

Effektive budskaber og kanaler til at motivere børnehaveforældre til at engagere sig i boldforeninger

Stephensen, Laura Emilie Milsø Westphal; Pedersen, Marlene Rosager Lund

Published in:
Forum for Idræt

Publication date:
2024

Document version:
Forlagets udgivne version

Document license:
CC BY

Citation for published version (APA):
Stephensen, L. E. M. W., & Pedersen, M. R. L. (2024). Effektive budskaber og kanaler til at motivere børnehaveforældre til at engagere sig i boldforeninger. *Forum for Idræt*, 39, 30–56.
<https://tidsskrift.dk/forumforidraet/article/download/144839/188127/317341>

Go to publication entry in University of Southern Denmark's Research Portal

Terms of use

This work is brought to you by the University of Southern Denmark.
Unless otherwise specified it has been shared according to the terms for self-archiving.
If no other license is stated, these terms apply:

- You may download this work for personal use only.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying this open access version

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details and we will investigate your claim.
Please direct all enquiries to puresupport@bib.sdu.dk



Foto: Nicolai Skovgård

Effektive budskaber og kanaler til at motivere børnehaveforældre til at engagere sig i boldforeninger

LAURA EMILIE MILSØ WESTPHAL STEPHENSEN & MARLENE ROSAGER LUND PEDERSEN

De danske boldspilsforbund har fokus på at rekruttere 3-6-årige børn til boldforeningerne for at inkludere dem i foreningsidrætten. Artiklen undersøger, hvilke faktorer der motiverer børnehaveforældre til at engagere sig i boldforeninger med deres børn. Interviews med Volleyball Danmark og DBU blev udført, suppleret med forældreinterviews. Resultaterne viste, at pædagogerne var en vigtig kommunikationskanal til forældrene. Klar kommunikation med fokus på bevægelsesglæde, legende tilgang, inklusion af piger, varierede kommunikationskanaler og forståelse af forældrenes præferencer var vigtige faktorer for forældrenes engagement. Boldforeninger bør bygge relationer med pædagoger, tydeligt formidle deres tilbud, fremhæve bevægelsesglæden og bruge forskellige kanaler for effektivt at nå børnehaveforældre.



LAURA EMILIE MILSØ WESTPHAL STEPHENSEN
Cand.scient i Idræt og Sundhed
Laura_3@outlook.dk



MARLENE ROSAGER LUND PEDERSEN
Post.Doc, Institut for Idræt og Biomekanik, SDU
Forskningsenheden Active Living
Center for forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund
mrlpedersen@health.sdu.dk

INDLEDNING

Forskning viser, at når forældre er aktive og engagerede, har det en betydning for deres børns sundhed, trivsel og udvikling (Davids, Roman, & Leach, 2017; Pereira & Barros, 2019).

Forskning viser også, at børn med gode motoriske færdigheder generelt trives bedre. De er mere aktive, deltager oftere i idrætsaktiviteter senere i livet og viser forbedrede kognitive evner sammenlignet med børn på samme alder med mindre gode motoriske færdigheder (Barnett, van Beurden, Morgan, Brooks, & Beard, 2009; Bornstein, Hahn, & Suwalsky, 2013; Lubans, Morgan, Cliff, Barnett, & Okely, 2010; McKenzie et al., 2002; Ridgway et al., 2009; Vandorpe et al., 2011). Desuden har forskning dokumenteret, at motoriske udfordringer tidligt i barndommen øger sandsynligheden for vedvarende motoriske vanskeligheder ved skolestart (Brixval, Svendsen, & Holstein, 2011; Pant & Pedersen, 2018). Der er også en sammenhæng mellem børns motoriske færdigheder, deres sproglige kompetencer og deres generelle trivsel i skolemiljøet (Pant & Pedersen, 2018). Af disse årsager er der stærke argumenter for tidlig indsats for at støtte børns motoriske udvikling.

Studier har vist, at børnehalebørns deltagelse i aktiviteter, der fokuserer på grundlæggende bevægelsesfærdigheder såsom boldfærdigheder, har en positiv indvirkning på udviklingen af børnenes motoriske færdigheder (Brian, Miedema, Johnson, & Chica, 2021; Gu et al., 2021; Sutapa, Pratama, Rosly, Ali, & Karakauki, 2021; Telford, Olive, & Telford, 2022). Resultaterne viser, at boldaktiviteter kan være effektive til at forbedre (grov)motoriske færdigheder hos børnehalebørn.

I Danmark starter børn i børnehave, når de er knap tre år, og forlader børnehaven det år, de fylder seks. I Danmark kan børnehalebørn bl.a. tilgå boldaktiviteter i foreninger. Forskning viser, at børnehalebørns deltagelse i foreningsidrætten har positiv indvirkning på børns udvikling, og at tidlig idrætsdeltagelse er relateret til forbedrede sociale færdigheder, adfærd, selvregulering og læsefærdigheder (Harlow, Wolman, & Fraser-Thomas, 2020; Victoria Harlow, Bassett-Gunter, & Fraser-Thomas, 2022). Derudover viser studier, at deltagelse i den organiserede idræt for børnehalebørn er associeret med en øget moderat til kraftig fysisk aktivitet i løbet af dagen (Chen et al., 2020).

De seneste år har forbundene Volleyball Danmark og Dansk Boldspil-Union (herefter DBU) haft et stort fokus på at skabe gode foreningstilbud for børn i alderen 3-6 år for at få øget idrætsdeltagelsen blandt denne målgruppe. DBU har f.eks. udviklet konceptet Bold & Bevægelse, og Volleyball Danmark har udviklet Ramasjang Volley og Ramasjang Familievolley. Gennem disse koncepter bestræber forbundene sig på at rekruttere flere børn til deres respektive foreninger og præsentere flere børn for lege og aktiviteter med bolde (DBU, 2023; Volleyball Danmark, 2023). Volleyball Danmark (2023) og DBU (2023) beskriver, at forældre spiller en central rolle i at præsentere børnehalebørn for idrætsforeninger. Forældrene er

således vigtige i forhold til, at børnene går til boldaktiviteter, hvor forældrestøtte og fokus på udvikling og sjov frem for at vinde er vigtige faktorer for børns glæde ved idræt (Logan, Cuff, Council On Sports, & Fitness, 2019).

Christina Juhl, bredde- og udviklingschef i Volleyball Danmark, har oplyst, at Volleyball Danmark har været på besøg i 150 børnehaver med deres Ramasjang Volley-koncept over de seneste tre år samt opstartet Ramasjang Familievolley i 29 foreninger, som byder børn i børnehavealderen og deres forældre på aktiviteter med bolde på en legende og eventyrlig måde.

På samme vis har DBU fokus på at udbrede sin børnestrategi, hvor ambitionen er “at skabe verdens bedste børnefodbold, til glæde og gavn for alle børn, dansk fodbold og Danmark” (DBU, 2023). DBU er i gang med at øge antallet af børneudviklingstrænere og kvalitetssikre klubber for at sikre et godt miljø for børn og deres forældre. Derudover er DBU i gang med at udbrede konceptet Bold & Bevægelse til endnu flere foreninger, hvor der er fokus på motoriske lege med og uden bold, som indrammes i et fantasifuldt legeunivers for børnehavebørn og deres forældre.

På baggrund af forbundenes fokus på børn i alderen 3-6 år er det interessant at undersøge deres erfaringer med og perspektiver på, hvordan børnehavebørn rekrutteres til boldforeningerne. Da børnehavebørn ikke kan vælge at tilmelde sig en forening og starte til boldaktiviteter på egen hånd, er det væsentligt at forstå, hvordan forældre kan motiveres til at deltage i en boldforening med deres børnehavebørn. Ved at undersøge Volleyball Danmark og DBU’s erfaringer og oplevelser med at formidle motiverende budskaber gennem effektive kommunikationskanaler til forældre og børnehavebørn undersøger artiklen, hvordan forældre motiveres til at engagere sig i boldforeninger med deres børn. Undersøgelsen kan være til gavn for fremtidige initiativer og tiltrække flere børn og forældre til boldforeningerne.

Med udgangspunkt i forældrenes rolle som gatekeepers til boldforeninger for børn mellem 3-6 år, da det er dem, som bestemmer over børnene, og som ofte bringer dem frem og tilbage til idrætten, er følgende problemformulering fremstillet:

Hvilke budskaber og kommunikationskanaler er væsentlige i forhold til at motivere forældre til at engagere sig i boldforeninger med deres børnehavebørn?

