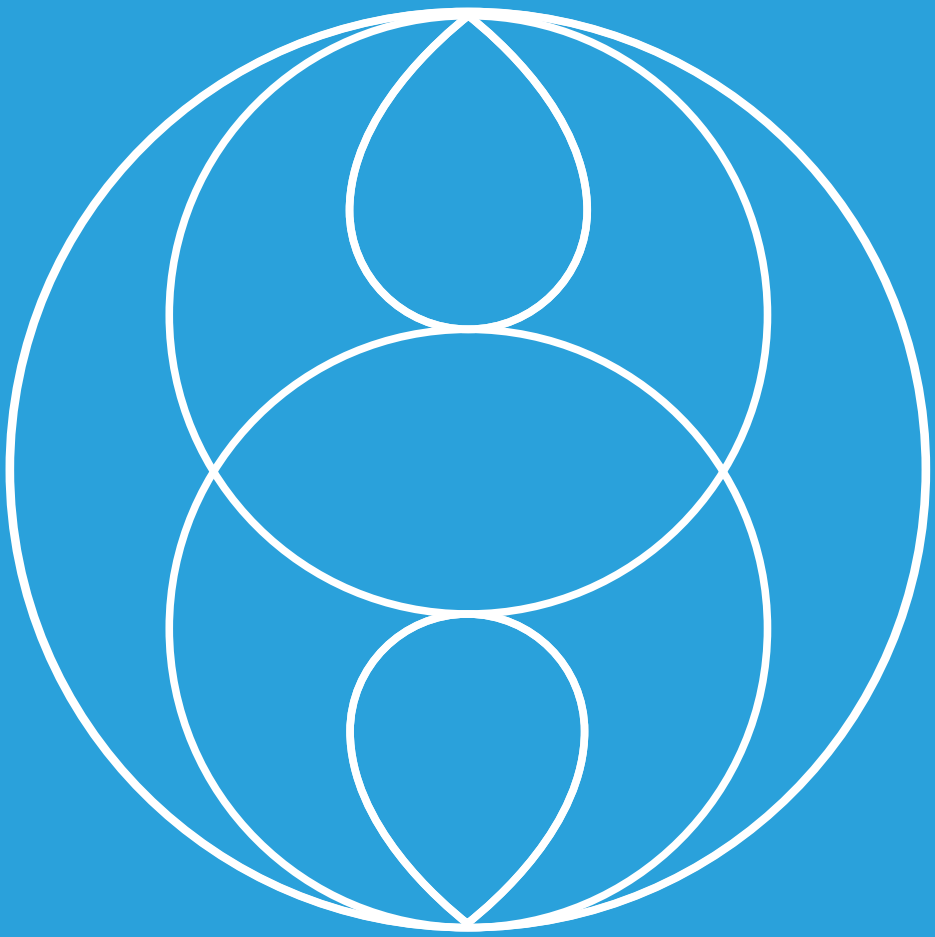
Håndbok

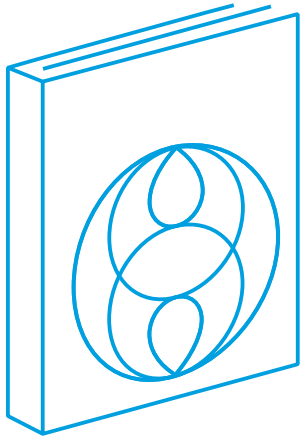
Kommunikasjon i dråper

En praktisk håndbok for bedre kommunikasjon i vannforvaltningen



Forfatter og redaktør: Mona Elisabeth Nilsen, Østfold fylkeskommune
Arbeidsgruppe: Lars Selbekk, Haldenvassdraget vannområde · Håvard Lucasen, Vannområde Randsfjorden · Hanne Jøssund Ørmen, Østfold fylkeskommune

Kommunikasjonsfaglige innspill: Wergeland Apenes WASK
Design og illustrasjon: Dinamo AS



Om håndboka

Denne håndboka er skrevet for daglige ledere og koordinatorer i vannområder.

Målet er å gi deg en praktisk arbeidsmetode og konkrete verktøy som kan gjøre kommunikasjonen enklere i arbeidshverdagen. Du trenger ikke lese håndboka fra perm til perm. Bruk den når du planlegger et møte, skal holde en presentasjon, skrive en kronikk eller ønsker å involvere flere i vannarbeidet.

Gjennom hele håndboka møter du kommunikasjonstrappa – en arbeidsmetode som kan hjelpe deg med å planlegge, gjennomføre og evaluere kommunikasjon. Du finner også eksempler fra praksis, korte sjekklister og lenker til nyttige ressurser.

