



# 數位時代生活的創新環境教育典範

## 社團法人台灣重新思考環境教育協會



優等

單位地址：新北市三重區文化里重新路2段21號12樓

單位網址：<https://rethinktw.org/>

### 團體單位介紹

社團法人台灣重新思考環境教育協會（下稱RE-THINK）從個人志工行動變成萬人響應，是一個具備環境教育專長的組織，團隊相信「環境教育不只存在於教室和環境現場中，而是生活中的每個角落」。集結環境教育及非典型的數位行銷、設計公關等業界人才，以符合時下所需的議題行銷、社群媒體、創新創意等手法，翻轉環境教育，將環境議題轉譯為科普、淺顯易懂、甚至有趣好玩的內容，成功創造環境教育廣度和深度，並突破同溫層，影響廣大的民眾。

102年，感嘆臺灣海洋遭受垃圾污染變得更加嚴重，由美國人 Daniel Gruber、臺灣人黃之揚先生發起志工行動，以社群網路號召環島清理臺灣沿岸各處海灘，推動3週超過2,000人次實際用行動展現



▲ 每年固定辦理海灘踏查活動，以瞭解海灘最新現狀，並將環境資訊帶回給民眾



愛臺灣的心，團隊往後數年更自掏腰包，持續以社群教育、環島淨灘實現社會責任。

以海洋垃圾、資源回收、循環永續議題作為推動環境教育主軸，為解決環境教育限縮於同溫層之困境，107年底 RE-THINK 發布研發近1年「海廢圖鑑」教育專案，是全世界第1個海洋廢棄物資料庫網站，彙整臺灣最常見、具指標性的101件海洋廢棄物，以動態設計方式呈現；RE-THINK 同步推出全臺教育巡迴，導入桌遊及設計思考，讓環境教育不只是單方向的灌輸，而是讓學生瞭解環境問題後，能動手參與、尋找解決方法。

海廢圖鑑上線後，獲得國際8大獎項肯定，並從全球超過6,000件作品脫穎而出，以0.8%獲獎率為臺灣奪下設計界最高指標之一德國紅點設計獎Best of the Best（最佳設計）；於教育界獲得親子天下、遠見天下等指標性重量級肯定，讓海廢議題能見度觸及環保圈之外的數十萬人，將海洋帶進全臺灣教室中，甚至設計英文版，提供更多元的應用且提升國際能見度。

RE-THINK 團隊相信，看見問題後，也必須讓民眾知道如何造成每一天的改變；因此團隊將議題經營方向從環境現場擴大至每個人的生活，以及槓桿企業端的資源。110年團隊再推出「回收大百科」，一個為臺灣紛亂的回收規範及資訊，找到最可靠交集的環境教育網站；同時，透過超過百堂教育巡迴，將回收課程帶至全臺國小至高中，補足國民教育缺口，以及回歸生活。「回收大百科」延伸性極廣，除數位網站與校園巡迴外，更轉化為與各產業合作的產品回收教育及進入企業辦公室的回收場域改造，將環境教育產業化且落實於生活角落。難能可貴的是RE-THINK與環保團體敬而遠之的外送平臺業者展開對話合作，將外送點餐常見的垃圾、廚餘，透過社群媒體及平臺APP系統教育超過1百萬使用者，更協助外送業者設立環境友善店家制度標章，輔導全臺超過千家餐飲店家通過審核加入，不僅向店家傳遞環境教育，更藉此達到減塑、減廢、減少剩食及減少碳排的目標。



▲ 將海洋廢棄物轉變為未來海鮮餐廳的深海食堂策展，以幽默又不失知識地傳遞資訊



## 推動環境教育事蹟

環境教育，顧名思義，只發生在兩個地方「大自然、教室」；但身在網路、數位時代的環境教育，更發生在生活中的每個面向，特別是數位時代中的社群媒體、美食外送、購物消費的過程中，巨大影響力的開始，應該是找到那些「尚未接觸過環境教育的人」。於是，RE-THINK 環境教育目標是對內以「設計」及「創新」打造環境教育內容及教材，對外以符合社群時代所需的媒體找到同溫層之外，將效益達到最大化。



## 創新教育教材設計

臺灣雖為海島，但臺灣囡仔卻距離海洋環境遙遠，加上環保議題在民眾心中更往往被認為「是政府該做的事」、「嚴肅悲情」、「與我無關」。因此，設計深入淺出的溝通方式、打破環保同溫層，又能創造口碑與話題傳散度，是RE-THINK團隊的挑戰與使命。

