



למורה:

עדיף לסדר את הכיתה בצורת ח' בשביל שיהיה מקום לפעילויות השונות במהלך השיעור.

נושאי השיעור:

- הצריכה בישראל והצריכה המקוונת
- איך שולטים בפיתוי לקנות כל כך הרבה
- טעויות של צרכנים

ציוד נדרש לשיעור:

- להצגת המצגת: מחשב עם חיבור לאינטרנט, מקרן, רמקולים (מומלץ- להקרנת סרטון)
- נספח א- שקף 14



למורה: (3 דק')
לחץ על מסך הטלוויזיה והצג את הסרטון 'תרבות הצריכה' - שים לב לעצור את הסרטון בדקה 2:30, לפני שההגדרה ל"תרבות הצריכה" נחשפת וכדי לא 'להרוס' את הדיון בשקף הבא.

<https://www.youtube.com/watch?v=PMAbtq6g5Ng>

המרכז לצמיחה פינונסית
מבית בנק הפועלים

ומה רע בתרבות הצריכה?

דיון בעקבות הסרטון

- מה ראינו בסרטון?
- מה המסר שהסרטון בא להעביר?

תרבות הצריכה:
סגנון חיים המעודד צריכה של מוצרים ושירותים כערך מרכזי

מה טוב בתרבות הצריכה?

- בחירה חופשית, השוואת מחירים של הצרכן
- איכות חיים גבוהה: גיוון וריבוי של מוצרים

למורה: (5 דק')

לאחר הצגת הסרטון **קיים** דיון עם הכיתה:

- מה ראינו בסרטון?
- מה המסר שהסרטון רוצה להעביר לדעתכם?

חשוף את ההגדרה לתרבות הצריכה:

הסבר: זהו סגנון חיים בו אנשים צורכים כמות גדולה של מוצרים ושירותים שאינם

זקוקים להם באמת.

הסבר: יש גם יתרונות.. קניה מרובה של מוצרים מביא לגיוון וריבוי מוצרים, בכך מתאפשרת

לנו בחירה חופשית, ואיכות חיים גבוהה.

חשוף את בועית השאלה- "ומה רע בתרבות הצריכה?"

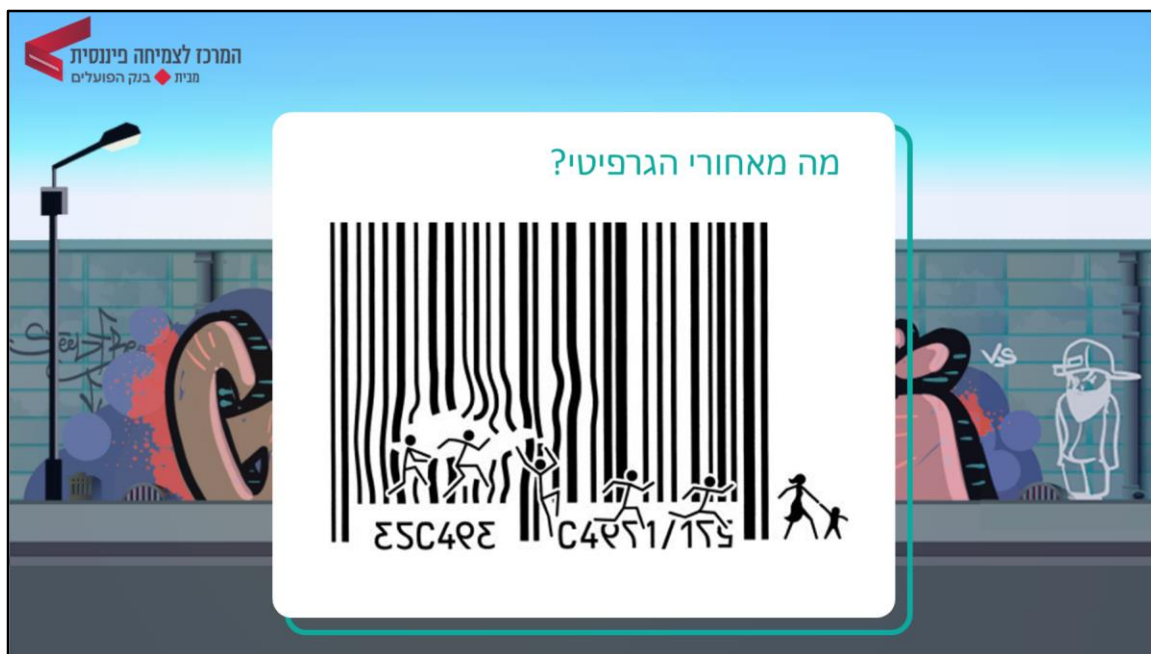
הרחבה למורה:

