



מקום להידוק
דפי השאלון

11282

משרד החינוך

אגף בכיר בחינוך

מחברת בחינה

המנהל הפדגוגי

לנבחנים ולנבחנות שלום,

יש לקרוא את ההוראות בעמוד זה ולמלא אותן בדיוקנות. אי-מילוי ההוראות עלול לגרום לתקלות ואף להביא לפסילת הבחינה. הבחינה נועדה לבדוק הישגים אישיים, ולכן יש לעבוד עבודה עצמית בלבד. בזמן הבחינה אין להיעזר בזולת ואין לתת או לקבל חומר בכתב או בעל פה.

אין להכניס לחדר הבחינה חומר עזר – ספרים, מחברות, רשימות – חוץ מ"חומר עזר מותר בשימוש" המפורט בגוף השאלון או בהוראות מוקדמות של המשרד. כמו כן אין להכניס לחדר הבחינה טלפונים או מכשירים אלקטרוניים אחרים. שימוש בחומר עזר שאינו מותר יוביל לפסילת הבחינה.

לאחר סיום כתיבת הבחינה יש למסור את המחברת למשגיח ולעזוב בשקט את חדר הבחינה.

יש להקפיד על טוהר הבחינות!

הוראות לבחינה

- יש לוודא כי במדבקות הנבחן שקיבלתם מודפסים פרטיכם האישיים. אין להוסיף או לשנות שום פרט במדבקות, כדי למנוע עיכוב בזיהוי המחברת וברישום הציונים.
- אם לא קיבלתם מדבקה, יש למלא בכתב יד את הפרטים במקום המיועד למדבקות הנבחן.
- אסור לכתוב בשולי מחברת הבחינה (החלק המקווקו) משום שחלק זה לא ייסרק.
- לטייטה ישמשו אך ורק דפי מחברת הבחינה שיועדו לכך.
- אין לתלוש או להוסיף דפים. מחברת שתוגש לא שלמה תעורר חשד לאי-קיום טוהר הבחינות.
- אין לכתוב שם בתוך המחברת משום שהבחינה נבדקת בעילום שם.

בהצלחה!

מדבקות שאלון ملصقة نموذج امتحان שאלון 011282 עברית	מדבקות נבחן והתאמות ملصقة ممتحن وملاءمات <table><tr><td>שנה السنة</td><td>חודש الشهر</td></tr><tr><td>מועד מועד</td><td></td></tr><tr><td>סמל ביה"ס</td><td>מס' תעודת הזהות</td></tr><tr><td>رقم المدرسة</td><td>رقم الهوية</td></tr></table> יש להדביק כאן ↑ מדבקות נבחן (ללא שם) يجب هنا ↑ إلصاق ملصقة ممتحن (بدون اسم)	שנה السنة	חודש الشهر	מועד מועד		סמל ביה"ס	מס' תעודת הזהות	رقم المدرسة	رقم الهوية	מדבקות לנבחנים ملصقات للممتحنين
שנה السنة	חודש الشهر									
מועד מועד										
סמל ביה"ס	מס' תעודת הזהות									
رقم المدرسة	رقم الهوية									

יש לסמן במשבצת ☐ אם ניתנה מחברת נוספת
يجب الإشارة في المربع إذا أُعطي دفتر إضافي
* التعليمات باللغة العربية على ظهر الصفحة

الإدارة التربويّة
وزارة التربية والتعليم
القسم الكبير لامتحانات

دفتر امتحان

تحيّة للممتحنين وللممتحنات،

يجب قراءة التعليمات في هذه الصفحة والعمل وفقاً لها بدقة . عدم تنفيذ التعليمات قد يؤدي إلى عواقب مختلفة وحتى إلى إلغاء الامتحان .
أعدّ الامتحان لفحص التحصيلات الشخصية، لذلك يجب العمل بشكل ذاتي فقط . أثناء الامتحان، لا يُسمح طلب المساعدة من الغير، ولا يُسمح إعطاء أو الحصول على موادّ مكتوبة أو شفهيّة .

