



UNIVERSITY OF CAMBRIDGE INTERNATIONAL EXAMINATIONS
General Certificate of Education Advanced Subsidiary Level and Advanced Level

www.PapaCambridge.com

ARABIC

8680/02

9680/02

Paper 2 Reading and Writing

October/November 2008

1 hour 45 minutes

Additional Materials: Answer Booklet/Paper

READ THESE INSTRUCTIONS FIRST

If you have been given an Answer Booklet, follow the instructions on the front cover of the Booklet.

Write your Centre number, candidate number and name on all the work you hand in.

Write in dark blue or black pen.

Do not use staples, paper clips, highlighters, glue or correction fluid.

Answer **all** questions in **Arabic**.

You should keep to any word limit given in the questions.

Dictionaries are **not** permitted.

At the end of the examination, fasten all your work securely together.

The number of marks is given in brackets [] at the end of each question or part question.

اقرأ هذه التعليمات أولاً

اكتب رقم مركزك ، ورقمك الخاص ، واسمك على أوراق الإجابات كلها.
إذا أعطيت دفترًا للإجابات ، فاتبع التعليمات المطبوعة على غلافه.
اكتب بقلم ذي لون أزرق داكن أو أسود على وجهي ورقة الإجابة.
يمنع استخدام الآتي : الدياسات ، مشبك الورق ، أقلام التوضيح الملونة ، الصمغ ، السائل الماحي.
يمنع استخدام المعاجم.

أجب عن الأسئلة كلها.
اكتب إجاباتك بالعربية.
يجب التقيد بعدد الكلمات المحدد في الأسئلة.
درجات الأسئلة موضحة بين قوسين [] عند نهاية كل سؤال أو فرع منه.
عند نهاية الامتحان اربط أوراق إجاباتك كلها معاً بإحكام.

This document consists of 5 printed pages and 3 blank pages.



الجزء الأول

اقرأ النص الآتي بعناية، ثم أجب عن الأسئلة التي تليه:

الإعلانات التجارية وآثارها السلبية

صباحاً ومساءً، وفي سائر الأوقات، في الشوارع والطرق، وفي شتى الوسائل الإعلامية، أتى التفتنا وكيفما استمعنا، تطالعنا وتفتحم علينا بيوتنا إعلانات تجارية شتى أم أبينا.

الإعلان أمر مطلوب – من حيث المبدأ – خاصة إذا كان يهدف إلى تعريف الزبون بمنتج جديد طرح في الأسواق ... فالتجار والصناع كثيراً ما يعمدون إلى توظيف نسبة كبيرة من رؤوس أموالهم لتعريف الجمهور بمنتجاتهم وترويجها. ولكن من الملاحظ أن ذلك الكم الهائل من الإعلانات الدعائية لا يكاد يخلو من خداع ومبالغة وتلاعب بعواطف الزبون، واستخفاف بعقول الناس، وبذلك تفقد كثيراً من مصداقيتها. وما يهمنا أكثر هو الأطفال الذين هم أكثر تأثراً وتضرراً بما يبث من إعلانات تجذبهم نحوها من ألعاب وأغذية وأطعمة لاتسمن ولا تغني من جوع، ولا تنمي أجيالاً أشداء، ولا تبني أبطالاً أصحاء.

أما آثار الإعلانات على الأطفال من الناحية الأخلاقية فهو أدهى وأمر، لأن بعضها يعلم الطفل حب الذات والأنانية المفرطة وعدم التضحية، بل ربما تعلمه أن يختلس أكلة أو شربة دون علم أمه مثلاً... ثم يقول له ذلك الإعلان (لا تخبر أحداً بذلك !!) ، وربما صور له أن رجل الأمن يترك عمله الذي أنيط به ويتجه ليأكل كيساً من البطاطس، وأمثلة ذلك لا مجال لحصرها.

فأين الرقيب؟ وأين الغيرون على الأجيال؟ وهل عقول الأجيال وأخلاقهم آخر ما نفكر فيه في زحمة الحياة المادية؟

ومن ناحية أخرى، فإن مما يؤخذ على الإعلانات أنها لا تختار الشخص المناسب لأدائها أو تمثيلها، فربما جاءت برجل ليمثل دعاية (لحفاظظ) أطفال مثلاً، أو تأتي بطفل صغير ليروج لمنتج يخص الراشدين أو الكبار، أو ربما استغلت المرأة في الإعلان وذلك مما يسيء إليها ولا يتفق مع عقيدتنا وأصالتنا! والأمثلة على ذلك كثيرة.

