

[Länk till webbversion](#)

Naturvägledning, att kommunicera om natur

Hur kan du genom naturvägledning väcka intresse för natur- och kulturmiljöer? Här får du verktyg för planering och genomförande, tillsammans med exempel på metoder och vägledning kring tonalitet, klarspråk och föreskrifter.

Naturvägledning är en viktig del av tillgänglighetsarbetet och kommunikationsarbetet. Naturvägledning syftar till att väcka en känsla för natur- och kulturmiljöer, genom information men även genom upplevelser. Många aktörer använder sig av naturvägledning, till exempel museer, kommuner, stiftelser, ideella organisationer och företag. Det finns många olika sätt att arbeta, både med obemannade och bemannade metoder.

Sidan vänder sig till

Du som planerar för eller förvaltar skyddade natur- och kulturområden i Sverige, samt till dig som upphandlar tjänster kring naturvägledning.

Bra att veta

Vägledningen är en del av flera sammanhängande vägledningar. De andra vägledningarna fokuserar på Digitala medier samt Skyltning. Alla bidrar tillsammans till en helhet av Kommunikation och skyltning i skyddade områden.

Hitta på sidan

Detta är webbsidans innehållsförteckning. Sätt rubriknivå 1 på dina avsnitt och uppdatera tabellen innan du skickar underlaget.

INNAN DU BÖRJAR PLANERA	3
SÅ PLANERAR DU FÖR NATURVÄGLEDNING	6
METODER FÖR NATURVÄGLEDNING	10
TONALITET, SKRIVREGLER OCH FÖRESKRIFTER	13
FÖRDJUPAT STÖD KRING NATURVÄGLEDNING	17
RELATERAT STÖD	18
HITTA VIDARE	19

Innan du börjar planera

Innan du börjar planera och arbeta med utformning av naturvägledning behöver du först:

Tänka helhet från början

När du planerar naturvägledning för ett område är det viktigt att i arbetet:

- Se helheten av kommunikationsinsatser (till exempel skyltar, webb, naturum och guidningar mm).
- Ha kunskap om vilken målgrupp som naturvägledningen riktar sig till. Vid planering av naturvägledning behöver det bli tydligt vilka besökarna/målgrupperna är och hur de ska prioriteras.
- Formulera vilken den övergripande berättelsen/temat är för området.

Världsarvet Höga kusten har till exempel följande som huvudtema: "Världsarvet Höga Kusten/Kvarkens skärgård är den bästa platsen i hela världen för att uppleva och förstå landhöjningen efter den senaste istiden".

Utgå från områdets målklass

Vilken målklass området har påverkar omfattningen och ambitionsnivån för naturvägledningen.

Skyddade områden (naturreservat, nationalparker och kulturresevat) delas in i nationella målklasser. Ambitionen och därmed omfattningen av naturvägledning skiljer sig åt beroende på målklass för området. Tänk på det vid planering av naturvägledning.

Här finns kort översikt men även fördjupade riktlinjer att använda.

MÅLKlass A

I målklass A är naturvägledning särskilt viktig för kommunikationen och för en förstärkt upplevelse för besökarna. Ofta besöks dessa områden av många människor och möjligheten att nå ut med viktiga budskap är stor. Här finns stora möjligheter att befästa viktig kunskap om skyddade områden på ett pedagogiskt sätt.

För skyltning inom målklass A områden gäller minst att:

- Naturvägledningen är viktig och en del av kommunikationen om området. Den ska hänga ihop med resterande länkar i kedjan. För ett målklass A område bör det finnas en kommunikationsplan som gör det möjligt att få en överblick över hela kommunikationen i området. Kommunikationsplanen beskriver till skillnad från skyltplanen också andra metoder såsom digitala kanaler, möten med besökare via guidningar eller naturum mm.
- Målgruppen/målgrupperna är tydliga och uttalade.
- Det finns en tydlig planering kring naturvägledning i området där olika metoder kompletterar varandra i slutänden.
- Skyltplan finns som ger stöd till planering av naturvägledning i området.

