

In de wereld van jongeren en zwerfafval



SenterNovem &
Stichting Nederland Schoon

Adrie van de Water & Liliane Velt

juni 2008



Inhoud

Deel A

1. **Doelstellingen & opzet**
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

3. Jongeren & hun leefwereld
4. Jongeren & zwerfafval
5. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 75

- ♀ Zwerfafval: we komen het overal tegen. In het kader van het Impulsprogramma Zwerfafval 2007-2009 houden de organisaties Stichting Nederland Schoon, SenterNovem en de VNG zich gezamenlijk bezig met de aanpak van zwerfafval.
- ♀ Als het gaat om zwerfafval is jeugd een belangrijke groep die aandacht behoeft. Want het zijn vooral jongeren tussen de 12 en 18 jaar die zich in negatieve zin lijken te onderscheiden van andere doelgroepen.
- ♀ Jongeren in de leeftijd van 12 tot 18 jaar staan op de scheidslijn van kind zijn en volwassen worden, wat resulteert in een spanning tussen onafhankelijkheid en verantwoordelijkheid. Het is belangrijk deze dynamiek te onderkennen wanneer we willen begrijpen wat de betekenis van 'zwerfafval' is voor jongeren. En hierbij moeten we ons meteen realiseren dat zwerfafval een definitie van volwassenen is. Voor jongeren gaat het mogelijk over afval of verpakkingen die ze 'even kwijt moeten'. Alleen wanneer we het gedrag rondom het 'weggooien van afval in de omgeving' begrijpen vanuit de context van de jongeren zelf en hun motivaties hierachter leren kennen, kunnen we tot oplossingen komen die aansluiten bij hun leefwereld.



- ♀ Tot dusver hebben er alleen onderzoeken plaatsgevonden die onderzochten of campagnes goed aansloten. Er is echter geen onderzoek geweest dat werkelijk inzicht geeft hoe de belevingswereld van deze jongeren er uit ziet en wat de onderliggende redenen zijn voor hun gedrag als het gaat om het veroorzaken van zwerfafval.
- ♀ Om een goede aanpak te ontwikkelen jongeren te stimuleren minder rotzooi te laten maken lijkt juist deze informatie relevant. Door het kennen van de achterliggende redenen zijn de betrokken organisaties in staat initiatieven en campagnes te ontwikkelen die aansluiten bij de belevingswereld van jongeren. Het uiteindelijke doel is het gedrag van deze jongeren rondom zwerfafval op een zo optimaal mogelijke manier te beïnvloeden. Dit moet er uiteindelijk natuurlijk toe leiden dat we met zijn allen minder ongewenste blikjes, chipszakjes en kauwgom tegenkomen op straat.
- ♀ Beautiful Lives heeft daarom een project uitgevoerd dat inzicht heeft gegeven in de redenen achter het gedrag van jongeren rondom zwerfafval. Hierbij heeft Beautiful Lives rekening gehouden met het feit dat jongeren niet over één kam geschoren kunnen worden. Doel van het project was te komen tot tastbare en werkbare inzichten die richting geven en inspiratie bieden voor het optimaliseren van initiatieven en campagnes gericht op jongeren.



Doelstellingen

Het overkoepelende doel van dit project is als volgt geformuleerd:

- 👤 **Inzicht genereren in de achterliggende redenen rondom het veroorzaken van zwerfafval door jongeren zodat er effectievere activiteiten en/of campagnes kunnen worden ontwikkeld voor deze doelgroep.**

Dit doel is vertaald naar de volgende onderzoeksdoelstellingen:

- 👤 **Analyse van de belevingswereld van jongeren.**
 - 👤 Waar houden jongeren zich in deze levensfase mee bezig? Op welke manier kijken jongeren naar de wereld om hen heen? Op welke wijze maken jongeren deel uit van de maatschappij? Op welke manier ervaren jongeren verantwoordelijkheid? Wat zijn omgevingsfactoren waardoor zij beïnvloed worden (mensen, campagnes, ...)
- 👤 **Analyse van het gedrag van jongeren rondom het weggooien van afval.**
 - 👤 Met welk soort afval hebben zij zelf te maken (flesjes, snoep,...)? Wat betekenen deze verpakkingen / dit soort afval voor jongeren? Onderscheiden zij verschillende 'soorten afval'? Hoe gaan zij ermee om? Welke omgevingsfactoren beïnvloeden dit gedrag (peergroep, aanwezigheid ouders, campagnes, nabijheid afvalbakken,...) en op welke wijze?



Doelstellingen

- ♀ **Analyse van de verschillende motivaties die gedrag omtrent zwerfafval kleuren.**
 - ♀ Welke motivaties ten aanzien van het maken van zwerfafval kunnen we onderscheiden? Op welke manier wordt er binnen die verschillende motivaties met zwerfafval omgegaan?
- ♀ **Analyse van de verschillende contexten die gedrag omtrent zwerfafval beïnvloeden.**
 - ♀ Binnen welke context speelt het veroorzaken van zwerfafval een rol? Wat is de eventuele relatie tussen de context en motivatie? Welke van beide lijkt het meest leidend in het begrijpen van het veroorzaken van zwerfafval?
- ♀ **Analyse van de verschillen tussen subgroepen en leeftijdsdynamiek**
 - ♀ In hoeverre zijn er binnen de verschillende subgroepen (zie rekruteringscriteria) duidelijke verschillen te onderscheiden in gedrag, houding en motivatie t.a.v. zwerfafval? Welke ontwikkeling is hierin zichtbaar? Wat zijn eventueel belangrijke omslagpunten in leeftijd en gedrag?
- ♀ **Analyse van genomen maatregelen omtrent zwerfafval.**
 - ♀ In hoeverre spelen de genomen maatregelen in op de belevingswereld en de motivaties van jongeren rondom zwerfafval? In hoeverre wordt er al dan niet aansluiting gevonden met de belevingswereld van jongeren? Op welke manier kan hier beter op worden ingespeeld? Wat zijn drempels en barrières voor jongeren die ervoor zorgen dat men geen troep op de grond gooit?



- 📍 **Analyse van campagnes omtrent zwerfafval en campagnes die jongeren in bredere zin tot gedragsverandering kunnen aanzetten**
 - 📍 In hoeverre veranderen huidige campagnes het gedrag van jongeren? In hoeverre sluiten de campagnes aan op de belevingswereld van jongeren? Hoe worden verschillende campagnes (voorbeelden) gewaardeerd en gepercipieerd?
 - 📍 voorbeelden: Engelse campagnes, campagne Nederland Schoon, campagne gemeente Westland.

Op basis van dit project heeft Beautiful Lives het volgende opgeleverd:

- 📍 heldere analyse van het gedrag van jongeren rondom zwerfafval en de beïnvloedende factoren hierop, waarbij rekening gehouden wordt met verschillende doelgroepen en de leeftijdsdynamiek;
- 📍 analyse van bestaande maatregelen en campagnes;
- 📍 **concrete aanbevelingen rondom de ontwikkeling van nieuwe maatregelen en campagnes.**



- ♀ De hiervoor vermelde onderzoeksdoelstellingen zijn beantwoord middels een onderzoeksopzet bestaande uit twee fasen.
- ♀ **De eerste fase was erop gericht de leefwereld van jongeren te begrijpen om van hieruit hun gedrag en houding ten aanzien van afval inzichtelijk te maken.** We hebben dit gedaan op basis van **22 duo gesprekken** waarin we met jongeren en een vriend of vriendin deze onderwerpen bespreken. De gesprekken hebben elk ongeveer **1,5 uur** geduurd. De helft van deze gesprekken vond plaats bij jongeren thuis. De andere helft vond plaats onder observeerbare omstandigheden op interviewlocaties in Amsterdam en Amersfoort. De rekrutering van deze gesprekken was als volgt:
 - ♀ 4 duo gesprekken met kinderen uit groep 8;
 - ♀ 9 duo gesprekken met jongeren uit de brugklas tot en met 4 VMBO;
 - ♀ 9 duo gesprekken met jongeren uit de brugklas tot en met 5 HAVO / 6 VWO;
 - ♀ Per subgroepen (m.u.v. basisschoolkinderen) geldt:
 - ♀ 1/3 fietst dagelijks minimaal 5 km naar school;
 - ♀ 1/3 staat regelmatig met groepjes vrienden buiten ('hangplekken')
 - ♀ 1/3 heeft geen bijzondere kenmerken rondom woon-, schoolverkeer en hangplekken
 - ♀ 50% jongens en 50% meisjes (ook voor basisschoolkinderen);
 - ♀ minimaal 6 allochtone jongeren, minimaal 6 autochtone jongeren



- ♀ **In de tweede fase stond de analyse van verschillende campagnes en maatregelen rondom zwerfafval centraal.** Dit is gedaan op basis van **9 groepsgesprekken** die elk ongeveer **3 uur** duren met middelbare scholieren. Elke groep bestaat uit 4 jongeren (2 duo's van 2 vrienden of 2 duo's 2 vriendinnen). De gesprekken vinden plaats onder observeerbare omstandigheden op interviewlocaties in Amsterdam en Amersfoort. Om de inzichten, ook bij middelbare scholieren te kunnen verbinden met de verschillende subdoelgroepen, hebben we als volgt gerekruteerd:
 - ♀ 5 groepen met VMBO leerlingen waarvan:
 - ♀ 1 groep met brugklas leerlingen (jongens);
 - ♀ 2 groepen met leerlingen uit 3 VMBO (1 groep jongens en 1 groep meisjes);
 - ♀ 2 groepen met leerlingen uit 4 VMBO (1 groep jongens en 1 groep meisjes);
 - ♀ 4 groepen met HAVO/VWO leerlingen waarvan:
 - ♀ 1 groep met leerlingen uit 2 HAVO / VWO (jongens)
 - ♀ 1 groep met leerlingen uit 3 HAVO/VWO (meisjes);
 - ♀ 1 groep met leerlingen uit 4 HAVO/VWO (jongens)
 - ♀ 1 groep met leerlingen uit 5 HAVO/VWO (meisjes)
 - ♀ Per subgroep (VMBO en HAVO/VWO) geldt:
 - ♀ 1/3 fietst dagelijks minimaal 5 km naar school;
 - ♀ 1/3 staat regelmatig met groepjes vrienden buiten ('hangplekken')
 - ♀ 1/3 heeft geen bijzondere kenmerken rondom woon-, schoolverkeer en hangplekken
 - ♀ minimaal 10 allochtone jongeren, minimaal 10 autochtone jongeren.



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. **Conclusies & aanbevelingen**

Deel B

3. Jongeren & hun leefwereld
4. Jongeren & zwerfafval
5. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3

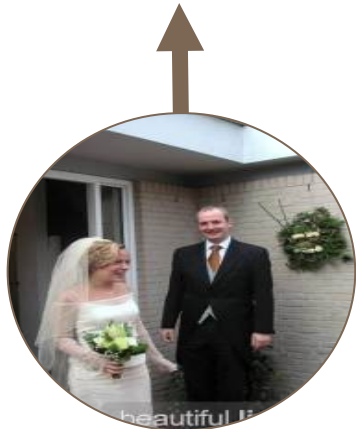
pagina 11

pagina 30

pagina 42

pagina 75

Conclusie: Jongeren leven in een overgangsfase



Centraal in de leefwereld van jongeren staat de ontwikkeling van kindertijd naar volwassenheid. Om het gedrag van jongeren beter te begrijpen – en daarmee het gedrag omtrent zwerfafval - is het van belang deze overgangsfase te begrijpen. De periode van kindertijd naar volwassenheid wordt gekenmerkt door twee elementen:

- ♀ De ontwikkeling van afhankelijkheid naar het creëren van autonomie en eigen verantwoordelijkheid. De hang naar autonomie ontwikkelt zich echter sneller dan het verantwoordelijkheidsgevoel.
- ♀ Jongeren zijn veelal egogericht omdat ze op zoek zijn naar hun eigen identiteit. Echter de jongeren om hen heen spelen een belangrijke en zelfs onmisbare rol in de zoektocht naar deze eigen identiteit.

Het leven in deze overgangsfase veroorzaakt emotionele spanning, want:

- ♀ Bestaande vanzelfsprekendheden staan onder druk, en
- ♀ Ze zijn zoekende naar een nieuwe identiteit.



Conclusie: Zwerfafval & sociale identificatie

Wanneer we kijken naar de omgang van jongeren met zwerfafval, dan kunnen we concluderen dat deze vooral wordt bepaald door sociale identificatie. Door hun vrienden (peers) willen zij anders gezien worden dan door hun ouders. Dit levert een discrepantie op, ofwel: een psychologische spanning.



Conclusie: Jongeren & zwerfafval, overal een reden voor

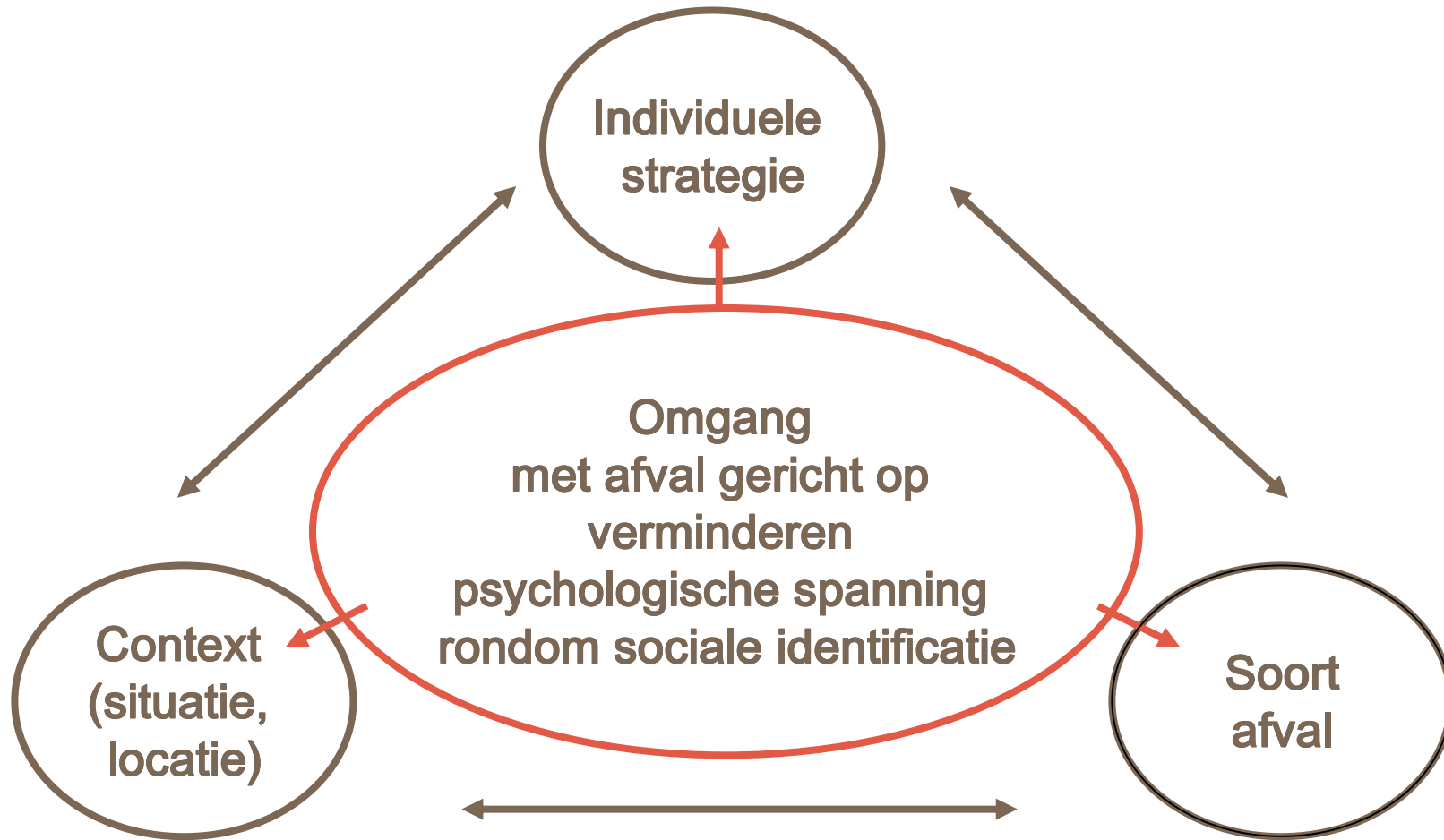
Om deze spanning te reduceren creëren jongeren een woud van verschillende regels en excuses rondom het veroorzaken van zwerfafval. Een aantal voorbeelden hiervan zijn:

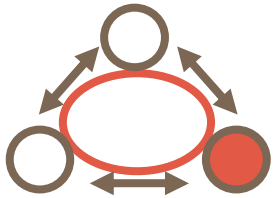
- ♀ *“Het probleem is dat wanneer het snoep op is, dat je het wel achter de verwarming moet stoppen! Want eigenlijk mag je het niet in de klas eten, je kan dan moeilijk opstaan en naar de prullenbak lopen.”*
- ♀ *“Als ik met vrienden ben ga ik echt niet als een gek naar de prullenbak rennen met mijn flesje. Die gooi ik dan wel in de bosjes ofzo.”*
- ♀ *“Op de camping loop ik altijd naar de prullenbak, want op de camping ken ik de meeste mensen. Anders denken ze nog dat ik een aso ben.”*
- ♀ *“We hebben al een slechte naam als Marokkaan. Dus ik kijk wel of er geen blanken in de buurt zijn voordat ik het op de grond gooi.”*

Al deze regels komen op verschillende manieren tot uiting, namelijk in hun visie op verschillende soorten afval, in hun gedrag in verschillende contexten en in de verschillende individuele strategieën die jongeren hanteren met betrekking tot zwerfafval. Op de volgende pagina maken we deze velden en hun samenhang inzichtelijk.



