



המועצה הישראלית לצרכנות

מדינת ישראל



משרד החינוך  
המסילה הפדגוגי  
האגף לחינוך יסודי

# צרכנות נבונה וחינוך לשוני

יחידת לימוד לכיתה ה'







המועצה הישראלית לצרכנות

מדינת ישראל



משרד החינוך  
המנהל הפדגוגי  
האגף לחינוך יסודי

# צרכנות נבונה וחינוך לשוני

יחידת לימוד לכיתה ה'

## **ועדת היגוי:**

**משרד החינוך:** זהבה שמש - מנהלת האגף לחינוך יסודי, מזל שיניאק - המפמ"ר לעברית, אתי בוקשפן - מנהלת המחלקה למיומנויות יסוד

**המועצה הישראלית לצרכנות:** עו"ד אהוד פלג - מנכ"ל המועצה לצרכנות, שלמה זיס - מנהל מחלקת חינוך ומידע

## **פיתוח, עריכה והפקה:**

**צוות פיתוח:** שלמה זיס, בלהה ארצי, עדי סימון בר, מיכל גולדברג, יעל כץ  
**ייעוץ תוכן משפטי:** עו"ד ניסים מזרחי  
**קראו והעירו:** מדריכות ארציות בחינוך הלשוני, יעל נדלר - מדריכה ארצית בחמ"ד  
**עריכה לשונית:** חוה בוקשפן  
**עיצוב:** טריגון עיצובים  
**הפקה:** המועצה הישראלית לצרכנות, רח' חשמונאים 88, תל אביב, 67133

לפניות: [education@consumers.org.il](mailto:education@consumers.org.il)

## תוכן העניינים

מבוא: חינוך לשוני וחינוך לצרכנות נבונה.....	4
הקדמה: מה ביחידת הלימוד?.....	6
<b>שיעור 1: צרכנות ואני</b> .....	10
נספח למורה.....	13
נספח לתלמיד.....	18
<b>שיעור 2: המוצר פגום</b> .....	20
נספח למורה.....	23
נספח לתלמיד.....	25
<b>שיעור 3: לא היה ברור</b> .....	30
נספח למורה.....	33
נספח לתלמיד.....	35
<b>שיעור 4: קולט כל העת</b> .....	39
נספח למורה.....	43
נספח לתלמיד.....	48
<b>שיעור 5: קולט כל העת (המשך)</b> .....	52
נספח למורה.....	55
נספח לתלמיד.....	61
<b>שיעור 6: אריזות</b> .....	65
נספח למורה.....	67
נספח לתלמיד.....	68
<b>שיעור 7: אריזות (המשך)</b> .....	70
נספח למורה.....	72
נספח לתלמיד.....	74
<b>שיעור מספר 8: סיכום</b> .....	75
נספח למורה.....	77



## מבוא: חינוך לשוני וחינוך לצרכנות נבונה

לפי התפיסה המנחה את משרד החינוך, אשר באה לידי ביטוי בתכנית הלימודים הרשמית, הציסוק בלימוד העברית בבית הספר היסודי מוגדר כחינוך לשוני וכולל התנסויות בשימושי השפה (קריאה, כתיבה, הבעה בעל פה, הקשבה) ולימוד של הכללים והתופעות הלשוניים.

החינוך הלשוני בבית הספר היסודי מכון לטיפול ילד אורייני, כלומר ילד אשר ישתמש בשפה (בעל פה ובכתב) במגוון מצבים, למגוון מטרות - אישיות, חברתיות ותרבותיות.

בחברה המודרנית השימוש בשפה מורכב במיוחד בשל התופעות הטכנולוגיות כמו הטלוויזיה, המחשב, רשת האינטרנט ועוד. כל אלה מרחיבים את עולמות השיח של הפרט, ומוסכם על כולנו, שחשוב מאוד לדעת להתנהל בהם ביעילות ובהצלחה.

מכל אלה נובעת החשיבות שבלימוד השפה בהקשר מתאים, עד כמה שניתן במסגרת בית ספרית. בבסיס תפיסה זאת מצויות ההנחות הבאות:

- **ילדים לומדים להשתמש בשפה תוך כדי השימוש בה.** כל התנסות שתהיה רלוונטית ומשמעותית לילד, תאפשר לו לעשות שימוש יעיל ומקדם בשפתו. כך, לדוגמה, ילד המתבקש לכתוב מכתב לדמות נערצת, ילמד בקלות את כללי הכתיבה של סוגה זאת. יהיה לו קל להעלות על הדעת מה לכתוב, ויהיה נוח יותר לכוון אותו להביע את דבריו בצורה המתאימה: פתיחה הולמת, משפטי דיווח, בקשת מידע וסיום. והכול במשלב הלשוני המתאים!
- **למידה של מיומנות חדשה אינה מיידית.** התנסויות חוזרות, בהזדמנויות שונות, באמצעות מגוון של טקסטים, מאפשרות הפנמה ושכלול של השימוש בשפה. כך, בפעם החמישית שהתלמיד יקרא מאמר עיתונאי, יהיה לו קל יותר לזהות את עמדת הכותב מאשר במפגש הראשון שלו עם סוג זה של טקסט.
- **אין קריאה/כתיבה מושלמות.** תמיד ניתן לשנות ולשפר. באופן דומה, אין חוסר ידיעה מוחלט של קריאה או של כתיבה בקרב תלמידי בית הספר היסודי.
- **הקריאה והכתיבה קשורות זו בזו.** לשתי האופנויות השפעה הדדית. כדי לדעת לכתוב מכתב תלונה, הכרחית קריאה (או שמיעה) של תלונות שאחרים כתבו. כדי לקרוא מכתב תלונה ולגלות כוונות סמויות, חשוב להתנסות בכתיבה כזאת.
- **התפתחות השפה הדבורה והתפתחות השפה הכתובה קשורות זו בזו.** ילד ששפתו מפותחת - בעל אוצר מילים רחב ומגוון, ובעל יכולת ניסוח במגוון צורות ומשלבים - יפנים טוב יותר ומהר יותר את מאפייני השפה הכתובה. ילד אשר מרבה לקרוא ולהביע את עצמו בכתב מפנים צורות ומבנים שמופיעים גם כאשר הוא מביע את עצמו בעל פה.



• **יש למידה מכוונת ויש למידה מזדמנת.** גם כשעוסקים בקריאה/כתיבה/האזנה/הבעה בעל פה במטרה מסוימת, יש התנסות ולמידה מזדמנת של דברים אחרים. לדוגמה, נושא יחידת הלימוד הוא "מזג האוויר", והמטרות של השיעורים מתמקדות בהפקת מידע מטקסט לימודי ובכתיבת תמצית עם פעילויות מתאימות להן. בפתיחת היחידה הכינו התלמידים (בהנחיית המורה) שאלון ידע אודות מהות המשקעים השונים. בהתנסות זאת למדו התלמידים מאפיינים של סוגת השאלון, אף על פי שלא הייתה מטרה כזאת במערכי המורה.

החינוך לצרכנות נבונה מספק הזדמנות הקשרית הולמת ללימוד הטקסט הטיעוני-שכנועי (ראו תכנית הלימודים, עמ' 47-35). כצרכנים נבונים מתבקשים התלמידים להכיר את החוקים והתקנות המגנים על הצרכן מפני בעלי העסקים, ולהיות מודעים לאמצעים השונים שבעלי העסקים מפעילים על מנת למשוך את תשומת ליבם ולשכנעם לרכוש מוצרים או שירותים. הידע והמודעות יאפשרו לתלמידים להגן על זכויותיהם הצרכניות ולנקוט פעולות המעידות על אכפתיות ואזרחות טובה.

לשם כך על התלמידים לגלות מידע סמוי ומידע חסר במודעות ובהצעות מצד בעלי עסקים, לקרוא פרסומות ולהקשיב ולצפות בתשדירי שירות, לדלות מידע ולהשוות אותו באריזות מוצרים ובעלוניהם. התלמידים ילמדו גם להביע עמדות מנומקות בעל פה ובכתב וינסו לשכנע בפניותיהם לרשויות השונות, לפי הצורך.

העיסוק בסוגיות מעולם הצרכנות נוגע לכל אחד מהתלמידים, ובהיותו חלק מחיי היום יום שלו הוא נושא משמעותי ביותר.



## הקדמה: מה ביחידת הלימוד?



יחידת לימוד זאת מציעה מקבץ של 8 שיעורים (50-45 דקות כל אחד), העוסקים במגוון מצבים הקשורים לבעלי העסקים, לצרכנים, ולמה שביניהם: הגינות בפרסום, מבצעים, החזרת מוצרים, כיתוב על האריזה ועוד. החומרים מופיעים באתרי האינטרנט של המועצה לצרכנות ושל האגף לחינוך יסודי במשרד החינוך. לנוחיות המורה ניתן להדפיס ממקורות אלה דפי פעילות לתלמידים.

התכנים ביחידה זאת שייכים לתחום הצרכנות הנבונה, ויש לעסוק בהם במסגרת שיעורי החינוך הלשוני. המטרות ודרכי המעקב אחר השגתן מפורטים ביותר, ופירוט זה מאפשר למורה להתבונן בתפקוד של כל תלמיד ותלמידה ולתמוך בובה לפי הצורך.

הנושא מזמן עיסוק בשתי אופנויות השפה - הן הדבורה והן הכתובה. למרות זאת, ביחידה הזאת, המטרות והמעקב אחר השגתן מתייחסים מפורשות אך ורק לאופנות הכתובה. הדבר אינו מונע ממורים, אשר ירצו להתמקד בעיסוק באופנות הדבורה, לעשות כך ולקבוע מטרות הולמות ולהכין מחוונים מתאימים.

ניתן לפתח דיונים בעל פה סביב כל אחת מהסוגיות הצרכניות המופיעות ביחידה. כמו כן, ניתן להציע לתלמידים משחקי תפקידים והדמיות של מצבים בעייתיים מבחינה צרכנית.

השיעור הראשון הוא מבוא, המציג לתלמידים מגוון מצבי אינטראקציה בין בעלי העסקים לצרכנים. העיסוק הוא כללי, כדי להיכנס לעולם השיח הצרכני ולעורר עניין בנלמד. השיעור האחרון הוא סיכום, המיועד להביא את התלמידים לחזור על החומר הנלמד כולו ולראות את התמונה השלמה. שיעורים 4 ו-5, כמו גם 6 ו-7 מהווים יחידה תכנית אחת וחייבים להינתן ברצף. לגבי יתר השיעורים - ניתן לשנות את הסדר לפי שיקולי הדעת של המורה.

### זר הסעיפים במערכי השיעור הוא קבוע, לפי הנוסחה הבאה:

- נושא השיעור
- הפעילויות (מהלך השיעור). בסעיף זה מתוארות פעולות המורה ופעילויות התלמידים.
- המטרות בתחום הצרכנות.
- המטרות בתחום החינוך הלשוני: מטרות הקשורות לשימוש בשפה ומטרות בתחום הידע על התנהגות השפה ומבניה.
- רכיבי הערכה הקשורים, כמובן, למטרות שנוסחו בסעיף הקודם.
- להערכה שתי מטרות: לספק משוב ללומד על תפקודו ולכוון את ההוראה. לצורך זה מוצעים שני כלים - מחוונים למשימות כתיבה, שמפרטים לתלמיד ולמורה מה מצופה מהטקסט המסוים; וטבלאות מעקב שבהן ניתן לרשום באופן מצומצם ומיידי, בעיקר שכיוויות של תופעה מסוימת. איסוף הנתונים מהטבלאות השונות במשך הזמן יעזור למורה לגלות היכן עליה לשים דגש נוסף (איזה נושאים לאילו תלמידים).
- בנוסף לאלה, יכולה כל מורה להמשיך להשתמש בכל כלי מעקב והערכה מתאים, לפי שיקוליה.
- נספח למורה - מודפס במסגרת בצבע צהוב ומציע חומר למורה הכולל חומר רקע בנושא, התמצאות בדרישות מהתלמידים וכלים להערכה של השגת המטרות.



- נספח לתלמיד - מודפס במסגרת בצבע כחול ומכיל חומרים לתלמידים, כולל מחוונים המפרטים את הדרישות במשימות הכתיבה. המורה תדאג לשכפולם או להעברתם במחשב לתלמידים. לעתים נראה שיש כפילות בין דפי המורה לדפי התלמיד. הסיבה לכך היא, שדפי התלמיד מיועדים להדפסה, בעוד שבדפים למורים מופיעות הערות מנחות המיועדות רק להם.
- מסגרות "שימו לב!", כמו זאת:

### שימו לב!

בנספחים יש לעתים כפילויות למראית עין. ההבדלים מזעריים, כמו למשל במודעות הפרסומת שבנספח למורים, שבה יש סימון של מספרים המציינים את האמצעים לשכנוע. מספרים אלה אינם מופיעים במודעות שמיועדות לתלמידים.

בסוף היחידה מוצעת טבלת מעקב מסכמת, ולפיה תתכנן המורה את המשך העיסוק בטקסט הטיעוני-שכנועי, אם בהקשר של צרכנות נבונה ואם בהקשר אחר, לפי שיקוליה.

