

Formidlingsstrategi 2023–2028

Vedteke 27.9.2022

Visjon:

**Nynorsk for hovud og
hjarte til heile landet**

Hovudmål frå strategien

*Me samarbeider med forskarar om meir forskingsbasert formidling
Tilbodet på arenaene, på turné og digitalt er godt tilpassa målgruppene
Me deltek i strategiske samarbeid med nasjonale og regionale aktørar for å
styrkje nynorsk skriftkultur*

Suksesskriterium frå strategien

*Tal: Førstekompetente som har gitt råd om utstillingar, turnear og festivalar.
Tal: Barnehagebarn og skuleelevar per steg og per turne/arena.
Tal: Prosjekt med samskaping per målgruppe.
Tal: Prosjekt med medverknad/ fokusgruppe per målgruppe.
Tal: Kommunar med vandreutstilling/ arrangement.
Handling: Vurdert til minst «tilfredsstillande» i Kulturrådet sine evalueringar*

Verdiar:

**Samlande
Kreativ
Påliteleg**

Samfunnsoppdrag:

**Me aukar kunnskapen
og medvitet om nynorsk
skriftkultur**

A Status

Nynorsk kultursentrum forvaltar ein lang formidlingstradisjon. Frå det store stemnet i samband med Ivar Aasens 80-årsdag i 1893 via publikumstilbod ved Aasen-museet frå 1898 og Vinjestoga frå 1912 og dei første festivalane med Festspela i 1993, Poesifestivalen i 2000 og Litteraturdagane i 2001. Nynorsk kultursentrum tok over Festspela i 2000, Poesifestivalen i 2014 og Litteraturdagane i 2018, og er no ein institusjon som driv tre museum, tre festivalar, mange digitale tilbod, turnerer med arrangement og vandreutstillingar i heile landet og er ein viktig samarbeidspart for mange aktørar som formidlar nynorsk skriftkultur.

Formidlingsprofil

All formidling skal vere i tråd med visjonen. Det inneber at alt me gjer tek utgangspunkt i den nynorske skriftkulturen. Ved større samansette formidlingsformar, som festivalar og basisutstillingar, er det naturleg med jamføring, kontekst og døme. Då kan også andre språk og skriftkulturar verte presenterte. NK er ingen rein bestillar eller arrangør. Me tek sjølv initiativ og deltek i partnerskap for å produsere eigne unike opplevingar. Våre konservatorar og formidlarar har også unik kunnskap om nynorsk skriftkultur som dei sjølv formidlar best.

Samskaping og medverknad

NK har noko røynsle med samskaping, gjennom barnekunstutstillingar, og medverknad i form av fokusgrupper, prøveframsyningar og organisert skulearbeid i samband med DKS-framsyningar, nettutstillingar og andre utstillingar. Det er programråd for festivalane i Ulvik og Vinje. Dei består av kulturaktørar, vitskapsfolk og til ein viss grad representantar frå målgruppene. Systematiske publikumsundersøkingar er omtalt i kommunikasjonsstrategien.

Forskningsbasert formidling

Formidlinga vår er basert på kunnskap, og våre tilsette deltek i seminar, les forskingslitteratur om både faginnhaldet og om formidling og didaktikk. Det er ikkje gjennomført systematisk dokumentasjon av forskinga. Ved fleire prosjekt hentar me inn førstekompetanse (førstelektor/ dosent, førsteamanuensis/ professor, førstekonservator NMF eller liknande) for å få viktig fagblikk både som rådgivarar og prosjektdeltakarar.

Samarbeid med andre

Svært stor del av det me gjer oppnår me gjennom samarbeid med andre. Digitalt er Store norske leksikon og nettsida Lesedigdig.no dei to viktigaste samarbeidsprosjekta. Digitalt museum er hovudkanalen for deling av samlingane digitalt. For formidling på turné er det tette samarbeidet om Litteraturhus i Møre og Romsdal (med Bjørnsonfestivalen, fylkeskommunen og alle kommunane) og Nynorske pilotbibliotek (med fem bibliotek frå heile Sør-Noreg) dei to største samarbeida. Å utvikle fleire formelle og fungerande samarbeid er viktig for vidare utvikling på området. Også ved arenaene er det fleire etablerte samarbeid, både med kunstlag, eldreråd, skular og barnehagar og næringslivet. Landssamanslutninga av nynorsk kommunar (LNK) og Nynorsksenteret er dei to viktigaste enkeltaktørane me samarbeider med om formidling.

