



Daghemspersonalens åsikter om Folkhälsans hälsofrämjande Hoppa på-kampanj

En enkätstudie

Jennica Lassila FT13

Examensarbete
Fysioterapi
2016

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Fysioterapi
Identifikationsnummer:	
Författare:	Jennica Lassila
Arbetets namn:	Folkhälsans Hoppa på-kampanj – Daghempersonalens åsikter om kampanjen och effekter av den
Handledare (Arcada):	Göta Kukkonen
Uppdragsgivare:	Folkhälsans förbund
<p>Sammandrag:</p> <p>Detta examensarbete är en enkätstudie som beställts av Folkhälsans förbund. Studien baserar sig på Folkhälsans Hoppa på-kampanj, som har som syfte att inspirera barn i svenskspråkiga daghem i Finland till mera fysisk aktivitet och rörelseglädje. Eftersom barn på senaste tiden blivit allt mera stillasittande och rör på sig alldeles för lite i ung ålder, så hoppas man kunna bromsa detta beteende och istället uppmuntra till goda vanor i livet, så att risken för livsstilssjukdomar i framtiden minskar. Enkäten skickades ut till alla svenskspråkiga daghem i Finland där daghemspersonalen fick svara. Syftet med examensarbetet är att kartlägga daghemspersonalens åsikter om kampanjen, samt att kartlägga på vilket sätt den fysiska aktiviteten och rörelseglädjen har ökat bland barnen till en följd av den. Min datainsamlingsmetod har varit en färdigt konstruerad och besvarad enkät, som bearbetats manuellt från ett Excel-kalkylblad. Frågorna i enkäten har varit av både kvantitativ och kvalitativ art och de har analyserats var för sig med hjälp av en deskriptiv statistisk analys respektive innehållsanalys. Jag har valt att avgränsa mig till frågorna 10, 11, 19 och 20 i enkäten, eftersom jag upplever att de besvarar bäst mina frågeställningar. Resultaten presenteras i textform och de kvantitativa resultaten även med stapeldiagram. Den låga svarsprocent och mängden bortfall gör det svårt att generalisera resultaten till hela populationen, men enligt de resultat som jag fick så var inställningen till kampanjen väldigt positiv. Man kan även notera en ökning av både mängden fysisk aktivitet och rörelseglädje på många daghem, vilket betyder att liknande metoder vore lönsamma att pröva på i framtiden för att nå ytterligare resultat inom samma tema.</p>	
Nyckelord:	fysisk aktivitet, daghem, barn, rörelseglädje, Folkhälsan, Finland
Sidantal:	30
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Physiotherapy
Identification number:	
Author:	Jennica Lassila
Title:	Folkhälsans Hoppa på-kampanj – Daghemspersonalens åsikter om kampanjen och effekter av den
Supervisor (Arcada):	Göta Kukkonen
Commissioned by:	Folkhälsans förbund
<p>Abstract:</p> <p>This thesis is a questionnaire-study ordered by Folkhälsans förbund. The study is based on Folkhälsans Hoppa på-campaign which purpose is to inspire children in Swedish-speaking daycares in Finland to more physical activity and joy of movement. Children are becoming more and more sedentary starting at a very young age which can lead to risks for lifestyle diseases in their future. One hopes to alter this behaviour and instead to encourage healthier lifestyle habits to reverse or eliminate risks of future disease. The questionnaire was sent to all Swedish-speaking daycares in Finland where the daycare personnel responded. The purpose with this thesis was to evaluate the daycare personnel`s opinions about the campaign and in what way the physical activity and the joy of movement has increased among the children as an effect of it. The chosen method for collecting data is based on the results of an already completed questionnaire that has been processed manually from an Excel-spreadsheet. The questions are both of a quantitative and a qualitative kind and have been analyzed separately with a descriptive statistic analysis and a content analysis. I have chosen to focus only on mapping the results of questions 10, 11, 19 and 20 in the questionnaire because I feel that they answer my research questions the best. The results are presented as written text with the quantitative results also presented with bar charts. The low answering percentage and the amount of drop-outs makes it hard to generalize the results to the whole population, but according to the results received, the attitude towards the campaign was very positive. One can also note an increase in both the amount of physical activity and joy of movement at many daycares which concludes that similar methods would be beneficial to implement to reach further results within the same issue.</p>	
Keywords:	physical activity, daycare, children, joy of movement, Folkhälsan, Finland
Number of pages:	30
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Fysioterapia
Tunnistenumero:	
Tekijä:	Jennica Lassila
Työn nimi:	Folkhälsans Hoppa på-kampanj – Daghemspersonalens åsikter om kampanjen och effekter av den
Työn ohjaaja (Arcada):	Göta Kukkonen
Toimeksiantaja:	Folkhälsans förbund
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Tämä opinnätetyö on kyselytutkimus joka on tilattu Folkhälsanin liitosta. Tutkimus perustuu Folkhälsanin Hoppa-på-kampanjasta, jonka tarkoituksena on innostaa lapsia liikkumaan enemmän ja liikkumisen iloa ruotsinkielisissä päiväkodeissa. Koska lapset nykyään istuvat enemmän ja liikkuvat liian vähän nuorena, toivotaan että tätä käyttäytymistä voidaan hidastaa ja sen sijaan rohkaisemaan hyviin tapoihin, niin että riski elämäntapatauteihin tulevaisuudessa pienenee. Tutkimus lähetettiin kaikkiin ruotsinkielisiin päiväkoteihin Suomessa, ja päiväkodin henkilöstö sai vastata kyselyyn. Tämän tutkintotyön tarkoitus on kartoittaa päiväkodin henkilöstön mielipiteitä kampanjasta, ja myös kartoittaa millä tavalla liikunta ja liikkumisen iloa on lisääntynyt lasten keskuudessa tuloksena. Tiedonkeruumenetelmäni on ollut valmis rakennettu ja vastattu kyselylomake, joka on muokattu manuaalisesti Excel-taulukkolaskentaohjelmasta. Kysymykset kyselylomakkeessa on ollut sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia ja niitä on analysoitu kukin käyttämällä deskriptiivistä tilastoanalyysia ja sisällön analyysia. Olen rajannut opinnätetyöni 10, 11, 19 ja 20 kyselylomakkeessa, koska katson että kysymykset vastaavat parhaiten minun kysymyksiin. Tulos esitellään tekstimuodossa ja kvantitatiiviset tulokset esitellään myös pylväkaaviossa. Alhainen vastausprosentti ja määrä menetys tekee siitä vaikeaa yleistää tulos koko väestöön, mutta tulokseni mukaan asenne kampanjaan oli todella positiivinen. Voidaan myös nähdä sekä liikkumisen että liikkumisen ilon lisäämistä monissa päiväkodeissa, joten samanlaisia menetelmiä olisi kannattavaa kokeilla tulevaisuudessa, mahdollisten hyvien tulosten saavuttamiseksi myös jatkossa saman aiheen parissa.</p>	
Avainsanat:	liikunta, päiväkotit, lapset, liikkumisen iloa, Folkhälsan, Suomi
Sivumäärä:	30
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	

INNEHÅLL

Förord	8
1 Inledning	1
2 Syfte och frågeställningar	2
3 Bakgrund	3
3.1 Hälsöfrämjande arbete	3
3.1.1 Hälsöfrämjande organisationer	5
3.2 Folkhälsans förbund	5
3.3 Hoppa på-kampanjen	6
3.4 Tidigare kampanjer	6
3.4.1 Valo - Sätt fart på fötterna!	7
3.4.2 Valo - Glädje i rörelse	7
3.5 Barn och fysisk aktivitet	8
3.5.1 Rekommendationer	9
3.5.2 Positiva effekter	9
4 Metod	10
4.1 Material – Hoppa på enkäten	11
4.2 Enkätens uppbyggnad.....	12
4.3 Bearbetning av data	13
4.4 Presentation av data.....	13
4.5 Validitet och reliabilitet.....	14
4.6 Etik.....	14
5 Resultat	16
5.1 De kvantitativa resultaten	17
5.1.1 Helhetsvitsord av individuella delar av kampanjen	17
5.1.2 Helhetsvitsord för hela kampanjen	19
5.1.3 Positiva effekter av kampanjen	19
5.2 De kvalitativa resultaten	21
5.2.1 På vilket sätt den fysiska aktiviteten ökat på daghemmen.....	21
5.2.2 På vilket sätt personalens fysiska aktivitet har ökat personligen	23
6 Diskussion	24
6.1 Metoddiskussion.....	24
6.2 Resultatdiskussion.....	26
6.2.1 Hur betygsätter personalen Hoppa på-kampanjen?	26

6.2.2	<i>Hur anser personalen att andelen fysisk aktivitet bland barn och personal har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?.....</i>	<i>27</i>
6.2.3	<i>Hur anser personalen att rörelseglädjen bland barnen har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?.....</i>	<i>29</i>
6.3	Slutsatser.....	30
Källor	31
Bilagor	33

Figurer

Figur 1. Procentuell fördelning av svarsalternativen i fråga 10.	18
Figur 2. Procentuell fördelning av helhetsvitsorden i fråga 11	19
Figur 3. Procentuell fördelning av åsikterna i fråga 19.	21

FÖRORD

Jag vill tacka Folkhälsans förbund som har fungerat som min beställare samt Mikaela Wiik som varit min kontaktperson därifrån, för att de gett mig möjligheten att göra detta arbete.

Jag vill även tacka min handledare, Göta Kukkonen, för all hjälp och stöd under arbetsprocessen. Det har verkligen varit guld värt.

Slutligen vill jag även tacka familj och vänner som hjälpt och stöttat under arbetets gång. Jag är så glad att jag har er.

Jag hoppas att arbetet ska vara till nytta för Folkhälsans förbund.

Helsingfors januari 2017

Jennica Lassila

1 INLEDNING

Som framtida fysioterapeut har jag ännu inte hittat mitt favoritområde, så att välja rubrik för mitt slutarbete var inte det lättaste. Eftersom jag är finlandssvensk, med betoning på svensk, så tog jag reda på om Folkhälsan hade något intressant beställningsarbete som jag kunde ta mig an. Jag var i kontakt med min blivande handledare, som är en av mina lärare i fysioterapi och blev sedan vidareförmedlad till Folkhälsan. När jag fick höra om Hoppa på-kampanjen tyckte jag genast att det verkade som en intressant kampanj. Dessutom behandlar den ett väldigt viktigt tema i dagens samhälle, där barn har blivit allt mera stillasittande och rör på sig alltför lite. Det underlättade också att jag kunde göra majoriteten av arbetet på distans, eftersom jag under höstterminens början ännu befann mig i Kanada efter avslutat studentutbyte och därefter bosatte mig uppe i Österbotten.

Studenter har tidigare skrivit om samma kampanj, där de hade som uppgift att planera rörelsefesterna som ordnades på flera orter i Finland, men min uppgift är att analysera de enkätsvar som samlats in angående bland annat personalens åsikter om kampanjen efter dessa rörelsefester och övriga aspekter i kampanjen.

2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Barn har blivit allt mera stillasittande redan i ung ålder och de har svårt att nå upp till de dagliga rekommendationerna i fysisk aktivitet. Samtidigt har också övervikten bland barn i förskoleåldern ökat. Enligt Tammelin (2016) är det mindre än hälften av alla 3-6 åringar i Finland som uppnår den dagliga rekommenderade mängden av fysisk aktivitet. Samtidigt är det över hälften av samma åldersgrupp som har ett alltför stillasittande beteende och sitter stilla alldeles för mycket under dagen.

