

93004



S

SUPERVISOR'S USE ONLY

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.

Bien sûr
Les émissions des voitures sont ~~assez grandes~~ ^{dangereuses pour l'environnement},
Il y a déjà des problèmes avec l'environnement et le niveau
de pollution donc on doit faire tout ce qu'on peut pour
^{le} réduire. Une des nombreuses solutions est le covoiturage qui
a beaucoup d'avantages mais aussi beaucoup d'inconvénients.

Ce n'est pas bizarre de vouloir pratiquer le covoiturage. Avec
le covoiturage on peut éviter ^{ce} l'embouteillage parce ^{qu'il} ~~qu'il~~
y aurait moins des voitures dans la rue. Et puis c'est
toujours difficile de trouver une place de parking donc
pratiquer le covoiturage ^{va nous aider} ~~va nous aider~~ parce que ^{on} ~~on~~
doit pas trouver ^{une} ~~une~~ place de parking, ~~juste~~ ^{on} seulement
une. ^{En plus de ça, on peut réduire} ~~Donc c'est plus facile d'aller~~ dans notre budget de transports.
Pour les français 40.6% de leur budget ~~été~~ ^{doit} étaient
pour le transport. Si on pratique le covoiturage, on ~~doit~~
~~doit~~ payer moins d'argent pour le pétrole ^{et} pour les péages.
^{Alors} ~~Donc~~ comme ça on peut voir qu'avec le covoiturage il
y a moins des voitures dans la circulation, et on ~~doit~~ doit
payer moins d'argent. ~~Donc~~ donc il y a moins de stress.

Et puis il y a ces façons ^{de l'environnement et le déplacement facile.} ~~de l'environnement et le déplacement facile.~~
covoiturage, parce qu'il y a moins ^{de voitures dans la circulation} ~~de pollution~~, et ^{il} y a
moins des de pollution. C'est assez simple. Bien sûr ~~c'est~~ le
covoiturage aide les gens qui sont dans une endroit plus
isolée ~~et~~ ou qui ne peuvent pas conduire, comme les enfants,

les ^{personnes} ~~personnes~~ âgées, et les handicapées, les trains, et les buses
ne vont pas partout donc ~~le covoiturage~~ le covoiturage le
fait plus facile pour ces personnes pour se déplacer. Si
c'est ~~à~~ une boulot, ou l'école ils peuvent aller où ils
veulent. Bien sûr le covoiturage peut aussi compléter
~~les~~ autres transports par exemple. Le SNCF peut avoir
un service de covoiturage entre domicile et gare, ~~Donc~~ donc
les gens peuvent être vert avec deux moyens de transports
qui réduisent le niveau de pollution.

Bien sûr comme toute les choses il y a des inconvénients
~~avec~~ du covoiturage. Quelquefois il y a des gens qui sont toujours
en retard, et quand on doit pratiquer le covoiturage avec
lui, c'est difficile parce qu'ils peuvent le faire en retard.
^{ou peut-être} ~~ou peut-être~~ ^{on} ~~on~~ peut ~~peut-être~~ ^{on} s'entendre bien avec quelqu'un
qui pratique le covoiturage avec toi, peut-être ils
font des chose qui te gêne beaucoup. Mais ce sont des
petit chose qui peuvent nous gêner. Une grande problème
est que même ~~si~~ ^{si} s'il y a moins de émissions
avec covoiturage, c'est toujours moins vert que les trains
ou buses. Les trains ou buses peuvent se déplacer beaucoup
plus des gens. C'est un inconvénient parce qu'on peut faire
plus si on améliore les buses et trains, ^{parce qu'il y a} ~~donc~~ ^{par rapport}
plus des émissions ^{avec une voiture} que des émissions d'une mieux service
de transport. ~~Ça~~ ^{Ça} peut-être pas en France, mais c'est une
grande inconvénient en Nouvelle-Zélande.