B Gjennomgang av prioriterte mål

Mål og suksesskriterium i strategi

Relevante mål og suksesskriterium står på framsida av dette dokumentet. Her er dei presisert og konkretisert som grunnlag for vidare oppfølging i denne strategien. Ein del mål og suksesskriterium er dekkja av fleire planar og strategiar.

Forskningsbasert formidling

Mål og suksesskriterium i strategi	Meir forskningsbasert formidling	Førstekompetente som gir råd om formidling
Presisering og konkretisering	Formidlinga er basert på kunnskap i dag, men det er viktig for å sikre medvit og struktur at dette vert dokumentert.	Person med førstekompetanse (professor/dosent, førstelektor/ førsteamanuensis, ph.d., førstekonservator NMF) gir råd om innhald og/eller formidling i større opplegg.
Prioritert tiltak	Utarbeide litteraturlister for brukt forskning i formidling og sjølve innhaldet for årsprogram, festivalprogram, DKS-produksjonar og utstillingar.	Fagråd for program, organisert felles eller noko oppdelt, der ein førstekompetent deltek. Engasjere rådgivarar/ deltakarar i utstillings- og DKS-prosjekt. Det kan vere interne, og det kan vere førstekompetente i både innhaldet og formidling.

Tilbod godt tilpassa målgruppene

Mål og suksesskriterium i strategi	Tilbodet på arenaene, på turné og digitalt er godt tilpassa målgruppene	Barnehagebarn og skuleelevar per steg og arena/turne
Presisering og konkretisering	Tilpassing til målgruppene skal vere ein integrert del av alle formidlingsopplegg i organisasjonen.	Me treng å vite kva steg og skular/ barnehagar me når over tid.
Prioritert tiltak	Idédokument med forskning, fakta og metodar for å tilpasse innhald til målgruppene.	Rutinar for statistikkføring for skule- og barnehageformidling.
Mål og suksesskriterium i strategi	Prosjekt med medverknad/ fokusgruppe per målgruppe	Prosjekt med samskaping per målgruppe
Presisering og konkretisering	Medverknad/ fokusgruppe inneber at heile eller delar av konseptet vert testa ut på representantar frå målgruppe.	Samskaping inneber at deltakarar frå målgruppa er med gjennom heile prosessen frå idé til gjennomføring, og deltek som skaparar.
Prioritert tiltak	Alltid medverknad for DKS-produksjonar og vandreutstillingar. Minst eit medverknadsprosjekt for festival/ arrangementsformat og digitalformidling årleg. Idédokument for arrangement, format og utøvarar ligg klart.	Minst to prosjekt årleg, variere mellom 7-åringen, 16-åringen og kulturstorbrukaren, og mellom arenaer, turné og ulike format (digitalt, arrangement, utstilling).

Strategiske samarbeid og andre tiltak

Mål og suksesskriterium i strategi	Strategiske samarbeid med nasjonale og regionale aktørar for å styrke nynorsk skriftkultur	Tal kommunar med utstilling/ arrangement	Vurdert til minst «tilfredsstillande» etter Kulturrådet sine kriterium
Presisering og konkretisering	Me oppnår meir saman med andre enn aleine. NK treng både formelle avtalar og praktiske samarbeid for å nå våre mål på formidlingsfeltet.	100 årlege kommunar og gjennom perioden besøke alle med nynorsk klassar	Kriteria museet vert vurdert på er planverk, publikumsaktivitet og formidlingstiltak, besøksutvikling, målgruppearbeid og rolle som samfunnsaktør. Besøksutvikling er ikkje nemnd elles i strategi/ plan.
Prioritert tiltak	Formelle avtalar og praktiske samarbeid lokalt, regionalt og nasjonalt om formidling.	Direkte kontakt med fylke der me strategisk ønskjer å få fleire DKS-turnear Faste samarbeidsavtalar med bibliotek og andre aktørar om utstillingar.	Planleggje slik at ein oppnår at samla publikumstal held seg på om lag same nivå, eller aukar, samanlikna med 2022.