Conclusie: Jongeren & zwerfafval, de regels in kaart





Conclusie: Soorten zwerfafval

Grootte en materiaal van het afval zijn van invloed op de mate van spanning die jongeren ervaren.

Groep 1: afval wat nauwelijks spanning oplevert. De norm is dan ook 'op de grond'.

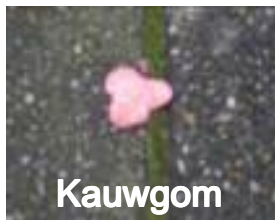
Kenmerkend: afval valt niet of nauwelijks op

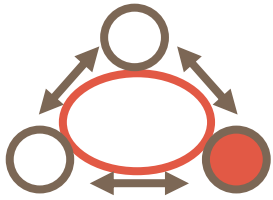
- ♀ Klein formaat
- ♀ Natuurlijke herkomst

Omgang wordt gestuurd door het volgens van de algemeen geaccepteerde norm:

- ♀ Iedereen gooit dit wel eens op de grond.
- ♀ Hoge mate van 'per ongeluk' als verklaring.
- ♀ Kauwgom mag op de grond.
- ♀ Sigarettenpeuken mogen niet in de prullenbak.
- ♀ Groente en fruit verteren of worden opgegeten.

Voorbeelden van soorten afval:





Conclusie: Soorten zwerfafval

Groep 2: afval wat wel spanning oplevert en waarvan het gedrag verklaard moet worden

Kenmerkend:afval valt op

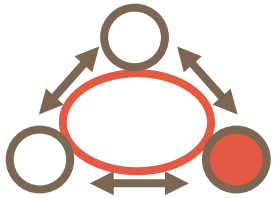
- ♀ Middelgroot formaat
- ♀ Hard materiaal (maakt geluid)
- ♀ Moeilijk afbreekbaar

Omgang wordt gestuurd door de spanning die het weggooien ervan oplevert:

- ♀ Dit afval weggooien conflicteert met de gevoelde sociale norm
- ♀ “Ik gooi het zo weg, dat niemand het ziet en niemand er last van heeft.”

Voorbeelden van soorten afval:





Conclusie: Soorten zwerfafval

Groep 3: deze soorten afval veroorzaken persoonlijke overlast voor jongeren

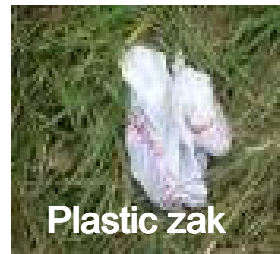
Kenmerkend: afval veroorzaakt overlast voor jongeren ("ik heb er last van")

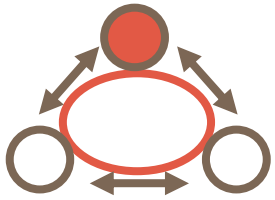
- ♀ Groot formaat
- ♀ Scherp materiaal

Omgang wordt gestuurd door het voorkomen van persoonlijke overlast:

- ♀ Glas kan een lekke band veroorzaken.
- ♀ Plastic zakken kunnen naar je toe waaien. Bovendien zijn ze nog bruikbaar.
- ♀ (nat) Karton wordt glad en daar kun je over uitglijden.

Voorbeelden van soorten afval:

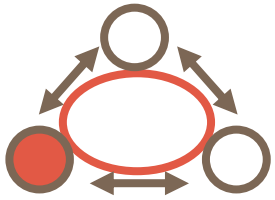




Conclusie: Individuele strategieën

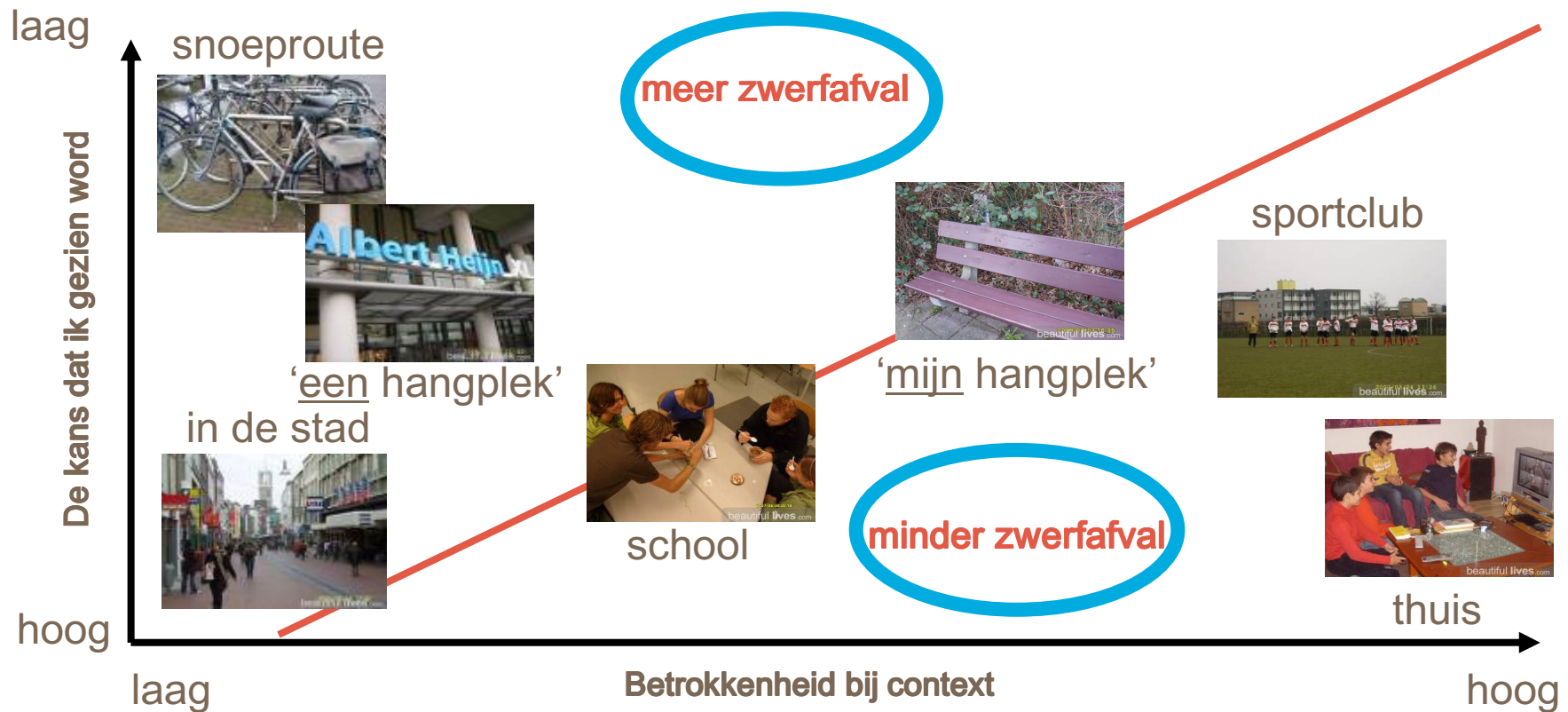
Het gedrag van jongeren rondom zwerfafval kunnen we herleiden naar de volgende strategieën. Toelichting op dit schema is te vinden op de pagina's 52 tot en met 58.

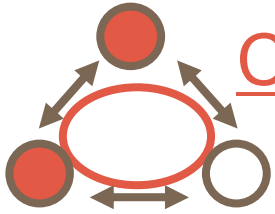




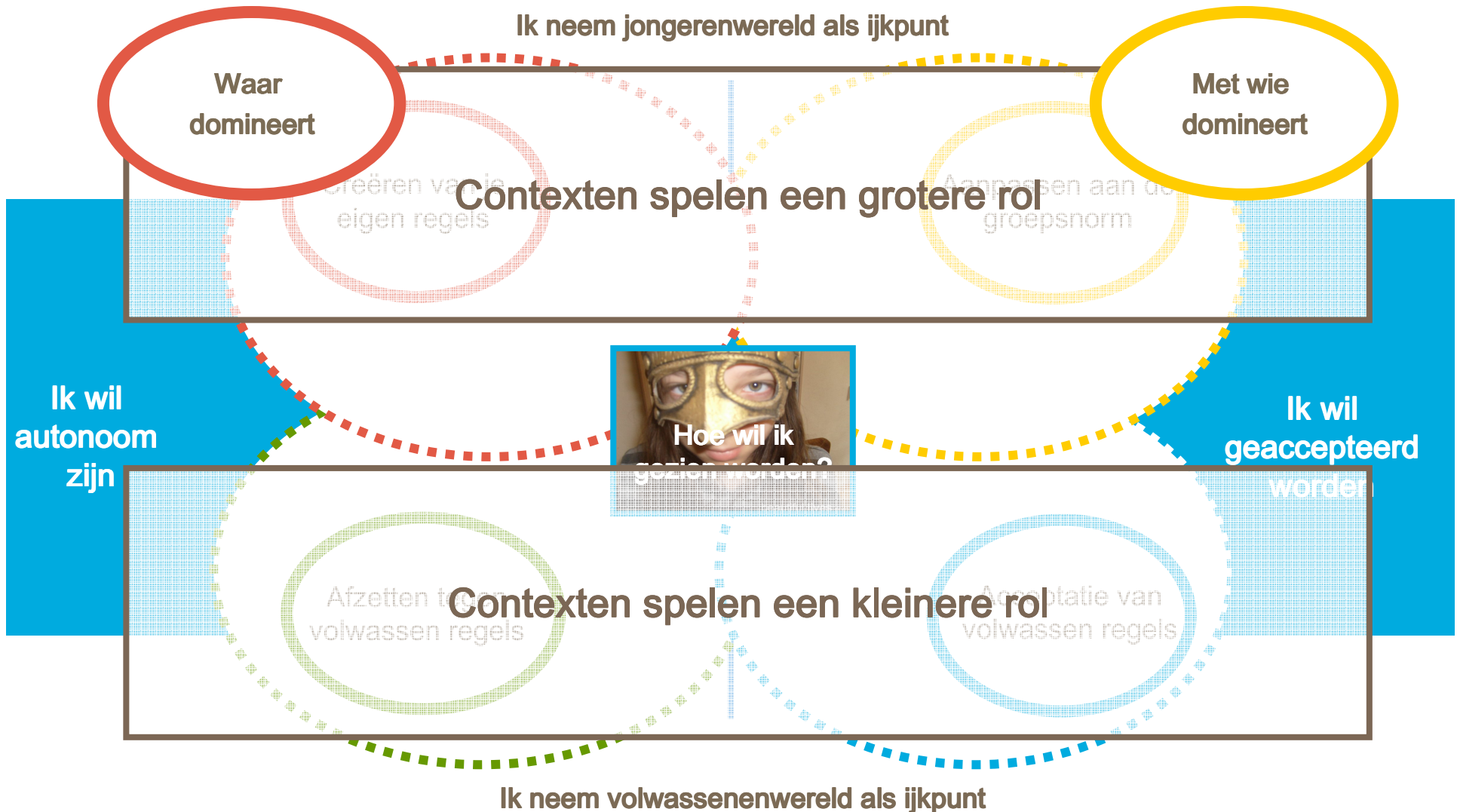
Conclusie: Contexten in beeld

Hoe lager de betrokkenheid bij een context en hoe hoger de 'pakkans', hoe meer zwerfafval er wordt veroorzaakt.





Conclusie: Relatie tussen strategieën & contexten



Conclusie: Voorzieningen, maatregelen & campagnes

Een belangrijke overall conclusie die we kunnen trekken is dat voorzieningen, maatregelen en campagnes op een verschillende manier aanhaken bij de leefwereld van jongeren, namelijk dat:

♀ Voorzieningen & maatregelen meer effect sorteren in contexten.



♀ Voorzieningen en maatregelen direct het gedrag beïnvloeden, en

♀ campagnes vaak als belerend worden ervaren op deze momenten.

♀ Bovendien kunnen voorzieningen en maatregelen aangepast worden aan de specifieke elementen van elke context.

♀ Campagnes beter inspelen op de verschillende motivaties van jongeren.



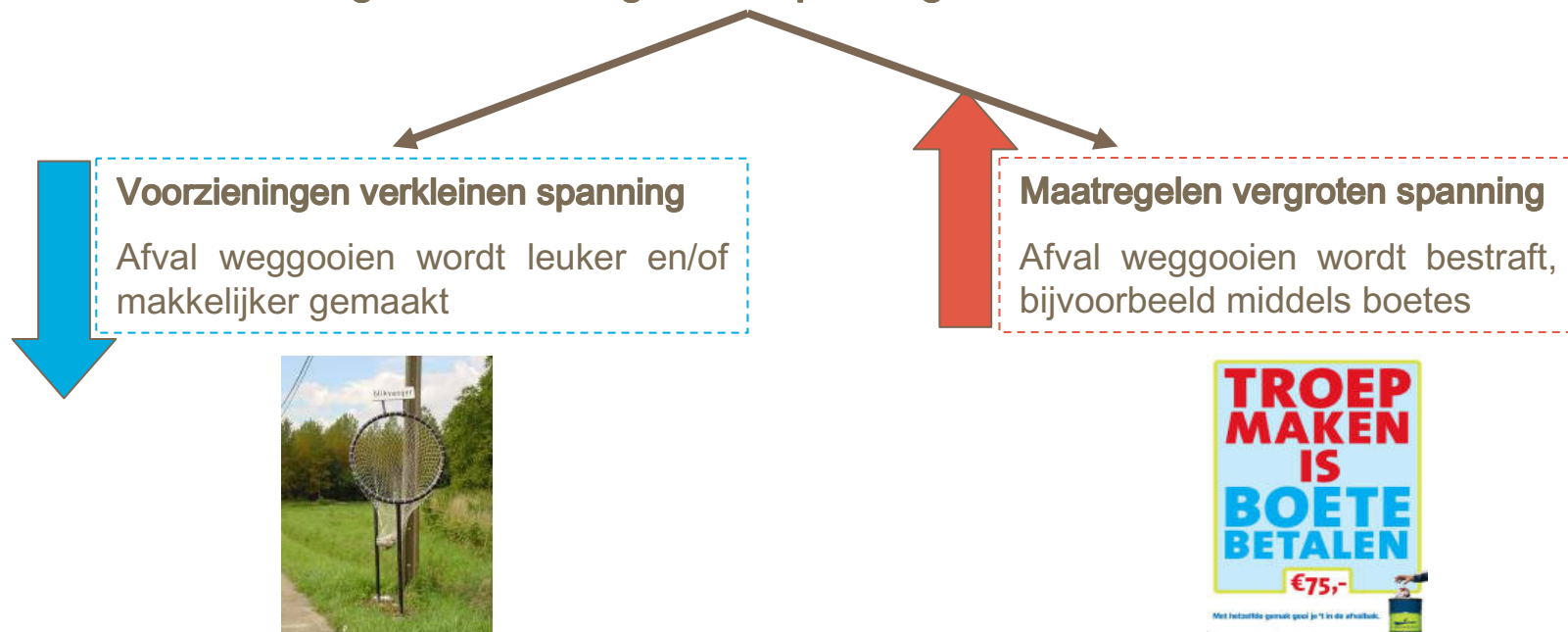
♀ Omdat ze voortdurend het gevoel van spanning blijven triggeren om bewustwording te stimuleren en jongeren de norm te doen voelen.



Conclusie: Voorzieningen & maatregelen

Voorzieningen en maatregelen spelen op een verschillende manier in op de spanning die jongeren ervaren rondom sociale identificatie. Enerzijds kunnen voorzieningen de spanning die jongeren ervaren verkleinen, doordat ze het makkelijker of leuker maken om afval in de prullenbak te gooien. Anderzijds kunnen maatregelen de spanning vergroten, doordat jongeren worden geconfronteerd met de verschillen tussen de volwassen- en de jongerenwereld.