لا يُسمح إدخال موادّ مساعدة – كتب، دفاتر، قوائم – إلى غرفة الامتحان، ما عدا "موادّ مساعدة يُسمح استعمالها" المفصّلة في نموذج الامتحان أو في تعليمات مسبقة من وزارة التربية والتعليم . كما لا يُسمح إدخال هواتف خلويّة أو أجهزة إلكترونيّة أخرى إلى غرفة الامتحان . استعمال موادّ مساعدة لا يُسمح استعمالها سوف يؤدي إلى إلغاء الامتحان .
بعد الانتهاء من كتابة الامتحان، يجب تسليم الدفتر للمراقب ومغادرة غرفة الامتحان بهدوء .

يجب التقيّد بنزاهة الامتحانات!

تعليمات لامتحان

1. يجب التأكّد بأنّ تفاصيلكم الشخصية مطبوعة على ملصقات الممتحن التي حصلتم عليها . لا يُسمح إضافة أو تغيير أية تفاصيل في الملصقات، وذلك لمنع عواقب في تشخيص الدفتر وفي تسجيل العلامات .
2. في حال عدم حصولكم على ملصقة، يجب ملء التفاصيل في المكان المعدّ لملصقة الممتحن، بخطّ يد .
3. لا يُسمح الكتابة في هوامش الدفتر (في المنطقة المخططة)، لأنّه لن يتم مسح ضوئيّ لهذه المنطقة .
4. للمسوّدة تُستعمل أوراق دفتر الامتحان المعدّة لذلك فقط .
5. يُمنع نزع أو إضافة أوراق . الدفتر الذي يُسلّم ناقصاً يُثير الشكّ بعدم الالتزام بنزاهة الامتحانات .
6. لا يُسمح كتابة الاسم داخل الدفتر، لأنّ الامتحان يُفحص بدون ذكر اسم .

نتمنّى لكم النجاح!

מדינת ישראל
משרד החינוך

סוג הבחינה: בגרות
מועד הבחינה: קיץ תשפ"ה, 2025, מועד ב
מספר השאלון: 11282
נספח: מאמרים

עברית: הבנה, הבעה ולשון

הוראות

- א. משך הבחינה: שעותיים.
- ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה: בשאלון זה שני פרקים.
- | | | | | |
|-----------|---|------------|---------|------------|
| פרק ראשון | – | הבנת הנקרא | – | 60 נקודות |
| פרק שני | – | הבעה בכתב | – | 40 נקודות |
| | | | – | 100 נקודות |
| | | | סך הכול | |
- ג. חומר עזר מותר בשימוש: אין.
- ד. הוראה מיוחדת: יש לקרוא את המאמרים שבנספח ולענות על השאלות בגוף שאלון זה, לפי ההוראות.

שימו לב: בסוף הבחינה מצורפים דפי טיוטה. אין להוסיף דפים אחרים למחברת הבחינה.

השאלות בשאלון זה מנוסחות בלשון רבים, אף על פי כן על כל תלמידה וכל תלמיד להשיב עליהן באופן אישי.

בהצלחה!

/המשך מעבר לדף/

עברית: הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשפ"ה, מועד ב, מס' 11282 + נספח

פרק ראשון – הבנת הנקרא (60 נקודות)

קראו את המאמרים 1–2 שבנספח המצורף, וענו על כל השאלות 1–13.
הקפידו על כתב ברור, על כתיב נכון, על כללי הדקדוק ועל פיסוק הגיוני.

1. מהי טענתו המרכזית של כותב מאמר 1?

הקיפו את התשובה הנכונה. (4 נקודות)

(1) תעשיית הפרסומות מפירה את הדיבר העשירי, ומטרתה לגרום לציבור לחמוד מוצרי צריכה.

(2) חמדנות היא אידיאל כלכלי נאור המקדם צמיחה כלכלית, המועילה לכולם.

(3) לתרבות הצריכה יש השפעות שליליות על הפרט, על החברה ועל העולם.

(4) הקושי בהתמודדות עם תרבות הצריכה נובע משני התפקודים שלנו – היותנו אזרחים והיותנו צרכנים.

2. במאמר 1 יש הבחנה בין "כלכלת בוקרים" ובין "כלכלת חללית".

א. לפניכם טבלה המציגה השוואה בין שני סוגי הכלכלות. השלימו את הטבלה.

