



basic education

Department:
Basic Education
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

**NASIONALE
SENIOR SERTIFIKAAT**

GRAAD 12

AFRIKAANS HUISTAAL V1

NOVEMBER 2018

PUNTE: 70

TYD: 2 uur

Hierdie vraestel bestaan uit 12 bladsye.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Hierdie vraestel bestaan uit DRIE afdelings:
AFDELING A: Leesbegrip (30)
AFDELING B: Opsomming (10)
AFDELING C: Taalstrukture en -konvensies (30)
2. Beantwoord AL die vrae.
3. Begin ELKE afdeling op 'n NUWE bladsy.
4. Trek 'n streep ná elke afdeling.
5. Nommer elke antwoord korrek volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
6. Laat 'n reël oop na elke antwoord.
7. Skenk veral baie aandag aan spelling en sinskonstruksie.
8. Voorgestelde tydsindeling:
AFDELING A: 50 minute
AFDELING B: 30 minute
AFDELING C: 40 minute
9. Skryf netjies en leesbaar.




AFDELING A: LEESBEGRIP**VRAAG 1**

Lees en kyk na die tekste hieronder en beantwoord die vrae wat daarna volg.

TEKS A: ARTIKEL

Wees *sélf* jou **BESTE** handelsmerk

- 1 Nike, Coke, Levi – dis handelsmerke wat geen bekendstelling nodig het nie. Almal ken hierdie groot internasionale rolspelers. Plaaslik is van die topmaatskappy-handelsmerke Mrs Ball's-blatjang, *SARIE* en Ouma-beskuit. Dis duidelik: 'n sterk handelsmerk bepaal sukses.
- 2 Ter wille van jou eie sukses is dit tyd om jou persoonlike handelsmerk te skep en uit te bou. Jong werksoekers word toenemend aangeraai om hul éie handelsmerke te vestig voordat hulle vir werksonderhoude gaan. Dit word al duideliker dat jong werksoekers nie kan bekostig om die sakewêreld sonder 'n sterk persoonlike handelsmerk aan te pak nie. 
- 3 Sake- en leefstylafriqter, Julia Fourie van Durbanville, sê: "Bepaal eers wat jou langtermynvisie en die doel van jou handelsmerk is. Wees egter eg en onthou: eerste indrukke tel. Wanneer jy iemand ontmoet of op sosiale media verskyn, maak seker jou klere, lyftaal, nuanses in jou stem, wat jy sê, verswyg om te sê, is wat die wêreld moet sien. Kortom, wie en wat jy is of wil verteenwoordig, is jou handelsmerk," sê Fourie.
- 4 Georg Knoke, vryskutdosent aan die Instituut vir Bemerkingsbestuur wat op handelsmerke, digitale bemerking en sosiale media fokus, ondersteun Fourie se standpunt wanneer hy opmerk: "Opinies word binne vyf sekondes gevorm, voordat jy nog jou mond opgemaak het. As jy 'n slegte eerste indruk maak, neem dit tot twintig jaar om dit te herstel."
- 5 Hy beskryf die kenmerke van 'n goeie persoonlike handelsmerk as egtheid, aantreklikheid en professionaliteit. Goeie kommunikasievaardighede sodat jy jou saak onomwonde kan stel, is ook belangrik. Die klets-koningin, Oprah Winfrey, en komediant, Trevor Noah, is voorbeelde. Hy reken dit sal goed wees as kinders reeds op skool ingelig word oor die waarde van 'n goeie handelsmerk – veral in vandag se ekonomiese tye, waar jy nêrens kom as jy jouself nie kan bemark nie.
- 6 Soms maak jy "foute" en skep 'n beeld wat nie met jou handelsmerk strook nie. Dit is nadelig. "Hoe beter jy jouself verstaan, hoe meer sal jy besef wat jy eintlik vir die ander persoon/werkgewer oor jouself wil 'sê'," verduidelik Fourie.

