



BACHELOROPPGAVE:

DIGITAL KOMMUNIKASJON MED
BARNEHAGEFORELDRE

FORFATTERE: PERNILLE KRISTIANSEN
 MARKUS DAHLMANN SANDEN
 RAYMOND A. REKLEV

Høgskolen i Gjøvik, IMT, Mediemanagement
Vår 2014

16.mai 2014

Sammendrag

Tittel: Digital kommunikasjon med barnehageforeldre

Dato: 16.05.2014

Deltakere: Pernille Kristiansen, Markus Dahlmann Sanden og
Raymond Alexander Reklev

Veileder: Dr. Jens Barland, Høgskolen i Gjøvik

Oppdragsgiver: Gjøvik kommune

Kontaktperson: Tom Torkehagen

Nøkkelord: digital kommunikasjon, intervju, kommune,

Antall sider: 92 + 28

Antall vedlegg: 12

Tilgjengelighet:

Kort beskrivelse av bacheloroppgaven:

Denne rapporten bygger på et ønske fra Gjøvik kommune om å se på digital kommunikasjon med barnehageforeldre. De kommunale barnehagene i Gjøvik kommune sliter med å få foreldre med i den digitale kommunikasjonen. Prosjektets målsetting er å foreslå tiltak som Gjøvik kommune i samarbeid med de kommunale barnehagene kan igangsette for å bedre den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldre. På bakgrunn av dette er rapportens innhold konsentrert omkring temaene digital kommunikasjon, digital kompetanse i barnehager og organisasjonsteori. For å kartlegge tilstanden i kommunale og private barnehager i Gjøvik kommune er det benyttet kvalitative intervjuer. Gjennom komparative studier redegjøres det for forskjeller og likheter mellom disse. Dette resulterer i forslag til tiltak for å tilpasse den digitale kommunikasjonen mellom kommunen og barnehageforeldre.

Abstract

Title: Digital communication with kindergarten parents

Date: 16.05.2014

Participants: Pernille Kristiansen, Markus Dahlmann Sanden and Raymond Alexander Reklev

Supervisor: Dr. Jens Barland, Gjøvik University College

Employer: The municipality of Gjøvik

Contact: Tom Torkehagen

Keywords: Digital communication, interview, municipality,

Number of pages: 92 + 28

Number of appendix: 12

Availability:

Short description of the bachelor thesis:

This report is based on a request from the municipality of Gjøvik to look at digital communications with kindergarten parents. Public kindergartens in Gjøvik are struggling to get parents to communicate through digital channels. The project's objective is to propose initiatives to improve digital communication between public kindergartens and parents. The content of the report is concentrated on the topics of digital communications, digital literacy in kindergartens and organizational theory. Qualitative interviews have been used in order to assess the state of public and private kindergartens in the municipality of Gjøvik. Comparative studies have been used to account for differences and similarities between them. This results in a proposal of initiatives to adapt the digital communication between the municipality of Gjøvik, public kindergartens and parents.

Forord

Denne rapporten er skrevet i forbindelse med vår avsluttende bachelorgrad i Mediemanagement ved Høgskolen i Gjøvik. Oppdragsgiver for dette prosjektet har vært Gjøvik kommune. Vi håper rapporten vil være til nytte for Gjøvik kommune. I forbindelse med prosjektarbeidet er det flere personer vi vil takke.

Vi vil særlig rette en takk til vår kontaktperson i Gjøvik kommune, Tom Torkehagen, for godt samarbeid. I tillegg vil vi takke kommunalsjef, Aasbjørn Pålshaug og barnehagerådgiver Randi Hauge, samt styrer i Lissomskogen barnehage, Sidsel Martinsen. Vi vil samtidig takke alle ansatte ved barnehagene vi har besøkt, for å ha tatt oss godt imot og vært positive til prosjektet.

Vi vil også rette en spesiell takk til vår veileder gjennom prosjektet, Dr. Jens Barland, for gode råd og hjelp på veien.

Til slutt vil vi takke venner og familie for korrekturlesing av rapporten.


Gjøvik, 16.05.2014



Pernille Kristiansen



Markus Dahlmann Sanden



Raymond Alexander Reklev

Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING	1
1.1 INTRODUKSJON	2
1.2 BAKGRUNN	3
1.3 MOTIVASJON FOR OPPGAVEN	4
1.4 PROBLEMSTILLING	5
1.5 RAMMER OG AVGRENSNINGER	6
1.6 MÅL OG MÅLGRUPPE	7
1.6.1 MÅLGRUPPEN FOR RAPPORTEN	7
1.6.2 GRUPPENS MÅL FOR PROSJEKTET	7
1.6.3 EFFEKTMÅL	7
1.6.4 RESULTATMÅL	7
1.7 GRUPPENS KOMPETANSE	8
1.8 RAPPORTENS OPPBYGNING	8
2. TEORI	9
2.1 LITTERATURSTUDIE	10
2.2 DIGITAL KOMMUNIKASJON	10
2.2.1 ENVEIS- OG TOVEISKOMMUNIKASJON	11
2.3 DIGITAL KOMPETANSE	12
2.4 ORGANISASJONSENDRINGER OG ENDRINGSLEDELSE	15
2.4.1 STRUKTURELL ENDRING	15
2.4.2 ENDRINGSLEDELSE I BARNEHAGEN	16
3. METODE	18
3.1 VALG AV FORSKNINGSSTRATEGI	19
3.2 DATAINNSAMLING	20
3.3 KVALITATIVE UNDERSØKELSER	20
3.3.1 USTRUKTURERTE INTERVJUER	20
3.3.2 UTVALG AV INTERVJUOBJEKTER	22
3.3.3 UTVALG AV DIGITALE KOMMUNIKASJONSVERKTØY	23
3.3.4 FEILKILDER	24
3.3.5 INTERVJUOVERSIKT	25
3.3.6 ANDRE KOMMUNERS NETTSIDER	26
3.4 KVANTITATIV UNDERSØKELSE	26
3.4.1 SPØRREUNDERSØKELSE	27
3.4.2 GJENNOMFØRING AV SPØRREUNDERSØKELSE	27
3.4.3 SPØRREUNDERSØKELSENS RELIABILITET OG VALIDITET	28
3.5 METODETRIANGULERING	28
3.6 INNSAMLING AV SEKUNDÆRDATA	29
3.7 BEARBEIDELSE, ANALYSE, TOLKNING OG RAPPORTERING	30
3.8 METODEKRITIKK	30
4. GJØVIK KOMMUNES NETTPORTAL	31
4.1 ØNSKET SITUASJON	32

4.2 REGJERINGENS DIGITALISERINGSPROGRAM	33
4.3 BARNEHAGETJENESTEN PÅ EN NY NETTPORTAL	34
4.3.1 BARNEHAGETJENESTEN PÅ ANDRE KOMMUNERS NETTPORTALER	35
4.4 OPPSUMMERING	37
5. DIGITAL KOMMUNIKASJON I BARNEHAGENE	38
<hr/>	
5.1 INTRODUKSJON	39
5.2 DIGITAL KOMMUNIKASJON I KOMMUNALE BARNEHAGER	39
5.2.1 HJEMMESIDELØSNINGEN I BARNEHAGENE	40
5.2.2 BARNEHAGENES BRUK AV HJEMMESIDEN	40
5.2.3 HVORDAN BARNEHAGENE OPPLEVER MOAVA HJEMMESIDER	41
5.3 DIGITAL KOMMUNIKASJON I PRIVATE BARNEHAGER	42
5.3.1 DIGITAL KOMMUNIKASJON I MARIHØNA BARNEHAGE	42
5.3.2 DIGITAL KOMMUNIKASJON I ENGEHAUGEN MENIGHETSBARNEHAGE	44
5.4 DIGITAL KOMPETANSE I BARNEHAGENE	47
5.4.1 DEMOBRUKERE	47
5.4.2 DIGITAL KOMPETANSE I PRIVATE OG KOMMUNALE BARNEHAGER	48
5.4.3 HOLDNING TIL DIGITAL KOMMUNIKASJON	50
5.4.4 KARTLEGGING AV DIGITAL KOMPETANSE	50
5.5 LIKHETER OG FORSKJELLER MELLOM KOMMUNALE OG PRIVATE BARNEHAGER	52
5.6 DIGITALE KOMMUNIKASJONSVERKTØY	55
5.6.1 MOAVA	55
5.6.2 MYKID	56
5.6.3 ITSLEARNING	57
5.6.4 PBL BARNEHAGEWEB	57
5.6.5 OVERSIKT OVER VERKTØYENE	58
5.7 OPPSUMMERING	59
6. DRØFTING OG FORSLAG TIL TILTAK	60
<hr/>	
6.1 GJØVIK KOMMUNES NETTPORTAL	61
6.1.1 KOMMUNALE BARNEHAGER I ANDRE KOMMUNER	62
6.2 ÅRSAKER TIL ULIK BRUK AV DIGITAL KOMMUNIKASJON I BARNEHAGENE	63
6.3 ULIKE DIGITALE KOMMUNIKASJONSLØSNINGER	66
6.3.1 HJEMMESIDELØSNINGER	66
6.3.2 LUKKET KOMMUNIKASJONSLØSNING	68
6.4 VIRKNINGEN AV EN NY KOMMUNIKASJONSLØSNING	69
6.5 FORSLAG TIL TILTAK	72
6.6 TILTAKSLISTE	72
6.6.1 TILTAK 1: KOMMUNENS NYE NETTPORTAL	72
6.6.2 TILTAK 2: NYTT KOMMUNIKASJONSVERKTØY	75
6.6.3 TILTAK 3: HOLDNINGSENDRING OG TILPASNING	78
7. KONKLUSJON OG VIDERE ARBEID	80
<hr/>	
7.1 KONKLUSJON	81
7.2 VIDERE ARBEID	83
7.2.1 SØKERE AV BARNEHAGE	83
7.2.2 HOLDNINGSENDRINGER OG ØKT DIGITAL KOMPETANSE	84

8. EVALUERING	85
8.1 MÅLOPPNÅELSE	86
8.2 LÆRINGSUTBYTTE	86
8.3 PROSJEKTARBEIDET	86
8.4 TIDSBRUK	87
8.5 KRITIKK AV OPPGAVEN	88
9. REFERANSER	89
PERSONLIG KOMMUNIKASJON	90
LITTERATURLISTE	91
10. VEDLEGG	93
VEDLEGG 1 – PROSJEKTAVTALE	94
VEDLEGG 2 - PROSJEKTPLAN	96
VEDLEGG 3 - INTERVJUGUIDE	105
VEDLEGG 4 - SPØRREUNDERSØKELSE	106
VEDLEGG 5 – OPPSUMMERT SPØRREUNDERSØKELSE	107
VEDLEGG 6 – INFORMASJONSSKRIV TIL FORELDRE	108
VEDLEGG 7 – OPPLYSNINGER FRA OPPDRAGSGIVER	109
VEDLEGG 8 – OPPLYSNINGER FRA PBL	110
VEDLEGG 9 – UTDRAK AV VEILEDNINGER	112
VEDLEGG 10 - LOGG	114
VEDLEGG 11 – SKISSE AV LISSOMSKOGEN BARNEHAGE PÅ KOMMUNEPORTALEN	118
VEDLEGG 12 – SKISSER AV BARNEHAGETJENESTEN PÅ KOMMUNEPORTALEN	119

Figurliste

<i>Figur 1: Modell for enveiskommunikasjon</i>	<i>11</i>
<i>Figur 2: Modell for toveiskommunikasjon</i>	<i>11</i>
<i>Figur 3: Intervjuoversikt</i>	<i>25</i>
<i>Figur 4: Modell for digital kompetanse og holdning</i>	<i>51</i>
<i>Figur 5: Oversikt over digitale kommunikasjonsverktøy</i>	<i>58</i>
<i>Figur 6: Eksempel på hvordan barnehagenes sider kan se ut på en ny nettportal</i>	<i>73</i>
<i>Figur 7: Gantt-skjema for planlagt tidsforbruk</i>	<i>87</i>
<i>Figur 8: PERT-kart som viser sammenhengen mellom aktivitetene</i>	<i>103</i>

1. Innledning

1.1 Introduksjon

Det var en gang en barnehage som hadde sendt ut papirbeskjed om turdag i barnehagen. Da mamma hentet lille Per den dagen fikk hun beskjeden i hånda. Turdagen kom og lille Per ble levert i barnehagen, av pappa denne gangen. Men lille Per hadde ikke fått med seg de klærne han trengte. Pappa hadde nemlig ikke fått den beskjeden. Den papirbeskjeden lå gjemt under de møkkete støvlene i gangen. I gangen hos mamma, som ikke bor sammen med pappa.

Dette er en fiktiv historie, men den kunne like gjerne vært sann. Mange småbarnsforeldre er på digitale skjermer hele tiden. De bruker smarttelefoner, nettbrett og laptopper på jobb og i fritiden. De kan knapt stå i kø på butikken uten å trykke på mobilen. De handler på internett, chatter på Facebook og hører på musikk fra telefonen. Digitale skjermer er blitt en stor del av deres hverdag. Hvorfor er ikke da barnehageforeldre mer aktive i den digitale kommunikasjonen med barnehagen?

Når barna begynner i barnehagen blir de overlatt til de ansatte. Spesielt foreldre med delt ansvar kan oppleve å miste mye av barnets hverdag. Mange bruker mye tid på å tenke på barna sine når de er i barnehagen. «Hvordan har lille Per det?» og «Hva gjør lille Per akkurat nå?». I de fleste barnehager tar de ansatte bilder av barna når de leker, spiser, er på tur eller lignende. Barnehageforeldrene, som gjerne ønsker å se disse bildene i pausen på jobb, må derimot vente - og i mange tilfeller helt til de ansatte en gang i måneden laster opp bilder på hjemmesiden, eller når de får en CD ved slutten av året.

Mange barnehager benytter i liten grad digitale kommunikasjonsverktøy for å kommunisere med foreldre. Å benytte lappesystemer i 2014 kan virke litt utdatert, men er fremdeles en vanlig praksis. Mengder med papir forbrukes for informasjonsformidling hvert år i barnehagene. Hvorfor benyttes ikke digitale kommunikasjonsverktøy i større grad med foreldrene?

IKT spiller i dag en stor rolle i samfunnet og stadig flere benytter seg av digitale verktøy både privat og i jobbsammenheng. MedieNorge er en database som publiseres av Universitetet i Bergen med statistikk og fakta om medier og mediebruk i det norske samfunnet. Tall derfra viser at internettilgangen har økt fra 13 prosent i 1997 til 95 prosent i 2012 (MedieNorge 2014). Dette viser at i løpet av 15 år har samfunnet endret seg fra at noen få hadde tilgang til internett hjemme til at nesten alle har det. Som en følge presenterte regjeringen ved Fornyings- administrasjons- og kirkedepartementet (FAD) i 2012 *På nett med innbyggerne - Regjeringens digitaliseringsprogram*. Offentlig sektor skal nå møte brukerne der de er - på nett. I denne oppgaven har vi brukt lokale barnehagers digitale kommunikasjon som et eksempel på hvordan man på kommunenivå kan imøtekomme denne overordnede digitaliseringspolitikken fra de sentrale myndighetene.

1.2 Bakgrunn

Gjøvik kommune er en mellomstor innlandskommune som ligger i Oppland fylke. Her bor det i underkant av 30 000 innbyggere. Kommunen har et ønske om å gi innbyggerne et bedre digitalt tilbud av kommunale tjenester. I prosjektet inngår det å digitalisere store deler av tjenestene de tilbyr, noe som betyr at kommunikasjonen og informasjonsformidlingen med innbyggerne må endres.

Vår kontaktperson i Gjøvik kommune har vært kommunikasjonsrådgiver Tom Torkehagen (vedlegg 1). Han fortalte at prosjektet er en konsekvens av at dagens løsning er gått ut på dato. Nettportalen Gjøvik kommune benytter ble lansert i 2003 og er endret lite siden 2006. På den tiden ble portalen ifølge Torkehagen sett på som en god kommuneside, men de erkjenner at nettsiden ikke holder høy nok standard for 2014.

Utformingen av barnehagetjenesten inngår i prosessen med utvikling av en ny kommunal nettportal. Gjøvik kommune har i dag 29 barnehager. For kommunen er barnehagetjenesten viktig fordi barnehageforeldrene er ofte på et tidlig stadium i et potensielt livslangt forhold med kommunen. Det er per i dag 1500 barn som går i

barnehage i Gjøvik kommune. Det betyr at nærmere 10 % av innbyggerne er barnehageforeldre.

Gjøvik kommune hadde et ønske om at vi skulle se på muligheter for forbedring av den digitale kommunikasjonen mellom kommunen og barnehageforeldrene. De kommunale barnehagene i Gjøvik kommune sliter med å få med seg foreldrene inn i den digitale kommunikasjonen.

Gjøvik kommune har rollen som eier for de kommunale barnehagene, og oppdragsgiver for de private barnehagene. På Gjøvik kommunes nettportal presenteres barnehagetilbudet som omfatter alle barnehagene i kommunen, både kommunale og private. Selv om barnehagene i kommunen er egne organisasjoner er de en del av Gjøvik kommunes tilbud til innbyggerne. Det betyr at kommunen skal være en støttespiller for at barnehagene kan drive best mulig kommunikasjon med foreldrene.

Ved å se på kommunikasjonen mellom barnehagene i Gjøvik og barnehageforeldrene, kan vi lære noe som også kan anvendes i andre digitaliseringsprosjekter i offentlig sektor.

1.3 Motivasjon for oppgaven

Offentlig sektor er i en omfattende prosess med digitalisering av offentlige tjenester. Skatteetaten, Lånekassen og Digipost er gode eksempler på dette, men det er fortsatt mye som gjenstår, spesielt på kommunalt nivå.

Å ta del i denne prosessen er utrolig spennende, og ikke minst betydningen arbeidet kan føre til. Å kunne ha en innvirkning på hvordan kommunen i fremtiden kommuniserer med sine innbyggere er motiverende. Digital kommunikasjon er et fagområde som interesserer oss og på bakgrunn av dette tok vi kontakt med Gjøvik kommune.

1.4 Problemstilling

På bakgrunn av innledningen har vi utarbeidet følgende problemstilling:

Hvordan kan Gjøvik kommune tilpasse den digitale kommunikasjonen til barnehageforeldrene på en bedre måte enn i dag?

Vi tolker problemstillingen som hvordan Gjøvik kommune kan legge til rette for at de kommunale barnehagene kan utøve god digital kommunikasjon med barnehageforeldre. Og på den måten få foreldre til å delta i større grad enn i dag.

Ved utarbeidelsen av en ny nettportal ser kommunen på muligheter for å erstatte de kommunale barnehagenes behov for å ha egne hjemmesider. Samtidig ønsker barnehagene økt digital kommunikasjon med foreldrene. Problemstillingen reiser derfor flere forskningsspørsmål, både for kommunen og barnehagene.

- Hvorvidt kan en ny kommunal nettportal erstatte barnehagenes behov for egne hjemmesider? Dette er hovedtema i kapittel 4.
- Hvilken rolle spiller ansattes holdning og digitale kompetanse til bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen med foreldre? Og hvilke forskjeller er det mellom kommunale og private barnehager i forhold til digital kommunikasjon med barnehageforeldre? Dette er hovedtemaene i kapittel 5.

Som en følge av at Gjøvik kommune er eier av de kommunale barnehagene, rettes prosjektets arbeid mot å finne en felles løsning for alle kommunale barnehager som en helhet. Det innebærer å foreslå tiltak som forbedrer den digitale kommunikasjonen mellom barnehage og foreldre.

Denne rapporten har ikke som formål å erstatte den daglige dialogen i barnehagene, men vise hvordan kvaliteten kan øke ved å supplere med en god digital kommunikasjonsstrategi. Hensikten er å komme med forslag til hvordan Gjøvik kommune og de kommunale barnehagene kan legge til rette for bedre digital kommunikasjon med foreldre.

1.5 Rammer og avgrensninger

Barnehagetjenesten har to målgrupper for sin kommunikasjon med innbyggerne. Foreldre som har barn i barnehage, og de som skal søke barnehageplass. Denne rapporten rettes hovedsakelig mot digital kommunikasjon med foreldre som allerede har barn i barnehager i Gjøvik kommune, men vil nevne potensielle søkere der det er aktuelt.

For å presentere en rapport med høy kvalitet ut fra tiden vi har til rådighet, er vi nødt til å sette noen avgrensninger. Vi kommer derfor ikke til å gå i dybden på sosiale medier som kommunikasjonskanal og -verktøy i barnehagene.

Sosiale medier er i utgangspunktet en god kanal, hvor flesteparten av barnehageforeldrene allerede er. Flere barnehager har allerede egne grupper på Facebook, i regi av barnehagen. Av de sosiale mediene er Facebook den mest aktuelle å bruke, da det er mulig å opprette lukkede grupper, samt at majoriteten av foreldrene antakeligvis finnes her. Allikevel setter Facebook en del begrensninger knyttet til personvern, samtidig som de har rett til å bruke bildene barnehagene har lastet opp (Facebook 2013). Dette kan bli et problem, og av den grunn utelukkes sosiale medier som en løsning til digital kommunikasjon i denne rapporten.

Vi vil videre avgrense oss mot å prototype et forslag til utforming av barnehagetjenesten på en ny nettportal. Vi velger å fremme forslag på konseptnivå i forhold til nettportalen, og heller lage skisser for å illustrere hva en fremtidig nettportal kan bety for barnehagenes digitale kommunikasjon. Koding og prototyping utelukkes derfor fra denne rapporten.

Siden det er vanskelig å se for oss avgrensninger i forkant av prosjektet, vil vi ta løpende beslutninger om ytterligere avgrensninger.

1.6 Mål og målgruppe

I denne delen presenteres målgruppen, gruppens mål, samt overordnede mål for prosjektet.

1.6.1 Målgruppen for rapporten

Denne rapporten er skrevet for sensorene for bacheloroppgaven i Mediemanagement ved Høgskolen i Gjøvik, på oppdrag for Gjøvik kommune. Rapporten kan være til nytte for barnehager i andre kommuner, samt andre studenter som skriver oppgaver om digital kommunikasjon i kommuner.

1.6.2 Gruppens mål for prosjektet

Vårt mål for bachelorprosjektet er å utarbeide en rapport med forslag til hvordan Gjøvik kommune kan legge til rette for god digital kommunikasjon med barnehageforeldre. Vi har en ambisjon om at rapporten skal kunne være til nytte for kommunen og de kommunale barnehagene.

1.6.3 Effektmål

Harald Westhagen m.fl. (2008) presiserer i boka *Prosjektarbeid* at et «effektmål beskriver de effekter eller gevinster bedriften tar sikte på å oppnå ved å gjennomføre prosjektet». I denne sammenheng blir bedriften oss som utfører bacheloroppgaven.

Effektmålet er å bidra til forståelse, utvikling og rådgivning for Gjøvik og andre norske kommuner innen digital kommunikasjon.

1.6.4 Resultatmål

Resultatmålene forteller hva som skal foreligge når prosjektet er ferdig, og bestemmes ut fra effektmålet (Westhagen mfl. 2008).

Denne rapporten er ment for å avdekke mulighetene for Gjøvik kommunes tilrettelegging av digital kommunikasjon med barnehageforeldre. Rapporten skal ha overføringsverdi for andre sektorer i Gjøvik kommune, og ikke minst andre kommuner.

1.7 Gruppens kompetanse

Dette er en oppgave innenfor medieledelse. Vi vektlegger derfor ledelsesperspektivet i prosjektarbeidet. Det betyr at teori og undersøkelser preges av å være ledelsesorientert.

Vi har kompetanse på bachelornivå i Mediemanagement, med emner som omfatter blant annet bedriftsutvikling, organisasjonsteori og endringsledelse, prosjektledelse, webdesign, informasjons- og publiseringsteknologi, kvalitetsledelse med vitenskapelige metoder og ledelse- og organisasjonspsykologi.

1.8 Rapportens oppbygning

Denne rapporten kan deles i to deler; Første del er kapittel 1 til 3 og andre del er kapittel 4-7. Kapittel 1 er rapportens innledning. I kapittel to presenteres aktuell teori. Kapittel tre tar for seg metode i arbeidet med dette prosjektet.

Del to omfatter kapittel 4 til 7, hvor kapittel 4 er en analyse av intervjuer og innsamlede data i forhold til Gjøvik kommunes nåværende nettsted. Kapittel 5 tar for seg analyse av intervjuer gjort i forhold til den digitale kommunikasjonen mellom barnehager og barnehageforeldre. Kapittel 6 viderefører funnene i kapittel 4 og 5 og vil bestå av drøfting og forslag til tiltak for bedre digital kommunikasjon mellom kommunen, barnehagen og barnehageforeldrene. I kapittel 7 presenteres en konklusjon og sammendrag av alle forslagene. Til slutt vil vi foreta en evaluering av prosjektet i et eget kapittel, som blir kapittel 8.

2. Teori

I dette kapitlet presenteres relevant teori som danner grunnlaget for analyse av innsamlede data. Kapitlet tar først for seg teori om digital kommunikasjon med relevante begreper, deretter teori om digital kompetanse i barnehager. Til slutt presenteres teori om organisasjonsendringer og endringsledelse.

2.1 Litteraturstudie

Prosjektet ble innledet med innhenting av relevant fagstoff. I tillegg til å velge ut relevante bøker fra bachelorforløpet har vi supplert med annen relevant litteratur. Vi har spesielt lagt vekt på ledelsesteori og litteratur om digitalisering i barnehagen. Pensumlitteratur og tilsvarende faglitteratur er noe vi anser som troverdige kilder. Annen litteratur har vi derimot vært litt mer kritiske til. Vi har derfor forhørt oss med veileder for å sikre påliteligheten. Vi har også satt oss inn i offentlige dokumenter som lover, reguleringer, rammeplaner, utredninger og strategier.

Som en følge av at vi studerer medieledelse bærer litteraturen i kapittelet preg av å være ledelsesorientert. Vi har likevel valgt å avgrense oss mot å bruke et stort antall bøker, men velger ut noen få bøker og går i dybden på disse. Vi lar innsamlet data få stor plass i rapporten.

2.2 Digital kommunikasjon

Under digital kommunikasjonsteori vil det bli presentert informasjon om hva kommunikasjon og digital kommunikasjon er, samt enveis- og toveiskommunikasjon.

I boken *Kommunikasjon* påpeker Tor Edvin Dahl (2003, s. 11) at kommunikasjon foregår fra en sender gjennom et medium eller kanal og til mottaker. Digital kommunikasjon er da når mediet eller kanalen er digital, som for eksempel SMS, e-post, kommentarfelt eller Twitter. Digitale kommunikasjonsverktøy er verktøy som formidler informasjon gjennom digitale kanaler. Det kan også forstås som digitale kommunikasjonsplattformer.

Digital kommunikasjon er et sterkt voksende fagområde. Stadig flere benytter digitale verktøy i hverdagen, både privat og på jobben. I tillegg til økt bruk av digitale verktøy, øker nettilgangen. Dette fører til at flere og flere personer, bedrifter og offentlige instanser ser behovet for å være på nett. I takt med utviklingen av digitale verktøy øker også bruken av det. Dette har åpnet for nye kommunikasjonsmuligheter gjennom digitale kanaler (Dahl 2003, s. 231).

2.2.1 Enveis- og toveiskommunikasjon

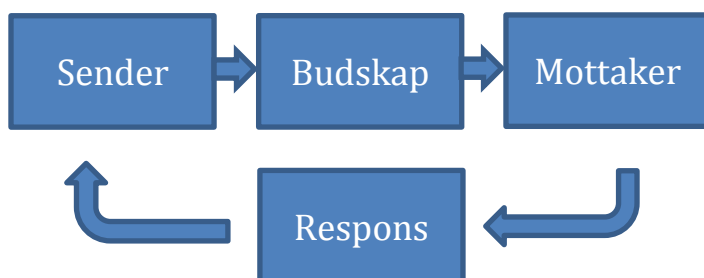
Innledningsvis i kapittel 2.2 presenteres kommunikasjon som noe som skjer fra sender gjennom et medium eller kanal og til mottaker. Men videre stiller Dahl (2003, s. 11) spørsmål om mottakeren spiller en større rolle enn hva som blir gitt uttrykk for, og legger til at det hele går i sirkel, hvor respons eller resultat sendes tilbake fra mottaker til sender. Kommunikasjonen går da fra enveis- til toveiskommunikasjon. Både enveis- og toveiskommunikasjon er viktig å presisere hver for seg.

Typisk *enveiskommunikasjon* kan være infoskriv. Innen digital kommunikasjon er nyhetsbrev klassisk enveiskommunikasjon. De blir ofte sendt fra en e-postadresse som det ikke er mulig å svare til, for eksempel *noreply@kommune.no*. Andre typiske digitale enveiskommunikasjonsformer er reklameannonser, blogger, artikler uten kommentarfelt og en del nettsider. Barnehagen bedriver for eksempel enveiskommunikasjon når de deler ut årsplan eller sender ut varsler om nytt innhold på hjemmesiden.



Figur 1: Modell for enveiskommunikasjon

En *toveiskommunikasjonskanal* er en kanal som legger til rette for toveiskommunikasjon. Toveiskommunikasjon foregår når mottakeren har mulighet til å respondere, og gjør det. Telefon, e-post (foruten ovennevnte eksempel) og chat er typiske toveiskommunikasjonskanaler. I tillegg åpner kontaktskjema og kommentarfelt på nettsider for toveiskommunikasjon.



Figur 2: Modell for toveiskommunikasjon

Kommunens nettportal blir på mange måter en enveiskommunikasjonskanal, siden de først og fremst er ment for at innbyggerne skal finne informasjon og utføre tjenester selv. I denne oppgaven blir toveiskommunikasjon i barnehagene viktigst. Foreldrene ønsker å vite hvordan barnet har klart seg gjennom dagen, og barnehagene ønsker å vite hvordan de kan tilrettelegge best mulig for barna. Det er også viktig for barnehagene å få beskjed når barna er syke, og om andre enn mor eller far skal hente barnet.

