

Orientering til Folketingets Uddannelsesudvalg vedrørende kampagnen ”Sammen mod mobning – for trivsel, tolerance og tryghed”

1. Indledning

I notatet redegøres for kampagnen ”Sammen mod mobning – for trivsel, tolerance og tryghed”

Notatet rummer følgende indhold

- Baggrund
- Organisering af parterne
- Formål, målgrupper og omdrejningspunkt
- Lancering
- Elementer
- Markedsføring

2. Baggrund

Undervisningsministeren tog i foråret 2007 initiativ til at samle parterne bag folkeskolen – kommuner, lærere, ledere, forældre og elever – i en samlet indsats mod mobning.

Baggrunden for kampagnen er et ønske om at udbrede kendskabet til værktøjer og redskaber, der er udviklet de seneste år samt at sprede viden om de gode erfaringer fra konkrete initiativer, der sigter på at fremme trivslen og et godt undervisningsmiljø i skolen. Kampagnen skal i øvrigt motivere folkeskolens interessenter – elever, forældre, skoler og kommuner – til at engagere sig i arbejdet for at sikre trivsel for alle elever.

3. Organisering af parterne

Bag kampagnen står en styregruppe bestående af undervisningsministeren, formanden for Danmarks Lærerforening (DLF), formanden for KL's Børne- og Kulturudvalg, formanden for Forbundet for pædagoger og klubfolk (BUPL), formanden for Skole og Samfund, formanden for Danske Skoleelever (DSE), direktøren for Mary Fonden samt næstformanden for Skolelederne.

Mary Fonden, en nyetableret fond stiftet af H.K.H Kronprinsesse Mary, arbejder for at bekæmpe ”social isolation” under mottoet ”alle har ret til at høre til”. Fonden har valgt kampagnen som sit første projekt.

Herudover deltager Red Barnet, Red Barnet Ungdom, Børnerådet, Børns Vilkår, Dansk Center for Undervisningsmiljø (DCUM) og DPU i kampagnen.

DR er også deltager i kampagnen og forestår – i samarbejde med Undervisningsministeriet – pressearbejdet for kampagnen.

4. Formål og målgrupper

Kampagnens formål er:

- At skabe debat og bevidsthed om, at mobning og trivsel er et fælles ansvar.

- At engagere kommuner, skoleledere, lærere, pædagoger, forældre og elever i at deltage i at reducere mobning.
- At synliggøre værktøjer, der kan reducere mobning og bedre trivslen blandt elever.
- At skabe rummelige skolemiljøer præget af gensidig respekt og trivsel, så der ikke er grobund for mobning.
- At reducere mobning blandt elever.

Kampagnens målgrupper er kommunalpolitikere, skolebestyrelser, skoleledere, forældre, lærere, pædagoger og elever – både de elever, der mobbes, og de, der mobber, men særligt de, der er tilskuere til mobning. Ekspertes vurderer, at denne gruppe hidtil har været overset i bekæmpelsen af mobning.

For at sikre opfyldelsen af kampagnens formål er parterne blevet enige om, at det centrale mål for kampagnen bør være, at flere skoler udarbejder og anvender en effektiv antimobstrategi. Strategien er den enkelte skolens eget værktøj til at sikre en hverdag uden mobning.

Som en del af kampagnen gennemføres en undersøgelse blandt skoleledere, hvor skolelederne blandt andet skal svare på, om skolen har en antimobstrategi. DCUM har i øvrigt et Danmarks-kort, hvor skolerne kan registrere, at de har en antimobstrategi. Dette vil få en central rolle i kampagnen.

Kampagneparterne har sat sig det mål, at 60 % af skolerne skal være en aktiv del af kampagnen og være involveret i et eller flere kampagneelementer.

5. Kampagneelementer

I det følgende præsenteres kampagnens elementer.

5.1 Portal om mobning

DCUM udarbejder en portal om mobning, der skal fungere som virtuel paraply for alle kampagneelementerne og parternes eksisterende værktøjer til at bekæmpe mobning. Portalen henvender sig til lærere, pædagoger, forældre, skoleledere, elever og andre, der søger viden om mobning.

5. 2. Mobning på den kommunalpolitiske dagsorden

KL udsender en skrivelse til kommunerne, der gør opmærksom på muligheden for at inkludere mobbepolitik i kommunernes kvalitetsrapport. I skrivelsen opfordrer KL samtidig kommunerne til at registrere deres skolers antimobstrategi på DCUM's Danmarks-kort.