7	Jy sal dit nooit honderd persent regkry om nie foute te maak nie. Interpretasie van jou handelsmerk deur werkgewers is afhanklik van hulle kultuuragtergrond en geloof (doen dus eers 'n bietjie navorsing indien nodig!), maar daar is sekere algemeen aanvaarbare standaarde waarvolgens jy kan optree. Lyk netjies, ruik lekker, praat duidelik. Luister na mense, vra belangstellend uit, maar moenie persoonlike vrae vra nie. Moenie dadelik te veel persoonlike inligting oordra nie; wees ontspanne en selfversekerd, maar nie aanstellerig nie.	35
8	Fourie waarsku dat dit taboe is om foto's op sosiale media te plaas waar jy kaal/skraps geklee is, onder die invloed van drank verkeer of iemand oopmond soen. 'n Definitiewe taboe is platvloerse statusse met onsmaaklike grappe en vloekwoorde.	40
9	Knoke bied ook raad in die vestiging van jou eie handelsmerk aan. Hy beveel aan dat jy nie by persoonlike vetes op sosiale media betrokke moet raak nie, en liefs moet wegbly van politiek en godsdien. "As jy een keer 'n uitspraak op sosiale media gemaak het, is dit vir ewig daar. Jare daarna haal mense jou nog aan. Maak seker dat jou taalgebruik onberispelik is – géén vloekery nie en beslis ook géén spelfoute nie."	45
10	'n Nuwe neiging is om onderhoude met die werkgewer aanlyn, via Skype, te voer. Sorg dat jy tydens so 'n onderhoud 'n professionele handelsmerk voorhou, aldus Knoke. Hy stel voor: "Vermy te veel juweliersware, verberg tatoeëermerke en raak ontslae van neusringe."	50
11	<u>Deesdae bepaal individue se handelsmerke hul sukses makliker as wat groot maatskappye se handelsmerke hul sukses bepaal</u> , volgens die webtuiste www.werksoek.com . Maatskappye kyk nie meer net na toekomstige werknemers se curriculum vitae en verwysingsbriewe nie, en beoordeel hulle aansoekers nie slegs op grond van onderhoude nie. Jou aanlyn teenwoordigheid tel baie punte. Met 'n sterk aanlyn handelsmerk kan jy tot 500% meer mense bereik as wanneer maatskappye dieselfde inligting versprei, meen die webtuiste.	55 60
12	Mense vind dit moeilik om hul eie handelsmerke te vestig – aanlyn of in die regte lewe. Maar Fourie meen jy sal moet leer om uit jou gemaksones te kom. "Dit is deel van die handelsmerkuitdaging. Wees trots op die dinge wat jy bereik het en plaas gerus jou suksesse op sosiale media; jy kan nie verwag dat mense iewers anders moet uitvind wat jy hulle kan bied nie. Dan gaan jy nie in jou loopbaan vorder nie," sê sy.	65
13	Indien jy 'n sukses van jou loopbaan wil maak, <u>is dit waardevol om raad van kenners in te win</u> , is Knoke se raad, veral wanneer jy beplan om aansoek te doen om 'n pos by groot maatskappye soos Sasol, Eskom en Absa. Hy voeg by dat jy moet sorg dat jou persoonlike handelsmerk by hul maatskappybeeld pas.	70
14	Verder is Knoke van mening dat jou persoonlike handelsmerk soos 'n sleutel in 'n slot by jou sakebelange moet pas. "Die wagwoord is: wees eg/outentiek. Só wen jy harte en bou jy 'n goeie reputasie. Dán wil mense jou volg en kan jy hulle beïnvloed."	75

[Verwerk uit *Sarie*, Januarie 2018]

TEKS B: VISUELE TEKS

AGTERGRONDINLIGTING
Twaalf kamele is vanjaar se Kameelfees in Saoedi-Arabië belet omdat hulle glo met Botox* ingespuut is om hulle vir die Kameelfees mooier te laat lyk. CNN berig duisende kamele neem jaarliks aan die Koning Abdullaziz-Kameelfees deel waar hul voorkoms beoordeel word, onder meer op grond van hulle volronde lippe.

1. Ai, vandag se kamele darem! Kyk nou net daai vals lippe! Onthou jy, ons is mos van jongs af geleer om net onself te wees? 'n Kameel hoef net 'n kameel te wees ...

2. Die Botox-storie is omtrent op almal se lippe!

[Verwerk uit <https://www.msccruises.co.za>]

* Botox is 'n middel wat in klein hoeveelhede deur plastiese sjirurge gebruik word om lyne en plooiing op die gesig tydelik te verwyder of minder opvallend te maak.

