



15 درجـــــة

**اقرأ النص التالي، للصّحفية (عبير غانم) بعنوان (التّسوق الالكتروني ماله وما عليه) ثم أجب عما يليه من أسئلة:**

1. **أصبحت شبكة (الإنترنت) جزء لا يتجزأ من الحياة اليوميّة للكثيرين منا، وهي في مجال التّسوق تمثّل**

**أهميّةً بالغةً ولا غنى عنها في حياة عدد كبير من النِّساء، فالمرأة إذا كانت عاملة فهي مشغولة لدرجة لا تسمح لها بإضاعة ساعاتٍ من وقتها في التّسوّق، وإذا كانت تلك المرأة ربّة منزلٍ فلن تسهل عليها التّضحية بالوقت والجهد في التّسوُّق لتلبية احتياجات المنزل والأبناء وتوفير مستلزماتهم، لذلك فإن المرأة توّاقة إلى التّسوُّق الإلكتروني.**

1. **ويُعدُّ الإعلان الإلكتروني عبر (الإنترنت) من أكثر وسائل التّرويج جاذبية وانتشارًا في ظلِّال الاتجاه نحو التّسويق الإلكتروني فالإعلان المُباشر عبر (الإنترنت) يتزايد بمُعدَّل (12%) سنويّا، وقد قدّمت التّجارة الإلكترونية مفهوما جديدا للإعلان، وهو أنّ الشّركات تقدِّم رسائلها التّرويجية بشكلٍ مُتَعَمَّدٍ إلى بيئاتٍ مُسْتَهدَفةٍ من خلال مواقعَ إلكترونيّةٍ مُحدَّدةٍ يتوقعون أن تكون جماهيرها قادرة على تمييزها وإدْراكِها، ولا سيّما جمهور النّساء.**
2. **صحيحٌ أنَّ التَّسوق الإلكتروني في الدُّول العربيّة لا يُقارن بالكثير من الدُّول الأوروبيَّة والأمريكيّة، ولكن يكفي أن نعلم أن الإحصائيات تُشيرُ إلى التّزايد الهائِل في الإقبال على التّسوّق عبر (الإنترنت)، ففي بريطانيا وحدها أُغْلِقَت (25%) من المَحالِّ التِّجارية الصَّغيرة والمُتوسِّطَة، وحقَّق التَّسوُّق الإلكتروني طِبْقًا للتَّقارير الرَّسمِيّة في بريطانيا عام (2012) أكثر من (77) مليار جُنيه إسترليني، وهي أرقام ضَخْمَةٌ تُؤكِدُ حقيقةً مفادُها أنَّ التّسوُّق التَّقليديَّ بدأَ في الانهيار فِعْلًا ، وأنّهُ عاجِلًا أو آجِلًا سيسطعُ هذا النّجْمُ التِّجاريَّ الجديد في سماء عالمنا العربيّ لا محالة، وإذا كان الأمر كذلك فلْنَتَعرْف على ميّزات التَّسوُّق عبْرَ الإنترنت وعيوبه.**
3. **إنَّ التّسوُّق عبر شبكة (الإنترنت) يُتيحُ إمكانية المُقارنة بين أكثر مِن موقِع يقوم بِعَرْضِ السِّلْعةِ نَفْسِها؛ ممّا يُحَقِّق الحُصولَ على أقَلِّ سِعْرٍ وأعلى جودة، وثمّة مواقع تُقَدِّم تسهيلاتٍ فيما يخُصُّ مصاريف الشّحنِ وغيْرها، ومن خِلال تعامُلِ النِّساء مع المواقعِ المُخْتلفة يُصْبِحْنَ أكْثرَ خِبْرةً بالمواقع المُمَيَّزةِ الّتي تُقدِّم خِدْمةً كاملةً، فضْلًا عنْ أنَّ التّسوق عبر شبَكةِ (الإنترنت) أكثرُ راحةً للمَرْأَةِ، إذ تشتري مُستلزماتها كُلّها وهي جالسة على أريكتها في المنزل.**

**ومن أكثر المحاسِن التي تجدُها النّساء في التّسوّق عبر شبكة (الإنترنت) هو أنَّ المتاجر الإلكترونيَّة لا تُغْلُق أبوابها كالمتاجر التَّقليديّة، ثمَّ إنَّ التَّسوُّق من المتاجر الإلكترونيَّة لا يحتاج إلى مُغادرة المنزل أو تحمُّل نفقات انتقال ٍأو نفقات السَّيّارة من وقودٍ وتكْلُفةِ أماكن الانتظار، وقد يُساعد التَّسوُّق عبر (الإنترنت) في البحث خلال ثوان عمّا تحتاجه مهندسة الدّيكور-مثلًا-من مستلزماتِ عملها من إضاءة وورق حائطٍ وغير ذلك، كما أن هناك بعض السّلع التي تتوافر عبر (الإنترنت) ولا تجِدُها سيّدة المنزل في المتاجر المحلِّيَّة.**

