



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ 2023-2024

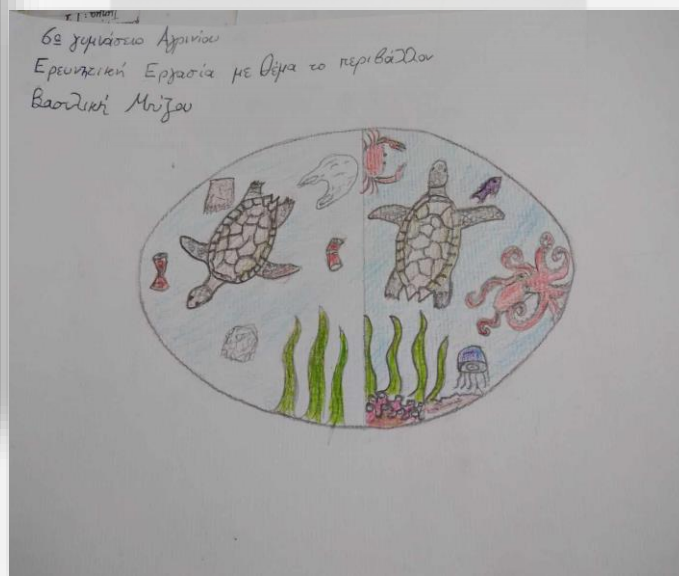
”

« ΜΑΘΑΙΝΩ ΜΕΣΑ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΑΞΗ »

Καβασιάνη Ευσταθία, Α3



Παιδαίτη Βασιλική, Α3



ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΡΓΟ



Μελήδρα Αντωνία, Α2



Κοκκινολαβίτης Αθανάσιος, Α3

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ

Εργαλεία και Μηχανές





ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΡΓΟ – ΓΗΠΕΔΟ ΜΠΑΣΚΕΤ

ΥΛΙΚΑ

- 1 χάρτινο κουτί από γλυκά
- 1 μεζούρα πλαστική από βρεφικό γάλα
- 2 ξύλινα κουτάλια (μικρό και μεγάλο)
- χαρτόνι κόκκινο και κίτρινο
- 1 μπαλάκι από αλουμινόχαρτο
- κόλλα, σελοτέιπ, συρραπτικό και μαρκαδόρο

Διαδικασία κατασκευής

Αρχικά, συναρμολογώ το χάρτινο κουτί ενώνοντας τις πτυχές του. Στη συνέχεια σχεδιάζω με μαρκαδόρο το γήπεδο και το ταμπλό της μπασκέτας. Με ένα κομμάτι κίτρινο χαρτόνι φτιάχνω το στεφάνι της μπασκέτας και το κολλάω. Μετά με ένα χαρτοκόπτη κάνω ένα μικρό άνοιγμα στο κάτω μέρος του κουτιού, για να περάσω τη μεζούρα. Έπειτα κολλάω με σελοτέιπ τη μεζούρα και το μικρό κουτάλι μαζί, ώστε να έχουν αντίθετη φορά και τα τοποθετώ στο άνοιγμα που έκανα προηγουμένως. Κατόπιν φτιάχνω με ένα κομμάτι αλουμινόχαρτο το μπαλάκι και το τοποθετώ στη μεζούρα. Για να παραμείνει σταθερά ανοιχτό το πάνω μέρος του κουτιού, κολλάω κάθετα το μεγάλο ξύλινο κουτάλι. Τέλος, καλύπτω το έξω μέρος της κατασκευής μου, με χαρτί κόκκινο.

Κωνσταντίνος Γερογιάννης

Σχολικό Έτος : 2023-2024

6^ο Γυμνάσιο Αργινίου

Τάξη Α 1



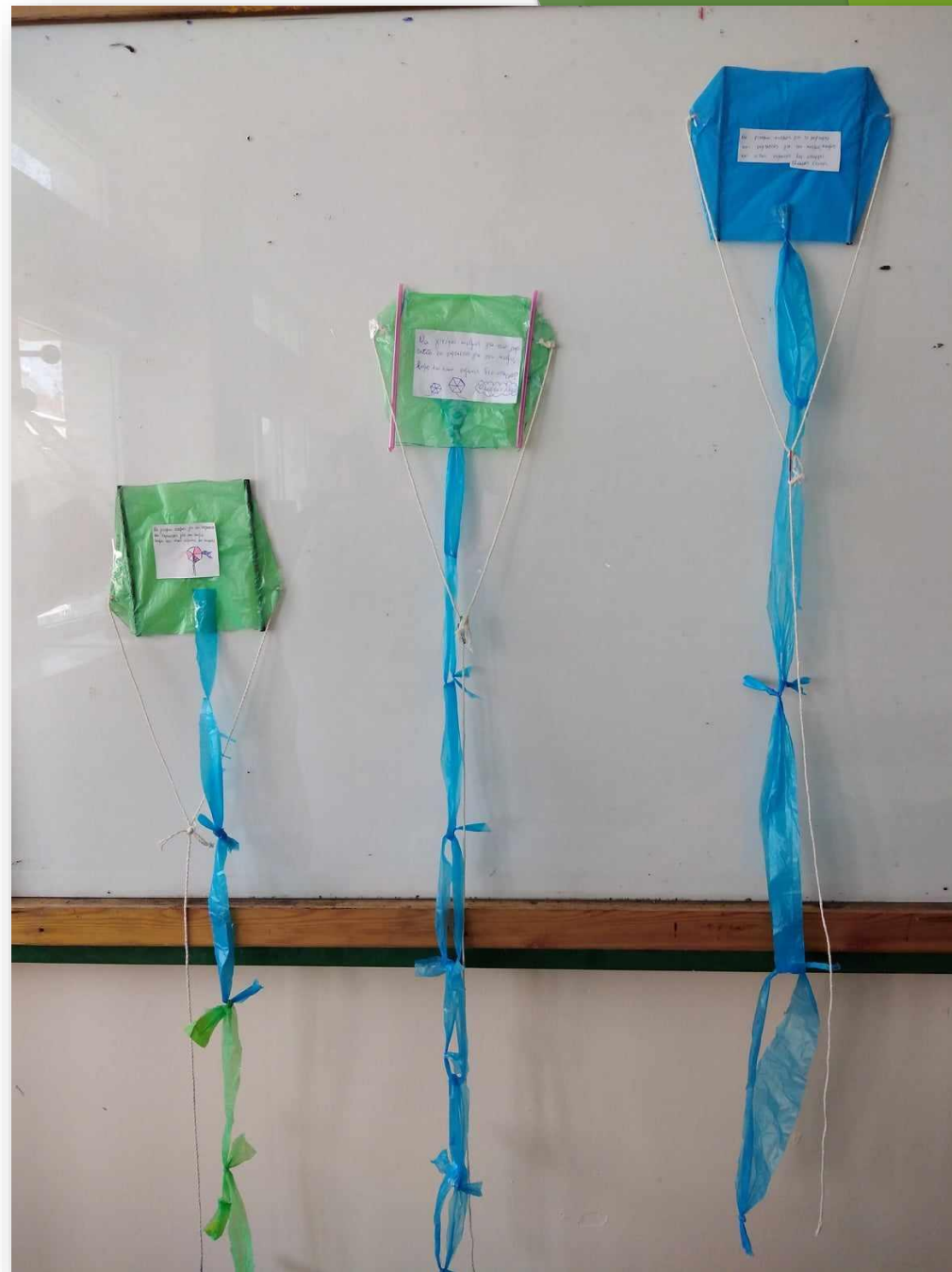
Θεοδωρόπουλος Νίκος, Α3



Να γινώμαι άνεμος για τον χαράξειο
και χαράξειος για τον άνεμο
ακόμη και όταν ουρανός δεν υπάρχει



