

Kommunikasjons- strategi 2023–2028

Vedteke 27.9.2022

Visjon:

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

Hovudmål frå strategien

*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

*Handling: Nettsidene og sosiale medium-kanalar blir evaluert kvart andre
år for å nå målgrupper og interessentar*

Verdiar:

**Samlande
Kreativ
Påliteleg**

Samfunnsoppdrag:

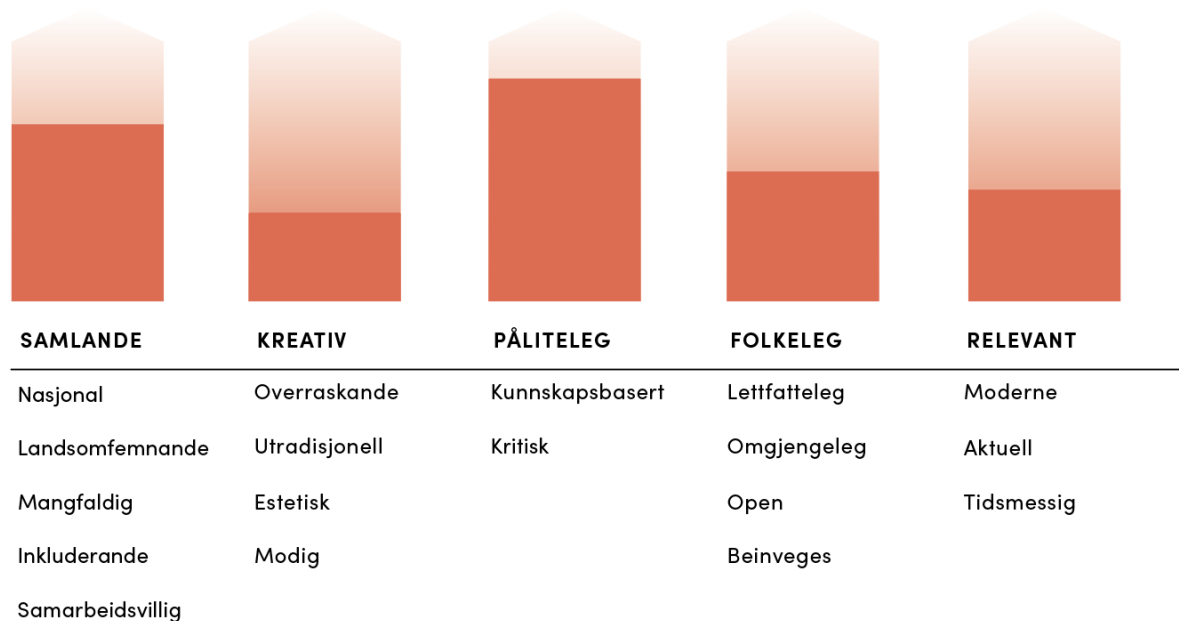
**Me aukar kunnskapen
og medvitet om nynorsk
skriftkultur**

A Status

Profil og merkevare

Nynorsk kultursentrum står sterkare som merkevare i 2022 enn ved revideringa av kommunikasjonsplanen i 2020. Samanhengen mellom tilboda og tenestene frå stiftinga kjem sterkare fram i visuell identitet og anna ekstern kommunikasjon.

Med utgangspunkt i visjon, mål og retning i strategien har NK gjennomført ein analyse av kva personlegdom organisasjonen skal ha. Analysen i 2020 gav organisasjonen desse ønska personlege eigenskapane:



Nynorsk kultursentrum vurderer at me frå 2020 til 2022 er nærmare målet om å stå fram som samlande, kreativ, påliteleg, folkeleg og relevant, slik den djupaste fargen i diagrammet syner. Institusjonen er på god veg, og med små grep vil institusjonen kunne gjere ein del byks når det gjeld å stå fram som meir kreativ, folkeleg og relevant.

Publikumsutvikling

NK har i dette strategiarbeidet fastsett tre tydelege målgrupper: nynorsk-7-åringen, nynorsk-16-åringen og kulturstorbrukaren. Dei erstattar fire breiare målgrupper som var tidlegare. Det gjer det enklare å utvikle målretta tilbod til kvar brukar. NK har gjennomført nokre publikumsundersøkingar av noverande brukarar. Dei har i stor grad vore kvantitative, og knytt til festivalar. Me har også nytta oss av fellesundersøkingane Kulturrådet kjøpte inn i samband med førarbeida til den siste museumsmeldinga. Det har ikkje vore gjort undersøkingar av potensielle brukarar. I formidlingsstrategien er medverknad og samskaping omtalt.

Marknadsføring

NK har dreidd marknadsføringa frå generell marknadsføring i trykte saker til meir målretta marknadsføring i digitale medium.

Deling, nettverk og samarbeid

Nynorsk kultursentrum har som mål å vere nynorsknavet for forskning, formidling, samlingsforvaltning og politikktutvikling.

