



Forollhogna
nasjonalpark

Kommunikasjonsplan for verneområdene i Forollhogna



Storbekkøya, Budal landskapsvernområde. Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

Innhold

1	Innledning.....	3
1.1	Strategier.....	3
1.2	Mål og tiltak.....	4
1.3	Formålet med kommunikasjonsplanen	5
2	Målgrupper	6
2.1	Besøkende som målgruppe – brukeren.....	6
2.2	Rettighetshavere, næringsliv og reiseliv som målgruppe	6
3	Mål – hva skal Forollhogna formidle	8
3.1	Hovedmål.....	8
3.2	Delmål.....	8
4	Kanaler	9
4.1	Informasjonspunkt og startpunkt.....	9
4.2	Stimerking og stiskilting.....	10
4.3	Vegskilting	11
4.4	Kommunale veger og seterveier	Feil! Bokmerke er ikke definert.
4.5	Brosjyrer	11
4.6	Nettsider	12
4.7	Sosiale medier	13
4.8	Ulike aktører på nett.....	13
4.9	Media	13
4.10	Dialogmøter	14
	Profileringsartikler	14
5	Hvordan kommunisere i de ulike kanalene.....	15
5.1	Språkprofil.....	15
5.2	Bilder og film.....	15
5.3	Møteplasser	16
5.4	Media	16
6	Tiltaksplan	17

1 Innledning

Denne kommunikasjonsplanen er en del av besøksstrategien for verneområdene i Forollhogna (2020), og legger føringer for hvordan nasjonalparkstyret for Forollhogna skal kommunisere til publikum. I tillegg vil også kommunikasjonsplanen være et verktøy for å styrke samarbeidet med kommunene og andre offentlige myndigheter for kunne å ivareta og fremme verneformålet.

Fra besøksstrategien:

Besøksstrategi for Forollhogna-området er utarbeidet med utgangspunkt i de 10 verneområdene som Nasjonalparkstyret for Forollhogna forvalter: Forollhogna nasjonalpark med 8 tilliggende landskapsvernområder og Grøntjønnan naturreservat. Disse verneområdene danner en naturlig helhet som må forvaltes i sammenheng.

I Forollhogna er det korte avstander mellom fjell, seterdaler og bygder. Randsona til verneområdene med de nærliggende bygdene er derfor en naturlig del av besøksstrategien. Nasjonalparkstyrets formelle ansvar er knyttet til verneområdene, men bruken av arealene utenfor har også betydning for forvaltningen av verneverdiene.

Besøksstrategien til Forollhogna-området har som mål å finne balanse mellom å ivareta natur- og kulturarv, legge til rette for opplevelse og bidra til lokal verdiskaping. Samtidig skal dette bidra til lokal forståelse for vern. En bred kunnskapsformidling om natur- og kulturarven er sentralt i besøksstrategien.



Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

1.1 Strategier

I besøksstrategien er det fem prioriterte strategier:

Strategi 3.1: Helhetlig og langsiktig arealforvaltning («å verne om»)

– skjerme fjellet og villreinsens leveområder, ivareta hensyn til seterdrift og beitebruk

Skjerme fjellområdet for en utvikling som fører til økt ferdsel i sårbare områder - med forstyrrelse av dyreliv eller slitasje på naturen. Styre ferdsel og aktivitet til områder som tåler det. Føre en helhetlig og langsiktig arealforvaltning for å ta vare på verneverdiene i både fjell og seterdaler.

Strategi 3.2: Sikre og formidle kunnskap og kompetanse («å kjenne»)

Sikre og formidle kunnskap og kompetanse om natur- og kulturarv med særskilt fokus på barn og unge og formidling/videreføring av tradisjonskunnskap og ferdigheter («Menneske og naturarven»)

Strategi 3.3: Tilrettelegge for friluftsliv og opplevelser nært bygdene («å oppleve»)

Legge til rette for ferdsel og opplevelser i randsonene og nærmere bygdene som grunnlag for friluftsliv i hverdagen (fysisk fostring/god helse) og som grunnlag for bred lokal verdiskaping i bygdene rundt Forollhogna.

