

93004



S

SUPERVISOR'S USE ONLY

TOP SCHOLAR



NEW ZEALAND QUALIFICATIONS AUTHORITY
MANA TOHU MĀTAURANGA O AOTEAROA

**QUALIFY FOR THE FUTURE WORLD
KIA NOHO TAKATŪ KI TŌ ĀMUA AO!**

Scholarship 2015 French

9.30 a.m. Friday 20 November 2015

Time allowed: Three hours

Total marks: 24

Check that the National Student Number (NSN) on your admission slip is the same as the number at the top of this page.

You should answer ALL the questions in this booklet.

If you need more room for any answer, use the extra space provided at the back of this booklet.

Check that this booklet has pages 2–11 in the correct order and that none of these pages is blank.

YOU MUST HAND THIS BOOKLET TO THE SUPERVISOR AT THE END OF THE EXAMINATION.

INSTRUCTIONS

The exam consists of TWO parts, held in a three-hour time slot:

- first, a two-hour Writing section with two questions in response to spoken and written texts in French
- second, a one-hour Speaking section with one question in French.

You will undertake the two-hour Writing section in a Writing Room and will undertake the Speaking section individually in a Recording Room.

LISTENING

This question requires a response written in **French**, to a passage spoken in French, played from a recording.

In your written response, you are expected to:

- effectively communicate with perception and insight and create meaning in French
- use a wide variety of complex structures and vocabulary that are well integrated into a synthesised response
- show understanding of the text and its inferences, through analysis and evaluation, independent reflection, and extrapolation
- assemble ideas in a logical, clear, concise, and seamless/coherent manner, and make minimal use of expressions from the text
- go considerably beyond the information given in the text.

Listen to an interview between a journalist and Eric Cazaneau, founder of a carpool network in a small provincial town in France.

- You will hear the passage THREE times: The first time, you will hear it as a whole. The second and third times, you will hear the passage in sections, with a pause after each.
- While listening, make notes in the spaces provided. Your notes will not be assessed.
- Write your response, in French, beginning on page 4. The question is repeated on that page.

QUESTION ONE

Selon le texte quels sont les avantages du covoiturage ? Selon vous quels en sont les inconvénients ? Pensez-vous que ce nouveau mode de transport puisse un jour remplacer les autres moyens de transport ?

Glossed vocabulary

péages tolls

SNCF (Société nationale des chemins de fer français) France's national state-owned railway company

LISTENING NOTES

LISTENING NOTES

QUESTION ONE

Selon le texte quels sont les avantages du covoiturage? Selon vous quels en sont les inconvénients? Pensez-vous que ce nouveau mode de transport puisse un jour remplacer les autres moyens de transport?

Write your response, in French.

Le covoiturage, selon Eric Cazaneau, est une très bonne solution aux problèmes de pollution, d'embouteillage et de parking. Il y aurait, dans Paris et sa grande banlieue, 4 autour de 17 millions de déplacements par jour avec une moyenne de 1.3 personne par voiture; en gros, 95% des transports domicile-travail sont effectués seul. Le ~~covo~~^{covoiturage} permettrait de réduire le nombre de véhicule sur les routes ~~et~~ et, par conséquent, de réduire les embouteillages, augmenter les chances de parking et réduire la pollution atmosphérique. En plus de ça, le covoiturage pourrait réduire le budget ^{transport} annuel qui représente (figure de 2013) 14,6% du budget des familles françaises. L'automobile club de France a aussi montré qu'en 2013 le budget ~~de~~ voiture était de €5600 à €7600 selon le véhicule. En partageant le prix d'essence ~~ou les~~ et/ou le coût des péages sur les grandes distances, les français ~~ont~~ ont le moyen de sauver pas mal d'argent avec le covoiturage. Par exemple, le trajet Paris-Marseille coûterait €90 en train, €100 en voiture seul mais seulement (en moyenne) €35