כמו בכל חומר לימוד מוכן תמצא המורה המשתמשת בו רכיבים שאינם מתאימים לסגנון ההוראה שלה או לאוכלוסיית תלמידיה. במקרים אלה תפעל המורה על פי המקובל בכיתה, תוך שמירה על מטרות היחידה ועל רוח הדברים בה.

כמו כן, חשוב להביא בחשבון את הדברים הבאים:

- **גמישות משך הזמן הדרוש.** אף על פי שיש ציון של משך זמן לכל פעילות, על המורה להיערך בהתאם למה שהיא מעריכה שתלמידיה צריכים.
- **נושאים שכבר נלמדו.** נושא הפרסומות ואמצעי השכנוע בהן נושק לתחומי דעת נוספים, כמו תקשורת. אם הנושא נלמד כבר בעבר, ניתן לקצר בעיסוק בו במסגרת יחידה זאת, ואף לדלג עליו כליל.
- הפרסומות המוצעות בשיעורים 4-5 אינן אותנטיות ועל כן הן נראות מלאכותיות במקצת. מבחינה אתית וחוקית אין אפשרות להביא פרסומות אמיתיות בחוברת זו. במסגרת הפעילות של התלמידים ניתן (ורצוי מאוד!) להעלות דוגמאות אמיתיות מרשת האינטרנט וגם מעיתונים וירחונים.
- היחידה מציעה **חומרים לתלמיד** (כולל אפשרות להדפיס אותם). יחד עם זאת, ניתן לפתח חומרים נוספים או חלופיים, לפי שיקולי הדעת של המורה, ובלבד שיהיו מכוונים להשגת אותן המטרות.

### בחינוך הממלכתי-דתי ניתן להתייחס לנושאי הפרקים באמצעות המקורות היהודיים:

- שיעור 1 - מומלץ להוסיף התייחסות כללית לנושא הצרכנות בחינוך הדתי - הערך "הסתפקות במועט" ברוח חז"ל: "איזהו עשיר השמח בחלקו" (מסכת אבות, ד', ב'). ערך נוסף הוא צניעות באורח החיים (לעומת "מותרות").
- שיעור 3 ו-5 - "מדבר שקר תרחק" (שמות כג', ז') - "תרחק" בבחינת לא מספיק רק להימנע משקר גמור אלא גם מאי אמירת האמת בשלמות.
- שיעור 5 - בנושא אמת והטעיה בפרסום (וכן בשיעור 3 - גילוי נאות) - יש מחויבות דתית לנושא בבחינת "בפני עיוור לא תיתן מכשול" (ויקרא, יט', יד'). הכוונה היא לא רק לפשוטו של מקרא אלא לעיקרון שאין לתת מידע מכשיל או עצה לא הוגנת.
- שיעור 6 - בנושא מידע על האריזה של מוצרי מזון יש להתייחס לנושא כשרות (חלבי, פרווה, בשרי).

סקסטיים נדרשים (ראו נספחים)	מטרות בתחום השפה		האופנות השלטת	מטרות בתחום הצרכנות	התוצר המצופה	הנושא
	לשון	שימוש בשפה				
תיאורי אירועים צרכניים ציטוטי חוק הגנת הצרכן	להרחיב את אוצר המילים הפעיל בפועלי, אמירה (לשון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...)	להיחשף לעולם השיח הקשור לצרכנות נבונה. לארגן רעיונות במבנה מתאים - טיעון והנמקה	קריאה/ כתיבה	יצירת עניין והגברת המודעות לאירועים צרכניים ולזכויות הצרכן לימוד מושגי יסודי בתחום הצרכנות וזכויות הצרכן	מודעות צרכנית מוגברת לנושא	1 מודעות צרכנית
מכתבי בקשה מכתבי תשובה לבקשה סעיף רלוונטי בחוק הגנת הצרכן	להרחיב את אוצר המילים הפעיל בפועלי, אמירה להשתמש נכון בקשרי ניגוד (ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...)	לארגן רעיונות במבנה מתאים - טיעון והנמקה	כתיבה	היכרות עם זכויות הצרכן: <b>החזרת מוצרים</b>	מכתב בקשה	2 החזרת מוצרים - מכתב בקשה
מכתבי תלונה סעיפים רלוונטיים בחוק הגנת הצרכן	להשתמש נכון בקשרי תמיכה (לכן, אי לכך, על כן, כמו כן)	לארגן רעיונות במבנה מתאים - טיעון והנמקה	כתיבה	היכרות עם תפקידיה של המועצה הישראלית לצרכנות	מכתב תלונה	3 גילוי נאות - מכתב תלונה
מודעות פרסומת	ידיעה של הטיית הציווי הכרת מטבעות לשון שכיחות הבניות בצורת סמיכות יישום של משחקי לשון ודו משמעות	לגלות את מטרות הטקסט הפרסומי לזהות את האמצעים ליצירת סקרנות, בטקסט הפרסומי לזהות את אמצעי השכנוע בטקסט הפרסומי	קריאה	להבין שמטרת הפרסומת היא לשכנע את הצרכן לקנות להגיב לפרסומת באופן ביקורתי: עריכת השוואות, ניתוח אמצעי השכנוע הננקטים	פרסומת למוצר/ לשירות	4 מפרסמים כדי למכור



הקדמה: מה ביחידת הלימוד? | למורה

סקסיים נדרשים	מטרות בתחום השפה		האופנות השלטת	מטרות בתחום הצרכנות	המצופה התוצר	הנושא
	שימוש בשפה	לשון				
מודעות פרסומית מטעות	לזהות את האמצעים להטעיה, שבהם נוקט המפרסם, ולהשתמש בהם ליצירת טקסט פרסומי	י"שום של רב משמעויות ועקרון סדר המילים במשפט, המשפיע על משמעותו	קריאה/ כתיבה	לגלות את השימוש באמצעי ההטעיה בפרסום	כרזת פרסומית מטעה	הטעיה בפרסום
מכתבי תלונה סעיף רלוונטי בחוק הגנת הצרכן	להרחיב את אוצר המילים הפעיל בפועלי אמירה להשתמש נכון בקשרי ניגוד (ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...)	להרחיב את אוצר המילים הפעיל בפועלי אמירה להשתמש נכון בקשרי תמיכה (לכן, אי לכך, על כן, כמו כן)	כתיבה	היכרות עם זכויות הצרכן: רישום באריזה	מכתב תלונה	לא קונים "חתול בשק" (מה כתוב על האריזה?)
סעיפים רלוונטיים בחוק הגנת הצרכן	שימוש פעיל באוצר המילים של שיש הצרכנות	שימוש פעיל באוצר המילים של שיש הצרכנות	כתיבה	חזרה מרוכזת על זכויות הצרכן שחוזרו במהלך השיעורים	כרזות לפרסום זכויות הצרכן	זכויות, זכויות ועוד זכויות



## שיעור 1: צרכנות ואני

### הנושא

זכויות הצרכנים וההגנה עליהן

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה מציגה לפני התלמידים את האירוע הבא:

#### אירוע: העיתון לא הגיע!

רון, תלמיד בכיתה ה', חסך את דמי הכיס שלו במשך זמן רב, כדי לרכוש מינוי לעיתון ילדים החביב עליו. הוריו הבטיחו לו שיעזרו לו להשלים את הסכום הנדרש. ואכן, הם הזמינו את העיתון ושילמו את דמי המינוי למשך שנה.

אחרי חודשיים חדל העיתון להגיע.

רון והוריו טלפנו אל מערכת המינויים, אך כל שיחות הברור וההבטחות שקיבלו, לא הועילו: העיתון לא הגיע.

הם אינם יודעים כיצד לפעול ואל מי לפנות.

- המורה מעוררת בכיתה דיון קצר על האירוע בעזרת השאלות הבאות (10 דקות):

1. איזו בעיה עולה מן המסופר באירוע?
2. מה, לדעתכם, רון והוריו צריכים לעשות?
3. האם נתקלתם באירוע דומה? ספרו על כך.

- המורה כותבת על הלוח מונחים רלוונטיים, שיעלו בזמן הדיון, כגון: צרכנים, צרכנות, עוסקים, שירות, זכויות צרכנים, מכירה, מבצע, פרסום, הטעיה בפרסום, החזרת מוצר, תלונה, המועצה לצרכנות, חוק הצרכנות.

- המורה מחלקת דף ובו אירועים צרכניים המותאמים לעולם הילדים (ראו נספח לתלמיד; ניתן להדפיס את החומר או להכין מצגת להקרנה לפני התלמידים).  
התלמידים מתבקשים לקרוא את האירועים ולענות בכתב על השאלות שמופיעות אחריו. לשם הכולנה בכתיבת התשובות מקבלים התלמידים את המחווים שבנספח לתלמיד (15 דקות).

- המורה יוזמת "משחק תפקידים" של אחד האירועים. האירוע מוצג פעמיים, ובכל פעם משחק כל תלמיד תפקיד אחר. מטרת המשחק: לבסס את ההבנה של תפקידי העוסקים ושל תפקידי הצרכנים (10 דקות).
- המורה מנהלת דיון מסכם ובו מודגש הניגוד בין רצון העוסקים (למכור הרבה ככל האפשר) לבין צורכי הצרכנים (לקנות תוך שמירה על איכות ועל מחיר הוגן) וזכויותיהם (ראו נספח למורה: זכויות והפרתן בהלימה עם האירועים) (10 דקות).

## מטרות בתחום הצרכנות

- חשיפה לנושא זכויות הצרכנים וחשיבותן
- פיתוח מודעות לחשיבות של התנהגות צרכנית נבונה
- פיתוח סקרנות והניעה (מוטיבציה) ללימוד הנושא

## מטרות בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

- בעת קריאת האירועים התלמידים ידעו לזהות את הבעיה באירוע ואת הסיבות לה
- בעת קריאת האירועים התלמידים ידעו להבחין בין פרטים חשובים לפרטים שאינם חשובים
- התלמידים ירחיבו את אוצר המילים שלהם במונחי השיח הצרכני, כגון: צרכנים, צרכנות, עוסק, עסקה, זכויות הצרכנים, הטעיה, מכירה, פרסומת, מבצעים, המועצה לצרכנות
- התלמידים ידעו לנסח תשובות בהצגת טיעון ונימוקים

### מטרות לימוד הלשון

- התלמידים ישתמשו במגוון פועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...

### שימו לב!

לימוד הלשון יתבצע כך:

1. באופן ישיר - הצגת הכלל/התופעה למליאה, תיאור, הסבר והדגמה בשיעור, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים
  2. באופן עקיף - שימוש במונחים הנדרשים בעת יישומם והופעתם במהלך הפעילויות בשיעור, והפניית תשומת הלב של התלמידים לכללים ולתופעות הנדרשים
- טופס המעקב להישגים בשיעור זה יספק הערכה מעצבת.



## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

#### בקריאה:

- זיהוי רעיונות עיקריים בטקסט והבחנה בין פרטים חשובים לפרטים שאינם חשובים
- זיהוי היחסים הלוגיים בתוך הטקסט: בעיה ופתרון (מצוי או חסר), סיבה ותוצאה, רצף כרונולוגי

#### בכתיבה ובהבעה בעל פה:

- ניסוח בתבנית סיפורית של אירוע אמיתי או בדוי תוך שמירה על נקודת ראות מסוימת: של הצרכנים או של העוסקים
- ארגון רעיונות במבנה מתאים: טיעון והנמקה

#### שימואל!

כדאי לנהל מעקב רשום אחרי מימוש המטרות שבסעיף זה. לשם כך ניתן להיעזר בטופס המעקב ובמחווון שבנספח למורה.

### לשון

- שימוש במגוון פועלי אמירה

## נספח למורה: רקע בתחום הצרכנות

### זכויות הצרכן

זכויות הצרכנים הן זכויות בסיסיות של כל האזרחים, והן נדבר מהותי בחברה דמוקרטית ושיוויונית. בשנת 1981 חוקק חוק הגנת הצרכן, שמטרתו לאזן את יחסי הכוחות בין צרכנים לבין בעלי עסקים.

החוק חל על כל עסקה למכירת נכס או למתן שירות, שבה הנכס שנמכר או השירות שניתן נועדו לשימוש פרטי בלבד של הצרכן.

חוק הגנת הצרכן הוא החוק העיקרי שמסדיר את מערכת היחסים עוסק-צרכן, אבל ישנם חוקים נוספים, שמסדירים תחומים מיוחדים שחוק הגנת הצרכן לא חל עליהם. לדוגמה, תחומי בנקאות וביטוח.

### החוק מגדיר:

**צרכן** - מי שקונה מוצר או מקבל שירות לשימוש אישי, ביתי או משפחתי.  
**עוסק** - בעל עסק; מי שמוכר מוצר או נותן שירות.

**המועצה הישראלית לצרכנות** - ארגון הצרכנים הגדול בישראל - הוקמה בשנת 1970. המועצה היא חברה ממשלתית, הפועלת שלא למטרות רווח, מכוח החוק, במטרה להגן על הצרכנים ולשמור על זכויותיהם באמצעים שונים, כגון:

1. טיפול בתלונות הצרכנים
2. מתן פתרונות לעולות צרכניות
3. ייצוג הצרכנים מול עוסקים ומול רשויות המדינה
4. חינוך והסברה
5. עידוד הציבור למאבק, שמטרתו מימוש וקידום זכויותיו הצרכניות

כידוע, הילדים הם אזרחי העתיד. לכן חשוב ללמדם כבר מגיל צעיר כי הם בעלי זכויות וחובות אזרחיות. בהיבט צרכני ילדים הם אוכלוסייה, שצריך להגן עליה מפני פגיעה ומפני ניצול, וללמדה לגלות עירנות וידע בנושא זכויות הצרכנים. יש לקיים פעילות חינוכית שתעסוק בהקניית הרגלי צריכה מושכלים.