Strategi 3.4: Helhetlig politikk og profilering for bred lokal verdiskaping («å leve av»)

Arbeide for en helhetlig politikk for området, der ivaretagelse og formidling av natur- og kulturarv og tilrettelegging for verdiskaping innen landbruk og reiseliv (inkl. jakt og fiske) ses i sammenheng. Tilrettelegge for erfaringsutveksling, nettverksbygging og økt samarbeid om gjennomføring av tiltak, informasjon og formidling rundt Forollhogna.»

Strategi 3.5: Lokalt vertskap og lokal styring («å leve med»)

Ha fokus på bygdene som utgangspunkt og «nav» for tilrettelegging, formidling og informasjon. Alle tiltak må komme fra «rota og opp» (forankres lokalt) og samarbeid mellom de ulike aktørene er viktig, både i den enkelte bygd og mellom aktørene rundt fjellet.

1.2 Mål og tiltak fra besøksstrategien

I besøksstrategien er det definert ulike mål (utdrag):

Mål for verneverdiene

«Forollhogna nasjonalpark skal opprettholdes som et område med liten grad av fysisk tilrettelegging for friluftsliv og ferdsel. All ferdsel og aktivitet skal ta hensyn til sårbart plante- og dyreliv. ...»

Mål for kunnskapsformidling og opplevelser

«Brukere og besøkende, både fastboende og tilreisende skal få gode opplevelser og økt kunnskap om natur- og kulturarven i området. De gode opplevelsene skal gi økt tilhørighet til områdene, bidra til god lokal forvaltning av verneområdene, samt gi økt innsikt i landbrukets betydning for å ivareta kulturlandskapsverdiene. Ivaretagelse og formidling av tradisjonskunnskap skal tillegges særlig vekt. Det er et mål å videreføre kunnskap om og ferdigheter knyttet til tradisjonsbruk.»

Mål for verdiskaping

«Forollhogna-områdets verdier som helhet skal synliggjøres og profileres bedre for å bidra til økt verdiskaping både i bygdene, i landbruket og i reiselivssammenheng. Merkevarer Forollhogna nasjonalpark skal bidra til å profilere reiselivssatsing knyttet til bygdene i randsona, til seterdalene og til bruk og høsting av utmarksressursene. ...»

Mål for medvirkning og lokalt eierskap

«Det er et mål å skape lokalt engasjement og eierskap til forvaltningen av området. ...»

I besøksstrategien var det lagt opp til en rekke tiltak, der mange av disse vil være tiltak i kommunikasjonsplanen. Noen av dem er alt gjennomført. Tiltaksplanen som er vedlegg til kommunikasjonsplanen har et treårig perspektiv, og vil bli revidert årlig.

1.3 Formålet med kommunikasjonsplanen

Formålet med kommunikasjonsplanen er å bidra til å nå målene og følge de strategiene som er lagt i besøksstrategien. Planen legger prinsipper og føringer for kommunikasjonsarbeidet til forvaltningen. Forollhogna nasjonalpark som avsender skal ønske «Velkommen inn», samtidig som publikum og aktører skal få en økt forståelse for vern og naturverdier. Kommunikasjonsplanen skal være et verktøy som definerer hvem nasjonalparkstyret kommuniserer med, hvordan kommunikasjonen skal foregå, i hvilke kanaler/flater, og hva slags virkemidler som benyttes. Det skilles mellom besøksrettet kommunikasjon, og forvaltningsrettet kommunikasjon. Dette er nærmere beskrevet i de neste kapitlene.



Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

2 Målgrupper

Besøksstrategien for verneområdene i Forollhogna retter seg mot alle brukere/besøkende og rettighetshavere og andre aktører i Forollhogna-området. Dette utgjør også målgruppen for kommunikasjonsplanen til Forollhogna.

Siden disse utgjør en veldig bred brukergruppe, er det bevisst valg ikke å skille de ulike brukergruppene som gjelder enkeltpersoner på bakgrunn av alder, kjønn eller nasjonalitet. Dette kan være aktuelt å gjøre med enkelte prosjekt eller kampanjer, og vil bli beskrevet nærmere i en tiltaksplan.

Vi skiller i denne planen i hovedsak mellom to målgrupper – brukeren/besøkende som den ene gruppen, og aktører som grunneiere, rettighetshavere, næringsliv/reiseliv og kommuner som den andre gruppen. Kommunikasjonen til de ulike målgruppene vil derfor skje på ulike kanaler og flater. Noen av disse målgruppene vil havne i flere kategorier, og enkelte av målgruppene vil ha overlappende interesser.