5.3 Skolelederundersøgelse

Foreningen Skolelederne foretager en kvantitativ undersøgelse blandt skoleledere.

Undersøgelsens hovedformål er:

- At skabe et hurtigt overblik over landsindsatsen mod mobning.
- At identificere skoleledernes behov i indsatsen mod mobning.

Udvalgte resultater af undersøgelsen offentliggøres i kampagneperioden.

5.4 Camp

Den 5. april 2008 afholdes en stor fælles camp for kommunalpolitikere, forvaltningschefer, skoleledere, lærere, pædagoger, forældre og elever fra 20 kommuner om mobning og bedre trivsel for alle.

Campens budskaber er:

- En aktiv antimobbestrategi stopper mobning.
- Tilskuerne skal aktiveres.
- Alle skolens aktørgrupper skal engageres i indsatsen 'for trivsel mod mobning'.

Campen skal sikre debat, videndeling og erfaringsudveksling, skabe opmærksomhed om kampagnen og om DCUM's skabelon til udarbejdelse af en antimobbestrategi. Campen skal ruste kommuner og skoler til i fællesskab at styrke arbejdet med at bekæmpe mobning lokalt.

De forskellige parter bag kampagnen deltager i planlægning og afvikling af campen.

5.5 Trivselsambassadører

For at involvere forældre i at skabe bedre trivsel og bekæmpe mobning stiller Skole & Samfund sig i spidsen for at få alle skoler til at udpege trivselsambassadører blandt deres forældrerepræsentanter. Det vil bl.a. ske gennem oplæg for skolebestyrelserne i hver kommune. De udpegede trivselsambassadører rustes til opgaven gennem kommunale seminarer og tilknyttes Skole & Samfund via et landsdækkende netværk, der fremover kan være et direkte led til forældrene.

5.6 Ridderorden

For at organisere elevernes egen indsats over for mobning står Red Barnet Ungdom for et pilotprojekt, hvor elever i 3. klasser får uddelt ridderordener. Ordenerne giver eleverne nogle håndgribelige værktøjer til at standse mobning, når de oplever det.

5.7 Mobbestopperuddannelse

Danske Skoleelever afholder et mobbestopperkursus i København og Århus med det formål at give en gruppe elever kendskab og værktøjer til at forebygge og bekæmpe mobning. Samtidig skal det gøre dem i stand til at videreformidle dette til andre elever på deres skoler.

5.8 Graffiti mod mobning

BUPL står for et projekt, der skal få skoleelever til at udtrykke sig kreativt om mobning. Projektet er primært rettet mod SFO'er og går ud på, at børn og voksne skal male en større graffiticollage på en mur eller et plankeværk i skolens gård eller SFO'ens legeplads under overskriften *Graffiti mod mobning*. Billeder af værkerne offentliggøres på kampagnens portal og deltager i en konkurrence om pengepræmier.

5.9 Udformning/aktivering af antimobbestrategier

Som optakt til udformning/aktivering af en konkret antimobbestrategi gennemføres der særlige indsatser over for kampagnens forskellige målgrupper.

- *Lærere* tilbydes inspiration, vejledning og undervisningsmateriale fra DCUM og DR, der kan ruste dem til at gennemføre en proces med elever om udformning/aktivering af en antimobbe-strategi i klasserne.
- *Elever* engageres i indsatsen mod mobning gennem DR's virtuelle undervisningsmateriale og kortfilm på DR's sendeflader. Dertil kommer DSE's mobbestopper-uddannelse i København og Århus, Red Barnet Ungdoms pilotprojekt blandt 3. klasser på en udvalgt skole og ca. 80 elevers deltagelse på campen.
- *Forældre* inddrages i udformning og aktivering af antimobbestrategi gennem skolebestyrelse, ud-dannelse, materiale og PR-indsats. Gennem disse fremstød opfordres forældre til at tage med-ansvar for mobning og til at efterspørge en antimobbestrategi på deres barns skole.

5.10 Undersøgelse, stileøvelse og effektmåling blandt elever

Børnerådet gennemfører en kvantitativ undersøgelse blandt 1.000 elever i 6. klasse samt en stiløvelse med supplerende kvalitative gruppeinterviews om mobning for tre til fem klasser på 6. klassetrin.

