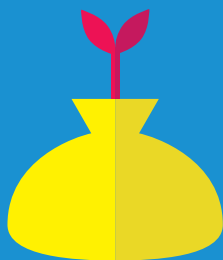


BEDRE KOMMUNIKATION

Til gavn for hele samfundet

Strategi 2016-21



INDHOLD

- 3 Hvorfor?
- 4 Hvordan?
- 6 Hvorhen?
- 8 Vejen til hvorhen
- 10 Sammenhæng
- 12 Værdi
- 14 Markant

HVORFOR?

Bedre kommunikation er med til at skabe et bedre og mere velfungerende samfund.

Det gælder kommunikation i alle former: Journalistik, design, reklame, virksomhedskommunikation, hybrider mellem disse samt udviklingen fra idé til eksekvering og ledelse af processen. Og dermed også hele medie- og kommunikationsverdenen forstået som alle, der arbejder med afsæt i medier og kommunikation.

Her ligger svaret på det store ›hvorfor‹ for højskolen og for alle os, der arbejder for højskolen.

Dimittenderne fra alle vores uddannelser er med deres engagement og kunnen med til at drive samfundet videre. Jo bedre vi uddanner dem, jo mere bidrager vi som højskole til øget værdi og positiv udvikling i relationer mellem mennesker, organisationer og virksomheder.

Det samme gælder, når vi efteruddanner og bidrager med viden og udvikling til de virksomheder og organisationer, der er aktive inden for medier og kommunikation.

Kort sagt: Bedre kommunikation – til gavn for hele samfundet.

Hvad er kommunikation?

Kommunikation skal i denne strategi forstås i henhold til Den Danske Ordbogs definition: ›udveksling af informationer, budskaber og meddelelser mellem personer, dyr eller maskiner, især ved benyttelse af tegnsystemer, fx sprog‹. Der er således tale om en bredere forståelse end det fag/arbejdsområde, der på dansk også betegnes kommunikation, men på engelsk betegnes fx corporate communication eller public relations.

HVORDAN?

Som Danmarks eneste professionshøjskole, der på videregående niveau har alle de uddannelser, medie- og kommunikationsverdenen har brug for, løfter vi vores samfundsopgave ved, at vi:

- Uddanner talentfulde unge til – selvstændigt og i samarbejde med andre – at udøve og udvikle kommunikation, der skaber værdi for andre og derigennem samfundet.
- Efter- og videreuddanner dem, der allerede arbejder med kommunikation eller gerne vil have kommunikationsfaglige kompetencer, og dermed sikrer og udbygger relevante kompetencer hos disse.
- Udvikler ny viden i samarbejde med relevante aktører i og uden for medieverdenen og dermed bidrager til vækst, udvikling og resultater for samarbejdspartnerne og medieverdenen.
- Bidrager til, at medieverdenen udfylder sin væsentlige rolle i udviklingen af samfundet og herunder arbejder for et velfungerende demokrati med ytrings- og informationsfrihed samt øget samfundsmæssig forståelse af god kommunikation.
- Samarbejder med nationale og internationale partnere for at sikre uddannelse og udvikling på et internationalt fagligt niveau og med globalt udsyn.



HVORHEN?

Som medie- og kommunikationsverdenens professionshøjskole er Danmarks Medie- og Journalisthøjskole i 2021 den foretrukne indgang til medieverdenen for talenterne, den foretrukne udviklingspartner for de erfarne og den foretrukne samarbejdspartner for virksomheder og organisationer, der har idéer, tanker og behov inden for kommunikation.

Det skyldes, at vi – i en verden, hvor antallet af budskaber og platforme er eksploderet, og hvor medieverdenen er i opbrud – omfavner relevante uddannelser inden for hele medie- og kommunikationsverdenen og skaber sammenhæng:

- Mellem unge og arbejdsmarkedet.
- I livslange uddannelsesforløb.
- Mellem de mange, der vil og kan udvikle medieverdenen.
- Mellem de mange forskellige fagligheder og discipliner, der smelter sammen og påvirker hinanden.

Højskolen forbinder med andre ord talenter, studerende, virksomheder, organisationer, andre uddannelsesinstitutioner, globale partnere og andre på tværs af erfaring og kompetencer – og på tværs af eksempelvis reklame og journalistik, foto og interaktivitet samt ledelse og kreativitet – så der sam- og nyskabes. Vi uddanner og udvikler ikke *til* medieverdenen, men *i* og *med* den.

