

תקשורת וחברה

על-פי תכנית הרפורמה ללמידה משמעותית

הוראות לנבחן

א. משך הבחינה: שלוש שעות.

ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה: בשאלון זה שלושה פרקים:

פרק ראשון 46 נקודות

פרק שני 36 נקודות

פרק שלישי 18 נקודות

סה"כ 100 נקודות

ג. חומר עזר מותר לשימוש: אין.

ד. הוראות מיוחדות: בתשובותיך התבסס גם על המאמרים שנלמדו בכיתה.

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

בשאלון זה 10 עמודים.

ההנחיות בשאלון זה מנוסחות בלשון זכר, אך מכוונות הן לנבחנות והן לנבחנים.

בהצלחה!

המשך מעבר לדף

השאלות

פרק ראשון (46 נקודות)

כל השאלות בפרק זה מתייחסות לקטע שלפניך.

בפרק זה ענה על ארבע מן השאלות 1-5.

ענה על השאלות 1-2 – שאלות חובה (לכל שאלה – 13 נקודות) ועל שתיים מן

השאלות 3-5 (לכל שאלה – 10 נקודות).

לפי הפרסומים באמצעי התקשורת, בשיחה מוקלטת בין ראש הממשלה, בנימין נתניהו, ובין מו"ל "ידיעות אחרונות", ארנון (נוני) מוזס, נידונה עסקה שלפיה "ידיעות אחרונות" ישנה את יחסו העוין לנתניהו, ובתמורה יפעל נתניהו לצמצום תפוצת "ישראל היום" ואולי לסגירת מהדורת סוף השבוע שלו.

בעקבות הדיווח הזה התראיין העיתונאי יעקב אחימאיר, לגלי צה"ל ואמר כך:

"אמון הציבור בתקשורת נמצא בשפל (...). צריך לשאול הבוקר – לעוד איזה שפל יכולה לרדת מידת האמון של ציבור של מיליונים שקורא עיתונים? ציבור שצופה בטלוויזיה, שמאזין לרדיו (...).

עורך 'ידיעות אחרונות' כתב שכל מה שמתפרסם בעיתונו נעשה על-פי קנה מידה מקצועי, אתי, של העיתונות. האם עורך 'ידיעות אחרונות' חושב שמישהו יכול להאמין לו הבוקר הזה? (...). האחריות נופלת גם על ראש הממשלה וגם על המו"ל של 'ידיעות אחרונות'. זה לא מקרה פרטי. זה מקרה ציבורי (...).

הרי התפקיד של העיתונות זה למתוח ביקורת על הממשלה כאשר יש צורך. למתוח ביקורת על תפקוד ראש הממשלה, כאשר יש מקום לביקורת כזו. והיא צריכה לנהל את זה בצורה חופשית, לא בגלל תלות מסחרית כלשהי. זו בכלל לא עיתונות".

כשבועיים לאחר מכן, השתתף בנימין נתניהו ב"שעת שאלות" עם ראש הממשלה, שהתקיימה במליאת הכנסת, והתייחס בה לפרסום תמלילי השיחות בינו ובין מו"ל "ידיעות אחרונות", ארנון מוזס.

(על-פי נתי טוקר, "נתניהו הוקלט בשיחה עם מו"ל ידיעות אחרונות, נוני מוזס", מדיה ושיווק, דה-מרקר ואורן פרסיקו, "עסקה מלובכת", המגזין, "העין השביעית", 8.1.2017, תכנית הבוקר עם נייב רסקין בגלי-צה"ל, 9.1.2017, ו"נתניהו על החקירות: אינני הראשון שמשוחח עם מו"לים", חדשות 2, 25.1.2017).

ענה על השאלות 1 ו-2 – שאלות חובה (לכל שאלה – 13 נקודות).

שאלה 1 – שאלת חובה

6 נק') א. הסבר את המושגים **חופש הביטוי** ו**זכות הציבור לדעת**.

7 נק') ב. נתח את האירוע שמתואר בקטע באמצעות המושגים **חופש הביטוי** ו**זכות הציבור לדעת**. התייחס בתשובתך לסעיף 19 **בתקנון האתיקה המקצועית של העיתונות**, שלהלן:

אי תלות

"לא יונחו עיתון ועיתונאי במילוי תפקידם על-ידי כל גורם חיצוני שאינו גלוי ובמיוחד לא על-ידי מפרסמים וגופים שלטוניים, כלכליים ופוליטיים".

שאלה 2 – שאלת חובה

6 נק') א. הסבר את **מודל לאסוול** ופרט את מרכיביו.

7 נק') ב. הסבר כיצד המרכיבים של **מודל לאסוול** באים לידי ביטוי בדבריו של יעקב אחימאיר.

ענה על שתיים מן השאלות 3-5 (לכל שאלה – 10 נקודות).