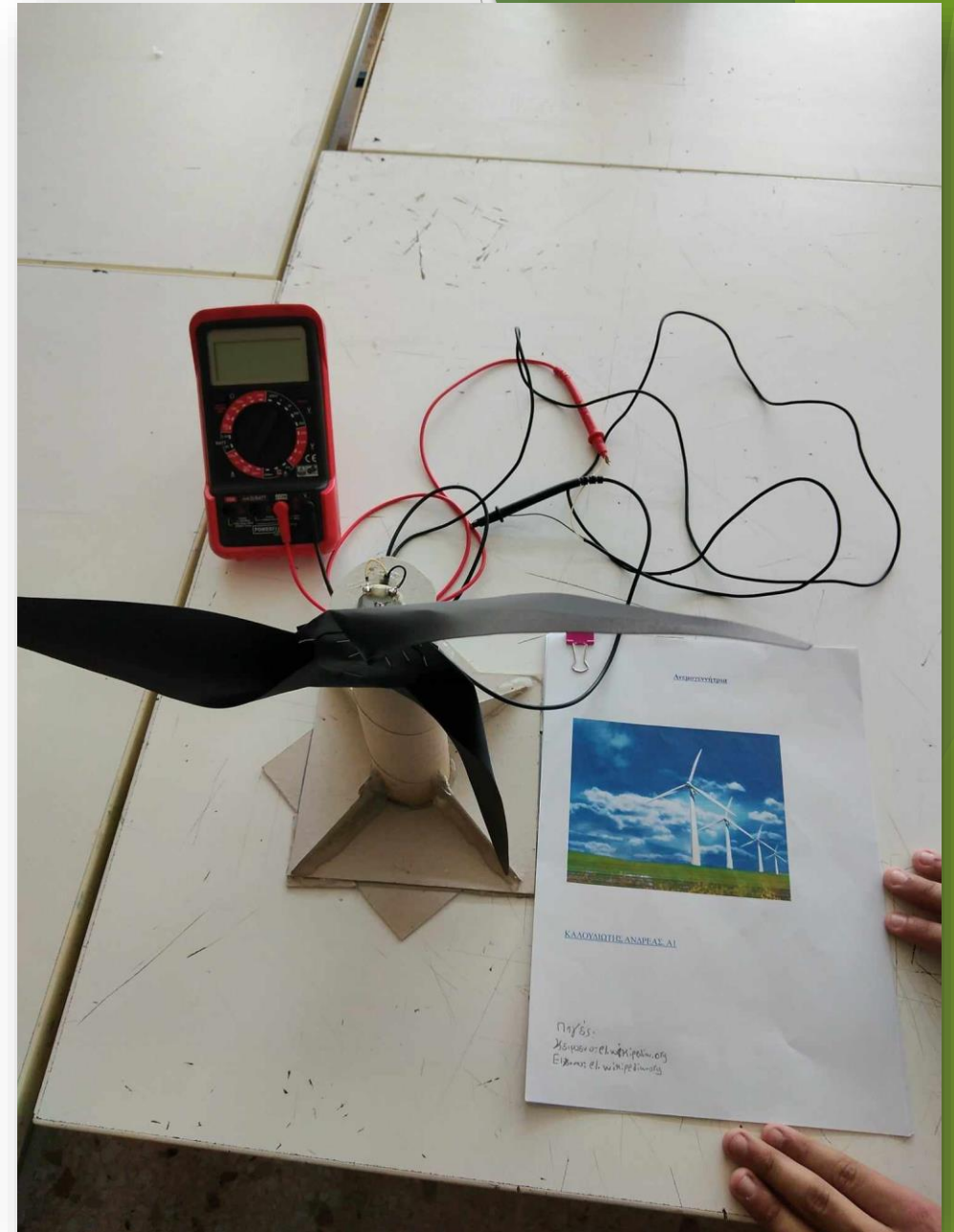
«Θυελλία Ελπίδας» 2024



Ενέργεια και Ισχύς



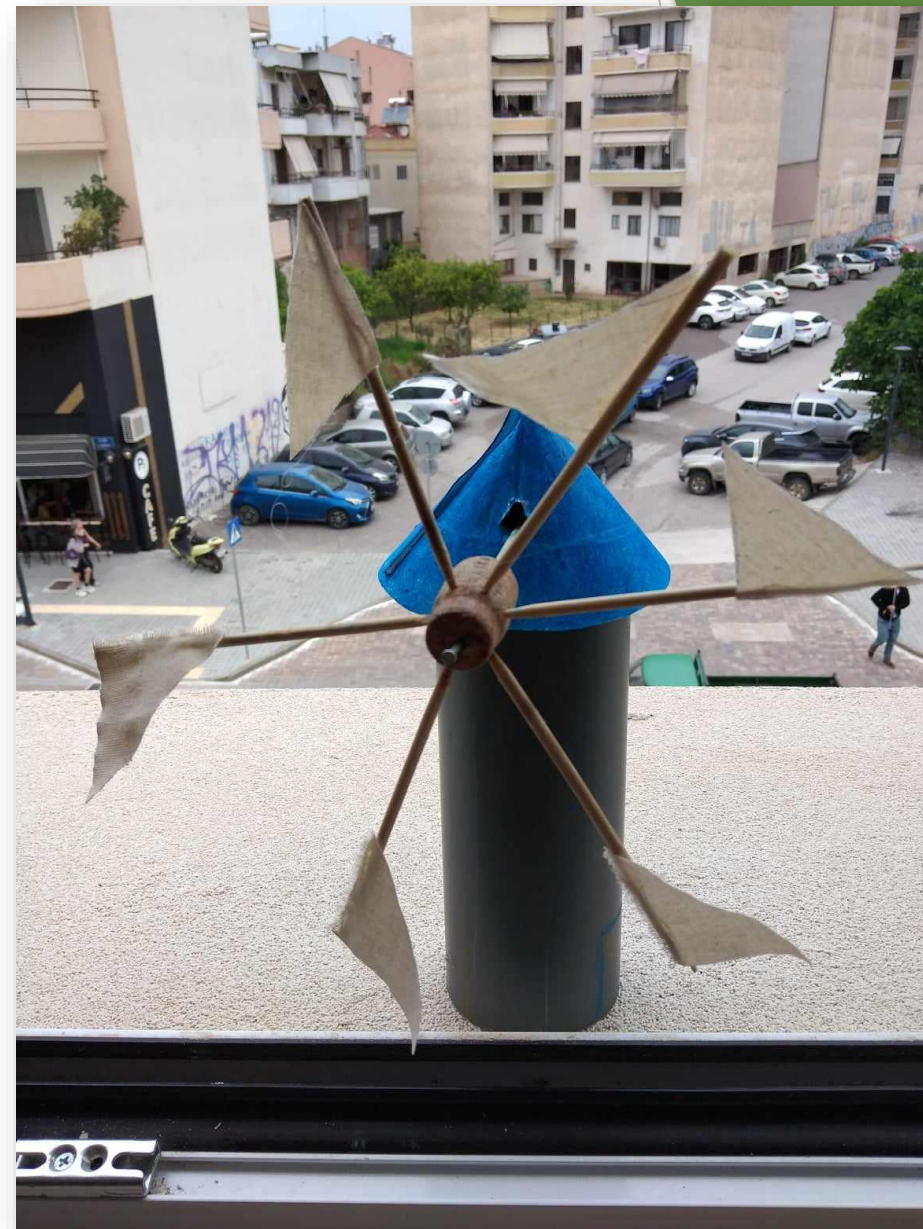
Καλουδινιώτης Ανδρέας, Α1





Κόλλας Χάρης, Α3

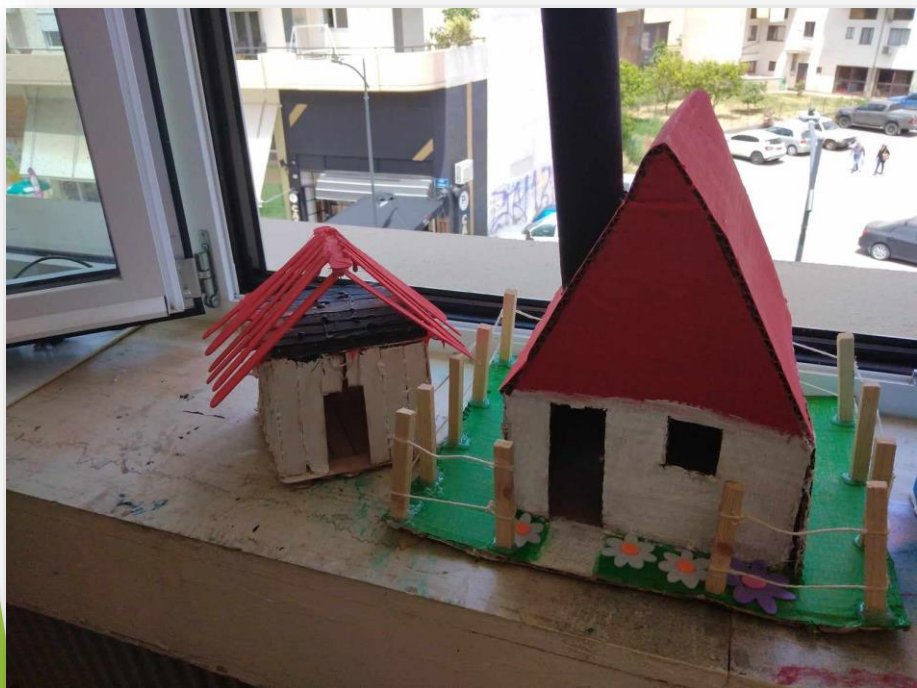




Πανταγή Βασιλική, Α2

Γεωργική τεχνολογία







Μουρτζάνη Παυλία, Α2



Μεταφορές και Επικοινωνίες



Αντωνάκης Γεώργιος, Α1



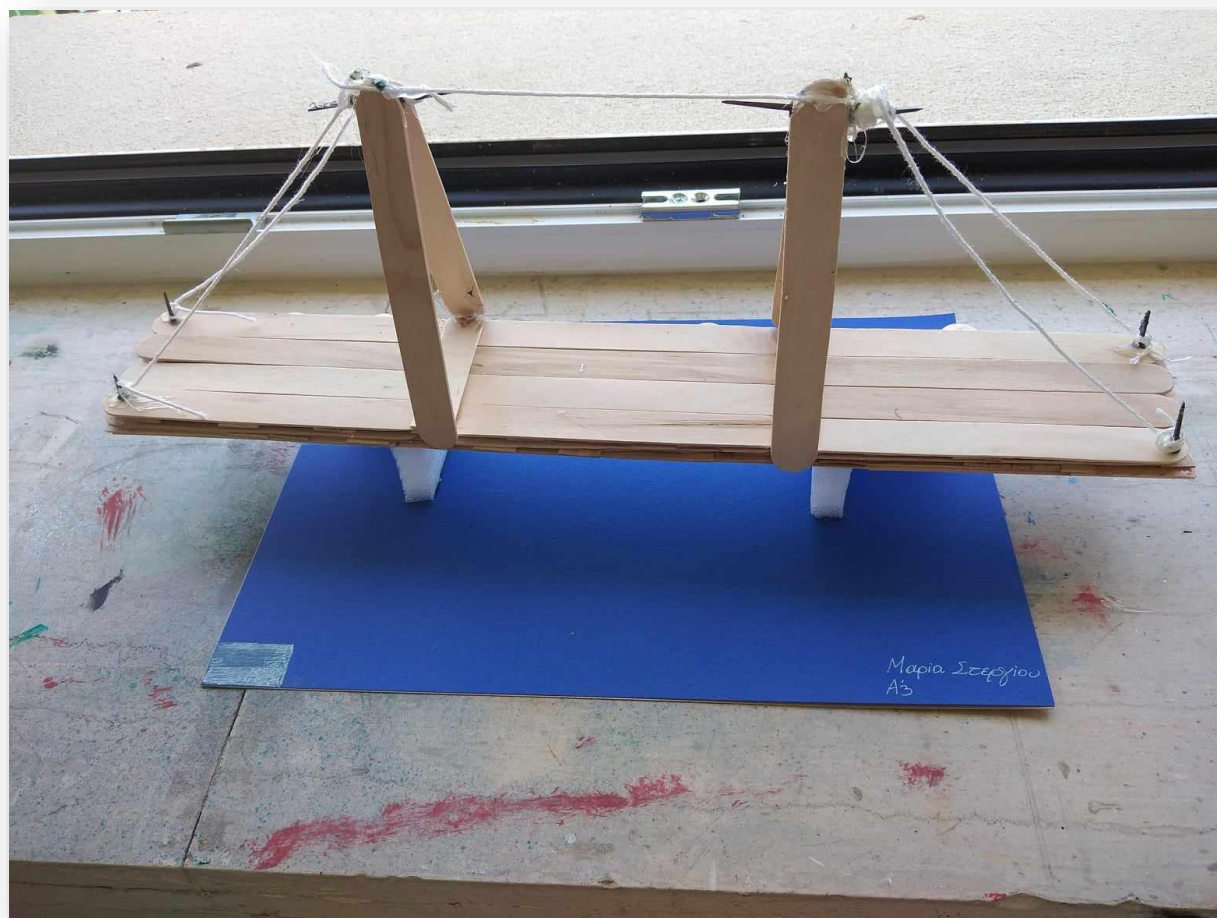


Βασιλάρη Βασιλική, Ορφέας, Α1
 Βασιλάρη Βασιλική, Παναγιώτης, Α1

Μακρυγιάννης Αθανάσιος, Α1

Μαλεσιάδα Βασιλική, Α1







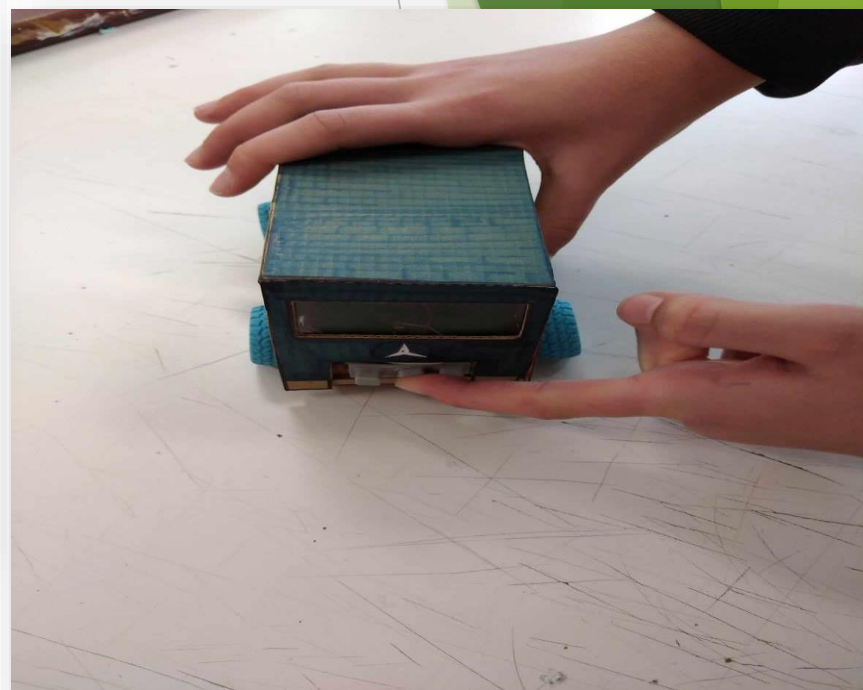
“



Καράκος Γεώργιος, Α3



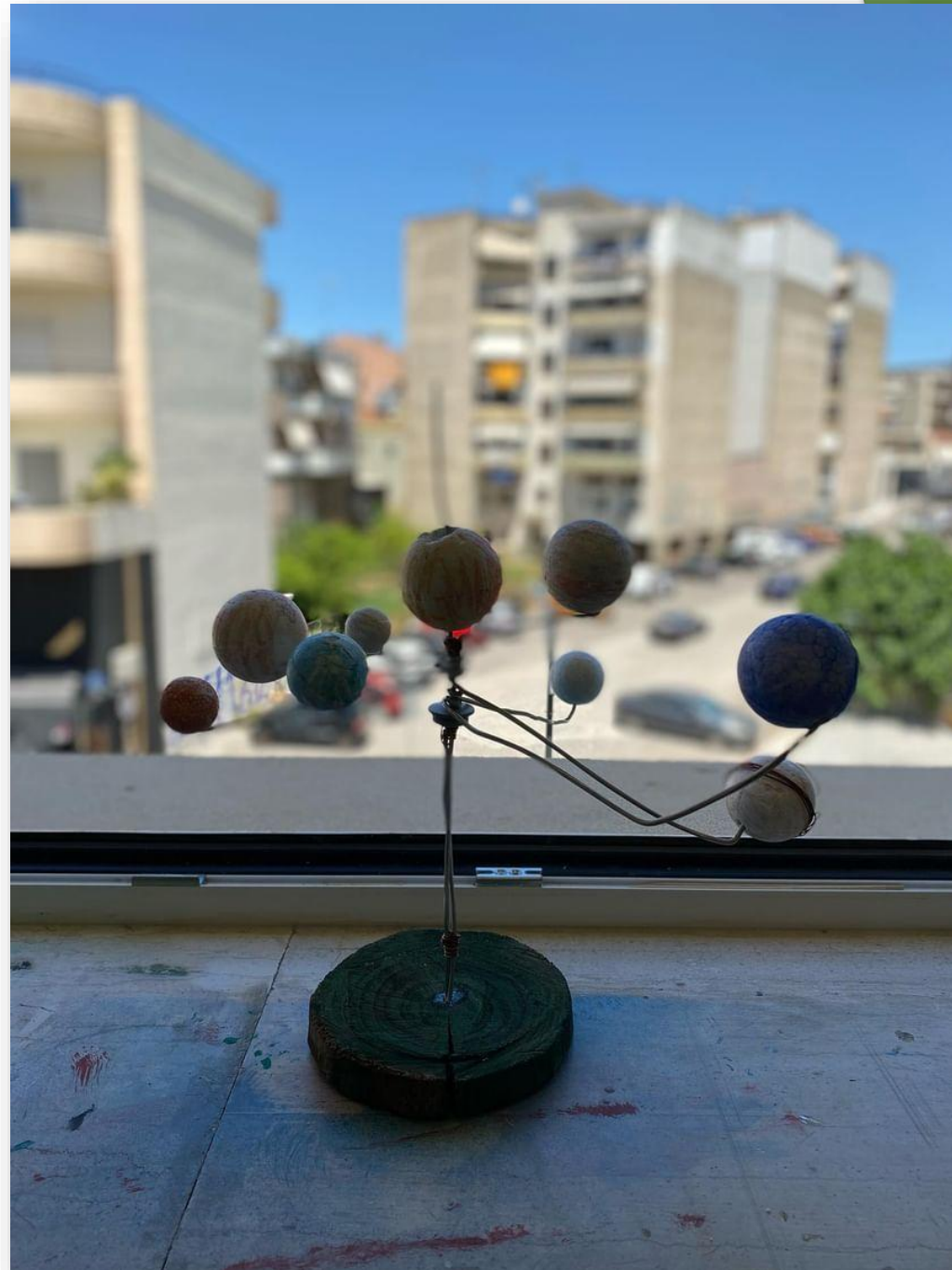
Φράγγος Γεώργιος, Α1



Φελέκη Στελίνα, Α2

Διαστημική τεχνολογία

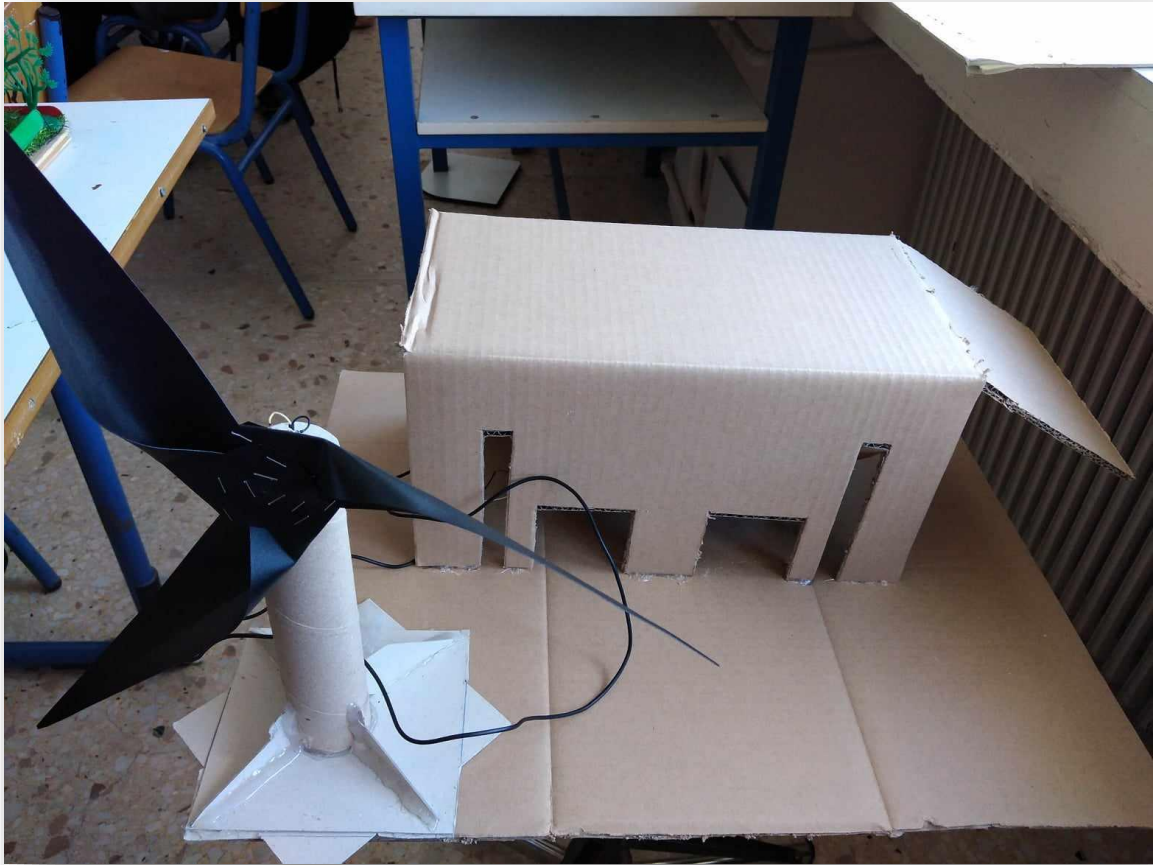
Καράκος Αλέξανδρος, Α3