en covoiturage; soit moins que la moitié ~~de~~ du prix en train ou en voiture seul. Malheureusement, il est possible que ces prix imbattables poussent les français à choisir le covoiturage plutôt que des moyens de transport plus écologique comme notamment le train, qui fonctionne à l'électricité et donc ~~pas~~ n'émet pas autant de pollution que les voitures. Un autre ~~inconveniant~~ inconvénient du covoiturage c'est le fait que l'on doit dépendre des autres pour aller au travail. Si la personne avec laquelle on fait du covoiturage est en retard ou ne peut pas se désister à la dernière minute, on risque de ne pas être à l'heure ou même de ne pas pouvoir aller au travail. Un autre problème est ~~que~~ qu'à cause du covoiturage, il est possible d'avoir besoin de faire des détours car il est très rare d'habiter et de travailler ^{exactement} au même endroit que quelqu'un d'autre donc un détour va certainement avoir besoin d'être fait ce qui pourrait amener à être en retard ou devoir partir ~~et~~ bien plus tôt de chez soi. La journaliste, dans le texte, semblait se demander si le covoiturage ce n'était pas que limité aux grandes villes. Eric Cazaneau pense que les régions isolées de France peuvent elles aussi bénéficier du covoiturage. En effet, c'est

READING

Read the text below, then answer Question Two on page 7. Answer in **English** or **te reo Māori**.

Glossed vocabulary

proie

prey

Les effets de la publicité sur les jeunes

De nombreuses publicités sont destinées aux jeunes qui deviennent de plus en plus une proie facile pour les publicitaires. Ces derniers se sont-ils interrogés sur les effets que pourrait avoir la publicité chez les enfants ?

Les effets positifs

La publicité peut avoir des effets positifs sur le comportement des jeunes. Cela se manifeste par des leçons de vie ou des conseils face à certains dangers. Prenons d'abord l'exemple des publicités qui démontrent le danger de conduire sous l'influence de l'alcool. En France, les fabricants d'alcool offrent dix pourcent de leur budget publicitaire pour faire de la prévention dans l'espoir de réduire le nombre d'adolescents tués ou blessés dans des accidents routiers. Et même si ces publicités sont parfois choquantes, elles se montrent efficaces selon des lycéens qui se disent impressionnés.

Un autre exemple est celui de la consommation de lait chez les enfants qui, selon des professionnels de la santé, aurait augmenté grâce à des publicités colorées et joyeuses encourageant l'enfant à boire ou à manger plus de produits laitiers. Nous pouvons en dire de même pour les publicités qui poussent les enfants à manger plus de fruits et légumes par jour suivant les recommandations du Ministère de la Santé.

Les effets négatifs

Les côtés négatifs de la publicité sont nettement plus visibles. Les conséquences de la publicité chez une jeune personne se manifestent généralement par de mauvaises habitudes alimentaires et des troubles de l'alimentation. En effet la publicité donne fréquemment de mauvais exemples aux enfants notamment en ce qui concerne « la malbouffe ». Les publicités tendent à influencer le choix alimentaire des jeunes et lorsqu'on les regarde de plus près, elles sont majoritairement liées à l'alimentation trop sucrée et/ou trop salée : gâteaux, bonbons, boissons sucrées, barres chocolatées, sans oublier les pubs sur les fast-foods recommandant, par exemple, les mérites d'un nouvel hamburger. Une étude constate qu'en France près de 80 % des publicités télévisuelles concernent des aliments trop riches en sucre ou en graisses. Selon certains professionnels de la santé cela peut provoquer une obésité infantile sans pour autant remettre en cause le rôle parental pour donner une solide éducation nutritive aux enfants. Après tout, ce sont des enfants moins actifs passionnés de télé et d'ordinateurs à qui nous avons à faire aujourd'hui. Il ne faut pas oublier que, même si le rôle des parents reste important, les enfants sont souvent les principaux acheteurs.