Målklass B

Målklassen B är indelad i två delar, B1 och B2. Främsta skillnaden mellan B1 och B2 är att områden i B1 har anläggningar såsom eldstäder, vindskydd eller liknande i olika omfattning, medan B2 inte anlägger friluftsfunktioner alls.

Målklass B1

I målklass B1 är naturvägledning viktigt för kommunikation och för en förstärkt upplevelse för besökarna. Målklass B1 områden har inte lika stora möjligheter eller förutsättningar till att tillgängliggöras fysiskt i jämförelse med Målklass A områden. Dessa områden har dock ofta många besökare. Här kan viktiga budskap nå många. Att uppleva naturen och samtidigt få till sig kunskap om skyddade områden på ett pedagogiskt sätt är två viktiga delar i arbetet.

För naturvägledning inom målklass B1 områden gäller minst att:

- Naturvägledningen är en av delarna i kommunikationen – alltså kommunikationskedjan om området. Den ska hänga ihop med resterande länkar i kedjan. Såväl information inför besöket på webben som naturvägledning i form av exempelvis en skylt i området hänger ihop.
- Det finns en kommunikationsplan för B1 områden som är relativt välbesökta. Den bör ge en helhetsbild kring vilka kommunikationsinsatser som ska göras för ett område och ge ett bredare perspektiv
- Målgruppen/målgrupperna är tydliga och uttalade.
- Det finns en tydlig planering kring naturvägledning i området där olika metoder kompletterar varandra i slutänden.

Målklass B2

Generellt är naturvägledning inom målklass B2-områden ofta mer sparsam. Det finns ofta en markerad led med viss naturvägledning. Men det kan också vara så att det är entréskylten som är den enda naturvägledande skylten (tillsammans med QR-koder med fördjupad naturvägledning).

För naturvägledning inom målklass B1 områden gäller minst att:

- Om en enklare kommunikationsplan finns kan den innefatta flera B2 områden. De områdena prioriteras för att de har potential och värden utifrån ett besöksperspektiv och kan ta emot fler besökare. De kan därför lyftas fram mer i kommunikationen.
- Tydlig målgrupp/er. Ofta är målgruppen mindre bred här än i Målklass A och B2 områden. I dessa områden börjar målgruppen ofta innefatta besökare som är vana att vistas ute i naturen.

Målklass C

Inom målklass C prioriteras inte naturvägledning. Det finns i övrigt inga krav gällande entréskylt, naturvägledning eller vägvisare. Den information som finns om området finns på webben.

För naturvägledning inom målklass C gäller minst att:

- Webben är den grundläggande och viktiga informationsbäraren. Se vägledning Digitala medier gällande målklass C.

- Det finns en identitetsskylt.

Fördjupade riktlinjer för ambitioner inom målklasser:

Klassa skyddade områden i målklasser

Ha en genomtänkt skyltplanering

En genomtänkt skyltplanering (och ofta en framtagen skyltplan) som säkerställer att rätt information kommer att finnas:

- på rätt plats
- i rätt form
- med rätt avsändare
- utan överinformation.

Med hjälp av skyltplanen kan det också bli tydligare vilken information som besökaren behöver få redan innan sitt besök via exempelvis webben.

För mer stöd kring skyltplanering och framtagande av skyltplan:

Att skylta i skyddad natur

Ha kunskap om tänkt målgrupp

Kunskap om vilken målgrupp som naturvägledningen riktar sig till är mycket viktigt att klargöra. Vid planering av naturvägledning behöver besökare eller målgrupp bli tydlig och prioriteras.

Är målgrupp inte är tydlig eller klargjort finns mer stöd här:

Kommunikation och skyltning i skyddade områden

Naturvägledning, att kommunicera om natur

Så planerar du för naturvägledning

Planeringen här är en kort översikt. Den har till syfte att ge stöd till en lite enklare planering av naturvägledning.

Vid mer omfattande planering av naturvägledning, till exempel för naturums verksamhet, finns stöd längre ner på sidan.