'תרבות הצריכה' או 'צרכנות' היא מערכת חברתית וכלכלית המעודדת צריכה של מוצרים ושירותים כערך מרכזי. המונח תרבות הצריכה משמש מבקרים חברתיים שונים לתיאור התנהגות צרכנית אופיינית, בעיקר בעולם המערבי. תרבות הצריכה אינה רק תיאור של תרבות צריכה במקום מסוים אלא מושג ביקורתי המשלב בתוכו ביקורת על האידאולוגיה והפרקטיקה של הקפיטליזם ועל התנהגות הסקטור התאגידי. טענה זו היא חלק מניתוח חברתי המצביע על כך שתרבות הצריכה של ימינו מנותבת על ידי תאגידים גדולים לצריכה אישית מוגזמת ועיוורת. כמו כן, הביקורת מצביעה על כך שהכלי העיקרי בידי אותם תאגידים

לשינוי התודעה הצרכנית הוא פרסום המביא ליצירת ביקוש מלאכותי. כדי לצמצם את תרבות הצריכה אפשר גם להפחית במקור את הצריכה של המוצרים, וכן להשתמש בהם שימוש חוזר. הדגש בתרבות צריכה, הוא על חומריות וקניית מוצרים שהם מעבר לסיפוקים ההכרחיים, כדוגמת מזון או בית מגורים. חומריות זו, מתבטאת לעיתים רבות ברדיפה אחר מותגים יוקרתיים. משמע, לאנשים יש צורך להיות מזוהים עם מוצרים או שירותים שהם צורכים. כאשר מוצרים אלו, מספקים על ידי המותג ערך מוסף נוסף לצרכן, והופכים לסמלי סטטוס מובהקים. לדוגמה, הביקורת של תרבות הצריכה היא, כי בעת שאדם קונה מוצר מסוים בהשפעת הפרסום ואמצעים נוספים העומדים לרשות התאגידים, הוא ייטה לקנות מוצר השייך למותג מסוים, למרות וייתכן כי מוצר זה הוא מעבר ליכולתו הכספית או שכלל אינו דרוש לו. הביקורת מוסיפה וגורסת שרוב האנשים מכחישים את ההשפעה של תרבות הצריכה עליהם שכן היא מייצגת תופעה של ביקוש מלאכותי למוצרים שהצרכנים מפרשים כביקוש ממשי. זאת, תוך שהם מנסים למצוא תירוץ או רציונל אחר מאחורי הרגלי הקנייה שלהם מלבד "מחויבותם לצריכה". הסטטוס שיוצרת ההחזקה במוצר הופכת להיות המניע המרכזי לרכישת המוצר ודוחקת שיקולים כגון: היכולת הכלכלית של הרוכש, תהליך הייצור של המוצר, ומידת הנחיצות של המוצר.

הביקורת מצביעה על כך שהמוצרים למעשה נטולי ערך עצמאי, וערכם נובע מהיותם סמלי סטטוס או סימני שייכות המזהים אותם כחלק מקבוצה של אנשים המתפארים בבעלות על מוצרים דומים.

לפי הגדרות אחרות, תרבות הצריכה היא מונח כולל הרבה יותר מכך והוא שם נרדף לתרבות התאגידים או לתרבות הקפיטליסטית. על פי תפיסה זו, הקפיטליזם, לפני היותו מערכת כלכלית-חברתית הוא קודם כל מערכת תרבותית. לפי הגדרות אלו תרבות הצריכה מקדמת את הלגיטימיות של רווח אישי על פני הקולקטיב. תרבות שכזו מכפיפה את הטבע לשירותו של האדם, ובתוך כך פוגמת באיזון שבטבע ופוגעת באקולוגיה. זו תרבות קפיטליסטית המעודדת אופטימיזם טכנולוגי, צמיחה כלכלית וקידמה על חשבון המשאבים המוגבלים של הסביבה.