Detta är väldigt oroväckande, eftersom dåliga vanor från barndomen ofta hänger med också till vuxen ålder och därmed kan orsaka livsstilssjukdomar, så som övervikt och fetma, osteoporos, diabetes och kardiovaskulära sjukdomar, senare i livet. (Dwyer et al. 2008) Alla dessa livsstilssjukdomar är, förutom en börda för personen i fråga, även väldigt kostsam för samhället. Folkhälsan ville med denna kampanj försöka hjälpa barn redan i dagisåldern att hitta glädjen i att röra på sig och skapa en god och glädjefylld relation till fysisk aktivitet, för att eventuellt bromsa ökningen i livsstilssjukdomar senare i livet.

Folkhälsan hade redan skickat ut och samlat in enkäter från svenskspråkiga daghem i Finland. Alla i personalen på daghemmen fick besvara enkäten. Frågeformuläret består av 24 frågor, både slutna och öppna, där man bland annat vill ta reda på vilken nivå av utbildning de svarande har, deras åsikter om barns fysiska aktivitet i nuläget, om de deltagit i kampanjen, till vilken grad materialet användes på dagis, personalens åsikter och tankar om kampanjen samt tips på utveckling i temat.

I detta arbete kommer jag att analysera svaren i Hoppa på-enkäten, men eftersom den innehåller så många frågor kommer jag att begränsa mig till ett fåtal av dem. Min största fokus kommer att ligga på daghemspersonalens åsikter och ifall de upplevde positiva effekter eller inte av kampanjen. I frågorna hoppas man få svar på hur personalen skulle betygsätta olika delar av kampanjen, men också om mängden fysisk aktivitet har ökat och om tiden för stillasittande har minskat för barn och personal samt om rörelseglädjen har ökat bland barnen. Trots att kampanjen fokuserar på att öka barnens fysiska aktivitet och rörelseglädje, så har jag även valt att ta med daghemspersonalen i min studie. Orsaken till det är att personalen har en stor inverkan på dagisbarnen och ifall personalen upplever

rörelseglädje i samband med aktiviteterna under dagen, så finns det en stor chans att det smittar av sig på barnen. Det är också upp till personalen att se till att barnen har möjlighet till rörelse och att uppmuntra till det.

Frågeställningarna i mitt arbete är:

1. Hur betygsätter personalen Hoppa på-kampanjen?
2. Hur anser personalen att andelen fysisk aktivitet bland barn och personal har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?
3. Hur anser personalen att rörelseglädjen bland barnen har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?

Frågeställning nummer 1 kommer att besvaras med hjälp av en deskriptiv statistisk analys, medan frågeställningarna 2 och 3 kommer att besvaras både med en deskriptiv statistisk analys och med en kvalitativ innehållsanalys.

3 BAKGRUND

I detta kapitel kommer jag först att diskutera termen hälsofrämjande arbete, vad det innebär och vilka aktörer som arbetar för att främja hälsan både globalt och lokalt. Därefter kommer jag att kort presentera Folkhälsan, som har varit min beställare och Hoppa på-kampanjen och dess olika aspekter. Jag kommer också att diskutera tidigare kampanjer som tar upp liknande teman, samt barn och fysisk aktivitet, dess rekommendationer och positiva effekter.

3.1 Hälsofrämjande arbete

För att främja hälsan utgår man från tre huvudpunkter: hälsoundervisning, hälsofrämjande och social marknadsföring. Hälsoundervisningen kan vara medvetet planerade tillfällen för inlärning, som består av någon form av kommunikation som gör en individ eller samhället mer medveten om och ger mera kunskap om hälsa och varför det är viktigt att ta hand om den. (Scriven 2010 s. 49)

Vidare kan hälsoundervisningen delas in i primär-, sekundär-, tertiär och kvartär hälsoundervisning. I den primära hälsoundervisningen riktar man sig till friska människor och målet är då att försöka undvika att ohälsa uppstår. Mycket av denna undervisning riktar man till barn och unga i skolåldern, där man kan ta upp teman så som näringslära och sexuell hälsa, men även prata om sociala förmågor och hjälpa barnen att utveckla en positiv självkänsla. Med sekundär hälsoundervisning har man som mål att förhindra att ohälsan blir kronisk eller att den förvärras. Man vill alltså berätta för patienten hur hans tillstånd är och även vad han kan göra åt det. Ofta innebär det för klienten att ändra på dåliga vanor, så som att till exempel sluta röka eller bli mera aktiv fysiskt. I den tertiära hälsoundervisningen vill man lära både patienter och vårdare hur man kan få ut så mycket som möjligt av den existerande potentialen hos patienten och hur man kan undvika onödiga komplikationer och påfrestningar. Man vill alltså fokusera på patientens livskvalitet och försöka hålla igång den aktivitetsnivå som ännu finns. Kvartär hälsoundervisning förekommer i vården vid patientens terminalskede. Undervisningen fokuserar på hur man kan underlätta patientens optimala tillstånd samt det fysiska-, emotionella- och sociala välbefinnandet. (Scriven 2010 s. 56)

WHO definierar hälsofrämjande i Ottawamanifestet som ”Hälsofrämjande är den process som möjliggör för människor att öka kontrollen över samt förbättra sin hälsa”. Hälsofrämjande arbete handlar om att förbättra standarden på hälsa för både enskilda personer och för större samhällen i förebyggande syfte, det vill säga före hälsoproblemen uppstår. Inom sjukvården främjas hälsa genom att till exempel erbjuda personliga hälsokontroller, ge vaccinationer eller hjälpa med familjeplanering. Politiken spelar en stor roll när det kommer till att främja hälsa. Både offentliga och frivilliga medverkande arbetar för att förbättra levnadsförhållandena genom att förbättra arbetsmarknaden, bostadsförhållandena, möjligheter till en meningsfull fritid och så vidare. Till hälsofrämjande arbete hör också att se till att det finns rent vatten och livsmedel, samt att kontrollera användningen av alkohol och tobak genom att till exempel höja skatterna på dessa produkter. (Scriven 2010 s. 48, 58-60)

Social marknadsföring har nyligen blivit allt mera viktig för att nå ut med hälsofrämjande strategier till så många personer som möjligt och definieras bland annat som ”systematisk tillämpning av marknadsföring, vid sidan av andra begrepp och tekniker, för att uppnå

specifika beteendemål för något socialt gott och för att förbättra hälsan och minska ojämlikhet”. För att bli framgångsrik inom social marknadsföring bör man förstå den systematiska process och de tekniker som används i och med den. Scriven (2010) pratar om ett flertal egenskaper som ingår i denna process. Dessa är att marknadsföringen ska vara kundinriktad och beteendefokuserad, att man ska använda sig av en blandning av olika metoder för att uppnå ett mål, att definiera de mottagare som man vill fokusera på, att förstå människors förväntningar och vad det kostar dem och att förstå vilken konkurrens som redan finns. För att få bästa möjliga utveckling i processen bör beteendemålen vara tydliga och mätbara. (Scriven 2010 s. 50, 57-58)

3.1.1 Hälsöfrämjande organisationer

Det finns många hälsöfrämjande aktörer på både internationell och nationell nivå. De mest nämnvärda internationellt, är organ så som Världshälsoorganisationen (WHO) och Europeiska Unionen (EU) och på nationell nivå finns det allt från regering och riksdag till den egna kommunen, men även Folkhälsans förbund. Dessa aktörer har en viktig roll inom hälsopolitiken där de bland annat arbetar för att fastställa folkhälsomål och riktlinjer och lagar för att uppnå dem. (Scriven 2010 s. 94-102)

3.2 Folkhälsans förbund

Folkhälsans förbund är en mångsidig social- och hälsovårdsorganisation som grundades 1921 och fungerar för att främja folkhälsan i Svenskfinland. Omkring 1500 personer arbetar hos Folkhälsan och man arbetar utgående från tre tyngdpunktsområden: hälsöfrämjande aktiviteter, social- och hälsovårdsservice och forskning. (Folkhälsan a 2016)

Folkhälsan står för tre värden: kompetens, engagemang och omsorg, vilka avspeglar sig i allt föreningen står för och fungerar även som deras slogan. (Folkhälsan b 2016) Verksamheten är väldigt mångsidig och erbjuder tjänster åt allt från småbarn till seniorer. För barn ordnas det bland annat babysim, eftis, barnklubbar, lekotek, simskolor och så vidare. Projekt har även ordnats i samarbete med daghem runt om i landet, så som anti-mobbningskampanjer och hälsöfrämjande daghem. Folkhälsan har även framställt ”Lilla Chilla” för

barn i dagisåldern. Det är en samling med övningar, sagor och tips som vuxna kan använda sig av i barngrupper i dagis- eller hemmiljö för att hjälpa barnen att slappna av och varva ner, men även att träna kroppskänedom. (Folkhälsan c)

3.3 Hoppa på-kampanjen

Hoppa på är en kampanj som ordnats av Folkhälsan i samarbete med Yle och barnprogrammet BUU-klubben. Kampanjen inleddes i februari 2015 och tanken är att inspirera barn i dagisåldern till fysisk aktivitet och rörelseglädje. Enligt Undervisnings- och kulturministeriets (2016) rekommendationer ska barn i dagisåldern vara fysiskt aktiva minst tre timmar dagligen, men detta mål verkar vara svårt att uppnå och barn är alltför ofta stillasittande. Det är viktigt att skapa en positiv inställning till fysisk aktivitet redan i tidig ålder eftersom vanor från unga år tenderar att hålla i sig till vuxen ålder. Så istället för att försöka ta tag i problem angående övervikt och alla dess följsjukdomar hos vuxna, fokuserar Hoppa på istället på att få barnen att inse att det är roligt att röra på sig och på kampanjens slogan ”alla får och alla kan”, så att man kanske kan undvika livsstilssjukdomar till en viss grad i framtiden. (Folkhälsan d 2014)

Fåret Bärtil och hans vänner är alla med och inspirerar i BUU-klubbens barnprogram i hela tio avsnitt. Utöver det har det runtom i Svenskfinland även ordnats 11 inspirationsträffar för daghemspedagoger och 19 rörelsefester, där barn i 3-6 års ålder blev inbjudna att delta. Under festens gång fick barnen pröva på Bärtils och alla hans vänners favoritaktiviteter, så som att öva koordination, balans, styrka, grovmotorik, kondition, rytmik och avslappning. De dansade även till Hoppa på-sången och fick med sig en rörelsekortlek hem så att de kan fortsätta festen på egen hand. Materialet har skickats ut till alla svenskspråkiga daghem i Finland så att även de som inte har kunnat delta i rörelsefesterna har fått ta del av kampanjen. (Folkhälsan e 2016)

3.4 Tidigare kampanjer

Här kommer jag att presentera kampanjer med liknande tema, som tidigare ordnats i Finland. Valo (Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry) står som arrangör för

båda kampanjerna och har även de som mål att öka fysisk aktivitet bland barn under skolåldern.

3.4.1 Valo - Sätt fart på fötterna!

Sätt fart på fötterna! är en kampanj, som Valo hittills har ordnat i 13 års tid och har som syfte att öka mängden fysisk aktivitet bland barn i förskoleåldern. Senaste kampanj som ordnats hade som tema att röra på sig utomhus och att betona barnens delaktighet i fysisk aktivitet. Till kampanjen hör en handbok fylld med tips på lekar och andra aktiviteter, som får barnen att röra på sig mer. I handboken finns bland annat motionsrekommendationer för åldersgruppen och allt från förslag på pausgymnastik till idéer för praktisk lärande utomhus och hur man kan bygga en hinderbana utomhus. (Valo 2015)

Figuren Snabbfot och hans äventyrsveckor spelar en väsentlig roll i kampanjen och fungerar som uppmuntrare till mera rörelse bland barnen. Under äventyrsveckorna berättar personalen hur viktigt det är att röra på sig varje dag och de väljer även ut en utomhuslek dagligen eller alternativt en gång i veckan. Tanken är också att de ska införa andra typer av utomhusaktiviteter som håller barnen i rörelse, så som en utflykt till skogen, en promenad till biblioteket eller att göra upp en hinderbana utomhus. I kampanjen vill man även betona att uppmuntra barnen att röra på sig och att hitta på egna lekar, eller egna varianter av lekar, så att barnen får känna delaktighet och hitta på eget.