שאלה 3

- א. הסבר את תאוריית הבניית המציאות ואת האופן שבו היא משפיעה על צרכן התקשורת.
(4 נק')
- ב. הסבר כיצד תאוריית הבניית המציאות באה לידי ביטוי בקטע.
(6 נק')

שאלה 4

- א. הסבר שלושה מהקריטריונים לקביעת ערך חדשותי.
(4 נק')
- ב. הסבר – על-פי שלושת הקריטריונים שצינת בסעיף א' – מדוע נחשב האירוע המתואר בקטע לבעל ערך חדשותי.
(6 נק')

שאלה 5

- א. הסבר את מודל קביעת סדר היום, וציין את שלושת סוגי סדר היום.
(4 נק')
- ב. הסבר כיצד באים לידי ביטוי בקטע שלושת סוגי סדר היום הללו.
(6 נק')
- נמק את תשובתך.

פרק שני (36 נקודות)

ענה על שתיים מן השאלות 6-9 (לכל שאלה – 18 נקודות).

שאלה 6

קרא את הקטע שלפניך וענה על סעיפי השאלה.

לפניך תמונתו של ילד, שחולץ מבין ההריסות בעיר הסורית חאלב. התמונה הזו זעזעה את העולם. הצלם שצילם את התמונה סיפר על הרגע שבו צילם אותה כך:

"(...) אני הוצאתי את המצלמה והתחלתי לצלם. מאוחר יותר הבנתי שהוא בסך הכול בן ארבע. היה חשוך מדי בשביל שייצא צילום טוב, אבל המשכתי לצלם ועקבתי אחריו. אנשי החילוץ נשאו את הילד לאמבולנס והושיבו אותו על הכיסא. אני המשכתי לצלם (...)

רק אז הבנתי את גודל הטראומה שבה שקוע הילד, ועצרתי את צילום הווידאו כדי לצלם תמונת סטילס. הדמעות החלו לזלוג ברגע שצילמתי את התמונה".

התמונה הוסרה בשל מגבלת זכויות יוצרים

(הקטע והתמונה על-פי "ילד מדמם באמבולנס. התמונה שמזעזעת את העולם", *YNET*, 18.8.2016)

- 8 נק')** א. הסבר מהו **מסר דנוטטיבי** ומהו **מסר קונוטטיבי**, וכיצד כל אחד מהם בא לידי ביטוי בתמונה.
- 10 נק')** ב. הסבר את הסוגיות האתיות העקרוניות שעמן מתמודד צלם עיתונות. בתשובתך התייחס גם לדברי הצלם המובאים בקטע.

שאלה 7

קרא את הקטע שלפניך וענה על סעיפי השאלה.

חברת תקשורת סלולרית מכווית השיקה קמפיין שנועד להדגיש כי נהיגה ודיבור בטלפון הנייד לא "הולכים יחד". כדי להדגיש את הסכנות שבשילוב הזה, מוצגים בכרזת הקמפיין טלפונים סלולריים המרוסקים על הכביש המהיר, כביכול לאחר תאונה, ובתחתית הכרזה – הלוגו של החברה. בתמונה א' מוצגת כרזת הקמפיין הזה.

תמונה א



by Impact & Echo Kuwait advertising agency for Wataniya Telecom in Kuwait
(photo: Rolly Rodriguez), March 2008

בישראל, ערכו הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים ומשרד התחבורה את הקמפיין: "היסח דעת – שימוש בטלפון נייד בעת נהיגה". המטרה של הקמפיין היא לגרום לנהגים להימנע משימוש בטלפון הנייד בזמן הנהיגה. בתמונה ב' מוצגת כרזת הקמפיין הזה.

תמונה ב

כשאתה עם הנייד ביד
אתה לא באמת ברכב.
**כשאתה נוהג
פשוט תנהג.**



לסמ

חיים חושבים

נהג שמתעסק בסלולרי
בזמן נהיגה מכפיל פי 4 את
הסיכויים לעשות תאונה.
ליישות הרוח פנוי: "בגת שמרכיב כרטיסות הנהג ברכב -
1. לא יחזו בסלפון קבוע או נייד, ולא ישתמש בהם ברכב
אלא באמצעות דיבורית.
2. לא ישלם או יקרא מסרון (SMS)
המכסה על אי-גיבוי לוחם - 4,000 ₪ - 4 נקודות

לא נוהגים עם הנייד ביד



הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים
www.rsa.gov.il

הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים, מדינת ישראל.

- א. (8 נק') ציין את שלושת הסוגים של קמפיינים פרסומיים. הסבר לאיזה סוג קמפיין פרסומי משתייך כל אחד משני הקמפיינים המתוארים בשאלה זו. נמק את תשובתך.
- ב. (10 נק') 1. הסבר מהי פניית מסר, ובאיזה סוג של פניית מסר נעשה שימוש בכל אחד משני הקמפיינים המתוארים בשאלה.
2. איזה מבין הקמפיינים יעיל יותר לדעתך? נמק את תשובתך.

