



Government of **Western Australia**
School Curriculum and Standards Authority

**Western Australian Certificate of Education
ATAR course examination, 2016**

ITALIAN: BACKGROUND LANGUAGE
Written examination

Section One
Response: Listening

Recording transcript

This is the 2016 ATAR examination in Italian: Background Language, Section One; Response (Listening and responding).

Listen to the short text, which is printed in your Question/Answer Booklet. This will help you to become accustomed to the speakers' voices. There are no questions or marks associated with this text.

La dolce vita italiana

Siamo appena reintrati in Australia, dopo aver partecipato ad un'esperienza indimenticabile – una vacanza culturale alla scoperta della 'dolce vita' italiana. I veri fiorentini sono meravigliosi. Tutti i giorni convivono con tanta gente straniera, ma riescono anche a mantenere le loro tradizioni e i loro costumi.

You will hear **two** texts in Italian. Each text will be played twice. There will be a short pause between the first and second readings. After the second reading, there will be time to answer the questions.

You may make notes at any time. Your notes will not be marked. You may come back to this section at any time during the working time for this paper.

Text 1: *David chi?* (First reading)

Maria e Anna sono alla 'Galleria dell' Accademia' a Firenze e stanno guardando la famosa Statua di Michelangelo.

MARIA: Lo so che non è la prima volta che la vedo, ma ogni volta la trovo impressionante. Sono molto fieri all'estero dei capolavori dei nostri maestri, sono ben conosciuti e molto noti. Tutti conoscono Michelangelo e Leonardo da Vinci, Raffaello...

ANNA: Hai ragione, però a che prezzo? Ho letto recentemente un articolo dove hanno usato questa bella statua per una pubblicità molto nota all'estero di una compagnia d'ingegneria ArmaLite Americana. In questa pubblicità il nostro David non appare più come il simbolo eterno di giovinezza e bellezza, ma piuttosto come l'eroe *macho* di un film d'azione, si vede David con un fucile in mano. Ti renderai conto di come questo abbia provocato shock e polemiche qui in Italia nel mondo dell'arte.

MARIA: Ma davvero Anna! Non l'ho vista... Aspetta che cerco sul mio cellulare... ma hai ragione, che schifo quest'immagine. È proprio un'ingiustizia, sono davvero amareggiata. Ma vedo che non è solo nel mondo dell'arte, anche il governo adesso sta trattando l'argomento, vedo qui che il ministro per i Beni e le Attività Culturali, Dario Franceschini, ha risposto su questo blog dicendo... '*L'immagine pubblicitaria di David è offensiva e contro la legge. Dovremmo reagire contro la società americana, che deve annullare la campagna*'.

ANNA: Da noi, veramente è contro la legge. La legge stabilisce che... 'il valore estetico dell'opera dell'arte non può essere modificato.' È così, perché fa parte della nostra cultura. In altri paesi non la vedono così. Per noi italiani il valore delle arti si trova nella loro visione o intuizione, non nel loro lato utilitario. Per esempio quando hai parlato dei maestri hai nominato Leonardo, Michelangelo, Raffaello, per noi sono maestri d'arte, invece per molti ragazzi americani sono le famose tartarughe Ninja.

MARIA: Sì, sì ... hai ragione ...

ANNA: Ma, riflettiamo Maria, questi ragazzi verranno a sapere chi sono questi maestri, perché sono famosi e scopriranno che sono italiani e cosa hanno fatto. Quando cresceranno questi ragazzi verranno in Italia a vedere questi capolavori e spenderanno soldi; sono i nostri futuri turisti, ed è questo ciò di cui abbiamo bisogno se vogliamo proteggere la nostra cultura.

MARIA: Devo dire che trovo disgustoso usare la nostra arte e la nostra cultura come merce per turisti, come se fossero i nostri clienti. Dobbiamo proteggerci da questo. Dobbiamo rafforzare le nostre leggi contro la diffamazione delle nostre opere d'arte. Che cos'altro succederà? La Cappella Sistina come soffitto al Mcdonalds? Pazzesco.

