe. <input checked="" type="checkbox"/> Die tone van beide ontwerpe is gerond wat in lyn is met die kontoere van die voet. <input checked="" type="checkbox"/> Beide ontwerpe toon dat vorm funksie volg aangesien beide ontwerpe lyk na skoene wat funksioneel is. <input checked="" type="checkbox"/>
FIGUUR A is stylisties aerodinamies en 'modern'. Dit is masjienvervaardig; <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B is stylisties tradisioneel. Die styl is aards, ru in voorkoms en lyk handgemaak. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide ontwerpe is baie oorspronklik in terme van die materiale wat gebruik word. FIGUUR A maak gebruik van plastiek in 'n oorspronklike, 'uit die ruimte' ontwerp. FIGUUR B toon die hare van die dierevel wat nie op 'n tipiese skoen gesien word nie. <input checked="" type="checkbox"/>

FIGUUR A het 'n gladde, vaartbelynde tekstuur wat die moderne, 'hi-tech' voorkoms verhoog. <input checked="" type="checkbox"/> FIGUUR B is tasbaar met sy gebruik van diervel. Die harige tekstuur verhoog die ruwe voorkoms.	
FIGUUR A blyk gemaak te wees van 'n baie gladde viniel, sintetiese of plastiese stof <input checked="" type="checkbox"/> en FIGUUR B het gebruik gemaak van organiese diervel. <input checked="" type="checkbox"/>	
Krediet moet ook gegee word aan enige ander redelike waarnemings	Krediet moet ook gegee word aan enige ander redelike waarnemings

V3.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming	30%	3.1.1+3.1.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	3.1.2 + 3.1.3	4
Hoër orde	Evaluering	30%	3.1.2 + 3.1.3	3

3.2 (Ken 10 punte toe)

NOTA: 'n Leerder mag enige voorbeeld uit die voorgeskrewe LOOM in die LPR gebruik of na enige ander gedokumenteerde bron verwys.

Ken punte soos volg toe:

- **Naam van die ontwerper (1)/ateljee/agentskap en die ontwerp/produk (1)**
- **Plaaslike en/of Internasionale invloed(e) (4)**
- **Kort beskrywing van die ontwerp(e) en die vermoë daarvan om werk aan benadeelde gemeenskappe te verskaf (4)**

VOORBEELD 1:

- **Naam van die ontwerper/ateljee/agentskap (1 punt) en die ontwerp/produk (1 punt)**

Karos, Borduurwerk



'n Plekmatjie van Karos

- **Plaaslike en/of Internasionale invloed(e) (4 punte)**

Terwyl hulle op 'n jakkalskaros (kometers) gesit het, het die vroue kunswerke begin skep deur van hul kulturele Afrika-agtergrond gebruik te maak. Die doel was om stukke van uitstekende gehalte en 'n nuwe benadering tot handwerk geskik vir die plaaslike en oorsese markte te skep. Alhoewel 'Karos' afgelei is van 'n Khoisan-woord vir 'n kombers van aanmeakaargewerkte velle, het die Karos-werkers hierdie konsep aangepas om op 'n kombers te sit en tafeldoeke, plekmatjies en twee reekse muur-behangsels van katoen te skep. Tonele van die platteland en lewenservarings word dikwels in die ontwerp uitgebeeld. Karos herskryf 'n kultuur deur die erfenis te verken en dit weer toe te pas op moderne, bemerkbare produkte en kunswerke. 'n Versterkte kulturele bewustheid vorm die basis van baie Shangaan-mense se persepsie van hulself binne die konteks van Suid-Afrika en die res van die wêreld. Hierdie bewustheid van jouself binne 'n meer globale omgewing is 'n belangrike konsep in terme van volhoubare ontwikkeling en die opheffing van mense.

- **Kort beskrywing van die ontwerp(e) en die vermoë daarvan om werk aan benadeelde gemeenskappe te verskaf: (4 punte)**

Karos is 'n borduurwerk inisiatief wat in 1989 begin met 'n paar (vyf) Shangaan borduurders en Irma van Rooyen, 'n beeldende kunstenaar, as kreatiewe direkteur en stigter.

Irma het die eerste reeks, wat gebruik gemaak het van tipiese Afrika-beelde wat die oog gevang het, ontwerp. Dramatiese patrone en opvallende kleur-kombinasies wat 'n hele stuk swart materiaal bedek het in 'n verskeidenheid van borduurwerk-steke is met die hand deur die vroue in hul eie huise gemaak. Hierdie reeks is gemik op die toeriste-mark en bly steeds gewild as gevolg van die uniekheid van die ontwerpe en skep 'n inkomste vir die borduurder. Solomon Mohati en Winnie Sabela, wat deur Irma opgelei is om die ontwerpe te teken, dra tans by tot die ontwikkeling van hierdie ontwerpe.

Die doel van Karos is om werk en geleenthede aan veral vroue in landelike gebiede te bied om te werk deur kreatief te wees binne die raamwerk van hul eie tradisionele agtergrond. Die werk-skepping en die opheffingsaspek van die projek bly 'n dryfkrag en is die sleutel tot al die ontwikkelings- en korporatiewe besluite by Karos. Daar bestaan 'n behoefte vir vroue in die landelike gebiede van Suid-Afrika, en spesifiek die Limpopo Provinsie in hierdie verband, om hulle eie vermoëns te erken en te verken om 'n verskil in hul eie gemeenskappe te maak en ook Suid-Afrika as geheel. Die eindresultaat is uitsonderlik mooi, gekoppel aan volhoubare gehalte en kan gewas word sonder om te vervaag. Die borduurders kry hulle materiaal van die Karos™ werkswinkel, voltooi 'n projek by die huis en stuur dit terug vir evaluering en betaling. Toegewyd tot werkskepping en opheffing in Suid-Afrika het Irma kreatiwiteit met gesonde sakepraktyke suksesvol gekombineer. Karos™ produkte word in winkels en galerye in die hele Suid-Afrika verkoop en word ook uitgevoer na die VSA, Australië, Duitsland en Singapoer.

VOORBEELD 2:

- **Naam van die ontwerper/ateljee/agentskap (1 punt) en die ontwerp/produk (1 punt)**

Fancy Stitch Kuns en Handwerk Groep, Cape Gate, Borduurwerk

- **Plaaslike en/of Internasionale invloed(e) (4 punte)**

Hulle is deur God / godsdiens, die lewe, die skoonheid en die verhaal van die skepping, galerye en mense geïnspireer. Met hul plattelandse agtergrond gebruik hulle beelde uit die daaglikse lewe en gebeure in hul onmiddellike omgewing. (4 punte)

- **Kort beskrywing van die ontwerp(e) en die vermoë daarvan om werk aan benadeelde gemeenskappe te verskaf: (4 punte)**

Daar is 'n herhaling van motiewe om patroon voor te stel en die kwaliteit te verbeter. In hul projek getiteld "Cape Gateway" gebruik hulle silwer katoendraad op 'n swart doek (as 'n agtergrond) om 'n veeldoelige kaart te maak. Die meeste van die ontwerpe word in helder baldadige kleure gedoen en selfs by die huis deur vroue geweef.