1: Samla fakta och beskriv nuläget

När planeringen av naturvägledning börjar är målklass för området vald, prioriterad målgrupp definierad och skyltplanering (skyltplan) finns. Kommande steg är att:

INVENTERA VÄRDEN

Värden inom naturvägledning är något på en plats som kan användas för att förmedla kunskap och upplevelser. Det kan till exempel vara natur och kulturvärden, kulturspår, arter, landskap, berättelser, fenomen med mera. I bildandet av ett skyddat område blir det tydligt vilka värden en besökare ska kunna uppleva. Sammanställ alla värden i en lista. Det ger en tydlighet kring vilka värden som området har och vad kommunikationen om området ska lyfta.

BESKRIVA VILKEN INFORMATION SOM FINNS I NULÄGET

Vilken information får besökaren på platsen just nu? Vilken information saknas och vilken metod är lämplig för att förmedla den? Vilken information behöver finnas via digitala kanaler och vilken information behöver besökaren få på plats?

2: Bestäm vad som ska uppnås med naturvägledningen

Tydliggör vilket syfte naturvägledningen har

Varför finns naturvägledningen? Exempel på syfte kan vara:

- öka förståelse för biologisk mångfald
- synliggöra naturens och landskapets historia (t.ex. kulturspår, brukande)
- skapa engagemang för naturvård och skydd
- minska negativ påverkan från besökare (slitage, störning)
- knyta ihop natur, människa och samhälle (t.ex. klimat, ekosystemtjänster)

TA FRAM MÅL

Målen ska beskriva vilken effekt du vill se hos besökaren. Välj bara de delar som stödjer syftet och temat.

Det kan göras utifrån följande fyra delar. De kan ses som ett stöd för att tänka brett, inte en checklista som alltid måste fyllas helt.

1. Veta (kunskap): Vad ska besökaren lära sig? Exempelvis: förstå vad som gör platsen unik.

2. Känna (upplevelse och känsla): Vilka känslor ska väckas? Exempelvis: nyfikenhet, respekt, fascination.
3. Tänka (insikt och reflektion): Vad ska besökaren börja fundera över? Exempelvis: människans påverkan på naturen, hur det var att leva här förr.
4. Göra: Vad ska besökaren göra annorlunda? Ex: hålla sig på stigen eller visa hänsyn.
5. Göra: Vad ska besökaren göra annorlunda? Ex: hålla sig på stigen eller visa hänsyn

Fokus ligger på vilken förändring naturvägledningen ska skapa hos besökaren – inte bara vilken information som ges.

EXEMPEL: SKYDD AV KÄNSLIGT OMRÅDE

- Veta: förstå varför området är känsligt
- Känna: respekt inför värdena som finns här
- Tänka: hur besökare påverkar området och hur de kan göra rätt
- Göra: hålla sig på stigen

Här kan en kort och tydlig skylt vara en bra kanal/metod för naturvägledningen.

EXEMPEL: UPPLEVELSEINRIKTAT OMRÅDE

- Veta: området har många möjligheter för friluftsliv
- Känna: nyfikenhet på att upptäcka området
- Tänka: det här vill jag som besökare uppleva
- Göra: utforska området på flera olika sätt och följa de leder som finns

Här kan en digital interaktiv karta och bilder/filmer som visar olika delar av området vara till hjälp för besökaren.

3: Beskriv huvudberättelsen eller temat

Inom naturvägledning används begreppet tema. Ett tema är den viktigaste berättelsen om platsen. Det är valt för att vara meningsfullt, relevant och möjligt att uppleva för besökaren. Det är temat som styr vilka resurser som ska lyftas fram i naturvägledningen (i steg 4). De kan delas in i:

- Övergripande tema – huvudberättelsen. Oftast har det fokus på hela området. Det samlar hela naturvägledningen och ger en röd tråd och en gemensam berättelse.

Exempel: "Fjällräven är en av alla de arter som hotas genom människans aktiviteter både direkt och indirekt. För att rädda fjällräven behöver man arbeta på flera fronter".

- Undertema - som stödjer och konkretiserar det övergripande temat. Det kan vara olika undertema på olika platser i ett område. Men de kopplar alltid till huvudtemat.