VRAE: TEKS A

- 1.1 Gee die woord in die titel wat by "SARIE" in paragraaf 1 aansluit. (1)
- 1.2 Is Coke 'n voorbeeld van 'n tophandelsmerk? Motiveer jou antwoord. (1)
- 1.3 Wat is, volgens Julia Fourie, die eerste aspek wat jy in ag moet neem met die bou van jou eie handelsmerk? (1)
- 1.4 Wat is 'n handelsmerk, volgens Julia Fourie? (1)
- 1.5 Herlees paragraaf 3 en 4.
Watter ooreenstemmende sienswyse huldig Fourie en Knoke? Kan hul uitsprake as geloofwaardig beskou word? Motiveer jou antwoord. (2)
- 1.6 Watter VIER kwaliteite, volgens Knoke, sal 'n goeie persoonlike handelsmerk waarborg? (4)

- 1.7 Herlees paragraaf 3 en 6.
Noem TWEE maniere waarop jy sogenaamde "foute" ten opsigte van jou voorkoms kan voorkom. Is dit, na jou mening, moontlik om altyd 'n positiewe handelsmerk met betrekking tot jou voorkoms uit te straal? Motiveer jou antwoord. (3)
- 1.8 Paragraaf 7 noem algemeen aanvaarbare standaarde.
Watter TWEE van dié standaarde beskou jy as die belangrikste kommunikasievaardighede tydens 'n werksonderhoud? Gee 'n rede vir ELKE standaard wat jy noem. (2)
- 1.9 Fourie en Knoke gee waarskuwings ten opsigte van sosiale media.
Noem die waarskuwing waarvan albei melding maak. Gee TWEE redes waarom hierdie waarskuwing ten opsigte van sosiale media so belangrik is. (3)
- 1.10 In watter opsig weerspreek die onderstreepte sin in paragraaf 11 die mening van die joernalis in paragraaf 1? (1)
- 1.11 Gee TWEE redes waarom sommige mense dit so uitdagend vind om 'n eie handelsmerk te vestig. (2)
- 1.12 Dink jy die aanbeveling in die onderstreepte sinsdeel in paragraaf 13 is sinvol vir 'n jong werksoeker? Motiveer jou antwoord. (1)
- 1.13 Gee TWEE gevolge wat 'n outentieke persoonlike handelsmerk vir jou kan inhou. (2)

VRAE: TEKS B

- 1.14 Watter visuele leidraad in TEKS B dui daarop dat die pratende kameel afgunstig op die ander twee kamele is? (1)
- 1.15 Wat word met die sin in SPRAAKBORREL 2 geïmpliseer? (1)
- 1.16 Op watter manier slaag die spotprent daarin om die fokus op volronde lippe te plaas? (1)

VRAE: TEKS A EN B

- 1.17 Herlees TEKS A (paragraaf 5) en TEKS B.
Noem TWEE ooreenkomste tussen dié paragraaf en die AGTERGROND-INLIGTING in TEKS B.
Gee 'n aanhaling uit SPRAAKBORREL 1 wat op 'n ooreenkoms tussen TEKS A (paragraaf 5) en dié spraakborrel dui. (3)

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B: OPSOMMING**VRAAG 2**

Lees die teks hieronder en maak 'n opsomming van **SEWE wenke wat jy kan gebruik om 'n goeie CV (curriculum vitae) op te stel.**

- LET WEL:**
1. Jou opsomming moet in jou eie woorde (in volsinne) in paragraafvorm aangebied word en mag nie meer as **90 woorde** beslaan nie.
 2. Jy moet 'n samehangende paragraaf skryf.
 3. Dit is nie nodig om vir die opsomming 'n titel te gee nie.
 4. Dui die getal woorde aan wat jy vir die opsomming gebruik het.

TEKS C**KELDER JOU CV JOU?**

As jy ondanks jou goeie kwalifikasies voel dis makliker om die Lotto te wen as om 'n werksonderhoud te kry, lê die probleem dalk by jou CV.

Jou CV is die eerste en enigste indruk wat die maatskappy van jou het. Sorg dat jou CV taalkundig goed versorg is, sodat jy die beste indruk moontlik maak. Moenie in die versoeking kom om die waarheid effens te rek in 'n poging om jou CV so blink as moontlik te poets nie; eerlike bewyse en inligting wek nie agterdog nie.

As jy by 'n groot maatskappy om 'n posisie aansoek doen, sit die posbenaming op jou CV by; die kans is goed dat hulle ook ander poste adverteer. Indien jy net "werksaansoek" op die CV/koevert skryf, kan dit maklik misgekyk word.

As jy by meer as een maatskappy en om verskeie poste aansoek doen, is dit belangrik dat jou CV raakgesien word. Maak jou CV uniek deur seker te maak dat jy alle tersaaklike inligting by die CV insluit, bv. alle addisionele kursusse wat jy voltooi het. Lig jou sterkste eienskappe uit wat dit duidelik maak dat jy 'n bydrae tot voordeel van die maatskappy se strukture kan lewer.