Undersøgelsens formål

Formålet med denne undersøgelse er at analysere Volleyball Danmark og DBU’s oplevelser og erfaringer med budskaber og kommunikationskanaler for at forstå, hvordan forældre til børnehavebørn kan motiveres til at engagere sig i boldforeninger med deres børn. Således vil resultaterne fra artiklen bidrage med viden om, hvad boldforeningerne skal være opmærksomme på i deres budskaber med henblik på at motivere forældre til at engagere sig i boldforeninger med deres børn, og hvilke kanaler de bedst når ud til forældrene på.

DEN TEORETISKE OG ANALYTISKE RAMME

Til at rammesætte artiklen anvendes begreberne fra Lasswells funktionalistiske tilgang til kommunikation for at identificere relevante aspekter af kommunikationen. Denne tilgang er en anerkendt teoretisk ramme inden for kommunikationsstudier og er udviklet af Harold D. Lasswell, en prominent kommunikationsforsker. Lasswells funktionalistiske tilgang til kommunikation er en lineær og procesorienteret tilgang til kommunikation, som søger at besvare fem centrale spørgsmål: Hvem siger hvad, via hvilket medie, til hvem og med hvilken effekt? (Ohlsson, 2016). Det første spørgsmål (Hvem siger hvad?) opdeles i to aspekter. "Hvem?" fokuserer på afsenderen eller kilden til kommunikationen for at identificere, hvem der formidler budskabet eller informationen. "Hvad?" omhandler indholdet af kommunikationen og sigter mod at forstå det specifikke budskab eller informationer, der bliver kommunikeret. "Via hvilket medie?" undersøger det kommunikationsmedium, der anvendes til at formidle budskabet. Det kan spænde fra traditionelle trykte medier (f.eks. aviser) til digitale platforme såsom sociale medier. "Til hvem?" fokuserer på modtageren eller målgruppen for kommunikationen. Dette spørgsmål søger at identificere dem, der skal modtage budskabet eller informationen. Endelig undersøger "Med hvilken effekt?" de konsekvenser eller virkninger, som kommunikationen har på modtageren eller samfundet som helhed. Disse omfatter vurderinger af, hvordan kommunikationen påvirker modtagerens opfattelse, holdninger og handlinger. Elementerne anvendes til at strukturere analysen.

Kommunikationsmodellen er illustreret i nedenstående figur.

Figur 1: Laswells kommunikationsmodel



Derudover vil der i artiklens diskussion blive anvendt fokuspunkter fra Riley & Rileys kommunikationsmodel. Riley & Riley pointerer vigtigheden af at fokusere på afsenderens og modtagerens sociale systemer i kommunikationen (Henriksen, 2001). Denne model anvendes for at sætte fokus på det sociologiske aspekts betydning af kommunikationen mellem foreninger og forældre i artiklen.

I artiklen er der henvist til alle børnehaverbørn på 3-6 år i Danmark, uanset køn. Boldforeninger henviser til håndbold-, basketball-, volleyball-, fodbold- og badmintonforeninger i Danmark. Desuden anvendes pædagog som begreb, der refereres til det pædagogiske personale i børnehaven.

METODE

Deltagere og rekruttering

Følgende undersøgelse er designet som et interviewstudie med inspiration fra Kvale og Brinkmanns (2014) syv faser til interviewundersøgelse. Ifølge Kvale og Brinkmann (2014) skal der vælges kvalitative interviews som metode, hvis der ønskes indsigt i menneskers oplevelsesverden. Interviewstudiet er baseret på to primære kvalitative interviews med repræsentanter fra Volleyball Danmark og DBU. Ud over de to primære interviews er der foretaget fem interviews med forældre eller forældrepar: I alt deltog seks forældre. I udvælgelsen af respondenter til forældreinterviews er der inkluderet forældre fra forskellige regioner i Danmark og med forskellig tilknytning til boldforeninger med det formål at opnå en bred vifte af perspektiver og erfaringer. Derudover var et inklusionskriterium, at de skulle have børn i alderen 3-6 år og være fortrolige med foreningslivet, enten ved selv at have erfaring som medlem af en forening eller ved at have børn, der er eller har været medlem i en forening. Rekrutteringen er foregået gennem førsteforfatterens perifere netværk.

Interviewene med forældrene fungerer som et supplement til interviewene med hhv. Volleyball Danmark og DBU og har til hensigt at bidrage med nuancerede perspektiver og uddybninger af de temaer, der er blevet berørt i interviewene med DBU og Volleyball Danmark. Dette valg er truffet med det formål først at afdække, hvilke temaer der blev fremhævet af forbundene, og derefter at undersøge forældrenes perspektiver på disse temaer gennem interviews. Førsteforfatteren udførte interviewene med forbundene medio maj og med forældrene ultimo maj til primo juni i 2023 (se tabel 1).

Dataindsamling

Før interviewene blev der udarbejdet en semistruktureret interviewguide til repræsentanterne fra Volleyball Danmark og DBU. Den tog udgangspunkt i rekrutteringskoncepterne 'Bold & Bevægelse' og 'Ramasjang Familievolley', som de respektive forbund har udviklet, og som giver bud på, hvordan forbundene ønsker at involvere og kommunikere til børnehaveforældre i deres koncepter. Da interviewguiden var semistruktureret, kunne vi gå i dybden med eventuelle interessante opstående emner undervejs i interviewene. Da interviewene med forbundene var gennemført, blev interviewguiden til forældrene udviklet. Den byggede på de temaer og pointer, som forbundene berørte.

For at være mest mulig til stede i interviewene blev de optaget på en diktafon. Herefter blev primærinterviewene transskriberet, og interviewene med forældrene blev meningskondenseret (Kvale, 1998). Dette er valgt, da interviewene med specialforbundene er de bærende interviews i undersøgelsen, hvortil pointer og citater

fra forældrene skal bidrage med nuancerede perspektiver på forbundenes pointer.

Interviewene er gennemført over Microsoft Teams for at kunne tilpasse tidspunkterne til informanternes skema og deres arbejds- og familieliv. Interviewene med forbundene tog henholdsvis 42 og 50 minutter. Interviewene med forældrene tog mellem 44 og 52 minutter (se tabel 1). Desuden blev der gennemført en respondentvalidering med repræsentanterne fra forbundene, hvor de gennemlæste analyser blev præsenteret med henblik på at sikre troværdigheden og præciseringen deraf (Creswell & Miller, 2000).

Tabel 1: Oversigt over dataindsamling

Type af datakilde	Deltager (refereres til som)	Lokation	Dato	Tid
Kvalitative primære interviews	Karina, DBU Christina, Volleyball Danmark	Udført virtuelt (Teams)	13. maj - 15. maj 2023	42-50 minutter
Kvalitative sekundære interviews	Forælder 1 Forælder 2 Forælder 3 Forælder 4 Forælder 5 Forælder 6	Udført virtuelt (Teams)	28. maj - 6. juni 2023	38-47 minutter
Respondentvalidering af analyse og resultater af interviewdata	Karina, DBU Christina, Volleyball Danmark	Udført via mailkorrespondance	3.-10. oktober 2023	-

DATAANALYSE

Med inspiration fra tematisk analyse, som beskrevet af Braun and Clarke (2006), er dataene blevet farvekodet ud fra de temaer, der fremkom i datamaterialet. Tematisk analyse er en metode til at identificere og analysere mønstre, temaer og betydninger i kvalitative data (Braun & Clarke, 2006). For at strukturere og rammesætte temaerne er Lasswells funktionalistiske tilgang til kommunikation blevet anvendt i analysen (Henriksen, 2001).

Den første informant i undersøgelsen er Karina Kallehauge, som er ansat i DBU-udviklingsenheden 'Børnefodbold', hvor de implementerer og fører tilsyn med DBU's nye børnestrategi i danske fodboldforeninger. Derudover har Karina udviklet Playmaker-uddannelsen til konceptet Bold & Bevægelse. Den anden informant i undersøgelsen er Christina Juhl. Hun er bredde- og udviklingschef i Volleyball Danmark og overordnet ansvarlig for forbundets projekter. Christina har været med i den indledende udviklingsfase af Ramasjang Volley og Ramasjang Familievolley. De resterende informanter er forældre til børnehavebørn i alderen 3-6 år. De er anonyme i undersøgelsen, men har fået et nr. mellem 1-6 i analysen.