Voorzieningen en maatregelen & spanning rondom sociale identificatie



Conclusie: Randvoorwaarden campagnes

Wil een campagne een bepaald effect sorteren, dan zal eerst aan een aantal randvoorwaarden voldaan moeten worden. Die randvoorwaarden luiden als volgt:

1. Duidelijke boodschap

👤 'recht tussen de ogen'

2. Relevant voor jongeren

👤 'gaat over mij' (egogericht)

👤 toont kennis (niet persé begrip of bevestiging!) van leefwereld jongeren

👤 spreekt ze aan als gelijken (volwassenenen)



Conclusie: Werking op 3 manieren

Wanneer campagnes voldoen aan de randvoorwaarden, wanneer ze duidelijk en relevant zijn voor jongeren, dan kunnen ze op een aantal verschillende manieren effect sorteren. We zien drie verschillende manieren waarop campagnes kunnen werken. Dit geldt overigens ook voor de voorzieningen en maatregelen. Deze 3 effecten zijn:

1. Prikkelen van spanning t.o.v. de maatschappelijke verantwoordelijkheid
2. Inspelen op identificatieproces
3. Maken dat ik er zelf last van heb



Conclusie: Campagnes en hun werking

Prikkelt maatschappelijke verantwoordelijkheid



Conclusie: Campagnes en hun werking

Inspelen op sociale identificatieproces



Conclusie: Campagnes en hun werking

Maakt dat ik er zelf last van heb



Conclusie: Werking gekoppeld aan strategieën



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

- 3. Jongeren & hun leefwereld**
4. Jongeren & zwerfafval
5. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 75

Jongeren leven in een overgangsfase



Alvorens we ingaan op jongeren en hun beleving van en omgang met zwerfafval, zullen we eerst de belevingswereld van jongeren in het algemeen belichten.

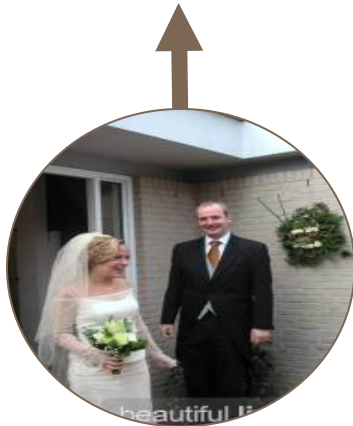
Overgangsfase tussen kindertijd en volwassenheid

Centraal in de leefwereld van jongeren staat de ontwikkeling van kindertijd naar volwassenheid. Om het gedrag van jongeren beter te begrijpen – en daarmee het gedrag omtrent zwerfafval - is het van belang deze overgangsfase inzichtelijk te maken. De periode van kindertijd naar volwassenheid wordt gekenmerkt door twee elementen:

- ♀ De ontwikkeling van afhankelijkheid naar het creëren van autonomie en eigen verantwoordelijkheid.
- ♀ Jongeren zijn veelal egogericht omdat ze op zoek zijn naar hun eigen identiteit. Echter de jongeren om hen heen spelen een belangrijke en zelfs onmisbare rol in de zoektocht naar deze eigen identiteit.



Van kindertijd naar volwassenheid



Van kindertijd naar volwassenheid

Gedurende de kindertijd bepalen ouders de regels en leven kinderen die na. Wanneer de echte kindertijd voorbij is en kinderen 'jongeren' worden, wordt er echter verwacht dat zij op eigen benen kunnen staan. De groei naar volwassenheid wordt gekenmerkt door een groei naar autonomie en eigen verantwoordelijkheid.

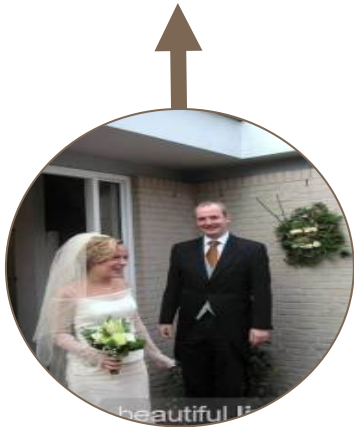


Jongerenwereld

Jongeren beginnen langzaam het vertrouwde nest te verlaten en de buitenwereld te verkennen. In het begin van deze periode gelden vaak de regels van de ouders nog. Deze regels beperken niet alleen de vrijheid maar geven ook een gevoel van veiligheid: ouders zijn nog grotendeels verantwoordelijk voor het gedrag van hun kroost. Op deze manier ontwikkelt de drang naar autonomie zich sneller dan het gevoel voor verantwoordelijkheid, want wel de lusten maar niet de lasten zijn aantrekkelijk aan het volwassen worden.



Identiteit en sociale acceptatie



Identiteit

De groei naar volwassenheid is ook een zoektocht naar de eigen identiteit. Deze zoektocht is 'egogericht' en wordt gekenmerkt door een vorm van 'narcisme'. Het is een proces waarin jongeren erg naar binnen zijn gekeerd en zichzelf als het centrum van de wereld zien. Zo kan de ontdekking van een puist een groot probleem lijken: wat zullen de anderen wel niet van mij denken?

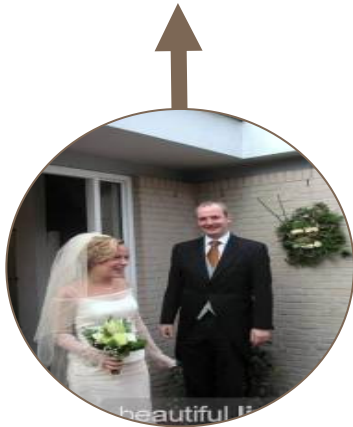


Sociale acceptatie

Het verkennen van je eigen grenzen kan ook best eng zijn, daarom zoeken jongen ook vaak steun bij andere jongeren. De meningen van hun peers zijn dus van essentieel belang. De centrale vraag in deze zoektocht is: hoe wil ik gezien worden?



Jongeren en de samenleving



Psychologische capaciteit

Het centraal stellen van het eigen individu kan ook psychologisch verklaard worden. De hersencellen van jongeren zijn nog niet dermate ontwikkeld dat zij het belang van de samenleving goed kunnen inschatten. In andere woorden: psychologisch gezien zijn jongeren dus minder in staat om in de 'wij' vorm te denken.



Het belang van de samenleving

Het 'ik' perspectief maakt het moeilijker om het belang van de samenleving op waarde te kunnen schatten. Dit terwijl de omgangsregels die wij als samenleving hebben afgesproken, juist bedoeld zijn om er met zijn allen beter van te worden. Dit geldt ook voor zwerfafval. Jongeren kunnen dit 'wij' belang echter vaak nog niet inzien.



We zouden ons vanuit dit perspectief dus kunnen afvragen of wij te snel verantwoordelijk en volwassen gedrag verwachten van jongeren.



De jongeren en hun leefwereld

Impliciet versus expliciet

De jongeren die op de volgende pagina's zijn beschreven, zitten allen in de overgangsfase van kindertijd naar volwassenheid. De zoektocht naar de eigen identiteit, de groei naar autonomie & verantwoordelijkheid en de acceptatie van sociale regels/normen zijn echter niet expliciet waar te nemen. In de leefwerelden van Johnny, Cynthia, Rick en Beaudille komen de bovengenoemde ontwikkelingen impliciet naar voren.

Zo is Johnny nog erg bezig met overgang van de basisschool naar de middelbare school. In de leefwereld van jongeren is dit vaak een grote stap. Hij komt als het ware voor het eerst onder de radar van zijn ouders vandaan. De regels en invloed van Johnny's ouders zijn echter nog erg 'voelbaar'. Cynthia zit al wat verder in de overgangsfase. Zij trekt zich al iets minder aan van de regels van haar ouders. Voor Cynthia zijn haar vriendinnen veel belangrijker. Zo doet er dan ook veel aan om bij hen in de smaak te vallen.

Rick wil graag als volwassen en autonoom gezien worden. Dat laatste is misschien nog wel belangrijker. Hij irriteert zich aan regels die zijn vrijheid beperken: daar zet hij zich juist tegen af! Rick weet dat hij geen alcohol mag drinken, maar daarom doet hij het juist: hij zal ze wel even laten zien wie de baas is over zijn leven. Dit soort gedrag vindt Beaudille maar kinderachtig. Zij voelt zich al oud genoeg om dingen zelf te bepalen, maar vindt het helemaal niet erg dat je je aan bepaalde regels moet houden. Die accepteert zij gewoon. Dat is trouwens net zo makkelijk. Verder bepaalt zij zelf wel wat ze doet.



De jongeren...



Johnny (13)
1 HAVO



Rick (15)
3 VMBO

Cynthia (14)
2 HAVO/WVO

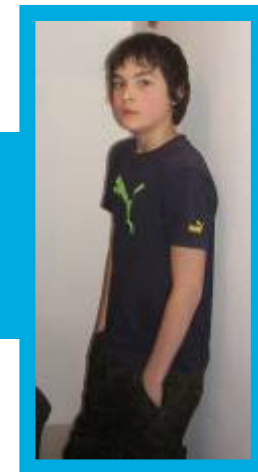
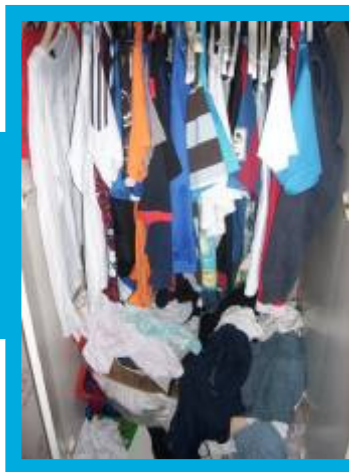


Baudille (16)
4 VMBO



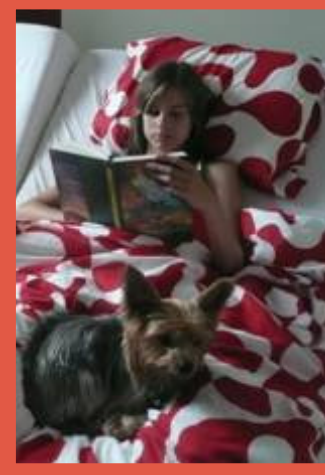
Johnny 's leefwereld (13 jaar)

- ♀ Johnny is een echte Amsterdammer. Hij is in het hartje van het centrum geboren. Zijn beste vriend is Rahim. Ze kennen elkaar van de basisschool zitten nu samen in 1 Havo.
- ♀ De grootste hobby's van Johnny zijn voetbal en turnen. Het liefste wil Johnny acteur worden, dat lijkt hem wel wat. Maar dat betekent niet dat Johnny school niet serieus neemt: elke dag zit hij tenminste twee uur aan zijn huiswerk. Het is dan ook best spannend zo'n eerste jaar op de middelbare school. Het verschil met de basisschool vindt Johnny groot. Toen was hij nog één van de oudste en dat verschil merkt hij wel. Ondanks dat het een beetje eng is vind Johnny dat ook wel weer leuk. Hij merkt dat hij ouder wordt.



Cynthia's leefwereld (14 jaar)

- ♀ Het belangrijkste voor Cynthia zijn haar vriendinnen. Die probeert ze dan ook zo vaak mogelijk te zien. Ze vindt het leuk zonder haar moeder te winkelen, maar ze vindt het ook wel leuk om bij haar oma langs te gaan. Kortom, familie en vrienden spelen een belangrijke rol in het leven van Cynthia.
- ♀ Cynthia zit in de tweede klas van HAVO/VWO. Maar dat is niet zo heel belangrijk. Ze haalt de meeste vakken wel met een voldoende en al te veel huiswerk hoeft ze niet te maken. Als ze al achter de computer zit is dat voornamelijk om te msn'en, haar hyves pagina bij te werken of haar 'simmsstad' te onderhouden. Het leuke aan sms is dat eigenlijk iedereen er wel op zit, zo kan je makkelijk met elkaar afspreken of kan je snel iets aan elkaar vragen.



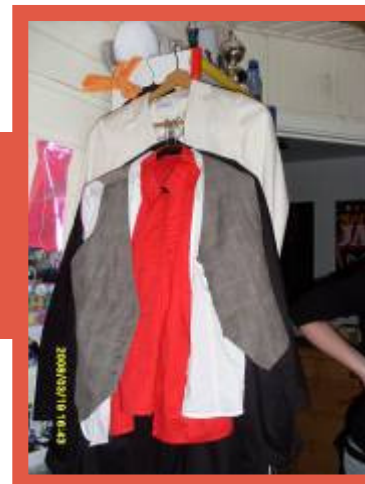
Rick's leefwereld (15 jaar)

- ♀ Rick komt uit een gescheiden familie en woont bij zijn vader. Liever zou hij bij zijn moeder wonen maar dat kan niet. Nu moet hij het met zijn twee stiefbroeders doen. Echt leuk vindt hij dat niet, dus hij is meestal op straat te vinden. Rick kijkt graag naar kickboksen, vooral wanneer het K1 toernooi live te volgen is bij Eurosport.
- ♀ Echt goed gaat het niet op school met Rick. Net als een paar andere klasgenootjes moet hij nu elke dag bijscholing volgen. Anders is het niet meer mogelijk om over te gaan. Dit mag zijn vader natuurlijk nooit te weten komen. Wanneer school is afgelopen hangt Rick meestal buiten met zijn vrienden. Dan wordt er ook veel met alcohol geëxperimenteerd. Vooral in het weekend - het is natuurlijk ook wel heel interessant om achter de meisjes aan te gaan.



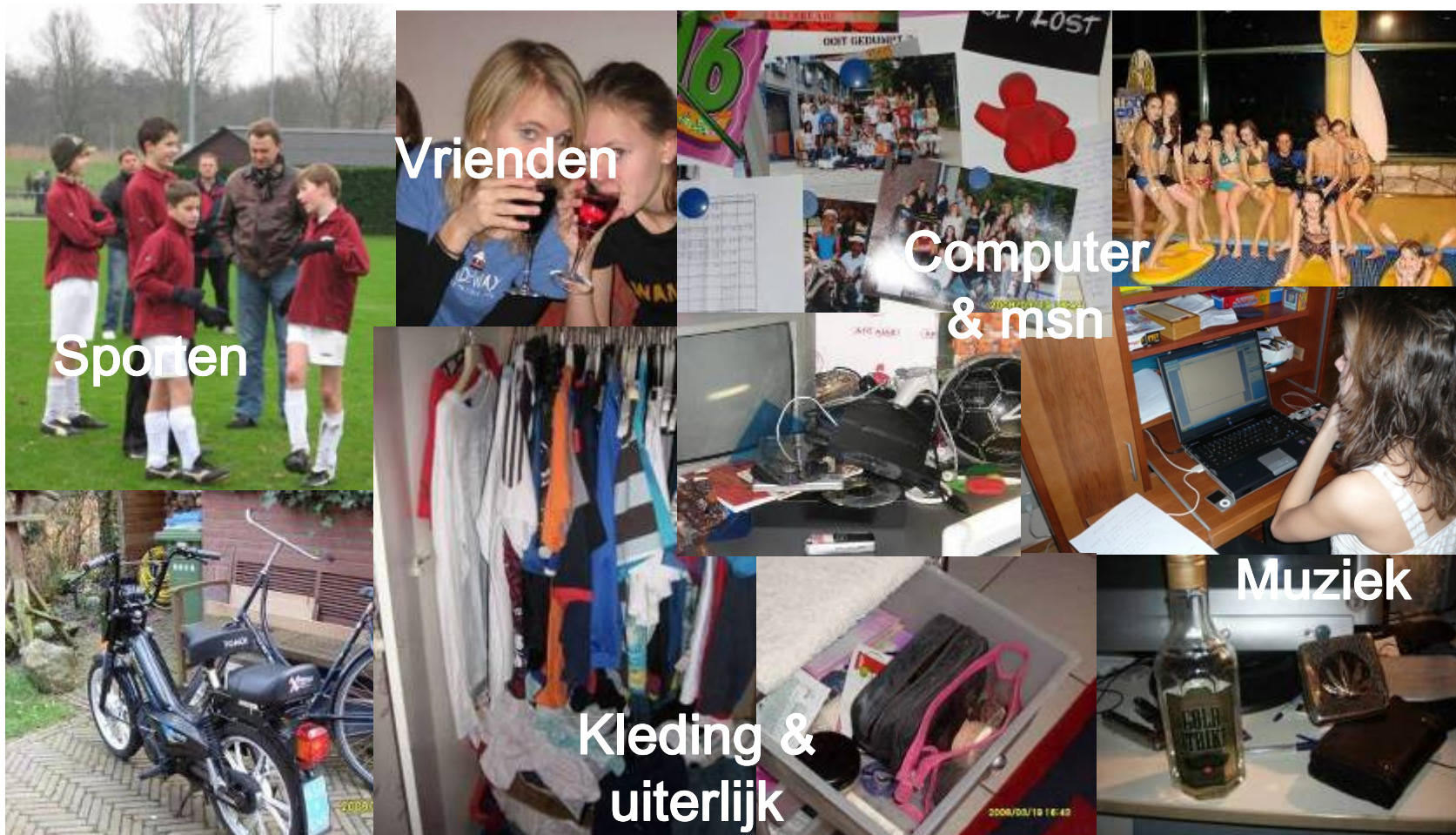
Beaudille's leefwereld (16 jaar)

- ☞ Haar verjaardag is nog maar kort geleden maar ze heeft er al één mogen uitkiezen: een nieuwe Tomos! Eigenlijk was haar vader er eerst op tegen, maar gelukkig heeft ze die nog kunnen ompraten. De andere liefde van Beaudille is haar paard. Die verzorgt ze twee keer per week.
- ☞ Eigenlijk heeft Beaudille van haar hobby haar studie gemaakt. Haar VMBO school is gespecialiseerd in dieren en landbouw. Natuurlijk heeft Beaudille voor de dierenkant gekozen. Misschien kan ze later wel ergens op een professionele manage werken! Sommige mensen moeten er wel eens om lachen. Maar dat maakt Beaudille al lang niet meer uit. Verder zijn haar vriendinnen natuurlijk wel belangrijk. Al trekt ze meestal toch wel haar eigen plan.



