

סוג הבחינה: בגרות
מועד הבחינה: חורף תש"ף, 2020
מספר השאלון: 011281
קובץ: תשובות סופיות

עברית: הבנה, הבעה ולשון

הוראות לנבחן

- א. משך הבחינה: שלוש שעות.
- ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה: בשאלון זה שני חלקים.
חלק ראשון — הבנה והבעה — 50 נקודות
חלק שני — לשון — 50 נקודות
פרק א: שם המספר, אותיות השימוש ומילות היחס
פרק ב: תחביר / פרק ג: מערכת הצורות — יש לבחור באחד הפרקים
סך הכול — 100 נקודות
- ג. חומר עזר מותר בשימוש: דף עזר מצורף (נספח 2).
- ד. הוראה מיוחדת: יש לענות על השאלות בגוף שאלון זה לפי ההוראות.
שים לב: בסוף הבחינה מצורפים דפי טיוטה לשימושך. אין להוסיף דפים אחרים למחברת הבחינה.
ההנחיות בשאלון זה מנוסחות בלשון זכר ומכוונות לנבחנות ולנבחנים כאחד.
נספחים: נספח 1 — טקסטים; נספח 2 — דף עזר.

בהצלחה!

תשובות סופיות

חלק ראשון – הבנה והבעה

שאלה 1

- א. המחיר הנסתר הוא הפגיעה באיכות הסביבה: הקניות המקוונות מזיקות לסביבה.
- ב. 1. כמויות גדולות של פסולת מן האריזות: המוצרים נשלחים בארגזי קרטון גדולים וממלאים בפלסטיק – אריזה על גבי אריזה שאינה הכרחית.
2. פליטה מוגברת של גזים מכלי התחבורה: הסחורות משונעות ממדינות הייצור לנקודות חלוקה רבות (לבנייני המגורים) ולא לחנות אחת.
- (אפשר גם: מדיניות ההחזרות הנוחה – פריטים רבים נוסעים הלך וחזור, וכך מוכפלות הפסולת ופליטת הגזים; או: השילוח האווירי, הפולט הרבה יותר גזי חממה מן השילוח היבשתי.)

שאלה 2

- א. בני הדור הצעיר גדלו לתוך הסביבה המקוונת – הם "כמעט נולדו" אליה ו"שוחים" בה – ולכן הם רגילים לשוטט ברשת ולהשיג בה את מבוקשם במהירות ובזול, וטבעי להם לערוך בה גם את קניותיהם.
- ב. (4) משום שבני הנוער רואים את המוצר בחנות ולאחר מכן רוכשים אותו ברשת.

שאלה 3

- א. (1) תרשים I מציג שיקולים בעד הקניות באינטרנט.
- תרשים II מציג שיקולים נגד הקניות באינטרנט.
- (2) בתרשים I מופיעות מילים וצירופים בעלי משמעות חיובית, המציינים יתרונות של הקנייה ברשת: "זול יותר", "נוח יותר", "קל להשוות מחירים", "מבחר גדול". לעומת זאת, בתרשים II מופיעות מילים וצירופים בעלי משמעות שלילית, המציינים חסרונות וחששות: "פחד מלמסור פרטים", "זמן המתנה ארוך", וכן רצונות שהקנייה ברשת אינה מספקת – "רצון לראות את המוצר", "רצון לשוחח עם המוכר".
- ב. השיקול: "זמן המתנה ארוך" (תרשים II).
- האופן שבו התמודדו עימו אתרי הקניות: הם הפעילו שליחויות מהירות, שהסירו את החשש של הצרכנים מהמתנה ארוכה למוצר.

- ג. בטקסט 1 מתואר מעבר מן המחיר הזול אל הנוחות כמניע העיקרי לקנייה ברשת. לכן אם ייערך סקר דומה כיום, סביר שהעמודה "זול יותר" תרד, ואילו העמודה "נוח יותר" (וגם העמודה "קל להשוות מחירים") תעלה.

שאלה 4 – סקירה לדוגמה

לדעתי, מעורבות ההורים בקניות המקוונות של ילדיהם צריכה להיות מתונה: עליהם לקבוע לילדים סכום חודשי קבוע, אבל לא לפקח על כל קנייה וקנייה.

