

EXAMENSARBETE

*Hösten 2006*

*Lärarytbildningen*

# Leksakernas betydelse

## Om lärares och föräldrars syn på leksaker

**Författare**

Anna Göransson  
Mirella Lis-Billsten

**Handledare**

Charlotte Tullgren



# Leksakernas betydelse

## Om lärares och föräldrars syn på leksaker

### **Abstract**

Syftet med arbetet är att studera lärares och föräldrars syn på leksaker samt hur de ser på leksaksreklam riktad mot barn. Litteraturdelen tar bland annat upp lekens betydelse för barn och om vad en leksak egentligen är. Där beskrivs pedagogiska leksaker och leksaker ur ett genusperspektivet. Till sist finns det avsnitt som berör massmedias samt lärarens och föräldrarnas påverkan. Uppsatsen är en kvalitativ studie där intervjuer används som metod då det är intressant att komma närmare vad människor har för tankar kring leksaker. Primära källor användes så som att intervjua två grupper nämligen lärare som arbetar inom förskoleverksamheten och föräldrar med barn i förskoleåldern. Fyra personer ur respektive grupp har blivit slumpmässigt utvalda och intervjuade. Resultatet visar att lärare har betydligt lättare att kontrollera vilka leksaker som köps in än vad föräldrarna har, att föräldrar ser förskolan som ett föredöme angående leksaker. Både lärare och föräldrar tycker att det finns alldeles för mycket leksaker i butikerna, att de är gjorda av dålig kvalitet samt att de oftast är dyra. Samtliga intervjuade tycker att reklamen har stor påverkan på både dem själva och barnen. De menar att människor gärna vill ha det de ser att andra har och att barnen gärna påverkar varandra. I diskussionen diskuteras resultatet ur ett postmodernt perspektiv.

**Ämnesord:** Leksaker, pedagogiska aspekter, småbarnslek, massmedia, föräldrars åsikter, förskollärare, förskola, postmodernt perspektiv.



# Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	3
1 Inledning.....	4
1.1 Bakgrund.....	5
1.2 Syfte.....	5
1.2.1 Frågeställningar.....	5
2. Litteraturgenomgång.....	6
2.1 Tidigare forskning.....	6
2.2 Lek och leksaker.....	7
2.2.1 Teorier om lek.....	7
2.2.2 Leksaker.....	8
2.2.3 Lek och utveckling.....	9
2.2.4 Ett genusperspektiv på leksaker.....	10
2.3 Teoretiska utgångspunkter.....	11
2.3.1 Postmodernitet.....	11
2.3.2 Konsumtionssamhälle.....	12
2.3.3 Massmedia och reklam.....	13
2.4 Lärare och föräldrar.....	14
3. Metod.....	17
3.1 Genomförande.....	17
3.1.1 Urval.....	17
3.1.2 Datainsamling.....	18
3.1.3 Bearbetning.....	18
3.1.4 Etiska övervägande.....	19
3.1.5 Undersökningens trovärdighet.....	19
3.1.6 Metoddiskussion.....	19
4. Resultat och analys.....	21
4.1 Vilka leksaker har barnen tillgång till?.....	21
4.1.1 Leksaker tillgängliga på förskolan.....	21
4.1.2 Leksaksutbudet i hemmet och hur urvalet går till.....	22
4.1.3 Föräldrar väljer leksaker med omsorg.....	23
4.2 Vad kan barnen lära sig av att leka med leksaker?.....	24
4.3 Barns konsumtion av leksaker.....	25
4.3.1 Utbudet av leksaker i affärerna.....	25
4.3.2 Påverkas barnen av leksaksreklamen?.....	25
4.4 Slutsatser.....	27
5. Analys och diskussion.....	28
5.1 Leksaker barnen har tillgång till.....	28
5.4 Relevans och förslag till fortsatt forskning.....	30
6. Sammanfattning.....	32
7. Litteratur.....	34
Bilaga 1.....	36

# 1 Inledning

En fråga som är aktuell är varför många av dagens barn har fler leksaker än vad barn hade för exempelvis endast 10-20 år sedan. Nelson och Svensson (2005) refererar till en studie som utfördes vid *Nordiskt centrum för forskning om leksaker och pedagogiska media*, där ca 700 personer berättade om sina leksaker. Dessa personer var födda mellan 1910 och 1940. I studien framgick det att dessa hade i genomsnitt tre leksaker som barn. På den tiden avsågs leksaker som var tillverkade av någon släkting/bekant eller industriellt. Utöver dessa tre leksaker lekte man naturligtvis även med pinnar, kottar och stenar. Under lång tid var leken en utomhusaktivitet och ofta i lantbruksmiljö. Sedan dess har massmedia gjort entré och blivit kulturspridare över samhällsgränser. Tv:n på 1950-talet kom att förändra vanor i det svenska folkhemmet. Även leksaksindustrin utvecklades i en enorm fart. Mängden av barnens leksaker representerade välstånd och reklamproducenterna såg barnen som en utmärkt källa till att tjäna snabba pengar. Till följd av detta började föräldrar köpa leksaker till barnen mer än vanligt och detta håller på än idag. Samhället idag kallas ibland för det postmoderna samhället som innebär att samhället utvecklas oerhört fort. Skolorna måste anpassa sig till detta genom att lära eleverna hur man klarar sig i det nya kunskapssamhället (Nelson och Svensson 2005).

Lpfö98 säger att förskolan ska vara ett stöd för familjerna i deras ansvar för barnens fostran, utveckling och växande samt att i samband med föräldrarna verka för att varje barn får möjlighet att utvecklas efter sina förutsättningar. Förskolan ska erbjuda barnen en trygg miljö som utmanar och lockar till lek och aktivitet. Lpfö98 säger även att leken är viktig för barns lärande och utveckling bland annat för att barnet får i leken möjlighet att uttrycka och bearbeta sina upplevelser, känslor och erfarenheter.

Vi vill ta reda på hur barnet lär sig med hjälp av leksaker. Dagens Tv-program innehåller stora inslag av reklam som påverkar oss, däribland reklam om leksaker för barn. Reklamerna manipulerar oss människor till att köpa olika saker. Leksaker tar barnen gärna med sig till förskolan. Fredricson (2003) menar att leksakerna som tags med till skolan ofta är könsstereotyper och våldsorienterade. Personalen inom verksamheten blir osäkra och ibland negativa till att involvera dessa slags leksaker som helst inte förekommer i förskolans och skolans egen verksamhet. Förskolorna är ofta inriktade på att köpa in klassiska och könlösa leksaker så som pussel, spel och pysselmaterial (Fredricson 2003).

## **1.1 Bakgrund**

Samtliga verksamma lärare inom förskolan har Lpfö98, som det professionella yrket ska utgå från och som förskolan ska uppnå. Vårt examensarbete fokuserar på olika aspekter som har att göra med leksaker då både föräldrar och lärare har detta som ett gemensamt område när det gäller barns utveckling. I Lpfö98 står det: *”Förskolan skall komplettera hemmet genom att skapa bästa möjliga förutsättningar för att varje barn skall kunna utvecklas rikt och mångsidigt. Förskolans arbete med barnen skall därför ske i ett nära och förtroendefullt samarbete med hemmen”* (s.11). Ett bra samarbete mellan lärare och föräldrar skapar bästa möjliga förutsättningar för att ett barn ska utvecklas och må bra både i hemmet och i förskolan.

## **1.2 Syfte**

Syftet är att studera lärares och föräldrars syn på leksaker samt hur de ser på leksaksreklam riktad mot barn.

### **1.2.1 Frågeställningar**

- Hur ser föräldrar och lärare på de leksaker barnen har tillgång till i förskolan och i hemmet?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns lärande i relation till leksaker?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns konsumtion av leksaker?

## **2. Litteraturgenomgång**

Denna del, som belyser teorin och litteraturen, tar upp problemområdet som handlar om lärares och föräldrars syn på leksaker. Inledningsvis kommer en beskrivning av lek och leksaker som helhet, där man bland annat kan läsa om lekens betydelse för barn och vad en leksak egentligen är. Vi beskriver pedagogiska leksaker och tar upp genusperspektivet. Därefter kommer en kort redovisning om det postmoderna samhället och varför det är relevant just i detta sammanhang samt om leksaksförsäljning och om massmedians påverkan. Till sist kommer ett avsnitt som handlar om vilken roll läraren och föräldern har.

### **2.1 Tidigare forskning**

Det finns en del forskning om leksaker (LekSoc-gruppen) i Sverige och även ett centrum som forskar om ämnet, SITREC (Stockholm International Toy Research Centre). Almqvist (1991) gav ut en lägesrapport från ett projekt om barn och leksaker där hon fick fram olika kunskaper om leksakers betydelse för barn. Det hon fann om förskolebarnens lek i sina hem visade att små barn inte ägnar mer än omkring en fjärdedel av sin vakna tid åt att leka med industriellt tillverkade leksaker.

