



**IMST – Innovationen machen Schulen Top**  
Kompetenzorientiertes Lernen mit digitalen Medien

# **CYBERMOPS IS WATCHING YOU – KEEP THE WEB CLEAN!**

ID 1227



## **Projektkurzbericht**

**Projektkoordinator/in**

**Karin Cerny, BEd**

**Mag. Jutta Majcen, BEd**

Wien, Juli 2014

# KURZFASSUNG

Forscher gehen davon aus, dass zwischen 20 und 40 Prozent der Jugendlichen schon einmal im Internet belästigt wurden – regelmäßige Schlagzeilen über besonders tragische Selbstmordfälle zeugen von dieser Entwicklung und auch an der Berufsschule für Bürokaufleute in Wien mehrten sich problematische Situationen und Konflikte, wo Jugendliche einander im „virtuellen Raum“ belästigen, bloßstellen, fertigmachen oder auch MitschülerInnen absichtlich ausgrenzen. Die heutige Jugend – die „DIGITAL NATIVES“ - wächst in einer Medienwelt heran und ist in ihrem Nutzungsverhalten durch sie geprägt; dies erfordert aber einen selbstständigen, kritischen und verantwortungsbewusster Umgang mit den neuen Medien - eine geringe Medienkompetenz birgt viele negative Effekte, Erfahrungen mit Cybermobbing wirken sich auf das Selbstwertgefühl und das Selbstbild der betroffenen SchülerInnen negativ und häufig sogar traumatisierend aus, die Schulkultur leidet unter den daraus resultierenden Konflikten...

Was fehlt sind: Unrechtsbewusstsein und Informationen über rechtliche und menschliche Konsequenzen: Wo verläuft die Grenzen zwischen Spaß und Ernst? Was ist entwürdigend oder bloßstellend? Wie lerne ich das Abschätzen von eben diesen Konsequenzen auf menschlicher, sozialer, rechtlicher und beruflicher Ebene?

Aus diesen Problematiken und Überlegungen wurde die Idee zum Projekt „**Cybermops is watching you – keep the web clean**“ geboren, das das Ziele verfolgt, durch vielschichtige Auseinandersetzung und individualisierten Zugänge die Jugendlichen zu einer Sensibilisierung für das Thema Cybermobbing hinzuführen.

Das Thema „Cybermobbing“ ist zwar vielen unserer SchülerInnen – wohl auch aufgrund von persönlichen leidvollen Erfahrungen - ein Anliegen, doch reagierten die meisten im Unterrichtskontext auf das Wort „Cybermobbing“ und den dahinterstehenden, erhobenen Zeigefinger zusehends mit Unwillen und Abwehr - eine unkonventionelle, innovative und positive Art der Umsetzung abseits einer „Belehrungskultur“ musste her!

Dies wurde, nach Durchführung einer Umfrage zum Thema Internet und Cybermobbingunter den SchülerInnen, folgendermaßen umgesetzt:

## **Anti-Cybermobbing-Kampagne: Maskottchen, Logo und Slogan:**

Ein zentraler Gedanke bei der Konzeption des Projekts war, der Kampagne ein Gesicht zu geben und einen Slogan zu finden, die, im Gegensatz zu gängigen „Du darfst nicht...“ beziehungsweise „Du musst..!“- Regeln positive Akzeptanz und Identifikation schaffen und dabei auch einen hohen Wiedererkennungswert besitzen.

Durch kreative Methoden wie sie auch in der Werbung Anwendung finden, experimentierten die SchülerInnen mit Bildern und Worten, um das Thema „Cybermobbing“ in einen innovativen, künstlerischen, zielgruppenadäquaten und auch aussagekräftigen Kontext zu bringen; so wurde eine Fülle an Slogans und Logos entwickelt – dies war schließlich die Geburtsstunde des „**Cybermops**“, dem Maskottchen der Kampagne, der mit dem Spruch „**Cybermops is watching you – keep the web clean!**“ über ein „sauberes“ Internet ohne Mobbing wacht.

## **Die Plakataktion**

Nach der Entwicklung des Projekttitels und des Logos wurden verschiedene griffige und originelle **Slogans** – als bewusster Gegensatz zu konventionellen Regeln - für eine „Anti-Mobbing-Kampagne“ auf Plakaten, die in weiterer Folge in den Gängen des Schulgebäudes, in den Klassen- und EDV-Räumen angebracht wurden, entworfen.

## **Der Spot:**

Weiteführend sollte auch ein **Spot** entstehen, der die Thematik nach dem Motto: „Bewegte Bilder wirken besser“, visualisiert und die Message „Keep the web clean!“ kurz und prägnant transportiert.

