

OXFORD CAMBRIDGE AND RSA EXAMINATIONS
A2 GCE
F703
FRENCH
Speaking
TEXT C

15 MARCH – 15 MAY 2013

MODIFIED ENLARGED

- **This Candidate's Sheet is to be handed to the candidate 20 minutes plus their additional time allowance, in advance.**

READ INSTRUCTIONS OVERLEAF

INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- This sheet contains the text for the discussion.
- You have 20 minutes in which to read the text and prepare to discuss the points raised.
- You may make notes on this sheet and take your notes with you into the examination room.
- When the test begins you will be asked to:
 - (a) answer the examiner's questions and give your opinion about the issues raised in the text;
 - (b) discuss with the examiner one of the two sub-topics that you have previously chosen. The topic must refer to France or a French-speaking country.

YOU MAY NOT USE A DICTIONARY OR OTHER REFERENCE MATERIAL FOR THE PREPARATION OF THIS TASK.

INFORMATION FOR CANDIDATES

There are two sections to this paper.

<u>SECTION A</u>	Discussion of an article	
	(5 – 6 minutes)	[30 marks]

<u>SECTION B</u>	Topic Conversation	
	(10 – 12 minutes)	[30 marks]

BLANK PAGE

TEXTE C – DOCUMENT DU CANDIDAT

VOUS AVEZ 20 MINUTES POUR ÉTUDIER CE TEXTE.

VOUS DEVEZ :

RÉPONDRE À DES QUESTIONS SUR LE TEXTE

DISCUTER LES THÈMES DU TEXTE

DONNER VOS OPINIONS PERSONNELLES

L'HOMME MODERNE : DROGUÉ DE GADGETS SUPERFLUS ?

Au cours du vingtième siècle, la consommation est devenue non plus une nécessité – acheter à manger – mais un mode de vie, un comportement et une culture. C'est avant tout la radio, puis la télévision qui ont été les instruments de propagande pour cette civilisation du gaspillage.

La révolution industrielle a rendu possible la fabrication d'appareils ménagers à des prix abordables. Certains produits ont indéniablement apporté du confort dans la vie des ménages, tout particulièrement en nous soulageant dans les tâches les plus épuisantes. On pensera en particulier à l'aspirateur, au fer à repasser électrique et surtout à la machine à laver le linge.

En s'achetant un lave-linge le consommateur se dit, en toute logique, que le temps pendant lequel la machine fait la lessive, il pourra le consacrer à du loisir : passer du temps avec les enfants, faire de la lecture, aller au cinéma ou au théâtre. Il n'y a là rien de suspect ou de critiquable.

C'est à partir des années 1960 qu'on commence à exploiter la publicité pour encourager la consommation – on insiste sur la nouveauté, le progrès, les avantages du nouveau modèle, les défauts de l'ancien, etc. « Nouveau » et « Nouveauté » sont les deux mots les plus utilisés dans les slogans publicitaires.

Découvrant les vertus de la publicité, les fabricants harcèlent le pauvre téléspectateur avec un grand nombre d'émissions destinées à glorifier le consumérisme. Dès lors, le peuple drogué se précipite sur les nouveautés et accepte de payer le prix fort pour répondre à « l'effet mode ».

BLANK PAGE

BLANK PAGE

Copyright Information

OCR is committed to seeking permission to reproduce all third-party content that it uses in its assessment materials. OCR has attempted to identify and contact all copyright holders whose work is used in this paper. To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced in the OCR Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download from our public website (www.ocr.org.uk) after the live examination series.

If OCR has unwittingly failed to correctly acknowledge or clear any third-party content in this assessment material, OCR will be happy to correct its mistake at the earliest possible opportunity.

For queries or further information please contact the Copyright Team, First Floor, 9 Hills Road, Cambridge CB2 1GE.

OCR is part of the Cambridge Assessment Group; Cambridge Assessment is the brand name of University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is itself a department of the University of Cambridge.