(Valo 2015)

3.4.2 Valo - Glädje i rörelse

Glädje i rörelse eller ilo kasvaa liikkuen, som originaltiteln heter på finska, är en kampanj som Valo ordnat i samarbete med undervisnings- och kulturministeriet. Kampanjen har som syfte att öka mängden fysisk aktivitet och välbefinnande i den småbarnspedagogiska verksamheten. Till kampanjen hör ett programdokument som framställts för en stor målgrupp med allt från beslutsfattare på riksnivå till daghemspersonal, så att man i alla stadier förstår vikten i att barn rör på sig tillräckligt och gör sitt bästa för att göra det möjligt. Innehållet i dokumentet har sammanställts under många år av experter kunniga i ämnet småbarnsfostran och baserar sig på en stor mängd forskning, men även tiotals daghem,

hundratals småbarnspedagoger och tusentals barn har varit med i processen. Målet för kampanjen är att alla barn ska ha möjlighet till att röra på sig och uppleva rörelseglädje dagligen. (Karvinen et al. 2015 s. 6)

Det första pilotprojektet utfördes hösten 2013, där teorierna bakom kampanjen testades i verkligheten. Deltagarna i det första pilotprojektet bestod av 11 kommunala aktörer, 53 daghem och 8 enheter inom familjedagvård och lekverksamhet. Sammanlagt har det ordnats tre pilotprojekt, varav det sista genomfördes hösten 2014. Huvudteman har varit att barn ska ha rätt att röra på sig tillräckligt varje dag och uppleva glädje i det, att barnen ska ha tillräckligt med utrymme att röra på sig och att verksamhetskulturen ska göras mer rörelsebetonad samt att pedagogisk kompetens och ledarskap ska lyftas fram. Hittills har kampanjen fått tusentals barn att röra på sig mera. (Karvinen et al. 2015 s. 10-11)

3.5 Barn och fysisk aktivitet

Enligt Mattson och medarbetare (2014) definieras fysisk aktivitet som ”all kropps rörelse som ökar energiförbrukningen utöver den energiförbrukning vi har i vila”. Det kan vara medveten träning, så som att gå på gym, men det kan även vara alla typer av vardagsmotion, så som att städa, leka, cykla till skolan och jobbet eller hugga ved.

Det är känt att vanor, både bra och dåliga, utvecklas redan från tidig barndom och efter treårsåldern börjar man redan se en skillnad mellan olika individer och hur deras vanor påverkar dem. De som är fysiskt aktiva i unga år tenderar att också vara det när de blir äldre och likaså är risken större att barn som är mindre fysiskt aktiva också rör på sig mindre i vuxen ålder. Därför vill man, redan i unga år, försöka påverka barnen positivt med mångsidig fysisk aktivitet och få dem att tycka att det är roligt istället för att de känner att ”de måste” röra på sig. Det är detta som man menar med rörelseglädje, en glädje att röra på sig. (Karvinen et al. 2015 s.7-8)

3.5.1 Rekommendationer

Enligt WHO är det rekommenderat att barn i åldern 5-17 år borde vara fysiskt aktiva minst 60 minuter dagligen med en måttlig till hård intensitet. Det borde även ingå aktiviteter som stärker benstommen och muskulatur åtminstone tre gånger i veckan. (WHO 2016)

I Finland vill man dock att barn under åtta år ska röra på sig ordentligt minst tre timmar per dag, där det ska vara en blandning av lättare motion, mera fartfyllda aktiviteter, men även aktiva lekstunder utomhus. Det är viktigt att aktiviteten är mångsidig och varierad, så att barnet får träna sina grundmotoriska färdigheter. Förutom att röra på sig minst tre timmar per dag rekommenderas även att undvika stillasittande i perioder längre än en timme. Därför borde man införa korta rörelsepauser mellan aktiviteter där barnet behöver sitta stilla. Föräldrar och alla vuxna som arbetar inom småbarnspedagogik har ansvar över att planera in mångsidiga fysiska aktiviteter under dagen, samt att se till att det finns tillräckligt med redskap till hands och att miljön uppmuntrar barnen till rörelseglädje. (Undervisnings- och kulturministeriet 2016)

3.5.2 Positiva effekter

Förutom en hälsosam kost, tillräckligt med sömn och omsorg, är fysisk aktivitet oerhört viktigt för ett barn i växande ålder. Som vilka muskler som helst behöver även barnets muskler tränas upp för att bli starkare och orka hålla upp barnets kropp, springa, hoppa och så vidare. Hoppande rörelser är även viktiga för att stimulera skelettets tillväxt och för att stärka det. Lekar som till exempel tafatt är väldigt viktiga för att utveckla andnings- och blodcirkulationsförmågan i och med de korta ruscher som görs där pulsen ökar och de blir andfådda. Det är även viktigt att man inte överbeskyddar barn under deras uppväxt eftersom de behöver få utforska saker på egen hand så att deras nervsystem och sinnen får tränas upp. Låt dem klättra, busa och springa runt. Det hör till att barn faller och stöter sig, men det är även så dom lär sig och utvecklar sina förmågor. (Karvinen et al. 2015 s. 19)

Fysisk aktivitet är inte bara bra för fysiken, det är även känt att det har positiva effekter på övriga aspekter. Enligt forskning finns det samband mellan fysisk aktivitet och skolframgång och förbättring av kognitiva egenskaper, eftersom fysisk aktivitet förbättrar koncentrationsförmågan och därför stimulerar inlärning. Barnet blir också mera uppmärksam och kreativt. Genom lek och spel får barnet bättre självkänsla och kan utveckla de sociala och emotionella färdigheterna. Barnet får lära sig att vara en del av något, att samarbeta och känna empati för sina lekkamrater samtidigt som de får känna att de lyckas med någonting, vilket är viktigt för att stärka barnets självkänsla. (Karvinen et al. 2015 s. 20-21)

4 METOD

Mitt arbete är en enkätstudie, som är baserad på svaren från en färdigt ihopsatt och besvarad enkät. Denna enkät, som har skickats ut till alla svenskspråkiga daghem i Finland, har fungerat som datainsamlingsmetod. Personalen på daghemmen har svarat på enkäten och fungerar därför som målgrupp.

Jag använde mig av deskriptiv statistisk analys för de kvantitativa frågorna i enkäten. Deskriptiv statistisk analys är samma sak som beskrivande statistik. Denna typ av analys används för att få en mera överskådlig bild av resultaten med hjälp av grafik, så som tabeller eller diagram och är den vanligaste analysmetoden för kvantitativ statistik. Det negativa med metoden är att man ibland kan gå miste om detaljer i materialet. Till exempel så kan man inte veta varför en respondent har betygsatt Hoppa på-kampanjen med ett lägre vitsord, eftersom hen bara har kunnat välja en siffra utan att kommentera desto mera. (Trochim 2006)

För de kvalitativa frågorna i enkäten kommer jag att göra en innehållsanalys. Innehållsanalys är en metod där man delar in data i kategorier eller teman och därefter försöker hitta samband mellan dem. Med den här metoden vill man både förenkla data för att göra den mer överskådlig och berika data genom att sätta in den i ett större sammanhang. (Jacobsen 2010 s. 142, 146)

4.1 Material – Hoppa på enkäten

Hoppa på-enkäten är riktad till daghemspersonal i svenskspråkiga daghem i Finland och med hjälp av enkäten vill man få reda på vad de tyckte om Hoppa på-kampanjen efter att de fått ta del av programmet och aktiviteterna. Enkäten, som var elektronisk, skickades ut första veckan i december 2015 till alla 464 svenskspråkiga daghem i Finland. Påminnelser om att svara på enkäten skickades ut fram till årsskiftet. Länken till enkäten var öppen fram till den 25 januari 2016. 298 enkäter från 174 daghem besvarades.

Enkäten är en tvärsnittsstudie, vilket är en av de mest använda typerna av undersökningar. I en tvärsnittsstudie studerar man verkligheten vid endast en tidpunkt, vilket gör det lättare för den som undersöker, eftersom hen inte behöver vänta länge innan hen har tillgång till data och behöver inte heller göra undersökningen flera gånger på enheterna. Denna typ av undersökning är även populär, eftersom det är en relativt billig metod. (Jacobsen 2010 s. 73) Frågorna i enkäten är till största del av kvantitativ art, men har även kvalitativa inslag. Enligt Jacobsen (2010 s. 86-87) så kompletterar den kvalitativa och den kvantitativa metoden varandra bra, genom att de kvalitativa frågorna ger mera förståelse för den enskilde individen, medan de kvantitativa frågorna är lättare att generalisera till hela populationen.

Utformningen av enkäten är systematisk och väl upplagd. Den är lätt att fylla i och har tydliga svarsalternativ. Användningen av öppna frågor i slutet av enkäten, menar Jacobsen att är ett bra sätt att få respondenten att känna att de får göra sin röst hörd, när de fritt kan formulera ett svar med egna ord. Detta är också ett bra sätt att få fram intressant information, som kanske annars aldrig dykt upp. (2010 s. 199)

Enkäten består av sex sidor, vilket Jacobsen anser är en passande längd, för att inte riskera att få en lägre svarsprocent. För att inte minska respondentens motivation till att svara på enkäten, menar författaren även att man borde tänka på att enkäten inte blir för trångt ihopsatt samt att variera typen av frågor så att svarsalternativen inte alltid blir de samma. Detta tycker jag att har blivit uppnått i enkäten. (2010 s. 210)

4.2 Enkätens uppbyggnad

Enkäten består av 24 frågor och genom dem vill man kartlägga hur mycket och på vilket sätt Hoppa på-materialet har använts, kartlägga tankar och åsikter angående kampanjen och även få tips på hur man kunde utveckla kampanjen i framtiden. Jag har valt att avgränsa mig till endast fyra frågor, vilka är frågorna 10, 11, 19 och 20 i enkäten (se bilaga).

I fråga 10 kan man betygsätta Hoppa på-rörelsefesten, inspirationsträffen för personalen, något annat evenemang (och i så fall nämna vilket), kampanjens websidor, Bärtill i Buuklubben och kampanjmaterialet. Som betyg kunde man ge allt från 1= inte speciellt bra till 5= väldigt bra. I fråga 11 kunde man betygsätta hela kampanjen som en helhet och man kunde välja mellan vitsorden: 1= Dåligt, 2= Inte speciellt bra, 3= Varken bra eller dåligt, 4= Bra, 5= Mycket bra. Både fråga 10 och 11 är så kallade rangordnade eller ordinala svarsalternativ. Med dessa svarsalternativ får man fram om enheterna är lika eller olika, men man kan även rangordna svaren och jämföra dem sinsemellan, så att man kan mäta intensiteten, det vill säga hur mycket olika de är. Man vet att de som har svarat bra, tycker att kampanjen varit mera lyckad än de som svarat inte speciellt bra. (Jacobsen 2010 s. 189, 191)

I fråga 19 ville man veta om det är något av följande som påverkats till följd av kampanjen och dess innehåll. Man kunde kryssa för ett eller flera alternativ. Alternativen var: andelen fysisk aktivitet bland barnen har ökat, andelen fysisk aktivitet bland personalen har ökat, tiden då barnen sitter stilla har minskat, tiden då personalen sitter stilla har minskat, rörelseglädje (glädje att röra på sig) bland barnen har ökat, rörelsefriheten för barnen har ökat och annat, vad? Vid dessa typer av frågor, där man använder sig av påståenden som respondenten ska hålla med om eller ej, är det nödvändigt att vinkla påståendet antingen positivt eller negativt, för att respondenten ska kunna ta ställning till frågan. Jacobsen skriver, att man borde variera mellan positiv och negativ riktning på sina påståenden, så att respondenten inte fortsätter kryssa för på samma sätt av gammal vana och därmed kanske ger felaktiga svar. I denna fråga var alla svarsalternativen positivt vinklade och man kunde bara välja att kryssa för (instämna) eller att inte kryssa för (inte instämna), så det kan eventuellt styra respondenten att svara positivt. (2010 s. 201-202)

