

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

VAK: PAV • DUUR: 2 LESUREN

## DOELSTELLING(EN)

### Leerplandoelen (ontwikkelingsdoelen)

- De leerlingen zijn ingesteld op een bewust en verantwoord consumentengedrag.
- De leerlingen zijn gemotiveerd om te zorgen voor de eigen gezondheid en het eigen welzijn en dat van anderen.

Algemene doelen en de link met de vakoverschrijdende eindtermen vind je in de handleiding bij dit lespakket.

## WERKWIJZE

Na de inleiding over zwerfvuil gaan de leerlingen zelf aan de slag. Ze starten een bewustmakingscampagne om ook hun medeleerlingen bewust te maken van de gevolgen van zwerfvuil. Dit doen ze door een affiche rond het thema zwerfvuil te ontwerpen. De leerlingen starten met het bedenken van een pakkende slogan. Bij deze slogan gaan de leerlingen een gepast beeld fotograferen. Hierover krijgen de leerlingen enkele richtlijnen. De leerlingen brengen de slogan en het beeld samen door gebruik te maken van het gratis programma Picasa.

Uiteindelijk kan de leerkracht alle affiches op de school verspreiden. Er kan ook gestemd worden voor één affiche die zal worden verspreid.

## MATERIAAL/MEDIA

PowerPointpresentatie bewustwordingscampagne, papier, computers, fototoestellen

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

Lesbegin: Instapmoment	
<b>Doel:</b> De leerlingen staan stil bij het doel van bewustwordingscampagnes.	<b>Materiaal:</b> PowerPointpresentatie: bewustwordingscampagne zwerfvuil
<b>Werkvorm en/of organisatie:</b> Onderwijsleergesprek	<b>Tijd:</b> 10 minuten

Bekijk met de leerlingen enkele voorbeelden van affiches. (PowerPointpresentatie).

Mogelijke vragen voor een onderwijsleergesprek:

- Waarvan willen deze beelden ons bewust maken?  
Zwerfvuil, vuilnis,...
- Hoe maken ze ons daarvan bewust?  
Door affiches langs de weg, reclame op tv,...
- Heb je deze affiches al vaak gezien? Zo ja, waar?  
Langs de weg, omdat daar vaak ook zwerfvuil wordt gevonden.
- Werkt het volgens jou?  
Je gaat er toch wel eens over nadenken terwijl je dat anders niet doet.

Lesfase 1: Wat is zwerfvuil?	
<b>Doel:</b> De leerlingen laten kennismaken met en leren over de feiten en cijfers van zwerfvuil.	<b>Materiaal:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- PowerPointpresentatie: bewustwordingscampagnezwerfvuil.</li><li>- Filmpje: Mockumentary of a plastic bag: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=GLgh9h2ePYw">http://www.youtube.com/watch?v=GLgh9h2ePYw</a></li></ul>
<b>Werkvorm en/of organisatie:</b> Onderwijsleergesprek	<b>Tijd:</b> 20 minuten

Mogelijke vragen voor onderwijsleergesprek:

- Wat is zwerfvuil?  
Afval dat niet in de vuilbak zit, afval langs de weg, afval op de speelplaats.
- Wie of wat zorgt er voor het zwerfvuil?  
Wijzelf door afval weg te gooien.
- Wat kunnen we doen om het zwerfvuil tegen te gaan?  
Ons afval in de vuilnisbak gooien, als we zwerfafval zien het in de vuilnisbak gooien, minder afval produceren door brooddozen en drinkbussen te gebruiken.
- Wat gebeurt er nu met ons zwerfvuil?  
Het wordt opgeruimd door werkmensen of door de wind meegenomen naar een andere plaats.
- Wat gebeurt er met het verzamelde zwerfvuil?  
Het wordt gerecycleerd, verbrand,...

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

Bekijk met de leerlingen het filmpje **'Mockumentary of a plastic bag'**.