Jongeren en hun leefwereld in beeld

De leefwereld van jongeren verbeeld: impressies uit het dagelijkse leven



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

3. Jongeren & hun leefwereld
- 4. Jongeren & zwerfafval**
 - Soort afval
 - Individuele strategieën
 - Contextuele bepalingen
3. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 47
pagina 54
pagina 64
pagina 75

Zwerfafval en sociale identificatie

De norm rondom zwerfafval

Zwerfafval wordt omringd door sociale regels (door de samenleving gecreëerd). Overall is de norm dat afval in de prullenbak hoort te verdwijnen. Voor jongeren in de overgangsfase van kindertijd naar volwassenheid- leidt deze norm tot spanning. In de jongerenwereld gelden vaak hele andere regels, ook voor afval. Zo is het niet altijd 'cool' om je uiterste best te doen om alles in de afvalbak te gooien. Op deze manier moeten jongeren schipperen tussen twee 'normen'.



Sociale identificatie

Wanneer we kijken naar de omgang van jongeren met zwerfafval, dan kunnen we concluderen dat deze vooral wordt bepaald door sociale identificatie. Door hun vrienden (peers) willen zij anders gezien worden dan door hun ouders. Dit levert een discrepantie op, ofwel: een psychologische spanning. Om deze spanning te reduceren creëren jongeren een woud van verschillende regels en excuses rondom het veroorzaken van zwerfafval. Een aantal daarvan staan op de volgende pagina vermeld.



Jongeren en zwerfafval: een woud van regels

- ♀ *“Als ik met vrienden ben ga ik echt niet als een gek naar de prullenbak rennen met mijn flesje. Die gooi ik dan wel in de bosjes ofzo.”*
- ♀ *“Op de camping loop ik altijd naar de prullenbak, want op de camping ken ik de meeste mensen. Anders denken ze nog dat ik een aso ben.”*
- ♀ *“We hebben al een slechte naam als Marokkaan. Dus ik kijk wel of er geen blanken in de buurt zijn voordat ik het op de grond gooi.”*
- ♀ *“Op straat ruimen ze echt alles op. Vooral in de stad. Dan maakt het eigenlijk ook niet uit als je een plasticje erbij gooit. “*
- ♀ *“Als er een rietje uit mijn handen waait, kan ik er echt niets aan doen! Dan pak ik het echt niet op. Trouwens, het is ook zo klein...”*
- ♀ *“Een blikje gooi ik het liefst in de het gras (berm). Daar valt het toch minder op.”*
- ♀ *“Mijn vrienden gooien eigenlijk nooit iets in de prullenbak. Dus dan vind ik dat ik mijn papiertje ook niet in de prullenbak hoeft te gooien.”*



Reduceren van psychologische spanning

Gedrag omtrent zwerfafval

In de overgangsfase van kindertijd naar volwassenheid moeten jongeren vaak schipperen tussen de jongerenwereld en de volwassenenwereld. De afvalregels zijn een goed voorbeeld van hoe jongeren hiermee omgaan.

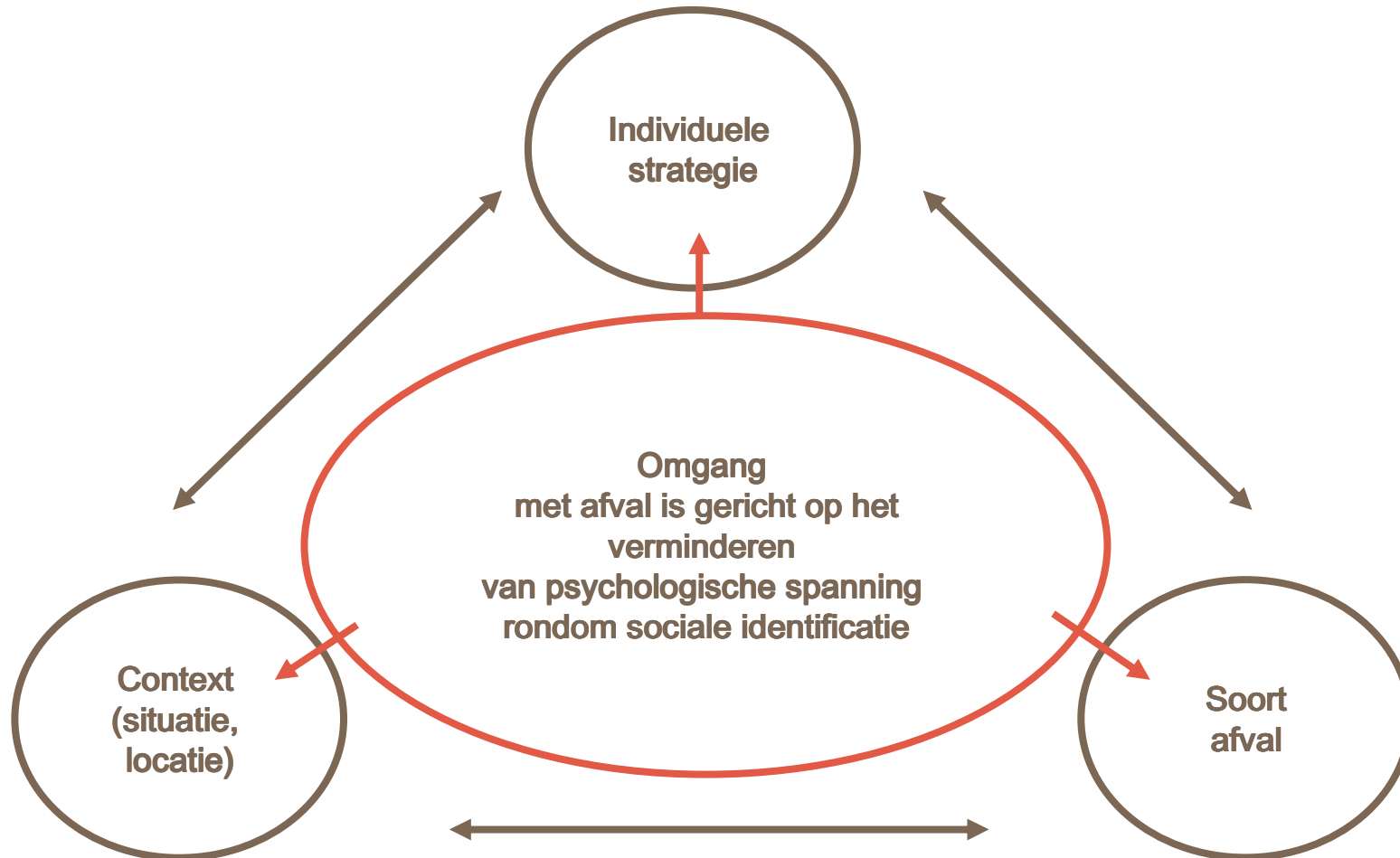
Omdat jongeren vaak anders gezien willen worden door hun ouder dan door hun vrienden, ontstaat er psychologische spanning. Zoals eerder vermeld creëren jongeren afvalregels en excuses om deze spanning te reduceren. Maar ook hun gedrag omtrent zwerfafval kan worden gezien als een middel om deze spanning te verminderen. Het gedrag van jongeren wordt verklaard door drie verschillende factoren:

1. Individuele strategieën
2. Context (plaats en situatie)
3. Soort afval (de grootte en het materiaal)

Deze factoren zijn met elkaar verbonden en zijn alle drie van invloed op het gedrag van jongeren rondom zwerfafval en de mate waarin zij de psychologische spanning reduceren. Op de volgende pagina is de wisselwerking tussen deze factoren afgebeeld. Elke van de factoren heeft zijn eigen spanningsveld. Om het gedrag van jongeren rondom zwerfafval inzichtelijk te maken, worden deze spanningsvelden in dit hoofdstuk verder besproken.



Wisselwerking tussen spanningsvelden



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

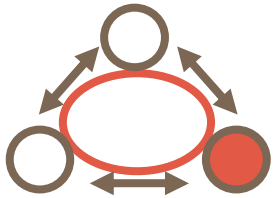
3. Jongeren & hun leefwereld
- 4. Jongeren & zwerfafval**
 - Soort afval**
 - Individuele strategieën
 - Contextuele bepalingen
3. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 47
pagina 54
pagina 64
pagina 75



Soort afval

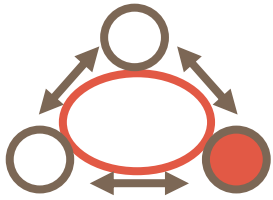
Grootte en materiaal

Het soort afval speelt een belangrijke rol in het gedrag omtrent zwerfafval. De grootte en het soort materiaal bepalen namelijk (mede) de mate van spanning die jongeren ervaren. De grootte en het soort materiaal van het afval zijn van invloed op de gepercipieerde sociale druk om het afval wel/niet in de prullenbak te gooien, want: des te groter het formaat des te groter de kans dat anderen kunnen *zien* dat je iets op de grond hebt gegooid, en des te 'harder' het materiaal des te groter de kans dat anderen kunnen *horen* dat je iets op de grond hebt gegooid.

Met andere woorden, het soort zwerfafval bepaalt de gepercipieerde 'pakkans'. Deze pakkans is belangrijk want jongeren willen over het algemeen niet aangesproken worden op hun gedrag. Jongeren willen graag als volwassenen behandeld worden en ervaren het als vervelend wanneer ze door volwassenen op hun vingers wordt getikt alsof ze nog kleine kinderen zijn.

Hoe groter de pakkans, hoe meer jongeren zich in de volwassenenwereld wanen. Hoe kleiner de pakkans, hoe meer jongeren de regels van de jongerenwereld volgen. Het soort afval is overigens ook van invloed op jongerenregels. Wanneer zij zelf (persoonlijk) last hebben van afval, dan geldt ook binnen de jongerenwereld dat dit afval in de afvalbak hoort. Zo is het vervelend dat gebroken glas voor een lekke band kan zorgen.





Zwerfafval vanuit een jongerenperspectief

Grootte en materiaal van het afval zijn van invloed op de mate van spanning die jongeren ervaren

- ♀ Wanneer jongeren weinig spanning ervaren, is het makkelijker de (volwassen) afvalnorm te negeren.

Deze soorten afval leveren nauwelijks spanning op: 'de norm' is dan ook op de grond

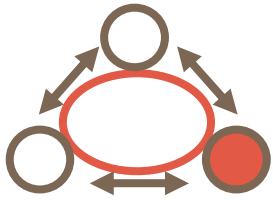


Deze soorten afval leveren wel spanning op: het gedrag moet verklaard worden



Deze soorten afval veroorzaken persoonlijke overlast





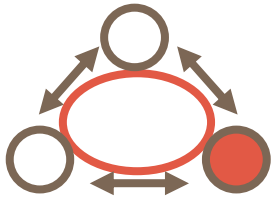
Zwerfafval vanuit een jongerenperspectief



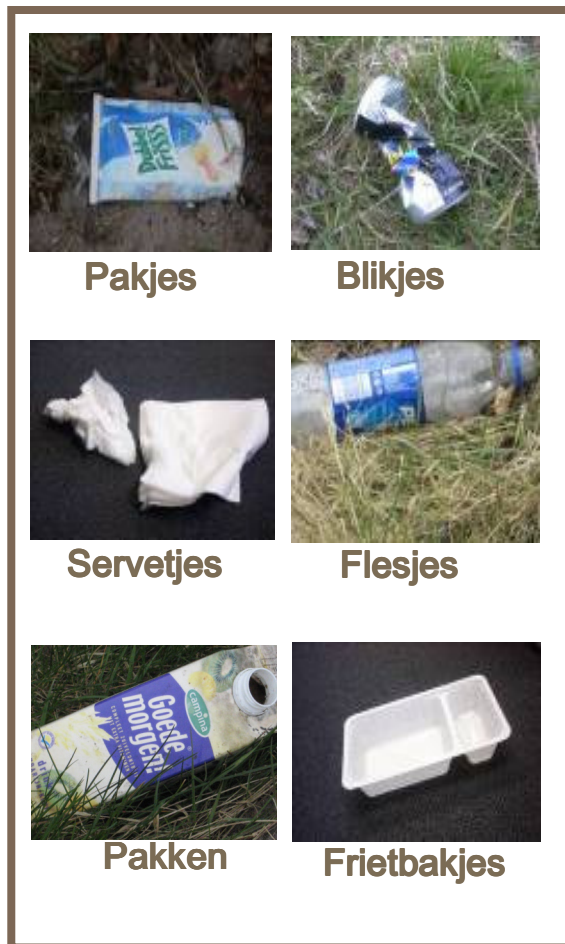
Nauwelijks spanning

- ♀ Wanneer het formaat/verpakking niet voor sociale druk zorgt, wordt het sneller op de grond gegooid. Kauwgom, sigaretten peuken en kleine plasticjes zijn voorbeelden van afvalproducten in deze categorie. Dit geldt ook voor biologisch afbreekbaar fruit. Veel jongeren zien hun ouders en andere volwassenen dat ook doen.
- ♀ Het 'per ongeluk' gehalte is hoog in deze categorie: je weet dat het eigenlijk niet mag maar het maakt ook niet echt uit. Er worden ook veel 'nieuwe' afvalregels en excuses gemaakt. Zo kan je kauwgom niet in je broekzak bewaren, mogen sigaretten niet in de prullenbak, en eten de vogels het fruit wel op. Wanneer dit soort afval eenmaal op de grond ligt dan wordt het niet meer opgepakt.
- ♀ Voor dit soortafval is de norm eigenlijk al bijgesteld: het wordt geaccepteerd als het WEL op de grond wordt gegooid. Dat geldt eigenlijk ook voor volwassenen: *"Iedereen doet het toch?"*





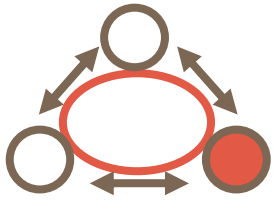
Zwerfafval vanuit een jongerenperspectief



Wel spanning

- ♀ Wanneer de verpakkingen groter worden en wanneer het materiaal 'harder' wordt, ervaren jongeren ook meer spanning. Ze zijn zich dan bewuster van het feit dat het afval eigenlijk in de prullenbak hoort.
- ♀ Kenmerkend aan producten als blikjes, kartonnetjes, flessen frisdrank en frietbakjes is. dat ze van middelgroot formaat zijn en dat ze moeilijk afbreekbaar zijn. Hiervan zijn jongeren overigens uitstekend op de hoogte.
- ♀ Doordat de 'pakkans' groter is, worden jongeren ook meer geconfronteerd met de regels die in de volwassenenwereld gelden. Daardoor wordt er in deze categorie meer naar excuses en uitwegen gezocht. Een ander soort gedrag wat we hier zien is dat jongeren afval uit deze categorie makkelijker in de prullenbak gooien.





