IN DE MEDIA!

Leerlingen gaan de visuele boodschap van een milieu bewustwordings-campagne analyseren en krijgen inzicht hoe beelden kunnen worden ingezet om gedrag te veranderen en beslissingen te sturen. Ook bedenken ze een campagne of evenement in hun eigen omgeving.

VAKGEBIEDEN
Milieustudie, taal, kunst

LEEFTIJD
10-15 jaar

DUUR
1 maand

DOEL
• Analyseren van de belangrijkste elementen voor een aantrekkelijke en visueel sterke boodschap.
• Stimuleren van bewustwording en milieuvriendelijk gedrag bij anderen.
• Effectief communiceren van de problemen en oplossingen van zwerfvuil in zee.
• Bedenken, ontwikkelen en organiseren van een bewustmakingscampagne of evenement op school of in je gemeente.
• Stimuleren van creativiteit.

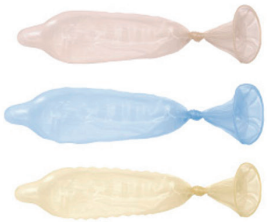
INTERNET BRONNEN
Bekende zwerfvuilcampagnes in Nederland: www.dieballongaatnietop.nl, www.beatthemicrobead.org, www.mybeach.info, www.noordzee.nl/tour, www.supportervanschoon.nl

Visuele boodschappen zijn overal om ons heen. Ze worden ingezet om ons over te halen iets te kopen, iets te leren of iets te doen. De ene boodschap is hier succesvoller in dan de andere. Wat is het geheim van een succesvolle boodschap? Hoe slagen ze erin ons te overtuigen dat we iets moeten doen of laten? Hier zijn een paar voorbeelden van beelden die gebruikt zijn in bewustwordings-campagnes. Bespreek wat ze aantrekkelijk maakt.

"De gevaarlijkste dieren in de Middellandse Zee"

De plastic container
Herkomst: straten, stranden en goten
Gedrag: kan worden ingeslikt door dieren, veroorzaakt vergiftiging
Gemiddelde levensduur: 400-600 jaar

De batterij
Herkomst: straten, goten en boten
Gedrag: de vloeistoffen die eruit lekken zijn uiterst giftig
Gemiddelde levensduur: duizenden jaren



Het condoom
Herkomst: toiletten en straten
Gedrag: kan worden ingeslikt door andere dieren, veroorzaakt maag- en darmproblemen
Gemiddelde levensduur: 30 jaar

Het karton
Herkomst: stranden en straten
Gedrag: heeft een schurend effect op het leven van de zeebodem
Gemiddelde levensduur: 25-50 jaar

De papieren zak
Herkomst: stranden en boten
Gedrag: zeer schadelijk voor de spijs-vertering van bepaalde zeedieren
Gemiddelde levensduur: 4 weken

Het drankblikje
Herkomst: straten en stranden
Gedrag: veroorzaakt snijwonden en letsel aan zeedieren en zwemmers
Gemiddelde levenduur: 200-500 jaar

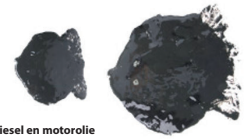
De plastic fles
Herkomst: stranden, straten en boten
Gedrag: veroorzaakt grote schade aan onderwaterleven
Gemiddelde levensduur: 300-500 jaar

De sigarettenpeuk
Herkomst: toiletten, stranden, goten en straten
Gedrag: hindert de spijsvertering van bepaalde dieren
Gemiddelde levensduur: 10 jaar.

De plastic ring
Herkomst: stranden en straten
Gedrag: verstrikt zeedieren en veroor-zaakt zware verwondingen of dood
Gemiddelde levensduur: 450 jaar

De plastic zak
Herkomst: straten, stranden en boten
Gedrag: omdat het lijkt op een kwal eten andere dieren het op en dat vergiftigt ze
Gemiddelde levensduur: 35-60 jaar

De kroonkurk
Herkomst: straten, stranden en boten
Gedrag: veroorzaakt spijsver-teringsproblemen bij bepaalde zeedieren
Gemiddelde levensduur: 300 jaar



Diesel en motorolie
Herkomst: boten
Gedrag: de giftigheid vernietigt het onderwaterleefgebied
Gemiddelde levensduur: afhankelijk van de vrijgekomen hoeveelheid

Stukjes plastic
Herkomst: fabrieken en straten
Gedrag: kan worden gegeten door andere dieren en ze vergiftigen
Gemiddelde levensduur: honderden jaren, afhankelijk van de hoeveelheid

De snoepverpakking
Herkomst: stranden en straten
Gedrag: veroorzaakt grote schade aan het onderwaterleven
Gemiddelde levensduur: 20-30 jaar

Aluminium folie
Herkomst: stranden, straten en goten
Gedrag: kan bepaalde dieren omwikkelen en zo voedselopname verhinderen
Gemiddelde levensduur: 5 jaar

De glazen fles
Herkomst: straten, stranden en boten
Gedrag: veroorzaakt snijwonden en letsel aan zeedieren en zwemmers
Gemiddelde levensduur: duizenden jaren

De aluminium deksel
Herkomst: stranden en boten
Gedrag: heeft een schurend effect op het leven van de zeebodem
Gemiddelde levensduur: 10 jaar

Het maandverband
Herkomst: stranden, toiletten en boten
Gedrag: vertraagt de spijsvertering wanneer opgegeten
Gemiddelde levensduur: 25 jaar

Wereldwijd bereikt elke dag 8 miljoen ton afval de zee. Al dit afval wordt gemaakt door menselijke activiteiten. Dit niet-recyclebare afval wordt in het toilet geworpen, in afvoerkanalen en op straat gegooid, op het strand en in de zee achter gelaten. Al zwervend wordt het een merkbaar gevaar voor het onderwaterleven. Maar je kunt dit voorkomen.