Slik ble håndboka til
Kommunikasjon i dråper er utviklet i Glomma vannregion. Håndboka bygger på erfaringer og innspill fra en workshop om miljøkommunikasjon, videre arbeid i en egen arbeidsgruppe og dialog med daglige ledere og koordinatorer i vannområder.





Vann handler også om mennesker

Vannforvaltning handler om mer enn vann. Den handler om mennesker som skal samarbeide, ta beslutninger og gjennomføre tiltak.

Vi vet mye om hva som skal til for å forbedre tilstanden i innsjøer, elver, kystvann og grunnvann. Samtidig vet vi at kunnskap alene ikke er nok. Skal vi lykkes, må kunnskapen deles, forstås og omsettes til handling. Derfor er kommunikasjon en del av vannforvaltningen. Ikke som en tilleggsoppgave. Men som et virkemiddel for å skape forståelse, bygge tillit og legge til rette for samarbeid.

Som daglig leder eller koordinator i et vannområde har du en viktig rolle i dette arbeidet. Du samler mennesker med ulik kompetanse, ulike roller og ulike interesser. Du inviterer til dialog, skaper møteplasser og bidrar til at vannmiljø blir en del av beslutningene som tas.

God kommunikasjon løser ikke vannmiljøutfordringene. Men den kan gjøre det lettere å finne gode løsninger – sammen.



Dette finner du i håndboka

Om håndboka	1
Vann handler også om mennesker	3
Dette finner du i håndboka	4
Kommunikasjon er en del av vannforvaltningen	7
1. Kommunikasjonstrappa	**8**
Hvorfor?	10
Hvem?	12
Hva?	14
Hvordan?	16
Virket det?	20
Kommunikasjonstrappa i praksis	22
Fra trapp til praksis	24
2. Planlegge	**25**
Før du kommuniserer	25
Den korte kommunikasjonsplanen	26
Hvordan forklarer du rollen din?	27
Planlegg et godt møte	28
3. Formidle og synliggjøre	**29**
Å skrive en kronikk	29
Skriv kort og tydelig	30
Fortell med bilder	32
Fortell med video	35
Forklar med illustrasjoner	36
Fortell om resultatene	38
4. Møte mennesker	**40**
Gode spørsmål skaper gode samtaler	40
Når kommunikasjon blir krevende	42
Relasjoner først	44
Hvordan nå barn og unge	46
5. Når noe skjer	**47**
Når media tar kontakt	47
Når du ikke har svaret	49
Vanlige fallgruver	50
Kommunikasjon er også en del av vannforvaltningen	53
Nyttige ressurser	54



Kommunikasjon er en del av vannforvaltningen

Hvor mange ganger kommuniserer du i løpet av en vanlig arbeidsdag?

- Kanskje har du svart på en e-post.
- Snakket med en kommune.
- Forberedt et møte.
- Diskutert et tiltak med en grunneier.
- Skrevet et saksframlegg.
- Presentert resultater fra overvåkingen.
- Eller forklart hvorfor en bekk skal restaureres.

Alt dette er kommunikasjon. Og alt dette er vannforvaltning. Kommunikasjon er en del av jobben. Noen ganger handler den om å dele kunnskap. Andre ganger om å lytte, skape forståelse, bygge tillit eller legge til rette for samarbeid. Ofte handler den om alt dette samtidig.

Det finnes ingen oppskrift som passer i alle situasjoner. Men det finnes noen spørsmål som nesten alltid er nyttige å stille. Det er disse spørsmålene kommunikasjonstrappa bygger på.

Kort oppsummert
Du kommuniserer allerede hver dag. Kommunikasjonstrappa er en arbeidsmetode som kan hjelpe deg når kommunikasjonen blir viktig, krevende eller kompleks.

1. Kommunikasjonstrappa

Kommunikasjonstrappa er en arbeidsmetode som kan hjelpe deg med å planlegge, gjennomføre og evaluere kommunikasjon.

