

**GEEF JIJ LICHT IN 'T DONKER
DOE LIEVER JE LICHT**

**Hoe zou jij het doen?
Fietsverlichting daarom!**



FIETSVERLICHTING  **LAAT JE ZIEN!**

De lesopdracht 'Hoe zou jij het doen? Fietsverlichting daarom!'

We dagen je uit een campagneposter of -film te maken waarmee je (jonge) fietsers aanmoedigt hun licht aan te doen als het donker is. Want er gebeuren nog te veel ongelukken, omdat jongeren hun fietsverlichting niet aan hebben. En wij volwassenen begrijpen niet waarom jongeren hun lampen niet aan doen. Jij wel.

Aan de andere kant: jij ziet niet al die gevaren die volwassenen zien. Dus hier ligt nóg een uitdaging voor je: kruip in de huid van een *volwassene*. Als je weet welke gevaren er allemaal zijn, dan ben jij als geen ander in staat om jouw leeftijdgenoten te bereiken met jouw boodschap. Hoe je specialist fietsverlichting wordt, leggen we je in dit lespakket uit.

Tips en trucs

- Bij een campagne gaat het om hoe je een onderwerp onder de aandacht brengt. Je hebt een idee. Met dat idee gaan anderen aan de slag om het tot iets moois, aansprekends, grappigs of prikkelends te maken. Ben jij iemand die dit allemaal kan, dan is deze opdracht wellicht iets voor jou alleen. Maar vaak kom je in een groepje het makkelijkst tot een goed idee en de uitwerking daarvan.
- Bedenk en schrijf op wat (volgens volwassenen) de gevaren zijn van het niet aandoen van je fietslicht als het donker is.
- Bedenk en schrijf op waarom jouw leeftijdgenoten (en jij misschien ook) geen fietslampen gebruiken als het donker is. (Wij volwassenen denken dat jullie dit doen omdat het stoer of cool zou zijn, maar misschien ken jij er heel andere redenen voor.)
- Bedenk wat volgens jou het beste de boodschap – wel fietsverlichting voeren - overbrengt:
 - Emotie - een zachte of een harde aanpak? Wij hebben met de poster van 2010 gekozen voor een 'zachte' aanpak, zie de kaft van deze handleiding. Een fietser zonder licht op de weg met een stralenkrans eromheen alsof diegene denkt dat hij zélf licht geeft. Wat is hard? Een voorstel dat het niet heeft gehaald: zie het plaatje hiernaast...
 - Andere manier van emotie gebruiken: gebruik de reden waarom je geen fietslicht aandoet en draai die om. Voorbeeld: stel dat je geen fietslicht aandoet omdat dat inderdaad stoer is, dan kun je een poster of film maken waaruit blijkt dat het juist stoer is om wel fietslicht aan te doen.
 - Perspectief – bekijk je een situatie vanuit de fietser of juist vanuit een andere weggebruiker, bijvoorbeeld een automobilist?
 - Verhaal - is één beeld (poster) of één perspectief (film) het beste voor jouw idee of juist een paar verschillende beelden of perspectieven?
 - Vorm – grote of kleine letters, felle kleuren of juist donker, is er veel te zien of liever weinig? Film of poster?
- Inspiratie nodig? Google zowel bij afbeeldingen als bij film het woord 'fietsverlichting'. Of ga naar www.fietsverlichtinglaatjezien.nl, www.valopmetjefiets.nl, www.rovl.nl en bekijk daar de bestaande fietsverlichtingscampagnes. Filmpjes van voorgaande jaren kun je bekijken op het YouTube-kanaal ROVLFietsverlichting.



- Welke voorbeelden spreken je aan en welke niet? Kun je zeggen waarom? Kun je zeggen of er is gekozen voor een harde of zachte aanpak? Welk perspectief de maker heeft gekozen? Wordt er volgens jou een verhaal verteld of is het één krachtig beeld?

Tips en trucs voor het ontwerpen van een poster

- Houd rekening met ruimte voor de slogan. De slogan komt bovenin de poster.
- Denk eraan dat de doelgroep straks in de stad langs de poster rijdt, fietst, wandelt. Je hebt dus maar een paar tellen waarin je met jouw boodschap iemand kunt prikkelen.