2.1 Brukeren/besøkende som målgruppe

Her regner vi brukeren/besøkende som målgruppe – gjesten, hytteeieren eller den lokale som bruker området til rekreasjon, sanking og jakt/fiske. Kommunikasjonen her er direkte, og gjerne enveis via infotavler, skilt, nettsted og brosjyrer. Kommunikasjon vil også kunne være indirekte via forvaltning, rettighetshavere, reiseliv og næringsliv, ved at nasjonalparkstyret informerer om bruk av området til de ulike aktørene.

1. Gjesten

Gjesten utgjør hovedmålgruppen, og er den nasjonalparkstyret skal kommunisere direkte med.

Med gjesten mener vi en person som besøker området en eller flere ganger for rekreasjon eller friluftsliv i en kortere periode. Gjesten kan ha varierende kjennskap til Forollhogna og områdene rundt.

2. Fritidsbeboere

Fritidsbeboere eier fritidseiendom i eller nær Forollhogna-området, og bruker områdene aktivt til rekreasjon, jakt og fiske.

3. Lokalbefolkningen

Lokale bor i eller nær Forollhogna-området, og bruker områdene aktivt til rekreasjon, friluftsliv, jakt og fiske. I mange tilfeller vil denne brukergruppen overlape med grunneiere og andre rettighetshavere.

2.2 Rettighetshavere, næringsliv/reiseliv og offentlige aktører som målgruppe

Denne målgruppen er spredt, men mye av kommunikasjonen til de ulike aktørene vil være på likt nivå og i mange av de samme kanalene.

1. Grunneiere og bruksberettigede

Grunneiere og bruksberettigede kan ha setrer, buer/hytter, beite- og slåtteretter, og jakt- og fiskeretter. I tillegg inngår grunneierlag, veilag, beitelag og villreinutvalg i denne målgruppen. Det er ofte lokalbefolkning, men kan også være andre. Grunneiere er også en kanal, som kan videreformidle informasjon i samarbeid med nasjonalparkstyret. Kommunikasjon med grunneiere vil avhenge av tematikk, og om målgruppen er grunneiere selv, eller videreformidling til bruker.

2. Andre forvaltningsmyndigheter og offentlige aktører

Her regnes offentlige aktører som kommuner, fylkeskommuner, statsforvaltere, Statskog, fjellstyrene, villreinnemd. Kommunikasjon med offentlige aktører vil avhenge av tematikk, og om målgruppen er aktørene selv, eller videreformidling til bruker.

3. Reiseliv

Reiselivsaktører rundt Forollhogna har ikke store volum av besøkende. Det er mange private utleiery, og små reiselivsbedrifter som ligger spredt i bygdene rundt Forollhogna-området. Den største aktøren i nærheten er Røros som destinasjon.

4. Næringsliv

Næringsliv betegnes som en egen målgruppe. Salg av jaktløyver utgjør en stor inntekt hos grunneiere, og regnes som en del av næringsvirksomheten i Forollhogna. I tillegg er det en del kommunikasjon med næringsliv vil avhenge av tematikk, og om målgruppen er aktørene selv, eller videreformidling til bruker.

5. Frivillige lag- og foreninger

Her regnes frivillige lag- og foreninger som har formål folkehelse, friluftsliv og rekreasjon som sine interessefelt. Turlag og grupper/idrettslag som tilrettelegger turposter.



Startpunkt med informasjon

3 Mål – hva skal Forollhogna formidle

De fem strategiene fra besøksstrategien til verneområdene i Forollhogna danner grunnlaget for målsetninger i kommunikasjonsplanen. For å nå målsetningene er kommunikasjon et svært viktig verktøy.

De fem strategiene er:

- Å verne om
- Å kjenne
- Å oppleve
- Å leve av
- Å leve med

3.1 Hovedmål

Vi ønsker velkommen inn i verneområdene i Forollhogna gjennom å informere om bruk av områdene og å formidle om sporløs ferdsel på lag med naturen.