למורה: (6 דק לפעילות כולה)

פעילות דיון כיתתי- מה מאחורי הגרפיטי?

מטרת הפעילות: התלמידים ידונו בחסרונות תרבות הצריכה תוך התייחסות לציורי גרפיטי או כרזות הבאות למחות נגד תרבות הצריכה.

מהלך הפעילות: הציגי ב-4 השקפים הבאים כרזות/ גרפיטי העוסקים בביקורת נגד תרבות הצריכה.

שאל את התלמידים: מה אתם רואים בכרזה זו? מה לדעתכם עומד מאחורי כרזה זו?

הסבר: זוהי כרזה ליום ללא קניות של ארגון אדבסטרס. המספרים מהווים את הכיתוב "Escape Captivity - הבריחה מהשבי"

מה מאחורי הגרפיטי?



למורה:

שאל את התלמידים: מה אנו רואים בגרפיטי זה? מה לדעתכם עומד מאחוריו?
הסבר: בגרפיטי זה אנו רואים שרשום את המשפט המוכר "דע מאין באת ולאן אתה הולך"
 מתחת לציור של האדם כקוף המתפתח לאדם קדמון ולאדם המודרני כיום עד שהוא נהפך
 לקו שהוא חלק מהברקוד שכולנו מוכרים. גרפיטי שבא למחות על תרבות הצריכה. (אמן לא
 ידוע)

מה מאחורי הגרפיטי?



למורה:

שאל את התלמידים: מה אנו רואים בגרפיטי זה? מה לדעתכם עומד מאחוריו?
הסבר: זהו שלט שתלוי על קיר שבא להזכיר לנו שמותגים שאנו מבזבזים עליהם כסף לא באים עם ערכים. (אמן לא ידוע)

מה מאחורי הגרפיטי?



למורה:

שאל את התלמידים: מה אנו רואים בגרפיטי זה? מה לדעתכם עומד מאחוריו?
הסבר: גרפיטי של אמן הרחוב בנקסי המוחה נגד תרבות הצריכה. הציור נקרא "Shop Until You Drop" - קנה עד שתקרוס (ובפירוש קיצוני יותר - עד שתמות)



למורה: (6 דק')

הצג את הביקורת הראשונה: בעיית הבזבזנות. בקש מאחד הילדים להסביר את הביקורת.

הסבר:

1. בעיית הבזבזנות: הבעיה ב"תרבות הצריכה" היא שאנחנו מבזבזים יותר מדי כסף על קניות. במילים אחרות, אנחנו בזבזנים וכל הזמן "צריכים" וצורכים עוד ועוד דברים. מה רע בבזבזנות? ניתן למקד את הבעיה שבבזבזנות בשלוש נקודות: א- בעקבות הבזבזנות אנחנו מזהמים ומשאירים אחרינו חומרי לוואי רבים; ב-בגלל הבזבזנות אנחנו לא משאירים לבאים אחרינו חומרי דלק ואנרגיה; ג- הבזבזנות היא צורה של תלות אנושית בדברים והעדר יכולת להיות עצמאי.

הצג את הביקורת השנייה: בעיית הערכים. בקש מאחד הילדים להסביר את הביקורת.

הסבר:

2. בעיית הערכים: הבעיה ב"תרבות הצריכה" היא שאנחנו לא מתייחסים לערכם האמיתי של הדברים. כלומר, כצרכנים אנחנו מעריכים דברים מבחינת ערכם הכלכלי, קרי המחיר שלהם, ולא מתוך התייחסות לערכם האמיתי.

הצג את הביקורת השלישית: בעיית אי ההיקשרות. בקש מאחד הילדים להסביר את הביקורת.