Zwerfafval vanuit een jongerenperspectief



Glas



Plastic zakken

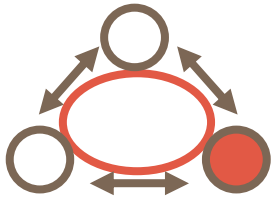


Karton

Persoonlijke overlast

- ♀ Over het algemeen geldt dat het jongeren niet echt uitmaakt wanneer er afval op de grond ligt. Maar dit is anders wanneer zij er persoonlijk overlast van hebben, of wanneer zij persoonlijk kunnen voorstellen dat het afval overlast kan veroorzaken.
- ♀ Deze redenatie heeft veel te maken met het egogerichte denken dat de leefwereld van jongeren beheerst. Zoals eerder opgemerkt zijn jongeren nog niet zo goed in staat om in de wij-vorm te denken. Tenminste, dat is een breincapaciteit dat zich nog verder moet ontwikkelen.
- ♀ Kenmerkend aan deze categorie is dat jongeren hier zelf last van (kunnen) hebben. Zo kan glas er voor zorgen dat je een lekke band krijgt, kan een plastic zak in je gezicht waaien en kun je uitglijden over een natte kartonnendoos. Voor plastic zakken geldt ook nog dat het hergebruikt kan worden. En ook een hersluitbaar flesje water wordt zelden weggegooid.





Zwerfafval vanuit een jongerenperspectief

Quotes

Nauwelijks spanning

- ♀ *“Zelfs mijn moeder gooit kauwgom om de grond.”*
- ♀ *“Appels mogen in de struiken, dat eten de vogeltjes op.”*
- ♀ *“Een snoeppapiertje is zo klein en het waait gemakkelijk weg.”*

Wel spanning

- ♀ *“Papieren pakjes vergaan veel sneller dan blik, dus dat laat ik nog wel eens vallen.”*
- ♀ *“Blikjes zijn vies, er blijft altijd wel wat drinken in zitten en dat gaat dan lekken in je tas. Blikjes gooi ik dus altijd meteen weg, prullenbak of niet.”*
- ♀ *“In de stad zet ik mijn milkshake wel eens op een muurtje. Dan denk ik: misschien heeft een zwerver er nog wat aan.”*

Persoonlijke overlast

- ♀ *“Glas vind ik echt heel vervelend. Dat gooi je gewoon niet op de grond. Vorige week nog had ik een platte band.”*
- ♀ *“Weet je wat het is? Een plastic zak kan zomaar in iemands gezicht waaien. Daar moet je wel een denken vind ik.”*
- ♀ *“Flesjes kun je opnieuw vullen. Die gooi ik nooit weg.”*



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

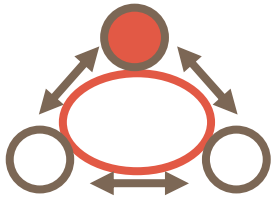
3. Jongeren & hun leefwereld
- 4. Jongeren & zwerfafval**
 - Soort afval
 - Individuele strategieën**
 - Contextuele bepalingen
3. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 47
pagina 54
pagina 64
pagina 75



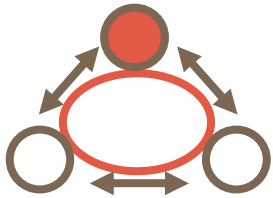
Sociale identificatie

Hoe wil ik gezien worden?



- ♀ Verschillende malen is er al naar sociale identificatie gerefereerd. Centraal hierin staat de vraag: hoe wil ik gezien worden? Wanneer het gaat om hun 'imago', gebruiken jongeren allerlei sociale regels om te laten zien wie ze zijn. Dat geldt ook voor zwerfafval.
- ♀ Verschillende regels binnen de jongerenwereld en de volwassenenwereld zorgen voor spanning. Jongeren gebruiken verschillende individuele strategieën om met deze spanning om te gaan. Naast het soort afval en contextuele bepalingen vormen deze strategieën de belangrijkste indicatoren voor het gedrag omtrent zwerfafval.
- ♀ Voor jongeren is het belangrijk wat de buitenwereld van hen denkt: willen ze stoer overkomen of juist heel verantwoordelijk? Willen ze graag bij een groep horen of willen ze juist opvallen? Dit zijn allemaal belangrijke vragen die het gedrag omtrent zwerfafval bepalen.





Het kader en de strategieën

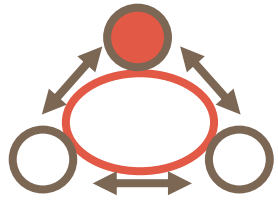
Wanneer we kijken naar het gedrag van jongeren rondom zwerfafval, dan zien we een aantal verschillende strategieën terugkomen. Deze strategieën zijn:

- 🔗 Creëren van je eigen regels
- 🔗 Aanpassen aan de groepsnorm
- 🔗 Acceptatie van volwassen regels
- 🔗 Afzetten tegen volwassen regels

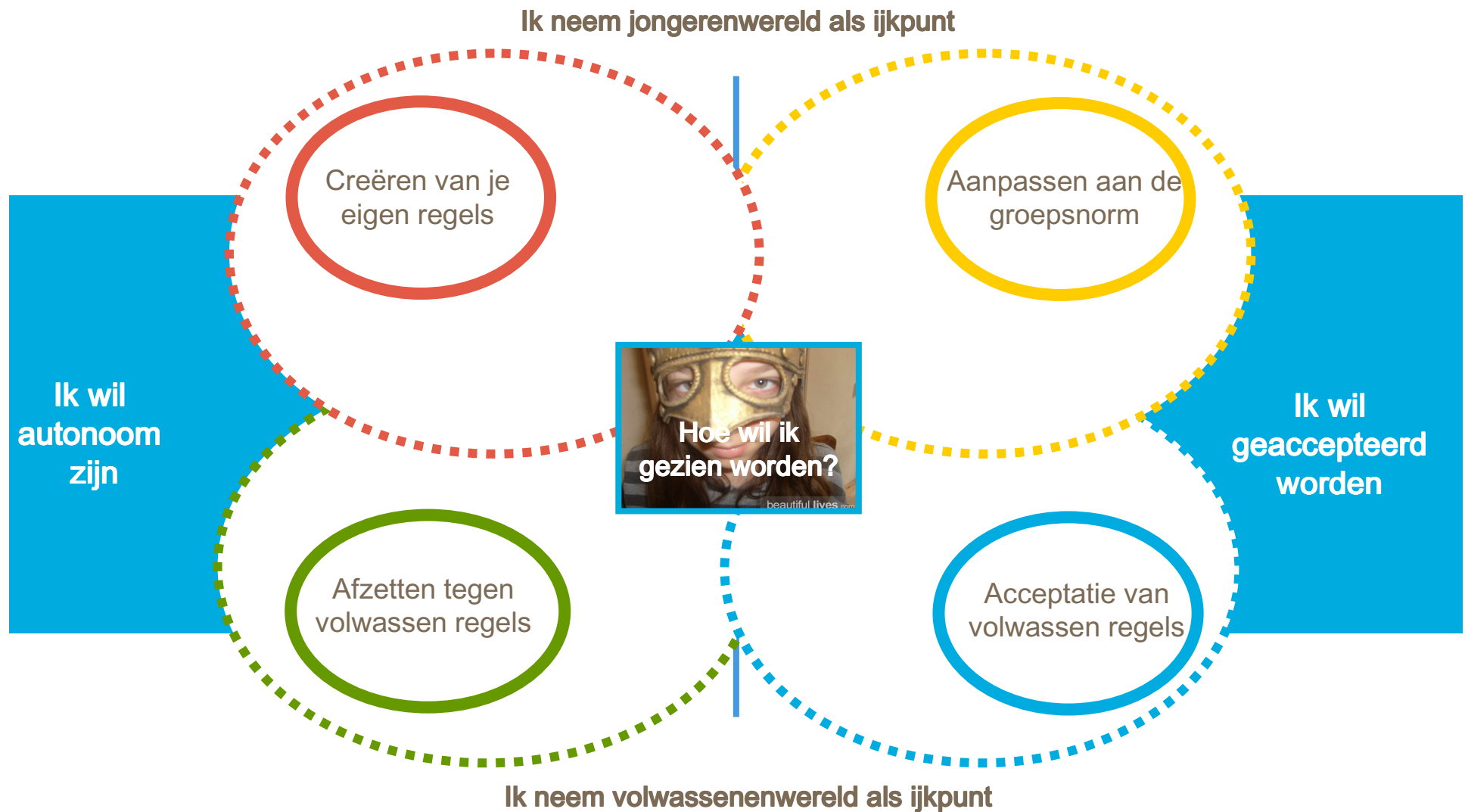
We kunnen deze strategieën beschrijven aan de hand van twee dimensies:

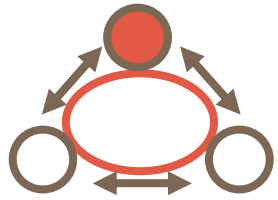
- 🔗 De eerste dimensie beschrijft het uitgangspunt wat jongeren hanteren in hun gedrag rondom zwerfafval. Aan de ene kant nemen jongeren de volwassenwereld als uitgangspunt, waarin de algemene regel geldt dat afval in de afvalbak hoort. Aan de andere kant zien we jongeren die de jongerenwereld als uitgangspunt nemen. In deze wereld gelden er veel minder strikte regels en bepaalt veel meer de context en de omgeving van de jongere het uiteindelijke gedrag rondom zwerfafval.
- 🔗 De andere dimensie geeft de mate waarin jongeren zich conformeren aan de regels die gelden in een sociale wereld weer. Aan de ene kant zien we jongeren die kiezen voor acceptatie en zich willen conformeren aan de sociale regels die gelden in de volwassen of jongeren wereld. Aan de andere kant zien we jongeren die kiezen voor autonomie en zich niet willen conformeren aan de sociale regels die gelden in de volwassen of jongeren wereld.





Het kader en de strategieën





Acceptatie van volwassen regels

Johnny (13) 1 HAVO

Acceptatie van volwassen regels

In het begin van de overgangsfase wordt de 'buitenwereld' voor het eerst zelfstandig verkend. Deze eerste stappen kunnen best wel een beetje onzeker aanvoelen. Om met deze onzekerheid om te kunnen gaan, kiezen de jongeren in deze strategie er ook vaak voor om de regels van hun ouders nog op te volgen. Op deze manier vinden ze wat meer zekerheid aan het begin van de overgangsfase.



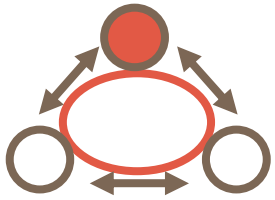
Johnny is geleerd dat afval in de prullenbak hoort en die regels accepteert hij en past hij toe.

"Op school kom je altijd wel langs een prullenbak. Daar gooi ik het dan meestal in."

"Een klokhuis gooi ik soms wel eens in de bosjes."

"Als we een dagje weg gaan met de trein, dan gooien we altijd alles in de prullenbak."





Aanpassen aan de groepsnorm

Cynthia (14) 2 HAVO/WVO

Aanpassen aan de groepsnorm

Naarmate jongeren verder in de overgangsfase naar volwassenheid komen, neemt het belang van de ouders/volwassenen af en neemt de invloed van jongeren toe. In de zoektocht naar de eigen identiteit, spelen andere jongeren een grote rol. Binnen de peergroep vinden ze dan de veiligheid waarnaar ze op zoek zijn. Groepsregels omtrent afval zijn voorbeelden van groepsnormen waaraan ze conformeren.



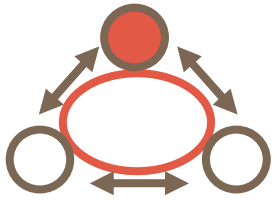
In een toch wel lastige zoektocht vindt Cynthia veiligheid binnen haar peergroep. Ze volgt de afvalregels binnen deze groep dan ook op.

“Op het schoolplein staat de prullenbak helemaal aan de andere kant. Ik ga dan echt niet omlopen, dan sta ik echt voor lul.”

“Als we bij ‘t Twiske zijn en iemand begint op te ruimen, dan doe ik wel gemakkelijk mee. Je ziet dat dan vaak ook meer mensen gaan opruimen.”

“Als ik alleen ben voel ik me toch minder zeker, zeker als mensen je dan aankijken als je iets neergooit.”





Afzetten tegen volwassen regels

Rick (15) 3 VMBO

Afzetten tegen volwassen regels

Midden in de overgangsfase zoeken jongeren op allerlei terreinen naar autonomie, maar vaak wordt verantwoordelijkheid nog niet genomen. De jongeren binnen dit domein zijn meer geïnteresseerd in de lusten van persoonlijke vrijheid dan in de lasten van verantwoordelijkheid. Vaak worden beperkingen ook ervaren als onwelkome bemoeienissen in hun leven. Jongeren in deze strategie zetten zich af tegen deze regels. Dat geldt ook voor de sociale regels die gelden omtrent zwerfafval. In deze categorie zitten de notoire 'weggooiers'.

Rick gebruikt de afvalnorm om zijn autonomie te tonen en zich af te zetten tegen de 'volwassen' regels

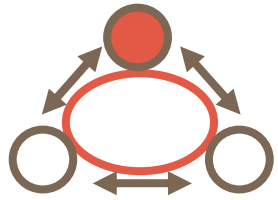


"We zitten vaak met wat vrienden buiten. Of we lopen wat over de wallen. Blikjes laat ik dan gewoon vallen."

"In het portiekje bij de AH daar ligt nu al een hele berg."

"In de klas drink ik altijd een literpak melk. Die staat dan naast mijn tafel en als ie op is laat ik hem staan."





Creëren van eigen regels

Beaudille (16) 4 VMBO

Creëren van je eigen regels

Aan het eind van de overgangsfase, neemt het belang van ouders nog verder af en dat van jongeren nog verder toe. Naast autonomie gaat men langzaam ook verantwoordelijkheid nemen voor de eigen daden. Jongeren in deze strategie voelen zich ook wat zelfverzekerder. Deze jongeren beginnen langzaam hun eigen plekje in de samenleving te vinden en ze hebben zo hun eigen regels om met de samenleving – en zwerfafval - om te gaan.



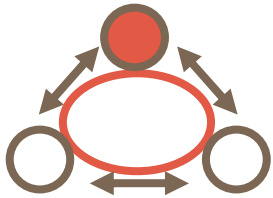
Beaudille ziet zichzelf al als aardig volwassen en acht zichzelf in staat om haar eigen regels te maken als het om zwerfafval gaat

“Peuken gaan op de grond, behalve als er zo’n speciale prullenbak staat.”

“Bij de AH eten we wel van alles, maar dat is vaak plastic en dat gooi ik altijd in de prullenbak.”

“Op school gaat alles op de grond. Iedereen heeft corvee. En waarom zou ik dat gaan opruimen als anderen dat voor mij ook niet doen!”





De overgangsfase in het kader

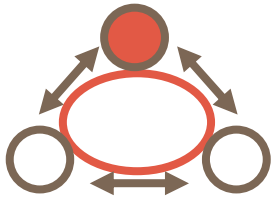
De groei naar het creëren van eigen regels

De ontwikkeling van kindertijd naar volwassenheid wordt gekenmerkt door de groei naar autonomie en eigen verantwoordelijkheid. In de context van het referentiekader zou dit betekenen dat jongeren in het blauwe kwadrant zouden beginnen en in het rode kwadrant zouden eindigen. Vanuit dit perspectief zou het rode kwadrant ook de nieuwe regels kunnen vormen voor een volgende generatie.

