

**פתרון בחינת הבגרות בעברית ב'
שאלון אינטרני 011108, שאלון אקסטרני 211
מוגש על-ידי ישראלה דוד, רחל נעים ואפרת לילוס
מורות ברשת בתי-הספר של "יואל גבע"**

מדינת ישראל
משרד החינוך התרבות והספורט

א. סוג הבחינה: בגרות לבתי ספר על-יסודיים
ב. בגרות לנבחנים אקסטרניים

מועד הבחינה: קיץ תשס"ו, 2006
מספר השאלון: 011108, 211

עברית: הבנה, הבעה ולשון

שאלון ב'

יחידת לימוד אחת

הוראות לנבחן

- א. משך הבחינה: שלוש שעות וחצי.
- ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה: בשאלון זה שלושה פרקים.
- | | |
|-------------------------------|--------------|
| פרק ראשון – הבנה והבעה | – 50 נקודות |
| חלק א: הבנה והבעה (40 נקודות) | } |
| חלק ב: טקסטים | |
| מן המקורות (10 נקודות) | |
| פרק שני – תחביר | – 25 נקודות |
| פרק שלישי – מערכת הצורות | – 25 נקודות |
| סה"כ | – 100 נקודות |
- ג. חומר עזר מותר בשימוש: אין.
- ד. הוראה מיוחדת: הקפד על כתב ברור, על כתיב נכון, על כללי הדקדוק ועל פיסוק הגיוני.

כתוב במחברת הבחינה בלבד, בעמודים נפרדים, כל מה שברצונך לכתוב כטיוטה (ראשי פרקים, חישובים וכדומה).
רשום "טיוטה" בראש כל עמוד טיוטה. רישום טיוטות כלשהן על דפים שמחוץ למחברת הבחינה עלול לגרום לפסילת הבחינה!

ההנחיות בשאלון זה מנוסחות בלשון זכר ומכוונות לנבחנות ולנבחנים כאחד.

בהצלחה!

/המשך מעבר לדף/

קרא את המאמר שלפניך, וענה על השאלות, לפי ההוראות בפרקים שאחריו.

על צריכה, צרכנות וצורך

(מעובד על פי מאמר מאת אי אגס-דאלי*,

מפנה - במה לענייני חברה, גיליון מס' 48, תשרי תשס"ו, אוקטובר 2005)

- פסקה א לכאורה אנו צורכים כי אנו צריכים, אבל אם נקדיש קצת מחשבה לעניין, נגיע למסקנה כי מה שמוביל אותנו אל הקניון או אל החנות הבאה הוא הפרסומות המופיעות כמעט בכל מקום, ולא דווקא צורך ממשי כמו נעליים לילד או מזון.
- פסקה ב הפרסומות מצליחה לנכס כל רעיון או צורה ולתעל אותם לצריכה. הפרסומאים פונים לצרכנים באמצעות פיתוי, שהוא הטקטיקה המועדפת עליהם. כלומר, לדעתם בלי פיתוי לא תגבר הצריכה, שהיא המנוע המפעיל את גלגלי הכלכלה הקפיטליסטית.
- פסקה ג טקטיקה אחרת המקובלת על פרסומאים היא הבטחות שווא. למשל, בפרסומות למוצרי קוסמטיקה: זול יותר לקנות קרם לחות נטול תדמית זוהרת, אבל נשים רבות מתפתות וקונות מוצרי קוסמטיקה באלפי שקלים, כי הפרסומות מבטיחות להן שהקרם יפחית את קמטיהן, וכך הן ייראו "צעירות יותר".
- פסקה ד הפרסומות מתיימרות ברמז, לא במפורש, לענות על צרכים מופשטים, כמו הצורך באושר, באהבה, בהערכה עצמית, במעמד גבוה ומה לא. בעצם, הפרסומאים מצליחים לשכנע את הצרכנים לצרוך כדי להגשים שאיפות שמוצרים (או שירותים) אינם יכולים לספק: ברור מאליו כי אף בגד אינו יכול להפוך אדם למאושר, אך אפשר בהחלט לנטוע באדם את האמונה כי הוא יהפוך למאושר יותר אם ירכוש חולצה זו או אחרת. הפרסומות מזכירות לנו השכם והערב ש"אנחנו לא מספיק יפים/צעירים/יקוליים", ושהמוצרים שהן מקדמות יכולים לפתור בעיות אלו. כלומר, המפרסמים מוכרים אשליות באמצעות המוצרים שהם מציעים. קניית המוצרים אמורה, כביכול, להגשים את ההבטחה הגלומה בפרסומת.
- פסקה ה הפרסומות עובדות גם במישור של התת-מודע. למשל, יש שימוש רב בצילומים היוצרים תחושה ואינם מתמקדים דווקא בעובדות. לדוגמה, בפרסומות למותג מסוים של סיגריות העדיף המפרסם להציג תצלום של נופים פתוחים, כי כל אמירה מילולית הייתה מחייבת אותו להתעמת עם הסכנות הטמונות בעישון. שפת הצילום היא שפה של רשמים ואסוציאציות. היא רק רומזת, אך אינה מציגה טענה מפורשת, ולכן אינה מחייבת את המפרסם.
- פסקה ו היצרנים והמפרסמים רותמים לשירותם גם את העיצוב. הצעד הראשון להפיכת הפרסום לאטרקטיבי היה הפיכת הסחורות למושכות, כי קודם לכן רובן לא משכו את העין מבחינה חיצונית. קופסאות, פחיות, בקבוקים ותוויות – הכול עוצב מחדש. ענפי המסחר הראשונים שהושפעו ממגמה זו היו ענף האופנה וענף הקוסמטיקה. המוצרים היפים נזקקו גם לסביבה יפה ומטופחת, והתרחשה מהפכה בעיצוב החנויות שפעם נראו מוזנחות ולא מושכות. החלו לשים דגש גם על עיצוב חלון הראווה, המהווה מעין "כרטיס ביקור" של החנות והסחורה שבה. כל זה נעשה למטרה אחת: הגברת המכירות. יופיים