Aangesien daar baie min werksgeleenthede vir duisende mense in landelike gebiede is, het die organisasie in Elangeni in 'n klein kamertjie ontstaan en het die getal tot vierhonderd gegroei. Die projek speel 'n rol in terme van loopbaangeleenthede en omdat vroue geleer word om borduurwerk te doen , ontwikkel 'n bron van inkomste en bemagtiging. Die primêre doel van die organisasie is om armoede te verlig. Hulle kan 'n lewe maak sonder om hul landelike omgewing te verlaat. Die vroue vier hul lewens deur landelike tonele vanuit hul daaglikse lewe uit te beeld.

Gee krediet vir enige ander relevante inligting.

V3.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Herroeping Opnoem	30%	3.2	3
Middel-orde	Toepassing	40%	3.2	4
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering/ Aftrekking	30%	3.2	3

VRAAG 4 [30 punte]

AS4: Onderzoek, 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 toe in totaal)

- Gee die naam van die styl/beweging vir elk van die TWEE figure/spieëls wat jy gekies het (ken 2 punte toe)
- Noem enige ontwerper (2 punte) en titel van die ontwerp/e (2 punte) uit elke styl/beweging.

Ken 7 punte toe per styl/beweging vir enige van die volgende (7 x 2 = 14)

- Bespreek die kenmerke van elke beweging.
- Bespreek die doelwitte van en invloede op elke styl/beweging.
- Verduidelik hoe die TWEE spieëlontwerpe wat jy gekies het (FIGUUR A tot E) op “vorm volg funksie” reflekteer.

SPIEËL IDENTIFISERING:

FIGUUR A: DIE WUIWENDE LYN - ART NOUVEAU (1890 -1905)

FIGUUR B: POPULÊRE MODERNISME - ART DECO (1925 – 1939)

FIGUUR C: ONTWERP VIR INDUSTRIE – DIE MASJEN ESTETIKA
(1917 – 1930)

FIGUUR D: MODERNISME WORD POP – ERA VAN OORVLOED (1955 – 1975)

FIGUUR E: POST-MODERNISME – HUIDIGE STYL EN MINDER IS VERVELIG
(1965 – TOT NOU)

Naam van die styl/beweging: (ken 2 punte toe)

FIGUUR C = Ontwerp vir industrie (Masjen Estetika) 1900-1930 - De Stijl.

FIGUUR D = Modernisme word Pop (Die era van oorfloed) 1955 -1975 - Pop ontwerp.

**Noem enige ontwerper en titel van die ontwerp uit elke beweging:
(ken 4 punte toe)**

ONTWERP VIR INDUSTRIE – (DIE MASJEN ESTETIKA) (1917 – 1930):

- Gerrit Rietveld bv. Rooi, Blou Stoel van 1918. OF
- Gerrit Rietveld bv. Schroder Huis van 1924. OF
- Theo Van Doesberg, bv. Interieur van Café L’Aubelle, Strasbourg van 1926 – 1928. OF
- Mies van der Rohe bv. Vierkantige Spieël van 1930s.

Gee krediet vir enige ander relevante voorbeelde.

MODERNISME WORD POP – (ERA VAN OORVLOED) (1955 – 1975)

- Andy Warhol, grafiese ontwerpe bv. Campbell sop en Brillo Bokse. OF
- Alan Jones, interieur/industriële ontwerpe, Tafels/stoele met sitplekke reeks. OF
- Peter Murdoch se polka-kolle karton “Spotty” stoel (1967). OF
- Verner Panton wit en swart tekstiel gebaseer op Optiese Kuns (1961). OF
- Lomazzi se PVC “Opblaas” stoel (1967). OF enige ander.

Ken 7 punte toe per styl/beweging vir enige van die volgende (7 x 2 = 14)**DIE DOEL EN INVLOEDE OP ELKE STYL/BEWEGING.****ONTWERP VIR INDUSTRIE – (DIE MASJEN ESTETIKA) (1917 – 1930)**

- Kunsbewegings soos die Kubisme, Konstruktivisme en Futurisme het gehelp met die skep van 'n wiskundige en abstrakte struktuur vir kuns en ontwerp.
- Ontwerpe gestroop van enige emosies en natuurlike aard het gelei tot slegs wiskundige / geometriese beginsels wat gebruik word.
- Abstraksie geneem om sy uiteindelijke doel te bereik, Minimalisme.
- Na die Eerste Wêreldoorlog het ontwerpers en kunstenaars geglo dat hulle deur hul ontwerpe 'n nuwe orde en sosiale harmonie kon skep – 'n kuns- en ontwerptaal wat kon bydra tot wêreldvrede met 'n filosofie Theosofie genoem.
- Kandinsky se '*Concerning the Spiritual in Art*' – veral sy teorieë oor die abstrakte kuns. Dit het daartoe gelei dat ontwerpe simbolies van aard geword het.

MODERNISME WORD POP – (ERA VAN OORVLOED) (1955 – 1975)

- Pop is geskep in die 1950's met die opkoms van populêre kultuur. Die invloed van televisie, radio en advertensies gelei tot die massa verbruikersdruk op groot skaal.
- Invloed van die wetenskap, die ruimtevaart, wetenskapsfiksie het openbare obsessies geword, bv. mode-, huishoudelike goedere en motorontwerpe bv. Paco Rabanne met die gebruik van klein metaal- of plastiekskywe in sy ruimte-eeu modes, Mary Quant het die "mini-rok" en "sjoe-broekie" ontwerp. Die "Mini" stel die standaard vir klein motortjies en is die simbool van die Britse moderniteit. Ander voorbeelde van motors is die Fiat 500 en die Volkswagen Beetle – lae koste motors in bereik van die meeste jong verbruikers.
- Amerika en Rusland is betrokke by die Ruimte Resies en Koue Oorlog - propaganda om wetenskaplike en tegnologiese suksesse te bevorder.
- Advertering van nuwe of die nuutste modelle bv. kombuistoestelle in tydskrifte en op televisie. Sosiale status word aansienlik versterk deur die besit van die nuutste model, bv Olivetti se geestige logo (1960s).
- In die 1960's kry kunstenaars soos Andy Warhol, Roy Lichtenstein en Claus Oldenburg inspirasie uit die "lae kuns"; 'n aspek van die moderne lewe bv. 'n wasgoedpennetjie, sagte toilet, ens.
- Kunstenaars soos Richard Hamilton, Andy Warhol was van die eerste om die populêre verbruikerskultuur in Amerika te verken soos gesien in die uitbeelding van alledaagse items soos blikkies Campbell sop, Brillo bokse, ens.