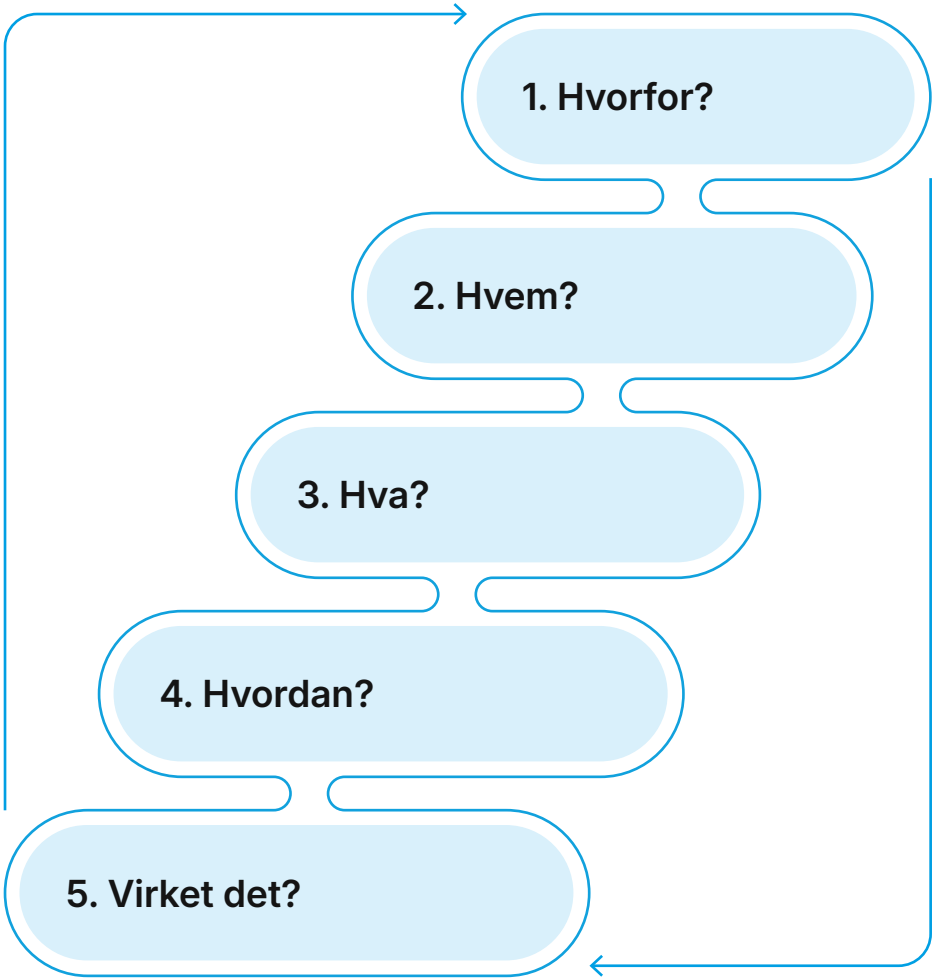


Den bygger på fem enkle spørsmål:

1. Hvorfor kommuniserer du?
2. Hvem ønsker du å nå?
3. Hva er det viktigste budskapet?
4. Hvordan vil du kommunisere?
5. Hvordan vet du om kommunikasjonen virket?

Du trenger ikke alltid å begynne med det første trinnet. Mange bruker kommunikasjonstrappa som en mental sjekkliste. Noen ganger starter du med målgruppen. Andre ganger med budskapet. Det viktigste er at du har tenkt gjennom alle spørsmålene.

I de neste oppslagene ser vi nærmere på hvert av de fem trinnene.



Kort oppsummert
Kommunikasjonstrappa er en arbeidsmetode som hjelper deg å tenke gjennom kommunikasjonen – før, under og etter.

Hvorfor?

Hva ønsker du å oppnå?

- Du skal invitere til et møte.
- Holde en presentasjon.
- Skrive en kronikk.
- Eller informere om et nytt tiltak.

Før du begynner å tenke på hva du skal si, kan det være nyttig å stoppe opp ved ett spørsmål: Hva ønsker jeg å oppnå? Svaret påvirker resten av arbeidet.

- Ønsker du å informere?
- Skape forståelse?
- Invitere til dialog?
- Få innspill?
- Legge grunnlag for en beslutning?
- Eller motivere til handling?