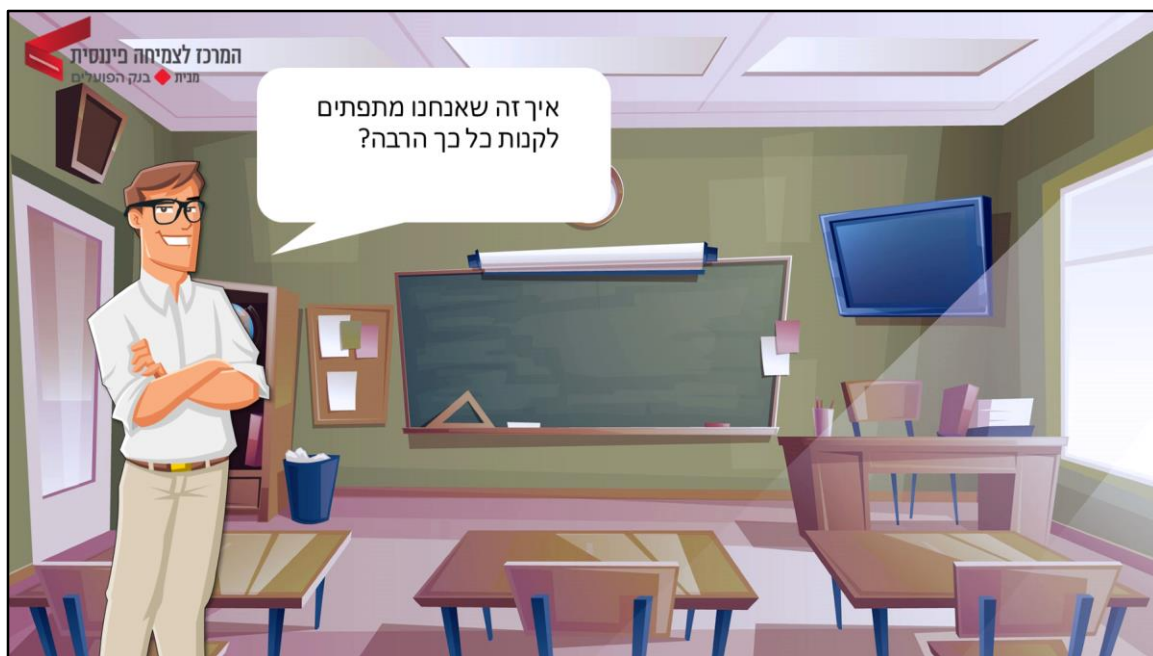
הסבר:

3. בעיית אי ההיקשרות - ילד עני שאין לו צעצועים רבים מסוגל להיקשר לבובה או דובי מסוים. סבתא הייתה מאוד קשורה לסדינים והמפות שקבלה כנדוניה ביום שבו נישאה. בתרבות שבה יש כל דבר הוא בר החלפה ויש ריבוי אדיר של חפצים רבים ושונים הנטייה להיקשר לדברים יורדת. איזה מין תרבות היא תרבות שבה הכול בר החלפה ואין צורך להיקשר לכלום? מה האדם מאבד כשאין דברים שיקרים ללבו באופן מיוחד?

הצג את הביקורת הרביעית: העולם כמוצר צריכה. בקש מאחד הילדים להסביר את הביקורת.

הסבר:

4. העולם כמוצר צריכה: הבעיה ב"תרבות הצריכה" שהיא מכרסמת ביכולת שלנו להתייחס לעולם הסובב אותנו שלא כמוצר צריכה: הטבע הופך לנדל"ן, בני-אדם הופכים למשאב או לסחורה ועוד...





למורה: (4 דק')
הצג את הסרטון- איך קניונים גורמים לכם לקנות. לחץ על מסך הטלוויזיה כדי להיכנס לסרטון
<https://www.youtube.com/watch?v=yzWASs0Nh7I>



למורה: (15 דק')

הסבר: על מנת להצליח לעמוד בתקציב שלנו, עלינו להכיר טעויות נפוצות של צרכנים על מנת ללמוד איך להימנע מהם ובכך לחסוך בכסף.