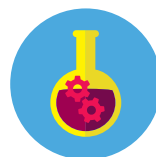
Hovedingredienserne er højskolens stærke grundfagligheder samt en hands-on-tilgang kombineret med evnen til refleksion. Det ekstra – X'et – er evnen til at bringe grundfaglighederne i spil på nye og tværfaglige måder, hvor:



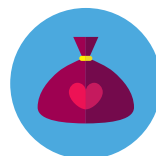
Teori og praksis smelter sammen – fordi undervisning og udvikling tager udgangspunkt i virkelighedens verden og sker gennem tæt samarbejde og en praksisorienteret tilgang.



Talent og erfaring udvikler hinanden – fordi højskolen tiltrækker studerende, kursister, medarbejdere og samarbejdspartnere, der kan og brænder for at bidrage.



Ideer opstår og/eller afprøves – fordi højskolen fungerer som et eksperimentarium, hvor kreativitet blomstrer, udfordringer modtages og ideer kvalificeres og virkeliggøres.



Formål og forretning kombineres – fordi en sund forretning er grundlag for at nå andre mål samt vækst og stabilitet i samfundet, både for højskolen og som aktør i medieverdenen.



Nationalt og internationalt mødes – fordi kommunikation går på tværs af grænser, og fordi værdiskabelse ikke kun sker i en dansk kontekst.



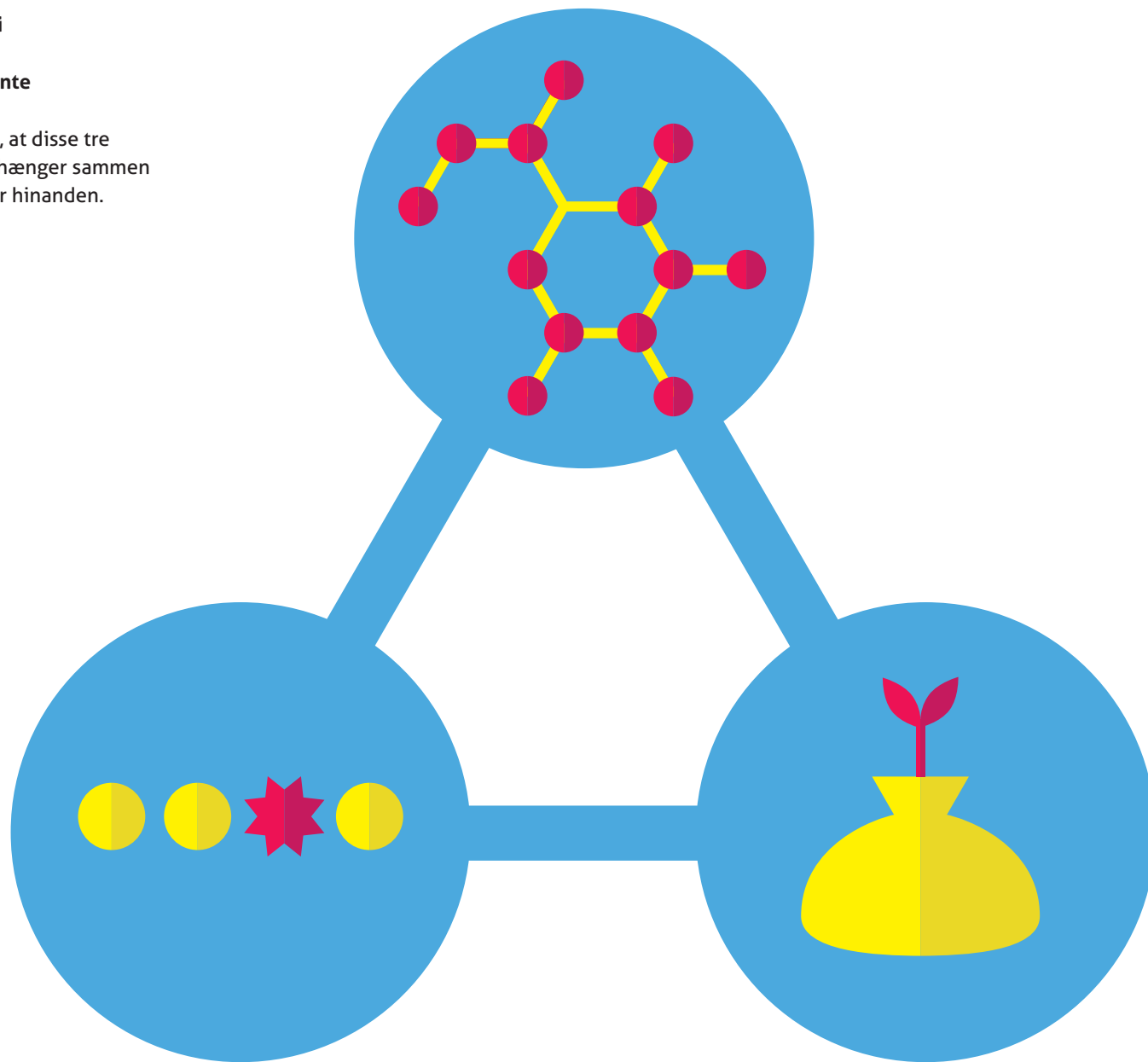
Holdninger brydes og forsvares – fordi hverken god kommunikation eller ytrings- og informationsfrihed er naturgivne konstanter.