Analysen er bygget op omkring tre overordnede temaer med tilhørende undertemaer, hvilket er illustreret i figur 2. Indledningsvis præsenteres Karina og Christinas erfaringer og oplevelser med at facilitere forløb i og med børnehaver, samt

hvordan dette kan være med til at bygge bro og danne gavnlige relationer mellem foreninger og børnehaver. Med udgangspunkt i Karina og Christinas erfaringer og oplevelser med, hvilke budskaber der virker motiverende for forældre og deres børn, vil budskaberne Samvær og glæde, Leg og motorik og Hold for alle børn, både drenge og piger blive præsenteret i del to. Med fokus på Karina og Christinas erfaringer vil kommunikationskanalerne Aula, Forældremøder, Gadgets, Trykt materiale og Sociale medier dernæst blive præsenteret i del tre. Denne del belyser, hvordan disse kanaler kan anvendes effektivt til at kommunikere med forældre og børn i børnehaverne. I analysen suppleres Karina og Christinas erfaringer og oplevelser med de seks forældres egne erfaringer og oplevelser med temaerne, hvilket bidrager til et mere nuanceret billede.



ANALYSE

Ifølge Christina fra Volleyball Danmark går deres aktiviteter i børnehaverne ud på at få både børn og forældre til at snakke om boldforeningens hold, arrangementer og forløb derhjemme. De bruger forskellige budskaber og kommunikationskanaler til dette formål:

“Det er dét, der er hele vores mantra med vores rekrutteringsindsatser på børn. Vi skal have dem til at snakke om det ved køkkenbordet.”

Christina, Volleyball Danmark

I sidste ende ønsker Christina, at de mange forskellige indsatser kan være med til at understøtte og igangsætte samtaler mellem børn og forældre derhjemme, så foreningernes hold, arrangementer og forløb får liv i hjemmet og kan skabe grobund for interesse for og engagement i foreningerne.

Forløb i og med børnehaver

Både Christina og Karina beskriver, at deres respektive foreninger rundt omkring

i Danmark har været på besøg i lokale børnehaver og faciliteret lege og aktiviteter med bolde for børn og pædagoger. Karina beskriver, at når de har været på besøg i børnehaverne, anvender de aktiviteter fra konceptet Bold & Bevægelse, hvor der er fokus på en legende tilgang til bevægelse og motorik. Karina fortæller:

“Så laver vi sådan et legende narrativ, hvor der også er historiefortælling med osv., sådan, at alle børn har lyst til at være med, fordi at man har den her fantasifulde tilgang, og det er jo lige ind der, hvor de er.”

Karina, DBU

Karina beskriver efterfølgende, at de faciliterer arrangementerne i børnehaverne – dels for at gøre børnene nysgerrige på leg og bevægelse med bolde, men mindst lige så meget for at gøre pædagogerne nysgerrige og modige til selv at facilitere boldlege og -aktiviteter med børnene. Karina nævner, at børnehaverne nogle steder kan bruge faciliteterne og få adgang til materialerummet i foreningerne og derved gentage de aktiviteter og lege, som de har lavet sammen med foreningerne.

Christina beskriver, at de har været på besøg i 150 børnehaver hen over tre år. Hun beskriver, at Ramasjang Volley er et udtryk for, at de ønsker at få boldene ud i børnehaverne, og at boldene skal blive et aktivt redskab til at facilitere lege og aktiviteter med børnene med fokus på at udvikle børnenes motoriske færdigheder i børnehaven. Ramasjang Volleys lege og aktiviteter er bygget op omkring små fortællinger, f.eks. cirkus eller slikland, for at komme i øjenhøjde med børnene. Christina beskriver, at de startede deres indsats i børnehaveinstitutionerne med Ramasjang Volley-konceptet, og derefter implementerede Ramasjang Familievolley i de omkringliggende volleyballforeninger så de børn, som fik interesse for Ramasjang Volley, kunne fortsætte i foreningerne med deres forældre. Christina beskriver, at hun har en oplevelse af, at besøgene i børnehaverne har “været en kæmpe succes”, og at børnehaverne har været glade for at få besøg af Ramasjang Volley:

“De er vilde med redskaberne og ser nye muligheder for bevægelse efter vores besøg.”

Christina, Volleyball Danmark

Hun beskriver, at Volleyball Danmark håber på, at Ramasjang Volley-forløbet kan blive en “forankret del af pædagogernes arbejde”, så børnene fortsat præsenteres for bevægelse med bolde. Hun beskriver desuden, at der over de seneste tre år er 29 foreninger, som har valgt at oprette volleyballtilbud for børnehavebørn, og siden 2018 er antallet af 3-6-årige medlemmer steget fra 172 til 315.

Dette bakkes op af forældrene, hvor eksempelvis en far fortæller om sin positive oplevelse med den lokale fodboldklubs besøg i børnehaven. Pædagogerne delte beskrivelser og billeder på Aula, og børnene fik udleveret en flyer, hvor der stod mere om holdet for børnehavebørn. Dette var med til at igangsætte en samtale om muligheden for at afprøve fodboldklubbens børnehavehold. Han afsluttede med at sige, at de i dag går i foreningen.

Udtalelserne fra Christina, Karina og forældrene indikerer, at det kan være en god investering for boldforeningerne at facilitere arrangementer eller forløb med/i børnehaverne. Ifølge Christina og Karina bør disse aktiviteter have fokus på fantasifulde fortællinger og en legende tilgang til motorik og bevægelse. Formålet med dette er at træne pædagogerne i at facilitere lege og aktiviteter med bolde med henblik på at øge deres motivation for at lege med bolde med børnene. Derved bliver børnene mere eksponeret over for bevægelse med bolde, hvilket kan gøre både børn og forældre nysgerrige på boldforeninger. Forløb med og i børnehaver kan yderligere anvendes til at opbygge en god relation mellem foreningerne og pædagogerne i børnehaverne.

En god relation mellem foreningerne og børnehavens pædagoger

Både Christina og Karina fremhæver vigtigheden af relationen mellem de enkelte foreninger og pædagogerne. Christina gør opmærksom på, at hvis foreningen har en stærk forbindelse til pædagogerne, kan det være med til, at pædagogerne videregiver positive historier om foreningen:

“Har foreningen en god connection ind til pædagogen, så er det en god fortælling, som pædagogen fortæller, så for mig er det det, der er det aller aller vigtigste.”

Christina, Volleyball Danmark

Karina beskriver, at kontakten til børnehaven kan være med til, at foreningerne når frem til de forældre, der normalt ikke ville være opmærksomme på idrætstilbuddene i lokalsamfundet:

“Vi vil gerne gøre opmærksom over for de forældre, der ellers måske ikke kommer i idrætsforeningerne, at der er et legetilbud til deres børnovre i fodboldklubben eller i idrætsforeningen. Derfor er det vigtigt at have en brobygning til den lokale børnehave.”

Karina, DBU

Citaterne indikerer, at det kan være en god investering for den lokale forening at opbygge gode relationer til pædagogerne i de lokale børnehaver, så pædagogerne

kan være med til at udbrede budskabet om foreningen. Ifølge Karina og Christina kan en stærk relation og samarbejde mellem foreninger og børnehaver være en effektiv kanal til at nå ud til målgruppen og tiltrække forældre og børn til aktiviteter i foreningerne.

Generelt beskriver forældrene, at hvis informationen eller budskabet kommer direkte fra pædagogerne eller andre forældre i børnehaven, betyder det mere, end hvis de læste om holdet eller arrangementet gennem andre kanaler:

“Jeg tror det dér, når det kommer mund til mund, og man får en eller anden information om et godt eller dårligt sted, så ville jeg lytte mere på det, end hvis jeg havde set det på en flyer.”

Forælder 1

Citatet indikerer, at forældrene opfatter information fra pædagogerne som værende troværdig. Det kan derfor betale sig for foreningerne at opbygge en god relation til børnehavernes pædagoger for derigennem at etablere en solid og troværdig kommunikationskanal til forældrene.

Budskaber

Ifølge Ohlsson (2016) refererer budskaber til, hvad det er, der bliver kommunikeret, herunder hvilken information og indhold budskabet består af, og hvordan det formidles. I følgende afsnit refererer budskaber til den specifikke information og indhold, som rettes mod forældre for at motivere dem til at engagere sig i boldforeningsaktiviteter med deres børn. Budskabet kan formidles både skriftligt, visuelt og mundtligt.

