



Powered by
HOLY.nl

CLIPS FOR GROW

Beste docent,

Wanneer u stapsgewijs door deze handleiding gaat, vindt u alle informatie die nodig is voor het geven van Clips for GROW workshops. Ter ondersteuning kunt u het online Clips for GROW lesmateriaal gebruiken. Daarin zijn ook bruikbare downloads, filmpjes, afbeeldingen, etc. aanwezig.

Centraal in dit lesprogramma staat het eigen handelingsperspectief van de jongeren. Zo gaan uw leerlingen campagnevoeren met hun zelfgemaakte clips en ze doen mee met de Clips for GROW wedstrijd. De winnende clips worden getoond als startpunt voor het afsluitend debat. Bovendien haken zij aan bij de internationale GROW campagne van Oxfam Novib.

Bij Opzet Clips for GROW vindt u een beknopte omschrijving van ons Clips for GROW lesprogramma, compleet met stappenplannen en bijlagen. In de rest van het menu wordt het programma gedetailleerd beschreven.

Heeft u nog vragen na het lezen van het online lesmateriaal? Neem gerust contact met ons op via: info@holy.nl / 020 - 7163770.

Veel succes en plezier met Clips for GROW!

Opzet programma Clips for GROW

Clips for GROW is een overkoepelend lesprogramma van 3 dagdelen dat jongeren uitdaagt om creatief en oplossingsgericht over een eerlijke wereldwijde voedselverdeling na te denken en hun ideeën te verbeelden in een animatieclip. Het programma bestaat uit:

- een voorbereidende les
- een campagne workshop met aansluitend een eigen campagne
- een animatie workshop
- een afsluitend debat met clipvertoning

Enkele highlights uit het programma zijn:

De Clips for GROW campagne – voor en door jongeren. De clips vormen de spil voor een campagne voor en door de jongeren om het huidige wereldvoedselprobleem onder de aandacht te brengen bij een groot publiek. Bij het opzetten van hun campagne krijgen uw leerlingen tips en tricks van een online campaigner van Oxfam Novib. Zo worden de jongeren GROW campagnevoerder met hun eigen clip!

Het Clips for GROW expertpanel - In het 'Clips for GROW' lesprogramma worden jongeren op de hoogte gebracht van alle ins en outs op het gebied van de voedselproductie van soja en palmolie door een expert panel. Experts zijn: Farah Karimi (algemeen directeur Oxfam Novib), Jan Kees Vis (directeur duurzame voeding van Unilever en voorzitter van de Ronde Tafel voor duurzame palmolie) en Johan van der Gronden (directeur van het WNF).

Einddebat met clipvertoning- Ter afsluiting van het programma doen scholen met hun leerlingen mee aan een sprankelend einddebat met clipvertoning op locatie. Tijdens het einddebat zullen leden van ons expertpanel deelnemen aan het einddebat om samen met uw leerlingen een aantal stellingen te verkennen.



Powered by
HOLY.nl

LESPROGRAMMA 'CLIPS FOR GROW'

DEEL 1. Voorbereidende les

Tijdsduur: 3,5 x 50 minuten of 3,5 lesuren, met mogelijkheid tot verkorten of verlengen

Inhoud

In de voorbereidende les gaat u aan de slag met het thema 'wereldvoedselverdeling'. Via korte cases over soja en palmolie wordt de link gelegd tussen voedselproblematiek en de producten die in de supermarkt te koop liggen. Samen met de leerlingen bekijkt u expertfilmpjes die uitleg geven over de productie van soja en palmolie. Deze filmpjes worden klassikaal nabesproken met behulp van een aantal vragen. De leerlingen maken kennis met de verschillende belanghebbende partijen in de productieketens.

De rolverdeling van deze verschillende partijen verkent u middels een debat in de klas. Hiervoor download u de debatopzet, een aantal casussen en rollen-bladen. Tot slot verkent u met uw leerlingen hun eigen rol – als burger en als consument. Daarvoor gebruikt u een filmpje en een lijstje met vragen ter bespreking daarvan.

Leerdoelen.

Na de voorbereidende les:

- Kunnen de leerlingen uitleggen hoe de voedselketens van soja en palmolie in elkaar steken
- Weten leerlingen meer over de verschillende partijen die een rol spelen in de productieketens van palmolie en soja.
- Kunnen de leerlingen vertellen waarom het goed is voor mens en natuur om bewuste keuzes te maken als consument en als burger
- Weten de leerlingen meer over hun eigen rol als burger en als consument in de wereldvoedselketen

Organisatie

- **Duur:** 1 dagdeel of 3,5 lesuren van ca. 50 min
- **Begeleiding:** 2 HOLY trainers
- **Onderwerp:** Inleiding, verkenning en meningsvorming
- **Karakter:** informatief en met veel ruimte voor eigen inbreng vanuit verschillende perspectieven

Benodigheden

- Computer voor de schooldocent
- Beamer of smartboard
- Speakers, aangesloten op de computer voor de schooldocent
- 1 computer per twee leerlingen
- Internetverbinding
- Downloadable docentenhandleiding Clips for GROW
- Achtergrond informatie voor de docent / verdiepingsinformatie: www.clipsforgrow.com > GROW Facts

ONDERDEEL 2. Ontwerp je eigen GROW campagne

Tijdsduur: 1 x 50 minuten of 1 lesuur

Inhoud

Tijdens de campagneworkshop leren jongeren hun eigen sociale media clipcampagne opzetten voor een eerlijke wereldwijde verdeling van voedsel. Ze krijgen daarvoor onder meer tips en tricks van online campagnedeskundige Jacco Vlastuin van Oxfam Novib en ook bekijken ze samen met u een voorbeeldcase van een succesvolle campagne: 'De Groene Sint campagne', een campagne voor Fair Trade chocolade.