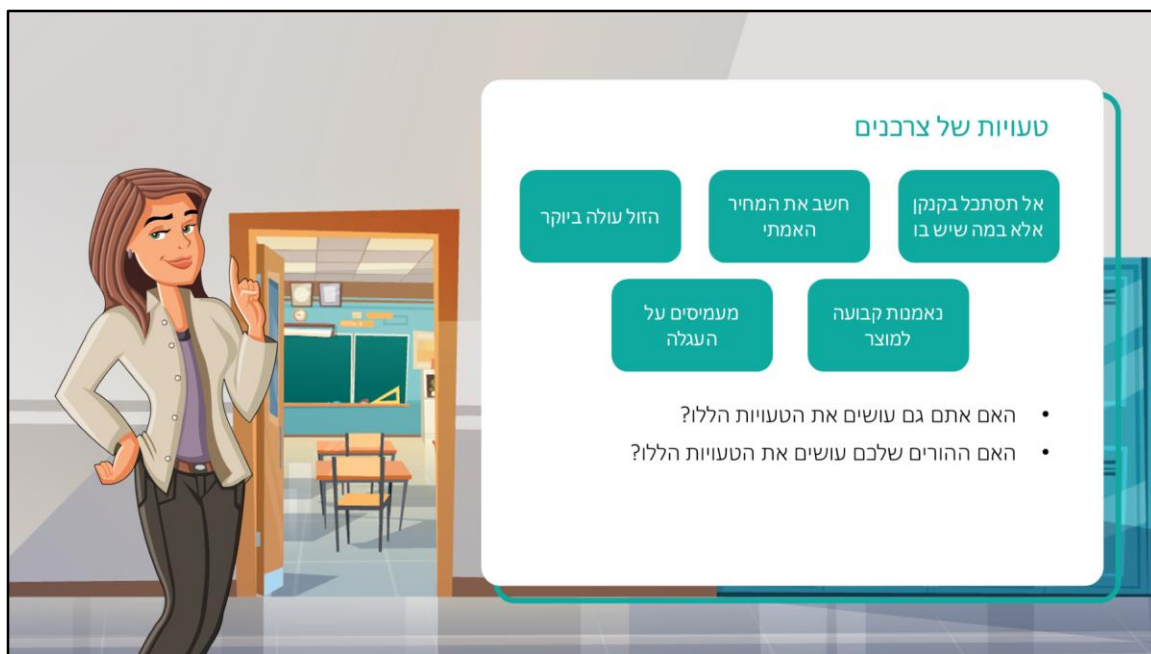
פעילות טעויות של צרכנים:

מטרת הפעילות: התלמידים יכירו ויסבירו את טעויות הצרכנים הנפוצות.

ציוד נדרש: נספח א (שקף 14)

מהלך הפעילות: חלק את הכיתה ל-5 קבוצות. כל קבוצה תקבל טעות צרכנים נפוצה (ראי טעויות בנספח א). על כל קבוצה להכין הצגה קצרה (באורך דקה) שתסביר את הטעות שקיבלו בעוד שאר הכיתה צריכה להבין באיזו טעות מדובר. בסוף כל הצגה וניחוש של הכיתה, על הכיתה להסביר את הטעות לפי הבנתם ולפי הפתק שקיבלו. **חדד** את ההבנה במקרה הצורך לפני מעבר להצגה הבאה.

זמן עבודה בקבוצות: 7 דק'. זמן הצגה לכל קבוצה: דקה



למורה: (3 דק')

סכם בקצרה את טעויות הצרכנים שעלו בפעילות הקודמת:

1. אל תסתכל בקנקן אלא במה שיש בו.
2. חשב את המחיר האמיתי.
3. הזול עולה ביוקר.
4. נאמנות קבועה למוצר.
5. מעמיסים על העגלה.

שאל:

האם גם אתם עושים את הטעויות האלה?

האם לדעתכם ההורים שלכם עושים את הטעויות האלה?



למורה: (דקה)

סכם את השיעור: בשיעור זה למדנו על תרבות הצריכה. למדנו על הדברים הטובים שהיא מביאה איתה- נוחות, מבחר, היכולת לבצע השוואת מחירים, תחרות חופשית ועוד. עם זאת, למדנו גם להכיר את הצדדים הפחות טובים שלה- פגיעה אקולוגית שנוצרת בשל זבל מצטבר וייצור מסיבי של המפעלים, איבוד ערך לחפצים כי אין ברי החלפה, בזבזנות כסף ועוד. לאחר מכן דיברנו מעט על טעויות נפוצות של צרכנים: גודל מטעה של אריזות מוצרים, מבצעים מטעים, איכות ירודה שעלולה לעלות לנו ביוקר ועוד.