Er zijn twee routes mogelijk:

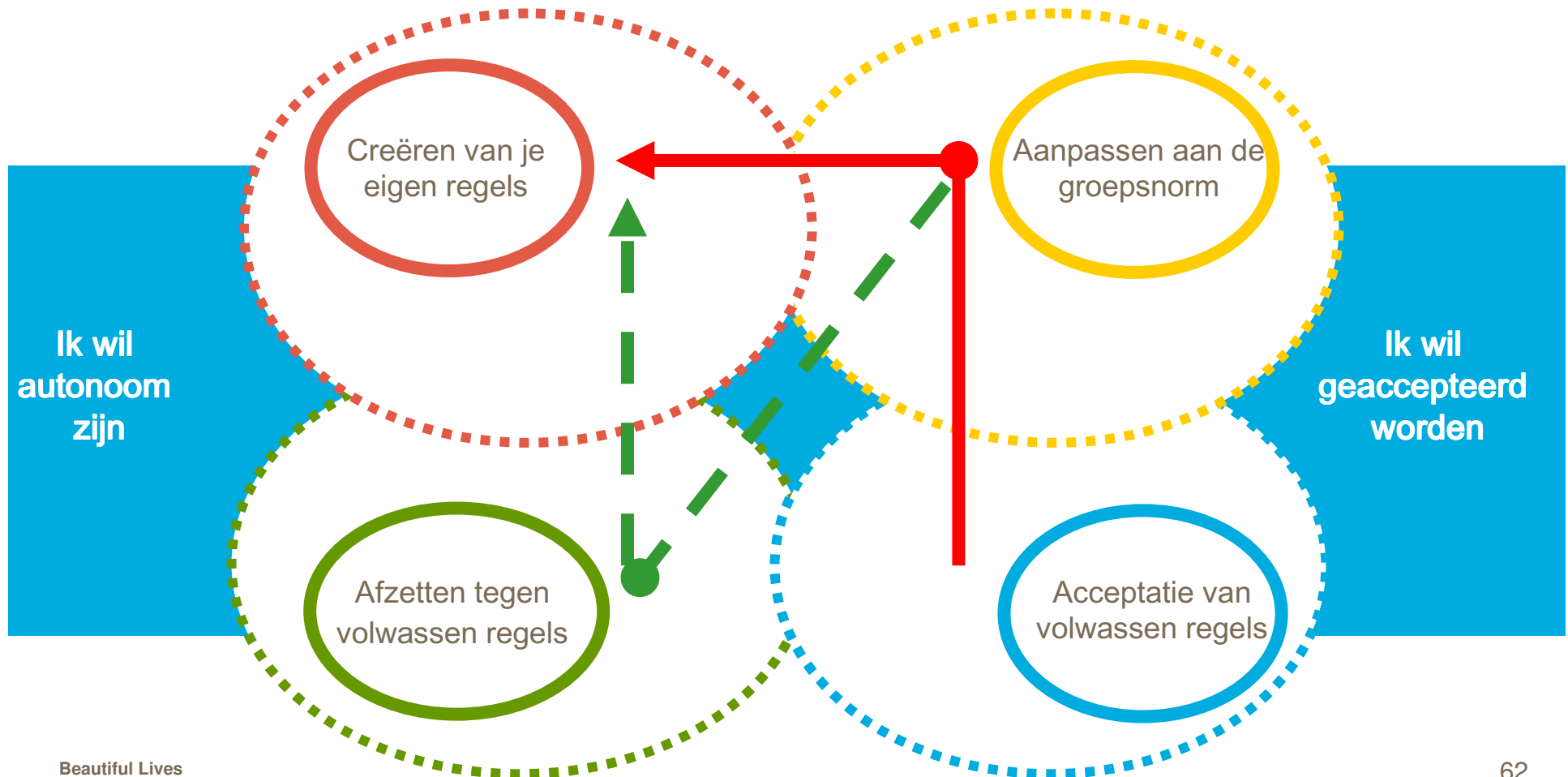
- ☞ Na de beginfase (het blauwe kwadrant) stuurt de zoektocht jongeren naar het gele kwadrant. Nadat zij zich hebben aangepast aan de groepsnormen van hun peers begint de behoefte voor eigen verantwoordelijkheid te groeien. Deze behoefte brengt ze langzaam in de richting van het rode kwadrant. Het kwadrant waar ze zelf bepalen hoe ze met afval omgaan.
- ☞ De zoektocht naar de eigen identiteit kan jongeren ook naar het groen kwadrant brengen. In dit geval nemen zij de volwassenenwereld als ijkpunt. Autonomie wordt dat gecreëerd door het afzetten tegen volwassenenregels. In de meeste gevallen begint na deze 'afzet periode' de route naar boven. Het ijkpunt is dan niet meer de volwassenenwereld maar de jongerenwereld.





De overgangsfase in het kader

-  Route 1 = Groei naar eigenverantwoordelijkheid en autonomie
-  Route 2 = Uitstapje naar afzetten tegen volwassenenregels



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

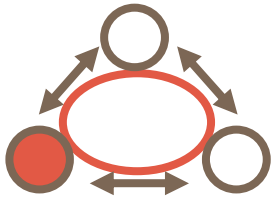
3. Jongeren & hun leefwereld
- 4. Jongeren & zwerfafval**
 - Soort afval
 - Individuele strategieën
 - Contextuele bepalingen**
3. Maatregelen & campagnes

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 47
pagina 54
pagina 64
pagina 75



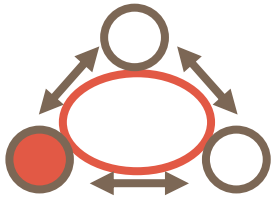
Contextuele bepalingen

'Pakkans' en betrokkenheid

Naast het soort afval en de individuele strategieën spelen contextuele bepalingen een belangrijke rol in het gedrag omtrent afval. Twee elementen spelen een rol bij contextuele bepalingen: de gepercipieerde pakkans en de betrokkenheid tot die context.

- ♀ De 'pakkans' heeft te maken met de kans dat volwassenen kunnen zien dat er zwerfafval wordt veroorzaakt. Jongeren worden dan meer geconfronteerd met de norm dat je afval eigenlijk in de afvalbak hoort te gooien, waardoor tevens de spanning wordt vergroot.
- ♀ Een tweede element dat een belangrijke rol speelt is de betrokkenheid die jongeren bij contexten voelen. Hier geldt: hoe meer jongeren zich emotioneel verbonden voelen bij een bepaalde context, hoe kleiner de kans dat jongeren hier ook vervuilen. Hierbij kan ook worden gezegd dat jongeren zelf overlast ervaren wanneer de betrokkenheid hoog is.





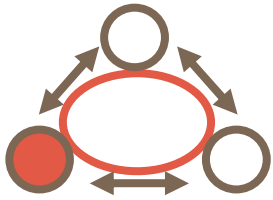
Contextuele bepalingen



Contexten waarin de afvalnorm makkelijk te ontwijken is

- ♀ **In de stad** voelen jongeren weinig betrokkenheid. De stad is eigenlijk van iedereen. Toch hebben ze wel het gevoel dat veel volwassenen hen kunnen zien wanneer ze iets op de grond gooien. Het veroorzaken van afval wordt vaak 'stiekem' gedaan. In de stad is het ook belangrijk of de straten schoon zijn. Hoe schoner de straten, hoe moeilijker het is de afvalnorm te negeren.
- ♀ **Bij supermarkten** (zoals Albert Heijn) brengen veel jongeren hun pauze door. Ook hier is de betrokkenheid niet groot. Dit komt doordat veel jongeren dezelfde plekken gebruiken. Dit ondermijnt het gevoel dat het 'hun' plekkie is. Tegelijkertijd wordt de 'pakkans' laag ingeschat omdat er weinig volwassenen langslopen. Hierdoor kunnen jongeren zich makkelijker aan de afvalnorm onttrekken.
- ♀ **Snoeproutes** zijn de fietsroutes van en naar school. Veel jongeren eten onderweg. Doordat jongeren hier geen betrokkenheid bij voelen en geen pakkans percipiëren wordt er makkelijk zwerfafval veroorzaakt. De afvalnorm wordt makkelijk genegerd.





Contextuele bepalingen

Quotes

In de stad

- 👤 *“Als de straat heel erg schoon is dan maakt dat toch uit. Dan loop ik wel wat langer met mijn blikje, want ik voel me dan best schuldig als ik iets op de grand gooi.”*
- 👤 *“In de stad zet ik mijn milkshake wel eens op een muurtje. Dan denk ik: misschien heeft een zwerver er nog wat aan.”*

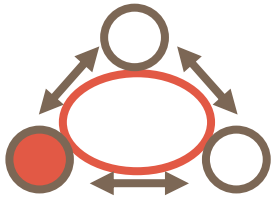
Op een willekeurige hangplek

- 👤 *“Er is altijd net genoeg tijd om in de pauze naar de Aldi te gaan. Dan kopen we wat te eten en te drinken. Dat moet allemaal op de fiets op.”*
- 👤 *“Bij het portiek bij Appie klagen ze altijd. Maar dat vind ik juist irritant. Dan gooi ik het juist voor de deur. Ze bekijken het maar.”*

Fietsend op de snoeproute

- 👤 *“Op de fiets moet je je verpakking wel weggooien, anders is het erg onhandig.”*
- 👤 *“Ik kan toch niet thuiskomen met een lege koekverpakking? Mijn moeder wordt woest als ze dat ziet.”*





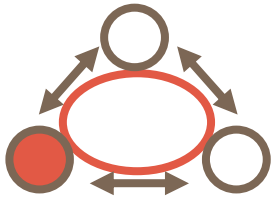
Contextuele bepalingen



Contexten waarin de afvalnorm moeilijk te ontwijken is

- ♀ Jongeren voelen de meeste betrokkenheid bij **hun eigen huis**. Ondanks dat het huis het domein van hun ouders is, hebben jongeren een emotionele band met deze context. Thuis wordt zwerfafval ook als overlast ervaren. Daarnaast is er veel toezicht van de ouders waardoor de 'pakkans' erg hoog is. Kortom, jongeren veroorzaken zelden afval in hun eigen huis.
- ♀ Jongeren hechten aan **hun club of vereniging**. Ze willen hier graag positief worden gewaardeerd. Zo willen de meeste voetballertjes niet dat hun club bekend staat als een vieze, smerige club. Hierdoor is de betrokkenheid met de (voetbal) club vrij groot. Daarnaast is er ook veel toezicht : trainers en ouders lopen veelvuldig rond. Over het algemeen betekent dit dat jongeren de afval norm makkelijk opvolgen.





Contextuele bepalingen

Quotes

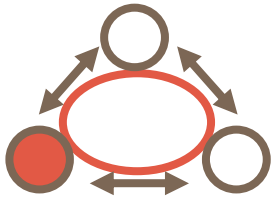
Thuis

- ♀ *“In mijn kamer is het soms wel eens een rotzootje, maar er liggen nooit lege verpakkingen ofzo. Dat zou ik echt smerig vinden.”*
- ♀ *“Thuis maak je echt geen rommel, dat is toch vies!”*
- ♀ *“Mijn moeder zou echt gaan flippen als ik al het afval liet rondslingeren. En daar ik echt geen zin in.”*

Op de sportclub

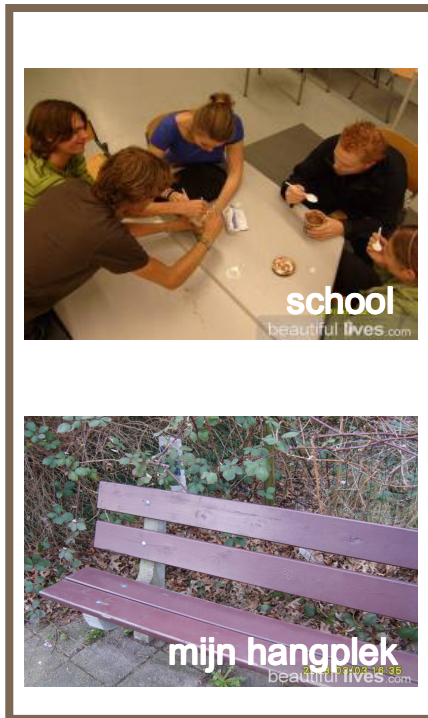
- ♀ *“In de kleedkamer van voetbal wil ik echt niet dat er allemaal rotzooi ligt. Daar moet ik douchen! De coach zegt dat ook altijd, dus”*
- ♀ *“Ik zou het niet leuk vinden als andere teams slecht over onze club zouden denken. Ik wil wel dat onze club gewoon schoon blijft. Ik gooi er altijd alles in de prullenbak.”*





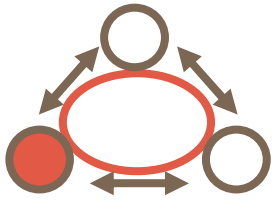
Contextuele bepalingen

Contexten waarin de afvalnorm kan wisselen



- ♀ Jongeren brengen veel tijd **op school** door. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de relatie met deze context niet hetzelfde is voor iedereen: de ene ervaart meer betrokkenheid bij de school dan de andere. Wat betreft het veroorzaken van zwerfafval geldt dat diegenen die minder betrokkenheid voelen makkelijker de afvalnorm ontwijken. Ondanks dat er toezicht is van de conciërge en leraren hebben veel leerlingen het gevoel dat dit toezicht makkelijk te ontwijken is. Zo weten de meeste leerlingen precies welke leraar oplet tijdens de les, en weten ze precies bij welke conciërge ze straf kunnen ontlopen.
- ♀ Jongeren hebben vaak een plek waar ze hun vrienden buitenshuis ontmoeten. Wanneer deze plek echt aanvoelt als '**hun plekkie**' is de betrokkenheid bij deze plek vrij groot. Zo is een schoon voetbalveldje toch wel prettig. Ondanks dat er weinig toezicht is, zullen sommige jongeren toch de afvalbak opzoeken, want anders hebben ze er zelf last van ! Ook zullen er anderen zijn die afval liever in de bosjes gooien.





Contextuele bepalingen

Quotes

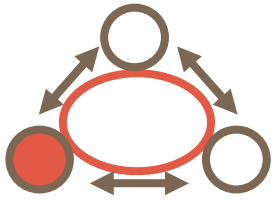
Op school

- ♀ *“Met een paar vriendinnen gaan we altijd achter de school eten. Daar is het rustig. Maar daar kan je niet alles op de grond gooien want dan gaat de buurt klagen. Dat is al eens gebeurd, en straks zijn we ons plekkie kwijt”.*
- ♀ *“Op het schoolplein gooi ik alles op de grond. Iedereen doet dat. Er is corvee, dus het wordt toch wel opgeruimd.”*
- ♀ *“Sommige leraren doen moeilijk, en andere niet. Je leert na een paar jaar echt wel bij welke je kan eten in de klas. Daar stel je je gewoon op in.”*

Onze hangplek

- ♀ *“Ik vind het gewoon vervelend als er bij onze plek (in het park) allemaal lege flessen alcohol liggen. Straks ga ik er op zitten!”*
- ♀ *“Op ons pleintje bij de Brink gooi ik mijn AA'tje in de prullenbak die daar staat. Ik moet daar later ook nog voetballen.”*



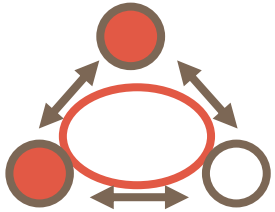


Contexten in beeld

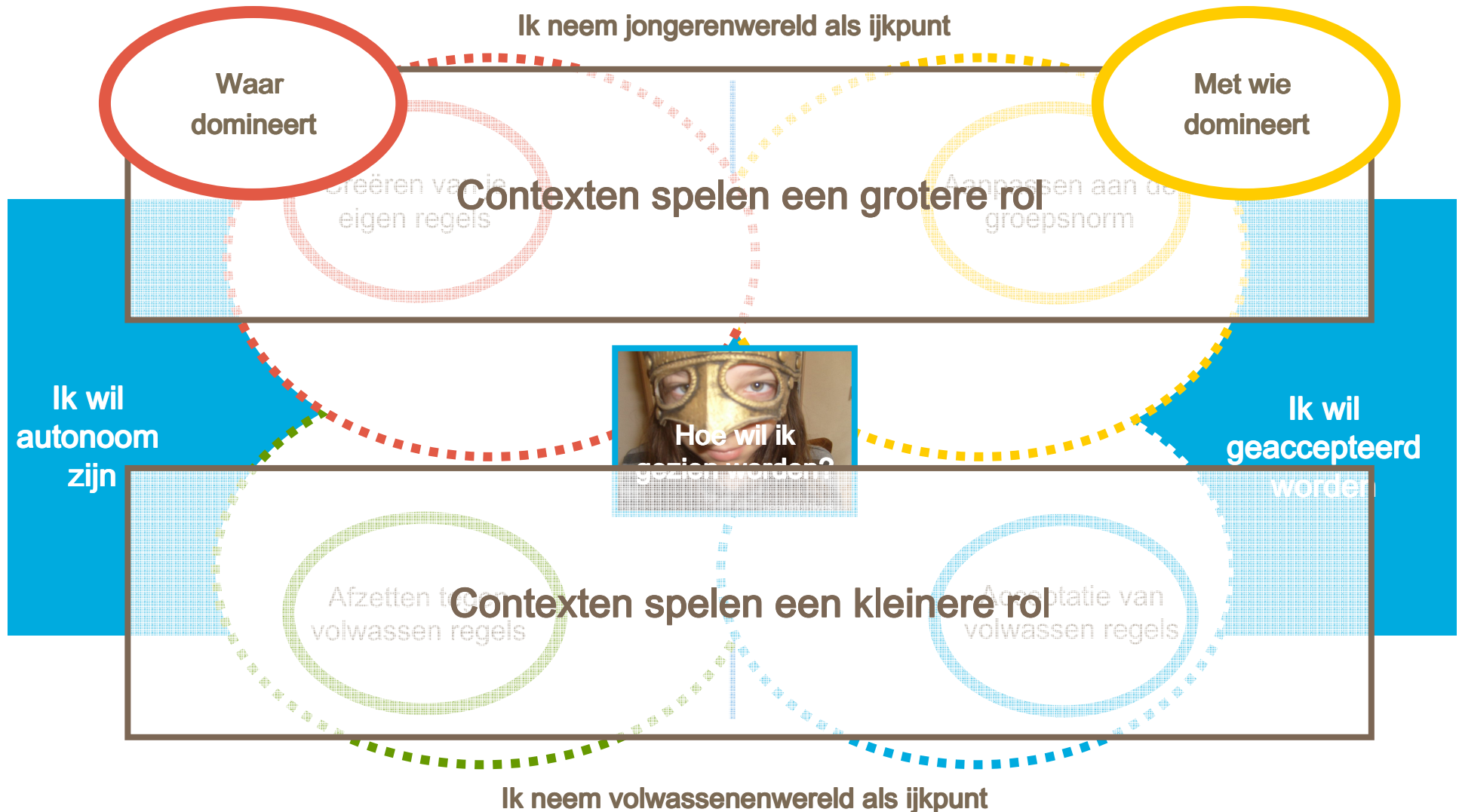
Schematische weergave van de contexten

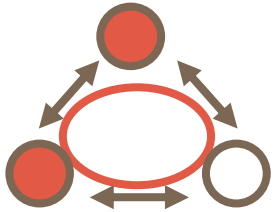
- ♀ Boven de streep wordt er meer zwerfafval veroorzaakt dan onder de streep.
- ♀ Hoe minder betrokkenheid, en hoe kleiner de 'pakkans', hoe meer zwerfafval er wordt veroorzaakt.