3.2 Delmål

Vi skal bidra med formidling av tilbud og aktiviteter i områder som tåler bruk og ferdsel, og som grunnlag for lokal verdiskaping i tråd med vår besøksstrategi.

Vi skal bidra til å øke kunnskap og forståelse om vern og skjøtsel av kulturlandskap og bygningsmiljø.

Vi skal bidra til å bygge lokal stolthet og eierskap til verneområdene, i samarbeid med kommunene, grunneiere, rettighetshavere og andre lokale aktører.

4 Kanaler for formidling

All formidling og kommunikasjon om våre verneområder skal følge **merkevaren for Norges nasjonalparker**. Dette gjelder alt fra infotavler ved innfallsporner, brosjyrer, nettsider og sosiale medier til saksdokumenter og kommunikasjon fra nasjonalparkstyret.

4.1 Informasjonspunkt og startpunkt

Ved innfallsporner og startpunkter for utfart i verneområdene ble det i årene like etter opprettelsen av verneområdene satt opp informasjonstavler for de respektive verneområdene. Informasjonplakatene ble laget etter den tids merkevare og logo. Det ble i 2017 tatt i bruk ny merkevare for Norges nasjonalparker. Merkevaren har retningslinjer for oppbygging av informasjonspunkt og startpunkt, samt maler for informasjonplakater og formidling på andre flater. Nasjonalparkstyret er i gang med oppgraderingen av all informasjonen etter ny merkevare deriblant tavler og plakater på innfallsporner og startpunkter. Det må samtidig også foretas en vurdering av hvor det skal settes opp informasjon og i hvilket format.

På innfallsporner og startpunkter skal det være brukervennlig og konkret informasjon i tråd med merkevaren Norges nasjonalparker, som er beskrevet [på designmanual.norgesnasjonalparker.no](https://designmanual.norgesnasjonalparker.no).

Vi har i tråd med besøksstrategien etablert nye informasjonspunkt og startpunkt:

- Storbekkeya, Budalen landskapsvernområde (2022): informasjonsskilt på startpunkt
- Svartsjøen, Forollhogna nasjonalpark (2022): informasjonsskilt og natursti på startpunkt
- Såttåhaugen setergrend, Vangrøftdalen-Kjurrudalen landskapsvernområde (2022): parkering, informasjonsskilt og startpunkt
- Synnerdalen, Budalen landskapsvernområde (2023): informasjonsskilt på startpunkt

Prioriteringsliste over nye informasjonspunkt, startpunkt og andre fysiske tilrettelegginger har vi oppdatert i tiltaksplanen.



Skiltssystem, bilde fra designmanual.norgesnasjonalparker.no

Verneskiilt og forbudsskiilt

Ved vernegrenser, gjerne ved stier eller annen infrastruktur, er det satt opp verneskiilt som viser at besøkende går inn i verneområde.

Enkelte steder benyttes forbudsskiilt, når det er spesielle regler som må kommuniseres, for eksempel sykling forbudt eller droneflyving forbudt.

Natursti

Ved Svartsjøen på Kvikne er det tilrettelagt med en natur- og kultursti under merkevaren. Det kan være aktuelt å opprette flere slike naturstier under merkevaren.



Forbudsskilt, sykling forbudt.



Natursti ved Svartsjøen. Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna.

4.2 Stimerking og stiskilting

Gamle, eksisterende merkede stier i nasjonalparken er tillatt skiltet, mens merking og skilting av nye stier i utgangspunktet ikke er tillatt. Det kan likevel være aktuelt med nye stier som et tiltak for å kanalisere ferdsel bort fra sårbare områder til områder som tåler mer besøk og aktivitet. Merking og skilting av stier i landskapsvernområdene er tillatt, men bør avklares med nasjonalparkstyret.

Skilting og merking av stier skal følge Merkehåndbok som er en nasjonal standard for tilrettelegging av stier og løyper for friluftslivet.



