

# SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL

VAK: INFORMATICA • DUUR: 2 LESUREN

Opmerking: deze les is combineerbaar met de les Sociale wetenschappen - Opruimactie als sociaal gebeuren

## DOELSTELLING(EN)

### Leerplandoelen

#### Leerplan informaticabeheer

Competentie 4: functionaliteit van een kantoorpakket beheersen

- Een efficiënte opmaak realiseren rekening houdend met de huisstijl en BIN-normen.
- Efficiënt gebruik maken van de helpfunctie, tools, wizards en beschikbare documentatie van kantoorpakketten.
- Oplossingen bij foutmeldingen gericht opzoeken en toepassen.

#### Leerplan grafische communicatie

Algemene doelstellingen

- Individueel en in groep communicatievragen analyseren en een concept bepalen;
- Een concept vertalen naar een uitvoerbaar ontwerp in de context van print, druk en web;
- Kennis bezitten over en inzicht hebben in het bewerken en maken van vectoriële en bitmap elementen voor print-, drukwerk- en webtoepassingen;
- Algemene doelen en de link met de vakoverschrijdende eindtermen vind je in de handleiding bij dit lespakket.

## WERKWIJZE

Het doel van deze opdracht is de leerlingen op een creatieve wijze aan de slag te laten gaan met digitale fotografie en fotobewerking met als thema “zwerfvuil”.

De les start vanuit een aantal voorbeelden van campagnes om zo geleidelijk aan via een brainstorm naar een goede campagne toe te werken. De verschillende ontwerpprocessen van idee naar schets, en van schets naar het uiteindelijke ontwerp komen aan bod in deze opdracht. Op het einde van deze opdracht kunnen de verschillende resultaten over de school worden verspreid.

De opdracht kan je als leerkracht uitbreiden naar eigen behoeften door de leerlingen zelf foto's te laten maken, bepaalde ontwerpeisen op te stellen, ... Je kan de opdracht nog verbreden tot een promocampagne voor een volledig afvalbeleid op de school en je niet beperken tot zwerfvuil alleen.

Je kan leerlingen aansporen om op een ecologische manier aan het werk te gaan. Je kan aanraden gebruik te maken van gerecycleerd papier of om de reclamecampagne volledig digitaal te promoten (zie bv. gebruik van sociale media).

## MATERIAAL/MEDIA

- Computers
- Tekstverwerkingsprogramma
- Fotobewerkingsprogramma
  - Betalende software: Photoshop
  - Gratissoftware: The GIMP
- Digitale fototoestellen
- Voorbeelden van reclamecampagnes

# SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL

Lesfase 1	
<b>Doel:</b> Een goede publicatie herkennen + er criteria aan koppelen.	<b>Materiaal:</b> Voorbeelden van goede en slechte reclamecampagnes
<b>Werkvorm en/of organisatie:</b> Onderwijsleergesprek	<b>Tijd:</b> 10 minuten

Leerlingen krijgen enkele voorbeelden van reclamecampagnes. Er wordt in groep onderzocht naar de eigenschappen van een overtuigende, goede campagne. Wat maakt een campagne tot een goede of een slechte campagne?

Indien je het schoolbord gebruikt, kan je de leerlingen links de goede eigenschappen en rechts de slechte eigenschappen laten plaatsen. Het middelste deel kan je gebruiken om de algemene eigenschappen van een campagne te noteren. Wat maakt een campagne geslaagd? Wat zijn de ingrediënten van een goede slogan, een goed beeld? Wat trekt de aandacht? Hoe kan je een inhoudelijke boodschap overbrengen zonder te voorspelbaar te worden?

De websites van OVAM, Fostplus,... hebben heel wat voorbeelden van campagnes die je kan gebruiken. Eventueel bestaan er reeds campagnes op school?

Voorbeelden goede campagnes	Eigenschappen van campagnes	Voorbeelden slechte campagnes
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Voorbeelden: zie bijlagen

Lesfase 1	
<b>Doel:</b> In groep samenwerken om tot een idee/schets/ontwerp te komen.	<b>Materiaal:</b> Papier (liefst kladpapier) + groot formaat Gekleurde stiften Gekleurde potloden Gom/ potloodslijper Tijdschriften/ kranten Digitaal fototoestel Meetlat
<b>Werkvorm en/of organisatie:</b> Groepswerk Brainstorm  Groepjes van 3 à 4 leerlingen. Probeer als leerkracht aandacht te besteden aan differentiatie van leerstijlen.	<b>Tijd:</b> 10 minuten

Ieder groepje maakt een brainstorm op een groot blad papier (bv. achterkant oude affiche) over het thema “zwerfvuil in en rond de school”. Met beelden en woorden worden ideeën in eerste instantie verzameld en vervolgens verbeeld. Eveneens kan er worden gewerkt met digitale foto's. Door een foto te maken, hoeven de leerlingen niet te veel tijd te

# SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL

steken in het afwerken van een ontwerp. Leerlingen kunnen bv. een 'tableau vivant' als idee ontwerpen. Ze kunnen hun eigen handen fotograferen, hun hoofd dat zwerfvuil opeet,...