* אביבית אגס-דאלי – דוקטורנטית בחוג לתקשורת ועיתונות באוניברסיטה העברית.

/המשך בעמוד 3/

הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשס"ו, 011108, 211 - 3 -

- של המוצרים בעיצוב החדש היה אמור לגרום לכך שהצרכנים לא יהיו מרוצים מהמוצרים
הישנים שברשותם וירצו להחליפם בחדשים. כך הפכה הצרכנות, שבשפה העברית מקורה
בשורש צ-ר-כ מלשון "צריך", למשהו אחר, שאינו נובע רק מצורך ממשי, חיוני. 35
- לאחר המהפכה התעשייתית והקמת בתי החרושת מצאו את עצמם היצרנים עם שפע 40 פסקה ז
סחורות שמהן ביקשו להיפטר ובמהירות. לשם כך הומצאה הפרסומת המודרנית,
שעודדה צרכנים לצאת ולקנות. מאוחר יותר, כשיותר ויותר יצרנים ייצרו אותן סחורות,
התעורר הצורך ליצור בידול בין הסחורות הזרות. בידול זה הושג באמצעות דימויים
שונים שהוצמדו לסחורות, וכך נוצר הקשר בין סחורות לדימויים. כשאנשים התחילו
לצרוך סחורות כדי שאלה יעידו עליהם, נולד המותג.
- יותר ויותר בני אדם קנו וקונים סחורות שאמורות ליצור את "הרושם הנכון", ולהפגין 45 פסקה ח
שיש בידם אפשרויות כלכליות, הנתפסות כמדד להצלחה. במצבים מסוימים, אם אדם
אינו נוהג בהתאם לתכתיבים שהציבו המפרסמים, הוא עלול למצוא את עצמו כמעט
מנודה. זה המצב למשל אצל בני נוער: אם אתה לא קונה את המותגים האופנתיים ביותר,
לא תהיה מקובל בחברה, אתה לא "קולי". כלומר, לסטטוס החברתי יש ביטוי חזותי:
שימוש במותגים. לסחורה יש משמעות מעבר לפונקציונליות שלה. המשמעות נקבעת על
פי מחיר המותג, אופן עיצובו, אריזתו, מיקומו בחנות, וכן באמצעות פרסומת.
- במרוץ הקניות הזה הצרכן מפסיד רוב הזמן. הצרכנים הופכים לחמדנים: ככל שהם 50 פסקה ט
רוכשים יותר, הם רוצים יותר – כי תמיד יש משהו אחר, חדש יותר, שאינו ברשותם או
שטרם התנסו בו. מצב זה גורם לתחושה מתמדת של חוסר סיפוק, ולעתים תכופות גם
לגירעון כספי ("אוברדרפט") בבנק.
- הפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה והצרכנות לשקן. היא אינה 55 פסקה י
מסתפקת בהצגה של מה שנחוץ ומקובל, אלא גם מהווה מכשיר לעיצוב התודעה.
הפרסומת מסבירה לנו מה חשוב, במה יש להתבונן, מה בעל ערך, ומכוונת אותנו
להתבוננות מזווית הראייה הרצויה למפרסמים.