Nelson och Svensson (2005) berör bland annat tidigare forskning kring leksaker. Leksaker har funnits i årtal dock i olika skepnader, allt från råmaterial som stenar och pinnar till dagens plastleksaker. Man går vidare i utvecklingen och idag har industrin en stor betydelse för hur materialet ser ut på en leksak. I Nelson och Nilssons (2002) doktorsavhandling redovisar författarna om leksaksinnehavet hos barn i tre till femårsåldern i Sverige. Där kan man läsa att under det senaste sekelskiftet (2000-talet) har barn drygt 500 leksaker, där inräknat barnböcker. Av undersökningen har det framkommit en klar utveckling av ett konsumtionssamhälle där massmedia har en stor drivkraft. Barn idag betyder mycket för leksaksförsäljningen där leksaksindustrin har växt fram med en omsättning på ca 700 miljarder kronor.

Rönnerberg (2003) har studerat massmediers inflytande genom att intervjua barn, bland andra en flicka, sex och ett halvt år, och hennes bror som är åtta år. Intervjun handlar om reklam och om vad barnen tycker om reklamen om leksaker. Vi valde ut två frågor från intervjun som visar hur reklam påverkar ett barn. På den första frågan som ifrågasatte om barnen visste



varför reklamen egentligen fanns, svarade barnen att den finns för att människor ska köpa varor så att affärerna får mer pengar. På den andra frågan undrade intervjuaren om barnen ville ha de saker de såg i reklamen och båda barnen svarade att det ville de, speciellt om det var leksaker. Med denna intervju har Rönnerberg kommit fram till att reklamen, bland annat leksakreklamen har en stor betydelse för ett barns val av leksaker. Barn har till en viss mån en uppfattning om vad reklam står för och dess syfte. Författaren menar att reklamens syfte är att man ska köpa många olika varor (Rönnerberg, 2003).

## **2.2 Lek och leksaker**

Avsnittet handlar om några av teorierna om lek och leksaker. Den definitionen av leksaker som används i uppsatsen är att en leksak är allt som barnet leker med. Det vill säga allt från docka till mammas nya kläder.

### **2.2.1 Teorier om lek**

Det finns olika teorier om på vilket sätt leken påverkar barnet. Enligt Vygotskij (1995) är det leken som är grunden till barns skapande. I leken tolkar barnet sina upplevelser och ger dem liv, det förvandlar leken till sin egen. I den berättar barnet en historia, som har bildats genom barnets fantasi. Där kan man även ändra händelser så att de stämmer överens med hur man skulle vilja ha dem. Att låtsas att man är någon annan gör att barnet kan prova på olika roller och på det sätt utvecklas, inte minst emotionellt.

Ett kaos kan förekomma i leken menar Bergström (1997) men dock inte bara på ett negativt sätt. När leken störs av trasiga föremål och saker i leken inte går enligt planerna, då störs ordningen av leken. I leken företräder kaoset som får följer för det logiska tänkandet hos barnet. Bergström påpekar att detta störande för med sig något nytt och det är kaosets positiva sida som gör att leken utvecklas.

Lillemyr (1990) menar att leken för barn i förskoleåldern är den aktivitet som dominerar, framför allt då den har en stimulerande effekt på barnets fysiska och psykiska utveckling. Han skriver att leken är viktig även eftersom den är för barnet en central kunskapskälla. Leken är också en central del i många fritidsaktiviteter för både vuxna och barn, därför kan man säga att lek är ett allsidigt fenomen. Ett barn som inte klarar av att delta i en lek minskar sina möjligheter till social utveckling och sin personlighetsutveckling (Lillemyr, 1990). Då detta

uppstår är det extra viktigt för förskolepersonalen att ha en god kontakt och kommunikation med barnets vårdnadshavare.

### 2.2.2 Leksaker

Vad är en leksak? En egentligen enkel fråga att svara på: sånt som barn leker med. Leksaker är mycket riktigt saker som barn leker med, de tillverkas just med det syftet och är viktiga för barn. Men barn leker med vad de finner lämpligt och med fantasins hjälp kan vilket föremål som helst förvandlas till just det de behöver i leken. Exempelvis kan köksstolar ställas i rad och plötsligt förvandlas till ett tåg, eller en sopkvast kan bli ett gevär etc. (Almqvist, 2006). Granberg (2004) håller med och menar att leksaker egentligen skulle kunna vara allt som barn leker *med*. Barnens enda krav på leksaker är att de ska vara roliga att leka med (Granberg, 2004). En leksak kan se ut hur som helst enligt Rasmussen (2002). Det kan vara allt från en plastink fylld med nyplockade gröna blad till sagohästar med färgglada manar.

Leksakerna speglar samhället menar Granberg (2004) och skriver att barnen imiterar de vuxna samtidigt som deras leksaker avbildar omvärlden. Därför blir också leksakerna en del av barnets socialisation där de i barnets händer utgör redskap som hjälper dem att bekanta sig med och tolka omvärlden. Almqvist (2006) säger att leksakerna som barnen får av sina föräldrar säger mer om föräldrarna själva än om barnen. Föräldrarna sänder ett budskap till barnen då de ger dem leksaker. Budskapet handlar då om vilka värderingar som råder i familjen. Hur barnen uppfattar budskapet visar sig sedan i huruvida barnet gillar leksaken eller inte. På det sättet råder en omedveten kommunikation mellan föräldrar och barn.

Almqvist (2006) talar om något hon väljer att kalla för *egentliga* och *tillfälliga* leksaker. Egentliga är de föremål som är tillverkade med syfte att ett barn ska leka med det, som till exempel en docka, bil eller ett gosedjur. Tillfälliga föremål är de som inte är avsedda för lek, men som barn ändå gärna leker med. Exempel på sådana är kastruller, köksstolar eller en sopkvast. De egentliga leksakerna är barnets egendom, medan de tillfälliga måste återlämnas för det mesta. Visst går det bra att få leka med lånade föremål, men det är också viktigt att ha någonting som är ens alldeles eget, någonting man äger själv hur obetydelsefullt det än må verka i andras ögon. Detta är viktigt för varje människas identitet. Däremot verkar inte barnen själva sätta någon större vikt vid om en leksak är egentlig eller tillfällig (Almqvist, 2006).

Ibland leker barnen krig på lekplatsen. Då förvandlar de leksaker som hink, spade och pinne till soldathjälm, pistol och gevär. Samma förvandling genomgår fotbollsmålen, som inte bara används i samband med fotboll. Emellanåt ställs de mot varandra och ett av barnen lägger sig därinne och sitter i fängelse eller är ett djur på zoo. Detta är några av de exempel på hur barn förvandlar leksaker och andra redskap till något annat än vad de egentligen är avsedda för (Rasmussen, 2002)

### *Pedagogiska leksaker*

Många av oss har kanske hört uttrycket *pedagogiska leksaker*. Med det menas leksaker som har tagits fram i pedagogiskt syfte, med uppgift att träna barn att lära in ny kunskap. Enligt Granberg (2004) finns det inte några pedagogiska leksaker, däremot leksaker som kan användas på ett pedagogiskt sätt. Hon skriver att barn leker för att de tycker att det är roligt och lustfyllt och som en bieffekt lär de sig. Barn lär sig genom att leka, därför borde både föräldrar och lärare ha detta i åtanke när de inhandlar leksaker till barnen.

### **2.2.3 Lek och utveckling**

Leken är ett huvudområde i dagens samhälle och därmed i den pedagogiska verksamheten som rör barn i alla åldrar. Lek och andra typer av aktiviteter betonas därför starkt i olika pedagogiska program och riktlinjer för förskolan. Leken står i fokus för förskolepersonalens arbete och utgör ett centralt område i förskolläro-utbildningen. Men hur leken ska komma till uttryck som en viktig del av den praktiska pedagogiska verksamheten råder det delade meningar om. Det är förskollära-rens pedagogiska grundsyn och uppfattning om lekens natur och värde som avgör på vilket sätt han eller hon uppfattar leken som ett led i uppfostran och utveckling av barnen (Lillemyr, 1990).

En forskningsrapport som en forskningsgrupp (LekSoc-gruppen, 2005) har gjort tar man upp lek, leksaker och lekplats. I den finns en artikel av Karin Engdahl (2005) där hon bland annat tar upp lekens roll i förskolan. Den är inte tillräcklig, barnens behov av lek sätts i andra hand och lärandet sätts främst. Man har minskat på den fria leken i verksamheten för barnen. Detta beror på fler rutiner, mer organiserad verksamhet och på den osäkerhet som förskollärare har för leken. Det handlar om förskolepersonalens förhållningssätt (Engdahl, 2005). Bergström (1997) har en liknande bild av leken i skolans värld. Man antyder att den pedagogiska leken är för inriktad på mål och teorier så att barnet inte utvecklas på rätt sätt. Det behövs så kallade

*svarta lekar*, dessa lekar kan man inte reglera eller programmera. Det är särskilt viktigt att den fria leken kan få plats i barnets skola och därmed utveckling.

Många barn i Norden tillbringar flertal timmar på olika verksamheter som t.ex. förskolan. Det mesta av deras lek utspelar sig där och inte som förr på gatan eller i hemmet tillsammans med barn från kvarteret. Idag grundläggs barnens erfarenheter av leksaker i hög grad på förskolor. Det är ju här som de andra barnen är och det finns möjligheter att lära sig vad leksaken kan och hur man leker med den (Rasmussen, 2002).