Belangrijk is dat de leerlingen ongeremd aan de slag gaan. Per groepje worden zoveel mogelijk ideeën verzameld. Als criterium kun je meegeven dat een reclamecampagne altijd bestaat uit een beeld en uit een slogan. Per groepje kunnen bv. 2 leerlingen zich met tekst bezig houden en 2 leerlingen beelden verzamelen.

Doel van deze lesfase is dat ieder groepje uit de brainstorm een idee, rond de problematiek van zwerfvuil op en rond de school, filtert, bestaande uit een beeld en een slogan. Er kan worden gedifferentieerd tussen de groepjes door de schets te koppelen aan verschillende types van publicaties (bv. affiche, flyer, folder, webpromo, ...). Indien gewenst kan er worden gedifferentieerd door de context van de campagne te bepalen (bv. interne schoolcampagne, overheidscampagne, campagne in de buurt, ...). Tijdens de begeleiding wordt er steeds teruggekoppeld aan de eigenschappen van een goede campagne (zie lesbegin).

Tussentijdse evaluatie:

Terugkoppelen van het beeld en de slogan aan de vooropgestelde eigenschappen van een campagne (zie lesbegin).

Lesfase 2	
<b>Doel:</b> Het ontwerpen van een digitale campagne op basis van het ontwerp.	<b>Materiaal:</b> Computers met bewerkingssoftware Digitale fototoestel Schetsen vorige lesfase
<b>Werkvorm en/of organisatie:</b> Groepswerk en/of zelfstandig werk  De reeds verzamelde beelden worden verder verwerkt en gelayout. Afhankelijk van de groepsgrootte kunnen de leerlingen de taken verdelen over meerdere computers (zie tekst en beeld). De leerkracht geeft een demonstratie van de te gebruiken programma's.	<b>Tijd:</b> 20 minuten

## Naargelang de studierichting kan je een keuze maken in het softwarepakket dat je gaat gebruiken!

De schetsen die de leerlingen gemaakt hebben in de vorige lesfases gaan de leerlingen uitvoeren naar een digitaal resultaat. Opnieuw kan je hier kiezen als leerkracht om de leerlingen gebruik te laten maken van verschillende softwarepakketten. Door deze manier van werken, gaan de resultaten per groepje anders zijn. Leerlingen kunnen eventueel beelden van het internet downloaden en verwerken in hun campagne.

Mogelijke programma's: tekstverwerking, Publisher, Photoshop, The GIMP, ...

# SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL

## Extra informatie (<http://nl.wikipedia.org/wiki/GIMP>)

Voor leerkrachten die een programma willen gebruiken zoals Photoshop is The GIMP een goed gratis alternatief.

Opvallende kenmerken van GIMP zijn onder andere de uitgebreide functionaliteit, de ondersteunde afbeeldingsformaten, de ingebouwde scripting engine en de licentie waaronder het is uitgebracht.

Naast ondersteuning voor filters en onder andere plugins, maskers en laageffecten maakt de scripting-engine dat de gebruikers met een klein beetje programmeeraanleg zelf de functionaliteit van GIMP kunnen uitbreiden. Daarnaast kan GIMP onder andere van afstand ingezet worden om afbeeldingen (eventueel meerdere tegelijk) te maken of te bewerken.

Downloaden via: <http://www.gimp.org/>

## Lesafsluiting

### Doel:

Het terugkoppelen van de eigenschappen van een campagne aan de resultaten van de leerlingen.  
Het nagaan of de boodschap rond het voorkomen van zwerfvuil wel effectief overkomt.

### Materiaal:

De afgewerkte campagne  
De foto van het ontwerp  
Beamer  
Eigenschappen van een campagne op het bord

### Werkvorm en/of organisatie:

Toonmoment(projectiemetbeamer) Kringgesprek  
Bordschema

### Tijd:

10 minuten

Elk groepje stelt de gemaakte campagne voor. In groep wordt er nagegaan in welke mate de eigenschappen van een goede campagne aanwezig zijn en of de boodschap met betrekking rond de zwerfvuilproblematiek wel overkomt.

De leerlingen kunnen “de beste campagne” kiezen. Deze campagne kan dan gevoerd worden op school, in de buurt, ...

## Mogelijke uitbreiding:

Sociale media zijn de dag van vandaag niet weg te denken uit de maatschappij. Iedereen maakt gebruik van de verschillende sociale media die er zijn. Ook de reclamebureaus hebben dit door en maken daar gretig gebruik van. Daarom kan je ervoor kiezen om een “wedstrijd” aan de ontwerpen te koppelen door ze te laten publiceren op een aantal sociale media, het ontwerp met de meeste ‘likes’ of ‘shares’ is de winnaar!

Op de facebookpagina van de school kan je dan deze afbeeldingen plaatsen. Op die manier ziet heel de school deze campagne. Je kan dit integreren in je manier van evalueren, op deze manier doe je namelijk aan een vorm van ‘peer assessment’.

# BIJLAGE 1

EEN GOEDE OF SLECHTE CAMPAGNE? • SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL



## BIJLAGE 2

EEN GOEDE OF SLECHTE CAMPAGNE? • SENSIBILISATIECAMPAGNE TEGEN ZWERFVUIL

