



National
Qualifications
2017

X730/77/22

French
Listening Transcript

MONDAY, 15 MAY

10:50 AM – 12:10 PM

This paper must not be seen by any candidate.

The material overleaf is provided for use in an emergency only (eg the recording or equipment proving faulty) or where permission has been given in advance by SQA for the material to be read to candidates with additional support needs. The material must be read exactly as printed.



* X 7 3 0 7 7 2 2 *

Instructions to reader(s):

For each item, read the English **once**, then read the French **twice**, with an interval of 1 minute between the two readings. On completion of the second reading of Item Number One, pause for the length of time indicated in brackets after the item, to allow the candidates to write their answers.

Where special arrangements have been agreed in advance to allow the reading of the material, those sections marked **(f)** should be read by a female speaker and those marked **(m)** by a male; those sections marked **(t)** should be read by the teacher.

(t) Item Number One

Listen to this Item about advertising in today's society and answer, in English, the questions below.

You now have one minute to study the questions for Item Number One.

(m) Aujourd'hui, la publicité est présente partout. Maintenant on la trouve au cours d'événements sportifs et même dans l'espace. En effet, certaines entreprises ont déjà exploré la possibilité de placer dans l'espace des pubs qu'on pourrait voir de la planète Terre!

Mais quelle définition donner à la publicité? C'est une forme de communication de masse. On veut encourager les gens à acheter un produit, voter pour une personnalité politique, ou économiser l'énergie.

Quel est le rôle de la publicité? Premièrement, la publicité peut changer le comportement des personnes, par exemple en ce qui concerne leur santé. Deuxièmement, elle peut informer, par exemple au sujet de l'environnement.

De manière générale, la population a une attitude négative par rapport à la publicité. Il existe des mouvements dits «anti-pubs» qui dénoncent l'impact négatif de la publicité. On l'accuse de contribuer directement à l'augmentation de l'obésité en Europe. Elle encourage en effet la consommation de nourriture fast-food. Un autre aspect concerne la publicité indirecte, par exemple la présence de cigarettes dans les films: plus un adolescent voit de films avec du tabagisme, plus il risque de fumer.

Il n'est pas vraiment possible de limiter l'impact de la publicité. Le défi dans l'avenir sera peut-être de trouver des endroits publics et privés sans publicité. Difficile dans une société qui est obsédée par la consommation de masse.

(3 minutes)

(t) Item Number Two

Listen to the conversation between Pierre and Mélanie who are discussing advertising, and then answer in English, the questions below.

You now have one minute to study the questions for Item Number Two.

- (m) J'ai une chanson dans la tête depuis ce matin, c'est vraiment énervant. C'est une de ces chansons qu'on entend tout le temps à la radio pour une publicité de téléphone portable. J'en ai marre!
- (f) Oui, c'est affreux, hein?
- (m) Je déteste les chansons de pub complètement nulles avec des paroles totalement stupides. Et pourtant, elles restent dans la tête, ces chansons, et toute la journée, et on pense à des fenêtres à double vitrage ou des produits pour nettoyer la salle de bains. Je n'écoute plus notre radio locale à cause des publicités que l'on entend toutes les cinq minutes. C'est énervant!
- (f) Oui, je sais. Et puis, la stratégie du marketing, c'est que les publicités sont choisies en fonction des programmes de télévision. Par exemple, quand il y a des programmes pour enfants, paf, au milieu du dessin animé, pause-publicité pour vendre des jouets. Au milieu d'un film d'aventures, pause-publicité pour voiture de sport. Et le pire, dans la journée, c'est les publicités pour les produits ménagers, parce que bien sûr, on croit toujours que les femmes restent à la maison pour faire le ménage.
- (m) Personnellement, je déteste la publicité sur Internet parce qu'elle est vraiment partout. Tu regardes un clip-vidéo de ton groupe préféré, et hop! publicité pour leur dernier album. Tu lis les informations en ligne, et voilà! publicité pour des voyages organisés ou une croisière! Quelquefois, j'ai l'impression que le monde entier est envahi par la publicité . . . C'est fou!
- (f) C'est fou, oui. Et aussi, il y a trop de stéréotypes dans les publicités. Par exemple, à la télé, pour la publicité pour le thé, on nous montre toujours des Britanniques en train de boire leur tasse de thé avec un nuage de lait et des airs raffinés. Pour la publicité pour le café, ce sont des Italiens romantiques qui vous parlent avec passion d'un café sur des airs d'opéra. Pour la publicité pour le whisky, on voit des lochs brumeux et froids et des châteaux avec des fantômes et un Ecossais qui joue de la cornemuse. C'est rigolo, je trouve.
- (m) Rigolo certes, mais dangereux, d'une certaine manière. Dans le passé, il y a eu des publicités racistes et sexistes ou même vraiment dangereuses, par exemple les publicités pour les cigarettes ou l'alcool. Heureusement que les choses ont changé et que maintenant, on respecte bien plus les gens.
- (f) Tu crois vraiment que les choses ont changé? Tu vois beaucoup d'hommes, toi dans les publicités pour produits-vaisselle? Et puis dans les magazines féminins, on nous présente des femmes incroyablement belles avec un corps parfait. Ce n'est pas réaliste, je trouve même qu'on nous donne une image de la société complètement différente de la réalité. On nous fait croire qu'un déodorant va attirer comme par magie tous les partenaires potentiels. Plutôt ridicule, à mon avis . . .
- (m) Oui, tu as raison. Il y a des gens qui gagnent beaucoup d'argent à nous faire acheter des choses dont on n'a pas besoin. Les publicitaires créent un besoin en permanence. Le besoin d'avoir une voiture comme un 4x4 pour aller chercher les enfants à l'école, le besoin de posséder le dernier modèle de téléphone portable sinon on n'est pas cool. Résultat, on ne se sent jamais vraiment satisfait.

- (f) C'est vrai, c'est dommage. D'ailleurs, il y a une pression intense sur les parents au moment de Noël, les enfants veulent toujours avoir les derniers cadeaux à la mode, le dernier gadget électronique. La conséquence? Les parents s'endettent pour faire plaisir aux enfants qui croient que pour être heureux, il faut posséder un cadeau qui vaut cher.
- (m) Quel drôle de monde! Quand je pense que je voulais faire des études de marketing publicitaire! Finalement, j'ai arrêté après une année d'université, les profs m'ont dit que j'étais trop gentil et trop naïf pour ce boulot. Bref, maintenant je suis photographe et j'adore ça, mais tu sais, c'est ironique. Devine?
- (f) Ah, je sais, j'ai vu ton nom au bas d'une affiche de pub pour visiter le sud de la France l'autre jour . . . tu es devenu photographe publicitaire?
- (m) Eh oui . . .
- (t) **End of recording.**

[END OF TRANSCRIPT]