#### **2.2.4 Ett genusperspektiv på leksaker**

Lpfö98 talar tydligt om att lärare i förskolan ska motverka traditionella könsmonster och könsroller. Att flickor och pojkar ska i förskolan ha samma möjligheter att pröva och utveckla förmågor och intressen utan begränsningar utifrån stereotypa könsroller.

Genusaspekten finner man tydligt i barns leksaker. Leksakerna föreställer människor och människoliknande varelser, t ex. *Barbie och Ken, Action Man, Bratz, Playmobilfigurer och Bionicles*. Detta tar Nelson & Svensson (2005) upp som exempel av hur man föreställer sig människor i drömvärlden samt olika egenskaper som avbildar den speciella dockan t.ex. goda eller onda, olika kläder och redskap.

Likaså tar Berntsson & Johansson (2005) upp ämnet, genus i leksaker, i ett examensarbete på Högskolan Kristianstad där författarna har kommit fram till att redan i förskolan delar man upp lekutrymmen efter pojkar respektive flickor. När flickor leker med dockor i ett dockrum får inte pojkarna komma in med plastdjur och leka där, detta på grund av att pojkarna skulle störa den lugna dockleken. Det finns någon slags osynliga regler på förskolan som säger att man inte kan blanda barnen när de leker med leksaker. Svaleryd (2005) menar att även när det talas om leksaker använder man olika adjektiv vid benämningarna, exempelvis är flickleksaker gulliga, små och mjuka medan pojkarnas är snabba, tuffa och spännande.

Johansson (1996) anser också att i dagens läge råder det olika fack för leksaker. Hon talar om att dataspelen har delats in i två kategorier. Pojkar spelar våldsamma spel medan flickor spelar mindre avancerade spel. Företagen drar nytta av att fokusera sig på genus relaterade spel. I

dagens samhälle finns det våldsamma spel som riktar sig mot pojkar. För flickor har man tagit fram dataspel som avspeglar deras drömmar som t.ex. Barbie (Johansson, 1996).

### *Hur vet man om det är pojk- eller flickleksaker?*

Nelson och Svensson (2005) tar upp att flickor föredrar leksaker som relaterar till det som traditionellt anses kvinnligt exempelvis leksaker som föreställer spädbarn, mammarollen dyker upp och barnet relaterar det till hemmet. Pojkarna däremot vill ha leksaker som relaterar till det traditionellt manliga som exempelvis manliga dockor som har ett yrke att vara soldat eller byggnadsarbetare t.ex. Byggare Bob.

Svaleryd (2005) skriver att även reklamens budskap om hur pojkar och flickor ska bete sig smyger sig på. Om reklamen handlar om godis får männen extra energi medan kvinnorna njuter, om den handlar om blöjor pratar pojken ofta själv i inslaget och är aktiv medan om det är en flicka som är med i inslaget, då pratar mamman och flickan har problem. Vidare skriver hon att leksaker för pojkar stimulerar aktivitet, konstruktion och kamp om makt. På flickhyllorna hittar man istället färdiga redskap och mycket hemutrustning.

## **2.3 Teoretiska utgångspunkter**

Pramling (2006) menar att när man pratar om barnuppfostran och samhällsförändringar, så tänker man ofta på samhällets utveckling som något som är ett hinder för barns utveckling, vilket det kanske är i vissa avseenden. I boken "Lärandets grogrund" kan man läsa att det är mycket lättare för barn som växer upp idag som får helt nya möjligheter att utvecklas och kommunicera med omvärlden med teknikens hjälp än de som föddes för 50 år sedan. Det som var svårt att använda sig av förr är nu mycket lättare, eftersom tekniken kan förändra många människors möjligheter till ett bättre liv (Pramling Samuelsson och Sheridan 2006).

### **2.3.1 Postmodernitet**

Samhällets karaktär betyder mycket för en människas uppväxt. Vi lever idag i ett så kallat postmodernt samhälle med stora möjligheter att få använda oss utav olika redskap för att utvecklas. Samhällets utveckling är viktigt för bland annat förskolan och föräldrar. Det är viktigt att de följer med i utvecklingen för att deras barn ska fungera bra i sin omgivning och utvecklas.

Att undervisa i kunskapssamhället innebär att man utvecklar kreativitet och initiativförmågan hos eleverna, att dessa får utnyttja forskning och att de lär sig att hantera förändringar i en värld full av utveckling. I dagens samhälle är det viktigt att man kan samarbeta med andra människor och att vara öppensinnig. Kunskapssamhället är ett lärande samhälle där en kultur av ständigt nyskapande är beroende av arbetstagarnas hjärnkraft och inte som förr; maskinkraft (Hargreaves, 2004). Detta kan kopplas till det läroplanen säger om att barns förmåga att kunna kommunicera, söka ny kunskap och att kunna samarbeta är nödvändigt i ett samhälle som är präglad av ett stort informationsflöde och en snabb förändringstakt (Lpfö98).

### *Barnets roll i det postmoderna samhället*

Genom postmodernismens framfart har den ekonomiska kunskapen hos oss människor förändrats. Samhället måste därför se till att skolorna i kommunerna förbereder barn och ungdomar på hur viktigt det är att vara en bra konsument. Människor idag ägnar mer tid åt att producera och konsumera och mindre tid åt familjen. Detta kan påverka ett barn på samma vis genom att barnet lär sig från sina föräldrar och samhället att ägna mer tid åt att producera och konsumera och mindre tid åt nära och kära (Hargreaves, A. 2004).

Enligt Nelson och Nilsson (2002) ser barnen upp till sina föräldrars välstånd såväl som från föräldrars utbildning, yrke och inkomst. Om barnet i en familj är van att få som han/hon vill, påverkar det inom en snar framtid barnets konsumtion av varor som exempelvis leksaker. Då påverkas även föräldrarnas konsumtion på grund av att barnet har en viss roll i hur ett inköp ser ut inom familjen.

### **2.3.2 Konsumtionssamhälle**

Idag lever vi i ett konsumtionssamhälle där man köper inte bara en hel del saker utan vi människor erövrar också vår identitet genom att konsumera. Man köper de prylar som ger en den personliga bild vi vill ha och som vi drömmer om. Barn spelar en stor roll i dagens konsumtionssamhälle och barnet blir ett objekt för sina föräldrars konsumtion. På så vis lägger föräldrarna en stor del av sin lön på saker till sina barn. Barn har också en stor påverkan och inflytande över familjens övriga konsumtion utöver leksaker så som matvaror, teknik och andra produkter i hemmet (Bjärvall 2005).

Det postmoderna samhället tillsammans med dagens konsumtionskultur där man uppmuntras att köpa nya saker och att inte nöja sig med det man har för tillfället utan att hela tiden vara ute på jakt efter det senaste så att man är med i det moderna samhälle där olika material styr oss (Brembeck, 1996).

Nelson och Nilsson (2002) skriver att reklamens fokus har flyttats från föräldrarna till barnen. Förebilden för barnens lekar är en värld inspirerad av film, Tv, tidningar och annan media. Konsumtionsmönstret har ändrats och leksaker kan nu delas in i två grupper; saker som föräldrarna vill köpa till sina barn och saker som barn vill köpa till sig själva. I leksaksaffärerna är det den senare gruppen man helst vänder sig till och leksakstillverkarna inspireras främst av filmer, böcker och tidningar (Nelson och Nilsson, 2002).

### *Leksaksförsäljning*

Idag är leksaker framförallt varor som säljs och köps i en leksaksaffär. Denna avgränsning av vad en leksak är leder emellertid till många problem om man närmare betraktar vad barnen på en förskola eller skola leker med under dagens lopp. Det är en marknadsbestämd uppfattning av leksaker som föräldrar eller skolor kan köpa färdigproducerade till barnen. Denna synpunkt hör hemma i den del av världen där det finns ett tillräckligt materiellt överskott. Flertalet av världens barn har en minimal tillgång till den sortens leksaker, de leker istället med vad de hittar eller gör själva (Rasmussen, 2002).

Bjärvall (2005) menar att svenska barn har under en längre tid fått fler och fler leksaker. Sen 1994 har försäljningen av leksaker ökat med 50 procent. Ökningen beror bland annat på att leksaker säljs i varuhus och på bensinstationer, men också att leksaker ibland kan finnas att köpa tillsammans med mat som t ex. i Happy Meal av McDonalds ( Bjärvall, 2005 ).

### **2.3.3 Massmedia och reklam**

Rönnerberg (1997) tar upp perspektivet om barns Tv- tittande. Barn är barn och de måste värderas utifrån det. Därför måste vi vuxna utgå från barnens perspektiv när vi ska förstå deras Tv- tittande. För barnen är Tv-tittande en lek, ett slags *på-låtsas-lek*. Barnen väljer program utifrån sina intressen, därför utspelas deras lekar oftast av ett Tv program som t ex. Pokémon. Barnen tar efter sina vardagserfarenheter i leken med hjälp av bland annat olika

mediefigurer. Det bör påpekas att vuxna bör tillåta dessa så kallade *medialekar* eftersom lekarna är en viktig del av barns liv (Rönnerberg, 1997).