ومن أشد الآثار ضرراً وأكثرها سلبية أن الدعاية والإعلانات - على الأعم الأغلب - تؤدي باللهجات العامية بل تغرق فيها. وضرر ذلك لا يخفى وخاصة على الأطفال الذين كان من الأولى والأجدر بهم أن يعلموا كيف يعتزون بلغتهم العربية الفصحى ويستعملونها على الوجه الصحيح، حتى إن بعض الوسائل الإعلامية ذات الطابع الثقافي تنشر وتبث على متون صفحتها بعض الإعلانات بالعامية! فكيف يتفق ذلك مع كونها من دعاة الأصالة وحماة اللغة العربية الفصحى؟

ذلك غيض من فيض، ولكنها دعوة صادقة لإعادة النظر في الإعلانات التجارية من جميع جوانبها المادية والمعنوية على حد سواء، والغاية لا تبرر الوسيلة، فهل من مجيب؟

أول: هات معنى ما بين قوسين في الجمل الآتية:

- [1] أ- فالتجار والصناع كثيراً ما (يعمدون) إلى توظيف نسبة كبيرة من رؤوس أموالهم.
 [1] ب- يعلم الطفل حب الذات والأنانية (المفرطة).
 [1] ت- ربما تعلمه أن (يختلس) أكلة أو شربة.
 [1] ث- ذلك غييض من (فيض).
 [1] ج- الغاية لا تبرر (الوسيلة).

[المجموع الكلي للدرجات: 5]

السؤال الثاني: أعد صياغة كل جملة مما يأتي مستخدماً الكلمة التي بين قوسين بدلاً من الكلمة التي تحتها خط، وغير ما يلزم في الجملة، وذلك على نحو المثال الآتي:

مثال : تطالعنا وتفتح علينا بيوتنا إعلانات تجارية. (إعلان)

الجواب: يطالعنا ويقتحم علينا بيوتنا إعلان تجاري.

- [1] أ- الإعلان أمر مطلوب. (مطلوبان)
 [1] ب- ما يهمنا أكثر هو الأطفال الذين هم أكثر تأثراً وتضرراً. (الطفل)
 [1] ت- ويتجه لياكل كيساً من البطاطس. (ويتجهون)
 [1] ث- إنها لا تختار الشخص المناسب لأدائها. (لم)
 [1] ج- رجل الأمن يترك عمله. (رجال)

[المجموع الكلي للدرجات: 5]

السؤال الثالث: أجب عن الآتي بأسلوبك الخاص:
 (سجلت العلامات أمام كل سؤال. تضاف [5] علامات إلى المجموع الكلي لجودة اللغة المستخدمة في الإجابات. المجموع الكلي للعلامات: 20 = 5 + 15).

- [1] أ- برأي الكاتب، ما الشيء الذي يدخل بيوتنا بدون إرادتنا عبر وسائل الإعلام؟
 [2] ب- متى يكون الإعلان شيئاً مرغوباً فيه؟
 [2] ت- لماذا يوظف التجار والصناع كثيراً من أموالهم؟
 [3] ث- ما الأمور التي لا نتوقعها من الإعلانات؟
 [3] ج- كيف تترك الإعلانات أثراً على الأطفال؟
 [4] ح- ما الهدف الذي يسعى إليه الكاتب في النص؟

[المجموع الكلي للعلامات : 20]

الجزء الثاني

اقرأ النص الثاني الآتي، ثم أجب عن الأسئلة التي تليه:

نحن والتلفزيون

منذ بدايات العقد الستيني بدأ جهاز التلفزيون يدخل البيت العربي. وفي وقت قصير أصبح هذا الجهاز من الضروريات الحياتية، حوله تتجمع الأسرة، ومنه يحصل أفرادها على الخبر والمعلومة والفن والثقافة والتسلية بالقول والصورة معاً.

خلال السنوات القليلة الماضية، لم تعد محطات الإرسال الوطنية المحلية هي المصدر الوحيد لكل ما يظهر على الشاشة الصغيرة. بدأ البيت العربي يتابع ما يدور في العالم كله عندما يبث له من خلال أدوات التقنية الحديثة ما ترسله محطات إرسال قد تبعد عنه عدة آلاف من الأميال، فلم تعد محطة الإرسال الوطنية المحلية هي المصدر الوحيد للبث بل تعمل بجوارها الآن محطات أخرى أجنبية. لاشك أن هذا التنوع الكبير سيزيد من ارتباط الأسرة والفرد بهذا الجهاز. لهذا الارتباط إيجابيات، كذلك له سلبيات.