/המשך בעמוד 4/

פרק ראשון – הבנה והבעה (50 נקודות)

בפרק זה שני חלקים: הבנה והבעה וטקסטים מן המקורות.
ענה על השאלות לפי ההוראות בכל חלק.

חלק א: הבנה והבעה (40 נקודות)

ענה על כל השאלות 1-5, על פי המאמר, וכן על אחת מהשאלות 6 או 7.

1. מה הן שתי הדרכים שבאמצעותן פועלת הפרסומת, לפי פסקות ב-ג? (3 נקודות)
2. כיצד משרתים הצילומים את היצרנים והמפרסמים, לפי פסקה ה? (3 נקודות)
3. מהי דמות הצרכן העולה מן המאמר? בסס את תשובתך על שלוש מאפיינים לדמותו על פי המאמר. (6 נקודות)
4. הטענה המרכזית של הכותבת היא –
העתק למחברתך את התשובה הנכונה. (4 נקודות)
 - א. הפרסומת צריכה לקבוע במה להתבונן ומה בעל ערך.
 - ב. הפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה לְשִׁמָּה.
 - ג. הפרסומת היא המדד להצלחה כלכלית בחברה המודרנית.
 - ד. הפרסומת המודרנית תרמה להפיכת המוצר למותג.
5.
 - א. הבא מן המאמר שלוש מילים (או ביטויים) מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות". (3 נקודות)
 - ב. הבא מן המאמר שלוש מילים (או ביטויים) מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה". (3 נקודות)
 - ג. למי מיוחסות המילים מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות", ולמי מיוחסות המילים מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה"? (2 נקודות)
 - ד. כיצד השימוש בשני השדות הסמנטיים שלעיל משרת את טענת הכותבת? (2 נקודות)

תשובה לשאלה 1

הדרכים שבאמצעותן פועלת הפרסומת, לפי $\hat{I} \hat{E} \hat{A} \hat{E}$: ב-ג הן:

1. פנייה לצרכנים באמצעות פיתוי.

2. הבטחות שווא.

תשובה לשאלה 2

הצילומים משרתים את היצרנים והמפרסמים ע"י השפעה במישור של התת-מודע. שפת הצילום היא שפה של רשמים ואסוציאציות. היא רק רומזת ואינה מציגה טענה מפורשת, לכן אינה מחייבת את המפרסם (לדוגמה- הפרסומת לסיגריות).

תשובה לשאלה 3

דמות הצרכן העולה מן המאמר היא של פתי, קל דעת, הנתון להשפעה בקלות, קונה אשליות של אושר ומוצרים שאין לו צורך בם, כשהוא מנסה להרשים את סביבתו. המאפיינים לדמותו על-פי המאמר הם:

* נתון להשפעה- קניותיו מושפעות מפרסומות ולא-דווקא מצורך ממשי.

ביסוס- פסקה א': "לכאורה אנו צורכים כי אנו צריכים, אבל... מה שמוביל

אותנו לקניון היא הפרסומת... ולא-דווקא צורך ממשי".

* נכנע לתכתיבי אופנה ולמותגים המשפיעים על מעמדו החברתי (סטטוס),

$\hat{A} \hat{I} \hat{I} \hat{I} \hat{A} \hat{I} \hat{A} \hat{E} \hat{A} \hat{A} \hat{E} \hat{A} \hat{A} \hat{E}$ ליצור את "הרושם הנכון".

ביסוס- פסקה ח': "יותר ויותר בני-אדם קנו וקונים סחורות שאמורות ליצור

את 'הרושם הנכון' ולהפגין שיש בידם אפשרויות כלכליות, הנתפסות כמדד

להצלחה".

* חמדן- נתון בתחושה מתמדת של חוסר סיפוק.

ביסוס- פסקה ט': "הצרכנים הופכים לחמדנים: ככל שהם רוכשים יותר,

הם רוצים יותר... מצב זה גורם לתחושה מתמדת של חוסר סיפוק...".

תשובה לשאלה 4

התשובה הנכונה היא - ב'. הפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה לשמה.