Fråga 20 var uppdelad i a och b och båda var öppna frågor som kunde besvaras med egna ord. I a-delen av frågan ville man ha svar på följande påstående: ”På vårt dagis har vi till följd av kampanjen ökat andelen fysisk aktivitet på följande sätt:” och i b-delen följande påstående: ”Jag har personligen till följd av kampanjen ökat andelen fysisk aktivitet på följande sätt:”. Öppna frågor i en enkät kan ge mer förståelse för temat man undersöker och respondenten kan också uppskatta att få uttrycka sig i fri text, ifall hen har ytterligare åsikter som inte togs upp i de övriga frågorna. Samtidigt kan det bli väldigt svårt att behandla flera hundra svar ifall de är mycket varierande. (Jacobsen 2010 s. 199)

4.3 Bearbetning av data

Det första som görs i databearbetningen är att överföra data från enkäterna till elektronisk form. I denna fas så omvandlas svarsalternativen till en siffra, så att datorn kan läsa av det. Till exempel så får siffran 0 stå för svarsalternativet nej och 1 står för ja i någon fråga och i en annan delas svarsalternativen in från 1-5 där 1 står för dåligt och 5 för mycket bra. Denna procedur kallas för kodning och hade redan gjorts från Folkhälsans sida. När kodningen är klar och all data finns i elektronisk form är det dags att analysera varje fråga enskilt för sig med hjälp av en univariat analys. Till denna typ av analys finns tre under-typer, men jag kommer närmast att se på frekvensfördelningen i mitt arbete. I frekvensfördelningen kan man ta reda på proportionella tal, det vill säga hur många som svarat på ett visst sätt och procentandelar där antalet personer anges i procent. (Jacobsen 2010 s. 237)

Jag fick alla resultaten färdigt insatta i ett Excel-kalkylblad av Folkhälsan. Därifrån har jag räknat ut frekvensfördelningen manuellt samt kategoriserat de kvalitativa frågorna och även där räknat ut fördelningen av svaren. Jag har varit noga med att alltid kontrollräkna, så att det inte blir fel i resultatpresentationen.

4.4 Presentation av data

Data kan presenteras med hjälp av tabeller och diagram. I en tabell kan man framställa både den absoluta och proportionella frekvensfördelningen, det vill säga hur många som svarat ett visst svarsalternativ och hur stor andel som svarat i procent. I en tabell är det

lättare att se mer detaljerad information av undersökningen, men vill man ha en tydligare helhetsbild kan det löna sig att även presentera informationen med hjälp av ett tårtdiagram eller ett stolpdiagram. Enligt Jacobsen är stolpdiagram ett tydligare alternativ ifall man har fem svarsalternativ eller flera. (2010 s. 238-240) Därför har jag valt att presentera mina kvantitativa resultat med hjälp av stolpdiagram så att det ska bli mera överskådligt. Jag kommer dessutom att diskutera svaren i löpande text. De kvalitativa resultaten som insamlats kommer jag enbart att presentera i textform. Antalet respondenter till varje fråga kommer att anges i både proportionella tal och i procentdelar, medan fördelningen bland de kvantitativa svarsalternativen endast kommer att anges i procent.

4.5 Validitet och reliabilitet

För att hålla god kvalitet på en undersökning bör man ha hög validitet och reliabilitet. Validitet innebär att data ska vara giltig och relevant och kan delas upp i intern validitet och extern validitet. En god intern validitet betyder att man verkligen undersöker det som man tänkt undersöka. Till exempel i mitt fall, när man vill ta reda på vad personalen tyckte om Hoppa på-kampanjen, så frågar man efter ett helhetsvitsord för kampanjen och inte ifall de har deltagit i den. En god extern validitet innebär hur generaliserbar resultaten från en viss undersökning är till ett annat sammanhang, exempelvis om resultaten kan jämföras med finska daghem i Finland eller ett annat land. Detta kunde man bra göra om enkäten översattes till andra språk, förutsatt att den populationen även fått ta del av kampanjen på sitt eget språk före enkäterna skickats ut. (Jacobsen 2010 s.21)

Reliabilitet går ut på att undersökningen ska vara pålitlig och trovärdig. Tydliga mätfel som ger felaktig information bör inte förekomma. Ifall man gör samma undersökning på exakt samma sätt en gång till och resultaten blir de samma, kan man konstatera att undersökningen har hög reliabilitet. Detta kommer jag dock inte att göra eftersom jag inte gjort enkäten och inte heller skött om datainsamlingen. (Jacobsen 2010 s.21)

4.6 Etik

När en undersökning görs finns det alltid en risk att någon av dem man undersöker känner sig kränkt, eftersom man frågar frågor ur personens privatliv. Därför finns det vissa krav

som man bör följa för att undersökningen ska bli så etiskt korrekt som möjligt. Dessa krav är: informerat samtycke, krav på skydd av privatlivet och krav på att bli korrekt återgiven. (Jacobsen 2010 s. 31)

Informerat samtycke innebär att deltagaren i undersökningen ska delta frivilligt, få tillräckligt med information om undersökningens syfte och hur data kommer att användas samt vara medveten om de eventuella risker och möjligheter som kan medföra vid ett deltagande. Deltagaren bör även kunna förstå informationen som ges och med egen förmåga kunna bestämma fritt om hen vill delta. Ett fritt val innebär att valet görs utan press från andra. (Jacobsen 2010 s. 32-33)

Eftersom enkäten skickades ut elektroniskt kan man med stor sannolikhet säga att dagispersonalen har deltagit frivilligt, utan press från andra. I samband med att man skickade ut enkäten skickades även ett följebrev, vilket Jacobsen (2010 s. 208) hävdar att alltid borde finnas med. I följebrevet borde det framkomma syftet med enkätundersökningen, undersökningens viktigaste teman, hur man valt ut respondenterna, anonymitet, senaste svarsdatum, samt ett tack för respondentens deltagande.

I detta följebrev presenteras syftet och de viktigaste teman med undersökningen tydligt. Det förklaras även vad informationen kommer att användas till och att respondenterna med sin respons hjälper Folkhälsan att förbättra framtida kampanjer, så att de ska bli bättre för både barn och vuxna. De förklarar också att alla svenskspråkiga daghem har blivit inbjudna att svara på enkäten och att så många som vill från personalen på varje daghem har fått delta. Jag hittar inget svarsdatum på följebrevet, vilket Jacobsen anser att borde finnas med. Följebrevet verkar i överlag uppmuntrande utan att bli för krävande och det står bland annat att man ”önskar att så många som möjligt svarar på enkäten”, vilket jag tolkar som väldigt frivilligt. Det nämns inte något om eventuella risker som kan medföra vid ett deltagande, vilket påverkar etiken negativt. Alla deltagare i undersökningen är arbetsföra vuxna, vilket innebär att de med god sannolikhet själva kan avgöra om de vill delta samt förstå den information som ges till dem.

Skydd av privatlivet innebär att man i sin undersökning undviker alltför känsliga frågor och inkräktande på deltagarnas privatliv. Man bör även omöjliggöra att deltagarna kan

identifieras, det vill säga att det borde vara omöjligt att veta vad var och en har svarat på en viss fråga. Ju mindre deltagare en undersökning har, desto svårare blir det att skydda privatlivet. (Jacobsen 2010 s. 34-35)

I enkäten krävde man inga uppgifter om vare sig namn, ålder eller kön. Det enda frågorna som kan anses som aningen privata var där deltagarna skulle fylla i vilket dagis de jobbar på och vilken utbildning de har, samt på vilken nivå deras utbildning är, men jag har valt att inte fokusera desto mera på det utan tänker mig alla som en gemensam population. Av de frågor som jag valt att presentera så kan eventuellt fråga 20b vara den mest känsliga. Där frågas om man själv har ökat på sin fysiska aktivitet, vilket kan lite inkräkta på personens privatliv, men eftersom det är en öppen fråga, så får personen själv välja hur mycket eller hur lite hen vill dela med sig.

Med krav på korrekt återgivning menas att man så noggrant som möjligt ska återge den fullständiga information man fått, utan att förvränga den och även sätta in den i rätt kontext. Det är näst intill omöjligt att återge resultaten till fullo, för det skulle bli alldeles för mycket detaljer, med det är någonting man ska sträva efter. Korrekt återgivning betyder också att man inte ska förfälska eller lämna bort viss data för att få fram positivare resultat än undersökningen i verkligheten visade. (Jacobsen 2010 s. 37)

Resultaten kommer jag att återge så korrekt som möjligt efter förmåga, samt vara noggrann när data analyseras. Den öppna frågan kommer att bli aningen svårare att analysera än de slutna frågorna. Jag inser att det finns mycket utrymme för tolkningsproblematik som kan missleda mina resultat, vilket försvårar en korrekt återgivning.

5 RESULTAT

I det här kapitlet kommer jag att presentera resultaten från undersökningen. De tre första frågorna är kvantitativa och kommer att besvaras i textform, men jag kommer även att ta hjälp av stapeldiagram för att förtydliga resultaten. Den sista frågan är kvalitativ och uppdelad i a och b. Den kommer jag endast att besvara i textform. Svaren från den kvalitativa frågan kommer att skrivas om utan att innehållet ändras på.

Enkäten skickades ut till 464 svenskspråkiga daghem och alla i personalen, som ville, fick delta i undersökningen. Sammanlagt deltog 298 personer från 174 olika daghem. Den exakta svarsprocenten för enkäten är okänd eftersom man inte vet hur många anställda varje daghem har. Dock vet man att 38% av alla svenskspråkiga daghem i Finland har deltagit. De flesta som deltog i studien sa att barnträdgårdslärare, barnskötare eller daghemsföreståndare beskrev deras nuvarande arbete bäst, men det fanns även andra yrkesbenämningar.

5.1 De kvantitativa resultaten

De kvantitativa frågorna i enkäten har analyserats med hjälp av en deskriptiv statistisk analys. Resultaten kommer jag även att presentera med hjälp av stapeldiagram för att frekvensfördelning ska bli tydligare att se för läsaren.

5.1.1 Helhetsvitsord av individuella delar av kampanjen

I fråga 10 ville man att respondenterna skulle ge ett helhetsvitsord på olika delar i Hoppa på-kampanjen, ifall de deltagit eller använt sig av dem (se figur 1 s. 19). Det lägsta möjliga vitsordet var 1= inte speciellt bra och det högsta möjliga var 5= väldigt bra. De delar som fanns att betygsätta var: Hoppa på rörelsefesten, inspirationsträff för daghemspersonalen, annat evenemang, vilket?, kampanjens WEB-sidor, Bärtil i Buu-klubben (TV) och kampanjmaterialet. ”Annat evenemang, vilket?” har jag valt att inte ta med, eftersom svarsprocenten var så låg samt att ännu färre hade specificerat vilket evenemang de deltagit i.

