



למורה: (2 דק')

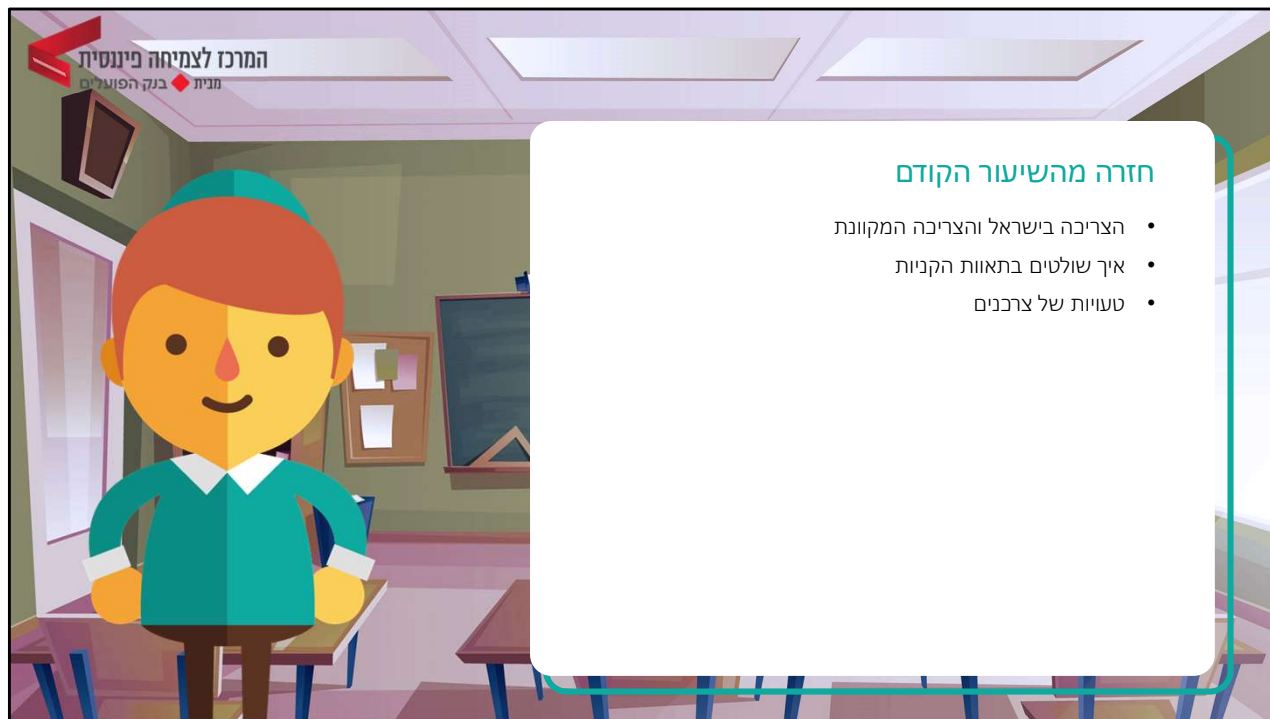
זהו שיעור מס' 11 בתכנית "חינוך לאחריות" המיועד לכיתות ז'-ח'.  
מיקום השיעור ברצף הלמידה: שיעור 11 בתכנית, תחת חטיבת "תרבות הצריכה": אחרי  
שיעור מס' 10- בואו נצא לשופינג ולפני שיעור מס' 12 "שוק ההון בקטנה".