Formålet er at sikre nye tal for mobningens omfang samt at indfange mobningens kompleksitet; herunder den passive tilskuers karakteristika, holdninger, adfærd og løsningsforslag.

Børnerådet vil ligeledes medvirke til at gennemføre en effektmåling af hele kampagnen.

5.11 Indskolingskuffert med koncepter og redskaber

Som et bidrag til kampagnen videreudvikler Mary Fonden og Red Barnet deres "Fri for Mobberi"-kuffert, som hidtil har været anvendt i daginstitutioner, med koncepter og redskaber til brug i indskoling. Projektet skal skabe bevidsthed og diskussion blandt eleverne om mobning: hvad er mobning og dets væsen, hvad er den enkeltes ansvar, hvordan skabes bevidsthed om, at man også er en del af mobningen, hvis man passivt ser på etc. Målet er at ændre de involverede elevers indstilling og adfærd, og styrke værdierne tolerance, respekt, omsorg og mod.

Indskolingskufferten vil være færdigudviklet ved skolestart 2008 og kunne rekvireres via portalen om mobning.

5.12 PR i fagmedier

Ud over den lokale, regionale og landsdækkende PR-indsats, som Undervisningsministeriet og DR varetager, bidrager kampagnens parter med følgende i deres respektive fagmedier:

- KL bringer en artikel om kampagnen i "Danske Kommuner" og informerer om kampagnen gennem nyhedsbrev.
- Skolelederne tilstræber at få redaktionel omtale om mobning i deres fagblad.
- Danmarks Lærerforening formidler kampagnens budskaber i udsendelser til lokale lærerkredse, TR nyt, portal samt i fagbladet Folkeskolen.
- Skole & Samfund bringer artikler om kampagnen/temaet i deres fagblad og præsenterer kampagnen i nyhedsbrev til skolebestyrelser.
- Danske Skoleelever annoncerer kampagnen på deres hjemmeside og sender infomail ud til skolerne adresseret til elevrådsrepræsentanterne.

- Red Barnet Ungdom annoncerer kampagnen på sin hjemmeside og bringer artikler i nyhedsbrev.
- Red Barnet annoncerer kampagnen på sin hjemmeside og i sit medlemsblad.
- BUPL annoncerer kampagnen gennem fagbladet Børn & Unge og sætter fokus på mobning på hjemmesiden med relanceringen af computerspilsfortællingen ”Jagten På Vanilleisen”. Derudover tilbyder BUPL fri annoncering til kampagnens teaterdel i Børn & Unge.
- Børns Vilkår profilerer kampagnen på hjemmesiden samt i alm. og elektronisk nyhedsbrev.
- Kampagnen markedsføres i øvrigt med annoncering i fagbladene Folkeskolen, Børn & Unge, Skoleleder, Skolebørn samt udvalgte større morgenaviser. Markedsføring overfor eleverne bliver en artikel i UNG-bladet samt plakater, badges og tatoveringer med statements mod mobning som en del af en samlet aktivitetspakke.

5.13 DR: Pressekampagne, tv-programmer og dvd-produktioner

Med pressekampagne, tv-programmer, dvd-produktioner og kortfilm for børn vil DR sikre kampagnen synlighed og tilbyde indhold, som skolerne kan bruge som inspiration i deres arbejde mod mobning.

Pressekampagnen, tv-programmer og kortfilm skal aktivere og motivere målgrupperne til at engagere sig i arbejdet med at bekæmpe mobning samt tydeliggøre kampagnens budskaber. Dvd-produktionerne kan indgå i det konkrete arbejde mod mobning på landets skoler.

6. Lancering

Kampagnen lanceres på et pressemøde den 28. marts 2008 kl. 11.00-12.00 på Peder Lykke Skolen på Amager. På pressemødet lanceres resultaterne af nye undersøgelser om mobning, og kampagnens parter vil fortælle om deres respektive kampagneelementer. Til sidst vil pressen få lejlighed til at stille spørgsmål. Efter pressemødet holdes en reception for alle deltagere.

I pressemødet deltager parterne bag kampagnen, herunder H.K.H. Kronprinsessen, samt repræsentanter for Peder Lykke Skolen og Københavns Kommune.