Skilting etter Merkehåndboka. Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

4.3 Skilting langs veg

I dag er det skilt som viser inn til Forollhogna ved riksveg og fylkesveg som er langt fra verneområdene. For å unngå at området fremstår som en attraksjon for folk som ikke har planlagt reise hit, skal denne type skilting holdes ned på et minimum. Dette bygger opp under strategien at vi skal verne om, ikke markedsføre. Skilting langs offentlig veg er strengt regulert der skiltmyndighetene har ansvar for at skiltingen skal være i samsvar med gjeldende bestemmelser i [N300 \(Trafikkskilt\)](#). Vegskilt fra hovedveger skal som utgangspunkt lede direkte til tilrettelagt startpunkt for tur, utkikkspunkt, informasjonspunkt og besøksenter. Skilt fra hovedveg med bruk av portalsymbol og navnet Forollhogna bør lede til et informasjonspunkt eller til rettelagt innfallsporter med informasjon om Forollhogna.



Skilting fra E6 ved Soknedal med navn på verneområdet og bruk av portalsymbol. Foto: Google Street view.

Forollhogna-området består av et omfattende vegnett. I mange av seterdalene rundt Forollhogna er det skilting i regi av egne lokale veglag. Vi skal ha skilting til våre egne tilrettelagte parkeringer og startpunkt, og dette gjøres i samarbeid med veglagene. Skiltene skal følge standard mal for vegskilting og ta i bruk portalsymbol.



Skilting ved seterveg. Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

4.4 Brosjyrer

Forollhogna nasjonalpark vil i løpet av 2024 få ny brosjyre. Denne har generell informasjon om verneområdet, og viser inn til nettsted for mer utfyllende informasjon om området. Det er Miljødirektoratet som er ansvarlig utgiver for brosjyren, som inngår i brosjyreserien for Norges nasjonalparker. Distribusjon blir hos utvalgte steder i

randsonene til Forollhogna. Vi ønsker ikke en bred distribusjon av brosjyren, da denne skal informere om verneområdet og ikke markedsføre det.

4.5 Nettsider

Det er opprettet to nettsted for Forollhogna nasjonalpark med tilliggende landskapsvernområder som retter seg mot ulike målgrupper.

Forollhogna.info: "Velkommen til Forollhogna nasjonalpark"

Denne nettsiden har informasjon som retter seg til brukere av verneområdene. Her ønsker vi brukerne "velkommen inn" samtidig som vi på en enkel måte gir god og riktig informasjon om områdene, hva som finnes av tilrettelagt turer og tilbud, og regler for hva som er tillatt og ikke tillatt av aktiviteter.

Nettsiden skal ikke ha et kommersielt fokus, men lenker videre til relevante aktører i umiddelbar nærhet til verneområdene.

Nasjonalparkstyre.no/forollhogna: "Nasjonalparkstyret for Forollhogna"

Denne nettsiden er nasjonalparkstyret sin kanal hvor det publiserer saklister for styremøtene, og møtedokumenter med saksframlegg og vedtak. Videre ligger det her informasjon om bl.a. verneområdene med forskriftene og forvaltningsplaner, fagrapporter og veiledere. Det er også lagt ut veiledning om søknadsprosesser og hva som er søknadspliktige tiltak.

Denne nettsiden inneholder offentlig informasjon og er mest relevante for kommunene, grunneiere, rettighetshavere, næringsliv og reiseliv, frivillige lag og foreninger m.fl.



Forollhogna.info: Besøksrettet nettside til Forollhogna nasjonalpark

4.6 Sosiale medier

Det er i regi av nasjonalparkstyret opprettet en egen Facebookside "Forollhogna nasjonalpark og landskapsvernområder" som administreres av forvalterne.

Tidligere har det på disse Facebooksidene stort sett vært publisert turer og opplevelser i tråd besøksstrategien, samt delt relevante innlegg fra lokale aktører. Videre er det blitt delt faglige innlegg fra for eksempel Villreinsentret med informasjon om villrein.

Det er den siste tiden blitt delt noen av Miljødirektoratet sine kampanjer som er vurdert relevante for våre verneområder.

Forvalterne for verneområdene i Forollhogna har per nå (2023) ikke ressurser til å følge opp aktiv dialog og større engasjement i sosiale medier.