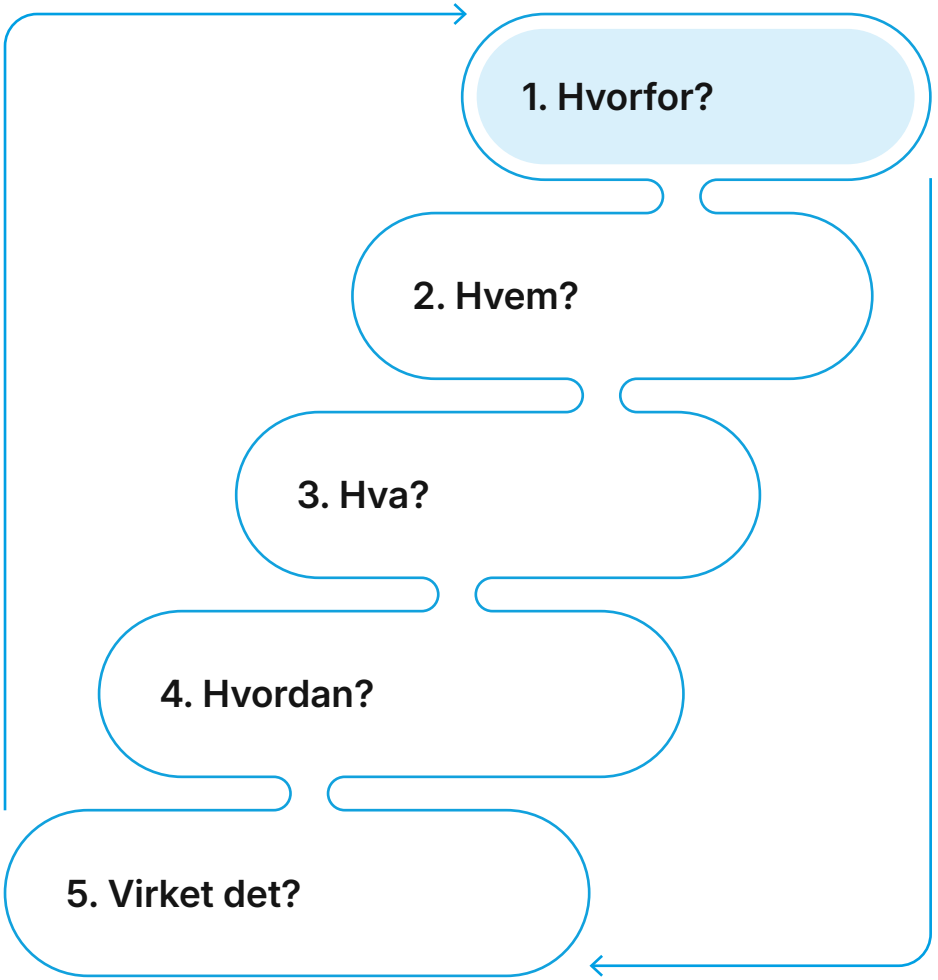
Jo tydeligere formålet er, desto lettere blir det å velge både budskap, målgruppe og hvordan du vil kommunisere.

Eksempel
Du skal invitere til et møte om restaurering av en bekk.

- Er målet å informere om et vedtak?
- Å lytte til innspill?
- Å skape forståelse for hvorfor tiltaket er nødvendig?
- Eller å bli enige om veien videre?

Det samme møtet kan få et helt annet innhold avhengig av hva du ønsker å oppnå.

Kort oppsummert
Et tydelig formål gjør det lettere å velge både budskap, målgruppe og form.



Sjekkliste
før du går videre:

- Hva ønsker jeg å oppnå?
- Hva skal være annerledes når kommunikasjonen er ferdig?
- Er formålet tydelig – også for mottakerne?

Hvem?

Hvem ønsker du å nå?

Du kjenner saken godt. Men kjenner mottakeren saken like godt?
Det er lett å ta utgangspunkt i det du selv mener er viktig. Ofte er det mer nyttig å starte med et annet spørsmål: Hvem ønsker jeg å nå – og hva er viktig for dem?

Den samme saken kan oppfattes forskjellig av en politiker, en grunneier, en kommune, en frivillig organisasjon eller en journalist. De trenger ikke nødvendigvis ulik informasjon. Men de trenger ofte ulik inngang til den samme saken.

Når flere er viktige

I mange saker er det flere du ønsker å nå. Da kan det være nyttig å prioritere.

Hvem trenger vi særlig å nå for å komme videre i akkurat denne saken?

Det betyr ikke at andre er uviktige. Men det kan hjelpe deg å velge hvor du skal begynne.

