



Coimisiún na Scrúduithe Stáit
State Examinations Commission

Leaving Certificate 2013

Marking Scheme

Romanian

Higher Level

Note to teachers and students on the use of published marking schemes

Marking schemes published by the State Examinations Commission are not intended to be standalone documents. They are an essential resource for examiners who receive training in the correct interpretation and application of the scheme. This training involves, among other things, marking samples of student work and discussing the marks awarded, so as to clarify the correct application of the scheme. The work of examiners is subsequently monitored by Advising Examiners to ensure consistent and accurate application of the marking scheme. This process is overseen by the Chief Examiner, usually assisted by a Chief Advising Examiner. The Chief Examiner is the final authority regarding whether or not the marking scheme has been correctly applied to any piece of candidate work.

Marking schemes are working documents. While a draft marking scheme is prepared in advance of the examination, the scheme is not finalised until examiners have applied it to candidates' work and the feedback from all examiners has been collated and considered in light of the full range of responses of candidates, the overall level of difficulty of the examination and the need to maintain consistency in standards from year to year. This published document contains the finalised scheme, as it was applied to all candidates' work.

In the case of marking schemes that include model solutions or answers, it should be noted that these are not intended to be exhaustive. Variations and alternatives may also be acceptable. Examiners must consider all answers on their merits, and will have consulted with their Advising Examiners when in doubt.

Future Marking Schemes

Assumptions about future marking schemes on the basis of past schemes should be avoided. While the underlying assessment principles remain the same, the details of the marking of a particular type of question may change in the context of the contribution of that question to the overall examination in a given year. The Chief Examiner in any given year has the responsibility to determine how best to ensure the fair and accurate assessment of candidates' work and to ensure consistency in the standard of the assessment from year to year. Accordingly, aspects of the structure, detail and application of the marking scheme for a particular examination are subject to change from one year to the next without notice.

LIMBA ROMÂNĂ

SISTEM DE NOTARE

Maximum: 100 de puncte

Total: 30 de puncte

PARTEA I

Răspuns corect bazat pe text și exprimat cu propriile cuvinte

1. Înțelegerea corectă a sensului dedus din text:

a) *lume complet absurdă*

- lume de-a-ndoaselea, în care lucrurile nu se mai întâmplă firesc; un spațiu illogic, haotic, în care nu se mai înțelege nimic, în care totul pare să funcționeze după alte legi decât cele cunoscute.

b) *jalnice clișee ale cotidianului mediocru*

- cuvinte lipsite de un adevărat înțeles, stereotipii de exprimare; cuvinte care nu se referă la situații importante, ci la fapte mărunte, futile, superficiale ale existenței.

c) *se dau bani grei*

- se plătește mult pentru a obține un produs, pentru a beneficia de un serviciu; sume importante plătite în cadrul unei tranzacții, în care cineva oferă un serviciu, iar altul îl cumpără.

d) *propagandă falsă*

- mesaje false, mincinoase, rostite cu scopul de a-i înșela pe destinatarii lor; discursurile prin care anumite persoane vor să îi păcălească pe oameni, construind reclame false, neadevăruri; comunicarea orientată spre a oferi o imagine falsă asupra anumitor aspecte ale realității.

e) *cronică neputință*

- stare gravă în care se găsește cineva, aflat în imposibilitatea de a face ceva într-o anumită situație; lipsa totală a mijloacelor pentru a acționa.

(5 puncte)

2. Înțelegerea ideilor de fond exprimate în text :

- Potrivit autorului, absurdul din comunicare constă în aceea că mesajele transmise într-un fel sunt preluate/receptate într-un mod cu totul greșit, ceea ce denotă neînțelegerea lor.
- Comunicarea nu se desfășoară într-un mod normal, firesc, ci ajunge la forme aberante, în care oamenii nu se mai înțeleg unii cu alții, căci cuvintele rostite sunt fie lipsite de sens, fie înțelese cu alt sens de către cei cărora le-au fost adresate.
- Societatea – viața socială a oamenilor – este amenințată de eșecul comunicării, căci omul, ca ființă socială, trăiește, se exprimă prin cuvinte. Oamenii nu-și mai comunică lucruri importante și, în acest fel, legăturile dintre ei slăbesc.

(5 puncte)

3. Identificarea informațiilor detaliate din text despre formele de comunicare în spațiul public:

- Ca urmare a crizei în comunicarea publică, toată lumea pare a se preocupa de aceasta.
- În primul rând, apar metode de a salva comunicarea – științe ale comunicării, menite să formeze experți în comunicare. Peste tot, oameni de diverse meserii vor să devină „mai buni“ în comunicare.

- Totodată, cei care comunică răspândesc mai cu seamă mesaje mincinoase, dar „comunicate bine“. Omul obișnuit, receptorul acestor mesaje, nu mai știe ce să înțeleagă, căci din toate părțile ajung la el păreri/mesaje contradictorii.
- Cei care comunică nu sunt în stare să-și construiască singuri mesajele, ei doar transmițând mesaje alcătuite de persoane special formate pentru îndeplinirea acestei sarcini.