Samvær og glæde

Ifølge Christina og Karina har boldforeningernes hold, arrangementer og forløb fokus på samvær og glæde blandt børn og forældre – et helt centralt budskab, som de gerne vil formidle til forældrene, og som både Christina og Karina har erfaringer med at formidle visuelt i form af billeder og videoer. Christina fremhæver vigtigheden af at vise glade og smilende børn sammen med deres forældre i Ramasjang Familievolley-materialet for at inspirere forældrene til at deltage i volleyball sammen med deres børn. Karina deler lignende synspunkter og påpeger, at DBU's visuelle materiale viser børn, der leger, hjælper hinanden og griner i solrige og grønne omgivelser. Materialet er netop designet til at fange både børnenes og forældrenes opmærksomhed for at vække forældrenes nysgerrighed og få dem til at læse videre med tanken om, at det måske kunne være noget for dem og deres børn. Hun siger:

“Det er jo selvfølgelig en børnevenlig plakat, der måske fanger børns blik, men også forældrenes blik.”

Karina, DBU

Forældrene bekræfter, at de tiltrækkes af visuelt materiale, der viser glade børn, som er aktive og har det sjovt. Udtalelserne indikerer, at visuelt materiale kan være en god og effektiv måde at formidle budskabet om, at der er fokus på samvær og glæden hos børn og forældre til holdene og arrangementerne. Forælder 2 beskriver, at der for tiden hænger en plakat i børnehaven, som hendes børn er helt optagede af. Hun forklarer:

“Lige nu hænger der i børnehaven en plakat med børnefestival, hvor der er en masse børn og forældre på, der ligner, de har det sjovt, og de snakker om den hver dag, og nu skal de så også af sted på lørdag, fordi den plakat hang der, og de syntes, det så fedt ud.”

Forælder 2

Citatet bekræfter, at den visuelle formidling af børn, der har det sjovt og er sammen med andre børn og forældre, har skabt blikfang hos børnene. Derigennem har budskabet om børnenes glæde og samværet mellem børn og forældre fungeret som et springbræt til en samtale om arrangementet børn og forældre imellem.

Leg og motorik

Karina beskriver, at DBU gennem konceptet Bold & Bevægelse ønsker at etablere et positivt fodboldforberedende miljø for børn, hvor de får mulighed for at opleve aktiviteter sammen med de ”store fodboldspillere”, som er deres forældre. Dette budskab spiller en central rolle både i DBU’s eksterne kommunikation og i træningssammenhænge. Karina beskriver, at de både anvender billeder og beskrivelser af aktiviteter og konceptet for at give forældrene et indtryk af, hvad de og deres børn kan komme til at lave til en Bold & Bevægelses-træning. Karina præsenterer en lille del af det, som står i noget materialet:

”Bold & Bevægelse – Motorik, leg & læring for 3-6-årige. Vil I med på eventyr? Et tilbud om boldleg og bevægelse til alle børn mellem 3 og 6 år og deres forældre. Oplev junglens mange farlige dyr. Hjælp bondemanden på gården. Tag rumraketten til nye planeter. Mød isbjørne og pingviner på Nord- og Sydpolen.”

Karina, DBU

Karina lægger vægt på, at det er vigtigt for DBU at dele budskabet til forældrene

om, at fodboldforeningerne tilbyder legeaktiviteter til børnene, hvor de kan have det sjovt. Det er ikke et traditionelt fodboldtilbud, som normalt ville være rettet mod ældre børn og unge. Karina fremhæver, at

”Bold & Bevægelse er et fodboldforberedende tilbud. Det er ikke, at man går til fodbold – det er et legeunivers.”

Karina, DBU

Ved at bruge beskrivelser af konceptet, der indkapsler dets fokus på legeuniverset og dets eventyrlige tilgang, sigter DBU mod at skabe interesse hos forældrene og vække deres nysgerrighed. DBU's fokus på leg, motorik og læring understreger, at tilbuddet er designet specifikt til børn i alderen 3-6 år. Ved at tydeliggøre dette i deres kommunikation forsøger DBU at udbrede budskabet om, at det er muligt for børn og deres forældre at starte på et hold i en fodboldforening.

Flere af forældrene udtrykker, at de ikke havde overvejet, at der var mulighed for, at deres børn kunne starte i en boldforening. Det antyder, at der eksisterer en opfattelse blandt nogle forældre om, at boldaktiviteter primært er for ældre børn. Forælder 1 nævner eksempelvis, at de først ville overveje at præsentere barnet for fodbold, når barnet blev ældre. Denne opfattelse kan være en barriere for rekruttering af børn til boldforeninger. Derfor er det vigtigt, at foreningerne klart og tydeligt formidler budskabet om, at deres tilbud er rettet mod børn i alderen 3-6 år, og beskriver, at de f.eks. fokuserer på leg, motorik og læring frem for tekniske og taktiske boldfærdigheder.

Generelt udtrykker alle forældrene, at de ønsker, at deres børn skal være en del af et positivt børnefællesskab, hvor der er en legende tilgang til motorik og bevægelse. Det er vigtigt for dem, at det er acceptabelt, at børnene kan træde ind og ud af legene og aktiviteterne afhængigt af deres koncentration. Dette indikerer, at forældrene ønsker, at deres børns deltagelse i boldforeninger ikke kun handler om træning og udvikling af boldfærdigheder, men mere om at skabe en sjov og social oplevelse, der bidrager til børnenes generelle udvikling og trivsel. Det er derfor centralt at lægge fokus på den legende tilgang og det sociale fællesskab i beskrivelserne, så budskabet fremstår klart.

Hold for alle børn, både piger og drenge

Karina beskriver, at hun har erfaringer med, at mange fædre drømmer om at have en søn, der spiller fodbold. Dette medfører, at mange fædre kommer ned i fodboldforeningen med deres sønner, så snart det er muligt. Karina ønsker, at det samme skal gælde for døtrene:

“Hvorfor har alle fædre, der har en datter, ikke også en drøm om, at deres datter skal spille fodbold, eller hvorfor har mødre ikke en drøm om, at deres datter skal spille fodbold?”

Karina, DBU

Hun mener, at alle børn, både piger og drenge, har ret til at spille fodbold. Derfor bør der også være fokus på, at pigerne er mindst lige så velkomne i boldforeningerne. For at imødekomme dette foreslår Karina, at drenge og piger inkluderes som et centralt budskab i kommunikationen. Selvom Karina ønskede, at det var anderledes, erkender hun, at det er nødvendigt at uddybe, at 'børn' omfatter begge køn:

”Børn’ er både piger og drenge, i hvert fald inden for fodbold.”

Karina, DBU

Karinas perspektiv indikerer, at der findes en kønsdimension inden for fodbold, og at forældrenes ønsker og forventninger til deres sønner og døtre kan være forskellige. Karina ønsker at udvide dette syn og understreger, at det er vigtigt at sende et tydeligt budskab om, at piger er lige så velkomne som drenge i boldforeningerne. Hun erkender dog, at der stadig eksisterer normer og forventninger i samfundet, der kan påvirke børns valg af sportsgrene. Ved at inkludere drenge og piger som en central del af budskabet i kommunikationen kan boldforeningerne signalere, at de er åbne over for og støtter piger, der ønsker at spille fodbold.

En af forældrene beskriver, at de har valgt en fodboldforening grundet dens ry for at skabe initiativer og engagement for piger i fodbold. De ser det som en stor værdi, at der er mange andre piger til fodbold – både på det enkelte hold, men også på de ældre hold:

”Fordi de har et ry for at have en fed pigefodboldafdeling, det er jo også vigtigt, nu når man har en pige, at der ligesom også er en masse andre piger, der også gerne vil gå til fodbold.”

Forælder 5

Dette citat indikerer, at en forening, som også har fokus på pigerne i foreningen, har en positiv tiltrækningskraft på piger og deres forældre. Derfor kan det være centralt for foreninger at sætte fokus på, at alle børn, både piger og drenge, er meget velkomne på deres hold.

Kanaler

Ifølge Ohlsson (2016) anvendes kanaler til at beskrive det medium, der anvendes til at bringe et budskab fra afsenderen til modtageren. I dette afsnit refererer ka-

naler til at beskrive de tilgange, der anvendes til at formidle budskaber om boldforeningshold og -arrangementer for børn og deres forældre. Afsnittet er bygget op omkring Christina og Karinas erfaringer og oplevelser med effektive kanaler.