ראשית, כיוון שההורים מממנים את רוב הקניות, מן הראוי שיקבעו להן גבול. סכום חודשי מוגדר מונע בזבוז ומלמד את הילדים לתכנן את הוצאותיהם ולהעדיף את מה שחשוב להם באמת. שנית, פיקוח על כל קנייה פוגע באמון בין ההורים לילדים ואינו מאפשר לילדים לפתח עצמאות ואחריות. הרי בני הנוער הם צרכנים מתוחכמים, ומי שמשווה מחירים וממליץ להוריו לקנות ברשת מסוגל גם לבחור בעצמו מה לקנות. עם זאת, הורים שאינם מתערבים כלל משאירים את ילדיהם חשופים לפרסומות ולאתרים לא אמינים. לכן הדרך הנכונה היא דרך האמצע: גבול כספי ברור ושיחה פתוחה על צרכנות נבונה, בלי לבדוק כל רכישה.

שאלה 5 – סקירה לדוגמה

מן הקניין אל המסך: השינוי בהרגלי הצריכה

בשנים האחרונות משתנה הדרך שבה אנו קונים: יותר ויותר צרכנים מעדיפים לרכוש מוצרים באתרי אינטרנט ולא בחנויות שברחוב ובקניון. המסחר המקוון בעולם צומח משנה לשנה, ואילו המכירות בחנויות המסורתיות הולכות ופוחות (קלינגבייל, 2018). גם בישראל המגמה בולטת: בשנת 2016 קנו הישראלים ברשת בהיקף של יותר מ־14 מיליארד שקלים (מוקמל, 2017), ובתוך חמש שנים גדל מספר החבילות שהוזמנו מחו"ל פי שלושה (קלינגבייל, 2018). אם בעבר המניע העיקרי לקנייה ברשת היה המחיר הזול, כיום הצרכנים מחפשים בעיקר נוחות (קלינגבייל, 2018).

בחזית השינוי עומדים בני הדור הצעיר, שהם המובילים את המעבר לצרכנות מקוונת (מוקמל, 2017). על פי סקר של חברת אייביי, רוב בני הנוער בישראל קונים ברשת פעמיים בחודש, וחלקם מתחילים לקנות כבר בגיל 11. בני הנוער גדלו בסביבה המקוונת ולכן הם צרכנים מיומנים, ורובם אף ממליצים להוריהם לקנות באינטרנט (קרפיק ספיר, 2016).

לשינוי זה כמה תוצאות אפשריות. ראשית, הוא עלול לפגוע בסביבה: האריזות הרבות מגדילות את כמויות הפסולת, ושינוע הסחורות לנקודות חלוקה רבות מגביר את פליטת הגזים (קלינגבייל, 2018). שנית, הוא מאיים על החנויות המסורתיות: רשתות ותיקות כבר קרסו (קלינגבייל, 2018), והקניונים יצטרכו להתחדש — להשקיע בחוויית הקנייה ולהציע בילוי ושירותים שאי אפשר לקבל ברשת — כדי לשרוד (מוקמל, 2017).

ביבליוגרפיה

מוקמל, ג' (18 בדצמבר 2017). סופו של הקניון? עתיד הקניונים בעולם של מסחר מקוון. מתוך האתר **ynet**.
קלינגבייל, ס' (19 באוקטובר 2018). עושים קניות באינטרנט כי זה זול? יש מחיר אחד נסתר שאולי לא הכרתם. מתוך האתר **TheMarker**.
קרפיק ספיר, ש' (13 בספטמבר 2016). סקר: בני הנוער הישראלים מתחילים לקנות באינטרנט בגיל 11. מתוך האתר **גלובס**.

חלק שני – לשון

שאלה 6

- א. שמונים וְחמֶשֶׁה אחוז הגיל... הוא אֶחָת עֶשְׂרֵה
- ב. • מספר אחת; בעשר השנים הקרובות
• פי עשרה
• יותר משישים ושבעה מיליון
• שלוש הערים
• במקום השנים עשר

שאלה 7

מזמינים אתכם; איך הסתדרתם בלעדיהם

שאלה 8

- א. I. משפט מורכב:
אחד התושבים בלוס אנג'לס (לוואי) סיפר [שהוא(נושא) רוכש מוצרים(מושא) בעסקים מקומיים ולא באתרי הקניות(תיאור)]. פסוקית מושא
II. משפט איחוי (מאוחד / מחובר):
[ברשתות המרכולים צמצמו את צריכת שקיות הניילון והאריזות באמצעות חקיקה], איבר א [אולם על אתרי הקניות(מושא) לא חל החוק הזה]. איבר ב
- ב. אחד התושבים בלוס אנג'לס סיפר שהוא אינו רוכש מוצרים באתרי הקניות, אלא בעסקים מקומיים.