הקריטריונים	"כלכלת בוקרים"	"כלכלת חללית"
התקופה		
המשאבים		
ההשפעה על הסביבה		

(6 נקודות)

ב. כיצד יש להבין את הציווי "לא תחמוד" ב"כלכלת בוקרים", וכיצד יש להבין אותו

ב"כלכלת חללית"? (5 נקודות)

עברית: הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשפ"ה, מועד ב, מס' 11282 + נספח

3. על פי מאמר 1, הסבירו כיצד תרבות הצריכה משפיעה על האדם. (5 נקודות)

4. כיצד כותב מאמר 1 מציע להתמודד עם ההשפעות של תרבות הצריכה? (5 נקודות)

5. א. על פי מאמר 1, מהו ההבדל בין הפרסום בעבר ובין הפרסום בימינו? (4 נקודות)

ב. לפניכם פרסומת.

נכסים שמדברים יוקרה
מבחר דירות אטרקטיביות
ומתוכננות היטב ברחבי תל אביב

(מעובד על פי פרסומת של חברה לשיווק דירות)

על פי מאמר 1, הסבירו כיצד פרסומת זו מנסה להשפיע על הצרכן. (4 נקודות)

6. "מתח גדל והולך בין שני תפקודים שונים שלנו – היותנו אזרחים והיותנו צרכנים"

(מאמר 1, שורות 58–59).

הסבירו מהו מתח זה. (4 נקודות)



עברית: הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשפ"ה, מועד ב, מס' 11282 + נספח

7. במאמר 1 בשורה 56 כתוב: "כיצד אפשר להתמודד עם ההשפעות השליליות של תרבות הצריכה...?" מהו הפתרון המוצע במאמר 2 לכמה מן הבעיות הנובעות מ"תרבות הצריכה"? (4 נקודות)

8. כותרת מאמר 2 היא "הביסקוויט המוסרי". הסבירו מה מייצג "הביסקוויט המוסרי". (4 נקודות)

9. לפניכם כותרת מאמר 1, ובה מילה מודגשת. **"ראוותנות ורעבתנות"**

מה פירוש המילה "ראוותנות"? הקיפו את התשובה הנכונה. (3 נקודות)

(1) חמדנות ותאוותנות

(2) גנדרנות ועשיית רושם

(3) תשוקה ותאוה

(4) פשטות וענוותנות

10. לפניכם משפט ממאמר 1, ובו מודגש ביטוי. **"אין עוררין שיש צורך בסיסי בצריכה"** (שורות 6-7).

מה משמעות הביטוי "אין עוררין"? הקיפו את התשובה הנכונה. (3 נקודות)

(1) אין שום רע בדבר

(2) אין איש אשר יר לבעיה

(3) אין מי שחולק על הדבר

(4) אין ברירה, זהו מחיר שיש לשלמו



עברית: הבנה, הבעה ולשון, קיץ תשפ"ה, מועד ב, מס' 11282 + נספח

11. לפניכם משפט ממאמר 1, ובו מודגש ביטוי.

"נוצר מעגל קסמים הרסני" (שורה 44).

מה משמעות הביטוי "מעגל קסמים"? הקיפו את התשובה הנכונה. (3 נקודות)

(1) סיפור דמיוני

(2) אורח חיים מקובל

(3) בועה שבתוכה כולנו נמצאים

(4) מצב שאין ממנו מוצא

12. לפניכם משפט ממאמר 1, ובו מודגשת מילה.

"הצרכן רוצה שתהיה לו יכולת למלא את מאווייו בכל עת" (שורות 60–61).

הציעו מילה שיכולה להחליף את המילה המודגשת במשפט. (3 נקודות)

13. לפניכם משפט ממאמר 1, ובו מודגשת מילה.

"אין כאן גם הצעה להתרפקות נוסטלגית" (שורה 66).

מה פירוש המילה "התרפקות" במשפט זה? הקיפו את התשובה הנכונה. (3 נקודות)

(1) געגועים

(2) נחמה

(3) אדישות

(4) עצבות

ת

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

/

בהצלחה!

