



for a living planet®



Lerarenhandleiding
Moob-X: ontdek de duistere kantjes van je gsm!

Nationale Loterij
creëert kansen 



Inhoud

Inleiding

I. Algemene informatie

- Educatie in duurzame ontwikkeling
- De doelgroep
- Een symbolisch onderwerp: de gsm
- Waarom Moob-X?

II. Hoe werken met Moob-X?

- Een ICT-project?!
- Eindtermen
- De uitdaging voor jongeren

III. Educatief traject voor in de klas

Module 1: De wereldreiziger – De impact van onze consumptie op het milieu

Module 2: De technicus – Mobiele telefonie, gsm-straling en het voorzorgsprincipe

Module 3: De manager - Duurzame ontwikkeling en bedrijfsvoering

Module 4: De afvalsorteerder - Afvalverwerkingsmethoden

Module 5: De reclameman - Reclamestrategieën

Module 6: De quizkandidaat - Regels en gebruiken rond gsm-gebruik

Inleiding

Deze handleiding is bedoeld voor leerkrachten die willen werken met het project 'Moob-X: ontdek de duistere kantjes van je gsm'. Moob-X biedt je heel wat leuke werkvormen voor educatie op het vlak van **verantwoord en duurzaam consumeren**. Ze zijn bruikbaar in verschillende vakken en bij diverse vakoverschrijdende thema's in de **tweede graad** van het **secundair onderwijs**.

Op de **interactieve website** www.moobx.net zijn **6 educatieve spellen** voor jongeren te vinden. De gsm dient als uitgangspunt om jongeren bewust te maken van hun consumptiegedrag en begrippen als 'duurzame ontwikkeling', 'duurzame consumptie' en de 'ecologische voetafdruk' te introduceren. Elk spel gaat in op een aan de gsm gerelateerd thema, waarover ook de nodige **achtergrondinformatie** beschikbaar is.

Het **eerste deel** van deze handleiding geeft kort aan waarom de gsm wordt gebruikt als uitgangspunt voor educatie in duurzame ontwikkeling.

In het **tweede deel** leggen we uit hoe je met dit ICT-project in de klas aan de slag kan.

Het **derde deel** biedt voor elke spelmodule suggesties om het onderwerp in de klas te behandelen.

Wij wensen je alvast veel plezier met dit project en hopen dat het een verrijkende ervaring wordt voor jou en voor je leerlingen!

Het educatieve team van WWF

I. Algemene informatie

➤ **Educatie in duurzame ontwikkeling**

Duurzame ontwikkeling voorziet in de behoeften van de huidige generatie, zonder de mogelijkheid voor de toekomstige generaties in gevaar te brengen om ook in hun behoeften te voorzien. Duurzame ontwikkeling vraagt een evenwicht tussen drie pijlers: de economische, de ecologische en de sociale.

De bescherming van de ecologische rijkdommen kan niet worden losgekoppeld van de sociaaleconomische context. Die filosofie staat centraal in alle activiteiten van WWF, overal ter wereld. Om de biodiversiteit doeltreffend te kunnen beschermen zullen we ons consumptiegedrag moeten aanpassen, en kiezen voor een duurzamere levenswijze. Daarom heeft WWF niet alleen tal van terreinprojecten, maar werken we ook aan bewustmaking en educatie op het vlak van duurzame ontwikkeling en duurzaam consumeren.

De toekomst van onze planeet ligt ook in de handen van de volgende generaties. Daarom is het belangrijk de jongeren bewust te maken van het belang van het milieu en duurzame ontwikkeling. Het onderwijs kan hier een cruciale rol in spelen. De school vormt een essentiële schakel in de samenleving. Zij heeft de taak om jongeren waarden, vaardigheden en attitudes bij te brengen die hen helpen kiezen voor een duurzame levensstijl.

Om de leerkrachten bij deze boeiende uitdaging bij te staan, ontwierp WWF het Moob-X: een educatief project om jongeren uit het secundair onderwijs te sensibiliseren in verband met duurzame ontwikkeling. Moob-X werd ontwikkeld in samenwerking met Media Animation, en met de financiële steun van de Nationale Loterij.

➤ **De doelgroep**

De website van het project Moob-X is bedoeld voor jongeren **van 14 tot 16 jaar** en wil hen bewustmaken van de principes van duurzame ontwikkeling en hen aanzetten tot verantwoord consumeren.

In deze handleiding voor leerkrachten vind je educatieve activiteiten voor klassen van de tweede graad van het secundair onderwijs (voor ASO, KSO, TSO en BSO).

➤ **Een symbolisch onderwerp: de gsm**

Uit een onderzoek van het OIVO¹ blijkt dat in 2003 slechts twee jongeren op tien een gsm bezaten. In 2006 was dat cijfer al opgelopen tot meer dan acht op tien. Bovendien blijft het aantal jongeren met een gsm stijgen.

¹ *Jongeren en nieuwe technologieën*, OIVO (Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties), mei 2006.

De gsm is dus een consumptievoorwerp dat bijzonder sterk verspreid is bij jongeren en dat ondertussen stevig verankerd is in de jongerencultuur. Daarom is de gsm ideaal als uitgangspunt om jongeren bewust te maken van hun consumptiegedrag en om begrippen als 'duurzame ontwikkeling', 'duurzame consumptie' en de 'ecologische voetafdruk' te behandelen. Zo verduidelijken we bijvoorbeeld het verband tussen het gebruik van de gsm in België en de ecologische en sociale impact daarvan aan de andere kant van de wereld.

➤ **Waarom Moob-X?**

Moob-X is een kleurrijk personage dat de jongeren wil aansporen om de verschillende spellen te spelen. Aan de hand van korte videofragmenten, gefilmd met een webcam, legt Moob-X de bezoekers met humor uit hoe zij zoveel mogelijk punten kunnen scoren.

II. Hoe werken met Moob-X?

➤ Een ICT-project?!

De website www.moobx.net is toegankelijk voor alle jongeren die de uitdagingen van de verschillende spellen willen aangaan. In de klas is de website het ideale uitgangspunt voor een reeks lessen over de gsm en duurzaam consumeren.

Veel leerkrachten voelen zich niet helemaal op hun gemak bij ICT-projecten (Informatie- en Communicatietechnologie). De leerlingen zijn namelijk vaak vertrouwd met computers en het internet dan zichzelf. Maar Moob-X vereist absoluut geen specifieke kennis of materiaal. De meeste scholen beschikken over de nodige uitrusting en een informaticaspecialist die de leerkrachten kan helpen met het technische gedeelte. Hieronder vind je alle uitleg die je nodig hebt om mee te doen met het project.

Het computerlokaal

Voor de website www.moobx.net heb je computers met een breedbandinternetverbinding nodig, voorzien van een internetbrowser zoals Internet Explorer (www.microsoft.com) of Mozilla Firefox (www.mozilla.org). Om de filmfragmenten te kunnen bekijken en de multimediaoefeningen te kunnen uitvoeren, is een Flash Player nodig zoals Windows Mediaplayer (www.microsoft.com), Quicktime (www.apple.com) of Plugin flash player 7 (www.macromedia.com).

Het is nuttig om vooraf alles even uit te testen. Als er een probleem zou opduiken, zijn wij altijd bereid om je te helpen. Je kunt ons daarvoor gewoon een e-mail sturen naar moobx@wwf.be.

➤ Eindtermen

Door met het project Moob-X aan de slag te gaan, werk je met je klas aan heel wat vakoverschrijdende thema's (bv. opvoeden tot burgerzin, sociale vaardigheden, milieueducatie,...). Voor de activiteiten die we vervolgens beschrijven, vermelden we niet steeds afzonderlijk de **vakoverschrijdende eindtermen**. Deze eindtermen krijgen bij dit project voortdurend aandacht. In bijlage 1 vind je een lijst met de vakoverschrijdende eindtermen waar we bij het opstellen van de activiteiten extra rekening mee gehouden hebben. Afhankelijk van welke accenten je legt en welke activiteiten je kiest krijgen bepaalde eindtermen wat meer aandacht dan andere.

Het zijn niet alleen de leerkrachten wetenschappen die met het pakket Moob-X aan de slag kunnen. We geven bij elke activiteit aan bij welke vakgebieden deze kan aansluiten. De meeste activiteiten kunnen in heel wat vakken aan bod komen. We vermelden enkel de vakken waar vakgebonden eindtermen voor bestaan; er zijn dus nog zeker andere vakken waar je de lessen voor kan gebruiken.

➤ De uitdaging voor jongeren

Zij kunnen zich **individueel registreren op de website**. Hiervoor moeten ze een **profiel** van zichzelf opstellen door een originele **foto** van hun gsm te downloaden en door de **identiteitskaart** in te vullen.

Wanneer ze geregistreerd zijn, krijgen de leerlingen op de website toegang tot:

- zes educatieve spellen met achtergrondinformatie;
- videoclips die hen helpen bij hun acties;
- de 'Moob-tip van de dag': telkens wanneer zij naar de website gaan, verschijnt er een tip over gezondheid, veiligheid, geld... met betrekking tot de gsm.

Elk van de 6 spellen gaat in op een aan de gsm gerelateerd thema, waarover ook de nodige achtergrondinformatie beschikbaar is:

- **De wereldreiziger** is een ontdekkingsreis langs de verschillende grondstoffen die nodig zijn om een gsm te produceren. Tijdens deze reis word je je bewust van de ecologische impact van een elektronisch gebruiksvoorwerp.
- **De technicus** leert je de technische aspecten van de mobiele telefonie begrijpen en introduceert het 'voorzorgsprincipe'. Dit principe gaat ervan uit dat bij de mogelijke gevaren van gsm-straling voorkomen beter is dan genezen.
- **De manager** laat je een gsm-bedrijf leiden volgens de principes van duurzame ontwikkeling. Je moet bij de bedrijfsvoering dus een balans vinden tussen sociale, economische en ecologische aspecten.
- **De afvalsorteerder** behandelt de milieu-impact van verschillende afvalverwerkingsmethoden voor gsm's. Kies de juiste verwerkingsmethode of gun je gsm een tweede leven.
- **De reclameman** maakt je bewust van de gangbare reclamestrategieën en leert je een kritische houding aan te nemen tegenover reclame en je eigen consumptiegedrag.
- **De quizkandidaat** behandelt sociale gedragscodes rond gsm-gebruik en wijst je op je rechten en plichten. Komen onder meer aan bod: belgedrag in het openbaar, foto's nemen van personen, pesten via gsm, spam,...