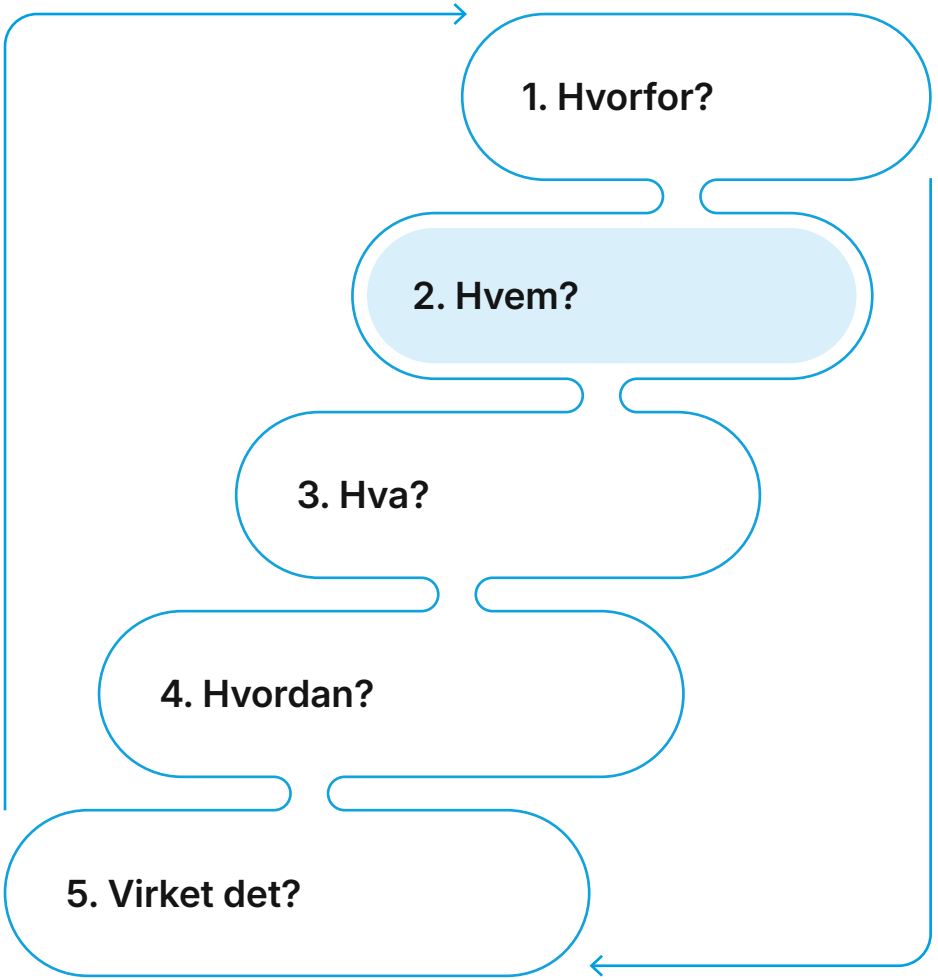
Eksempel

Du ønsker å få gjennomført et tiltak i en bekk. Mange kan være berørt, men akkurat nå er det grunneierne du trenger dialog med for å komme videre. Senere kan kommunen, lokalpolitikerne eller innbyggerne være de viktigste målgruppene. Målgruppen kan altså endre seg underveis i samme sak.

Tips!

Én sak – flere målgrupper

Det kan være nyttig å lage en enkel oversikt over de viktigste målgruppene før du starter arbeidet. Da blir det lettere å planlegge både budskap og kommunikasjon.



Sjekkliste

før du går videre:

- Hvem er de viktigste mottakerne?
- Hva vet de fra før?
- Hva er de opptatt av?
- Hva trenger de for å forstå eller ta stilling til saken?

Kort oppsummert

Jo bedre du kjenner mottakeren, desto lettere er det å finne en god inngang til saken.

Hva?

Hva er det viktigste budskapet?

Når du kjenner formålet og vet hvem du ønsker å nå, kan du spørre: Hva er det viktigste jeg ønsker at mottakeren skal sitte igjen med? Det kan være fristende å fortelle alt. Men ofte er det bedre å løfte fram det viktigste.

Et tydelig budskap gjør det lettere å forstå saken – og lettere å huske den. Når det er mulig, kan det også være nyttig å vise hva som kan gjøres, ikke bare beskrive problemet.

Eksempel: Samme tiltak – ulike innganger

Du skal kommunisere om et tiltak langs en bekk. Selve tiltaket er det samme, men hva som er viktig å få fram, kan avhenge av hvem du ønsker å nå.

