

**MARK SCHEME for the May/June 2010 question paper
for the guidance of teachers**

8682 FRENCH LANGUAGE

8682/21

Paper 21 (Reading and Writing), maximum raw mark 70

This mark scheme is published as an aid to teachers and candidates, to indicate the requirements of the examination. It shows the basis on which Examiners were instructed to award marks. It does not indicate the details of the discussions that took place at an Examiners' meeting before marking began, which would have considered the acceptability of alternative answers.

Mark schemes must be read in conjunction with the question papers and the report on the examination.

- CIE will not enter into discussions or correspondence in connection with these mark schemes.

CIE is publishing the mark schemes for the May/June 2010 question papers for most IGCSE, GCE Advanced Level and Advanced Subsidiary Level syllabuses and some Ordinary Level syllabuses.

List of abbreviations:

- | | | | |
|------|-------------------|------|--------------------|
| TOL: | tolerate | TV: | too vague |
| BOD: | benefit of doubt | NFP: | no further penalty |
| INV: | invalidates | OTT: | over the top |
| HA: | harmless addition | TC : | tout court |

1

Accept	Reject	
(a) atteint		[1]
(b) lucratif		[1]
(c) expansion		[1]
(d) transmettre		[1]
(e) impacts		[1]
[Total : 5]		

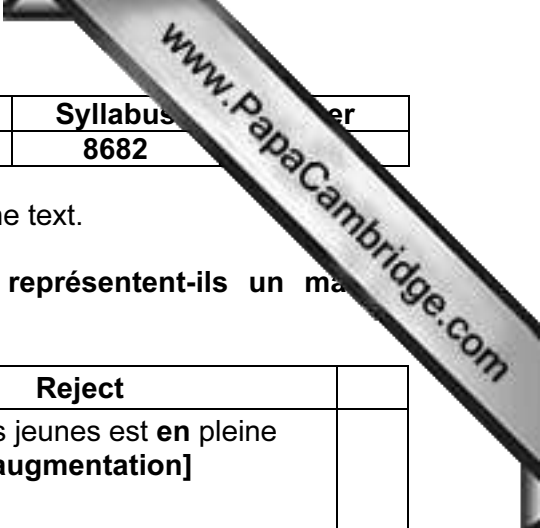
2

Accept	Reject	
(a) <u>On</u> représente les garçons comme des rebelles	représenté	[1]
(b) <u>Cette idée</u> a été bien/a bien été comprise par les spécialistes		[1]
(c) <u>Il se peut que</u> la publicité transmette / puisse transmettre TOL des messages à l'enfant ...que des messages soient transmis à l'enfant par/à travers la publicité		[1]
(d) <u>C'est la casquette</u> dont il a absolument besoin / qui lui est absolument nécessaire/indispensable / est un/son besoin absolu / qu'il lui faut absolument / qu'il a absolument besoin d'avoir		[1]
(e) <u>Il est difficile</u> pour/chez les enfants de distinguer la publicité de la réalité / la réalité de la publicité / entre par les enfants distinguer	[1]
[Total : 5]		

3 Words in **[square brackets]** represent an unacceptable lift from the text.

(a) Selon le deuxième paragraphe, pourquoi les jeunes représentent-ils un marché intéressant ?

Accept	Reject	
<p>A) Le marché (des produits pour les jeunes/ados) grandit/a grandi / augmente/a augmenté / développe / est en train de grandir/d'augmenter / est en (pleine) croissance</p> <p>Les jeunes achètent (de plus en) plus / font (de plus en) plus d'achats</p> <p>Les jeunes dépensent (de plus en) plus (d'argent)</p> <p>Il existe (de plus en) plus de produits pour les jeunes sur le marché</p>	<p>[marché des jeunes est en pleine expansion/augmentation]</p>	
<p>B) Ils ont plus/beaucoup d'argent (disponible/à dépenser)</p> <p>Ils peuvent/ont les moyens/ le pouvoir d'acheter plus/beaucoup</p> <p>Ils sont (plus) riches</p> <p>Leur capacité d'acheter a augmenté/augmente/grandit / est grande</p>	<p>[pouvoir d'achat]</p> <p>Ils peuvent acheter des choses</p> <p>Ils ont capables de faire du shopping</p>	
<p>C) Ils influencent / contrôlent / définissent / affectent (de plus en plus) les achats/la consommation <u>de la famille / chez eux</u></p> <p>Ils ont (plus d') de l'influence sur ce que <u>la/leur famille</u> achète/consomme</p> <p>Leur influence sur les achats <u>de la/leur famille</u> grandit/a grandi / augmente/a augmenté</p>	<p>[influence sur la consommation familiale]</p> <p>... les <u>quantités</u> des articles que les familles consomment / d'argent que la famille dépense</p>	
[Total : 3]		