Hoe raak je in de **Top 5**? De bedoeling is dat de jongeren zo hoog mogelijk raken in het klassement en proberen in de Top 5 te komen, zodat de foto van hun gsm op de website verschijnt. Hoe vaker de jongeren deelnemen aan de spellen, de achtergrondinformatie raadplegen en stemmen krijgen voor hun foto, hoe meer ze kunnen stijgen in het klassement.

Alleen wie geregistreerd is op de website kan stemmen. Je kan maar één keer stemmen voor elke deelnemer. Een stem komt overeen met maximaal vijf punten. Het resultaat van de stemmen komt bovenop het resultaat dat elke deelnemer heeft behaald bij de spellen.

De resultaten staan vermeld op de identiteitskaart van de deelnemer en in het algemene klassement. Dat algemene klassement toont de leerlingen hoe zij scoren in vergelijking met de anderen.

➤ **Hoe inschrijven als leerkracht?**

Als leerkracht schrijf je je in op de lerarenpagina van www.moobx.net. Bij 'Schrijf je hier in' kies je een login en een paswoord waardoor je zelf de spellen kan spelen en stemmen kan uitbrengen op de andere deelnemers. Je schrijft hier dan ook meteen je klas in. Van zodra een klas door jou is ingeschreven, kunnen de leerlingen hun school en klas aanduiden als ze zich inschrijven, waardoor jij de statistieken van je klassen kan bekijken.

III. Educatief traject voor in de klas

Module 1: De wereldreiziger

De impact van onze consumptie op het milieu

➤ Spel: Moob-X de wereldreiziger

Doelstelling internetspel

Het doel van dit spel is de spelers bewust te maken van de ecologische impact van de productie van de diverse onderdelen van een gsm.

Hoe werkt het spel?

De opdracht voor de speler: vul het fotoalbum van Moob-X aan. Moob-X is naar de vier uithoeken van de wereld gereisd om foto's te nemen van de plaatsen waar de verschillende materialen van zijn gsm vandaan komen. Het album is niet volledig en de speler moet de ontbrekende foto's opzoeken en bij het juiste bijschrift plaatsen. Hij kan de achtergrondinformatie bij het spel raadplegen om de eigenschappen en impact van elk materiaal te leren kennen.

Wil je duurzame consumptie en het begrip ecologische voetafdruk uitgebreider in de klas behandelen? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel horende achtergrondinformatie lezen.

➤ Educatief traject voor in de klas

Activiteit 1: Geboorte, leven en dood van alledaagse producten

Doelstellingen

- De leerlingen kunnen de impact van de productie, het gebruik en de verwerking van gebruiksvoorwerpen op het leefmilieu beschrijven.
- De leerlingen kunnen duurzaam consumeren illustreren met enkele voorbeelden.

Werkwijze

Vraag de leerlingen om een voorwerp of product mee naar school te brengen dat ze in hun dagelijkse leven regelmatig gebruiken of verbruiken. Laat hen een stripverhaal tekenen waarin ze de levensloop van het product illustreren: zowel de weg die het product aflegt tot het bij hen terechtkomt als wat ermee gebeurt wanneer zij het wegdoen.

Verdeel de klas in groepjes en vraag elke leerling om zijn of haar voorwerp voor te stellen aan de rest van de groep. Laat hen vertellen waarom zij voor dit product hebben gekozen en vraag hen commentaar te geven bij de levensloop die het stripverhaaltje weergeeft.

Laat elke groep één product kiezen uit de meegebrachte voorwerpen. Vraag de groepsleden om samen na te denken over de milieu-impact van het product tijdens de verschillende fasen van zijn levensloop: de productie, het gebruik en de afvalverwerking.

Laat de leerlingen nu nadenken over de keuzes die zij als consumenten kunnen maken om die milieu-impact zoveel mogelijk te beperken. Breng hun bedenkingen samen en laat hun een lijst opstellen van alle voorstellen. Bijvoorbeeld: kiezen voor producten van biologische landbouw of uit duurzaam beheerde hulpbronnen (vis, hout,...), kiezen voor streek- en seizoenproducten, in bulk verpakte waren, tweedehandsgoederen, materiaal herstellen, kiezen voor herbruikbare of recycleerbare producten.

Vraag de leerlingen om in deze lijst aan te duiden welke vormen van 'duurzame consumptie' zij nu al regelmatig toepassen. Vraag hun ook om drie consumptiegewoonten aan te duiden die volgens hen gemakkelijk over te nemen zijn. Vraag hun of zij bereid zijn om zich er schriftelijk toe te verbinden één of meer van deze principes na te komen tot een datum die zij zelf bepalen (bijvoorbeeld op een postkaart of een poster die in de klas wordt opgehangen). Laat hen dit engagement ook ondertekenen.

Duur: 50 minuten

Materiaal: een voorwerp of product per leerling

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie - humane wetenschappen – natuurwetenschappen - Nederlands - PAV

Activiteit 2: Onze gsm? Die leeft op grote voet!

Doelstelling

De leerlingen kunnen zich de ecologische voetafdruk van hun gsm visueel voorstellen en verwoorden waar deze op slaat: de biologisch productieve oppervlakte (bijvoorbeeld de oppervlakte bos, weiland, zee, enzovoort) die nodig is om de gsm te produceren, te gebruiken en het afval ervan te verwerken.

Werkwijze

Vraag de leerlingen om hun ecologische voetafdruk te berekenen op de website www.wwf.be/eco-footprint/nl.

Laat hen daarna in de achtergrondinformatie opzoeken hoe groot de voetafdruk per persoon op aarde mag zijn om de planeet niet te overbelasten (1,8 hectare). Vraag de leerlingen waarmee deze oppervlakte te vergelijken is (het equivalent van +/- 3 voetbalvelden).

Is hun persoonlijke voetafdruk groter dan deze oppervlakte? Waarschijnlijk wel, want de gemiddelde voetafdruk van Belgische jongeren bedraagt 3,46 ha en die van de gemiddelde Belg 5,6 ha.

Laat hen in de achtergrondinformatie opzoeken hoe groot naar schatting de gemiddelde voetafdruk van een gsm is (104 m²).

Ga met de leerlingen naar buiten en baken op de grond een oppervlakte van 104 m² af. Vorm een menselijke ketting op deze lijn zodat de leerlingen zich nog beter kunnen voorstellen hoe groot die oppervlakte concreet is.

Bereken daarna hoeveel gsm's alle leerlingen samen al hebben gehad in hun leven, en vermenigvuldig dit aantal met 104 m². Vergroot de ketting in verhouding.

Niet genoeg ruimte beschikbaar? Bereken dan de grootte van het schoolplein of de gymzaal. Met hoeveel maal de voetafdruk van een gsm komt deze oppervlakte overeen? Hoeveel maal deze oppervlakte bedraagt ongeveer de totale gsm-voetafdruk van de leerlingen (bv. het equivalent van ongeveer 4 speelplaatsen)?

Duur: 50 minuten

Materiaal: een vrije oppervlakte om de mensenketting te kunnen vormen die de gsm-voetafdruk van de hele klas voorstelt (bv. een schoolplein of gymzaal)

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie – PAV - wiskunde

Activiteit 3: Geboorte, leven en dood van een gsm

Doelstelling

De leerlingen zien in dat de milieu-impact door de productie van een gsm kan worden beperkt door de levensduur van een gsm (en producten in het algemeen) te verlengen, en dat de druk op het leefmilieu toeneemt met elke nieuwe aankoop.

Werkwijze

Verwijs nog even naar activiteit 2 en laat de leerlingen stilstaan bij de betekenis van de ecologische voetafdruk van elk voorwerp dat wij dagelijks gebruiken. Herinner hen eraan dat deze oppervlakte de ruimte op aarde vertegenwoordigt die nodig is voor de productie, het gebruik en de afvalverwerking van deze voorwerpen.

Vraag hun hoe we de voetafdruk en milieu-impact door de productie, het gebruik en de afvalverwerking van deze voorwerpen kunnen beperken. Laat hen opnieuw nadenken over het concept van de levensloop van gebruiksvoorwerpen.

Geboorte	Leven	Einde gebruik
PRODUCTIE EN DISTRIBUTIE	GEBRUIK	HERGEBRUIK OF VERWERKING
PRODUCTIE: <ul style="list-style-type: none"> • ontginning van natuurlijke rijkdommen • transport • productie van verschillende onderdelen • transport • assemblage • verpakking DISTRIBUTIE: <ul style="list-style-type: none"> • transport 	De levensduur van je gsm kun je verlengen door: <ul style="list-style-type: none"> • hem langer te gebruiken • ervoor te zorgen dat je gsm wordt hergebruikt of de onderdelen worden gerecycleerd 	HERGEBRUIK: Een tweede leven voor je gsm! VERWERKING: <ul style="list-style-type: none"> • transport • verwerking onbruikbare onderdelen • recyclage bruikbare onderdelen • transport

Laat de leerlingen tot de conclusie komen dat zij als consument moeilijk invloed kunnen uitoefenen op de productieomstandigheden (hoewel zij wel vragen kunnen stellen aan de producenten: zie ook module 3), maar dat zij toch bepaalde keuzes kunnen maken bij de laatste stappen in de levensloop van een product (“leven” en “einde gebruik”).

Houd hierover een brainstorm. Indien nodig kun je de leerlingen wat sturen, bijvoorbeeld met de volgende suggesties:

- Koop niet elk jaar een nieuwe gsm en gebruik je toestel zo lang mogelijk:
 - door er zorgvuldig mee om te gaan
 - door niet zomaar mee te doen met modegrillen (zie ook module 5)
 - door je gsm te personaliseren (dat is minder duur dan een nieuwe te kopen en het is ook origineler)
 - ...
- Toch een nieuw toestel nodig? Probeer dan een tweedehandstoestel te vinden of koop er een van een kennis.
- Als je toch een nieuw toestel koopt, onderzoek dan welke producenten inspanningen doen om hun impact op het milieu te beperken (raadpleeg bv. de studie van Greenpeace over dit onderwerp: <http://www.greenpeace.nl/campaigns/giftige-stoffen-2/gif-in-electronica/guide-to-greener-electronics/de-ranglijst-van-bedrijven>)
- Kies een toestel dat tegen een stootje kan (zoek bijvoorbeeld inlichtingen in de aanbevelingen van consumentenorganisaties).
- ...