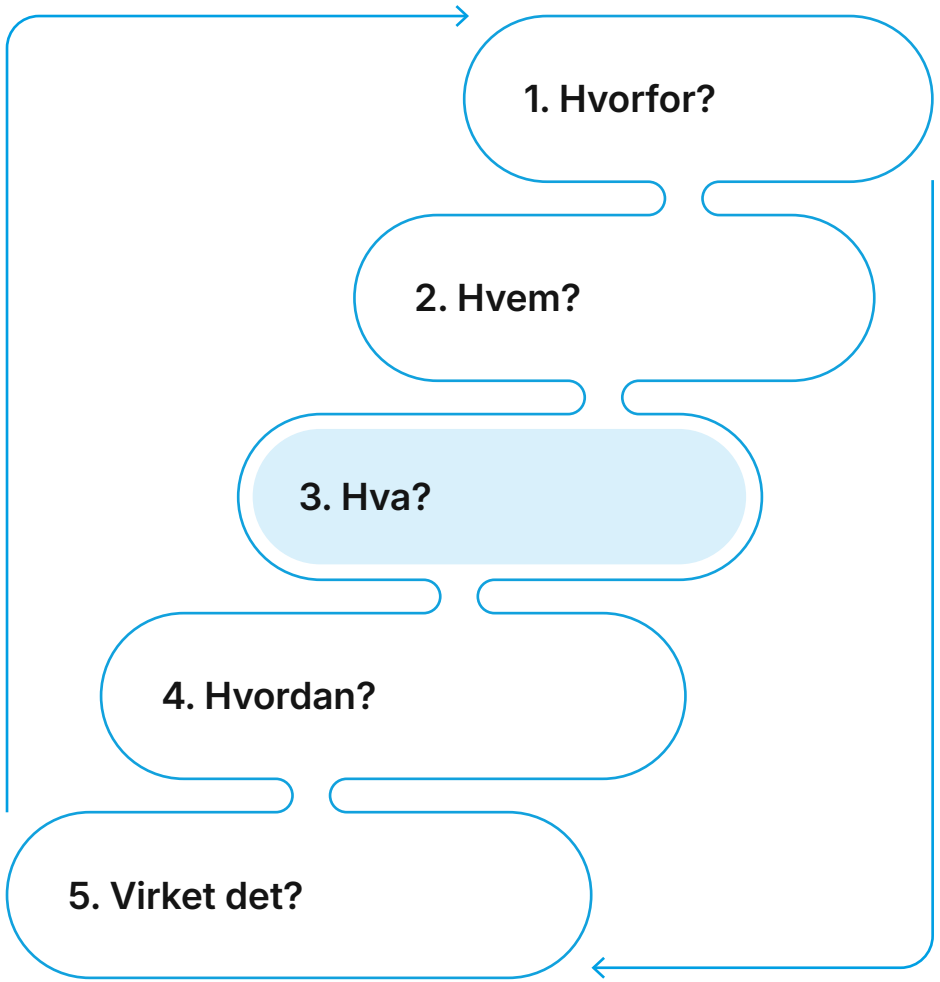
Til en grunneier kan det være relevant å snakke om hvordan tiltaket påvirker arealet og driften – og hvilke gevinster tiltaket kan ha for grunneieren.

Til kommunen kan redusert erosjon, flomrisiko eller behovet for framtidig vedlikehold være en viktig inngang. Til innbyggere kan det være lettere å begynne med hva tiltaket betyr for bekken, nærmiljøet og naturen.

Poenget er ikke å fortelle ulike historier til ulike mennesker. Poenget er å finne den inngangen til saken som gjør den relevant for den du snakker med.

Kort oppsummert

Spør deg selv: Hvis mottakeren bare husker én ting – hva skal det være?



Sjekkliste

før du går videre:

- Hva er hovedbudskapet?
- Er det lett å forstå?
- Er det viktig for mottakeren?
- Kan du si det med én eller to setninger?

Hvordan?

Hvordan når du best fram?

Når du vet hva du ønsker å oppnå, hvem du ønsker å nå og hva som er det viktigste budskapet, kan du spørre: Hvordan bør du kommunisere? Det finnes sjelden én riktig måte. Valget avhenger av både saken, målgruppen og situasjonen.

Noen ganger er et møte den beste løsningen. Andre ganger fungerer en telefonsamtale, en e-post eller en kort presentasjon bedre. Det viktigste er ikke hvilken kanal du velger. Det viktigste er at kommunikasjonsformen passer til det du ønsker å oppnå.

Eksempel

Du ønsker innspill fra grunneiere før et restaureringstiltak. Da er kanskje ikke et langt informasjonsskriv den beste starten. Et møte eller en befaring kan gi bedre dialog og større forståelse for både utfordringer og muligheter.

Hvis målet derimot er å informere om et vedtak, kan et brev eller en e-post være tilstrekkelig.

