

Swedish B – Standard level – Paper 1
Suédois B – Niveau moyen – Épreuve 1
Sueco B – Nivel medio – Prueba 1

Wednesday 4 May 2016 (afternoon)

Mercredi 4 mai 2016 (après-midi)

Miércoles 4 de mayo de 2016 (tarde)

1 h 30 m

Text booklet – Instructions to candidates

- Do not open this booklet until instructed to do so.
- This booklet contains all of the texts required for paper 1.
- Answer the questions in the question and answer booklet provided.

Livret de textes – Instructions destinées aux candidats

- N'ouvrez pas ce livret avant d'y être autorisé(e).
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l'épreuve 1.
- Répondez à toutes les questions dans le livret de questions et réponses fourni.

Cuaderno de textos – Instrucciones para los alumnos

- No abra este cuaderno hasta que se lo autoricen.
- Este cuaderno contiene todos los textos para la prueba 1.
- Conteste todas las preguntas en el cuaderno de preguntas y respuestas.

Text A

Dyra kalas

[– X –]

5 Kalas på lekland blir allt vanligare. Det är dyrt men bekvämt. Ordet barnkalas ger 796 000 träffar på nätet. Dansskolor, simhallar, lekland och bowlinghallar. Många har insett potentialen med att ta hand om stök, bök och aktiviteter under barnets stora dag. Men tjänsterna är inte gratis. Ett partaj med bowling, pannkakor, glass och godis för 20 barn går loss på cirka 3000 kronor. Det finns familjer där barnen 10 tackar nej till kalas för att de inte kan bjuda igen på liknande sätt.



[– 9 –]

Även om kalaset hålls hemma rinner pengarna lätt iväg. Många skolor och förskolor önskar ju att man bjuder alla barn i klassen. Något som kan få konsekvensen att man inte kan ha något kalas alls. 15 De allra mest utsatta barnen är de som bor i välbärgade områden men som själva har det ekonomiskt tuft. De har en lyxig måttstock att leva upp till som dessvärre kan få konsekvensen att de väljer att inte gå på kalaset alls.

[– 10 –]

Men det är inte bara kalaset som kostar. Enligt en undersökning som Nordea genomförde 2011 lade svenska familjer i genomsnitt 160–210 kronor per present, beroende på inkomst och på födelsedagsbarnets ålder. Multiplicerat med 25 klasskamrater blir kostnaden för ett barns deltagande på sina kamraters barnkalas 4000–5250 kronor per år.

Det kan vara bra att man som förälder talar med andra föräldrar i klassen och försöker komma överens om en rimlig nivå för både kalas och paket.

[– 11 –]

Linda Floric har tre barn och har hittills valt att ha kalasen hemma. 25 – Det är mysigt men betyder också att man måste göra mer än om man lejer bort det, säger hon. För att vara säkra på att ingen ska känna sig utanför har de valt att bara bjuda alla killarna. Det känns oerhört viktigt att ingen lämnas utanför, säger hon.

Anpassat efter <http://ekuriren.se> (2015)

Text B

Sveriges befolkning är för liten

Jag ser att vi i Sverige ökade befolkningen med 0,75 procent förra året och nu är 9 446 812 invånare (30 juni 2011). Vi har gott om plats i det här landet och borde kunna vara många, många fler. Jag tror att vi får en roligare och bättre nation om vi är ungefär 35–40 miljoner. För närvarande har vi 21 invånare per kvadratkilometer i landet och är därmed nr 153 av världens nationer när det gäller befolkningstäthet. Jag menar inte att vi ska bli som Nederländerna som har 395 personer per kvadratkilometer (en del invånare bosätter sig i Sverige för att de tycker om våra ytor) men det finns gott om plats. Irland anses till exempel vara ganska glest befolkat, där bor ändå 63 personer per kvadratkilometer – tre gånger så många som i Sverige.

Vad skulle då vinsten vara med fler människor i Sverige? Dels tror jag vi måste hitta ett sätt att stoppa utarmningen av landsbygden. Det finns kommuner med stora ytor där det bor 5000 människor. Det är klart att det är svårt att då hålla en hyfsad nivå vad gäller närhet till affärer, bensinmackar och kommunal service. Dels tror jag tillvaron blir allmänt roligare med fler människor totalt. Det blir ett annat utrymme för kultur av olika slag, specialtidningar, nischade butiker, det går att genomföra fler stora och mindre evenemang och så vidare. Kanske vi får bättre allsvensk fotboll också.

Hur ska vi då bli tre-fyra gånger så många som i dag? Det är inte realistiskt att tänka sig att vi som bor här plötsligt skulle börja föda många fler barn än vi gör idag. Någon form av utvidgad invandring måste alltså till.

Anpassat efter Magnus Hagström, www.mediesverige.se (2011)

Text C

Att sälja med mördande reklam

f Rekommendera

0

Tweeta

Mejla

Rätta text- och faktafel

Allting går att sälja med mördande reklam. Sångtexten kom till under andra världskriget och gällde gröt av sågspån. Det var ett skämt. Annat är det med reklamens makt över våra liv.

5 Reklam är inte fel i sig. Alla som vill sälja varor eller tjänster måste tala om att de har något att erbjuda. Kampen om uppmärksamheten och kundernas pengar har utvecklat en kreativitet hos reklammakarna som påverkar oss på ett sätt som vi inte alltid är medvetna om.