2.3 Digital kompetanse

Mye av arbeidet i denne oppgaven er rettet mot å kartlegge i hvilken grad barnehagene i kommunen benytter seg av digitale verktøy i sin kommunikasjon. Grunnen til at vi har valgt å fokusere på temaet digital kompetanse, er fordi det stilles visse krav til ansattes digitale ferdigheter ved bruk av IKT i kommunikasjonen. Og fordi kompetansenivået har mye å si for hvilke verktøy barnehagene benytter. I bøkene om digital kompetanse i barnehagen er kapitler om lederens rolle og kompetanse blant ansatte det som hovedsakelig er vektlagt.

Først vil vi gi en forklaring på hva digital kompetanse er. Deretter vil vi presentere en enkel modell for kartlegging av digital kompetanse i barnehagene.

Digital kompetanse er et begrep som også kan forstås som digitale ferdigheter. En enkel forklaring kan da være hvor godt man behersker bruk av digitale medier som pc, mobil, digitalkamera, internett og så videre. I Utdanningsdirektoratets *Rammeverk for grunnleggende ferdigheter* defineres digitale ferdigheter som å

kunne bruke digitale verktøy, medier og ressurser hensiktsmessig og forsvarlig for å løse praktiske oppgaver, innhente og behandle informasjon, skape digitale produkter og kommunisere. Digitale ferdigheter innebærer også å utvikle digital dømmekraft gjennom å tilegne seg kunnskap og gode strategier for nettbruk (Utdanningsdirektoratet 2012, s. 6).

Noen barnehager benytter digitale verktøy i kommunikasjonen, andre gjør det ikke. Barnehager er forskjellige og det finnes ulike årsaker til at de ikke benytter seg av det.

Noen velger å ikke gjøre det, mens andre ikke har de nødvendige ferdighetene til å kunne ta det i bruk.

I boken *Digital kompetanse i barnehagen* skriver Ane Bergersen om barnehagepersonalets møte med IKT. Hun berører viktige tema som kartlegging av ansattes vilje og kompetanse på IKT, holdninger til digitale verktøy og hvordan personalet i barnehagen takler endringer.

Boken fremstiller blant annet en modell for kartlegging av den digitale nåsituasjonen i barnehagen. Modellen består av fire kategorier og er ment for å belyse hvorfor de ansatte bruker eller ikke bruker digitale verktøy i sitt arbeid (Bergersen 2010, s. 122):

1. Kan og vil
2. Kan, men vil ikke
3. Vil, men kan ikke
4. Vil ikke og kan ikke

Kategori 1 innebærer at den ansatte har kompetanse og er villig til å bruke digitale verktøy i arbeidet. Ansatte som er i kategori 2 har kompetanse på IKT, men ønsker derimot ikke å benytte seg av digitale verktøy i arbeidet. Her skriver Bergersen (2010, s. 122) at det blant annet kan være politiske årsaker eller en frykt for store forandringer som ligger bak. Kategori 3 er ansatte som har lyst til å bruke digitale verktøy, men som ikke besitter tilstrekkelige ferdigheter til å kunne benytte det. Bergersen (2010, s. 122) hevder at dette er positive ansatte som er endringsvillige og mener det er viktig å jobbe med IKT. Den siste kategorien består av ansatte som hverken kan eller har lyst til å bruke digitale verktøy. Bergersen (2010, s. 123) mener dette kan være ansatte som ikke åpent sier at de ikke vil, men som bruker argumenter som at de ikke behersker IKT. Videre påpeker hun at årsaken kan knyttes til variabler som kjønn og alder.

Kunnskapsdepartementet har i *Rammeplan for barnehagens innhold og oppgaver* påpekt at «Barnehagen skal være en lærende organisasjon slik at den er rustet til å møte nye krav og utfordringer. Kvalitetsutvikling i barnehagen innebærer en stadig utvikling av personalets kompetanse» (2012, s. 22). Jacobsen og Thorsvik definerer en lærende

organisasjon som «en organisasjons evne til å se relevans og verdi i ny informasjon, og gjøre seg nytte av informasjonen» (2007, s. 337).

Nina Bølgan skriver i *Vil du være med, så heng på! at* «Lederen er den som må dra hele personalet med i det digitale utviklingsarbeidet» (2008, s. 63). Hun skriver videre at det ikke betyr at lederen må være ekspert på IKT, men at lederen må ha en grunnleggende forståelse for hvordan digitale verktøy kan brukes i barnehagen. Bergersen (2010, s. 124) bygger på denne antakelsen og hevder at styreren må kartlegge sin egen holdning og kompetanse på IKT før digitale verktøy introduseres i barnehagen. Hun hevder videre at den samme kartleggingen bør også gjøres på alle ansatte.

Mennesker er forskjellige og har ulike preferanser og ferdigheter når det kommer IKT. Det viser undersøkelsene som er gjort i *Digital kompetanse i barnehagen*.

Utdanningsdirektoratet har også tatt tak i dette. I *Rammeverk for grunnleggende ferdigheter* (Utdanningsdirektoratet 2012) kommer det fram at det er fire typer digitale ferdigheter:

1. Tilegne og behandle
2. Produsere og bearbeide
3. Kommunisere
4. Digital dømmekraft

Av disse ferdighetene er det 3. Kommunisere og 4. Digital dømmekraft som hovedsakelig blir relevante for barnehageansatte. Ferdighet 3 innebærer å ha kunnskap om hvordan man bruker digitale verktøy og medier i kommunikasjon. Digital dømmekraft er ferdigheter knyttet til regler for personvern på internett.

2.4 Organisasjonsendringer og endringsledelse

For å forstå kompleksiteten i endringene Gjøvik kommune foretar ved å bygge opp en ny hjemmeside, er det viktig å ha kunnskap om teorier innen organisasjonsendringer. På dette feltet har vi valgt litteratur av Dag Ingvar Jacobsen, med *Organisasjonsendringer og endringsledelse*.

Vi har valgt å dele endringsprosessen inn i to deler: Strukturell endring og endringsledelse i barnehagen. På denne måten blir det enklere å illustrere at det er to separate endringsprosesser som pågår. Kommunen foretar en planlagt endring, mens barnehagene er i en situasjon der de endrer seg basert på endringsutfallet til kommunen. Avslutningsvis vil vi presentere teori om kvalitetsledelse.

2.4.1 Strukturell endring

Oppbyggingen av en ny kommunal nettportal representerer ikke en direkte endring i kommunens struktur. Prinsippene bak å gjøre kommunale tjenester digitale og selvbetjente, er at de til en viss grad skal erstatte menneskelige ressurser, som igjen skal flyttes til områder hvor behovet er større. På denne måten vil en ny nettportal kunne føre til strukturelle endringer, eller endringer i organisasjonens formelle elementer (Jacobsen 2012, s. 146).

I *Organisasjonsendringer og endringsledelse* hevder Jacobsen (2012, s. 55) at en planlagt endring alltid starter med subjektive oppfatninger av endringsbehov. I forhold til digitaliseringsprogrammet blir det naturlig å påstå at den subjektive drivkraften er regjeringen, siden det er de som forlanger en endring. Men kommunene er av ulike størrelser og omgivelsene er forskjellige. Det betyr altså at drivkreftene blir forskjellige for de ulike kommunene. For Gjøvik sin del, er det innbyggerne i deres egen kommune som blir de viktigste drivkreftene for en endring.

En kommune vil alltid befinne seg i en kontinuerlig endringsprosess, fordi den hele tiden må tilpasse seg etter statlige krav og reguleringer, og til innbyggernes lokale behov. Men den endringen som nå skjer går litt bort fra den komfortable *evolusjonære*

endringsprosessen kommunene er vant til. Digitaliseringen kan på mange måter sees som en *revolusjonær* endring kommunene er nødt til å gjennomføre. Det betyr at det innen hele kommunesektoren foregår en reaktiv endring på regjeringens krav om økt digitalisert forvaltning.

På bakgrunn av at flere og flere går over til å benytte digitale løsninger, må kommunenes tjenester i større og større grad digitaliseres. Kommunens struktur må med andre ord endres, og det er nettopp her fordelene med digitalisering skal komme fram. Som en følge av at digitaliseringen i større grad tar over for menneskelige ressurser og sørger for mer effektiv bruker- og saksbehandling, skal kommunens ressurser rettes mer mot brukerens behov (FAD 2012). Dette betyr at kommunen kan prioritere saksbehandling i større grad ved tjenester med lang ventetid.

2.4.2 Endringsledelse i barnehagen

Der hvor politiske krefter styrer endringsprosesser i kommuner, er det barnehagestyreren som har det overordnede ansvaret i barnehagen (Utdanningsdirektoratet 2010). Lederen har mulighet til å presse gjennom endringer, blokkere endring og legge til rette slik at andre kan styre endringsprosessen. Dette omtaler Jacobsen (2012, s. 182) som endringsledelse. Han hevder at endringsledelse dreier seg om hvilke handlinger endringsagenter utfører for å øke sannsynligheten for at en endring blir vellykket. Holdning til endringer i barnehager blir derfor et viktig tema å kartlegge i denne oppgaven.

Endringer møter ofte motstand i alle typer organisasjoner, og det er ingen grunn til å tro at barnehager skal være et unntak. De består av mennesker, og mennesker består av følelser. Det kan være frykt for det ukjente, tap av identitet, faglig uenighet, eller en frykt for at maktforholdet skal endres (Jacobsen 2012). I bunn og grunn er det rett og slett usikkerhet som knyttes til motstand mot endringer.

Det er ikke alltid slik at endringer møter motstand, og da spesielt ikke i begynnelsen. Det kan ofte være slik at det er bred oppslutning om at en organisasjon står overfor et problem, eller at det finnes bedre måter å gjøre noe på (Jacobsen 2012, s. 130). Men når

organisasjonen begynner å fase ut ulike løsninger og tiltak for å takle problemet, oppstår det usikkerhet. Det kan være at de ansatte ikke lenger ser behov for en endring (Jacobsen 2012, s. 131). Eller det kan være at løsningen innebærer at de ansatte må lære noe nytt, endre på daglige rutiner eller må overbevise kunder om at den nye løsningen er til deres beste, selv om den ikke er det.

3. Metode

Metode er en planmessig fremgangsmåte for forskningsprosessen. I dette kapitlet vil vi gjøre rede for hvilke metoder som er benyttet i arbeidet med prosjektet. Under prosjektet er det meste av metodikken hentet fra *Å forske på samfunnet* av Knut Halvorsen. Boka gir en innføring i samfunnsvitenskapelig metode, og berører temaer som forskningstype, kvalitative og kvantitative metoder, analyse, tolkning og oppgaveskriving. Vi har i tillegg benyttet *Casestudier - Forskningsstrategi, generalisering og forklaring* av Svein S. Andersen.

Først avklarer vi oppgavens forskningsstrategi, så tar vi for oss datainnsamlingen både kvalitativt og kvantitativt. Videre beskrives bearbeidelse og analyse av innsamlet data, før kapitlet avsluttes med metodekritikk.

3.1 Valg av forskningsstrategi

Vi har brukt forskningsbaserte metoder i denne oppgaven som skal munne ut i forslag for tilrettelegging av kommunikasjon i digitale kanaler. Vår strategi her er å bruke casestudier som forskningsmetode.

Hensikten med casestudier er å lære mye ved å gå i dybden på ett eller noen få case (Andersen 2013, s. 14). I kartleggingen av den digitale kommunikasjonen mellom barnehager og foreldre er det valgt ut tre kommunale og to private barnehager. Bakgrunnen for valget av disse blir presentert under kapittel 3.3.1 *Utvalg av intervjuobjekter*. Datainnsamlingen og analysen i casestudier påvirkes av hypoteser og antakelser som undersøkes gjennom prosessen (Andersen 2013, s. 16). Siden problemstillingen vår reiser flere forskningsspørsmål er det flere hypoteser som er prøvd ut i datainnsamlingen. Blant annet hypoteser knyttet til tema om endringsvillighet og holdning til bruk av digitale kommunikasjonsverktøy i barnehagene.

Fundamentet i rapporten består av komparative studier, basert på sammenligninger av systemer (Andersen 2013, s. 113). En komparativ studie er velegnet til å avdekke likheter og forskjeller mellom flere case (Andersen 2013, s. 94). Gjennom å sammenligne kommunale og private barnehager, kan det avdekkes hvorvidt det er forskjeller i den digitale kommunikasjonen. På den måten blir det mulig å danne en referanseramme for å identifisere og måle fenomener som ikke har en gitt målestokk (Andersen 2013, s. 92). Ved å se nærmere på tre kommunale og to private barnehager legges det grunnlag for å kartlegge hvordan kommunale barnehager i større grad kan få foreldrene med i den digitale kommunikasjonen. To case kan si mer enn ett, og tre eller flere øker muligheten for å generalisere.

Målet i prosjektet er ikke å finne forskjeller mellom kommunale og private barnehager, men det kan gi et mer variert og rikere datamateriale når vi skal foreslå tiltak til forbedret digital kommunikasjon i kommunale barnehager.

Selv om dette er en liten studie, kan den ha en overføringsverdi til andre kommuner og barnehager, samt andre kommunikasjonsområder.

3.2 Datainnsamling

I datainnsamlingen har vi benyttet oss av flere metoder for innsamling av primærdata og sekundærdata. Primærdata er nye data som samles inn av oss selv, mens sekundærdata er data som er innsamlet av andre (Halvorsen 2008, s. 114). Primærdata i denne rapporten kommer fra kvalitative intervjuer, kvalitative observasjoner i felt og en kvantitativ spørreundersøkelse. Sekundærdata i vår rapport er fagstoff og dokumenter vi har lest i forbindelse med prosjektet.

3.3 Kvalitative undersøkelser

Kvalitative metoder benyttes for å innhente rik informasjon om personer og situasjoner og øker muligheten for å få en forståelse av adferd og situasjoner slik de oppfattes av undersøkelsesobjektene (Halvorsen 2008, s. 128). Det ble valgt å bruke kvalitative intervjuer fordi ingen av gruppens medlemmer har arbeidserfaring i hverken kommuner eller barnehager. Vi hadde et ønske om å komme tett på kildene for å forstå hvordan de oppfatter situasjonen. I tillegg ønsket vi mye informasjon gjennom få undersøkelser, og har derfor prioritert kvalitative undersøkelser.

I denne delen presenteres hvilke kvalitative undersøkelser som er gjort. Først redegjøres det for intervjuform, så utvalg av intervjuobjekter og leverandører av digitale kommunikasjonsverktøy, deretter drøftes feilkilder.

3.3.1 Ustrukturerte intervjuer

Ustrukturerte intervjuer foregår muntlig gjennom besøks- eller telefonintervju, hvor intervjueren driver samtalen så lite som mulig (Halvorsen 2008, s. 137). Metoden er relevant i starten av et prosjekt når forskeren ikke vet hvilke spørsmål som skal stilles

og tar gjerne utgangspunkt i en ferdiglaget intervjuguide med relevante tema som skal tas opp (Halvorsen 2008, s. 137).

Grunnen til at det ble gjennomført ustrukturerte intervjuer var for å tilegne kunnskap på et fagområde vi hadde lite kunnskap om. Under intervjuene ble det derfor benyttet intervjuguider (vedlegg 3). I intervjuguidene la vi opp til åpne spørsmål under ulike temaer. Ved å ikke bindes til en fast intervjumal, åpnes det for at respondentene kan gi fylldige svar og gir oss som intervjuere muligheter til å stille oppfølgingsspørsmål.

Gjennom intervjuene kom vi i kontakt med personer som har førstehåndskunnskap til den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldrene. Som en følge av dette var det mulig å danne seg et bilde av nåsituasjonen.

Intervjuene ble gjennomført på respondentene sine arbeidsplasser. Når intervjuene gjennomføres i deres omgivelser åpnes det for fleksibilitet, og gir respondentene mulighet til å utdype seg fritt, med egne ord og uttrykk. Ønsket vårt var å skape en uformell tone med respondentene, slik at de kunne føle seg komfortable med situasjonen og dermed øke deres motivasjon. Dette ga ikke bare mulighet til å komme tett på kildene, men og en mulighet til å observere deres tonefall og kroppsspråk. Dette bidro til fylldigere informasjon og en dypere forståelse.

Intervjuene i barnehagene ble gjennomført med lydopptaker, som ble godtatt av alle respondentene. Fordelen med å bruke lydopptaker er at vi kan konsentrere oss om å stille de riktige spørsmålene, slik at vi samler relevant data. På samme tid er fokuset på å lytte aktivt og være tilstede. Videre kan dataen arkiveres, som gjør det enklere å bearbeide den data som samles inn i ettertid. Dersom intervjuene gjennomføres uten lydopptaker, kan relevant informasjon gå tapt ved at vi ikke får registrert alt som blir sagt.

Når prosjektet er gjennomført og denne rapporten er godkjent av Høgskolen i Gjøvik, vil alle innsamlede data bli slettet.

3.3.2 Utvalg av intervjuobjekter

For å få en forståelse av dagens digitale kommunikasjon med barnehageforeldre var det viktig å få et nyansert bilde. Det innebar å intervju flere ledd i kommunen for å få et godt bilde av hvordan den digitale kommunikasjonen fungerer i dag, og hvilke muligheter som ligger for fremtiden. I tillegg er det gjennomført to telefonintervjuer med leverandører av digitale kommunikasjonsverktøy.

Vi ønsket å få et bilde av visjonen til kommunen og planene fremover for den nye nettportalen. Derfor ble kommunikasjonsrådgiver Tom Torkehagen og kommunalsjef Aasbjørn Pålshaug, som er sterkt involvert i utarbeidelsen av en ny nettportal for Gjøvik kommune, intervjuet. I tillegg ble det oppfulgt med oppfølgingsspørsmål på statusmøter og e-post.

Ansvar for presentasjon av barnehagene på kommunens nettportal ligger hos barnehagetjenesten. For å få kunnskap om hva nettportalen betyr for barnehagene intervjuet vi barnehagerådgiver i Gjøvik kommune, Randi Hauge.

I kartleggingen av den digitale kommunikasjonen mellom barnehager og foreldre er det valgt ut tre kommunale og to private barnehager. De kommunale barnehagene er representert ved Tongjordet, Lissomskogen og Kråkjordet. Barnehagerådgiver Randi Hauge satte oss i kontakt med to av barnehagene, som pekte ut disse som noen av de beste kommunale barnehagene på nett. Det ga oss muligheten til å lære av de kommunale barnehagene som ble ansett som de beste på nett. Den siste barnehagen ble valgt fordi det stod på Gjøvik kommunes nettportal at barnehagen har erfaring med bruk av digitale verktøy.

For å avdekke eventuelle forskjeller mellom kommunale og private barnehager i den digitale kommunikasjonen med foreldre, valgte vi å se på private barnehager, representert ved Marihøna barnehage og Engehaugen menighetsbarnehage. Marihøna barnehage ble valgt fordi de hadde en god hjemmesideløsning. Valget av Engehaugen menighetsbarnehage baserte seg på at barnehagerådgiver Randi Hauge kunne fortelle at

de bruker et nytt digitalt kommunikasjonsverktøy som skiller seg ut fra andre barnehager.

I utgangspunktet skulle det undersøkes to kommunale barnehager og to private barnehager. Men for å belyse problemstillingen ble det avgjort å inkludere en tredje kommunal barnehage. Dette øker muligheten for å generalisere funnene til å gjelde alle kommunens kommunale barnehager.

Det vi håpet å få ut av disse intervjuene var hvordan barnehagene kommuniserer digitalt med foreldrene, og se etter likheter og forskjeller mellom de kommunale og private. Intervjuene med kommuneansatte skulle kartlegge hvordan kommunen ønsker å fremstå på nett, både når det gjelder barnehagetjenesten og kommunen som helhet.

3.3.3 Utvalg av digitale kommunikasjonsverktøy

På bakgrunn av at de kommunale barnehagene sliter med å få foreldrene til å bruke hjemmesidene har vi valgt å se på noen ulike kommunikasjonsverktøy. En av årsakene til at foreldrene ikke benytter hjemmesiden kan ha en sammenheng med det digitale kommunikasjonsverktøyet barnehagene bruker.

Det som undersøkes ved de digitale kommunikasjonsverktøyene er hva de tilbyr av muligheter for barnehagene, brukervennlighet for både ansatte og foreldre og kostnaden ved verktøyene. Slik er det mulig å vurdere alternativene opp mot hverandre og prøve å finne en løsning som skiller seg ut som den beste løsningen.

Valg av leverandører baserer seg på at de alle tilbyr digitale kommunikasjonsverktøy utviklet for barnehager. Det innebærer at verktøyet må ha en lukket side for foreldre, slik at barna skjermes. Et annet kriterium var at alle leverandørene måtte tilby demobrukere som vi kunne prøve. På den måten var det mulig å få et innblikk i hvordan verktøyene er å administrere for barnehagene, noe som ga grunnlag for å si noe om ferdighetene som kreves.

Leverandørene som ble kontaktet var *Moava*, *MyKid*, *itslearning* og *Private Barnehagers Landsforbund*. Undersøkelsene ble gjennomført gjennom telefonintervjuer med representanter fra leverandørene, samt noe e-postkorrespondanse.

Utvalget av leverandører baserer seg på:

- Moava er leverandør av hjemmesideløsningen til alle de kommunale barnehager i Gjøvik kommune.
- MyKid benyttes i Engehaugen menighetsbarnehage
- Private Barnehagers Landsforbund er leverandør av hjemmesiden til Marihøna barnehage
- itslearning er foreslått å bruke i kommunale barnehager av Gjøvik kommune

3.3.4 Feilkilder

I forhold til intervjuene er det noen feilkilder som kan være med å påvirke resultatet. Ulempen med ustrukturerte intervjuer er at ulike respondenter vil svare forskjellig. Intervjuene legger ikke opp til klare svar, noe som gir mulighet for å endre intervjuguide fra gang til gang. Siden ulike personer vil svare forskjellig, blir det vanskeligere å analysere dataene og se likheter og forskjeller.

Intervjuer gjennomført på respondentens arbeidsplass kan bli påvirket av omgivelsen det foregår innenfor (Halvorsen 2008, s. 138). Respondentene kan bli politiske og svare på vegne av organisasjonen og ikke seg selv. I tillegg kan andres tilstedeværelse påvirke hvordan respondentene velger å uttrykke seg. Det kan være at respondentene er redde for å ta seg dårlig ut foran kolleger, eksempelvis ved å ikke ha tilstrekkelig kunnskap om et gitt tema. Respondentene kan bli påvirket av antall intervjuere tilstede, noe som kan resultere i at respondentene blir intimidert eller sjenerte og dermed svarer lite utfyllende.

En annen feilkilde knyttet til ustrukturerte intervjuer kan være at intervjueren er uforberedt og stiller lite gjennomtenkte spørsmål. Respondenten kan oppleve at

spørsmålene er vanskelig formulert eller at de ikke passer inn i konteksten. I tillegg kan intervjueren stille dårlige, eller unnlater åpenbare oppfølgingsspørsmål.

3.3.5 Intervjuoversikt

Intervjuobjekt	Intervjuform	Dato	Tidsforbruk	Bruk av lydopptaker
Kommunikasjonsrådgiver i Gjøvik kommune	Besøksintervju Mailkorrespondanse	Jevnlig kontakt	Jevnlig kontakt	Nei
Kommunalsjef i Gjøvik kommune	Besøksintervju	Jevnlig kontakt	Jevnlig kontakt	Nei
Styrer i Lissomskogen barnehage	Besøksintervju	17.01.14	20 min	Nei
Rådgiver i barnehageetaten i Gjøvik kommune	Besøksintervju	11.02.14	35 min	Ja
To ansatte ved Lissomskogen barnehage	Besøksintervju	13.02.14	30 min	Ja
To ansatte ved Kråkjordet barnehage	Besøksintervju	25.02.14	15 min	Ja
To ansatte ved Tongjordet barnehage	Besøksintervju	01.04.14	30 min	Ja
Ansatt ved Marihøna barnehage	Besøksintervju	09.04.14	30 min	Ja
Styrer ved Engehaugen barnehage	Besøksintervju	20.03.14	45 min	Ja
Salgsrepresentant for MyKid	Telefonintervju	24.03.14	20 min	Ja
Informasjonssjef i PBL	Mailkorrespondanse	03.04.14	-	-
Kommunikasjonsrådgiver i Moava	Telefonintervju	24.04.14	10 min	-
Kundeansvarlig i itslearning	Mailkorrespondanse	01.04.14	-	-

Figur 3: Intervjuoversikt

Kommunikasjonsrådgiver i Gjøvik kommune har vi vært i kontakt med flere ganger, både i form av intervju, møter og mailkorrespondanse. Kommunalsjef i Gjøvik kommune ble intervjuet sammen med kommunikasjonsrådgiver.

3.3.6 Andre kommuners nettsider

Det foreligger ingen føringer om hvordan barnehagetilbudet i Gjøvik kommune vil presenteres på den nye nettportalen. For å få et bedre innblikk i hvordan det kan gjøres, har vi sett til andre kommuner som er kommet lenger i digitaliseringen. Dette er kommuner som allerede har oppgradert nettportalen og dermed utarbeidet en barnehagedel. De kommunene som er sett nærmere på er Asker, Porsgrunn, Sandefjord, Skedsmo og Trondheim.

Skedsmo kommune er valgt fordi det er en nettportal vi har god kjennskap til. Høsten 2013 hadde vi et prosjekt om digital kommunikasjon mellom Skedsmo kommune og førstegangsfødende, og jobbet tett opp mot nettportalen. Vi har sett på Asker kommunes nettsted fordi Gjøvik kommune samarbeider tett med de ved utviklingen av sin nettportal. Grunnen til at vi valgte Porsgrunn kommunes nettsider er fordi de i 2011 vant prisen "Årets Kommunale Nettsted" (Difi.no 2011). Leverandøren av Sandefjord kommunes nettportal har også vært i kontakt med Gjøvik kommune angående utarbeidelse en ny nettportal. Sandefjord kommunes nettsted ble derfor anbefalt av oppdragsgiver. Trondheim kommunes nettside ble plukket ut etter å ha studert flere kommunale nettsider. Den fremstod som enkel å bruke, moderne og vi syntes de hadde mange gode løsninger på sine nettsider. Felles for alle kommunene er at de i senere tid har oppgradert nettstedet, og fremstår som gode digitalt.

Vi har valgt ut ti tilfeldige kommunale barnehager i alle overnevnte kommuners nettportal. Det vi ser på ved disse er hvordan barnehagene presenteres på nettportalen og om de benytter eksterne hjemmesider i tillegg. Dette gjør vi for å kunne si noe om hvorvidt det er mulig å presentere barnehagene på nettportalen på en slik måte at det fjerner behovet for eksterne hjemmesider. For å finne ut om de benytter eksterne hjemmesider har vi utført søk på Google.

3.4 Kvantitativ undersøkelse

Kvalitative undersøkelser er innhenting av data som er målbare, og som kan uttrykkes i tall eller andre mengdetemer (Halvorsen 2008, s. 128). I dette prosjektet er det

benyttet en spørreundersøkelse for innsamling av kvantitativ data. For å kunne si noe om hvordan de kommunale barnehagene kan legge til rette for økt digital kommunikasjon med foreldrene, ønsket vi å gjennomføre spørreundersøkelser med foreldre i ulike barnehager. Formålet med undersøkelsen var å kartlegge foreldrenes aktivitet på internett og bruk av barnehagens hjemmeside. Ved å samle et visst antall svar i barnehagene, håpet vi å lettere se barnehageforeldrenes nettvaner.

3.4.1 Spørreundersøkelse

Vi utarbeidet et spørreskjema (vedlegg 4) med ni korte spørsmål med avkrysningsalternativer. De to første spørsmålene var knyttet til foreldrenes bruk av internett, både på mobil, nettbrett og PC. De to neste spørsmålene var knyttet til bruken av kommunens nettportal i forbindelse med informasjon om, og søking av barnehageplass. De fem neste spørsmålene var i hovedsak knyttet til barnehagens hjemmeside. Vi spurte også om hvordan foreldre helst vil motta informasjon fra barnehagen.

3.4.2 Gjennomføring av spørreundersøkelse

Etter at skjemaet var ferdig utarbeidet ble det sendt til barnehagen for godkjenning av styrer, sammen med et informasjonsskriv (vedlegg 6) til å henge opp i barnehagene. I informasjonsskrivet ble det samtidig informert om at undersøkelsen var anonym og frivillig.

Noen dager senere stilte vi oss opp ute i barnehageområdet og spurte foreldrene om de hadde tid og lyst til å svare på en kort undersøkelse. Vi valgte å være tilstede under undersøkelsen slik at foreldrene hadde mulighet til å spørre dersom det var noe de lurte på, og for å øke responsraten. Spørreundersøkelsen ble gjennomført ved barnehagen i tidsrommet hvor foreldrene hentet barna, og responsen var god. De fleste satte av tid til å svare, selv om mange hadde dårlig tid. Allikevel endte det med kun 25 respondenter. Dette er et lite antall statistisk sett. Men i og med at vi var til stede i intervju situasjonen, kunne vi gjøre kvalitative observasjoner utover de kvantitative dataene som ble samlet inn.

3.4.3 Spørreundersøkelsens reliabilitet og validitet

Reliabilitet sikter til hvor pålitelige målingene er (Halvorsen 2008, s. 68). Det vil si i hvilken grad man får samme resultat dersom undersøkelsen gjentas under identiske forhold. Med *validitet* menes gyldigheten til dataen som samles inn, og hvor gyldige de er i forhold til problemstillingen (Halvorsen 2008, s. 303). Tilfredsstillende reliabilitet er en nødvendig forutsetning for at undersøkelsen skal kunne brukes, men det er også en forutsetning at det er tilfredsstillende validitet (Halvorsen 2008, s. 68).

For å sikre reliabilitet i undersøkelsen, utarbeidet vi konkrete spørsmål med klare svaralternativer. Respondenten skulle ikke være i tvil om hvilket alternativ som beskrev hans eller hennes situasjon best. Det var også viktig for påliteligheten at utvalget bare besto av foreldrene. Formålet var å undersøke foreldrenes bruk av hjemmesiden og nettportalen, dermed kunne ikke besteforeldre eller andre svare.