'n Droomwerk vereis 'n droomkandidaat. Jy gaan nie soos een lyk as jy twee jaar gelede graad gekry het en sedertdien by die huis gesit en niks gedoen het nie. As jy nie werk kry nie, doen iets om persoonlik te groei of leer iets nuuts aan. As vyftig mense om 'n pos aansoek doen en jy het nagelaat om verwysings van vorige aanstellings in te sit, is jou kans skraal dat iemand die moeite gaan doen om daarvoor te vra.

Jy sal nie kan terugsit in die hoop dat jy die beste aansoek uitgestuur het nie. Jou soektog is soos 'n werk. Bly daagliks op die uitkyk na nuwe moontlikhede, sodat jy jou CV gereeld kan aanpas om onmiddellik te kan reageer wanneer 'n geleentheid hom voordoen.

Bly positief, hou moed en hanteer elke aansoek met trots asof dit die een is wat gaan slaag.

[Verwerk uit *rooi rose*, November 2016]

AFDELING C: TAALSTRUKTURE EN -KONVENSIES**VRAAG 3: ADVERTENSIE**

Bestudeer die advertensie (TEKS D) hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

TEKS D

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

Smaakliker. Makliker.
**Ons sensasionele someroes verseker
 gesonder lewens,
 moeiteloos!**

Betaal vir die
 beste druive in
 Suid-Afrika –
 slegs **R19,99**
per 250 gram

Plaasvars-
 belofte 100%
 gewaarborg:

- ✓ Vrugte
- ✓ Groente
- ✓ Gebak
- ✓ Suiwel
- ✓ Vleis

A

NUUT:
R46,99 per
 suikersoet
 waatlemoen

Checkers Hyper

Deur die bank beter as die allerbeste vir jou!

[Verwerk uit <https://static0.tiendeo.co.za/>]

VRAE: TEKS D

- 3.1 Gee die oortreffende trap van die onderstreepte woord in reël 1. (1)
- 3.2 Die advertensie gebruik die woord "smaakliker" in reël 1.
Gebruik die woord "smaakvol" in 'n verduidelikende sin. (1)
- 3.3 Verdeel die onderstreepte woord in reël 2 in lettergrepe. (1)
- 3.4 Gee die betekenisfunksie van die agtervoegsel van die woord in reël 4. (1)
- 3.5 Watter TWEE boodskappe wil die adverteerder met die woord in reël 4 oordra? (2)
- 3.6 Gee die korrekte afkorting van die onderstreepte woord in reël 9. (1)
- 3.7 Watter aanname kan Checkers se klante na aanleiding van reëls 10 tot 12 maak? (1)
- 3.8 Waarom gee die adverteerder voorkeur aan regmerkies in reëls 13 tot 17? (1)
- 3.9 Dink jy die stervorm (A) in die hoek regs onder in die advertensie ondersteun die slagspreuk in reël 18? Gee 'n rede vir jou antwoord. (1)



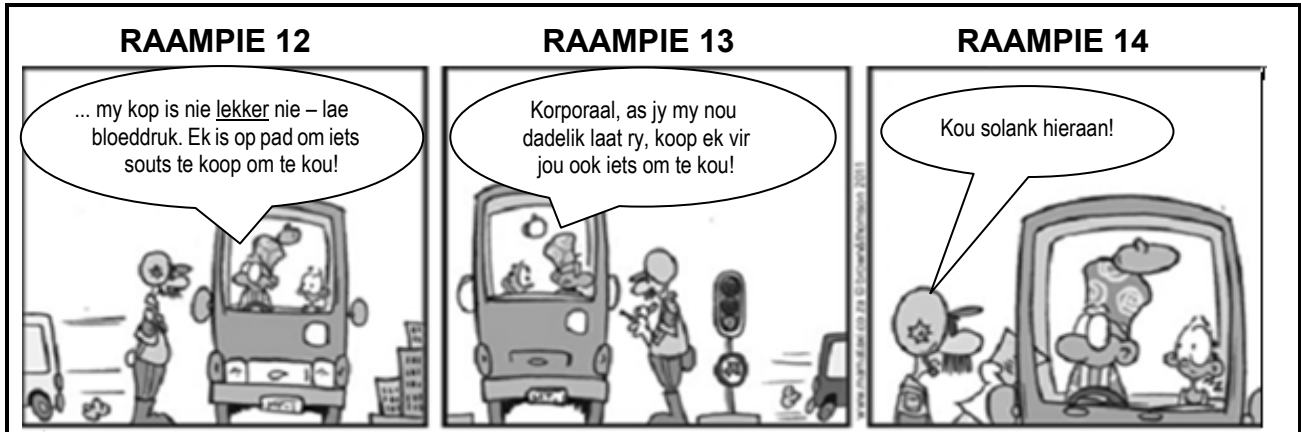
[10]