שאלה 9

- א. (1) קונים באינטרנט כי זה זול? יש מחיר נסתר שאולי לא הכרתם
(2) קונים באינטרנט כי המחירים בו נמוכים? / קונים באינטרנט כי הקנייה בו זולה?
- ב. (1) מושא.
(2) כך תזמינו בזול תחפושות באינטרנט.
- ג. — כותרת III: "אמזון" היא אימת הקניונים בארץ.
— כותרת IV: בסקר התגלה כי בני הנוער הישראלים מתחילים לקנות באינטרנט בגיל 11.

שאלה 10

א. (1) פסוקית נושא.

(2)

— פסוקית מושא: עדיין לא יודעים [אם בעלי הקניונים יצליחו להתאים את הקניונים למציאות המשתנה].

— פסוקית נושא: השאלה היא [אם בעלי הקניונים יצליחו להתאים את הקניונים למציאות המשתנה].

— פסוקית תיאור תנאי: [אם בעלי הקניונים יצליחו להתאים את הקניונים למציאות המשתנה], ישרדו הקניונים במציאות זו.

— פסוקית לוואי: השאלה [אם בעלי הקניונים יצליחו להתאים את הקניונים למציאות המשתנה] מטרידה את מנוחתם של מנהלי החנויות.

ב. (1) משפט מורכב (ובו פסוקית לוואי: [הנרכשים ביותר בקניונים]).

(2) נושא.

(3) המוצרים: בגדים, נעליים, משקפיים ותכשיטים הם המוצרים הנרכשים ביותר בקניונים.

(אפשר גם: ארבעה מוצרים — בגדים, נעליים, משקפיים ותכשיטים — הם הנרכשים ביותר בקניונים.)

שאלה 11

א. אלעד גולדנברג, מנהל הפעילות העסקית של אי־ביי בישראל, הודיע על פרישתו מן התפקיד בשל מעבר לתפקיד אחר. בתקופת ניהולו של גולדנברג גדלה החטיבה העסקית של אי־ביי במאות אחוזים, וכיום יש מיליון משתמשים פעילים בישראל. אלעד גולדנברג אומר: "אני מרגיש שהייתה לי זכות להיות שותף בהובלת מהפכת הקניות של הישראלים". לדבריו, אם "אמזון" תצליח בארץ, זה יקרה במידה רבה בזכות הצלחתה של אי־ביי.

ב. (1) פסוקית נושא.

(2) נושא.

(3) לפני כל רכישה באתר קניות רצוי שתוודאו מי הגוף המנהל את האתר ומפעיל אותו.

(או: מומלץ שנערוך חיפוש בגוגל או בפורומים מוכרים לבדיקת אמינות האתר. / לפני הרכישה חשוב שתבדק באתר מדיניות החזרת המוצרים.)

שאלה 12

א. (1) דרך I – ברשת: תיאור (תיאור מקום).

דרך II – ברשת: לוואי.

(2) דרך I: חיפשתי ברשת מידע על קניות בני נוער (החיפוש נעשה ברשת).

דרך II: המידע שחיפשתי היה בנושא קניות בני נוער ברשת (חיפשתי מידע על הקניות שבני נוער עורכים ברשת).

השיבושים	התיקונים
(1) שאתם קונים	כשאתם קונים
(2) התנאי החזרה	תנאי ההחזרה
(3) במידה ואתם קונים	אם אתם קונים

ב.

שיבושים נוספים שאפשר לבחור:

- הביאו בחשבון ושימו לב למחיר של המוצר ← הביאו בחשבון את המחיר של המוצר ושימו לב אליו
- מתי שתרכו ← כש- / כאשר תרכו
- בו אתם מרבים לקנות ← שאתם מרבים לקנות בו / שבו אתם מרבים לקנות

שאלה 13

א. (1)

הפעלים	השורש	הבניין
מגיע	נ-ג-ע	הפעיל
נפוצ	פ-ו-ץ	נפעל
מפנים	פ-נ-י	פיעל
מוותר	ו-ת-ר	הפעיל
מעידות	ע-ו-ד	הפעיל

(2) כדי לתאר פעילות הרגלית, שחוזרת ומתרחשת באופן שגרתי, יום-יומי (כל יום השליחים מגיעים, כל לילה מפנים את הפסולת). / כדי ליצור אצל הקורא תחושה שהדברים קורים עכשיו, לנגד עיניו, כמו בסרט.