Målgruppene

Målgruppe	Kulturstorbrukaren	Nynorsk-7-åringen	Nynorsk-16-åringen
Oppdrag	Me skal skape unike opplevingar for kulturstorbrukaren ved å skape format og innhald dei ikkje opplever andre stader	Me skal gjere nynorsk-7-åringen stolte av og trygge på nynorsk språk gjennom å skape gode og varierte opplevingar på nynorsk	Me skal støtte nynorsk-16-åringane til å verte stolte av og interesserte i nynorsk språk og litteratur gjennom å ta interessene og kvardagen deira på alvor.
Utfordring	Me har mange faste postar og etablerte format.	Omfanget av tilbodet vårt er kanskje for lite, og det trengst meir tilbod på alle plattformer.	Me kjenner for lite til målgruppa.
Prioritert tiltak	Eitt arrangement for kvar arena og minst eitt arrangement på turné skal vere eit heilt eige og unikt format og innhald.	Lurivar-tilbodet blir modernisert, tilpassa målgruppa og utvikla for friluftsfremming, arenaer, turnear, vandreutstilling og digitalt.	Me intervjuar og samtalar med målgruppa om interesser og kvardag, og utviklar eit nytt tilbod etter det.

Eksterne krav og signal

Denne gjennomgangen er for å sikre at andre krav og signal enn dei prioriterte mål og suksesskriteria blir følgd opp.

Eksterne krav og signal	Museumsmeldinga/ tilskotsbrev	ICOMs museumsetiske retningslinjer	Regionale planar	Barne- og ungdomskultur-meldinga
Krav	Ei av hovudoppgåvene til musea er å formidle kunnskapen dei sit på til ulike målgrupper.	Museet pliktar å nå alle brukargrupper, aktivt samarbeide med lokalsamfunn, nabolag og samarbeidspartar for å engasjere publikum fysisk og digitalt.	Møre og Romsdal legg meir vekt på medverknaden av barn og ungdom i DKS.	Meir kulturtilbod på nynorsk for å sikre språklege rettar og språkpolitiske mål.
Signal	Innhaldet må vere relevant til ulike brukarar, og ein bør arbeide med dialog, samspel og teste ut tema og formidlingsformar.		Telemark ønskjer at institusjonane arbeider for å nå nye målgrupper. Vestland ønskjer å styrkje samskaping og medverknad, og særleg for barn og ungdom.	Auka vekt på samskaping og medverknad.
Peikar til relevante dokument	Meld. St. 23 (2020–2021) Musea i samfunnet	ICOMs konkretiserte etiske retningslinjer	Møre og Romsdal Telemark Vestland	Meld. St. 18 (2020-2021) Oppleve, skape dele
Prioritert tiltak	Systematisk arbeid for samskaping og medverknad	Systematisk arbeid for samskaping og medverknad	Systematisk arbeid for samskaping og medverknad	Tilbodet vårt i Den kulturelle skulesekken

Berekraftig drift av organisasjonen

Denne vurderinga vert gjort for å følgje opp det strategiske målet om å vurdere konsekvensar for klima/miljø, universell utforming, personell og økonomi i alle saker.

Berekraftig drift av organisasjonen	Klima og miljø	Universell utforming	Tid, kompetanse og arbeid	Økonomi
Utfordring	Arrangement fører til transport av utøvarar og utstyr.	Det er svakt tilrettelagt for høyrse- og synsvanskar.	Formidlingsarbeidet treng meir samhandling og arbeidsdeling mellom avdelingar. Det er tidvis høgt arbeidspress.	Prosjekttilskot til Litteraturhus Møre og Romsdal sikrar stor del av 100 årlege kommunar.

Prioritert tiltak	Årleg mål og plan for å unngå bruk av flyreiser i samband med arrangement.	Rutinar for universell utforming av arrangement og utstillingar med vekt på høyrsel og syn blir utarbeidd i samarbeid med brukargruppene.	Felles handlingsplan for formidling. Felles arrangementsplanlegging for turnear, arenaer og større delar av festival. Færre formidlingsoppgåver, for å prioritere samling høgare.	Faste avtalar om økonomi til turneverksemd. Høgare prioritering av offentleg tilskot til omreisande verksemd.
-------------------	--	---	---	--

C Tiltaksliste basert på måla

Årlege tiltak

Tiltaka er i prioritert rekkefølge, og blir konkretisert og prioritert i den årlege handlingsplanen. Dei første tiltaka blir prioritert først når ein skal prioritere mellom tiltaka.