Exempel: “För att skydda fjällräven behöver man förstå deras födoval och levnadsförhållanden”.

ANPASSA SEDAN TEMAT TILL MÅLGRUPPEN

- Vad är relevant, begripligt och engagerande för just dem?
- Formulera ett tydligt och fokuserat budskap som är kort, konkret och möjligt att förmedla i flera delar (underteman).

Exempel: “Fjällräven påverkas negativt när klimatet ändras”.

4: Välj resurser och platser

I steg 1 togs en lista över resurser fram. Temat för naturvägledningen i området utgår från de resurser/värden som finns på platsen.

- Välj ut vilka resurser/värden som gör temat tydligt, begripligt och möjligt att uppleva för besökaren.
- Vilken plats i området illustrerar temat tydligast? Skyltplaneringen (skyltplanen) har identifierat platser där naturvägledning passar och kan kommuniceras bäst.

Exempel:

Huvudtema: Våtmarken har många funktioner för landskapet och är viktig för olika arter.

Undertema: Våtmarken är hem åt många fåglar.

Resurs och plats: Fåglar vid fågeltorn.

5: Välj metod för naturvägledningen

Metod är hur du förmedlar innehållet till besökaren – alltså själva formen för naturvägledningen. Samma tema kan förmedlas med flera metoder och via olika kanaler. Metoder kan exempelvis vara:

- Personlig naturvägledning (guidade turer, naturum, exkursioner mm)
- Fast eller självständig kommunikation
- Fysiska medier (skyltar, broschyrer, kartor mm)
- Digitala metoder (via kanaler som webb, sociala medier, appar mm)
- Sensoriska och upplevelsebaserade metoder (ljud/inspelade berättelser, interaktiva inslag mm)

För steg 4 och 5 tänk gärna på följande:

- Utgå från vad vandraren upplever på plats. Hur kan naturvägledningen förbättra den upplevelsen?
- Eftersträva samspel mellan information om vandringsleden och naturvägledningen på plats.

- Vid utformning tänk på att naturvägledningen ska underlätta upplevelsen och inte störa den. Vissa besökare är känsliga.
- Vill ni eller vill ni inte uppmana vandrare att använda mobilen?
- Går vandrarna oftast i en viss riktning?
- Överraska gärna, bidra med nya perspektiv och ge vandraren aha-upplevelser.
- Uppmuntra till nytänkande och reflektion.
- Vill ni uppmana vandrare att spana efter saker längs leden?
- Vill ni underlätta att vandrarna ska dela sina berättelser och reflektioner med senare vandrare? (CNV)

Principer och steg för planering (slu.se)

Metoder för naturvägledning

Det finns flera olika metoder för naturvägledning. Ofta krävs det en kombination av olika metoder för att nå målgruppen på ett bra sätt.

Naturum och naturinformationscentrum

Ibland så samlas naturvägledningen på naturcentrum av olika slag. Här samlas olika former av kunskapsförmedling och vägledning, t ex utställningar och guidade turer, samt pedagogisk verksamhet för skolor som ger kunskap om natur och miljö.

Naturum är en form av naturvägledningscenter. Naturvårdsverket ansvarar för att främja, utveckla och inspirera naturumverksamheten i Sverige samt att följa upp och utvärdera arbetet i naturumen.

[Naturum, stöd och riktlinjer](#)

Skyltar

Skyltar är en vanlig metod för naturvägledning i skyddade områden. Skyltar kan både informera och inspirera besökare. Bra skyltning ger besöket i ett område en extra dimension. För att nå ut med naturvägledning på skyltar behöver såväl skyltens placering, grafiska formgivning och innehåll samverka.

[Att skylta i skyddad natur](#)

Skyltar med interaktiva delar

Att ha med interaktiva delar i sin skyltning kan göra att skylten når flera besökare. De interaktiva delarna är ofta uppskattade och engagerar. De kan göra att besökaren upplever naturvägledningen med fler sinnen och därmed minns den mer.

