

سلم مادة الإعلان الإذاعي والتلفزيوني:

أولاً: أجب عن الأسئلة الثلاثة التالية بإيجاز شديد: (١٠ درجات لكل سؤال)

- ماذا يعني مصطلح "الدعاية التجارية":
يعني مصطلح الدعاية الترويج الفكري الاجتماعيين القائم على الدعوة للأفكار، والسلع غير التجارية (٣ درجات) بينما يعني غرافاها باتجارية الترويج للإعلانات التجارية القائمة على السلع الاقتصادية، ٣ درجات، وهذا يؤكد وجود مدرستين الأولى تجمع الإعلان التجاري بالفكرين والثانية تفصل بينهما ٤ درجات، المجموع $3+3+4 = 10$ درجات
- عدد القاعدتين الأخلاقيتين الواجب الالتزام بهما لإعلانات الأدوية وفق ما حدده اتحاد إذاعات الدول العربية:
الأول الحصول على موافقة وزارة الصحة بالدولة المعنية (٥ درجات)، والثاني عدم الإعلان عن الأدوية التي تتطلب وصفة طبية (٥ درجات)، المجموع ١٠ درجات،
- بإيجاز شديد، ما المرحلة التي تتوسط مراحل خلق الفكرة الرئيسية الخمسة، والتي دونها لا يمكن الوصول لفكرة تحقق الحداثة والصورة الذهنية الإيجابية.
المرحلة التي تتوسط: ترك العقل الباطن يفكر بالمعلومات والأفكار الرئيسية والثانوية، ويتعامل الذهن معهان ليولد الفكرة (١٠ درجات)

ثانياً: أجب عن السؤاليين التاليين: (١٥ درجة لكل سؤال)

- المسألتان الواجب تحديدهما لتحقيق توازن الجانب الصوتي مع الجانب المرئي في الإعلان التلفزيوني ضمن السيناريو الموضح بالصور، هما: أولاً تحديد عدد المشاهد وترتيبها (٧.٥ درجة)، والثانية تحديد عدد كلمات النص الإعلاني (٧.٥ درجة)، المجموع: $7.5 + 7.5 = 15$ درجة).
- عدد المؤثرات التي تساعد على ظهور الإعلان الكرتوني في التلفزيون: ٤ تعدادات، ٤ درجات للتعدادات الثلاثة الأوائل، و ٣ درجات للتعداد الرابع، المجموع $(4+4+4+3) = 15$ درجة، والتعدادات هي: (عدسة الزووم (Zoom) بدرجة مقربة جداً (Close-up)، والحركة الأفقية للكاميرا من اليمين إلى اليسار او بالعكس (Pan)، والحركة الدوارة عبر منضدة تتحرك بسرعة ٣٦٠ درجتين (Spin)، والخدع البصرية.

(صفحة ١)

ثالثاً: أجب عن الأسئلة التالية من الإعلان المقدم:

(أ) ما يتعلق بالفكرة: الطرق التي يمكن التعبير عنها فيما يخص الأفكار المتستجة الرئيسية التي تحدد عند وضع الفكرة الرئيسية للإعلان والأفكار الثانوية الخاصة بها؟ وهي خمس تعدادات لكل تعداد ٣ درجات $٥ \times ٥ = ١٥$ درجة، والتعدادات الخمسة الواجب مناقشتها: (توضيح خصائص السلعة أو الخدمة المعلن عنها، وتوضيح طريقة استخدامها، وتوضيح المميزات التي تنفرد بها، وتوضيح الخصائص الجديدة للسلعة، أو الخدمة المعلن عنها) وتوضيح خصائص المنشأة المنتجة ودورها في الإنتاج والتوزيع.

(ب) ما يتعلق بالصيغة: ما صيغة الإعلان السابق؟ (الحوارية) ٢ درجة، وخصائصها ٤ خصائص (اثبت اسم السلعة، ومنح المتلقي الإحساس بأهميتها، وإضفاء نوعاً من الحيوية عليها، والمساعدة في التركيز على أكثر من نقطة بيعية (لكل تعداد ١ درجة $٤ \times ٤ = ١٦$ درجات، والمآخذ ٤ درجات لكل تعداد درجة، وهي سذاجة الحوار، والمبالغة في الأداء، والتكلفة المرتفعة، وعدم اختيار الأصوات المناسبة، وتنتمي للصيغة الدرامية ٢ درجة، والفارق بينها وبين التمثيلية: ينتميان لنفس الصيغة الدرامية لكن الفارق بينهما بالتمثيلية صراع وحكمة وبالحوارية: حوار دون صراع أو قصة وحل، أو مقابلة سؤال وجواب، المجموع $(٢+٤+٤+٢+٣) = ١٥$ درجة

(ج) حقق استخدام المشاهير للإعلان السابق مع أنواع الرموز التي يمكن الاعتماد عليها في الإعلان؟ ٣ تعدادات لكل تعداد ٣ درجات $٣ \times ٩ = ٢٧$ درجة، وهي: تمييز السلعة عن منافساتها، وإضفاء نوع من الهيبة عليها، ووعقناع المتلقي بأن مزايا السلعة مؤكدة ومحقة عبر ربطها بالمشاهير، ودرجة واحدة لأنواع المشاهير، وهي نجوم، وخبراء مختصين، وشهود عيان مستخدمين ومجربين للسلعة، المجموع: $٣+٣+٣+١ = ١٠$ درجات

المجموع النهائي للدرجات: س١ (١٠+١٠+١٠) + س٢ (١٥+١٥) + س٣ (١٥+١٥+١٠) = ١٠٠ درجة العلامة الكلية