

# Ekstern kommunikation

## Strategi og indsatsområder, 2016-2017

---

### FORMÅL OG MÅL

Nationalt Videncenter for Læsning samler, skaber og spreder viden om læsning, skrivning og sprog til forsknings-, udviklings- og praksisfelt. Ekstern kommunikation er derfor en central del af alle centrets aktiviteter.

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

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

### ANSVAR FOR KOMMUNIKATION

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

Centrets kommunikationsafdeling er hovedansvarlig og rådgiver og sparrer med centrets ansatte og projektkonsulenter i kommunikationsspørgsmål.

### MÅLGRUPPE OG KONTAKT MED MÅLGRUPPEN

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

For at sikre kontakt med målgruppen og indblik i deres interesser og viden, så kommunikationen kan målrettes bedst muligt, har centret etableret en række fora, hvor dialog og videndeling er omdrejningspunkt: centrets literacynetværk, læsevejledernetværk, kvalitetssikringsgruppe og faglige følgegruppe. Der er følgegrupper tilknyttet centrets projekter, hvor eksterne interessenter er bredt repræsenteret, og centrets medarbejdere deltager i eksterne faggrupper og netværk.

### KOMMUNIKATIONSKANALER

Centrets kommunikationskanaler er:

- Hjemmesiden [www.videnomlaesning.dk](http://www.videnomlaesning.dk)
- Online læremidlet [literacy.dk](http://literacy.dk)

- Centrets nyhedsbrev, der udkommer to gange om måneden
- Nyhedsbrev til centrets læsevejledernetværk, der udkommer flere gange årligt
- Sociale medier i form af Facebook, Instagram og Twitter
- Bloggen Nationalt Videncenter for Læsning på [folkeskolen.dk](http://folkeskolen.dk)
- Videoproduktioner i form af interview og oplæg samt egen videodistribueringskanal på [youtube.com](http://youtube.com)
- Fagtidsskriftet: Viden om Literacy, der udkommer to gange årligt i både trykt og elektronisk format
- Kurser og konferencer

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

## CENTRETS FAGLIGE FOKUS

Centret 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.

## PRINCIPPER FOR KOMMUNIKATION

Centret kommunikerer ved at rammesætte og/eller remediere viden fra forsknings-, udviklings- og praksisfeltet:

**Rammesætning:** Centret rammesætter eksempelvis viden ved at samle og præsentere forskningsartikler og rapporter i en tematisk sammenhæng (se Viden om på [www.videnomlaesning.dk](http://www.videnomlaesning.dk)) eller ved at præsentere og rammesætte oversatte forskningsartikler via introduktioner, refleksionsspørgsmål, forklaringer og kommentarer (se online læremidlet [literacy.dk](http://literacy.dk))

**Remediering:** Centret remedierer eksempelvis viden via interview eller omtaler af projekt-, praksis og forskningsviden (der publiceres via centrets kommunikationskanaler) eller via fagtidsskriftet Viden om Literacy og videoproduktionen Viden om Literacy – live, som består af filmede oplæg og interview 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 gratis tilgængeligt online, hvor det kan downloades og deles.

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

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