Deze workshop duurt ca. 50 minuten tot 1 lesuur. De campagne workshop wordt voorafgaand aan de animatieworkshop gegeven, zodat opgedane kennis meteen gebruikt kan worden bij het maken van een animatieclip.

Goed om te weten

Bij eerdere campagnes, zoals de Food from the Hood campagne, heeft HOLY ervaren dat de impact van de campagnes door jongeren groot is. Daar waar meer algemene media volwassenen vaak niet meer bereiken, weten jongeren met hun clips, die een onbevangen en eerlijke reflectie op het thema weergeven, de volwassenen nog wel te raken.

Voor de Clips for GROW campagne geldt bovendien een internationale vertoningmogelijkheid! De campagneclips worden zowel op nationaal als op internationaal niveau verspreid, in alle 34 landen die deelnemen aan de GROW campagne.

Leerdoelen

- 'Clips for Grow' geeft jongeren de tools en motivatie om zelf actief deel te nemen als campagnevoerder. **Bewustwording van hun eigen rol als kritisch burger, consument en persoon** staat daarbij centraal.
- Doelstelling van de campagne is om niet alleen de jongeren die deelnemen aan het project, maar ook anderen met deze campagne te inspireren tot een gedragsverandering om zo een bijdrage te leveren aan een betere wereld, waarin iedereen in de toekomst genoeg te eten heeft. **Zo leren jongeren dat hun mening er echt toe doet!**
- De jongeren krijgen de opdracht de beste clips direct via hun sociale netwerken - zoals YouTube, Hyves en Facebook - te delen met vrienden en familie. Zo leren ze veel over het **positief en bewust gebruik maken van sociale media**. Omdat de jongeren de clips zelf hebben gemaakt zijn ze gemotiveerde campagnevoerders. Zo raakt het netwerk van de jongeren betrokken. Op deze manier kan er een domino-effect ontstaan. Clips worden gezien door vrienden van vrienden van...

Praktische informatie

Locatie: Computerlokaal

Duur: 3 uur

Benodigdheden:

- 1 computer per 2 leerlingen
- 1 computer voor de workshopleider
- Beamer of smartboard
- Internetverbinding
- 1 storyboard per 2 leerlingen
- Inlogprocedure door HOLY verstrekt
- Draaiboek animatieworkshop

ONDERDEEL 3. Animatieworkshop

Tijdsduur: 3 x 50 minuten of 3 lesuren

Inhoud

Tijdens de animatieworkshop gaan de leerlingen aan de slag met het ontwikkelen van het concept van hun clip en de uitwerking hiervan met de HOLY Animator. De animatieworkshop duurt minimaal 3 lesuur. Voor de beste resultaten raden wij echter aan om twee maal een workshop van 3 lesuur in te plannen.

De les wordt begeleid door HOLY workshopleiders of door getrainde schooldocenten, wanneer u beschikt over het HOLY Partnership. De les start met het terugkijken naar het werkblad van de campagnetraining: wat willen uw leerlingen zeggen en hoe gaan ze dat doen? Wat is de beste manier om hun publiek te bereiken via sociale media? Vervolgens aan de leerlingen werken aan het concept van hun clip met behulp van en krijgen ze uitleg over het werken met de HOLY Animator. De rest van de workshop wordt besteed aan het maken van de clip.

Leerdoelen

Na de animatieworkshop:

- Kunnen de leerlingen een concept voor een animatie of filmpje maken
- Kunnen de leerlingen een boodschap omzetten in beeld
- Hebben de leerlingen een eigen animatieclip gemaakt

Praktische informatie

- Locatie: Computerlokaal
- Duur: 3 uur
- 1 computer per 2 leerlingen
- 1 computer voor de workshopleider
- Beamer of smartboard
- Internetverbinding
- 1 storyboard per 2 leerlingen
- Inlogprocedure door HOLY verstrekt
- Draaiboek animatieworkshop

ONDERDEEL 4. Debat met clipvertoning op locatie

Tijdsduur: 4 x 50 min. Of 1 dagdeel

Begeleiding: professionele debatleider en Worldconnector Rindert de Groot

Locatie: nader bekend te maken

Ter afsluiting van het programma doen scholen met hun leerlingen mee aan een sprankelend einddebat met clipvertoning op locatie. Tijdens het einddebat zullen leden van ons expertpanel deelnemen aan het einddebat om samen met uw leerlingen een aantal stellingen te verkennen. Aanleiding voor de debatonderwerpen zijn de beste en spraakmakendste clips van de jongeren.

Verdieping voor docenten

Verdiepingsmogelijkheden

1. Laat de leerlingen meerdere onderzoeksgebieden uitdiepen of juist meerdere producten vergelijken. U kunt hiervoor de GROW Facts pagina (online), de productinformatie en de rollen-sheets gebruiken.