1. **ولكن الأمر لا يقتصر على المحاسن فقط، فهناك الكثير من المساوئ للتَّسوُّق الإلكترونيّ، إذ تروي نساء وسيّداتُ أعمالٍ تجارب غير مُشجِّعة مع المتاجر الإلكترونيَّة، إذ تقول إحدى السيّدات اللواتي اعتدن التّسوق عبر (الإنترنت) إنها تعرّضت إلى عمليّة نصْب عند تسوقها الإلكترونيّ بسبب تعاملها مع موقع غير موثوقٍ، فقد تنافت سمات المُنتج الذي قامت بشرائه مع كلّ الميّزات الوهميّة التي أسهب الموقع في وصفها، وهي بدورها صدّقت هذه الميّزات.**

**وهناك عيوبٌ أخرى تسْرُدُها بعض النّساء اللاتي يَقُمْن بالتَّسوق الإلكتروني؛ إذ تقول إحداهنَّ إنّها توقفت عن هذا النّوع من التّسوق بسبب عدم تمكنها من التّفاوض حول سعر المنتج أو مواعيد التّسليم وغير ذلك من الأمور لعدم وجود تواصل وجههًا لوجه بين العميل والبائع، وتقول أخرى إنّها لا تستطيع فحص البضائع قبل الشراء بل تكتفي برؤية الصورة فقط، كذلك عند اختيار لون معيّن مثلا تجِدُ عند التّسليم لونا آخر مُخالِفا لذاك الذي قامت باختياره،**

**أو تجد المنتج مخالفا للصورة التي تخيّلتها عنه، وإذا قرَّرت ألا تسْتَلِم المنتج عليك دفع مصاريف الشّحن في جميع الأحوال.**

1. **وقد أصدر جهاز حماية المستهلك بعض الإرشادات والنّصائح للمتسوقين عبر المواقع الإلكترونية، ومن ذلك:**

* **التّجول بين المواقع المختلفة قبل القيام بعملية الشراء، حيث يمكن للمتسوق مقارنة الأسعار والمواصفات الخاصّة بكل سلعة يريد شراءها.**
* **الحرص على أن يكون رصيد هذه البطاقة يتناسب مع قيمة مشترياتك عبر (الإنترنت).**
* **التّسوّق عبر مواقع آمنة تحظى بالسّمعة الطّيبة، ولا سيما تلك المواقع التي تزرع الثقة بينها وبين المتعاملين، وتحافظ على سرية البيانات وأرقام البطاقة الائتمانية التي يستخدمها المتسوق عند عملية الشراء.**
* **تجنب ارسال معلومات الى الموقع الذي تقوم بالشِّراء منه، أو إعطاء أيّة تفاصيلَ وبياناتٍ عن البطاقة الائتمانيّة عبر البريد الإلكترونيّ أو غُرف المحادثة.**
* **استعمال بطاقة ائتمانية واحدة فقط للشراء عبر(الإنترنت)، وذلك حتى يُسهِّل عَليك اكتشاف أيّ محاولة لاستعمال بطاقتك.**
* **الاحتفاظ بنسخة من أمر الشّراء، وليكن العميل صبورا عند القيام بطباعته، أو الاحتفاظ به في القرص الصّلب.**

**إن جهاز حماية المستهلك يهيب بالمتسوقين عبر شبكة (الإنترنت) أن يقرؤوا البيانات الإيضاحية للسلع المعروضة للبيع، والتأكد من تكلفة النّقل والتوصيل للمستهلك، والحذر من الوقوع فريسة للسِّلع المغشوشة نتيجة عدم إمكانية مشاهدة المنتج قبل الشراء.**

1. **اختر الإجابة الصحيحة للأسئلة من (1) حتى (9) برسم دائرة حول رمزها الصحيح: (1×9)**

**1. ما المفهوم الجديد الذي قدّمته التّجارة الإلكترونية للإعلان؟**

1. التّـــــــــــــــركيز على النّــــــــــــــساء في الرَّســـــــــائل التّرويجيّة.
2. التّوجه إلى الجماهير القادرة على تمييز الرّسائل التّرويجية وإدراكها.
3. خــــــــــــــــــــلق بيئــــــــــــــــــات إلكتــــــــــــرونية مستهـــــــدفة.
4. الابتعـــــــــــــاد عن نشــــــــــر الرّســــــــــــــــائل الترويجية بكثافة.

