

ԱՊԱՀՈՎ ՀԱՄԱՑԱՆՑ

ԳՈՎԱԶԴ-ՀԱԿԱԳՈՎԱԶԴ

ԴԱՍԻ ՆՊԱՏԱԿԸ

Նպաստել տեղեկատվությունը վերլուծաբար ընկալելու, նրա ազդեցությանն անվերապահորեն չենթարկելու հմտության ձևավորմանը: Վարժություն 1 Գովազդ-Հակազովազդ:

Պարագաներ

Ապրանքատեսակների քարտեր՝ խմբերի թվով: Յուրաքանչյուր խմբին երկու A4 թուղթ, սուսինձ, գունավոր մատիտներ կամ ֆլումաստերներ, մկրատ: Գրատախտակին փակցված երկու A4 թուղթ: Յուրաքանչյուր խմբի հետազոտողներին Ա և Բ հարցման թերթիկներ:

Ընթացքը

Երեխաները բաժանվում են 5-6 հոգանոց խմբերի: Ուսուցիչը խմբերին առաջարկում է սեղանին դրված ապրանքի մեկ գովազդ և մեկ հակազովազդ պատրաստել: Գովազդում պետք է նշեն ապրանքի առավելությունները, հակազովազդում շեշտեն նույն ապրանքի բացասական կողմերը: Գովազդները պատրաստելիս երեխաները կարող են օգտագործել տանը լրագրերից, ամսագրերից կտրտած հոդվածները, հանրագիտարաններից, հեռուստատեսությունից և այլ տեղերից իրենց հավաքած տեղեկությունները:

Աշխատանքի ընթացքում խմբերը կարող են օգնել միմյանց՝ փոխանակելով հավաքած նյութերը:

Երբ երեխաներին ավարտում են աշխատանքը, ուսուցիչը երեխաներին առաջարկում է իրենց խմբերից ընտրել գովազդող և հակազովազդող լրագրողներ, հետազոտողներ:

Դասարանի առջևի մասում դրվում են սեղան և աթոռներ:

Հետազոտողներին տրվում են հարցման թերթիկներ: Ապա ուսուցիչը բացատրում է լրագրողներին և հետազոտողներին անելիքը: Նախ իրենց աշխատանքը հերթով ներկայացնում են գովազդողները ապա հակագովազդողները:

Հետազոտողները երկու անգամ են հարցում անցկացնում՝ մեկն ապրանքի գովազդից հետո (Ա հարցաթերթիկով), մյուսը՝ հակագովազդից հետո (Բ հարցաթերթիկով):

Հարցաթերթիկի վրա յուրաքանչյուր պատասխանի դիմաց նշում են անում և վերջում, հաշվելով նիշերը, ստանում են տվյալ տարբերակը նախընտրողների թիվը:

Հարցումներն ավարտելով՝ հետազոտողները մոտենում են սեղանին և հերթով ներկայացնում են արդյունքները՝ քանի մարդ ինչպես է պատասխանել առաջին և երկրորդ հարցումներին:

Այնուհետև երեխաները մոտենում են պաստառներին և մեկի վրա փակցնում են գովազդները, մյուսի վրա՝ հակագովազդները: Վերջում անցկացվում է դասարանական քննարկում.

- ✓ Որքանով էին համոզիչ պաստառների գովազդները
- ✓ Գովազդների բովանդակությանը ծանոթանալիս ապրանքը գայթակղիչ թվաց ձեզ:
- ✓ Հակագովազդները փոխեցին ձեր վերաբերմունքը:
- ✓ Ինչպես մինչ գովազդի առաջարկին հետևելը անհրաժեշտ չէք համարում ճշտել տվյալ ապրանքի ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական կողմերը:

Ներուժը

Վարժությունը նպաստում է համագործակցելու, միմյանց լսելու, եզրահանգումներ անելու հմտությունների ձևավորմանը, խթանում է ստեղծագործական և վերլուծական մտածողությունը:

1.Ի՞նչ էք կարծում

-ը որակյալ է (Ա հարցաթերթիկ)

Պատասխանները	Պատասխանողների թիվը
ԱՅՈ	
ՈՉ	
ՉԳԻՏԵՄ	

2.Դուք կօգտագործե՞ք, կզնե՞ք

-ը (Բ հարցաթերթիկ)

Պատասխանները	Պատասխանողների թիվը
ԱՅՈ	
ՈՉ	
ՉԳԻՏԵՄ	