2. [Binnenkort beschikbaar] Opdracht – ‘Ken je GROW Facts!’. Met de opdracht ‘Ken je GROW Facts!’ duiken leerlingen dieper de cases soja en palmolie. Hiervoor gebruiken ze de vragenlijsten, online GROW Facts, soja en palmolie productsheets en links. Voor deze werkvorm splitst u de klas op in tweetallen. Elk tweetal maakt een drietal opdrachten:

- Ken je palmolie?
- Ken je soja
- Ken je eigen rol

Na het maken van de opdrachten worden de uitkomsten van ‘Ken je GROW facts’ opdrachten klassikaal nabesproken. Bij het maken van deze opdrachten leren jongeren aan de hand van de informatie uit de filmpjes en diverse links meer over hoe de productieketens van soja en palmolie in elkaar zitten en welke rol zij zelf, als consumenten, daarin spelen.

3. Verdieping voor gevorderden: ontwikkel samen een visie op de toekomst door bijvoorbeeld de volgende onderwerpen te bespreken:

- Hoe moet het in 2050 met 9 miljard mensen?
- Wat is ons ideaal voor de toekomst?
- Wat moet er allemaal veranderen om dit ideaal dichterbij te brengen?

4. Bekijk met uw leerlingen een aantal Clips for GROW op www.clipsforgrow.com > Clips bekijken. En bespreek kort hoe deze clips aansluiten de lesstof. Wat zouden uw leerlingen anders doen? Wat vonden ze heel goed? En wat zijn de unique selling points van de clips?

Minder tijd?

Het Clips for GROW programma kan ook worden uitgevoerd in 1 dagdeel. Voor dit verkorte lesprogramma bestaat een aparte lesbrief.

Toegang tot het online lesmateriaal

Instructie voor het verkrijgen van toegang tot dit online lesmateriaal is toegezonden aan de contactpersoon voor het project Clips for GROW bij u op school.



Powered by
HOLY.nl

DRAAIBOEK CLIPS FOR GROW

Onderdeel 1 - Introductieles GROW

Duur: 1 dagdeel of 3,5 lesuren van ca. 50 min

Begeleiding: 2 HOLY trainers

Onderwerp: Inleiding, verkenning en meningsvorming

Karakter: informatief en met veel ruimte voor eigen inbreng vanuit verschillende perspectieven

1 - Welkom en Introductie (7 min.)

Het onderwerp van Clips for GROW is een eerlijke wereldwijde voedselverdeling. Clips for Grow is ontstaan in samenwerking met Oxfam Novib vanuit de GROW Campagne. Hoofdvragen zijn: Waarom is er honger? Waarom hebben sommige mensen het minder goed dan anderen? Waarom hebben sommigen mensen het zo slecht dat er geen eten of te weinig eten voor ze is? Een tekort aan voedsel belemmert letterlijk en figuurlijk je kans om te groeien.

Dat er wereldwijd honger heerst, heeft te maken met hoe we het voedsel verdelen. De plek waar het voedsel vandaan komt, is vaak niet de plek waar het gegeten wordt. Een goed voorbeeld van hoe dit in zijn werk gaat is het productieproces van bepaalde voedingsstoffen en –middelen.

Wat gaan we doen tijdens Clips for GROW? We gaan zelf op onderzoek uit en daarna zetten jullie je mening om in een animatieclip. Met die animatieclip ga je campagnevoeren. Ons Clips for GROW expert panel geeft je informatie, tips en tricks waarmee je inzicht krijgt en je eigen mening kan vormen en delen.

Hoofdonderwerpen van Clips for GROW zijn de productie, distributie en verdeling van soja en palmolie. Wie heeft er weleens van palmolie gehoord? En van soja? Laten we eens kijken waar deze producten vandaan komen.

2 - Presentatie van de cases (8 min.)

Klassikale verkenning van de palmolie en soja productieketens. Eerst bekijken we filmpje 1: “Soja en palmolie, van kleine boer tot supermarkt”. Bespreek het filmpje kort in de klas:

- Wie heeft er vandaag palmolie gebruikt?
- Wie weet waar palmolie in zit?
- Wie weet er waar soja veel voor wordt gebruikt?
- Hoeveel denk je dat we deze producten gebruiken?

Zowel palmolie als soja zijn terug te vinden in meer dan de helft van de artikelen in onze supermarkten. Van het productieproces van beiden is bekend dat zijn gepaard gaat met schaalvergroting, vervuiling van het milieu, en inkomstenderving door oneerlijke concurrentie. Onder meer de kleine boeren en bewoners in de directe omgeving van de grote plantages zijn hiervan de dupe.

In de cases die we net hebben bekeken is goed te zien dat er moeilijke keuzes gemaakt moeten worden, en er verschillende manieren zijn waarop de voedselproblematiek te bekijken is. Laten we daar eens goed naar kijken. We hebben voor jullie de verschillende perspectieven op een rij gezet en gevraagd aan mensen die daar veel van af weten om daar wat over te vertellen. De experts in de filmpjes vertegenwoordigen ieder een belangrijke stakeholder. In dit filmpje stellen de experts zich kort voor.

3 - Verkenning van het veld en de spelers (15 min.)

We gaan twee korte filmpjes bekijken (filmpje 2 en 3) waarin onze experts meer vertellen over de ketens en de Ronde Tafels, en de rol van bedrijven.

Na film 2 een kunt u een korte vragenronde inlassen:

- Wat ben jij als consument bereid te doen?
- Wat voor keuzes maak jij in de supermarkt of bij de drogist?
- Denk je weleens over de gevolgen van je aankoop na?
- Heb je genoeg productinformatie om echt een keuze te kunnen maken?