VEJEN TIL HVORHEN

For at nå til >hvorhen< skal vi:

- Skabe **sammenhæng**
- Skabe **værdi**
- Være **markante**

– samt udnytte, at disse tre fokusområder hænger sammen og understøtter hinanden.

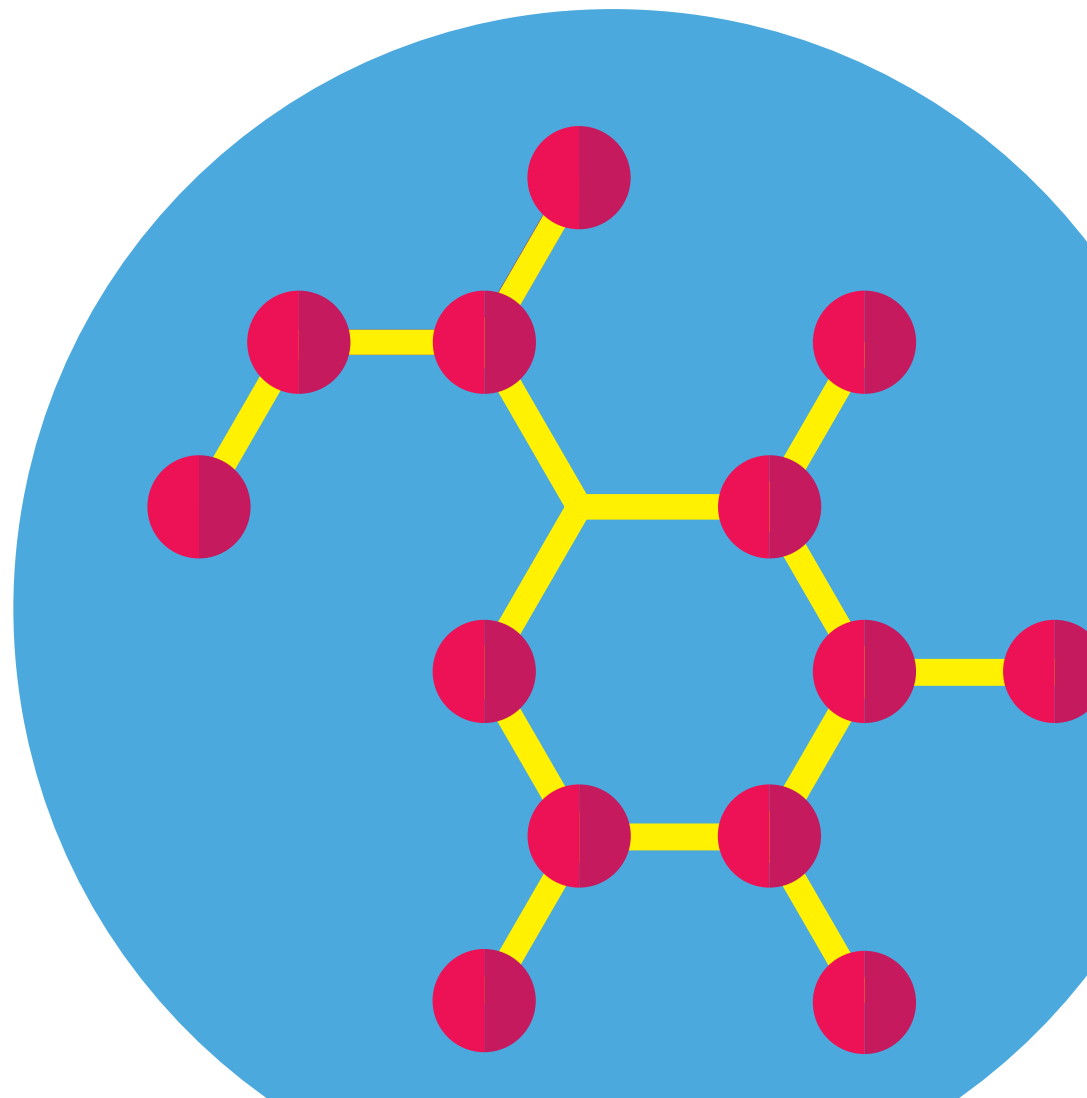


sammenhæng

Højskolen skal skabe sammenhæng mellem de mange, der vil og kan udvikle medieverdenen, og mellem de mange forskellige fagligheder og discipliner, der smelter sammen og påvirker hinanden.

Det sikres ved, at:

- Studerende opnår en høj grundfaglighed inden for den valgte uddannelsesretning kombineret med en stærk tværfaglighed.
- Der sikres sammenhæng i uddannelsesforløb for medieverdenens medarbejdere gennem hele arbejdslivet – blandt andet ved opbygning af alumnerelationer.
- Udviklingsprojekter, der involverer mange partnere (fx studerende, medarbejdere, virksomheder, organisationer og andre uddannelsesinstitutioner), omfatter vigtige aktører i forhold til udviklingen af medieverdenen og/eller adresserer væsentlige problemstillinger for medieverdenen/samfundet, prioriteres over forskning og udvikling på nicheområder.
- Fagpersoner på højskolen arbejder og udveksler viden på tværs af faglige specialer og inden for både grunduddannelse, efteruddannelse og forskning.
- Højskolens bacheloruddannelser på sigt får en ensartet struktur.
- Uddannelse og efteruddannelse sker i konstant praksisnærhed, gennem opgaver og projekter fra virkelighedens verden samt med tæt kontakt mellem undervisere og studerende/kursister.
- Uddannelse og efteruddannelse sker i en international kontekst.
- En åben, netværksbaseret kultur, struktur og dialog styrkes – internt såvel som eksternt.



VÆRDI

Højskolen skal uddanne, efteruddanne, udvikle, forske og samarbejde på måder, der skaber værdi for de involverede parter, medieverdenen og samfundet – og sådan, at det sikrer et robust, fremtidssikkert og anerkendt grundlag for højskolens virke.

Det sikres ved, at:

- Studerende oven i en stærk grund- og tværfaglighed får evnerne til at levere værdi på arbejdsmarkedet fra dag ét.
- Der er et kreativt og inspirerende studie- og undervisningsmiljø, der understøtter innovation og nysgerrighed.
- Processer og koncepter på højskolen er standardiserede og digitaliserede, så der frigøres ressourcer til kreativitet, udvikling, samarbejder og dialog med studerende.
- Kvalitet er integreret som et både kvalitativt og kvantitativt begreb, og at der er høj kvalitet i alle højskolens processer.
- Der internt på højskolen er klare forretningsmodeller og tydelig rapportering, så alle medarbejdere ved, hvordan der skabes værdi, og kan navigere på baggrund heraf.
- Højskolen er opmærksom på og udnytter vækstmuligheder – herunder mulighederne i samarbejder og alliancer med andre uddannelsesinstitutioner, der har kompetencer med relevans for medieverdenen.



markant

Højskolen skal være synlig og markere sig på egne, studerendes, kursisters, samarbejdspartneres, medieverdenens og samfundets vegne - både nationalt og internationalt. Det skal være tydeligt, hvad højskolen står for, hvilken værdi højskolen leverer, og hvordan god kommunikation bevæger verden.

Det sikres ved, at:

- Højskolen har en stærk profil som uddannelsesinstitution, samarbejdspartner og arbejdsplads for dem, der vil og kan udvikle god kommunikation og skubbe til medieverdenen.
- Højskolens medarbejdere brænder for at udvikle god kommunikation og bruger deres viden og kompetencer til at kvalificere dialogen herom – og at højskolen understøtter, synliggør og profilerer dette og dermed bidrager til viden og inspiration for alle med interesse for kommunikation.
- Højskolen synliggør og profilerer studerendes kompetencer og evner, så det er tydeligt for omverdenen, hvilken værdi de studerende kan skabe.
- Højskolen har klare holdninger til, hvad god kommunikation er, og kæmper for såvel disse holdninger som ytrings- og informationsfrihed.