**נושאי השיעור:**

- סוגי פרסומות
- השפעת הפרסומות
- פרסום סמוי
- האם עובדים עלינו? שקרים בפרסומות

**ציוד נדרש לשיעור:**

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



### חזרה מהשיעור הקודם

- הצריכה בישראל והצריכה המקוונת
- איך שולטים בתאונות הקניות
- טעויות של צרכנים

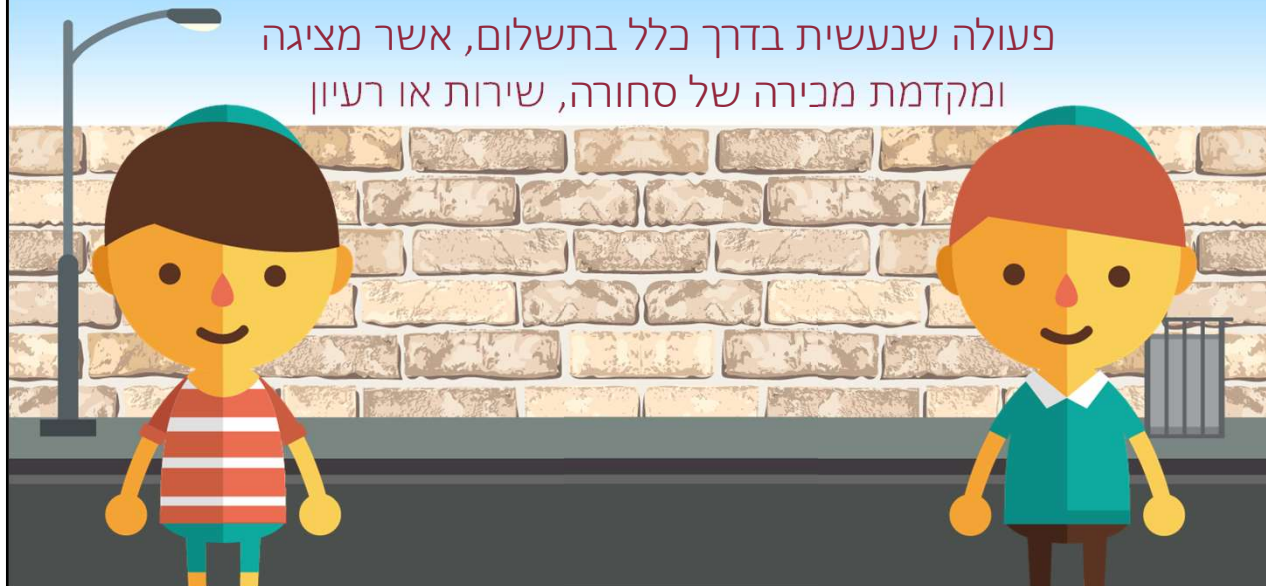
למורה (2 דק')

**בצעי חזרה על השיעור הקודם. אמרי: בשיעור הקודם....**

**שאלי לבסוף: האם יש משהו לא מובן מהשיעור הקודם?**

## מהי פרסומת? ומה תפקידה?

פעולה שנעשית בדרך כלל בתשלום, אשר מציגה ומקדמת מכירה של סחורה, שירות או רעיון



למורה: (3 דק')  
**שאלי:** מהי פרסומת?  
**אספי** את התשובות.  
**חשפי** את ההגדרה

**הסבירי:** פרסומת היא פעולה שנעשית בדרך כלל בתשלום, אשר מציגה ומקדמת מכירה של סחורה, שירות או רעיון מטרתה ותפקידה לשכנע אנשים לקנות מוצר מסוים או להשתמש בשירות כלשהו ישנן פרסומות שמטרתם לחשוף אותנו למידע אך רוב הפרסומות הם במטרה לגרום לנו לקנות מוצר/שירות מסוים

## סוגי פרסומות

### מסחרית

פרסומת למכירת מוצר/שירות

### ציבורית

למטרות שירותים ציבוריים  
(הפסקת עישון, קסדה בראש טוב)

### פוליטית

תעמולת בחירות בה מפורסמים המועמדים  
עם מצע הבחירות שלהם

### למורה: (3 דק')

הסבירי שהחלוקה מלמדת אותנו על אופי הפרסומת.  
כל סוג פרסומת תתאים לתחום ספציפי. לא נראה מועמד לבחירות מפרסם מוצר  
או פרסומת לרכב שמקדמת את המלחמה בתאונות דרכים



למורה: (5 דק')

**שאלי את התלמידים:** היכן אתם צופים בפרסומות?

תשובות אפשריות: ברדיו, בטלוויזיה, בעיתונות, ביוטיוב, במשחקי רשת, ברשתות החברתיות, פרסומות סמויות בסרטים, פרסומות סמויות בתכניות ריאליטי, כתבות לאחר מכן חשפי את הריבועים על הלוח

**הסבירי -** אנו חשופים לפרסומות במידה רבה, לחלקן גם באופן לא מודע והרבה יותר ממה שאנחנו רוצים או צריכים

לכן, חשוב שנבין איך הפרסומות בעצם משפיעות עלינו

## פרסום סמוי

סוג של פרסום, בו מוחבא תוכן  
שיווקי בחלק מתכנית טלוויזיה או סרט

למורה: (2 דק')

**הסבירי פרסום סמוי** הוא כאשר הפרסומת אינה גלויה לעין באופן ברור אלא מוחבאת בצורה חלקית או מלאה. הפרסומת חודרת לנו למודעות ללא ידיעתנו. פרסום סמוי בדר"כ יבוא לידי ביטוי בטלוויזיה או בסרטים.

**שאלי:** מישהו יכול לחשוב על דוגמא לפרסום סמוי בסרט?

**תני דוגמא:** גיבור הסרט שותה פחית קוקה קולה. לוגו החברה ברור והולט לעיני כל. דוגמא נוספת: דמות בסרט צופה עובדת על המחשב. על המחשב מופיע לוגו החברה. תכניות בישול אשר במסגרתן הבישול נעשה בסירים מחברה מסוימת. הלוגו מופיע על גבי כל הסירים והמצלמה מתמקדת בו.

