

JUNIOR SECONDARY CERTIFICATE

AFRIKAANS FIRST LANGUAGE

1100/1

PAPER 1 Reading and Directed Writing

2 hours

Marks 60

2017

Additional Materials: Answer Book

INSTRUCTIONS AND INFORMATION TO CANDIDATES

- Write your answers in the Answer Book provided.
- Write your Candidate Number and Name in the spaces provided on the Answer Book.
- Write in dark blue or black pen.
- Do not use correction fluid.

- Answer **all** questions.

- You should pay attention to spelling, punctuation and handwriting.
- The number of marks is given in brackets [] at the end of each question or part question.

This document consists of **6** printed pages.



Republic of Namibia

MINISTRY OF EDUCATION, ARTS AND CULTURE

- Beantwoord al die vrae.
- Begin elke afdeling op 'n skoon bladsy.
- Laat reëls tussen jou antwoorde oop.
- Skryf netjies en leesbaar.
- Bestudeer die leesstukke aandagtig voor jy begin.

AFDELING A

Lees Leesstuk **A** aandagtig deur en voer dan die daaropvolgende opdragte uit.

Leesstuk A

Smokkel advertensies met jou kop?

Sonder advertensies sou ons nie ons gunstelingtydskrif kon lees of elke dag sulke goeie TV-programme kon kyk nie. Humoristiese advertensies verskaf ook vermaak en laat mense ontspan en goed voel. Dit help ons boonop om op hoogte te bly van die jongste produkte op die mark en stel ons in staat om meer ingeligte keuses te maak.

Die reklamewese is egter mededingend en adverteerders wend gedurig nuwe metodes aan om beter as hul teenstanders te wees. In die proses word daar dikwels op tone getrap en skade aangerig. Die meeste mense glo ook wat hulle sien en lees, veral kinders.

So onlangs soos 60 jaar gelede was seksistiese advertensies, wat die vrou as minder intelligent uitbeeld met 'n man wat haar beheer, baie gewild. So was daar die Amerikaanse advertensie vir koffie wat gewys het hoe die man sy vrou laggend oor sy skoot trek en haar boude warm slaan omdat sy nie vir hom die regte soort koffie gekoop het nie!

Gelukkig vir die verbruiker is daar 'n gesagsliggaam vir reklamestandaarde wat klagtes ondersoek en 'n advertensie kan verbied.

Adverteerders probeer om jou te beïnvloed om jou beursie oop te maak, daarom moet jy op 'n advertensie se onderliggende boodskap bedag wees. Kinders moet ook geleer word om met 'n kritiese oog na advertensies te kyk, veral kosadvertensies wat op die jeug gemik is.

Help jou kinders om slim verkoopstegnieke te identifiseer, soos dat menige kitskosplek in hul advertensies terloops en baie subtiel insinueer dat jou tiener se drome om gewild en "sexy" te wees, waar sal word as hy of sy húl unieke hamburger koop.

Leer jou kind ook om objektief te wees oor chauvinistiese reklame en advertensies wat vroue as seksobjekte uitbeeld, soos wanneer 'n meisie in skrapse kleertjies 'n motor adverteer. Die man wat 'n motor wil koop, kry die idee dat so 'n meisie met hom as die eenaar van so 'n motor geassosieer sal word. Dis duidelik dat die adverteerder nie net 'n produk verkoop nie, maar 'n hele aanloklike lewenswyse.

Baie mense voel ook dat advertensies vir skoonmaakmiddels soms neerhalend teenoor vroue is. Advertensies wat vroue stereotipeer en minderwaardig uitbeeld, stuur 'n verkeerde boodskap aan kinders uit. Dis hoog tyd dat meer advertensies vroue die rol van 'n advokaat, dokter of wetenskaplike laat speel. Die persentasie vroue wat in die werklike lewe hoogs betaalde bestuursposte beklee, neem immers daaglik toe.

Reklame het 'n invloed op mense. Annette Vermaak, 'n sielkundige, reken baie jongmeisies se ongelukkigheid met hul figuur kan direk aan eksterne advertensies toegeskryf word wat dit laat lyk asof jy net "sexy" en gelukkig kan wees as jy plankdun is. Sy glo dit is die oorsaak van baie tieners se eetversteurings en depressie.

Aan die ander kant kan die aanloklike manier waarop produkte soos gaskoeldrank, versuikerde ontbytgraan en vetmakende kitskosse geadverteer word weer 'n direkte oorsaak van die wêreldwye vetsug by kinders wees. Dit is ook 'n bron van kommer dat sulke advertensies op skoolbusse en by die ingange van skole verskyn.