**אתר האינטרנט של המועצה הישראלית לצרכנות**  
מומלץ לבקר באתר האינטרנט של המועצה הישראלית לצרכנות  
הכתובת: [www.consumers.org.il](http://www.consumers.org.il)



## זכויות והפרתן בהלימה עם האירועים שבנספח לתלמיד

### 1. פרסום מטעה (מתאים לאירוע 1)

כל קנייה מבוססת על רצון משותף של הצדדים לבצע עסקה - העוסקים רוצים למכור, והצרכנים רוצים לקנות. אם העוסקים מטעים את הצרכנים בעניין חשוב, למעשה - אין כאן רצון משותף. במקרה כזה יש לצרכנים זכות לבטל את העסקה. הטעיה אסורה גם בפרסום.

### ממה צריך להיזהר?

פרסום של מבצעים מחייב לברר את כל הפרטים בבית העסק. יש פרסומים שמסתירים מידע. כדאי להיזהר מן המילים האלה בפרסום: "בכפוף לתקנון המבצע", או "התמונה להמחשה בלבד".

### 2. מבצעים והנחות (מתאים לאירוע 1)

מבצעים תמיד מושכים את תשומת לב הצרכן ומפתים מאוד. החוק קובע שעסק יציין אילו מוצרים כלולים במבצע ואילו אינם כלולים, יפריד ביניהם, וכן יציין את מחירם של המוצרים לאחר ההנחה ולפני ההנחה או את אחוז ההנחה הניתנת. כמו כן, החוק מחייב את העסק להחזיק מלאי סביר (כמות מסוימת של מוצרים שנמצאת במחסן או בחנות) של המוצר שבמבצע, כדי שלא יהיה מצב שהעסק יגיד לצרכן שנגמרו המוצרים שבמבצע. כמו כן, אם עלות המוצרים לאחר ההנחה עולה על 50 ש"ח, על העוסק המפרסם ברבים לצייין במפורש את מספר הפריטים המינימלי המוצעים במחיר הנקוב.

### ממה צריך להיזהר?

יש מפרסמים המציינים באותיות קטנות שהמבצע כולל רק מוצרים מסוימים או שההנחה חלה רק על המוצר השני. לאחרונה עובדים במשרד התמ"ת על התקנת תקנות שתקבענה את גודל האותיות המותרות לפרסום של מידע כזה. עד שתקנות אלה ייכנסו לתוקף ויחייבו את המפרסמים, כדאי לבדוק היטב מה כתוב באותיות הקטנות כדי לוודא שלא מנסים להטעות אתכם. אם אתם מרגישים שמנסים להטעות אתכם, כדאי לשקול אם לקנות את המוצר.

### 3. גילוי נאות (מתאים לאירוע 3)

החוק דורש מבעלי עסקים לגלות לצרכנים כל פרט חשוב ומהותי בעסקה, כדי שהצרכנים יוכלו לבסס את החלטתם על מידע מלא. למשל: מוצר חדש או מחודש, תנאי שימוש מיוחדים במוצר.



#### 4. איסור הטעיה (מתאים לאירוע 1)

החוק אוסר על בעלי עסקים להטעות את הצרכנים. אם הייתה הטעיה, לצרכנים יש זכות לבטל את העסקה ולקבל את כספם בחזרה. דוגמה להטעיה נפוצה: החנות מוכרת מוצר אחר מזה שהוצג בתמונה, בטענה שהתמונה היא להמחשה בלבד.

#### 5. פירוט ופרסום מרכיבי המחיר (מתאים לאירוע 3)

החוק דורש לציין על כל מוצר את מחירו המלא, כולל כל התשלומים שהצרכנים חייבים לשלם. למשל, יש לתת מידע על תשלומים נוספים שיש לשלם במסגרת חוגים או טיולים.

#### 6. החזרה והחלפה של מוצרים (מתאים לאירועים 2, 3)

- א. הצרכנים זכאים להחזיר מוצר פגום ולקבל מוצר אחר תקין ללא תוספת תשלום.
- ב. החוק מחייב בעלי עסקים להציב שלט במקום בולט בסמוך לקופה ולציין בו את מדיניות ההחזרה של המוצרים.
- ג. אם בית העסק לא הציב שלט כזה, הצרכנים רשאים להחזיר את המוצר ולקבל את כספם.
- ד. במקרים מסוימים, לא ניתן להחזיר את המוצר גם אם בעל העסק לא פרסם את המדיניות שלו להחזרת מוצרים:
  - מזון שהצרכנים פתחו את אריזתו.
  - מוצרים שניתנים לשכפול או להעתקה (כגון תקליטור או ספר).
  - מוצר שנרכש בהזמנה ויוצר במיוחד עבור הצרכן (למשל, תכשיט).



**מחון להערכה של כתיבת התשובות למשימות של הבעת דעה, המלוות את האירועים**

שליטה חלקית	שליטה מלאה	נושא ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• התייחסות לנושא האירוע</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• שימוש במבנים: טענה ונימוק, הסבר וביסוס, טענה ודוגמה</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• תבניות להבעת טענה: לדעתי, נראה ש..., מקובל לחשוב ש..., אני בטוח/ה ש...</li> <li>• תבניות להבעת הנמקה: ניתן להוכיח ש..., מתבסס על..., כי ידוע ש..., מכאן נובע ש...</li> <li>• תבניות להבעת דוגמאות: כלומר, למשל, לדוגמה, לעתים קורה ש...</li> <li>• מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>• כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בעיסוקים בכיתה</li> <li>• סימני פיסוק תקינים: לפי הנלמד בכיתה*</li> </ul>

\* שלוש הסעיפים האחרונים אינם מופיעים ברשימת המטרות לשיעור, אך ההתייחסות אליהם היא שוטפת וקבועה, על כן יש לעקוב אחר התפקוד של התלמידים בהם.



## צרכנות ואני

קראו את האירועים וענו בכתב על השאלות.



### אירוע 1: המחיר שונה

רינת הלכה לסופרמרקט לקנות שתי חבילות גלידה, שהיא אוהבת במיוחד. ליד מקרר הגלידות היא ראתה שלט ובו כתוב "50% הנחה". רינת הייתה בטוחה ששתי החבילות יעלו כמו חבילה אחת. בקופה הראתה הקופאית לרינת שבשלט כתוב באותיות קטנות "ההנחה היא רק על המוצר השני".

#### שאלות

1. מה דעתכם: האם רינת צריכה לקנות את שתי חבילות הגלידה? מדוע?
2. תארו בקצרה מקרה דומה שקרה לכם או ששמעתם עליו.



### אירוע 2: מכשיר מקולקל

יואב קנה נגן תקליטורים MP4. אבל השמחה הייתה קצרה... מן היום הראשון התגלו תקלות במכשיר. ארבע פעמים נמסר המכשיר לתיקון ובכל פעם נמשך התיקון כשבועיים. בסופו של דבר, רוב הזמן היה המכשיר בתיקון, ויואב כלל לא נהנה ממנו. יואב התייאש מן המכשיר. הוא החליט להחזיר אותו ולדרוש שיחזירו לו את הכסף ששילם עבורו. אך בעלת החנות התנגדה לכך. ההסבר שלה: "עכשיו, לאחר התיקון האחרון, המכשיר תקין ואין סיבה להחזיר את הכסף".

#### שאלות

1. מה דעתכם: האם ליואב יש זכות להחזיר את המוצר ולקבל את כל דמי הקנייה? מדוע?
2. הציעו ליואב דרכים לפתרון הבעיה.



### אירוע 3: החלק החסר...

המודעה במרכז המסחרי בלטה בצבעים שלה:



**חוג חדש לילדים - קומיקס**  
**המחיר 400 ש"ח**  
**לנרשמים עד סוף החודש!!!**

זמן רב חלמה נועה להשתתף בחוג קומיקס, והיא שמחה על ההזדמנות הזאת. הוריה שילמו את המחיר המלא בעד החוג. נועה הגיעה אל המפגש הראשון. שם הודיעו לה, להפתעתה, שעליה לשלם כל חודש סכום כסף נוסף עבור צבעים, חוברות וצפייה בסרטי קולנוע.

נועה כעסה. היא חששה שהוריה לא יוכלו להוסיף את הסכום הגדול, ולכן לא היה ברור לה אם היא תוכל להשתתף בחוג...

#### שאלות

1. מה דעתכם: האם הכעס של נועה הוא מוצדק? מדוע?
2. הציעו לנועה דרכים להתמודדות עם הבעיה.

#### איך כותבים תשובות למשימות של הבעת דעה?

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<b>תוכן</b> • התייחסו לנושא האירוע
	<b>מבנה</b> • השתמשו במבנים אלה: טענה ונימוק, הסבר וביסוס, טענה ודוגמה
	<b>לשון</b> • השתמשו בתבניות להבעת דעה: לדעתי, נראה ש... • מקובל לחשוב ש... אני בטוח/ה ש... • השתמשו בתבניות להבעת הנמקה: ניתן להוכיח ש... מתבסס על... כי ידוע ש... מכאן נובע ש... • השתמשו בתבניות להבעת דוגמאות: כלומר, למשל, לדוגמה, לעתים קורה ש... • השתמשו במשפטים מלאים ובסדר נכון של המילים בהם • בדקו את הכתיב של המילים שנלמדו בכיתה או של מילים מוכרות • בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה, וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.



## שיעור 2: המוצר פגום



### הנושא

זכויות הצרכנים: החזרת מוצרים

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה מחלקת לתלמידים את תיאור האירוע של עינב בנספח לתלמיד.
- המורה והתלמידים קוראים את תיאור האירוע ואת המכתבים של עינב ושל בעלת החנות. דיון מתנהל בקצרה (10 דקות) בשאלות:
  1. מה דעתכם: האם יש לעינב זכות להחזיר את הכרזה הפגומה ולקבל את הכסף ששילמה בעדה? מדוע?
  2. מה אתם הייתם עושים במקרה כזה?
  3. האם נגרם עוול לעינב?
  4. הציעו לעינב דרך פעולה.

### שיאו אלו

השתמשו בדיון במונחים: טענות, טיעונים ונימוקים. עודדו את התלמידים להשתמש בהם בדיווח שלהם. במהלך הדיון הדגישו את המונחים: זכויות הצרכנים, מוצר פגום, רכישה, תמורה, החזר כספי (ראו נספח למורה).



- המורה מחלקת לתלמידים את הסעיף בחוק הגנת הצרכן בנושא החזרת מוצרים (בנספח לתלמיד). התלמידים יקראו את הסעיף, ויענו בכתב על השאלות האלה: (10 דקות)
  1. מה צריך לכתוב במפורש במודעה, שמפרטת את המדיניות של החזרת מוצרים בחנות?
  2. מה דורש החוק לגבי החזרת מוצרים, כאשר החנות אינה מפרסמת מדיניות הַחֲזָרוֹת?
  3. אילו מוצרים לא ניתן להחזיר לפי החוק?
  4. אם המוצר שקניתי הוא פגום, מה ניתן לעשות?
- התלמידים יתארו בכתב אירוע של החזרת מוצר שרכשו: אירוע שקרה להם או ששמעו עליו, או שהמציאו.
- התלמידים ינסחו מכתב בקשה להחזיר להם את כספם, לפי המקרה שתיארו.
- המורה מחלקת לתלמידים את המחוונים שבנספח לתלמיד (25 דקות).
- המורה אוספת את המכתבים שכתבו התלמידים לבדיקה ולמשוב.

## מטרות בתחום הצרכנות

- הכרת זכויות הצרכנים בתחום החזרת מוצרים
- קבלת כלים להתמודדות במקרים של רכישת מוצרים פגומים

## מטרות בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

בכתיבה:

- התלמידים ינסחו מכתב בקשה מנומק ומבוסס.

### מטרות לימוד הלשון\*

- התלמידים ירחיבו את אוצר המילים הפעיל שלהם:
  - פועלי אמירה** - לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...
  - קשרי ניגוד** - ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...
  - קשרי תמיכה** - לכן, אי לכך, על כן, כמו כן.

\* כל המטרות בסעיף זה מתאימות להישג נדרש 8 בתכנית הלימודים בחינוך הלשוני.

**שיאו אבי!**

לימוד הלשון יתבצע כך:

1. באופן ישיר - המורה מציגה, מתארת, מסבירה ומדגימה את הכלל או את התופעה בשיעור - במליאה, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים.
2. באופן עקיף - המורה משתמשת במונחים הנדרשים בעת יישומם בפעילויות בשיעור ומסבירה את הכללים ואת התופעות הנדרשים.