(5 puncte)

4. Înțelegerea profundă a unor idei din text, exprimate mai puțin explicit, demonstrând capacitate de gândire analitică și extrapolarea cunoștințelor:

- Cuvântul (mesajele, propaganda) este răspândit prin mass-media, ajungând la toți oamenii, într-un fel sau altul (prin presa scrisă sau audio-vizuală). Devin victime ale comunicării toți cei către care se îndreaptă mesajele mincinoase și care cad în capcanele întinse de anumiți actori ai scenei social-politice, prin aceste mesaje abil construite.
- Victimele comunicării sunt oamenii manipulați prin cuvinte, oamenii care nu mai știu ce să creadă din discursurile construite atât de abil pe care le aud. Confuzia îi face să se piardă într-un spațiu asaltat de comunicare, însă cuvintele prin care ea se realizează sunt false repere, servind, de multe ori, minciunii și manipulării.
- Comunicarea ar trebui să fie o binefacere în viața socială, un mod de a-i apropia pe oameni, făcându-i atenți pe unii față de problemele celorlalți. În schimb, greșit folosită, ajunge, absurd, să îi dezorienteze pe aceștia, transformându-i în victime.

(5 puncte)

5. Demonstrarea unei bune înțelegeri a textului în ansamblu și capacitatea de a explica puncte de vedere personale:

- Oamenii ar trebui să comunice în mod firesc, adică fiecare să le împărtășească celorlalți gândurile, sentimentele sale, să-i facă părtași la ideile sale...
- Comunicatorul este doar o persoana care vorbește, fără a spune ce gândește el, căci mesajul său a fost gândit și construit de altcineva, de un „făcător de mesaje“. Comunicarea lui este lipsită de sinceritate și de spontaneitate și, prin urmare, falsă, o pseudo-comunicare.
- Făcătorul de mesaje are ca sarcină construirea mesajului pe care îl va rosti comunicatorul. El este un intermediar în comunicare, acolo unde aceasta ar trebui să fie, de fapt, directă, nemijlocită.
- În loc să ia contact cu realitatea, omul receptează, în schimb, mesaje, și acelea intermediare de cei care le fac cel mai bine, de cei care știu, apoi, să le comunice cel mai bine...

(5 puncte)

6. Buna înțelegere a textului și a consecințelor produse de fenomenul descris în el:

- Babelul face referire la spațiul în care oamenii nu se mai înțeleg, fiecare vorbind o altă limbă, neînțeleasă de ceilalți. Societatea devenită un „Babel isteric...“ este privită ca un spațiu în care fiecare are de comunicat ceva, vrea, cu orice preț, să spună ceva, fără a fi neapărat interesat ca ceilalți să-l înțeleagă.
- Multitudinea mesajelor de tot felul – de propagandă, publicitare... – împânzesc spațiul public, efectul fiind confuzia generală a celor bombardati de atâtea mesaje.
- Eșecul comunicării poate fi semnul eșecului unei societăți în care mesajele transmise nu le mai sunt oamenilor de folos, nu-i mai apropie, ci îi rătăcesc, pe fiecare, în

neînțelegere. Fiind prea multe cuvinte, sensul se pierde și totul devine cacofonie, vorbărie goală, zgomot...

(5 puncte)

Notă:

La părțile a II-a și a III-a, vor fi luate în considerare, pentru acordarea punctajului, următoarele criterii:

1. **Claritatea scopului** – candidatul înțelege întrebarea și răspunde într-un mod clar – 30%;
2. **Coerența răspunsurilor** – candidatul folosește textul într-un mod propriu gândirii sale; ideile sunt exprimate structurat și logic – 30%;
3. **Eficiența limbajului** – candidatul demonstrează că stăpânește limba destul de bine pentru a-și exprima clar și cursiv ideile și opiniile – 30%;
4. **Respectarea regulilor de gramatică, de ortografie și de punctuație** – 10%.

PARTEA a II-a

Total: 30 de puncte

Comentarea citatului (în aproximativ 100 de cuvinte), demonstrând înțelegerea de ansamblu a subiectului și, în special, a scopului cu care autorul a scris acest articol. Comentariul trebuie, de asemenea, să ilustreze înțelegerea consecințelor pentru viața personală reală, așa cum se sugerează prin acest citat.

- Autorul sugerează faptul că, în zilele noastre, comunicarea nu mai este importantă în sine, ca manifestare care îi apropie pe oameni, creând o comuniune între ei – vorbesc, se înțeleg, își comunică unii altora ideile, sentimentele, stările sufletești... Ea este acum importantă prin scopul ei: acela de a convinge, de a manipula. Folosind abil comunicarea, îl poți determina pe celălalt să accepte propunerile tale, chiar dacă acestea nu sunt oneste, sincere. Totul e să fie prezentate în cuvintele potrivite.
- De asemenea, chiar dacă nu meriți să obții ceva, ajunge să știi cum să ceri – îl poți manipula pe celălalt prin felul în care îi ceri ceva.
- Forma pe care o ia comunicarea (construcția mesajului sau cum spui ceva) pentru a-i propune cuiva ceva sau pentru a cere ceva este mai importantă decât ceea ce spui, de fapt. În acest fel, comunicarea își pierde firescul și devine o strategie care o apropie de marketing, folosită cu succes de cei care sunt buni strategii, experți, și cu mai puțin succes de cei care nu știu prea bine cum să o manipuleze.

PARTEA a III-a

Total: 40 de puncte

Compunere de aproximativ 300 de cuvinte, la alegere între două subiecte, scrisă cursiv, urmărind organizarea coerentă a ideilor și conducând la o concluzie clară.

1. Cultura nu înseamnă doar o simplă acumulare de cunoștințe.

SAU

2. Să-ți urmezi visul... – o călătorie dulce-amară