I en annan bok av Rönnerberg (2003) lyfts reklamens roll i människors Tv-tittande upp. I Sverige har barn kunnat se reklam sedan 1987 i Tv3 och på Kanal 5, samt i Tv4 sedan i november 1991. Den svenska lagstiftningen gällande barn har i Radio och Tv-lagens sjunde kapitel, fjärde paragraf infört ett förbud mot att reklamen i Tv4 inte får fånga barn, under tolv år, uppmärksamhet. Dock lyder Tv3 och Kanal 5 under engelsk lagstiftning och de svenska reglerna gäller ej på deras reklamer (Rönnerberg, 2003).

Reklamen har fått en stor roll i dagens Tv-tittande. Barn som ser mycket på Tv, speciellt under tider då det sänds barnprogram, innehåller reklamen stora delar av inslag som intresserar ett barn som t ex. leksaker. Barnet kan antingen be om eller önska sig leksaken av föräldern. Syftet med reklamen är att påverka en köpare så att konsumtionen ökar på dess vara. Andelen sålda leksaker som det gjorts reklam för i Tv säljs ofta i större mängder än de leksaker som inte finns med i reklamen (Rönnerberg, 2003).

Bjärvall (2005) talar bland annat om att barnen lever i en konsumtionskultur. Hon menar att barnet lever i en värld där leksaker, Tv-program och reklam lever så pass nära ett barn att det blir en kultur som alla lever efter (Bjärvall, 2005). I tidningen *Förskolan* refererar Annika Claesdotter Bjärvall när hon skriver om bland annat reklamens roll i dagens samhälle. Hon skriver att vi lever i en konsumtionskultur som påverkar oss till att köpa allt mer. Hon pratar också om att vi idag lever i en stressad vardag som konsumtionskulturen utnyttjar till fullo. Föräldrarna i barnfamiljer har dåligt samvete för att de stressar och inte hinner umgås med sina respektive barn och att man då kompenserar sina barn med presenter och saker som barnet vill ha.

## **2.4 Lärare och föräldrar**

För barnens bästa är det viktigt att föräldrar och lärare kan samarbeta och förstå varandra. Eftersom barnet spenderar oftast mycket tid i förskolan är det bra om föräldrar kan komma överens med personalen för att på detta vis skapa en trygghet för barnet.



Fredricson (2003) anser att en av konflikterna lärarna känner i samband med att förskolebarnen tar med sig egna leksaker hemifrån, är att de som lärare inte alltid är insatta i vad det är för slags leksak och hur den fungerar. På det viset kan läraren känna sig åsidosatt då hon/han inte förstår sig på barnets nya leksak. Vidare skriver Fredricson att i de svenska förskolorna är det vanligast med så kallade pedagogiska leksaker och gärna *könlösa* leksaker. Med det senare menas leksaker som inte är avsedda speciellt för antingen flickor eller pojkar, exempelvis pussel och klossar. Å andra sidan finner man endast ett fåtal dockor/bilar men gärna olika kläder att klä ut sig till för bland annat rollekar.

*Den pedagogiska verksamheten i förskolan skall utgå från barns perspektiv. Detta innebär att varje barn i förskolan skall ges en möjlighet att på bästa sätt få lära och utvecklas utifrån egna förutsättningar och intressen. I den pedagogiska verksamheten skall därmed betingelser skapas för barn att utveckla sina förmågor och eget kulturskapande. Familjen och barns kulturella bakgrund har stor betydelse för barns lärande och utveckling. Ingen pedagogisk verksamhet kan därmed anses ha en god pedagogisk kvalitet om den inte bedrivs i samarbete med barnens föräldrar (Pramling Samuelsson och Sheridan 1999, s.134).*

I boken av Pramling Samuelsson och Sheridan (2006) som man kan läsa ett kort citat ur här ovanför, kopplas till hur viktigt det är att förskolan/skolan samarbetar med hemmet. Författarna skriver att pedagogens roll att använda sig av leken och leksaker i sin utläring till barn är mycket viktig. Man tar upp hur betydelsefullt det är för oss som lärare att se barns intresse och förhålla sig till det som är positivt och stimulerade för barnen. Eftersom det är en viktig del i alla barns utveckling av självförtroende och att de känner sig kompetenta och uppskattade inom många områden. Både föräldern och pedagogen leker visserligen då och då med leksakerna tillsammans med barnen, men för det mesta har de vuxna andra uppgifter. De ska ta hand om barnen, se till att leksakerna städas undan och helst av allt förblir någorlunda hela till dagens slut (Rasmussen, 2002).

Eftersom små barn utvecklar en slags personlig relation till sina leksaker kan leksakerna hjälpa barnet att vistas på nya platser. Exempelvis blir det tryggare att sova borta eller vistas utan mamma och pappa en längre stund om en favoritleksak får följa med. På det viset kan leksaker bidra till att bygga broar mellan hem och förskola/skola. Därför är det bra om förskolepersonalen tillåter barn att leka med sina egna leksaker, samtidigt som de påpekar att leksaker kan gå sönder lättare i förskolan än i hemmet. Förskolepersonalen som ansvarar för inköp av leksaker bör inte heller glömma att leksakerna avspeglar dagens samhälle och reflektera över vad som är värdefullt att överföra till barnen. Exempelvis är det större chans

att dagens barn växer upp och blir astronauter, piloter eller dataprogrammerare än att de blir bönder som handmjölkar kor (Granberg, 2004).

Svaleryd (2005) berättar om sin förra arbetsplats, Björntomtens förskola, där de diskuterade om barnens lek, leksaker och om att förskolan är ett komplement till hemmet. Hemma har barnen vissa leksaker, på förskolan finns det kamrater och annat material. Personalen bestämde sig, efter mycket betänketid och noggranna observationer av barnen, att ta bort samtliga leksaker som de ansåg könsbegränsa leken. Kvar blev kreativt material som barnen kunde skapa med. Det handlade huvudsakligen om att ge barnen möjlighet att lita till sin egen förmåga och fantasi i leken. Lärarna märkte att pojkar och flickor lekte mer tillsammans och i större grupper. De blev oerhört kreativa i att skapa det som behövdes till leken och deras språk utvecklades eftersom lekarna byggde på relation i stället för på saker. Svaleryd menar att det ofta handlar om att ifrågasätta gamla traditioner och arbetsätt för att uppnå nya mål.

### **3. Metod**

Detta kapitel handlar om vilken metod som använts, vi kommer att beskriva närmare det tillvägagångssätt som använts för att få fram data inför den empiriska delen. Utifrån syftet, att studera lärares och föräldrars syn på leksaker, har metoden vuxit fram. De fyra forskningsetiska principerna (informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet) har använts när intervjuerna utfördes. Resultatet och tillvägagångssättet i forskningen har blivit sammanställt och redovisats skriftligt i arbetets senare del.

#### **3.1 Genomförande**

Kvalitativ forskning användes för att komma närmare vad människor har för tankar kring leksaker. Med det menar vi att data till den empiriska delen har vuxit fram ur intervjuer med berörda människor. Anledningen till varför just denna metod användes är för att vi tyckte att ett ansikte mot ansikte möte kunde ge de bästa förutsättningarna för att förstå dessa människors synvinkel och ge dem en berikande upplevelse så att de förhoppningsvis fick en ny insikt om sin livssituation (Kvale, 1997).

Samtliga intervjuer genomfördes på ett semistrukturerat sätt, där vi använde oss utav ett fåtal färdiga frågor. Svaren lämnades öppna och betoningen låg på den intervjuade som utvecklade sina synpunkter. Som vi nämnde tidigare skedde intervjun endast mellan tre personer, två intervjuare och en respondent. Detta på grund av att det blir lättare för intervjuarna att endast ha en persons tankar och idéer att sätta sig in i och utforska. Den ene intervjuaren ställde frågor medan den andre antecknade tyst de eventuella intryck hon uppfattade samt sammanfattade kort svaren från respondenten. Då vi helst ville använda en bandspelare under intervjutillfällena fick den intervjuade själv bestämma om han/hon tyckte att användningen av bandspelaren var okej. Anledningen till varför vi ansåg att en bandspelare var relevant är att genom den skulle möjlighet ges till ett mer exakt och konkret återberättande av intervjun (Denscombe, 2000).

##### **3.1.1 Urval**

Vi använde oss utav primära källor så som att intervjua två grupper nämligen lärare som arbetar inom förskoleverksamheten och föräldrar med barn i förskoleåldern. Fyra personer ur

respektive grupp har blivit valda och intervjuade, personerna ifråga är anonyma där varken ålder eller kommun avslöjas. Detta på grund av att personuppgifter har ingen relevans ifråga, samt beaktas av personuppgiftslagen (1998:204). Förskolorna hittades i telefonkatalogen. Detta på grund av att det var svårt för förskolepersonalen att hitta tid då intervjuerna skulle göras strax innan jul. Föräldrarna kontaktades via respektive förskola.