Moi je pense ^{qu'il y a plus de} ~~que~~ les avantages du covoiturage que
des inconvénients, mais aussi que ce n'est pas ^{si} ~~est~~ ^{est} que

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.

Plan: Adv. pos.
Neg.
Can we trust

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.

Advertising makes a large part of our experience in life. Facebook shows you ads based on what you like, Youtube plays ads before everything you watch, and of course television ads are constantly in front of us. While we think we're ignoring them, they do have an effect on us, particularly on youth and teenagers, although it not be said that adults are any less susceptible. Now ads can have a positive or negative effect on us, particularly focusing on our mental and physical wellbeing.

The positive effects are fairly obvious. They include teaching lessons about life and health. For example, as referenced by the text, Anti-drunk-driving ads are a particularly good example. Take Ghost Chips for example. Sure it's a funny ad with which it iconic to finish with its "Bro, monique think you dumb," and "you know I can't grab your ghost chips" which gave it its title, but it also is a very effective ad. The human

of it drives the message, "Stop a mate from driving drunk? Legend." It's so embedded in our subconscious that on some level it stops us from drunk driving, and encourages our friends to stop us from driving drunk. Isn't that rather the point of that ad, to stop us from driving drunk and getting killed or injured in accidents? ^{Credence le nombre d'adolescents tués ou blessés dans les accidents de routiers} Ads encouraging children to drink milk or eat their 5+ a day vegetables teach kids about the benefits of eating healthy. In a world where \$1 menus at McDonald's encourage children and parents alike to eat junk food as a quick fix, these ads aim to improve the diets of our society. While \$1 cannot say they have been as effective as Chost Chips, they do result in a subconscious pang of guilt everytime junk food is eaten. Ads that want children to eat and drink healthy are happy, and colourful, and bright, and while as a teenager I think find them cheesy, to children they are entertaining and so they think about being more healthy. ✓

Now the negative side of advertising is a lot more prominent in the media. If ^{positive} ~~good~~ ads show the benefit of healthy eating, negative ads amplify ~~the~~ our wishes for fast food and lead to bad eating habits. In France a study concluded that 80% of television ads are about foods that are too sugary or greasy, they are all related to foods like cake, and candy, sugary drinks, chocolate bars, not to mention the fast food ads. These ads create the risk of infantile obesity or just obesity in general. Take the USA for example. They are the country with the most fast food chains and they are the country with the highest obesity statistics. Now while the text does not mention this, it is worth

ASSESSOR'S
USE ONLY

mentioning that negative advertising also leads to issues of self-esteem in youth. With ^{even girls} ~~everyone~~ in television ~~and~~ ⁱⁿ ads looking so white and almost ~~unhealthy~~ unhealthy, skinny, is it any wonder that youth who are ethnically diverse and on the larger side face issues with anorexia and bulimia in trying to reach these ideals. That is a negative trend, if ever I saw one, and among the clearest examples of the negative effect of ads on youth and even children. Even boys are taught ~~that~~ to be macho, and manly, and in no way feminine is what is required of them in society. That, that is what determines their worth, and creates self-esteem issues and all the other issues that come with toxic masculinity. Negative advertising creates wants in young people. Want of that new gadget, or looking rich thin, or that really nice burger and fries combo, and they begin to believe that their world will only be good if they get what they want, which is a value that is dangerous to live by. This is the effect of negative advertising. ✓

Advertising by its nature is contrived. Ads are always made with goals in mind. to sell an idea, or a product to the viewer. Ads can be good or bad but I don't believe they can be trusted because of their contrived nature. Advertising has a shocking amount of influence over society. It has been used as a propaganda tool by the dictators of our society, ~~and~~ to oppress the groups that rose up to fight for their rights. It was used against the suffragettes, and black people, and gay people and, suffice to say, with how easy it is to manipulate advertising it cannot be trusted.

