

ARABIC

Paper 2 Reading and Writing

9680/22

October/November 2019

1 hour 45 minutes

INSERT

**READ THESE INSTRUCTIONS FIRST**

This Insert contains the reading passages for use with the Question Paper.

You may annotate this Insert and use the blank spaces for planning.  
This Insert is **not** assessed by the Examiner.

اقرأ هذه التعليمات أولاً

تتضمن هذه الكراسة نصي القراءة لاستعمالهما مع ورقة الأسئلة.

يمكنك أن تستعمل هذه الكراسة والأماكن الفارغة فيها كمسودة للتخطيط لإجاباتك.

لا تُصحح هذه الكراسة من قبل الممتحن.

This document consists of 3 printed pages and 1 blank page.

## الجزء 1

اقرأ النص 1 في هذه الكراسة، ثم أجب عن الأسئلة 1، 2، 3 في ورقة الأسئلة.

## النص 1

## دور الإعلام في تغيير سلوكيات المجتمع

تؤدي أجهزة الإعلام اليوم دورًا مؤثرًا في صناعة الرأي العام، ورسم سلوكيات الناس، وصياغة قرارات الأوطان. فالتطور السريع لأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة جعلها تملك قدرات عالية التأثير يصعب تجاهلها. ومن أهم الوسائل لنقل الثقافات والخبرات بين الدول هي وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمرئية، إذ أضحت تؤثر تأثيرًا كبيرًا في المجتمعات، وتستهدف تغيير سلوك الفرد بطريقة تفكيره.

ولكن تخلت معظم الوسائل عن المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تكون غاية لكل وسيلة تطمح أن يطلق عليها "وسيلة إعلامية". فبدلاً من أن تثبت هذه الوسائل برامج تعليمية وتنقيفية تزيد من مستوى الوعي وترتقي بالمجتمع، أصبح هاجسها المال واستقطاب المُعلنين بإعلاناتهم، خيرها وشرها. وبثت أيضاً سموم ثقافة هابطة صورتها بأنها هي الحضارة والتطور، وما سواها هو الهوان والتخلف.

إن غياب دور "حارس البوابة" لدى الوسائل الإعلامية أدى إلى انفلات إعلامي كبير، إذ باتت الميزانيات الضخمة تُصرف على دعايات لبرامج حوارية ذات مستوى متدنٍ، فتضع المشاهد أمامها لساعتين أو ثلاث تستقبل خلالها اتصالات وكأنّ هناك اختراعاً ما، بينما هو حوار غير أكاديمي، يستخفّ بعقل المشاهد، ويدفعه إلى الاهتمام بصغائر الأمور. لقد باتت القنوات تبحث عن شخص يتبع قاعدة "خالف تُعرف" حتى أصبحت القنوات منبراً للهرج والمرج تثبت ما ينافي الخلق.

إنني أستغرب من بث آلاف القنوات ليلاً ونهاراً لبرامج تنفقر للمهنية والهدف، وذلك يدلّ على تدني ذوق المشاهدين. فريضوخ مُلاك القنوات للمُعلن، ولهتهم وراء المادّة، قد أعمى بصيرتهم. فواجب وسائل الإعلام هو غرس القيم والعادات السامية، وتشجيع الفرد على الإبداع. وبذلك تُعدّ وسائل الإعلام أجيالاً واعية يمكن الاعتماد على نفسها باكتفائها فكرياً وسلوكياً.

إن تأسيس هيئة إعلامية تضع الأهداف والمعايير وتشرف على نوعية البرامج والتقنيات المستخدمة، سوف يرتقي بإعلامنا وبوطننا، وسينقل رسالته إلى الجمهور بجرفية، وهنا يجب دعم وجهة النظر التي تؤمن بقوة تأثير الجمهور في وسائل الإعلام، والعمل على تنمية قدرة الجمهور على التصديّ للتوجهات الرامية للتحكم به من خلال الخيارات التي يلجأ إليها. فكل فرد يستطيع الإحجام عن مشاهدة برنامج ما أو عدم قراءة هذه الصحيفة أو تلك والرجوع إلى الهيئة الإعلامية المستقلة لطرح آرائهم وشكواهم.

## الجزء 2

والآن اقرأ النصّ 2 في هذه الكراسة، ثمّ أجب عن السؤالين 4 و5 في ورقة الأسئلة.