**רכיבי הערכה****שימוש בשפה**

- ניסוח מכתב בקשה (ראו רכיבי המחונן בנספח למורה)

**לימוד השפה**

- שימוש בפועלי אמירה
- שימוש בקשרי ניגוד
- שימוש בקשרי תמיכה וחיבור







## מחווון להערכת כתיבה של מכתב תלונה

שליטה חלקית	שליטה מלאה	תחום ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת האירוע המפרט את גילוי הפגם במוצר</li> <li>הצגת הזכות המפורשת בחוק הגנת הצרכן</li> <li>הצגת הבקשה להחליף את המוצר או להחזירו ולקבל החזר של הכסף ששולם</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת מסגרת הכתיבה: מבנה של מכתב, הכולל את נתוני הפתיחה והפנייה, את תוכן המכתב ואת החתימה</li> <li>לכידות וקישוריות: ארגון הרעיונות במבנים מתאימים, כמו רשימת אירועים, טיעון והנמקה, תיאור והדגמה</li> <li>שמירה על רצף בין המשפטים ובין הפסקאות תוך שימוש בקשרים לוגיים מתאימים.</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>שימוש בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בעיסוקים בכיתה</li> <li>סימני פיסוק תקינים: לפי הנלמד בכיתה*</li> </ul>

\* שלושת הסעיפים האחרונים אינם מופיעים ברשימת המטרות לשיעור, אך ההתייחסות אליהם היא שוטפת וקבועה, על כן יש לעקוב אחר התפקוד של התלמידים בהם.

## המוצר פגום

### אירוע צרכני - הכרזה פגומה

עינב קנתה במבצע כרזה של קבוצת הכדורגל, שהיא אוהדת מושבעת שלה. בבית היא גילתה קרע בחלק העליון של הכרזה והצטערה מאוד. אִמָּה ביקשה ממנה להחליף את הכרזה בחנות, אך עינב אמרה שלא יחליפו לה, כי בחנות יש שלט:

**"מוצרים במבצע  
אין החזרות"**

על כך אמרה אִמָּה: "כתבי מכתב אל בעלת החנות, הסבירי לה שגילית שהכרזה פגומה, ושאת רוצה להחזיר אותה ולקבל את הכסף, ששילמת בעדה".

עינב כתבה את המכתב הזה:

26 במאי 2010

י"ג בסיוון תש"ע

לכבוד

בעלת חנות "דורון"

שלום רב,

#### הנדון: החזר כספי

אתמול קניתי בחנותך כרזה של קבוצת הכדורגל, שאני אוהדת, כדי לתלות אותה בחדר שלי. לצערי, כאשר הוצאתי את הכרזה מהאריזה, גיליתי שהיא קרועה בחלק העליון שלה.

אני רוצה להחזיר את הכרזה, כי לא אוכל לתלות אותה בגלל הקרע, ואני מבקשת לקבל את כספי חזרה.

אדם שמשלם תמורת מוצר שהוא קונה, רוצה לקבל מוצר שלם ולא פגום. אני מאוד מצטערת על הכול. במיוחד אני מצטערת, כי לא אוכל ליהנות מכרזת קבוצת הכדורגל, שאני מעריצה.

אני מצפה לקבל את תגובתך במהרה.

בברכה,

עינב שדה



כעבור שבוע ימים קיבלה עינב בדואר את תשובתה של בעלת החנות:

6 ביוני 2010  
כ"ד בסיוון תש"ע

לכבוד  
עינב שדה

שלום רב,

### הנדון: מכתבך מיום י"ג בסיוון תש"ע

קראתי את מכתבך בעיון רב. צר לי שגילית פגם בכרזה. איננו נוהגים למכור מוצרים פגומים, וזאת בהחלט עוגמת נפש, כיון שהשקעת את כספך במוצר. הנימוקים שלך נכונים.

אך, לצערי, לא נוכל להחזיר לך את כספך. הסיבה: לפי זכויות הצרכן, אם יש בחנות שלט, המפרט את כללי החזרת מוצרים בחנות, יש לנהוג על פי זה.

השלט בחנות מציין שאין החזרות למוצרים שהם במבצע. אני מצפה מהצרכנים לבדוק את המוצר, לפני שהם קונים אותו.

אך, לפנים משורת הדין, אני מזמינה אותך לבוא להחליף את הכרזה בכרזה דומה או בכרזה אחרת, שמוצאת חן בעיניך.

בברכה,  
ישראלה אזרחי  
בעלת חנות "דורון"

עינב באה אל החנות, כדי להחליף את הכרזה.

היא לא מצאה כרזה כמו זאת שהיא קנתה, והכרזות האחרות לא מצאו חן בעיניה...

## חוק הגנת הצרכן: החזרת מוצרים

בעלי חנויות חייבים להציג בחנות, במקום הנראה לעין, ובאותיות גדולות וברורות, מודעה המפרטת את המדיניות של החנות לגבי החזרת מוצרים.

במודעה צריכים להיות כתובים במפורש הפרטים האלה:

- א. האם ניתן להחזיר את המוצר?
- ב. מה הם התנאים להחזרת המוצר?
- ג. איך מחזירים את המוצר?
- ד. מהו סוג ההחזר שיקבלו הצרכנים? (כסף מזומן, זיכוי לקנייה בחנות...)

אם אין בחנות מודעה, המפרטת את המידע הזה - הצרכנים יכולים להחזיר את המוצר תוך 7 ימים מיום הקנייה, ולקבל את כספם באופן שהם שילמו.

### עיון אבי!

חוק זה אינו חל על המוצרים הבאים:

- מוצרי מזון
- מוצרים מתכלים
- מוצרים שאפשר להקליט, לשכפל, להעתיק - לאחר שהאריזה שלהם נפתחה (כגון ספר או תקליטור)
- מוצרים שייצרו אותם בהזמנה אישית (כמו משקפי ראייה)

### לפי חוק המכר:

אם במוצר חדש יש תקלות חוזרות, והוא פגום באופן שלא ניתן לתקן את הפגם, הקונים זכאים לבטל את העסקה ולקבל את כספם, או להחליף את המוצר במוצר חדש ותקין - לפי בחירתם.

### עיון אבי!

אם יש פגם במוצר, הצרכן רשאי להחזיר אותו ולקבל במקומו מוצר תקין ללא תשלום, גם אם מדיניות העסק היא שלא ניתן להחזיר מוצרים.



## שאלות

ענו בכתב על השאלות הבאות:

1. מה צריך לכתוב באופן ברור במודעה, שמפרטת את המדיניות של החזרת מוצרים בחנות?

---

---

---

---

---

2. מהו החוק לגבי החזרת מוצרים, כאשר החנות אינה מפרסמת מודעת החזרות?

---

---

---

---

---

3. אילו מוצרים לא ניתן להחזיר לפי החוק?

---

---

---

---

---

4. אם המוצר שקניתי הוא פגום, מה ניתן לעשות?

---

---

---

---

---

## איך כותבים מכתב תלונה?

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הציגו את האירוע המפרט את גילוי הפגם במוצר</li> <li>• הציגו את הזכות המפורשת בחוק הגנת הצרכן</li> <li>• הציגו את הבקשה להחליף את המוצר או להחזירו, ולקבל החזר של הכסף ששולם</li> </ul>
	<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הקפידו על מבנה של מכתב: תאריך פתיחה ופנייה, תוכן המכתב וחתימה</li> <li>• הציגו את הרשימה של האירועים</li> <li>• הציגו את הטיעונים והנימוקים שלכם</li> <li>• הציגו את התיאורים והדוגמאות המתאימות</li> <li>• שמרו על הרצף בין המשפטים ובין הפסקאות</li> </ul>
	<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• השתמשו בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>• השתמשו במשפטים מלאים ובסדר נכון של המילים</li> <li>• בדקו את הכתיב של המילים שנלמדו בכיתה או של מילים מוכרות</li> <li>• בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.</li> </ul>



## שיעור 3: לא היה ברור

### הנושא

זכויות הצרכנים: גילוי נאות

### הפעילות (מערך השיעור)

- המורה מספרת את הסיפור של אסף בחנות המשחקים (נספח לתלמיד), ומחלקת לתלמידים את הדפים של תיאור האירוע ושל סעיפי חוק הגנת הצרכן המופיעים בנספח לתלמיד.
- המורה קוראת לתלמידים את סעיפי חוק הגנת הצרכן, הדנים במבצעים ובהנחות, בגילוי נאות ובאיסור הטעיה.

#### שיאו אלו!

השתמשו בשיעור במונחים: טענות, טיעונים ונימוקים. עודדו את התלמידים להשתמש בהם.

- המורה נותנת לתלמידים הסבר על המועצה הישראלית לצרכנות ותפקידה. כמו כן, מתארת המורה כיצד אפשר לפנות למועצה ולקבל את עזרתה (ראו בנספח לתלמיד הסבר על הגשת תלונות למועצה) (10 דקות).

- המורה פותחת בדיון בכיתה בשאלות הבאות: (10 דקות)
  1. מה דעתכם על המקרה של אסף?
  2. כיצד ניתן להתמודד עם המקרה?
  3. מה הייתם כותבים במכתב לחנות?

#### שיאו אלו!

בדיון השתמשו במונחים: זכויות הצרכן, גילוי נאות, הטעיה, איסור הטעיה (ראו נספח לתלמיד).

- התלמידים מתבקשים לספר על מקרה דומה שקרה להם, או ששמעו עליו, שבו יש מסירת מידע חלקי בפרסום על מבצעים בחנויות (5 דקות).





- התלמידים ינסחו מכתב תלונה, בשם אסף, אל חנות המשחקים.
- המורה מחלקת לתלמידים את המחוונים שבנספח לתלמיד (20 דקות).
- המורה אוספת את המכתבים שכתבו התלמידים לצורך בדיקה ומתן משוב.

## מטרות בתחום הצרכנות

- היכרות עם זכויות הצרכנים: גילוי נאות
- קבלת כלים להתמודדות עם אי הבנות בשל אי גילוי נאות

## מטרות בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

#### בכתיבה:

התלמידים ינסחו מכתב תלונה מנומק ומבוסס.

### מטרות לימוד הלשון\*

1. התלמיד ירחיב את אוצר המילים הפעיל בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...
2. התלמיד ירחיב את אוצר המילים של קשרי הניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...
3. התלמיד ירחיב את אוצר המילים של קשרי התמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן

### שימו לב!

לימוד הלשון יתבצע כך:

1. באופן ישיר - המורים מציגים, מתארים, מסבירים ומדגימים את הכלל או את התופעה בשיעור, במליאה, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים.
2. באופן עקיף - המורים משתמשים במונחים הנדרשים בעת יישומם בפעילות בשיעור ומסבירים את הכללים ואת התופעות הנדרשים.

\* כל המטרות בסעיף זה מתאימות להישג נדרש 8.



## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

- ניסוח מכתב בקשה (ראו את רכיבי המחווה בנספח למורה)

### לימוד השפה

- שימוש בפועלי אמירה
- שימוש בקשרי ניגוד
- שימוש בקשרי תמיכה וחיבור





## מחווון להערכת כתיבה של מכתב תלונה

שליטה חלקית	שליטה מלאה	תחום ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת האירוע הפוגע בצרכנים</li> <li>הצגת הזכות המפורשת בחוק הגנת הצרכן</li> <li>הצגת הבקשה לקבל את המשחק השני חינם</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת מסגרת הכתיבה: מבנה של מכתב, הכולל את נתוני הפתיחה והפנייה, את תוכן המכתב ואת החתימה</li> <li>לכידות וקישוריות: ארגון הרעיונות במבנים מתאימים, כמו רשימת אירועים, טיעון והנמקה, תיאור והדגמה</li> <li>שמירה על רצף בין המשפטים ובין הפסקאות תוך שימוש בקשרים לוגיים מתאימים</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>שימוש בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בכיתה</li> <li>סימני פיסוק תקינים: לפי הנלמד בכיתה*</li> </ul>

\* שלושת הסעיפים האחרונים אינם מופיעים ברשימת המטרות לשיעור, אך ההתייחסות אליהם היא שוטפת וקבועה, על כן יש לעקוב אחר התפקוד של התלמידים בהם.

## לא היה ברור

### אסף בחנות המשחקים

אסף רצה לקנות לחברו, יותם, מתנה ליום ההולדת. בכניסה לחנות המשחקים הוא ראה שלט פרסום של מבצע:



**קנו משחק קופסה,  
וקבלו משחק קלפים מתנה!**

אסף בחר משחק קופסה ומשחק קלפים (שהחנות נותנת **במתנה**), וניגש אל הקופסה, כדי לשלם. המוכרת חייבה אותו עבור משחק הקופסה ועוד חצי מהמחיר של משחק הקלפים.

אסף הופתע ושאל את המוכרת: "בשלט שלכם כתוב שאתם נותנים את המשחק הזה **מתנה**. למה את מבקשת תשלום עבורו?"  
ענתה המוכרת: "רק חלק ממשחקי הקלפים ניתנים מתנה. על כל היתר יש רק הנחה של חצי המחיר."