En na film 3 een korte terugkoppeling:

- Welke standpunten heb je net gezien?
- Welke partijen spelen een rol bij de verdelingen en productie van levensmiddelen?
- Herhaal/vat samen

4 - Debat in de klas: dilemma's over soja en palmolie (ca. 75 minuten)

De debatopzet met casussen (zie bijlagen) is zo opgezet dat de leerlingen oefenen met de verschillende perspectieven en belangen die een rol spelen bij de wereldvoedselproductie en –verdeling van grondstoffen en productiemogelijkheden. Er zijn tevens enkele verdiepingsmogelijkheden opgenomen in de debatform.

5 – Vragenronde: Wat kun je zelf doen?

Tijdens dit onderdeel verkennen uw leerlingen hun eigen handelingsperspectief. Wat kunnen zij zelf doen om hun steentje bij te dragen aan de wereldvoedselproblematiek? Wat is hun rol als burger en als consument? Begonnen wordt met het klassikaal bekijken van filmpje 4.

Bespreek in de klas:

- wat vind je zelf het aansprekendste voorbeeld?
- wat denk je dat je het beste kunt promoten in een filmpje?
- hebben we eigenlijk zelf wel een rol of is die maar schijn?

6 – Afsluiting, samenvatting en aankondiging volgende (campagne en animatie) workshops (ca. 3 min.)

Na de les: terugrapportage van interessantste stellingen ten behoeve van grote debat en als input voor het maken van de animaties.

Suggesties

Verdieping

- Laat de leerlingen dan meerdere onderzoeksgebieden uitdiepen of juist meerdere producten vergelijken, u kunt hiervoor de GROW Facts pagina (online), de productinformatie en de rollen-sheets gebruiken.
- Voor gevorderden: ontwikkel samen een visie op de toekomst
 - hoe moet het in 2050 met 9 miljard mensen?
 - wat is ons ideaal voor de toekomst?
 - wat moet er allemaal veranderen om dit ideaal dichterbij te brengen?

Minder tijd?

Minder tijd? Verkort dan het debat.

Online lesmateriaal

De 'Ken je GROW Facts!' verdiepingsopdrachten voor de leerlingen zijn binnenkort tevens via het online lesmateriaal van Clips for GROW te downloaden. Instructie voor het verkrijgen van toegang tot dit online lesmateriaal is toegezonden aan de contactpersoon voor het project Clips for GROW bij u op school.

Onderdeel 2 - Campagne workshop Clips for GROW

Duur: 50 minuten of 1 lesuur

Begeleiding: 2 HOLY workshoptrainers

Inhoud: jongeren leren hun eigen sociale media clipcampagne opzetten.

1 - Introductie (5 min.)

Voordat we een clip gaan maken, gaan we eerst kijken waar een goede campagneclip aan moet voldoen (5 min.). Eerst bekijken we een paar 'beste clips'. Dit zijn 3 prijswinnende clips, door jongeren gemaakt met de HOLY animatietool.

De eerste clip 'Bio vs. Poison' (2011) is gemaakt tijdens Hood from the Hood door Amal en Janis (14 jaar) van het Caland Lyceum in Amsterdam. In Bio vs Poison vliegen twee sexy meiden, zittend op knaloranje wortels, door de lucht. Amal en Janis hebben dat jaar de Food from the Hood campagne wedstrijd gewonnen en hun clip is gekozen als beste!

De tweede clip 'CO2 weg ermee!' is gemaakt door Jasper (12 jaar) uit Zoetermeer tijdens clips voor Duurzaamheid. Met zijn clip maakt Jasper op simpele maar heel directe manier duidelijk wat het gevolg is van veel autorijden. De clip is zo mooi gemaakt, dat HOLY hem gebruikt voor de omslag van de folder en hij is al vaak getoond op conferenties en evenementen.

De derde clip 'Vrijheid Stempel' won dit jaar de landelijke Clips voor Vrijheid wedstrijd en was overal in het land te zien op 5 mei tijdens Bevrijdingsfestivals. Hij is gemaakt door Bouchra en Danique (16 jaar) uit Amsterdam. Hun clip gaat over vooroordelen en mensen die bestempeld worden door anderen gewoon om hoe ze eruit zien.

Wat maakt deze clips goed?

- Boodschap en vorm in balans
- Gericht aan de persoon die er wat mee kan.
- Begrijpelijk en catchy
- Humor

2 – Inspiratie (3 min.)

Werkt dat campagnevoeren echt? Wat kun je doen met een sterk verhaal? Bespreek een succesvolle campagne met uw leerlingen ter inspiratie:

Casus: De Groene Sint Campagne (3 min.)

Dit is een 'voorbeeldcase': een voorbeeld van wat we samen kunnen doen! In 2009 was er een grote actie over groene chocoladeletters. Omdat nog steeds veel chocola onder erbarmelijke omstandigheden wordt geproduceerd. De eerste stap was om mensen te informeren door middel van de groene sint. Uiteindelijk hebben 100 duizend jongeren actie gevoerd. Om dit onderwerp verder onder de aandacht brengen en ook daadwerkelijk iets te veranderen kwam men op het idee een groene chocoladeletter te maken in samenwerking met Tony Chocology. Deze is op kleine schaal verkocht en toonde aan dat er vraag bleek te zijn naar 'slaafvrije' chocola. Hierdoor kon Oxfam uiteindelijk met Verkade, de grootste Nederlandse chocolade producent, aan tafel komen te zitten. Het resultaat is dat Verkade zicht heeft gecommitteerd aan het verduurzamen van hun eigen chocolade.

