

BACCALAURÉAT GÉNÉRAL

SESSION 2018

ARABE

LANGUE VIVANTE 1

Durée de l'épreuve : **3 heures**

Séries **ES** et **S** – coefficient : **3**

Série **L** Langue vivante obligatoire (LVO) – coefficient : **4**

Série **L** LVO et Langue vivante approfondie (LVA) – coefficient : **8**

*L'usage du dictionnaire bilingue est autorisé,
à l'exception des dictionnaires électroniques.*

Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 5 pages numérotées de 1/5 à 5/5.

Répartition des points

Compréhension de l'écrit	10 points
Expression écrite	10 points

Document 1 :

أثارت صورة المرأة المغربية في الإعلام الكثير من الجدل، ذلك أنّ هذه الصورة أصبحت في الغالب نمطية¹ يتم تكريسها² بتكرارها وبثها عبر الإعلانات³ التلفزيونية. وبما أنّ وسائل الإعلام أصبحت تأخذ حيّزاً كبيراً من الحياة اليومية حتّى لم يعد من المستطاع التخلّي عنها والإفلات من سلطتها ، فإنّ مراقبات ومُراقبين مغاربة يدقّون ناقوس الخطر لتدارك الوضع .

وصرّحت خديجة شاكري ، باحثة مغربية في مجال الإعلام السمعي البصري ، لجريدة « القدس العربي » أنّ الرسائل التي يتمّ تمريرها عبر الإشهار تحصر المرأة في قالب الأعمال المنزلية . وتضيف: « في الإعلانات المغربية نلاحظ أنّ المرأة تُقدّم في الصورة التقليدية. فهذه الإعلانات تقدّم المرأة كأنّها بعيدة عن الوعي أو الثقافة . إنّنا نلاحظ دائماً تطوّر الأجهزة الإلكترونية ، لكن الصورة النمطية للمرأة لم تتغيّر مع تغيّر التكنولوجيا. فالصورة هي ذاتها كما كانت في إعلان لمسحوق غسيل شهير في الستينيات » .

وتلاحظ الباحثة أنّ المرأة تأتي دائماً في دور « الزوجة التي تسعى إلى إرضاء زوجها عبر غسل الملابس . وينعتونها بالمرأة الذكية لأنّها اختارت مسحوق غسيل جيّد وكأنّ ذكاء المرأة يُقاس بشطارتها في الأشغال المنزلية » . وتعتبر خديجة شاكري أنّ الإعلانات التجارية المغربية تقلّص دور المرأة و« تتعامل معها كمجرّد شيء لا أكثر ، مُغفلة أنّها من الممكن أن تكون طبيبة أو مهندسة أو صحافية أو أستاذة... وغيرها من المهن » . أمّا الإعلانات التي تخصّ الرجال ، فيُمثّل فيها الرجل « في أحسن حالته وهو يلبس بدلة جميلة ويحمل حقيبة العمل ثمّ يسوق سيّارة فخمة » .

كلّ هذا يستوجب بحسب الباحثة « إنشاء حركة نسوية جديدة في المغرب » تضع الدفاع عن صورة المرأة في الإعلانات التجارية التلفزيونية أولويّة لها.

مصعب السوسي ، « القدس العربي » ، 1 سبتمبر 2014 . (بتصرّف)

¹ Stéréotype

² Consécration

³ Publicités

Document 2 :

أنا كيان مثن إعلان

قبل بعد

أحد المتاجر في رام الله يروج لمنتج تنحيف للنساء يحول مقاسات الجسد إلى مقاسات خيالية وأشبه بالدمية البلاستيكية

HEINRICH BÖLL STIFTUNG
PALESTINE & JORDAN بدعم وتمويل من:

حملة بنت البلد Mapping Her

تغيير للإعلام المجتمعي TAGHYEER - SOCIAL MEDIA

#mappingher_البلد

Document 3 :

كشفت دراسة حديثة بأن النساء اللواتي يشغلن مناصب المسؤولية في القطاع العام المغربي يتفوقن على الرجال من حيث المستوى التعليمي . ولفنت الدراسة الانتباه إلى الارتفاع في نسبة النساء اللواتي يشغلن مناصب المسؤولية خلال العقد الأخير في المغرب ، حيث ناهزت النسبة 16% سنة 2012 ، مقابل 10% سنة 2002 .

حسن الأشرف ، موقع « العربية » ، 13 أبريل 2013 . (بتصرف)

Travail à faire par le candidat

REMARQUES GÉNÉRALES POUR L'ENSEMBLE DES EXERCICES PROPOSÉS :

Le candidat devra présenter les exercices dans l'ordre

et numéroté les réponses conformément au sujet.

Les réponses en arabe ne seront pas vocalisées.

I. COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT

اقرأ الوثائق وأجب على الأسئلة التالية :

Tous les candidats traiteront les questions suivantes.

1. ما هو نوع الوثيقة 1 وما هو موضوعها؟
2. كيف يُقدّم الإعلام المرأة حسب خديجة شاكري (الوثيقة 1) .
3. ما هو الحلّ الذي تقترحه الباحثة لتحسين صورة المرأة في الإعلام ؟
4. قارن بين صورة المرأة وصورة الرجل في الإعلانات التجارية حسب الوثيقة 1؟
5. ما هو موضوع الوثيقة 2 ؟ برّر جوابك ؟

Seuls les candidats composant au titre de la LVA (Langue vivante approfondie) traiteront la question suivante.

6. كيف تُقدّم المرأة في الوثيقة 3 ؟ برّر جوابك.

II. EXPRESSION ÉCRITE

Afin de respecter l'anonymat de votre copie, vous ne devez pas signer votre composition, citer votre nom, celui d'un camarade ou celui de votre établissement.

Seuls les candidats des séries S et ES et ceux de la série L qui ne composent pas au titre de la LVA (Langue vivante approfondie) traiteront la question suivante.

1. عالج بالعربية أحد الموضوعين التاليين :

أ . أنت صحفي وتقوم بمقابلة مع الباحثة خديجة شاكري (الوثيقة 1) . تخيل هذه المقابلة . (في 12 سطراً على الأقل) .

ب . أكتب مقالاً يقدم صورة المرأة في الإعلانات التجارية العربية ويقترح حلولاً لتغيير هذه الصورة . (في 10 أسطر على الأقل) .

Tous les candidats traiteront la question suivante :

(25 lignes minimum pour les candidats composant au titre de la LVA / 15 lignes minimum pour les autres)

2. عالج بالعربية أحد الموضوعين التاليين :

أ . في رأيك هل يمكن أن تتغير حملة « أنا كيان مش إعلان »⁴ صورة المرأة في العالم العربي؟ برّر جوابك معتمداً على ما درسته في محور " أماكن وأشكال السلطة " .

ب أكتب مقالاً تدافع فيه عن حقوق المرأة في البلدان العربية .

⁴ " أنا كيان ولستُ إعلاناً " .