## היצאת?

### חוק הגנת הצרכן - מבצעים והנחות

#### החוק קובע:

1. בחנות חייבים לציין את המוצרים הכלולים במבצע, ואת אלה שאינם כלולים במבצע.
2. בחנות חייבים להפריד בין המוצרים (אלה שבמבצע ואלה שאינם במבצע).
3. בחנות חייבים לציין את המחיר של המוצרים לפני ההנחה ואחרי ההנחה או את אחוז ההנחה מהמחיר המלא.
4. בחנות חייבים להחזיק מלאי סביר של המוצר שמוכרים במבצע, כדי לא להטעות את הקונים.

#### חוק הגנת הצרכן - גילוי נאות

החוק דורש שהחנות יגלו לקונים כל פרט של העסקה, כדי שהם יוכלו לקבל החלטה מושקפת לפי כל המידע. למשל: תנאים מיוחדים של המבצע.

#### חוק הגנת הצרכן - איסור הטעיה

החוק אוסר על חנות להטעות את הקונים. אם יש הטעיה, הקונים יכולים לבטל את העסקה ולקבל את כספם חזרה.

### המועצה הישראלית לצרכנות

המועצה הישראלית לצרכנות היא ארגון הצרכנים הגדול בישראל. המועצה היא חברה ממשלתית הפועלת מכוח חוק, שלא למטרות רווח, במטרה להגן על זכויות הצרכנים ולייצגם בפני עסקים, נותני שירות ורשויות המדינה.

צרכנים רבים נופלים קרבן למעשי מרמה, להטעיה או לחוסר תשומת לב, ולא תמיד הם יודעים מה הם יכולים לעשות, מהן זכויותיהם כצרכנים וכיצד אפשר לאכוף אותן.

אחד מתפקידיה העיקריים והחשובים של המועצה הוא קבלת תלונות מצרכנים וטיפול בהן. לרשות המועצה לצרכנות עומדים עורכי דין, אשר מטפלים בתלונות צרכנים ופועלים בשמם בבירור ובתביעה כנגד בעלי העסקים.



אפשר לפנות אל המועצה הישראלית לצרכנות דרך אתר האינטרנט שלה ולבקש את עזרתה באמצעות טופס תלונה / בקשת ייעוץ.  
הכתובת: [www.consumers.org.il](http://www.consumers.org.il)

### הפנייה למועצה הישראלית לצרכנות תכלול:

1. פרטי המתלונן/ת (שם, כתובת, מספרי טלפון, דואר אלקטרוני)
2. פרטי העסק שנגדו מתלוננים (שם, כתובת, טלפון, פקס)
3. פירוט התלונה
4. המוצר או השירות שעליהם מתלוננים
5. תאריך הרכישה
6. אופן ביצוע העסקה
7. הדרישה מהעסק
8. מסמכים מתאימים



## איך כותבים מכתב תלונה?

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הציגו את האירוע המפרט את ההטעייה בפרסום</li> <li>• הציגו את הזכות המפורשת <b>בחוק הגנת הצרכן</b></li> <li>• הציגו את הבקשה לקבל את המשחק השני חינם</li> </ul>
	<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הקפידו על מבנה של מכתב: תאריך פתיחה ופנייה, תוכן המכתב וחתימה</li> <li>• הציגו את הרשימה של האירועים</li> <li>• הציגו את הטיעונים והנימוקים שלכם</li> <li>• הציגו את התיאורים והדוגמאות המתאימות</li> <li>• שמרו על הרצף בין המשפטים ובין הפסקאות</li> </ul>
	<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• השתמשו בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>• השתמשו במשפטים מלאים ובסדר נכון של המילים בהם</li> <li>• בדקו את הכתיב של המילים שנלמדו בכיתה או של מילים מוכרות</li> <li>• בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה, וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.</li> </ul>



## שיעור 4 - קולט כל העת

### הנושא

פרסום ופרסומת

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה מחלקת את מודעות הפרסומת שבנספח לתלמיד. על התלמידים לדרג את הפרסומות לפי רמת העניין - מהמושכת/מסקרנת/מעניינת ביותר ועד להכי פחות מעוררת עניין (10 דקות).
- כל קבוצה\* מציגה את ממצאיה לפני המליאה ומנמקת את הבחירה של הפרסומת המועדפת עליה (בשל קוצר הזמן מתייחסים אך ורק למודעה המסקרנת ביותר, ולא לכל הדירוג).
- המורה רושמת על הלוח את הנימוקים וממיינת אותם בעזרת המינוח המופיע במטרות. ראו תכנית הלימודים, עמ' 36 (20 דקות).
- המורה מבקשת מכל התלמידים להתבונן בפרסומות, לבחור אחת מהן ולרשום, מה משכנע בה לרכוש את המוצר או את השירות (5 דקות).
- התלמידים מדווחים על ממצאיהם, המורה מתרגמת את דבריהם למינוח המתאים של אמצעי השכנוע (ראו פירוט בנספח למורה ואת תכנית הלימודים, עמ' 36) ורושמת את המונחים על הלוח (או מציגה כרזה מוכנה מראש).
- התלמידים מתבקשים לחזור אל הפרסומת שבחרו ולזהות בה את אמצעי השכנוע הרשומים על הלוח (10 דקות).
- התלמידים מתבקשים להביא לשיעור הבא 3 פרסומות המשתמשות באמצעים מעוררי עניין וסקרנות, 3-4 פרסומות המשתמשות באמצעי שכנוע מתוך העיתונים או מתשדירי פרסומת ברדיו או בטלוויזיה.
- המורה תחליט אם לטפל בשיעור ובשיעורי הבית בכל האמצעים שמופיעים בסעיף המטרות, או רק בחלק מהם.
- התלמידים מתבקשים לנסח לשיעור הבא מודעת פרסומת, תוך שימוש באמצעים מעוררי עניין וסקרנות ובאמצעי שכנוע, לפי בחירתם.

\* הניסוח מתבסס על ההנחה, שהכיתה מחולקת לקבוצות. אם לא כך הדבר, המורה תבחר תלמידים אחדים שידווחו על מסקנותיהם למליאה.

**שימושים!**

במהלך השיעור חשוב להשתמש במינוח של טענות, טיעונים ונימוקים ולעודד את התלמידים להשתמש במונחים אלה בעת הדיווח שלהם.

ניסוח מודעות פרסומת הינו אמצעי יעיל במיוחד ליישום הנלמד על אמצעי שכנוע. אם המשימה ניתנת כשיעורי בית, על המורה לאסוף את עבודות התלמידים ולהחזירן עם המשוב הראוי.

השיעור הבא יפתח בתגובה לשימוש באמצעי השכנוע בעבודות התלמידים בפרסומות שניסחו, ובדגש מיוחד על אמצעים שמובילים להטעיה: אותיות קטנות, כוכביות, העלמת חסרונות.

**מטרות בתחום הצרכנות**

- לדעת שמטרת הפרסומת היא לשכנע את הצרכן לקנות, אבל אסור לה להטעותו בפרטים המהותיים של העסקה המוצעת
- להגיב לפרסומת באופן בקורתי: עריכת השוואות, זיהוי אמצעי השכנוע הננקטים

**מטרות בתחום החינוך הלשוני****מטרות השפה (שימוש)**

- התלמידים ידעו לזהות בפרסומות את האמצעים שנקטו כדי לעורר עניין וכדי לשכנע,\* ולשיים אותם (לכנות בשם)
- התלמידים ידעו לנסח פרסומת תוך שימוש באמצעים הנ"ל (עניין ושכנוע)

\* ראו נספח למורה וגם סעיף "רכיבי ההערכה".

## מטרות לימוד הלשון\*

- התלמידים ידעו להטות את צורות הציווי בפעלים: נ-צ-ל; ק-נ-ה; ק-ר-א; ר-כ-ש; ק-ב-ל; ב-ו-א; מ-ה-ר
- התלמידים יכירו לפחות 3 מטבעות לשון שהוזכרו בכיתה במהלך לימוד הנושא וידעו להשתמש בהן

### שיאו אבי!

לימוד הלשון יתבצע בשני אופנים:

1. באופן ישיר - המורה מציגה, מתארת, מסבירה ומדגימה את הכלל או התופעה הלשונית בשיעור למליאה, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים.
2. באופן עקיף - המורה משתמשת במונחים הנדרשים במהלך הפעילויות בשיעור ומפנה את תשומת לבם של התלמידים לכללים ולתופעות הנדרשים.

## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

#### בקריאה (הישג נדרש 5):

זיהוי של האמצעים ליצירת סקרנות בטקסט הפרסומי:

- גרפיקה ותמונות\*\*
- דו משמעות לשונית
- אזכורים טקסטואליים
- אמצעי מצלול: חריזה, צליל, משחקי לשון
- סטיות לשוניות מכוונות

#### בקריאה (הישג נדרש 5):

זיהוי של אמצעי השכנוע בטקסט הפרסומי:

- שימוש בלשון ציווי (פנייה ישירה לנמען)
- שאלות ותשובות
- פנייה לרגש
- ניצול שאיפות כמוסות של הנמען (עושר, פרסום, הצלחה)
- שימוש בתיאורים מוגזמים
- הסתרת חסרונות

\* כל המטרות בסעיף זה הולמות את הישג נדרש 8.

\*\* חשוב להדגיש כאן את השימוש באותיות קטנות ובכוכביות, המפרטות מגבלות וחסרונות, כמו בפרסומות המצורפות בנספח לתלמיד.



## לימוד השפה

- ידיעה של הטיית הציווי
- הכרת מטבעות לשון שכיחות (בעיקר אלה המופיעות בפרסומות המצורפות בנספחים).

### מטבעות לשון:

- תהיה בעניינים
- כל קונה זוכה
- מבצע מדהים
- נצל את ההזדמנות
- רשת החנויות המובילה

### שיאו לבי!

כדאי לנהל מעקב רשום אחר מימוש הדרישות שבסעיף זה.  
לשם כך אפשר להיעזר בטופס שבנספח למורה.

## נספח למורה: אמצעי שכנוע בטקסט פרסומי

1. פנייה ישירה על ידי השימוש בציווי - נצלי את ההזדמנות.
2. משפטי אזהרה - אתה חייב ל... כי עוד מעט לא...
3. שאלות ותשובות - על איזה מזרן אתה נח? ...XXX!
4. הצגת עניין כאמת כללית מקובלת על הכול, כגון שימוש במשפטים סתמיים: קונים - מרוויחים.
5. פנייה לרגש.
6. ניצול של שאיפות כמוסות (כגון, הרצון להיות עשיר ומצליח) ושל נורמות חברתיות יוקרתיות (זוגיות, איכות חיים, בריאות, יופי, טובתו של הילד).
7. תיאורים מוגזמים, לא מדויקים - סלונים מהודרים, מבצעים מדהימים, רהיטי איכות.
8. הסתרת חסרונות.

## אמצעים לעורר עניין וסקרנות בטקסט פרסומי

9. גרפיקה ותמונות (כולל משחק בגודל האותיות).
10. סיסמאות שקל לזכור - ילד צריך להישאר ילד; רוקדים בטבע.
11. מילים, ביטויים ומבנים דו משמעיים הגורמים התעניינות בחידה הלשונית - נהג מדליק אורות בגשם; אתם מוזמנים להתמזג.
12. אזכורים לידע טקסטואלי קודם של הקוראים - חכם, מה הוא בוחר; יש לי יום יום חג.
13. מצלול ייחודי: בחירת מילים על פי שיקולים פונטיים ומוזיקליים (צליל, חרוז, משחקי לשון) - במקום להמר כדאי למהר.
14. משלב מתאים לקהל היעד (עממי, גבוה, מדעי) ולעתים עירוב משלבים - עזוב אותך ממכרזים, אל תתפתה.
15. סטיות לשוניות מכוונות - הכי מרק; לאנשים שמבינים ירושלים.

במודעות הפרסומת שלהלן, תמצאו מספרים ליד היגדים שונים במודעה. המספרים מצביעים על האמצעי המתאים, לפי הסעיפים שלמעלה.



## מודעה מספר 1

# לילך

## הרשת המובילה בארץ למתנות מקוריות (4)

רוצים למצוא את המתנות היפות ביותר? (3,4)  
 בואו לקנות אותן אצלנו... כל קונה זוכה (1)  
**ועכשיו, במבצע מדהים לשבוע בלבד**  
 מבצע שלא היה ולא יהיה כמוהו!!! (7)  
 עגילים, מחרוזות, צמידים, תליונים היפים ביותר בעיר  
 במחיר מדהים! רק 25 שקלים!  
**אל תהיי היחידה שאין לה! (2)**

## מודעה מספר 2

# שטרודלית

## חנות לאוהבי מחשבים

אל תחמיצו! לא תתחרטו! (2)  
 קנו 2 משחקי מחשב חדשים,  
 שרק יצאו לשוק,  
 וקבלו מדבקות צבעוניות למקלדת (1)

### והכול במחיר חד-פעמי - רק 100 שקלים!

רק לכם יהיו המשחקים החדשים ביותר (6)  
 לא תמצאו מבצע כזה בשום מקום אחר... (4)

**מהרו... המלאי הולך ואוזל!**

מודעה מספר 3

# עתידים

שבועון הילדים הנפוץ ביותר בישראל

רוצים להיות IN? (9)

כל כוכבי הטלוויזיה בעיתון אחד!