På grunn av variasjoner i resultatene har undersøkelsen lav validitet. Det vil si at resultatene fra utvalget på 25 respondenter, ikke kan gjøres gjeldende for alle barnehageforeldre i kommunen. Optimalt sett burde vi gjennomført undersøkelsen i flere barnehager for å få et høyere antall respondenter. Men på grunn av tidsomfanget og hensynet til personvern gikk vi ikke videre med denne undersøkelsen blant andre barnehager. På grunn av disse innvendingene mot denne spørreundersøkelsens validitet, valgte vi å ikke legge stor vekt på resultatene i det videre arbeidet. Resultatene er likevel vedlagt i vedlegg 5.

3.5 Metodetriangulering

Metodetriangulering betyr å benytte flere datainnsamlingsmetoder for å belyse samme problemstilling. Finner man samme resultat ved bruk av to eller flere ulike undersøkelser, styrker det resultatets validitet (Halvorsen 2008, s. 149). Ved å benytte kvalitative intervjuer og observasjoner blant barnehageansatte, ansatte i kommunen og egne undersøkelser av nettsider og leverandører, samt kvantitative undersøkelser ble

det mulig å danne et rikt bilde av situasjonen. Selv om spørreundersøkelsens resultat vektlegges lite, bidro den til interessante kvalitative observasjoner.

3.6 Innsamling av sekundærdata

For innsamling av sekundærdata har vi benyttet oss av institusjonelle kilder. Dette innebærer blant annet innhenting av offentlige dokumenter. Vi har særlig lagt vekt på dokumenter som omhandler digitalisering i offentlig sektor. Dokumenter som *På nett med innbyggerne - regjeringens digitaliseringsprogram*, *KommIT (Program for IKT-samordning i kommunesektoren)* og *Digital Agenda for Norge*, er relevante fordi de inneholder mye informasjon om kommunens rolle i digitaliseringen. Dokumentene legger blant annet føringer for hvordan kommuner bør samarbeide for gode fellesløsninger på IKT. Siden dette er offentlige publikasjoner anser vi disse kildene som troverdige.

I tillegg er det benyttet dokumenter som er gitt til oss av kommunikasjonsrådgiver i Gjøvik kommune Tom Torkehagen. Disse dokumentene legger blant annet føringer for hvordan kommunen ønsker å bygge opp den nye nettportalen. Dette er dokumenter som anses som troverdige kilder og meget relevante for problemstillingen, da de belyser hvordan kommunen ønsker å fremstå digitalt.

3.7 Bearbeidelse, analyse, tolkning og rapportering

Kvalitative undersøkelser krever et annet analysearbeid enn kvantitative. For kvalitativ analyse finnes det ingen standardiserte teknikker for hvordan det skal gjøres (Ryen i Halvorsen 2008, s. 210). Gjennom ustrukturerte intervjuer får man også ustrukturert informasjon. For å strukturere informasjonen for videre arbeid, har intervjuene blitt gjennomgått og renskrevet. Slik kan vi plukke ut og sortere nøkkelsetninger og argumenter under ulike tema. Den kvalitative analysen underbygges dermed av intervjuobjektens sitater, og egne refleksjoner. Resultatene vil beskrives og tolkes gjennom store deler av denne rapporten.

3.8 Metodekritikk

Vi innser i ettertid at datainnsamlingen burde ha vært mer konsentrert mot barnehageforeldrene. I prosjektplanen (vedlegg 2) var det planlagt å foreta kvantitative undersøkelser blant barnehageforeldre ved flere barnehager. Oppgavens rammer, som tidsomfang og personvern, førte til at dette ikke lot seg gjøre. Vi er av den oppfatning at undersøkelser blant foreldre ville bidratt til et mer pålitelig svar på problemstillingen. Vi ser i ettertid at fokusgrupper med barnehageforeldre ville vært en optimal måte å samle inn informasjon.

4. Gjøvik kommunes nettportal

I dette kapitlet vil vi ta for oss den ønskede situasjonen til Gjøvik kommune ved utarbeidelse av en ny nettportal. Deretter følger føringer fra regjeringen, så kommunens barnehagetjeneste, før vi avslutningsvis oppsummerer kapitlet.

Hensikten med kapitlet er å avklare rammene for ny nettportal i Gjøvik kommune, fordi dette vil være avgjørende for de mer detaljerte forslag vi vil kunne fremme senere i rapporten.

4.1 Ønsket situasjon

Gjøvik kommune er i startfasen på et stort prosjekt som skal legge om hele den digitale kommunikasjonen. Ankeret i prosjektet er utarbeidelsen av en helt ny nettportal. Nettportalen er selve inngangen til barnehagetilbudet i kommunen. Det er der søkere og barnehageforeldre kommer for å finne informasjon om barnehagetjenesten.

Gjøvik kommune har ifølge kommunikasjonsrådgiver Tom Torkehagen et ønske om å ha en ny nettportal på plass i løpet av 2014. Årsaken til at kommunen velger å bytte ut den nåværende løsningen er fordi systemet det bygges på er utdatert og ikke kan oppdateres. Som en følge av dette har kommunen utarbeidet *Forslag til retningslinjer for digital kommunikasjon - med føringer for ny nettportal (Forslag til retningslinjer)*.

Basert på disse retningslinjene og intervjuer med ulike personer med tilknytning til kommunen, har vi dannet oss et bilde av den ønskede situasjonen.

Når en ny portal er på plass skal det ifølge *Forslag til retningslinjer (GjøvikKommune 2013)* være nett som er førstevalget for all kommunikasjon mellom Gjøvik kommune og innbyggerne. Videre står det at *gjovik.kommune.no* skal være hovedinngangen for informasjon om kommunens tjenestetilbud. Fra denne inngangen skal alle kommunale aktiviteter ifølge kommunikasjonsrådgiver Torkehagen presenteres. Torkehagen hevdet at «Alle skoler og barnehager vil bli vist i samme form og layout på hjemmesida» (pers. kom. 24.03.14). I *Forslag til retningslinjer* kommer det frem:

I dag har flere av våre enheter som skoler og barnehager egne hjemmesider/ domener. På sikt bør det vurderes hvordan denne typer sider kan inngå som en integrert del av *gjovik.kommune.no* (GjøvikKommune 2013)

Dette kan tolkes som at kommunen ser på muligheter som fjerner barnehagenes behov for å drive eksterne hjemmesider.

Torkehagen kunne fortelle at innbyggerne i kommunen ikke bare ses på som brukere, men også som kunder. Han hevder at det da er enklere å skape gode relasjoner med innbyggerne, noe som øker kvaliteten på tjenestetilbudet og sjansen for at de igjen vil

benytte seg av de digitale tjenestene. Dette kommer frem i *Forslag til retningslinjer* (GjøvikKommune 2013) der kommunen har utarbeidet en prioritert liste over målgrupper, hvor innbyggerne er førsteprioritet. Videre står det at «tjenesteinformasjon, selvbetjening og heldigitale tjenester til innbyggerne skal alltid ha første prioritet på Gjøvik kommunes nettsider» (GjøvikKommune 2013).

4.2 Regjeringens Digitaliseringsprogram

Det kan virke som regjeringen mener kommunene i Norge har slakk. Det vil si at de bruker mer ressurser enn det som er nødvendig, og ikke er effektive nok (Jacobsen 2012, s. 103). Dette kommer frem i regjeringens *Digitaliseringsprogrammet* (FAD 2012) som slår fast at fellesskapets ressurser skal benyttes bedre ved å flytte de mot områder hvor behovet er større. Det betyr at Gjøvik kommune ved utarbeidelsen av en ny nettportal til en viss grad må omstrukturere arbeidsoppgaver og organisering.

Gjøvik kommune er en kompleks organisasjon med mange tjenesteområder og ansatte. Med en ny nettportal kan en del ansatte bli påvirket ved at arbeidsoppgavene endrer karakter. Dette er mennesker som har jobbet med den nåværende løsningen i flere år og kjenner den godt. Den nye nettportalen kan sies å representere en revolusjonær endring. En revolusjonær endring skjer episodisk, og i et større omfang (Jacobsen 2012, s. 79). For kommunen blir det en revolusjonær endring fordi omgivelsene har utviklet seg, og kommunen nå må ta grep for å tette gapet. Innbyggerne er på nett hele tiden, og da forventer de at også kommunen er der.

I *Digitaliseringsprogrammet* kommer det frem at «Digitalisering vil både føre til et bedre og raskere møte med offentlig sektor for innbyggerne og næringsliv, og bedre ressursbruk i offentlig sektor» (FAD 2012, s. 8). Videre står det at digital kommunikasjon skal være hovedregelen. Flere kommuner i landet er derfor i gang med å forbedre det digitale tilbudet for innbyggerne. Digitalisering innebærer store omveltninger som krever store ressurser fra kommunene. Derfor legger regjeringen gjennom *Digitaliseringsprogrammet* frem at

Samarbeid er viktig for at kommunesektoren som helhet skal gjøre gode fremskritt med IKT. Fordi kommunene i stor grad skal løse de samme oppgavene og tilby de samme tjenestene, bør det etableres mer omfattende samarbeid om fellesløsninger for kommunene (FAD 2012, s.41).

I et så omfattende prosjekt som Gjøvik kommune er i gang med, vil det være gunstig å se til kommuner som har kommet lenger i digitaliseringen. Det kan være en fordel å se på hvordan bestemte tjenester er digitalisert, og kopiere de løsningene som er gode. På den måten slipper kommunen å gjøre hele prosjektet på egenhånd, og kan dermed fokusere på tjenester ingen andre har gode løsninger på.

Barnehageforeldre er en viktig målgruppe i digitaliseringen fordi de gjerne er i startfasen i et potensielt livslangt kommuneforhold. Det er dermed rimelig å anta at utformingen av barnehagetjenesten på nett er et stort satsningsområde hos de fleste kommuner.

4.3 Barnehagetjenesten på en ny nettportal

Det foreligger ingen føringer fra Gjøvik kommune for hvordan en ny nettportal vil se ut, og dermed er mulighetene mange ved utforming av barnehagetjenesten. For å få en forståelse av hva betydningen av en ny nettportal kan ha for barnehagene i den digitale kommunikasjonen, vil vi se på andre kommuner som har kommet lenger i digitaliseringen.

Barnehagerådgiver i Gjøvik kommune, Randi Hauge, kunne fortelle at den viktigste oppgaven til barnehagetjenesten på nettportalen er å gjøre informasjon om barnehagetilbudet tilgjengelig, samt legge til rette for søk av barnehageplass.

Selv om søkere av barnehageplass ikke er målgruppen for denne rapporten er det viktig å ta hensyn til barnehagenes behov for å synliggjøre seg selv. Barnehagene er avhengige av å ha en side hvor de kan presentere relevant informasjon for denne målgruppen. Om kommunen velger å inkludere barnehagene med egne sider på nettportalen eller ikke, er derfor av stor betydning for barnehagene.

I intervju med kommunikasjonsrådgiver Tom Torkehagen kom det frem at Gjøvik kommune ikke ønsker å stå ansvarlig for alt innhold barnehagene publiserer. Å kontrollere nyheter, bilder og annen sensitiv informasjon vil være en for stor jobb for kommunen. De kommunale barnehagene ble i 2007 pålagt å bruke en hjemmesideløsning av Gjøvik kommune. Denne løsningen benyttes fremdeles, og er designet for å etterlikne dagens kommunale nettportal. De private barnehagene har ingen slike føringer og står fritt i valg av digitale kommunikasjonsplattformer.

Foreldre som er ute etter informasjon om de ulike barnehagene i Gjøvik kommune må nå navigere seg gjennom barnehagetjenestens forside på nettportalen og til listen over barnehager. Nesten alle 29 barnehagene i Gjøvik kommune lenker til to sider - en ekstern hjemmeside og en intern side. Den interne siden er en liten presentasjon av barnehagene på Gjøvik kommune sin nettportal.

På den interne siden kan barnehagene legge ut noe informasjon om seg selv. De har mulighet til å legge ut kontaktinformasjon, pedagogisk grunnsyn, pedagogisk innhold og ett bilde av selve barnehagen. Denne siden er utformet likt for alle barnehagene, men innholdet gjelder den enkelte barnehage. Inne på siden til de fleste barnehagene er det en lenke til en ekstern hjemmeside. De eksterne hjemmesidene blir omtalt senere i rapporten.

4.3.1 Barnehagetjenesten på andre kommuners nettportaler

I *Forslag til retningslinjer* (GjøvikKommune 2013) kommer det frem at Gjøvik kommune har planer om å inkludere barnehagene med egne sider på nettportalen. Prosjektets formål er å se hvordan kommunen og de kommunale barnehagene kan legge til rette for bedre digital kommunikasjon med barnehageforeldre.

På bakgrunn av dette har vi foretatt et metodisk valg ved å se på andre kommuner, og hvordan de har valgt å presentere barnehagene på sine nettportaler. Bakgrunn for valg av kommuner ble beskrevet i kapittel 3.3.6. Kort oppsummert er de ansett som gode digitalt. De kommunene vi har sett nærmere på er Asker, Porsgrunn, Sandefjord, Skedsmo og Trondheim.

Kommunene Asker, Porsgrunn, Skedsmo og Trondheim har valgt å inkludere alle barnehagene med hver sine sider på nettportalen. Sandefjord kommune har derimot kun inkludert de kommunale barnehagene, og lenker private barnehager videre til deres eksterne sider.

For barnehagene i ovennevnte kommuner fungerer siden på nettportalene som en statisk side for å synliggjøre seg selv for potensielle søkere. En statisk side oppdaterer sjelden informasjon, og er kun for å presentere tjenestetilbudet. Slike sider fungerer ikke til daglig kommunikasjon med barnehageforeldrene.

Gjennom å besøke de ulike kommunenes nettportaler, samt søke opp flere av de kommunale barnehagene på Google var det mulig å kartlegge hvilke digitale kommunikasjonsplattformer de benytter overfor barnehageforeldrene. Eller om de ikke har noen digital kommunikasjonsløsning ved siden av den statiske siden på nettportalen. Metoden for å kartlegge foregikk ved at 10 tilfeldige kommunale barnehager ble valgt ut i hver kommune.

Resultatene viste at:

- I Asker kommune benytter alle kommunale barnehager itslearning
- I Skedsmo kommune benytter alle kommunale barnehager Microsoft Learning Gateway (MLG)
- I Sandefjord kommune benytter de seg kun av den statiske siden på kommunens nettportal
- I Porsgrunn kommune hadde 5 av 10 kommunale barnehager egne hjemmesider
- I Trondheim kommune hadde 7 av 10 kommunale barnehager egne hjemmesider

De fleste kommunale barnehagene har andre digitale kommunikasjonsverktøy i tillegg til kommuneportalen. I Porsgrunn og Trondheim benytter barnehagene seg av ulike leverandører. I Sandefjord er det ingen kommunale barnehager som har eksterne hjemmesider.

Denne tilnærmingen til undersøkelse kan imidlertid gi et uriktig svar. Itslearning og MLG er såkalte «lukkede systemer» som betyr at de kun trenger innlogging, og ikke en egen hjemmeside. For å gi et helt korrekt bilde, vil det kreve å komme i kontakt med de barnehagene som ikke har en egen hjemmeside og undersøke om de benytter seg av slike «lukkede systemer».

Likevel viser resultatene at flertallet av kommunale barnehager i andre kommuner har et eksternt kommunikasjonsverktøy selv om de blir presentert med fyldig informasjon på kommunens nettportal.

4.4 Oppsummering

I Gjøvik kommune skal det lages en ny nettportal, og det forventes at de fleste tjenestene digitaliseres. Nett skal være førstevalg, slik at de kan sikre døgnåpen forvaltning. Målet er å tilby innbyggerne i Gjøvik kommune en heldigital løsning som fungerer som en informasjons- og tjenesteportal. Slik skal Gjøvik kommune være tilgjengelige for innbyggerne - også på nett.

Det foreligger ingen føringer for hvordan barnehagetjenesten skal utformes på den nye nettportalen til Gjøvik kommune.

Undersøkelser av andre kommuners nettportaler tyder på at selv med fyldig informasjon om barnehagetilbudet, er barnehagene i tillegg avhengige av å ha et verktøy for digital kommunikasjon med barnehageforeldrene.

5. Digital kommunikasjon i barnehagene

I dette kapitlet skal vi analysere den digitale kommunikasjonen i de ulike barnehagene basert på intervjuer gjort med ansatte. Vi begynner med å presentere hvordan de kommunale barnehagene bruker hjemmesidene sine i kommunikasjonen med foreldre. Deretter hvordan de private barnehagene utøver digital kommunikasjon. I tillegg tar kapitlet for seg digital kompetanse i kommunale og private barnehager og ulike digitale kommunikasjonsverktøy. Kapitlet avsluttes med en oppsummering av funnene.

Hensikten med dette kapitlet er å kartlegge situasjonen i barnehagene som grunnlag for at vi i neste kapittel kan utvikle konkrete forslag til forbedret digital kommunikasjon i kommunale barnehager.

5.1 Introduksjon

Ansatte i barnehagene har rollen som både sender og mottaker av den daglige kommunikasjonen med foreldre, både personlig og digitalt. Det er de som kjenner og benytter informasjonssystemet. De har dermed førstehåndskunnskap om hva som fungerer bra og hva som kan forbedres. De kan si noe om egne opplevelser, men de kan også si noe om hva foreldrene uttrykker overfor dem når det gjelder kommunikasjonen. I tillegg er det de ansatte som skal tilrettelegge for digital kommunikasjon. Det er derfor nyttig å ha kjennskap til hvilken kompetanse de besitter, hva de opplever av utfordringer med dagens løsninger og hva de ønsker seg fremover. Deres opplevelse av situasjonen og innsikt i egen digital kompetanse er avgjørende for å kartlegge nåsituasjonen. Deres innblikk gir også grunnlag for å avdekke forskjeller og likheter mellom kommunale og private barnehager i den digitale kommunikasjonen.

For å komme frem til en løsning som forbedrer den digitale kommunikasjonen mellom kommunale barnehager og barnehageforeldre, skal det utføres en analyse av nåsituasjonen i barnehagene. For å avdekke eventuelle årsaker til lav oppslutning blant foreldre i bruken av de kommunale barnehagenes hjemmesider, utføres det en komparativ studie mellom kommunale og private barnehager. I tillegg undersøkes andre digitale kommunikasjonsverktøy som kan vurderes som et mulig alternativ til forbedret digital kommunikasjon med foreldre.

5.2 Digital kommunikasjon i kommunale barnehager

I Gjøvik kommune har alle kommunale barnehager egne sider på *gjovik.kommune.no*. I tillegg har alle kommunale barnehager eksterne hjemmesider levert av samme leverandør. Lissomskogen, Kråkjordet og Tongjordet er tre ulike barnehager i Gjøvik. Barnehagene er eid av kommunen og omtales derfor som kommunale barnehager.

Denne delen tar for seg den digitale kommunikasjonen i disse tre barnehagene. Barnehagene blir presentert sammen på grunn av mange likheter. Først redegjøres det

for hvilket digitalt kommunikasjonsverktøy de bruker. Deretter hvordan verktøyet blir brukt i barnehagene, og til slutt hvordan ansatte i barnehagene opplever å bruke det.

5.2.1 Hjemmesideløsningen i barnehagene

De kommunale barnehagene har tilnærmet like hjemmesider. Sidene er basert på en mal utarbeidet av Gjøvik kommune og hjemmesideleverandøren *Moava*. Malen ble utarbeidet i 2007 og er designet for å ligne på kommunens nettportal. Gjøvik kommune har pålagt alle kommunale barnehager å bruke denne publiseringsløsningen.

Moava hjemmesider er et webpubliseringsverktøy (*Moava.no* u.å.). Med verktøyet er det mulig å legge til og strukturere informasjon og elementer på siden. Det er i tillegg mulig å endre bakgrunnsfarge og skrifttype. Rammeverket, det vil si strukturen på siden, er det derimot ikke mulig å endre på.

I intervjuer gjennomført ved barnehagene, kom det frem at hjemmesidene til alle kommunale barnehager er uforandret siden anskaffelsen i 2007.

5.2.2 Barnehagenes bruk av hjemmesiden

Undersøkelser vi har gjort på de ulike kommunale hjemmesidene viser ingen store forskjeller i hva barnehagene bruker sidene til. Fellestrekkene er at det legges ut nyheter, lenker, bilder og generell informasjon om barnehagen. Utseendemessig er hjemmesidene til Lissomskogen, Kråkjordet og Tongjordet like, bortsett fra bakgrunnsfarge og logoen til barnehagene.

Det er heller ingen store forskjeller å spore ut i fra intervjuene, når det gjelder hva barnehagene bruker nettsidene til. I en av barnehagene kunne de ansatte fortelle at hjemmesiden hovedsakelig brukes til «å fortelle hva vi holder på med pedagogisk, legge inn artikler og liknende om hva som er gjort». I tillegg legger barnehagen ut bilder, årsplaner og ukeplaner.

Moava hjemmesider er passord-beskyttet. I alle tre barnehagene må foreldre ha passord for å få tilgang til bilder og ukeplaner. Informasjon om barnehagen og årsplaner ligger derimot åpent for alle. Det samme gjelder nyheter og bilder av barnehagen.

Moava hjemmesider er et verktøy for både enveiskommunikasjon og toveiskommunikasjon. Sidene fungerer som enveiskommunikasjon ved at de gir informasjon om barnehagene til søkere og andre interessenter. I tillegg har både søkere og barnehageforeldre mulighet til å sende e-post gjennom hjemmesiden til barnehagen.

På hjemmesidene fra Moava kan foreldrene føre seg opp som abonnenter. Ved å abonnere på hjemmesiden får foreldrene e-postvarsel hver gang barnehagen publiserer noe nytt. Felles for alle barnehagene er at de har få abonnenter.

Alle de tre barnehagene uttrykte et ønske om å få flere foreldre til å bruke hjemmesiden. Det er derfor gjort forsøk i to av barnehagene for å få foreldre til å abonnere på siden. Ved en kommunal barnehage har de ansatte prøvd å henge opp lister hvor foreldre kan skrive seg på. I en annen har de ansatte informert om ordningen på foreldremøter. Felles for begge barnehagene er at det fremdeles er lav oppslutning. I en tredje kommunal barnehage har de sluttet å dele ut årsplaner og månedsplaner til foreldre, noe som har resultert i en liten økning i antall abonnenter. Foreldreaktiviteten på hjemmesiden oppfattes likevel som meget lav av de ansatte.

Hjemmesidene blir brukt for å profilere barnehagene, og i flere av intervjuene ble viktigheten av å synliggjøre barnehagen for nye søkere fremhevet. I en av barnehagene har de ansatte lagt merke til at foreldre er innom hjemmesiden før de søker barnehageplass. Blant annet påpeker en ansatt «vi har ikke fått så mye tilbakemeldinger tidligere, men i år har vi fått en del, blant annet en mor som savnet mer informasjon på hjemmesiden». Ved flere av barnehagene ble det påpekt at søkere i større grad besøker barnehagen enn tidligere.

5.2.3 Hvordan barnehagene opplever Moava hjemmesider

Det er ulike oppfatninger om hjemmesideløsningen til Moava blant de kommunale barnehagene. I en av barnehagene er de ansatte veldig fornøyde med siden. De ansatte

hevder at det jobbes mye med siden og at det er viktig å holde den oppdatert. Ved de to andre barnehagene er de ansatte noe mer kritiske til løsningen. Her uttrykker de et ønske om en fornyet hjemmeside.

Det er ulike oppfatninger om hvor enkelt publiseringsverktøyet er. I en av barnehagene kunne de ansatte fortelle at verktøyet er tidkrevende og vanskelig. Blant annet ved publisering av bilder. I tillegg kom det frem at det er vanskelig å lære det bort til kolleger. I de to andre barnehagene oppfattes verktøyet derimot som enkelt å bruke. Ved flere av barnehagene kunne de ansatte navngi kolleger som er spesielt gode med verktøyet, hvor styreren blant annet ble nevnt ved to av barnehagene. Det ble også nevnt i flere barnehager at det er ansatte som ikke vil jobbe med verktøyet.

E-postkommunikasjon blir i liten grad brukt av de kommunale barnehagene. I en barnehage kunne de ansatte fortelle at foreldre hovedsakelig tar kontakt på ansattes private mobilnummer. Det blir utvekslet både SMS og telefonsamtaler. De ansatte hevdet det er enklere på denne måten, fordi den riktige informasjonen kommer til riktig person eller avdeling.

5.3 Digital kommunikasjon i private barnehager

Mariehøna barnehage og Engehaugen menighetsbarnehage er to private barnehager i Gjøvik. Denne delen tar for seg den digitale kommunikasjonen i disse to barnehagene. Først redegjøres det for Mariehøna barnehage. Deretter Engehaugen menighetsbarnehage. Hovedtemaene er hvilke verktøy de benytter, hvordan de brukes og oppfattes.

5.3.1 Digital kommunikasjon i Mariehøna barnehage

Mariehøna barnehage har de siste fire årene brukt en hjemmeside levert av Private Barnehagers Landsforbund (PBL). *PBL barnehageweb* er, på lik linje med Moava hjemmesider, et publiseringsverktøy. Verktøyene er like, i den forstand at begge løsningene er levert med et rammeverk. Barnehagene styrer innholdet, men har ikke mulighet til å endre rammeverket (Iversen, M. pers. kom, 03.04.14).

Hovedforskjellen mellom PBL barnehageweb og Moava hjemmesider er barnehagenes mulighet til å endre det visuelle uttrykket på siden. Der det er begrensede muligheter ved Moava, er det større rom for handling med PBL barnehageweb. Barnehagene kan enkelt velge blant et bredt utvalg av design ved noen få tastetrykk.

I intervju ved Marihøna barnehage kom det frem at hjemmesideløsningen til PBL barnehageweb har forandret seg i løpet av de siste årene. En av de ansatte påpekte at både rammeverket og publiseringsverktøyet er endret siden de tok i bruk løsningen.

Bruk av PBL barnehageweb i Marihøna barnehage

Marihøna barnehage publiserer i hovedsak samme type informasjon som de kommunale barnehagene. På hjemmesiden blir det publisert nyheter, bilder, ukeplaner, årsplaner og generell informasjon om barnehagen.

PBL barnehageweb har, som de kommunale, en åpen del for besøkende og en passordbeskyttet del for foreldre. Foreldrene har mulighet til å logge inn for å få tilgang til mer sensitiv informasjon, som ukeplaner og bilder.

I intervjuet med en ansatt i Marihøna barnehage ble det forklart hvordan foreldresiden fungerer. Når foreldrene logger seg inn får de se toukersplanen som vises som en kalender. De får tilgang til fotoalbum og informasjon som barnehagen ønsker de skal ha. Foreldrene har mulighet til å redigere sin egen profil med personalia, endre sitt passord og reservere seg mot at andre brukere skal kunne se deres telefonnummer og e-postadresse.

PBL barnehageweb fungerer kun for enveiskommunikasjon. Løsningen har ingen integrert SMS eller e-post funksjon. Foreldre har ingen mulighet til å ta direkte kontakt gjennom hjemmesiden til Marihøna barnehage, heller ikke som innlogget. Siden har, på lik linje med de kommunale barnehagene, informasjon om barnehagens pedagogiske tilnærming og annen nyttig informasjon for søkere.

PBL barnehageweb sender automatisk varsel til foreldre når noe nytt publiseres. En av de ansatte ved barnehagen kunne fortelle at alle foreldre automatisk blir varslet på e-

post når noe blir publisert på den lukkede siden, som endringer i ukeplaner og når nye bilder lastes opp.

Selv om barnehagen ikke har en integrert e-posttjeneste på hjemmesiden, er barnehagen aktive i e-postkommunikasjonen. Foreldre sender e-post med ulike spørsmål og beskjeder til styreren, som videreformidler det til riktig person eller avdeling.

Hvordan Marihøna opplever PBL barnehageweb

En av de ansatte ved barnehagen kunne fortelle at de er fornøyd med hvordan siden tar seg ut. I tillegg liker de å jobbe med publiseringsverktøyet, som de påpeker er enkelt å håndtere. I barnehagen har styreren og alle pedagogiske ledere ulike arbeidsoppgaver relatert til nettsiden. De er derfor opplært i bruken av verktøyet.

I Marihøna barnehage har de ansatte en oppfatning om at foreldrene er fornøyd med hjemmesiden. En av de ansatte kunne fortelle: «jeg tror foreldrene òg synes den er lett, har hvertfall ikke fått noen klager på at det er vanskelig å komme inn». I tillegg er de ansatte av den oppfatning at alle foreldre bruker hjemmesiden til et eller annet.

Det deles ut lite papirer i Marihøna barnehage, noe som fører til at foreldre i større grad må inn på hjemmesiden hvis de ønsker mer informasjon. I barnehagen henger de kun opp noen kopier for foreldre som ikke er aktive internetbrukere. De ansatte opplever at løsningen til PBL barnehageweb har erstattet behovet for å skrive ut store mengder papir. En av de ansatte påpeker at «det har fungert. Vi har jo vært opptatt av det i mange år, at vi ønsker oss bort fra denne papirmølla».

5.3.2 Digital kommunikasjon i Engehaugen menighetsbarnehage

I Engehaugen menighetsbarnehage er det siden høsten 2013 brukt det digitale kommunikasjonsverktøyet MyKid. Verktøyet blir i Engehaugen menighetsbarnehage brukt som et supplement til den daglige dialogen med foreldrene og til intern administrering.

Bruk av MyKid i Engehaugen menighetsbarnehage

Barnehagestyrer i Engehaugen, Eva Lill Nilsen, ga en grundig innføring i hvordan barnehagen praktiserer verktøyet.

I inngangspartiet til barnehagen står det en datamaskin som er logget inn på MyKid. Når foreldrene leverer og henter barna i barnehagen blir de sjekket inn og ut på verktøyet. Den samme praksisen foregår i de fleste barnehager, men som regel på papirskjemaer. MyKid lagrer informasjonen og fører statistikk over praksisen. På den måten får de ansatte en god oversikt over oppmøte og fravær.