Strategieën en contexten





Strategieën en contexten

Individuele strategieën domineren over contexten

In de wisselwerking tussen het soort afval, individuele strategieën en contextuele bepalingen lijken de strategieën dominant te zijn. Afvalregels in de volwassenenwereld en jongerenwereld verschillen. Individuele strategieën vormen het belangrijkste middel om de spanning rondom sociale identificatie te reduceren.

Wanneer we kijken naar jongeren die de volwassenenwereld als uitgangspunt nemen, dan zien we, ongeacht de context, consequent gedrag. Enerzijds zullen jongeren die zich conformeren aan de volwassen regels afval bijna altijd correct weggooien. Anderzijds zullen jongeren die zich afzetten tegen de volwassen regels afval vrijwel altijd op de grond gooien. Dit alles ongeacht de context waar jongeren zich in bevinden.

Voor jongeren die de jongerenwereld als uitgangspunt nemen, zien we dat de context veel meer bepalend is voor hun gedrag. Voor jongeren die zich willen aanpassen aan de groepsnorm wordt hun gedrag met name verklaard door *wie* er aanwezig is. Voor jongeren die zelf afvalregels creëren is de *plaats* belangrijker.



Inhoud

Deel A

1. Doelstellingen & opzet
2. Conclusies & aanbevelingen

Deel B

3. Jongeren & hun leefwereld
4. Jongeren & zwerfafval
- 5. Maatregelen & campagnes**

Appendix

- a. Voorstel
- b. Interviewgidsen

pagina 3
pagina 11

pagina 30
pagina 42
pagina 75

- ♀ In de groepen hebben we met jongeren verschillende voorzieningen, maatregelen en campagnes bekeken. De campagnes waren met name gericht op zwerfafval, maar er zaten ook een aantal andere campagnes bij, uiteraard wel gericht op jongeren. Door het bespreken van de verschillende voorzieningen, maatregelen en campagnes zijn we tot een aantal belangrijke inzichten gekomen over de werking van dergelijke acties. In dit laatste hoofdstuk zullen we de verschillende voorzieningen, maatregelen en campagnes bespreken.
- ♀ Een belangrijke overall conclusie die we kunnen trekken is dat voorzieningen, maatregelen en campagnes op een verschillende manier aanhaken bij jongeren, namelijk dat:



- ♀ Voorzieningen & maatregelen meer effect sorteren in contexten.
 - ♀ Voorzieningen en maatregelen direct het gedrag beïnvloeden, en
 - ♀ campagnes vaak als belerend worden ervaren op deze momenten.



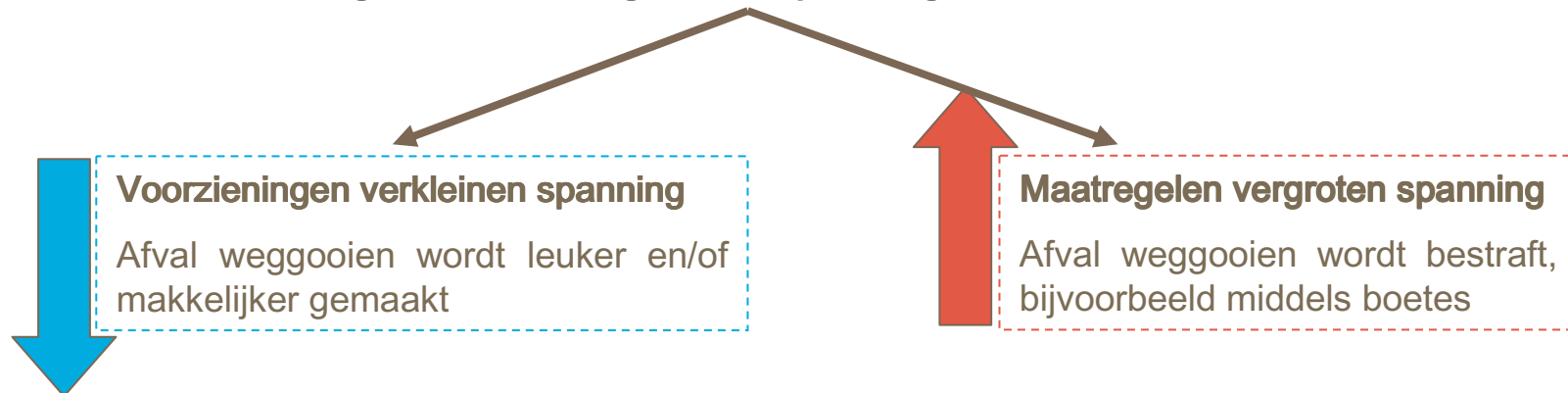
- ♀ Campagnes beter inspelen op de verschillende motivaties van jongeren.
 - ♀ Omdat ze voortdurend het gevoel van spanning blijven triggeren om bewustwording te stimuleren en jongeren de norm te doen voelen.



Voorzieningen & maatregelen in contexten

- ♀ Voorzieningen en maatregelen zijn vaak meer of minder relevant in bepaalde contexten. Zo zijn de blikvangers bijvoorbeeld met name relevant op fietsroutes. Voorzieningen en maatregelen spelen in op de spanning die jongeren ervaren rondom sociale identificatie. Dit doen ze echter op verschillende manieren. Enerzijds kunnen voorzieningen de spanning die jongeren ervaren verkleinen, doordat ze het makkelijker of leuker maken om afval in de prullenbak te gooien. Anderzijds kunnen maatregelen de spanning vergroten, doordat jongeren worden geconfronteerd met de verschillen tussen de volwassen- en de jongerenwereld.

Voorzieningen en maatregelen & spanning rondom sociale identificatie





Voorzieningen verkleinen de spanning

- ❧ **Blikvangers** worden over het algemeen positief gewaardeerd. Ze zijn met name te vinden op de snoeroutes en ze maken het weggooien van afval speelser en leuker. En als er mis gegooid wordt, dan ligt het afval tenminste al bij elkaar. Blikvangers werken echter alleen voor grotere en zwaardere soorten afval, zoals blikjes. Kauwgom bijvoorbeeld gooi je erdoorheen en snoeppapiertjes kun je niet eens gooien. Toch lijken er soms te weinig blikvangers te staan, want jongeren houden hun blikjes vaak niet de hele weg bij zich tot er een blikvanger komt.
- ❧ De **kauwgom plakpaal** wordt door alle jongeren ervaren als vies, smerig en onhygiënisch. Kauwgom wordt sowieso al als vies ervaren omdat het uit je mond komt en plakt. Bovendien is het weggooien van kauwgom op de grond gezien als de norm die ook gehanteerd wordt door volwassenen. Zij zullen een dergelijke plakpaal dus niet gebruiken.





Voorzieningen verkleinen de spanning

- ♀ Het **zakje voor kauwgom en sigarettenpeuken** wordt over het algemeen gezien als grappig. Het lijkt echter weinig relevant te zijn voor jongeren. Het afval wat hierin verzameld kan worden mag sowieso op de grond gegooid worden.
- ♀ Het **plaatsen van meer prullenbakken** kan bijdragen aan minder zwerfafval, bijvoorbeeld op hangplekken waar weinig prullenbakken aanwezig zijn. Het opleuken van prullenbakken (zoals het voorbeeld van Holle Bolle Gijs) zien de jongeren als kinderachtig en vooral ook irritant.
- ♀ Het **zakgeldproject** lijkt alleen interessant te zijn voor de jongeren uit groep 8 en eventueel nog uit de brugklas. Voor de hogere klassen is de vergoeding die ze ervoor krijgen te laag. Deze jongeren (groep 8 en de brugklas) zijn echter vaak de jongeren die nog weinig 'vervuilen', aangezien zij vaak nog de norm van de ouders opvolgen. Verder haalt het zakgeldproject de sociale norm rondom afval onderuit, aangezien het zwerfafval dus toch wordt opgeruimd.





Maatregelen vergroten de spanning

- ♀ De meeste jongeren zijn niet bekend met het bestaan van **boetes**. In eerste instantie schrikken zij wel van een dergelijke maatregel. Bedragen van 75 of 100 euro zijn in hun ogen zeer hoog en soms zelf ongeloofwaardig. Sommige jongeren geven aan hierdoor hun gedrag te veranderen. De meeste jongeren zullen echter vooral beter om zich heen kijken wanneer zij iets op de grond gooien, om zo een boete te voorkomen.
- ♀ Wanneer ze er wat langer over nadenken, zetten de jongeren vraagtekens bij de haalbaarheid van een dergelijke maatregel. Zij geloven niet dat de politie in staat is om veelvuldig te controleren op het veroorzaken van zwerfafval. In hun ogen heeft of zou de politie andere prioriteiten moeten hebben.
- ♀ Daarnaast twijfelen jongeren ook aan het belang van dergelijke boetes. Zij vergelijken het met te hard rijden of rijden onder invloed, waarmee je ook anderen in gevaar brengt. Met het veroorzaken van zwerfafval doe je niemand kwaad en dus lijkt een boete minder terecht te zijn.





Maatregelen vergroten de spanning

- ❗ Op veel scholen wordt gewerkt met een **corvee** regeling voor alle leerlingen. Daarnaast wordt er vaak gewerkt met de maatregel **strafcorvee**. De algemene corveeregeling lijkt weinig invloed te hebben op het gedrag van jongeren. Vaak is het zo dat de eerste en/of de tweede klassen verplicht corvee hebben. Hierbij dienen ze als klas een of twee weken per schooljaar de school op te ruimen. Omdat alle jongeren corvee hebben in het eerste en/of tweede jaar lijken zij in latere jaren weinig rekening te houden met afval. Zij moesten immers zelf ook opruimen en toen werd er ook geen rekening met hen gehouden.
- ❗ Ook kennen veel scholen **strafcorvee**. Wanneer de leerlingen bijvoorbeeld betrappt worden bij het op de grond gooien van afval, dan moeten zij voor straf na school opruimen. Hierdoor gaan jongeren niet direct hun gedrag veranderen. Wel zullen zij wat beter om zich heen kijken wanneer zij afval op de grond gooien.



Voorzieningen & maatregelen

Quotes

blikvangers

- ♀ *“Het is leuk om er iets in te gooien en als je mist ligt het in elk geval alvast bij elkaar.”*
- ♀ *“Als mijn blikje leeg is ga ik het niet de hele weg vasthouden tot er een blikvanger komt.”*
- ♀ *“Kauwgom valt er zo doorheen, dus dat heeft geen zin.”*

Kauwgom plakpaal

- ♀ *“Bah, dit is echt heel erg smerig!”*
- ♀ *“Wie bedenkt dit zeg? Ik zou er met een grote boog omheen lopen.”*
- ♀ *“Zelfs mijn moeder gooit kauwgom gewoon op de grond.”*

Sigaretten en kauwgom zakje

- ♀ *“Grappig dit, maar ik zie het mezelf niet echt gebruiken.”*
- ♀ *“Peuken en kauwgom zijn zo klein, die kun je best op de grond gooien, daar heb je zoiets niet voor nodig.”*



Voorzieningen & maatregelen

Quotes

Holle Bolle Gijs

- 👤 *“Een prullenbak die geluid maakt, dat wordt echt heel irritant op den duur.”*
- 👤 *“Dit is leuk voor kleine kinderen. Ik vond Holle Bolle Gijs vroeger in de Efteling ook erg leuk.”*

Het zakgeldproject

- 👤 *“Bij de McDonald's verdien je meer!”*
- 👤 *“Zie je wel, afval wordt toch opgeruimd...”*

Boetes

- 👤 *“Jeetje, 75 euro dat is wel veel. Dan zal ik de volgende keer toch even om me heen kijken of er geen politie in de buurt is.”*
- 👤 *Ik vind dit toch anders dan verkeersboetes. Met te hard rijden breng je de levens van anderen in gevaar. Als ik iets op de grond gooi dan doe ik niemand kwaad.”*

Corvee

- 👤 *“Ik heb corvee gehad in de eerste. Dan mogen mensen nu ook mijn rommel opruimen.”*
- 👤 *“Strafcorvee is niet leuk. Daarom kijk ik vaak wel even om me heen voordat ik iets laat vallen.”*



Campagnes voor verschillende strategieën

- ♀ Campagnes bevatten vaak een meer algemene boodschap over zwerfafval. Daar waar voorzieningen en maatregelen vaak beter aansluiten bij specifieke contexten, zo overstijgen campagnes de contexten en sluiten zij aan bij een of meerdere strategieën die jongeren hanteren als het zwerfafval gaat.
- ♀ Hierna zullen we de verschillende campagnes die in de groepen meegenomen zijn bespreken. Overall bespreken we per campagne de volgende elementen:
 - ♀ Algemene likes en dislikes
 - ♀ Boodschap: begrip en geloofwaardigheid
 - ♀ Relevantie: aansluiting bij de jongerenwereld en tone-of-voice.
- ♀ Alvorens we de verschillende campagnes in detail bespreken, formuleren we eerst een aantal conclusies met betrekking tot de campagnes. Deze conclusies hebben betrekking op:
 - ♀ De randvoorwaarden waar campagnes (minimaal) aan dienen te voldoen.
 - ♀ De verschillende effecten die campagnes, maar ook voorzieningen en maatregelen kunnen sorteren.



Randvoorwaarden campagnes



Wil een campagne een bepaald effect sorteren, dan zal eerst aan een aantal randvoorwaarden voldaan moeten worden. Die randvoorwaarden luiden als volgt:

1. De campagne dient een duidelijk, directe en expliciete boodschap te hebben

- 🔗 Een duidelijke en directe boodschap ‘raakt’ jongeren recht tussen de ogen. Wat er bedoeld wordt is in één oogopslag duidelijk en kan niet op andere manieren uitgelegd worden. Korte teksten en eenvoudige beelden lenen zich hier het beste voor. Ideaal gezien ondersteunen woord en beeld elkaar, wat de boodschap nog duidelijker maakt.

2. De campagne dient relevant te zijn voor jongeren, wat zich uit in een 3-tal subvoorwaarden:

a. De campagne moet ‘gaan over mij’

Gezien het feit dat jongeren vooral bezig zijn met de zoektocht naar hun eigen identiteit en zij zichzelf hierin vaak als het middelpunt van het universum beschouwen, dient de campagne ook echt over hen te gaan. Anders kunnen zij de boodschap ook (te) gemakkelijk negeren.

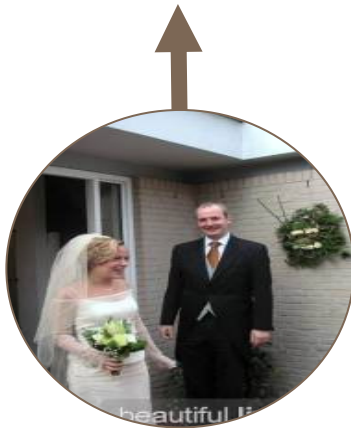
b. De campagne laat zien dat er kennis is genomen van de leefwereld van jongeren

Jongeren hanteren een veelheid aan regels wanneer het om afval gaat. Deze regels komen vooruit uit het soort afval, de context en de individuele strategie van jongeren. In hoofdstuk 4 zijn deze regels uitvoerig besproken. .

c. De tone-of-voice van de campagne: spreekt jongeren aan als ‘gelijken’

Deze laatste voorwaarde wordt op de volgende pagina verder toegelicht.

Tone-of-voice van campagne is zeer belangrijk



♀ Jongeren bevinden zich in een overgangsfase van kind zijn naar volwassenheid. In deze ontwikkeling maken zij een groei door van afhankelijkheid naar autonomie en verantwoordelijkheid.

♀ Het begrijpen van deze ontwikkeling is essentieel in de wijze waarop jongeren het beste aangesproken kunnen worden en dus voor de tone-of-voice van campagnes.