Duur: 50 minuten

Materiaal: een (school)bord voor de brainstorm

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie - humane wetenschappen
– natuurwetenschappen - Nederlands - PAV

➤ **Extra activiteit**

Vertel het verhaal van de levensloop van een gsm in een creatieve vorm (een lied/sketch/reportage/kortfilm/stripverhaal/...) aan de rest van de school. Besteed aandacht aan de milieu-impact van de verschillende fasen in het leven van een gsm: de productie, het gebruik en de verwerking van afgedankte gsm's. Leg ook uit dat iedereen de keuze kan maken om die impact te beperken.

Module 2: De technicus

Mobiele telefonie, gsm-straling en het voorzorgsprincipe

➤ **Spel: Moob-X de technicus**

Doelstelling internetspel

Het doel van dit spel is om een gsm op virtuele wijze samen te stellen en zo vertrouwd te raken met de techniek van de mobiele telefonie.

Hoe werkt het spel?

De spelers krijgen een hele lijst van onderdelen te zien waarin ze op zoek gaan naar de ontbrekende gsm-onderdelen. Door de achtergrondinformatie bij elk onderdeel (Meer weten) te raadplegen ontdekken ze of een onderdeel al dan niet een gsm-onderdeel is, uit welke grondstoffen de onderdelen zijn samengesteld en welke impact ze hebben op het leefmilieu en de volksgezondheid. Door deze informatie te raadplegen kunnen de spelers extra punten verdienen en dus hoger scoren.

Wil je de problematiek van gsm-straling uitgebreider in de klas behandelen? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel horende achtergrondinformatie lezen.

➤ **Educatief traject voor in de klas**

Activiteit 1: 65 minuten en je bent gaar gekookt! Informatie of misleiding?

Doelstellingen

- De leerlingen kunnen verschillende informatiebronnen over een omstreden onderwerp raadplegen, de gevonden gegevens tegenover elkaar afwegen en een mening ontwikkelen.
- De leerlingen nemen een kritische houding aan tegenover verontrustende informatie (bv. gsm-gebruik en gezondheid) op het internet en in andere media.

Werkwijze

Vertel de leerlingen dat er een natuurkundeproef werd uitgevoerd om de gevolgen van de straling van een gsm te testen. Een ei werd blootgesteld aan de straling van twee mobiele telefoons die met elkaar in verbinding stonden.

Zeg de leerlingen dat het resultaat van deze test als volgt is:
Na 25 minuten begint het ei op te warmen. Na 45 minuten is het ei helemaal warm. Na 65 minuten is het ei gekookt!!

Informatie of misleiding? Om dat te achterhalen kan je met je leerlingen het experiment herhalen.

Deze proef is heel gemakkelijk uit te voeren. Het materiaal is gemakkelijk te vinden en op te stellen. Dit is een leuk experiment om de leerlingen aan het denken te zetten over de problematiek van de overbrenging van golven. Een minpunt is wellicht het tarief van de gespreksminuten. Los dit op door twee telefoons met hetzelfde netwerk te gebruiken.



Kan je dit experiment niet uitvoeren in de klas, lees dan de reactie van de POD (Programmatore Federale Overheidsdienst Consumentenbescherming), die dit gerucht als vals bestempelt:

<http://www.belgium.be/eportal/application?languageRedirected=yes&docId=43972&pageid=contentPage&languageParameter=fr>

Bespreek vervolgens gedurende 15 minuten de betrouwbaarheid van informatiebronnen met je klas. De leerlingen zullen de informatie die ze tijdens de tweede activiteit opzoeken dan met een kritischer blik analyseren.

Duur: 65 minuten om het experiment uit te voeren + 15 minuten nabespreking

Materiaal: een ongekookt ei, 2 gsm's, kartonnen doosjes ter ondersteuning (zie foto) om het ei en de telefoons te kunnen opstellen voor de proef.

Mogelijke vakgebieden: humane wetenschappen – natuurwetenschappen - Nederlands - PAV
--

Activiteit 2: Welke rol speelt die gsm eigenlijk?

Doelstellingen

- De leerlingen kunnen achtergrondinformatie verwerken over de diverse onderdelen van de gsm en kennen de technische aspecten van de mobiele telefonie.
- De leerlingen zijn zich bewust van de mogelijke gevolgen van mobiele telefonie voor het milieu en hun gezondheid.
- De leerlingen kunnen informatie opzoeken over een onderwerp en verschillende gegevens tegenover elkaar plaatsen met een kritische blik.
- De leerlingen kunnen ideeën structureren, meningen uitwisselen en een standpunt beargumenteren.
- De leerlingen hanteren het 'voorzorgsprincipe'.

Werkwijze

Stap 1: Nodig je leerlingen uit voor een rollenspel. Situatie: de leerlingen vertegenwoordigen verschillende actoren in een televisiedebat over de gsm. De klas wordt verdeeld in zeven (of meer) groepen:

1. Verkopers / producenten
2. Consumenten
3. Wetenschappers die worden betaald door commerciële bedrijven
4. Onafhankelijke wetenschappers en medici
5. Leden van milieuverenigingen
6. Politici
7. Het technische team (cameraman/fotograaf) en de presentator

Stap 2: Bepaal één of meerdere discussiethema's. In de kader vind je enkele mogelijke thema's.

- Moeten we bang zijn voor nieuwe technologieën?
- Houdt het gebruik van een mobiele telefoon gezondheidsrisico's in?
- Er is een nieuwe gsm ontworpen voor kinderen vanaf 4 jaar. Moeten we het gebruik ervan aanmoedigen?
- Vormt de toename van gsm-masten een aanslag op het landschap en op de gezondheid van de omwonenden?
- Hebben de stoffen in onze gsm gevolgen voor het leefmilieu?
- ...

Stap 3: Elke groep gaat nu een passend profiel opstellen van hun personage. De groep bedenkt voor dit personage een naam, een beroep, een verhaal en standpunten en een karakterschets in verband met de gekozen gespreksonderwerpen. Onderstaand schema is een voorbeeldprofiel.

Soort personage:

Consument

Naam:

Benny de Beller

Beroep:

Voormalig vertegenwoordiger van het telecommunicatiebedrijf 'Proxistar'

Benny's verhaal:

Toen Benny voor zijn werk soms wel vijf uur lang zat te bellen in de auto, begon hij hoofdpijn te krijgen. Hij probeerde zijn gsm niet meer te gebruiken en zijn klachten verdwenen. Hij dacht dat het om een tijdelijk probleem ging en begon weer te bellen zonder zich al te veel zorgen te maken. Maar de symptomen kwamen terug en gingen nu zelfs gepaard met gedragsstoornissen. Op een dag kon Benny zich in een parkeergarage niet eens meer het merk van zijn auto herinneren en raakte hij in paniek.

De dokter stelde eerst een ernstige zenuwzinking vast. Maar toen hij merkte dat Benny's toestand niet verbeterde, uitte hij in een brief aan Proxistar de hypothese dat het overmatige gebruik van de mobiele telefoon verantwoordelijk zou kunnen zijn voor de gezondheidstoestand van zijn patiënt.

Benny is nu met vervroegd pensioen om medische redenen. En al gebruikt hij zijn gsm niet meer, zijn klachten blijven. Hij heeft zijn vroegere werkgever vervolgd, maar moest dit staken bij gebrek aan wetenschappelijke bewijzen en middelen.

Benny's standpunten:

Benny is ervan overtuigd dat hij het slachtoffer is geworden van een toestel dat hij voor zijn werk nodig had. Hij beweert dat zijn hoofdpijn en zijn geheugenverlies te wijten zijn aan de straling van zijn gsm.

Zijn mening staat vast: nooit zal hij zijn kleinkinderen gebruik laten maken van dit toestel dat zijn leven heeft verwoest.

Om niet te worden blootgesteld aan de straling die gsm-masten verspreiden, is hij verhuisd naar Eindegem, in een uithoek van Limburg. Hier wordt het landschap niet 'vervuild' door gsm-masten.

Karakterschets:

Benny kan niet gemakkelijk zijn kalmte bewaren; hij maakt veel gebaren tijdens het spreken en komt een beetje 'hyper' over.

Hieronder volgen een aantal websites met voorbeelden van personages die een bepaalde mening hebben over de **gezondheidseffecten van gsm's**. De

leerlingen kunnen deze info gebruiken om voor hun personage een profiel op te stellen.

- Een netwerkoperator die zijn mening geeft over gsm-gebruik en gezondheid:

http://company.proximus.be/nl/GSM_And_Health/GHE_Health.html

- Een journalist die een wetenschappelijke studie aanhaalt die stelt dat gsm-straling niet ongezond is:

<http://www.elsevier.nl/nieuws/wetenschap/artikel/asp/artnr/83169/index.html>

en: <http://www.elsevier.nl/opinie/commentaren/asp/artnr/78996/index.html>

- Een oproep van kinderartsen aan politici over de gevaren van straling:

http://www.iewonline.be/IMG/pdf/petition_pediatres_GSM.pdf

- Het standpunt van de federale overheid over gsm-straling:

http://www.belgopocket.be/N/030_List2_artikels_.php?ref=1392&idBis=78&css_ID=c06

- Een medisch milieukundige die een objectieve stand van zaken geeft over gsm-straling en gezondheid. Hij zegt dat het niet bewezen is dat gsm-straling gevaarlijk is, maar sluit het ook niet uit:

<http://www.mmk.be/vrij.cfm?Id=203>

+ bijbehorend rapport 'Gsm's en gsm-antennes: schadelijk voor je gezondheid?':

http://www.milieu-en-gezondheid.be/nieuwsbrief/nieuwsbrief%2011/MMK_Brochure.pdf

- Iemand van 'Beperk de straling' die de opkomst en verspreiding van een nieuwe antennesoort bekritiseert:

<http://www.indymedia.be/nl/node/9368>

- Iemand van een milieuorganisatie die wijst op de gezondheidsgevaren van elektromagnetische straling.

http://www.motherearth.org/news/news_nl.php?article=43

Andere nuttige websites om een discussie voor te bereiden:

- <http://www.infogsm.be>: website van de federale overheid voor het grote publiek met info over de gevolgen van gsm-gebruik en gsm-masten en met allerlei andere gsm-gerelateerde thema's en weetjes
- <http://www.fonebak.be>: bedrijf dat gebruikte gsm's recycleert
- <http://www.stopumts.nl/>: anti-elektromagnetische straling website

NB: deze websites zijn gekozen omdat zij informatie bieden over de mening van verschillende actoren. Er wordt niet gesuggereerd dat deze websites of de actoren 'de waarheid' verkondigen. De tegengestelde meningen op deze websites zijn juist gekozen om een echt debat op gang te brengen.

