

الصفحة 1 2	الامتحان الجهوي الموحد لامتحانات البكالوريا (الدورة العادية: يونيو 2016) — الموضوع —	 الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين مراكش آسفي المركز الجهوي للاختبارات
خاص بالمترشحين للمدرسين		
C : RS 2		

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 :

الإعلان وثقافة الاستهلاك

لم يعد الهدف من الإعلان هو مجرد تقديم المعلومات، بل هو إقناع المستهلكين وإغراؤهم. وقد ساعدت عمليات التطور الكبيرة في الإنتاج الصناعي للسلع وفي تخزينها وتسويقها على تطور عمليات الإعلان.

انتقد عالم الإعلان من جانب مفكرين كثيرين منهم المؤرخ "ديفيد بوتير" D.Potter وعالم الاقتصاد "كينيث جالبرت" K.Galbarth اللذان قالا إن صناعة الإعلان كانت هي العامل الأساسي في خلق ثقافة الاستهلاك في بداية القرن العشرين.

وانتقد آخرون عالم الإعلانات؛ لأن المصانع والبائعين يريدون استعادة النقود التي أنفقوها على الإعلانات من خلال المستهلك نفسه، كما أن الإعلانات تعمل في اتجاه مضاد للاختيار العقلاني من جانب المستهلك، وكذلك الاستخدام الفعال لموارده وإمكاناته. فالمستهلك لا يختار السلعة على أساس أنها أكثر كفاءة وأقل سعرا؛ ولكن على أساس الإغراء، وقدرة الإعلام على التلاعب بمشاعره، وكذلك قدرته على خلق حاجات زائفة من خلال إقناعه للمستهلكين بأنهم يحتاجون إلى مثل هذه المنتجات، في حين أنهم - في حقيقة الأمر - لا يكونون في حاجة إليها.

مع ذلك، يقول آخرون إن الإعلان يؤكد حق المستهلك في الاختيار من بين بدائل عدة، في ضوء احتياجاته وظروفه، وإن الإعلام يساعد على التنافس بين المؤسسات الإنتاجية والخدمية لتطوير سلعها وتحسينها، وخفض أسعارها لمصلحة المستهلك، وإن الإعلان قد يستخدم أيضا لأغراض طبية وإنسانية وخيرية ومعلوماتية، ولا يكون بالضرورة مرتبطا بأهداف استغلالية.

لم يكن الإعلان وحده - بطبيعة الحال - هو العامل الذي خلق ثقافة الاستهلاك، فهناك عوامل سياسية وتكنولوجية كثيرة أسهمت في تطوير المجتمعات الغربية في اتجاه الرأسمالية. وقد كان عالم الإعلان بتطوراتها الكبيرة القائمة على أساس الصورة والكلمة، وكذلك التلاعب بالانفعالات والاحتياجات هو العامل المروج لها، وكانت ثقافة الاستهلاك علامة دالة عليها.

د. شاكور عبد الحميد. عصر الصورة: السلبيات والإيجابيات. عالم المعرفة الكويت ع 311. 2005، ص. 387
وما بعدها (بتصرف).

الصفحة 2 / 2 C : RS 2	الامتحان الجهوي الموحد لامتحانات البكالوريا (الدورة العادية: يونيو 2016) — الموضوع —	 المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين مراكش آسفي المركز الجهوي للإختبارات		
خاص بالمرشحين بالمدرسين				
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	2 ساعتان
الأسئلة				
الجمال الرئيس الأول : درس النصوص (10 نقط)				
أقرأ النص قراءة فاحصة وأجب عما يأتي :				
1- أقرأ العنوان والفقرة الأخيرة ثم حدد علاقتهما بموضوع النص..... 1 ن				
2- ما القضية المركزية التي يطرحها النص؟..... 1 ن				
3- اشرح قول الكاتب: " لم يعد المهدف من الإعلان هو مجرد تقديم المعلومات بل هو إقناع المستهلكين وإغراؤهم "..... 1 ن				
4- في النص حقلان دلاليان: الحقل النفسي، والحقل الاقتصادي، استخرج من النص ثلاثة ألفاظ أو عبارات دالة على كل حقل، واذكر العلاقة بينهما..... 2 ن				
5- بين إيجابيات الإعلان من خلال النص..... 1 ن				
6- استخرج أربعة أساليب حجائية وظفها الكاتب في عرض قضيته..... 1 ن				
7- اكتب فقرة موجزة تتضمن تلخيصا لمضامين النص، مبدئا رأيك الشخصي في الموضوع..... 3 ن				
الجمال الرئيس الثاني : علوم اللغة (04 نقط)				
1- استخرج من النص تمييزا ملحوظا و بين حكمه..... 2 ن				
2- كون جملتين مفيدتين تتضمن الأولى أسلوب استفهام يقيد التمني والثانية أسلوب أمر يفيد الدعاء..... 2 ن				
الجمال الرئيس الثالث : التعبير والإنشاء (06 نقط)				
ورد في النص: " إن الإعلان يؤكد حق المستهلك في الاختيار من بين بدائل عدة، في ضوء احتياجاته وظروفه ".				
توسع في هذه الفكرة مسترشدا بما تعرفته في مهارة توسيع فكرة .				

24/2