3 - Korte clip met tips en trucs van een expert (4 min.)

Hoe wordt zo'n Groene Sint campagne opgezet? Wat is de perfecte campagne? Met behulp van een kort **filmpje** krijgen de jongeren tips en trucs van online campaigner en Groene Sint campaigner Jacco Vlastuin van Oxfam Novib.

4 – Opdracht: ontwerp je eigen campagne (15 min.)

Gebruik hiervoor het benodigde Campagnewerkblad (zie download op de online lesomgeving). De leerlingen werken in tweetallen. Deel de campagnewerkbladen uit en vraag de leerlingen aan te geven:

- Waar gaat de campagne over? Bedenk een slogan/motto.
- Voor wie is de campagne bedoeld? Bedenk wie je doelgroep is en probeer je daarin te verplaatsen.
- Vormgeving van de campagne? Bedenk hoe de boodschap het beste bij je publiek terecht komt.

Gebruik je daarvoor: humor, een slim idee, blijf je dicht op de inhoud, etc.

5 – Hoe voer je online campagne?– de sociale media campagne (20 min.)

Nu de leerlingen hun campagne-inhoud hebben bedacht, moet er ook goed nagedacht worden over waar die het beste gedeeld kan worden en hoe (20 min.). Bespreek met uw leerlingen onderstaande onderwerpen ter oriëntatie:

Welke sociale media zijn er en hoe kun je die voor je boodschap gebruiken?

Wie deelt weleens nieuwtjes of andere zaken met sociale media? Hoe doe je dit? Bijvoorbeeld: E-mail, Hyves, Facebook, Twitter, Youtube. Door je clip met e-mail of via Hyves of Facebook, door te sturen zorg je ervoor dat je eigen netwerk je clip en boodschap ziet. Zij kunnen die dan onder hun netwerk verspreiden.

Maak een keuze van sociale media op basis van je doelgroep en boodschap

Voor een succesvolle campagne moet je ook zorgen dat je clip buiten je eigen netwerk bekeken en gedeeld wordt. Dit doe je door te reageren op mensen die veel volgers of vrienden hebben. Daarmee zorg je dat andere mensen jouw reactie of clip ook zien. Waar denk je jou clip het beste te delen, waar 'komt' jouw doelgroep?

Met welke woorden/beelden zet jij je boodschap in de campagne neer?

Wat is de mood – grappig, serieus, boos, absurd? Hoe denk je mensen te kunnen bereiken? Kijk goed wie bezig is met jouw onderwerp, welke organisatie of bekende persoon en richt je daarop.

Wat is een virale Campagne en hoe maak je deze succesvol?

Een virale campagne is een campagne die is 'opgepikt' door zoveel mensen en organisaties dat deze gaat 'rondzingen' op sociale media. Jouw clip kan zo veel exposure krijgen en hoe meer exposure, hoe meer invloed! Er zijn bloggers zoals Nalden die op die manier blijvend heel veel aandacht krijgen en alles wat zij doen wordt opgepikt door trendwatchers.

6 - Afsluiting les en blik vooruit (3 min.)

Met de animatieclip die je vandaag gaat maken doe je mee aan de Clips for GROW campagnewedstrijd. Hoe bepalen we wie wint? Wie het lukt zijn clip zo veel mogelijk te verspreiden en de meeste 'views' en 'vind ik leuk' klikken te krijgen op zijn Hyves of Facebook wint! Weet je niet precies hoe je je clip moet delen? Geen zorgen! Na het maken van je clip, krijg je nog tips over hoe je je clip het beste kunt delen.

Met jullie clipcampagnes maken jullie animatieclips deel uit van dewereldwijde campagne voor GROW! Tot zoverre de campagnetraining. Laten we aan de slag gaan met onze clips zodat we straks echt een goede campagne kunnen voeren!

Onderdeel 3: Clips for GROW Animatieworkshop

Duur: circa 3 x 50 minuten of 3 lesuren

Begeleiding: 2 HOLY trainers

Inhoud: Leerlingen maken hun eigen animatieclips, in het verlengde van hun campagne-ideeën.

1 – Introductie (10 min.)

Vertel de leerlingen dat ze in deze les gaan werken aan hun animatieclip over 'Clips for GROW'. Tijdens De campagnetraining hebben de leerlingen al een onderwerp gekozen voor hun clip. Koppel terug door te vragen:

- Wat is het interessantste wat je geleerd hebt van de Clips for GROW experts?
- Wat viel je het meest op tijdens de informaties? Waar stond je van verbaasd?
- Wat 'deed' je het meeste? En waarom?

2 – Vervolg conceptontwikkeling animatie (20 min.)

Leerlingen gaan aan de slag met het ontwikkelen van het idee voor hun clip. Centraal staan hierbij de kernvragen uit het eerder gemaakte campagnewerkblad. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een opdrachtformulier met storyboard dat de leerlingen op weg helpt. Hoofdonderwerpen zijn:

- **Welke boodschap wil je overbrengen over jouw onderwerp?**
- **Hoe breng je dit in beeld?** Leerlingen maken een schetsvoorbeeld van hun onderwerp in 4 scènes
- **Welke afbeeldingen heb je daarvoor nodig?** Leerlingen verzamelen alvast geschikte afbeeldingen die passen bij de vorm, doelgroep en inhoud van hun clip.