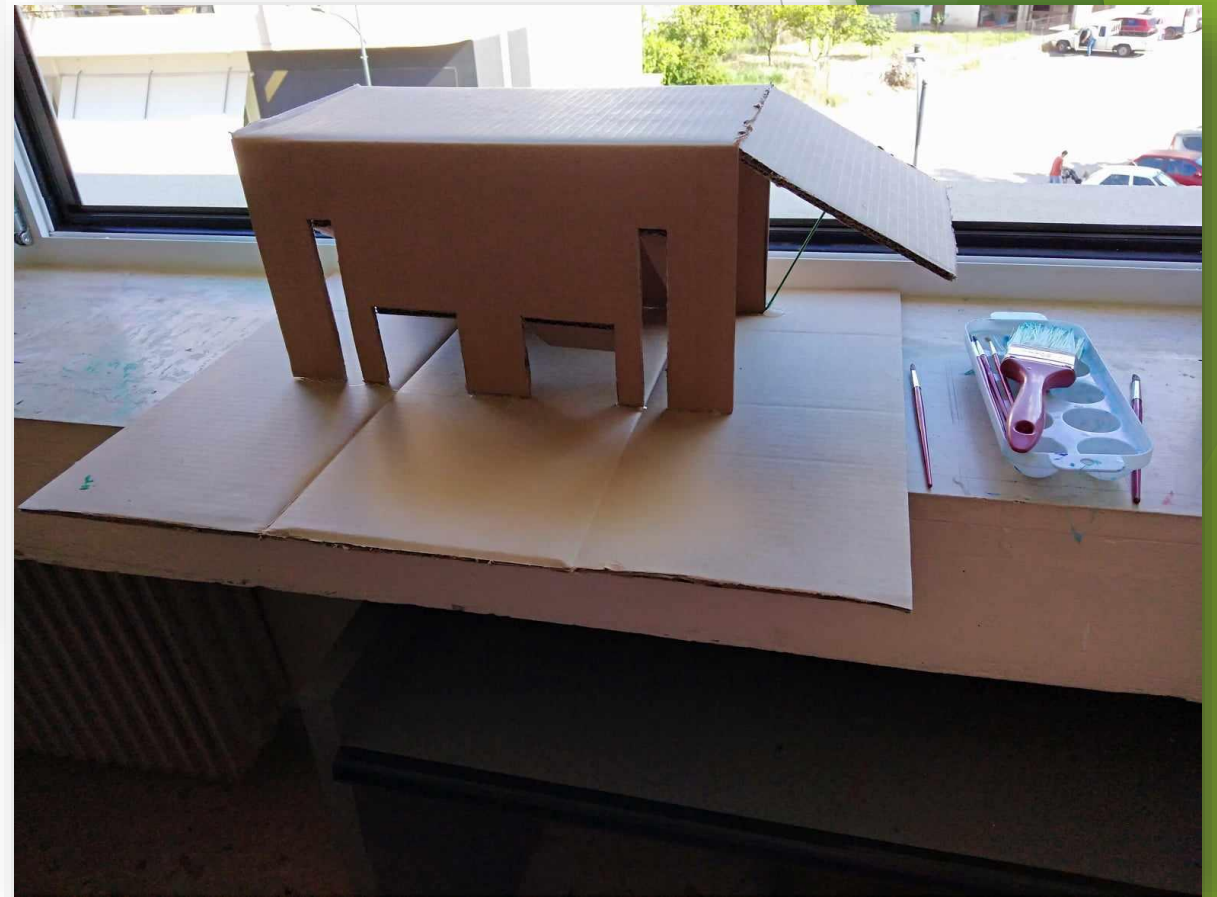
ΟΜΑΔΙΚΑ ΕΡΓΑ



B3a

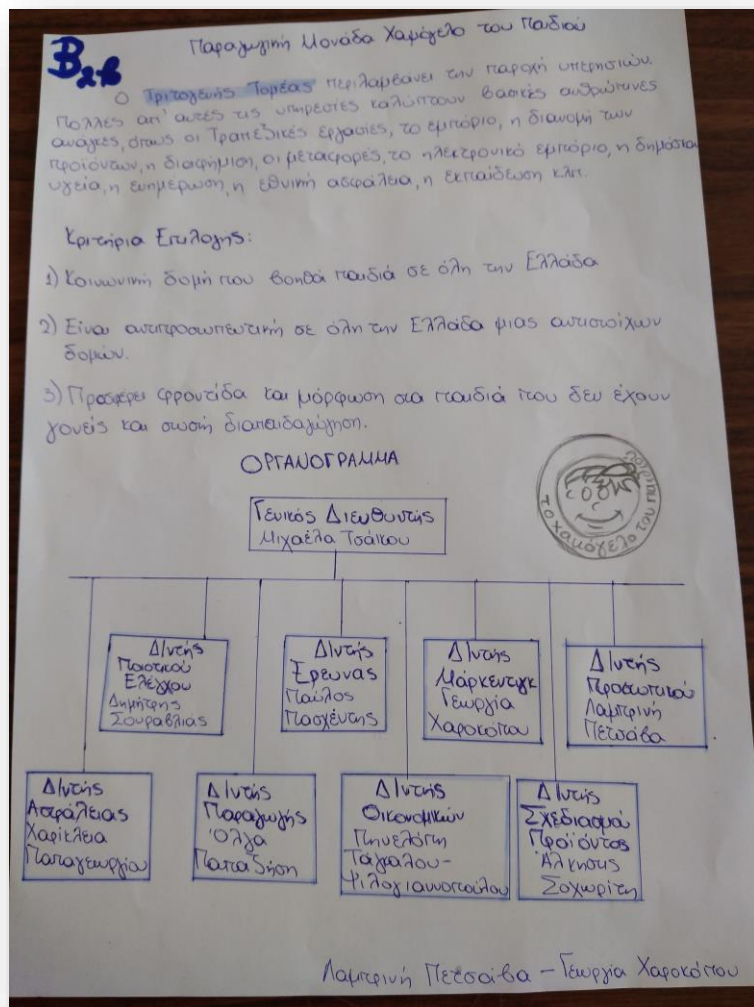


B3a



61a

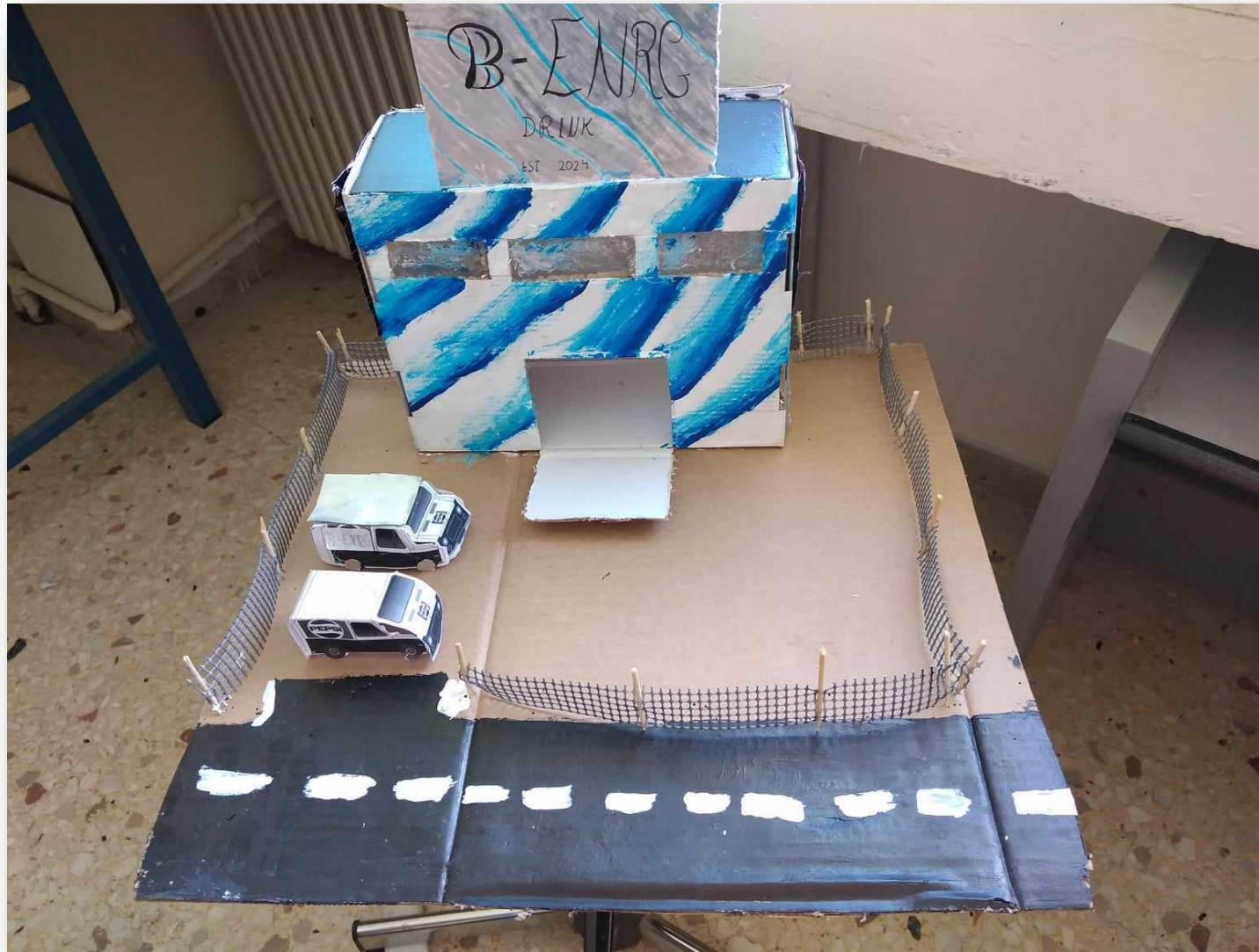




B2b

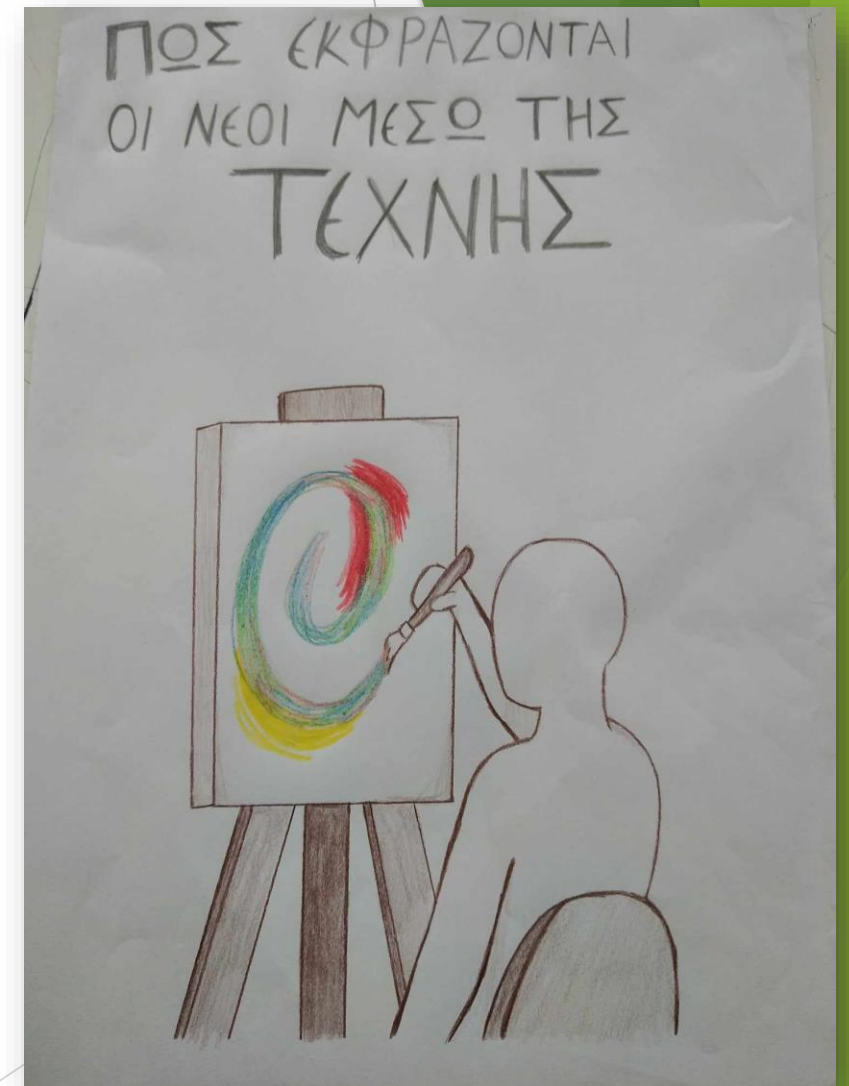


Βιομηχανία Ενεργειακών ποτών, Β3β



ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟΣ Γ' Γυμνασίου

Ερευνητικές εργασίες

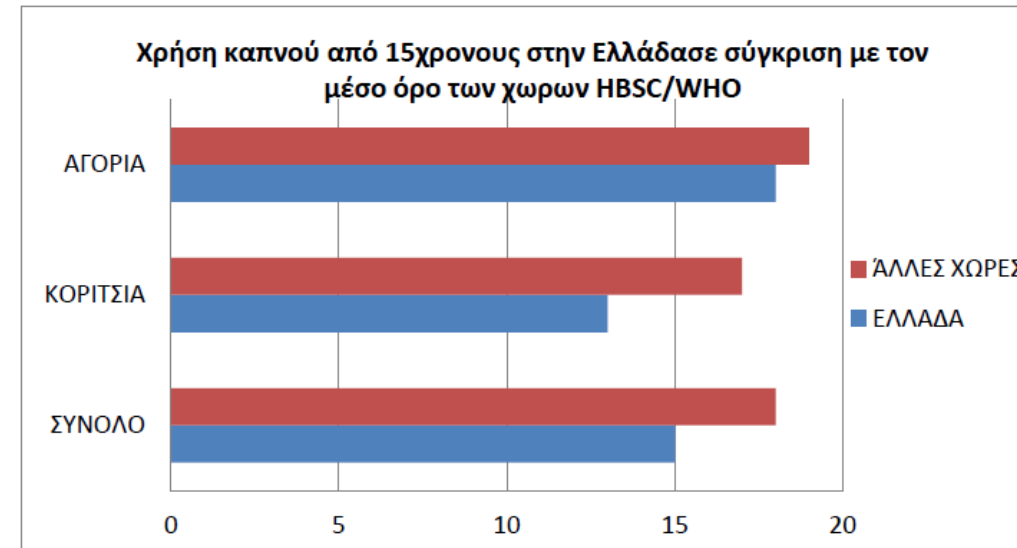


ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ Β' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ

ΕΦΗΒΟΙ ΚΑΙ ΚΑΠΝΙΣΜΑ

ΣΒΕΡΚΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

Αρχικά, μια πανελλαδική έρευνα του ΕΠΙΨΥ για το κάπνισμα στους έφηβους στην Ελλάδα με αντιπροσωπευτικό δείγμα 6250 μαθητών δείχνει ότι τουλάχιστον 2 στα 5 αγόρια και κορίτσια της