DIE KENMERKE VAN ELKE STYL/BEWEGING.**ONTWERP VIR INDUSTRIE – (DIE MASJEN ESTETIKA) (1917 – 1930)**

- Nie-doelige, nie-figuratiewe kuns- / ontwerp styl.
- Suiweringkuns en –ontwerp en die aanneming van 'n universele taal aan die Kubisme ontleen.
- Daarmee is 'n nuwe estetiese suiwerheid begin deur geometriese vorms te gebruik.

- Neo-Plastisisme gedefinieer deur Mondrian as 'n nuwe manier om uitdrukking te gee aan die werklikheid deur middel van vorms en kleure. Vereenvoudiging van kleur tot die primêre en neutrale, en lyn vereenvoudig tot vertikale en horisontale lyne.
- Belangstelling in 'n filosofie-skool met die naam Theosofie het geestelike waarde aan primêre kleure gegee.
- 'n Baie geordende geometriese styl van kuns en ontwerp.
- Sterk gebruik van die vereenvoudigde vorm bv. vierkante (Marcel Breuer se Wassily Stoel).
- Piet Mondrian se skildery bv. "Samestelling in rooi, blou en geel" of "Broadway Boogie Woogie", het argitektuur beïnvloed en gelei as 'n manier om interne areas / ruimtes te verdeel. Funksionele ontwerpe en meubels is tot sy absolute minimum beperk.
- 'Vorm volg Funksie' met 'n gevoel van ligtheid is behaal deur die uitskakeling van enige ongevreemde versiering.
- Die Schroder Huis deur Gerrit Rietveld is gekenmerk deur plat dakke, kubistiese vorms. Gebrek aan versiering, dakplate wat oorhang by die hoeke, groot aaneenlopende horisontale vensters, 'n oop en gewiglose kwaliteit.
- 'n Kliniese en wiskundige struktuur vir kuns en ontwerp is geskep.

MODERNISME WORD POP – (ERA VAN OORVLOED) (1955 – 1975)

- Optimisties en lighartig om weg te breek van die kliniese benadering van die vorige bewegings / style.
- Humor en gevatheid bv. Claude Lalanne se silwer leerbed in die vorm van 'n reuse oop blik sardiens met twee ekstra sardientjies as kussings - Pop en Surrealistiese humor gekombineer.
- Anti-ontwerp beweging waar jong ontwerpers elemente van pret en speelsheid in meubels bekend gestel het, bv. 'n tafel wat na Mickey Mouse se kos lyk – of 'n sofa wat soos 'n vrou se lippe lyk, bv. Bocca Sofa (1970).
- Hierdie soort van speel en ironie is erken as 'n kunsvorm genaamd "kitsch". Kitsch verteenwoordig ontwerpe wat slegte smaak weerspieël, speels en vol pret. Kyk na Andy Warhol, bv. Marilyn Monroe - beskou as "High Kitsch".

VERDUIDELIK HOE DIE TWEE SPIEËLONTWERPE WAT JY GEKIES HET (FIGUUR A TOT E) "VORM VOLG FUNKSIE" REFLEKTEER.

Figuur C: Ontwerp vir industrie – die masjien estetika (1917 – 1931)

Uitstekende voorbeeld van vorm volg funksie. Tipies met onversierde, geometriese, wiskunde, gebalanseerde vorm vereenvoudig tot reguit lyne wat vierkante en reghoeke skep. Die beskrywende begrip van "Minder is Meer" en Minimalisme kan hier met gemak toegepas word, wat tipies is van 'vorm volg funksie'.

Figuur D: Modernisme word pop – Era van oorfloed (1955 – 1975)

'n Goeie voorbeeld van vorm volg funksie en ook 'n reflektiewe voorbeeld van "gebruik-dit-nou" en "gooi-dit-môre-weg" etos gedurende die 1960's. Dit vier die populêre kultuur in Amerika. Die ontwerp is ook meer jeug-gebaseer en minder ernstig in vergelyking met die "Goeie Ontwerp" van die 1950's. Plastiek is dikwels gebruik en getint met kleure soos geel, ligte blou, ligte groene, ligte perse en/of uitdagende kleure. Oordadige plakpapier-patrone is dikwels gebruik in interieurs en op meubeloppervlaktes.

Gee krediet vir enige ander relevante inligting.

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

4.2 [10 punte]

4.2.1 (Ken 2 punte toe)

In FIGUUR B is die klem van die ontwerp hoofsaaklik gerig op die doel van die pot. Die pot is gebaseer op eenvoudige skoon lyne, in ooreenstemming met die filosofie van die Bauhaus (Eenvoud , geometries , Zen-agtige orde, ens.). Die beginsel van "Minder is Meer" en Minimalisme is duidelik sigbaar in die ontwerp.

Krediet moet ook gegee word aan enige ander redelike waarnemings.

4.2.2 (Ken 8 punte toe)

Vergelyk FIGUUR A met FIGUUR B en verwys na tipiese verskille of ooreenkomste tussen die bewegings wat hulle verteenwoordig.

FIGUUR A: Verskille Gepastheid vir 'n Doel (Kuns en Kunsvlyt Beweging)	FIGUUR B: Verskille Ontwerp vir industrie (Die Masjien Estetika) (Bauhaus)
Beïnvloed deur die Middeleeuse Gotiese styl (Christelike waardes). <input checked="" type="checkbox"/>	Invloede is afkomstig van filosofieë van De Stijl, vereenvoudig en "minder is meer". <input checked="" type="checkbox"/>
Die lyne is eenvoudig, golwend of gebuig. <input checked="" type="checkbox"/>	Die lyne is wiskundige vorms – stewige gevoel. <input checked="" type="checkbox"/>
Die vorms is lineêr of organies. <input checked="" type="checkbox"/>	Die vorms is abstrak en verwys na geometriese vorms. <input checked="" type="checkbox"/>
Vorm is gestileer en gebruikersvriendelik en herinner aan die natuur. <input checked="" type="checkbox"/>	Die vorm is hard en het 'n masjienagtige voorkoms en 'n funksionele raamwerk. <input checked="" type="checkbox"/>
Versiering, soos klein blare wat soos harte lyk, is gebruik om te versier en die ontwerp te verbeter. <input checked="" type="checkbox"/>	Die ontwerp ontbreek aan versiering. <input checked="" type="checkbox"/>
Die patroon word gevorm deur gekromde blaarvorme en blomme. <input checked="" type="checkbox"/>	Daar is geen bewyse van patroon te bespeur in die ontwerp nie. <input checked="" type="checkbox"/>
Produk is handgemaak. <input checked="" type="checkbox"/>	Produk is massa geproduseer. <input checked="" type="checkbox"/>
<p>Ooreenkomste Hulle is albei houers. <input checked="" type="checkbox"/> Beide het deksels. <input checked="" type="checkbox"/> Beide is funksioneel om voedsel in aan te bied. <input checked="" type="checkbox"/> Gee krediet aan enige ander eienskappe wat van toepassing is op die voorbeelde.</p>	

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

[30]**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 4 punte toe)**Die gebruik van beelde en verpakking:

Noukeurig geselekteerde beelde van kinders wat op verskillende maniere hulpbehoewend is, is gebruik om 'n interaktiewe deelname in hierdie veldtog te skep.