טיוטה

טיוטה

"איתך בכל מקום, גם בבגרות.
בהצלחה, מועצת התלמידים והנוער הארצית"

"معك في كل مكان، وفي البجروت أيضًا.
بالنجاح، مجلس الطلاب والشبيبة القطري"

נספח: מאמרים
לשאלון עברית: הבנה, הבעה ולשון
11282, קיץ תשפ"ה, מועד ב

לפניכם שני מאמרים.

קראו אותם, וענו על השאלות בשאלון המחברת המצורף.

מאמר 1

ראויות ורעבתנות

מאת ג'רמי בנשטיין

אילו היו קיימים גורמים שמטרתם המפורשת היא להניע אנשים לרצוח, לגנוב או למסור עדות שקר, היינו כמובן מפקפקים בלגיטימיות שלהם ומוציאים אותם אל מחוץ לחוק. איסורים אלה כתובים בעשרת הדיברות. אך יש גורם שמפר את הדיבר העשירי – "לא תחמוד", והוא תעשיית הפרסומות. כל מטרתה היא לגרום לציבור לרצות דברים, לחמוד.

5 במאמר זה אנסה לנתח כמה מן הבעיות הסביבתיות והערכיות, הנובעות מהתפתחות חברת שפע ומן המרכזיות של צריכה חומרית בתרבות המערבית. אין עוררין שיש צורך בסיסי בצריכה. כל יצור חי – צורך. בעלי חיים צורכים חמצן, מים ומזון, ולרשימה בסיסית זו אנחנו מוסיפים: ביגוד, קורת גג וגם השכלה ותרבות. העניין הוא שכיום עברנו ממצב של "צריכה" (אמצעי לקיום) למצב של "צרכנות" – אידאולוגיה שהיא תכלית בפני עצמה.

10 הגורם המניע את הצרכנות במשק המודרני הוא יצירת מצב נפשי של חמדנות, של רציית-יתר, אי-שביעות רצון ממה שיש לנו וממה שאנו. למצב נפשי זה יש גיבוי באידאולוגיה חברתית-כלכלית, המעודדת צמיחה כלכלית מתמדת. כבר במאה ה-18 גרס הכלכלן אדם סמית כי הפעולה של הפרט למען קידומו האישי-חומרי תורמת לחברה כולה: כולם משקיעים כדי להתקדם, המשק מתקדם יחד איתם, וכך כולם יוצאים נשכרים. לאור תורתו של סמית, נתפסה 15 החמדנות כתורמת לצמיחה כלכלית. ואכן גם כיום הכלכלה המערבית, המבוססת על תרבות הצריכה, מטפחת את החמדנות כאידיאל כלכלי נאור, במקום לגנותה משום היותה מידה רעה ואנטי-חברתית.

אבל מאז זמנו של סמית השתנה העולם. כדי להסביר את השינוי, אפשר להיעזר בשני מונחים שטבע כלכלן בן זמננו, קנת' בולדינג. בולדינג הבחין בין "כלכלת בוקרים" (קאבוויים) ובין "כלכלת חללית". הבוקר של פעם חי במרחבים שהשתרעו עד האופק, נהנה משפע כמעט בלתי מוגבל של משאבים טבעיים, ולא היה לו קושי להיפטר מפסולת. 20

אבל כיום שיש מיליארד בני אדם⁽¹⁾ חיים על פני כדור הארץ, והודות להתפתחות המדעית-טכנולוגית במאתיים השנים האחרונות, המעמד הבינוני חי כיום טוב יותר ממלכים בעולם העתיק. אולם הטכנולוגיות המאפשרות את החיים הנוחים האלה יוצרות לחץ אדיר על משאבי כדור הארץ – קרקע, מים, אוויר, מחצבים, חי וצומח. מי שתייה טהורים ואוויר צח כבר 25 אינם משאבי חיים, שכולם יכולים ליהנות מהם. פסולת תעשייתית מזהמת את האוויר ופוגעת

* מעובד על פי בנשטיין, ג' (2002). ראויות ורעבתנות. פנים, 21.

(1) מאז פורסם המאמר גדלה אוכלוסיית העולם, וכיום היא מונה כשמונה מיליארד בני אדם.