תשובה לשאלה 5

א. מילים מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות" (על התלמיד היה להביא שלוש מילים):

- * אושר
- * אהבה
- * הערכה עצמית
- * יצירת הרושם הנכון
- * מקובלות בחברה

ב. מילים מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה" (על התלמיד היה להביא שלוש מילים):

- * פיתוי
- * הבטחות שווא
- * אשליות
- * $\hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{E}$

ג. המילים מן השדה הסמנטי "תחושות חיוביות" מיוחסות לצרכנים, $\hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{A}^1$ המילים מן השדה הסמנטי "תחבולות ותכסיסי הטעיה" מיוחסות למפרסמים.

ד. השימוש בשני השדות הסמנטיים מדגיש ומוכיח את טענת הכותבת, לפיה הפרסומת יוצרת צרכים מדומים ומגבירה את הצריכה לשמה. העובדה, שהפרסומאים נוקטים "תחבולות ותכסיסי הטעיה" שיוצרים אצל הצרכן תחושות חיוביות, ממחישה את טענת הכותבת $\hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{A}^1$; $\hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{A}^1 \hat{E}$ בהשפעת הפרסומת ולא-דווקא בשל צורך ממשי.

הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשס"ו, 211,011108 - 5 -

בחר בשאלה 6 או 7. (14 נקודות)

6. "אם אתה לא קונה את המותגים האופנתיים ביותר, לא תהיה מקובל בחברה, אתה לא 'קולי'. כלומר, לסטטוס התברתי יש ביטוי חזותי". (שורות 45-46)
- כתוב ביקורת על התופעה המתוארת במילים אלה, ונמק את דבריך (בהיקף של כ-15 שורות).
7. יש הטוענים כי הפרסומת מסייעת לצריכה נבונה. הבע את דעתך על קביעה זו, ובסס אותה בעזרת דוגמאות (בהיקף של כ-15 שורות).

חלק ב: טקסטים מן המקורות (10 נקודות)

ענה על שאלה 8.

8. קרא את הפסוק שלפניך, וענה על כל הסעיפים א-ה שאחריו (מספר הנקודות לכל סעיף רשום בסופו).
- "כִּי תִפְגַּע שׁוֹר אֵיבָד אוֹ תִמְרוּ תַעֲהָה הַשֵּׁב תִּשְׁיבְנוּ לִוִּי" (שמות, כג, ד).
- א. המר לעברית בת-ימינו את שתי המילים: "כִּי תִפְגַּע". (2 נקודות)
- ב. בכתבן של אמות הקריאה במקרא אין אחידות, ולעתים מילים נכתבות בלי אמות קריאה. הבא מן הפסוק שלעיל שתי מילים הכתובות בלי אמות קריאה. (2 נקודות)
- ג. הבא מן הפסוק דוגמה לשימוש בכינוי קניין חבור ודוגמה לשימוש בכינוי מושא חבור. (2 נקודות)
- ד. מדוע הפסוק מציין את השור והחמור של האויב דווקא? (2 נקודות)
- ה. חלק את הפסוק לשני חלקים, ונמק את החלוקה. (2 נקודות)

/המשך בעמוד 6/

תשובה לשאלה 6

היה על הנבחן/ת לכתוב טקסט בהיקף של 15 שורות.

תשובה לשאלה 7

היה על הנבחן/ת לכתוב טקסט בהיקף של 15 שורות.

תשובה לשאלה 8

- א. "כי תפגע" = אם תפגוש.
- ב. איבך, חמרו תעה.
- ג. כינוי קניין חבור- איבך, חמרו. כינוי מושא חבור- תשיבנו.
- ד. הפסוק מציין את השור והחמור של האויב דווקא כדי להדגיש את הציווי לפיו צריך אדם לנהוג בצדק אפילו כלפי אויביו. ÄE וחומר שחובתו של האדם לנהוג כך כלפי בהמת חבור.
- ה. חלק 1 - "כי תפגע שור איבך או חמרו תעה".
חלק 2 - "השב תשיבנו לו".
החלק הראשון הוא משפט תנאי המתאר את האירוע.
החלק השני הוא הוראה כיצד יש לנהוג במקרה זה.

הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשס"ו, 211.011108 - 6 -

פרק שני – תחביר (25 נקודות)

בפרק זה ענה על ארבע שאלות: על שאלה 9 (חובה), ועל שלוש מהשאלות 10-13.

שאלת חובה (7 נקודות)

9. קרא את המשפט שלפניך, ונתח אותו לפי ההנחיות שאחריו.