### **3.1.2 Datainsamling**

Intervjuerna är gjorda under perioden 1/12 2006 – 21/12 2006. Samtliga intervjuer är inspelade på kassetband inomhus i förskolans lokaler eller i föräldrarnas hem. I dialog kommer lärarna att benämnas med ett namn som börjar på bokstaven L och föräldrarna med ett namn som börjar på bokstaven F.

Innan intervjun började fick intervjuaren en bakgrund till intervjun där vi talade om syftet och om hur bandspelaren skulle användas. Den intervjuade fick möjlighet att ställa frågor innan intervjun började. Efter att intervjun var klar och bandspelaren avstängd, fick den intervjuade tillfälle att ta upp frågor som han/hon tänkt på eller undrat under intervjun (Kvale, 1997).

Vi har valt att använda oss utav färdigformulerade öppna frågor som är identiska till samtliga inom respektive grupp. Utöver dessa frågor ställde vi följdfrågor just för att bättre få fram de intervjuades tankar och möjlighet att tolka dessa rätt. Följdfrågorna har varit olika beroende på de olika svaren, dock relevanta och inspirerande. Medvetet valdes att inte ha mer än högst fyra huvudfrågor då respondenterna inte hade speciellt mycket förberedelsetid. Vi valde få men kvalitativa frågor och varje intervjutillfälle tog ungefär tjugo minuter. Efter den avslutade intervjun, pratade vi om de intryck vi fått av den fysiska kontexten samt tittade på de anteckningar som gjordes under intervjun. Det vill säga, hur atmosfären var och delar av den ickeverbala kommunikationen som vi ansåg relevant, allt enligt Denscombes (2000) tips. Resultatet och tillvägagångssättet i forskningen har blivit sammanställt och redovisats skriftligt i arbetets senare del under rubriken *Resultat och analys*.

### **3.1.3 Bearbetning**

Intervjuerna delades upp i två högar, en för lärare och en för föräldrar. Därefter sammanställdes dem var för sig, där vi bland annat letade efter likheter respektive skillnader.

Till slut jämfördes båda dessa grupper och resultatet kan man läsa om i arbetets senare del. Utskrifterna har gått till på följande sätt: Den observerande forskaren fick i uppgift att skriva ut samtliga intervjuer. Detta på grund av att samtliga intervjuuttalanden skulle återges ordagrant och på samma sätt. Emotionella uttryck som skratt och suckar har tagits bort om de förekom alltför ofta (Kvale, 1997).

### **3.1.4 Etiska övervägande**

De fyra forskningsetiska principerna (informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet) har används när intervjuerna utfördes (Vetenskapsrådet, 2002). Samtliga lärare och föräldrar har blivit informerade om att deras deltagande är helt frivilligt och att de när som helst kan avbryta. De har även blivit informerade om syftet med arbetet, hur deras svar kommer att behandlas samt på vilket sätt så småningom publiceras. Innan varje intervju avslutades, läste vi upp svaren som vi antecknat från intervjun för att få respondentens godkännande och möjlighet att ändra, kommentera eller förtydliga sina uttalanden (Vetenskapsrådet, 2002).

### **3.1.5 Undersökningens trovärdighet**

De personliga värderingarna, erfarenheterna och övertygelserna spelar en stor roll i produktionen och analysen av de kvalitativa data som genomförts. Den intervjuades och kontextens inverkan gör att det är svårt att uppnå objektivitet (Denscombe, 2000). Tolkning av insamlad data har gjorts med intentionen att försöka utgå från de intervjuades perspektiv, men tolkningarna av resultatet kan skilja sig åt beroende på vem som utför dem. Till sist är det vår uppgift som forskare att tolka intervjuerna så objektivt och rättvist som möjligt.

### **3.1.6 Metoddiskussion**

Om vi idag hade gjort om intervjuerna hade vi försökt lägga dem vid en annan tidpunkt än precis före jul. Även om de intervjuade tog god tid på sig att svara, var det stressigt för dem att finna en lämplig tid för själva genomförandet. Detta var ett onödigt och stressande moment för samtliga inblandade.

Intervjuerna skedde mellan tre personer, två intervjuare och en respondent, vilket vi i efterhand tycker var bra på grund av att det kändes tryggt att en av oss förde en dialog med respondenten. Man kom ner på samma nivå, *en-mot-en*, och respondenten slapp känna att han/hon var i underläge lika mycket. Till en början ville vi inte använda bandspelare då det kändes klumpigt och vi var rädda för att skrämja bort respondenterna. Samtidigt trodde vi att det skulle vara enkelt att anteckna hela intervjun själva. Efter lite överväganden kom vi överens om att använda bandspelare. I efterhand kan det konstateras att studien inte hade varit klar eller lika bra om inte bandspelare används.

Nu i efterhand önskar vi också att vi hade tränat på att genomföra intervjuerna på släktingar eller vänner. Det hade gett oss möjlighet att lägga märke till vilka följdfrågor vi missar att ställa trots att de varit relevanta för studien. En inspelning av en testintervju tror vi hade varit till hjälp.

## 4. Resultat och analys

Här följer en resultatredovisning av intervjuerna som gjorts. Kapitlet baseras på de frågor som både lärare och föräldrar har fått svara på. De rubriker som följer handlar om vilka leksaker barnen har tillgång till på förskolan samt i hemmet samt vad är det barnen egentligen kan lära sig av att leka med leksaker. Sedan följer barns konsumtion av leksaker som handlar bland annat om det utbud av leksaker som finns i butikerna samt om på vilket sätt barnen påverkas av leksaksreklamen. Varje rubrik berör både förskollärare och föräldrar med barn i förskoleåldern. Till sist kan man läsa en analys av intervjuerna, om de slutsatser vi dragit av studien, en diskussion och avslutningsvis en kort sammanfattning.

### 4.1 Vilka leksaker har barnen tillgång till?

Våra intervjuer började med att vi bad våra informanter att berätta om vilka leksaker som fanns på förskolan respektive i hemmet. Vi ville ta reda på om det fanns en tanke bakom de leksaker som köpts in av lärare och föräldrar, under vilka tidpunkter barnen fick leka med leksaker samt om lärarna tyckte att det var okej för barnen att ta med egna leksaker hemifrån.

#### 4.1.1 Leksaker tillgängliga på förskolan

I förskolan dominerade pedagogiska leksaker<sup>1</sup> så som till exempel byggklossar samt leksaker som underlättar barnets utveckling inom tal, läsning och skrivning. Exempel på de sistnämnda kan vara ljudböcker, kylskåpsmagneter i form av siffror och bokstäver eller klossar med olika figurer eller bokstäver som stimulerar kreativiteten.

Vi har väldigt mycket byggmaterial, för vi tycker att det stimulerar barnens fantasi och kreativitet. (Lena)

Samtliga lärare betonade vikten av olika sorters byggmaterial på förskolan, men talar även om att de andra leksaker i form av bilar och dockor finns, dock ej i lika stor utsträckning.

De leksaker vi har på vår förskola är varierande. Vi har allt från pussel till kuddar. (Lotta)

Förskollärarna tyckte att det var helt okej för barnen att ta med sig egna leksaker hemifrån, men då under vissa regler, exempelvis fick man endast leka med leksaken om man delade den

---

<sup>1</sup> Med pedagogiska leksaker avses leksaker som tagits fram i pedagogiskt syfte med uppgift att träna barn att lära in ny kunskap (Granberg 2004).

med sig till andra barn och tog eget ansvar för den. En av förskolorna hade som regel att visa upp leksaken under samlingen på morgonen.

Ja, men då får barnet visa upp och presentera leksaken vid samlingen på morgonen och ta eget ansvar för den. Vi brukar skicka runt leksaken så att alla får känna och titta på den. (Lotta)

Barnen på förskolan har även tillgång till mer skolliknande läromedel. Det finns både stenciler och häften där de kan lära sig siffror och bokstäver samt självklart böcker som de själva kan bläddra i och som lärarna gärna läser för dem.

Dessutom har vi ju för de äldre barnen olika häften eller böcker som vi delar ut och så har vi en stund i veckan då vi övar lite på bokstäver och siffror. Oftast är det då frivilligt hur mycket de vill och orkar göra, men vi vill helst att alla de äldre barn ska vara med på genomgången och testa i alla fall. (Lina)

Ofta inhandlar lärare leksaker till förskolorna via kataloger. Det utbud som finns i dessa är inte riktigt likadant som utbudet i butikerna. Skillnaden är att vissa leksaker uteblir i dessa kataloger som exempelvis tv- och videospel.

Vi köper vårt material från kataloger som är i stort sätt som butikernas men ändå inte. Där kan man hitta lite speciella saker som man kanske inte riktigt har hemma, jag menar det går ju att köpa hem till sig också men det är inte lika vanligt. Ett exempel är de cyklar vi har utomhus. Till sitt barn köper man ju gärna lite finare, medan för oss är det viktigt att de håller länge. (Lotta)

#### **4.1.2 Leksakutbudet i hemmet och hur urvalet går till**

Föräldrar försöker kontrollera inköpet av leksaker till sina barn genom att barnen får vänta tills de fyller år eller till julafton. Det som kan hända vid dessa tillfällen är att föräldrarna kan ha svårt att kontrollera vad och hur mycket släkt och vänner köper till deras barn.