Christina trækker på sine erfaringer fra de kanaler, som Volleyball Danmark har haft succes med at bruge i skolereg, og har tillid til, at erfaringerne også kan anvendes i børnehavereg. Hun ser bl.a. et potentiale i at inddrage forældremøder, gadgets og kommunikation via Aula som velegnede kanaler til at engagere forældre i foreningsaktiviteter med deres børn. Samtidig beskriver Karina, at hun har erfaringer med, at det er meget forskelligt, hvor man fanger forældrene henne. Herunder nævner hun bl.a. sociale medier og lokal- og ugeavisen som potentielle kanaler, hvor man kan nå ud til forældrene. Karina siger:

“Så man skal bruge det hele, alle de forskellige platforme.”

Karina, DBU

Med dette dykker vi nu ned i de enkelte kommunikationskanaler, som Christina og Karina har gode erfaringer med eller kan se potentialet i.

Aula

Christina deler sine positive erfaringer med at nå ud til forældre gennem brugen af Aula i skolereg og foreslår, at denne kommunikationskanal også kan være effektiv.

Dette er forældrene positivt stemt overfor. De fortæller, at de aktivt bruger Aula til at følge med i deres børns daglige aktiviteter og begivenheder i børnehaven. Dette gør de både for at forberede børnene på særlige arrangementer eller aktiviteter i børnehaven og for at kunne tale med deres børn om, hvad de har oplevet i løbet af dagen. Forælder 4 beskriver:

“Så hvis børnene ikke lige siger det, så har vi jo fået billederne inde på Aula, og så kan vi jo også lidt nemmere prikke til dem, ’nå, jamen, har I ikke været et eller andet sted henne?”

Forælder 4

Udtalelserne fra forældrene indikerer, at beskrivelser og billeder på Aula kan være med til at starte samtaler mellem forældre og deres børn om arrangementer og aktiviteter i børnehaven og ude af huset. Foreningerne kan overveje, om de i forbindelse med arrangementer med eller i børnehaverne skal gøre beskrivelser klar og opfordre til, at pædagogerne tager billeder undervejs, som de efterfølgende kan dele på Aula. Karina udtrykker imidlertid, at hun har en oplevelse af, at der er flere børnehaver, som synes at være tilbageholdende med at tillade foreningerne at anvende Aula som en kommunikationsplatform. Hendes indtryk er, at dette skyldes

bekymringen om at skulle give tilladelse til alle andre foreninger på samme vis.

Forældremøder

På baggrund af tidligere erfaringer med at udbrede budskabet om volleyballforeninger gennem forældremøder til skolebørn ser Christina dette som en oplagt mulighed. Boldforeningerne kan spørge de lokale børnehaver, om de må komme på besøg til et forældremøde og informere om de lokale boldforeningshold, arrangementer og forløb. Christina udtaler, at ”forældremøder tror vi faktisk er vejen ind”, hvilket hun bl.a. begrundet med, at det er deres mulighed for at give forældrene et indtryk af, hvad deres koncept går ud på. Dette tyder på, at forældremøder kan være en effektiv kanal til at nå ud til forældrene og give dem et indtryk af foreningens koncept og værdier.

Det er dog bemærkelsesværdigt, at på trods af, at Volleyball Danmark har været i kontakt med 150 børnehaver i forbindelse med Ramasjang Volley-forløbet, har ingen børnehaver (ifølge Christina) bedt om, at foreningen skulle deltage i et forældremøde. Dette rejser spørgsmålet om, hvorfor denne tilgang ikke er attraktiv for børnehaverne. En mulig forklaring, som Christina reflekterer over, er, om timingen er uhensigtsmæssig, og om børnehaverne muligvis er for langt fremme i deres planlægning af det næste forældremøde til, at det giver mening at få besøg af foreningen. Det kan derfor være nødvendigt at tage højde for faktorer såsom timing og planlægning hos den enkelte børnehaver, hvis man vil anvende forældremøder som kommunikationskanal.

En alternativ tilgang, som Christina foreslår, er at være mere insisterende på, om foreningerne kan komme på besøg til forældremøderne:

“Så hvis vi var insisterende, så havde vi ringet op og sagt, om vi ikke skulle komme ud på det forældremøde.”

Christina, Volleyball Danmark

Dette kan indikere, at en mere proaktiv og insisterende tilgang kan være nødvendig for, at foreningerne kan komme i betragtning til at tage ordet på forældremøderne.

Forælder 1 udtrykker, at det ville være en god måde at få viden om de forskellige idrætsgrene og hold, som tilbydes i lokalområdet. Ifølge forælderen ville det give mulighed for at skabe et overblik over de forskellige idrætstilbud i lokalområdet:

“Der er måske mange flere muligheder, end man selv lige går og tror.”

Forælder 1

Nogle forældre kan se værdien i at få præsenteret forskellige foreningsmuligheder på forældremøder, da de nemt kan få relevant information og indsigt i flere forskel-

lige foreningstilbud til deres børn.

Det er dog ikke alle forældre, der betragter forældremøder som den optimale måde at modtage information om foreninger på. Forælder 2 udtaler:

“Der er så meget andet, altså, der er jo ikke særlig mange forældremøder, og hvis der så skulle komme en udefra, så tror jeg måske, det er dér, man lige ville [pyyyh]”

Forælder 2

Disse udtalelser viser, at forældrene har forskellige præferencer, når det gælder om at modtage information om foreninger på forældremøder.

Karina tilføjer yderligere, at hendes erfaring viser, at flere fodboldklubber har haft gode resultater ved at besøge børnehaverne under afhentningstiden. Dette ser ud til at være effektivt, fordi børn og forældre møder klubpersoner ansigt til ansigt. Denne tilgang er også mindre ressourcekrævende for det pædagogiske personale sammenlignet med besøg og oplæg til forældremøder.

Gadgets

Christina har i skoleregi oplevet, at det betyder meget for børnene at få en gadget med hjem fra et forløb eller et arrangement, og siger, at det “kunne man også overveje med de her små børn, alle gadgets er fedt for dem.” Hun forklarer, at gadgets skal være noget, børnene kan tage på eller bruge, f.eks. et armbånd, fordi det ellers risikerer at ende nede i tasken. Christina beskriver, at gadgets kunne være med til, at “forældrene får talt med barnet, når de kommer hjem.”

Også forældrene ser potentialiet i, at børnene får en gadget med hjem fra et arrangement, og de beskriver, hvordan dette kan påvirke børnene positivt. En forælder nævner, at det at få noget med hjem giver børnene en følelse af stolthed og anerkendelse. Derved får gadgets en symbolsk betydning for børnene og bidrager positivt til deres oplevelse af aktiviteten eller foreningen.

Ligeledes betyder det også noget for forældrene, hvis deres børn får en gadget. En forælder udtrykker:

“Det er altid dejligt at se, hvis de er glade og stolte, så er jeg jo enig i det og synes, det er fedt og sjovt.”

Forælder 2

En anden forælder udtaler:

“Det kan jo også være noget, som hjælper til en dialog omkring, hvad det er, de har lavet, når de har sådan en konkret genstand, som man kan tale om. ‘Hvor

har du den fra?', man kan nemmere referer til den, og på den måde bliver det også nemmere for dem at huske."

Forælder 3

Gadgets kan derved dels skabe stolthed og anerkendelse hos børnene, dels fungere som en indgangsvinkel til en snak mellem forældre og børn om oplevelsen, og de kan gøre det nemmere for børnene at huske den.

Trykt materiale

Både Karina og Christina beskriver, at deres respektive forbund har udviklet trykt materiale såsom diplomer, flyers og plakater, som foreningerne kan bruge til at promovere deres koncepter over for børn. Karina nævner vigtigheden af "the old-fashioned way". Forældrene udtrykker dog delte meninger om, hvordan de opfatter information gennem flyers, diplomer og plakater.

Forælder 4 fortæller, at hun lever i et lokalsamfund, hvor idrætscentret er et vigtigt samlingssted, og det er derfor naturligt for hende og hendes familie at støtte op om foreningernes initiativer og arrangementer. Det er blevet en vane for hende at kigge på opslagstavlen i børnehaven, hvor der hænger plakater og flyers fra foreningerne.