Prinsipp for kommunikasjon på sosiale medier:

- Vi skal informere om, ikke markedsføre:
 - Turer og aktiviteter som er i tråd med besøksstrategien, og som bidrar til god kanalisering
 - Tiltak og aktiviteter som skjer rundt Forollhogna
 - Råd om ferdsel
 - Øke kunnskap om å ferdes sporløst i naturen, og spesielle hensyn og regler som gjelder i Forollhogna
 - Informere om hensyn til dyre- og planteliv i sårbare perioder gjennom året

4.7 Ulike aktører på nett

Det er flere aktører på nett som formidler tilbud som jakt, fiske, friluftsliv og hytteleie i våre områder: Ut.no, Statskog, iNatur.no, Outdooractive.com, Visit Norway m.fl. Vi jobber for å ha god dialog med disse som kanaler til brukerne av verneområdene. Her vil vi kunne komme med god informasjon om regelverk før brukerne har kommet inn i verneområdene.

Vi jobber for å ha en god dialog med ulike aktører, for å sikre best mulig og helhetlig informasjon på ulike nettstedet. Eventuelle spesifikke tiltak vil bli beskrevet i tiltaksplanen.

4.8 Media

Vi skal ha en god dialog med media. Nasjonalparkstyret skal utnytte muligheter for å få god pressdekning, men også aktivt ta kontakt med lokal presse for å få frontet egne saker. Nasjonale mediekanaler er en flate vi i hovedsak ikke jobber aktivt for å få publisitet hos.

Ulike mediekanaler:

- Lokale mediekanaler som dekker kommunene i Forollhogna-området:
 - Arbeidets Rett
 - Fjell-Ljom
 - Tynsetingen (kun nettavis)
 - Gauldalposten
 - Trønderbladet
 - OPP
 - Rørosnytt (kun nettavis)
 - Nearadio (radiokanal og kun nettavis)
- Regionale, større mediekanaler:
 - Adresseavisen
 - NRK Trøndelag

- NRK Innlandet
- Fagtidsskrifter, andre nisjepublikasjoner og nasjonale mediekkanaler

4.9 Dialogmøter

Det er aktuelt å holde dialogmøter ved behov med ulike målgrupper, spesielt rettighetshavere, næringsliv, reiseliv og kommuner. Dette med formål om å få felles forståelse for ulike lover og forskrifter, øke forståelse for vern, lojalitet og stolthet. En god dialog med ulike aktører bidrar til at flere ledd og kanaler gir god informasjon om bruk og ferdsel i verneområdet.

4.10 Profileringsartikler og bekledning

Produkter som knyttes til vår merkevare Norges nasjonalparker skal ha høy kvalitet i tillegg til at miljøhensynet ivaretas. I [designmanualen ligger det egne retningslinjer for profilartikler](#).

Offisiell bekledning under merkevaren er forbeholdt nasjonalparkforvaltere, ansatte knyttet til besøkssenter eller i øvrige forvaltningsmyndigheter, samt styremedlemmer. Når forvaltere eller styremedlemmer deltar på ulike møteplasser, skal de ha på seg klesplagg/profilartikkel som har logoen vår. Det kan være genser, jakke, vest, lue eller andre artikler. Vi skal ha et bevisst forhold til å bruke bekledning når vi representerer Forollhogna nasjonalpark.

Bilde av forvaltere med jakke med logo?

5 Hvordan kommunisere i de ulike kanalene

For å nå frem til målgruppene og formidle de fem målene å verne om, å kjenne, å oppleve, å leve av og å leve med, er det avgjørende hvordan vi uttrykker oss i de ulike kanalene. Vi jobber etter disse retningslinjene.

5.1 Språkprofil

Godt språk gir en god kommunikasjon. Tekst rettet mot besøkende, og spesielt i målgruppen 2.1 *besøkende*, skal være lett å forstå, informativ og engasjerende. Dette gjelder spesielt i de besøksrettede kanalene. For målgruppen 2.2 *rettighetshavere, næringsliv og reiseliv*, kan det være nødvendig med en del mer forklaring av regelverk og planer, og krever et språk som vil ha flere begrep og uttrykk som ikke er naturlig å bruke i besøksrettet informasjon.

Som hovedregel etterstrebes det å bruke klarspråk, at all tekst har god flyt, og er uten skrivefeil.

I de besøksrettede kanalene er det likevel rom for variasjoner. Nasjonalparkstyret sine kanaler skal være tillitsvekkende og profesjonelle, og gi besøkende og interessenter et realistisk inntrykk av området. Likevel er det rom for kreativitet og engasjement i tekster, og en mer folkelig tone i kommunikasjon i sosiale medier.