Internkommunikasjon

Nynorsk kultursentrum har etablerte system for informasjonsflyt, tilsettmedverknad og anna internkommunikasjon gjennom møtestrucur, det digitale verktøyet Teams og rutinar for internkommunikasjon.

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.

Mål og suksesskriterium i strategi	Tilbodet digitalt, på arena og turne er godt tilpassa målgruppene	Nettsider og kanalar blir vurdert kvar 2. år med tanke på målgrupper og interessentar	Strategiske samarbeid med nasjonale og regionale aktørar for å styrke nynorsk skriftkultur
Presisering og konkretisering	Me manglar systematisk informasjon om brukarane våre og kva dei tenkjer om tilboda våre, og kva tilbod dei treng.	NK treng å gå systematisk gjennom kanalane våre, og velje vekk dei me har lågt utbytte frå å arbeide med, og tilpasse tenestene tydeleg til målgruppene.	Sjå interessentar.
Prioritert tiltak	Fast årleg publikumsundersøking	Gjennomgang kvart 2. år.	Sjå interessentar

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 manglar systematisk kunnskap om brukarane og kva dei tenkjer om format og innhald.	Barnetilbodet er fragmentert, og kan godt vere betre tilpassa til målgruppa både digitalt, ved arenaene og på turné	Vidaregåande skule har for svakt tilbod, veit for lite om vårt samla tilbod, og brukar det i liten grad.
Prioritert tiltak	Fast årleg publikumsundersøking.	Klar visuell profil og forteljing for Lurivar på flater der han treff 7-åringen	Målretta marknadsføring av tilbodet vårt (både digitalt og fysisk) til vidaregåande opplæring.

Interessentar

Interessent	Bibliotek	Forfattarar, musikarar osb.	Skular og barnehagar
Dei kan tilby	Breitt publikum i alle kommunar i heile landet.	Tekstar, opplesingar, debatttildeling, konsertar osb.	Kontakt med barn frå 1 til 19 år
Me kan tilby	Vandrestillingar Arrangement Digitalt innhald	Arbeidsoppdrag	Tilbod ved arenaene DKS-produksjonar Tilbod på nettsidene
Utfordring	Systematisk samarbeid og økonomi	Relevante utøvarar må vite om oss, og me må vite om dei	Informasjon om tilbodet vårt
Prioritert tiltak	Tydeleg informasjon om tilboda til folkebiblioteka.	Felles databank for framlegg og idear til utøvarar	Tydeleg informasjon på nettsidene om tilbodet vårt Direkte kontakt med lokale og regionale skular og

	Faste avtalar og nettverk med fylkes- og enkeltbibliotek		barnehagar om tilbodet ved arenaer
--	--	--	------------------------------------

Interessent	Fylkeskommunar	Nynorskorganisasjonar	Universitet og høgskular
Dei kan tilby	Den kulturelle skulesekken Fylkesbibliotek	Kompetanse Samarbeid Brukarar	Forskarkompetanse Samarbeid
Me kan tilby	DKS-produksjonar Kunnskap og forskning Arrangement Språkmotivasjon	Kunnskap og kompetanse Nettverk Publikum og brukarar	Gjester Brei formidling Samlingar og forskning
Utfordring	Dei må vite om oss	Halde oppe samarbeidet	Dei må vite om oss
Prioritert tiltak	Fysiske besøk til DKS og fylkesbibliotek i prioriterte område	Faste samarbeid med LNK og Nynorsksenteret	Invitere relevante UH-miljø til våre arenaer og arrangement

Interessent	Store norske leksikon	Nasjonalbiblioteket	Arkivverket
Dei kan tilby	Lesarar Fagkompetanse	Kompetanse Samlingar Forsking	Privatarktivnettverket Samlingar Forsking Røynsler med frivillige
Me kan tilby	Språkkompetanse Kompetanse om nynorsk kulturhistorie	Kompetanse Samlingar Forsking Nynorsknettverk	Nynorsknettverk Kompetanse Samlingar Forsking
Utfordring	Synleggjere våre bidrag	Systematisk samarbeid	Arkivarbeidet vårt er lite synleg for allmenta
Prioritert tiltak	Synleggjere vårt SNL-innhald i våre kanalar	Utfordre til å nytte kvarandre sine arenaer til formidling	Synleggjere arkivarbeidet vårt til allmenta

Interessent	Nasjonale styresmakter	Lokale og regionale styresmakter	Private gåvegivarar/sponsorar
Dei kan tilby	Finansiering Samarbeid	Finansiering Samarbeid	Finansiering
Me kan tilby	Høve til å nå språk-, kultur- og museumspolitiske mål	Høve til å nå språk-, kultur- og museumspolitiske mål	Høve til å nå språk-, kultur- og museumspolitiske mål
Utfordring	Offentleg økonomi Liten kjennskap til organisasjonen	Offentleg økonomi Liten kjennskap til organisasjonen	Ingen større kommersiell aktør som er særleg aktuelt for samarbeid per no
Prioritert tiltak	Synleggjere våre bidrag gjennom jamleg kontakt med styresmaktene	Synleggjere våre bidrag gjennom jamleg kontakt med styresmaktene	Få på plass ein nasjonal aktør som finansierer nasjonale tilbod

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
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.
Peikar til relevante dokument	Meld. St. 23 (2020–2021) Musea i samfunnet	ICOMs konkretiserte etiske retningslinjer
Prioritert tiltak	Systematisk publikumsundersøking	Samarbeid med folkebiblioteka

Berekräftig 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.