Er is wellicht pedagogische begeleiding nodig wanneer de leerlingen deze websites bezoeken, omdat de inhoud ervan in bepaalde gevallen betwistbaar kan zijn. Maak je leerlingen in elk geval duidelijk dat het om betwistbare informatie gaat.

Stap 4: Net als in een echt televisiedebat moet het verloop van het debat door de presentator worden vastgelegd voordat de discussies van start gaan. Zo krijgt iedereen de gelegenheid zijn of haar standpunt te verkondigen over het onderwerp dat hij of zij heeft voorbereid. Met weldoordachte argumenten probeert elke persoon zijn of haar standpunt te verdedigen (zelfs wanneer die wetenschappelijk fout zijn). De presentator leidt het gesprek in goede banen.

Stap 5: Laat je leerlingen het debat voeren.

Stap 6: Wanneer het voorzorgsprincipe niet aan bod is gekomen tijdens het debat, is het raadzaam achteraf nog op dit principe terug te komen (zie onderstaande kader). Het is één van de principes waarvoor de WWF-campagne specifiek aandacht vraagt.

Tenslotte kan er nog een discussie volgen met de klas over wat iedereen zelf over de gekozen thema's denkt.

Voorkomen is beter dan genezen...

*"[...] het **voorzorgsprincipe** heeft betrekking op maatregelen die moeten worden genomen wanneer er voldoende redenen bestaan om aan te nemen dat een activiteit of een product ernstige en onherstelbare schade kan veroorzaken aan de gezondheid of het leefmilieu".*

Het voorzorgsprincipe hanteren betekent niet dat je meteen bang moet zijn voor nieuwe technologieën en dat je elk risico afwijst. Nee, het voorzorgsprincipe berust niet op emoties. Het bestaat erin de meest wijze beslissingen te nemen bij wetenschappelijke onzekerheid over de oorzaak, de waarschijnlijkheid, de aard en de omvang van een gevaar. We nemen dus maatregelen om een gevaar te voorkomen dat wetenschappelijk aannemelijk, maar nog niet bewezen is. We grijpen in voor er sprake is van mogelijke schade en wachten niet tot de schade zich al heeft voorgedaan, want 'voorkomen is beter dan genezen'.

Duur: twee keer 50 minuten (opbouw van het personage en documentatie opzoeken: 1 x 50 minuten – rollenspel en commentaar: 1 x 50 minuten)

Materiaal: camera of foto toestel om (delen van) het debat te filmen of te fotograferen.

Mogelijke vakgebieden: humane wetenschappen – natuurwetenschappen - Nederlands - PAV

Module 3: De manager

Duurzame ontwikkeling en bedrijfsvoering

➤ **Spel: De manager**

Doelstelling internetspel

Het spel laat de speler een onderneming oprichten, waarbij die een balans moet zoeken tussen de drie pijlers van duurzame ontwikkeling: levensvatbaarheid/rendabiliteit (economisch), rechtvaardigheid (sociaal) en leefbaarheid (milieu).

Hoe werkt het spel?

De spelers kiezen een prototype gsm dat moet worden ontwikkeld. Daarna kiezen ze voor elk gsm-onderdeel een onderaannemer op basis van economische, sociale en ecologische criteria. Meer info over de werkwijze van de bedrijven in kwestie is te vinden op de identiteitskaarten van elk bedrijf, die zichtbaar worden na een klik op een bedrijf ergens op de wereldbol.

Wanneer de spelers eenmaal hebben gekozen bij welke onderneming ze de onderdelen kopen, kunnen ze het verkregen resultaat voor de drie duurzaamheidspijlers nakijken. De bedoeling is een evenwicht te vinden tussen economische, sociale en ecologische criteria, en zo te werken aan een duurzame onderneming.

Wil je het concept duurzame ontwikkeling uitgebreider behandelen in de klas? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel horende achtergrondinformatie lezen.

➤ **Educatief traject voor in de klas**

Activiteit 1: Op weg naar een duurzame onderneming!

Doelstellingen

- De leerlingen zijn vertrouwd met het concept 'duurzame ontwikkeling' en in staat de drie pijlers ervan (sociaal, economisch en milieu) toe te passen op een (denkbeeldige) onderneming.
- De leerlingen kunnen meningen uitwisselen en compromissen bereiken.
- De leerlingen zijn zich ervan bewust dat er overleg tussen de verschillende betrokken partijen (binnen een onderneming of samenleving) nodig is om te komen tot een evenwicht tussen de drie pijlers van duurzame ontwikkeling.

Werkwijze

Verdeel de klas in groepjes van zes. Laat elk groepje een bedrijfsplan van een duurzame onderneming opstellen, waarbij ze rekening houden met de drie pijlers van duurzame ontwikkeling.

Stap 1: Laat elke groep een product kiezen (reëel of denkbeeldig) dat op de markt moet worden gebracht. Vraag de leerlingen een naam te bedenken voor hun onderneming.

Stap 2: Splits elke groep nog eens op in drie subgroepjes. Laat de subgroepjes de maatregelen beschrijven die nodig zijn op respectievelijk sociaal, economisch en ecologisch vlak. Laat de leerlingen eventueel een specifieke functie in het bedrijf innemen (vb. personeelsvertegenwoordiger, directie en milieudienst). Dan zullen zij zich deze maatregelen beter kunnen voorstellen.

Laat de leerlingen zelf de criteria voor hun pijler vaststellen. Als ze 'vastlopen' omdat ze bijvoorbeeld nog niet voldoende op de hoogte zijn van deze criteria, kun je hen een lijst bezorgen, waaruit zij die criteria kunnen kiezen die hun het meest relevant lijken voor hun pijler (zie verder).

Vraag hun vervolgens te beschrijven hoe die criteria concreet kunnen worden toegepast in hun denkbeeldig bedrijf. Onderstaande kader geeft een kort voorbeeld:

Voorbeeld van duurzame maatregelen in een onderneming

Onze onderneming heeft er zoveel mogelijk voor gezorgd om te werken met producten uit fair trade (eerlijke handel).

Zo zijn de uniformen van onze arbeiders gemaakt van biologisch 'fair trade' katoen. De uniformen zitten niet alleen comfortabel, ze zijn ook met respect voor het leefmilieu geproduceerd. En met de sociaal-economische omstandigheden van de kleine producenten van onze uniformen in het Zuiden zit het ook goed.

Vorig jaar hebben wij ook reclame-T-shirts laten maken van fair trade katoen. Dat is positief voor ons bedrijf: we prijzen onze producten aan op materiaal van een goede kwaliteit en tonen tegelijk ons respect voor mens en milieu. Zo krijgt ons bedrijf een positief imago in de ogen van de consumenten. Ook de producenten in het Zuiden varen er wel bij want zij krijgen gegarandeerd een eerlijke prijs voor hun product. Een prijs die hun productiekosten dekt en hen de mogelijkheid biedt om behoorlijk te leven.

Met een gedeelte van het geld dat de fair trade katoen opbrengt, worden sociale projecten opgezet: scholen, gezondheidscentra, enzovoort. De ecologische criteria garanderen de bescherming van het leefmilieu en zorgen voor gezonde werkomstandigheden, omdat er geen schadelijke pesticiden worden gebruikt.

De koffie en snacks die wij in ons bedrijf aanbieden, dragen bovendien het Max Havelaar keurmerk of komen uit de Oxfam-Wereldwinkels.

Hieronder staan voor de drie pijlers van duurzaamheid voorbeelden van duurzaamheidscriteria om aan de leerlingen te bezorgen (let op: sommige criteria kunnen ook meteen een uitwerking hebben op een andere pijler!).

Sociale criteria:

1. Ons bedrijf biedt de beste levens- en arbeidsomstandigheden aan zijn werknemers (op het vlak van onderwijs, gezondheid, veiligheid, enzovoort). Bijvoorbeeld: ...
2. Ons bedrijf biedt zijn werknemers duurzame contracten en een salaris dat hun de kans geeft om waardig te leven. Bijvoorbeeld: ...
3. Ons bedrijf bevordert de dialoog tussen de directie en het personeel. Bijvoorbeeld: ...
4. Ons bedrijf maakt er een erezaak van om elke vorm van discriminatie te vermijden bij de aanwerving van personeel. Bijvoorbeeld: ...
5. Ons bedrijf vraagt de omwonenden regelmatig om hun mening te geven over eventuele ongemakken die onze onderneming in hun buurt zou veroorzaken. Bijvoorbeeld: ...
6. Ons bedrijf biedt zijn personeel de mogelijkheid om zich voortdurend bij te scholen: dat is een 'troef' voor de werknemers, maar ook voor ons! Bijvoorbeeld: ...
7. Ons bedrijf stelt zijn werknemers ruimten ter beschikking die geschikt zijn voor contacten tussen de personeelsleden. Bijvoorbeeld: ...
8. Ons bedrijf doet alleen zaken met leveranciers die respectvol omgaan met hun personeel (geen dwangarbeid, te lange werkdagen, enzovoort). Bijvoorbeeld: ...
9. Ons bedrijf ziet erop toe dat het restaurant menu's aanbiedt die zijn aangepast aan de verschillende culturele en religieuze minderheden onder de werknemers. Bijvoorbeeld: ...
10. Ons bedrijf zet regelmatig zijn deuren open voor het publiek en werkt samen met scholen, verenigingen, enzovoort. Bijvoorbeeld: ...
11. Ons bedrijf heeft een samenwerkingsverband opgezet met een bedrijf uit het Zuiden om kennis en ervaringen uit te wisselen. Bijvoorbeeld: ...
12. Ons bedrijf wil armoede, ongelijkheid en vooral werkloosheid onder jongeren terugdringen. Bijvoorbeeld: ...
13. Overige: ...

Economische criteria:

1. Ons bedrijf heeft zijn uitgaven laten dalen door minder afval te produceren. Bijvoorbeeld: ...
2. Ons bedrijf stimuleert de plaatselijke economie (gebruik van lokale grondstoffen). Bijvoorbeeld: ...
3. Ons bedrijf vormt een 'troef' voor de regio omdat het de lokale infrastructuur heeft verbeterd. Bijvoorbeeld: ...
4. Ons bedrijf hanteert het voorzorgsprincipe en voorkomt zo toekomstige uitgaven (bv. voor de schade of vervuiling die het zou veroorzaken. Bijvoorbeeld: ...