Kort oppsummert

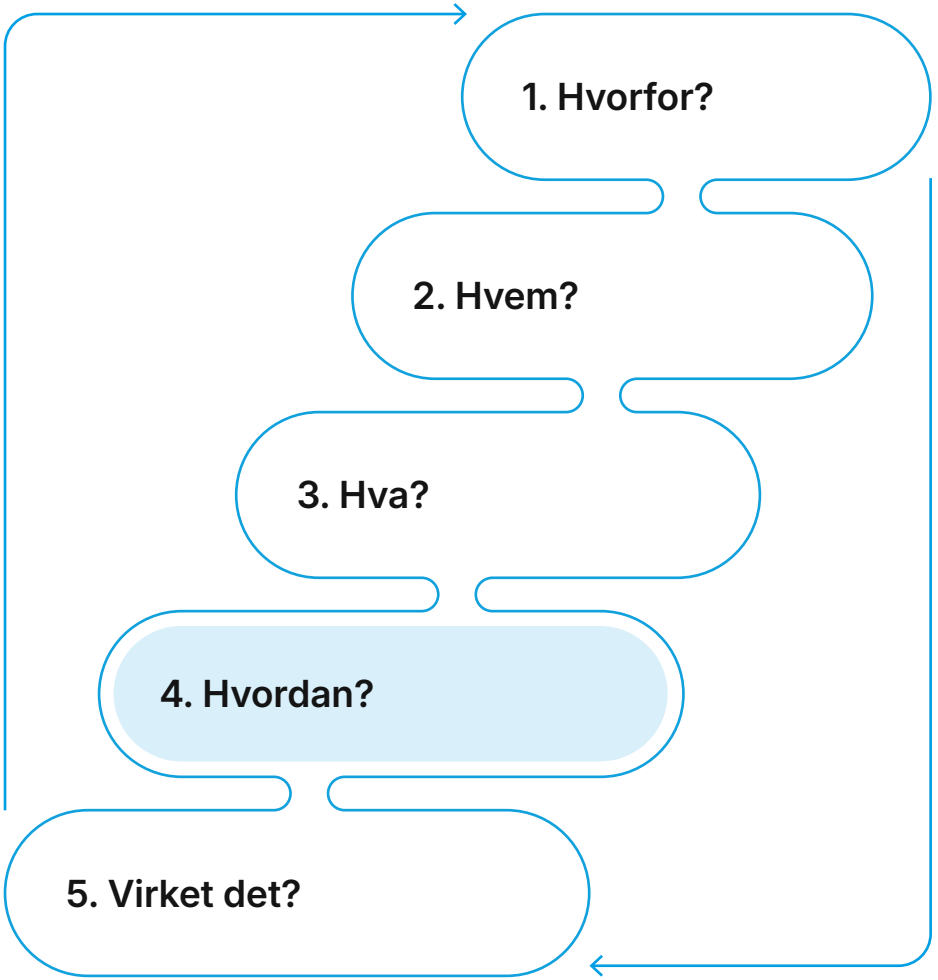
Velg kommunikasjonsform etter formålet – ikke av vane.

Tips!

Kommunikasjonsformer

- Møte
- Befaring
- Workshop
- Presentasjon
- E-post
- Nettside
- Sosiale medier
- Presse
- Film og bilde
- Illustrasjoner