Kommunikasjonsverktøyet gir foreldre innsyn i barnas hverdag. Å dokumentere barnas hverdag er en viktig del av arbeidsoppgavene til de ansatte i Engehaugen. Gjennom MyKid kan de ansatte laste opp bilder direkte fra mobilen. Når navnet til et barn «tagges» i et bilde, er det kun synlig for barnets foreldre. Et bilde blir kun synlig for andre foreldre dersom deres barn tagges i samme bilde. I Engehaugen tagger de bilder hovedsakelig én gang i måneden. Barnehagestyrer Eva Lill Nilsen påpekte at «vi kan jo sitte og laste opp bilder her på dagen, så kan foreldrene se på bildene i pausen på jobb, og se hva de gjør og sånn. Det er det nok mange foreldre som gjør, virker det som». I barnehagen erstatter MyKid behovet for å samle alle bilder på cd. Foreldrene har muligheten til å laste ned bildene av barnet sitt gjennom verktøyet.

MyKid er også et administrativt verktøy. Eva Lill Nilsen har gitt alle ansatte i barnehagen tilgang til ulike funksjoner på MyKid, hvor noen har tilgang til flere enn andre. Det kommer litt an på hvilke arbeidsoppgaver den enkelte ansatte har. Avdelingslederne har større ansvar enn øvrige ansatte, men alle ansatte har tilgang til noe, blant annet turnuslister. Foreldre har også tilgang til listene. Dermed har de oversikt over hvilke ansatte som til enhver tid er på jobb.

Verktøyet har et varslingsystem som de ansatte kan bruke for å sende korte beskjeder til foreldrene. De ansatte på Engehaugen kan trykke på et bestemt barn og deretter trykke på en «bleieknapp». Da blir det automatisk sendt en SMS til begge foreldre med varsel om at barnet er tomt for bleier. Varsling om behov for skiftetøy har også en lignende funksjon.

MyKid er et verktøy for toveiskommunikasjon. Foreldre kan gjennom verktøyet varsle barnehagen hvis barnet ikke kommer i dag. Det foregår på samme måte som når barnehagen varsler om behov for bleier eller skiftetøy. De ansatte ser når de sjekker inn barna om morgenen hvem som ikke kommer. Foreldrene har også muligheten til å gi barnehagen beskjed hvis noen andre henter barnet den dagen.

Eva Lill Nilsen har ikke mulighet til å synliggjøre barnehagen til barnehagesøkere gjennom MyKid, ettersom det er et lukket system. Andre familiemedlemmer utenom foreldre kan derimot gis tilgang, som for eksempel besteforeldre. På bakgrunn av dette har Engehaugen fremdeles en egen hjemmeside. Hjemmesideløsningen bygger på de samme prinsippene som de kommunale barnehagenes hjemmesider. Men Eva Lill Nilsen påpekte at den ikke er rettet mot barnas foreldre:

Vi bruker ikke nettsiden til kommunikasjon med foreldrene, det blir alt for upersonlig, og de [foreldrene] i barnehagen bruker den ikke. Men den er grei å ha til årsplaner, vedtekter og sånn. Interessenter og nye søkere kan se på dette.

Hvordan Engehaugen opplever MyKid

Barnehagestyrer Eva Lill Nilsen kunne fortelle at hun i flere år har vært på utkikk etter en enklere måte å kommunisere digitalt med foreldre på. Blant annet har hun prøvd ut et publiseringsverktøy som ligner det hos de andre barnehagene. I Engehaugen oppleves MyKid av de ansatte som en enklere løsning. Eva Lill Nilsen kunne fortelle at de i barnehagen spesielt liker at det er mulig å laste opp bilder direkte fra iPad og mobil, som sparer de ansatte for mye tid.

I Engehaugen har de sluttet å dele ut informasjon på papir etter innføringen av MyKid. Eva Lill Nilsen hevder at barnehagen sparer mye penger ved å kutte ned på papirbruken. I tillegg påpeker hun at administrativt barnehagearbeid er enklere og mer effektivt nå enn før. Hun er av den oppfatningen at både barnehagen og foreldrene er tjent med løsningen og hevder at «på grunn av MyKid får vi nå mye kjappere dialog med foreldrene». I barnehagen opplever de ansatte at foreldrene er mer oppdatert og at MyKid har økt kvaliteten på den daglige dialogen. Eva Lill Nilsen påpeker at bringe- og hentesituasjonen kan handle mer om barnets hverdag, og legger til:

Mange sier er at nå skal det bli slutt med personlig kontakt og liknende, men det er ikke slik i det hele tatt. MyKid gjør bare at beskjeder kommer raskere frem. Vi har nøyaktig den samme daglige kontakten fortsatt. Foreldrene klarer bare enda bedre å se hva som skjer i barnehagen.

I barnehagen er det i underkant av 40 barn, hvor nesten samtlige foreldre benytter MyKid.

5.4 Digital kompetanse i barnehagene

I denne delen presenteres funn gjort i intervjuene i forhold til den digitale kompetansen blant ansatte ved kommunale og private barnehager. Kompetansen blant ansatte i de ulike barnehagene kan forårsake forskjeller i bruken av digital kommunikasjon og er derfor et viktig tema å se på.

Først presenteres det en undersøkelse gjort av de ulike kommunikasjonsverktøyene gjennom demobrukere. Deretter digital kompetanse i kommunale og private barnehager, så holdningen til digital kommunikasjon, før det avslutningsvis presenteres en modell som illustrerer forskjeller mellom barnehagene.

5.4.1 Demobrukere

I et forsøk på å få et innblikk i hvilke ferdigheter det kreves for å håndtere verktøyene barnehagene bruker, har vi gjennomført undersøkelser gjennom demobrukere av de ulike verktøyene. Vi har sett på hvor enkelt det er å administrere verktøyene ved å redigere og publisere innhold, hvilke funksjoner verktøyene har og hvordan de ser ut. I tillegg har vi undersøkt hvordan løsningene er å bruke for foreldrene. Under følger en liste over verktøy som er sett nærmere på:

- Moava hjemmesider - Demobruker
- PBL barnehageweb - Dokument for brukerveiledning
- Barnehagenmin.no - Demobruker
- MyKid - Demobruker

Moava hjemmesider brukes av alle kommunale barnehager i Gjøvik. PBL barnehageweb brukes av Marihøna barnehage. Engehaugen menighetsbarnehage benytter nettsideløsningen Barnehagenmin.no, i tillegg til kommunikasjonsverktøyet MyKid.

De tre første administreres alle gjennom nettbaserte publiseringsverktøy. Prinsippene er de samme, men oppsettene er ulike. MyKid administreres gjennom nettleser, i tillegg til mobil- og nettbrettapplikasjon.

Av de tre første verktøyene, er det Moava sitt publiseringsverktøy som virker å være det mest kompliserte. Små endringer krever mange tastetrykk og det kan være vanskelig å finne frem til elementene som skal endres.

Når det gjelder MyKid, er det vanskelig å sammenligne det med de tre andre løsningene. Verktøyet fungerer på en helt annen måte og kan best sammenlignes med brukergrensesnittet til Facebook. Verktøyet inneholder en hel del funksjoner de andre ikke har. Inntrykket er likevel at MyKid er enklere å administrere enn de andre verktøyene.

5.4.2 Digital kompetanse i private og kommunale barnehager

Alle barnehagene bruker, som nevnt, digitale kommunikasjonsverktøy, men i ulik grad. Ut i fra intervjuene er det ikke store forskjeller å spore i kompetansenivået mellom kommunale og private barnehager. Alle ansatte var forsiktige med å si at de selv er gode på området, men roste gjerne kollegene sine. Spesielt er det flere barnehagestyrere som høstet mye ros for kunnskapen og engasjementet sitt. Både når det gjelder tilrettelegging og bruk av digitale verktøy.

Selv om intervjuene ikke ga inntrykk av store forskjeller i kompetansenivået, er det forskjeller å spore i hvordan private og kommunale barnehager tilrettelegger for læring. I en av de kommunale barnehagene ble det blant annet påpekt at kun to av deres ansatte har kurs på hvordan nettsiden administreres. I tillegg kom det frem at kurset fant sted for fem til seks år siden, noe som har ført til at mye av kunnskapen er glemt og at det derfor er vanskelig å lære videre. I en av de private barnehagene er det lagt til rette for

intern opplæring, slik at de som ikke kan, også får mulighet til å lære. I denne barnehagen har styreren lagt opp arbeidsoppgaver som innebærer at alle pedagogiske ledere må kunne administrere nettsiden. Her må de blant annet lære seg å legge ut bilder og ukeplaner.

I den private barnehagen Engehaugen, benytter de kommunikasjons- og administrasjonsverktøyet MyKid. Barnehagestyreren påpekte at alle ansatte må lære seg å bruke verktøyet. De ansatte må blant annet beherske programmet fordi det brukes til inn- og utsjekking av barna. I tillegg må de ansatte laste opp bilder og legge inn daglige oppsummeringsmeldinger. Styreren mener MyKid er et komplekst program, men enkelt å bruke.

Blant de kommunale barnehagene er det ulike oppfatninger om hvor mye kunnskap som kreves for å administrere nettsiden fra Moava. En av de ansatte mener at siden er enkel å administrere og påpekte: «vi er ikke noen dataeksperter, men vi kan siden veldig godt». I en annen kommunal barnehage hevder de ansatte at det er «litt innviklet å få lastet opp et bilde» og at det er «vanskelig å vite hvor man skal skrive og liknende».

Alle fem barnehagene har kun kvinnelige ansatte. Det er derfor vanskelig å si om kjønnsforskjeller spiller noen rolle ved ansattes digitale kompetanse og barnehagers bruk av digitale verktøy. I intervjuene kom det derimot frem at alder spiller en rolle. Blant annet påpekte de ansatte i en barnehage: «vi har en eldre ansatt som ikke ønsker å jobbe med digitale verktøy». I en annen barnehage påpekte de ansatte at «nå har vi de som er over 60 år da, og vi merker jo forskjell fra oss som er 30 kontra de». Det kom også frem at alle ansatte noen år tidligere, uavhengig av alder, måtte lære seg å bruke PC på jobb.

I flere av intervjuene kom det frem at styreren i barnehagen er aktiv når det gjelder bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen. Det ble blant annet påpekt ved flere barnehager at styreren besitter mye kunnskap. I en av de kommunale barnehagene kunne de ansatte røpe at styreren på kveldstid bruker fritiden sin til å lære de ansatte å bruke nye verktøy og arbeidsmetoder.

5.4.3 Holdning til digital kommunikasjon

Ved de tre kommunale barnehagene varierer holdningen til bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen. I en barnehage ønsker de ansatte å bruke det i større grad, men mener at publiseringsverktøyet til Moava er for vanskelig å bruke. I de to andre er de ansatte redde for å miste den daglige dialogen, hvor det i den ene barnehage hevdes at foreldrene ikke er aktive brukere av internett. Felles for alle tre er likevel et ønske om at foreldre i større grad skal bruke hjemmesiden.

I de private barnehagene opplever de ansatte at bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen bidrar til økt kvalitet i den daglige dialogen, og redusert papirforbruk. I tillegg opplever de ansatte foreldrene som mer oppdatert på hva som foregår i barnehagen.

5.4.4 Kartlegging av digital kompetanse

Alle barnehagene har lukkede deler for barnehageforeldre på nettløsningen. På den måten skjermes barna for offentligheten. Barnehagene er underlagt av strenge lover på dette området. Det er derfor grunnlag for å si at de ansatte ved alle barnehagene har grunnleggende ferdigheter i digital dømmekraft. Når det gjelder ferdigheter knyttet til hvordan digitale verktøy blir brukt i kommunikasjonen, vil det være variasjoner. Ikke bare fordi barnehagene bruker forskjellige verktøy, men fordi de brukes forskjellig.

Under teori om digital kompetanse i kapittel 2 ble det presentert en modell for kartlegging av den digitale nåsituasjonen blant ansatte (Bergersen 2010, s. 122). Modellen er ment for å illustrere i hvilken grad barnehagen ønsker å benytte seg av digitale verktøy i kommunikasjonen med barnehageforeldre. Under intervjuene ble ansatte stilt spørsmål knyttet til egne og kollegers IKT-ferdigheter. I tillegg ble det stilt spørsmål for å kartlegge de ansattes holdning til bruk og videre bruk av digitale verktøy. Det innebar blant annet spørsmål angående kursing, videre opplæring og ønsket situasjon.

Som forventet var de ansatte noe tilbakeholdne i beskrivelsen av sine egne digitale ferdigheter. De var derimot mer åpne når det gjaldt å beskrive sine kollegers

ferdigheter. I tillegg var alle åpne og konkrete i beskrivelsen av sine egne holdninger til bruk av digitale verktøy som et kommunikasjonsmiddel.

På bakgrunn av det som kom frem under intervjuene har vi dannet oss et bilde av de ansattes kompetanse og holdninger til digitale verktøy som et kommunikasjonsmiddel. I modellen under presenteres helhetsinntrykket av hver barnehage. Det vil si at inntrykket inkluderer de ansatte som ikke var tilstede under intervjuene.

Det er ikke hensiktsmessig å navngi barnehagene i modellen. Formålet med modellen er å illustrere forskjeller mellom de kommunale barnehagene som én helhet, og de private som én.

	Kommunal barnehage 1	Kommunal barnehage 2	Kommunal barnehage 3	Privat barnehage 1	Privat barnehage 2
Kan og vil				X	X
Kan, men vil ikke		X	X		
Vil, men kan ikke	X				
Vil ikke og kan ikke					

Figur 4: Modell for digital kompetanse og holdning

Figur 4 illustrerer at det ikke er store forskjeller i kompetansen mellom kommunale og private barnehager. Unntaket er en av de kommunale barnehagene som erfarer at Moava hjemmesider er et vanskelig verktøy å jobbe med. Figuren viser derimot at det er forskjell i holdningen til bruk av digitale verktøy. Unntaket her er den samme barnehagen som erfarer at Moava hjemmesider er et vanskelig verktøy.

Grunnen til at de to kommunale barnehagene er plassert under kategorien «Kan, men vil ikke» skyldes hovedsakelig at de ikke ønsker å fjerne den daglige dialogen. I begge

tilfeller kom det i tillegg frem at barnehagen har ansatte som hverken kan eller vil jobbe med verktøy. De ansatte påpekte at det er årsaker knyttet til alderen. Det ble også påpekt i disse to barnehagene at styreren er aktiv i bruken av digitale kommunikasjonsverktøy. De ansatte uttrykte at styreren både engasjerer seg og er dyktig i bruken.

Det er noen forskjeller i hvor stor grad det brukes digitale verktøy i de private barnehagene, men holdningen og kompetansen er relativt lik.

5.5 Likheter og forskjeller mellom kommunale og private barnehager

I denne delen sammenfattes funn gjennom en komparativ studie av de ulike barnehagene. Hovedsakelig innebærer dette å se forskjeller mellom private og kommunale barnehager, men det vil også redegjøres for forskjeller blant de kommunale barnehagene. I tillegg til allerede redegjort informasjon om digital kommunikasjon, suppleres denne delen med andre funn fra intervjuene.

Felles for både de private og kommunale barnehagene er at den daglige dialogen med foreldrene er den viktigste. De ansatte uttrykte at de vil fortelle foreldrene hvordan barna har hatt det i løpet av dagen. I en av de kommunale barnehagene påpekte en ansatt at «det koster oss ingenting å gi noen praktiske beskjeder samtidig». I tillegg ble det uttrykt at de er redde for å miste den viktige relasjonen med foreldre dersom alt av informasjonsformidling skal foregå digitalt. De private barnehagene opplever derimot at dette øker kvaliteten på den daglige dialogen. I stedet for å informere om planer og aktiviteter som skal skje fremover, kan de ansatte bruke mer tid på å snakke om hvordan dagen til barna har vært.

En annen likhet mellom de kommunale og private barnehagene er bruken av e-postkommunikasjon med foreldre. To av de kommunale barnehagenes hjemmesider har et kontaktskjema hvor foreldre kan fylle ut og sende beskjeder til barnehagen. I den

private barnehagen Marihøna bruker også foreldrene e-post kommunikasjon med barnehagen.

I flere av barnehagene foregår e-postutvekslingen mellom foreldrene og barnehagestyrer, og ikke mellom foreldre og ansatte. Styrer formidler innholdet videre til de andre dersom det er nødvendig. Dette er praksisen i blant annet Marihøna barnehage og flere av de kommunale. I Marihøna bruker de e-postvarsling om oppdateringer på siden. I de kommunale barnehagene kan foreldrene velge å abonnere på hjemmesiden, slik at de får e-postvarslinger. Ulikheten er at alle foreldrene blir varslet i Marihøna barnehage, mens kun de som har valgt å abonnere får varsel i de kommunale.

Gjøvik kommune har lagt ut nye retningslinjer som sier at de kommunale barnehagene skal gjøre årsplanene tilgjengelige digitalt. Alle fem barnehagene legger ut årsplanene sine på nett, men to av de kommunale barnehagene deler også ut planene på papir.

Det kom frem i intervjuene at det er eldre personer i både private og kommunale barnehager som ikke behersker digitale verktøy like godt som de yngre. Forskjellen er at i private barnehager må alle pedagogiske ledere bruke verktøyene uavhengig av sine ferdigheter og holdninger. I to av de kommunale barnehagene er det ansatte som slipper å jobbe med hjemmesiden fordi de ikke vil.

I samtlige barnehager ble viktigheten av å synliggjøre barnehagen sin for potensielle søkere påpekt. Barnehagene er avhengige av å ha en plass på nett hvor foreldre kan innhente informasjon om hva barnehagene gjør. Både hos private og kommunale barnehager er det et behov for å drive hjemmesider fordi de ikke har andre steder å synliggjøre seg. Det ble i tillegg uttrykt at foreldre i større grad kommer og besøker barnehagen før de søker.

Ut i fra intervjuene kom det frem at informasjonsformidlingen i de kommunale barnehagene hovedsakelig foregår i forbindelse med bringe- og hentesituasjonen. I tillegg utveksles mye av informasjonen i papirform. I en av de kommunale barnehagene benyttes blant annet et lappesystem for å varsle foreldrene om at det er tomt for bleier.

Det henges opp lapper på plassen til barna slik at foreldrene får beskjed når de henter eller leverer barna. De ansatte hevdet at informasjon formidles gjennom papirer fordi flesteparten av foreldrene ønsker det på denne måten. Mye av det foreldrene får utdelt på papir i de kommunale barnehagene legges i tillegg ut på hjemmesiden. I to av barnehagene ble det påpekt at det koster over 10 000 kroner i året å trykke opp årsplaner, men ingen hadde noen oversikt over hvor mye det ellers brukes på papir gjennom året.

I de private barnehagene foregår derimot informasjonsformidlingen i større grad gjennom digitale kommunikasjonskanaler. I Marihøna barnehage har de sluttet å dele ut papirer til foreldrene. Alle ukeplaner og månedsplaner til foreldrene publiseres nå gjennom det digitale verktøyet PBL barnehageweb. Unntaket er noen få papirkopier som henges opp i gangen, slik at de foreldrene som ønsker kan ta det med seg hjem.

I Engehaugen menighetsbarnehage har kommunikasjonsverktøyet MyKid gjort det mulig å redusere papirforbruket. I motsetning til de andre barnehagene som benytter lappesystemer, brukes det SMS med enkle beskjeder til foreldrene i Engehaugen menighetsbarnehage. Blant annet for å varsle foreldre når barnet er tomt for bleier. Ifølge styrer fører kommunikasjon gjennom MyKid til at beskjeder kommer raskere frem. Den daglige kontakten med foreldrene er den samme, men foreldrene klarer å holde seg bedre oppdatert på hva som skjer i barnehagen.

Et av fellestrekkene blant de kommunale barnehagene er ønsket om at foreldre i større grad skal bruke hjemmesiden. I intervjuene kom det ikke frem noen forklaringer på hvorfor barnehagene har lav deltakelse blant foreldre på hjemmesidene. Det er gjort flere forsøk på å få flere til å abonnere på siden, men det har hatt liten effekt. I de private barnehagene er situasjonen en helt annen. Både hos Engehaugen og Marihøna opplever de ansatte at foreldrene er aktive brukere av henholdsvis MyKid og PBL barnehageweb.

Ingen av de private barnehagene erkjente et behov for å bytte kommunikasjonsløsning. Ved begge barnehagene ble det påpekt at foreldre er fornøyde og aktive i den digitale kommunikasjonen. Ved en av de kommunale barnehagene kom det frem i intervjuet at de er villige til å bytte kommunikasjonsverktøy, dersom det innebærer at flere foreldre

benytter seg av det. De ansatte påpekte at det ikke er noen grunn til å vedlikeholde en hjemmeside som ingen bruker. Ved en annen kommunal barnehage ble det påpekt at barnehagen ønsker å gjøre seg mer attraktiv for søkere gjennom en «penere» hjemmeside. I den tredje opplever de ansatte verktøyet som vanskelig å bruke, og ønsker seg en ny løsning med blant annet SMS-tjeneste.

I kartleggingen av den digitale nåsituasjonen i barnehagene ble også holdningen til de ansatte tatt i betraktning. Der kompetansen ikke utgjorde store forskjeller mellom kommunale og private, utgjorde holdningen større forskjeller. Ved begge de private barnehagene er de ansatte fornøyd med at informasjonsformidlingen i større grad foregår gjennom digital kommunikasjon. I to av de kommunale barnehagene er de ansatte bekymret for at det vil fjerne den daglige dialogen med foreldre. I den tredje er innstillingen til digital kommunikasjon mer lik de private.

5.6 Digitale kommunikasjonsverktøy

En av årsakene til at de kommunale barnehagene erfarer at foreldre i liten grad benytter hjemmesiden, kan være på grunn av kommunikasjonsverktøyet som brukes. Derfor er et utvalg kommunikasjonsverktøy kartlagt og presentert nedenfor, hvor de til slutt er oppsummert i en tabell. Deler av informasjonen er hentet fra leverandørens egne kontaktpersoner. Vi har vært kritiske til kontaktpersonene, da det er naturlig for dem å være positive til løsningene sine.

5.6.1 Moava

Moava er leverandøren av hjemmesideløsningen i alle de kommunale barnehagene i Gjøvik. Løsningen er et publiseringsverktøy som administreres fra nettleseren. Moava står kun for driften av hjemmesidene og ikke vedlikeholdet. Rammeverket ble utviklet i 2007 og har siden vært det samme. Hvis barnehagene ønsker et oppdatert design, må det utvikles et helt nytt rammeverk. Dette vil ifølge kommunikasjonsrådgiver i Moava, Mikal Vassbotn (pers. kom 24.04.14), koste mellom 10 000 og 30 000 kroner. I tillegg kommer den årlige prisen på 3100 kroner. Publiseringsverktøyet vil være det samme som brukes av de kommunale barnehagene i dag.

I denne prisen ligger de samme betingelsene som kommunens barnehager allerede har. Det vil si domene, publiseringsverktøy, lagringsplass og support. Det er i tillegg mulig å integrere en SMS-tjeneste, noe som vil øke kostnaden fra 3100 til 5000 kroner i året.

5.6.2 MyKid

MyKid er et digitalt administrasjons- og kommunikasjonsverktøy for barnehager og barnehageforeldre. *MyKid* har som mål å gi barnehagen «en enkel inngang til å møte foreldrenes behov og myndighetenes krav til kvalitet på kommunikasjon mellom barnehage og hjemmet» (*MyKid.no* 2013).

Gjennom intervju med salgsrepresentant i *MyKid*, Kristil Håland, kom det frem at *MyKid* er et relativt nytt kommunikasjonsverktøy (pers.kom. 24.03.2014). Hun hevdet at selskapet har opplevd kraftig vekst siden det ble kjøpt opp av Egmont HM i 2013. Videre hevdet hun at *MyKid* per mars 2014 er i bruk hos 189 barnehager. Gjennom intervjuet ga hun en introduksjon i hva *MyKid* er.

MyKid er ikke en hjemmeside, men fungerer på mange måter som en applikasjon det er mulig å åpne i nettleseren. Facebook er en god sammenligning. Løsningen er skjermet og er kun tilgjengelig for medlemmer. Verktøyet kjenner identiteten til den som logger inn og gir rettigheter deretter. For eksempel ved at foreldre og ansatte har ulike privilegier. Administratoren av verktøyet har det overordnede ansvaret og kan gi forskjellige rettigheter til ulike ansatte. Verktøyet er også utviklet i en app for mobil og nettbrett som både kan brukes av foreldre og ansatte. I tillegg kunne salgsrepresentant Håland (pers.kom. 24.03.2014) fortelle at *MyKid* tilbyr kommuner intranett, som gjør det mulig for kommunen å kommunisere med barnehagene.

Undersøkelser gjort gjennom en demobruker av verktøyet, viser at det både er mulig å bruke det i kommunikasjonen med foreldre, og som et administrativt verktøy mot barnehagens ansatte. Det er blant annet mulig å sende beskjeder til foreldre, legge ut bilder og sette opp turnuslister.

Prisen på MyKid avhenger av barnehagens størrelse. Verktøyet har en pris på 2000 kroner i året pluss 599 kroner per avdeling. For foreldrene er det i utgangspunktet ingen kostnader. Men de kan velge å oppgradere til et plussabonnement. Dette koster 25 kroner i måneden og gir tilgang til mobilappen.

5.6.3 itslearning

itslearning er en opplæringsplattform som brukes av både skoler og barnehager (itslearning.no 2012). Plattformen er ikke i bruk ved noen av kommunens barnehager i dag, men er foreslått av Gjøvik kommune som et alternativt kommunikasjonsverktøy for barnehagene. I *Forslag til retningslinjer* (GjøvikKommune 2013) står det at *itslearning* er et «lukket nettverk som ivaretar personvern hensyn. Det gir mulighet for å legge ut bilder og annen informasjon som ikke bør ligge på et åpent nettsted». Dokumentet legger ingen føringer for hva som skal brukes av barnehagene, men det gir forslag for tilrettelegging av digital kommunikasjon.

Undersøkelser gjort gjennom en demoversjon viser at plattformen ligner på MyKid. Brukergrensesnittet er omtrent det samme og begge tilbyr intranett. Systemet er lukket og fungerer mer som en applikasjon enn en hjemmeside. Plattformen har flere interne plug-ins som kan brukes i barns læring, som tegne- og regnespill.

itslearning har ifølge kundeansvarlig, Oddvar Brekke (pers kom. 01.04.14), ingen SMS-tjeneste. Kommunikasjonen foregår gjennom e-post. Brekke har ingen opplysninger om hvor mye *itslearning* vil koste for en barnehage, og påpeker at det er noe som må avtales med hver enkelt barnehage.

5.6.4 PBL barnehageweb

PBL barnehageweb er en nettløsning utviklet av Private Barnehagers Landsforbund (PBL) for å dekke barnehagers behov for kommunikasjon på nett (Iversen, pers. kom. 03.04.14). I utgangspunktet har det kun vært medlemmer i PBL som kan benytte systemet. Informasjonssjef i PBL, Marius Iversen (pers. kom. 03.04.14), kunne fortelle at de fra i år i tillegg vil tilby løsningen til kommunale barnehager.

Hjemmesideløsningen kommer med et fullstendig rammeverk. Rammeverket er likt for alle barnehager, som betyr at løsningen har lik funksjonalitet og tilnærmet likt utseende. Dette innebærer at det ikke medfører noen ekstra kostnader for utforming av design. Publiseringstverktøyet legger likevel opp til at barnehagene kan sette sitt preg på sidens visuelle uttrykk. I verktøyet er det ifølge Marius Iversen (pers. kom. 03.04.14) mulig å velge blant flere design.

Publiseringstverktøyet administreres gjennom nettleseren, hvor det er mulig å styre innholdet som skal på siden (Iversen, pers. kom. 03.04.14). PBL barnehageweb koster 2790 kroner per år for medlemsbarnehager. Informasjonssjef Marius Iversen (pers. kom. 03.04.14) påpekte at det for ikke-medlemsbarnehager er egne, ikke-rabatterte priser. Noe som vil si at prisen vil øke for kommunale barnehager, uten at det foreligger noen konkret pris. Løsningen medfører derimot ingen kostnader for foreldrene.

5.6.5 Oversikt over verktøyene

	Moava	MyKid	itslearning	PBL barnehageweb
Lukket system	Delvis	Helt	Helt	Delvis
Åpen side	Ja	Nei	Nei	Ja
Toveiskommunikasjon	Nei	Ja	Ja	Nei
Varsling	E-post, kan integrere SMS ved økt pris	E-post, SMS og mobil-applikasjon	E-post	E-post
Administrative funksjoner	Nei	Ja	Nei	Nei
Utviklingskostnader	Ja	Nei	Nei	Nei
Pris per år	3100-5000 kr	2000 kr (+ 599,- per avdeling)	Usikkert	Usikkert

Figur 5: Oversikt over digitale kommunikasjonsverktøy

5.7 Oppsummering

Undersøkelsene avdekker at det er få forskjeller mellom de kommunale barnehagene i hvordan og hva de kommuniserer digitalt. De avdekker også at informasjonsformidling i større grad foregår på papir enn hva det gjør i private barnehager. I tillegg indikerer undersøkelsene at foreldre er mer aktive i den digitale kommunikasjonen hos private barnehager.

Modellen for kartlegging av den digitale nåsituasjonen i barnehagene viser at det er lite forskjeller i kompetansenivået mellom kommunale og private barnehager. Modellen antyder derimot at det er variasjoner i holdningen til bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen. Undersøkelsene antyder at årsaken til at foreldre er mer aktive i den digitale kommunikasjonen hos de private barnehagene, er på grunn av holdningen de ansatte har til bruk av digitale kommunikasjonsverktøy.

Undersøkelsene viser at det er flere gode alternativer til digital kommunikasjon gjennom andre digitale verktøy.

6. Drøfting og forslag til tiltak

Dette kapitlet sammenfatter den informasjonen som har kommet frem i teori- og analysekapitlene. Først redegjør vi for betydningen en ny kommunal nettportal har for barnehagene. Videre drøfter vi mulige årsaker til forskjellene mellom kommunale og private barnehager i den digitale kommunikasjonen, deretter drøftes ulike digitale kommunikasjonsløsninger. Til slutt avsluttes kapitlet med våre forslag til tiltak.