Het beeldmateriaal slaan de leerlingen op in een aparte map op hun computer. De beelden moeten voldoen aan de volgende eisen:

- Minimaal 800x500 pixels
- Minimaal 150 kb groot
- Maximaal 1 mb groot

De workshopleider of schooldocent ondersteunt de leerlingen bij het ontwikkelen van hun concept en het invullen van hun storyboard. Het storyboard is te downloaden via het online lesmateriaal van Clips for GROW. Instructie voor het verkrijgen van toegang tot dit online lesmateriaal is toegezonden aan de contactpersoon voor het project Clips for GROW bij u op school.

3 – Uitleg HOLY Animator (10 min.)

De HOLY Animator wordt plenair uitgelegd aan de leerlingen. De workshopleider of schooldocent loopt alle mogelijkheden van de HOLY Animator door en laat hen gelijk zien wat voor effecten ze kunnen creëren in hun clip.

4 – Clip maken (100 min.)

Nu duidelijk is wat het onderwerp wordt van de clip, kunnen we aan de slag met het maken van een clip. Maar daarvoor bekijken we eerst hoe de animatietool werkt. De HOLY Animator wordt klassikaal uitgelegd aan de leerlingen (10 min.). De workshopleider of schooldocent loopt alle mogelijkheden van de HOLY Animator door en laat hen gelijk zien wat voor effecten ze kunnen creëren in hun clip.

De leerlingen loggen na deze introductie klassikaal in op www.clipsforgrow.nl volgens de door HOLY aangeleverde inlogprocedure. Hierna gaan ze beeldmateriaal verzamelen voor hun clip en met de HOLY Animator, te vinden onder 'clip maken' op de website, hun concept uitwerken (100 min.). Stimuleer leerlingen om creatief te zijn met hun zoektermen en bijvoorbeeld ook in het Engels te zoeken.

NB! Het is erg belangrijk dat de leerlingen regelmatig de clip tussentijds opslaan! Ook als de tijd om is voor het maken van de clip is het belangrijk dat deze nogmaals wordt opgeslagen.

5 – Clips presenteren (10 min.)

Als alle clips af zijn worden deze klassikaal terug gekeken (10 min.). Dit kan via de scholensite van uw school, te vinden in de inlogprocedure die HOLY heeft aangeleverd. Bekijk de clips één voor één terug en stel de volgende vragen:

- Wat heeft de maker met zijn clip duidelijk willen maken?
- Komt dit goed over, en waarom wel of niet?
- Wat vinden jullie van de boodschap van de clip?
- Wat vinden jullie van hoe de boodschap is uitgewerkt?

6 – Drie manieren om je clip te verspreiden (5 min.)

Sluit de les af door de leerlingen te motiveren hun clip thuis nog af te maken of te verbeteren en hem via social media te verspreiden (5 min.). U kunt gebruik maken van de volgende korte opdrachten (ook te downloaden als: 'Opdrachten sociale media'):

Opdracht 1. Social Media

Log in op je Hyves, Facebook of Twitter account en post de link op je pagina. Bedenk een leuke tekst die je bij je filmpje plaatst, zodat zoveel mogelijk mensen er naar gaan kijken.

Opdracht 2. E-mail

Log in op jouw eigen e-mailaccount. Plak de link in je email en bedenk een tekst waardoor jij denkt dat mensen naar het filmpje gaan. Stuur een email naar vrienden, familie en kennissen. Vergeet niet te vragen of ze je clip willen 'liken' op je facebook of Hyves pagina!

Opdracht 3. Bijhouden van de resultaten

Beïnvloed zelf je resultaat door bij te houden wat het effect is van je eigen acties.

BIJLAGEN DRAAIBOEK CLIPS FOR GROW – opdrachten en casussen

DEBAT IN DE KLAS – DILEMMA'S OVER SOJA EN PALMOLIE

Totale duur onderdeel: ca. 75 minuten

Debatvorm

Dit onderdeel is vormgegeven als een debat waarbij leerlingen in de huid kruipen van een van de stakeholders van de Ronde Tafel over soja óf palmolie. Ze krijgen meer inzicht in de verschillende belangen binnen de keten. De opzet is zo eenvoudig mogelijk gehouden. Aan de basis van het debat in de klas staan 4 casussen over soja en palmolie, daarin zijn steeds 3 'rollen' beschreven.

Ter introductie van de verschillende partijen gebruikt u het **overzichtsschema 'Rond de tafel'**. Met behulp van dit schema worden niet alleen de verschillende partijen in de wereldvoedselketen inzichtelijk gemaakt, maar vooral ook hoe zij zich tot elkaar verhouden. **Op basis van elk van deze rollen / partijen zijn verschillende 'profielen' gemaakt.** Deze kunt u gebruiken bij dit rollenspel. Alleen die van de consument wordt in deze opzet niet gebruikt.

Verdeling van de rollen

De groep wordt in 12 'rollen' verdeeld, per rol van 1 tot 2 à 3 personen. Het onderdeel is dus te doen met 12 tot ca. 30 deelnemers. Wanneer u het debat met een kleinere groep dan 12 uitvoert, kunt u er voor kiezen om een casus niet uit te voeren.

Elk groepje krijgt van één van de vier casussen één van de drie posities uitgereikt. Zie de bijlage voor de **casussen en de bijbehorende rolverdeling met sleutelargument**. De groepjes bereiden zich voor en krijgen daar een kwartier de tijd voor; ze gebruiken de **factsheets** om argumenten te vinden. Hun 'sleutelargument' krijgen zij op een apart **gekleurd briefje**. Tip: ter ondersteuning kunt u het overzicht 'Rond de tafel' op de beamer aan laten staan.