108年12月推出「海廢圖鑑」，為臺灣第1個海洋廢棄物環境教育資料庫，設計視覺化介面，將海洋廢棄物轉化為美麗有趣的圖鑑形式，讓民眾對議題產生興趣，進而引發於生活中的自覺改變。別於傳統單向式環境教育，海廢圖鑑將創作過程與民眾和淨灘活動串聯為閉環系統，例如透過觸及廣大民眾之淨灘活動作為海廢圖鑑的前置接觸活動，淨灘中撿拾垃圾收錄於圖鑑中，達成與新舊受眾互動、擴充圖鑑的正向循環；更將海廢圖鑑轉化為校園巡迴課程，在超過百堂的海島子民必修課中，帶入自然生態資訊，例如海龜、鯨豚及海鳥等，讓師生清楚瞭解日常生活消費及廢棄物是如何影響海洋生態及自然保育。

110年1月團隊再推出「回收大百科」互動式環境教育資訊網絡平臺，將垃圾問題的治理戰線拉回到源頭，與資源回收業者、資訊設計顧問合作開發，將臺灣人必須瞭解的101種垃圾以爆炸圖拆解，讓平淡無奇的回收概念透過別出心裁的網頁互動設計，成為令人持續探索的有趣物件，並導入獨特回收價值概念，讓民眾增加關注、願意主動搜尋，進而改變生活中的垃圾分類回收行為，甚至進一步選擇回收友善材質產品，引導民眾開始真正丟對垃圾，且透過創新教育，將廢棄物問題於源頭進行減量及妥善處理，防止廢棄物公害。「回收大百科」已逐步成為企業、公部門、校園界採納之回收標準與教材交集，為臺灣紛亂的回收系統找到一方出路。

## 結合108新課綱核心素養「海島子民必修的垃圾課」

採合以下4種手法，推出海洋廢棄物議題及資源回收教育巡迴系列養成課程，授課目標為全臺國小至高中學生，至今已影響超過萬名師生。

► 環境現場／海洋廢棄物手法：以實際淨灘體驗與生動有趣的環境教育，結合影音、動



▲ 獲得德國紅點設計獎最佳設計、金點設計獎年度2座大獎的海廢圖鑑網站



▲ 引導學生共同解決校園資源回收問題，達成環境行動



- 畫，讓學生以不同視角（如海龜）理解海洋污染議題，且透過換位思考，理解海洋生物的生存危機，並瞭解危害牠們的垃圾究竟為何。
- ▶ 海洋危機桌遊課程方法：RE-THINK 導入團隊合作桌遊「海洋危機」，將環境危機感帶入教室，並藉由桌遊遊戲，深刻體驗海洋廢棄物的緣由、問題與解決方法。
  - ▶ 垃圾處理／公民素質／資源回收議題方法：以探究式學習為基礎，跳脫傳統的資訊傳遞及回收的死記硬背，引導小組討論，藉由基礎知識與鷹架的提供，讓學生逐步瞭解資源回收背後的邏輯及經濟學。
  - ▶ 專案式學習，參與改造環境方法：帶領學生走過設計思考步驟「同理→定義問題→發想解決方法」，並以垃圾減量、正確分類為主題，邀請同學分組探討及察覺校園與生活周遭的垃圾問題，進而發想出解決方法。以6至8週課程完成實作成果，改造以班級或校園為單位之回收場域。

### 數位創新手法結合產業化策略

RE-THINK 持續以創新、幽默方式製作高品質環境教育素材，由生活化軟性議題切入，跳脫傳統批判口吻，以病毒式擴散與拓展粉絲光譜，且透過Facebook、Instagram等社群工具，發揮創意能力，創造國際認可的環境教育，例如結合圖文懶人包、影片、漫畫、聊天機器人、電子郵件行銷、策展等多元形式，打造不同於傳統形式的環境教育風格。

對企業端，則結合企業產品、永續發展目標理性對話，與企業共同推動環境教育，進入產品與消費鏈體系達成系統性改變。過往實績包括與Gogoro、foodpanda等指標型企業合作，串聯企業客群與知名意見領袖(KOL)／Youtuber（網紅）規模化推廣環島淨灘，年年推高初次參與淨灘者，並結合企業ESG目標，耕耘回收教育、深度講座、線下策展，並吸引超過千家餐廳加入環境友善店家專案，達成減塑減廢目標。