- באטמוספירה, ובעקבות זאת כדור הארץ מתחמם. התחממות זו היא כמו נורת אזהרה אדומה מהבהבת במערכת הבקרה של חללית. עברנו מ"משק בוקרים", שאופקו בלתי מוגבלים, ל"משק חללית", שבו הכול מוגבל ומדוד. האסטרונוטים בחללית חייבים לדאוג לתפקוד כל המערכות, אם הם רוצים לשרוד. תנאי החיים מושפעים באופן מכריע מכל פעולה אנושית, לכן כיום אי אפשר להמשיך ב"עסקים כרגיל" ולנהוג כמו קאובוי בתוך חללית.
- 30 בעולם הבוקרים הציווי המקראי: "לֹא תִחַמַּד בֵּית רֵעֶךָ... וְכָל אֲשֶׁר לְרֵעֶךָ" (שמות כ', 14) נועד להגן על זכויות הקניין של היחיד (לדוגמה, על קרקעות ועדרים). בעולמנו, הדומה יותר לחללית, יש להבין ציווי זה באופן שונה: אסור לחמוד מכיוון שהשאיפה להשיג עוד ועוד וכן טיפוח תרבות צריכה שאינה יודעת שובע, הם הרסניים ליחיד, לחברה ולכדור הארץ.
- 35 הפרסומת היא אחד המנגנונים העיקריים המעודדים צרכנות. בעבר התמקד הפרסום במתן מידע על מוצרים: יש מוצר חדש – והוא עושה כך וכך, יש חטיף חדש – והוא מכיל רכיבים אלה ואחרים. אך בתקופת ההתאוששות שלאחר מלחמת העולם הראשונה חל שינוי מהותי במטרת הפרסום והשיווק: ממתן מידע על מוצרים – לשינוי הרגלי הצריכה של ההמונים, ליצירת תשוקה וביקוש למוצרים.
- 40 את הביקוש הפרסומת יוצרת באמצעות הענקת הילה של זוהר למוצרים. הפרסומות אינן רק מעדכנות על קיומו של מוצר חדש, אלא בעיקר משווקות מותג. מרכזיותו של המותג מעידה על היותה של התדמית חשובה מן המוצר עצמו. הפרסום המתמקד בתדמית מייצר תחושה של חֶסֶד ומשווק חוסר שביעות רצון. נוצר מעגל קסמים הרסני: הפרסומת משכנעת אותנו לקנות עוד ועוד מוצרים כדי לתקן בנו פגמים (אמיתיים או מומצאים), אך הסיפוק מן הרכישה מתפוגג, ואנו מחפשים את המוצר הבא. אם כן, זהו מעגל שהמבנה שלו הוא מסר – קנייה – סיפוק מיידי אך קצר טווח (אם בכלל) – אי־שביעות רצון חוזרת. מטרת הפרסום למנוע מאיתנו שלווה נפש: לשכנע אותנו שאיננו יצורים שלמים כל עוד לא קנינו את המוצר.
- שלוות הנפש אמורה להיות מושגת באמצעות "דת הצרכנות", ומצוותה המעשית החשובה היא ה"שופינג" (הקניות). תרבות ה"שופינג" מבטאת, למעשה, חיפוש סיפוקים רגשיים בעולם החומר, בצבירת רכוש. ה"שופינג" נתפס כאמצעי המאפשר "לגעת בעושר", והוא נהפך לבילוי המועדף על המונים. כדי להרוויח כסף שיאפשר לנו לקנות אנו עובדים יותר שעות, ובעקבות זאת הפנאי פוחת: נשאר פחות זמן ליהנות מקריאת ספר, מטויל בטבע או מהאזנה למוזיקה, והפנאי המצומצם שנותר מוקדש יותר ויותר ל"שופינג". כלומר, אנו משנים את אורח חיינו כדי להתאימו לתפקידנו כצרכנים.
- 55 אם כן, כיצד אפשר להתמודד עם ההשפעות השליליות של תרבות הצריכה על הפרט, על החברה ועל העולם הסובב אותנו?
- הקושי בהתמודדות נעוץ במתח גדל והולך בין שני תפקודים שונים שלנו – היותנו אזרחים והיותנו צרכנים. האזרח רוצה יחס ערכי ומוסרי כלפי האדם והסביבה: יחס הוגן ושוויוני כלפי אנשים ודאגה לדורות הבאים, הכוללת טיפוח הסביבה ושמירה עליה. הצרכן רוצה שתהיה לו יכולת למלא את מאווייו בכל עת וזמינות מקסימלית של מוצרים: מחירים נמוכים
- 60