Nr	Tema	Mål/ tiltak	Ansvar
1	Planlegging	Felles handlingsplan for formidling på tvers av avdelingane	Formidlingsleiar
2	Planlegging	Fagråd for program, organisert felles eller noko oppdelt, der ein førstekompetent deltek.	Arena Aasen Arena Hauge Arena Vinje
3	Planlegging	Engasjere rådgivarar/ deltakarar i utstillings- og DKS-prosjekt. Det kan vere interne, og det kan vere førstekompetente i både innhaldet og formidling.	Turnear og vandreutstillingar
4	Planlegging	Utarbeide litteraturliste for brukt forskning i formidling og innhald for års- og festivalprogram, DKS-produksjonar og utstillingar.	Formidlingsleiar
5	Samarbeid	Direkte kontakt med fylke der me strategisk ønskjer å få fleire DKS-turnear	Turnear og vandreutstillingar
6	Medverknad	Minst to samskapsprosjekt årleg, variere mellom dei 3 målgruppene og format (digitalt, arrangement, utstilling).	Formidlingsleiar
7	Medverknad	Alltid medverknad for DKS-produksjonar og vandreutstillingar.	Vandreutstillingar og turne
8	Medverknad	Minst eit medverknadsprosjekt for festival/ arrangementsformat og digitalformidling årleg.	Formidlingsleiar
9	Skule og barnehage	Setje av tid til fornying og utvikling av tilbod, slik at ein i løpet av perioden har tilbod for alle steg på alle arenaer	Arena Aasen Arena Hauge Arena Vinje
10	Program	Årleg uttesting av nye format og unike opplevingar	Formidlingsleiar
11	Planlegging	Årleg plan for prioritering av prosjekt for ekstern finansiering neste 2 år	Formidlingsleiar
12	Planlegging	Høgare prioritering av offentleg tilskot til omreisande verksemd.	Formidlingsleiar
13	Planlegging	Planleggje slik at ein oppnår at samla publikumstal held seg på om lag same nivå, eller aukar, samanlikna med 2022.	Formidlingsleiar
14	Planlegging	Årleg mål og plan for å unngå bruk av fly i samband med arrangement.	Formidlingsleiar

Tiltak gjennom perioden

Tiltaka er i prioritert rekkefølge, og blir konkretisert og prioritert i den årlege handlingsplanen. Dei første tiltaka blir gjort tidleg i perioden, og dei siste vert gjort ved tid og høve seinare i perioden.

Nr	Tema	Mål/ tiltak	Ansvar
1	Planlegging	Felles planleggingsdokument for arrangement vert teke i bruk	Formidlingsleiar
2	Planlegging	Redusere arbeidspresset ved festivalar ved å vurdere å redusere tal dagar, arrangement, lengd søndagar og arenaer, og bruke forskning og samling til å ta relevante delar av programmet/ arrangementsansvar.	Arena Vinje Arena Hauge Arena Aasen
3	Medverknad	Idédokument med forskning, fakta og metodar for å tilpasse innhald til målgruppene vert etablert	Formidlingsleiar
4	Medverknad	Idédokument for arrangement, format og utøvarar ligg klart.	Formidlingsleiar
5	Medverknad	Fastsetje hovudforteljing og fornye Lurivar-utsjånad saman med målgruppa	Kommunikasjon og digitalformidling
6	Skule og barnehage	Lurivar-tilbodet blir modernisert, tilpassa målgruppa og utvikla for friluftformidling, arenaer, turnear, vandreutstilling og digitalt.	Formidlingsleiar
7	Skule og barnehage	Rutinar for skule- og barnehagestatistikk, slik at ein fører per hovudsteg (1-4, 5-7, 8-10, bhg, vgs) og arena/ turné	Formidlingsleiar

8	Samarbeid	Forny avtale om turnear og samarbeid med bibliotek i Møre og Romsdal	Arena Aasen
9	Samarbeid	Få på plass fast avtale om utstillingar og arrangement ved bibliotek i Vestland	Arena Hauge
10	Samarbeid	Få på plass fast avtale om utstillingar og arrangement ved bibliotek i Telemark	Arena Vinje
11	Medverknad	Ei arbeidsgruppe intervjuar og samtalar med 16-åringar om interesser og kvardag, og utviklar eit nytt tilbod etter det.	Arena Vinje
12	Planlegging	Rutinar for universell utforming av arrangement og utstillingar med vekt på høyrse og syn blir utarbeidd i samarbeid med brukargruppene.	Formidlingsleiar
13	Planlegging	Prøve ut ordning med fastare huskunstnarar/ kunstnarisk rådgivar/ leiar, i staden for fleire utøvarar	Formidlingsleiar
14	Planlegging	Vurdere felles programråd med representantar frå bransje og førstekompetanse for heile verksemda, eller oppdelt for Litteraturdagane, Poesifestivalen, Festspela/ turnear/ årsprogram	Formidlingsleiar
15	Samarbeid	Få på plass fast avtale om utstillingar og/eller arrangement ved bibliotek i dei største kommunane og områda Innlandet, Buskerud, Agder og Rogaland	Vandreutstilling og turnear