

תרגול נוסף משאלון מקביל של החינוך הכללי על צריכה צרכנות וצורך / קיץ תשס"ו

פרק ראשון - הבנה והבנה

1. שתי הדרכים שבאמצעותן פועלת הפרסומת הן :
 - א. פיתוי הצרכנים
 - ב. הבטחות שווא לצרכנים
2. היצרנים והמפרסמים פונים לתת-מודע של האדם. הם משתמשים בצילומים היוצרים רשמים ואסוציאציות. הצילומים רומזים ואינם מציגים טענה מפורשת. המפרסמים יוצרים תחושות ואינם מתמקדים בעובדות.
3. דמות הצרכן

המאפיינים	הביסוס
מתפתה בקלות	מה שמוביל אותנו אל החנות הוא הפרסומת, ולא צורך ממשי. (שורות 2-3)
תמים ומאמין להבטחות	נשים רבות מתפתות וקונות מוצרי קוסמטיקה באלפי שקלים בגלל הבטחות שווא. (פסקה ב)
מושפע מחיצוניות	עיצוב מחדש של הסחורה ושל החנויות גורם לו להחליף מוצרים ישנים בחדשים ולהגביר את הקניות. (פסקה ו)
גאוותן, מחציץ את מעמדו	אנשים קונים מותגים כדי שהמוצרים יעידו על מעמדם הכלכלי. (פסקה ח)
חמדן	ככל שהצרכן רוכש יותר הוא רוצה יותר, כי תמיד יש משהו אחר, חדש יותר. (פסקה ט)

4. הטענה המרכזית של הכותבת היא : (תשובה ב)
הפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה לשמה.
5. א. מילים / ביטויים מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות":
להיראות צעירות יותר, אושר, הערכה עצמית, מעמד גבוה, להגשים שאיפות, לפתור בעיות, ליצור את הרושם הנכון, להיות מקובל בחברה
- ב. מילים / ביטויים מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה":
פיתוי, הבטחות שווא, מוכרים אשליות, לעבוד על התת מודע, לרתום לשירותם את העיצוב, ליצור צרכים מדומים, להגביר את הצריכה והצרכנות לשמן

ג. המילים מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות" מיוחסות לצרכנים. המילים מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה" מיוחסות למפרסמים.

ד. טענת הכותבת היא שהפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה באמצעות פיתוי, הבטחות שווא ומכירת אשליות. הלקוח משלה את עצמו בעקבות הפרסומת שהוא ישיג אושר, הערכה עצמית ומעמד גבוה. שני השדות הסמנטיים הללו קשורים בקשר אמיץ לנושא המאמר כי הם ממהות הפרסומת ומתייחסים לשני הצדדים השותפים בצרכנות.

6. שאלת הערכה וביקורת / טקסט טיעוני

יש לשרש את התופעה השלילית שפשטה בחברה, לפיה אדם שאינו קונה מותגים אינו מקובל בחברה. מקומו של אדם בחברה אינו צריך להיקבע לפי תבחינים חיצוניים. הביגוד ואביזרי האופנה שהאדם מצויד בהם, דומים לאריזה של מוצר שאינה מעידה על טיבו ועל איכותו. במקרים רבים מטרת האריזה היפה היא להסתיר את האיכות הירודה של המוצר. כמעט כל אדם נתקל פעם בבונבוניירה מעוצבת ויקרה שהסוכריות שבתוכה היו נטולות כל טעם, והאריזה שימשה רק כדי ללכוד את הצרכן התמים. מעשיו של האדם ומידותיו הטובות הם אלו שצריכים לקבוע את מעמדו החברתי. אדם הממלא את חובתו בעולמו וגומל חסד עם הבריות זכה תמיד בעם ישראל להערכה רבה, גם אם בגדיו פשוטים וצנועים, כי עם ישראל ידע תמיד לא להסתכל בקנקן, אלא במה שיש בו.