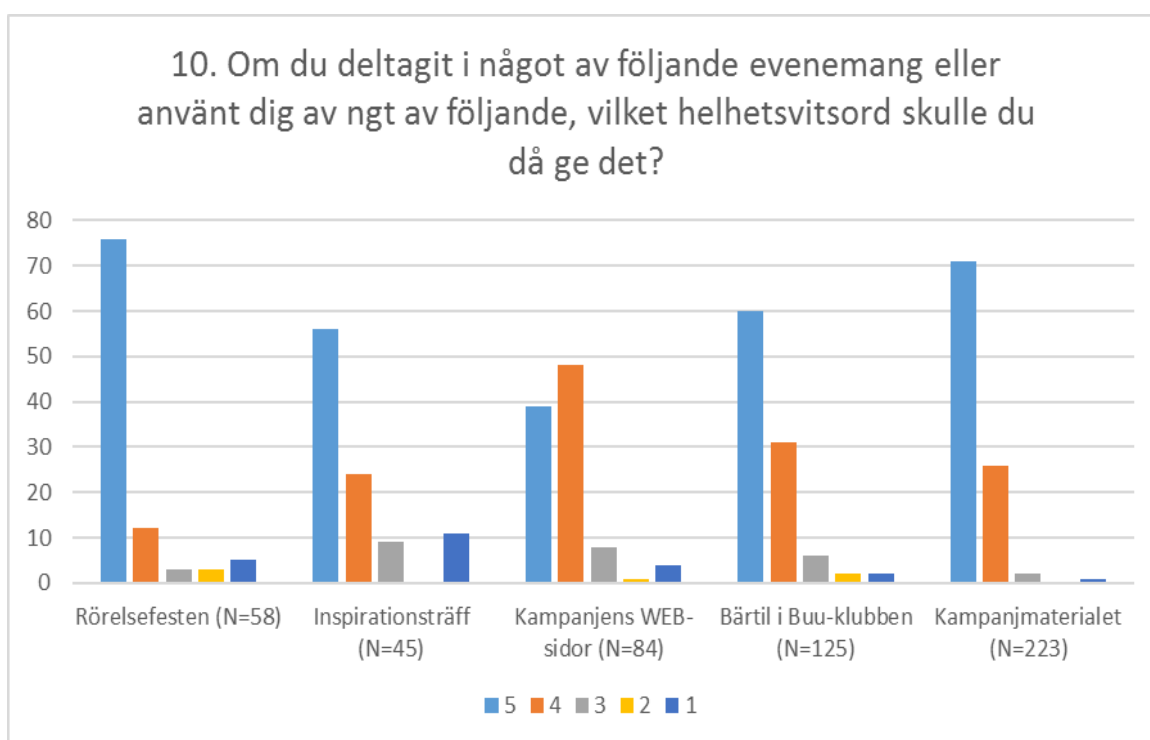
58 personer eller 19% betygsatte Hoppa på-rörelsefesten. Av dessa 58 personer så betygsatte 76% evenemanget med en 5:a och tyckte alltså att festen var väldigt bra. 12% gav en 4:a, medan både vitsordet 2 och 3 fick varsin 3% av rösterna. 5% tyckte inte att rörelsefesten var så speciellt bra och gav därför en 1:a som vitsord.

Inspirationsträffen för daghemspersonalen betygsattes av 45 personer, vilket ger en svarsprocent på 15%. Över hälften (56%) tyckte att inspirationsträffen var väldigt bra (5). Nästan en fjärdedel (24%) tyckte att evenemanget var värd en 4:a. 9% höll sig neutrala (3), medan 11% inte tyckte att inspirationsträffen var speciellt bra (1).

28% delade med sig om sin åsikt om kampanjens WEB-sidor, vilket var 84 personer. Det högsta vitsordet (5) gavs av 39% av respondenterna, medan det näst högsta vitsordet (4) fick 48%. Medelvitsordet 3 gavs av 8%. De två lägsta vitsorden 2 och 1 gavs av 1% respektive 4% av respondenterna.

Bärtil i Buu-klubben fick respons av 125 personer, vilket ger en svarsprocent på 42%. 60% av respondenterna betygsatte Bärtil med en 5:a och 31% med en 4:a. En 3:a tyckte 6% att Bärtil var värd, medan vitsorden 2 och 1 fick varsin 2% av rösterna..

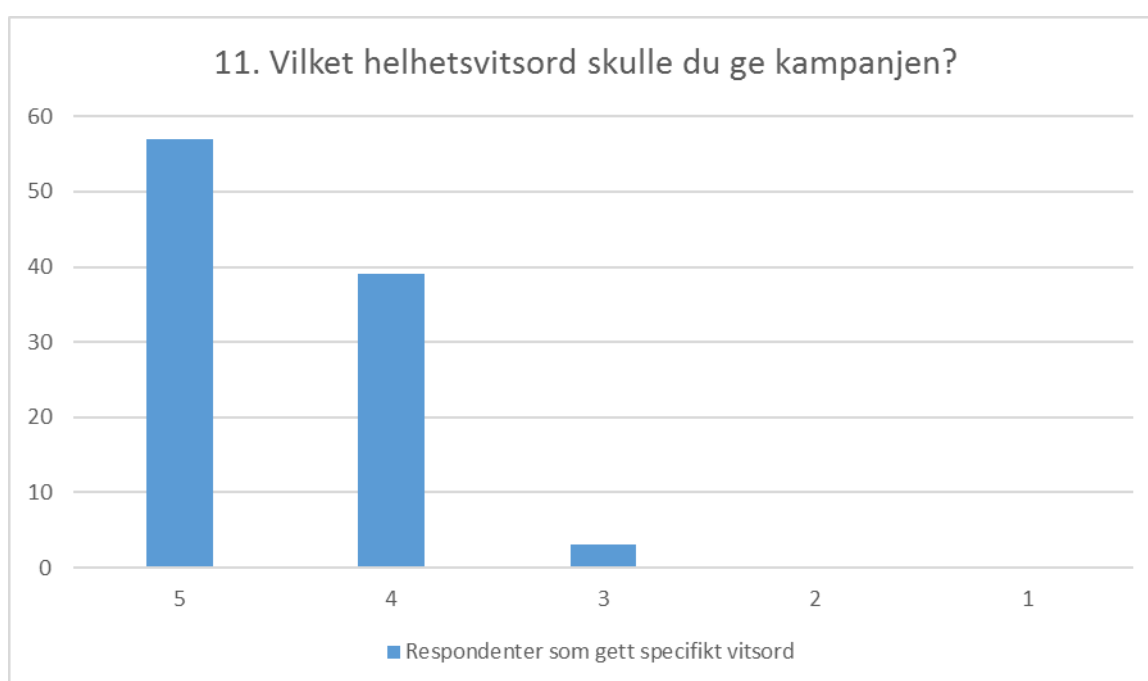
Den del av kampanjen som fick flest åsikter i denna fråga, var kampanjmaterialet. Där var det 223 personer som hade svarat och det gav en svarsprocent på 75%. De flesta av dem (71%) var mycket nöjda (5) eller gav (4) näst högsta vitsordet (26%). 2% tyckte materialet var värd en 3:a och 1% gav endast en 1:a som vitsord.



Figur 1. Procentuell fördelning av svarsalternativen i fråga 10.

5.1.2 Helhetsvitsord för hela kampanjen

I fråga 11 bad man respondenterna att ge ett vitsord för hela kampanjen som en helhet (se figur 2 s. 20). Svartalternativen var 5= Mycket bra, 4= Bra, 3= Varken bra eller dåligt, 2= Inte speciellt bra eller 1= Dåligt. 261 stycken svarade, vilket ger en svarsprocent på 88%. De 12% som inte har svarat har inte alls eller bara delvis känt till Hoppa på-kampanjen och dess syfte. Av de 88% som svarade, så tyckte den största andelen att kampanjen var mycket bra (5), nämligen 57%. 39% tyckte att kampanjen var bra (4) och 3% svarade varken bra eller dåligt (3). Ingen svarade inte speciellt bra (2) eller dåligt (1).



Figur 2. Procentuell fördelning av helhetsvitsorden i fråga 11. (N=261)

5.1.3 Positiva effekter av kampanjen

I fråga 19 ville man ta reda på om de som använt sig av Hoppa på i sin verksamhet upplevt några positiva effekter till följd av kampanjen och dess innehåll (se figur 3 s. 21). Respondenterna kunde antingen kryssa för ett påstående om de höll med, eller också låta bli att kryssa för påståendet ifall de inte höll med. Påståendena i frågan var: andelen fysisk aktivitet bland barnen har ökat, andelen fysisk aktivitet bland personalen har ökat, tiden då barnen sitter stilla har minskat, tiden då personalen sitter stilla har minskat, rörelseglädjen (glädje att röra på sig) bland barnen har ökat, rörelsefriheten för barnen har ökat och

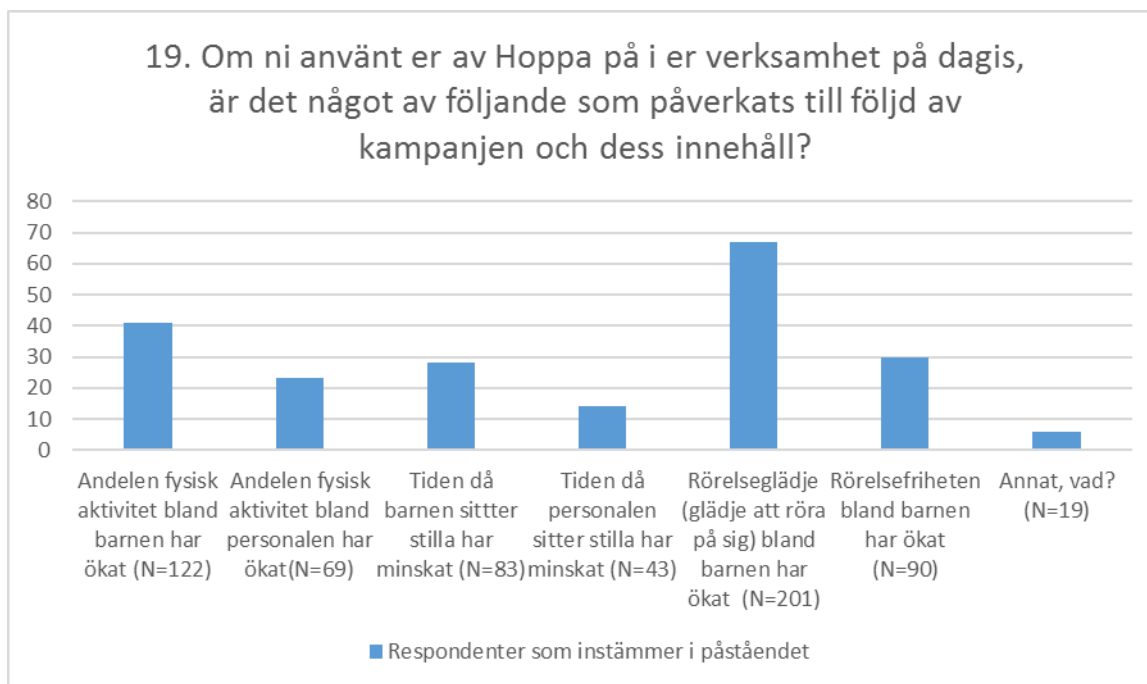
annat, vad? Till det sista påståendet kunde respondenterna även med egna ord precisera vilka andra positiva effekter som Hoppa på-kampanjen medfört.

Andelen fysisk aktivitet bland barnen ansåg 122 personer att ha ökat, vilket betyder 41% av de som svarat. Bland personalen tyckte man inte att den fysiska aktiviteten hade ökat lika mycket, men det var ändå 69 personer som höll med om påståendet, vilket innebär 23% av respondenterna.

Stillasittandet har enligt denna undersökning minskat bland både barn och personal. 28% (83 personer) anser att tiden då barnen sitter still har minskat. Tiden då personalen sitter stilla tyckte 14% (43 personer) att har minskat.

Rörelseglädjen bland barnen tyckte flest personer att hade ökat, närmare bestämt 201 personer, vilket betyder 67%. 30% (90 personer) tyckte även att rörelsefriheten bland barnen har ökat.

Det sista påståendet ”annat, vad?” var det endast 6% (19 personer) som valt att kryssa för. I de fritt formulerade svaren nämndes att inspirationen och glädjen för rörelse ökat under kampanjens gång. Barnen fick även ett ökat intresse för dans och rytmik. Ett viktigt tema som togs upp var att barnen märkte att ”alla får och alla kan”. Det märktes att blyga barn vågade delta mer och mer och barnen hittade även på nya rörelser och blev själva kreativa med materialet. Personalen tyckte även att deras rörelsestunder blivit mera varierande tack vare materialet från kampanjen.