יותר ויותר בני אדם קונים סחורות יקרות, וכך הם מפגינים שיש בידם אפשרויות כלכליות,

הנתפסות כמדד להצלחה. (על פי שורות 42-43)

הנחיות לניתוח המשפט:

- העתק למחברתך את המשפט.
- קבע את הסוג התחבירי של המשפט: פשוט, איחוי (מחובר), מורכב.
- במשפט איחוי תחם את האיברים, וציין את הסוג התחבירי של כל איבר.
- במשפט מורכב (או בפסוקית מורכבת) תחם את הפסוקית או את הפסוקיות, וציין את התפקיד ואת הסוג התחבירי שלהן.
- ציין את התפקיד התחבירי של המילים / הצירופים המודגשים בקו במשפט זה.

שאלות בחירה (18 נקודות)

ענה על שלוש מהשאלות 10-13. (לכל שאלה – 6 נקודות)

10. א. לפניך משפט מורכב:

אם אדם אינו נוהג בהתאם לתכתיבים של המפרסמים, הוא עלול למצוא את עצמו

כמעט מנודה. (על פי שורות 43-45)

ציין את תפקיד הפסוקית המסומנת, וכן את התפקיד התחבירי של המילים / הצירופים המודגשים בקו במשפט זה.

ב. לפניך אפשרות נוספת לניסוח המשפט. ציין את תפקיד הפסוקית המסומנת בו.

מי שאינו נוהג בהתאם לתכתיבים של המפרסמים, עלול למצוא את עצמו כמעט

מנודה.

ג. הצע אפשרות נוספת לניסוח המשפט, כך שהוא יכלול פסוקית בעלת תפקיד שונה משתי

הפסוקיות שבסעיפים א-ב. ציין את תפקיד הפסוקית במשפט שחיברת.

/המשך בעמוד 7/

תשובה לשאלה 9

א יותר ויותר בני אדם קונים סחורות יקרות, וכך הם מפגינים ש יש בידם פסוקית מושא

פסוקית לוואי
אפשרויות כלכליות, ה נתפסות כמדד להצלחה.

* הסוג התחבירי של המשפט הוא :

משפט מאוחה משני איברים. איבר א'- פשוט, איבר ב'- מורכב מעיקרי פשוט ומפסוקית מושא מורכבת : מעקרי פשוט ומפסוקית לוואי פשוטה.

* התפקיד התחבירי של המילים/ הצירופים המודגשים בקו הוא :

סחורות - מושא

אפשרויות כלכליות - נושא

תשובה לשאלה 10

א. תפקיד הפסוקית המסומנת הוא : פסוקית תנאי
 התפקיד התחבירי של המילים/ הצירופים המודגשים בקו במשפט הוא :

* בהתאם לתכתיבים - תיאור אופן

* עלול למצוא - נושא מורחב

ב. תפקיד הפסוקית המסומנת הוא : פסוקית נושא.

ג. אפשרויות נוספות לניסוח המשפט :

פסוקית זמן

1. כאשר אדם אינו נוהג בהתאם לתכתיבים של המפרסמים, הוא עלול למצוא את עצמו כמעט מנודה.

פסוקית לוואי

2. שא אינו נוהג בהתאם לתכתיבים של המפרסמים, עלול למצוא את עצמו כמעט מנודה.

פסוקית סיבה

3. מפני שא אדם אינו נוהג בהתאם לתכתיבים של המפרסמים, הוא עלול למצוא את עצמו כמעט מנודה.

11. לפניך שלושה משפטים מורכבים (מפסקות ד-ה).
- I. כלומר, המפרסמים מוכרים אשליות באמצעות המוצרים שהם מציעים.
 - II. קניית המוצרים מגשימה, כביכול, את ההבטחה שהייתה גלומה בפרסומת.
 - III. לדוגמה, בפרסומות למותג מסוים של סיגריות הציג המפרסם תצלום של נופים פתוחים, כי כל אמירה מילולית הייתה מחייבת אותו להתעמת עם הסכנות שבעישון.
- א. ציין את התפקיד התחבירי המשותף לכל המילים המודגשות בקו, והסבר את תפקידן הרטורי.
- ב. העתק למחברתך את שלושת המשפטים, וענה על הסעיפים (1)-(3):
- (1) תחם את הפסוקית בכל משפט.
 - (2) לשתיים מהפסוקיות יש תפקיד תחבירי זהה. מהן הפסוקיות, ומהו התפקיד שלהן? באיזה מבין שלושת המשפטים יש לפסוקית תפקיד אחר, ומהו תפקיד זה?
 - (3) נסח את משפט III כמשפט מאוחד. פסק בהתאם.
12. א. לפניך שלושה משפטים בעלי חלקים כוללים (משפטים כוללים).
- I. הפרסומות מתיימרות לענות על צרכים מופשטים, כמו הצורך באושר, באהבה, בהערכה עצמית, במעמד גבוה.
 - II. המשמעות נקבעת על פי מחיר המותג, אופן עיצובו, אריזתו, מיקומו בחנות והפרסומת שלו.
 - III. קופסאות, פחיות, בקבוקים ותוויות – הכול עוצב מחדש.
- (1) מכל משפט העתק רק את החלק הכולל.
 - (2) בשניים מהמשפטים שלעיל יש ביטוי מכליל.
- העתק את הביטוי המכליל מכל משפט, וציין את תפקידו התחבירי של כל אחד מן הביטויים.
- ב. לפניך משפט דר-משמעי.
- בחירת משרד הפרסום הייתה מוצלחת.
- (1) העתק למחברתך את הצירוף שיצר את הדר-משמעות.
 - (2) כתוב את הצירוף הדר-משמעי בשני אופנים, כך שכל אחד מהם יביע משמעות אחת.