Hensikten med kapitlet er å slå sammen funnene i kapittel 4 og 5 og komme frem til tiltak som bedrer den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldre i kommunale barnehager.

6.1 Gjøvik kommunes nettportal

Gjøvik kommune har et ønske om å gi gode digitale tjenester til innbyggerne, inkludert barnehageforeldrene. Som det kom frem i kapittel 4, har alle barnehagene en side på den nåværende nettportalen. Disse sidene gir ikke mulighet for å kommunisere daglig med barnehageforeldrene og er utformet med det formål å presentere barnehagene for potensielle søkere.

I 2007 ble de kommunale barnehagene i Gjøvik kommune pålagt å benytte eksterne hjemmesider i kommunikasjonen med barnehageforeldrene. Internett har utviklet seg mye siden den gang, og det er rimelig å anta at løsningen på den tiden var moderne. I tillegg er hjemmesideløsningen de kommunale barnehagene benytter seg av, slående lik den nåværende nettportalen. Det virker derfor som om kommunen ønsket at de kommunale barnehagenes hjemmesider skulle reflektere nettportalen.

Hjemmesider som reflekterer nettportalen til Gjøvik kommune baserer seg trolig på et ønske fra kommunen om å fremstå som en helhet. Det kan også være for å få tydelig frem at kommunen står bak barnehagetilbudet. Når Gjøvik kommunes nettsted og barnehagenes hjemmesider er så like, kommer det tydeligere frem at barnehagene er et tjenestetilbud fra Gjøvik kommune til innbyggerne. Uttrykket kommunen ønsker å oppnå kan komme i konflikt med behovet barnehagene har for å utøve god digital kommunikasjon med foreldrene, ved at barnehagenes hjemmesider reflekterer kommunen og ikke det barnehagene står for. Dersom tjenestetilbudet i kommunen skal fremstå som en helhet bør målet heller være å beholde innbyggerne på sin egen nettportal fremfor å sende de videre til barnehagenes eksterne hjemmesider. På den måten kan digitale kommunikasjonsløsninger i barnehagene tilpasses etter deres ønsker og behov, og ikke etter kommunens.

I den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldre har Gjøvik kommune og barnehagene i dag ulike roller. Kommunen står hovedsakelig ansvarlig for informasjonsformidling knyttet til søking og opptak av barnehageplass, mens barnehagene har ansvaret for å profilere seg selv og kommunisere direkte med

foreldrene. En av årsakene til at barnehagene har eksterne hjemmesider kan være at kommunen ikke ønsker å stå ansvarlig for den informasjonen barnehagene deler, som bilder, ukeplaner og nyheter. Dette er informasjon som inneholder sensitive personopplysninger, som ikke egner seg på kommunens nettportal.

Gjøvik kommune foreslår nå å inkludere blant annet barnehager i den nye nettportalen (GjøvikKommune 2013). Det foreligger riktignok ingen føringer om når det eventuelt vil skje. Forslaget kan ha en sammenheng med ovennevnte avsnitt, hvor det trekkes frem en helhetlig fremstilling. Men det kan også basere seg på at de kommunale barnehagene skal klare seg uten eksterne hjemmesider. Hvorvidt en ny nettportal kan erstatte barnehagenes behov for å drive egne hjemmesider er usikkert, og er derfor et viktig spørsmål.

6.1.1 Kommunale barnehager i andre kommuner

Regjeringen har fremhevet viktigheten av interkommunalt samarbeid for å gi innbyggerne et godt heldigitalt tjenestetilbud. Det kommer frem i tidligere kapitler at *Digitaliseringsprogrammet* gir gode argumenter for å se til andre kommuner. Derfor har andre kommuner spilt en vesentlig rolle i vår utarbeidelse av forslag til tiltak for Gjøvik kommune, som presenteres i slutten av kapittelet.

I undersøkelsene av andre kommuners nettportaler kom det frem at kommunene har inkludert de kommunale barnehagene på sine nettportaler. Det er ikke mulig å konkludere med årsaken basert på opparbeidet kunnskap i dette prosjektet. Men det er mulig å anta at de har inkludert barnehagene for å gi et mer helhetlig tjenestetilbud overfor innbyggerne. På disse kommunenes nettportaler er barnehagene presentert med mer informasjon enn på Gjøvik kommunes nåværende nettportal. Noe som fører til at interessenter finner utdypende informasjon om barnehagetilbudet uten at de må forlate nettportalen.

Undersøkelsen av 10 tilfeldige kommunale barnehager i hver kommune viste at flertallet av barnehagene har en egen hjemmeside eller innloggingsportal i tillegg til kommunesiden. Felles for kommunene er at flertallet av de kommunale barnehagene

har egne digitale kommunikasjonsløsninger ved siden av kommunenes nettportaler. Dette er ingen fasit for hvordan behovet er i Gjøvik kommune, men det kan tyde på at det er et generelt behov for en ekstern kommunikasjonsløsning i tillegg til en side på kommunens nettportal.

Dersom kommunen utarbeider en god side for barnehagene på nettportalen, kan denne rettes mot potensielle søkere. Men barnehagene vil fortsatt ha et behov for en mer direkte kommunikasjonsløsning mot foreldrene. Det vil si at en ny nettportal ikke ser ut til å kunne erstatte barnehagenes behov for en ekstern kommunikasjonsløsning.

6.2 Årsaker til ulik bruk av digital kommunikasjon i barnehagene

Funnene i kapittel 5 avdekker noen forskjeller mellom kommunale og private barnehager i den digitale kommunikasjonen. Der de kommunale barnehagene sliter med å få foreldre til å delta på nett, opplever de ved private barnehager at foreldre er aktive brukere. Undersøkelsene antyder derimot at det er lite forskjeller i digital kompetanse blant ansatte i de ulike barnehagene. I tillegg påpekes det hos alle at den daglige dialogen er den viktigste. Så hvorfor er foreldrene mer aktive i den digitale kommunikasjonen ved private barnehager? Det kan være flere grunner til dette.

Ett argument kan være at kommunikasjonsverktøyene som benyttes i de private barnehagene fanger foreldres interesse i større grad. Der de kommunale barnehagene har hatt den samme, uoppdaterte kommunikasjonsløsningen siden 2007, har de private barnehagene byttet ut eller oppdatert sine i senere tid.

En annen forklaring kan være hvordan foreldrene behersker kommunikasjonsløsningen til de kommunale barnehagene. Selv om det oppfattes som enkelt å administrere, kan det være vanskelig å håndtere. Spesielt hvis løsningen oppfattes som vanskelig ved første, andre og mulig tredje forsøk eller ved at barnehageforeldre opplever at de ikke finner frem på hjemmesiden. Etter hvert vil det dannes en forventning om at ikke er

mulig å finne frem. Psykologene Geir og Astrid Kaufmann omtaler dette som klassisk betinging og hevder at «når den lærte emosjonelle assosiasjonen aktiveres, vil vi – i flukt med følelsens valør – trekke automatiserte slutninger om objektet som assosiasjonen er tilknyttet» (2009, s. 188). De hevder videre at holdningen og handlingen i forhold til objektet baseres på assosiasjonen. På en annen side viser undersøkelsene at den private barnehagen Marihøna benytter en kommunikasjonsløsning som er tilnærmet lik den som er i bruk hos de kommunale. Og det foreligger ingen grunn til å tro at flertallet av foreldre med digitale ferdigheter velger private barnehager fremfor kommunale.

En annen mulig forklaring er hvordan barnehagene legger opp til bruk av digitale kommunikasjonsløsninger. Funnene fra undersøkelsene viser også forskjeller i hvordan de kommunale og private barnehagene tilrettelegger informasjonsformidling. Hos de kommunale foregår mye av informasjonsformidling gjennom papirer og daglig dialog. Ved de private foregår derimot informasjonsformidlingen hovedsakelig gjennom digitale kanaler. På den måten må foreldrene i større grad oppsøke kanalene for informasjon. På en annen side så legges mye av informasjonen som kommer på papir også ut på nett i de kommunale barnehagene. Er det enklere å få det på papir? De ansatte hevder at det er den måten foreldrene ønsker å ha det på. Statistikk fra MedieNorge (2013) viser at 96 % av par med barn mellom 0 til 6 år er på internett daglig. Har foreldrene en vane med å få informasjonen på papir? Kan løsningen være så enkel som å kutte ut informasjonsformidling på papir, og kun ha det på nett? I de private barnehagene har dette vært et virkemiddel, hvor mindre informasjonsformidling på papir har ført flere foreldre ut i digitale kanaler.

Det argumenteres i de kommunale barnehagene at digital kommunikasjon vil fjerne den daglige dialogen. I de private barnehagene blir det derimot sagt at økt informasjonsformidling gjennom digitale kanaler øker kvaliteten på dialogen. Dette gir grobunn for at det er tydelige holdningsforskjeller i kommunale og private barnehager.

Negative holdninger til å bruke digitale kommunikasjonsverktøy i barnehager kan komme av flere årsaker. Bergersen (2010, s. 119) hevder at personalets alder er én. I enkelte barnehager er det ansatte som har jobbet siden før det teknologiske inntoget på

90-tallet. Arbeidsrutinene foregikk uten digitale verktøy før, og oppfatningen er kanskje at det fremdeles er den beste måten. Andre vil derimot hevde at det er en frykt for det ukjente, eller en frykt for å tape identitet på arbeidsplassen. Å tape identitet vil si at arbeidsoppgavene endres (Jacobsen 2012, s. 136). Det å beherske en arbeidsoppgave gir mange en følelse av å mestre, en følelse av å være en del av noe og at arbeidet er viktig. Å miste ansvaret til en yngre ansatt med kompetanse på IKT vil ikke alltid være populært. Denne frykten omtaler Jacobsen som frykt for endrede maktforhold (Jacobsen 2012, s. 139). Men det er også noen som av ulike grunner ikke ønsker at barnehagen skal assosieres med digitale verktøy. Det kan være av ulike politiske årsaker, som hensyn til personvern. Samtidig hevder Bølgan at

... bruk av internett som informasjonskanal, kan øke foreldrenes interesse og deltakelse i barnehagen. Det å ta i bruk teknologi som er vanlig i hjemmene, kan støtte opp under samarbeidet mellom foreldrene og barnehagen, og gi foreldrene mer innsyn i barnehagens arbeid. (2008, s. 77)

Det store spørsmålet er; hvordan kan de kommunale barnehagene i større grad få foreldre med i den digitale kommunikasjonen? En kan argumentere for at de kommunale barnehagene i større grad bør gjøre som de private barnehagene. Men hva innebærer det egentlig? Funnene antyder at foreldres bruk reflekteres av ansattes holdning til bruk av digitale kommunikasjonskanaler. Å si at «det koster oss ingenting å gi noen praktiske beskjeder samtidig» blir litt selvmotsigende når ønsket er at foreldre i større grad skal finne informasjonen på nett. Barnehageforeldre er meget opptatt av det som er mest dyrbart for dem, barna. Hvis den eneste kilden til informasjon ligger på nett, og foreldrene har tilgang, vil det være rimelig å anta at de innhenter det.

Betyr det at det må en holdningsendring til for at foreldre i større grad skal benytte seg av hjemmesidene til kommunale barnehager? Det kan tyde på det. Bergersen hevder den største utfordringen mange barnehager står overfor er

Å gå fra å være et støttende miljø til å bli et veiledende miljø, der det ikke lenger bare er ildsjelene og de få som har gått på videreutdanning som bruker digitale verktøy, men der slike verktøy er en integrert del av alle barnehagens aktiviteter (2010, s. 120)

6.3 Ulike digitale kommunikasjonsløsninger

Selv om funnene antyder at en ny kommunal nettportal ikke vil erstatte barnehagens behov for eksterne kommunikasjonsverktøy, kan Gjøvik kommune likevel være tjent med å presentere barnehagene på den nye nettportalen. Ved å samle alt av informasjon om barnehagetilbudet på ett sted, vil kommunen skape legitimitet overfor omgivelsene sine. Oppfatningen til innbyggerne vil være at de finner det de trenger på *gjovik.kommune.no*. I *Forslag til retningslinjer* står det at «Innbyggerne og andre interessenter skal finne det de trenger på ett sted» (GjøvikKommune 2013). Dette vil være et viktig poeng for barnehagesøkere og barnehageforeldre, som er på et tidlig stadium i forholdet med kommunen. På den måten kan kommunen skape en tillitsbase og en forventning om at kommunens nettportal gir svar på det man trenger å vite om kommunens tilbud til innbyggerne. Dette støttes av regjeringen som gjennom digitaliseringsprogrammet påpeker at

Den høye tilgangen til internett, kunnskap om bruk av digitale tjenester i befolkningen og en økende forventning om offentlige tjenester på nett, gjør det både viktig og naturlig å utvikle digitale tjenester fra forvaltningen (FAD 2012, s. 10)

På en annen side vil det være vanskelig for Gjøvik kommune å utvikle systemer og tilrettelegge for all digital kommunikasjon mellom barnehage og foreldre. Som en følge av at barnehagene deler sensitiv informasjon som må skjermes for offentligheten betyr det at kommunen må utvikle innloggingstjenester med høy sikkerhet. Ingen andre kommuner vi har undersøkt har utviklet slike systemer for barnehagene. Det er rimelig å anta at utviklingen av slike systemer krever mye ressurser og er dyrt. Så hvilke andre muligheter har Gjøvik kommune for å tilrettelegge den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldrene?

6.3.1 Hjemmesideløsninger

En mulighet for de kommunale barnehagene er å fortsette med dagens hjemmesideløsning fra Moava. Dette medfører ingen nye kostnader for kommunen eller barnehagene. Et argument for å beholde Moava er at de ansatte har hatt verktøyet tilgjengelig i sju år, og de trenger derfor ikke å lære seg et helt nytt system. Samtidig

uttrykker flere barnehageansatte et ønske om en mer moderne hjemmeside. Om det er på bakgrunn av at dagens løsning er vanskelig å administrere, eller om de ønsker et nyere design, vites ikke.

En holdningsendring blant ansatte i barnehagene kan være en utløsende faktor for å få foreldre til å bruke løsningen fra Moava. En kan argumentere for at ansattes holdning til sitt eget kommunikasjonsverktøy vil påvirke bruken av det. Å ha et verktøy man ikke liker, vil kunne ha en negativ effekt på foreldrenes bruk. I tillegg er det vanskelig å argumentere for videre bruk av et verktøy når undersøkelser i tre av tre kommunale barnehager avdekker at foreldre i liten grad benytter hjemmesideløsningen. Når tendensen er så tydelig i disse tre barnehagene gir det grunnlag for å hevde at det er gjennomgående i flere kommunale barnehager i Gjøvik. I tillegg ble to av disse barnehagene utpekt som noen av de beste og mest aktive i bruken av Moava-løsningen.

Hjemmesidene er designet for å ligne på den nåværende kommunale nettportalen som i nærmeste fremtid skal byttes ut. De nåværende hjemmesidene til barnehagene vil ikke lenger reflektere kommunen som en helhet. En mulighet kan derfor være å redesigne hjemmesiden til dagens standard. En ny og mer tiltalende utforming kan være et effektivt virkemiddel for å få foreldrene til å benytte seg av hjemmesideløsningen. Barnehagene kan bruke «de nye hjemmesidene» til å markere en satsning på digital kommunikasjon. En ny og moderne hjemmeside kan fange foreldrenes oppmerksomhet, slik at de legger til seg vaner for å bruke løsningen. En oppgradering av dagens løsning fra Moava er anslått å koste mellom 10.000 og 30.000 kroner (Vassbotn, pers. kom. 24.04.14), og innebærer et nytt design for alle de kommunale barnehagenes hjemmesider. På en annen side må kommunen betale lignende summer i fremtiden, hvis designet eller løsningen skulle bli utdatert.

I kapittel 5 ble det presentert en hjemmesideløsning utviklet av Private Barnehagers Landsforbund (PBL). Denne løsningen benyttes av Marihøna barnehage som har gode erfaringer, og opplever at foreldre er aktive i den digitale kommunikasjonen. Men på grunn av at løsningen er utviklet for medlemsbarnehager av PBL, anses den ikke som et alternativ for kommunale barnehager i Gjøvik kommune.

6.3.2 Lukket kommunikasjonsløsning

En annen mulighet er at kommunen ser mot andre løsninger enn hjemmesider for digital kommunikasjon i barnehagene. Det er i Norge utviklet flere digitale verktøy som bygger på lukkede systemer, hvor barnehagene fritt kan legge ut informasjon og bilder som kun foreldre får tilgang til. I stedet for å bruke store ressurser på å utvikle systemer med høy sikkerhet, kan kommunen legge opp til at barnehagene kan bruke slike lukkede systemer. Det innebærer derimot at barnehagene må få mulighet til å synliggjøre seg på kommunens nettportal, hvor informasjon som årsplaner, satsningsområder og kontaktinformasjon må være tilgjengelig for offentligheten.

Regjeringens mål er at «nettbaserte tjenester skal være hovedregelen for forvaltningens kommunikasjon med innbyggere og næringsliv» (FAD 2012, s. 12). Det foreligger derimot ingen føringer for hvordan kommunikasjonen bør være mellom barnehager og barnehageforeldre. Men det kan argumenteres for at foreldre etter hvert også vil forvente at barnehagene skal være aktive på nett. I digitaliseringsprogrammet står det at

Dessuten krever mange av de offentlige velferdstjenestene menneskelig kontakt slik som undervisning [...] Bruk av ny teknologi kan imidlertid i mange tilfeller hjelpe oss å utføre også slike oppgaver mer effektivt og samtidig gi bedre løsninger for brukeren. (FAD 2012, s. 13)

Dersom det viktigste argumentet for å ha eksterne hjemmesider er å synliggjøre barnehagen overfor søkere, kan barnehagene ved hjelp av en informativ kommunal nettportal, i større grad fokusere på løsninger som er utviklet for toveiskommunikasjon med barnehageforeldre. Men hvilke slike løsninger er det?

En mulighet er å benytte seg av opplæringsplattformen itslearning. Løsningen er utviklet for skoler og som et verktøy for læring og spill. Men verktøyet kan også brukes som et kommunikasjonsverktøy. Selv om løsningen hovedsakelig brukes i skoler, er det også tilbudt en versjon for barnehager. Blant annet bruker alle de kommunale barnehagene i Asker kommune løsningen. På Asker kommunes nettportal ligger det informasjon om de ulike barnehagene i kommunen og en lenke til itslearning. Her har de kommunale barnehagene gått bort fra eksterne hjemmesider og benytter itslearning i kommunikasjonen med foreldre. itslearning kan være en god løsning for barnehagene.

Gjennom verktøyet får foreldre et nærmere innblikk i barnas hverdag og de kan kommunisere gjennom e-post til de ansatte i barnehagen.

En annen mulighet er MyKid. Løsningen er utviklet for barnehager, og er i tillegg til å være et kommunikasjonsverktøy også et administrativt verktøy. I den private barnehagen Engehaugen har de erfart at verktøyet har økt foreldrenes aktivitet i den digitale kommunikasjonen. I tillegg har verktøyet gitt barnehagen mulighet til å kvitte seg med det meste av papirbruken. På lik linje med itslearning gir verktøyet foreldre innsikt i barnas hverdag, men MyKid skiller seg mer ut som et kommunikasjonsverktøy ved at tjenesten har både SMS- og e-postkommunikasjon.

6.4 Virkningen av en ny kommunikasjonsløsning

Kunnskapsdepartementet, ved Nina Bølgan publiserte i 2006 *Temahefte om IKT i barnehagen*. Her påpeker hun at

Barnehagen bør være åpen for nye trender og impulser fra hele verden, og internett gir mange nye muligheter for informasjon og kommunikasjon. Daglig kontakt og samarbeid med omverdenen er viktig. Bruk av digitale verktøy og internett aktiviserer foreldres interesse og deltaking i barnehagene (Bølgan 2006).

Et nytt verktøy kan føre til at nye kommunikasjonskanaler utnyttes. Ingen av de kommunale barnehagene rapporterte om utstrakt bruk av e-post eller SMS. Hos de private er situasjonen det motsatte. Her er både foreldrene og de ansatte aktive i bruken. Ved å bruke e-post og SMS i kommunikasjonen kan avstanden mellom foreldre og barn bli mindre i hverdagen. Hvis barnet har hatt en tung start på dagen når det leveres i barnehagen, kan de ansatte sende en kort beskjed til en bekymret mor eller far på jobb, om at alt er vel med barnet. Bølgan hevder at hverken e-post, SMS eller hjemmeside kan erstatte den daglige dialogen med foreldre, men ved bringe- og hentesituasjonen

har foreldre ofte liten tid. De skal på jobb, handle og lage middag. Hvis barnehagen overbringer informasjonen i disse situasjonene, kan det øke presset på både foreldrene og personalet (2008, s. 175)

Et nytt verktøy behøver ikke representere store forbedringer og forskjeller, men et nytt verktøy kan vekke interesse hos de ansatte som kan smittes over på foreldrene. Jacobsen (2012, s.129) omtaler dette som en «affektiv oppslutning». Her slutter man seg til endringen fordi en tror endringen er god, nødvendig og vil løse problemer.

I de kommunale barnehagene har det samme digitale kommunikasjonsverktøyet blitt brukt i sju år. De ansatte er innarbeidet med verktøyet og det er blitt en vane å jobbe med det. Et nytt verktøy vil innebære at arbeidsoppgaver man mestrer forsvinner og at det må læres nye måter å jobbe på. Dette kan være en kilde til motstand fordi man frykter det nye verktøyet vil være en utfordring og vanskelig å håndtere. Jacobsen omtaler dette som frykten for ikke å strekke til og påpeker at det er

en vanlig grunn til motstand ved innføring av informasjons- og kommunikasjonsteknologi i organisasjoner. Mange er ukjente med å arbeide ved en dataskjerm, benytte databaser og ulike kommunikasjonsverktøy, og mange lurere på om de i det hele tatt vil klare å lære seg dette nye verktøyet. (2012, s. 135)

Lederen i barnehagen er ifølge Bølgan (2008, s. 63) den viktigste bidragsyteren i det digitale utviklingsarbeidet. Det betyr at barnehagestyreren besitter en viktig rolle i en eventuell endringsprosess. Styreren kan for eksempel presse gjennom vedtak som innebærer en mer utstrakt bruk av digital kommunikasjon i barnehagen. Bergersen (2010, s. 124) hevder at styreren først bør kartlegge flere aspekter, som blant annet kompetanse og holdning. Hvis styreren kjenner holdningen og kompetansen til de ansatte, blir det enklere å inkludere de i prosessen. I stedet for å presse gjennom en endring og møte motstand, kan styreren bruke tid til å overbevise skeptikerne om at endringen representerer en forbedret situasjon. På den måten kan styreren enklere legge opp til økt digital kommunikasjon i barnehagen.

Et bytte av digitalt kommunikasjonsverktøy vil påvirke begge parter. Både ansatte og foreldre må tilpasse seg, og i enkelte tilfeller lære seg en ny måte å innhente og dele

informasjon på. Før barnehagestyreren vedtar en endring av kommunikasjonsverktøy, bør det derfor vurderes i hvor stor grad det nye verktøyet krever kompetanseheving. I utvelgelsen av verktøy er det en fordel å ta foreldrenes kompetanse med i betraktning. Selv om verktøyet er enkelt å administrere, kan det være vanskelig å bruke.

Dagens løsning fra Moava er uforandret siden 2007, og oppleves av en av de kommunale barnehagene som avansert. Et nytt kommunikasjonsverktøy kan vekke interesse for å lære igjen. I den private barnehagen Engehaugen oppleves MyKid som enklere å håndtere enn det noe eldre publiseringsverktøyet som brukes for å administrere hjemmesiden. På en annen side kan et nytt verktøy føre til misnøye og liten interesse for å lære. Det må derfor settes av god tid til opplæring og tilvenning ved introduksjon av et nytt kommunikasjonsverktøy.

6.5 Forslag til tiltak

På bakgrunn av det som har kommet frem hittil i rapporten, har vi utarbeidet en liste over tiltak til forbedring av digital kommunikasjon med barnehageforeldre i kommunale barnehager. Listen vil her bli presentert, med utdypende drøfting nedenfor. Drøftingen refererer til listen i teksten gjennom bruk av tall og bokstav (for eksempel: (3a)).

6.6 Tiltaksliste

- 1) Kommunens nye nettportal
 - a) Inkludere de kommunale barnehagene med egne sider
 - b) La barnehagene styre deler av informasjonen selv
 - c) Retningslinjer for hva som kan legges ut
 - d) Lenke til eksternt kommunikasjonsverktøy
- 2) Nytt kommunikasjonsverktøy
 - a) Ta i bruk kommunikasjonsverktøyet MyKid i alle kommunale barnehager
 - b) Benytte MyKid til toveiskommunikasjon med foreldrene og intern administrering
- 3) Holdningsendring og tilpasning
 - a) Legge opp til bruk av digitale kommunikasjonsverktøy i større grad
 - b) Alle ledere må lære seg å bruke MyKid
 - c) Legge opp til en myk overgang fra Moava til MyKid

6.6.1 Tiltak 1: Kommunens nye nettportal

I første rekke foreslås det at kommunen inkluderer de kommunale barnehagene med egne, statiske sider på den nye nettportalen (1a). Dette innebærer en side med informasjon om barnehagen, åpningstider, satsningsområder, årsplaner, ansatte og lignende. Barnehagene har en lignende løsning på den nåværende nettportalen, men det er meget begrenset med innhold og informasjon om barnehagene. Vårt forslag baserer seg på å videreføre dette konseptet med egne sider på nettportalen, hvor barnehagene har mulighet til å legge ut mer informasjon om barnehagen sin, enn i dag. For å illustrere

forslaget, har vi utarbeidet en skisse med den kommunale barnehagen Lissomskogen. Skissen er inspirert av hvordan barnehagene blir presentert på nettportalene til Asker, Sandefjord, Skedsmo og Trondheim kommune. Utdrag av skissen er illustrert i figur 6, og finnes i sin helhet som vedlegg 11.



Figur 6: Eksempel på hvordan barnehagenes sider kan se ut på en ny nettportal

Vi anbefaler å strukturere informasjon i bokser med bestemte tema, som kommer frem ved å klikke på boksen. Ved å strukturere siden slik blir det enklere for interessenter å finne frem til riktig informasjon, uten å miste oversikt over siden. Bruk av store bokser som inneholder informasjon vil i tillegg gjøre det bedre å navigere på nettbrett og mobil.

Siden bør inneholde informasjon om barnehagen, kontaktinformasjon, satsningsområder, avdelinger, ansatte og årsplaner. Forslaget bygger på funn fra

intervjuer om at synliggjøring overfor potensielle søkere er en meget viktig del av barnehagens digitale kommunikasjon. På grunn av at barnehagene er avhengige av å gjøre seg synlig overfor potensielle søkere, anbefales det at Gjøvik kommune presenterer barnehagene på nettportalen med bilder av barnehagen og kart. Barnehagens plassering er et viktig kriterium når foreldre søker barnehageplass, og ved hjelp av kart kan de enkelt finne barnehager som ligger i nærheten av hjem eller jobb.

Selv om Gjøvik kommune er ansvarlig for utformingen av nettportalens infrastruktur og bestemmer hvilket innhold sidene skal ha, foreslås det at barnehagene får mulighet til å sette sitt preg på siden (1b). Det betyr at barnehagen ikke gis mulighet til å endre på sidens oppbygning, men kun fylle inn tekst og legge ut bilder. Forslaget baserer seg på et sterkt ønske fra barnehageansatte om å kunne profilere barnehagen sin.

Kommunen bør utforme retningslinjer for hva barnehagene skal skrive om, samt hvor mye de kan skrive (1c). På den måten får barnehagehagene de samme betingelsene, samtidig som de får mulighet til å skille seg ut ved å gi siden et personlig preg. Dette innebærer at barnehagene blant annet får skrive om sine satsningsområder og avdelinger. Hvilket pedagogisk grunnsyn en barnehage har, er måten de skiller seg fra hverandre. Noen satser på friluftsliv, andre på språk og tekst, IKT eller lignende. Mange foreldre er opptatt av hvilke omgivelser barnet vokser opp i, og er derfor interessert i hvilke satsningsområder barnehagene har. Det samme gjelder også i forhold til hvilke avdelinger en barnehage har. Noen barnehager har avdelinger fra 0-6 år, mens andre har kun avdelinger for barn fra 3 år og oppover. Siden barn ikke alltid begynner i barnehagen i løpet av sitt første år, er det viktig at foreldre finner informasjon om dette. Satsningsområder og avdelingsinformasjon er derfor viktig at kommer tydelig frem på en ny nettportal, slik at foreldrene finner den barnehagen som passer best.

I tillegg til informasjon om barnehagene er det viktig at de profileres ved bruk av bilder. Slik blir det enklere for foreldre å få et inntrykk av barnehagen og hvordan den ser ut. Vi foreslår at hver barnehage får legge ut et bestemt antall bilder, og kun av selve barnehagen. På den måten slipper kommunen å ta hensyn til personvern.

Tydelig og organisert informasjon på siden vil føre til at barnehagesøkere i mindre grad forlater kommunens nettportal for å finne informasjon om barnehager andre steder. I tillegg vil de få et bedre forhold til Gjøvik kommune da de får inntrykk av at de finner det de trenger på nettportalen. En godt utformet barnehagedel på kommunens nye nettportal vil kunne erstatte barnehagenes behov for å ha eksterne hjemmesider, fordi det fjerner behovet for å profilere seg. Men det forutsetter at Gjøvik kommune legger til rette for at barnehagene kan utøve direkte kommunikasjon med foreldrene i barnehagen på en annen måte.

I *Digitaliseringsprogrammet* (FAD 2012, s. 23) kommer frem at tjenester som inneholder sensitiv informasjon krever innlogging på høyt sikkerhetsnivå. Som en følge av dette anbefaler vi Gjøvik kommune å se på andre løsninger i stedet for å utvikle et eget lukket system med høyt sikkerhetsnivå. Kommunen bør derfor se til leverandører som allerede har utviklet lukkede systemer for digital toveiskommunikasjon med barnehageforeldre, og heller lenke til det eksterne kommunikasjonsverktøyet på nettportalen (1d).