שאלה 8

קרא את הקטע שלפניך וענה על סעיפי השאלה.

לפני כשנה עלה לרשת דף פייסבוק בשם "תהיה יוסף", המלמד אנשים איך להתנהג ברשת, או יותר נכון: איך לא להתנהג ברשת. הדף צבר עשרות אלפי "לייקים", וזכה לפופולריות רבה. יוסף הוא דמות אנושית פשוטה, המצוירת בקווים פשוטים בשחור על רקע לבן, המלווה בטקסט המותח ביקורת צינית ומצחיקה על טיפוסים שכולנו נתקלים בהם יומיום בפייסבוק. לאור ההצלחה המסחררת של יוסף, נולדה עד מהרה גם המקבילה הנשית שלו – יוספה.

גבריאל ניסנוב, יוצר דמותו של יוסף, סיפר כך: "ביום חמישי האחרון ישבתי בהרצאה ממש משעממת, וראיתי פוסט בספרדית עם דמות בסגנון של יוסף. המקור שלו הוא בדף איטלקי בשם 'תהיה כמו ביל' ("Sii come Bill" – תמונה א'). ראיתי שהסגנון של הדמות משום מה לא תפס בארץ, אז החלטתי לתרגם אחד מן הפוסטים ולבדוק אם זה עובד – וזה אכן עבד. אחרי הראשון, החלטתי להתאים לדמות שם ישראלי והתנהגות ישראלית, וככה נוצרו הפוסטים הראשונים. בהמשך, אנשים נתנו עוד רעיונות וזה המשיך לפוסטים שיש היום (תמונה ב)".

(על-פי עדי רם, "יוסף אושיית רשת. תהיה חכם, תהיה יוסף", Mako, 12.1.2016)

תמונה ב

יוסף חבר בקבוצת וואטסאפ
יוסף לא מנהל שיחה פרטית
עם מישהו בקבוצה של 20
חברים, יוסף יודע שיקללו אותו.
יוסף מדבר עם החבר בפרטי.
יוסף חכם,
תהיה יוסף.



תמונה א

Sii intelligente
Sii come Bill



על-פי "Sii come Bill" בפייסבוק –
<https://facebook.com/belikejoseph.1936595>

www.facebook.com/pg/siicomebill/about/?ref=page_internal

10 נק') א. הסבר את המונחים **מם אינטרנטי ותוכן ויראלי**. נתח באמצעות המונחים הללו את היווצרות דמותו של יוסף המתוארת בקטע.

8 נק') ב. הסבר את המונח **גלוקליזציה**. הסבר כיצד הגלוקליזציה באה לידי ביטוי בקטע.

שאלה 9

קרא את הקטע שלפניך וענה על סעיפי השאלה.

סרטון פרסומת הומוריסטי של "מכבי - שירותי בריאות", בהשתתפות השחקן אדיר מילר, הוסר יממה לאחר שפורסם בגלל תלונות על פגיעה ברגשות הציבור. בסרטון מגלם מילר תפקיד של מוקדן שמשוחח עם לקוחה דוברת רוסית אשר רוצה להצטרף ל"מכבי". במשך כשלוש דקות מתבדח מילר על חשבונה של הלקוחה כשיתר המוקדנים צוחקים מבדיחותיו. מילר מסביר ללקוחה, בעברית משובשת שמשולבים בה ביטויים ברוסית, כי אנחנו נמצאים בישראל, וכאן צריך לדבר עברית, אבל הלקוחה אינה מבינה שום מילה.

(9 נק') א. ציין שלושה מניעים לצריכת הומור על-ידי הצופים, והסבר כיצד הם באים לידי ביטוי בקטע.

(9 נק') ב. ציין את שלוש התאוריות שעוסקות בהומור. בחר אחת משלוש התאוריות, הסבר אותה והראה כיצד היא באה לידי ביטוי בקטע.

פרק שלישי (18 נקודות)

ענה על שלוש מן השאלות 10–14 (לכל שאלה – 6 נקודות).

שאלה 10

הסבר שני מאפיינים של **תכנית ריאליטי**, והבא דוגמה לכל אחד משני המאפיינים הללו מתוך תכנית ריאליטי המוכרת לך.

שאלה 11

הסבר שני הבדלים בין **תקשורת בינאישית** ובין **תקשורת המונים**, והבא דוגמה לכל אחד מסוגי התקשורת.

שאלה 12

הסבר את המונח **הכחדה סימבולית**, והבא דוגמה להכחדה סימבולית מתוך פרסומת.

שאלה 13

הסבר מהו **מיתוס**, והבא דוגמה לתוכן תקשורתי העושה שימוש במיתוס.

שאלה 14

הסבר מהי **תרבות צריכה**, והבא דוגמה **אחת** לתכנית טלוויזיה או לפרסומת שבה באה לידי ביטוי תרבות הצריכה.

בהצלחה!

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