

93004



S

SUPERVISOR'S USE ONLY

OUTSTANDING SCHOLARSHIP EXEMPLAR



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.

La pollution atmosphérique est aujourd'hui un grand problème. Et un grand nombre de défenseurs de la planète montrent du doigt la voiture comme responsable. Une solution possible est le covoiturage. Tous les jours de nombreuses personnes vont au même endroit avec de la place dans leur voiture. Un problème s'impose alors pour trouver de la place pour se garer, ainsi que les embouteillages ^{arrivent} plus souvent. En France, il y a plus de 17 millions de déplacements par jour, avec une moyenne ridicule de 1,3 personne par voiture ce qui veut dire que 95% des français font leur trajet seuls. Chaque voiture partagée, c'est une voiture de moins dans la circulation. Le covoiturage apporte de nombreux avantages tels que moins de stress, de dépense d'argent et un plus grand respect de l'environnement. Le covoiturage permet aussi de réduire le budget des transports. Il est estimé que chaque français dépense entre €5 500 et €7 500 par an, selon le type de voiture.

Le fait de partager les coûts d'essence et les frais de péages sur les trajets de longue distance permet de réduire les dépenses. Par exemple, pour le trajet Paris - Marseille, les frais sont de €100 par voiture individuelle, €90 par train, et seulement €35 avec le covoiturage, imbattable!

Cependant, le covoiturage ne se limite pas seulement aux grandes villes, et dans un milieu rural il peut être une solution au manque de transport public dans les régions les plus isolées. Les trains ne vont pas partout, et on ne peut pas changer les lignes de transport du jour au lendemain.

Le covoiturage permet alors de compléter d'autres transports. Par exemple, la SNCF a mis en place un site internet ~~permettant~~ ~~le covoiturage~~ facilitant le covoiturage entre les maisons et les gares / arrêts de bus, ce qui permet aux personnes ne pouvant pas conduire comme les enfants ou les personnes âgées de rejoindre les gares / arrêts de bus.

Cependant, ~~à mon avis~~ ce texte a beaucoup parlé des ~~inconvénients~~ avantages mais pas des inconvénients, et

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.

According to the text, advertising has numerous effects, some of which ~~are~~ are positive, and some negative.
Positive effects include life lessons or advice about dangerous situations, such as 'drunk driving' ads, which are often shocking, but nonetheless useful as French students admit they are impressed. In France, alcohol producers provide 10% of their marketing and advertising budget to these advertisements. Another example is the milk and dairy consumption by children, which has increased thanks to colourful and joyful ads, encouraging children to consume these products. Same can be said about 'fruits and vegetables' ads.

However, advertising has often more negative effects, which can easily be seen through a young person's bad eating habits.

Advertisements often give children bad examples about "junk food". They tend to influence food choices, and are mostly about food too high in fat or/and sugar: cakes, candy, sodas, chocolate bars and of course fast food ads presenting their new burgers.

A study showed that in France, nearly 80% of TV ads are about these foods too high in fat or sugar levels. According to health professionals, this can lead to child obesity, ~~the~~ however ~~does not~~ ^{they do} not blame poor parenting about a healthy diet. After all, ~~today's~~ children are less active and love TV and computers. Even though the parent's role is important, the child is very often the bugger.

However, obesity is not the only negative effect of advertisement. They usually show children an idealistic world, an utopia ~~there~~ sealed from the inside where everyone desires the same products. This can be seen before Christmas when a very modern toy is advertised ~~before~~ and after kids' shows. Finally, video games create violent settings and give young people the idea that death, war and combats do not create anything sad.

ASSESSOR'S
USE ONLY

Nothing in there helps the child and teenager, who has trouble differentiating real world and what they see in the ads. Advertisement is therefore extreme, and between a real and imaginary world, children are lost. An advertisement is made to appeal to the potential customer as the only aim of ~~marketing~~ is to sell a product, and companies do not care about distorting reality. Advertisements can not and should not be trusted at all. Another infamous example is the case of "Listerine". The "Listerine" mouthwashes cure "bad breath" or "Halitosis". However, bad breath itself is not a condition as it often is an effect of diabetes or other illnesses. This did not stop the CEO of "Listerine", and in the early years of his company, as the profits weren't enormous, decided to create this latin-sounding word: "Halitosis" in order to "create" a disease which could be cured with his products. Extreme advertisements were created, with very strong slogans, such as: "Halitosis makes social life impossible". In 5 years time, Listerine's yearly profit exploded from 115.6 Million US Dollars to 7 Million US Dollars! This proves that advertisements can not be trusted, even though some may have some positive effects.