▲ 結合知名YouTuber「反正我很閒」合作，舉辦淨灘羅馬競技生死鬥活動



## 推動心得

我們總是形容，環境教育者如同擺渡人，試圖將眾生度到彼岸，那個在所有環境工作者心目中更好、更理想的社會和環境。現實是，我們都如同試圖推動大石頭的薛西弗斯，做著重複、類似的努力，卻看見巨石一次次滾落，因為我們面對的是方便快捷、訊息龐雜的消費社會。然而，面對這樣巨大的挑戰，環境工作者也是一群不知道哪根筋不對、總不願輕言放棄的人。我們串聯更多合作夥伴，百般思考學生們的反應，想出更符合這個時代的素材，而過程的辛苦和艱難，也總是在一些無法被量化的時刻中得到解答、得到堅持下去的動力。



▲ 結合企業合作改造辦公室回收空間，以提升回收認知及行為正確度

在經營議題上很有感的是，同一個行銷宣傳方法在2年前有用，如今效果卻大減；在教育現場，藉由資深老師分享，卻發現學生對於課堂、甚至社團活動、課外活動的興趣顯著下降，因為活動不如手機裡的刺激；但回到手機，正如《智能社會》裡頭論述「這些科技產品並不是以想保護和教育兒童的心理學家所設計，他們只是設計讓這些演算法擅長幫你推薦下一部影片。」身為上個時代的成人，尚能抵禦誘惑，但身為社群原生族群的Z世代、 $\alpha$ 世代呢？呼應這個趨勢，身在社會創新、教育產業的我們，更需要新手法和平臺，以呼應這個新世代所需及吸取知識的方法；但同時我們在想，身為資源有限的組織、單位、甚至個人，傳遞教育和知識的資源，真的有辦法跟各種商業、娛樂、各種輕薄短小的內容相比並博得使用者的眼球嗎？再者，有些擺明就是生硬的知識，需要花時間深度瞭解的內容，真的有辦法讓它變得具有娛樂性及輕薄短小嗎？

在教育領域、議題倡議的手段，可能終將迎來下一波的大變革，而團隊正面迎擊這個浪潮，無論是打入政府體系由政策推動改變、在教育現場由下一代（高中生）影響下一代（年紀更小的國小生）、在環境現場與民眾一起移除數十公斤的漁網海廢或透過新平臺發展影音內容、綁定社群經營等，我們將堅持有所變與不變，持續以創新手法溝通環境議題。

## 未來展望

### 解決現下環境教育困境

環境教育容易吸引到認同議題、同質性高的受眾，卻難觸及到實際最需要受教育的群眾；而一般民眾在離開校園環境後，環境教育便不常見於一般成年民眾的生活選擇或消費行為。RE-THINK團隊持續的目標，便是讓環境教育不只存在於環境及教室，而是以符合數位時代的手法及夥伴關係，打造日常生活無所不在的環境教育典範。



## 循環經濟教育

從海洋廢棄物、垃圾處理、資源回收到最源頭的生產端，將循環經濟的概念透過環境教育傳遞給民眾，讓民眾理解循環經濟的基本概念、個人生活消費如何對環境產生正面或負面的影響、如何延續產品壽命及共同監督生產者的責任，以提升民眾的認知、回收率，以及支持資源創新再生的模式。

## 串聯企業與政府重要關係單位

與企業夥伴攜手實現企業社會責任，除共同推動環保行動及環境教育外，更需要進入企業的系統端，影響企業結構性的改變；此外，透過企業及品牌的合作，吸引更多尚未關心環保的消費者及粉絲，並將實驗成功的創新方法、議題行銷手法持續帶入公部門，以協助政策布達及溝通。同時，透過海廢治理平臺成員組織及非營利組織角色，持續監督政府部門推動環境教育及環境政策。

## 培訓環境教育人員

將海洋廢棄物、減塑減廢、資源回收及循環經濟編列為系統性的教材及教案，進入到體制內與體制外的教育系統，並擴充環境教育師資團隊，包括現有環境教育人才外，將持續招募並培訓更多具備創新環境教育能力的環境教育講師、種子教師，讓RE-THINK設計的教材教案能達到最大化的推廣。

## 跨國合作推廣

RE-THINK與相關組織長期保持關係，例如Parley for the Ocean（美國回收海廢並設計產品的組織）、Zero Waste Malaysia（馬來西亞零廢棄組織）等，未來將透過交流跟合作，讓臺灣的環境教育在世界更具有能見度，也將國外良好的經驗帶回臺灣發芽茁壯。

## 培養臺灣人「知海、親海、愛海」

長期透過創新教育、教材及教案的開發，提升臺灣民眾對於環境議題問題的認知，並提供具體的生活行為及環保行動，讓民眾可以親臨環境現場參與環境運動，同時回歸生活面，選擇對海洋及環境更友善的生活習慣與消費模式。



▲ 淨灘活動常見親子互動，是最切身的環境教育



▲ 教育民眾關於菸蒂含塑膠的危害