7. שאלת הערכה וביקורת / טקסט טיעוני (לבחירה)

הפרסומת אינה מסייעת לצריכה נבונה. הפרסומת משתמשת בתחבולות שונות כדי לפתות את האדם לקנות מוצרים שאין לו בהם צורך אמיתי. היא אינה בוחלת בשום אמצעי כדי להשיג את מטרתה: היא מעצבת את האריזות בצורה מושכת, היא עובדת על הרגש ומבטיחה לצרכן הבטחות כוזבות, כמו אושר, הצלחה, הנאה ובריאות. חברות קוסמטיקה רבות מבטיחות לנשים עור חלק וצעיר אם רק ישתמשו בקרמים מתוצרתם. חברות מזון אורזות חטיפים בצלופנים צבעוניים ומעטרות אותם בתמונות כדי למשוך ילדים לקנות אותם. הם מתבלים את החטיפים במדגישי טעם מזיקים וממכרים, ומתעלמים מנזקים העלולים להתגלות אצל הצרכנים בטווח הרחוק. לא מזמן פרסמו יצרנים שלשמירה על הבריאות מומלץ לצרוך שלושה מוצרי חלב ביום, וזאת חרף העובדה שערכם הבריאותי מוטל בספק בשל החומרים המייצבים שהם מכילים. אמנם הפרסומת מביאה לידיעת הציבור את קיומם של מוצרים חדשים, אך עיקר מטרתה אינו ליידע, אלא לעודד קנייה מוגברת של מצרכים מיותרים. לכן ברוב המקרים היא מחבלת בצרכנות הנבונה.

8. טקסטים מן המקורות (נושא זה אינו מופיע כיום)

(3) ניסוח משפט 3 כמשפט איחוי

כל אמירה מילולית הייתה מחייבת אותו להתעמת עם הסכנות שבעישון; לכן, לדוגמה, בפרסומות למותג מסוים של סיגריות הציג המפרסם תצלום של נופים פתוחים.

12. א. (I) הפרסומות מתיימרות לענות על **צרכים מופשטים**, כמו הצורך באושר, באהבה, בהערכה עצמית, במעמד גבוה.

(II) המשמעות נקבעת על פילמחיר המותג, אופן עיצובו, אריזתו, מיקומו בחנות והפרסומת שלו.

(III) קופסאות, פחיות, בקבוקים ותוויות - **הכול** עוצב מחדש.

ב. דו משמעות

(1) **בחירת** משרד הפרסום הייתה מוצלחת. (המשרד בחר או נבחר)

(2) **ניסוח חד משמעי**:

משרד הפרסום נבחר, והבחירה הייתה מוצלחת.

משרד הפרסום בחר, והבחירה הייתה מוצלחת.

13. א. (1) התפקיד התחבירי המשותף של המילים המסומנות - **אוגד**

(I) אפשר בהחלט לנטוע באדם את האמונה כי הוא **יהפוך** למאושר יותר אם ירכוש חולצה זו או אחרת.

(II) כך **הפכה** הצרכנות שבשפה העברית מקורה בשורש צ-ר-כ מלשון "צריך" למשהו אחר.

(III) הצרכנים **הופכים** לחמדנים.

(2) המרת האוגד במשפט II למילה שונה: נהייתה, נעשתה, השתנתה

ב. תפקיד המילים או הצירופים המודגשים במשפטים הבאים:

(I) הצעד הראשון **להפיכת** הפרסום לאטרקטיבי היה **הפיכת** הסחורות למושכות.

(II) התרחשה **מהפכה** בעיצוב החנויות.

(III) **לאחר המהפכה התעשייתית** והקמת בתי החרושת מצאו את עצמם היצרנים עם שפע סחורות.