ANNA: Ma di cosa stai parlando Maria? Succede già! Quante cartoline si trovano con immagini della Cappella Sistina? E il Colosseo non è stato usato come un palcoscenico per il gruppo "U2"? E il Ponte Vecchio per una festa per la Ferrari? Quante volte si vedono queste immagini nelle pubblicità proprio per pubblicizzare il nostro Bel Paese e la nostra dolce vita? Le nostre belle arti sono già in commercio. Ne dobbiamo approfittare.

MARIA: Anna sono scioccata. Dai, questo è veramente pesante. Andiamo a prendere un caffè. C'è un nuovo posticino chiamato 'La Mona Lisa'.

ANNA: Davvero? (ride)

(15 seconds silence)

Text 1: (Second reading)

Maria e Anna sono alla 'Galleria dell' Accademia' a Firenze e stanno guardando la famosa Statua di Michelangelo.

MARIA: Lo so che non è la prima volta che la vedo, ma ogni volta la trovo impressionante. Sono molto fieri all'estero dei capolavori dei nostri maestri, sono ben conosciuti e molto noti. Tutti conoscono Michelangelo e Leonardo da Vinci, Raffaello...

ANNA: Hai ragione, però a che prezzo? Ho letto recentemente un articolo dove hanno usato questa bella statua per una pubblicità molto nota all'estero di una compagnia d'ingegneria ArmaLite Americana. In questa pubblicità il nostro David non appare più come il simbolo eterno di giovinezza e bellezza, ma piuttosto come l'eroe *macho* di un film d'azione, si vede David con un fucile in mano. Ti renderai conto di come questo abbia provocato shock e polemiche qui in Italia nel mondo dell'arte.

MARIA: Ma davvero Anna! Non l'ho vista... Aspetta che cerco sul mio cellulare... ma hai ragione, che schifo quest'immagine. È proprio un'ingiustizia, sono davvero amareggiata. Ma vedo che non è solo nel mondo dell'arte, anche il governo adesso sta trattando l'argomento, vedo qui che il ministro per i Beni e le Attività Culturali, Dario Franceschini, ha risposto su questo blog dicendo... *'L'immagine pubblicitaria di David è offensiva e contro la legge. Dovremmo reagire contro la società americana, che deve annullare la campagna'*.

ANNA: Da noi, veramente è contro la legge. La legge stabilisce che... 'il valore estetico dell'opera dell'arte non può essere modificato.' È così, perché fa parte della nostra cultura. In altri paesi non la vedono così. Per noi italiani il valore delle arti si trova nella loro visione o intuizione, non nel loro lato utilitario. Per esempio quando hai parlato dei maestri hai nominato Leonardo, Michelangelo, Raffaello, per noi sono maestri d'arte, invece per molti ragazzi americani sono le famose tartarughe Ninja.

MARIA: Sì, sì ... hai ragione ...

ANNA: Ma, riflettiamo Maria, questi ragazzi verranno a sapere chi sono questi maestri, perché sono famosi e scopriranno che sono italiani e cosa hanno fatto. Quando cresceranno questi ragazzi verranno in Italia a vedere questi capolavori e spenderanno soldi; sono i nostri futuri turisti, ed è questo ciò di cui abbiamo bisogno se vogliamo proteggere la nostra cultura.

MARIA: Devo dire che trovo disgustoso usare la nostra arte e la nostra cultura come merce per turisti, come se fossero i nostri clienti. Dobbiamo proteggerci da questo. Dobbiamo rafforzare le nostre leggi contro la diffamazione delle nostre opere d'arte. Che cos'altro succederà? La Cappella Sistina come soffitto al McDonalds? Pazzesco.

ANNA: Ma di cosa stai parlando Maria? Succede già! Quante cartoline si trovano con immagini della Cappella Sistina? E il Colosseo non è stato usato come un palcoscenico per il gruppo "U2"? E il Ponte Vecchio per una festa per la Ferrari? Quante volte si vedono queste immagini nelle pubblicità proprio per pubblicizzare il nostro Bel Paese e la nostra dolce vita? Le nostre belle arti sono già in commercio. Ne dobbiamo approfittare.

MARIA: Anna sono scioccata. Dai, questo è veramente pesante. Andiamo a prendere un caffè. C'è un nuovo posticino chiamato 'La Mona Lisa'.