### النصّ 2

#### أثر وسائل الإعلام في المجتمع

لوسائل الإعلام أهمية بالغة في وقتنا الحاضر. فقد جاء تقدّمها الكبير مصاحباً لما يشهده المجتمع من تطوّرات في مختلف نواحي الحياة، كتطوّر أساليب التربية وكيفية الحوار المباشر بين المجتمعات.

ولكن هناك توصيف مبالغ فيه حول تأثير وسائل الإعلام في المجتمع والفرد. فالبعض يتحدّث عن هذا التأثير بدرجة كبيرة يستخف فيها بعقول الناس وبقدرتهم على المحاكمة الجيدة. فوسائل الإعلام في رأيي لها تأثير آني وسطحي وقوّتها مؤقتة، وقد تكون مصدرًا للتسلية والترفيه فقط وليست أداة لتغيير سلوكيات الناس والتحكّم في توجهاتهم. إلّا أنّنا لا ننكر أثر الإعلام، وإنّما نعطيه الأهمية التي يستحقها في الوصول إلى جميع فئات الناس.

وإذا كان دور الإعلام في أية بيئة مجتمعية يتحدّد بالأثر الذي يُحدثه فيها، فمن الممكن أن نقسّم وسائل الإعلام بحسب تأثيرها في المجتمعات إلى قسمين: قسم مؤثر، وقسم غير مؤثر. إذ تلعب المادة الإعلامية المقدمة دوراً أساسياً وفعالاً في تحديد طبيعة هذا الأثر في جميع النواحي: الفكرية، والثقافية، والاجتماعية.

ويختلف قسم وسائل الإعلام غير المؤثرة في الجوهر الأساسي للموضوع، وهو حقيقة الدور الذي يؤديه كل منهما في بناء المجتمع. فوسائل الإعلام غير المؤثرة لا تؤدي أيّ دور في المجتمع، وبالتالي لا تقوده إلى أي اتجاه. وهي غير مَعنية بما تقدّمه للمجتمع وأفراده، ولا تقوم بأكثر من تسلية المُشاهد وترفيهه، فهي لا تعي حقيقة أو أولوية ما يجب أن يقدّم. والقائمون على مثل هذا النوع من وسائل الإعلام هم الذين دخلوا السلك الإعلامي إمّا مصادفة كما يبدو لكثير من المختصين، وإمّا دون رغبة أصيلة في الممارسة الإعلامية. وفي وجهة نظري هذا هو الغالب، وربما دون هدف أو وعي حقيقي بدور المؤسسة الإعلامية لتكون ذات نفع للمجتمع.

وفي القسم ذي التأثير في المجتمع فهو يختلف من حيث وجود الهدف، ووضوح الرؤية والوسيلة التي تساعد على تحقيق الهدف، والقائمون عليه لا يتحرّكون خبط عشواء، إنّما وفق خطط مدروسة، وهم يملكون تصوراً واضحاً لما يريدون الوصول إليه، ويسعون جاهدين إلى تحقيقه وكأنّهم يريدون أن ينشروا ثقافة أو فكرًا أو نمطاً حياتياً وسلوكياً معيناً بين أفراد المجتمع إن كان ذلك إيجاباً أو سلباً.

وهناك من يدّعي غياب دور "حارس البوابة"، فإنني لا أرى مشكلة في ذلك لأنّنا لا نواجه انفلاتاً إعلامياً خطيراً. فالميزانيات الضخمة ما زالت تصرف على برامج هادفة والحوار المستعمل هو حوار جاذب. وبالتالي ليس عدلاً أن تُعت كل البرامج بأنّها غير أكاديمية، وأنّها تعطلّ إحساس مشاهديها وتفكيرهم. وأولئك الذين يتبعون قاعدة "خالف تعرف" في برامجهم معروفون لدى أفراد أي مجتمع، وليس لديهم رصيد شعبي ولا نسبة متابعة عالية في المجتمعات.

**BLANK PAGE**

---

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.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge Assessment International Education Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at [www.cambridgeinternational.org](http://www.cambridgeinternational.org) after the live examination series.

Cambridge Assessment International Education is part of the Cambridge Assessment Group. Cambridge Assessment is the brand name of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which itself is a department of the University of Cambridge.