כל הנושאים המדליקים שאתם אוהבים! (4,6)

יהיה לכם על מה לדבר עם החברים!

בכל גיליון תמצאו כתבות במגוון תחומים:

- ספורט
- מוזיקה
- מחשבים
- בידור
- טיולים
- שעשועים



אזכש'ו - אהבצ'א!

רכשו מינוי החודש וקבלו חודש חינם! (1)

נצלו את ההזדמנות!

תהיו בעניינים - קראו עתידים! (10,1,8)





### מחווון להערכת כתיבה של פרסומת

שליטה חלקית	שליטה מלאה	נשוא ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>פרטים על המוצר או השירות המוצעים</li> <li>פרטים על המבצע/ההטבה - מה הכדאיות שברכישת המוצר או השירות</li> <li>הצגת התניה - מה צריך לקרות כדי לזכות בהטבה או ליהנות מהמוצר</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>מסגרת הכתיבה: הצגת המוצר או השירות הנמכרים, הצגת פרטים מפתים</li> <li>ארגון הרעיונות במבנים מתאימים: שאלה ותשובה, רשימת יתרונות, תיאור והדגמה, טיעוני שכנוע והנמקות</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>שימוש בצורת הציווי</li> <li>שימוש במטבעות לשון</li> <li>שימוש במבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בכיתה</li> <li>סימני פיסוק תקינים: לפי הנלמד בכיתה*</li> </ul>

\* שלושת הסעיפים האחרונים אינם מופיעים ברשימת המטרות לשיעור, אך ההתייחסות אליהם היא שוטפת וקבועה, על כן יש לעקוב אחר התפקוד של התלמידים בהם.



## קולט כל העת

### אמצעי שכנוע בטקסט פרסומי

1. פנייה ישירה על ידי השימוש בציווי - נצלי את ההזדמנות.
2. משפטי אזהרה - אתה חייב ל... כי עוד מעט לא...
3. שאלות ותשובות - על איזה מזון אתה נח? ...XXX!
4. הצגת עניין כאמת כללית מקובלת על הכול, כגון שימוש במשפטים סתמיים: קונים - מרוויחים.
5. פנייה לרגש.
6. ניצול של שאיפות כמוסות (כגון הרצון להיות עשיר ומצליח) ושל נורמות חברתיות יוקרתיות (זוגיות, איכות חיים, בריאות, יופי, טובתו של הילד).
7. תיאורים מוגזמים, לא מדויקים - סלונים מהודרים, מבצעים מדהימים, רהיטי איכות.
8. הסתרת חסרונות.

### אמצעים לעורר עניין וסקרנות בטקסט פרסומי

9. גרפיקה ותמונות (כולל משחק בגודל האותיות).
10. סיסמאות שקל לזכור - ילד צריך להישאר ילד; חוקדים בטבע.
11. מילים, ביטויים ומבנים דו משמעיים הגורמים התעניינות בחידה הלשונית - נהג מדליק אורות בגשם; אתם מוזמנים להתמזג.
12. אזכורים לידע טקסטואלי קודם של הקוראים - חכם מה הוא בוחר; יש לי יום-יום חג.
13. בחירת מילים על פי שיקולים כמו צליל, חרוז, משחקי לשון - במקום להמר כדאי למהר.
14. שפה מתאימה לקהל היעד (עממית, גבוהה, מדעית) ולעתים עירוב ביניהן - עזוב אותך ממכרזים, אל תתפתה.
15. שיבושים לשוניים מכוונים - הכי מרק; לאנשים שמבינים ירושלים.

מודעה מספר 1

# לילך

## הרשת המובילה בארץ למתנות מקוריות

רוצים למצוא את המתנות היפות ביותר?  
בואו לקנות אותן אצלנו... כל קונה זוכה  
**ועכשיו, במבצע מדהים לשבוע בלבד**  
מבצע שלא היה ולא יהיה כמוהו!!!  
עגילים, מחרוזות, צמידים, תליונים היפים ביותר בעיר  
במחיר מדהים! רק 25 שקלים!  
**אל תהיי היחידה שאין לה!**

מודעה מספר 2

# שטרודלית

## חנות לאוהבי מחשבים

אל תחמיצו! לא תתחרטו!  
קנו 2 משחקי מחשב חדשים,  
שרק יצאו לשוק,  
וקבלו מדבקות צבעוניות למקלדת

### והכול במחיר חד-פעמי - רק 100 שקלים!

רק לכם יהיו המשחקים החדשים ביותר  
לא תמצאו מבצע כזה בשום מקום אחר...

**מהרו... המלאי הולך ואוזל!**



מודעה מספר 3

# עתידים

שבועון הילדים הנפוץ ביותר בישראל

רוצים להיות IN?

כל כוכבי הטלוויזיה בעיתון אחד!

כל הנושאים המדליקים שאתם אוהבים!

יהיה לכם על מה לדבר עם החברים!

בכל גיליון תמצאו כתבות במגוון תחומים:

- ספורט
- מוזיקה
- מחשבים
- בידור
- טיולים
- שעשועים

דרושים  
כתבים  
צעירים

אזכש'ו - אהצא!

רכשו מינוי החודש וקבלו חודש חינם!

נצלו את ההזדמנות!

תהיו בעניינים - קראו עתידים!

## איך כותבים פרסומת?

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הציגו את המוצר או השירות המוצעים</li> <li>• הציגו את המבצע/ההטבה - מה הכדאיות שברכישת המוצר או השירות</li> <li>• הציגו את ההתניה - מה צריך לקרות כדי לזכות בהטבה או ליהנות מהמוצר</li> </ul>
	<p><b>מבנה</b></p> <p>הקפידו על מבנה הפרסומת:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הצגת המוצר או השירות הנמכרים, הצגת פרטים מפתים</li> <li>• ארגון הרעיונות במבנים מתאימים: שאלה ותשובה, רשימת יתרונות, תיאור והדגמה, טיעוני שכנוע והנמקות</li> </ul>
	<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• השתמשו בצורת הציווי</li> <li>• השתמשו במטבעות לשון</li> <li>• השתמשו במשפטים מלאים ובסדר נכון של המילים בהם</li> <li>• בדקו את הכתיב של המילים שנלמדו בכיתה או של מילים מוכרות</li> <li>• בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה, וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.</li> </ul>



## שיעור 5 - קולט כל העת (המשך)

### הנושא

אמת והטעיה בפרסום

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה דנה בפרסומות שהתלמידים הביאו כשיעורי הבית מהשיעור הקודם. היא מתמקדת בדוגמאות שבהן מופיעים אמצעים שעלולים להטעות את הצרכן, בעיקר הערות שוליים והעלמת חסרונות, שהוזכרו בשיעור הקודם כאמצעים מעוררי סקרנות וכאמצעי שכנוע (10 דקות).
- המורה מעלה את הבעייתיות שבשימוש באותיות קטנות ובאמצעים אחרים, שמקשים על הנמען ולעתים אף מטעים אותו, ומחלקת לתלמידים את דוגמאות הפרסומות שבנספח לתלמיד. ההסברים והרקע לפרסומות, וכן תיאור האמצעים שעלולים להטעות את הצרכן מפורטים בנספח למורה.
- התלמידים מתבקשים לאתר רכיבים בפרסומות, שלדעתם, עלולים להטעות, ולרשום אותם (10 דקות).
- התלמידים מתבקשים להכין כרזת פרסומת של חנות ספרים על מבצע מכירות לקראת החג. בעת הפעילות עוברת המורה בין הקבוצות ומכוונת את התלמידים להשתמש באמצעים כמו "אותיות קטנות", הערות שוליים, הבטחות מפתות וכו' (15 דקות).
- המורה תולה את הכרזות בקדמת הכיתה ומנהלת דיון כיתתי אודות האמצעים להטעיה שעלולים להטעות את הצרכן, משמעותם והשפעתם. במהלך הדיון המורה כותבת על הלוח את כינוי האמצעים המשמשים להטעיה ומחלקת לתלמידים דף ובו ריכוז אמצעי ההטעיה וכיצד הם מאיימים על הזכויות הצרכניות. ראו נספח לתלמיד (10 דקות).

שימו לב!

אנא, ראו מהלך הפעילות בשיעור הבא כדי לדעת מה התלמידים והמורה צריכים להכין מראש.

## מטרה בתחום הצרכנות

- הבחנה בין פרסום נאות לבין פרסום לא נאות ומטעה

## מטרות (לטווח קצר) בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

- התלמידים ידעו לזהות ולכנות במונחים המתאימים את האמצעים המטעים בפרסומת.
- התלמידים ידעו להבחין בין אמת בפרסומת לבין הטעיה בה.

### מטרות לימוד הלשון

- התלמידים ידעו להטות את צורת הציווי בפעלים ששורשיהם: נ-צ-ל; ש-ת-ף; ק-ב-ל; ב-ז-א; מ-ה-ר; ק-ש-ר; ק-נ-ה.
- התלמידים ידעו להרכיב ולפרק את צורות הסמיכות האלה: רשת חנויות; גרב ספורט; סט בגדים; בגדי בנים/בנות; משחקי מחשב; תקנון המבצע; בעל הבית.
- התלמידים ידעו להזכיר ולנתח דוגמה של עמימות בניסוח.

### שיאו לבי!

לימוד הלשון יתבצע בשני אופנים:

1. באופן ישיר - המורה מציגה, מתארת, מסבירה ומדגימה את הכלל או התופעה הלשונית בשיעור למליאה, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים.
2. באופן עקיף - המורה משתמשת במונחים הנדרשים במהלך הפעילויות בשיעור ומפנה את תשומת לבם של התלמידים לכללים ולתופעות הנדרשים.



## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

#### בקריאה (הישג נדרש 5):

זיהוי של האמצעים להטעיה בפרסומת:

- שינויים בגודל האותיות
- הערות שוליים (כוכבית)
- הבטחות סרק
- העלמה של מידע ועמימות בניסוח
- מבנה טקסט מושאל (פרסומת בלבוש ידיעה עיתונאית)

### לימוד השפה

- ידע של הטיית צורת הציווי
- יישום של כללי הסמיכות (הרכבה ופירוק)
- עמימות בניסוח



## נספח למורה: אמצעים שעלולים להטעות את הצרכן במודעות פרסומת

1. שינוי בגודל האותיות
2. הערות שוליים (כוכבית)
3. הבטחות סרק
4. העלמה של מידע ועמימות בניסוח
5. פנייה לרגש

במודעות הפרסומת שלהלן תמצאו מספרים ליד היגדים שונים במודעה. המספרים מצביעים על מספר האמצעי המתאים, לפי הרשימה שלמעלה.

### מודעה מספר 1

יואב קרא מודעה בעיתון נוער:




## רוצה להיראות כמו כדורגלן מקצועי? (5)

נצל את ההדמנות! השתתף במבצע!

רשת החנויות "מרכז הספורט" מזמינה אותך להשתתף במבצע מדהים שלא היה ולא יהיה כמוהו!!!

קבל נעלי כדורגל, גרבי ספורט וכדורגל בתוך תיק מהודר והכול בחינם\*!!! (1,3)

כל שעליך לעשות הוא להגיע לחנות "מרכז הספורט" להציג מודעה זו ולקבל את התיק (4)

בוא להיות בעניינים... מהר והתקשר עכשיו כל הקודם זוכה!

\* קבלת הצויד כרוכה בתשלום 80 ₪ עבור התיק בלבד! (1,2)




### הטעיה בפרסום: עלות מוצר

הפרסום מבליט ומדגיש שכל המוצרים ניתנים בחינם. הצרכן הצעיר עלול לטעות ולחשוב כי לא יצטרך לשלם עבורם, בעוד שבפועל יש לשלם עבור חלקם (במקרה זה - עבור התיק המהודר). תקנות הגנת הצרכן (פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים תשנ"א 1991 [סעיף 72]) מציינות, כי בפרסומות ובדרכי שיווק שבהן מובא המחיר של המוצר או השירות, יצוין המחיר הכולל באופן ברור ומדויק.

אי גילוי מידע חשוב כמו הצנעת התשלום הנדרש עבור התיק (כפי שמופיע באירוע) והבלטת המילה "חינם" מטעים את הצרכנים הצעירים, והחברה אשר פרסמה את המודעה נושאת באחריות לכך.



## מודעה מספר 2

**כולם ידברו עליכם!** (5)

סט בגדים אופנתי במחיר מדהים  
כל הבגדים (4) במחיר 120 ₪ בלבד!  
מבצע לשבוע בלבד!

חבל להפסיד!

התמונות להמחשה בלבד (1,2)

120  
ש"ח

(3)

טל הגיעה לחנות, מדדה סט בגדים שמאוד מצא חן בעיניה. היא ביקשה לשלם אך נאמר לה שהצמיד והחגורה לא כלולים במחיר שצוין וכי על הפריטים האלה יש לשלם תשלום נוסף. המוכר הוסיף עוד כי בפרסומת נאמר שהתמונות להמחשה בלבד.

**הטעיה בפרסום: "התמונה להמחשה בלבד"**

רבים קונים מוצרים על-פי התרשמותם מתמונה מושכת של מוצר בפרסומת, ולאחר שהם נכנסים לחנות הם מגלים שהמציב שונה מאוד מן המתואר בתמונה. כאשר הצרכן טוען כי המודעה מטעה, תגובת המוכר היא שבפרסום צוין כי "התמונה היא להמחשה בלבד".