**2. المواقع الإلكترونية تزرع الثقة بينها وبين المتعاملين، ما نوع الصورة في هذه العبارة؟**

1. تشبيه مُفَصّل.
2. استعارة تصريحيّة.
3. تشبيه مُجْمل.
4. استعارة مكنيّة.

**3. المتاجر الإلكترونية لا تغلق متاجرها، ما صيغة اسم الفاعل من الفعل تُغْلِقُ؟**

1. مُغْلَقٌ.
2. مُغْلِق.
3. غالِق.
4. مَغْلوقٌ

**4. وقد قَّدَّمت التّجارة الإلكترونيّة مفهوما جديدا للإعلان، ما الصّفة المشبهة في هذه العبارة؟**

1. تجارة.
2. جديدا.
3. مفهوما.
4. إعلان.
5. **إن جهاز حماية المستهلك يهيب بالمتسوقين عبر شبكة (الإنترنت) أن يقرؤوا البيانات الإيضاحيّة للسّلع.**

* **أي الكلمات التّالية أكثر دقّة في أداء معنى ما وضع تحته خط.**

1. يطلب.
2. يوجّه.
3. يُناشِد.
4. ينْصَحُ.

**6. "استخدام الّدّعاية وأساليب التّسويق التّفاعلية مع العملاء. أي الفِقَر الآتية أكثر تأكيدا على هذه الفكرة.**

1. الأولى.
2. الثانية.
3. الثالثة.
4. الرابعة.

**7. لم حثّ جهاز حماية المستهلك العميل على استخدام بطاقة واحدة عند الشراء الإلكتروني؟**

1. لكي يسهل على المتجر الإلكتروني تسجيل رقم بطاقة الائتمان الخاصة بالعميل.
2. لكي يحصل العميل على أقلّ سعر ممكن ثمنا لمشترياته.
3. لكي يسهل على العميل معرفة من يحاول استخدام بطاقته الائتمانية.
4. لكي يسهل على المتجر الإلكتروني إيصال البضاعة إلى عنوان العميل.

**8. ما الدليل الذي ساقته الكاتبة لإثبات أن التّسوّق الإلكتروني قد أصبح أمرا واقعا في الأسواق الأوروبية؟**

1. زحف التّسوق الإلكتروني إلى البلدان العربية.
2. إقبال النساء في أوروبا على التّسوق الإلكتروني.
3. عجز كثير من المتاجر الصغيرة والمتوسطة عن منافسة السوق الإلكتروني.
4. استخدام كثير من الأوروبيين شبكة (الإنترنت) في الحياة اليوميّة.

**9. ما الفكرة المحورية للمقال؟**

1. المقارنة بين التسوق الإلكتروني والتسوق التقليدي.
2. إيجابيات التسوق الإلكتروني وسلبياته.
3. أهمية التسوق الإلكتروني بالنسبة للنساء.
4. أثر التسوق الإلكتروني في اقتصاد السوق

**ب. من خلال فهمك النص المعلوماتي السابق، أجب عن الأسئلة التالية: (6.د)**

**10. استخرج صيغة مبالغة من السطر الملون في الفقرة الأولى، واذكر وزنها الصّرفي والفعل الذي صيغت منه.**

|  |  |
| --- | --- |
| **صيغة المبالغة** | **وزنها الصّرفي** |
| ............................................. | ............................................. |

**11. وإلا بات قَلِقا من إمكانية تعرُّضه لعملية احتيال. استخرج من هذه الجملة صفة مشبهة، ثم بين وزنها وفعلها وفق الجدول.**

|  |  |
| --- | --- |
| **الصفة المشبهة** | **وزنها** |
| ............................................. | ............................................. |

**12. وأنه عاجلا أو آجلا سيسطع هذا النجم التّجاري الجديد. اشرح هذه الصّورة الفنية، مبينا أثرها في نفسك 2.د**

.............................................................................................................................................

.............................................................................................................................................

**13. هل ترى أن ما ذكرته الكاتبة من أن المرأة لا تحب أن تضحي بالوقت والجهد في التسوق التقليدي صحيحا؟ علل ما تذهب إليه. 2.د**

.............................................................................................................................................

.............................................................................................................................................

.............................................................................................................................................

.............................................................................................................................................

