
ARABIC LANGUAGE

8680/22

Paper 2 Reading and Writing

October/November 2019

MARK SCHEME

Maximum Mark: 70

Published

This mark scheme is published as an aid to teachers and candidates, to indicate the requirements of the examination. It shows the basis on which Examiners were instructed to award marks. It does not indicate the details of the discussions that took place at an Examiners' meeting before marking began, which would have considered the acceptability of alternative answers.

Mark schemes should be read in conjunction with the question paper and the Principal Examiner Report for Teachers.

Cambridge International will not enter into discussions about these mark schemes.

Cambridge International is publishing the mark schemes for the October/November 2019 series for most Cambridge IGCSE™, Cambridge International A and AS Level components and some Cambridge O Level components.

This document consists of **6** printed pages.

Generic Marking Principles

These general marking principles must be applied by all examiners when marking candidate answers. They should be applied alongside the specific content of the mark scheme or generic level descriptors for a question. Each question paper and mark scheme will also comply with these marking principles.

GENERIC MARKING PRINCIPLE 1:

Marks must be awarded in line with:

the specific content of the mark scheme or the generic level descriptors for the question
the specific skills defined in the mark scheme or in the generic level descriptors for the question
the standard of response required by a candidate as exemplified by the standardisation scripts.

GENERIC MARKING PRINCIPLE 2:

Marks awarded are always **whole marks** (not half marks, or other fractions).

GENERIC MARKING PRINCIPLE 3:

Marks must be awarded **positively**:

marks are awarded for correct/valid answers, as defined in the mark scheme. However, credit is given for valid answers which go beyond the scope of the syllabus and mark scheme, referring to your Team Leader as appropriate
marks are awarded when candidates clearly demonstrate what they know and can do
marks are not deducted for errors
marks are not deducted for omissions
answers should only be judged on the quality of spelling, punctuation and grammar when these features are specifically assessed by the question as indicated by the mark scheme. The meaning, however, should be unambiguous.

GENERIC MARKING PRINCIPLE 4:

Rules must be applied consistently e.g. in situations where candidates have not followed instructions or in the application of generic level descriptors.

GENERIC MARKING PRINCIPLE 5:

Marks should be awarded using the full range of marks defined in the mark scheme for the question (however; the use of the full mark range may be limited according to the quality of the candidate responses seen).

GENERIC MARKING PRINCIPLE 6:

Marks awarded are based solely on the requirements as defined in the mark scheme. Marks should not be awarded with grade thresholds or grade descriptors in mind.

| Question | Answer | Marks |
|----------|--|-------|
| 1(a) | التأثير في صياغة قرارات الأوطان: تشكيل/ تكوين | 1 |
| 1(b) | تطمح أن يطلق عليها (وسيلة إعلامية): تتطلع/ تصبو | 1 |
| 1(c) | ينافي الخلق: يعارض/ يتعارض/ يجافي/ يخالف | 1 |
| 1(d) | رضوخهم للمعلن: انصياعهم/ استسلامهم/ خضوعهم | 1 |
| 1(e) | الإحجام عن مشاهدة برنامج ما: الابتعاد/ الهجر/ الامتناع | 1 |

| Question | Answer | Marks |
|----------|---|-------|
| 2(a) | وتستهدف تغيير سلوك الفرد وطريقة تفكيره. (الأفراد) وتستهدف تغيير سلوك الأفراد وطريقة تفكيرهم. | 1 |
| 2(b) | هي ترتقي بالمجتمع. (هُنَّ) هُنَّ يرتقين بالمجتمع. | 1 |
| 2(c) | وكانَّ هناك اختراعًا ما. (كان) وكان هناك اختراع ما. | 1 |
| 2(d) | وذلك يدلُّ على تدنِّي ذوق المشاهدين. (يجب ألا) يجب ألا يتدنَّى ذوق المشاهدين. | 1 |
| 2(e) | سوف يرتقي بإعلامنا وبوطننا. (لم) لم يرتقِ بإعلامنا وبوطننا. (لم) | 1 |