Deur 'n donasie in die blikkie te sit, kan 'n mens visueel ervaar of sien wat 'n mens se skenkings / bydraes is.

Jong straatkinders uit Asië en die Filippyne is gekies vir hierdie veldtog. Die beelde op die vier blikkies hou verband met spesifieke skenkings in hierdie veldtog - dit verskaf kos, skuiling, opvoeding, ens.

Hulle gesigte is almal baie bly en dankbaar om hierdie donasies te ontvang en koppel jou donasie direk aan vreugde. Hulle kwesbare gesigte genereer 'n sterker, positiewe en emosionele betrokkenheid en 'n bereidwilligheid om 'n skenking aan die "Helping Hands"-veldtog te maak.

Die boodskap is duidelik, dat dit met jou helpende hand kinders kan help om 'n verskil aan hulle eie situasie te kan maak.



5.1.2 (Ken 4 punte toe)

Vergelyking tussen FIGUUR A ('Helping Hands') en FIGUUR B ('FeedSA'):

VERSKILLE	OOREENKOMSTE
In Figuur B kan die donasies gesien word, <input checked="" type="checkbox"/> maar in Figuur A is die geld / skenking onsigbaar. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide Figure A en B maak gebruik van straatkinders. <input checked="" type="checkbox"/>
In Figuur A is die kinders se gesigte dankbaar, kwesbaar en positief <input checked="" type="checkbox"/> terwyl die gesigte in Figuur B ongelukkig, honger en verwaarloos is. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide FIGURE A en B maak gebruik van foto's van kinders van kulture wat geïdentifiseer kan word as komende uit benadeelde agtergronde. <input checked="" type="checkbox"/>
In Figuur A verteenwoordig die straatkinders Asië en die Filippyne, <input checked="" type="checkbox"/> terwyl Figuur B gebruik maak van kinders uit Afrika. <input checked="" type="checkbox"/>	Beide FIGURE A en B maak gebruik van anonieme skenkers / hande. <input checked="" type="checkbox"/>

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

5.1.3 (Ken 6 punte toe)

Cannondale Corporation ontwerp fietse, bv. die Super V Raven en is in 1971 van stapel gestuur deur Joe Montgomery in Connecticut. Meer as 80 verskillende fietsmodelle word wêreldwyd vervaardig en verkoop. Die maatskappy is verantwoordelik vir innoverende fietse en motorfietse. Hulle erken die estetiese waarde gekoppel aan prestasie as 'n vereiste vir fietsryers.

Hulle maak verantwoordelike keuses oor volhoubare materiale, bv aluminium en staal, en maak gebruik van lae-impak omgewingsprosesse (baie min toksiene, dampe, ens. word in die vervaardigingsproses gebruik) vir 'n projek. Hulle fietse word gemaak van aluminiumrame in 'n tyd wanneer meer duursame staalrame nog steeds oorheers. Rame is ook beskikbaar in 'n aluminium en carbon mengsel wat dit meer duursaam maak en langer laat hou.

Hulle is innoverend in hul denke en vind nuwe maniere om verbruik en afval te verminder omdat hulle eko-vriendelik is.

Cannondale fietse is bekend vir hulle oorgrote, effens geboë afwaartse buis. Die fiets sluit ook ander kenmerke in om dit meer menslik en gebruikersvriendelik te maak.

Hul missie-verklaring bevestig hul sosiale betrokkenheid en ondersteuning: "Ons missie is om innoverende, kwaliteit produkte te skep wat fietsryers oor die hele wêreld inspireer" en om voortdurend te verbeter met behulp van die waardevolle terugvoering wat hulle van geborgde atlete op die maatskappy se professionele resiespanne ontvang.

Hul ontwerpe is beide omgewingsvriendelik en spreek sosiale kwessies aan, omdat die fietse nie enige besoedeling skep nie en die materiale 'n minimale impak op die wêreldverwarming het. Om op hierdie fietse te ry, is terapeuties en help met 'n gesonde lewenstyl en verhoog die kwaliteit van die lewe.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

5.2 (Ken 6 punte toe)

NOTA: 'n Leerder mag enige voorbeeld uit die voorgeskrewe LOOM in die LPR gebruik of na enige ander gedokumenteerde bron verwys.

VOORBEELD:

Ontwerper: (Ken 1 punt toe) Monkeybiz

Ontwerp of projek: (Ken 1 punt toe) Beading outreach project

(Ken 4 punte toe)

Barbara Jackson en Shirley Fintz, keramiekkunstenaars, het in Januarie 2000 Monkeybiz met Mathaphelo Ngaka, 'n vlytkunstenaar, gestig.

Hulle het die potensiaal vir bemarking en terselfdertyd die oplewing van die tradisionele vlytkuns van kralewerk gesien. Mathaphelo het 'n paar werklose vroue van Macassar in Khayelitsha gekry om poppe te maak.

Na 'n positiewe reaksie van die plaaslike winkels en toeriste, het hulle hul besigheid uitgebrei na Khayelitsha (Kaapstad township gemeenskappe).

Hulle het nou ongeveer 450 vroue wat poppe maak met 200 vroue op hul waglys wat van die huis af werk. Hulle maak sakke, kralewerkprente, diere, kussingootreksels en beeldhouwerke wat as uniek en 'n eenmalige kunswerk / versamelaarsitem beskou word. Die maatskappy hou aan om die handwerkers te leer en te motiveer, inspireer hulle om erkende kralewerk-kunstenaars te word, en help hulle ook om besigheidsvaardighede aan te leer sodat hulle hul ekonomiese status kan verbeter.

In 2003 het die Kaapstadse ateljee van Monkeybiz besoek ontvang van die direkteure van ArtAidsArt, 'n Amerikaanse nie-winsgewende organisasie. ArtAidsArt het dosyne poppe gekoop en met hulle teruggekeer na die VSA 'n fondsinsameling vir vigs en die verbetering van lewens gehou deur die poppe te verkoop. Met die ondersteuning van 'n groep van Afro-Amerikaanse vroue het die verkope die fondse gegenerer om 'n houer/ateljee in Khayelitsha te koop. Dit is "Die Boot" gedoop, ter herkenning van sy rol as 'n plek van veiligheid en ondersteuning vir vroulike kunstenaars.

Hulle vorm 'n Vigs-ondersteuningsgroep in hul gebou in Kaapstad. Die vroue het 'n naaldwerk-groep gevorm en hulle is besig met die verandering van denimbaadjies, die maak van MIV Liefdesbriewe en T-hemde.