Interaktiva skyltar kan till exempel ha:

- Luckor som besökaren kan lyfta för att till exempel se svaret på en fråga eller visa en illustration av hur exempelvis ett träd ser ut inuti.
- Taktila delar där besökaren kan känna på olika material.
- Tittrör/ramar som lyfter fram av en del av landskapet .
- Interaktiva skyltar kan också vara kopplade till digital information som audioguider, spel eller filmer. Det är dock viktigt att ha i åtanke att många söker naturen för avkoppling och inte för att använda skärm.

Guidning

Guidning är en av de vanligaste formerna av bemannad naturvägledning. Naturvägledare från exempelvis naturturismföretag, Länsstyrelser, kommuner, ideella föreningar och stiftelser förmedlar kunskap och väcker intresse genom

vandringar och guidade turer. Mötet mellan guide och besökare ger stora möjligheter till en lyckad naturvägledning.

Det finns många utbildningar och kunskapssammanställningar som kan ge guider stöd i sitt arbete. Centrum för Naturvägledning är ett kunskapscentrum som har fokus på naturvägledning. De har via sin webb sammanställt flera värdefulla tips.

I Tivedens nationalpark erbjuds besökaren en rad olika guidade turer, bland annat nattvandring, bäversafari och historievandringar.

[Centrum för naturvägledning, CNV \(slu.se\)](http://www.cnv.se)

[Tivedens nationalpark – vandringsleder \(sverigesnationalparker.se\)](http://www.sverigesnationalparker.se)

Självguidande stigar

Ett alternativ till guidning är självguidade leder och stigar. Där får besökaren information om natur- och kulturmiljöer genom exempelvis skyltar eller via informationsblad att ta med under vandringen. Även olika typer av audioguidar och mobila applikationer med tillgång till exempelvis kartor, teckenspråksfilmer och ljudberättelser kan användas.

Självguidande stigar med skyltar i en slinga är ett bra sätt att nå specifika målgrupper, till exempel barn. Skyltarna fungerar både var för sig och tillsammans som en sammanhängande berättelse, ofta med stationer som uppmuntrar lek, sinnesupplevelser och nyfikenhet på naturen. Exempel på självguidande stigar med skyltning är Stendoras äventyrsstig i Stendörrens naturreservat, Tjäderstigen i Tyresta nationalpark eller om vattenmolekylen i Mjällådalens naturreservat.

Självguidande stigar är framförallt en del av skyltningen i mer välbesökta områden i målklass A eller B1.

Även under vatten finns möjlighet att ta del av självguidande leder. Information om marina och akvatiska växter och djur förmedlas genom skyltade utställningar längs utmarkerade snorkelleder. Dessa leder förmedlar en ökad förståelse om livet under vattenytan och hur vi kan väna om denna miljö.

I Kosterhavets nationalpark finns två snorkelleder där skyltar under vatten guidar besökaren längs sjögräsängar och skogar av tång.

[Exempel: Snorkelleder \(sverigesnationalparker.se\)](http://www.sverigesnationalparker.se)

Utställningar och temakvällar

Utställningar används ofta inom naturvägledning. Det är ett uppskattat, pedagogiskt sätt att väcka intresse och inspirera besökare. Andra metoder för naturvägledning kan vara att arrangera föreläsningar och berättarkvällar i naturens tecken. Även temadagar med naturen som inspiration är ett sätt att skapa ökat intresse och kunskap kring natur. Exempel på uppskattade teman är den biologiska mångfaldens dag och fågelskådningens dag.

Digital teknik

Digitala verktyg kan berika besök i skyddad natur och den tekniska utvecklingen går snabbt. Det finns stor potential för att hitta nya lösningar att sprida information, öka tillgänglighet, ge möjlighet till interaktivitet och fördjupa naturupplevelser.

Digitala verktyg kan till exempel göra det enklare att anpassa språk och innehåll efter målgruppen. Det kan på så sätt förbättra tillgängligheten för besökaren. Det blir också enklare för förvaltare att uppdatera innehållet.