Vertel kort aan de leerlingen dat veel afval dat mensen op straat gooien, uiteindelijk in de zee terecht komt. Door de wind komt veel afval in het water terecht. Dat afval wordt dan meegenomen met de stroming van het water. Uiteindelijk komt veel afval op eenzelfde plaats terecht ten gevolge van de stroming. Meer informatie hierover vind je onder andere via onderstaande links:

- <http://www.thegreenmiles.nl/pagina.aspx?paginaid=5>
- <http://www.stichtingmilieunet.nl/andersbekekenblog/milieu/drijvende-afvalbergen-in-de-stille-oceaan.html>

Denk samen met je leerlingen na over de **gevolgen van zwerfvuil** (zie document met achtergrondinformatie bij het lespakket). Meer informatie over het waarom van sorteren en recyclen lees je hier:

[http://www.fostplus.be/sorting\\_and\\_recycling/Pages/Why\\_sort\\_and\\_recycle.aspx](http://www.fostplus.be/sorting_and_recycling/Pages/Why_sort_and_recycle.aspx)

## Lesfase 1: Affiche uitwerken

### Doel:

De leerlingen ontwerpen een affiche met de kennis over zwerfvuil die ze net hebben opgedaan.

### Materiaal:

Fototoestel  
Computers  
Papier  
PowerPointpresentatie:  
bewustwordingscampagnezwerfvuil.

### Werkvorm en/of organisatie: Onderwijsleergesprek Groepswerk

**Tijd:**  
55 minuten

De leerlingen ontwerpen in groepjes van twee of drie (afhankelijk van de grootte van de klasgroep) een affiche.

Stel volgende vragen aan je leerlingen:

- Wat is een affiche?  
Een manier om de mensen te prikkelen, hen nieuwsgierig te maken, te overtuigen.
- Waarvoor gebruikt men een affiche?  
Om iemand te overtuigen.
- Hoe hou je rekening met het doelpubliek?  
Aansluiten bij de leefwereld, inspelen op interesses, voorkennis, relatie tot het onderwerp.

Wat moet je weten voor je kan beginnen aan jouw affiche?

- Doelgroep? Twaalf à dertienjarigen
- Waar zal de campagne plaatsvinden? Op school

### Hoe maken we zo'n affiche?

Hoe ontwerp je zelf een spraakmakende affiche?

1. Bedenk een leuke slogan.

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

2. Selecteer een goed beeld, dat aansluit bij je slogan.

Toon een aantal voorbeelden van pakkende affiches. (zie PowerPointpresentatie bewustwordingscampagne zwerfvuil en bijlage 1). Vraag telkens naar het onderwerp van de campagne en het doel. Meer informatie over affiches in bijlage 2.

Nadat je alle affiches getoond hebt, stel je volgende vragen aan je leerlingen:

- Welke affiche vond je de beste?
- Hoe komt het dat je die het beste vond?
- Welke affiche heb je nog onthouden?
- Hoe komt het dat je dat beeld hebt onthouden?

Noteer enkele kernwoorden aan het bord zoals slogan, origineel beeld, foto, humor, ...

Het bedenken van **een leuke slogan**.

Achterhaal samen met je leerlingen het doel en de kenmerken van een slogan.

Lees onderstaande slogans voor. De leerlingen moeten raden voor welk product/merk er reclame gemaakt wordt.

Lees voor	Antwoord
"Love, Work, Play"	Mobistar
"Het is leuk als je weet dat je de snelste bent"	Telenet
"Love it light"	Coca cola light
"Mannen weten waarom"	Jupiler

De leerlingen worden verdeeld in groepjes.

**Opdracht:** Een affiche ontwerpen voor je medeleerlingen om het zwerfvuil op deze school tegen te gaan. Het is de bedoeling dat de affiches hier op school en eventueel ook buiten de school verspreid worden.

## 1. Bedenk een leuke slogan

Tip: Geef leerlingen een woord of afbeelding ter inspiratie.

<b>Overdrijf!</b>	Durf te overdrijven. Vb. 'Het is leuk als je weet dat je de snelste bent!'
<b>Kort en bondig!</b>	Drie korte woorden (vaak kunnen deze woorden ook rijmen) Vb. 'Love, Work, Play'
<b>Verwittigen!</b>	Stel dat jouw publiek niet kiest voor jouw product. Wat missen ze dan? Zeg het in jouw slogan. Vb. 'Mannen weten waarom'
<b>Humor!</b>	Humor onthouden mensen altijd! Als het grappig is, zal men het niet snel vergeten.
<b>Duidelijk!</b>	Zorg ervoor dat men bij het lezen van je slogan weet over wat het gaat.