VRAAG 4: STROKIESPRENT

Bestudeer die strokiesprent (TEKS E) hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

TEKS E



[Verwerk uit *Die Burger*, Maart 2018]**VRAE: TEKS E**

- 4.1 Benoem die onderstreepte werkwoord in RAAMPIE 1 volledig. (1)
- 4.2 Skryf die meervoud van die onderstreepte woord in RAAMPIE 4 neer. (1)
- 4.3 Wat is die geïmpliseerde betekenis van die passasier se woorde in die onderstreepte sinsdeel in RAAMPIE 6? (1)
- 4.4 Gebruik 'n toepaslike skryfteken om die vetgedrukte woord in RAAMPIE 7 op 'n ander manier as vetdruk te beklemtoon. (1)
- 4.5 Ondersteun die visuele voorstelling in RAAMPIE 7 die onderstreepte sin in dié raampie? Motiveer jou antwoord. (1)
- 4.6 Verbind die verkeersman se onderstreepte sinne in RAAMPIE 10 om 'n veelvoudige sin te vorm. (1)
- 4.7 Gebruik die onderstreepte woord in RAAMPIE 12 as 'n afgeleide werkwoord in 'n verduidelikende sin. (1)
- 4.8 Haal die **sinsdeel** aan waarmee Mama Taxi die verkeersman probeer manipuleer en dui die aard van die manipulasie aan. (2)
- 4.9 Wat is die konnotatiewe betekenis van die verkeersman se woorde in RAAMPIE 14? (1)

[10]

VRAAG 5: ARTIKEL

Bestudeer die artikel (TEKS F) hieronder en beantwoord die vrae wat volg.

TEKS F**SUIKER: DIS WAT DÍT AAN JOU DOEN**

- 1 Jy weet jy moet minder soetgoed eet.
- 2 Jy gooi dit by jou koffie/tee. Voeg dit by gebak soos pasteie en koek. Sprinkel dit oor jou ontbytvlökkies en hawermout, proe dit in tamatiesous en in feitlik elke versnapering. Suiker. Vir ons is dit 'n verloklike lekkerte.
- 3 Maar die verband tussen suiker en chroniese siektes kom toenemend onder die soeklig. Kenners beskou ons suikerinnome as 'n moontlike oorsaak van die wêreldwye epidemie van vetsug, metabooliese sindroom, hoë bloeddruk, cholesterol en bloedsuiker. Dit kan jou kans op diabetes, bloedvat- en lewersiektes vergroot.
- 4 Sowat 65% vroue en 31% mans is oorgewig/vetsugtig. Ook sowat 23% kinders van 2 tot 14, volgens die Dieetkundevereniging van SA (ADSA). Tot 150 jaar gelede was suiker nie stapelkos nie. Nou gebruik ons jaarliks gemiddeld sowat 50 kg per persoon. "Dis 29 teelepels per dag!" sê die Dieetkundevereniging.
- 5 Piet Smit vra of jy presies weet wat die effek van so baie soetgoed op jou liggaam is. Die antwoord is eenvoudig: Jou gesondheid word afgebreek! Volgens hom is nalatigheid 'n duur prys om vir jou gesondheid te betaal.
- 6 Suikerverslaafdes kan óf natuurlike versoeters óf kunsmatige versoeters as alternatief oorweeg. **Jou gesondheid is belangriker as 'n oomblik se lekkerte op jou lippe.**

[Verwerk uit SARIE, 29 Desember 2017]

VRAE: TEKS F

- 5.1 Skryf EEN woord uit paragraaf 1 en EEN woord uit paragraaf 2 neer wat direk met "dít" in die titel verband hou. (2)
- 5.2 Gee 'n voorbeeld van kontaminasie uit paragraaf 2. (1)
- 5.3 Skryf die onderstreepte sin in paragraaf 3 in die lydende vorm. (1)
- 5.4 Skryf die woord in paragraaf 5 neer wat deur ontronding beïnvloed kan word. Gebruik dié ontronde woord in 'n sin van jou eie. (2)
- 5.5 Gee die direkte rede van die onderstreepte sin in paragraaf 5. (1)
- 5.6 Gebruik die verlede deelwoord van "vra" (in paragraaf 5) in 'n verduidelikende sin. (1)
- 5.7 Skryf die onderstreepte sin in paragraaf 6 in die ontkenende vorm. (1)
- 5.8 Brei die vetgedrukte sin in paragraaf 6 met 'n bywoordelike bysin uit. Skryf die sin met die uitbreiding neer. (1)

[10]

TOTAAL AFDELING C: 30
GROOTTOTAAL: 70