I vårt hem får inte barnen allt vad de pekar på utan får antingen köpa själva, av sina sparpengar, eller önska sig sakerna till högtider som julen. (Fredrik)

Genom att barnen får bygga olika miljöer med material, fantiserar de, drömmer sig bort och kanske till och med bearbetar sina egna erfarenheter. I hemmet svarade föräldrarna bland annat att barnen hade många plastleksaker som till exempel *Barbie* samt olika *sällskapsspel* som exempelvis spel och puzzel.



Vi har nog det mesta... tv-spel, ritblock med kriter och färgpennor, dockor, bilar, bilbanor, gubbar, My Little Pony, mjukisdjur, lego, puzzel, spel, dockhus, dinosaurier, play-doh-lera. (Frida)

Även i butikerna kan föräldrarna få tag i förskole- och skolliknande saker. Det finns olika böcker/häften som man kan köpa där barnet tränar sig i att skriva och räkna, även speciella datorspel har tagits fram som sägs lära ut samma sak.

Min lilla flicka har blivit intresserad för siffror och bokstäver. Hon tycker det är jätteroligt och gillar att bara sitta vid matbordet och fylla i de här övningarna. Det är så kul och se hennes framsteg och hur stolt hon blir när hon lyckas skriva mamma eller nåt annat enkelt. (Fia)

### **4.1.3 Föräldrar väljer leksaker med omsorg**

Under intervjuerna märktes det tydligt hur medvetna föräldrar är när det gäller leksaker. Med det menar vi att föräldrarna gärna inte köper vad som helst till sina barn och gärna ser förskolan som ett föredöme.

Man tittar till lite vad förskolan har för leksaker och så försöker vi köpa hem liknande, eftersom vi vill att vår son ska känna att om han påbörjar en lek i exempelvis förskolan att han kan fortsätta leka samma lek hemma också. (Fia)

Föräldrarna vill gärna att de leksaker de har hemma gärna liknar de som barnet har i förskolan, medan lärarna i sin tur påstår att det bara är bra och utvecklande för barnen att inte ha samma leksaker hemma som i skolan.

Vi vill inte ha liknande leksaker som barnen har hemma. Som datorspel och alla dessa moderna leksaker som finns i affärer och visas i reklam. (Lina)

Asså oftast säger vi till barnen att det är bra att de inte har samma leksaker här som de har hemma. (Lena)

En intressant aspekt vi fick fram var att föräldrar gärna vill kontrollera inköpen av leksaker till sina barn, men att det inte riktigt går. Barnens intressen skiljer sig från de vuxnas samt så gör födelsedagar och julen det svårt för föräldrarna att kontrollera vad släkt och vänner köper i present/julklapp till barnen.

Min inställning till vissa leksaker har inte alltid rimmat med barnens önskningar om vilka leksaker de vill ha. (Fanny)

## 4.2 Vad kan barnen lära sig av att leka med leksaker?

Den andra stora frågan vi ställde till våra informanter handlade om vad de trodde att barnen lärde sig genom att leka med olika typer av leksaker. Denna fråga ansåg vi relevant då vi ville få en uppfattning om hur mycket lärare och föräldrar vet om vad barnen eventuellt kan lära sig med de leksaker som finns i deras närhet. Att finna ro och drömma sig bort är en viktig faktor som föräldrarna tror barnen lär sig av att leka med sina leksaker.

De finner en ro i sig själv när de fantiserar bort. Det tror jag är bra för deras utveckling. (Frida)

När det gäller exempelvis sällskapsspel och leksaker som kräver att man är flera stycken, leksaker som finns både i förskolan och i hemmet, lär sig barnen att samarbeta med varandra. Att lära sig respektera varandra och vänta på sin tur är också viktigt och det tror samtliga intervjuade att barnen lär sig.

När de leker med andra så tror jag att det är mycket samspel som de får lära sig, vänta på sin tur och så vilket kan vara väldigt svårt ibland. (Fanny)

I de flesta förskolor som vi har besökt, har man haft ett lekrum där barnen får klä ut sig och spela upp dockteater. I dessa rum finns det klädstycken för olika roller och heminrednings saker som exempelvis leksaksspis och möbler. När barnen är i dessa rum får de fantisera själva om vad deras pjäs ska handla om. Barnen får planera och reda ut eventuella konflikter som uppstår så gott de kan. Detta utvecklar egenskaper som är viktigt för ett barn att lära sig.

Om man sitter och lyssnar på dom så får man höra om deras tankar och... vad ska jag säga... de får tänka själva också och de gör allting själva de tar saker från verkligheten som de varit med om. (Linda)

Framför allt lär de sig ju en hel del bara genom att vara med andra barn, vilket jag tror är det viktigaste, det sociala alltså. Sen blir det mycket motorik, finmotorik, det stimulerar fantasin och skapandelusten. De får klä ut sig och låtsas vara någon annan, empati lär de sig då bland annat att sätta sig in i hur andra har det. (Lotta)

Bland lekrummen som har *teatertema* finns även kläder till brandmän och läkare samt några få tillbehör. Där kan barnen även leka doktor om de vill och på det viset låtsas att de tar han om en patient och kanske till och med räddar livet på den. Sådana lekar är även de lärorika och utvecklande.

### **4.3 Barns konsumtion av leksaker**

Eftersom leksaker är en central del i barns uppväxt och finns både i förskolan och i hemmet var det intressant att studera vad föräldrar och lärare tycker om det utbud av leksaker som finns i affärerna.

#### **4.3.1 Utbudet av leksaker i affärerna**

Det finns en hel del leksaker att välja mellan ute i butikerna. Våra informanter höll med om att utbudet är massivt och att det inte alltid är så lätt att hitta ”bra” leksaker. De svar vi fick var väldigt lika och inte en enda person var positiv till det massiva utbudet. De flesta informanter tyckte att leksakerna var dyra och gjorda av dålig kvalitet.

Jag upplever att kvaliteten ofta är ganska dålig. (Fanny)

Leksakerna kändes *plastiga* och inte speciellt flexibla. Med det sista menade de intervjuade att man oftast endast kunde leka på ett sätt med sin leksak. Eller som Lotta uttryckte det:

Affärerna har mycket engångsleksaker så att säga, man kan använda de endast till en slags lek. (Lotta)

Själva vill de gärna se fler konstruktiva leksaker i form av olika pyssel, klossar och byggmaterial både för flickor och för pojkar. Detta på grund av att de intervjuade har märkt att den typen av leksaker tröttnar barnen inte lika fort på. Dessa typer av leksaker kallade informanterna för ”bra” leksaker.

Saker som lego och olika pyssel eller spel och ritsaker tröttnar de inte på. Det är de saker som de leker mest med. (Frida)

#### **4.3.2 Påverkas barnen av leksaksreklamen?**

Samtliga, både föräldrar och lärare, tyckte att reklamen hade en stor påverkan på både dem själva och barnen. De menade att människor gärna vill ha det de ser att andra har, i detta fall en rolig och färgglad leksak som barnen i reklamen leker med. Reklamen brukar utspelas på ett väldigt positivt sätt, människorna i dem är väldigt glada och har roligt tillsammans med produkten som ska säljas. Barnreklamen till exempel är mycket färgglad med lekande barn som skrattar och verkar ha det oerhört roligt. Detta gör att vi människor och säkert barn också,

bildar sig en föreställning om att det är upplevelsen man köper och glömmer bort att det *bara* är leksaken.

Reklamen brukar ju vara så positiva, färgglada och med lekande barn som skrattar och har jätteroligt, vi människor och så klart säkert barn också tror ju att det är upplevelsen man köper. Men de där glada kompisarna följer ju inte med när man köper till exempel en My Little Pony häst och det är inte säkert att jag tycker att det är lika roligt att leka med den när jag väl får den heller. (Lina)

Ofta händer även det att barnen påverkar varandra. Detta kan ske genom vanliga samtal eller lekar. Om exempelvis lille Kalle berättar hur roligt han och hans storebror hade när de lekte med den senaste bilbanan, kanske lille Per och Sofia också blir intresserade och vill ha en likadan.

Asså de påverkar varandra och de blir mycket påverkade också och pratar mycket om dom. (Linda)

Som vi redan nämnde är reklamen gjorda på ett sätt som sänder ett positivt budskap till oss tittare. Ett budskap som även säger att just den här varan är *bäst*. En förälder vill gärna att dennes barn ska ha det bästa och en rektor eller förskolelärare vill även de att de bästa sakerna ska finnas på just deras förskola. Alltså är det lätt för oss människor att påverkas av reklamen.

Man luras till att köpa det som visas på TV bland annat för att man tror ju att det de visar är det bästa på marknaden och vem vill inte att ens barn ska ha det bästa? (Fia)

## 4.4 Slutsatser

Uppsatsens syfte är att studera lärares och föräldrars syn på leksaker samt hur de ser på leksaksreklam riktad mot barn. Utifrån syftet utvecklades frågeställningarna i form av:

- Hur ser föräldrar och lärare på de leksaker barnen har tillgång till?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns lärande i relation till leksaker?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns konsumtion av leksaker?

