



Ekstern kommunikationsstrategi og indsatsområder for vidensformidling 2022-2026

Ekstern kommunikationsstrategi

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 centerets aktiviteter.

Den eksterne kommunikationsstrategi beskriver generelle principper for centerets vidensformidling. Formålet er at skabe en stærk og genkendelig identitet, der:

- tydeligt signalerer, hvad centeret står for og tilbyder.
- går på tværs af de kanaler og formater, som centeret kommunikerer gennem.
- går på tværs af de aktiviteter, som centeret kommunikerer om.

Ansvar for kommunikation

Alle centerets ansatte og tilknyttede projektkonsulenter er aktive aktører i centerets vidensformidling. Centerets kommunikationsafdeling er hovedansvarlig og rådgiver og sparrer med centerets ansatte og tilknyttede projektkonsulenter i kommunikationsspørgsmål.

Centerets faglige fokus

Omdrejningspunkt i centerets vidensformidling er literacy i pædagogiske og didaktiske kontekster. Centeret definerer literacy som: "... menneskets kompetence til at afkode, forstå og anvende tegn som fx bogstaver, tal, diagrammer, grafer, tegning og billeder. En forudsætning for literacy er tale-sprog og pragmatisk forståelse".

Centeret formidler viden om literacy udviklet via egne aktiviteter samt viden om literacy fra forskellige metodiske, teoretiske og praktiske domæner. Dermed understreger centeret, at der er forskellige interesser i og forståelser af literacy.

Principper for vidensformidling

Kendetegnende for centerets vidensformidling er, at centeret rammesætter viden, som er udviklet i centeret, og viden udviklet af andre aktører. I al vidensformidling prioriteres følgende:

Relevans: Form, indhold, kommunikationskanal og -format tilpasses indhold og den givne målgruppe.

Tilgængelighed: Materialet er gratis tilgængeligt online, hvor det kan downloades og deles.

Overskuelighed: Der holdes et skarpt emnemæssigt fokus.



Centerets visuelle profil

Centerets visuelle identitet anvendes i alle udgivelser og produkter. Den visuelle identitet er beskrevet i centerets designmanual. Dog er primært farvetema ændret til centerets blå nuancer.

Centerets målgruppe

Centeret arbejder med tre overordnede målgrupper inden for det literacypædagogiske og -didaktiske felt:

- Fagpersoner på professionshøjskolerne. Studerende og undervisere på lærer- og pædagoguddannelsen samt forskere i pædagogik og didaktik
- Fagpersoner i praksis: Lærere, pædagoger, læsevejledere samt kommunale konsulenter
- Fagpersoner på universiteter: Studerende og forskere i pædagogik og didaktik.

Repræsentanter fra de tre målgrupper samles i centerets følgegrupper samt i grupper nedsat ift. centerets forskellige aktiviteter.

Centerets medarbejdere indgår i eksterne faggrupper og netværk nedsat af repræsentanter fra målgruppen.

Centerets kommunikationskanaler

I vidensformidlingen anvender centeret nedenstående kommunikationskanaler:

- Hjemmesiden videnomlaesning.dk, herunder online-læremidlet literacy.dk
- Profil på [Facebook](https://www.facebook.com)
- Profil på [LinkedIn](https://www.linkedin.com)
- Profil på [Instagram](https://www.instagram.com)
- Blog på folkeskolen.dk
- Podcastkanal på Podbean.com
- Videokanal på YouTube.com (alle centerets film er tekster fra 2022)

Centeret inddrager gerne nye kommunikationskanaler.

Fagblade og fagmedier, fagportaler, lokal- og landsdækkende presse samt tv kontaktes og anvendes i den eksterne kommunikation.

Centerets kommunikationsformater

I vidensformidlingen har centeret udviklet nedenstående kommunikationsformater:

- Fagtidsskriftet *Viden om Literacy*, der samler forsknings-, udviklings- og praksisviden om et tema
- Forskerklumme, som er en kort anbefaling af at interessere sig for en forsker eller et fænomen
- Rapporter om centerets forsknings- og udviklingsprojekter
- Artikler og kortere tekster, vidensformidling af centerets eller af andre aktørers aktiviteter
- Didaktiske og/eller pædagogiske værktøjer
- Webdoks, der via lyd, billede og tekst præsenterer viden om et særligt emne, herunder en årlig udgivelse fra en af landets professionshøjskoler på den årlige literacydag
- Podcasts og lydproduktioner, der via reallid, speak, interview og musik præsenterer viden om et særligt emne. Podcasts produceres både som 'lyd-først' og som middel til at udbrede og forlænge levetiden for andre formater, fx som kontekstualiserede og oplæste artikler.



- Videoproduktioner og billedproduktioner, der præsenterer viden om et særligt emne
- Nyhedsbreve: centerets nyhedsbrev samt nyhedsbrev til centerets læsevejledernetværk
- Kurser, temadage, studiekredse og konferencer, der præsenterer viden om et særligt emne.

Centeret inddrager gerne nye kommunikationsformater og udvikler løbende de eksisterende.

Indsatsområder 2022-2024

Udvikling af centerets målgruppe

Centeret vil styrke kontakten til sin målgruppe. Det sker ved at:

- invitere til vidensformidlingssamarbejde, eksempelvis i form af artikler, oplæg eller andre produkter.
- tage opsøgende kontakt til særligt relevante målgrupper i forbindelse med udgivelser, fx nationale faggrupper fra professionshøjskolerne.
- styrke proces omkring fagfællebedømmelse af udvalgte artikler i tidsskriftet *Viden om Literacy*, således at forskere sikres fagfællebedømmelse.
- indgå i den offentlige læsedebat ved:
 - at synliggøre centerets formidling gennem sociale medier.
 - at skrive kronikker og debatindlæg til fag- og landsdækkende medier.
- arbejde på at udvide den eksisterende målgruppe, eksempelvis lærer- og pædagogstuderende, bibliotekarer, tale/høre-pædagoger, logopæder samt ved:
 - at lave interview med repræsentanter fra målgruppen til videnomlaesning.dk.
 - arbejde på, at interviewene deles via målgruppens egne kommunikationskanaler. Dette gælder i øvrigt alle eksterne parter, der indgår i vores formidling.

Udvikling af centerets formidlingsformater

Centeret vil styrke form og indhold i formidlingsformaterne. Det sker ved at:

- tematisere udvalgte udgivelser af centerets online-nyhedsbreve, så de samler viden om et specifikt felt på læseområdet.
- arbejde på at tematisere vidensformidling online, eksempelvis via vidensuniverser, hvor viden og forskellige perspektiver på et særligt emne samles.
- udvikle vidensformidlingen i webdoks samt udvikle generel viden om, hvordan man skaber faglig vidensformidling via webdoks.
- udvikle vidensformidlingen i podcasts samt udvikle generel viden om, hvordan man skaber faglig vidensformidling via podcasts.
- Udvikle korte formater, såsom ultrakorte film til sociale medier, der peger på centerets viden.