Tips en trucs voor het maken van een film

- Maak een film met een mobiele telefoon, een digitale camera of een webcam. De vorm en afwerking van je film mag je zelf bedenken.
 - Vorm – van stilstaande plaatjes een film maken, toneelspelen, of ...
 - Afwerking - op de computer monteren, muziek eronder zetten? Het mag allemaal, behalve gesproken woord. Dus, wees creatief!
- Probeer de camera recht en stil te houden.
- Zorg dat, als er in je film wordt gesproken, dit goed verstaanbaar is. Pas op met geluid op de achtergrond.
- Er moet logica in je verhaal zitten: maak eerst een 'storyboard' of schrijf een script. Laat dat iemand lezen en check of je boodschap overkomt.
- Denk goed na over hóe je het verhaal gaat uitbeelden.
- Belichting is ook iets om rekening mee te houden.
- Denk eraan dat de doelgroep straks de film ziet, in de bus, wachtend op een hamburger of tijdens een tussenuur in de kantine. Je hebt dus maar kort iemands aandacht waarin je diegene met jouw boodschap moet prikkelen.
- De film mag daarom niet langer zijn dan 20 seconden, en mag géén uitgesproken tekst bevatten!
- Bedenk een goede titel, slogan of boodschap voor de film. Deze mag niet langer zijn dan 55 tekens inclusief spaties.
- Sluit de film af met een pakkende slogan die blijft hangen bij jouw leeftijdsgenoten.
- Let bij het gebruik van muziek erop dat deze vrij is van rechten, anders mag jouw film niet gebruikt worden in bijvoorbeeld de bus.

Keuzeonderdeel (bepaalt de docent)

Film of poster gemaakt? Nu moet je anderen ervan overtuigen dat jouw of jullie idee het beste is. Dit moet je ook doen in het 'echte' leven: een opdrachtgever vraagt meestal bij verschillende communicatiebureaus of ze een goed idee hebben. Die bureaus hebben kort de tijd om met een idee en eventueel een uitwerking daarvan te komen. En dan moet het idee worden 'gepitch't': uitleggen wat het idee is en waarom het de doelgroep zal aanspreken. Je moet dus vertellen waarom je voor een harde of zachte aanpak hebt gekozen. Waarom volgens jou juist het perspectief en het verhaal dat jij hebt gebruikt, het beste is en de doelgroep zal aanspreken.

Het bureau waarvan de opdrachtgever vindt dat die het beste idee heeft, wint. Dat bureau krijgt de opdracht om het idee voor het grote publiek te gaan maken. Hoe zit dat met jouw idee? Laat de klas kiezen wat het beste idee is.

De wedstrijd 'Hoe zou jij dit doen? Fietsverlichting daarom!'

De lesopdracht is onderdeel van de campagne 'Fietsverlichting laat je zien!'. Doel van de campagne is dat alle fietsers zodra het donker wordt, hun licht aan doen. En er dus ook voor zorgen dat de fietslamp werkt. Veel de jongeren doen hun fietslamp niet aan terwijl deze helemaal niet kapot is. Ons lukt het niet goed om dat te veranderen. We hopen dat het jou met jouw boodschap wel lukt. **De winnende inzending gebruiken we daarom in het najaar van volgend jaar als campagneposter of –film!**

Win jij of iemand uit jouw klas de regionale wedstrijd (film of poster), dan mag je met de hele klas door naar de Limburgse Finale. Win jij of iemand uit jouw klas die Limburgse finale ook, dan mag je met de hele klas naar Movie Park Duitsland. Maar ook de nummers 2 en 3 ontvangen nog een mooie verrassing. Wat? Tja....daar kom je alleen achter door mee te doen!

Let op: de lesopdracht wordt gebruikt op verschillende scholen in Limburg. Die leerlingen zijn dus concurrenten van jou. Laat zien dat jij goed een boodschap kunt overbrengen en doe mee!