Figur 3. Procentuell fördelning av åsikterna i fråga 19.

5.2 De kvalitativa resultaten

De öppna, kvalitativa frågorna har analyserats med hjälp av en innehållsanalys. Svaren har skrivits om utan att innehållet har förändrats och blivit insatta i kategorier. En hel del svar innehöll kommentarer som inte direkt svarade på frågan och har därför lämnats bort.

5.2.1 På vilket sätt den fysiska aktiviteten ökat på daghemmen

I denna fråga ville man veta på vilket sätt den fysiska aktiviteten har ökat på daghemmen till följd av Hoppa på-kampanjen. 161 personer har besvarat frågan, vilket ger en svarsprocent på 54%. För att ordna upp svaren har jag delat in dem i kategorier där jag tar upp användningen av kampanjmaterialet, ledda aktiviteter inomhus, aktivitet utomhus, egna rörelsefester, aktivitet istället för väntan, ”alla får och alla kan” och även en kategori där respondenterna upplevde att den fysiska aktiviteten inte ökade.

Kampanjmaterialet har varit väldigt omtyckt och omtalad även i de öppna svaren och många av respondenterna har sagt att de ”Hoppat på” mer eller mindre regelbundet till kampanjsången på deras daghem. Vissa har även tillagt att dessa Hoppa på-stunder efterfrågas av barnen och att en enorm glädje uppstår när de spelar låten. Rörelsekorten och

planschererna har inspirerat eller motiverat barnen att röra på sig mera på egen hand under fria leken. Till exempel så finns det bland svaren nämnt att barnen själv tar fram korten och gör rörelserna eller att de ser planschen och blir påmind om vilka rörelser de kan göra. Barnen har även hittat på egna rörelser.

I enkätsvaren nämns också att man i daghemmen har börjat röra på sig mera inomhus och även fått in mera ledd aktivitet inomhus i form av allt från mera pausgymnastik till flera rörelsestunder, men även hela rörelsedagar. Flera säger att rörelsepåuser har blivit lätta och roliga att ordna med hjälp av Hoppa på-korten, samt att sången lockar till mycket rörelseglädje bland barnen. Personalen brukar använda materialet ifall de märker att barnen har för mycket energi och behöver få hoppa av sig lite eller strax innan de ska sätta sig ner och koncentrera sig på någonting.

Enligt personalen så har rörelsekorten även gjort utomhusvistelsen mera aktiv. Till exempel har flera tagit med rörelsekorten på promenaden eller till skogen och gjort rörelserna under vandrigen. Några har också nämnt att de har spenderat mera tid utomhus, både på gården och i skogen.

På flera daghem i Finland har det ordnats egna rörelsefester eller aktivitetsdagar, som är inspirerade av Hoppa på-kampanjen, där barnen till och med har fått öva på de olika grenar som Bärtill och hans gäng gör i TV. Hoppa på har även funnits med som program på julfesten eller vårfesten vid vissa daghem. Barnen har då fått uppträda med Hoppa på-sången och medföljande rörelser, samt fått bjuda upp sina föräldrar att dansa med. Även när föräldrar och mor- och farföräldrar annars kommer på besök, så nämner flera respondenter att de alla brukar dansa och sjunga till kampanjsången tillsammans.

Rörelserna från Hoppa på-korten har även varit populära att sätta in vid väntan eller vid köande på daghemmen. Många tyckte att det var ett bra sätt att underhålla barnen till exempel före maten, när barnen lätt kan bli otåliga. Likaså att få bort lite överloppsenergi före barnen ska sätta sig ner i lugn och ro. Bland svaren fanns det även de som använder rörelserna som förflyttningsteknik när de till exempel ska ta sig från tamburen till sin plats. Barnen har då fått ta var sitt kort och sedan fått röra sig på det sättet till dit de ska.

Flera respondenter säger att de med hjälp av materialet i kampanjen fått med sig barn som vanligtvis inte brukar vilja röra på sig. Det nämns att pojkar som inte velat och barn som är blyga och inte riktigt vågat röra på sig tidigare, nu gör det med lika mycket glädje som alla andra. Det tyder på att de insett att alla får och att alla kan.

Fastän de flesta respondenterna har svarat med väldigt positiva kommentarer om hur den fysiska aktiviteten ökat på deras daghem, så har den inte ökat överallt. Några säger att andelen fysisk aktivitet inte har ökat eller att den har stannat på samma nivå som tidigare. Flera av dem förklarade vidare att de sedan tidigare redan varit fysiskt aktiva på dagiset och upplevde inte att mängden fysisk aktivitet ökat. Många tyckte dock att det var en rolig kampanj som erbjöd mycket ny inspiration och variation till rörelse.

5.2.2 På vilket sätt personalens fysiska aktivitet har ökat personligen

I denna fråga ville man veta på vilket sätt personalen personligen ökat på mängden fysisk aktivitet till följd av Hoppa på-kampanjen. 107 personer har besvarat frågan, vilket ger en svarsprocent på 36%. För att ordna upp svaren har jag delat in dem i kategorier där jag tar upp fysisk aktivitet på jobbet, fysisk aktivitet på fritiden samt en kategori där fysiska aktiviteten inte ökat.

Av de respondenter som svarat på den här frågan så har de flesta nämnt någonting om hur de börjat röra på sig mer under arbetsdagen. Det beskrivs både en allmän ökning i rörelse, men även att de har börjat röra på sig mera tillsammans med barnen. Flera nämner att de har upplevt en ökad rörelseglädje i samband med detta och att de insett hur viktigt det är att barnen rör på sig och att man som vuxen uppmuntrar till detta. Några respondenter berättar även att de blivit mera aktiva med barnen utomhus och att de numera gärna deltar i barnens lek ute på gården.

Även på hemmafronten upplever personalen att de har blivit aktivare och de säger att de också har ökat andelen fysisk aktivitet på fritiden. I de öppna svaren nämns allt från flera gympapass till en utökad vardagsmotion, där de svarande börjat ta trapporna istället för hissen och även börjat cykla eller gå till och från jobbet. Några stycken berättar även att

de använt materialet hemma och gympat med egna barn, som även de gillar materialet stort.

Ett fåtal av respondenterna säger att de personligen inte har ökat på den fysiska aktiviteten, men de flesta av dem tillägger att de varit fysiskt aktiva från tidigare, så att någon ökad mängd inte märkts. Många höll i alla fall med om att kampanjen och dess material var en bra källa för inspiration och även en bra påminnelse om hur viktigt det är med rörelse under dagens lopp.

6 DISKUSSION

I detta kapitel kommer jag att kritiskt granska materialet, mina valda metoder samt de resultat som jag fått. Resultatdiskussionen har jag delat upp i underrubriker med samma namn som de frågeställningar jag ställt i början av arbetet.

6.1 Metoddiskussion

I och med att enkäten redan var gjord och all data var insamlad före jag började på med detta arbete, så var arbetet ganska tydligt avgränsat redan då. Det var alltså frågan om personal från alla svenskspråkiga daghem i Finland. Folkhälsan gav mig ganska fria händer att bestämma själv vad jag ville fokusera på i arbetet och jag valde att inkludera fyra av de 24 frågor som fanns i enkäten. Frågeställningarna blev tre stycken och de tar fasta på dagispersonalens åsikter om Hoppa på-kampanjen och effekter till följd av den. Jag känner mig nöjd med de frågeställningar jag har valt och upplever att jag har fått svar på frågorna som ställts.

Populationen som enkäterna skickades ut till anser jag vara vettig, eftersom alla svenskspråkiga daghem i Finland inkluderades. Dock är det endast 38% av alla daghem som deltagit i undersökningen som svarat, vilket ger en väldigt låg svarsprocent. Detta gör det svårt att veta om resultaten faktiskt motsvarar hela populationens åsikt. Ifall bortfallet är snedfördelat finns det en risk för att en viss grupp inte alls finns med i undersökningen (Jacobsen 2010 s. 77)

Eftersom Folkhälsan har haft hand om datainsamlingen och framställningen av enkäten så litar jag på att de har gjort ett professionellt jobb. De har många år av erfarenhet i både forskning, hälsofrämjande projekt och inom temat barns fysiska aktivitet, så jag kan med god sannolikhet säga att enkäten baserar sig på en god teoretisk grund och att den är av både hög validitet och reliabilitet.

Frågorna som ingår i enkäten, tycker jag är tydligt formulerade med eventuella tilläggspöklaringar vid behov. Jag tycker även att enkätens uppbyggnad och ordningsföljden på frågorna i den, är logisk. Den börjar med att fråga upp lite bakgrundsfakta angående utbildning och fortsätter med respondentens nuvarande uppfattning om temat och kartlägger därefter graden och former av användningen av kampanjmaterialet, för att sen först mot slutet ta upp åsikter om kampanjen och liknande. Jacobsen (2010 s. 199) pratar om att inleda en enkät ”ofarligt” och avsluta med de känsligare frågorna, vilket till stor del stämmer in på denna enkät. Dock tycker jag att det till viss del blir lite personligt i början, när det frågas efter namnet på det dagis respondenten jobbar på, eftersom vissa daghem inte har så många anställda att det eventuellt kunde gå att lista ut vem personen i fråga är.

Enligt Jacobsen (2010 s.199) är det även en bra idé att öppna upp frågorna i enkäten nu som då eller att ha med några öppna frågor i slutet av enkäten så att respondenten får uttrycka sig med egna ord. De öppna frågorna kan även ge en djupare förståelse för ämnet och ta upp teman som forskaren inte tänkt på tidigare. Av dessa orsaker valde jag att ta med fråga nummer 20 i enkäten, eftersom respondenterna där helt fritt fått formulera sina svar. Jag upplevde dock att den frågan var den svåraste att analysera. Delvis för att det fanns så många svar att kategorisera och delvis för att flera svar inte direkt svarade på frågan som ställdes, vilket ledde till en hel del bortfall.

I fråga 19 i enkäten ska respondenterna kryssa för ett antal olika påståenden ifall de håller med. Alla dessa påståenden har en positiv riktning, vilket man borde undvika enligt Jacobsen (2010 s. 201-202). Han hävdar att detta kan styra respondenten att falla in i ett mönster där hen svarar likadant på flera påståenden. Man borde istället rikta frågorna både positivt och negativt så att respondenten tvingas att variera mellan att instämma och

inte instämma med påståendena. Eftersom det bara finns ett alternativ att kryssa för (instämmer), så vet man ju inte heller om de som inte kryssat för inte instämmer i påståendet eller om de bara skippat frågan. Detta anser jag vara en miss i enkäten.

6.2 Resultatdiskussion

I detta kapitel kommer resultaten från enkäten att diskuteras. Jag anser att mina frågeställningar har blivit besvarade i arbetet och jag kommer att diskutera varje frågeställning var för sig. Bara 38% av daghemmen deltog, vilket ger en väldigt låg svarsprocent och gör det därmed svårt att veta om resultaten gäller för hela populationen. Ytterligare så ombads respondenterna att i enkätens början berätta ifall de känner till Hoppa på och dess syfte, om de gör det delvis eller inte alls. Om de inte känner till Hoppa på, ombads de att hoppa över frågorna i den del av enkäten som jag har behandlat i detta arbete. 11% av respondenterna säger att de varken känner till Hoppa på eller dess syfte, vilket innebär fler bortfall.

I de öppna frågorna fanns en hel del information som inte direkt svarade på den ställda frågan. Några respondenter har till exempel nämnt i sitt öppna svar hur mycket barnen tycker om att sjunga Hoppa på-sången, när frågan egentligen ville ha svar på hur den fysiska aktiviteten har ökat på deras daghem. Flera liknande svar har upptäckts i data som insamlats och har inte räknats med i resultaten, men vissa återkommande teman har jag ändå valt att nämna i texten.