Berekräftig drift av organisasjonen	Klima og miljø	Universell utforming	Tid, kompetanse og arbeid	Økonomi
-------------------------------------	----------------	----------------------	---------------------------	---------

Utfordring	Trykksaker og profilmateriell fører til forbruk og utslipp	Ikkje alle foto, tabellar, lydklipp og videoar er tilpassa universell utforming på nettsida.	Interninformasjonen er omfemnande, og det er mykje å setje seg inn i for å halde oversynet.	Me veit lite om kva marknads- og informasjonstiltak som gjer at me når interessentar og publikum.
Prioritert tiltak	Trykksaker og profilmateriell skal i hovudsak ha lang levetid og brukast på tvers av alle arenaer og tilbod. Ein skal vere medviten og gjere medvitne val om kva ein trykkjer og ikkje trykkjer opp.	Rutinar for universell utforming av foto, tabellar, lydklipp og video.	Det blir bygd tettare identitet for dei tre fagområda (forskning og samling, formidling, fellesfunksjonar) slik at dei får felleskultur på tvers av stader. Det er innafor desse fagområda detaljinformasjon er viktigast.	Systematiske publikumsundersøkingar

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	Publikum	Fast publikumsundersøking for turnear, vandrestillingar og arenatilbod	Kommunikasjon og digital formidling
2	Materiell	Trykksaker og profilmateriell skal i hovudsak ha lang levetid og brukast på tvers av alle arenaer og tilbod. Ein skal vere medviten og gjere medvitne val om kva ein trykkjer og ikkje trykkjer opp.	Kommunikasjon og digital formidling
3	Interessentar	Tydeleg informasjon til høvesvis folkebibliotek, skular/ barnehagar og vidaregåande om kva fysiske og digitale tilbod me har og korleis me kan samarbeide om tilboda	Formidlingsleiar
4	Interessentar	Invitere relevante universitets- og høgskule-miljø til våre arenaer og arrangement	Forskning og samling
5	Samarbeid	Synleggjere vårt Store norske leksikon-innhald i våre kanalar	Kommunikasjon og digital formidling
6	Samarbeid	Synleggjere våre bidrag gjennom jamleg kontakt med dei nasjonale, regionale og lokale styresmaktene	Direktør
7	Interessentar	Direkte kontakt med lokale og regionale skular og barnehagar om tilbodet ved våre arenaer	Arena Hauge Arena Vinje Arena Aasen
8	Interessentar	Fysiske besøk til DKS og fylkesbibliotek i prioriterte område for å få auka aktivitet	Turnear og vandrestillingar
9	Interessentar	Synleggjere arkivarbeidet vårt gjennom å gjere arkiva tilgjengelege	Forskning og samling
10	Interessentar	Vurdere årlege samarbeid med LNK og Nynorskcenteret	Formidlingsleiar
11	Intern	Følgje opp og vurdere rutinar for internkommunikasjon	Administrasjonssjef

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	Rutinar	Oppdatere og fastsetje rutine/ handbok for kommunikasjon	Kommunikasjon og digital formidling
2	Publikum	Gjennomgang av nettsidene og sosiale medium med digital arkitekt	Kommunikasjon og digital formidling
3	Økonomi	Vurdere ny løysing for nettstad sett opp mot nye teknologiske løysingar, behov frå målgruppene, økonomi og trendar	Kommunikasjon og digital formidling
4	Materiell	Dei mest utlånte vandrestillingane blir oppdaterte og tilpassa noverande profil	Turnear og vandrestillingar
5	Publikum	Nettsider og kanalar blir vurdert kvar 2. år med tanke på målgrupper og interessentar	Kommunikasjon og digital formidling

6	Publikum	Lurivar.no får ny utsjånad og drakt i dialog med målgruppene. App blir vurdert som tillegg/ erstatning for nettstad.	Formidlingsleiar
7	Publikum	Lurivar vert integreert i basisutstillinga i Ulvik	Arena Ulvik
8	Rutinar	Rutinar for universell utforming av foto, tabellar, lydklipp og video.	Forsking og samling
9	Rutinar	Etablere felles databank for framlegg og idear til utøvarar og arrangement	Formidlingsleiar
10	Økonomi	Få på plass ein nasjonal aktør som finansierer nasjonale tilbod	Fellesfunksjonar
11	Profil	Justere visuell profil for stiftinga	Kommunikasjon og digital formidling
12	Interessentar	Etablere formidlingssamarbeid med Nasjonalbiblioteket	Formidlingsleiar