**السؤال الأول: أجب عن الأسئلة برسم دائرة حول رمزها الصحيح: 9.د**

* 1. **ما المفهوم الجديد الذي قدّمته التّجارة الإلكترونية للإعلان؟**

1. التّـــــــــــــــركيز على النّــــــــــــــساء في الرَّســـــــــائل التّرويجيّة.
2. التّوجه إلى الجماهير القادرة على تمييز الرّسائل التّرويجية وإدراكها.
3. خــــــــــــــــــــلق بيئــــــــــــــــــات إلكتــــــــــــرونية مستهـــــــدفة.
4. الابتعـــــــــــــاد عن نشــــــــــر الرّســــــــــــــــائل الترويجية بكثافة.
   1. **المواقع الإلكترونية تزرع الثقة بينها وبين المتعاملين، ما نوع الصورة في هذه العبارة؟**
5. تشبيه مُفَصّل.
6. استعارة تصريحيّة.
7. تشبيه مُجْمل.
8. استعارة مكنيّة.
   1. **المتاجر الإلكترونية لا تغلق متاجرها، ما صيغة اسم الفاعل من الفعل تُغْلِقُ؟**
9. مُغْلَقٌ.
10. مُغْلِق.
11. غالِق.
12. مَغْلوقٌ.
    1. **وقد قَّدَّمت التّجارة الإلكترونيّة مفهوما جديدا للإعلان، ما الصّفة المشبهة في هذه العبارة؟**
13. تجارة.
14. جديدا.
15. مفهوما.
16. إعلان.
    1. **إن جهاز حماية المستهلك يهيب بالمتسوقين عبر شبكة (الإنترنت) أن يقرؤوا البيانات الإيضاحيّة للسّلع.**

**أي الكلمات التّالية أكثر دقّة في أداء معنى ما وضع تحته خط.**

1. يطلب.
2. يوجّه.
3. يُناشِد.
4. ينْصَحُ.
   1. **"استخدام الّدّعاية وأساليب التّسويق التّفاعلية مع العملاء. أي الفِقَر الآتية أكثر تأكيدا على هذه الفكرة.**
5. الأولى.
6. الثانية.
7. الثالثة.
8. الرابعة.
   1. **لم حثّ جهاز حماية المستهلك العميل على استخدام بطاقة واحدة عند الشراء الإلكتروني؟**
9. لكي يسهل على المتجر الإلكتروني تسجيل رقم بطاقة الائتمان الخاصة بالعميل.
10. لكي يحصل العميل على أقلّ سعر ممكن ثمنا لمشترياته.
11. لكي يسهل على العميل معرفة من يحاول استخدام بطاقته الائتمانية.
12. لكي يسهل على المتجر الإلكتروني إيصال البضاعة إلى عنوان العميل.
    1. **ما الدليل الذي ساقته الكاتبة لإثبات أن التّسوّق الإلكتروني قد أصبح أمرا واقعا في الأسواق الأوروبية؟**
13. زحف التّسوق الإلكتروني إلى البلدان العربية.
14. إقبال النساء في أوروبا على التّسوق الإلكتروني.
15. عجز كثير من المتاجر الصغيرة والمتوسطة عن منافسة السوق الإلكتروني.
16. استخدام كثير من الأوروبيين شبكة (الإنترنت) في الحياة اليوميّة.
17. **ما الفكرة المحورية للمقال؟**
18. المقارنة بين التسوق الإلكتروني والتسوق التقليدي.
19. إيجابيات التسوق الإلكتروني وسلبياته.
20. أهمية التسوق الإلكتروني بالنسبة للنساء.
21. أثر التسوق الإلكتروني في اقتصاد السوق.

**ثانيا: اكتب إجابتك على السطر المنقط للأسئلة التالية: 6. د**

**10. استخرج صيغة مبالغة من السطر الملون في الفقرة الأولى، واذكر وزنها الصّرفي والفعل الذي صيغت منه. 1.د**

|  |  |
| --- | --- |
| **صيغة المبالغة** | **وزنها الصّرفي** |
| توّاقة | فعّالة |

**11. وإلا بات قَلِقا من إمكانية تعرُّضه لعملية احتيال. استخرج من هذه الجملة صفة مشبهة، ثم بين وزنها وفعلها وفق الجدول. 1.د**

|  |  |
| --- | --- |
| **الصفة المشبهة** | **وزنها** |
| قلقا | فعِل |

**12. وأنه عاجلا أو آجلا سيسطع هذا النجم التّجاري الجديد. اشرح هذه الصّورة الفنية، مبينا أثرها في نفسك 2.د**

شبه التسوق الإلكتروني بنجم يسطع، فحذف المشبه ( التسوق الإلكتروني) وصرّح بالمشبه به وهو النجم على سبيل الاستعارة التصريحية، وهي توحي بتألق التسوق الإلكتروني وشيوعه في المستقبل القريب.

**13. هل ترى أن ما ذكرته الكاتبة من أن المرأة لا تحب أن تضحي بالوقت والجهد في التسوق التقليدي صحيحا؟ علل ما تذهب إليه. 2.د**

(تقبل من الطالب أي إجابة منطقية معللة)