Följande slutsatser har vi kommit fram till:

- Att lärare har betydligt lättare att kontrollera vilka leksaker som köps in än vad föräldrarna har. Föräldrar ser förskolan som ett föredöme angående leksaker och är själva medvetna när de ska köpa leksaker till sina barn.
- Att barnen genom sin fantasi och genom sina erfarenheter bearbetar, utvecklar och lär sig hur verkligheten fungerar. Olika leksaker gör att barnen kan *låtsas* på många olika sätt. Ibland kanske de leker *doktor* och då får de sätta sig in i hur det kan vara att vara patient eller doktor.
- Att både lärare och föräldrar tycker att det finns alldeles för mycket leksaker i butikerna, att många leksaker är gjorda av dålig kvalité samt att de oftast är mycket dyra. Samtliga intervjuade tycker att reklamen har stor påverkan på både dem själva och barnen. De menar att människor gärna vill ha det de ser att andra har och att barnen gärna påverkar varandra.

## 5. Analys och diskussion

Materialet visade sig innehålla flera intressanta och oväntade resultat. Det var en överraskning för oss att se att föräldrar faktiskt ser upp till förskolan när det gäller leksaker. De blir lite stolta över sig själva när de köper en viss leksak, speciellt om det är en sak som förskolan också använder sig utav. Å andra sidan var det även intressant att höra att lärarna tycker att barnen borde ha olika leksaker hemma och i förskolan. Till slut var det ändå barnens intressen som dominerade inköpet av leksaker till hemmet vilket är egentligen bra då de kanske inte har just de leksakerna på förskolan.

Det samhälle vi lever i idag kallas för det *postmoderna* samhället eller *kunskapssamhället*. När samhället utvecklas är det bra om förskolan också går framåt så att den inte hamnar för långt efter i utvecklingen. Nya tekniker skapar nya möjligheter som även de minsta bör känna till i viss mån. Människor idag ägnar större delen av sin tid åt att producera och konsumera och dessvärre ägnar mindre tid åt familjen. Detta kan påverka ett barn på samma vis genom att barnet lär sig från sina föräldrar och samhället att ägna mer tid åt att producera och konsumera och mindre tid åt nära och kära. Att undervisa i kunskapssamhället innebär att man utvecklar kreativitet och initiativförmågan hos eleverna, att dessa får utnyttja forskning och att de lär sig att hantera förändringar i en värld full av utveckling (Hargreaves, 2004).

### 5.1 Leksaker barnen har tillgång till

I resultatet kom vi bland annat fram till att lärare har betydligt lättare att kontrollera vilka leksaker som köps in än vad föräldrarna har och att föräldrar ser förskolan som ett föredöme när det gäller leksaker. Ofta är släkt och vänner villiga att köpa saker till barnet bara för att de tycker så mycket om barnet och gör detta utifrån barnets intresse. I förskolan behövs leksaker som kan användas av många barn och under en längre period, därför blir inköpen inhandlade ofta efter uthållighet och funktion. Vi tror att i dagens samhälle är det viktigt för människor att ha materiella saker, däribland leksaker. Ju fler och dyrare leksaker ens barn har desto bättre status har man kanske bland andra föräldrar. Samtidigt var det intressant att se under intervjuerna att föräldrar gärna ville att deras barn skulle ha samma sorts leksaker hemma som de hade i förskolan. Dessa leksaker ansågs ha ”högre status” enligt föräldrarna själva. Förskollärarna tyckte däremot att det var bra att barnen hade olika leksaker hemma och i förskolan. Lärarna såg kamraterna som den största tillgången på förskolan och därför hade de

också leksaker som flera kan leka med samtidigt. Vi tycker att det är bra att förskolan just av den anledningen inte har samma sorts leksaker som det finns i hemmet. Hemma kanske barnet leker själv och har sina favoritleksaker som förskolan inte kan bidra med, vilket bara är bra och utvecklande tror vi.

## **5.2 Vad barnen kan lära sig med hjälp av leksaker**

På Svaleryds (2005) förra arbetsplats, Björntomtens förskola gjorde man en undersökning där man tog bort de flesta leksaker som ansågs vara antingen pojk- eller flickleksaker samt leksaker som redan var *färdiga*, exempelvis bondgårdar med djur som redan har en färdig fantasivärld utspelad. Man lät barnen få leka tillsammans och själv utforska med hjälp av de leksaker som fanns, de kreativa leksakerna som till exempel klossar, lego och lera. Det man fann var att barnen kom på mycket mer fantasifulla lekar och språk som hjälper deras utveckling. Vi tycker att här finns ett klart tecken på att man inte behöver alla dessa leksaker som det görs reklam för. Barnen har en så pass bra fantasi att de kan vara utan många av de moderna leksaker. Däremot tycker vi också att det hade varit bra om fler förskolor följde Björntomtens idé om att ta bort de färdiga leksakerna medan hemmen behöll de leksaker som barnet är intresserat utav. I litteraturen nämner Almqvist (2006) att när leksaker tillverkas har de bland annat ett syfte för barnet men att barn kan leka med vad som helst eftersom det är barnets fantasi som ger föremålet liv. Att lära sig relatera olika föremål till verkligheten är något väldigt viktigt i ett barns utveckling.

I Lpfö 98 är ett av målen att sträva efter att varje barn utvecklar sin nyfikenhet och sin lust samt förmåga att leka och lära. Genom att leka med olika pedagogiska leksaker, exempelvis memory, tränar barnen sin finmotorik och sitt minne. Att leka med dockor och skapa pjäser är ett sätt att träna sin empati på. Barnen får oftast själva komma på en pjäs utifrån sin fantasi och sina egna erfarenheter. Om exempelvis ett barn känner en farbror vars katt blivit överkörd av en bil, kanske detta barn kommer att tänka på denna händelse och ger det som förslag till en pjäs. Om även de andra barnen vill kanske just en pjäs med sådan handling uppstår. Den som spelar den stackars farbrorn som mister sin katt måste då leva sig in i hur farbrorn har det och känner sig. På så vis lär sig barnen att känna empati för andra människor.

### **5.3 Barns konsumtion av leksaker**

Det framgick i intervjuerna att både lärare och föräldrar tycker att det finns alldeles för mycket leksaker i butikerna att många leksaker är gjorda av dålig kvalitet samt att de oftast är mycket dyra. De tyckte även att reklamen har stor påverkan på både dem själva och barnen och att människor hellre vill köpa upplevelsen och känslan i reklamklippen än produkten. Det sistnämnda var oerhört intressant och efter att ha tänkt efter känner vi att det stämmer nog. Skulle en stilbild visas som föreställer en docka kanske man inte hade tyckt att det var något speciellt. Läger man till en flicka som håller om dockan och har ett stort leende på läpparna blir man oftast lite mer intresserad. Om man istället skapar en fantasifull miljö i starka klara färger, lägger dit den här glada flickan med dockan och får flickan att dansa runt och verka jättelycklig, sedan kommer ett par av hennes kompisar, även de har var sin docka och alla har roligt tillsammans, plötsligt är det ingen stilbild längre utan en reklamsnutt med trevlig musik. Då blir man mycket mer sugen på att få äga den här underbart fantastiska dockan som gör att man blir så glad och har så roligt med trevliga kompisar, eller hur?

I en undersökning som Nelson och Nilsson (2002) har gjort har man fått fram att dagens barn har tillgång till mer leksaker än vad man hade tidigare. Barn har drygt 500 leksaker i hemmet och det är tack vare barn som leksaksförsäljningen har växt fram. Detta kan man se på ett både positivt och negativt sätt. Den positiva kan vara att utvecklingen går framåt, barnen får möjlighet att ha tillgång till olika slags leksaker för olika syften. Det negativa kan vara att det är för mycket som barnen blir påträngda av. Alla leksaker behöver inte vara i god kvalitet eller ha ett gott syfte. Tillgången till leksaker idag finns överallt, man kan få tag på dem i viken affär som helst, från en vanlig liten tobaksaffär till ett stort köpcenter.

Både lärare och föräldrar under intervjuerna var överens om att leksaksreklamen har en stor påverkan på barn. Som vi tidigare skrev om Rönnerberg (2003) i litteraturen, menade hon att syftet med reklamen är att barnen ska vilja ha det som reklamen visar. På olika sätt kan barnet få denna önskan uppfylld bland annat genom att önska sig det eller genom att tjata.

### **5.4 Relevans och förslag till fortsatt forskning**

Studiens relevans berör först och främst forskollärare men även föräldrar med barn i förskoleåldern. Genom att ta del av denna studie kan de tydligt se hur barn påverkas av sin



omgivning när de leker och utvecklas samt hur vuxna i barnens närhet påverkar dem, ibland till och med omedvetet genom de inköp av leksaker som de gör.