6.2.1 Hur betygsätter personalen Hoppa på-kampanjen?

Utgående från svarsresultaten i fråga 10 och 11, kan jag konstatera att respondenterna i överlag tycker att Hoppa på-kampanjen har varit lyckad. I fråga 10 har dock svarsprocenten varit väldigt varierande mellan de olika delarna av kampanjen som skulle betygsättas. Den högsta svarsprocenten ligger på 75% (kampanjmaterialet) och den lägsta på 15% (inspirationsträff för personal), vilket ger resultaten en varierande trovärdighet att det motsvarar hela populationens åsikter. I alla förutom en (kampanjens WEB-sidor) av de olika delarna i kampanjen, så har vitsordet 5 en stark majoritet. I delen kampanjens WEB-sidor så var vitsordet 4 populärast. De två lägsta vitsorden (2 och 1) har överlag väldigt

låg svarsprocent och de flesta ligger mellan 0-5%. Den enda som överskrider 5% i de lägre vitsorden är inspirationsträffen för personalen, där 11% har gett vitsordet 1.

I fråga 11, där man vill att respondenterna ger ett helhetsvitsord på hela kampanjen, har man fått en svarsprocent på 88%, vilket är den högsta svarsprocenten av alla frågor som finns med i detta arbete. De 12% som inte svarade har bara delvis eller inte alls känt till Hoppa på-kampanjen och dess syfte, vilket betyder att alla respondenter som kände till kampanjen har gett ett helhetsvitsord. Av de svarande så har över hälften gett kampanjen högsta möjliga vitsord (5) och ingen har gett varken det lägsta (1) eller det näst lägsta (2) vitsordet. Man kan alltså med god sannolikhet säga att dagispersonalen är positivt inställd till kampanjen.

6.2.2 Hur anser personalen att andelen fysisk aktivitet bland barn och personal har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?

Denna frågeställning besvaras med hjälp av fyra av påståendena i fråga 19, samt de öppna svaren från 20a och 20b. De påståenden från fråga 19 som tas med i frågeställningen är: fysiska aktiviteten bland barn har ökat, fysiska aktiviteten bland personalen har ökat, tiden då barnen sitter stilla har minskat, tiden då personalen sitter stilla har minskat.

Enligt fråga 19 i enkäten så tycker 41% av respondenterna att fysisk aktivitet bland barnen har ökat och 23% av dem anser att personalen har blivit mera fysiskt aktiva. 28% instämmer med att tiden då barnen sitter stilla har minskat och 14 % hävdar att tiden då personalen sitter stilla har minskat. Ingen av dessa svarsprocenter uppnår en enligt Jacobsen (2010 s. 233) "tillfredsställande" nivå på 50%, vilket får en att undra varför den är så låg. Man vet inte om respondenterna har valt att inte instämma eftersom de anser att påståendena inte stämmer, om de bara struntat i att svara eller om de anser att barn och personal redan rör på sig alldeles tillräckligt eller att mängden stillasittande inte varit ett problem sedan tidigare. Därför tycker jag att fråga 19 kunde ha haft flera svarsalternativ för att få en förklaring till detta. Jag vill dock ännu tillägga att trots att svarsprocenten var låg så är ju lite förbättring bättre än ingen alls.

Temat fysisk aktivitet dök även upp i de öppna frågorna 20a och 20b. I frågorna ville man veta på vilket sätt den fysiska aktiviteten har ökat till följd av Hoppa på-kampanjen, både på daghemmen och hos personalen personligen. Angående den fysiska aktiviteten på daghemmen så var det 54% som delade med sig av sin åsikt, vilket är en helt okej svarsprocent. Den svarsprocent som gällde personalens personliga fysiska aktivitet var inte lika tillfredsställande och stannade på 36%. Eftersom stor del av respondenterna har valt att inte svara på dessa frågor så undrar man ju förstås vad de hade för åsikt angående temat. Tyckte de inte att den fysiska aktiviteten alls ökade, har den fortsatt på samma sätt, kom de bara inte på något att skriva eller svarade de inte av bara lättja? Man vet inte om bortfallet hade en positiv eller negativ inställning till kampanjen. Av de respondenter som valt att svara på de öppna frågorna, så var den största delen av kommentarerna väldigt positiva och de flesta som ansåg att den fysiska aktiviteten inte ökat, tillade att daghemmet eller att de personligen redan sedan tidigare varit väldigt aktiva.

Det var på många olika sätt som den fysiska aktiviteten ökat på daghemmen. Många av respondenterna berättar att de ökat på antalet rörelsestunder eller till och med haft hela rörelsedagar eller rörelsefester med inspiration från Hoppa på-kampanjen. Det har även noterats att barnen rör på sig mera inomhus och börjat röra på sig mera på egen hand med bland annat rörelsekorten. Olika typer av pausgymnastik har också blivit mera vanligt och man använder även materialet när barnen hamnar att vänta på till exempel maten. Mera tid har spenderats utomhus på vissa daghem och utevistelsen har även blivit mera aktiv. Hoppa på-sången har varit en stor hit och väldigt många säger att de hoppat på till den mer eller mindre regelbundet. Även barn som tidigare inte vågat eller velat röra på sig har även de ryckts med i dansen.

Personalen tyckte att de personligen ökat på den fysiska aktiviteten genom att de börjat röra på sig mera med barnen och överlag under arbetsdagen, samt blivit aktivare i barnens lek utomhus. Flera säger även att de ökat på mängden fysisk aktivitet på fritiden i form av antingen flera träningspass eller mera vardagsgymnastik. Några har nämnt att de använder materialet hemma och hoppar och dansar med egna barn efter arbetstid.

Det var en hel del information som samlades in, som inte direkt svarade på frågan som ställdes i båda kvalitativa frågorna (20a och 20b), men speciellt stor del i den andra frågan

(20b). Det innebär att den del av svaren som faktiskt går att använda till att besvara denna frågeställning, inte är så stor som man kanske skulle ha hoppats. Att personalen har blivit aktivare på jobbet och mera delaktig i barnens lek är i alla fall något som tillräckligt många har nämnt i fråga 20b, för att jag ska tro att det är ett beteende som uppstått till följd av kampanjen.

6.2.3 Hur anser personalen att rörelseglädjen bland barnen har förändrats till följd av Hoppa på-kampanjen?

En kartläggning om rörelseglädje bland barnen dök upp i ett av påståendena i fråga 19, men det var även ett återkommande tema i de öppna frågorna 20a och 20b. Påståendet i fråga 19 löd: rörelseglädje (glädje att röra på sig) bland barnen har ökat. Det var 67% av respondenterna som höll med om det påståendet, vilket Jacobsen (2010 s. 233) anser vara mellan en bra (60%) och mycket bra (70%) svarsprocent.

Detta påstående kan igen ifrågasättas, på samma sätt som i föregående frågeställning, när det gäller den andel av respondenterna som inte svarade. Än en gång vet man inte varför de valde att inte instämma i påståendet. Kanske var det helt enkelt för att de ansåg att rörelseglädjen inte hade ökat, men orsaken kan även ha varit att de glömt att svara eller att de upplever att det redan finns tillräckligt av rörelseglädje bland barnen. 67% tycker jag ändå är en väldigt fin svarsprocent som visar att glädjen att röra på sig faktiskt ökade till följd av kampanjen.

Rörelseglädje frågades inte direkt efter i de öppna frågorna, men det är ändå ett tema som flera gånger nämns om och som jag även lite kan läsa mellan raderna i enkätsvaren. Speciellt mycket rörelseglädje tycks ha uppstått i samband med att man har hoppat på till kampanjsången. Personalen säger att barnen ofta frågar efter sången och att deras rörelseglädje smittar av sig när de hoppar och dansar, vilket de gärna gjort så ofta som möjligt. Personalen tycks även ha satsat mera på att planera och ha ledd rörelse på daghemmen, vilket i sin tur troligtvis har lett till att barnen har blivit inspirerade att även i den fria leken använda sig av kampanjmaterialet och även hitta på egna rörelser. Jag blir glad av att läsa att barn som tidigare inte velat röra på sig numera gör det lika glatt som alla andra.

Det är ett bevis på att barnen insett att kampanjens slogan ”alla får och alla kan” faktiskt stämmer.

6.3 Slutsatser

Enligt denna undersökning har daghemspersonalen ansett att Hoppa på-kampanjen varit lyckad. Den har ökat på både mängden fysisk aktivitet och rörelseglädje bland barn och personal på många svenskspråkiga daghem i Finland. Denna kampanj kunde byggas vidare på och fortsätta inspirera både barn och personal att leva ett sundare liv och utveckla goda vanor som får följa med dem hela livet.

KÄLLOR

- Dwyer, Genevieve; Higgs, Joy; Hardy, Louise & Baur, Louise. 2008, *What do parents and preschool staff tell us about young children's physical activity: a qualitative study*, International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity. Tillgänglig: <http://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/1479-5868-5-66> Hämtad 8.9.2016
- Folkhälsan a. 2016, *För hälsa och livskvalitet*. Tillgänglig: <http://www.folkhalsan.fi/start-sida/Om-oss/> Hämtad 15.8.2016
- Folkhälsan b. 2016, *Kompetens, engagemang och omsorg*. Tillgänglig: <http://www.folkhalsan.fi/start-sida/Om-oss/Folkhalsans-uppgift/Vara-varden/> Hämtad 15.8.2016
- Folkhälsan c. *Vår verksamhet, barn och familj*. Tillgänglig: <http://www.folkhalsan.fi/start-sida/Var-verksamhet/Barn--familj/> Hämtad 15.8.2016
- Folkhälsan d. 2014, *Hoppa på – Alla får och alla kan*. Tillgänglig: <http://www.folkhalsan.fi/start-sida/Aktuellt/newsitems/32401/> Hämtad 16.8.2016
- Folkhälsan e. 2016, *Motion för familjer och småbarn*. Tillgänglig: <http://www.folkhalsan.fi/start-sida/Var-verksamhet/Ma-bra/Motion--rorelse/Motion-for-familjer-och-smabarn-/Hoppa-pa--alla-far-och-alla-kan/> Hämtad 16.8.2016
- Jacobsen, Dan Ingvar. 2012, *Förståelse, beskrivning och förklaring*, 2a uppl., Lund: Studentlitteratur, 327 s.
- Karvinen, Jukka; Sääkslahti, Arja; Pönkkö, Anneli; Fonsèn, Elina; Kemppainen, Tiina; Soukainen, Ulla; Palosaari, Tanja; Korhonen, Niina & Ketola, Heli. 2015, *Glädje i rörelse, Valo*, 64 s. Tillgänglig: <http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTUvMDYvMjk-vMTVfMzNfNDNfMjUyX0dsX2RqZV9pX3JfcmVsc2VfUHJvZ3JhbWRva3VtZW50LnBkZiJdXQ/Gl%C3%A4dje%20i%20r%C3%B6relse%20Programdokument.pdf> Hämtad 15.8.2016
- Mattson, Mikael; Jansson, Eva & Hagströmer, Maria. 2014, *Fysisk aktivitet – begrepp och definitioner*. Tillgänglig: http://fyss.se/wp-content/uploads/2015/02/FYSS-kapitel_FA_Begrepp-och-definitioner.pdf Hämtad 17.8.2016
- Scriven, Angela. 2010, *Hälsoarbete*, 7e uppl., Elsevier Ltd, 439 s.