Advertensies wat op volwassenes gerig is, het ook 'n groot invloed op 'n tiener en kind se vatbare gemoed. 'n Voorbeeld is sommige alkoholadvertensies wat dit laat lyk asof 'n sekere drankie jou sommer gou meer stylvol, gewild en aantreklik vir die teenoorgestelde geslag maak. Die kind sien dit en die boodskap kan maklik iewers in sy agterkop bly vassteek.

Baie navorsers glo ook die eksplisiete seksboodskappe in so baie advertensies vir volwassenes speel 'n rol in kinders se voortydige bewuswording van en eksperimentering met seks.

Daar heers groot kommer oor die hoeveelheid advertensies op TV wat kinders direk betrek. Advertensies kan 'n kind se hele toekoms negatief beïnvloed en moet met meer omsigtigheid benader word.

Dit is ontstellend hoe dikwels die verbruiker deur foefies en valse beloftes in advertensies uitgebuit word. Veral adverteerders van maerwordprodukte maak onrealistiese beloftes. Volgens marknavorsing moet verbruikers veral lig loop vir advertensies van verslankingsmiddels en passiewe oefenapparate wat daarop aanspraak maak dat hulle jou binne 'n paar weke supermaer en gespierd sal maak.

Dink mooi oor die emosiebelaaide woorde en beelde wat in advertensies gebruik word voor jy die beloftes goedsmoeds glo. Vra jouself altyd af of die advertensie nie ook sosiale aanvaarbaarheid of 'n begeerlike lewenstyl probeer verkoop nie. Probeer agterkom hoë die advertensie by jou 'n behoefte skep om iets te wil besit wat jy nie regtig nodig het nie.

(Uit Vrouekeur, 18 Mei 2012)

Kies uit die volgende vrae elke keer die korrekte antwoord. Skryf slegs die nommer en simbool neer, bv. **1C**.

- 1 Wanneer jy mense vermaak, verskaf jy
 - A inligting.
 - B opvoeding.
 - C plesier.
 - D produkte.

- 2 Die uitdrukking op tone getrap beteken
 - A iemand het op jou tone getrap.
 - B om iemand te beledig.
 - C om iemand te komplimenteer.
 - D op jou tone geloop.

- 3 Die optrede van die man in die Amerikaanse advertensie (**paragraaf 3**) kan beskou word as
- A beheersd.
 - B diskriminerend.
 - C intelligent.
 - D liefdevol.
- 4 Watter voordeel hou die daarstelling van 'n gesagsliggaam vir die verbruiker in?
- A Die verbruiker kan klagtes indien oor advertensies.
 - B Hulle handhaaf hoë standaarde.
 - C Hulle is gekant teen advertensies.
 - D Verbruikers kan aangekla word.
- 5 Hoekom moet kinders op onderliggende advertensieboodskappe bedag wees?
- A Advertensies kan hulle mislei.
 - B Dit kan hul gelukkig maak.
 - C Dit kan neerhalend wees.
 - D Hulle voel gewild en “sexy”.
- 6 Kies die korrekte sinoniem vir foefie.
- A beloftes
 - B kitskos
 - C verkoopstruuk
 - D verslankingsmiddel [6]
- 7 Bespreek kortliks die positiewe elemente van advertensies in jou **eie** woorde. [3]
- 8 Sê telkens of die volgende stellings **waar** of **onwaar** is en motiveer jou antwoord met 'n aanhaling uit die leesstuk.
- (a) Die kompetisie in die mediawêreld is nie baie sterk nie. [2]
 - (b) Advertensies het geen uitwerking op kinders se toekoms nie. [2]
- 9 Watter rolle behoort vroue in advertensies te vertolk om weg te kom van stereotipering? [1]
- 10 Hoekom is dit 'n bron van kommer dat kitskosadvertensies op skoolbusse en by skoolingange verskyn? [2]
- 11 Is die titel van die leesstuk gepas? [2]
- 12 Op watter wyse kan advertensies wat op volwassenes gerig is, bydra tot die morele verval van jongmense? [2]
- [20]**

AFDELING B

Lees die onderstaande leesstuk aandagtig deur en beantwoord dan die vrae wat daarop volg.

Leesstuk B

My kind móét presteer

Twee rugbyspanne het pas klaar gespeel en is besig om van die veld te draf toe daar skielik 'n beroering is: 'n pa het sy seun uit die bondel geruk en is besig om hom hardhandig rond te pluk terwyl hy wil weet hoekom hy op die veld so drooggemaak het.

Fiksie? Beslis nie!

Vir sommige ouers is hul kinders se prestasies lewensbelangrik. Hulle sal alles opoffer – solank hul kind net presteer. Hulle druk hul kind, koop al die jongste toerusting en hulpmiddels en betaal vir klinieke of ekstra klasse. En hulle sukkel om te aanvaar as hul kind nie na wense presteer nie.

Dit kan te ver gaan, waarsku kenners. Chris Ipland, opvoedkundige sielkundige, sê dit gaan te ver “wanneer ouers begin eise stel waaraan hul kind nie kan voldoen nie.”