Utmaningar och nackdelar är till exempel brist på mobiltäckning, belastning på batterier, kostnader, svårigheter att läsa en skärm i dagsljus och inte minst att många föredrar att avstå från skärmar vid besök i natur. Det finns också en risk att exkludera de som inte vill eller har möjlighet att använda digital teknik.

I många fall sker kommunikation om ett område på andra plattformar än de som förvaltaren själv står för. Via forum och appar kan till exempel husbilsägare få tips från andra med husbil. Träningsappar kan också innehålla tips på cykelleder och ha annan information än den förvaltaren vill kommunicera. Här är det bra att ha en omvärldsbevakning och försöka skapa sig en bild av vilken information som finns om området och vilka vägar som finns för att göra så att rätt information finns på fler platser.

EXEMPEL PÅ DIGITALA METODER

- QR-koder där läsaren kan ta del av fördjupande material som exempelvis ljudguider eller inspelade filmer kan ge besökaren mer kunskap. Samtidigt föredrar många besökare att besöka naturen utan att använda sig av mobilen i första hand. Där kan uppmaningar att stanna och ta in en plats i stället fördjupa upplevelsen.
- Förstärkt verklighet (AR) kan användas för att via mobilkameran lägga på lager med text och bilder. Det kan användas för att ge besökaren guidning i området.

TIPS

- Reflektera över hur mycket besökaren vill använda digitala metoder för naturvägledning, t ex via mobiltelefon. Användning kan underlättas av att ljud och vibrationer visar när mobilen tas fram.
- Vid planering utgå från vad ni vill kommunicera, målgruppens behov och välj metoder som bidrar till upplevelsen av platsen. Digitala metoder bör inte bli attraktionen i sig utan ett medel som förstärker förstahandsupplevelsen.
- Många är så omgivna av högteknologiska lösningar i sin vardag att lågteknologiska som är interaktiva och tillgängliga, kan väcka lika mycket intresse och upplevas som mer tidlösa.
- Ljudguider som nås via till exempel QR-koder vara ett attraktivt alternativ som guidar besökaren utan att kräva avläsning på skärm – blicken riktas mot det som audioguiden tar upp.
- Om många besökare saknar eller är hänvisade till dyr uppkoppling (t ex utländska besökare), om de förväntas använda mycket mobildata och mobiltäckning är bristfällig kan lokalt trådlöst solcellsdrivet wifi fungera.

För mer stöd kring webb och sociala medier och annan digital teknik finns mer vägledning här:

[Skyddad natur i digitala medier](#)

Tonalitet, skrivregler och föreskrifter

Tonalitet

Bra naturvägledning kombinerar korrekt kunskap med berättelser som väcker nyfikenhet, eftertanke och känslomässig koppling till platsen. Den kan också påverka en besökares beteende. Tonalitet är avgörande i naturvägledning eftersom den påverkar hur besökaren tar till sig informationen. Tonaliteten påverkar också hur besökaren känner inför en plats och agerar.

Checklista för bra tonalitet i naturvägledning

Engagera med innehållet

Naturvägledning ska väcka nyfikenhet och känslor, inte bara ge fakta. Ju mer tankar som naturvägledning väcker - desto djupare blir upplevelsen.

- Ställ frågor till besökaren som väcker reflektioner. ”Hur tror du att det var att leva här för 100 år sedan?” Testa att låta rubriken på en skylt vara en fråga. ”Världens äldsta träd?”
- Uppmuntra besökaren att upptäcka med flera sinnen än synen. Lukta på mossan. Känn på barken. Det förstärker upplevelsen och kan göra att besökaren minns bättre.
- Använd humor eller myter. Humor, berättelser och myter kan göra naturvägledningen mer engagerande och minnesvärd. Forskning visar att sådana grepp ofta ökar uppmärksamheten och stärker besökarens relation till platsen. Exempel: ”Det här trädet ser kanske ut att ha gjort sitt. Men för hundratals insekter, svampar och lavar är det tvärtom ett av skogens mest eftertraktade bostadsområden”

Gör innehållet begripligt

Det ska vara lätt att ta till sig innehållet oavsett förkunskap. Sätt besökarens intressen i fokus.