6.6.2 Tiltak 2: Nytt kommunikasjonsverktøy

På bakgrunn av tiltak 1, som innebærer at barnehagene får mulighet til å synliggjøre seg på den nye nettportalen, foreslår vi at alle de kommunale barnehagene tar i bruk kommunikasjonsverktøyet MyKid (2a). Dette innebærer at de går bort fra dagens hjemmesideløsning fra Moava.

Som en følge av at Gjøvik kommune kan erstatte barnehagenes behov for å profilere seg på eksterne hjemmesider, kan barnehagene rette oppmerksomhet mot å få foreldre aktive i den digitale kommunikasjonen ved bruk av kommunikasjonsverktøyet MyKid. Dette er et lukket system som er spesielt utviklet for direkte toveiskommunikasjon med barnehageforeldre.

Forslaget om å benytte MyKid er hovedsakelig basert på et ønske fra de kommunale barnehagene om å få foreldre mer aktive i den digitale kommunikasjonen. Vi er av den

oppfatning at MyKid er et verktøy som kan bidra til økt interesse fra foreldrene, som igjen kan bidra til at barnehagene kan utøve digital toveiskommunikasjon mer effektivt.

Mye av behovet for en hjemmesideløsning fra Moava forsvinner dersom kommunen inkluderer barnehagene i den nye nettportalen. Men undersøkelsene gjort på andre kommunale nettportaler antyder at en slik side ikke erstatter behovet for en toveiskommunikasjonsløsning mot foreldrene. Det ble også avdekket at de kommunale barnehagene har gjort flere forsøk på å få foreldre mer aktive i den digitale kommunikasjonen med dagens løsning fra Moava, uten å lykkes. MyKid er spesielt rettet mot digital kommunikasjon med barnehageforeldre, samt administrative oppgaver i barnehagen, og fremstår som et bedre alternativ i dette tilfellet. Vi har derfor stor tro på at MyKid vil øke foreldrenes deltakelse. Dette styrkes av at den private barnehagen Engehaugen erfarte at foreldrene gikk fra å være lite aktive til veldig aktive da de byttet fra en lignende løsning som de kommunale barnehagene benytter, og over til MyKid.

En av fordelene med å gå over til MyKid (2b) er at verktøyet tilbyr både SMS- og e-posttjeneste. Spesielt vil den integrerte SMS-tjenesten redusere papirforbruket i barnehagen, noe som vil spare både tid og penger. SMS-tjenesten kan for eksempel benyttes til varsling om hendelser som turdager og planleggingsdager. I tillegg gjør verktøyet det mulig å integrere ukeplaner og månedsplaner i en kalender, som foreldre kan laste ned til sin mobil. Sammen reduserer SMS-tjenesten og kalenderen foreldrenes behov for å få slik informasjon på papir.

SMS-tjenesten til MyKid vil redusere barnehagens behov for å benytte lappesystemer. Verktøyet har blant annet egne funksjoner som de ansatte kan benytte for å sende SMS til begge foreldrene når barnet er tomt for bleier eller trenger skiftetøy. Fordelen med «bleiefunksjonen» er for eksempel at foreldrene kan dra innom butikken og kjøpe bleier før de henter barnet.

MyKid har en applikasjon for mobil og nettbrett som både foreldre og ansatte kan benytte. Den største fordelen med en slik applikasjon er at den øker tilgjengeligheten. Foreldrene kan for eksempel se på bilder av hva barnet holder på med i barnehagen,

mens de er på jobb. Applikasjonen gjør det mulig for ansatte å laste opp bilder direkte fra mobil og nettbrett, fremfor å måtte legge det inn på datamaskinen først.

Ettersom begge de private barnehagene opplever at bruk av digital kommunikasjon har økt kvaliteten på den daglige dialogen, er vi av den oppfatning at de kommunale barnehagene vil være tjent med å ta i bruk MyKid. I hentesituasjonen har foreldre det ofte travelt, da de skal hjem for å lage middag eller kjøre storebror til fotballtrening. Fremfor å bruke tid på å fortelle foreldrene hva som skal foregå fremover og dele ut papirer, kan de ansatte formidle slik informasjon gjennom MyKid. Verktøyet kan derfor sørge for at den daglige dialogen i større grad dreier seg om hva barnet har gjort og opplevd i løpet av dagen.

I tillegg til å øke tilgjengeligheten sørger MyKid for at foreldre blir mer oppdatert på hva som foregår i barnehagen til enhver tid. Spesielt er dette gunstig i situasjoner hvor barna har foreldre med delt omsorg. SMS-varsling sørger for at beskjeder kommer raskere frem, og når begge foreldrene. Med MyKid kan også andre familiemedlemmer få tilgang. Noe som er fordelaktig for besteforeldre eller annen familie som bor langt unna, og ønsker å se hva barnebarna driver med i barnehagen.

Ved siden av å være et digitalt kommunikasjonsverktøy, er det i MyKid tilrettelagt for en del administrative oppgaver. Ettersom MyKid er utviklet for barnehager, har verktøyet blant annet kalender for ukeplaner og turnuslister. Fremfor at barnehagestyreren manuelt må lage diverse turnuslister og planer, er det mulig å gjøre dette direkte inne i MyKid. Dette vil spare både tid og arbeid, spesielt dersom det blir endringer i planene. En annen fordel med MyKid er at verktøyet samler og sorterer bilder automatisk ved at bildene blir tagget med barnas navn. Foreldrene har mulighet til å laste ned bildene selv, og på den måten slipper de ansatte å sortere alle bildene i mapper og brenne de ut på CD. Dette reduserer betraktelig arbeidet med behandling av bilder.

Forslaget om å innføre MyKid i barnehagene styrkes av utsiktene det gir for å kunne spare penger på papirforbruk. I de kommunale barnehagene brukes det mye penger på å skrive ut informasjon på papir i løpet av året. Vi har ikke fått noen eksakte beløp fra barnehagene på hvor mye de bruker, men det ble blant annet påpekt ved to av

barnehagene at det brukes over 10 000 kr i året kun på utskrift av årsplaner. I tillegg blir ukeplaner, infoskriv og lignende utdelt på papir jevnlig.

Ved bruk av MyKid kan barnehagene gå bort fra papirskjemaer for inn- og utsjekking av barna. Når ansatte sjekker barna inn og ut i MyKid lagres informasjonen digitalt. Fremfor å måtte kontrollere papirskjemaer manuelt, blir oversikt over oppmøte og fravær automatisk systematisert, slik at de ansatte får god oversikt.

6.6.3 Tiltak 3: Holdningsendring og tilpasning

Det tredje forslaget til tiltak vi presenterer er at barnehagestyrene i de ulike kommunale barnehagene legger opp til økt bruk av digitale verktøy i kommunikasjonen med foreldre. På bakgrunn av funnene gjort gjennom undersøkelser ved to private og tre kommunale barnehager foreslås det å skape en holdningsendring blant ansatte i kommunale barnehager til bruk av digitale kommunikasjonsverktøy (3a).

Selv om vi er av den oppfatning at MyKid vil bidra til å øke foreldrenes aktivitet i den digitale kommunikasjonen, er det ikke gjort av seg selv. De ansatte bør legge opp til at foreldre i større grad må på nett for å finne informasjon tilknyttet barnehagen. Dette innebærer å gå bort fra informasjonsformidlingen på papir og jobbe mer med digitale kommunikasjonsverktøy. I de private barnehagene har styrerne lagt opp slik at alle pedagogiske ledere har arbeidsoppgaver knyttet til verktøyene. Dette har ført til at informasjon i større grad formidles gjennom digitale kanaler, og dermed økt deltagelsen blant foreldre i den digitale kommunikasjonen. I stortingsmelding nr. 23 *Digital agenda for Norge* står det at

Omveltningene i omsorgstjenestene vil ikke kunne skje på basis av en offentlig utrulling av teknologi alene, men være et resultat av at brukerne etterspør og har kompetanse til å utnytte de teknologiske mulighetene som finnes (FAD 2012-2013, s. 59).

Størsteparten av barnehageforeldre har tilgang til internett daglig, både gjennom PC, nettbrett og mobil. Terskelen for å tilpasse seg økt digital kommunikasjon anses derfor som liten. Vi anbefaler at det legges opp til at alle ledere i kommunale barnehager får

arbeidsoppgaver knyttet til MyKid (3b). Økt bruk kan føre til økt mestringsevne, som igjen kan føre til økt motivasjon. Foreldre påvirkes av hvordan de ansatte på ulike avdelinger legger opp til informasjonsformidling. Bruk av digitale kommunikasjonsverktøy vil kunne føre til at foreldre i større grad beveger seg ut i digitale kanaler for å innhente informasjon.

Å innføre et nytt kommunikasjonsverktøy i de kommunale barnehagene innebærer en stor endring som berører både ansatte og foreldre. De ansatte må forlate et verktøy de kjenner godt og begynne med et nytt. Det samme må foreldrene. For å unngå motstand til endringen anbefaler vi at Gjøvik kommune legger til rette for en mykere overgang fra Moava til MyKid (3c). Kommunen bør først legge til rette slik at barnehagestyrerne ved de ulike barnehagene får opplæring i bruk av MyKid. Deretter kan deres positive opplevelser formidles videre til de pedagogiske lederne, som igjen formidler positive opplevelser og opplæring til øvrige ansatte og foreldre. Ved å inkludere et ledd av gangen reduseres sannsynligheten for motstand til endringen, og øker sannsynlighet for oppslutning.

7. Konklusjon og videre arbeid

7.1 Konklusjon

Hensikten med prosjektet var å finne tiltak som forbedrer den digitale kommunikasjonen mellom Gjøvik kommune og barnehageforeldre. Formålet var ikke å se på muligheter som erstatter den daglige dialogen, men øker kvaliteten ved å supplere med bruk av digitale kommunikasjonskanaler.

Både Gjøvik kommune og de kommunale barnehagene må arbeide proaktivt for å inkludere barnehageforeldrene i den digitale kommunikasjonen. Til en viss grad gjør de dette, men spesielt de kommunale barnehagene sliter med å få med seg foreldrene. For Gjøvik kommune er det viktig at innbyggerne oppfatter kommunen som tilgjengelig. Dette innebærer å gi innbyggerne det de vil ha når de vil ha det. I og med at de kommunale barnehagene er en del av Gjøvik kommune er det viktig at også dette tjenesteområdet reflekterer resten av kommunen. For å tilby barnehageforeldrene et fullgodt digitalt informasjons- og kommunikasjonstilbud krever det at alle parter er godt representert på nett, og at løsningene er velutviklede.

Hvorvidt en ny nettportal kan erstatte barnehagenes behov for å drive egne hjemmesider gir et todelt svar. Ja, en ny nettportal kan erstatte behovet for en ekstern hjemmeside, men den kan ikke erstatte behovet for å drive digital toveiskommunikasjon med foreldrene. Gjøvik kommune kan legge til rette for forbedret digital kommunikasjon i barnehagene ved å inkludere barnehagene med fylldig informasjon på den nye nettportalen, gitt at de legger til rette for en god digital toveiskommunikasjonsløsning.

De private barnehagene som blir omtalt i denne rapporten benytter seg av to helt ulike digitale kommunikasjonsverktøy, men har det til felles at foreldrene er mer aktive brukere. De kommunale barnehagene benytter seg av en tilsvarende løsning som den ene private barnehagen, men får det likevel ikke til. De ansattes holdning til bruk av digitale kommunikasjonsverktøy i informasjonsformidlingen virker å være den største årsaken til avviket. Den digitale kompetansen blant ansatte oppfattes som lik mellom kommunale og private barnehager, og ser derfor ikke ut til å spille noen stor rolle i hvor aktive barnehageforeldre er i bruken av digitale kommunikasjonsløsninger.

Forslagene vi presenterer innebærer at kommunen inkluderer barnehagene på den nye nettportalen, og at de kommunale barnehagene går bort sine eksterne hjemmesider, og over til kommunikasjonsverktøyet MyKid. På denne måten kan barnehagene være synlige for potensielle søkere samtidig som de kan drive mer effektiv toveiskommunikasjon med foreldrene. Dette fører til at den daglige dialogen mellom barnehageansatte og foreldre vil omhandle barnets hverdag i større grad. Bruk av MyKid i informasjonsformidlingen vil redusere papirforbruket betraktelig og gi de ansatte en ny måte å kommunisere med foreldrene på. Men for at de kommunale barnehagene skal få foreldre til å delta mer aktivt i den digitale kommunikasjonen, foreslås det å jobbe med ansattes holdning til bruk av digitale verktøy. Foreldres bruk reflekteres av ansattes bruk, og det er derfor avgjørende at de ansatte legger opp til økt informasjonsformidling gjennom digitale kanaler.

Forløpet i den fiktive historien om lille Per kunne vært annerledes dersom barnehagen benyttet seg av MyKid:

Det var en gang en barnehage som hadde sendt ut SMS-varsel om turdag i barnehagen. Da mamma hentet lille Per fikk hun høre hvor mye Per gledet seg til turen. Turdagen kom og lille Per ble levert i barnehagen, av pappa denne gangen. Lille Per hadde fått med seg alle de klærne han trengte til turdagen, fordi pappa hadde nemlig fått en SMS fra barnehagen.

Papirbeskjeden lå ikke lenger gjemt under de møkkete støvlene i gangen hos mamma. Da mamma hentet lille Per den dagen fikk hun høre alt om hvor fint lille Per hadde hatt det på tur.

Vi er av den oppfatning at denne rapporten kan ha en overføringsverdi for andre kommuner og barnehager. Kommuner som er i en tidlig fase i utviklingen av en ny nettportal med fokus på økt digital kommunikasjon, kan ha nytte av arbeidet i dette prosjektet. Det samme gjelder barnehager som ønsker økt digital kommunikasjon med foreldre. I tillegg kan rapporten ha en overføringsverdi til andre kommunale omsorgstjenester, som for eksempel barne- og ungdomsskoler.

7.2 Videre arbeid

Før barnehagene tar i bruk MyKid bør det foretas kvantitative undersøkelser med barnehageforeldre for å måle gjennomslagskraften det vil ha. Bruken av digitale verktøy i kommunikasjonen bør være gjenspeilet av foreldrenes behov og ønske, ikke bare de ansattes. Hvis målet er få flere foreldre på nett bør deres syn og meninger vurderes, slik at det kan tilrettelegges i forhold til behovet. Hvis målet er å få en enklere administrativ situasjon med mindre papirbruk, bør også foreldres behov tas med i betraktning. Enkelte foreldre har ikke tilgang til pc og internett, og de kan ikke ekskluderes av den grunn. På den måten kan gjennomslagskraften bli påvirket. Hvis en undersøkelse avdekker at størsteparten av foreldrene ikke har tilgang til internett daglig, vil en økning i digital kommunikasjon kunne slå feil. Om undersøkelsen viser det motsatte, er det større sannsynlighet for at endringen blir mottatt.

Det bør igangsettes pilotprosjekter i noen barnehager for å se virkningen av MyKid. Spørreundersøkelser eller intervjuer blant foreldre og ansatte både før og etter pilotprosjektet, kan bidra til å kartlegge effekten MyKid har i forhold til forventede resultater.

7.2.1 Søkere av barnehage

Denne rapporten henvender seg til digital kommunikasjon med foreldre som har barn i barnehage. Søkere av barnehage er også en meget viktig målgruppe Gjøvik kommune bør ta for seg før oppgraderingen av en ny nettportal.

Spesielt bør det undersøkes hvilken informasjon søkerne av barnehageplass har behov for før valg av barnehage. Her spiller nettportalen til Gjøvik kommune, og hvilket innhold som omfattes på barnehagetjenesten sine sider, en sentral rolle. Det er utarbeidet skisser til inspirasjon som kan finnes i vedlegg 12. Skissene er inspirert av nettportalene til de fem kommunene som er omtalt i rapporten.

7.2.2 Holdningsendringer og økt digital kompetanse

Gjennom rapporten kom det frem at holdningene til digital kommunikasjon i størst grad skilte de kommunale og private barnehagene. Det bør derfor kartlegges om situasjonen er slik i flere barnehager enn denne rapporten omfatter.

Man skal være forsiktig med å påstå at holdningen i de kommunale barnehagene er feil i forhold til holdningen i private barnehager. Men det er bemerkelsesverdig at de private barnehagene i større grad benytter digitale verktøy for informasjonsformidling, uten at det foreligger noen grunn til å tro at foreldre i private barnehager er noe annerledes enn i kommunale.

8. Evaluering

I dette kapitlet skal vi evaluere vårt arbeid med prosjektet. Vi vil her evaluere vår måloppnåelse, læringsutbyttet, prosjektarbeidet, tidsbruk og avvik fra prosjektplan. Til slutt vil vi komme en kritikk til oppgaven vår.

8.1 Måloppnåelse

Vi anser målene vi satte oss som gruppe for oppnådd. Vi har i denne rapporten kommet med forslag til hvordan Gjøvik kommune kan legge til rette for barnehagene, slik at de kan utøve god digital kommunikasjon med foreldrene. Vi mener vi har tilegnet oss god kunnskap innen digital kommunikasjon. Resultatmålene vi satte oss mener vi selv å ha oppnådd. Vi har avdekket mulighetene for Gjøvik kommunes tilrettelegging av digital kommunikasjon med barnehageforeldre gjennom vår analyse, drøfting og konklusjon. Dessuten ser vi at arbeidet vårt har en overføringsverdi for andre sektorer i kommunen, samt for andre kommuner.

Når det gjelder effektmål er det vanskelig å si noe om på dette tidspunktet.

8.2 Læringsutbytte

Vi har gjennom arbeidet med dette prosjektet fått økt kunnskap om digitalisering i offentlig sektor. I tillegg har vi lært mye om organisasjonsteori, endringsledelse, kommunikasjon i barnehager og digitale kommunikasjonsverktøy.

Vi har erfart hvordan det er å gjennomføre et større prosjekt, med nye kunnskaper om problemformulering og det å utarbeide en konkret problemstilling. Vi har samtidig fått nye kunnskaper om datainnsamling, komparativ analyse og fremstilling av resultater på en systematisk måte. I tillegg mener vi at vi har klart å utarbeide et konkret forslag for å svare på problemstillingen. Vi mener også at vi har tilegnet oss kunnskaper og ferdigheter i akademisk skriving.

8.3 Prosjektarbeidet

Gruppesamarbeidet i dette prosjektet har fungert veldig godt. Å arbeide sammen over så lang tid, med et så omfattende prosjekt, har vært en ny erfaring for oss alle tre. Vi har riktignok arbeidet sammen under diverse prosjekter tidligere, men ingen av slik

størrelse. Prosjektet har hatt god fremgang, og arbeidsmengden har vært jevnt fordelt mellom oss.

Vi er også fornøyd med samarbeidet med veileder Jens Barland. Gjennom prosjektperioden har vi hatt månedlige veiledninger som har hjulpet oss mye i forhold til det faglige innholdet i rapporten.

Alle kommunale arbeidere og ansatte ved private barnehager i Gjøvik kommune har vist interesse for oppgaven vår og tatt oss i mot med åpne armer. Dette har gjort det betydelig enklere å nå målene våre for dette prosjektet. Spesielt har samarbeidet med vår kontaktperson i Gjøvik kommune, Tom Torkehagen, fungert godt. Vi har vært i kontakt gjennom flere møter, e-post og telefonsamtaler. I perioder med mindre kontakt har vi oversendt en kortfattet statusrapport over e-post. Tom Torkehagen har vært tilgjengelig og behjelpelig gjennom samarbeidet og har derfor vært en viktig ressurs.

8.4 Tidsbruk

Planlagt tidsbruk

	Ukenummer																						
Oppgave	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23			
Milepæl 1		■																					
Milepæl 2		■	■	■	■	■	■																
Intervju med representanter fra kommunen				■																			
Intervju med barnehageansatte ved Lissomskogen				■																			
Intervju/spørreundersøkelse med barnehageforeldre				■																			
Intervju barnehageansatte ved annen barnehage					■																		
Milepæl 3				■	■	■																	
Milepæl 4							■	■															
Utarbeide disposisjon							■	■															
Milepæl 5							■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Prototype									■	■	■	■	■	■									
Rapportskriving									■	■	■	■	■	■	■	■							
Milepæl 6																				■			
Milepæl 7																					■		

Figur 7: Gantt-skjema for planlagt tidsforbruk

Avvik fra planlagt tidsforbruk

- Milepæl 2: Datainnsamlingen tok lenger tid enn først antatt. Dette fordi vi valgte å intervju ansatte i flere barnehager, både kommunale og private, siden spørreundersøkelsen ikke lot seg gjennomføre i flere barnehager. Vi håpet å kartlegge likheter og forskjeller i flere av barnehagene.
- Milepæl 4: Analysen og etterarbeid av data ble utsatt som følge av endringene i datainnsamlingen.

I forprosjektet planla vi å bli ferdig med rapportskrivningen, og sende ut til korrektur innen uke 17, som det fremgår i gantt-skjemaet. Vi valgte likevel tidlig i prosjektet å flytte dette til uke 18. Dette ble overskredet med tre dager. Vi var forberedt på å arbeide med rapporten et par dager etter mottakelse av korrekturen, men det viste seg at også dette trengte noen ekstra dager.

8.5 Kritikk av oppgaven

Optimalt sett skulle vi ha innhentet mer data direkte fra barnehageforeldrene. Etter gjennomføring av spørreundersøkelsen i den ene barnehagen var det ønsket å foreta undersøkelsen i flere barnehager, men på grunn av personvern lot det seg ikke gjennomføre. Vi valgte derfor å intervju flere barnehageansatte ved flere barnehager, siden de har førstehåndskunnskap om målgruppen. Vi ser i ettertid at fokusgrupper med barnehageforeldre kunne vært effektivt for å hente inn mye informasjon, som kunne beriket denne rapporten. Vi erfarte at det var vanskelig å generalisere uten informasjon direkte fra barnehageforeldre.

9. Referanser

Personlig kommunikasjon

Brekke, O. (oddvar.brekke@itslearning.com), 01.04.14. *Bachelor: Spm. Ang. Itslearning*. E-post til Markus Dahlmann Sanden (markus.sanden@hig.no)

Håland, K. (906 06 433), 24.03.2014, *Telefonintervju*. Utført av Markus Dahlmann Sanden.

Iversen, M. (marius@pbl.no), 03.04.2014, *Spørsmål om PBL barnehageweb*. E-post til Markus Dahlmann Sanden (markus.sanden@hig.no)

Torkehagen, T. (tom.torkehagen@gjovik.kommune.no), 24.03.2014. *Spørsmål*. E-post til Markus Dahlmann Sanden (markus.sanden@hig.no)

Vassbotn, M. (993 96 010). 24.04.2014. *Telefonintervju*. Utført av Markus Dahlmann Sanden.

Litteraturliste

- Andersen, S. S. (2013) *Casestudier: forskningsstrategi, generalisering og forklaring*. Bergen: Fagbokforl.
- Bergersen, A. (2010) *Digital kompetanse i barnehagen*. Bergen: Fagbokforl.
- Bølgan, N. (2006) *Temahefte for IKT i barnehagen*. Oslo: Kunnskapsdepartementet.
- Bølgan, N. (2008) *Vil du være med, så heng på!: barnehagen som digital arena*. Bergen: Fagbokforl.
- Dahl, T. E. (2003) *Kommunikasjon: bilde, tekst, lyd*. Oslo: Gan.
- Difi.no (2011) *Årets offentlige nettstader er kåra - 2011*. [online]. URL: <http://www.difi.no/artikkel/2011/12/aarets-offentlege-nettstader-er-kaara>. (22.02.14)
- Facebook (2013) *Erklæring om plikter og rettigheter*. [online]. URL: <https://http://www.facebook.com/legal/terms> (27.03.14).
- FAD (2012) *På nett med innbyggerne - regjeringens digitaliseringsprogram*. Oslo: Fornyings- administrasjons- og kirke departementet.
- FAD (2012-2013) *Digital agenda for Norge*. Oslo: Fornyings-, administrasjons- og kirke departementet.
- GjøvikKommune (2013) *Forslag til retningslinjer for digital kommunikasjon - med føringer for ny nettportal*. Gjøvik.
- Halvorsen, K. (2008) *Å forske på samfunnet: en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen akademisk forl.
- itslearning.no (2012) *Produkt*. [online]. URL: <http://www.itslearning.no/produkt> (07.04.14).
- Jacobsen, D. I. og J. Thorsvik (2007) *Hvordan organisasjoner fungerer*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Jacobsen, D. I. (2012) *Organisasjonsendringer og endringsledelse*. Bergen: Fagbokforl.
- Kaufmann, G. og A. Kaufmann (2009) *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Bergen: Fagbokforl.
- Kunnskapsdepartementet (2012) *Rammeplan for barnehagens innhold og oppgaver*. Oslo: Kunnskapsdepartementet.

MedieNorge (2013) *Internett-bruk en gjennomsnittsdag*. [online]. URL: <http://medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/315> (06.05.14).

MedieNorge (2014) *Tilgang til IKT-utstyr hjemme*. [online]. URL: <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/249> (13.03.14).

Moava.no (u.å) *Moava Hjemmesider*. [online]. Grimstad. URL: <http://www.moava.no/index.php?parID=372&pageID=374&page=Hjemmesider>. (07.04.14)

MyKid.no (2013) *Vårt mål er enkelt..* [online]. URL: <https://www.mykid.no> (07.04.14)

Utdanningsdirektoratet. (2010) *Kompetanse for styrere i barnehager - forventninger og krav*. Oslo: Kunnskapsdepartementet.

Utdanningsdirektoratet. (2012) *Rammeverk for grunnleggende ferdigheter*. Oslo: Kunnskapsdepartementet.

Westhagen, H. mfl. (2008) *Prosjektarbeid: utviklings- og endringskompetanse*. Oslo: Gyldendal akademisk.

10. Vedlegg

Vedlegg 1 – Prosjektavtale



HØGSKOLEN I GJØVIK

PROSJEKTAVTALE

mellom Høgskolen i Gjøvik (HiG) (utdanningsinstitusjon),

Gjøvik kommune

(oppdragsgiver), og

Raymond Bekkev

Markus D. Sænden

Penille Knshansen

(student(er))

Avtalen angir avtalepartenes plikter vedrørende gjennomføring av prosjektet og rettigheter til anvendelse av de resultater som prosjektet frembringer:

1. Studenten(e) skal gjennomføre prosjektet i perioden fra januar '14 til mai '14.

Studentene skal i denne perioden følge en oppsatt fremdriftsplan der HiG yter veiledning. Oppdragsgiver yter avtalt prosjektbistand til fastsatte tider. Oppdragsgiver stiller til rådighet kunnskap og materiale som er nødvendig for å få gjennomført prosjektet. Det forutsettes at de gitte problemstillinger det arbeides med er aktuelle og på et nivå tilpasset studentenes faglige kunnskaper. Oppdragsgiver plikter på forespørsel fra HiG å gi en vurdering av prosjektet vederlagsfritt.

2. Kostnadene ved gjennomføringen av prosjektet dekkes på følgende måte:
 - Oppdragsgiver dekker selv gjennomføring av prosjektet når det gjelder f.eks. materiell, telefon/fax, reiser og nødvendig overnatting på steder langt fra HiG. Studentene dekker utgifter for trykking og ferdigstilling av den skriftlige besvarelsen vedrørende prosjektet.
 - Eiendomsretten til eventuell prototyp tilfaller den som har betalt komponenter og materiell mv. som er brukt til prototypen. Dersom det er nødvendig med større og/eller spesielle investeringer for å få gjennomført prosjektet, må det gjøres en egen avtale mellom partene om eventuell kostnadsfordeling og eiendomsrett.
3. HiG står ikke som garantist for at det oppdragsgiver har bestilt fungerer etter hensikten, ei heller at prosjektet blir fullført. Prosjektet må anses som en eksamensrelatert oppgave som blir bedømt av faglærer/veileder og sensor. Likevel er det en forpliktelse for utøverne av prosjektet å fullføre dette til avtalte spesifikasjoner, funksjonsnivå og tider.
4. Den totale besvarelsen med tegninger, modeller og apparatur så vel som programlisting, kildekode, disketter, taper mv. som inngår som del av eller vedlegg til besvarelsen, gis det en kopi av til HiG, som vederlagsfritt kan benyttes til undervisnings- og forskningsformål. Besvarelsen, eller vedlegg til den, må ikke nyttes av HiG til andre formål, og ikke overlates til utenforstående uten etter avtale med de øvrige parter i denne avtalen. Dette gjelder også firmaer hvor ansatte ved HiG og/eller studenter har interesser.

Besvarelser med karakter C eller bedre registreres og plasseres i skolens bibliotek. Det legges også ut en elektronisk prosjektbesvarelse uten vedlegg på bibliotekets del av skolens internett-sider. Dette avhenger av at studentene skriver under på en egen avtale hvor de gir biblioteket tillatelse til at deres hovedprosjekt blir gjort tilgjengelig i papir og netttutgave (jfr. Lov om opphavsrett). Oppdragsgiver og veileder godtar slik

offentliggjøring når de signerer denne prosjektavtalen, og må evt. gi skriftlig melding til studenter og dekan om de i løpet av prosjektet endrer syn på slik offentliggjøring.

5. Besvarelsens spesifikasjoner og resultat kan anvendes i oppdragsgivers egen virksomhet. Gjør studenten(e) i sin besvarelse, eller under arbeidet med den, en patentbar oppfinnelse, gjelder i forholdet mellom oppdragsgiver og student(er) bestemmelsene i Lov om retten til oppfinnelser av 17. april 1970, §§ 4-10.
6. Ut over den offentliggjøring som er nevnt i punkt 4 har studenten(e) ikke rett til å publisere sin besvarelse, det være seg helt eller delvis eller som del i annet arbeide, uten samtykke fra oppdragsgiver. Tilsvarende samtykke må foreligge i forholdet mellom student(er) og faglærer/veileder for det materialet som faglærer/veileder stiller til disposisjon.
7. Studenten(e) leverer oppgavebesvarelsen med vedlegg (pdf) i Fronter. I tillegg leveres et eksemplar til oppdragsgiver.
8. Denne avtalen utferdiges med et eksemplar til hver av partene. På vegne av HiG er det dekan/prodekan som godkjenner avtalen.
9. I det enkelte tilfelle kan det inngås egen avtale mellom oppdragsgiver, student(er) og HiG som nærmere regulerer forhold vedrørende bl.a. eiendomsrett, videre bruk, konfidensialitet, kostnadsdekning og økonomisk utnyttelse av resultatene.