Die kunstenaars het 'n nie-winsgewende maatskappy gevorm sodat alle winste direk teruggaan na die gemeenskappe en die vroue daarby kan baat. Carol Boyes hou wêreldwyd voorrade van Monkeybiz-kunswerke by haar nuwe winkel in New York aan en nou is hulle Vigs-Kliniek selfonderhoudend en word dit goed bygewoon.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

V5.2 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (10)
Lae orde	Waarneming/ Herroeping/ Begrip	30%	5.1.3 +5.2.1	3
Middel-orde	Toepassing	40%	5.1.1 + 5.1.2 + 5.1.3	4
Hoër orde	Analise Evaluering	30%	5.1.1 + 5.1.2	3

VRAAG 6

Kandidate behoort tussen die DRIE sub-vrae te kies: ÒF VRAAG 6.1 EN 6.2 ÒF VRAAG 6.3.

6.1 (Ken 10 punte toe)**6.1.1 (Ken 2 punte toe)**

Die handsakke en beursies word gemaak van ou materiaal (nommerplate) wat die ontwerper verniet optel. Dit impliseer dat die ontwerper die omgewing skoonmaak en vir 'n gesonder omgewing sorg. Beide rubber- en plastiekprodukte neem tyd om te ontbind en is gevare vir die omgewing wanneer dit in die grond begrawe word en die ontwerper dra by tot die redding van die planeet met die hergebruik van sulke weggegooide potensieel giftige materiale. Al die sakke word met die hand gemaak en voorskaf "groen" ontwerp.

6.1.2 (Ken 8 punte toe)

- **Naam van die ontwerper (Ken 1 punt toe)** Adri Schültz of Mielie Textiles
- **Naam van die ontwerp (Ken 1 punt toe)** Mielie Bags
- **Beskrywing en kenmerke van die ontwerpe. (Ken 6 punte toe)**

Sy lewer sakke, bykomstighede en toebehore vir die huis gemaak van herwinde materiaal, bv. ou katoen waar moontlik. Sy gebruik enige kleur wat toevallig gekies word, bv. hergebruik sonder om weer te kleur. Sy gebruik verskillende motiewe vir die sakke om op hoogte te bly met internasionale modes en kleurtendense herdink/herskep/hermaak.

Adri spandeer tyd deur met nuwe tegnieke te eksperimenteer wat handgemaakte werk en "groen"-tegnieke insluit. Die gebruik van die fabriekmasjinerie word ten alle koste vermy ten einde meer werksgeleenthede te skep. Sommige produkte word geweef en sommige word gebrei afhangende van watter tegniek vir die ontwerp werk. Die omgewing word dus nie benadeel met die gebruik van energie afkomstig van masjinerie/gas / besoedeling, ens. nie. Sy gebruik katoenweefsel (afbreekbaar). Die handvatsels word gemaak van rottang (volhoubaar, indien dit goed opgepas word) en soms van leer (organiese materiaal). Die produkte word bewustelik ligter gemaak, meer duursaam en wasbaar.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

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

6.2 INTERNASIONAAL

6.2.1 (Ken 5 punte toe)

Die ontwerper Bridgette Steffen het 'n omgewingsontwerp geskep deur die hergebruik van tapytmonsters. Sy het standaard tapytmonsters (grootte 13,5 X 18) kreatief gemanipuleer en aanmeakaargesit met eenvoudige gereedskap en baie min werk, ideaal vir 'n selfdoen-projek.

GreenScreen kan enige ruimte herdefinieer, sonder die gebruik van energie, die gebruik van masjinerie (besoedeling) en die afval van boumateriaal. Dit is ideaal vir die skeiding van werk- en leefareas in 'n huis, sonder duur uitgawes. Dit verberg die warboel van die werk / ateljee gebied op 'n goedkoop manier. Tapytmonsters werk veral goed vir hierdie taak aangesien dit ook klankdempende kwaliteite het en 'n interessante visuele teenwoordigheid. Dit skep ook 'n gevoel van warmte in die binne-ruimte. GreenScreen kan gebou word om in 'n wye verskeidenheid van ruimtes te pas en kan 150+ tapytmonsters goed benut, en daardeur verdere afval en grondvulling minimaliseer.

Krediet moet ook gegee word aan enige ander redelike waarnemings.

6.2.2 (Ken 5 punte toe)

- **Titel (Ken 1 punt toe)**
- **Beskrywing van produk (Ken 2 punte toe) – Produk moet geskik wees vir 'n ontspanningsentrum vir gestremde kinders.**
- **Omgewings- en sosiale voordele (Ken 2 punte toe)**

VOORBEELD:

Titel: "Balancing soft chairs" / "Balanserende sagte stoele"

Beskrywing van produk: 'n Verskeidenheid van anders gevormde balanserende sagte stoele gemaak van wasbare, duursame, hergebruikte tapytmonsters vir kinders met spesiale behoeftes.

Omgewings- en sosiale kwessies: Die standaard tapytmonsters vanuit tapytwinkels word gebruik om 'n reeks balanserende stoelontwerpe te skep wat leer- en oefengeleenthede vir hierdie kinders bied. Die stoele word verskaf met sagte handvatsels om te help met beweeglikheid en buigsaamheid. Die stoele het veiligheid- en gesondheidsoorwegings aangesien hulle geen skerp kante het nie, nie kan omslaan nie en geen dele het wat uitstaan nie. Sommige stoele is soortgelyk aan ottomans, terwyl ander hangstoele is wat 'n gevoel van gewigloosheid skep en help met spierontwikkeling indien hulle daaraan sou hang. Speelaktiwiteite behoort 'n gevoel van "normaliteit" vir hierdie kinders te skep. Terwyl hierdie stoele gebruik word, leer die kinders op 'n speelse manier en ondersoek hulle ruimte, kleur, vorm en tasbaarheid terwyl hulle ook die nodige oefening kry. Al die stoele is gemaak deur die hergebruik van matte, en is dus "groen" en volhoubaar of omgewingsvriendelik. Afval of besoedeling word geminimaliseer. Minder afval vir grondvullings.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

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

VRAAG 6.3: (Ken 20 punte in totaal toe)

NOTA: 'n Leerder mag enige voorbeeld uit die voorgeskrewe LOOM in die LPR gebruik of na enige ander gedokumenteerde bron verwys.

Beide ontwerpers moet soos volg gemerk word: (10 x 2 = 20)

- Naam van ontwerper (Ken 1 punt toe)
- Titel van ontwerp/produk (Ken 1 punt toe)

Ken 8 punte in totaal toe vir enige van die volgende:

- Doelwitte en invloede
- Beskrywing of kenmerke
- Omgewingskwessies aangespreek deur die ontwerp(e)

VOORBEELD: Plaaslike omgewingsontwerper:

Naam van ontwerper (1 punt): Ryan Frank, Suid-Afrikaans gebore en Londen-gebaseerde ontwerper

Titel van ontwerp/produk (1 punt): Hackney Rak

Ken 8 punte in total toe vir enige van die volgende:

Doelwitte en invloede van die ontwerper:

Die Hackney rak is 'n vernuftige idee wat die grense tussen meubelontwerp, graffiti en konseptuele kuns vervaag. Londen ontwerper Ryan Frank het strategies geplaasde wit borde bedoel vir afval strategies op verskillende plekke in Londen-Oos geplaas en gewag vir mense om daarop te teken. Die borde is vir weke buite gelaat totdat hulle kleurvolle stukke straatkuns geword het. Sodra die planke voltooi was, is hulle verwyder en in kleurvolle mobiele stoor-eenhede verander – die plasing van straatkuns langs die interieur. Vir die versamelaars is elke stuk 'n heeltmal unieke deel van "herwinde" Hackney straatkuns.