עמדת המועצה לצרכנות היא, שפרסום חייב להציג את הדברים כפי שהם, וכי פרסום המגלה רק חלק מהפרטים אך מסתיר פרטים אחרים, אינו יכול להיחשב פרסום בתום לב. אם המוצר שמציעים בחנות שונה באופן מהותי מן המוצר שהוצג בתצלום, יש בכך הטעיה.

**מה אפשר לעשות?**

כשרואים פרסומת בעיתון או על לוחות המודעות, כדאי לבדוק את כל הפרטים הקטנים המופיעים במודעה. אם למשל, נכתב: "התמונות להמחשה בלבד", כדאי לבדוק עם החנות בטלפון או בדרך אחרת מה בדיוק כולל המוצר. כך תימנעו מאכזבות.

### מודעה מספר 3

שי נכנס לאתר אינטרנט לילדים, ועל המסך קפצה פתאום מודעת פרסומת:

אספו 8 פקקים של המשקה המעולה

## מורינדה (1)

שעליהם מופיעות האותיות המרכיבות את  
שם המשקה (1)  
הביאו את הפקקים המרכיבים את השם  
**מורינדה** לאחת החנויות שברשימה  
ותקבלו את המשחקים

\*ההשתתפות בהתאם לתקנון המופיע באתר חברת **מורינדה**!!!  
(1,2)

## רוצים לזכות ב-3 משחקי מחשב מדליקים?



שי התלהב מהמבצע, קנה הרבה בקבוקי שתייה, ביקש מבני משפחתו לאסוף לו פקקים וגם 'שיגע' את חבריו לאסוף לו פקקים. אחרי כמה שבועות הצליח שי להשיג את כל הפקקים הדרושים. הוא שמח מאוד והלך עם אביו למשרדי החברה כדי לקבל את המשחקים. ואז להפתעתו נאמר לו כי רק אותיות המופיעות בתוך ריבוע נחשבות כאותיות הזכות בפרס. נציגי החברה אמרו לו כי תנאי זה מופיע בתקנון המבצע באתר החברה. שי ואביו התאכזבו ועזבו את המקום בכעס.

### מה אפשר ללמוד מכך?

חשוב מאוד להיות עירניים ולבדוק את כל מה שדורשים כדי לזכות בפרס. אם כתוב בקטן: 'בכפוף לתקנון החברה', כדאי מאוד לבדוק מה אומר התקנון - להיכנס לאתר החברה או להתקשר ולברר את כל הפרטים.

**מודעה מספר 4**

עינת ראתה את מודעת הפרסומת הזאת:

רשת החנויות המובילה בעולם  
**JEANS FOR YOU...**  
למבינות באופנה

**בעל הבית השתגע!!!  
מכירות מטורפות!!!**

אצלנו קונים אנשים יפים (5)

**הנחה של 75% על כל הבגדים! (3)  
אם לא תקני-תתחרטי! (5)**

\* הנחה של 30%-75% על כל הג'ינסים (1,2)

עינת הגיעה לחנות ובחרה זוג מכנסי ג'ינס. כשהגיעה לקופה אמר לה המוכר כי על המכנסיים שבחרה יש הנחה של 30% בלבד. עינת התאכזבה מאוד והתלבטה האם לקנות את המכנסיים.

**הטעיה בפרסום: מבצעי הנחות**

החוק להגנת הצרכן אוסר להטעות צרכנים בעניין מהותי בעסקה. פרסום ברבים של מבצע שחל על כל הפריטים בחנות, כמתואר לעיל, כשבפועל שיעור ההנחה שונה מפריט לפריט, עלול להטעות צרכנים בדבר שיעור ההנחה.





## מחווון להערכת כתיבה של פרסומת

שליטה חלקית	שליטה מלאה	נשוא ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הצגת המוצר או השירות המוצעים</li> <li>• הצגת המבצע/ההטבה, כלומר מה הכדאיות שברכישת המוצר או השירות</li> <li>• הצגת התניה, מה צריך לקרות/לעשות כדי לזכות בהטבה</li> <li>• הצגת מגבלה או העלמת מידע (ההטעיה)</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• פתיחה מכוונת למשיכת תשומת לב</li> <li>• התייחסות למוצר/לשירות וליתרונותיו</li> <li>• שימוש באמצעי שכנוע מגוונים</li> <li>• הצגת התניה באותיות קטנות או בהערת שוליים (מה צריך לקרות/לעשות כדי לזכות בהטבה)</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• שימוש בצורת הציווי</li> <li>• שימוש במטבעות לשון</li> <li>• שימוש באמצעי פיסוק מתאימים</li> <li>• מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>• כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בכיתה</li> </ul>

## שיעור 5 - קולט כל העת (המשך)

### אמצעים שעלולים להטעות את הצרכן במודעות פרסומת

1. שינוי בגודל האותיות
2. הערות שוליים (כוכבית)
3. הבטחות סרק
4. העלמה של מידע ועמימות בניסוח
5. פנייה לרגש

#### מודעה מספר 1

יואב קרא מודעה בעיתון נוער:

**רוצה להיראות  
כמו כדורגלן מקצועי?**

נצל את ההזדמנות! השתתף במבצע!  
רשת החנויות "מרכז הספורט" מזמינה אותך להשתתף  
במבצע מדהים שלא היה ולא יהיה כמוהו!!!  
קבל נעלי כדורגל, גרבי ספורט  
וכדורגל בתוך תיק מהודר  
**והכול בחינם\*!!!**  
כל שעליך לעשות הוא להגיע לחנות "מרכז הספורט"  
להציג מודעה זו ולקבל את התיק  
בוא להיות בעניינים... מהר והתקשר עכשיו  
כל הקודם זוכה!

\* קבלת הציווד כרוכה בתשלום 80 ₪ עבור התיק בלבד!

יואב הגיע לחנות במטרה לקבל את התיק. לאחר שהציג למוכר את המודעה, כפי שנתבקש לעשות, אמר לו המוכר, להפתעתו, שעליו לשלם על התיק. המוכר הסביר כי במודעה נאמר שקבלת התיק כרוכה בתשלום של 80 ש"ח.



## מודעה מספר 2

**כולם ידברו עליכם!**

סט בגדים אופנתי במחיר מדהים

כל הבגדים במחיר 120 ₪ בלבד!

מבצע לשבוע בלבד!

120  
ש"ח**חבל להפסיד!**

התמונות להמחשה בלבד

טל הגיעה לחנות ומדדה סט בגדים שמאוד מצא חן בעיניה. היא ביקשה לשלם אך נאמר לה שהצמיד והחגורה לא כלולים במחיר שצוין וכי על הפריטים האלה יש לשלם תשלום נוסף. המוכר הוסיף עוד כי בפרסומת נאמר שהתמונות להמחשה בלבד.

## מודעה מספר 3

שי נכנס לאתר אינטרנט לילדים, ועל המסך קפצה פתאום מודעת פרסומת:

**רוצים לזכות****ב-3 משחקי מחשב מדליקים?**

אספו 8 פקקים

של המשקה המעולה

**מורינדה**

שעליהם מופיעות האותיות

המרכיבות את שם המשקה

הביאו את הפקקים המרכיבים את

השם **מורינדה** לאחת החנויות

שברשימה ותקבלו את המשחקים

\*ההשתתפות בהתאם לתקנון

!!מופיע באתר חברת **מורינדה**!!!



שי התלהב מהמבצע, קנה הרבה בקבוקי שתייה, ביקש מבני משפחתו לאסוף לו פקקים וגם 'שיגע' את חבריו לאסוף לו פקקים.

אחרי כמה שבועות הצליח שי להשיג את כל הפקקים. הוא שמח מאוד והלך עם אביו למשרדי החברה כדי לקבל את הפרס. ואז להפתעתו נאמר לו כי רק אותיות המופיעות בתוך ריבוע נחשבות כאותיות הזכות בפרס. נציגי החברה אמרו לו כי תנאי זה מופיע בתקנון המבצע באתר החברה. שי ואביו התאכזבו ועזבו את המקום בכעס.

#### מודעה מספר 4

עינת ראתה את מודעת הפרסומת הזאת:

רשת החנויות המובילה בעולם  
**JEANS FOR YOU...**  
למבינות באופנה

**בעל הבית השתגע!!!  
מכירות מטורפות!!!**

אצלנו קונים אנשים יפים

**הנחה של 75% על כל הבגדים!  
אם לא תקני-תתחרטי!**

\* הנחה של 30%-75% על כל הג'ינסים

עינת הגיעה לחנות ובחרה זוג מכנסי ג'ינס. כשהגיעה לקופה אמר לה המוכר כי על המכנסיים שבחרה יש הנחה של 30% בלבד. עינת התאכזבה מאוד והתלבטה האם לקנות את המכנסיים.



## איך כותבים פרסומת מטעה

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• תארו את המוצר או השירות המוצעים</li> <li>• תארו את המבצע/ההטבה, כלומר מה הכדאיות שברכישת המוצר או השירות</li> <li>• הציגו את ההתניה, כלומר, מה צריך לקרות/לעשות כדי לזכות בהטבה</li> <li>• הציגו מגבלה או העלימו מידע (ההטעיה)</li> </ul>
	<p><b>מבנה</b></p> <p><b>הקפידו על מבנה הפרסומת:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• פתיחה מכוונת למשיכת תשומת לב</li> <li>• התייחסות למוצר/לשירות וליתרונותיו</li> <li>• שימוש באמצעי שכנוע מגוונים</li> <li>• הצגת התניה באותיות קטנות או בהערת שוליים (מה צריך לקרות/לעשות כדי לזכות בהטבה)</li> </ul>
	<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• השתמשו בצורת הציווי</li> <li>• השתמשו בעמימות בניסוח</li> <li>• בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.</li> <li>• הקפידו על מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>• הקפידו על כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בכיתה</li> </ul>

## שיעור 6: אריזות

### הנושא

זכויות הצרכנים: רישום נכון על אריזת מוצר

### הפעילות (מהלך השיעור)

- לשיעור זה יתבקשו התלמידים להביא אריזות של מוצרים שונים, שהם צורכים בחיי היום יום שלהם, כגון: מוצרי מזון, חטיפים, משקאות קלים, ממתקים, כלי כתיבה, ציוד משרדי, משחקי מחשב וסוללות.

#### שיאו לבי!

כדי להבטיח את הצלחת הפעילות, רצוי שהמורה תביא בעצמה אריזות של המוצרים המוזכרים לעיל, ואשר מידע כלשהו, הדרוש בחוק, חסר בהם.

- המורה אוספת את האריזות שהתלמידים הביאו מהבית, ומחלקת אותן ואת האריזות שהיא הביאה בין התלמידים, כך שכמחצית מהתלמידים יקבלו את אריזות המזון, וכמחצית יקבלו את האריזות האחרות.
- התלמידים יבדקו את המידע על האריזות, ימלאו את הטבלאות בנספח לתלמיד ויחפשו:
  - מידע חשוב שחסר
  - מידע מצוי, אך מיותר מבחינת צריכת המוצר (20 דקות)
- המורה פותחת בדיון על סוגי המידע שנמצא על האריזות ועל המידע שחסר בהן. תוך כדי הדיווח של התלמידים על המידע שמצאו על האריזות מעלה המורה את השאלות הבאות:
  - האם המידע באריזה מפורט מספיק?
  - האם הוא קריא מספיק?
  - האם הוא מוסיף או לא?
  - האם באריזות יש משפטים או ביטויים שמכוונים לשכנע אותנו לקנות את המוצר, כלומר: פרסומת?

בזמן הדיון רושמת המורה על הלוח את סוגי המידע החסרים על חלק מהאריזות ואת המקרים הבולטים של עמימות ברישום התכולה (15 דקות).
- המורה מחלקת לתלמידים (או מציגה באמצעות מצגת או כרזה) את תמצית חוק הגנת הצרכן הקשורה לכיתוב באריזה (נספח למורה), ומקשרת את הנאמר לממצאי התלמידים אודות המידע המצוי והחסר על האריזות (10 דקות).



## מטרות בתחום הצרכנות

היכרות עם זכויות הצרכנים: רישום נכון על אריזת המוצר

## מטרות בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

#### בקריאה:

התלמידים יזהו פרטים רלוונטיים על אריזות מוצרים

הערה: אף על פי שהמטרות בתחום החינוך הלשוני בשיעור זה הן מצומצמות, השיעור משרת את הפעילות של השיעור הבא - ניסוח מכתב תלונה אל המועצה הישראלית לצרכנות.

## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

גילוי פרטים רלוונטיים במהלך הקריאה

## נספח למורה: חוק הגנת הצרכן - פרטים על האריזה

הסימון על המוצר הוא תעודת הזהות שלו. הוא מספק לקונים את המידע הנחוץ להם, כדי להחליט אם לקנות את המוצר, וכמה לקנות.