/המשך בעמוד 8/

תשובה לשאלה 11

- א. התפקיד התחבירי המשותף לכל המילים המודגשות בקו הוא הסגר.
- תפקידו הרטורי של ההסגר הוא להמחיש ולהדגיש את טענת הכותבת באשר להבטחות השווא ולמכירת האשליות, המאפיינות את הדרך שבה פועלים המפרסמים.
- ב. (1) הפסוקית במשפט 1 היא: שהם מציעים.
- הפסוקית במשפט 2 היא: שהייתה גלומה בפרסומת.
- הפסוקית במשפט 3 היא: כי כל אמירה מילולית הייתה מחייבת אותו להתעמת עם הסכנות שבעישון.
- (2) שתי הפסוקיות שיש להן תפקיד תחבירי זהה הן הפסוקיות שבמשפטים 1 ו-2, תפקידן התחבירי הוא פסוקית לוואי.
- הפסוקית במשפט מספר 3 היא פסוקית סיבה.
- (3) כל אמירה מילולית הייתה מחייבת את המפרסם להתעמת עם הסכנות שבעישון, לכן בפרסומות למותג מסוים של סיגריות, לדוגמה, הציג המפרסם תצלום של נופים פתוחים.

תשובה לשאלה 12

- א. (1) החלק הכולל במשפט 1 - באושר, באהבה, בהערכה עצמית, במעמד גבוה
- החלק הכולל במשפט 2 - **מחיר** המותג, **אופן עיצובו**, **אריזתו**, **מיקומו** בחנות ו**הפרסומת** שלו
- החלק הכולל במשפט 3 - קופסאות, פחיות, בקבוקים ותוויות
- (2) הביטוי המכליל במשפט 1 - צרכים מופשטים = מושא הביטוי המכליל במשפט 3 - הכול = תמורה
- ב. (1) **בחירת** משרד הפרסום: המשרד בחר המשרד נבחר
- (2) א. בחירת משרד הפרסום את עובדיו הייתה מוצלחת.
ב. בחירת משרד הפרסום ע"י הועדה הייתה מוצלחת.
- או:
- א. משרד הפרסום בחר, ובחירה זו הייתה מוצלחת.
ב. משרד הפרסום נבחר, ובחירה זו הייתה מוצלחת.

13. א. לפניך שלושה משפטים, ובהם מילים מודגשות בקו.
- 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.
- (1) מהו התפקיד התחבירי המשותף של המילים המסומנות בקו במשפטים אלה?
(2) המר את המילה "הפכה" במשפט II במילה שונה, המתאימה להקשר.
- ב. לפניך שלושה משפטים ובהם מילים או צירופים מודגשים בקו.
- 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.
- העתק את המילים והצירופים המודגשים בקו, וציין את תפקידו התחבירי של כל אחד מהם (סה"כ – ארבעה תפקידים).

/המשך בעמוד 9/

תשובה לשאלה 13

- א. (1) התפקיד התחבירי המשותף של המילים הוא **אוגד**.
- (2) כך **השתנתה** הצרכנות, שבשפה העברית מקורה בשורש צ-ר-כ מלשון "צריך" למשהו אחר.
- ב. להפיכת (משפט 1) = **לוואי**.
- הפיכת (משפט 1) = **נשוא**.
- מהפכה (משפט 2) = **נושא**.
- לאחר מהפכה התעשייתית (משפט 3) = **חלק מתיאור זמן כולל**.