Dersom oppdragsgiver og student(er) ønsker en videre eller ny avtale, skjer dette uten HiG som partner.
10. Når HiG også opptretr som oppdragsgiver trer HiG inn i kontrakten både som utdanningsinstitusjon og som oppdragsgiver.
11. Eventuell uenighet vedrørende forståelse av denne avtale løses ved forhandlinger avtalepartene i mellom. Dersom det ikke oppnås enighet, er partene enige om at tvisten løses av voldgift, etter bestemmelsene i tvistemålsloven av 13.8.1915 nr. 6, kapittel 32.

12. Deltakende personer ved prosjektgjennomføringen:

HiGs veileder (navn): Jens Barland

Oppdragsgivers kontaktperson (navn): Tom Tørkehagen

Student(er) (signatur): Pemille Knshansen dato 28.1.14

Marius D. Saeth dato 28.1.14

dato _____

dato _____

Oppdragsgiver (signatur): [Signature] dato 28/1-2014

IMT Dekan/prodekan (signatur): _____ dato _____

Vedlegg 2 - Prosjektplan

1. Mål og rammer

Bakgrunn

Siden vi sitter igjen med god erfaring med å jobbe med digitalisering i kommunesektoren under vårt arbeid i faget Bedriftsutvikling, ønsker vi å gjøre noe liknende for Gjøvik kommune. Ved å gjøre dette får vi muligheten til å benytte oss av opparbeidet kunnskap og erfaring fra semesteroppgaven i Bedriftsutvikling. Gjøvik kommune skal nå digitalisere sine tjenester på nett, og er i planleggingsfasen av hvordan dette skal gjøres. Vi ønsker å arbeide mot en målgruppe som ikke er bundet til taushetsplikter og personvern, og ønsker å se nærmere på den digitale kommunikasjonen med målgruppen barnehageforeldre i kommunen.

Etter samtaler med Gjøvik kommune har vi kommet frem til at barnehageforeldre er en passende målgruppe. Det har vist seg at flere av barnehagene har utfordringer med å kommunisere med barnehageforeldrene digitalt, og at det her er betydelig besparingspotensiale. Vi har fått mulighet til å benytte oss av Lissomskogen barnehage til innsamling av data, og derfor vil de være sentrale i arbeidet vårt.

Prosjekt mål

Effekt mål:

1. Fremtidig bedre digital plattform i kommunen.
2. Barnehageforeldre skal ta i bruk digitale arenaer i høyere grad.
3. Økt digital kommunikasjon med innbyggerne i Gjøvik kommune.
4. Bedre ressursutnyttelse i barnehagene.
5. At prosjektet gjennomføres/iverksettes.
6. Overføringspotensiale til digitalisering i andre kommunale sektorer

Resultat mål:

1. Levere en rapport som svarer på problemstillingen, med analyser, forslag, spesifikasjoner og lignende.
2. Muntlig presentasjon av vårt arbeid og våre funn i begynnelsen av juni.

Oppgavebeskrivelse/Problemstilling

Problemstilling:

Hvordan kan Gjøvik kommune tilpasse den digitale kommunikasjonen med barnehageforeldre på en bedre måte enn i dag?

Problemer belyst av Lissomskogen barnehage: Foreldre benytter seg ikke av årsplaner o.l på barnehagen sin hjemmeside. Foreldrene ønsker digital kommunikasjon, men vil allikevel heller ha det på papir enn å gå inn på hjemmesiden. Dette koster barnehagen over 10 000 kr årlig.

Vi ønsker ikke å fjerne den analoge og fysiske kommunikasjonen i barnehagen, noe som selvfølgelig er viktig, men opplysninger om årsplaner, utflukter og annen generell

informasjon kan skje gjennom digital kommunikasjon. Dette vil spare barnehagene for kostnader som dobbeltarbeid (både å legge det ut på nett, og trykke ut eksemplarer), samt andre kostnader forbundet med trykk. Vi avgrenser oppgaven mot den operative kontakten mellom foreldre og barnehagen.

Rammer og avgrensning

Vi kommer til å se på mulige økonomiske besparelser og forvaltning av ressurser, men kommer ikke til å gå i dybden på utviklingskostnader forbundet med eventuelle ideer vi legger frem. Av erfaring er det mye enklere å avgrense oppgaven etter at man har kommet i gang med et slikt prosjekt. Vi ser det derfor som naturlig at det underveis i prosjektarbeidet oppstår naturlige avgrensninger i oppgaven. Det er veldig vanskelig å si noe om dette før vi vet konkret hvordan nåsituasjonen er i henholdsvis barnehagen og kommunen.

2. Prosjektorganisering

I denne delen av prosjektplanen opplyser vi ulike ansvars- og rollefordelinger. Vi nevner også de viktigste gruppereglene for prosjektet vårt.

Ansvarsforhold og roller

Alle skal vær med å ta initiativ, stille krav, være kreative og åpne for endringer underveis. Bacheloroppgaven trumfer både jobb og "mindre viktige" personlige ærender. Slike problemer unngår vi ved åpen dialog og planlegging i god tid. Dette innebærer faste møter, delmål og milepæler underveis, men det er umulig for oss å lage disposisjon for hele oppgaven nå. Vi vil planlegge de store milepælene, men resten tar vi måned for måned.

Raymond (gruppeleder):

- Ansvar for å motivere og samle gruppa
- Ansvar for arbeidsfordeling
- Følge opp frister
- Bestemme hvor vi skal være til gitt tid

Markus:

- Ansvar for kontakt med kommune og barnehage
- Ansvar for backup av rapport og lydfiler fra intervjuer
- Tar med båndopptaker til alle intervjuer
- Ansvar for prototyping (Adobe)

Pernille:

- Ansvar for utforming av spørreundersøkelser og intervjuer
- Ansvar for utarbeidelse av veiledningsdisposisjon, både utskrift og mail
- Ansvarlig for prosjektets nettside.

Rutiner og regler i gruppa

- Positiv innstilling
- Ta initiativ

- Møteplikt til fastsatt tid
- Avtal endringer i plan i god tid
- Flertallet bestemmer ved valg
- Ingen sure miner selv om du blir nedstemt
- Lytt til hverandres argumenter og forslag
- Ikke drep ideer
- Rutiner og regler spesielt rettet mot rapportskrivning:
 - Skriv ned det du har på hjernen
 - Hvis du står fast på en ting, begynn på noe annet. Ikke se ut i luften, men bruk tiden godt
 - Vær flink til å bruke kilder, vær objektiv og veldig lite kritisk

Økonomi

Ikke veldig relevant med reiser o.l. på vår gruppe, da all aktivitet foregår i Gjøvik. Fellesutgifter deler vi.

3. Planlegging, oppfølging og rapportering

I denne delen har vi delt opp prosjektet vårt i ulike faser og rutiner for hvordan vi skal arbeide med prosjektet vårt.

Prosjektfaser:

Målformulering

- Utarbeide resultatmål og effektmål

Planlegging

- Prosjektplanen
 - Fremdriftsplan, delmål, milepæler, regler og så videre.

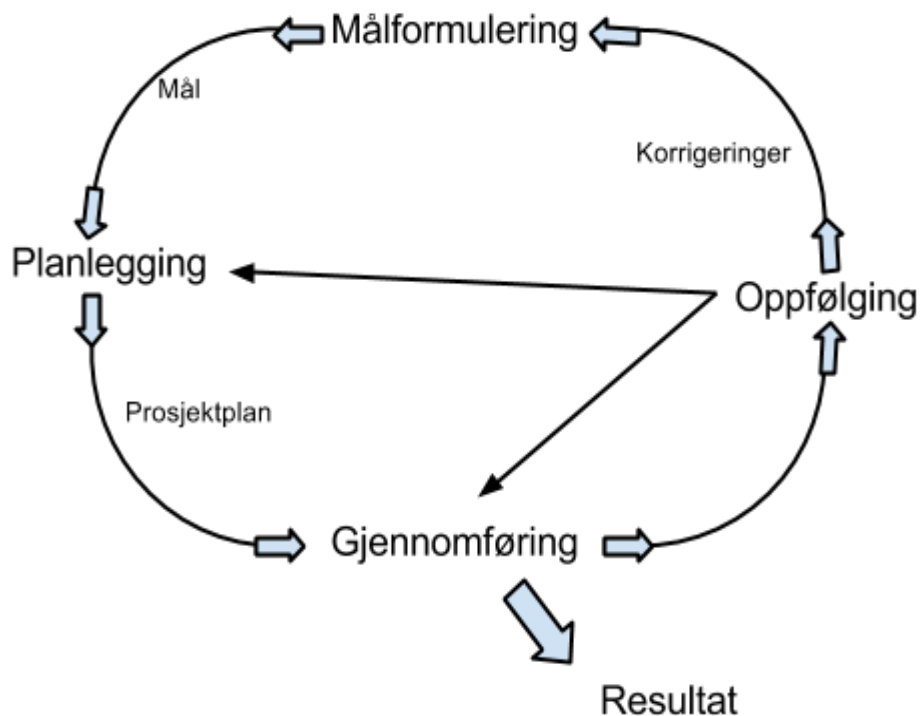
Gjennomføring

- Datainnsamling
- Analyse
- Rapportskrivning
- Avslutning
 - Fremføring

Oppfølging og evaluering

- Fremdrift i forhold til prosjektplanen
 - Skrive logg, oppdatere blogg
 - Statusmøter med og uten veileder
- Kvalitetsmessig
 - Sørge for at vi bruker tiden riktig
 - Sikre at datainnsamlingen er tilstrekkelig

- Refleksjonsnotat
- Korrigering
 - Problemstilling, datainnsamlingsmetode



Ved hjelp av denne modellen og utformingene av prosjektfasene våre er vi tydelig på at det må være hyppig oppfølging av det arbeidet vi foretar. Vi vil utarbeide tydelige fremdriftsplaner som sier når vi skal gjøre hva. I tillegg vil vi utarbeide mange delmål og milepæler for å få en følelse av progresjon i arbeidet. Oppfølgingen av det vi gjør er også viktig for å sørge for at det vi produserer er av kvalitet, slik at vi holder oss til riktig målgruppe og problemstilling. Vi ønsker også regelmessig oppfølging som gjør at vi kan forbedre og korrigere arbeid som er allerede gjort.

Valg av utviklingsmodell

Det er et tema som ikke i veldig stor grad vil berøre oppgaven vår. Dette fordi vi i startfasen på oppgaven ikke står med noen konkrete og målbare forslag til utvikling. Vi jobber derimot mer rettet mot å kartlegge en situasjon, for deretter å komme med forslag som i senere tid kan måles.

Metode

Basert på tidligere erfaringer ønsker vi å starte prosjektet vårt med å kartlegge nåsituasjonen. Dette vil vi gjøre gjennom intervjuer med representanter fra kommunen og representanter fra Lissomskogen barnehage. Denne dataen vil vi benytte til å utrede enten kvantitative spørreundersøkelser med foreldre med barn i barnehagen, i tillegg til kvalitative intervjuer med 2-3 foreldre om det lar seg gjennomføre. Dette vil vi ta stilling til etter at vi har gjort avtaler med ledelsen i barnehagen. Vi må også ta stilling til den informasjonen vi får tilgang til gjennom intervjuene med de ansatte. Med andre ord står vi overfor to muligheter etter intervjuene med de ansatte i barnehagen:

1. Foreta en kvantitativ spørreundersøkelse eller kvalitative intervjuer med barnehageforeldre basert på funn i datainnsamlingen med ansatte i barnehagen
2. Foreta først en kvalitativ undersøkelse med 2-3 foreldre i barnehagen, deretter foreta en kvantitativ spørreundersøkelse basert på funn i datainnsamlingen med foreldre og ansatte

Til slutt ønsker vi å benytte dataene vi har innhentet hos Lissomskogen barnehage og gjøre kvalitative intervjuer på minst en barnehage til.

Liste over aktiviteter

- Samle inn relevant litteratur og data
- Lage blogg for bacheloroppgaven
- Intervjue kommuneansatte i forhold til nettside, planer, strategier og så videre.
- Lage intervju skjema for barnehageansatte
- Intervju med barnehageansatte
- Analysere innsamlet data
- Lage spørreundersøkelse/intervju skjema til barnehageforeldre
- Bearbeide innsamlet data
- Lage intervju skjema for minst en barnehage til
- Bearbeide og analysere innsamlet data
- Rapportskrivning (kontinuerlig prosess)

Beslutningspunkter

Viktige beslutningspunkter som vi ser nå er blant annet hvordan vi samler inn data fra barnehageforeldre. Vi er på forhånd litt usikker på om det er mest hensiktsmessig med en kvantitativ undersøkelse der vi går etter å få informasjon fra flest mulig, eller om et best egner seg med kvalitative intervjuer med et fåtall foreldre. Denne avgjørelsen vil vi ta i samråd med ledelsen i barnehagen og i forhold til den informasjonen vi besitter. De ansatte på barnehagen har mest sannsynlig et godt innblikk i hvordan foreldrene oppfatter situasjonen, da de daglig møtes og kommuniserer ved henting av barna. I tillegg arrangerer barnehagen møter med foreldrene, så det kan fort hende at en kvantitativ undersøkelse blir unødvendig. Et annet viktig beslutningspunkt vi står overfor er i forhold til om det blir tilstrekkelig med tid til å sammenligne situasjonen ved Lissomskogen barnehage med andre barnehager i Gjøvik kommune. Denne beslutningen må vi ta etter at vi har samlet inn tilstrekkelig med data fra Lissomskogen. Beslutningen må også tas i samråd med kommunen. Hvis det skulle by på problemer er reserveløsningen å benytte kjøpesenteret CC-Gjøvik. Da vil vi benytte en anonym spørreundersøkelse eller intervju rettet mot foreldre som har barn i ulike barnehager i Gjøvik.

Plan for statusmøter

I utgangspunktet er veileder på Høgskolen i Gjøvik hver onsdag. Statusmøter blir satt opp fra møte til møte, da gjerne onsdager. Ellers er veileder tydelig på at han er tilgjengelig på telefon, Skype eller mail utenom disse tidene.

For gruppemedlemmene blir det statusmøter hver tirsdag før veiledning som benyttes til forberedelse. I tillegg blir det statusmøter den første mandagen i hver måned for å planlegge og lage en fremdriftsplan for den gjeldende måneden. Dette gjøres for å sette

opp fremdrift og arbeidsdager i forhold til når de ulike medlemmene ikke er på jobb og har andre viktige aktiviteter.

4. Organisering av kvalitetssikring

Her vil vi beskrive hvordan vi vil sikre best mulig arbeidsflyt, forebygge tap av arbeid, samt en evaluering av ulike problemstillinger betydning for bacheloroppgaven, med betraktninger om hvor sannsynlig det er at problemene oppstår.

Dokumentasjon (organisering og lagring)

Under faget bedriftsutvikling ble all skriftlig dokumentasjon fra intervjuene og all tekst i forbindelse med rapporten lagret i en egen mappe i Google Drive, hvor kun Pernille, Raymond og Markus hadde tilgang. Dette fungerte godt i forhold til arbeidsflyten, samtidig som det var en sikker lagringsplass. Årsaken til valg av skylagring er nettopp den sikkerheten det medfører. I tillegg har Google Drive mulighet til at alle tre kan skrive samtidig i samme dokument. Det er derfor lettere å forholde seg til hverandre i skriveprosessen.

Alle intervjuer vil bli tatt opp på båndopptaker. Disse lydfilene ser vi også helst at lastes opp i Google Docs i samme mappe som resten av prosjektfilene. Ved å gjøre dette har alle i gruppa tilgjengelighet til lydfilene uavhengig av sykdom, lokasjon eller andre hindere som kan oppstå ved lokal lagring.

Risikoanalyse

I forhold til lagring er definitivt det verste, og stort sett eneste, som kan skje at vi mister dokumenter og filer. Den beste måten å forebygge dette på er å lagre to ulike steder. Derfor vil alt lagres på Google Drive når vi skriver, i tillegg til at vi kommer til å ha backup av alt på SkyDrive.

En spørreundersøkelse blant barnehageforeldre har ingen problemer knyttet til personvern, utover at alle forblir anonyme. Et problem som kan oppstå derimot, er at ingen foreldre ønsker å delta i spørreundersøkelsen. Om en slik situasjon skulle oppstå, vil vi.

Av erfaring vil vi holde oss uavhengige av oppdragsgiver så langt det er mulig. Det innebærer ikke å utestenge oppdragsgiver fra prosjektet vårt, vi ønsker definitivt et tett samarbeid. Men bare så lenge vi opprettholder selvstendighet i arbeidsprosessen. Angående prosjektgruppa har vi opprettet grupperegler som vi tidligere har vært flinke til å opprettholde. Etter to år med ulike gruppekombinasjoner oppfatter vi alle tre å ha funnet det beste alternativet, der vi ligger på samme nivå ambisjons- og ferdighetsmessig, uten aksept for unnasluntring.

Teknologi og forretningsmessige risikoanalyser er ikke foretatt, da dette anses som unødvendig for oss. For det første er all teknologi vi trenger en brukbar datamaskin med internettilkobling, samt Adobes Photoshop og Illustrator til prototyping. Skolen har såpass mange maskiner med dette utstyret. Prosjektet vårt vil være forslag til forbedring av digital kommunikasjon for kommunen, og det er ingen tiltak som må iverksettes for å

gjennomføre bacheloroppgaven. Derfor kan vi se bort fra forretningsmessige problemstillinger også.

Det er veldig vanskelig å begrense problemstilling underveis, så dette må være fokus underveis. Dersom vi oppdager at vi har et for stort spekter til at vi klarer å levere et godt resultat, må dette diskuteres innad i gruppa, kanskje i samråd med veileder. Dette fungerte godt tidligere, og bør fungere minst like godt nå også.

5. Plan for gjennomføring

I denne delen av prosjektplanen presenterer vi et Gantt-skjema med oversikt over arbeidsflyt og milepæler. Dette belyser blant annet vår tidsplan.

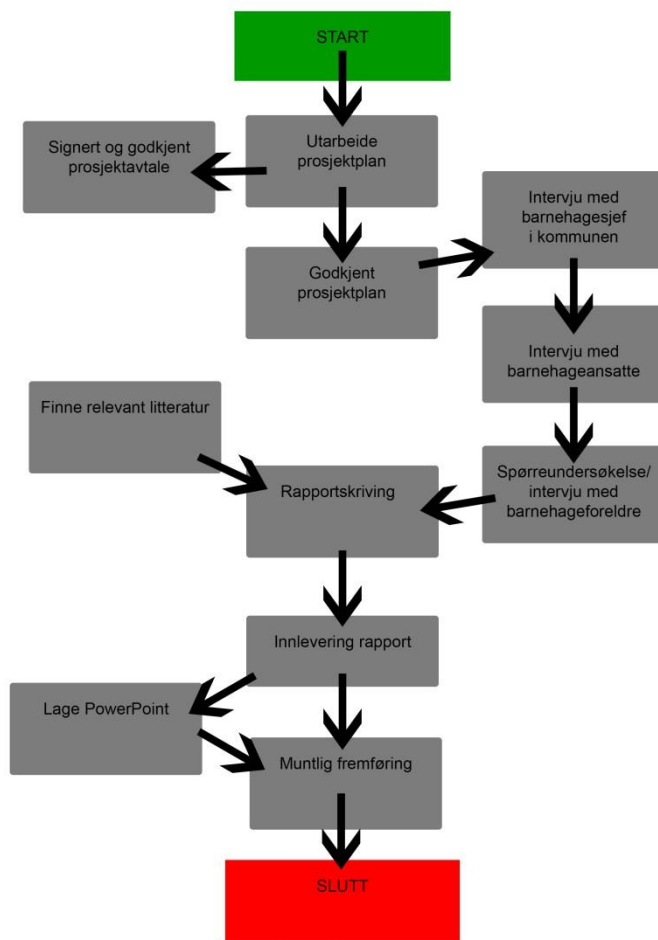
Tidsplan

For å vise tidsplanen benytter vi oss av et Gantt-skjema. I tillegg benytter vi oss av et PERT-kart, for å se hvilke oppgaver som avhenger av andre.

	Ukenummer																						
Oppgave	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23			
Milepæl 1		■																					
Milepæl 2		■	■	■	■	■	■																
Intervju med representanter fra kommunen				■	■																		
Intervju med barnehageansatte ved Lissomskogen				■	■																		
Intervju/spørreundersøkelse med barnehageforeldre				■	■																		
Intervju barnehageansatte ved annen barnehage						■	■																
Milepæl 3				■	■																		
Milepæl 4								■	■														
Utarbeide disposisjon								■	■														
Milepæl 5									■	■	■	■	■	■	■	■							
Prototype										■	■	■	■	■	■								
Rapportskriving										■	■	■	■	■	■	■							
Milepæl 6																				■			
Milepæl 7																					■		

Tabell 1: Gantt-skjema som viser tidsrammen på prosjektet

PERT-kart for bacheloroppgave våren 2014



Figur 8: PERT-kart som viser sammenhengen mellom aktivitetene

Milepæler

Vi vil i prosjektplanen sette opp de største milepælene og tilknyttede delmål vi ser nå. Underveis i prosjektet vil det oppstå korrigeringer i form av nye milepæler og nye delmål. Vi forstår milepæl som en viktig og litt større hendelse og delmål som hendelser som fører til en milepæl. Vi vil i første omgang være litt forsiktig med å sette bestemte datoer og heller korrigere dette underveis.

Milepæl 1 : Utarbeidet og innlevert prosjektplan og prosjektavtale (30. januar)

- Forme en problemstilling
- Prosjektavtalen må signeres
- Gantt-skjema

Milepæl 2 : Datainnsamling fullført (28. Februar)

1. Intervju med representanter fra kommunen (10. - 12. februar)
2. Intervju med barnehageansatte ved Lissomskogen Barnehage (13. februar)

3. Intervju/spørreundersøkelse barnehage-foreldre (innen 20. februar)

4. Intervju barnehageansatte ved annen barnehage (før 28. februar)

Milepæl 3 : Blogg/hjemmeside for prosjektet (innen 28 februar)

Milepæl 4: Analyse og etterarbeid av data ferdig (9. mars)

Utarbeidet disposisjon (9 mars)

Milepæl 5: Rapport ferdig skrevet og prototyper ferdige (30. april)

Prototype (25. april)

Milepæl 6: Innlevering av rapport

1. Design av rapport

2. Kildehenvisninger

3. Forside og vedlegg ferdigstilles

Milepæl 7: Muntlig presentasjon

1. Ferdigstille PowerPoint

2. Selve presentasjonen

Vedlegg 3 - Intervjuguide

Dette er et eksempel på intervju skjema som ble benyttet i forhold til intervjuene av ansatte ved barnehager. Skjemaet ble utarbeidet i forkant av intervjuene og fungerte som en veiledende guide til hvilke spørsmål vi foretok oss. Denne intervjuguiden ble benyttet ved intervju av barnehageansatte hos Lissomskogen barnehage. Skjemaet er delt inn i fem deler hvor ulike temaer blir tatt opp.

Intervju med ansatte i Lissomskogen barnehage.

Barnehagens kommunikasjon med foreldrene

- Hvordan kommuniserer dere med foreldre i dag? (papir, e-post, telefon etc)
- Hva er årsaken til at dere benytter denne metoden?
- Hvordan ønsker dere at kommunikasjonen med foreldre hovedsakelig skal være?
- Har den digitale kommunikasjonen et forbedringspotensiale?

Bruk av digitale verktøy i barnehagen

- Bruker dere mye tid for publisering på nett?
- Hva synes dere om deres egen nettside?

Digital kompetanse i barnehagen

- Er det enkelt å publisere på nettsiden?
- Hvordan har dere lært å bruke de digitale verktøyene?
- Er det behov for mer opplæring ?

Foreldrenes rolle i kommunikasjonen

- Bruker foreldrene nettsiden?
- Hva bruker de den til?
- Opplever dere at foreldrene finner lett frem til det de leter etter?
- Har foreldrene uttrykt noe de savner hjemmesiden?

Kommunens nettportal

- Hva syns dere om at kommunen skal lage en ny nettportal?
- Bruker dere nettportalen selv?
- Hva synes dere om den?

Vedlegg 4 - Spørreundersøkelse

Spørreundersøkelse om barnehageforeldres nettvaner

1. Hvor ofte benytter du deg av internett på PC/nettbrett?

- Daglig Ukentlig Månedlig sjeldnere

2. Hvor ofte benytter du deg av internett på mobil?

- Daglig Ukentlig Månedlig sjeldnere

3. Brukte du www.gjovik.kommune.no når du søkte barnehageplass?

- Ja Nei Vet ikke

4. Brukte du www.gjovik.kommune.no når du skulle velge barnehage?

- Ja Nei Vet ikke

5. Hvor ofte er du inne på barnehagens hjemmesider?

- Flere ganger i uken En gang i uken En til tre ganger i måneden Sjeldnere

6. Hva bruker du barnehagens hjemmeside til? (kan krysse av for flere alternativer)

- Finne informasjon om planer Se på bilder Lese nyheter _____

7. Finner du enkelt fram til det du trenger på barnehagens nettside?

- Ja Nei Vet ikke

8. Hva synes du er den beste måten for barnehagen å formidle informasjon til deg som forelder? (kan krysse av for flere alternativer)

- Nettsiden Epost Sms Samtale Papir _____

v

9. Er det noe du savner på nettsiden?

- Ja Nei Har ingen formening

.. Hvis ja, hva savner du?

Vedlegg 5 – Oppsummert spørreundersøkelse

Oppsummert: Spørreundersøkelse om barnehageforeldres nettvaner

1. Hvor ofte benytter du deg av internett på PC/nettbrett?
 Daglig = 24 (96%) Ukentlig Månedlig = 1 (4%) sjeldnere
2. Hvor ofte benytter du deg av internett på mobil?
 Daglig = 20 (83%) Ukentlig = 3 (12,5%) Månedlig sjeldnere = 1 (4%)
3. Brukte du www.gjovik.kommune.no når du søkte barnehageplass?
 Ja = 22 (88%) Nei = 3 (12%) Vet ikke
4. Brukte du www.gjovik.kommune.no når du skulle velge barnehage?
 Ja = 20 (83%) Nei = 4 (17%) Vet ikke
5. Hvor ofte er du inne på barnehagens hjemmesider?
 Flere ganger i uken En gang i uken = 4 (16%)
 En til tre ganger i måneden = 11 (44%) Sjeldnere = 10 (40%)
6. Hva bruker du barnehagens hjemmeside til? (kan krysse av for flere alternativer)
 Finne informasjon om planer = 7 (28%) Se på bilder = 13 (52%)
 Lese nyheter = 7 (28%) Bruker aldri = 4 (16%)
7. Finner du enkelt fram til det du trenger på barnehagens nettside?
 Ja = 15 (60%) Nei = 2 (8%) Vet ikke = 8 (32%)
8. Hva synes du er den beste måten for barnehagen å formidle informasjon til deg som forelder? (kan krysse av for flere alternativer)
 Nettsiden = 9 (36%) Epost = 10 (40%) Sms = 3 (12%) Samtale = 11 (44%)
 Papir = 16 (64%)
9. Er det noe du savner på nettsiden?
 Ja = 3 (12%) Nei = 10 (40%) Har ingen formening = 12 (48%)

.. Hvis ja, hva savner du?

“Bruker den ikke fordi den ikke oppdateres av den avdelingen jeg har barn”

“Tidspunkt for for eksempel juletreff og liknende”

“Synes den er lite oversiktlig. Synes den kunne vært ryddigere i forhold til avdelingsvis info. Virker rotete”

Spørreundersøkelse

Onsdag 19.02.14 vil det være tre studenter fra Høgskolen i Gjøvik på barnehage.

Vi ønsker å gjennomføre en liten anonym spørreundersøkelse om dere foreldres nettvaner og bruken av kommunen og barnehagens hjemmesider som skal brukes i vår bacheloroppgave.

Vi vil være tilstede mellom kl. 14:30 - 16:00

Det hadde vært kjempefint om du kunne satt av noen minutter til denne undersøkelsen.

Undersøkelsen er helt anonym og gjøres for vår bacheloroppgave om kommunikasjonen mellom dere foreldre og barnehagen/kommunen

Vedlegg 7 – Opplysninger fra oppdragsgiver

Opplysninger i e-post fra Tom Torkehagen, kommunikasjonsrådgiver ved Gjøvik kommune.

1: Når ble dagens kommuneside laget? Stemmer det at det var 2003?

Svar: Ja. dagens ordning er fra 2003

2: Har leverandøren til systemet nettsiden er basert på sluttet å støtte/utvikle systemet, eller er det leverandøren som er lagt ned? Vi husker du snakket om det, men vi husker ikke hvordan det var.

Svar: Det som var leverandøren den gangen har siden blitt fusjonert og blitt kjøpt opp og er i dag en del av Evry. Det er vår plattform eway som ikke verken utvikles eller oppgraderes videre. Den er utgått på dato rett og slett.

3: Kan de kommunale barnehagene fortsatt bruke de hjemmesideløsningene de har i dag, etter dere har endret kommunens hjemmeside? Altså: de har et eget domene for barnehagene (navn.bhg.gjovik.no (ikke navn.bhg.gjovik.kommune.no)), er det bestemt at disse sidene ikke skal brukes mer?

Svar: Når det gjelder egne hjemmesider for skoler, barnehager, sykehjem, omsorgsenheter osv. så er det ikke helt avgjort hvordan det skal være. Det som er bestemt er at Gjøvik.kommune.no skal være hovedinngangen til all kommunal kommunikasjon med innbyggerne. Fra den inngangen vil alle kommunale aktiviteter presenteres. Alle skoler og barnehager vil bli vist i samme form og lay out på hjemmesida. Fra den vil det være link til de ulike hjemmesidene. Om det skal gis noen føringer for hvordan de skal se ut etc., er det ikke tatt stilling til nå. Men den enkelte vil uansett måtte ha ansvar for sitt eget innhold.