- Undvik vetenskaplig jargong. Att till exempel skriva ut arters namn på latin är sällan nödvändigt. Provläs texten högt och ta hjälp av andra. Kan till exempel en mellanstadieelev förstå och vilja ta del av en text? .
- Koppla ihop temat med något besökaren kan relatera till. Utgå gärna från vilka frågor besökaren ofta har i området. Exempel: När dansar tranorna? När ska jag komma för att se ramslöken blomma?

Skapa mening

Skapa en känsla av delaktighet och lyft fram varför något är viktigt. Det finns en konkret koppling mellan innehållet och vad besökaren kan uppleva på platsen.

- Knyt ihop platsen eller temat med ett större fenomen. Vad säger ängen och gravrösen om hur livet varit här genom historien? Vad berättar kullarna i området om hur inlandsisen rörde sig? Vilken betydelse har naturvården för området?

- Visa vad besökaren kan göra, inte bara vad de inte får göra.

Skriv inte: "Det är förbjudet att lämna stigen. Området har höga naturvärden."

Skriv istället: "Här växer känsliga växter som lätt skadas när man trampar utanför stigen. Genom att stanna på stigen hjälper du till att bevara dem. Tack!"

- En positiv ton är ofta viktig när det gäller att vägleda besökaren.

Respektfull och inkluderande

Språket består av korta och begripliga meningar som gör det möjligt för besökaren att ta till sig informationen.

- Målet är att alla besökare ska förstå. Hitta en språklig nivå som passar så många som möjligt. Ett enkelt språk betyder dock inte att du inte får vara kreativ i din kommunikation. Ett mer målande språk kan nå fler och andra besökare.
- Prioritera att renodla ditt tema så att du på en skylt kan kommunicera din berättelse på cirka 45 sekunder. Det är den tid en besökare ungefär lägger på att läsa en skylt. Provläs texten och se hur lång den är.
- Belys olika typer av besökare och deras olika behov, intressen och perspektiv i kommunikation genom exempelvis text och bilder. Ofta framställs besökare i ett område som en homogen grupp. Motverka det genom att visa på mångfalden av besökare. Exempel: Låt information på webben beskriva tillgängligheten i området. "Här finns en bra fikaplatz som du når efter att ha tagit dig 200 meter längs spången. Den har en jämn yta och ingen lutning."
- Översätt information till framförallt engelska i välbesökta områden.
- Använd metoder för att göra en text mer lättläst. Exempel: Testa texten med hjälp av läsbarhetsindex eller skriv den med frasriktigt radfall.

Nudging

Nudging är en form av beteendepåverkan och kan ske både utifrån hur en text skrivs, men även utifrån hur man planerar och utformar ett område. På svenska kan det uttryckas som små "knuffar" som gör det lätt att göra rätt.

Beteendeknuffar. Metoden har visat sig vara mer framgångsrik än att säga till besökare vad som är förbjudet. Ett exempel på hur nudging kan användas är i Naturvårdsverkets arbete med kommunikation om allemansrätten. Här ligger fokus på "det är lätt att göra allemansrätt" med tips om hur besökaren just gör rätt i naturen. Det istället för att utgå från vad besökaren inte får göra.

Tonalitet är en form av nudging. Tonalitet är hur du säger något och nudging är hur du får människor att göra rätt. Det som försöker uppnås är få besökare att göra rätt utan att de märker att det finns en styrning kopplat till det. Nudging kan vara ett bra verktyg i kommunikationen av föreskrifter i ett område.

Andra exempel på nudging kan vara:

- Stigdragning och ledstruktur. Besökaren väljer automatiskt rätt väg

- Minskar behov av förbudsskyltar.
- Fysiska barriärer. Exempelvis stockar, stenar eller låg vegetation som markerar gräns, eller diskreta staket eller rep. Signalerar att inte gå där utan att använda en förbudsskylt.
- Placering av funktioner. Det kan påverka rörelsemönster. Exempelvis Toalett och rastplats vid rätt plats som då styr var folk stannar.
- Sociala signaler. Besökaren gör som "andra gör". Normstyrning utan text.