חלק הדיבור	השורש	מילה כלשהי מאותו השורש
(1) שם עצם	ו-ז-ר	יצירה / יצירתי / מיצר / תוצר / נוצר / יצור
(2) פועל	ז-ר-ר	צר / הצרתי / צרור / לצרור / נצרר

ב.

שאלה 14

א. ציווי.

ב. השתמשו, התייעצו

ג. בִּדְקוּ

ד. (1) תִּהְיוּ – נִפְעַל; נִהְפַּכְתָּ – נִפְעַל; מִשְׁתַּלֶּמֶת – הִתְפַּעֵל; מִצְעִים – הִפְעַל; שְׁיִמוּ – קַל.

(2) תִּהְיוּ – הִנִּי; מִשְׁתַּלֶּמֶת – שִׁלִּי; מִצְעִים – יִצְעוּ.

ה. (1) עָלוּת

(2) עָלִי

(3) צוֹרֵן רְבוּת (רִיבּוּי בִּנְקֻבָּה): עֲצוֹת = רְבוּת שֶׁל עֲצָה, הֶטְבוֹת = רְבוּת שֶׁל הֶטְבָּה, מְדוֹת = רְבוּת שֶׁל מִדָּה.

שאלה 15

א. (1) • III. לשתי הצורות יש משמעות סבילה.

• I שגויה: "אַרְוִיזִים" נוטה בבניין קל (בינוני פעול), ואילו "נֶאֱרִיזִים" נוטה בבניין נפעל.

(או: II שגויה: "אַרְוִיזִים" משמשת בקטע בתפקיד שם תואר – היא מתארת את המוצרים – ואילו "נֶאֱרִיזִים"

משמשת בתפקיד פועל – הנשוא של המשפט.)

(2) • השורש: מ-ח-ז-ר • המשקל: קטול • השורש הראשוני: ח-ז-ר

(3) II. הבניין.

(4) לְמַחֹת

(5) I. מְמַלֵּא II. הִכְנִסוּ

• המנהל ביקש מצוות המורים: "כְּנִסוּ אֶת כָּל הַתְּלִמִּידִים בְּאוֹלָם הַסְּפוֹרֵט".

ב. (1) פְּנָאִי

(2) פִּנְיָ

(3) מְרַפָּא

שאלה 16

א. (1) תפנית

(2) (מספיקה אחת מן השורות)

משקל	שם עצם: שורש	גוף	בניין	פועל: שורש	המילה שבחרת
קטיל	נ-ב-א	מדברים (גוף ראשון רבים)	הפעיל	ב-ו-א	נביא
תקטיל	ק-ד-ם	נוכח או נסתרת (גוף שני יחיד / גוף שלישי יחידה)	הפעיל	ק-ד-ם	תקדים
קטיל	א-ס-ר	מדבר / מדברת (גוף ראשון יחיד/ה)	הפעיל	ס-ו-ר	אסיר

ב. (1) • שליחות

• שלוח - פיעל; השתלחות - התפעל; שליחה - קל.

(2) השליחה של חבילות - קטילה.

חברתי היא שליחה - קטיל (שליח + סימת הנקבה ך).

ג. הראשונה: "מיום הקבלה של המוצר".

ד. המילה השדרות היא שם פעולה הנוטה בבניין נפעל, אולם היא מתארת לרוב את הפעולה של פעלים מבניין קל.

שאלה 17

א. • מחם - חמום / מחמם / חמים

• מטוס - טיס / טיסת / טיס

• מצקת - יציקה / יוצקים

• מסור - נסרת / נסור / מנסרת

ב. (1) דרגנוע

(2) הלחם בסיסים (מדרגה + נוע)

(3) מרכולית - הקטנה (מרכול קטן)

מגדניה - מקום (מקום שמוכרים בו מגדנות)

מחנאות - הפשטה / תחום עיסוק (העיסוק בחיים במחנה)

ג. חפיץ

ד. (1) צרכנים

(2) מכפתרת - כפתור; משוקים - שוק

כל הבגרויות בלשון עם פתרונות מלאים: www.guyai.co.il/bagrut/lashon