Råd om godt språk:

- [Merkeveren Norges nasjonalparker sine skrivevettregler](#)
- [Språkrådets side om klarspråk](#), med en rekke råd, inspirasjon og kurs
- **Ulike oppslagsverk:**
 - [Norsk akademisk ordbok](#)
 - [Ordbøkene.no](#)
 - [Lesbarhetsindeks](#), verktøy for å sjekke om teksten er lett å lese

5.2 Bilder og film

Bilder som brukes i kommunikasjon skal være av høy kvalitet, og gi et realistisk bilde av området, og hva besøkende kan forvente. Bilder skal ikke være manipulerte (at elementer er klippet vekk eller redigert inn i bilder) eller sterkt redigerte slik at farger blir for kraftige. Bilder kan gjerne vise folk i aktivitet eller dyre- og planteliv. Vi unngår bruk av dronebilder og tette nærbilder av ville dyr og fugler, spesielt villrein.

Dette bygger opp under prinsippet om at vi skal informere, men ikke markedsføre promøtere.

I film kan det være flere virkemiddel å spille på, som kan være elementer som er mer redigerte eller animerte, for å få et godt resultat.

[Merkeveren Norges nasjonalparker sine retningslinjer for foto](#)

5.3 Møteplasser

For å nå frem til målgruppe 2.1, kan en kanal være via målgruppe 2.2, *rettighetshavere, næringsliv og reiseliv*. Ved møteplasser, for eksempel møter vi selv arrangerer, eller deltar i som aktiv part, er dette gode muligheter for å bygge opp under lokal stolthet og eierskap. Slik kan vi også bedre nå frem til enkelte brukergrupper og målgrupper, via målgruppe 2.2.

I møte med andre skal vi være tydelige, engasjerte og imøtekomende. Vi ønsker å ha en lav terskel for at publikum skal ta kontakt med oss, som et naturlig første steg i prosesser knyttet til verneområdene.

5.4 Media

Vi skal ha en god dialog med media. Nasjonalparkstyret skal bruke mulighetene for å få god publisitet på viktige forhold som fremmer verneformålet, og aktivt ta kontakt med media for å få frontet sine saker. Det er også viktig at nasjonalparkstyret blir sitert og fremstilt på en korrekt måte.

- Nasjonalparkstyret selv skal uttale seg om vedtak og prosesser, og det politiske arbeidet styret gjør.
- Nasjonalparkforvaltere skal informere om tiltak og forvaltningsmessige oppgaver i verneområdet. Forvaltere deler faglig kunnskap, og bidrar også slik til engasjement og informasjon til publikum. Også her gjelder prinsippet om å informere, ikke markedsføre.
- Ved henvendelser fra media bør styreleder og nasjonalparkforvaltere holdes informert.
- Ved saker med potensielt høyt konfliktnivå, eller mulig nasjonal interesse, skal hele styret informeres. Da samarbeider styreleder/styret og nasjonalparkforvaltere om hva som skal kommuniseres ved uttalelser til media.
- Ved TV-produksjoner er det viktig å komme i god dialog med produksjonen tidlig. Her vil vi kunne bidra til at det unngås å markedsføre områder som ikke er ønskelig får bred publisitet gjennom TV-program. Her er det også viktig at vi har oppdatert informasjon på styresidene, for de som aktivt søker informasjon om f.eks. droneflyving.



Foto: Nasjonalparkstyret for Forollhogna

6 Tiltaksplan

Tiltaksplanen har sorterte tiltak etter prioritering med tidsfrister og kostnadsberegninger, og viser ansvars- og oppgavefordeling. Tiltaksplanen revideres årlig og godkjennes av nasjonalparkstyret som en del av budsjettarbeidet.

Tiltaksplanen er ført inn i Excel og er et vedlegg til kommunikasjonsplanen.

Kommunikasjonsplan for verneområdene i Forollhogna

Vedtatt XXX

Kontaktinformasjon

Telefon: 73 19 93 96
E-post: sftlpost@statsforvalteren.no
Nett: nasjonalparkstyre.no/Forollhogna
Besøksadresse: Veksthuset Røros, 2. etg, Tollef Bredalsvei 13, 7374 Røros