פרק שלישי - מערכת הצורות

14. שאלת חובה

המילים הנתונות	מילה יוצאת דופן בשורשה	השורש של המילה היוצאת דופן
מְנוּעַ, מְתַנוּעַע, מְנוּעַ	מְנוּעַ	מ-נ-ע
מוֹפְיעוֹת, פּוֹעֵם, תּוֹפְעָה	פּוֹעֵם	פ-ע-מ
מִישׁוֹר, הַשְׂרָיָה, הַיְשִׁיכָה	הַשְׂרָיָה	ש-ר-י/ה
מְטָרָה, מְטָר, מְמַטְרָה	מְטָרָה	נ-ט-ר
מְרוּץ, לְהַמְרִיץ, מְרִיץ	לְהַמְרִיץ	מ-ר-צ
הַתְּנַסּוּ, מְנַסֵּה, מְנוּסָה	מְנוּסָה	נ-ו-ס
מְתַנְמְרוֹת, יְמָרָה, לְהַמְרוֹת	לְהַמְרוֹת	מ-ר-י/ה

15. א.

הפועל	השורש	הבניין
אם אדם אינו נוהג לפי התכתיבים הוא כמעט מְנַדָּה .	נ-ד-י/ה	פועל
בפגישה הבאה יִדוֹן הנושא מחדש.		נפעל
חברי ה וֹדָה לי על עזרתני.	י-ד-י/ה	
הרועה יָדָה אבן בזאב.		פיעל

ב. וכך הן יִרְאוּ צעירות יותר.

בזמן הווה - הוא נִרְאָה / נִרְאָה צעיר יותר.

16.

הפועל	השורש המשותף	הבניין
הפרסומת מְכַנֶּנֶת אותנו להתבוננות מזווית ראייה...	כ-ו-נ	פיעל
האם הגיע הזמן ל כַּוֵּן חוקה בישראל?		פיעל
לא ה תְּכַנְנוּ לאחר לפגישה.		התפעל
תלמידה זו מְכַנֶּנֶת את השיעורים בקפדנות.		הפעיל
...הארוחה מוֹכְנָה .		הופעל
לקינוח נְכַנְנָה לכם הפתעה.		נפעל

17. א. (1)

שם העצם הנגזר מהפועל	הפועל
מענה, ענוי, תענית	הפרסומות מתיימרות לענות על צרכים מופשטים.

(2)

הפועל	הנתונים
לענות, להענות, להתענות	שורש - ע-נ-י/ה; בניין נפעל

- ב. (1) לדעת הכותבת הפרסומת **הצליחה** / **הצליחה** לנכס כל רעיון ולתעל אותו לצרכיה.
 (2) אפשר לנטוע באדם את האמונה כי יהפוך למאושר אם ירכש / ירכש חולצה זו או אחרת.

18. א. תצורה

שורש ומשקל	בסיס וצורן	המשמעות המשותפת
מפרסם	פרסומאי	בעלי מקצוע
יצרן	מנהלן	
בנאי		

(3) חמדן = בעל תכונה

ב.

צרכנות	צריכה
בסיס + צורן סופי ← צרכן + ות	שורש - צ-ר-כ; משקל - קטילה

ג. תקינות

החברה החליטה לייבא מוצר **תקלאי** / **תקלאי** חדש.

19. המילים הנתונות: משמעות, וסות, מגבית, דבורית, שרות, אפשרות, תדמית, עינית

משמעות הצורן	התצורה	המילים הבנויות מבסיס וצורן
שמות מופשטים	בסיס + צורן סופי	משמעות
		אפשרות
דבורית		
עינית		
כלים		

20. א. (1)

המילים	הגזרה
חזות, מראה, ראות, מחזה, ראייה, תחזית, ראיה, מראית, חזון	נל"י/ה

(2) מילים שוות משקל - מראה, מחזה

(3) התצורה של המילה ראות - בסיס + צורן סופי ← ראיה + ך

ב. השמות הנתונים ובהם מודגשים שמות הפעולה: חזאי, חזוי, התחזות, חזיון, חזנה