5. Ons bedrijf is nog winstgevender geworden omdat wij hebben bespaard op energie door te investeren in de isolatie van onze gebouwen. Bijvoorbeeld: ...
6. Ons bedrijf koopt zijn goederen rechtstreeks bij plaatselijke producenten, waardoor wij minder transportkosten hebben. Bijvoorbeeld: ...
7. Ons bedrijf slaagt erin producten goedkoper aan te bieden, omdat wij onnodige verpakking zoveel mogelijk beperken. Bijvoorbeeld: ...
8. Ons bedrijf investeert in onderzoek en is koploper op het vlak van nieuwe technologieën, waardoor wij onze activiteiten op lange termijn verder kunnen ontwikkelen. Bijvoorbeeld: ...
9. Ons bedrijf denkt vandaag al aan zijn concurrentievermogen in de toekomst door de natuurlijke rijkdommen die nodig zijn voor onze productie zoveel mogelijk te beschermen en duurzaam te beheren. Bijvoorbeeld: ...
10. Ons bedrijf investeert liever in duurzaam materiaal van een goede kwaliteit dan alles op korte termijn opnieuw te moeten aankopen. Bijvoorbeeld: ...
11. Ons bedrijf heeft zijn personeel opgeleid om zoveel mogelijk te werken met elektronische informatiedragers om de aankoop van papier te beperken. Bijvoorbeeld: ...
12. Ons bedrijf heeft beslist om zijn personeel niet meer zomaar per vliegtuig naar de andere kant van de wereld te sturen. Dankzij de investering in een ruimte voor 'videoconferenties' kan het noodzakelijke overleg met onze buitenlandse zakenpartners zonder transport gebeuren. Bijvoorbeeld: ...
13. overige: ...

Ecologische criteria:

1. Ons bedrijf houdt rekening met de biodiversiteit bij de aanleg van nieuwe infrastructuur. Bijvoorbeeld: ...
2. Ons bedrijf is makkelijk bereikbaar met het openbaar vervoer. Bijvoorbeeld: ...
3. Ons bedrijf geeft de voorkeur aan hernieuwbare energiebronnen. Bijvoorbeeld: ...
4. Ons bedrijf beperkt zijn waterverbruik en heeft geïnvesteerd in een waterzuiveringsysteem, waardoor we minder milieuhellingen moeten betalen en ons afvalwater kunnen hergebruiken. Bijvoorbeeld: ...
5. Ons bedrijf werkt bij voorkeur met natuurlijke en niet-giftige stoffen. Bijvoorbeeld: ...
6. Ons bedrijf gebruikt gerecycleerde producten en beperkt de productie van afval. Bijvoorbeeld:
7. Ons bedrijf gebruikt ecologische onderhoudsproducten voor het schoonmaken van de lokalen. Bijvoorbeeld: ...
8. Ons bedrijf onderzoekt en monitort het geluid dat het veroorzaakt, en zoekt oplossingen om geluidshinder binnen en buiten de onderneming te beperken. Bijvoorbeeld: ...
9. Ons bedrijf zorgt voor een regelmatig onderhoud van zijn materiaal. Bijvoorbeeld: ...

10. Ons bedrijf beperkt zijn impact op de klimaatverandering door transport zoveel mogelijk te voorkomen. Wij bieden bijvoorbeeld carpooling aan in overleg met buurbedrijven. Bijvoorbeeld: ...
11. Ons bedrijf heeft al zijn werknemers gewezen op het belang van rationeel energiegebruik. Bijvoorbeeld: ...
12. Ons bedrijf geniet overheidssteun om zijn milieuprojecten met succes uit te voeren. Bijvoorbeeld: ...
13. Ons bedrijf is gebouwd zonder het erfgoed van de streek aan te tasten (lokale architectuur en materialen). Bijvoorbeeld: ...
14. Ons bedrijf heeft beslist te starten met een systeem van milieubeheer. Bijvoorbeeld: ...
15. Overige...

Stap 3: Laat de subgroepjes aan elkaar vertellen welke keuzes ze hebben gemaakt. Laat hen vervolgens onderhandelen over de voorstellen om te komen tot een eindkeuze van maatregelen waarbij er een balans tussen de drie pijlers van duurzame ontwikkeling ontstaat. De drie subgroepjes moeten zich hierin kunnen vinden.

Voorbeeld van een eindkeuze

Ons bedrijf bevoorraadt zich rechtstreeks bij plaatselijke producenten, waardoor er minder transport nodig is (economisch en ecologisch aspect). Het stimuleert daarmee tegelijk de werkgelegenheid in onze streek (sociaal aspect).

Stap 4: Vraag de volledige groepjes om hun ideale onderneming voor te stellen aan de andere leerlingen van de klas, met behulp van illustraties en een beschrijving van de maatregelen die het bedrijf in de praktijk brengt.

Laat de klas daarna stemmen over de voorstelling die het meest overtuigend is op het vlak van duurzaamheid.

Trek ook wat tijd uit om na te denken over maatregelen die van toepassing zouden kunnen zijn op de school.

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands - PAV

Activiteit 2: Hoe duurzaam is dat bedrijf eigenlijk?

Doelstellingen

- De leerlingen kunnen een ontmoeting organiseren met personen uit de bedrijfswereld (bv. bedrijfsleider).
- De leerlingen kunnen zich kritisch opstellen tegenover de gang van zaken in een bedrijf.

- De leerlingen kunnen gericht vragen stellen aan de bedrijfswereld over de maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid van bedrijven.

Werkwijze

Stap 1: Kies een te bezoeken bedrijf

Laat je leerlingen een bedrijf uitkiezen dat zoveel mogelijk verband houdt met het behandelde thema: een producent van gsm's of elektronische toestellen, een telefoonoperator, een verdeler, een recyclagebedrijf, een inzamelcentrum. Zo beschikken de leerlingen (dankzij het project) al over een minimum aan basisinformatie om een interview voor te bereiden.

Het kan interessant zijn om een bezoek te brengen aan een bedrijf uit de sociale economie. Kijk hiervoor eens op de website van Sociale Economie: <http://www.socialeconomie.be>

Maak concrete afspraken om het bedrijf te contacteren.

Stap 2: Informatie opzoeken

Tijdens deze stap is het de bedoeling om zoveel mogelijk gegevens over het onderwerp en het te bezoeken bedrijf te verzamelen. Het komt er dus op aan enkele bevoegde personen te raadplegen en relevante documenten te vinden.

De leerlingen kunnen om te beginnen op de website van het bedrijf nagaan wat het bedrijf zelf meedeelt in verband met de drie pijlers van duurzame ontwikkeling.

Stap 3: De vragenlijst opstellen

Leer de leerlingen bewust kiezen tussen verschillende soorten vragen in functie van het gewenste antwoord:

- Gesloten vragen

Op deze vragen volgt een kort antwoord, meestal 'ja' of 'neen'. Gebruik ze zelden. Over het algemeen zetten deze vragen niet aan tot diep nadenken (bv.: Hebt u horen spreken over vervuiling?, Hebt u milieumaatregelen genomen?)

- Gekleurde vragen

Deze vragen 'verraden' door hun formulering de mening van de ondervrager of de verwachte reactie die hij of zij verwacht. Vermijd dergelijke vragen (bv.: Denkt u niet dat dit bedrijf verantwoordelijk is voor die vervuiling?)

- Open vragen

Deze vragen vergen een gedetailleerder en complexer antwoord. Gebruik ze vaak. Zo bevordert je het gesprek en moedigt je de gesprekspartner aan om een volledig antwoord te geven (bv.: Welke maatregelen neemt uw bedrijf op gebied van milieu?)

- Verdiepende vragen

Deze vragen gebruik je om van de gesprekspartner bijkomende informatie te krijgen (bv.: Wat bedoelt u daarmee? Ik begrijp niet helemaal wat u wilt zeggen met...).

Laat de leerlingen eerst samen zitten in drie groepen: de leerlingen die bij de subgroepjes in de vorige activiteit dezelfde pijler hebben besproken, zitten nu samen in één groep. De groep 'sociale pijler' omvat dus alle leerlingen die deze pijler hebben besproken bij activiteit 2. Elke groep bereidt vragen voor die relevant zijn voor hun pijler.

Probeer dan met de hele klas één vragenlijst op te stellen. Begin met het opstellen van brede, meer algemene vragen. Plaats moeilijke of gevoelig liggende vragen meer aan het eind van de vragenlijst. Werk volgens het trechtersysteem, waarbij algemene vragen aan bod komen vòòr de specifiekere vragen. Wanneer de vragen betrekking hebben op diverse onderwerpen, rond dan het ene onderwerp af voor je het volgende aansnijdt.

Stap 4: Terreinbezoek en interview

Laat je leerlingen zichzelf voorstellen en laat één van hen kort uitleggen wat het doel is van hun onderzoek. Neem materiaal mee om (video/stem/foto) opnames te maken en laat de leerlingen op voorhand bepalen wie welke vraag stelt (en aan welke persoon). Misschien kun je het resultaat publiceren in de schoolkrant?

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands - PAV

Module 4: De afvalsorteerder

Afvalverwerkingsmethoden

➤ **Spel: De afvalsorteerder**

Doelstelling internetspel

Het doel van dit spel is de leerlingen bewustmaken van hun consumptiepatroon en hen de beste methode te bieden om zich te ontdoen van een oude gsm of elektronisch apparaat en afval in het algemeen.

Hoe werkt het spel?

Op het computerscherm krijgen de spelers zes containers te zien. Elke container stemt overeen met een afvalverwerkingsmethode. Met de cursorknoppen kan de grijparm van links naar rechts over de containers worden bewogen. Met de spatiebalk wordt de gsm in een container gedeponneerd. Als de gsm in een vakje is gevallen en de speler de keuze heeft bevestigd, kan de gsm niet opnieuw worden opgepakt. De speler krijgt dan een korte commentaar over de verwerkingswijze die hoort bij het gekozen vakje. Een indicator geeft de 'milieukwaliteit' van elke verwerkingsmethode aan. Verkeerd gemikt? Dan heeft de speler nog 3 kansen over.

Wil je de afvalproblematiek uitgebreider behandelen in de klas? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel behorende achtergrondinformatie lezen.

➤ **Educatief traject voor in de klas**

Activiteit 1: Afval? Wat is dat precies?

Doelstelling

De leerlingen kunnen de begrippen 'afval', 'grondstoffen' en 'levenscyclus van een product' beschrijven.