(b) Selon le deuxième paragraphe, comment l'enfant est-il affecté par les publicitaires ?

Accept	Reject
<p>A) Il est incité / ils l'incitent/encouragent à/ persuadent de consommer (encore et toujours) <u>plus</u></p>	<p>[incitation à] ... beaucoup</p>
<p>B) EITHER</p> <p>Ils ont un impact / effet / une influence sur / changent / affectent / influencent l'estime que l'enfant a de lui-même / de l'enfant pour lui-même</p> <p>Son/l'estime (de l'enfant) pour lui-même / sa propre estime change / est affectée / changée / influencée</p> <p>Il y a un changement/une influence/un impact sur sa/la propre estime (de l'enfant)</p> <p>OR</p> <p>Ils ont un impact/effet sur / changent / affectent / influencent la façon/manière dont l'enfant se voit/perçoit/considère</p> <p>L'enfant se voit/perçoit de façon/manière différente</p> <p>Il y a un changement/une influence/un impact sur la façon/manière dont l'enfant se voit/perçoit/ considère</p> <p>L'enfant a une vue/opinion/impression/perception différente de lui-même</p> <p>Ils changent la manière dont les enfants regardent eux-mêmes</p>	<p>any idea of loss of self esteem (the text only indicates « impact » on self esteem, not how it impacts)</p> <p>[estime personnelle]</p> <p>... l'estime d'individu ... l'estime de l'enfant.</p> <p>... un effet <u>négatif</u></p> <p>[image qu'il a de lui-même]</p>
<p>C) Ils ont un impact/effet sur/changent/affectent/ influencent la façon/manière / comment dont l'enfant voit/regarde/considère/perçoit les autres</p> <p>Il regarde/voit/considère/perçoit les autres de façon/manière différente</p> <p>Il a une vue/opinion/impression/perception/ attitude différente des/aux autres</p> <p>L'opinion/l'impression/la vue/la perception qu'il a des autres est changée/affectée/altérée/ influencée</p> <p>Il voit/perçoit/considère les autres/amis TOL différemment / autrement</p> <p>Il a/développe une perception différente de lui-même et des autres = B+C</p>	<p>[le regard qu'il porte sur les autres]</p> <p>...image des autres</p> <p>son voir des autres</p> <p>le <u>moyen</u> dont il regarde les autres</p>
[Total : 3]	

www.PapaCambridge.com

(c) Quels messages les images créées par la publicité donnent-elles aux filles et aux garçons ? (troisième paragraphe)

Accept	Reject	
<p>A) Le <u>corps/physique</u> de la femme/fille (très) <u>mince et/ou beau</u> est la <u>norme/généralité / le standard/modèle/idéal/ plus courant</u></p> <p><u>La plupart</u> des femmes/filles ont un <u>corps/physique mince et/ou beau</u></p>	<p>[corps féminin très mince et beau]</p> <p>Le corps parfait est mince et beau TV La femme parfaite est mince tv Un corps mince est le plus important</p>	
<p>B) Pour / si une femme/fille veut être <u>heureuse</u>, il faut (avoir) le corps/physique mince et beau / que son corps/physique soit mince et beau (but NFP)</p> <p>Une femme/fille ne peut pas être <u>heureuse</u> sans / si elle...</p> <p>Un corps mince et beau est essentiel au/pour le <u>bonheur</u></p> <p>C'est essentiel que if it follows from A</p>	<p>[idéal à atteindre]</p> <p>Elles seraient contentes si ...</p>	
<p>C) Pour être <u>cool/dans le vent/à la mode etc</u>, les garçons doivent être/se comporter/agir comme (des) rebelles, sûrs d'eux, puissants, forts (physiquement), dominateurs</p> <p>(accept any descriptor for the mark)</p> <p>C'est cool d'être rebelle / fort Les rebelles sont cools La force physique est cool</p> <p>Ils doivent être des rebelles pour être cool</p>	<p>[façon de se comporter pour être cool]</p> <p>[garçons représentés comme des rebelles]</p> <p>Les garçons doivent être forts TC</p>	
		[Total : 3]