4: Må de kommunale barnehagene bruke de hjemmesidene de bruker i dag?

Svar: Ingen grunn til å mene det. Men det kan sikkert være greit å vente litt med å lage mye nytt akkurat nå, mens vi jobber for å finne en mest mulig ny og ryddig form på nettportalen.

Vedlegg 8 – Opplysninger fra PBL

Opplysninger fra Marius Iversen, informasjonssjef i PBL.

1) Dere prøver skal tilby tjenesten deres også blant kommunale barnehager, stemmer det? Er det stor etterspørsel blant kommunale barnehager?

Svar: PBL åpner i år også for at private ikke-medlemsbarnehager og kommunale barnehager kan kjøpe vårt produkt, ja. Produktet vil være tilgjengelig for disse barnehagene til en høyere pris enn medlemsprisen for PBL-barnehager.

Vi vet lite om etterspørselen fra kommunale barnehager, annet enn at det er et fåtall barnehager/kommuner som har forhørt seg vedrørende vårt produkt.

Men alle barnehager – kommunale så vel som private – har det samme behovet for å kommunisere godt på nett. Både med eksisterende foreldre og med potensielle nye foreldre og andre målgrupper.

2) Hva inkluderer et abonnement hos PBL?

Svar: Det inkluderer nettløsningen PBL Barnehageweb, etablering og fri support på produktet. Vi har en egen brukerstøtte som barnehagene fritt kan benytte, det er en tjeneste mange av kundene setter pris på. Vi hjelper barnehagene opp å stå på nettsiden.

Litt på siden, men vi tilbyr også medlemsbarnehager rådgiving om hvordan de bør kommunisere på nett, herunder utnytte nettsidens potensiale.

3) Hvor mye koster tjenesten for barnehagen?

Svar : PBL Barnehageweb koster kr 2.790 (eks mva.) per år for medlemsbarnehager. Egne – ikke-rabatterte – priser for ikke-medlemsbarnehager.

4) Koster PBL noe for foreldrene?

Svar: Nei, ingen kostnader for foreldrene som bruker siden.

5) Er det enkelt å bruke PBL?

- Like enkelt som å administrere en Facebookgruppe?

Svar: Det er et bærende prinsipp i alle våre web-produkter at de skal være enkle i bruk. Lederne i barnehagene har i varierende grad erfaring med publiseringsløsninger og andre nettbaserte tjenester. Våre produkter skal være enkle i bruk og noe alle barnehager kan benytte seg av.

Med god brukervennlighet erfarer vi at barnehagene kan bruke produktet vårt uten nevneverdig brukerstøtte og i alle fall uten å gjennomføre noen form for kursing etc. i forkant.

Vårt produkt er for eksempel enklere å administrere enn publiseringsløsninger som Wordpress, Joomla, etc.

6) Trenger barnehagene en hjemmeside i tillegg til PBL?

Svar: Nei. Dette er en fullverdig hjemmeside som gir barnehagen god markedsføring på nett, samt verktøy for å kommunisere godt og effektivt med eksisterende kunder.

7) Hvorfor bør man velge PBL i stedet for andre leverandører, som for eksempel Mykid eller Barnehagenmin.no?

Svar: Kjenner ikke de andre produktene godt nok til å vurdere de opp mot vårt produkt.

Men PBL Barnehageweb er en brukervennlig webbløsning, skreddersydd for barnehager. Vi har laget rammeverket, barnehagene selv kan enkelt dytte inn innhold – og vips, så har de en profesjonell og innbydende nettside.

Bak lukket område tilbyr vår løsning verktøy for effektiv og god kommunikasjon med eksisterende kunder i barnehagen, deriblant bildealbum, ukeplaner, muligheter for å sende ut e-post og SMS, etc.

Vi tilbyr brukerstøtte, både på det tekniske og det rent kommunikasjonsfaglige – alt til fri disposisjon for medlemsbarnehagene.

PBL har langsiktige utviklingsplaner på produktet, og er i skrivende stund i gang med videreutvikling av produktet – til glede for våre mange kunder. PBL Barnehageweb er – som alle produkter og tjenester PBL tilbyr – drevet av en solid organisasjon med meget god kjennskap til barnehagesektoren og barnehagenes utfordringer og muligheter.

8) Hvordan er responsen blant barnehagene som nå benytter seg av PBL?

Svar: Vi får mange veldig gode tilbakemeldinger fra barnehagene som bruker produktet.

9) Hvordan er responsen blant foreldrene i barnehagene som benytter seg av PBL?

Svar: Vi har ikke så mye direkte tilbakemeldinger fra foreldrene. Men vi ser på statistikken at produktet brukes i stor grad, og det er avgjørende. Via barnehagene har vi fått en del tilbakemeldinger om at foreldre setter pris på at de nå kan få mye og god informasjon via nettsiden.

10) Har dere noen form for dokumenterte besparelser for barnehagene ved å gå over til PBL?

- Slipper man å printe ut årsrapporter, vedtekter og liknende? Kan de ha dette på PBL?

Svar: Dokumenter, vedtekter mm. kan lastes opp og tilgjengeliggjøres på nettsidene til barnehagen – og stadig flere barnehager gjør det slik. Brukt riktig kan PBL Barnehageweb bidra til å effektivisere en del av kommunikasjonen som barnehagene/avdelingene har med sine foreldre og andre målgrupper.

Vedlegg 9 – Utdrag av veiledninger

Veiledning 23.april:

Noe som er gjennomgående: språket. Må lese litt høyt, det er bra innhold men dårlig formulert. Mye riktig som er skrevet, men dårlig formulert. Må få litt mer flyt i teksten. Innledningen er flott. Eventyr om barnehager er helt perfekt. Helt til slutt i konklusjonen eller oppsummering – trekk denne frem igjen! Da henger oppgaven litt mer sammen. Må avklare i metode hvordan vi har plukket ut de forskjellige nettsidene. Skriv hvorfor vi har valgt ut de forskjellige. Da er ikke de tilfeldig utvalg for å representere kommuner i Norge, men de er case i den forstand at de skal brukes til å sammenligne våre case. Må ta med digitale verktøy i metode. Må redegjøre for alle praktiske valg vi har gjort. Fått avklaring på å dele analysen i to deler. Skrive politisk. Vi må huske gode leseguider. Kan drøfte litt i analysen. Gjør oppsettet lett for leseren. Må huske den røde tråden.

Veiledning 27.mars:

Hovedinnvending fra Jens: Må gjennomgå hva teorikapittelet og metodekapittelet skal det være og ikke være. Må gjøre om litt i innledningen. Tenke litt på selve inngangen, hvilken historie vil vi forteller og hva er det første leseren introduseres for. Ble enige om at Pernille skulle prøve å skrive en liten fortelling i begynnelsen av innledningen. Før vi saklig går inn på oppgaven. Hvorfor interessant å se på barnehage, når man ser på den store digitaliseringen av samfunnet. Må utdype avgrensningen om sosial medier. Første gang personer siteres, må de presenteres. Teorikapittelet er litt uforløst. Noe som er skrevet i metode hører til i teori i vårt tilfelle. Den teorien som presenteres skal brukes senere. Ikke bruk noe som ikke presentert! Litt fragmentert. Metode-kapittelet er litt fragmentert. La oppdragsgiver være en stemme i analysen, ikke teori og metode. Snakket om hva case er. Må være spesifikke på casene våre. Casen vår er barnehagens digitale kommunikasjon med foreldrene. Alt annet er bare roller i forhold til. Kommunen er ikke casen. Det vi forsker på er hvordan fem barnehager kommuniserer med foreldrene. Komparative casestudier. Hva er likt og hva er ulikt. Styrker for å generalisere, og se likheter og forskjeller. Må være politiske i fremstillingen av resultatene. Fikk tilbake rapport-utkastet med kommentarer.

Veiledning 19.mars:

Generelt for hele oppgaven: Vær tydelig i skille mellom det vi gjør for barnehagen og det vi gjør for kommunen. Ikke skape forvirring for leseren
Innledning: Se mer på Gjøvik som kommune. I en startfase for ny nettportal. Skrive i mål at vi ikke bare skal komme med forslag, men at vi jobber mot å få det gjennomført. Oppgaven skal være nyttig for kommunen. Teori: Gjør det løst og enkelt. Handler ikke om å vise hvor mye vi kan. Handler om å forklare hva slags litteratur det er, og enkelt og greit hvorfor det er relevant. Modeller og sitater er kjempemessig, så lenge det er VIKTIG og riktig i forhold til det arbeidet vi gjør i analysen. Kjempemessig å knytte litteratur opp mot offentlig dokumenter og/eller artikler. Metode: Case study – YIN. En liten studie. For den enkelte barnehage og kommune, er den ikke spesielt interessant i et større perspektiv, men det er mange barnehager og kommuner. Fjerne greske

opprinnelsesord. Konkret hva vi har gjort, hvordan og hvorfor. Hvorfor vi valgte Gjøvik kommune. Stille oss kritiske til spørreundersøkelsen og intervjuene. Foreldrene hadde dårlig tid, noe som kan ha påvirket svarene. Vi forsikret oss om at alle som svarte, var foreldre. Valgte å ikke gjennomføre spørreundersøkelse på de andre barnehagene → hvorfor? Misforståelser når de leste spørsmålene
- Skrive hvordan vi optimalt ville gjort noe. Eller hvorfor vi ikke gjorde noe. Rett og slett begrunne valgene. Litteraturstudie skal være veldig kort

Veiledning 26.februar:

Blitt enige om å avgrense oppgaven. Har i tillegg blitt enige om å skrive en slags innledning i rapporten Torsdag 27.02 for at vi skal lettere kunne holde oss til den røde tråden i oppgaven. Vi ble enige om å sende denne innledningen til Jens, slik at han kunne kommentere og peke oss i riktig retning.

Veiledning 22.januar:

Snakket om hvordan oppgaven bør disponeres. Hvordan vi skal gå frem i datainnsamlingen og hva slags studie det er. Det er et casestudie. Vi ser på et spesifikt fenomen, for så å generalisere.

Vedlegg 10 - Logg

Samlet uke for uke

Mandag 12.05 – Fredag 16.05

Vi har fått tilbake korrekturen fra Jens og familie. Det var mye å gå gjennom, så vi måtte sette av minst to dager for dette. Allerede første dagen fant vi ut av vi måtte sette av mer tid. Store deler av kapittel 6 måtte endres og fylles på, ellers var det også mange formuleringer og smårettinger gjennom hele rapporten som måtte gjennomgås. Vi var også på veiledning med Jens og fikk avklart noen usikkerhetspunkter. Vi måtte innom HiG fordi vi oppdaget en feil ved prosjektavtalen. Dette er nå klarert. Videre er tiden brukt til å ferdigstille og pynte på rapporten. Vi ser nå frem til fremføringen.

Mandag 05.05 - Onsdag 07. 05

Vi har fortsatt skrivingen hver dag, og er nå endelig klar for å sende rapporten til veileder og to korrekturlesere. Etter “helvetesuka” som egentlig skulle vare en og en halv uke, er vi nå etter nesten to uker ferdige. Det skal bli godt å ta en liten pause fra rapporten og lese til eksamener.

Mandag 28.04 - Søndag 04.05

Vi har skrevet hver dag fra 10-11 om morgenen og til 01-04 om natten. Vi la opp til en slik “helvetesuke” fordi vi har erfart fra tidligere at det er i slike perioder vi virkelig ser hva som gjør oppgaven god. Basert på tidligere utkast har vi nå kommet oss gjennom kapittel 4, 5 og 6, i tillegg til å skrive om igjen store deler flere ganger. Målet om å bli ferdige innen søndag 04.05 ser ikke oppnåelig ut på nåværende tidspunkt (natt til søndag), men vi har stor tro på at vi blir ferdige i løpet av mandag. Igjen fant vi ut at analysen av andre kommuner måtte endres helt igjen. Vi hadde tatt for oss en for omfattende problemstilling, og klarte ikke å knytte det sammen. Etter en lang diskusjon ble vi enige om å endre problemstillingen og fjerne eller endre store deler av rapporten. For n’te gang.

Onsdag 23.04 - Søndag 27.04

Finskrevet innledning og hatt veiledning. Rignet opp kontor som skal benyttes for intensiv skriving de neste 1,5 ukene, også omtalt som “helvetesuka”. Deretter skrev vi fra morgen til kveld. Blant annet så vi på skissen, og gjennomførte flere store endringer i den teksten vi foreløpig har skrevet. Dette har vi gjort hele uken. Det var mye som var dårlig, og måtte rettes opp, men vi har erfart fra tidligere semestere at dette er en god måte å arbeide for oss. Den første store endringen innebar å omstrukturere hele analysen av barnehagene og leverandørene. Vi gikk også gjennom hele analysen av andre kommuner, og skrev nesten om alt her også. Det var for mye drøfting og for lite analyse.

Lørdag 05.04 - Tirsdag 22.04

Påskeferie med hjemmearbeid. Skrevet mye på analysen og utarbeidet skisser til kommunens nye hjemmeside i påskeferien. Har også forberedt veiledning den 23.04.

Mandag 31.03 - Søndag 06.04

Intervju med Tongjordet barnehage. Det gikk bra, vi fikk gode svar. Statusmøte med delegering av arbeid frem til tirsdag.

Mandag 24.03 - Søndag 30.03

Veiledning med Jens. Klargjort noen misforståelser i forhold til metode og teori. Jobbet med kommentarene vi fikk fra Jens. Startet på analysedelen. Skal gi et nytt forsøk på å få tak i itslearning. Avtalt intervju med Tongjordet og Marihøna barnehage. Jobbet med analysedelen.

Mandag 17.03 - Søndag 23.03

I dag har vi fått skrevet mye på innledning, metode og teori. Målet vårt er å få grovskrevet mest mulig av rapporten før veiledning neste onsdag. Vi har også prøvd å få avtalt et 10minuttsmøte med veileder i morgen for å klargjøre usikkerheten vår omkring problemstillingen

Utarbeidet intervjuguide til Engehaugen barnehage. Skrevet i rapporten. Sneket til oss en 30 minutters veiledning med Jens.

Hatt intervju med Engehaugen menighetsbarnehage. Notert ned intervju i ettertid ved å lytte til lydopptak. Skrevet videre i rapporten. Har satt mål om å ha skrevet litt på alt innen tirsdag, da vi har veiledning onsdag.

Har skrevet videre i rapporten. Grovskrevet teori og metodekapitlene. Vi har og laget disposisjon for analysekapittelet og drøftingen. Men på slutten av dagen var det KRISE: Vi oppdaget at vi har misforstått situasjonen mellom kommunen og barnehagesiden. Derfor ble vi sittende en stund utover kvelden for å planlegge hvordan vi kan omformulere problemstillingen, slik at oppgaven vår fortsatt er helhetlig og godt sammensatt. Vi sitter igjen med en følelse av at situasjonen nå, er bedre enn før krisa.

Mandag 10.03 - Søndag 16.03

Setter opp fremdriftsplan ut måneden med tanke på rapportskrivning. Prøver samtidig å få svar fra en barnehage til i kommunen for å høre om vi kan komme å stille noen spørsmål. Utarbeider disposisjon ytterligere

Utarbeidet disposisjon ytterligere. Begynte å skrive på de tre første kapitlene, innledning, teori og metode. Blitt enige om at vi må presisere problemstillingen vår bedre. Avtalt hva som skal gjøres til neste gang vi møtes, som blir tirsdag 18.03. Blant annet å finne ulike kilder til teoridel og skrive sammendrag fra lydopptakene vi har fra intervjuene.

Mandag 03.03 - Søndag 09.03

Hatt møte med oppdragsgiverne i Gjøvik kommune. Statusmøte og klargjøring av oppgaveavgrensning. Har i tillegg skrevet ut mange dokumenter som er relevant for rapportskrivningen. Vil bruke den neste uken til å virkelig sette oss inn i stoffet. Vi vurderer også og intervjuer en barnehage til i kommunen. En privat barnehage som benytter seg av et eksternt kommunikasjonsverktøy.

Mandag 24.02. - Søndag 02.03

Forberedte intervjuguide for intervju med Kråkjordet barnehage. Benytter oss av mange av de samme spørsmålene vi stilte hos Lissomskogen, men formulere også fram noen nye basert på den informasjonen vi har innhentet.

Intervjuet to av Kråkjordets ansatte og ble kjent med hvordan praksisen er hos den barnehagen. Var mange likhetstrekk med Lissomskogen, men også en del andre holdninger til bruk av nett og mobil.

Har hatt veiledning med Jens og blitt enige om å avgrense oppgaven. Har i tillegg blitt enige om å skrive en slags innledning i rapporten Torsdag 27.02 for at vi skal lettere kunne holde oss til den røde tråden i oppgaven. Vi ble enige om å sende denne innledningen til Jens, slik at han kunne kommentere og peke oss i riktig retning.

Skrevet en kort og rask innledning og sendt denne til veileder. Avtalt møte med Gjøvik kommune kommende tirsdag. Gjelder statusmøte og forklaring av oppgaveavgrensning

Mandag 17.02 - Søndag 23.02

Var på besøk hos Lissomskogen barnehage og leverte plakaten om spørreundersøkelsen. Fikk også godkjent alle spørsmål vi hadde formulert. Finpusset alle spørsmålene, fikset rekkefølge og laget ferdig spørsmålsskjemaet.

Bestemt oss for å skrive ut 50 kopier av spørreskjemaet. Litt optimistisk å få så mange til å fylle ut, men er greit å være på de sikre siden. Tror vi kommer til å se tendenser med 20 besvarelser, som er minstemålet vårt. Dette mener vi skal gå i orden da spørreundersøkelsen er utformet kun som avkrysning og et lite kommentarfelt til slutt hvis det skulle være ønskelig å kommentere ytterligere.

Kontaktet Randi Hauge for mulighet til å intervju en eller to barnehager til. Venter på svar. Utførte spørreundersøkelse, samt gikk gjennom alle svarene. Vi fikk tilsammen 25 svar, og klarte å se tendenser ut ifra dette.

Fikk svar av Randi Hauge om å kontakte Kråkjordet barnehage. Vi ønsker å gjøre dette slik at vi kan se hvordan de utfører den digitale kommunikasjonen i forhold til Lissomskogen barnehage. Sendte en mail til de, og venter nå på svar. Har også begynt å lete etter relevant teori og annet nyttig stoff til oppgaveskrivingen.

Mandag 10.02 - Søndag 16.02

Utformet intervjuguide før intervju med barnehagetjenesten i Gjøvik kommune. Har tidligere sendt mail til rådgiveren i tjenesten ang. hvilke tema vi vil ta opp. Vi har notert ned de viktigste spørsmålene som vi mener vi må ha svar på, men er i den oppfatning at de skal bare være ledende. Vi vil heller ha en god toveis-samtale fremfor en spørrerunde, da vi mener vi besitter god faglig kunnskap i forhold til politikken på området.

Har gjennomført intervju/samtale med rådgiveren for barnehageetaten i Gjøvik kommune. Føler vi fikk svar på det vi lurte på i tillegg til at vi tilegnet oss mye kunnskap om barnehagesituasjonen i kommunen. Har avtalt at vi skal ta kontakt med etaten hvis vi trenger å intervju en ekstra barnehage for sammenligning med Lissomskogen. Rådgiveren var meget behjelpelig og sa at vi kunne ta kontakt hvis det var noe mer vi lurte på. Vil bruke denne informasjonen til å forme intervjuguide til Lissomskogen barnehage

Utformet intervjuguide til Lissomskogen barnehage. Spørsmålene er rettet både mot barnehageansatte og for å få informasjon om situasjonen til foreldrene som har barn i barnehagen.

Vært på besøk i Lissomskogen barnehage og holdt intervju med to av ped-lederne der. Fikk mye kunnskap om situasjonen til både de ansatte og foreldrene i barnehagen. Har avtalt med barnehagen å komme tilbake mandag 17.02.14 med forslag til spørsmål i spørreundersøkelse som er rettet mot foreldrene, og varsel om spørreundersøkelse som skal henges opp i barnehagen.

Laget ferdig en "plakat" med varsel om spørreundersøkelse onsdag 19.02.14. Denne plakaten vil vi henge opp i barnehagen mandag 17.02.14 for at foreldrene skal være forberedt på at vi vil være tilstede førstkomende onsdag. I tillegg har vi formulert 10 spørsmål som vi ønsker å ha med i en spørreundersøkelse, men disse vil vi først ta med til barnehagen mandag 16.02.14 for å få de godkjent av barnehageledelsen. Vi formulerer et godt antall spørsmål slik at vi får godkjent flest mulig. Spørreundersøkelsen innser vi at bør inneholde færre spørsmål.

Mandag 03.02 - Søndag 09.02

Markus kontaktet Lissomskogen barnehage, ved daglig leder Sidsel Martinsen, angående intervju for å kartlegge nåsituasjonen til kommunikasjonen mellom barnehageforeldrene og Lissomskogen barnehage. Vi ønsket å gjøre dette intervjuet etter intervjuet med barnehagesektoren i kommunen, i tilfelle det møtet kunne gi oss noe å ta med til dette intervjuet.

Mandag 27.01 - Søndag 02.02

Utført størsteparten av prosjektplanen. Skrevet ut prosjektavtale som skal signeres av kommunen tirsdag 28.01. Laget blant annet et ambisiøst gantt-skjema og fastsatte de største milepælene. Fordelt ansvar og ferdigstilt gruppe-regler

Gjort finish på prosjektplanen. Laget PERT-kart og utfylt de siste overskriftene. Hentet signert prosjektavtale hos kommunen. Samlet 5 problemstillinger som vi har sendt til veileder for tilbakemelding, da vi sliter litt med å virkelig bestemme oss for en. Det eneste som mangler i prosjektplanen er med andre ord problemstillingen som vi regner med å ha på plass i morgen (Torsdag 30.01.2014). I tillegg har vi opprettet bloggen vår, som vi driver og småfikser litt på.

Markus kontaktet barnehagesjef Kirsten Aune for intervju med henne. Hun henviste oss til rådgiver Randi Hauge, da hun hadde bedre kunnskap om emnet. Intervjuet handler om nåsituasjonen til kommunikasjonen mellom barnehageforeldrene og kommunen.

Oppgaver vi skal jobbe med individuelt til neste møte (onsdag 29.01); formulere hver for oss tre ulike problemstillinger.

Vedlegg 11 – Skisse av Lissomskogen barnehage på kommuneportalen



**GJØVIK
KOMMUNE**

Languages Lytt til tekst Ledig jobb Kontakt oss Facebook

HELSE OG OMSORG **KULTUR OG FRITID** **SKOLE OG BARNEHAGE** **TEKNISK OG EIENDOM** **POLITIKK OG INNSYN**

Skole og barnehage » Barnehage » Finn barnehage » Lissomskogen

LISSOMSKOGEN BARNEHAGE

Om barnehagen

Lissomskogen er en av Gjøviks største barnehager med over 80 barn fordelt på seks avdelinger. Den ligger like ved siden av sykehuset, har et stort uteområde med blant annet gapahuk og grillhytte. Inne har vi bibliotek, datarom, temarom, formingsrom og sanserom. Både barn og ansatte trives godt her i Lissomskogen



Kyrre Greppsgate 21
2819 Gjøvik
Åpningstider: 7 - 16:30



Telefon til avdelingene:

Kontor:	61157282
Revehiet/Furukvisten:	61157281
Skogstjerna:	61157226
Moltemyra:	61157298
Kreklingen/Harelabben:	61157273

Viktige datoer

Foreldremøte 29.04, kl. 19 - 20:30
Planleggingsdag 09.05
Planleggingsdag 04.06

Satsningsområder

Avdelinger

Ansatte

Årsplaner

Helse og omsorg

- Sykehus
- Hjemmetjeneste
- Helsestasjon
- Sykehjem
- Barnevernstjeneste

Kultur

- Kulturkalender
- Mjøsmuseet
- Gjøvik kino
- Gjøvik bibliotek

Politikk og innsyn

- Styring og status
- Økonomi
- Kommunal planstrategi
- Års-/statusrapport
- Gebyr og avgifter 2014

Skole

- Skolene
- Skolebuss
- SFO
- Felles elevråd

Fritid

- Idrett
- Friluftsliv
- Stadion og baner
- Sykelbyen Gjøvik

Gjøvik kommune

Kauffeldts plass 1
2810 Gjøvik

Tlf: 61 18 95 00
post@gjovik.kommune.no

Postadresse
Postboks 630
2810 Gjøvik

Barnehage

- Søk barnehage
- Finn barnehage
- Spørsmål om barnehageopptak
- Kvalitet og kompetanse
- Nyttig for foreldrene

Teknisk og eiendom

- Byggesøknad
- Husbanken
- Ledige tomter
- Trafikk og parkering
- Prosjekter i sentrum
- Kart
- Kommuneplanrevisjon

Vedlegg 12 – Skisser av barnehagetjenesten på kommuneportalen

The screenshot shows the Gjøvik Kommune website interface. At the top left is the logo with a swan and the text 'GJØVIK KOMMUNE'. To the right are icons for 'Languages', 'Lytt til tekst', 'Ledig jobb', 'Kontakt oss', and 'Facebook'. Below these is a search bar with the text 'Hva kan vi hjelpe deg med?'. A navigation bar contains five categories: 'HELSE OG OMSORG', 'KULTUR OG FRITID', 'SKOLE OG BARNEHAGE', 'TEKNISK OG EIENDOM', and 'POLITIKK OG INNSYN'. The main content area is titled 'Skole og barnehage > Barnehage' and features two buttons: 'SØK BARNEHAGE' (with 'Opptaksfrist: 1. Mars') and 'FINN BARNEHAGE'. A central text box titled 'Om barnehagetjenesten' describes the municipality's focus on quality and competence. To the right is a list of links: 'Spørsmål om barnehageopptak', 'Kvalitet og kompetanse', 'Nyttig info for foreldre', 'Priser og betaling', 'Forsikring av barnehagebarn', and 'Vedtekter'. The footer is a blue wave-shaped area with three columns of links: 'Helse og omsorg', 'Kultur', and 'Politikk og innsyn'. The 'Gjøvik kommune' contact information is also provided.

GJØVIK KOMMUNE

Languages Lytt til tekst Ledig jobb Kontakt oss Facebook

Hva kan vi hjelpe deg med?

HELSE OG OMSORG KULTUR OG FRITID SKOLE OG BARNEHAGE TEKNISK OG EIENDOM POLITIKK OG INNSYN

Skole og barnehage > Barnehage

SØK BARNEHAGE
Opptaksfrist: 1. Mars

FINN BARNEHAGE

Om barnehagetjenesten

Gjøvik kommune har et sterkt fokus på en god barnehageordning. Kvalitet og kompetanse er viktige begreper i barnehageledelsen, som arbeider proaktivt for et best mulig barnehage tilbud

- Spørsmål om barnehageopptak
- Kvalitet og kompetanse
- Nyttig info for foreldre
- Priser og betaling
- Forsikring av barnehagebarn
- Vedtekter

Helse og omsorg
Sykehus
Hjemmetjeneste
Helsestasjon
Sykehjem
Barnevernstjeneste

Skole
Skolene
Skolebuss
SFO
Felles elevråd

Barnehage
Søk barnehage
Finn barnehage
Spørsmål om barnehageopptak
Kvalitet og kompetanse
Nyttig for foreldrene

Kultur
Kulturkalender
Mjøsuseet
Gjøvik kino
Gjøvik bibliotek

Fritid
Idrett
Friluftsliv
Stadion og baner
Sykkelbyen Gjøvik

Teknisk og eiendom
Byggesøknad
Husbanken
Ledige tomter
Trafikk og parkering
Prosjekter i sentrum
Kart
Kommuneplanrevisjon

Politikk og innsyn
Styring og status
Økonomi
Kommunal planstrategi
Års-/statusrapport
Gebyr og avgifter 2014

Gjøvik kommune
Kauffeldts plass 1
2810 Gjøvik

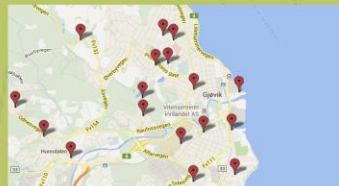
Tlf: 61 18 95 00
post@gjovik.kommune.no

Postadresse
Postboks 630
2810 Gjøvik



Skole og barnehage > Barnehage > Finn barnehage

Hunddalen	(4)
Biri	(3)
Nordbyen	(10)
Båthavna	
Eik	
Gjøvik	
Hundremeterskogen	
Hunnshovde	
Kråkjordet	
Lissomskogen	
Monssveen	
Solåsstua	
Trollhaugen	
Snertingdal	(1)
Sørbyen	(11)



Finn dine nærmeste barnehager:

Trykk på ønsket distrikt for å finne tilknyttede barnehager.

Velg en barnehage for mer informasjon.

Helse og omsorg

Sykehus
Hjemmetjeneste
Helsestasjon
Sykehjem
Barnevernstjeneste

Skole

Skolene
Skolebuss
SFO
Felles elevråd

Barnehage

Søk barnehage
Finn barnehage
Spørsmål om
barnehageopptak
Kvalitet og kompetanse
Nyttig for foreldrene

Kultur

Kulturkalender
Mjøsmuseet
Gjøvik kino
Gjøvik bibliotek

Fritid

Idrett
Friluftsliv
Stadion og baner
Sykkelbyen Gjøvik

Teknisk og eiendom

Byggesøknad
Husbanken
Ledige tomter
Trafikk og parkering
Prosjekter i sentrum
Kart
Kommuneplanrevisjon

Politikk og innsyn

Styring og status
Økonomi
Kommunal planstrategi
Års-/statusrapport
Gebyr og avgifter 2014

Gjøvik kommune

Kauffeldts plass 1
2810 Gjøvik

Tlf: 61 18 95 00
post@gjovik.kommune.no

Postadresse
Postboks 630
2810 Gjøvik