Cependant, l'obésité n'est pas le seul effet négatif provoqué par la publicité. On reproche souvent aux publicitaires de montrer un monde idéal aux enfants, un monde fermé sur lui-même où chacun désire les mêmes produits que l'autre. Cela se voit, par exemple, quelques semaines avant la fête de Noël quand un jouet ultramoderne est montré dans des publicités lors des émissions pour enfants. Enfin, notons que les jeux vidéo créent souvent des mondes franchement violents, donnant à un jeune l'idée que la mort, la guerre et les combats ne causent pas de peine. Rien de tout cela ne les aide, car l'enfant, ou parfois l'adolescent, a du mal à faire la différence entre le monde réel et le monde qu'on leur montre.

La publicité est donc extrême; entre un monde imaginaire et un monde violent, «l'enfant ne sait plus où donner de la tête».

INSTRUCTIONS

This question requires a response written in **English** or **te reo Māori**. In your written response, you are expected to:

- effectively communicate with perception and insight, and create meaning, in English or te reo Māori
- express ideas convincingly and hold the interest of the reader
- show understanding of the written material and its inferences, through analysis and evaluation, independent reflection, and extrapolation, going beyond the text
- justify your own arguments in a logical, coherent, and seamless manner.

QUESTION TWO

According to the text, what are the positive and negative aspects of advertising? An advertisement is made to appeal to the potential customer and often distorts reality. Can we really trust advertisements?

Use evidence from the text to justify your ideas, opinions, and conclusions.

When used to give advice or life lessons, advertising can have positive outcomes. For instance, ads that show the dangers of drunk driving, although sometimes shocking, can positively affect young people to avoid such behaviour. In France, it is good to know that 10% of the advertising budget of alcohol companies goes into ads for preventing drunk driving in hopes to lower the amount of teens killed or injured in road accidents. Similarly, ads that encourage kids to drink milk or consume other dairy products have had positive effects and have ^{helped} increased the number of kids who have dairy products thanks to brightly coloured and joyful ads. This is similar to the advertisements to encourage kids to eat more fruits and vegetables each day per the recommendations of the Health Ministry. Unfortunately, the negative aspects of advertisement are much more visible and often cause eating disorders.

Generally speaking, ads tend to influence what young people eat and most are linked to foods that are too sweet and/or too salty such as crisps, cakes, biscuits, candy etc. Furthermore ads for fast-food restaurants praise their many (unhealthy) products such as a new burger. A study has shown that, in France, nearly 80% of all T.V. ads showcase foods that are too sweet or too fatty. This can lead to child obesity without the parents' teachings having any role since today's kids are less active and spend so much time in front of screens. While the role parents play is important, nowadays kids are the main consumers. Obesity is not the sole issue caused by advertising; often advertisers will show children an ideal world, closed in on itself where everybody wants the same thing. This can occur around Christmas time when a brand new toy comes out and is showed in ads during kids' programs. Added to the fact that videogame also distort reality by often showing a violent world where a life can be taken or restarted at the push of a button which gives the idea to young people that war, ^{fight} and death do not have consequences. Children and even teens often find it hard to separate reality from the world that is shown to them and thus they don't know where to look. Advertisements can not be trusted. The distortion of reality that they

Create not only causes ~~death~~ a nonchalant response to acts of violence but they can also lead to mental issues such as an eating disorders. In order to appeal to customers, advertisers often use photoshop or airbrushing techniques in order to create an ideal that young people will want to recreate (by using the advertised products). However it is an image that is not real and thus impossible to achieve and while companies keep coming up with clothes, beauty products, gadgets etc. that they say will bring people closer to this ideal, a culture of self-conscious teens has ~~been~~ been created with many young girls and boys starving themselves, exercising more than they should, drinking 'skinny tea' and buying 'waist-training' corsets that lead to all sorts of health issues. By creating an ideal world of beautiful, always-happy, not-a-worry-in-the-world people, advertising companies lead to the downfall of a generation. Whether in the case of toys for younger audiences or products for older teens, worlds and ideals are often fabricated by advertising companies and they can hence not be trusted or at least not without ~~an~~ much caution since the negative aspects have so much more impact than the positives seem to.