פרק שלישי – מערכת הצורות (25 נקודות)

בפרק זה ענה על ארבע שאלות: על שאלה 14 (חובה) ועל שלוש מהשאלות 15-20 (שאלות בחירה).

שאלת חובה (7 נקודות)

14. לפניך שבע קבוצות מילים א-ז.

מכל קבוצה העתק את המילה היוצאת דופן מבחינת השורש, וכתוב לצדה את השורש שלה.

- א. מְנוּעַ, מְתַנוּעַע, מְנוּעַ
- ב. מוֹפִיעוֹת, פּוֹעֵם, תּוֹפְעָה
- ג. מִשׁוּר, הַשְׁרִיָּה, הַיִּשְׁרִיָּה (מבט)
- ד. מְטָרָה, מְטָר, מְמַטְרָה
- ה. מְרוּץ, לְהַמְרִיץ, מְרִיץ
- ו. הַתְנַסּוּ, מְנַסֶּה, מְנוּסָה
- ז. מְתַמְרָה, יְמָרָה, לְהַמְרִיץ

שאלות בחירה (18 נקודות)

לפניך שש שאלות: שלוש מתחום הפועל (שאלות 15-17), ושלוש מתחום השם (שאלות 18-20). עליך לענות על שלוש שאלות בלבד. תוכל לבחור אותן מתחום הפועל, מתחום השם או משני התחומים, כרצונך (לכל שאלה – 6 נקודות).

הפועל

15. לפניך ארבעה משפטים, ובכל אחד מהם יש פועל מודגש.
- אם אדם אינו נוהג לפי התכתיבים, הוא כמעט **מְנַדָּה**. (על פי שורות 43-45)
 - בפגישה הבאה בינינו **יִדוֹן** הנושא מחדש.
 - חברי ה**וֹדָה** לי על עזרתך.
 - הרועה **יִדָּה** אבן בזאב.

- (1) מהו השורש של צורת הפועל **מְנַדָּה**?
- (2) מהו הבניין של צורת הפועל **מְנַדָּה**?
- (3) מהו הבניין של הפועל **יִדוֹן**?
- (4) מהו השורש של הפועל ה**וֹדָה**?
- (5) מהו הבניין של הפועל **יִדָּה**?

ב. וכך הן **יִרְאוּ** צעירות יותר. (שורה 10)
 בזמן ה**וּנָה** יש לומר: הוא **נִרְאָה** / **נִרְאָה** צעיר יותר.

העתק את התשובה הנכונה מבין שתי האפשרויות הנתונות, כנכלל ה**נִיקוּד**.

/המשך בעמוד 10/

תשובה לשאלה 14

- א. מְנוּעַ - מ-נ-ע
- ב. פועם - פ-ע-מ
- ג. השריה - ש-ר-י/ה
- ד. מטרה - נ-ט-ר
- ה. להמריץ - מ-ר-צ
- ו. מנוסה - נ-ו-ס
- ז. להמרות - מ-ר-י/ה

תשובה לשאלה 15

- א. (1) נ-ד-י/ה
- (2) פועל
- (3) נפעל
- (4) י-ד-י/ה
- (5) פיעל
- ב. נְרָאָה

16. לפניך שישה משפטים, ובכל אחד מהם פועל מודגש.

- (1) הפרסומת **מְכַנֶּנֶת** אותנו להתבוננות מזווית הראייה הרצויה למפרסמים.
(על פי שורות 55-56)
 - (2) האם הגיע הזמן ל**כּוֹנֵן** חוקה בישראל?
 - (3) לא ה**תְּפַנְנִי** לאחר לפגישה.
 - (4) תלמידה זו **מְכַיֶּנֶה** את השיעורים בקפדנות.
 - (5) אתם מוזמנים לשולחן הארוחה **מוֹכָנָה**.
 - (6) לקינוח נ**כּוֹנֶה** לכם הפתעה.
- לכל הפעלים המודגשים במשפטים אלה יש שורש משותף: כ-ו-נ.
כתוב את ה**בְּנִיין** של כל פועל מודגש במשפטים (1)-(6).

17. א. הפרסומות מתיימרות ל**עֲנֹת** על צרכים מופשטים. (על פי שורה 11)

- (1) מהו שם העצם הנגזר מהפועל ל**עֲנֹת** והמתאים לו במשמעותו?
העתק את התשובה הנכונה מבין שלוש האפשרויות שלפניך:
מַעֲנָה, **עֲנִי**, **תַּעֲנִית**
- (2) מהי צורת שם הפועל של השורש ע-נ-י/ה בבניין **נַעַל**?
העתק את התשובה הנכונה מבין שלוש האפשרויות שלפניך:
לַעֲנֹת, **לְהַעֲנֹת**, **לְהַתְּעִנֹת**

ב. בכל אחד מן המשפטים שלפניך בחר בצורת ההגייה הנכונה של הפועל המודגש, והעתק אותה, **כולל הניקוד**.