♀ Het aanspreken van jongeren vanuit het perspectief van een volwassene (de zogenaamde ouderrol) werkt vaak averechts. Jongeren worden daarmee als het ware terug geduwd in hun kinderrol, wat hen rede geeft zich tegen de boodschap af te zetten of deze te negeren.

♀ Het aanspreken van jongeren vanuit gelijkwaardigheid wordt door jongeren veel betere gewaardeerd. Op deze manier worden zij aangesproken als een volwaardig, volwassen persoon en zullen zij eerder naar de boodschap luisteren.



Werking op 3 manieren

☞ Wanneer campagnes voldoen aan de randvoorwaarden, wanneer ze duidelijk en relevant zijn voor jongeren, dan kunnen ze op een aantal verschillende manieren effect sorteren. Dit geldt overigens ook voor de voorzieningen en maatregelen. We zien drie verschillende manieren waarop voorzieningen, maatregelen en campagnes kunnen werken.

1. Prikkelen van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van jongeren

Campagnes kunnen inspelen op de groei van jongeren naar volwassenheid, waarin ook het besef van verantwoordelijkheid groeit.

2. Inspelen op het sociale identificatieproces

In de omgang met zwerfafval speelt sociale identificatie een grote rol. Jongeren zijn, ook als het gaat om zwerfafval, bezig met hoe zij gezien willen worden. Hierin ervaren zij een discrepantie tussen jongeren en volwassenen. Campagnes kunnen inspelen op de spanning die jongeren hierbij ervaren.

3. Zorgen dat jongeren er zelf last van ondervinden

Een laatste werking zien we in het creëren van (over)last voor de jongeren zelf.

☞ Op de volgende slides bespreken we eerst de verschillende campagnes. Daarna laten we zien welke werking de verschillende campagnes hebben. Uiteraard hebben we hier alleen de campagnes meegenomen die ook aan de randvoorwaarden voldoen.



Campagnes Nederland Schoon



Campagne Nederland Schoon: duur van verteren van afval

- ❏ Over het algemeen spreekt deze campagne jongeren wel aan. Ze worden nog eens met de neus op de feiten gedrukt. De meeste van hen zijn globaal op de hoogte van de duur van vertering van verschillende soorten zwerfafval.
- ❏ Deze campagne informeert jongeren over een aantal feiten, harde en duidelijke feiten. Op basis van deze kennis kunnen zij hun eigen conclusies trekken en er zelf mee doen wat ze willen.
- ❏ De boodschap van deze campagne is relevant voor jongeren. Ondanks dat het een vrij algemene campagne is, is het getoonde zwerfafval voor jongeren herkenbaar. Ze worden met deze campagne gewezen op hun eigen gedrag, maar niet op een belerende manier. De tone-of-voice van deze campagne is gelijkwaardig en jongeren kunnen zelf beslissen wat ze met deze informatie doen en in hoeverre ze verantwoordelijkheid willen dragen.



Campagnes Nederland Schoon



Campagne Nederland Schoon: probleem van zwerfafval wordt (te) groot

- ❏ Onder de jongeren die we gesproken hebben, is dit een van de meest gewaardeerde campagnes. De boodschap wordt op een volwassen manier gebracht, maar tevens met een knipoog. Vanuit herkenbaarheid kent de poster met het blikje de hoogste waardering.
- ❏ Tekst en beeld versterken elkaar bij het overbrengen van de boodschap. De beelden, waarin zwerfval extreem is uitvergroot, vormen de knipoog. In deze campagne wordt wederom een feit gepresenteerd, waar jongeren mee kunnen doen wat ze willen.
- ❏ Net als de vorige campagne, is ook dit een campagne die gaat over het algemeen belang. In deze context zien jongeren ook wel dat zwerfval een groeiend probleem is, al ervaren zij dat zelf (nog) niet zo. Deze campagne presenteert wederom een feit, op basis waarvan jongeren hun eigen beslissingen kunnen nemen. Ze worden op een gelijkwaardige en volwassen manier aangesproken.



Campagnes Nederland Schoon



Campagne Nederland Schoon: missen van de afvalbak

- ♀ Deze campagne wordt door jongeren niet heel positief maar ook niet heel negatief beoordeeld. Veel jongeren herkennen de posters overigens van school.
- ♀ De boodschap van deze campagne is niet voor iedereen duidelijk. Soms wordt er bijvoorbeeld aangegeven dat de boodschap is dat iedereen wel eens zwerfafval veroorzaakt.
- ♀ Ondanks het feit dat er letterlijk jongeren te zien zijn op deze posters, is deze campagne voor jongeren niet echt relevant. Het gaat immers niet om hen, maar om een hoogbegaafde jongen of een voetballer. Verder impliceert deze campagne dat al het afval in de prullenbak hoort, iets wat niet aansluit bij de jongeren regels. Omdat er niet echt een oordeel geveld wordt over het gedrag van deze jongeren, wordt de campagne niet als negatief of belerend ervaren.



Campagnes Nederland Schoon



Campagne Nederland Schoon: op school

- ❗ Deze campagne wordt door jongeren niet positief gewaardeerd, met name omdat de boodschap simpelweg niet begrepen wordt. De visual samen met de teksten vormen geen duidelijk geheel voor jongeren en zij kunnen hier niet uit opmaken wat er verteld wordt.
- ❗ Omdat de boodschap niet begrepen wordt, kan deze ook niet relevant zijn voor jongeren. Bovendien sluit het zwerfafval wat ze op deze posters laten zien niet aan bij de regels van de jongerenwereld, kauwgom en sigarettenpeuken mogen namelijk op de grond gegooid worden.



Campagnes Nederland Schoon

Quotes

Duur van verteren van afval

- 👤 *“Dit zijn feiten, gewoon laten zien hoe lang het duurt.”*
- 👤 *“Het is goed om hier weer eens aanherinnerd te worden, ook al sta je er niet altijd bij stil.”*
- 👤 *“Grappig, als ik mijn naam erop zet vind ik het blikje over 50 jaar weer terug!”*

Probleem van zwerfafval wordt (te) groot

- 👤 *“Grappig zo, die beelden en die tekst.”*
- 👤 *“Het afval wordt hier letterlijk groot gemaakt, leuk! Alleen die banaan ziet er zo raar uit, alsof die er netjes overheen gelegd is, zo nep.”*

Missen van de afvalbak

- 👤 *“De boodschap... zelfs Harold gooit wel eens iets op de grond denk ik.”*
- 👤 *“Het is eigenlijk niet zo moeilijk om afval weg te gooien.”*
- 👤 *“Deze hangen bij ons op school, maar ik heb er nooit echt naar gekeken.”*

Op school

- 👤 *“Geen idee wat ze hier willen zeggen.”*
- 👤 *“Wel vies die kauwgom zo.”*





Campagne: het opruimen van zwerfafval kost de samenleving veel geld

- ♀ Onder de jongeren is dit geen 'winnende' campagne. Hoewel de boodschap vrij duidelijk is (het opruimen van zwerfafval kost veel geld), kunnen jongeren een bedrag van 190 miljoen euro niet echt plaatsen. Soms wordt het zelfs niet eens geloofd.
- ♀ Deze boodschap is minder relevant voor jongeren. Het kost hen immers (nog) geen geld. En ze blijven redeneren vanuit henzelf, want wanneer zij geen zwerfafval meer veroorzaken, dan zal dat op het totaal bedrag maar heel weinig schelen. Verder wordt de tone-of-voice van deze campagne wel ervaren als volwassen en gelijkwaardig.



Campagnes - Engeland



Campagne: prullenbakken lijden honger

- ❗ Deze campagne wordt door jongeren niet afgewezen. Zij ervaren het als een grappige manier om aan te geven dat afval eigenlijk in de prullenbak hoort.
- ❗ De korte tekst samen met een pakkende foto maken de boodschap van deze campagne goed duidelijk. De posters vertellen eigenlijk dat we de afvalbakken te weinig gebruiken. Sommige jongeren zijn het hier echter niet mee eens. Zij geven aan dat prullenbakken juist vaak overvol zijn.
- ❗ Deze campagne lijkt minder relevant te zijn voor jongeren. De algemene en vrijblijvende boodschap maakt weinig indruk op jongeren. Daarnaast impliceren deze posters dat alle afval in de prullenbak hoort, iets wat niet aansluit bij de visie van jongeren. De vrijblijvendheid van deze campagne maakt dat jongeren zich op een gelijkwaardige manier aangesproken voelen, waardoor zij het ook niet afwijzen.



Campagnes - Engeland

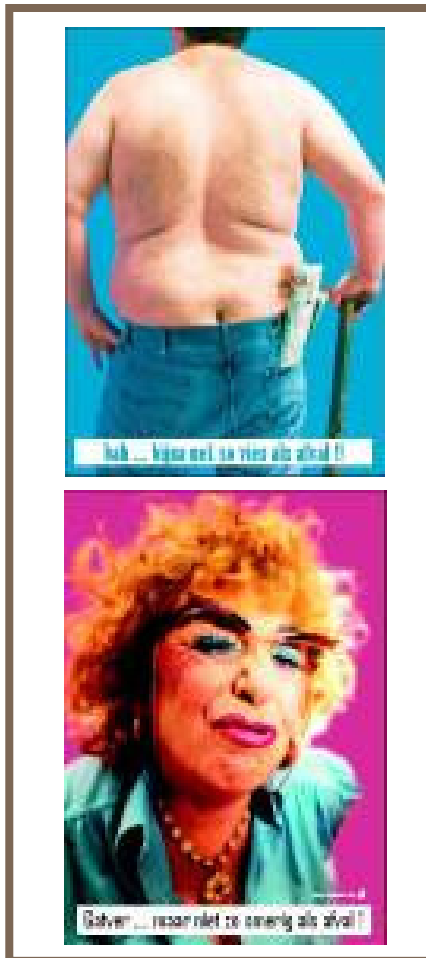


Campagne: zwerfafval kan de dood van dieren tot gevolg hebben

- ♀ Met name meiden reageren soms best heftig op het idee dat zwerfafval tot de dood van dieren kan leiden. Toch wordt deze harde en duidelijke boodschap soms ook in twijfel getrokken. Jongeren zien dit gebeuren in ontwikkelingslanden, maar toch niet in Nederland?
- ♀ Voor veel jongeren lijken dieren hoger op de prioriteitenlijst te staan dan de natuur of het milieu. Vandaar dat deze campagne wel enigszins relevant is voor jongeren. Voor jongeren met huisdieren wordt deze boodschap nog wat meer relevant.. Doordat er eigenlijk wederom een feit wordt geconstateerd, voelen jongeren zich op een gelijkwaardige manier aangesproken.



Campagnes - Engeland



Campagne: afval is vies

- ❏ Deze campagne spreekt jongeren niet echt aan. De visuals worden over het algemeen ervaren als afstotelijk, met name de man. Maar deze visuals hebben geen enkele link met afval en bovendien laten zij een heel ander soort 'vies' zien in vergelijking met het 'vies' van afval.
- ❏ De boodschap in deze posters is vaak toch wel duidelijk, namelijk dat afval vies is. Dit is voor jongeren een alom bekende en bijna vanzelfsprekende boodschap. Het zet hen verder niet aan tot nadenken.
- ❏ Verder is deze campagne niet relevant in het leven van jongeren. Het spreekt hen niet direct aan en laat niets zien van de belevingswereld waar zij zich in bevinden. Omdat de boodschap zo vanzelfsprekend is, wordt deze campagne niet ervaren als belerend of vervelend.



Campagnes - Engeland



Campagnes: je bent ziek/een varken als je zwerfafval veroorzaakt

- ❗ Deze beide campagnes worden door jongeren vaak afgewezen. Enerzijds omdat zij de boodschap vaak niet begrijpen en anderzijds omdat ze ervaren worden als beledigend.
- ❗ De boodschap in beide campagnes is te impliciet en te indirect. Sommige jongeren zien niet in wat ziek zijn of varkens te maken hebben met afval. Wanneer zij de boodschap wel begrijpen wordt deze vaak ervaren als beledigend. Impliciet wordt er immers iets slechts gezegd over jongeren zelf.
- ❗ Beide campagnes zijn voor jongeren niet relevant. Deze boodschap gaat namelijk helemaal niet over hen: zij zijn niet ziek en al helemaal geen varken. Daarnaast sluiten de posters niet aan bij de belevingswereld van jongeren, waarin het geaccepteerd is dat je bepaalde soorten afval op de grond mag gooien. In beide campagnes wordt vanuit een volwassen standpunt met de vinger gewezen naar het gedrag van jongeren, wat hen terug duwt in hun kinderrol. Jongeren zullen zich hier dus vooral tegen afzetten.



Campagnes - zwerfafval

Quotes

Zwerfafval opruimen kost veel geld

- 🗑️ *“Ik geloof niet dat het zoveel kost!”*
- 🗑️ *“Leuk, maar als ik nu niets meer op straat gooi, wordt het misschien een tientje minder.”*

Prullenbakken hebben honger

- 🗑️ *“Vaak zijn de prullenbakken juist overvol en kan er gewoon niets meer bij.”*
- 🗑️ *“Grappig idee, dat prullenbaken leven van afval.”*

Zwerfafval kan dieren doden

- 🗑️ *“Jeetje, ik heb zelf een hond, daar schrik ik wel van.”*
- 🗑️ *“Maar dit gebeurt alleen bij zwerfhonden en die zijn hier nauwelijks.”*

Afval is vies

- 🗑️ *“Ze zeggen hier afval is vies. Ja en? Dat weet ik toch!”*
- 🗑️ *“Ik zie echt niet wat die vrouw met afval te maken heeft.”*

Ziek/een varken als je zwerfafval veroorzaakt

- 🗑️ *“Ik begrijp dit niet zo goed.”Hoezo ziek?*
- 🗑️ *“Je bent helemaal geen varken. Je bent pas een varken als je dit thuis doet. Anders niet!”*



Campagnes – asociaal gedrag



Campagne Westland:asociaal gedrag

- ❏ De 'Westland' campagne is onder bijna alle jongeren de 'winnende' campagne. De directe en duidelijke boodschap, geplaatst in een jongerenperspectief en gebracht met wat humor spreekt de jongeren zeer aan.
- ❏ Dat het afwijkende/asociale gedrag van jongeren in een andere context wordt geplaatst, namelijk thuis, maakt deze boodschap heel duidelijk en expliciet. Daarnaast ondersteunen de tekst en de visuals elkaar goed.
- ❏ Deze campagne is zeker relevant voor jongeren. Ze worden met deze posters namelijk direct geconfronteerd met hun eigen, of in elk geval herkenbaar gedrag. De context, namelijk thuis, maakt dat jongeren inzien hoe afwijkend of asociaal hun gedrag eigenlijk is. Verder wordt er in deze campagne geen (expliciet) oordeel over hun gedrag gegeven. Dit oordeel kunnen jongeren zelf vellen, waardoor deze campagne de jongeren op een volwassen en gelijkwaardige manier benaderd.



Campagnes - vuurwerk



Campagne: je bent een rund als je met vuurwerk stunt

- ♀ De vuurwerk campagne 'je bent een rund als je met vuurwerk stunt' is een alom bekende campagne onder jongeren. Het is met name het persoonlijk letsel in deze campagne wat jongeren raakt.
- ♀ De boodschap in deze posters lijkt op het eerste gezicht duidelijk. Er blijkt echter dat de definitie van stunten nogal eens kan verschillen.
- ♀ Waardoor jongeren zich aangesproken voelen in deze campagne is het risico op persoonlijk letsel. Zij willen niet dat er iets dergelijks met hun eigen lichaam gebeurt. Jongeren zien zichzelf echter niet als een 'rund'. Zij vinden van zichzelf dat ze verantwoord omgaan met vuurwerk, andere mensen zijn vooral aan het stunten. De tone-of-voice van deze campagne is enigszins belerend. Echter, omdat jongeren zich er niet door aangesproken voelen, wordt dit als minder vervelend ervaren.



Campagnes – geen zwerfafval

Quotes

Westland: asociaal gedrag

- “Dit is gewoon heel herkenbaar, heel erg voor ons. En super grappig dat ze dat dan thuis ook doen. Dat is echt niet normaal.”
- “Het komt ook heel realistisch over, heel echt.”
- “Je moet er om lachen, maar je gaat er ook wel over nadenken. Eigenlijk is het niet normaal om in de struiken te plassen.”

Je bent een rund als je met vuurwerk stunt

- “Dat wil je toch niet, zonder vingers of zelfs zonder hand!”
- “Wij steken ook veel vuurwerk af, maar het is altijd veilig vuurwerk en dat steek ik dan goed af. Ik ben geen rund zou ik zeggen.”



Campagnes en hun werking

Prikkelt maatschappelijke verantwoordelijkheid



Campagnes en hun werking

Inspelen op sociale identificatieproces



Campagnes en hun werking

Maakt dat ik er zelf last van heb





**Beautiful Lives,
Science of Daily Life!**