נספח עבודה בקבוצות- טעויות צרכנים

אל תסתכל בקנקן אלא במה שיש בו- לא כל מוצר בעל אריזה גדולה וצבעונית הוא בהכרח טוב יותר או מלא יותר. לפעמים הגודל מטעה ולכן יש להסתכל על התווית של המוצר ולהשוות אותו למוצר אחר. לפעמים 2 מוצרים שונים יכולים להכיל את אותה כמות בדיוק אבל האריזה הגדולה יותר תטעה אותנו.

חשב את המחיר האמיתי- לא כל "מבצע" הוא באמת משתלם לנו כמו שמנסים לגרום לנו לחשוב. בנוסף, ישנם מחירים מטעים- 25.90 זה לא 25 שקלים, אלא יותר כמו 26 שקלים.

הזול עולה ביוקר- ישנם סוגים שונים של מוצרים באיכויות שונות. לא בהכרח הכי יקר הוא הכי איכותי, אבל גם לפעמים עדיף להשקיע במשהו איכותי ויקר מעט יותר שיחזיק מעמד, מאשר לקנות מוצר זול שלא יחזיק מעמד הרבה זמן ותאלצו לקנות את אותו מוצר שוב ושוב או לבדוד כסף על תיקונים.

נאמנות קבועה למוצר- לפעמים אנחנו כל כך רגילים לקנות את אותו מוצר שאנו צורכים כבר שנים, שאנו לא טורחים לבדוק אם המחיר שלו השתנה, אם הכמות שלו השתנתה או האם יצא מוצר דומה ששווה לטעום אותו.

מעמיסים על העגלה- לפעמים יש מבצעים "שווים" שגורמים לנו לקחת עוד ועוד מאותו מוצר למרות שאנחנו בכלל לא צריכים כמות גדולה ממנו. אם זה מוצר שאתם משתמשים בו הרבה והמבצע מתאים לכם- מעולה. אם לא והמוצר עלול להתקלקל לפני שתספיקו להשתמש בו- כדאי לשקול שנית אם המבצע מתאים לנו.

למורה: נספח א

גזור את המלבנים וחלק כל מלבן לקבוצה.

1. אל תסתכל בקנקן אלא במה שיש בו- לא כל מוצר בעל אריזה גדולה וצבעונית הוא בהכרח טוב יותר או מלא יותר. לפעמים הגודל מטעה. יש להסתכל על התווית של המוצר ולהשוות אותו למוצר אחר. לפעמים 2 מוצרים שונים יכולים להכיל את אותה כמות בדיוק אבל האריזה הגדולה יותר תטעה אותנו.
2. חשב את המחיר האמיתי- לא כל "מבצע" הוא באמת משתלם לנו כמו שמנסים לגרום לנו לחשוב. בנוסף, ישנם מחירים מטעים- 25.90 זה לא 25 שקלים, אלא יותר כמו 26 שקלים.
3. הזול עולה ביוקר - בשיעור הקודם למדנו שישנם סוגים שונים של מוצרים באיכויות שונות - לא בהכרח הכי יקר הוא הכי איכותי אבל גם לפעמים עדיף להשקיע במשהו איכותי ויקר מעט יותר שיחזיק מעמד, מאשר לקנות מוצר זול שלא יחזיק מעמד הרבה זמן ותאלצו לקנות את אותו מוצר שוב ושוב או לבדוד כסף על תיקונים.
4. נאמנות קבועה למוצר - לפעמים אנחנו כל כך רגילים לקנות את אותו מוצר שאנו צורכים כבר שנים, שאנו לא טורחים לבדוק אם המחיר שלו השתנה, אם הכמות שלו השתנתה או האם יצא מוצר דומה ששווה לטעום אותו.
5. מעמיסים על העגלה- לפעמים יש מבצעים "שווים" שגורמים לנו לקחת עוד ועוד מאותו מוצר למרות שאנחנו בכלל לא צריכים כמות גדולה ממנו. אם זה מוצר שאתם משתמשים בו הרבה והמבצע מתאים לכם- מעולה. אם לא והמוצר עלול להתקלקל לפני שתספיקו

להשתמש בו- כדאי לשקול שנית אם המבצע מתאים לנו.