Α' Λυκείου (15/16 ετών) δηλαδή το 41,5% στην Ελλάδα έχουν καπνίσει έστω και μια φορά παραδοσιακό ή ηλεκτρονικό τσιγάρο. Ακόμα, στην πλειονότητα των χωρών HBSC/WHO και με ελάχιστες εξερέσεις, το κάπνισμα είναι συμπεριφορά των 15χρονων μαθητών, όχι των νεότερων. Την περίοδο της έρευνας, σε Ευρώπη και Β. Αμερική κάπνισαν τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα κατά μέσο όρο το 1% των 11χρονων, το 6% των 13χρονων και το 18% των 15χρονων. Τα δύο φύλα αναφέρουν σε παρόμοια επίπεδα κάπνισμα εβδομαδιαίως στην πλειονότητα των χωρών, ενώ στην Ελλάδα καταγράφεται σημαντική διαφορά στην ηλικία των 15 ετών με τα αγόρια να υπερτερούν.



Οι περισσότεροι 15χρονοι μαθητές που καπνίζουν σε εβδομαδιαία βάση βρίσκονται στη **Γροιλανδία** και τη **Λιθουανία**. Τα χαμηλότερα ποσοστά καπνίσματος εμφανίζουν οι έφηβοι αυτής της ηλικίας στην **Αρμενία** και την **Ισλανδία**. Στην Ελλάδα καπνίζει το 15% των 15χρονων εφήβων, ποσοστό παρόμοιο με τον μέσο όρο των άλλων χωρών.

Ο ρόλος της διαφήμισης στην διατροφή των εφήβων

Ο σκοπός της παρούσης εργασίας είναι : Σε ποιο βαθμό επηρεάζεται η διατροφή των νέων μέσω της διαφήμισης στην σημερινή εποχή.

Το πρόβλημα που δημιουργείται είναι η μέτρηση της επιρροής που ασκεί η διαφήμιση. Καθημερινά προβάλλονται άπειρες διαφημίσεις πάνω σε προϊόντα που περιέχουν ένα μεγάλο αριθμό ζάχαρης και λιπαρών. Με απώτερο στόχο την κατανάλωσή τους μόνο και μόνο για το κέρδος των εταιριών.

Μεταβλητές: (Εξαρτημένη) Διαφήμιση
(Ανεξάρτητη) Διατροφή

Θεωρία:

Διαφήμιση είναι η διαδικασία προβολής μέσω της οποίας γίνεται γνωστό ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με στόχο την προσέλκυση ενδιαφέροντος και την ενημέρωση τόσο του καταναλωτικού κοινού γενικότερα, όσο και ειδικότερα των πελατών μιας επιχείρησης. Η διαφήμιση γίνεται κυρίως μέσω του έντυπου και ηλεκτρονικού μέσου, των καταλόγων, φωτεινών επιγραφών, τοιχοκολλήσεων, διαφόρων εκθέσεων κλπ.

Βιβλιογραφία: <https://euretirio.com/diafimisi-advertisement/>

Έφηβοι και junk food

1. 1. Πόσο συχνά καταναλώνετε τρόφιμα junk food;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

☐ ποτέ

☐ σπάνια

☐ συχνά

☐ κάθε μέρα

☐ Άλλο: _____

2. 2. Ποια είδη τροφίμων junk food προτιμάτε περισσότερο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

☐ Πατατάκια

☐ Αναψυκτικά

☐ Burger

☐ Άλλη επιλογή

☐ Άλλο: _____

ΑΝΑΖΗΤΩ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΜΟΥ
10 λόγους για την συμπεριφορά ενός μαθητή
της γ' Γυμνασίου.



1. Γιατί δεν σκέφτεται .

2. Όταν προσπαθεί να γίνει σωστός τα χαλάει όλα και μετά πάλι από την αρχή.

3. Είναι έξυπνος αλλά δεν το εκμεταλλεύεται.

4. Είναι υπερκινητικός.

5. Δεν προσπαθεί όσο πρέπει στα μαθήματα.

6. Δεν πολύ συμπαθεί το σχολείο αλλά του αρέσει κατά βάθος.

7. Μιλάει πολύ την ώρα του μαθήματος χωρίς να το θέλει.

ΕΦΗΒΙΚΟ ΝΤΥΣΙΜΟ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ



Εντός της συγκεκριμένης εργασίας, γίνεται προσπάθεια ανάλυσης της επιρροής προς τον χαρακτήρα και τα σημερινά δεδομένα του ρουχισμού και των τάσεων στην εφηβική ηλικία.