Werkwijze

Vraag de leerlingen om afval mee te brengen (bv. 2 of 3 stuks). Laat hen hun afval voorstellen aan hun klasgenoten. Laat ze vertellen waarvoor het heeft gediend, hoe lang het is gebruikt, waarom het is weggegooid, of het om een verpakking of om een product gaat, ...

Vraag de leerlingen vervolgens om het meegebrachte afval in groepen in te delen. Laat ze de criteria voor de verschillende groepen afval zelf opstellen.

Verdeel de klas daarna in groepjes en vraag de leerlingen een definitie van 'afval' op te stellen. Vergelijk de definities van de verschillende groepen en probeer tot een definitie te komen waar iedereen achter staat. Test de gevonden definitie door ze toe te passen op voorwerpen die we niet zomaar in de vuilnisbak gooien, zoals grof afval, verf, batterijen, elektrische toestellen, ... Laat de leerlingen voorbeelden zoeken van voorwerpen die (volgens hen) nooit afval zullen worden ('waardevolle' voorwerpen).

Laat de leerlingen bij het meegebrachte afval de voorwerpen aanduiden die:

- nog herbruikbaar zijn (de producten hoeven geen veranderingen te ondergaan)
- gerecycleerd kunnen worden (de producten kunnen worden omgezet in grondstoffen voor nieuwe producten)

Kom dan nog even terug op het begrip 'waardevol' dat eerder aan bod kwam.

Duur: 50 minuten

Materiaal: allerlei soorten afval

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie - humane wetenschappen – natuurwetenschappen - Nederlands - PAV

Activiteit 2: Ons afval onder de loep

Doelstelling

De leerlingen beseffen hoeveel afval wij voortbrengen en kunnen daar kritisch over nadenken.

Werkwijze

Vraag de leerlingen om gedurende een week alle afval te verzamelen dat in de klas en tijdens de pauze wordt 'geproduceerd'. Vraag hun dat afval te sorteren in verschillende vuilnisbakken (in de klas of op een plaats die voortdurend toegankelijk is):

1. PMD (plastic flessen en flacons, metalen verpakkingen en drankkartons)
2. Papier/karton
3. Glas
4. GFT (groente-, fruit- en tuinafval)
5. Restafval
6. Andere: ...

Laat de leerlingen daarbij ook onderstaande tabel invullen: voor elk stuk afval dat ze weggooien, trekken ze een streepje in de tabel naast de betreffende vuilnisbak:

Soort vuilnisbak	Aantal voorwerpen
PMD	
Papier/karton	
Glas	
GFT	
Restafval	
Andere:	

Laat de leerlingen op het einde van de week de verschillende vuilnisbakken wegen. Welke vuilnisbak weegt het zwaarst? Hoeveel weegt alle afval samen?

Laat de leerlingen daarna het antwoord op volgende vragen berekenen:

- Hoeveel afval (in kg) produceert één leerling per week?
- Hoeveel afval (in kg) produceren alle leerlingen van de school samen per week?
- Hoeveel afval (in kg) produceert de hele school op een jaar tijd?

Laat de leerlingen nadenken ook welk afval zij kunnen voorkomen.

Duur: één week

Materiaal: 6 vuilnisbakken, weegschaal

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie – natuurwetenschappen – PAV - wiskunde

Activiteit 3: Stop de verspilling!

Doelstelling

De leerlingen kunnen verschillende manieren opnoemen om de hoeveelheid afval op school te verminderen.

Werkwijze

Laat de leerlingen nadenken over de stelling 'Het beste afval is afval dat niet bestaat'. Deze oefening moet de leerlingen doen inzien dat consumptie meestal ook vervuiling inhoudt. Is het niet door de verpakking die we weggooien, dan wel door de energie die nodig was om het product te maken en naar de winkel te transporteren. Leg de leerlingen uit welke verschillende systemen er bestaan om afval te verwerken (zie de achtergrondinformatie bij het spel) en vraag hen deze te rangschikken van niet of weinig tot zeer belastend voor het leefmilieu: preventie – hergebruik – recyclage – verbranding – storten.

Laat de leerlingen ook acties bedenken om:

- individueel of in groep afval op school te voorkomen

- het afval dat niet te vermijden is beter te sorteren

Na de uitvoering van enkele van deze acties kun je met activiteit 2 nagaan of de afvalproductie is gedaald. Is de totale hoeveelheid afval verminderd? Vonden de leerlingen het moeilijk om hun gedrag te veranderen?

Mogelijke vakgebieden: aardrijkskunde – biologie - humane wetenschappen
– natuurwetenschappen - Nederlands - PAV

➤ Extra activiteit

Maak affiche en folders voor een **sensibiliseringscampagne en inzamelingsactie van gebruikte gsm's**. De ingezamelde gsm's kun je versturen naar Fonebak (zie uitleg onder kader). Dat is een Europees bedrijf dat zich bezighoudt met de inzameling en verwerking van gebruikte gsm's. Zij zorgen ervoor dat oude gsm's kunnen worden hergebruikt (een tweede leven krijgen), en dat de materialen van de 'end of life' telefoons op milieuvriendelijke wijze worden gerecycleerd.

Hoe ga je te werk bij de inzameling en versturing van de gsm's?

- 1) Stuur een e-mail aan [cgs@fonebak.com](mailto:cds@fonebak.com) en vraag de (blauwe) Fonebak gsm-inzameldoos (of dozen) aan. Fonebak is op de hoogte van de WWF campagne. Vermeld in de e-mail zeker de volgende gegevens: het adres van de school, een contactpersoon en een telefoonnummer van de contactpersoon.
- 2) Maak posters en folders voor de sensibiliseringscampagne op school. Plaats de Fonebak inzameldoos (of dozen) op een opvallende plek in de school. Duid iemand aan die daarvoor verantwoordelijk is en start de inzamelingsactie van gebruikte gsm's.
- 3) Stop de ingezamelde gsm's in een enveloppe of Fonebak inzameldoos en plak deze goed dicht. Verstuur het pakket naar:

Fonebak
Numeró réponse 5
7500 Tournai

Let op, voor versturing:

- Stuur indien nodig een e-mail naar cgs@fonebak.com om de speciale plastic A3 enveloppe (10-25 gsm's) of plastic container/doos (bij meer dan 25) aan te vragen voor verzending van de ingezamelde gsm's. Vermeld in de mail het adres van de school en een contactpersoon.

- Verwijder de sim-kaart en persoonlijke gegevens (telefoonnummers, contactgegevens, etc.) en stop de gsm's in de enveloppe/inzameldoos. Vermeld bij elke gsm-verzending altijd bovengenoemd Fonebak adres en de afzender.
- Opgestuurde gsm's worden eigendom van Fonebak en kunnen niet worden teruggestuurd. Minderjarigen moeten toestemming hebben van hun ouders/verzorgers om een voor de actie bestemde gsm in te leveren.

Module 5: De reclameman

Reclamestrategieën

➤ Spel: De reclameman

Doelstelling internetspel

De telecommunicatietechnologie komt regelmatig aan bod in allerlei reclameboodschappen (op papier, op de radio, op televisie, per gsm,...). De jongeren die deze boodschappen ontvangen, vormen een specifieke doelgroep.

Het spel bestaat erin de marketingstrategieën te identificeren die op jongeren zijn gericht. De spelers leren zo een bewuste houding aan te nemen tegenover een reclameboodschap. Of ze er nu afstand van nemen of er voor zwichten, ze kennen in ieder geval 'het verhaal' achter het aangeprijde product...

Hoe werkt het spel?

Het spel laat de spelers een reclameposter samenstellen voor een gsm naar keuze. Eerst bepalen de spelers de doelgroep die ze met hun reclameposter willen bereiken. Afhankelijk van die keuze kiezen ze een passende slogan, argumenten, een ondersteunende tekst, etc.. Uit het aantal punten blijkt in hoeverre de gekozen reclamestrategie geschikt is voor de gekozen doelgroep.

Wil je de reclamewereld uitgebreider in de klas behandelen? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel horende achtergrondinformatie lezen.

➤ Educatief traject voor in de klas

Activiteit 1: Wie ben je toch, reclamedame?

Doelstelling

De leerlingen kunnen een reclameboodschap kritisch bekijken en bepalen voor welke doelgroep die bedoeld is.

Werkwijze

In het internetspel komen vijf verschillende publicitaire doelgroepen aan bod: individualisten, conservatievelingen, ijdelers, yuppen en prijsbewusten. In de kader hieronder en in de achtergrondinformatie vind je van al deze doelgroepen een beschrijving.

Een eerste stap om de leerlingen met reclame te laten werken, is hen een aantal advertenties uit bijvoorbeeld tijdschriften te laten knippen. Laat ze deze groeperen volgens de vijf categorieën. Je kan hen hiervoor in groepjes laten werken en vervolgens elk groepje zijn bevindingen laten voorstellen aan de rest van de klas. Het is mogelijk dat één reclameboodschap in meerdere categorieën past.

Laat de leerlingen nagaan voor welke advertenties zij gevoeliger zijn. Vraag hen zichzelf onder te brengen in de doelgroep waaraan zij het best beantwoorden.

Vijf publicitaire doelgroepen

Een reclameboodschap moet de beoogde doelgroep (de consumenten waarvoor het product bedoeld is) zoveel mogelijk aanspreken. Reclamemakers onderscheiden vijf categorieën van consumenten, die elk een eigen levensstijl hebben, en dus ook elk een andere 'aanpak' vereisen.

- **Individualisten:** deze groep is meestal jong, intellectueel of kunstenaar en een beetje 'anders'. Individualisten houden van veranderingen en hebben kritiek op de maatschappij. Ook houden ze niet van reclame. Behalve wanneer die maf, creatief of opzettelijk stompzinig is. Zij hebben het liefst een gsm die wat afwijkt. Bijvoorbeeld één die rinkelt als een oud telefoontoestel.
- **Conservatievelingen:** zij richten zich op 'goede' gebruiken en koesteren het verleden. Ze houden van vermogen, tradities en luxe. Eigenlijk vinden ze het jammer dat de goede oude vertrouwde telefoon aan het verdwijnen is...
- **Ijdelen:** zijn jong en materialistisch ingesteld. Ze zijn op zichzelf gericht en nogal opschepperig. Vaak gaan ze de versierster op en hechten ze veel belang aan hun imago en uiterlijk. Ze geven veel geld uit, want dat is voor hen een manier om zich te uiten. Omdat ze graag opvallen, zoeken ze een gsm die indruk maakt.
- **Yuppen:** zijn vroegere individualisten of ijdelers die het hebben gemaakt in het leven. Zij zijn dol op technologie, want daar weten ze alles van. Ze houden van vernieuwing, want ze zijn niet bang om risico's te nemen. Bovendien zijn ze gesteld op exclusieve dingen. Zij hebben het liefst een "hightech-gsm".
- **Prijsbewusten:** zij zijn niet meteen op zoek naar het allernieuwste product. Ze kopen hun producten het liefst zo goedkoop mogelijk. Ze wantrouwen reclame die er te gelikt uitziet of te goed gemaakt lijkt. Ze willen eerst zien en dan pas geloven dat die nieuwe gsm de beste is.