(d) Pourquoi les jeunes sont-ils vulnérables à la publicité et quelle peut être la cause de la vulnérabilité des jeunes qui ne possèdent pas le logo à la mode ? (quatrième paragraphe)

Accept	Reject
<p>A) Ils ont des sentiments / beaucoup d'insécurité(s)</p> <p>Ils ne sont pas sûrs d'eux</p> <p>Ils doutent d'eux-mêmes / de ce qu'ils sont</p> <p>Ils ont des doutes sur eux-mêmes</p> <p>Elle exploite / cible / attaque leur insécurité</p> <p>Ils sont incertains d'eux-mêmes</p> <p>L'insécurité crée la vulnérabilité</p> <p>Ils sont mal à l'aise dans la société et parmi leurs pairs</p>	<p>[joue sur leur insécurité]</p> <p>Insécurities</p> <p>L'insécurité est jouée par les pubs</p>
<p>B) Ils pensent qu'ils n'ont aucune valeur / sont nuls / inférieurs / ne sont pas cools (sans / s'ils n'ont pas le produit)</p> <p>Ils pensent que la personne est nulle</p> <p>Ils se sentent nuls</p> <p>Ils pensent que c'est le logo qui leur donne de la/leur valeur</p> <p>Ils font du logo un absolu</p> <p>La publicité encourage les jeunes à mépriser ceux qui ...</p> <p>Si on ne les possède pas, on est nul</p>	<p>[ceux qui ne possèdent pas le produit offert sont nuls]</p> <p>[faire d'un logo un absolu]</p> <p>... ne sont pas un parti de la société</p> <p>... ne sont pas acceptés</p> <p>a société ne les aime pas</p>

[Total : 2]

(e) Qu'est-ce la perte de sa propre estime peut amener un jeune à faire, selon le paragraphe ?

Accept	Reject	
<p>A) Il peut s'isoler/se replier sur lui-même</p> <p>Il peut être /est /devient /se sent isolé</p> <p>Il développe des problèmes de communication</p>	<p>[isolement] unless preceded by verb e.g. s'imposer</p> <p>perte de sa propre estime <u>qui</u> INV</p> <p>Ils ont isolé.</p> <p>Avoir/causer un/des problèmes d'isolement</p>	
<p>B) il devient/deviendra/peut devenir dépressif/déprimé</p>	<p>[dépression] unless preceded by verb e.g. subir</p> <p>Avoir/causer un/des problèmes de dépression</p> <p>Tomber <u>de</u> dépression</p> <p>dépressé</p>	
<p>C) il pourra/peut se tourner vers / se réfugier dans la drogue / prendre des drogues / consommer des drogues / devenir drogué / se droguer</p> <p>Avoir des problèmes d'<u>utilisation</u> de drogues</p> <p>Créer une dépendance aux drogues</p> <p>Consommer TOL</p>	<p>[consommation] unless preceded by verb e.g. s'adonner à</p> <p>Avoir/causer un/des problèmes de consommation</p> <p>Les (problèmes de) drogues TC</p>	
<p>D) il devient/deviendra/est/pourrait/peut devenir violent</p> <p>il peut agir violemment/avec violence</p> <p>il commence/déclenche/commet/fait des actions violentes/actes de violence</p> <p>participer à des activités de violence BOD</p>	<p>[déclenchement]</p> <p>[des actes de violence] unless preceded by verb e.g.</p> <p>Avoir/causer des problèmes/actes de violence</p>	
		[Total : 4]

[Total : 15 points + 5 points pour qualité de langue = 20]

QUALITY OF LANGUAGE

(Criteria to be used for assessing the 5 marks for Quality of Language in Qs 3, 4 and 5)