Forælder 2 mener, at noget fysisk synligt er et godt alternativ til de sociale medier. Hun beskriver, at når hun har noget fysisk i hænderne, bliver hun opmærksom på andre idrætsgrene, der også tilbyder sjove aktiviteter for børn. Hun siger: "Det er meget fedt at få noget udefra også." På den anden side er der også en forælder, der nævner miljøhensyn i forhold til trykt materiale. Hun tænker meget på miljøet og føler, at de mange flyers ender med at drukne i mængden og bliver smidt ud i skraldespanden. Disse udtalelser giver anledning til overvejelser om, hvorvidt trykt materiale såsom diplomer, flyers og plakater er den rette kommunikationsform. Selvom nogle værdsætter fysisk synlige materialer som en måde at opdage og engagere sig i forskellige foreninger på, foretrækker andre alternative kommunikationsformer for at skåne miljøet.

Sociale medier

Både Karina og Christina fortæller, at de i deres respektive forbund har udviklet kommunikationsmateriale, som kan deles gennem sociale medier. Christina fremhæver især vigtigheden af at dele opslag i lokale Facebook-grupper i lokalområderne. Hun påpeger, at dette er en effektiv måde at nå ud til forældrene og skabe opmærksomhed omkring den lokale boldforening, og siger:

“Det er helt klart, at de bliver ramt af det på SoMe i de lokale grupper på Facebook.”

Christina, Volleyball Danmark

Forældrene har dog forskellige holdninger til opslag på sociale medier. Et par af forældrene beskriver, at det, de ser på de sociale medier, er baseret på deres eksisterende interesser, hvilket kan medføre, at de kun ser indhold, hold og arrangementer fra foreninger, der i forvejen ligger i tråd med deres interesser. På den måde tror de ikke, at de vil blive opmærksomme på f.eks. forskellige boldforeningers hold, arrangementer og forløb til børn og deres forældre. En forælder udtaler:

“Så ved jeg jo godt, hvad de ender med at gå til, så ender de med at gå til dans og ballet, det er jo det, der kommer op.”

Forælder 2

En anden forælder beskriver, at hun har set et par opslag fra foreninger, hun ikke kendte, på den lokale Facebook-gruppe for folk i hendes lokalområde. Dette gjorde hende opmærksom på forskellige foreninger og deres tilbud til børn, hvilket de ikke kendte til i forvejen. På den måde indikerer forbundenes og forældrenes udtalelser, at sociale medier kan være en god kanal at nå ud til forældre på. Dog tyder det også på, at hvis boldforeningerne blot laver opslag på deres egen Facebook-side, er der risiko for, at de ikke når ud til potentielt interesserede og nysgerrige forældre. Derimod skal boldforeningerne sørge for at være en del af lokale Facebook-grupper i lokalområdet, hvor målgruppen befinder sig, og dele deres opslag omkring hold, arrangementer og forløb dér.

Opsummering af analysens resultater

Baseret på analysen opsummerer og præsenterer figur 3 nedenfor resultaterne af budskaber og kanaler. Figuren er inspireret af Lasswells kommunikationsmodel og giver et overblik over analysens væsentligste pointer.

Som figuren viser, er boldforeningerne afsendere af kommunikationen til forældre til børnehavebørnene. Analysen indikerer, at boldforeningerne bør fokusere på at formidle budskabet om, at holdene har fokus på leg, fantasi og motorik. Det er også vigtigt at kommunikere, at foreningens hold og arrangementer prioriterer samvær mellem børn og forældre, hvor børnenes glæde er i fokus. Desuden er det centralt at understrege, at holdene for børnehavebørn er åbne for både drenge og piger, da der kan være en tendens til at antage, at det primært er drenge, der deltager i boldforeninger. Analysen påpeger, at budskaberne bør formidles gennem forskellige kanaler for at nå ud til flere forældre, da der ikke er én universel tilgang, som sikrer, at alle forældre opfanger information om boldforeninger i Danmark.

Forældremøder kan fungere som kanal til at præsentere boldtilbud for børnenes forældre, men kræver mere planlægning og koordinering. På Aula kan pædagogerne assistere med at dele information og billeder om hold og arrangementer. Generelt set fungerer pædagogerne selv som troværdige kanaler til at kommunikere budskaber om foreningerne, hvorfor det er værdifuldt at investere tid i at opbygge gode relationer til dem. Mange forældre er også aktive på forskellige sociale medier, såsom lokale Facebook-sider. Nogle forældre foretrækker trykt materiale, f.eks. flyers eller plakater, der kan hænges op i børnehaven eller på det lokale bibliotek. Børnene er begejstrede for alle slags gadgets, hvilket gør disse ideelle til at indlede samtaler om holdet eller arrangementer omkring spisebordet.

Figur 3: Undersøgelsens resultater rammesat ud fra Lasswells kommunikationsmodel



Figuren viser undersøgelsens resultater, som er rammesat ud fra Lasswells kommunikationsmodel. Figuren skal læses lineært fra venstre mod højre ved at følge pilene. Ud fra elementerne afsender, budskaber, kanaler, modtager og effekt præsenteres undersøgelsens resultater knyttet til hvert element.

DISKUSSION

I dette afsnit vil pædagogernes rolle som kommunikationskanal for boldforeningernes budskaber til forældrene om boldaktiviteter og hold i foreningerne først blive diskuteret. Herefter diskuteres etiske overvejelser i relation til pædagogernes rolle, herunder tillid, magt og autoritet over for forældrene. Afslutningsvist diskuteres undersøgelsens metodiske svagheder og styrker.

Pædagogerne som kommunikationskanal

Analysen peger på, at forældre kan få en bedre opfattelse af et budskab fra en boldforening, hvis budskabet kommer fra pædagogerne i børnehaven eller fra en af de andre forældre, da dette øger troværdigheden og interessen hos forældrene. Derfor er det en fornuftig investering for boldforbund og -foreninger at opbygge gode relationer til børnehaverne – især fordi tidligere forskning viser, at samarbejdet mellem pædagoger, forældre og idrætsforeninger er afgørende for, at børnene starter i foreningen (Harlow & Fraser-Thomas, 2023). At opbygge gode relationer til børnehaverne kan bl.a. komme til udtryk ved at facilitere forløb og arrangementer

med og i børnehaverne. Ifølge Lasswells funktionalistiske tilgang til kommunikation vil der kunne argumenteres for, at børnehavens pædagoger kan fungere som en effektiv kanal til at formidle et budskab direkte til forældrene. Hvis man derimod betragter det ud fra Riley & Rileys kommunikationsmodel, får pædagogerne en anden rolle end en kanal til at formidle et budskab. Ifølge Riley & Riley er afsender og modtager af budskaber påvirket af hver deres sociale system, som går lige fra de primære sociale grupper (familie og venner), sekundære sociale grupper (arbejdsplads, institution) til de overordnede organisatoriske og institutionelle strukturer i samfundet. Normer og holdninger fra de sociale systemer er med til, at forme den måde, vi formidler, forstår og fortolker et budskab på (Henriksen, 2001). Ud fra Riley & Rileys kommunikationsmodel fungerer foreningernes trænere som afsendere af budskabet, mens forældrene er modtagere af budskabet. Trænerne er påvirket af deres sociale system, som består af deres tilknytning til boldforeningen, herunder trænere, bestyrelsen og deres specialforbund inden for idrætten. Disse sociale systemer påvirker, hvilke budskaber om hold, arrangementer og forløb der formidles til modtageren og på hvilken måde. På samme måde påvirkes forældrene af deres eget sociale system, som i denne forbindelse består af andre forældre og pædagogerne i børnehaven, hvor deres barn går.

Ved at anlægge Riley & Rileys kommunikationsmodel som perspektiv bliver det tydeligt, at pædagogerne ikke blot fungerer som en kanal til at formidle et budskab, men fungerer som en integreret del af forældrenes sociale system, som kan have indflydelse på deres holdninger, opfattelser og fortolkning af budskabet fra foreningerne.