- (1) לדעת הכותבת הפרסומת ה**צְּלִיחָה** / ה**צְּלִיחָה** לנכס כל רעיון ולתעל אותו לצרכיה.
- (2) אפשר לנטוע באדם את האמונה כי יהפוך למאושר אם י**רְכֹשׁ** / י**רְכֹשׁ** חולצה זו או אחרת. (על פי שורות 14-15)

/המשך בעמוד 11/

תשובה לשאלה 16

- (1) פיעל
- (2) פיעל
- (3) התפעל
- (4) הפעיל
- (5) הופעל
- (6) נפעל

תשובה לשאלה 17

- א. (1) מענה
- (2) להענות
- ב. (1) הצליחה
- (2) נרפש

השם

18. א. לפניך חמש מילים:

פְּרָסוּמַאי, מְפָרְסִים, יִצְרָן, מְנַהֵלָן, בְּנָאי

- (1) מיינ את המילים לשתי קבוצות על פי דרך התצורה, ותן כותרת לכל קבוצה.
 - (2) מה משותף לכל המילים מבחינת המשמעות?
 - (3) במה שונה המילה חִמְדָן (שורה 49) מבחינת המשמעות מן המילים ברשימה שלעיל?
- ב. הסבר את דרך התצורה של כל אחת מן המילים המודגשות:
- "בלי פיתוי לא תגבר הצְרִיכָה" (שורות 5-6)
- "כך הפכה הצְרִיכָנוּת... למשהו אחר" (שורות 34-35).
- ג. במשפט שלפניך בחר בצורת ההגייה הנכונה של המילה המודגשת, העתק אותה כולל הניקוד, ונמק את בחירתך.
- החברה החליטה לייבא מוצר חִקְלָאי / חִקְלָאי חדש.

19. לפניך שמונה מילים:

מְשַׁמְעוֹת, נְסוּת, מְגַבֵּית, דְּבוּרִית, שְׂרוּת, אֶפְשָׁרוּת, תְּדַמִּית, עֵינִית

- א. העתק למחברתך רק את המילים הבנויות מבסיס + צורן סופי.
- ב. מיינ את המילים שכתבת בסעיף א לקבוצות על פי משמעות הצורן הסופי, וציין מהי משמעות הצורן הסופי של כל קבוצה.

20. א. כל המילים שלפניך נוצרו באותה דרך תצורה:

חִזוֹת, מְרָאָה, נְקוּדַת רְאוּת, מְחִזָּה, זוּוּיַת רְאִיָּה, תְּחִזִּית, חִלּוֹן רְאִוּה, מְרָאִית עֵין, חִזוֹן

- (1) מהי הגזרה המשותפת לכל המילים המודגשות?
 - (2) מצא ברשימה שלעיל זוג אחד של מילים שוות-משקל, והעתק אותן למחברתך.
 - (3) במה שונה דרך התצורה של המילה רְאִוּוּת מדרך התצורה של המילים שלעיל?
- ב. העתק מן הרשימה שלפניך את שמות הפעולה:
- חִזָּאי, חִזָּי, הִתְחִזָּוּת, חִזָּיוֹן, חוֹזָה.

בהצלחה!

זכות היוצרים שמורה למדינת ישראל
 אין להעתיק או לפרסם אלא ברשות משרד החינוך התרבות והספורט

תשובה לשאלה 18

- א. (1) בסיס + צורן סופי : פרסומאי, מנהלן.
שורש במשקל : מפרסם, יצרן, בנאי.
- (2) בעלי מקצוע
- (3) בעל תכונה
- ב. צריכה = שורש במשקל קטילה- שם פעולה בבניין קל (הוא צרד).
צרכנות = בסיס + צורן סופי- צרכן + Xות
- ג. מוצר חקלאי. סיומת X מציינת שם תואר

תשובה לשאלה 19

- א. משמעות, דבורית, אפשרות, עינית
- ב. הפשטה- אפשרות, משמעות
- כלים- דבורית, עינית

תשובה לשאלה 20

- א. (1) נ-ל-י/ה
- (2) מראה - מחזה
- (3) ראותן - בסיס + צורן סופי
- ב. חיזוי, התחזות