ASSESSOR'S
USE ONLY

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

1

Question one (continued) :

je pense qu'il faudrait en parler.
Par exemple, le covoiturage est un mode de transport ~~très peu~~ personnel, et la voiture, qui est un bien privé, devient en quelque sorte un bien public, ou du moins partagé. Certaines personnes souhaiteraient fumer ou écouter de la musique, alors que d'autres préfèrent le silence et le repos après une dure journée de travail. Plus de personnes dans la voiture, cela veut dire plus d'arrêts, pour aller aux toilettes ou pour manger. Les transports par voiture deviennent plus dangereux car si une voiture a ~~un~~ un accident, c'est plus de victimes immédiates.

À mon avis, le covoiturage ne remplacera pas les autres moyens de transport car la voiture est ~~très~~ toujours vue en France par beaucoup de personnes comme un bien privé, et ils ne souhaitent pas le partager.

D'un autre côté, l'aspect environnemental sera toujours critiqué par les climato-sceptiques, ~~très nombreux en~~

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

~~France~~ très nombreux en France (les personnes qui ne ~~voient~~ pas ~~que~~ le réchauffement climatique est due en majeure partie aux activités humaines). La fonte des glaces en Océan Arctique vient de donner l'accès à une énorme quantité de nouveau pétrole qui était auparavant inaccessible grâce à l'épaisse couche de glace ; et cette nouvelle prouve que la voiture personnelle et la consommation en grande quantité de pétrole a encore de beaux jours devant soi.

Annotated Exemplar

Outstanding Scholar for French Scholarship 2015		Total score	23
General Comments		<p>Content: The ideas are widespread and go considerably beyond the given materials. The candidate's opinions are assembled in a coherent manner. The candidate engaged with both the listening and the reading passages and was able to show good understanding of the information and ideas that these contained. The candidate was able to show very good levels of comprehension in the responses to these questions.</p> <p>Evidence and reasoning: The arguments are supported with evidence, and the reasoning used in the argument is clear and makes sense. The reasoning may be predictable at times, or the evidence may occasionally be on the obvious side.</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> <p>The candidate demonstrated a sufficiently high command of the language. The candidate should be reminded to focus on accurate spelling – including of words lifted from the texts – and grammar.</p>	
Q	Grade score	Annotation	
1	8	<ul style="list-style-type: none"> • Use of wide variety of tenses beyond Level 8 • Use of a variety of complex structures • The response demonstrates fluent, flexible use of idiomatic language throughout and convincingly expressed ideas <p>Cependant, le couvertures ne se limite pas seulement aux grandes villes, et dans un milieu rural il peut être une solution au manque de transport public dans les régions les plus isolées. Les</p>	

		<p>je pense qu'il faudrait en parler. Par exemple, le covoiturage est un mode de transport très peu personnel, et la voiture, qui est un bien privé, devient en quelque sorte un lieu public, ou du moins partagé.</p> <p>D'un autre côté, l'aspect environnemental sera toujours critiqué par les climato-sceptiques, et les membres en</p>
2	7	<p>Same comments than the above.</p> <p>An advertisement is made to appeal to the potential customer as the only aim of marketing is to sell a product, and companies do not care about distorting reality. Advertisements can not and should not be trusted at all. Another infamous example is the case of "Listerine". The "Listerine" mouthwashes cure "bad breath" or "Halitosis". However, bad breath itself is not a condition as it often is an effect of diabetes or other illnesses. This did not stop the CEO of "Listerine", and in the early years of his company, as the profits weren't enormous, decided to create this latin-sounding word: "Halitosis" in order to "create" a disease which could be cured with his products. Extreme advertisements</p>
3	8	<ul style="list-style-type: none"> • The candidate demonstrates a high level of thinking • The speech is well organised • The candidate considers different perspectives • The candidates' opinions are well supported and justified