

الصفحة 1 2 C : RS 2	الامتحان الجهوي الموحد لامتحانات البكالوريا (الدورة العادية: يونيو 2014) - الموضوع - ✎ خاص بالمترشحين الممدرسين ✎	المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين مراكش - تانسيفت - الحوز قسم الشؤون التربوية مصلحي الامتحانات		
المستوى	الشعب أو المسالك	المادة	المعامل	مدة الإنجاز
1 من سلك البكالوريا	العلوم التجريبية / العلوم الرياضية / علوم الاقتصاد والتدبير / العلوم والتكنولوجيات الكهربائية / العلوم والتكنولوجيات الميكانيكية / الفنون التطبيقية	اللغة العربية	2	ساعتان 2

النص :

مجتمع الصورة الإشهارية

لم يعد مجال للشك في أن الاقتصاد أصبح اليوم يحتل صدارة الاهتمام و أن الإمكانيات الواسعة و الخارقة التي وفرها العلم الحديث و التقدم التكنولوجي الباهر هي بالأساس آليات لخدمة أهداف الاستثمار و الربح، و من ثم فإن سلطة الاستهلاك تستمد نفوذها من هيمنة الصورة الإشهارية باختراقها لكل الحدود و الحواجز و نفاذها إلى كل العقليات و الذهنيات و الثقافات. السماء تمطر صورا إشهارية، و مشهد الهوائيات على أسطح البنايات في كل أرجاء العالم يعكس استسلام إنسان القرن الواحد و العشرين لهذا الإمطار و استزادته منه. و تعتبر الإثارة الوسيلة الأساسية التي تستعملها القنوات التجارية لجذب المشاهد و شد انتباهه لمتابعة ما تقدمه من برامج، و تختفي وراء هذه المساحات الإعلامية صناعة يمكن أن نسميها صناعة الرغبات تهدف إلى استقطاب أكبر قدر ممكن من المستهلكين عبر الإشهار. و يسعى ثنائي الإثارة و صناعة الرغبات إلى خلق ثقافة استهلاكية واسعة ذات أهداف تجارية بدرجة أولى، و هي تستهدف بالأساس الشباب الذي أصبح يمثل قدرة شرائية مهمة و فنة قابلة للتشكيل و التأثير أكثر من غيرها.

و تقوم سيكولوجية الإعلان الإشهاري على بيع الأحلام و إثارة الرغبات من خلال الربط بين السلعة و الصحة و الجمال و الجاه و الشباب و المغامرة... و هكذا تقدم الإعلانات الإشهارية العالم في عطفة دائمة، مسترخيا و مبتسما و غير عابئ بشيء، يسكنه أفراد معتزون بدهانهم توصلوا أخيرا إلى امتلاك البضاعة المعجزة التي تجعلهم أكثر جمالا و صحة و حداثة و جاذبية.

و يتعزز تأثير الإعلانات الإشهارية من خلال ما يسمى مبدأ الإغراق الإدراكي أي تكرار الدعاية مرات و مرات حتى تحاصر المشاهد فتشغل ذهنه عن التحليل، و تعتمد الانفعال و التأثير لتكون شبكة عصبية في الدماغ خاصة بالمنتوج موضوع الإشهار، و تصبح قناة تمر فيها المثيرات عندما يتعلق الأمر بإشباع حاجة ما، هنا يميل المستهلك عفويا إلى التوجه لشراء السلعة التي حدث إغراق أحاسيسه بها.

د. المنجي الزيدي. ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام. مجلة عالم الفكر
 المجلد 35 العدد 1 الكويت 2006 ص 201 و ما بعدها (بتصرف).

الصفحة 2 / 2 C : RS 2	الامتحان الجهوي الموحد لامتحانات البكالوريا (الدورة العادية: يونيو 2014) - الموضوع - ✎ خاص بالمترشحين الممدرسين ✎	المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين مراكش - تانسيفت - الحوز قسم الشؤون التربوية مصلحة الامتحانات		
المستوى	الشعب أو المسالك	المادة	المعامل	مدة الإنجاز
1 من سلك البكالوريا	العلوم التجريبية / العلوم الرياضية / علوم الاقتصاد والتدبير / العلوم والتكنولوجيات الكهربائية / العلوم والتكنولوجيات الميكانيكية / الفنون التطبيقية	اللغة العربية	2	ساعتان 2

الأسئلة.

المجال الرئيسي الأول : درس النصوص (10 نقط)

اقرأ النص قراءة فاحصة وأجب عما يأتي :

- 1- لاحظ العنوان و بين علاقته بموضوع النص 1 ن
- 2- ما القضية المركزية التي يطرحها النص ؟ 1 ن
- 3- اشرح قول الكاتب: " يسعى ثنائي الإثارة و صناعة الرغبات إلى خلق ثقافة استهلاكية واسعة ذات أهداف تجارية بدرجة أولى " 1 ن
- 4- في النص حقلان دلاليان: حقل الإشهار ، وحقل الإنسان المستهلك ، استخرج من النص الألفاظ والعبارات الدالة على كل حقل (ثلاثة نماذج لكل حقل) ، واذكر العلاقة بينهما 2 ن
- 5- تلاحظ كثافة الأسلوب التقريري في النص، استدل عليه بنموذجين ثم بين وظيفته. 1 ن
- 6- أبرز الأساليب الحجاجية المعتمدة في بناء النص وعرض مضمونه 1 ن
- 7- اكتب فقرة موجزة تتضمن تلخيصا لمضامين النص، مبدئا رأيك الشخصي في الموضوع. 3 ن

المجال الرئيسي الثاني : علوم اللغة (04 نقط)

- 1- استخرج من النص تمييزا و بين نوعه 2 ن
- 2- كون جملة مفيدة تشتمل على طباق السلب 2 ن

المجال الرئيسي الثالث : التعبير والإنشاء (06 نقط)

ورد في النص: " إن سلطة الاستهلاك تستمد نفوذها من هيمنة الصورة الإشهارية باختراقها لكل الحدود و الحواجز و نفاذها إلى كل العقليات و الذهنيات و الثقافات " .

توسع في هذه الفكرة مسترشدا بما تعرفته في مهارة توسيع فكرة .