Duur: 50 minuten

Materiaal: oude tijdschriften, scharen

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands – PAV

Activiteit 2: De ene reclame is de andere niet

Doelstelling

De leerlingen kunnen verschillende reclamestrategieën herkennen en kritisch bekijken.

Werkwijze

Laat de leerlingen de reclamestrategieën in de achtergrondinformatie doornemen. Laat hen als oefening enkele advertenties ontcijferen (bijvoorbeeld in tijdschriften).

Daarna ontwerpen ze zelf een nieuwe reclameboodschap. Vraag hun een reclamestrategie te kiezen voor een gsm of voor een ander product dat jongeren gebruiken. Ze kunnen kiezen uit de drie strategieën in onderstaand schema.

Reclamestrategieën bij activiteit 2

1. **Getuigenissen.** Deze reclamestrategie wil je overtuigen van de **kwaliteit** van een gsm. De advertentie voert verschillende argumenten aan. Dat kan op verschillende manieren: demonstratief (je krijgt uitleg over hoe het product werkt), met een getuigenis (een getuige vertelt over zijn ervaring), door vergelijking (een gsm wordt met een andere vergeleken), met een 'torturetest' (de gsm wordt onderworpen aan extreme omstandigheden) of door middel van dramatisering (de situatie waarin de gsm een oplossing kan bieden wordt overdreven).

2. **Associatie.** Deze reclame spreekt maar weinig over de gsm zelf, maar speelt vooral in op je **verlangen naar macht, rijkdom, liefde, genot, avontuur, natuurlijkheid, hartstocht, ...**

Om je te verleiden wordt dit soort reclameboodschappen vaak overgoten met een sausje van taboe, provocatie, geweld of seksualiteit. Dit wordt ook wel eens 'shockvertising' genoemd.

3. **Groepsgeest.** Spoort je aan om te **doen zoals iedereen.** Die strategie blijkt goed te werken voor gsm's die vooral dienen om mee op te scheppen. Je wilt de jongelui uit de reclame nadoen, je beeldt je in dat jij op hun plaats staat en soms doe je net alsof je zelf die ster bent die zo'n gsm gebruikt.

Laat hen vervolgens een poster ontwerpen (bijvoorbeeld op A4- of A3-formaat) die past in de gekozen reclamestrategie.

Opmerking: reclame door herhaling (inhameren) en de andere strategieën, die worden beschreven in de achtergrondinformatie, komen niet aan bod in deze oefening. Ze vergen een andere werkwijze dan een advertentie op A4-formaat.

Mogelijke variant: het concept omzetten in een video. In dat geval behoort verborgen reclame ofwel 'teasing' ook tot de mogelijkheden (zie achtergrondinformatie).

Duur: Ontwerp/scenario: 50 minuten – concrete realisatie/opname: 50 minuten

Materiaal: teken- en knutselmateriaal, oude tijdschriften en - afhankelijk van de gekozen variant - een filmcamera en eventuele (achtergrond)decors

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands – PAV

Activiteit 3: De ene poster is de andere niet

Doelstelling

Leerlingen kunnen verschillende strategieën identificeren waarmee iets visueel onder de aandacht wordt gebracht.

Werkwijze

Het visuele aspect van reclame is een bepalend onderdeel. Reclamemakers gebruiken beelden om advertenties, en de producten of diensten die ze ermee verkopen, in het oog te doen springen. Maar waarop ligt de klemtoon?

Laat je leerlingen allerlei knipsels uit tijdschriften en kranten verzamelen, om te bepalen welke strategieën van visuele voorstelling zijn gebruikt en waarop de aandacht is gericht: het bedrijf, het product, het product + eigenschap, het opgeloste probleem, het productvoordeel, het consumentenvoordeel, een geïdealiseerde wereld of een onwerkelijke wereld (zie ook de onderstaande kader)?

De leerlingen kunnen eventueel tijdens een groepsgesprek/discussie hun keuze met argumenten verdedigen.

Acht verschillende dingen kunnen centraal staan op een poster

1. Het bedrijf

De **producent** van de gsm (de oprichter of manager van het bedrijf) of de **symbolische** producent (een acteur of een volledig verzonnen personage) vormen de essentie van het beeld.

2. Het product

De gsm staat **in close-up en is vrijwel het enige wat er te zien is**. Het beeld van de gsm moet volstaan om zichtbare informatie door te geven over de vormgeving en de kwaliteit. Vaak gaat het om een gsm van een **bekend merk**.

3. Product + eigenschap

Een **visueel element** (voorwerp, kunstwerk, personage, decor, dier) voegt een extra

dimensie toe aan de gsm. De visuele toevoeging heeft twee bedoelingen:

- een extra **betekenis** geven aan het product. Bijvoorbeeld een panter om een idee van kracht over te brengen.
- een **esthetische** dimensie toevoegen. Dat wil zeggen: een gevoel van schoonheid of kunstzinnigheid opwekken.

Een 'straffe' tekst is nodig om de afwezigheid van emotie te compenseren (net als wanneer het product alleen centraal staat).

4. Het opgeloste probleem

Het beeld laat het **probleem** zien waarvoor de gsm de oplossing biedt. Die oplossing kan met humor worden gebracht. Maar er is wel een risico: de gsm mag vooral niet worden verward met het probleem zelf.

5. Het productvoordeel

Het beeld toont de **werking** van de gsm en schetst een beeld van wat de consument van het product kan verwachten. Nadeel: het productvoordeel is niet altijd overtuigend. Van de meeste gsm' s verwacht je namelijk in de eerste plaats dat je ermee kunt bellen. Een tekst dient in dat geval vaak als aanvulling op wat je ziet.

6. Het consumentenvoordeel

Deze poster toont een **gebruiker** die tevreden is over het product of de gevolgen ervan. De gsm-gebruiker blaakt van gezondheid, schoonheid en vreugde. Nadeel: dit beeld zegt weinig over het merk. Dat moet dus in de tekst aan bod komen.

7. Een geïdealiseerde wereld

Het product wordt getoond in een wereld met gebruikers die niet overeenkomen met de werkelijkheid. In deze advertenties zie je meiden en kerels die veel mooier of stoerder zijn dan de doorsnee consument. Ook de omgeving is volmaakter dan de werkelijkheid ooit zal zijn. Je wordt niet bedrogen, maar dit beeld toont een droomwereld met een overvloed aan schoonheid of prestige. Iets wat het verschil kan maken. Nadeel: dit soort reclame komt tegenwoordig veel voor en komt ondertussen nogal gewoontjes over.

8. Een onwerkelijke wereld

Deze reclame werkt met bizarre, maffe beelden. Soms kunnen die beelden zelfs een rage worden onder jongeren. De bijbehorende tekst heeft vooral de taak om de onwerkelijke sfeer die wordt opgeroepen door de beelden, geloofwaardig te maken, en een verband te leggen met het product.

Duur: 50 minuten

Materiaal: scharen en oude tijdschriften/kranten

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands – PAV

Activiteit 4: wat is een baseline?

Doelstelling

De leerlingen herkennen baselines en kunnen zelf baselines bedenken.

Werkwijze

De baseline is een communicatie-instrument dat verbonden is aan een bepaald merk. Het is een slim gekozen, herkenbaar concept dat de reclamecampagne voor een product belichaamt en dat terugkomt op alle 'communicatiedragers'.

Het gaat om een permanente slogan die een bedrijf, een merk, de kwaliteit van een product en/of dienst zo goed mogelijk omschrijft. De baseline is als het ware de schaduw van de bedrijfs- of merknaam.

Voorbeelden van baselines

Proximus "*Brengt mensen dichterbij*"
De Morgen "*Een open geest beleeft meer*"
Brico "*Helpt u alles te verwezenlijken*"
Ikea "*Leef nu*"
Knack "*Oordeel nooit voor woensdag*"
Canon "*You can*"

Laat je leerlingen de paragraaf over baselines in de achtergrondinfo lezen. Vraag hen vervolgens een aantal baselines op te zoeken in tijdschriften en/of kranten. Vraag hen te bepalen voor welke kenmerk (bv. uiterlijk, techniek, betrouwbaarheid, ...) van een product/bedrijf is gekozen bij de baselines die ze selecteerden.

Extra creatieve oefening: laat je leerlingen zelf baselines bedenken voor producten of bedrijven die blijkbaar niet de moeite hebben genomen om er zelf één te maken.

Duur: 50 minuten

Materiaal: scharen en een selectie van oude tijdschriften/kranten e.d.

Mogelijke vakgebieden: economie - humane wetenschappen - Nederlands – PAV

➤ **Extra activiteit**

Ontwerp een advertentie op papier op A4- of A3-formaat. Deze moet de algemene sfeer van deze WWF-campagne over de GSM weergeven.

Voor de invalshoek is er keuze uit de volgende mogelijkheden (andere creatieve voorstellen zijn ook welkom!):

- de onderdelen van een gsm en hun lot als toekomstig afval
- de sociaal-economische en milieu-omstandigheden bij de productie
- de gezondheidsaspecten in verband met gsm-netwerken en gsm-gebruik
- de wettelijke bepalingen ter zake en hun concrete toepassing

Natuurlijk kan de module over reclamestrategieën hiervoor als handleiding dienen.

Houd onder meer rekening met wat aan bod komt in verband met:

- de soort reclame (reclame door herhaling, getuigenissen of associatieve reclame, ...) en de elementen (belofte, voordeel, ...),
- de keuze van een doelgroep,
- de keuze van een campagne over het product of de dienst,
- de keuze van een slogan, een argument, een beeld, een baseline,...

Beschrijf in een korte tekst

- de bedoeling van het ontwerpende team
- de keuze van de doelgroep
- de omgeving waarin deze poster zal worden aangebracht: op een muur, in een tijdschrift, in een krant,...