The Hackney Rak

Beskrywing of kenmerke:

Hy het 'n bekoring met die herbewerking van bestaande of hernubare materiale in opwindende nuwe produkte, bv. die Hackney rak. sy vermoë om die skoonheid en waarde van ou en vervalde voorwerpe, normaalweg bedoel vir die afvalwerf, te sien, is 'n uitsonderlik.

Ryan Frank se *Inkuku* (Zoeloe vir "hoender") stoel gemaak van ou supermark-inkopiesakke kapitaliseer op 'n aspek van die huidige stedelike kultuur (herwinde, hernude kantoormeubels) om 'n unieke meubelstuk te maak. Frank het 'n moderne kwaliteit aan 'n tradisionele Afrika handwerktegniek gegee deur die gebruik van geknoopte plastiese inkopiesakke en herwonne aluminium as die materiale vir sy werk. Die resultaat is 'n helderleurige stoel met baie tekstuur.

Omgewingskwessies aangespreek deur die ontwerp(e):

Beide die Hackney Rak en die Inkuku stoel lewer interessante kommentaar op die hergebruik en herwinning in terme van die gebruik van saamgeperste hout (Hackney Rak) en plastieksakke (Inkuku stoel). Bekend vir sy gebruik van volhoubare en herwinde materiale, sê Frank sy ontwerpe begin met volhoubaarheid, "*All my meubels wat ek ontwerp, het 'n vorm van eko-sensitiwiteit in die materiale en prosesse wat ek gebruik*".

Nog 'n voorbeeld van sy ontwerpe, die Isabella stoel, bied eko-ergonomiese sitplek naas 'n skulpturale oplossing vir stoorplek geïnspireer deur hand-gekerfde Afrika-ontwerpe. Eerder as om die eksotiese hardhout van tradisionele Afrika-sitplekke te gebruik, het die innoverende ontwerper verkies om te werk met 100% velt-wol en 'strooi-hout' - volhoubaar, formaldehyd-vrye materiaal ten volle gemaak uit saamgeperste, organiese strooi. Strooi-hout is 'n duursame materiaal wat 'n volhoubare alternatief vir pleisterbord is (wat nie giftig is nie). Handelsmerke soos Invotek en Stramit het gehelp om die materiaal te populariseer, en nou dien Frank se stapel Isabella stoele 'n perfekte voorbeeld van die materiaal se veelsydigheid. Hy het baie positiewe publisiteit gekry vir sy holistiese benadering tot volhoubare ontwerp. Eko Age bied ook 'n groen ontwerp raadgevende diens.

VOORBEELD: Internasionale omgewingsontwerper

Naam van ontwerper (1 punt): DUMOFFICE , bv. Nederlandse ontwerper Piet Hein Eek.

Titel van ontwerp/produk (1 punt): Frozen Fountain Shop en Piet Hein Eek "Afvalkast" of "Junk Cupboard"

Ken 8 punte vir enige van die volgende toe:

Doelwitte en invloede van die ontwerper: **The Frozen Fountain** is 'n winkel vir moderne meubels, materiaalstowwe en huislike toebehore wat in noue kontak is met ontwerpers van verskillende kuns-akademies in Nederland en die buiteland, en verseker sodoende 'n versameling wat dinamies en divers is (avant-garde en baie innoverende ontwerpers vorm deel van hierdie groep wat mekaar beïnvloed het).

Her-dink: Klassieke ontwerpe word geskep deur weer oor ou materiaal te dink en dit in 'n nuwe ontwerp-voorwerp te verander, bv. "Afvalkast". ☑

Hergebruik: Voorwerpe verkoop in Frozen Fountain winkel is gewoonlik gevonde materiaal wat hergebruik word om nuwe items te produseer in 'n eklektiese vermenging van klassieke en moderne werke. ☑

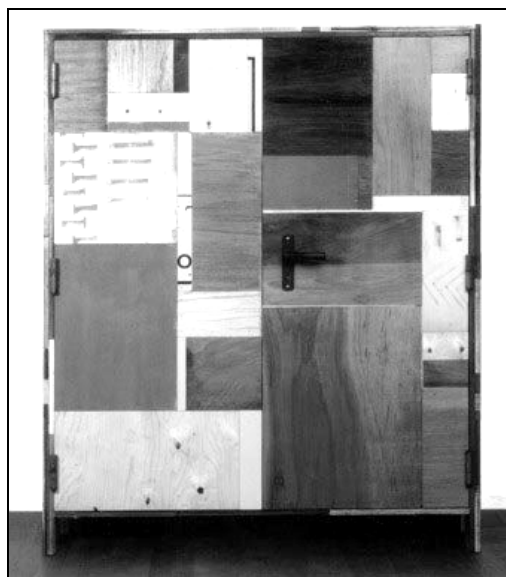
Vernuwing: Gemors of gevonde materiaal word weer gebruik en vernuwe deur die herkontekstualisering van die oorspronklike stukke soos deure en vensters, in 'n heeltemal nuwe rigting. Die nuwe meubelontwerp maak 'n stelling en word 'n stuk vir bespreking. ☑

Die klem het toenemend gepoog om te fokus op installasies en opdrag-kunswerke van verskillende ontwerpers. ☑ Benewens die aanbieding van hul permanente versameling meubels, kan installasies vinnig georganiseer word en daarom meer geredelik die hier-en-nou (huidige style en invloede) weerspieël. ☑

Beskrywing en kenmerke van die ontwerp:

Een van die verskaffers van Dumoffice wat uitstal by die Frozen Fountain is Nederlandse ontwerper **Piet Hein Eek**. Hy word beskryf as 'n verskynsel in sigself. As 'n ontwerper smelt hy onopsigtelik met tipiese Nederlandse ontwerpers soos JJP Oud, Rietveld of Penaat saam om meubels te skep wat met klassieke ontwerpe in 'n kontemporêre konteks speel. Sy ontwerptaal is eenvoudig, met skoon lyne en spaarsamige detail. ☑

Sy werk is ook herkenbaar aan sy oorspronklike keuse van materiale; hergebruik van ou dele van kaste, ens. soos afvalhout, oorskiet aluminium, ou deure en venster-eenhede. ☑ Sy "Afvalkast" of "Junk Cupboard" ☑ is 'n duidelike voorbeeld van die "her-dink" en "her-kontekstualisering" van gevonde materiale in 'n ander voorwerp. ☑ Ontwerpe is gevul met sosiale en kulturele geskiedenis - oorspronklike stukke soos vensters en deure is weer gebruik, her-ontwerp om 'n heeltemal nuwe kas te maak. ☑ Hy was in staat om 'n klein fabriek waar klein reeks meubels vervaardig word, te begin. Alles kan verander of aangepas word. ☑



Afvalkast of Junk Cupboard deur Piet Hein Eek

Omgewingskwessies aangespreek deur die ontwerp(e):

Piet Hein Eek skep 'n Gemors Klerekas (Junk Cupboard) van gevonde materiaal, hergebruik verskillende dele van ou meubels, deure, vensters, vir die bou van 'n nuwe funksionele ontwerp van hierdie dele, sodat die opgebruik van natuurlike rou materiale, soos hout, nie bydra tot verdere ontbossing en vernietiging van woude nie. Die produk word 'n sosiale besprekingspunt wat bydra tot omgewingsopvoeding of 'n stelling of 'n skulpturale kunswerk.