Denne betragtning kan være med til at understrege vigtigheden af at etablere gode relationer mellem boldforeningens trænere og børnehavens pædagoger. Det er vigtigt for boldforeningens trænere at anerkende betydningen af børnehavens pædagoger som en vigtig del af forældrenes sociale system. Ved at investere i relationsdannelse med pædagogerne kan boldforeningerne øge forudsætningerne for, at budskabet til forældrene bliver modtaget positivt. Som beskrevet i analysen kan dette komme til udtryk gennem forløb og arrangementer i og med børnehaven, hvor der skal være fokus på børnene og pædagogernes motivation og engagement for lege og aktiviteter med bolde. Riley & Rileys kommunikationsmodel bidrager med et væsentligt perspektiv på vigtigheden af de sociale relationer og systemer, der omgiver kommunikationsprocessen mellem boldforeningen og forældrene. Ved at være opmærksom på Riley & Rileys fokus på sociale systemer erkender vi, at kommunikation ikke blot er en lineær proces, men kan være en kompleks interaktion mellem forskellige aktører og sociale systemer.

Etiske overvejelser om pædagogernes rolle

I anvendelsen af børnehavepædagogerne som kanal til at kommunikere budskaber

om hold og aktiviteter fra boldforeninger til børnehalebørnenes forældre opstår komplekse dynamikker omkring magt, autoritet og tillid. Hvis pædagoger skal fungere som bindeled mellem boldforeningerne og forældrene, er det vigtigt at være opmærksom på, at pædagogerne ofte besidder en form for autoritet og tillid i forældrenes øjne som professionelle omsorgspersoner for deres børn. Denne tillid kan være afgørende for, hvordan budskaber om holdaktiviteter modtages og tolkes af forældrene.

Pædagoger har magt til at formidle og påvirke forældrenes opfattelser af boldaktiviteterne, da de ofte har direkte kontakt med børnene og deres forældre. Deres autoritet som professionelle inden for børneomsorg kan skabe en atmosfære af troværdighed og legitimitet omkring de kommunikerede budskaber. Samtidig kan denne autoritet også medføre, at forældrene er tilbøjelige til at acceptere og følge de anbefalinger eller opfordringer, som pædagogerne viderebringer fra boldforeningerne.

Tillid spiller en central rolle i denne dynamik, da forældre skal have tillid til både pædagogerne og boldforeningerne som pålidelige kilder til information om børnenes aktiviteter og trivsel. Tillid er afgørende for, at forældrene føler sig trygge ved at engagere deres børn i boldaktiviteterne og følge de retningslinjer, der gives af pædagogerne.

Derfor er det vigtigt at anerkende den magt og autoritet, som pædagogerne besidder som kommunikationskanal, samtidig med at man arbejder på at opbygge og bevare tillid hos forældrene. Dette kan opnås gennem åben og ærlig kommunikation, klare retningslinjer og en anerkendelse af forældrenes behov og bekymringer. Ved at balancere magt, autoritet og tillid på en ansvarlig måde kan pædagogerne fungere som effektive broer mellem boldforeningerne og forældrene, hvilket kan styrke samarbejdet og børnenes deltagelse i boldaktiviteterne.

Metodiske svagheder og styrker ved undersøgelsen

I undersøgelsen er der interviewet repræsentanter fra Volleyball Danmark og DBU samt forældre til børnehalebørn. Mens kilder fra idrætsforbundene potentielt kan være partiske i deres udlægning af budskabernes og kanalernes effektivitet, suppleres disse perspektiver med forældrenes erfaringer og oplevelser. Dette bidrager til en mere nuanceret indsamlet empiri og understøtter en troværdig analyse af budskabernes og kanalernes betydning og virkning.

Dog er det en svaghed ved undersøgelsen, at forældreinformanterne blev rekrutteret på baggrund af, hvem det var muligt at få fat i fra førsteforfatterens perifere netværk. Denne undersøgelse omfatter ikke forældre, der ingen foreningstilknytning eller interesse har for deltagelse i foreninger med deres børnehalebørn. Dermed bidrager denne undersøgelse ikke med viden om, hvordan disse forældre motiveres mht. at engagere sig i en boldforening med deres børnehalebørn. Et

interessant spørgsmål kunne være, om forældre hhv. med og uden eksisterende tilknytning til foreninger motiveres af det samme, eller om det er forskelligt. Desuden er der ulemper forbundet med onlineinterviews, da der kan opstå en vis afstand mellem interviewer og informant. Dette kan gøre det svært for intervieweren at afkode informantens nonverbale signaler såsom kropssprog og ansigtsudtryk. Begrænsninger i signalet kan føre til unøjagtigheder eller forsinkelser i kommunikationen, hvilket kan påvirke interviewets kvalitet.

Omvendt er der også flere metodiske styrker ved undersøgelsen. For det første er alle forældreinformanterne bosat forskellige steder i Danmark: København, Holbæk, Odense og Aalborg. Derudover har de forskellig tilknytning til foreningslivet – nogle gennem en gymnastikforening og andre der allerede er tilknyttet en boldforening. For det andet var det en fordel at lave interviewene over Teams, fordi tidspunkterne nemt kunne justeres, så de passede til hhv. Christina og Karinas arbejdsliv og forældreinformanternes familieliv med småbørn. Dette skabte også en tryk ramme for informanterne, da de befandt sig i eget hjem og kunne føle sig afslappede. En tredje styrke ved metoden er, at analysen bygger både på forbundenes erfaringer og forældrenes egne oplevelser. Dette betyder, at forbundenes erfaringer og temaer udgør baggrundsviden om, hvilke erfaringer de havde med at motivere forældre. Disse indsigter blev derefter inddraget i forældreinterviews og blev enten be- eller afkræftet. For det fjerde er det en styrke, at Christina og Karina validerede resultaterne af analysen og kunne komme med yderligere inputs, der er med til at højne troværdigheden af artiklens fund (Creswell & Miller, 2000).

KONKLUSION

Baseret på den foretagne analyse og diskussion vil afsnittet opsummere undersøgelsens resultater med henblik på at besvare: Hvilke budskaber og kommunikationskanaler er væsentlige i forhold til at motivere forældre til at engagere sig i boldforeninger med deres børnehaverbørn? Dette vil blive gjort ud fra analysens temaer: Forløb i og med børnehaver, budskaber og kanaler.

Forløb i og med børnehaver

Undersøgelsen påpeger, at når boldforeninger skal motivere forældre til at engagere sig i boldforeninger med deres børnehaverbørn, er det en god investering for boldforeningerne at skabe en god relation til de lokale børnehavers pædagoger. Dette kan komme til udtryk gennem forløb og arrangementer med og i børnehaverne med henblik på at præsentere, motivere og skabe begejstring hos pædagoger og børn for lege og aktiviteter med bolde. Pædagogerne kan anvendes som en direkte kommunikationskanal til at nå ud til forældrene. Derudover er det vigtigt at anse pædagogerne som en del af forældrenes sociale system, som kan være med til

at påvirke deres holdninger, opfattelser og fortolkning af det budskab, som boldforeningen formidler til forældrene.

Budskaber

Undersøgelsen viser, at boldforeningerne bør være meget tydeligere i deres budskaber om hold, arrangementer og forløb. Boldforeningerne bør aktivt anvende visuelle, skriftlige og mundtlige materialer til at formidle budskabet om deres tilbud, som specifikt er udviklet til børn i alderen 3-6 år. Det er vigtigt, at forældrene tydeligt forstår, at boldforeningernes tilbud adskiller sig fra mere traditionelle tilbud inden for boldaktiviteter. Flere forældre har givet udtryk for, at de ubevidst kan komme til at forbinde boldforeningernes tilbud med traditionelle boldaktiviteter, hvilket kan resultere i, at de ikke ser det som en passende mulighed for deres børn i denne aldersgruppe. Derfor bør boldforeningerne arbejde på at undgå disse misforståelser og præcisere, hvad deres tilbud til 3-6-årige børn faktisk indebærer.

Ifølge forbundene virker det motiverende for forældrene, hvis der er fokus på børnenes glæde og deres samvær med andre børn og forældre. Undersøgelsen viser, at forældrene ønsker, at deres børn skal indgå i positive børnefællesskaber, hvor der er plads til at være barn. Dette indebærer, at der skal være plads til, at børnenes koncentrationsevne kan svinge, og at det er ok at træde ind og ud af lege- og legeunivers. Der skal være fokus på, at børnene er glade og har det sjovt, mens de er i bevægelse, og på den måde ikke fokusere på, at børnene skal udvikle konkrete bold- og spillefærdigheder.

Yderligere peger undersøgelsen på, at fokus på den legende og fantasifulde tilgang til aktiviteter med bolde og motorik er motiverende elementer i budskabet. Dette kan komme til udtryk gennem beskrivelser, som inviterer til et eventyrligt legeunivers. Derudover kan det være vigtigt at overveje navnet/titlen på hold, arrangementer eller forløb. Foreningerne skal forsøge at lege med ordene og lade det lyde af et eventyrligt, bold-legende univers.