10 Förra veckan stormade en välgörenhetsorganisation för cancer mot en multinationell klädjätte i Sverige. Företaget har i år valt en bronsbrun toppmodell för att bära upp årets bikinikollektion.



Välgörenhetsorganisationen tyckte att kampanjen var usel, eftersom den lyfter fram solbrun hy som skönhetsideal. Solbränna ökar risken för hudcancer för ljushylda nordbor.

20 Klädföretaget anser säkert att årets badbrud är bra reklam. Välgörenhetsorganisationens kritiska debattartikel ledde till nyhetsartiklar och kommentarer. Säljbudskapet nådde med ens ut till bra många fler än de som passerar förbi affischerna på stan.

Helt klart visar bikiniannonserna upp en livsstil, en sorglös tillvaro på stranden i värme och sol. Bara att koppla av och låta det vita skinnet bli så där vackert brun.

25 En annan dröm är den väldoftande kroppen. Kroppsodörer är skamligt. Det vet tillverkare av sportkläder. Därför säljs träningskläder som "luktfria". Inte ens efter det svettigaste pass ska kroppens utsöndringar märkas i kläderna. Man kan undra varför. Svetten är ju ett kvitto på att man har ansträngt sig.

Med förföriska begrepp som "*lasting freshness*"¹ och "*free of bacteria*"² säljs tröjor, byxor och skor. Bakom detta underverk ligger så kallade nanopartiklar.

30 Dessa pyttesmå silverkorn är bakteriedödande. Ju mer vi använder, desto större risk att bakterierna blir resistenta och resistenta bakterier är ett av de allvarligaste hoten mot folkhälsan. Samtidigt som vi är återhållsamma med antibiotika, ökar försäljningen av bakteriefria kläder.

Ur konsumentperspektiv är det ett bedrägeri, kommenterade miljöminister Lena Ek. Ja, det är det. Det som kallas "*lasting freshness*" i reklamen är i själva verket ett hälsohot.

- 35 Jämfört med den solbrända modellen är det svårt för den enskilde konsumenten att veta att de luktfria kläderna har ett högt pris.

Det finns likheter med den mördande reklamen på 40-talet som sålde lagom söt, konserverad gröt (på skoj) till dagens mirakelplagg och perfekta kroppar. Det är lite för bra för att vara sant. Då är det ofta inte sant.

Anpassat efter Maria Elisson, <http://na.se> (2012)

¹ "*lasting freshness*": fräschhet som varar

² "*free of bacteria*": bakteriefri

Text D

Jag vägrar ta bort piercingen på jobbet

När jag var lite på 20 år sökte jag jobb som en galning. Jag skickade in närmare hundra ansökningar till olika företag inom servicebranschen på en månad. Blev inkallad till flera intervjuer. Trots det fick jag inget jobb.

5 Intervjuerna gick bra ända tills den oväntade frågan om mitt utseende dök upp. Den ena arbetsgivaren insinuerade försiktigt att företaget har en viss klädkod som arbetstagaren måste följa. Jaså, tänkte jag i mitt stilla sinne medan jag kände irritationen växa inombords. Andra arbetsgivare skippade tramset om klädkoder och förklarade var det var som skon klämde: du måste plocka bort din ögonbryns piercing under arbetstid. Och det vägrade jag göra.

10 En arbetsgivare ringde mig en vecka efter intervjun och frågade i fall jag trots allt inte kunde tänka mig plocka bort min piercing. "Vi var alla överens om att du borde få jobbet..." sade arbetsgivaren i telefon. Smickrande. Men ett nej är ett nej.

Ärligt talat tog det här kravet eller snarare förbudet mig på sängen. Jag hade aldrig tidigare behövt förändra mitt utseende för en arbetsgivare. Så varför skulle jag behöva göra det nu? När blev utseende viktigare än kvalifikation?

15 Många kan väl tycka att det är löjligt att vägra plocka bort en piercing under arbetstid. Men skulle du tycka att det är löjligt att vägra färga håret blått ifall din arbetsgivare krävde det?

Det är min subjektiva rätt att välja precis var på min kropp jag har smycken eller tatueringar. Och mina subjektiva val ska jag inte behöva berättiga för någon annan än mig själv. Ingen ska behöva dra likhetstecken mellan sig själv och sitt jobb.

20 Hur långt är du färdig att gå för ditt jobb? Den här frågan borde alla fundera på minst en gång i livet. Var drar du gränsen [– X –] dig själv och ditt jobb?

[– 39 –] min arbetsgivare ber mig ändra mitt utseende [– 40 –] passa in på jobbet vägrar jag – [– 41 –] det är min subjektiva rätt. [– 42 –] drar jag gränsen mellan mitt jobb och mig själv.

Kommentarer

Piercing

Intressant att man väljer piercingen framom jobbet. Tack och lov fick någon annan jobbet.

Just så

25 Nåja – där har vi alltså orsaken till ungdomsarbetslösheten, man vägrar att göra som arbetsgivaren säger! Nå, va utan jobb då. Basta!

Knepigt

Förståeliga tankar, håller helt med logiken, men själv skulle jag nog ändå föredra lönen.

Anpassat efter Rose-Marie Sundström, <http://svenska.yle.fi> (2015)