Ο έφηβος, στη σημερινή εποχή, έχει την ευκαιρία, με την ενδυμασία του, να αντικαθρεπτίσει τον χαρακτήρα του, να εκφράσει τα συναισθήματά του, τις προτιμήσεις του, τις απόψεις του...

Teenage girls often navigate through a wide range of options such as crop tops, high-waisted jeans, oversized sweaters, sneakers, and various accessories. On the other hand, teenage boys might gravitate towards graphic t-shirts, hoodies, jogger pants, sneakers, or chunky boots

Τα έφηβα κορίτσια συχνά περιηγούνται σε μια μεγάλη γκάμα επιλογών, όπως crop tops, ψηλόμεσα τζιν, μεγάλοι μεγέθους πουλόβερ, αθλητικά παπούτσια και διάφορα αξεσουάρ. Από την άλλη πλευρά, τα έφηβα αγόρια μπορεί να έλκονται προς τα γραφικά μπλουζάκια, τις κουκούλες, τα παντελόνια jogger, τα αθλητικά παπούτσια ή τις χοντρές μπότες.

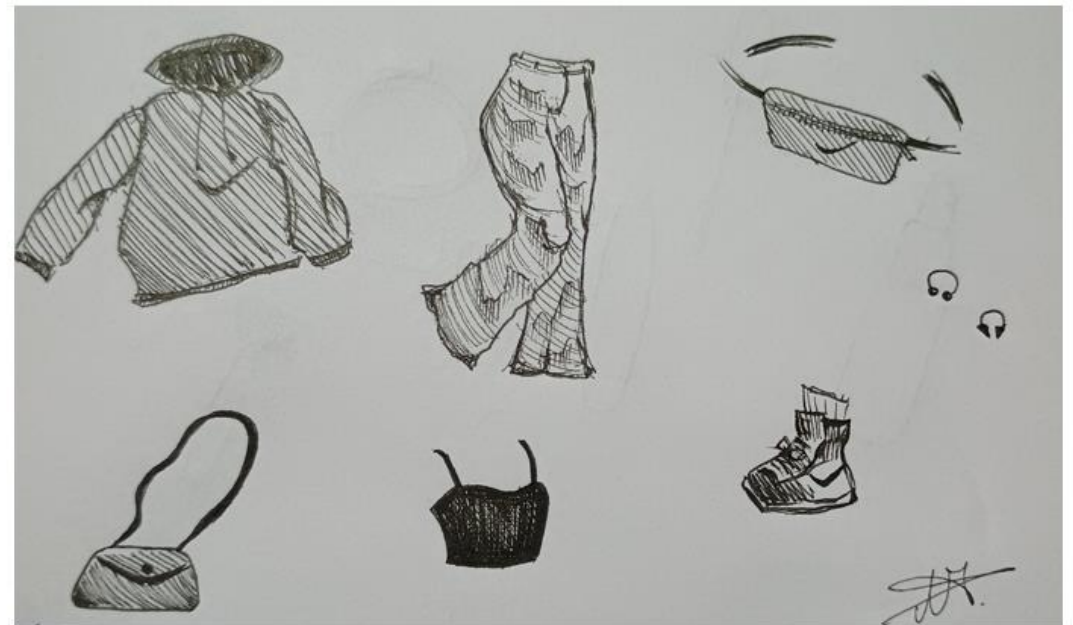
Σκοπός της παρούσης έρευνας είναι:

~ Η κατανόηση των εφηβικών τάσεων

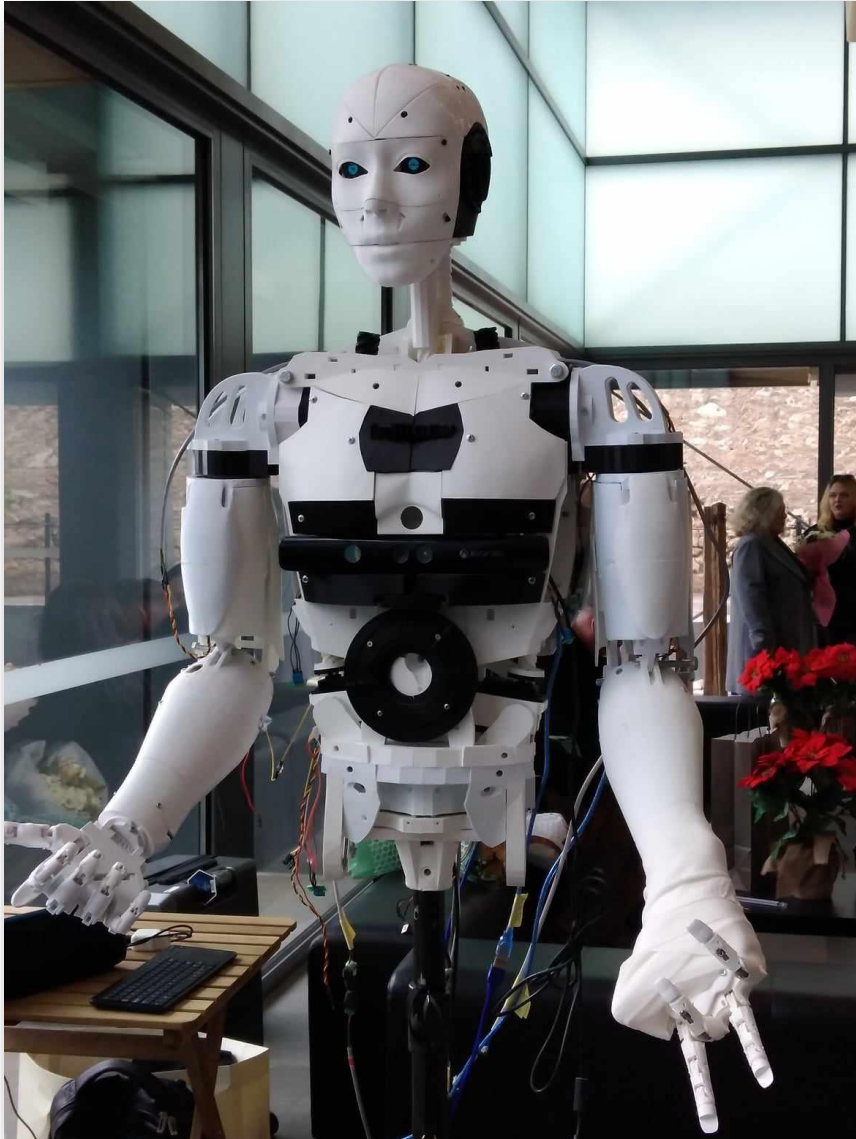
~ Η ανάλυση του χαρακτήρα ενός εφήβου μέσω των επιλογών, οι οποίες αφορούν την ενδυμασία του

~ Η συμπαράσταση προς τους εφήβους, σε σχέση με την ιδιαιτερότητα στη μόδα

~ Η μείωση της άγνοιας, όσον αφορά το συγκεκριμένο φαινόμενο



Θέατρον, Κέντρο πολιτισμού «Ελληνικός Κόσμος»



Τα παιδιά δεν διαφέρουν πολύ
από τους χαρταετούς. Είναι
φτιαγμένα να πετάνε.

Χρειάζονται όμως τον
αέρα - απεριόριστη
αγάπη, εμπιστοσύνη
και ενθάρρυνση.

- Gigi Graham Tchividjian