**מהי אריזה? - עטיפה או מִכָּל של מוצרים, המיועדים למכירה.**

### לפי החוק:

1. הסימון על האריזה ייעשה בהדפסה, בחריטה, בהטבעה או בכל דרך אחרת, אך לא בכתב יד.
2. אם לא ניתן לסמן על המוצר עצמו, יש לסמן על תווית, שתוצמד למוצר או למדף, שהמוצר נמצא עליו.
3. פרטי הסימון יהיו ברורים וקריאים, במקום נראה לעין ובצבע שונה מצבע הרקע.
4. על מוצרים מיובאים, שהסימון שלהם כתוב בשפה זרה, יהיה תרגום מלא ומדויק לעברית, כולל הוראות השימוש.
5. יש לסמן על המוצר את שם היצרן ואת כתובתו ואם המוצר מיובא - את שם היבואן ואת כתובתו.
6. החוק מחייב לרשום את רשימת המרכיבים של המוצר, בסדר יורד: תחילה הרכיב שתכולתו הגבוהה ביותר במוצר, ואחריו כל היתר.
7. יש לסמן על המוצר את תנאי האחסון שלו.

### משחקי מחשב

לפי החוק, משחקי מחשב יסומנו בסמלים שקבע ארגון PEGI, ויצורף אליהם מקרא המפרט את הסמלים וההסבר עליהם. הסמלים מייצגים את הרעיונות הבאים:  
 עלול לעודד הפליה, מתייחס לשימוש בסמים, עלול להפחיד ילדים, מכיל שפה גסה, מתאר עירום או התנהגות מינית, מכיל תיאורי אלימות, מדריך או מעודד הימורים, מתאים לגיל מסוים ומעלה.

### דוגמאות לסימונים על מוצרים שונים

1. מוצרי מזון: פירוט תכולת קלוריות, נתן ועוד ל-100 גרם ולמנה
2. אריזות של ציוד משרדי: תיאור התכולה והשימוש
3. אריזת דבק: פרטי היבואן
4. מטליות: הוראות שימוש
5. אריזות של סוללות: אזהרות שימוש
6. בקבוק מים: סימון nsf של איכות המים (סימון בין-לאומי)



## טבלאות סיווג מידע על אריזות מוצרים

## טבלה: אריזות מזון

כתבו את שם המוצר ואת שם היצרן, וסמנו ✓ אם סוג המידע נמצא על האריזה.

שם המוצר	שם היצרן	כמות (משקל, נפח)	ערך קלורי	תכולה (חומרים)	תאריך ייצור	תאריך תפוגה
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						



## טבלאות סיווג מידע על אריזות מוצרים

### טבלה: אריזות ציוד משרדי, משחקי מחשב וסוללות

כתבו את שם המוצר ואת שם היצרן, וסמנו ✓ אם סוג המידע נמצא על האריזה.

שם המוצר	שם היצרן או היבואן	כתובת וטלפון היצרן או היבואן	הנחיות שימוש	אזהרות	רכיבים ותכולה	הפרטים כתובים בעברית
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						



## שיעור 7: אריזות (המשך)



### הנושא

חוק הגנת הצרכן: רישום נכון על אריזת מוצר

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה מזכירה לתלמידים את תפקידה של המועצה הישראלית לצרכנות, קוראת בקול את תמצית החוק, ומקשרת את הנאמר בו לממצאי התלמידים אודות המידע המצוי והחסר באריזות, כחזרה על מה שעלה בשיעור הקודם (10 דקות).
- התלמידים יבחרו מקרה של חוסר מידע או מידע עמום על אריזה, מתוך המקרים שנידונו בשיעור הקודם.
- התלמידים יכתבו מכתב תלונה אל המועצה הישראלית לצרכנות. התלמידים ייעזרו במחווון לכתיבת המכתב, שיקבלו מן המורה (20 דקות).
- המורה תאסוף את טיוטות המכתבים לבדיקה.

### שיאו לכו!

כדאי מאוד שתלמידים יכתבו מכתב אמיתי. כך תהיה להם הניצח (מוטיבציה), אשר תתרום לשיפור ההבעה שלהם בכתב.

### מטרות בתחום הצרכנות

היכרות עם זכויות הצרכנים: רישום נכון על אריזת המוצר

### מטרות בתחום החינוך הלשוני

מטרות השפה (שימוש)

בכתיבה:

התלמידים ינסחו מכתב תלונה מנומק ומבוסס.





## מטרות לימוד הלשון\*

1. התלמידים ירחיבו את אוצר המילים הפעיל **בפועלי אמירה**: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל..., להתנגד ל....
2. התלמידים ירחיבו את אוצר המילים הפעיל **בקשרי הניגוד**: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...
3. התלמידים ירחיבו את אוצר המילים הפעיל **בקשרי התמיכה**: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן

## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

ניסוח מכתב תלונה (ראו רכיבי המחונן בנספח למורה).

## לימוד השפה

1. שימוש בפועלי אמירה
2. שימוש בקשרי ניגוד
3. שימוש בקשרי תמיכה וחיבור

### שיאו אבי!

כדאי לנהל מעקב רשום אחרי מימוש הדרישות בסעיף זה.  
לשם כך תוכלו להיעזר בטופס בנספח למורה.

\* כל המטרות בסעיף זה הולמות את הישג נדרש 8.



## מחווון להערכת כתיבה של מכתב תלונה

שליטה חלקית	שליטה מלאה	תחום ההערכה
		<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת הבעיה ברישום על האריזה</li> <li>הצגת הזכות המפורשת בחוק הגנת הצרכן</li> <li>הצגת התוצאות של ההטעיה, כגון: קושי בקבלת החלטה, קבלה של מוצר שונה, קושי בחישוב הכדאיות של הקנייה</li> </ul>
		<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>הצגת מסגרת הכתיבה: מבנה של מכתב, הכולל את נתוני הפתיחה והפנייה, את תוכן המכתב ואת החתימה</li> <li>לכידות וקישוריות: אירגון הרעיונות במבנים מתאימים, כמו רשימת אירועים, טיעון והנמקה, תאור והדגמה</li> <li>שמירה על רצף בין המשפטים ובין הפסקאות תוך שימוש בקשרים לוגיים מתאימים</li> </ul>
		<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>שימוש בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>שימוש נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>מבנים תחביריים תקינים: משפטים מלאים, סדר נכון של מילים</li> <li>כתיב תקין: כתיב נכון של מילים שנלמדו או של מילים שכיחות בעיסוקים בכיתה</li> <li>סימני פיסוק תקינים: לפי הנלמד בכיתה*</li> </ul>

\* שלושת הסעיפים האחרונים אינם מופיעים ברשימת המטרות לשיעור, אך ההתייחסות אליהם היא שוטפת וקבועה, על כן יש לעקוב אחר התפקוד של התלמידים בהם.



## איך כותבים מכתב תלונה?

סמנו ✓ אם קיים	טיפים חשובים לכתיבה נכונה
	<p><b>תוכן</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הציגו את הבעיה ברישום על האריזה</li> <li>• הציגו את הזכות המפורשת בחוק הגנת הצרכן</li> <li>• הציגו את התוצאות של ההטעיה כגון: קושי בקבלת החלטה, קבלה של מוצר שונה, קושי בחישוב הכדאיות של הקנייה.</li> </ul>
	<p><b>מבנה</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• הקפידו על מבנה של מכתב: תאריך פתיחה ופניה, תוכן המכתב וחתימה</li> <li>• הציגו את הרשימה של האירועים</li> <li>• הציגו את הטיעונים והנימוקים שלכם</li> <li>• הציגו את התאורים והדוגמאות המתאימות</li> <li>• שמרו על הרצף בין המשפטים ובין הפסקאות</li> </ul>
	<p><b>לשון</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• השתמשו בפועלי אמירה: לטעון, להביע, לומר, להכחיש, לתמוך, לבסס, להסכים ל... להתנגד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי ניגוד: ובכל זאת, למרות זאת, בניגוד ל...</li> <li>• השתמשו נכון בקשרי תמיכה: לכן, אי לכך, על כן, כמו כן</li> <li>• השתמשו במשפטים מלאים ובסדר נכון של המילים בהם</li> <li>• בדקו את הכתיב של המילים שנלמדו בכיתה או של מילים מוכרות</li> <li>• בדקו את סימני הפיסוק: נקודה בסוף משפט, פסיקים, מרכאות, סימני שאלה, סימני קריאה, וכו', לפי מה שנלמד בכיתה.</li> </ul>

## שיעור מספר 8 - סיכום

### הנושא

חוק הגנת הצרכן - סיכום הסעיפים שנלמדו בשיעורים הקודמים

### הפעילות (מהלך השיעור)

- המורה מציגה לתלמידים את רשימת הנושאים הקשורים לצרכנות נבונה, שבהם עסקו בשיעורים שהוקדשו לנושא (ראו נספח למורה). הרשימה תוצג על גבי כרזה, שקף, מצגת ממוחשבת או כל דרך אחרת שתבחר המורה.
- המורה מציעה לסכם את החומר הנלמד בעזרת כרזות, אשר תוצגנה בתערוכה בית ספרית. התלמידים מחולקים לקבוצות של עד 4 משתתפים. כל קבוצה בוחרת את נושא הכרזה. המורה דואגת שכל הנושאים שברשימה יבואו לידי ביטוי (שכל הנושאים ייבחרו על ידי הקבוצות, ושלא יהיו יותר מדי חזרות על נושא אחד) ועוברת מקבוצה לקבוצה לקידום הדיון וההחלטות על אופן הייצוג של החומרים.
- המורה מבהירה שיש שני חלקים בכרזה: החלק הגרפי והחלק המילולי.  
על החלק המילולי להיות קצר, תמציתי ומושך. לשם כך כדאי להשתמש בחריזה ובמשחקי מילים, כמו בפרסומות.
- החלק הגרפי יכול להיות ציור, תמונה גזורה או תצרף (קולאז') של תמונות - כדי להעביר את הרעיון, את המסר. רצוי להביא דוגמאות לכרזות כדי להבהיר לתלמידים מה מצופה מהם (ראו נספח למורה). חשוב לדבר על תחושות ורשמים שמועברים לצופה בכרזה באמצעים גרפיים, כמו צבעים, קווים, תמונות מעוררות אסוציאציות. כמו כן, כדאי להקדיש זמן לתכנון תוך כדי משא ומתן ולהתחיל בביצוע רק אחרי שהוחלט מה יופיע בכרזה ואיך העבודה תבוצע. אם הפעילות נמשכת יותר משיעור אחד, ניתן לסיימה בשיעור נוסף, או כשיעורי בית.
- המורה תכין תערוכה בית ספרית שבה תוצגנה הכרזות לפני כל באי בית הספר. אם יש כיתות מקבילות שעסקו בנושא בה בעת, התערוכה תהיה משותפת, כמובן. מומלץ לערוך ערב פתיחה חגיגי לתערוכה, שאליו יוזמנו ההורים ומנהיגי הקהילה.



## מטרות בתחום הצרכנות

סיכום וחזרה על סעיפי חוק הגנת הצרכן

## מטרות בתחום החינוך הלשוני

### מטרות השפה (שימוש)

בכתיבה:

התלמידים ינסחו סיסמאות פרסום תוך שימוש באמצעים כמו חריזה, מטפורה וכפל משמעות. התלמידים ישתמשו באוצר המילים של עולם הצרכנות.

### שיאו אבי!

לימוד הלשון יתבצע באופנים הבאים:

1. באופן ישיר - כאשר המורה מציגה, מתארת, מסבירה ומדגימה את הכלל ואז את התופעה בשיעור למליאה, או ב"מיני שיעור" לקבוצות תלמידים.
2. באופן עקיף - כאשר המורה משתמשת במונחים הנדרשים בעת יישומם והופעתם במהלך הפעילויות בשיעור, ומפנה את תשומת ליבם של התלמידים לכללים ולתופעות הנדרשים.

## רכיבי הערכה

### שימוש בשפה

- ניסוח סיסמה קליטה וממוקדת
- שימוש באוצר המילים מעולם הצרכנות

### לימוד השפה

- שימוש בחריזה
- שימוש בכפל משמעות, מטפורות וחריזה

### שיאו אבי!

כדאי לנהל מעקב רשום אחר מימוש הדרישות שבסעיף זה. לשם כך ניתן להיעזר בטופס שבנספח למורה.

# נספח למורה

## דוגמאות לכרזות\*

(ניתן למצוא דוגמאות נוספות ברשת האינטרנט)

**תחרות כרזות ארצית בנושא צרכנות נבונה**

**הפתעות הגדולות נמצאות באותיות הקטנות**

**תחרות כרזות ארצית בנושא צרכנות נבונה**

**תחרות כרזות ארצית בנושא צרכנות נבונה**

תקרא קטן. תרוויח גדול.

**תחרות כרזות ארצית בנושא צרכנות נבונה**

אל תקנה בשק

### נושאים שנלמדו

- החזרת מוצרים
- גילוי נאות - בפרסומת, במבצעים, על גבי האריזה
- איסור הטעיה
- המועצה לצרכנות ותפקידיה

\* הכרזות המופיעות בעמוד זה השתתפו בתחרות הכרזות הארצית בין בתי הספר, שיזמה המועצה לצרכנות, בשיתוף משרד החינוך ומשרד התמ"ת ביום הצרכן הבינלאומי 2010.