De wedstrijdregels

- Je bent een tweedeklasser in het voortgezet onderwijs in Limburg.
- Je maakt een poster of tot poster om te zetten tekening, collage of foto, of een film. Dit doe je alleen, met een paar klasgenoten of met de hele klas.
- De poster of de film moet fietsers aanmoedigen fietslicht aan te doen in het donker. Zie verder het kopje: 'Waar moet je inzending aan voldoen?'
- De (voor)selectie van de inzendingen voor de wedstrijd vindt plaats op school.
- De school bepaalt de deadline voor de (voor)selectie.
- De originele poster moet worden opgestuurd, samen met het wedstrijdformulier. Wil je de poster terug, laat je docent dat dan op het wedstrijdformulier aangeven.
- De film moet eerst op een eigen youtube-account worden gezet. Dat kan via de account die je docent aanmaakt voor deze wedstrijd.
- Om mee te doen met de wedstrijd, vult je docent het wedstrijdformulier in. Hierin komt ook de link naar de youtube-accounts van de inzenders. De webmaster kijkt of de film voldoet aan de voorwaarden en zet die dan op het kanaal van ROVLFietsverlichting op youtube.
- Je docent krijgt bericht of een inzending van zijn school heeft gewonnen.
- Over de uitslag wordt niet gecorrespondeerd.

Waar moet je inzending aan voldoen?

- Het moet gaan over het voeren van fietsverlichting.
- Je mag van alles maken, als het maar kan worden vertaald in een poster of film. Zie ook de tips en trucs.
- Films of posters met een aanstootgevende (bloot, geweld), racistische en/of discriminerende inhoud zijn uitgesloten van deelname.

Voorwaarden voor de poster

- De poster wordt altijd **staand** gemaakt, op **minimaal A3-formaat**, waarbij onderaan een balk komt met het logo van de campagne. Zie het voorbeeld op de voorkant van deze handleiding.
- Het beeld voor de poster moet vergroot kunnen worden, zodat de poster in het najaar van volgend jaar in het bushokje kan hangen.
- Bedenk een slogan die past bij het beeld.
- De slogan mag niet verweven zijn in de tekening, en moet er dus onder of boven staan.
- De slogan mag niet langer zijn dan 55 tekens inclusief spaties (in Word kun je via 'Controleren' bij een geselecteerde tekst de tekens laten tellen).
- Er mogen per school maximaal 10 posters ingezonden worden.
- Posters worden ingezonden per post maar ook per mail!

Voorwaarden voor de film

- De film mag niet langer zijn dan 20 seconden en mag géén uitgesproken tekst bevatten.
- Bedenk een goede titel, slogan of boodschap voor de film. Deze mag niet langer zijn dan 55 tekens inclusief spaties (in Word kun je via 'Controleren' bij een geselecteerde tekst de tekens laten tellen).
- Sluit de film af met een pakkende slogan die blijft hangen bij de doelgroep.
- Let op met de rechten die op muziek kunnen zitten.
- Films worden op YouTube geplaatst én ingezonden per mail.

De prijsuitreiking

Per deelnemende regio (Noord-Limburg, Midden-Limburg, Maastricht-Heuvelland, Sittard-Geleen en Parkstad) zal door een jury de winnaar worden bepaald per categorie (poster en film). De jury zal o.a. bestaan uit een echte ontwerper van een reclamebureau, iemand van de politie, iemand van het ROVL, de regiocoördinator en iemand van Veilig Verkeer Nederland. Deze regionale winnaars ontvangen voor de mogen mee doen aan de Limburgse Finale.

In januari vindt de provinciale prijsuitreiking plaats. Wij willen dat leeftijdsgenoten van jullie de uiteindelijke winnaars (film en poster) bepalen de Limburgse Finale.

De winnaars krijgen hun inzendingen terug in de campagnestijl van 'Fietsverlichting laat je zien!'. Want in het najaar van volgend jaar zijn de poster en de film als echte campagnemiddelen te zien in bussen, bushokjes, op scholen en schoolwebsites, bij sportverenigingen en bibliotheken, en waar we verder de middelen maar kunnen inzetten.

Daarnaast gaan de winnaars van de Limburgse Finale in het voorjaar met hun klas naar Movie Park Duitsland. Voor de nummers 2 en 3 van de Limburgse wacht nog een leuke verrassing.

Meedoen dus!