**הסבירי:** פרסום סמוי נחשב לשנוי במחלוקת משום שהוא מנסה "לשחק" במוח שלנו לכן כיום שיש פרסומת סמויה בדר"כ יהיה כתוב שהתוכן ממומן או שיווקי

## אילו פרסומות תפסה את תשומת ליבכם?



למורה: (3 דק')

**שאלי:** האם ישנה פרסומת ש"תפסה" את תשומת ליבכם במיוחד? פרסומת שזכורה עליכם במיוחד? מה מיוחד בה? למה לדעתכם היא משכה את תשומת ליבכם?  
**אספי** את התשובות  
תשובות אפשריות: פרסומות מצחיקות, יפות, המשתתפים הם סלבס שאנחנו אוהבים, נותנות מידע על מה טרנדי עכשיו

**הסבירי:** פרסומות מסוימות פונות לשכל ופרסומות אחרות פונות לרגש.  
כאשר הפנייה היא לשכל, המפרסם ישתמש בעובדות לדוגמא: משחת שיניים – צחצוח יום יומי עם משחת השיניים יביא לשיניים בריאות וחזקות  
כאשר הפנייה היא לרגש, המפרסם ישתמש ברגשות - הומור, אהבה, שמחה. לדוגמא:  
בגדים – בעזרת מוזיקה נעימה, אנשים יפים, שידור של תחושת שמחה ואושר

צינו שפרסומות אפקטיביות אמורות לגרום לנו לרצות לראות אותם שוב ושוב באמצעות מספר אלמנטים



למורה: (5 דק')

**חשפי** את הריבועים

**סיסמא** - מסר קצר פשוט וקליט, שמבוסס על מבנה תחבירי קצבי שחוזר על עצמו " חומוס עושים באהבה..."

**מוזיקה** – מסייע במשיכת תשומת לב, יצירת קשר עם המוצר לשיפור זכירת המסר המשודר – "אצל הדודה והדוד"

**הומר** – מסייע לזכור את המוצר על ידי יצירת אוירה חיובית

**רגש** – אוירה קלילה, חיובית, מאושרת, ביטחון

**אדם מפורסם** – מסייע ביצירת הזדהות, הערכה וכבוד. נוצר קשר בין המוצר להאדם המפורסם – עומר אדם בפרסומת של בזק

**עובדות** – הצגת נתונים על המסך למשל בעזרת גרפים (הרכב הכי בטוח, משחת השיניים שהכי עוזרת לשיניים) – מקנה תחושת אמינות



**Slide 8**

---

**RA1**

Revital Atar, 13/02/2019



למורה: (10 דק')  
חלקי את הכיתה לקבוצות – 4 ילדים בכל קבוצה.  
כל קבוצה תפרסם מוצר מסוים על ידי צילום תמונה או הכנת סרטון באורך של עד 15 שניות.  
מוצרים אפשריים בגדים, ציוד לבית ספר, אוכל, מכשיר אלקטרוני.

בסיום המשימה יתבקשו 3 קבוצות להציג את הפרסומת ולהסביר באילו אמצעים הם השתמשו ולמה לדעתם הפרסומת תשכנע את הקונים לרכוש את המוצר

חלקי את נספח א' לכל קבוצה

## אז... האם הפרסומות דוברות אמת?



למורה: (2 דק')

**הסבירי** הפרסומות משולבות בתערובת של אמת, ולעיתים גם מוכרת לנו אשליות. לדוגמא שמציינים כמה כוח סוס יש למזגן – זו אמת. אבל כשאומרים ש"כולם מרוצים" זו לא חייבת להיות האמת וגם קשה לבדוק אותה

ומכך אנו מבינים שפרסומות הם כלי לשכנוע עוצמתי מאוד והם חלק הכרחי בעולם העסקים והכלכלה. לכן, אנו, כצרכנים נבונים, צריכים להתייחס אליהן בצורה מושכלת וביקורתית, תוך שמירה על האינטרסים שלנו רצוי מאוד לפני שקונים לבדוק את המוצר, להשוות אותו מול מוצרים אחרים או לשאול חברים אם רכשו את המוצר ומה דעתם עליו.



למורה: (3 דק')  
**שאלי** את התלמידים: מה למדתם בעקבות הפעילות היום?

**וסכמי** את השיעור:  
אנו ביום יום מוצפים בפרסומות והיום ניסינו להבין כיצד ובאילו שיטות הפרסומות מנסות  
לשכנע אותנו לרכוש מוצרים שונים  
אנחנו לא יכולים להימנע לחלוטין מהחשיפה לפרסומות אבל עלינו להתבונן עליהם בעין  
ביקורתית ולזכור שהפרסומות מנסות לגעת בצרכים הרגשיים והחברתיים שלנו



למורה:  
הציגי את השאלה למחשבה...