5	Very good	Consistently accurate. Only a few errors of minor significance. Accurate use of more complex structures (verb forms, tenses, prepositions, word order).
4	Good	Higher incidence of error than above, but clearly has a sound grasp of the grammatical elements in spite of lapses. Some capacity to use accurately more complex structures.
3	Sound	Fair level of accuracy. Common tenses and regular verbs mostly correctly formed. Some problems in forming correct agreement of adjectives. Difficulty with irregular verbs, use of prepositions.
2	Below average	Persistent errors in tense and verb forms. Prepositions often incorrect. Recurrent errors in agreement of adjectives.
1	Poor	Little or no evidence of grammatical awareness. Most constructions incomplete or incorrect. Consistent and repeated error.
0		Only to be awarded when there are no Content marks awarded in the whole Question – i.e. a minimum of 1 language mark must be awarded if there are any Content marks.

Note re questions 3 and 4: The five marks available for quality of language are awarded **globally** for the whole performance on each set of answers.

A concise answer, containing all mark-bearing components for content is scored on the full range of marks for language, i.e. length does not determine the quality of language mark.

An individual answer scoring 0 for content cannot contribute to the overall Quality of Language mark. This means that the total mark out of 5 available on the whole set of answers is reduced on the following scale:

Answer(s) worth a total of 2 or 3 scoring 0: reduce final assessment by 1

Answer(s) worth a total of 4 or 5 scoring 0: reduce final assessment by 2

Answer(s) worth a total of 6 or 7 scoring 0: reduce final assessment by 3

Answer(s) worth a total of 8 or 9 scoring 0: reduce final assessment by 4

Note: A minimum of one mark for Quality of Language should be awarded if there are any content marks at all (i.e. 0 language marks only if 0 content marks).

4 Marked as Question 3.

(a) Selon le premier paragraphe, à quel point les jeunes sont-ils exposés à la publicité télévisée en Angleterre et en France ?

Accept:	Reject	
<p>A) <u>En Angleterre/Grande Bretagne</u>, les jeunes/les enfants voient/regardent / verraient sont exposés à une publicité toutes les demi-heures/chaque/par demi-heure / deux fois par heure (pendant leurs programmes)</p> <p>... chaque 30 minutes TOL</p> <p>La télé <u>anglaise/britannique</u> passe/montre une publicité aux enfants/jeunes toutes les demi-heures/chaque/par demi-heure deux fois par heure (pendant leurs programmes)</p> <p>Un jeune/ado <u>anglais/britannique de 18 ans</u> a/aura vu/regardé/été exposé à 77 000 / presque 80 000 publicités</p> <p><u>A 18 ans</u>, un jeune/ado <u>anglais/britannique</u> a/aura déjà vu/regardé/été / sera exposé à 77 000 / presque 80 000 publicités</p> <p>La télé <u>anglaise/britannique</u> a/aura montré 77 000 / presque 80 000 publicités de publicités aux jeunes/ados <u>qui ont / de 18 ans</u></p> <p>Un jeune <u>Anglais</u> est exposé à 77K spots avant l'âge...</p>	<p>[publicité toutes les trente minutes]</p> <p>Les Anglais raison INV d'une publicité...</p> <p>[aura absorbé 77 000 spots]</p> <p>A l'âge de 18 ans, ils <u>sont</u> exposés...</p> <p>Les jeunes sont exposés à 11K spots.</p>	
<p>B) <u>En France</u>, les jeunes enfants/les jeunes voient/regardent (jusqu'à/environ) huit (spots de) publicité(s) (de nourriture) toutes les soixante minutes/ toutes les heures/par/chaque heure (pendant leurs programmes)</p> <p>La télé <u>française</u> passe/montre 8 spots aux enfants/jeunes toutes les soixante minutes/toutes les heures/par/chaque heure (pendant leurs programmes)</p> <p>... chaque une heure TOL</p> <p>(français <i>can relate to French children instead of française relating to télé</i>)</p>	<p>[huit spots de publicité alimentaire sont diffusés chaque heure]</p> <p>Ils sont exposés à 8 spots TC</p> <p>8 <u>temps</u> par heure</p>	
[Total : 2]		

Page 10	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus
	GCE AS LEVEL – May/June 2010	8682

(b) Comment peut-on expliquer le fait que les jeunes soient ciblés par les entreprises (deuxième paragraphe) ?