Zwerfvuil is een bedreiging voor de zee.

Agència Catalana de l'Aigua

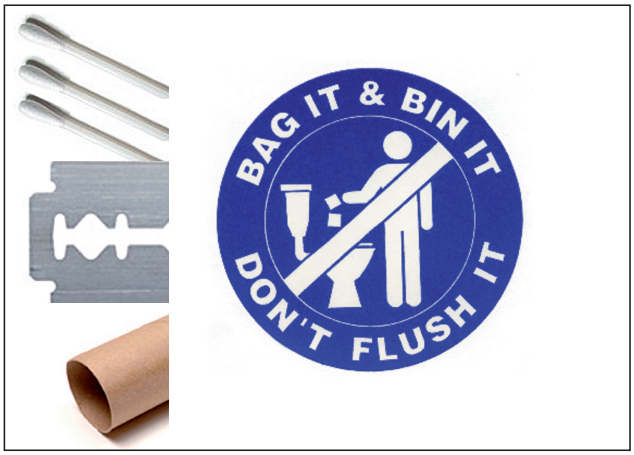
Generalitat de Catalunya
Departament
de Medi Ambient i Habitatge

LEER ERVAAR DOE!

Voor een zee zonder zwerfvuil

Endangered Wildlife Trust: Als jij het niet opraapt doen zij het wel, © Chris Jordan

STOP de INVASIE!,
2013 campagne van de Surfrider Foundation Europe



De *Bag It & Bin It* campagne moedigt mensen in Engeland aan hun wattenstaafjes e.d. niet door het toilet te spoelen

Een poster in de campagne van Houd Amerika Mooi tegen wegwerpen van sigarettenpeuken

Instructies

TAAK A

Leerlingen bespreken bovenstaande posters. Ze noteren wat 'succes factoren' zijn en gebruiken die in hun eigen campagne, als dat kan.

TAAK B

Leerlingen kijken om zich heen en zien wat er beter kan in hun eigen familie, omgeving etc. Wordt het glas/plastic/papier/chemisch afval wel of niet apart ingezameld, liggen er veel sigarettenpeuken op het schoolplein of bij de supermarkt? Ze maken hun eigen campagne om mensen hier op te wijzen. Voor ze beginnen, beantwoorden ze deze vragen:

- Bepaal het doel van je campagne: Wil je je bevindingen presenteren, ideeën aandragen voor verbetering of protesteren tegen de huidige gang van zaken?
- Wat is je doelgroep? Ouders en familie, andere scholen, de buurt of zelfs de hele stad? Waarom is jouw boodschap interessant of belangrijk voor hen?
- De manier van communiceren is afhankelijk van je doelgroep. Voor ouders en leerkrachten zouden de leerlingen een informatiebord een tentoonstelling of toneelstuk kunnen maken. Voor een groter publiek kan misschien de hulp ingeroepen worden van media of een milieuorganisatie in de buurt. Een campagne via sociale media is ook een optie.
- Een campagne opzetten is veel werk. Leerlingen maken groepjes en verdelen het werk:
  - Publiciteit: deze groep benadert media en autoriteiten. Sommige media biedt gratis advertentieruimte aan voor dit soort acties.
  - Documentatie: deze groep verzamelt bruikbaar materiaal, onderzoeksrapporten, wetgeving, foto's. Gebruik dit materiaal om een persbericht te maken, voor een brochure of een poster. Deze groep doet ook een voorstel voor een goede slogan. Voor goede ideeën kan je eerst brainstormen met de hele klas waarna de groep aan de slag gaat. Dan stelt de groep de drie beste slogans aan de klas voor.
  - Opmaak en redactie: Deze groep bedenkt en ontwerpt het promotiemateriaal: posters, flyers, presentaties, logos, beeldmerken, radiospot, etc. Het moet er aantrekkelijk uitzien en passen bij de slogan. Bij voorkeur worden de producten gemaakt van recycled materiaal.
  - Financiën: Deze groep bereidt het campagnebudget voor en denkt daarbij aan printkosten, ontwerpkosten, distributiekosten, huur ruimtes, inhuur ambassadeur etc. Ook onderzoeken en benaderen ze mogelijke financieringsbronnen bij fondsen, lokale bedrijven en de gemeente.
- Hoe kun je publiciteit van de campagne vergroten? Een campagne start en of eindigt vaak met een publiek evenement zoals een tentoonstelling, een festival, een optreden etc. Om nog meer aandacht te vragen voor het doel kunnen de leerlingen een lokale bekendheid vragen als ambassadeur.