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

## 1. Klinkt je slogan?

Test je slogan eens uit door het luidop te zeggen.

Klinkt je slogan mooi? Zijn er bepaalde woorden die je kan vervangen door een ander woord? Is je slogan duidelijk genoeg?

## 2. Is je slogan origineel?

Je wil niet dat je medeleerlingen bijna dezelfde slogan als jou hebben! Luister daarom ook eens naar de slogan van je medeleerlingen.

## 3. Is je slogan van toepassing?

Hoe grappig of leuk je slogan ook is, hij is niet altijd even duidelijk. Wees er zeker van dat jouw slogan bij jouw product past. Weten je medeleerlingen wat je bedoelt met jouw slogan?

Wil je graag jouw slogan eens online uittesten?

Ga dan naar deze site! <http://www.merkendiewerken.be/tekst/criteria-voor-een-sterke-slogan>

Ook een **beeld** kan ervoor zorgen dat je bepaalde slogans onthoudt. Als het een leuke, grappige reclame is, zal je deze beter onthouden. Ook herhaling is belangrijk: hoe meer je de reclame hoort of ziet, hoe beter je ze zal onthouden.

## 2. Selecteer een beeld dat past bij jouw slogan.

De leerlingen denken in groep na over wat ze graag in beeld willen brengen. Hiervan zullen ze zelf een foto maken. Het kan gaan om een foto van een bestaand element (vuilnisbak), maar het kan ook iets zijn wat de leerlingen zelf in scène gezet hebben. Hierbij is het van belang dat de leerlingen weten wat de kenmerken van een goede foto zijn (bijlage 3).

De leerlingen fotograferen elk twee beelden die hun slogan sterk maken. Nadat alle foto's gemaakt zijn, kunnen de leerlingen de beste eruit kiezen.

- De leerlingen kunnen op de speelplaats zwerfvuil zoeken om te fotograferen.
- Ze kunnen zwerfvuil verzamelen, hiermee een leuk beeld maken en fotograferen.
- De leerlingen kunnen zelf een personage zijn op hun foto.

**Het samenvoegen van de slogan en het beeld** met het programma Picasa (gratis te downloaden op het internet)

- Het programma kan je downloaden op <http://picasa.google.com>
- Hier vind je een handleiding over het gebruik van Picasa <http://www.wilmakarels.nl/gratis-fotos-bewerken/handleiding-picasa.php> Het is leuk voor de leerlingen als ze experimenteren met het programma. Als er toch vragen zijn over hoe je bepaalde effecten kan bekomen, vind je de antwoorden zeker op het internet.

De leerlingen bewerken hun beeld tot ze het gewenste resultaat bekomen. Ze voegen ook de slogan toe. Alle affiches worden afgedrukt of de beste affiche wordt gekozen en afgedrukt.

**TIP:** Is er een groepje vroeger klaar? Vraag dan om nog een affiche te maken die er helemaal anders uitziet. Zodanig dat ze achteraf kunnen beslissen welke ze de beste affiche vonden!

# BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

Lesafsluiting	
<b>Doel:</b> De leerlingen gaan na of hun affiche voldoet aan de vooropgestelde criteria.	<b>Materiaal:</b> Verschillende affiches van de leerlingen
<b>Werkvorm:</b> Voorstelling van de affiches	<b>Tijd:</b> 15 minuten

De leerlingen stellen hun affiches voor aan elkaar. De medeleerlingen vertellen wat ze denken dat de bedoeling was van de makers en evalueren de affiche aan de hand van onderstaande criteria.

<b>Voldoet de slogan aan 1 van de 5 kenmerken van een goede slogan?</b>	0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5
<b>Voldoet de foto aan 1 van de kenmerken voor een goede foto?</b>	0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5
<b>Wat vind je van het geheel van de affiche?</b>	0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5
<b>Ben je overtuigd van de affiche?</b>	0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Aan de hand van deze strookjes kunnen de leerlingen zichzelf of elkaar gaan evalueren door een cijfer van 0 tot 5 aan te duiden.

0 is slecht - 5 is zeer goed.

- Je kan de leerlingen een strookje voor zichzelf en 1 strookje voor een medeleerling laten invullen.
- Je kan ook vragen dat de leerlingen 1 strookje per groep invullen.