Verloop van het debat in de klas

Bij elke casus gaat het als volgt. De leraar kondigt kort de casus aan, waarna de groepjes, volgens hun eigen rolverdeling, het woord kunnen nemen in de volgende volgorde.

Eerste beurt partij A: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Eerste beurt partij B: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Eerste beurt partij C: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Vraag: Wie heeft er nog iets toe te voegen aan deze discussie? Waar wil je op reageren?

Tweede beurt partij A: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Tweede beurt partij B: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Tweede beurt partij C: minimaal 1 en maximaal 2 minuten

Vrije discussieronde tussen de partijen: maximaal 5 minuten.

Regels: wanneer iemand iets wil toevoegen moet hij/zij eerst zeggen van welke tot welke partij die zich richt en vanuit welke rol hij/zij spreekt.

Na afloop vindt discussie binnen de hele groep plaats over een casus naar keuze, van maximaal 15 minuten. Ook de leerlingen die al eerder een partij hebben vertegenwoordigd tijdens de verkenning van de casussen, kunnen daaraan deelnemen. Tot slot van elke ronde wordt gestemd: welke partij heeft haar belang het beste verdedigd?

Constructie van een casusdebat

Drie partijen tegenover elkaar, die beiden lid zijn van een specifieke rondetafel, dus in verband met een specifiek product

Verschillende partijen in het spel

De groepjes krijgen een korte beschrijving van de omstandigheden en hun eigen belangen beknopt uitgeschreven. Ze weten wie hun opponent is, maar weten niet welke belangen die heeft (al kunnen ze dat natuurlijk wel opzoeken). Laat de leerlingen elkaars verrassen met hun eigen vondsten en argumentatie binnen hun 'rol'!

Verdieping

Natuurlijk kunt u – samen met uw leerlingen - het **aantal rollen uitbreiden of de argumentatie van de rollen aanpassen**. Ter ondersteuning kunt u hierbij de 5 stakeholderfactsheets, de soja en palmolie GROW facts op de website en het overzicht van de stakeholders gebruiken. Zet daarbij ook de belangen van verschillende NGO's tegenover elkaar (biodiversiteit tegenover belang kleine boeren, bv.)

Uitbreiding vrije discussierondes met inmenging van de rest van de klas. Regels: wanneer iemand iets wil toevoegen moet hij of zij eerst zeggen van welke tot welke partij die zich richt en vanuit welke rol hij/zij spreekt.

Maak gebruik van de verschillende verdiepingsfilms, zoals die van de overheid bij casus 4, voor een verdere uitbreiding van de argumentatie en een verdieping van de discussie.

Bijlagen

- Overzicht 4 Casussen met elk 3 rollen
- Stakeholder factsheets met overzicht 'Rond de Tafel'
- Eventueel voor verdieping: GROW facts over soja en palmolie op de website
- Eventueel voor verdieping: Clips for GROW verdiepingsfilms

4 CASUSSEN MET ROLVERDELING

Typen rollen

Paars voor NGO's

Blauw voor bedrijven

Turkoois voor producenten

Groen voor kleine boeren

Casussen

1. Casus 'Eerlijke verdeling'

1 op de 7 mensen gaat nu met honger naar bed. De wereldvoedselverdeling is ongelijk. Vooral kleinschalige producenten plukken niet de vruchten van hun eigen arbeid. En lopen gevaar om op de valreep hun land kwijt te raken aan grote producenten en speculanten. En dat terwijl er genoeg te eten is voor iedereen, zegt Jan Kees Vis. Hij voegt hieraan toe dat het niet meer hoeft te kosten om de wereldvoedselketen te verduurzamen en eerlijker te maken. Is dat zo? **Kun je duurzaam produceren en een eerlijke voedselverdeling nastreven en toch winst maken?**

Rollen:

NGO Oxfam Novib: komt op voor de kleine boer: die moet genoeg verdienen

NGO WNF: komt op voor het milieu; geen schadelijke productie

Producent: alleen als je concurreert op de wereldmarkt kun je winst maken

2. Casus 'Grootschalige teelt'

In de jaren '90 kwam grootschalige teelt van soja op gang. Met steun van overheden werden veel bossen gekapt voor deze velden. Meer voedsel produceren, daar kan toch niemand tegen zijn? Nog steeds wordt voor grootschalige teelt elke minuut 6 voetbalvelden regenwoud gekapt. Vragen over de leefsituatie van lokale bevolking, bedreiging van dieren en planten en het klimaat zijn aan de orde van de dag. Meer en meer mensen willen geen producten kopen die hiertoe bijdragen. Er zijn intussen Ronde Tafels opgericht voor verduurzaming van de productie van soja en palmolie. **Toch komt maar langzaam verandering in de grootschalige productie van deze sleutelproducten. Waarom eigenlijk?**

Rollen:

Kleine boer: traditionele wijze van productie past beter in de traditionele omgeving: geen grote plantages!

Verwerker: wil een constante stroom goede producten. Dit kan beter met grotere plantages dan met kleine boeren

NGO WNF: tegen grootschalige productie, slecht voor het milieu. We moeten minder consumeren tegen een hogere prijs, en vooral minder vlees eten!