Som sidste pointe i budskaberne peger undersøgelsen på, at der kan være behov for at italesætte børn i boldforeninger som både drenge og piger for at understrege, at piger er mindst lige så velkomne i boldforeningerne.

Kanaler

På baggrund af de to boldspilforbunds erfaringer og oplevelser med at nå ud til forældre peger analysen på, at beskrivelser og billeder på Aula, uddeling af gadgets, trykt materiale som f.eks. flyers, plakater og foldere samt opslag på lokale sider på sociale medie kan fungere som effektive kanaler til at ramme forældre til børnehavebørn. Desuden fremhæves oplæg til forældremøder som en potentiel effektiv kanal, men de kan være mere ressourcerkrævende og kræve omhyggelig planlægning. Udtalelserne fra forældrene viser, at de har forskellige præferencer til, hvordan de

foretrækker at modtage informationer, invitationer eller m.v. til deres børn. Derfor skal foreningerne sætte sig ind i, hvordan forældrene normalt modtager information om andre ting i den enkelte børnehave, så de 'rammer' forældrene på deres foretrukne og vante platforme og via effektive kanaler.

Anerkendelser

Forfatterne vil gerne takke vores kollegaer fra projektet 'Børnehalebørn bruger bolden', som har bidraget til kvalificeringen af artiklen: Lars Breum Skov Christiansen og Trine Top Klein-Wengel.

REFERENCER

- Barnett, L. M., van Beurden, E., Morgan, P. J., Brooks, L. O., & Beard, J. R. (2009). Childhood Motor Skill Proficiency as a Predictor of Adolescent Physical Activity. *Journal of adolescent health, 44*(3), 252-259. doi:10.1016/j.jadohealth.2008.07.004
- Bornstein, M. H., Hahn, C.-S., & Suwalsky, J. T. D. (2013). Physically Developed and Exploratory Young Infants Contribute to Their Own Long-Term Academic Achievement. *Psychological science, 24*(10), 1906-1917. doi:10.1177/0956797613479974
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology, 3*(2), 77-101. doi:10.1191/1478088706qp0630a
- Brian, A., Miedema, S. T., Johnson, J. L., & Chica, I. (2021). A Comparison of the Fundamental Motor Skills of Preschool-Aged Children With and Without Visual Impairments. *Adapt Phys Activ Q, 38*(3), 349-358. doi:10.1123/apaq.2019-0157
- Brixval, C. S., Svendsen, M., & Holstein, B. E. (2011). Årsrapport for børn indskolet i 2009/10 og 2010/11 fra Databasen Børns Sundhed: Motoriske vanskeligheder: Syddansk Universitet. Statens Institut for Folkesundhed.
- Chen, C., Sellberg, F., Ahlqvist, V. H., Neovius, M., Christiansen, F., & Berglind, D. (2020). Associations of participation in organized sports and physical activity in preschool children: a cross-sectional study. *BMC Pediatrics, 20*(1), 328-328. doi:10.1186/s12887-020-02222-6
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry. *Theory into practice, 39*(3), 124-130. doi:10.1207/s15430421tip3903_2
- Dauids, E. L., Roman, N. V., & Leach, L. (2017). The link between parenting approaches and health behavior: A systematic review. *Journal of human behavior in the social environment, 27*(6), 589-608. doi:10.1080/10911359.2017.1311816
- DBU. (2023). Bold & Bevægelse, motorik, leg & læring for 2-4 årige. Dansk Boldspil Union.
- Gu, Y., Chen, Y., Ma, J., Ren, Z., Li, H., & Kim, H. (2021). The Influence of a Table Tennis Physical Activity Program on the Gross Motor Development of Chinese Preschoolers

- of Different Sexes. *International journal of environmental research and public health*, 18(5), 2627. doi:10.3390/ijerph18052627
- Harlow, M., & Fraser-Thomas, J. (2023). Describing early years sport: take-up, pathways, and engagement patterns amongst preschoolers in a major Canadian city. *Sport in society, ahead-of-print(ahead-of-print)*, 1-23. doi:10.1080/17430437.2023.2234306
- Harlow, M., Wolman, L., & Fraser-Thomas, J. (2020). Should toddlers and preschoolers participate in organized sport? A scoping review of developmental outcomes associated with young children's sport participation. *International review of sport and exercise psychology*, 13(1), 40-64. doi:10.1080/1750984X.2018.1550796
- Henriksen, C. (2001). *Modeller for kommunikation og Public Relations*. Roskilde Universitetsforlag. Frederiksberg.
- Kvale, S. (1998). *InterView: en introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København: Hans Reitzel.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). Tematisering og design af interviewundersøgelse. I *Interview - det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. Hans Reitzels forlag. København.
- Logan, K., Cuff, S., Council On Sports, M., & Fitness. (2019). Organized Sports for Children, Preadolescents, and Adolescents. *Pediatrics (Evanston)*, 143(6), 1. doi:10.1542/peds.2019-0997
- Lubans, D. R., Morgan, P. J., Cliff, D. P., Barnett, L. M., & Okely, A. D. (2010). Fundamental Movement Skills in Children and Adolescents: Review of Associated Health Benefits. *Sports medicine (Auckland)*, 40(12), 1019-1035. doi:10.2165/11536850-000000000-00000
- McKenzie, T. L., Sallis, J. F., Broyles, S. L., Zive, M. M., Nader, P. R., Berry, C. C., & Brennan, J. J. (2002). Childhood Movement Skills: Predictors of Physical Activity in Anglo American and Mexican American Adolescents? *Research quarterly for exercise and sport*, 73(3), 238-244. doi:10.1080/02701367.2002.10609017
- Ohlsson, A. (2016). Grundlæggende kommunikationsmodeller. I J. Helder, & J. Lautrup Nørgaard, *Kommunikationsteori en grundbog* (s. 57-76). Hans Reitzels Forlag.
- Pant, S. W., & Pedersen, T. P. (2018). Sundhedsprofil for børn født i 2016 fra Databasen Børns Sundhed. Retrieved from Databasen Børns Sundhed og Statens Institut for Folkesundhed, SDU:
- Pereira, A. I., & Barros, L. (2019). Parental Cognitions and Motivation to Engage in Psychological Interventions: A Systematic Review. *Child psychiatry and human development*, 50(3), 347-361. doi:10.1007/s10578-018-0852-2
- Ridgway, C. L., Ong, K. K., Tammelin, T. H., Sharp, S., Ekelund, U., & Jarvelin, M.-R. (2009). Infant motor development predicts sports participation at age 14 years: northern Finland birth cohort of 1966. *PLOS ONE*, 4(8), e6837-e6837. doi:10.1371/journal.pone.0006837
- Sutapa, P., Pratama, K. W., Rosly, M. M., Ali, S. K. S., & Karakauki, M. (2021). Improving Motor Skills in Early Childhood through Goal-Oriented Play Activity. *Children (Basel)*,

8(11), 994. doi:10.3390/children8110994

- Telford, R. M., Olive, L. S., & Telford, R. D. (2022). The effect of a 6-month physical literacy intervention on preschool children's gross and fine motor skill: The Active Early Learning randomised controlled trial. *Journal of science and medicine in sport*, 25(8), 655-660. doi:10.1016/j.jsams.2022.04.009
- Vandorpe, B., Vandendriessche, J., Vaeyens, R., Pion, J., Matthys, S., Lefevre, J., . . . Lenoir, M. (2011). Relationship between sports participation and the level of motor coordination in childhood: A longitudinal approach. *Journal of science and medicine in sport*, 15(3), 220-225. doi:10.1016/j.jsams.2011.09.006
- Victoria Harlow, M., Bassett-Gunter, R., & Fraser-Thomas, J. (2022). Exploring parents', coaches', and children's experiences and perceived outcomes in preschooler sport. *Qualitative research in sport, exercise and health*, 14(4), 668-685. doi:10.1080/2159676X.2021.1965012
- Volleyball Danmark. (2023). Ramasjang - for alle krudtugler mellem 3-6 år. Hentet fra Volleyball Danmark: <https://volleyball.dk/kidsvolley-og-ungdomsvolleyball/ramasjang>. Set den 1. juni 2023.