Deze resultaten kunnen ook besproken worden.

- Hoeveel heb je aangeduid op jouw strookje voor groep 3?
- Waarom heb je dat cijfer omcirkeld?
- Wat zouden de leerlingen kunnen doen om hun affiche te verbeteren?

# BIJLAGE 1

VOORBEELDEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL



## DOEL VAN DE AFFICHE?

WWF staat voor World Wildlife Fund. Deze organisatie is bezig met de natuur en het beschermen van die natuur. Ze wil mensen bewust maken van de dieren die aan het uitsterven zijn doordat wij hun bossen weggappen voor papier,... Met deze campagne toont het WWF dat we niet mogen wachten tot het te laat is om te helpen. We moeten ingrijpen nu het nog kan.

Volkswagen heeft voor haar affiche inspiratie gehaald bij een bekend sprookje, nl. Sneeuwwitje. Een sprookje dat de meeste mensen wel kennen. Ze hebben het sprookje een moderne toets gegeven door aan te geven dat de 7 dwergen allemaal in 1 auto passen.

Door de humor in deze affiche zal deze ook onthouden worden.





# BIJLAGE 1

## VOORBEELDEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL



Levi's is een merk van jeansbroeken. Met dit beeld wil Levi's aantonen dat haar jeansbroeken zo comfortabel zijn dat het lijkt als of je geen broek draagt. De jeans voelt aan als je natuurlijke huid.

Het is een affiche die iedereen wel zal gezien hebben en waar men toch eventjes over moet denken voor men de volledige boodschap begrijpt. Het is een sterk beeld waarbij geen slogan nodig is.

Bij deze affiche maakt men gebruik van een bekend gezicht om de aandacht van de mensen te trekken. Door de pakkende zin op de affiche gaan de mensen nadenken over het thema.



Bij deze campagne sluit men aan op de leefwereld van vooral jongeren maar tegenwoordig ook ouderen. Het is gelinkt aan de 'like' van facebook.

De affiche spreekt aan en wordt opgemerkt. Helaas is het onduidelijk waar de affiche nu precies over gaat.





# BIJLAGE 1

## VOORBEELDEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL



Ook hier was geen slogan nodig. Enkel het beeld was voldoende. 'Mister Proper' is al bekend, de meeste mensen weten dat dit een schoonmaakproduct is. Doordat de ene strook van het zebrapad witter is dan de rest met daarop de foto van 'Mister Proper' toont men aan dat het met zijn schoonmaakproduct witter kan zijn. Het is een eenvoudig en duidelijk beeld dat voor zich spreekt. Wel moet het merk hiervoor al voldoende bekend zijn bij het publiek.

Op zoek naar meer leuke affiches? Ga dan eens kijken op onderstaande site!  
<http://www.e-tail.be/top-51-marketing-affiches-reclame>

# BIJLAGE 2

## KENMERKEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

### WAT IS EEN AFFICHE?

Een manier om te communiceren met de buitenwereld, met jouw doelpubliek.

Kenmerken van een goede affiche:

- Een affiche moet goed leesbare, duidelijke informatie waarvan men in een oogopslag moet kunnen zien waar het over gaat, bevatten. Dit wil zeggen dat je als je voorbij een affiche wandelt, loopt of rijdt, zonder stil te staan moet kunnen zien waarover de affiche gaat, wat het doel van de affiche is.
- De affiche moet zo duidelijk zijn dat mensen die niets over je product of campagne weten of kennen ook kunnen begrijpen waarover het gaat, wat je wilt zeggen tegen de mensen.
- Probeer je affiche niet te mysterieus of te ingewikkeld weer te geven en gebruik geen verborgen humor. Veel mensen zouden je affiche dan wel eens verkeerd kunnen interpreteren.
- Om je affiche extra goed te laten werken, moet je ook rekening houden met waar je jouw affiche ophangt. Als je bijvoorbeeld reclame wil maken voor luiers moet je dat niet in een café doen of reclame voor een auto op een lagere school werkt ook niet.

Wees je dus bewust van de doelgroep van je reclamecampagne en van waar je doelpubliek te vinden is.

