

Digitale tekster i barnehagen

Av Trine Solstad og Trude Hoel

Digitale medier har fått en fremtredende plass i barnehagen gjennom *Rammeplan for barnehagens innhold og oppgaver* (2017).

Barnehagens digitale praksis skal bidra til barnas lek, kreativitet og læring. Ved bruk av digitale verktøy i det pedagogiske arbeidet skal dette støtte opp om barns læreprosesser og bidra til å oppfylle rammeplanens føringer for et rikt og allsidig læringsmiljø for alle barn. Ved bruk av digitale verktøy skal personalet være aktive sammen med barna. Samtidig skal digitale verktøy brukes med omhu og ikke dominere som arbeidsmåte. Barnehagen skal utøve digital dømmekraft og bidra til at barna utvikler en begynnende etisk forståelse knyttet til digitale medier. (Rammeplanen 2017, s. 44.-45)

I denne teksten ønsker vi å vise at barnehagen har en viktig rolle i å sørge for at barn får møte ulike typer fortellinger, også i digitale medier. Det er barnehagens personale som skal sørge for at barna får møte relevante tekster av god kvalitet, og at tekstene er egnete i den sammenhengen de brukes i.

Når barna velger tekster selv

I introduksjonsfilmen får vi se tre eksempler på digitale tekster som er populære blant barn:

1. Barn ser på andre som spiller dataspill, gjerne på en egen kanal på YouTube. Det å være en YouTuber regnes av mange som et yrke, på linje med bonde og brannmann, og hvis man spør barn hva de vil bli når de blir store, er det stadig flere som svarer: «Jeg skal bli YouTuber».
2. Barn ser på andre som pakker ut ting. Fenomenet som kalles Unboxing er veldig populært, og de yngste barna elsker for eksempel å se på Kindereggaver som pakkes ut og monteres, igjen og igjen.
3. Barn ser på andre som leker. I introduksjonsfilmen er det en far som filmer barna sine i et lekeland, men det finnes uendelig mange filmer av barn, gjerne med egne YouTube-kanaler, som leker med ting som internasjonale leketøysprodusenter har gitt til dem, altså rene reklamefilmer.

Disse digitale sjangrene er superpopulære og de er internasjonale. Barn over hele verden ser på unboxingvideoer og ønsker å være YouTubere. Når barn velger digitale tekster selv, så velger de blant alt som er tilgjengelig på Internettet. Det digitale markedet er i stor grad styrt av kommersielle og internasjonale selskap, og de fleste tekstene barna møter er engelskspråklige.

Å gi barna variert tilgang til tekster i ulike medier

Når barnehagen tar i bruk digitale tekster, er det en gylden anledning til å gi barna erfaringer med tekster de ikke kjenner fra før. Rammeplanen sier nemlig også at barna skal «få mulighet til å erfare ulike formidlingsmåter av tekster og fortellinger, som kilde til estetiske opplevelser, kunnskap, refleksjon og møter med språk og kultur» (s. 48). Med berøringsskjermen (som nettbrettet) har vi fått digitale fortellinger, bildebok-apper, som integrerer enda flere modaliteter enn den trykte boka. I denne sammenhengen står modalitet for meningsbærende ressurser som f.eks. tekst, bilder, lyd og interaktivt design. Selv om nettbrettet er utviklet for individuell bruk, og lesing i barnehagen først og

fremst er en gruppeaktivitet, er det likevel minst to grunner til å bruke bildebok-apper som et supplement til den papirbaserte bildeboka:

1. I bildebok-appene får barna erfare at digitale tekster er mer enn YouTube-videoer og spill.
2. Erfaringer fra barnehager som har brukt bildebok-apper, viser at disse kan bidra til å gjøre lesing mer fristende for barn som ellers unngår, eller velger bort, leseaktiviteterⁱ.

ⁱ <https://lesesenteret.uis.no/om-lesesenteret/aktuelt/gutter-mindre-interessert-i-sprakaktiviteter-i-barnehagen-article97369-12719.html?articleID=97369&categoryID=12719>