Framtida forskning inom området krävs för att klargöra om bland annat medvetandet hos föräldrarna ändras efterhand. Det vore spännande att forska kring om föräldrar ser upp till förskolan på ett annat sätt än bara som ett föredöme när det gäller leksaker. Även genusfrågan inom området hade varit intressant att forska kring. Det finns pågående debatter som handlar om både massmedia och hur olika vi människor behandla flickor och pojkar<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Dessa debatter finns att läsa bland annat i olika föräldratidningar exempelvis *Vi Föräldrar* Nr13 2006.

## 6. Sammanfattning

Syftet med arbetet är att studera lärares och föräldrars syn på leksaker samt hur de ser på leksaksreklam riktad mot barn. Tre frågeställningar har växt fram ur syftet:

- Hur ser föräldrar och lärare på de leksaker barnen har tillgång till i förskolan och i hemmet?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns lärande i relation till leksaker?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns konsumtion av leksaker?

I litteraturdelen ges möjlighet till att bland annat läsa om lekens betydelse för barn, om vad en leksak egentligen är samt ett avsnitt som handlar om utveckling och lärande. Dessutom finns även avsnitt som handlar om massmedians, lärarens och föräldrarnas påverkan. Lillemyr (1990) menar att leken för barn i förskoleåldern är den aktivitet som dominerar, framför allt då den har en stimulerande effekt på barnets fysiska och psykiska utveckling. Han skriver att leken är viktig även eftersom den är för barnet en central kunskapskälla. Leken är en central del i många fritidsaktiviteter för både vuxna och barn. Därför kan man säga att lek är ett allsidigt fenomen.

Resultatet visar att lärare har betydligt lättare att kontrollera vilka leksaker som köps in än vad föräldrarna har och att föräldrar ser förskolan som ett föredöme när det gäller leksaker. Det beror främst på att både släkt och vänner gärna köper fler leksaker till barnen som föräldrarna själva inte har kontroll över. Dessutom finner man fler leksaker som kan användas på olika sätt i förskolan, medan i hemmet har barnen oftast de sorters leksaker som intresserar just dem själva. Leksakerna som barnen får av sina föräldrar säger mer om föräldrarna själva än om barnen. Föräldrarna sänder ett budskap till barnen då de ger dem leksaker. Budskapet handlar då om vilka värderingar som råder i familjen. Hur barnen uppfattar budskapet visar sig sedan i huruvida barnet gillar leksaken eller inte. På det sättet råder en omedveten kommunikation mellan föräldrar och barn. Den kommunikationen vill föräldrarna gärna styra, men till sist är det ofta barnen som får sista ordet när det gäller just vilka leksaker som de vill ha hemma.

Genom sin fantasi och sina erfarenheter bearbetar, utvecklar och lär sig barnen hur verkligheten fungerar. Ett barn som besökt en läkare någon gång och senare får ett leksaks

stetoskop, kommer med en gång ihåg hur det ska användas. Barnet kopplar gärna saker de inte känner igen till saker som de mycket väl känner igen. Både i förskolan och i hemmen har barnen tillgång till sällskapsspel och pussel vilket anses vara utvecklande för barnen. Att det finns olika leksaker gör att barnen kan *låtsas* på många olika sätt. Ibland kanske de leker *doktor* och då får de sätta sig in i hur det kan vara att vara patient eller doktor. En annan gång kanske de leker *mamma-pappa-barn* och då får de låtsas vara någon annan ännu en gång precis som Vygotskij menar så tolkar barnet sina upplevelser i leken och ger dem liv. Under tiden då de leker med Barbie eller lego och legogubbar tränas fantasin även där och barnen skapar ännu en värld att vistas i.

Samtliga tillfrågade tyckte att både de själva och barnen påverkades av reklamen och under intervjuerna fick vi som intervjuare uppfattningen att det var negativt i samtliga fall. Det var intressant att höra teorin om att människan gärna vill köpa sig känslan och upplevelsen samtidigt som hon glömmer bort att det faktiskt är produkten i reklamen som hon får. Det kan bidra med en besvikelse när personen ifråga väl upptäcker detta efter att produkten redan är köpt. På det viset är reklamen vilseledande för vad den egentligen visar och för hur vi konsumenter uppfattar den.

I diskussionen diskuteras resultatet ur ett postmodernt perspektiv. När samhället utvecklas är det bra om förskolan också går framåt så att den inte hamnar för långt efter i utvecklingen. Nya tekniker skapar nya möjligheter som även de minsta bör känna till, i viss mån. Människor idag ägnar större delen av sin tid åt att producera och konsumera och dessvärre ägnar mindre tid åt familjen. Detta kan påverka ett barn på samma vis genom att barnet lär sig från sina föräldrar och samhället att ägna mer tid åt att producera och konsumera och mindre tid åt nära och kära (Hargreaves, A. 2004).

## 7. Litteratur

Almqvist, B. (2006). *Barn och leksaker*. Lund: Studentlitteratur.

Almqvist, B. (1991). *Lägesrapport från projektet barn och leksaker. Rapport nr 1 från CAT-projektet*. Uppsala: Uppsala Universitet Lärarutbildningen.

Bergström, M. (1997). *Svarta och vita lekar. Kaos och ordning i hjärnan- om det lekande barnet*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Berntsson, J. och Johansson, C. (2005). *Att vinna eller förlora –en studie om vad pedagoger i förskolan förmedlar till pojkar och flickor utifrån ett genusperspektiv*. Kristianstad: Högskolan Kristianstad.

Bjärvall, K. (2005). *Vill ha mer – om barn, tid och konsumtion*. Stockholm: Ordfront.

Brembeck, H. (1996). *Postmodern barndom*. Göteborg: Etnologiska föreningen.

Claesdotter, A (2006). "Självbild till salu", *Förskolan* (Nr 6) s.42-43.

Denscombe, M. (2000). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

Engdahl, K. (2005). *Några reflektioner kring lek och leksaker*.

<http://www.lhs.se/upload/IOL/Publikationer/TKH-rapporter/TKH38.pdf>

12/11 2006 LIBRIS.

Fredricson A. (2003). The preschool's meeting with Barbie, Mc-Mice and computers. I: Nelson, A.; Berg, L-E.& Svensson K. (Red.). *Toys as communication. Toy research in the late twentieth century. Part 2*. Stockholm: Stockholm International Toy Research Centre (SITREC).

Granberg, A. (2004). *Småbarnslek – en livsnödvändighet* Stockholm: Liber.

- Hargreaves, A. (2004). *Läraren i kunskapssamhället – i osäkerhetens tidevarv*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (1996). *Kom och ät! Jag ska bara dö först: datorn i barns vardag*. Göteborg: Etnologiska föreningen.
- Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- LekSoc- gruppen. (2005). *Forskning om lek och socialisation*. Stockholm: Lärarhögskolan.
- Lillemyr, O-F. (1990). *Lek på allvar. Teorier om lek under förskoleåren*. Lund: Studentlitteratur.
- Lpfö98. *Läroplan för förskolan*. Stockholm: Fritzes.
- Nelson, A. och Nilsson, M. (2002). *Det massiva barnrummet. Teoretiska och empiriska studier av leksaker*. Malmö: Malmö Högskola.
- Nelson, A. och Svensson, K. (2005). *Barn och leksaker i lek och lärande*. Lund: Studentlitteratur.
- Pramling Samuelsson, I. och Sheridan, S. (2006) *Lärandets grogrund: perspektiv och förhållningssätt i förskolans läroplan*. Lund: Studentlitteratur.
- Rasmussen H. T. (2002). *Leksakernas virtuella värld. Essäer om leksaker och lek*. Lund: Studentlitteratur.
- Rönnerberg, M. (1997). *Tv är bra för barn*. Falun: Ekerlids förlag.
- Rönnerberg, M. (2003). *TV-reklamen - vår tids myter*. Uppsala: Filmförlaget.
- Svaleryd, K. (2005). *Genuspedagogik*. Stockholm: Liber.
- Vygotskij, L. (1995). *Fantasi och kreativitet i barndomen*. Göteborg: Daidalos.

## Bilaga 1

*Intervjufrågor vi utgått från:*

1. Berätta om era leksaker? Vilka leksaker har ni? Är det typer av leksaker som ni valt att inte ha? Varför? Berätta hur barnen använder leksakerna. I vilka sammanhang? Mycket eller lite? (*Till Lärarna även: Får barnen ta med egna leksaker hemifrån?*)
2. Vad tror du att barnen lär sig när de leker med olika typer av leksaker?
3. Hur ser du på utbudet av leksaker i affärerna. Mängden av leksaker? Kvaliteten?
4. Berätta vad du tycker om leksaksreklamen. Tror du att barnet/en påverkas av den? Berätta

*Analys av intervjufrågorna:*

Utifrån tidigare i uppsatsen nämnda frågeställningar grundar sig ovanstående intervjufrågor på. Dessa är baserade på uppsatsens syfte att studera lärares och föräldrars syn på leksaker samt hur de ser på leksaksreklam riktad mot barn samt de tre frågeställningarna:

- Hur ser föräldrar och lärare på de leksaker barnen har tillgång till?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns lärande i relation till leksaker?
- Hur ser föräldrar och lärare på barns konsumtion av leksaker?