Gerade wenn es um die Vermittlung emotionaler Botschaften geht, ist der bilddominante Kommunikation, wie sie Spots und Videos pflegen, eine besonders hohe Wirkung zuzusprechen.

Im Vordergrund stand somit der Leitgedanke, dass die Kombination von Bild und Ton die Botschaft erlebbar machen und dass durch eine emotionale Inszenierung Botschaften besser und nachhaltiger im Gedächtnis der ZuseherInnen gespeichert werden.

Link zum Film: <http://www.youtube.com/watch?v=cQRvfApP48c>

### **Die Ausstellung: „Tatort Internet“**

Parallel dazu wurden Geschichten über Cybermobbing-Opfer, die nur noch einen Ausweg im Suizid fanden, bzw. Cyber-Kriminalität zum Opfer fielen, recherchiert; Um sie als eindringliches Mahnmal im Schulhaus präsent zu haben, wurden lebensgroße Figuren mittels OH-Projektor an die Wand neben den PC-Räumen gemalt und mit den Texten ergänzt. Im Vordergrund steht hier nicht unbedingt eine explizite Botschaft, sondern die SchülerInnen sollen die Möglichkeit erhalten, Empathie mit Menschen ihres Alters zu entwickeln, sich emotional mit den Konsequenzen von Cybermobbing und Web-Kriminalität auseinanderzusetzen. Es besteht auch die Möglichkeit, auf einer „Kondolenz-Pinnwand“, die neben den „Schatten“ angebracht wurde, Botschaften an die Opfer und/oder deren Hinterbliebenen zu hinterlassen.

### **Der WebQuest**

Um allen SchülerInnen der Berufsschule für Bürokaufleute nachhaltig in das Thema einzubinden und sie zur eigenständigen Entwicklung eines **„Web-Kodex“** hinzuführen, wurde ein **WebQuest** entwickelt und geschaffen, der durch verschiedenste Stationen, die zum Teil die zuvor beschriebenen Aktivitäten beinhalten, führt und schließlich in eine für die jeweilige Klasse verbindliche Formulierung und „Ratifizierung“ eines Regelwerks für ein „cleanes Web“ gipfelt.

URL zum WebQuest: <http://www.webquests.ch/cypermops.html>

### **Nachhaltigkeit:**

Das Projekt **„Keep the web clean“** ist durch seine gesamte Konzeption auf Nachhaltigkeit ausgerichtet: Sowohl Film, Dauerausstellung „Tatort Internet“, Plakatkampagne sowie der WebQuest stehen den SchülerInnen dauerhaft zur Verfügung; Speziell der WebQuest und die dadurch entstehenden Verhaltensvereinbarungen werden ab nächstem Jahr in allen Klassen durchgeführt; somit setzen sich alle jugendlichen Lehrlinge, die die Berufsschule für Bürokaufleute besuchen, in vielschichtiger und eindringlicher Weise mit dem Thema sowohl in kognitiver als auch affektiver Weise auseinander; in jeder dieser Klassen werden verbindliche Regeln geschaffen, die gemeinsam formuliert und akzeptiert werden; somit ist die Gefahr, ein einmaliges „Happening“ geschaffen zu haben, auf ein Minimum reduziert.

### **Ergebnisse und Erfolge**

Das Projekt in seiner Gesamtheit läuft gerade an; Generell haben all diese Arbeiten schon jetzt dazu beigetragen, dass das Thema Cybermobbing endlich positiver aufgenommen wird: Der „Cybermops“ ist „cool“: die SchülerInnen tragen die Button mit dem Logo des Projekts, die Plakate mit den griffigen, teilweise witzigen Anti-Mobbing-Slogans in den pinkfarbenen Rahmen machen die Klassen bunter und sorgen für Gesprächsstoff; Vor der Ausstellung mit den „Schatten“ sind auch in der unterrichtsfreien Zeit SchülerInnen zu finden, die die Geschichten lesen und darüber diskutieren; Ein erster Durchgang mit dem WebQuest läuft gerade und die Zwischenergebnisse sind vielversprechend.

Die Fragebogenauswertung hat ergeben, dass die Projektarbeit durchwegs positiv empfunden wurde. Auch das Thema Cybermobbing hat laut SchülerInnen-Rückmeldungen an Bedeutung gewonnen, wobei hier vor allem der Umgang im Netz untereinander respektvoller geworden ist. Dies zeigt sich daran, dass seit Einführung der Kampagne keine Beschwerden über Cybermobbing mehr in der Direktion deponiert

wurden, im Gegenteil: Die neugewonnene Sensibilisierung zeigt sich in einer kritischen Haltung zu fragwürdigen Postings in sozialen Netzwerken. Viele SchülerInnen haben auch mehr Vertrauen zu den Lehrpersonen gewonnen und erkundigen sich nach deren Meinung zu solchen Postings.