Fördjupat stöd: Nudging, ett verktyg för hållbara beteenden?

Hjälpmedel för att skriva begripligt

Standard för offentlig kommunikation i Sverige är myndigheternas skrivregler. Skyddade områden kan besökas av människor med olika behov och förutsättningar. Här är skrivreglerna ett bra stöd.

Myndigheternas skrivregler (isof.se)

Använd Läsbarhetsindex (LIX) för att få uppfattning om hur lätt eller svår en text är att läsa. Lix räknare. Att skriva lättförståeligt handlar dock även om pedagogik och naturvägledning. Därför behövs det en kombination av språkligt enklare texter och en intresseväckande och pedagogiskt språk.

Lix (lix.se)

Föreskrifter på skyltar

Föreskrifter/regler i ett område är ofta en viktig och stor del av kommunikationen med besökare i skyddade områden. Förvaltare vill och behöver förmedla informationen och besökare vill ofta veta vad som gäller och hur de gör rätt.

Samtidigt finns det stora utmaningar i att förmedla föreskrifter. Bara ordet föreskrift kan vara svårt att förstå. Ett alternativ kan därför vara att skriva "Regler i området."

GÖR ETT URVAL

Välj vilka föreskrifter/regler som är viktigast att förmedla till besökaren. Lyft sedan dessa på skyltar i området.

Det finns inga lagkrav eller andra krav på att fullständiga föreskrifter ska finnas på skyltar eller liknande anslag. Det behöver inte heller finnas ett paragraftecken intill föreskrifterna.

HÄNVISA TILL WEBB

På områdets webbplats kan istället föreskrifter finnas i sin helhet. Det kan då finnas en hänvisning från skylten till webbplatsen via exempelvis en QR-kod. Det är viktigt att följa upp så att QR-koden fungerar på skyltarna på plats. När QR-koder används på skyltar är det bra att också skriva vilken webb som koden går till.

GÖR DET ENKELT ATT FÖRSTÅ

Tänk på att föreskrifter ska vara korta och uttrycka det viktigaste. Gör det enkelt för besökaren att förstå hur den gör rätt. Om föreskrifterna blir utformade så att

besökare känner medansvar, får förståelse och kunskap om konsekvenser är chansen större att besökaren följer dem.

Använd också tydliga piktogram. Via den grafiska profilen kan du komma åt en bank av piktogram som du får använda.

HJÄLP BESÖKAREN GÖRA RÄTT

Exempel 1:

- Skriv inte: "Cykling är förbjuden i alla delar utom X"
- Skriv hellre: "Här får du cykla" tillsammans med en kartbild av den del av området där cykling är tillåten.

Exempel 2:

- Skriv inte: "Hunden måste vara kopplad".
- Skriv hellre: "Håll din hund kopplad, här finns djur som lätt störs.
- Tack för att du visar hänsyn till både djurliv och andra besökare."

Exempel 3:

- Skriv inte: "Tältning förbjuden".
- Skriv hellre: "För att skydda den känsliga naturen här är det endast tillåtet att tälta på anvisade tältplatser".

För mer stöd kring föreskrifter på entréskyltar:

[Att skylta i skyddad natur](#)

Fördjupat stöd kring naturvägledning

Handboken Naturvägledning i natur- och kulturområden fungerar som stöd för förvaltare vid planering och genomförande av naturvägledning i skyddade områden, som till exempel nationalparker, naturreservat och kulturresevat.

[Läs handboken](#)

Relaterat stöd

Här hittar du ytterligare stöd som hjälper dig att planera kommunikation inom skyddade områden.

[Interpretation – kommunikation som gör skillnad. Handbok för vägledare i natur- och kulturarv \(pdf\)](#)

[Metoder och verktyg för naturvägledning \(slu.se\)](#)

Hitta vidare

[Tillgängliga natur- och kulturområden](#)

[Kommunikation och skyltning i skyddade områden](#)

[Att skylta i skyddad natur](#)