



Ekstern kommunikation

Strategi og indsatsområder, 2017-2018

FORMÅL OG MÅL

Nationalt Videncenter for Læsning samler, skaber og spreder viden om literacy til forsknings-, udviklings- og praksisfeltet. Ekstern kommunikation er derfor en central del af alle centerets aktiviteter.

Formålet med strategien er at beskrive generelle principper for centerets eksterne kommunikation. Målet er at skabe en stærk og genkendelig identitet, der:

- Skaber og fastholder eksterne aktørers kendskab til centeret
- Tydeligt signalerer, hvad centeret står for og tilbyder
- Går på tværs af de kanaler, der kommunikerer gennem, og de aktiviteter, der kommunikerer om

ANSVAR FOR KOMMUNIKATION

Alle centerets ansatte og tilknyttede projektkonsulenter er aktive aktører i centerets kommunikationsarbejde.

Centerets kommunikationsafdeling er hovedansvarlig og rådgiver og sparrer med centerets ansatte og projektkonsulenter i kommunikationsspørgsmål.

MÅLGRUPPE OG KONTAKT MED MÅLGRUPPEN

Centeret drives i et samarbejde mellem landets 7 professionshøjskoler. Af de uddannelser, de udbyder, er det særligt studerende på, undervisere i og fagprofessionelle uddannet fra lærer- og pædagoguddannelsen, som er centerets målgruppe. Dertil kommer læsevejledere, kommunalt ansatte konsulenter samt studerende og forskere på landets universiteter.

For at målrette kommunikationen bedst muligt har centeret etableret en række fora, hvor dialog og videndeling med målgruppen er omdrejningspunkt:

- Literacynetværket
- Læsevejledernetværket
- Kvalitetssikringsgruppen
- Centerets faglige følgegruppe

Der er følgegrupper tilknyttet centerets projekter, hvor eksterne interessenter er bredt repræsenteret, og endelig deltager centerets medarbejdere i eksterne faggrupper og netværk.

KOMMUNIKATIONSKANALER

Centerets kommunikationskanaler er:

- Hjemmesiden www.videnomlaesning.dk
- Online læremidlet literacy.dk
- Centerets nyhedsbrev
- Nyhedsbrev til centerets læsevejledernetværk





- Profil på Facebook
- Bloggen Nationalt Videncenter for Læsning på folkeskolen.dk
- Podcast, der udgives på centerets kanal på SoundCloud.com
- Videoproduktioner på egen kanal på youtube.com
- Fagtidsskriftet Viden om Literacy, der udkommer to gange årligt
- Kurser og konferencer

Øvrige kanaler, såsom fagblade og fagmedier, fagportaler, lokal- og landsdækkende presse og tv, anvendes i den eksterne kommunikation af centerets enkelte projekter og aktiviteter.

CENTERETS FAGLIGE FOKUS

Centeret kommunikerer viden fra forskellige metodiske, teoretiske og praktiske domæner og viser dermed, at der er mange forskellige interesser i og forståelser af læsning, skrivning og sprog.

I egne aktiviteter arbejder centeret med begrebet literacy. Centerets definition af literacy er: Literacy er menneskets kompetence til at afkode, forstå og anvende tegn som fx bogstaver, tal, diagrammer, grafer, tegning og billeder. En forudsætning for literacy er talesprog og pragmatisk forståelse.

PRINCIPPER FOR KOMMUNIKATION

I sin kommunikation rammesætter og/eller remedierer centeret viden fra forsknings-, udviklings- og praksisfeltet:

Rammesætning: Centeret rammesætter viden ved at samle og præsentere forskningsartikler og rapporter i en tematisk sammenhæng (se Viden om på www.vi-denomlaesning.dk) eller ved at præsentere og rammesætte oversatte forskningsartikler via introduktioner, refleksionsspørgsmål, forklaringer og kommentarer (se online læremidlet literacy.dk).

Remediering: Centeret remedierer viden via interviews eller omtaler af projekt-, praksis og forskningsviden (der publiceres via centerets kommunikationskanaler) eller via fagtidsskriftet Viden om Literacy og podcasts i form af interviews med tidsskriftets skribenter.

I al kommunikation gælder følgende principper:

Relevans: Sprog, indhold, form og kommunikationskanal tilpasses den enkelte målgruppe

Tilgængelighed: Skrevet og filmet materiale er tilgængeligt online, hvor det kan downloades og deles

Overskuelighed: Der holdes et skarpt indholdsmæssigt fokus, og viden samles og formidles i temaer

Flermedialt: Centeret kommunikerer skriftligt, mundtligt og visuelt via eks. billeder, illustration og video





INDSATSOMRÅDER 2017-2018

Øget fokus på formidling til forskere som målgruppe

"Forskerklummen" introduceres.

Forskerklummen skrives med forskere som primær målgruppe. Forskerklummen udgives en gang om måneden på www.videnomlaesning.dk og deles derfra via centerets nyhedsbrev og øvrige kommunikationskanaler.

"Forskeren anbefaler" introduceres.

Hjemmesidens interview med forskere vil, ud over henvisninger til supplerende og uddybende tekster på centerets hjemmeside, indeholde forskerens anbefaling af 1-3 artikler/bøger for videre fordybelse i det givne felt.

Udgivelser om praksisudviklende metoder anvendt i centeret

Kommunikationsafdelingen udvikler og forfatter en række små udgivelser, der præsenterer de metoder, som centeret arbejder med.

Hver udgivelse indeholder cases, der eksemplificerer den anvendte metode i praksis, og en tekst, der beskriver metoden samt giver anvisninger på, hvordan man selv kan anvende den.

Udgivelserne henvender sig til pædagoger, lærere, konsulenter, vejledere, studerende, undervisere og andre med interesse for praksisudviklende metoder.

Ensartethed i formidlingen foretaget af eksterne konsulenter

For at sikre en ensartethed i kommunikationen hos centerets stab af eksterne projektkonsulenter udvikler centeret en "pakke", som alle modtager, når de starter deres ansættelse i centeret. Pakken vil bestå af:

- Brev: Velkommen til kommunikationsarbejdet i Nationalt Videncenter for Læsning
- Centerets PowerPoint, brevpapir og workark
- Centerets kommunikationsstrategi og designmanual