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

- 1 une solution idéale pour remédier au manque de transport en public dans certains endroits. Puisque les trains et les bus ne passent pas partout et que les lignes de transport ne vont pas être changées du jour au lendemain, le covoiturage permet ~~de~~ d'avoir accès aux régions qui auraient sinon peu ou pas d'accès. ~~Cela~~ Selon Eric Cazaneau le covoiturage n'est pas là pour remplacer les transports en commun mais les compléter. Par exemple, la SNCF a démarré un programme de covoiturage pour faciliter l'accès aux gares. De cette façon, les gens qui ne peuvent pas se conduire eux même (comme les enfants ou les personnes âgées) peuvent tout de même atteindre une gare ou un arrêt de bus, du moment que quelqu'un d'autre y va aussi à la même heure et dans leurs environs. Si ça ne fait pas de compétition aux transports publics en commun, ^{le covoiturage} ça peut être une compétition pour les services de taxis qui sont généralement ceux à qui les gens font appel pour aller à la gare etc. Je pense que le covoiturage est une bonne idée mais que ça ne va certainement pas remplacer les autres moyens de transport.

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

- 1 Comme l'a mentionné Eric Cazaneau, le covoiturage ~~est~~ est plutôt un moyen de compléter les autres moyens de transports et non les remplacer. Idéalement, tous les gens qui prennent leur voiture pour aller au travail ^{feraient} feraient du covoiturage. Malheureusement, les horaires et les destinations ne correspondent pas toutes, je ^{ne} pense pas que le covoiturage va remplacer le trajet seul mais peut-être va-t-il être ~~utilisé~~ utilisé par certains pour les avantages qu'il apporte.

Annotated Exemplar

Top Scholar for French Scholarship 2015		Total score	24
General Comments		<p>Content: This paper fulfils the scholarship requirements across the three tasks. It meets all specified requirements as to length, response to the questions, pattern of organization, etc. All the ideas are supported by the given materials cleverly inserted in the essay.</p> <p>Evidence and reasoning: The arguments are appropriately supported with evidence, and the reasoning used in the argument is clear and makes sense. The paper shows awareness of other points of view.</p> <p>Organization. The paper has a discernible and logical structure. The entire essay is unified in support of the given materials, individual opinions and different perspectives. The development of thought is generally clear.</p> <p>Expression and literacy: Both essay questions are written in clear French and clear English. Even if the candidate may commit few errors, it is not serious enough or frequent enough to interfere significantly with the communication of ideas.</p>	
Q	Grade score	Annotation	
1	8	<ul style="list-style-type: none"> • Able to put some nuance in the essay • Use of wide variety of tenses beyond Level 8 (e.g. subjunctive, complex structures) • Interpretation of the given materials • Use of low frequency words (e.g. desister) • Use of a variety of complex structures <p>Malheureusement, il est possible que ces prix imbattables poussent les français à choisir le covoiturage plutôt que des moyens de transport plus écologique comme notamment le train, qui fonctionne à l'électricité et donc peut n'émettre pas autant de pollution que les voitures. Un autre inconveniant inconvénient</p>	

		<p>Comme l'a mentionné Eric Cazaneau, le covoiturage et est plutôt un moyen de compléter les autres moyens de transports et non les remplacer. Idéalement, tous</p> <p>autres pour aller au travail. Si la personne avec laquelle on fait du covoiturage est en retard ou ne peut pas se désister à la dernière minute, on risque de ne pas être à l'heure ou même de ne pas pouvoir aller au travail. Un autre problème</p>
2	8	<p>Same comments than the above.</p> <p>in ads during kids' programs. Added to the fact that videogame also distort reality by often showing a violent world where a life can be taken or restarted at the push of a button which gives the idea to young people that war, ^{fight} life and death do not have consequences. Children and even teens often find it hard to separate reality from the world that is shown to them and thus they don't know where to look. Advertisements can</p>
3	8	<ul style="list-style-type: none"> • The candidate demonstrates a high level of thinking and maturity • The speech is well organised • The candidate considers different perspectives • The candidates' opinions are well supported and justified