Jy mag nie verwys na enige ontwerper(s) wat jy voorheen gebruik het nie.

V6.3 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS- TOEKENNING %	PUNTE (20)
Lae orde	Herroeping/ Waarneming/ Begrip	30%	6
Middel-orde	Toepassing	40%	8
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	6

[20]

TOTAAL AFDELING B: 40

AFDELING C: ONTWERP IN 'N BESIGHEIDSKONTEKS**VRAAG 7 [30 punte]**

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

AS10: Demonstreer die begrip van verantwoordbare ontwerp deur die inagneming van menslike regte en omgewingsaangeleenthede dwarsdeur die proses.

AS 11: Onderzoek loopbaangeleenthede binne die ontwerpdissipline.

7.1.1 Besigheid

- **'n Huis is 'n masjien om in te leef (Ken 2 punte toe)**

Koldova verbreed die konsep deur die ontwerp van moderne meubels wat help as "fiksheidstoerusting" - dit wil sê 'n masjien om in te lewe. Koldova bou voort op die Bauhaus idee dat 'n huis hoofsaaklik ontwerp word as 'n funksionele voorwerp. Die multi-funksionaliteit van die ontwerpe in FIGUUR A beteken dat hulle gebruik kan word as sport opleidingstoerusting, sowel as tafels, rakke, matte. Enige onnodige versiering is uitgeskakel omdat elke aspek in die huis / werksplek funksioneel / werkbaar moet wees.

- **Minder is Meer (Ken 2 punte toe)**

Minder is meer beteken dat eenvoud beter as ingewikkelde versiering werk. Deur slegs 'n paar materiale (besparing van materiale) te gebruik in die konstruksie van hierdie stukke, tesame met die gebruik van slegs 'n paar stukke in die leefarea (besparing van ruimte), weerspieël duidelik bogenoemde begrip. Oop ruimtes sonder rommel kan maklik gebruik word vir verskillende funksies, dus "minder is meer".

7.1.2 (Ken 8 punte toe)

Die meeste leerders sal beide opsies gee, dws suksesvol en onsuksesvol.

Suksesvol: Die ontwerp is baie kompak. Die ontwerper het kennis geneem van ergonomiese faktore gedurende die produksie van hierdie ontwerp. Die minimalistiese eienskappe vergemaklik die skuif van die meubelstuk. Dit is professioneel gemaak met eenvoud en skoonheid in gedagte. Dit is multi-funksioneel omdat jy dit kan gebruik vir verskillende doeleindes, bv. die hang van fotorame of om handdoeke aan op te hang. Die meubels kan maklik aanmekaargesit word. Die meubels is koste-effektief. Die meubels kan gebruik word om binne-ruimte te verdeel.

Onsuksesvol: Minimalisme word beskou as lelik. "Minder is vervelig". Die meubelreeks is slegs beskikbaar in swart wat vervelig kan wees. Die meubels benodig 'n ruim kamer vir die gebruik van multi-funksionele meubels. Daar is geen versiering nie en kan as lelik beskryf word. Dit kan duur wees om te koop. Die ligte aard van die meubels kan dit minder duursaam maak. Die huis is nie bedoel vir 'n fiksheidsentrum nie.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

7.1.3 (Ken 4 punte toe)

- Estetika behels visuele trefkrag. Hierdie ontwerp sal byval vind by 'n kliënt wat minimalisme verkies, "minder is meer" en 'n oop ruimte om in te woon of te werk. Skoon lyne wat bevorderlik is vir die doel van die meubels maak dit esteties. Ekonomiese gebruik van detail is aangewend as deel van hierdie pragtige ontwerp. Die kleure van die ontwerpprodukte is monochromaties en benadruk die basiese benadering - skoonheid in niks.
- Ergonomie behels die gemaklike gebruik van 'n ontwerpproduk. Die ligte aard van die ontwerp is geskik vir die funksie van die ontwerp (die gebruik van hierdie meubelreeks behoort gebruik te word vir fiksheid doeleindes). Die ronde aard van die materiaal wat gebruik is (die staalbuis en ronde tafelblaaie) beteken dat die ontwerp bewus is van die veiligheidsfaktor (veilige praktyk wanneer daar geoefen word). Die ontwerp van die meubels maak dit verwisselbaar en maklik om te gebruik vir meer as een doel. Hierdie produk is ontwerp met die mates van die menslike liggaam in gedagte om doeltreffend / ergonomies te wees.

7.1.4 (Ken 14 punte toe)

Advertensie: (7 Punte)

- Toepaslike slagspreuk
- Geskikte, maklik leesbare lettertipes om by die aard van die produk te pas
- Visuele beelde wat geskik sal wees vir die advertensie
- Relevante inligting oor die produk
- Effektiewe uitleg van die advertensie
- Kontakbesonderhede
- Treffende gebruik van kleur wat by die produk sal pas

Logo: (7 Punte)

- Sal die logo visuele beelde en lettertipes kombineer?
- Vereenvoudigde ontwerp vir maklike interpretasie
- Gestileerde beelde
- Beheersde gebruik van kleur
- Identifisering van die maatskappy deur middel van die logo van primêre belang
- Duidelike, bondige gebruik van lettertipes
- Die logo moet by die inhoud van die produk pas
- Dit moet geregistreer word

OF enige ander redelike antwoorde.

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

OF

7.2 [30 punte in totaal]
7.2.1 (Ken 4 punte toe)

Sommige mag saamstem en argumenteer dat indien ontwerp 'n integrale deel van opvoeding gemaak word, dit die nasionale ontwikkeling van sake-ondernemings deur middel van ontwerp kan ondersteun en bevorder. Kreatiwiteit en kreatiewe probleemoplossing behoort 'n integrale deel van elke besigheid te wees. Slegs deur die aanleer van die taal van die sakewêreld kan ontwerpers suksesvol wees. Wanneer beide ontwerp en besigheid bestudeer word, kan entrepreneuriese vaardighede ontwikkel word, wat 'n positiewe impak op die ekonomie van die land sal maak. Besigheidstudies kan voordeel trek uit die buigsamheid en aanpasbaarheid van die kreatiewe ontwerpers. Ontwerp bevorder ook onkonvensionele, buite-die-normale denke, wat 'n noodsaaklike deel van oorlewing in die besigheidswêreld kan wees.