ASSESSOR'S
USE ONLY

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

1) Les autres moyens de transport. Donc je ~~pe~~ trouve que le covoiturage peut remplacer conduire individuellement, et que ce serait bonne pour l'environnement. Mais ^{aussi} je ~~trouve~~ ^{trouve} qu'on doit améliorer les réseaux de transport en commun et que ça doit remplacer l'utilisation des voitures en générale. Enfin ~~c'est juste~~ ^{la chose} la plus important c'est qu'on fasse de son mieux pour l'environnement, et covoiturage est une bonne idée, mais ~~que~~ ce n'est pas la meilleure idée.

2) To give a fair view of the world as it stands. Ads about healthy food don't tell you that "you know what? it's okay to eat fast food even now and again". Ads for clothing don't tell you "it's okay to wear what you want. No one has any right over you but you". Christmas ads with straight white couples don't tell you "it's okay to be a person of colour, or like girls, or guys, or both, or neither". Advertising does not tell you about diversity and that it's okay to be an individual. If there are ideal world where differences are acceptable, it does not show the full spectrum of people in the world. For that reason, regardless of whether are not there are positive or negative, Advertising cannot be trusted, and we must remain critical of the advertising which we watch and show our kids, trusting our own values to form opinion on whether ^{that ad} advertising is positive or not, accurate or not.

Extra space if required.

Write the question number(s) if applicable.

QUESTION
NUMBER

Annotated Exemplar

Scholarship Scholar for French Scholarship 2015		Total score	19
General Comments		<p>Content: The candidate interpreted well the given materials and made connections with personal ideas. Those ideas were assembled with precision and clarity in a coherent manner. They were widespread and go considerably beyond the given materials. The candidate engaged with both the listening and the reading passages and was able to show good understanding of the information and ideas that both the listening and the reading contained.</p> <p>Evidence and reasoning: The arguments are supported with evidence, and the reasoning used in the argument is clear and makes sense. The arguments are at times pertinent and relevant.</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 committed few errors, it is not serious 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	6	<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 • Use more informal language 	

		<p>Ce n'est pas bizarre de vouloir pratiquer le covoiturage. Avec le covoiturage on peut éviter ^{et} l'embouteillage parce ^{qu'il} y aurait moins des voitures dans la rue. Et puis c'est toujours difficile de trouver une place de parking donc pratiquer le covoiturage ^{va nous aider,} va nous aider parce que ^{on} ne doit pas trouver ^{une} une place de parking, juste seulement une. ^{En plus de ça, on peut réduire} Donc c'est plus facile d'aller dans notre budget de transports.</p> <p>Bien sûr comme toute les choses il y a des inconvénients du avec du covoiturage. Quelquefois il y a des gens qui sont toujours en retard, et quand tu dois pratiquer le covoiturage avec lui, c'est difficile parce qu'ils peuvent te faire en retard. ^{ou peut-être tu} On ne peut pas être t'entends bien avec quelqu'un qui pratique le covoiturage avec toi, peut-être ils font des choses qui te gênent beaucoup. Mais ce sont des petites choses qui peuvent nous créer une grande problème est que même si si s'il y a moins de émissions avec covoiturage, c'est toujours moins vert que les trains.</p>
2	6	<p>Same comments than the above.</p> <ul style="list-style-type: none"> • The candidate's style might captivate the reader (e.g. rhetorical question) <p>Even boys are taught that to be macho, and manly, and in no way feminine is what is required of them in society. That, that is what determines their worth, and creates self esteem issues and all the other issues that come with toxic masculinity. Negative advertising creates wants in young people. Want of that new gadget, or looking rich thin, or that really nice burger and fries combo, and they begin to believe that their world will only be good if they get what they want which is value that is dangerous to live by. This is the effect of</p>

3	7	<ul style="list-style-type: none"> • The candidate demonstrates a high level of thinking • The candidate considers different perspectives • The candidates' opinions are well supported and justified • However coherence and organisation may be faulty at times and the candidates need to repeat herself/himself. • Few errors but it doesn't hinder communication
---	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------