וחנויות מלאות ופתוחות ברציפות. כאזרח פעיל ואכפתי אכתוב מכתבים נגד סדנאות יָזַע⁽²⁾ בעולם השלישי; כצרכן אקנה את החולצה הכי זולה, בלי לברר כיצד יוצרה. אם נהיה מודעים למתח הפנימי הזה, אולי יקל עלינו להתנגד ללחצי תרבות הצריכה.

65 אין אני מציע לחזור למערות – הוויתור על תרבות הצריכה אין פירושו עוני וחיים במחסור. אין כאן גם הצעה להתרפקות נוסטלגית על חיי פשטות וטוהר. אך עלינו להפסיק להאמין בגאולה שבקדמה חומרית ולחפש משמעות ותכלית מחוץ לה. ברגע שנפסיק למלא את צרכינו הלא־חומריים באמצעות חומר, מצבנו ומצב כדור הארץ ישתפרו.

70 התשובה צריכה להיות: פיתוח המודעות לנזקי תרבות הצריכה, הגבלה עצמית, שינויים באורח החיים של הפרט בכיוון של יותר פשטות, צניעות והסתפקות במה שיש. הדגש צריך להיות על "גבולות" – הכרה של האדם בגבולות הפיזיים של העולם קשורה בהצבת גבולות לעצמו. אנו מגיעים לגבול יכולת הספיגה של כדור הארץ, מפני שאיננו מציבים גבולות לעצמנו.

את דרכי ההתמודדות עם הבעיות שהוצגו כאן אפשר אולי לסכם באמרה הידועה של חז"ל: "איזהו גיבור? הכובש את יָצָרו... איזהו עשיר? השמח בחלקו" (מסכת אבות, פרק ד, משנה א).

(2) סדנאות יָזַע – בתי מלאכה זעירים שמעסיקים עובדים (בעיקר נשים וילדים) בתנאי ניצול לא אנושיים.

מאמר 2**הביסקוויט המוסרי****מאת ארנה קזין**

הארגונים הירוקים ומבקרי תרבות הצריכה בלונדון כבר הבינו שלא יוכלו לנצח את חדות הקניות של הצרכנים. במקום זאת הם מנסים לשכנע את הצרכנים להתמקד במוצרים שאינם פוגעים בטבע ובאדם.

לצורך זה הופצו בחנויות הספרים בלונדון עותקים של ספר חדש: "מדריך הקניות הטובות – המדריך שלכם לקניות במצפון נקי".

5

המדריך מספק הנחיות לצרכנים שרוצים להשפיע על העולם בדרך שבה הם מוציאים את כספם. יש בו סקירה של מגוון מוצרי צריכה – ובהם משחות שיניים, דגני בוקר ומזון לתינוקות – והשוואה בין המותגים השונים של כל מוצר. כל מותג נבחן על פי קטגוריות אחדות:

סביבה – כלומר, עד כמה המפעל המייצר מזהם את הסביבה; בעלי חיים – כלומר, האם נעשים

במפעל ניסויים בבעלי חיים, או לאיזה יחס זוכים בעלי חיים המעורבים בתהליך הייצור (כמו

10

במקרה של מוצרי חלב); בני אדם – כלומר, האם במהלך הייצור מופרות זכויות העובדים, ועוד.

המדריך מאפשר להבין בקלות אילו מותגים רצוי לקנות ואילו לא. כך, למשל,

יוכל הצרכן להעדיף קניית "ביסקוויטים מוסריים", המיוצרים על ידי חברה מסוימת,

על פני "ביסקוויטים רעים", המיוצרים על ידי חברה אחרת, המזהמת את הסביבה ומנצלת

את העובדים. 15

* מעובד על פי קזין, א' (דצמבר, 2002). הביסקוויט המוסרי. הארץ.