Andere mag nie saamstem nie en redeneer dat ontwerp en sake-studies onafhanklike studies is en nie verband hou nie. Ontwerp word beskou as kreatief terwyl sake-studies 'n kliniese studierigting is. Hulle mag van mening wees dat ontwerpers nie deel van die gestruktureerde, rasionele en logiese besigheds- of korporatiewe wêreld is nie. Sommige kan ook argumenteer dat ontwerp elitisties en verhewe is bo besigheidstudies.

Krediet moet gegee word aan enige geldige en redelike antwoord.

7.2.2 (Ken 12 punte toe)

	FIGUUR A
Vestig 'n teikenmark	Besoeke aan 'n aantal kleinhandelafsetpunte om aan te teken watter tipe klere ontwerpe / style beskikbaar is. <input checked="" type="checkbox"/> Verskaf voorbeelde aan kleinhandelaars om te besluit of die produk is vatbaar en winsgewend sal wees. <input checked="" type="checkbox"/>
	'n 'SWOT'-analise: Sterk punte: slegs met die hand gemaak en bv. herwinde materiaal wat gebruik word. Swakhede: elke kledingstuk sal anders wees aangesien dit nie masjien-vervaardig kan word nie. Geleenthede: hierdie kledingstukke kan versamelitems word. Bedreigings vir die maatskappy: daar is 'n behoefte aan tipiese Suid-Afrikaans vervaardigde klere met oorspronklike versiering, maar op hierdie stadium mag dit dalk baie goedkoper wees om in te voer. <input checked="" type="checkbox"/>
	'n 'PESTLE' analise: Polities: Die mode-reeks sluit verskillende teikenmarkte in. Ekonomies: Verskaf ekonomiese bemagtiging aan die ontwerper, sowel as die werkers in diens van die ontwerper. Lewensvatbaar vir alle markte, plaaslike en wêreldwyd. Sosiaal: Herken die behoefte vir sosiale verantwoordelikhede / waardes. Gebruik eie plaaslike ontwerpers / werkers om dit te maak en skep gevolglik werkseleenthede. Tegnologies: Volhoubaar deur gebruik te maak van weggegooide ou kant, knopies, ens.

	Wetlik: Die reeks moet 'n handelsmerk word / geregistreer word. Omgewingskwessies: Volhoubaar, eko-vriendelike / groen ontwerp deur ou material weer te gebruik. <input checked="" type="checkbox"/>
	'n Plan van aksie: visie, missie en waarde-verklaring (Loubser se oogpunt, of die produk lewensvatbaar is). <input checked="" type="checkbox"/>
	Onderhoude en die wys van monsters aan lede van die publiek sowel as boetiek-eienaars om die behoeftes en smake van die teikenmark, naamlik die mode-bewuste Suid-Afrikaanse vrou, te bepaal - dit is belangrik om die kliënt se psige te leer ken. <input checked="" type="checkbox"/>
	Dit is noodsaaklik om op datum te bly met wat die opposisie doen en om te probeer om 'n prysoorlog te voorkom deur iets heeltemal anders aan te bied. <input checked="" type="checkbox"/>
	Skep 'n sterk handelsnaam / logo waarmee mense sal kan identifiseer en maklik sal kan identifiseer. <input checked="" type="checkbox"/>
	Kostes; marknavorsing oor pryse by ander kleinhandelaars of winkels, ens. en wat hierdie handelsmerk 'n baie gesogte produk sal maak. Om te kyk na inset- en uitsetpogings om te sien wie die belangrikste kliënte sal wees. <input checked="" type="checkbox"/>
Advertering en bemarking	Aanvanklike advertensies sal gebruik maak van "onder die lyn" advertering, bv. klein gekleurde strooibiljette wat jou kontak-inligting sal bevat. <input checked="" type="checkbox"/>
	Stigting van 'n internet / webwerf om te adverteer en bestellings te ontvang. <input checked="" type="checkbox"/>
	Kermisse en markte (modevertonings). <input checked="" type="checkbox"/>
	Borgskappe, voorsiening van gratis klere om publisiteit te kry uit die blootstelling. <input checked="" type="checkbox"/>
	Promosie-items, bv. sakke met voorbeeld-monsters om met 'n mode-tydskrif versprei te word. <input checked="" type="checkbox"/>
	Kliënte-verwysings – dit is veel meer werd as 'n advertensie en kos niks nie. <input checked="" type="checkbox"/>
	Advertering; tydskrifte, ens. Verskeie strategieë wat in direkte verhouding tot die produk gebruik sal word. <input checked="" type="checkbox"/>
Maniere van uitstal	Modevertonings. <input checked="" type="checkbox"/>
	Vertoonvensters. <input checked="" type="checkbox"/>
	Reklameborde. <input checked="" type="checkbox"/>
	Webwerf. <input checked="" type="checkbox"/>

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

7.2.3 (Ken 10 punte toe)

In elk van die volgende ontwerpvelde is daar talle moontlike loopbane:

- Animasie en digitale ontwerp, bv. Flash animeerder
- Multi-media/web ontwerp, bv. grafiese ontwerper
- Film, bv. stilis, kostuumontwerper, grimeerkunstenaar
- Televisiebedryf, byvoorbeeld stelontwerper, kostuumontwerper, grimeerkunstenaar
- Advertensiewese, bv. handelsmerkbestuurder
- Grafiese ontwerper
- Visuele bemarker

- Fotografie
- Tekstiel-ontwerper
- Mosaïek, bv. muur-ontwerper
- Vlytkunstenaars, bv. glasblaser
- Mode-ontwerper
- Industriële ontwerper
- Juweliersontwerper
- Argitektuur, bv. landskapsargitek, interieur-argitek
- Binnenshuise ontwerper

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

7.2.4 (Ken 4 punte toe)

Moontlike maniere om 'n werk te kry:

- Indiensnemingsagentskappe
- Werwers - agente of mense wat mense wat werk soek verteenwoordig
- Soek deur plaaslike koerantadvertensies
- Netwerk: versprei persoonlik details (CV) aan verskillende maatskappye, die bywoning van seminare, maatskappye se promosies en opleidingsessies
- Die gebruik van aanlyn-webtuistes wat werk adverteer

V7.1 VLAK	KOGNITIEWE VAARDIGHEDE	GEWIGS-TOEKENNING %	VRAE	PUNTE (30)
Lae orde	Herroeping/ Kennis	30%	7.2.2 +7.2.3 +7.2.4	9
Middel-orde	Toepassing	40%	7.2.1 + 7.2.2+7.2.3+ 7.2.4	12
Hoër orde	Analise Sintese Evaluering	30%	7.2.1 +7.2.2+7.2.3	9

[30]

TOTAAL AFDELING C: 30
GROOTTOTAAL: 150