Module 6: De quizkandidaat

Regels en gebruiken rond gsm-gebruik

➤ **Spel: De quizkandidaat**

Doelstelling internetspel

Het spel wil de leerlingen laten nadenken over hun dagelijks gsm-gebruik, en hen wijzen op de bestaande regels rond sociaal gsm-gebruik (in het openbaar).

Hoe werkt het spel?

Het spel heeft de vorm van een quiz. Sommige vragen zijn eenvoudig te beantwoorden. Voor andere vragen is het nodig om achtergrondinformatie te raadplegen via de hyperlinks in de tekst ('Meer weten'). Sommige vragen gaan over thema's die in de achtergrondinformatie van de andere vijf spellen aan bod komen. Spelers die spontaan antwoorden, kunnen niet zoveel punten verdienen als zij die dieper graven, omdat het de bedoeling is om een aantal begrippen te doorgronden. Het spel belooft degenen die actief op zoek gaan naar informatie.

Wil je de problemen rond gsm-gebruik uitgebreider in de klas behandelen? De volgende activiteiten kun je met je leerlingen in de klas uitvoeren. Laat de leerlingen voor elke activiteit de bij het spel horende achtergrondinformatie lezen.

➤ **Educatief traject voor in de klas**

Activiteit 1: Hallo, ben jij het? Ik ben het!

Doelstelling

De leerlingen kunnen enkele gedragsregels voor sociaal gsm-gebruik opnoemen.

Werkwijze

Vraag de leerlingen een **korte telefonische monoloog** op te stellen, zoals je die vaak kunt horen op openbare plaatsen, wanneer bellers zich niet veel aantrekken van de beleefdheidsregels en hun omgeving.

Laat de leerlingen eerst de tekst 'De 12 beste trucjes om onbeleefd te zijn' (achtergrondinformatie 'De quizkandidaat') doornemen. Ze kunnen ook hun

eigen gewoonten of die van hun kameraden op de korrel nemen... een spel waarbij dus enige zelfironie komt kijken!

Daarna gaan de leerlingen per twee zitten en maken ze van hun monoloog een dialoog. De leerling die getuige is van de monoloog van de andere leerling probeert de interventies van de persoon aan de andere kant van de lijn te raden. Dan worden de rollen omgekeerd.

Duur: 50 minuten schrijven van monoloog, 50 minuten opstellen van de dialogen.

Materiaal: geen

Mogelijke vakgebieden: humane wetenschappen - Nederlands - PAV
--

Activiteit 2: Ik loop te koop met mijn overtuiging

Doelstelling

De leerlingen kunnen een geschikte manier bedenken om hun omgeving bewust te maken van problemen bij gsm-gebruik in verband met veiligheid en sociale regels.

Werkwijze

Laat de leerlingen **een poster, postkaart of T-shirt ontwerpen met als uitgangspunt:** de mogelijke risico's van gsm-gebruik op sociaal vlak en voor de gezondheid. Dit product moet een breed publiek informeren en aanspreken.

Vraag de leerlingen een keuze te maken uit twee soorten producten:

1. posters/postkaarten/T-shirts die de risico's en het negatieve gedrag aanklagen (zie achtergrondinfo 'De quizkandidaat')
2. posters/postkaarten/T-shirts die een goed gebruik van de gsm bepleiten en wijzen op het 'voorzorgsprincipe' (zie achtergrondinfo 'De technicus')

Het is natuurlijk het leukst als je voor deze activiteit ook echt T-shirts laat maken. Als het project te ambitieus of te duur blijkt, kun je kiezen voor een set postkaarten of muurposters.

Duur: 50 minuten per groep om een T-shirt, poster of postkaart te ontwerpen. De productietijd hangt af van de gemaakte keuze.

Materiaal: afhankelijk van de gemaakte keuze: 'blanco' T-shirts, postkaarten of posters; teken-, schilder- en knutselmateriaal.

Activiteit 3: Anti-slapping

Doelstelling

De leerlingen kunnen tegenover 'happy slapping' (het verspreiden van met een gsm gefilmde beelden van geweldplegingen) een positief antwoord (anti-slapping) plaatsen, dat getuigt van burgerzin en dat een beleefd en respectvol gedrag en gsm-gebruik promoot.

Werkwijze

Vraag de leerlingen om met een camcorder of met een gsm met foto toestel of videofunctie beelden/foto's op te nemen (eventueel met humor) van 'behoorlijk gedrag' (zie achtergrondinfo 'De quizkandidaat')

Je kunt deze activiteit vlotter laten verlopen door de leerlingen eerst in de klas een *scenario* te laten schrijven. Achteraf kunnen de leerlingen met het materiaal ook clips/fotoromans maken en die online plaatsen (bv. op een blog). Zo kunnen ze ook peilen naar de reactie van anderen en er later nog eens op terugkomen.

Deze activiteit is geschikt om een discussie op gang te brengen over het verontrustende fenomeen happy slapping. Bespreek bijvoorbeeld gevolgen van happy slapping: emotionele schade, onverwachte wendingen in relaties tussen mensen, vooroordelen over jongeren. Wissel ook van mening over goed gedrag versus ongepast gedrag, of discussieer over cultureel en sociaal bepaalde gewoonten en gebruiken.

Duur:

Scenario schrijven: 50 minuten; maken van film of foto's: afhankelijk van het scenario; bekijken van het materiaal en discussie: 50 minuten

Materiaal: camcorder, foto toestel of gsm met foto- of film functie.

Activiteit 4: Je foto's op je blog

Doelstelling

De leerlingen kunnen de belangrijkste punten van het portretrecht en de privacywetgeving opnoemen.

Werkwijze

Vraag je leerlingen om de achtergrondinformatie van 'De quizkandidaat' te lezen. Laat ze vervolgens eens nadenken over burgerzin en over de wetgeving in verband met het portretrecht en de privacy van mensen bij gsm-gebruik. Vraag hen vervolgens een **lijst van 'rechten en plichten bij gsm-gebruik'** samen te stellen, een soort ethische code voor gsm-gebruik. De organiserende klas kan de rest van de school uitnodigen om de code te ondertekenen.

De leerlingen kunnen in groep of individueel **een banner ontwerpen**. Daarop staat dan dat zij de opgestelde lijst respecteren. Bijvoorbeeld: "Ik plaats alleen foto's van anderen op mijn blog als ik toestemming heb van de persoon op de foto"; "ik maak niet stiekem foto's van iemand". Het maken van deze banner met behulp van softwareprogramma's voor grafisch ontwerpen (Paint, Photoshop, ...) is een informatica-oefening die zeker in de smaak zal vallen onder de leerlingen.

Duur: 50 minuten voor het opstellen van een ethische code en +/- 50 minuten voor het ontwerpen van de banner.

Materiaal: een computer per leerling/per groep, Paint- of Photoshop-software, of een gelijkaardig illustratorprogramma

Mogelijke vakgebieden: humane wetenschappen - Nederlands - PAV
--

➤ **Extra activiteit**

Ontwerp met je leerlingen een banner voor op de website van de school en/of de persoonlijke blogs van leerlingen. De banner moet de aandacht van de bezoeker vestigen op één van de onderwerpen die aan bod kwamen in deze module:

- Herinneren aan de regels voor goed gedrag bij telefoneren in het openbaar.
- 'Nee' zeggen tegen de rage van happy slapping die momenteel opgang maakt.
- Ervoor kiezen om te werken in een 'ethische blogsfeer', met respect voor het portretrecht, het auteursrecht en/of de privacy.

Bijlage 1: Vakoverschrijdende eindtermen tweede graad

Vakoverschrijdende thema's	Eindtermen
Technisch-technologische vorming (enkel ASO)	<p>1. De leerlingen kunnen effecten van techniek op mens en samenleving illustreren en in historisch perspectief plaatsen (zoals comfort, design, milieu, consumentisme ...).</p> <p>4. De leerlingen ontwikkelen een constructief kritische houding ten aanzien van techniek, technische beroepen en ondernemingen/organisaties.</p>
Gezondheidseducatie	<p>3. De leerlingen passen veiligheidsvoorschriften toe en nemen veiligheidsvoorzorgen in werkplaatsen, labo's en in andere situaties.</p>
Leren leren	<p>2. De leerlingen kunnen diverse informatiebronnen en -kanalen kiezen en raadplegen met het oog op te bereiken doelen.</p> <p>3. De leerlingen kunnen informatie kritisch analyseren en samenvatten.</p> <p>5. De leerlingen kunnen probleemoplossingsstrategieën toepassen en de resultaten evalueren.</p> <p>11. De leerlingen kunnen hun eigen interesses, capaciteiten en waarden verwoorden.</p>
Milieu-educatie	<p>1. De leerlingen kunnen milieu-aspecten op school identificeren en gericht zoeken naar informatie m.b.t. omgaan met middelen, grondstoffen en verbruikgoederen.</p> <p>2. De leerlingen zijn bereid tot een duurzaam gebruik van grondstoffen, goederen, energie en vervoermiddelen.</p> <p>3. De leerlingen kunnen aan een milieuzorgsysteem op school meewerken en zoeken hierbij naar acties die bijdragen tot een duurzame oplossing voor een bepaald milieuprobleem</p> <p>4. De leerlingen kunnen contacten leggen met buitenschoolse milieu-instanties bij het werken aan het milieuzorgsysteem en sensibiliseren de school voor milieusparend gedrag.</p>
Opvoeden tot burgerzin	<p>7. De leerlingen hebben belangstelling en respect voor mensenrechten en zijn bereid zich actief en opbouwend in te zetten voor hun eigen rechten en die van anderen.</p> <p>10. De leerlingen oefenen inspraak en participatie in de school en beargumenteren het belang ervan ook in andere organisatievormen.</p> <p>14. De leerlingen spannen zich in om de belangstelling, de standpunten en de argumenten van anderen te respecteren.</p> <p>15. De leerlingen spannen zich in om voorstellen of argumenten genuanceerd te benaderen.</p> <p>16. De leerlingen voelen zich aangesproken om binnen en buiten de school verantwoordelijkheid op te nemen en deel te nemen aan allerlei initiatieven.</p>
Sociale vaardigheden	<p>12. De leerlingen passen belangrijke elementen van overleg en gezamenlijke probleemoplossing toe.</p> <p>13. De leerlingen zijn bereid om samen te denken, te argumenteren, en te discussiëren om met anderen een situatie te verbeteren of een probleem op te lossen.</p>