- Tammelin, Tuija. 2016, *Finland's Report Card 2016 on Physical Activity for Children and Youth*, Jyväskylä: LIKES Research Centre for Physical Activity and Health, 19 s. Tillgänglig: http://www.likes.fi/filebank/2562-reportcard_eng_web_01.pdf Hämtad 16.11.2016
- Trochim, William M.K. 2006, *Descriptive statistics, Research Methods Knowledge-Base*. Tillgänglig: <http://www.socialresearchmethods.net/kb/statdesc.php> Hämtad 21.10.2016
- Undervisnings- och kulturministeriet. 2016, *Motionsrekommendation för barn: minst tre timmar motion per dag*. Tillgänglig: http://www.okm.fi/OPM/Tiedotteet/2016/09/lasten_liikuntasuosituksset.html?lang=sv Hämtad 9.9.2016
- Valo. 2015, *Sätt fart på fötterna! Handbok för pedagoger*, 20 s. Tillgänglig: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTUvMDkvMTQvMT-BfNDBfMTZfNzk3X1ZhbG9fU2F0dEZ-hcnRQYUZvdHRlcm5hX0hhbmRib2tGb3JQZWRhZ29nZXJfRklO-QUwucGRmI1d/Valo_SattFartPaFotterna_HandbokForPedagoger_FINAL.pdf Hämtad 9.9.2016
- WHO. 2016, *Physical activity*. Tillgänglig: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs385/en/> Hämtad 16.8.2016

BILAGOR

Bilaga 1: Följebrev

Hoppa på-enkät

Bästa daghemspersonal

Folkhälsans och Yles stora gemensamma satsning, kampanjen Hoppa på, har snart pågått i ett år. Senaste vårtermin höll kampanjen på som intensivast med rörelsefester och material som skickades till alla svenskspråkiga daghem. Syftet med kampanjen är att uppmärksamma vikten av rörelse i tidig ålder och att lyfta upp rörelseglädje som en avgörande ingrediens i att främja fysisk aktivitet. Temat är aktuellt då forskningar visar att många barn i allt yngre åldrar sitter för mycket och rör på sig på tok för lite. Kampanjen har tagit fasta på deviserna "Alla får och alla kan" samt "Alla sätt är rätt". Du kan läsa mer om kampanjen på www.folkhalsan.fi/hoppapa eller buu.yle.fi.

Ulla från Söderkulla och Hoppa på ute

Kampanjens huvudpersoner är tv-figurena Bärtill och hans vänner som rör på sig på olika sätt. I höst har kampanjen utökats med Ulla från Söderkulla. Ulla är Älgens mor, som tycker om att bjuda på sig själv och som gillar skojig, ja ibland fäinig, rörelse i naturen. Yle har skapat och visat åtta avsnitt med Ulla under hösten i BUU-klubben. Folkhälsan vill också understryka vikten av att röra på sig utomhus. Att vistas i naturen ger många hälsofördelar och ökar t.ex. andelen fysisk aktivitet. Vi har därför bestämt oss för att göra nya kort som tar fasta på rörelse ute och fortsättningsvis på rörelseglädje.

Vad tycker ni?

Eftersom kampanjen har varit en stor satsning och i och med att kampanjen ännu fortsätter är det nu viktigt för oss att ta reda på hur många som tagit del av kampanjen och använt materialet i vardagen. Vi skickar därför en länk till en elektronisk enkät till svenskspråkiga daghem i Finland. I enkäten kartlägger vi förhållningssätt och attityder kring fysisk aktivitet och tar reda på hur kampanjen tagits emot samt era önskemål inför framtiden. Det här är viktigt både med tanke på kommande satsningar och för att få reda på effekter av satsningen. Vi hoppas att du kan sprida länken till hela den pedagogiska personalen på daghemmet. Tanken är att alla får svara på enkäten, vare sig man känner till kampanjen eller inte.

Länken till enkäten: www.folkhalsan.fi/hoppapaenkät

Utlotning av priser

För att få en heltäckande uppfattning om nuläget önskar vi att så många som möjligt svarar på enkäten. Bland alla som svarar lottar vi ut priser. Vi skickar ut nya Hoppa på ute-kort till alla daghem vars personal svarar. Vi lottar också ut 40 stycken av den nyutkomna boken "Bärtill och Hoppa-på-festen". Därtill har vi tre huvudvinster: en Hoppa-på-inspirationsdag på daghemmet för barn och personal.

Om ni hellre vill skriva ut enkäten är det bara att ta kontakt med mig, mikaela.wiik@folkhalsan.fi.

Med hopp om många svar och ett fortsatt gott samarbete,

Mikaela Wiik och kampanjen Hoppa på



Bilaga 2: Hoppa på-enkäten



Hoppa på - Enkät för daghemspersonal 2015-2016

Hoppa på - daghem 2015

Denna enkät har som avsikt att kartlägga graden och former av användning av materialet Hoppa på, att kartlägga åsikter och tankar kring projektet samt att få reda på utvecklingstips kring temat.

1. Daghemmet där jag jobbar:

2. Daghemmet där jag jobbar finns på orten:

3. Min högsta examen:

- Grundskola / Folkskola
- Yrkeskola
- Gymnasiet / Gymnasieexamen
- Lägre högskoleexamen / Examen på institutnivå
- Högre högskoleexamen
- Licentiat / Doktor
- Någon annan, vad?

4. Min utbildning?

Olika utbildningar har olika yrkesbeteckningar som kan ha ändrats. Vi är mer intresserade av utbildningsnivån än av den exakta yrkesbeteckningen. Välj alternativet som bäst beskriver din utbildning:

- Högre högskoleexamen (magister i pedagogik med inriktning på småbarns- och förskolepedagogik)
- Lägre högskoleexamen (barntädgårdslärare, universitet)
- Socionom (yrkeshögskola)
- Barntädgårdslärare på institutnivå
- Socialpedagog på institutnivå

- Grundexamen inom social- och hälsovårdsbranschen (närvårdare, barnskötare)
- Annan, vad?

5. Vilket alternativ beskriver bäst ditt nuvarande arbete?

- Jag arbetar som barnträdgårdslärare
- Jag arbetar som speciallärare inom småbarnspedagogik
- Jag arbetar som barnskötare
- Jag arbetar som daghemsföreståndare
- Jag arbetar som daghemsbiträde eller motsvarande
- Annat, vad?

6. Mina sammanlagda arbetsår inom småbarnsfostran

Räkna ihop alla dina arbetsår men dra av eventuella pauser och ledigheter då du inte arbetat inom småbarnsfostran.

7. I vilken utsträckning håller du med om följande påståenden?

1 = Av annan åsikt, 2 = Till en viss del av annan åsikt, 3 = Varken av samma eller olika åsikt, 4 = Till en viss del av samma åsikt, 5 = Av samma åsikt

	1	2	3	4	5
Jag tycker att övervikt är ett problem bland barn i åldern 3-6 år	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker att barn i åldern 3-6 år har orimligt hög skärmtid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker att barn i åldern 3-6 år rör på sig för lite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker att klumpighet är ett problem bland barn i åldern 3-6 år	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker att ängslighet när det gäller fysisk aktivitet är ett problem bland barn i åldern 3-6 år	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker det är viktigt att öka fysisk aktivitet bland barn på dagis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tycker det är viktigt att minska stillasittandet bland barn på dagis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag brukar planera in rörelsepauser under dagens lopp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag brukar vara fysiskt aktiv tillsammans med barnen på dagis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag upplever att det är lätt att uppmuntra barnen till att vara fysiskt aktiva under dagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Största delen av personalen i min grupp strävar efter att barnen skall vara så fysiskt aktiva som möjligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Största delen av personalen i min grupp strävar efter att minska tiden som barnen barnen sitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag strävar efter att barnen skall vara så fysiskt aktiva som möjligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag strävar efter att minska tiden som barnen sitter så mycket som möjligt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Jag känner till kampanjen Hoppa på och dess syfte

Om du svarade NEJ på frågan fortsätt till fråga 24. Svarade du Ja eller Delvis gå till fråga nio.

- Ja
- Delvis
- Nej

9. Jag har tagit del av kampanjen Hoppa på på följande sätt:

Du kan kryssa för flera alternativ

- Hoppa på fest, var?
- Inspirationsträff för daghemspersonal, var?
- Annat tillfälle där Hoppa på kampanjen varit synlig, vilket?
- Buu-klubben på TV
- WEBben (www.folkhalsan.fi/hoppapa eller buu.yle.fi)
- Kampanjens material (rörelsekort, plansch och CD)
- På annat sätt, vilket?
- Jag har inte tagit del av kampanjen på något sätt
- Jag minns inte om jag tagit del av kampanjen

10. Om du deltagit i något av följande evenemang eller använt dig av ngt av följande, vilket helhetsvitsord skulle du då ge det?

1 = inte speciellt bra ... 5 = väldigt bra

	Inte speciellt bra Väldigt bra				
	1	2	3	4	5
Hoppa på rörelsefest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inspirationsträff för daghemspersonal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annat evenemang, vilket? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kampanjens WEB-sidor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bärtill i Buu-klubben (TV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kampanjmaterialet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Vilket helhetsvitsord skulle du ge kampanjen?

1 = Dåligt, 2 = Inte speciellt bra, 3 = Varken bra eller dåligt, 4 = Bra, 5 = Mycket bra

	1	2	3	4	5
Helhetsvitsord för Hoppa på	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Vad är ditt intryck angående barns uppfattning om Hoppa på kampanjen?

1 = Dåligt, 2 = Inte speciellt bra, 3 = Varken bra eller dåligt, 4 = Bra, 5 = Mycket bra

	1	2	3	4	5
Barnens uppfattning om Hoppa på	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Har ni fått Hoppa på materialet till ert dagis?

- Ja
- Nej

- Vet inte
- Inte till dagis, men till mig personligen

14. Har ni använt materialet på ditt dagis?

- Ja
- Nej
- Vet inte
- Vi har inte materialet

15. Har du använt dig av materialet utanför daghemsmiljö?

- Ja, hur?
- Nej
- Vet inte
- Har inte materialet

16. Har Hoppa på ökat ditt intresse för att främja fysisk aktivitet hos barn?

- Ja
- Nej
- Vet inte
- Intresset var högt redan innan

17. Har någon av följande delar i kampanjen gett ett mervärde i ditt arbete?

Du kan kryssa för flera alternativ

- Rörelsefest, vad?
- Inspirationsträff, vad?
- Hoppa på sången
- Rörelsekorten
- Affischen
- Bärtil och hans vänner i Buuklubben
- Kampanjens WEB-sidor (www.folkhalsan.fi/hoppapa och buu.yle.fi)

18. Syns kampanjen Hoppa på i verksamheten på ditt dagis för tillfället?

- Ja
- Nej, varför inte?
- Vet inte

19. Om ni använt er av Hoppa på i er verksamhet på ditt dagis, är det något av följande som påverkats till följd av kampanjen och dess innehåll?

Du kan kryssa för flera alternativ

- Andelen fysisk aktivitet bland barnen har ökat
- Andelen fysisk aktivitet bland personalen har ökat
- Tiden då barnen sitter stilla har minskat
- Tiden då personalen sitter stilla har minskat
- Rörelseglädje (glädje att röra på sig) bland barnen har ökat
- Rörelsefriheten för barnen har ökat
- Annat, vad? _____

20. Om Hoppa på varit en del av er verksamhet på ditt dagis kan du då fritt berätta hur genom att svara på frågorna nedan?

a) På vårt dagis har vi till följd av kampanjen ökat andelen fysisk aktivitet på följande sätt:

b) Jag har personligen till följd av kampanjen ökat andelen fysisk aktivitet på följande sätt:

21. Skulle du önska en fortsättning på kampanjen Hoppa på?

- Ja
- Nej
- Vet inte

22. Om du svarade ja på föregående fråga, hurudan fortsättning skulle du då önska?

23. Min hälsning till Hoppa på kampanjen:

24. Om du inte tagit del av kampanjen eller känner till den, skulle du då vilja veta mera om den?

- Ja
- Nej
- Vet inte

25. Dina kontaktuppgifter:

Uppge här en e-post adress dit vi kan skicka dig mer information om kampanjen. Dina uppgifter kommer inte att kunna kopplas till dina övriga svar i enkäten.

Förmamn

Efternamn

E-post