'n Prestasiegedrewe ouer kan ontsaglik demotiverend vir 'n kind wees wat op 'n onbewustelike vlak weet dat hy nie aan sy ouers se eise kan voldoen nie en homself dan as 'n mislukking beleef, sê Chris. Dis dalk ten opsigte van sport wat sy ouers 'n ophef maak, maar die kind beleef homself as 'n totale mislukking, want hy kan nie aan die eise voldoen wat gestel word nie. Dis nadelig vir die ouer-kind-verhouding en kan veroorsaak dat die ouer uiteindelik met 'n rebelse kind sit.

Prof. Awie Greeff, sielkundige van Stellenbosch, sê die saak het ook 'n ander kant en dat dit goed vir ouers is om verwagtinge vir hul kinders te hê. “Dis 'n positiewe eienskap in 'n ouer as hy realistiese verwagtinge van sy kinders het. Die moeilikheid lê daarin as die verwagtinge nie realisties is nie. Ouers kyk eensydig na hul kinders en is soms maar 'n bietjie ooroptimisties. As ouers egter 'n kind realisties benader sodat die kind agterkom daar is 'n positiewe verwagting, kan dit betekenisvol tot daardie kind se ontwikkeling bydra.”

Hy sê dis 'n baie fyn balans. “Daar is mense wat, as 'n kind presteer, heeltemal beheer oor die kind se lewe neem. Maar dan is daar ook presteerders wat nie sonder 'n bietjie druk van hul ouers daar sou gekom het nie. Vir werklike prestasie is dit nodig dat ouers betrokke is en hul kinders ondersteun, maar dieselfde ding kan kinders ook laat besluit hulle het genoeg gehad en laat ophou.” Ouers bedoel dit gewoonlik goed, sê Awie. Hulle wil net die beste vir hul kinders hê.

Chris sê die dilemma is dat ouers nie 'n breër verwysingsraamwerk het nie. “Elke ou glo mos maar sy donkie is 'n resiesperd en ek dink dit is waaroor prestasiegedrewe ouers gaan”. Ouers het – anders as onderwysers – nie 'n basis waarteen hulle hul kind kan meet nie. Ja, jou kind is dalk besonder talentvol in vergelyking met die buurseun, maar die leier van die Voortrekkers of die afrigter van die rugbyspan het 'n veel groter vergelykingsbasis.

Volgens Chris definieer ouers ook dikwels hul kind se totale vermoë op grond van 'n enkele vaardigheid. Die kind is dalk goed met rekenaarspeletjies en op grond daarvan glo die pa sy kind is 'n Einstein.

Soms word die kind se prestasies ook vir die ouer 'n statussimbool. Ouers gee hul kinders 'n verkeerde boodskap as hulle baklei oor hul kind wat nie die leerlingraad gehaal het of nie tot 'n span gekies is nie. Jy gee jou kind die boodskap dat gesagsfigure en leiers nie eties optree en nie vertrou kan word nie. Jou kind kan dan sy vertrou in gesagsfigure verloor.

Chris sê voorts dit kan ook vir die kind 'n groter verleentheid raak as sy ouers healtyd inmeng en druk uitoefen. "Die kind weet wat sy posisie werklik is. Natuurlik wil hy ook graag in die span wees en dalk is dit aan die begin lekker om 'n ma en pa te hê wat daarvoor baklei, maar op die ou end raak dit vir hom 'n verleentheid voor sy maats."

Hy sê dit kan ook die kind se dryfkrag tot prestasie ondermyn omdat hy voel sy ouers baklei tog al sy gevegte vir hom.

(Uit Vrouekeur, 27 Oktober 2006)

- 1 Watter **vier** nadele hou 'n prestasiegedrewe ouer vir sy kind in? [5]
 - 2 Hoekom is Prof. Awie Greeff van mening dat dit goed is as ouers verwagtinge van hul kinders moet hê, mits hul 'n fyn balans handhaaf? [5]
 - 3 Verduidelik wat Chris Ipland met die volgende woorde bedoel: "Elke ouer glo mos maar sy donkie is 'n resiesperd". [5]
 - 4 Watter verkeerde boodskap kan ouers vir kinders gee as hulle 'n bohaai opskop as hulle kind nie vir 'n span gekies word nie? [2]
 - 5 Hoe kan ouers skade aanrig deur altyd vir hulle kinders in die bresse te tree? [3]
- [20]**
- 6 Skryf 'n **opstel** van **150 - 200** woorde **waarin jy jou mening lug oor die onrealistiese vereistes wat ouers aan hul kinders stel om te presteer.**
- Jy moet van inligting uit die stuk gebruik maak, maar ook jou **eie** idees byvoeg.
- [20]**