In deze opdracht spreken wij niet van reclame maar eerder van een bewustmakingscampagne. We willen jongeren bewust maken van het zwerfvuil en de eventuele gevolgen hiervan. Reclame is in deze opdracht dus geen juist woord.

Reclame	Propaganda
<b>Reclame</b> is een vorm van <b>communicatie</b> met het doel potentiële klanten over te halen tot aanschaf van <b>producten</b> en <b>diensten</b> . Veel reclame is dan ook bedoeld <b>consumptie</b> te bevorderen door het creëren en versterken van een <b>merkimage</b> en getrouwheid aan een merk. Het is ook het <b>promoten</b> van een product, dienst, bedrijf of idee door middel van een veelal gesponsorde boodschap.	<b>Propaganda</b> is het beïnvloeden van de publieke opinie om aanhangers te winnen voor bepaalde opvattingen of standpunten. Het omvat alle activiteiten waarmee mensen proberen anderen over te halen om hen te steunen.

### => BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE

# BIJLAGE 2

## KENMERKEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

Er zijn een aantal regels die je in de fotografie kunt toepassen om een goede compositie en dus vaak ook een goede foto te verkrijgen.

### WAT IS EEN COMPOSITIE?

Een manier om bepaalde elementen op je blad te plaatsen. Door de compositie kan je de aandacht trekken naar bepaalde punten.

### VOORGROND VS. ACHTERGROND



Om de aandacht goed op het onderwerp te richten, probeer je best je achtergrond vrij te maken. Dit kan je doen door je achtergrond onscherp weer te geven of te zoeken naar een neutrale achtergrond.

Zo kan je bijvoorbeeld iets tegen een witte muur plaatsen om het te fotograferen.

Door contrast tussen de voorgrond en de achtergrond kan je ook een verschil maken tussen belangrijke en minder belangrijke zaken.

### LIJNENSPEL



Bepaalde elementen zoals muurtjes, beekjes, elektriciteitsdraden, wegen, palen,... kunnen je oog naar een bepaald onderwerp doen leiden.

Doordat je oog de lijnen volgt, kan je naar diepere elementen in een foto kijken.

Je oog valt op de horizon van de bomen.

### LESS IS MORE! HOU HET SIMPEL



Probeer niet te veel in je foto te tonen. Hoe minder er op het beeld staat, hoe duidelijker het overkomt.

# BIJLAGE 2

KENMERKEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

## ZOOM IN! KOM DICHTERBIJ



Door in te zoomen, kan je jouw volledige beeld laten vullen met maar 1 onderwerp.

Doordat je inzoomt, is het voorwerp soms minder herkenbaar, wat voor een leuk effect kan zorgen.

Als je inzoomt, zijn er ook geen andere elementen op je foto te zien die je kunnen afleiden van het onderwerp.

## LICHT VS. DONKER



Je ogen hebben de neiging zich te richten op lichte delen van een foto. Zo kan je dus ook de ogen van de kijker sturen.



## KIJK EENS OP EEN ANDERE MANIER! VERANDER JE GEZICHTSPUNT

Loop eens om je onderwerp heen, probeer nieuwe hoeken te vinden, dichterbij te komen,...

Ga door je knieën, klim op een verhoog,.... Bekijk het onderwerp eens op een andere manier.

Beeld je in dat je supergroot bent door op een stoel te gaan staan of superklein door door je knieën te gaan.

# BIJLAGE 2

KENMERKEN AFFICHES • BEWUSTMAKINGSCAMPAGNE ZWERFVUIL

## BRONNEN

### Geraadpleegde bronnen:

#### Slogan opbouwen

<http://www.merkendiewerken.be/tekst/criteria-voor-een-sterke-slogan>  
geraadpleegd op 19/02/2012

#### Affiches

<http://www.e-tail.be/top-51-marketing-affiches-reclame>  
geraadpleegd op 07/02/2012

Reclame - Propaganda: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Reclame><http://nl.wikipedia.org/wiki/Propaganda>  
geraadpleegd op 07/02/2012

Affiches zwerfvuil [http://www.fostplus.be/about\\_Fost\\_Plus/Pages/Campaigns.aspx](http://www.fostplus.be/about_Fost_Plus/Pages/Campaigns.aspx)  
geraadpleegd op 21/03/2012