Accept:	Reject
<p>A) Ils regardent/consomment une énorme/très/trop grande/massive/excessive quantité de télé/publicité</p> <p>Ils passent un temps excessif/énorme/trop de temps devant la télé/la publicité / à regarder la télé/la publicité</p> <p>Il y a /il existe/on voit une énorme/très/trop grande/massive/ consommation de télé/publicité par les enfants/ados/jeunes</p>	<p>[consommation excessive]</p> <p>Ils regardent la télé/les pubs. TV</p> <p>une grande quantité beaucoup de temps</p>
<p>B) Ils (enfants/ados/jeunes) forcent/obligent/pressent / tyrannisent leurs parents à acheter ce/le produit (qu'ils ont vu à la télé/sur la pub)</p> <p>Les parents sont tyrannisés par leurs enfants pour qu'/au point où ils achètent ce/le produit (qu'ils ont vu à la télé/sur la pub)</p> <p>Les parents doivent acheter / ne peuvent pas refuser d'acheter ... / dire non à leurs enfants qui demandent ce qu'ils ... BOD</p>	<p>[tyrannie exercée]</p> <p>[incapables de refuser de placer dans le panier]</p>
<p>C) Ils influencent beaucoup/ décident/ contrôlent jouent un (grand) rôle/ont beaucoup de pouvoir/d'influence sur ce que la famille décide d'acheter / la consommation de la famille</p> <p>Ce sont les jeunes/eux qui mènent le marché / déterminent le marché</p>	<p>[exercent une grande influence]</p> <p>[décisions d'achat de la famille]</p> <p>... les décisions de la famille TC</p> <p>[meneurs du marché]</p>
[Total : 3]	

(c) Pourquoi et comment les médecins et les nutritionnistes ont-ils réagi ?

Accept:	Reject
<p>A) A cause de / ils s'inquiètent de l'obésité <u>croissante</u> parmi/chez <u>les jeunes</u></p> <p>Parce qu' / ils constatent/voient que <u>les jeunes</u> sont/deviennent (de plus en) <u>plus</u> obèses</p>	<p>[développement rapide de l'obésité parmi les jeunes]</p> <p>Idea that it is watching TV which causes obesity/ lack of exercise</p>
<p>B) Is veulent interdire / arrêter / bannir certaines publicités</p> <p>ils proposent l'interdiction de certaines publicités d'interdire</p>	<p>[publicités soient interdites]</p> <p>Ils ont demandé l'interdit de ...</p>
[Total : 2]	

(d) Quelles ont été les réactions des responsables de l'industrie alimentaire et des médias ?

Accept:	Reject
<p>A) ils n'ont pas voulu interdire/bannir ces/les/ certaines publicités</p> <p>ils (se) sont opposés à l'interdiction</p> <p>ils se sont déclarés contre l'interdiction</p>	<p>[maintenu fortement leur opposition]</p>
<p>B) ils ont accusé les / c'est la faute des <u>parents</u> qui laissent leurs enfants regarder trop/ beaucoup de télé</p> <p>ils ont dit que les <u>parents</u> permettent à leurs enfants de trop regarder la télé</p>	<p>[due au comportement des parents]</p> <p>[laissent leurs enfants passer des heures devant la télé(vision)]</p> <p>A cause de trop d'heures devant la télé TV C'est la faute des parents TC</p>
<p>C) ils ont dit que les enfants ne font pas (assez) de sport/d'activité physique</p> <p>... sans faire d'activité physique ...manque d'exercice</p>	<p>[manque d'activité physique]</p> <p>A cause des habits inactifs</p>
<p>D) ils ont dit que les enfants n'ont pas une alimentation correcte/choisissent mal ce qu'ils mangent/ne mangent pas correctement / ils ont un mauvais régime alimentaire</p> <p>ils ont dit que les enfants font de mauvais choix de/en ce qui concerne la nourriture/ l'alimentation</p> <p>Le rôle des parents est de faire de bons choix ... TOL</p> <p>... le mauvais choix de repas</p>	<p>[mauvais choix alimentaires]</p>
[Total : 4]	

(e) Dans le dernier paragraphe, qu'est-ce qui peut aider à lutter contre l'obésité des jeunes et comment la France va-t-elle suivre l'exemple de la Suède ?