| Question | Answer | Marks |
|----------|--|-------|
| 3(a) | صناعة الرأي العام. رسم سلوكيات الناس/ تغيير سلوك الفرد وطريقة تفكيره. صياغة قرارات الأوطان. | 3 |
| 3(b) | أصبح هاجسها المال. استقطاب المُعلِنين بإعلاناتهم. ويث سموم ثقافة هابطة. ويقبل: تجاهل بث برامج تعليمية وتنقيفية تزيد من مستوى الوعي المجتمعي. | 3 |
| 3(c) | غياب الرقابة الإعلامية/ صرف ميزانيات ضخمة على دعايات وبرامج هابطة. الاستخفاف بعقل المشاهد/ دفع المشاهد إلى الاهتمام بصغائر الأمور. أصبحت القنوات منبرا للهرج والمرج/ تبث ما ينافي الخلق | 3 |
| 3(d) | تدني ذوق المشاهدين. رضوخ مُلَّاك القنوات للمُعلِن. لهتهم وراء المادّة. | 3 |
| 3(e) | تأسيس هيئة إعلامية تضع الأهداف وتشرف على نوعية البرامج دعم وجهة النظر التي تؤمن بقوة تأثير الجمهور في وسائل الإعلام. العمل على تنمية قدرة الجمهور على التصدي للتوجهات الرامية للتحكم به. | 3 |

| Question | Answer | Marks |
|----------|--|-------|
| 4(a) | تطوّر أساليب التربية كيفية الحوار المباشر بين المجتمعات. | 2 |
| 4(b) | تأثير آني وسطي/ قوتها مؤقتة. مصدر للتسلية والترفيه فقط/ ليست أداة لتغيير سلوكيات الناس والتحكّم في توجهاتهم | 2 |
| 4(c) | حسب تأثيرها في المجتمعات. دور المادة الإعلامية المقدمة. | 2 |

| Question | Answer | Marks |
|----------|--|-------|
| 4(d) | القائمون على وسائل الإعلام الهابط هم الذين دخلوا السلك الإعلامي إمّا مصادفة، وإمّا دون رغبة أصيلة في الممارسة الإعلامية. دون هدف أو وعي حقيقي بدور المؤسسة الإعلامية. | 3 |
| 4(e) | وجود الهدف. وضوح الرؤية والوسيلة لتحقيق الهدف. لا يتحركون خبط عشواء/ يملكون تصورا واضحا. | 3 |
| 4(f) | لا وجود لانفلات إعلامي خطير. الميزانيات الضخمة ما زالت تصرف على برامج هادفة. الحوار المستعمل هو حوار جاذب. ويقبل: المخالفون ليس لديهم رصيد شعبي أو نسبة متابعة عالية. | 3 |

| Question | Answer | Marks |
|----------|--|-------|
| 5(a) | <p>أهم أفكار النص الأوّل:</p> <p>ما وجهة نظر كل كاتب في إيجاد إعلام هادف؟ يجب أن تُبثّ هذه الوسائل برامج تعليمية وتنقيفية/ أن لا تبث سموم ثقافة هابطة ألا يكون هاجسها المال/ عدم اللهث وراء المادة أن يكون هناك دور "حارس البوابة" / تأسيس هيئة إعلامية مستقلة لدور إشرافي. أن تصرف الميزانيات الضخمة على برامج حوارية هادفة/ عدم الاستعانة بمن يساهم في تحويل القنوات إلى منبر للهرج والمرج. عدم رضوخ مُلاك القنوات للمُعَلِّين غرس القيم والعادات السامية/ تنمية قدرة الجمهور على التصدي للتوجهات السلبية</p> <p>أهم أفكار النص الثاني:</p> <p>يجب أن تقوم بأكثر من تسلية المُشاهد وترفيهه الاهتمام بالمادة الإعلامية المقدمة الإعلاميون يجب أن يكون لديهم رغبة أصيلة في الممارسة الإعلامية/ أصحاب خبرة وعي حقيقي بدور المؤسسة الإعلامية وضوح الرؤية والوسيلة التي تساعد على تحقيق الهدف/ أن يتحرّكوا وفق خطط مدروسة/ لا يتحركون خبط عشواء</p> | 10 |
| 5(b) | <p>مثال ب:</p> <p>لم أصدق ما أسمع من أستاذي. لقد أخبرني بأن مدير مدرستي يريدني أن أشارك في نشاط إذاعة مدرستي. فرحت أيما فرح وأسرعت إلى والديّ وأخبرتُهما عما سمعت. أعددت مجموعة من الأسئلة وطرحتها على مدرس الرياضة البدنية وعلى بعض أعضاء فريق مدرستنا لأنهم ربحوا مباراة كرة القدم. كان الطلاب في غاية السعادة.</p> | 5 |