تحدد إيجابياته بهذا التنوع الكبير للأخبار والمعلومات لجميع فنون العلم والثقافة. لاشك أن هذا التنوع سيقرب بين الشعوب ويزيد من قدرة الأفراد على الوصول إلى المعلومات. ولكن تأتي سلبياته بتعدد وتنوع واختلاف القيم والتقاليد التي تدخل في نسج بعض البرامج والأفلام، والتي لا تناسب ذلك التجمع الأسري أو لا تتناسب مع النسق القيمي للإنسان العربي. كذلك قد يكون ذلك التطور الجديد لوسائل الاتصال مؤثراً على قواعد تربوية تحاول بشكل أو بآخر زرعها وترسيخها في أبنائنا، قواعد تربوية ترمي إلى دفعهم إلى القراءة مثلاً أو إلى الانخراط في أعمال عامة أو إلى العناية بفنون الرياضة.

المهم الآن أننا أمام مفترق طرق، علينا أن نهتم بكل ناتج للتقدم التقني، ولكن علينا كذلك أن نوجد التوازن الذي لا يجعلنا فريسة له، بل أسياداً متحكمين فيه. لهذا أقترح أن يراعي الآباء نوعية البرامج التي يمكن أن يشاهدها الطفل، بالحرص على أن تكون النسبة الكبرى فيها للبرامج التعليمية التي تكون لها فائدة خاصة للأبناء. ولتنفيذ هذا الهدف يجب أن نعلم الطفل كيف يخطط لما يريد أن يشاهده من برامج التلفزيون، وبذلك نمحّه القدرة على الاختيار والتحديد المسبق، ويمكن تحديد يوم في الأسبوع لمشاهدة فيه التلفزيون على الإطلاق، ولا ينصح المتخصصون بجعل الطفل يشعر بانفراده بالتلفزيون، كتخصيص جهاز في حجرته، لأن ذلك لا يجعل هناك فرصة للتحكم بما يشاهده وما لا يشاهده. وأخيراً يجب أن نتلافى تناول الطعام أمام التلفزيون، فعادة تجمع الأسرة حول المائدة والسمير معاً لن تتم إن كان الطعام يقدم أمام التلفزيون.

(العربي، العدد 404 يوليو 1992م - بتصرف)

الرابع: أجب عن الآتي بأسلوبك الخاص:
 جلت العلامات أمام كل سؤال. تضاف [5] علامات إلى المجموع الكلي لجودة اللغة المستخدمة في الإجابات. المجموع الكلي للعلامات: $20 = 5 + 15$.

- [3] أ- كيف غير جهاز التلفزيون حياة الأسرة في الستينات؟
 [2] ب- ما مصادر المعرفة لدى الأسرة العربية في السنوات القليلة الماضية؟
 [3] ت- لماذا سيزداد ارتباط الأسرة والفرد بجهاز التلفزيون؟
 [3] ث- ما التوازن الذي يرمي إليه الكاتب؟
 [4] ج- ما رأي الكاتب في تفرد الأطفال بمشاهدة التلفزيون؟

[المجموع الكلي للعلامات : 20]

السؤال الخامس: أجب عن فرعي السؤال (أ) و (ب) بما لايزيد مجموع الكلمات في الإجابتين معاً عن 140 كلمة :

- [10] أ- لخص من النصين السابقين الجوانب السلبية والجوانب الإيجابية لوسائل الإعلام والإعلان المرئية منها والمقروءة والمسموعة.
 [5] ب- اكتب عن تجربتك الشخصية في بيتك مع أسرتك فيما يخص مشاهدة التلفزيون .

[لجودة اللغة المستخدمة : 5]

[المجموع الكلي للعلامات : 20]

Copyright Acknowledgements:

Questions 1-5 © Samir Salih Al-Jarrah; *Al-Majalla Al-Arabiya*, April 2006.
Questions 1-5 © Deena Tawfiq; *Al-Arabi*, July 1992.

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

University of Cambridge International Examinations is part of the Cambridge Assessment Group. Cambridge Assessment is the brand name of University of