Accept:	Reject
<p>A) on peut/doit/il faut supprimer/interdire/ éliminer les publicités (du moins) <u>dans les salles de sport</u></p> <p><u>les salles de sport</u> ne doivent pas afficher/montrer des publicités</p>	<p>[suppression de la publicité]</p> <p>Minimiser</p> <p>Supresse</p> <p>Les endroits de sports</p>
<p>B) on peut/doit/il faut encourager une alimentation / nourriture / un régime sain(e)/correct(e)</p> <p>il faut dire aux individus/jeunes/enfants/etc. de manger sainement/comme il faut</p>	<p>[manger sainement]</p> <p>l'encourageant</p>
<p>C) on peut/doit/il faut promouvoir/encourager les gens/jeunes à faire / participer aux activités sportives/de sport / être/devenir (plus) sportifs</p> <p>la promotion du sport</p>	<p>[faire du sport]</p>
<p>D) la France/elle va éliminer/éliminera va interdire/interdira / va supprimer/supprimera la/les publicité(s) pendant les émissions/ programmes pour les jeunes/enfants</p> <p>une interdiction des pubs pendant les programmes pour les jeunes</p>	<p>[publicité lors des émissions]</p> <p>supprimer</p>
	[Total : 4]

[Total : 15 points + 5 points pour qualité de langue = 20]

Page 13	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus
	GCE AS LEVEL – May/June 2010	8682

5 LENGTH OF SUMMARY AND PERSONAL RESPONSE

Writing within the maximum length is part of the task, and candidates who remain within the (140 words in total) deserve credit. There is 10-word latitude to bring the total to 150 words.

Anything after the limit of 150 words is ignored.

For these purposes, a word is defined as any item that stands alone and is not joined by a hyphen or apostrophe etc – i.e. *il y a* counts as 3 words; *qu'est-ce que c'est?* likewise.

Candidates who write too few words should be penalised through the Quality of Language mark:

Over 120 words in total	no penalty
90–120 words in total	reduce Language mark by 1
60–89 words in total	reduce Language mark by 2
30–59 words in total	reduce Language mark by 3

Personal Response

Mark like a mini-essay according to the variety and interest of the opinions and views expressed, the response to the original text stimulus, and the ability to express a personal point of view.

5	Very good	Varied and interesting ideas, showing an element of flair and imagination, a capacity to express a personal point of view.
4	Good	Not the flair and imagination of the best candidates, but work still shows an ability to express a range of ideas, maintain interest and respond to the issues.
3	Sound	A fair level of interest and ideas. May concentrate on a single issue, but there is still a response to ideas in the text.
2	Below average	Limited range of ideas; rather humdrum. May disregard the element of response to the text and write a largely unrelated free-composition.
0–1	Poor	Few ideas to offer on the theme. Banal and pedestrian. No element of personal response to the text.

Content marks in Summary

'Lifting' is not penalised in this exercise.

Moyens employés

- A** vise/cible / s'intéresse aux / se focalise sur les jeunes
- B** exploite sentiment d'insécurité / émotions
- C** présente le produit comme un moyen d'être cool/accepté/heureux / essaie de persuader le jeune que pour être cool/accepté/heureux il a besoin d'(acheter) le produit / il sera nul sans le produit / exploite le désir d'être cool / influence du groupe
- D** présente des images idéalisées (d'un corps féminin parfait comme la norme) (des garçons forts/rebelles)
- E** une pub toutes les 30 minutes/ 8 pubs chaque heure / se concentre sur les émissions pour les jeunes

Page 14	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus
	GCE AS LEVEL – May/June 2010	8682

Effets sur parents et enfants

- N** influence les achats de la famille/des parents / enfants tyrannisent les parents dans les magasins (pour acheter la marque de la pub)
- O** incite les enfants/parents/gens à consommer / acheter plus
- P** impact sur son image de lui-même/ sa propre estime
- Q** les jeunes veulent changer leur image/corps/visage
- R** opinion/regard porté sur les autres est changé(e)
- S** perte de l'estime personnelle
- T** drogue/violence/dépression/isolement
- U** augmente /encourage l'obésité chez les jeunes

[Total : 10 + 5 + 5 = 20]