3. Casus 'De duurzaamheidshype'

Meer en meer consumenten willen niet langer doorgaan met ten koste van andere mensen, dieren, omgeving en klimaat te consumeren. Zij zijn bezig met een sterke lobby die ook zijn weerga heeft op supermarkten aankoopbeleid. En dat geldt ook voor stuntsupermarkten zoals Lidl. Zij worden gesteund door grote NGO's als FairFood en Oxfam om deze houding door te zetten en op die manier een eerlijkere voedselverdeling af te dwingen. Maar, zegt Johan van der Gronden van het WNF: 'Je moet toch oppassen met die grote bedrijven, want ze willen winst maken. Ze zijn wel gevoelig voor consumenten maar houden ook graag de schijn op dat ze groen zijn'. Hij waarschuwt hier voor zogenaamde *greenwashers*. **Worden grote, winstgevendende bedrijven wel voldoende gecontroleerd? En wat zijn die controles waard? Wie is de eindverantwoordelijke voor de morele beslissing om wel of geen Fair Trade te doen?**

Rollen:

Bedrijf Unilever: wil echt veranderen en de keten verduurzamen

Bedrijf Cargill / Sinar Mas: duurzaam als iedereen het doet; tot die tijd niet al te veel doen

NGO Oxfam Novib: we moeten bedrijven goed in de gaten houden; ze zijn allemaal verdacht.

4. casus ' Die overheden werken niet mee'

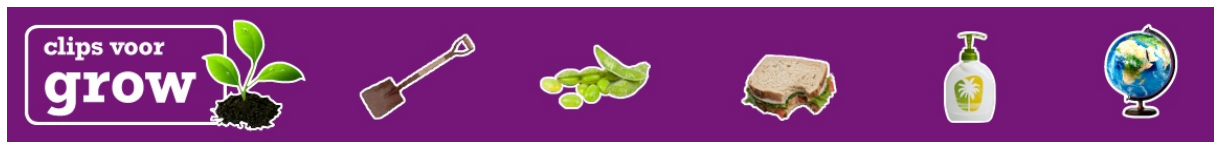
De partijen in de Ronde Tafel proberen *business to business* de voedselketen te verduurzamen. Daarbij is veel afhankelijk van overheden voor overkoepelende wet- en regelgeving. Overheden werken niet altijd mee en soms zelfs tegen. De consument en de producent kiezen in de regel hun eigen overheid. Dit is een consument of producent die zich steeds vaker bewust is van de gevolgen van roofbouw op arme boeren en natuurlijke bronnen.
Op welke manieren kunnen zij invloed uit oefenen dan met alleen hun stem?

Rollen:

Supermarktketen: consumenten stemmen met hun koopgedrag

Kleine boer: overheden moeten duidelijke regels stellen, anders kunnen en mogen bedrijven met macht alles doen wat ze willen.

Handelaar: overheid heeft geen rol, marktwerking is bepalend



Opdracht - Hoe kan ik mijn clips verspreiden?

Stap 1. Je gaat naar de website [www.\(naamschool\).holy.nl](http://www.(naamschool).holy.nl)

Stap 2. Je logt in met je eigen gebruikersnaam en wachtwoord.

Stap 3. Vervolgens ben je ingelogd en klik je op **My Account**

My Clips for GROW

Gebruikersnaam

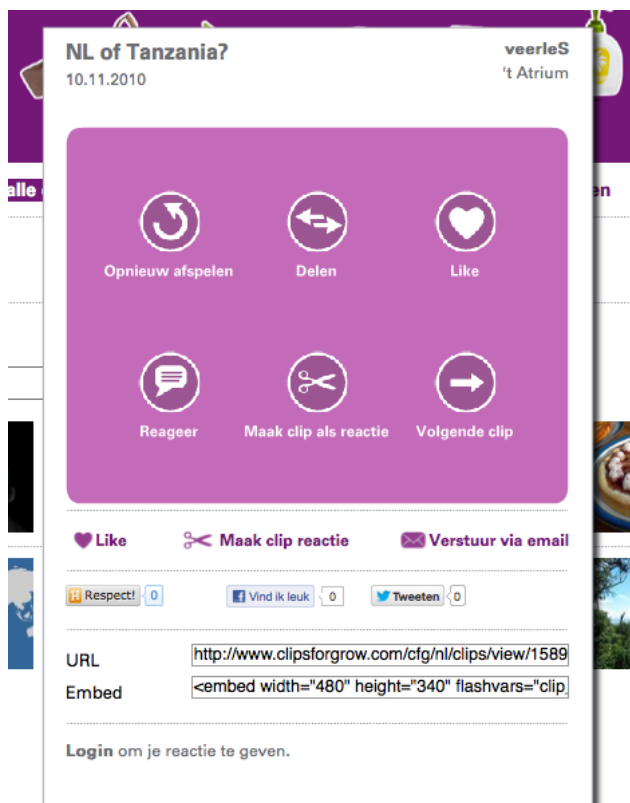
Wachtwoord

[Log in >>>](#)

[Maak nieuw account >>>](#)

[Wachtwoord vergeten >>>](#)

Stap 4. Je klikt op de gemaakte animatie en nadat hij is afgespeeld wordt het volgende scherm zichtbaar.



Stap 5. Voor het delen van je clip gebruik je de URL. Met je linker muisknop selecteer je de URL en je kopieer hem door CTRL in te drukken en de letter C. (of met je rechtermuis knop onder kopiëren).