ANNA: Davvero? (ride)

Now answer Question 1.
(7 minutes silence)

Text 2: *Convegno internazionale* (First reading)

Le iscrizioni per il convegno internazionale della gioventù HELP 2016 sono aperte fino al 30 aprile 2016.

Il tredicesimo convegno annuale si riunirà in Australia quest'anno dal 3 luglio all'8 luglio 2016 a Sydney. I presentatori saranno giovani volontari, imprenditori sociali e i loro soci - inclusi i membri della famiglia, imprenditori di successo e brillanti leader del cambiamento sociale ed economico. Discuteranno sulle sfide del mondo di oggi, sulle soluzioni innovative e su quello che si può fare per contribuire.

Un programma vario e interattivo di dibattiti, workshop e attività che esplorerà le strategie per continuare a migliorare il lavoro già fatto e attrarrà altri ad investire il loro tempo per trasformare la vita di quelli meno privilegiati. Questo convegno si impegna a offrire servizi diversi. Saranno servizi internazionali e qualsiasi membro dell'associazione potrà contribuirvi. Un altro impegno è di trovare filantropi che possano donare fondi e successivamente continuare il nostro lavoro. Siamo sempre un gruppo *non profit*.

Come sempre, i rappresentanti di questo convegno sono l'elemento più importante. Se avete meno di 20 anni, se siete disposti a concederci del tempo e ad impegnarvi per l'aiuto degli altri, se siete appassionati e sapete collaborare con gli altri, presentate una domanda per favore.

Per ulteriori informazioni mandate un'e-mail all'indirizzo HELP@youthsummit.org.

(15 seconds silence)

Text 2: (Second reading)

Le iscrizioni per il convegno internazionale della gioventù HELP 2016 sono aperte fino al 30 aprile 2016.

Il tredicesimo convegno annuale si riunirà in Australia quest'anno dal 3 luglio all'8 luglio 2016 a Sydney. I presentatori saranno giovani volontari, imprenditori sociali e i loro soci - inclusi i membri della famiglia, imprenditori di successo e brillanti leader del cambiamento sociale ed economico. Discuteranno sulle sfide del mondo di oggi, sulle soluzioni innovative e su quello che si può fare per contribuire.

Un programma vario e interattivo di dibattiti, workshop e attività che esplorerà le strategie per continuare a migliorare il lavoro già fatto e attrarrà altri ad investire il loro tempo per trasformare la vita di quelli meno privilegiati. Questo convegno si impegna a offrire servizi diversi. Saranno servizi internazionali e qualsiasi membro dell'associazione potrà contribuirvi. Un altro impegno è di trovare filantropi che possano donare fondi e successivamente continuare il nostro lavoro. Siamo sempre un gruppo *non profit*.

Come sempre, i rappresentanti di questo convegno sono l'elemento più importante. Se avete meno di 20 anni, se siete disposti a concederci del tempo e ad impegnarvi per l'aiuto degli altri, se siete appassionati e sapete collaborare con gli altri, presentate una domanda per favore.

Per ulteriori informazioni mandate un'e-mail all'indirizzo HELP@youthsummit.org.

Now answer Question 2.

(7 minutes silence)

This is the end of Section One.

Complete your answers and continue with the rest of the paper.

Supervisors, please turn off the sound equipment.

ACKNOWLEDGEMENTS

Text 1

Information from: Molloy, A. (2014, March 9). Italian government up in arms over Michelangelo's David rifle advert. *Independent*. Retrieved June, 2016, from www.independent.co.uk/news/world/europe/italian-government-up-in-arms-over-michelangelos-david-rifle-advert-9179620.html

This document – apart from any third party copyright material contained in it – may be freely copied, or communicated on an intranet, for non-commercial purposes in educational institutions, provided that it is not changed and that the School Curriculum and Standards Authority is acknowledged as the copyright owner, and that the Authority's moral rights are not infringed.

Copying or communication for any other purpose can be done only within the terms of the *Copyright Act 1968* or with prior written permission of the School Curriculum and Standards Authority. Copying or communication of any third party copyright material can be done only within the terms of the *Copyright Act 1968* or with permission of the copyright owners.

Any content in this document that has been derived from the Australian Curriculum may be used under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0 Australia licence.

*Published by the School Curriculum and Standards Authority of Western Australia
303 Sevenoaks Street
CANNINGTON WA 6107*