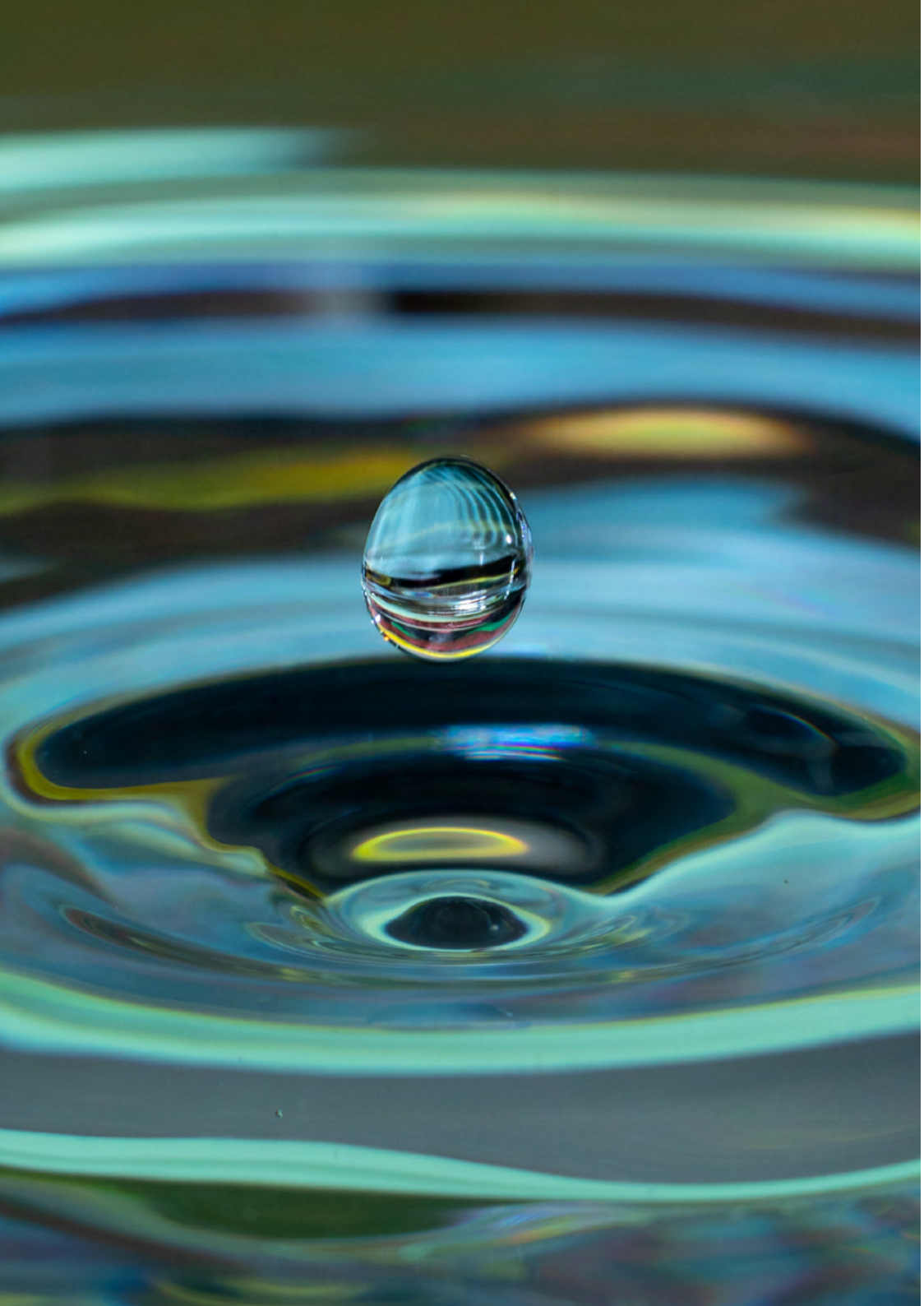
Det viktigste er ikke å bruke flest mulig kanaler. Det viktigste er å velge de som passer best.



Sjekkliste

før du går videre:

- Hvordan når jeg best fram til denne målgruppen?
- Er det behov for dialog eller informasjon?
- Kan jeg kombinere flere kommunikasjonsformer?
- Har mottakerne mulighet til å stille spørsmål?



Tips!

Kommunikasjonsformer

Det finnes mange måter å kommunisere på.
Velg form ut fra hvem du skal nå og hva du ønsker å oppnå.

Møte
Samle mennesker til dialog, informasjon og beslutning.

Befaring
Se, oppleve og forstå sammen i felt.

Workshop
Jobbe sammen om å løse oppgaver og utvikle løsninger.

Presentasjon
Formidle kunnskap og skape forståelse.

E-post
Gi informasjon, stille spørsmål og følge opp.

Nettside
Gjøre informasjon tilgjengelig for mange, hele tiden.

Sosiale medier
Skape engasjement, dele nyheter og nå ut bredt.

Presse
Nå ut med budskap gjennom journalister og medier.

Film eller illustrasjoner
Forklare, inspirere og gjøre budskap lettere å forstå.

Kort oppsummert
Kombiner gjerne flere kommunikasjonsformer. Da treffer du flere, og budskapet ditt blir både tydeligere og mer tilgjengelig.

Virket det?

Hvordan vet du om kommunikasjonen virket?

Noen ganger merker du det mens du kommuniserer. Følger folk med? Stiller de spørsmål? Virker noe uklart? Da kan du stoppe opp, spørre eller forklare på en annen måte.

Andre ganger er det nyttig å se tilbake når møtet er over. Presentasjonen er holdt. Kronikken er publisert. Eller tiltaket er presentert. Hva fungerte? Hva fungerte mindre godt? Hva tar jeg med meg neste gang? Det handler ikke om å evaluere alt. Men om å bli litt klokere for hver gang.

Eksempel

Du har invitert til et møte om restaurering av en bekk. Mange møtte opp. Det ble gode diskusjoner. Men underveis merker du at flere er usikre på hvorfor tiltaket er nødvendig. Du stopper opp og bruker en enkel illustrasjon som viser utfordringen før dere går videre. Små justeringer underveis kan gjøre stor forskjell.

Prøv dette – Exit-kort

Etter et møte eller en workshop kan du be deltakerne svare kort på tre spørsmål:

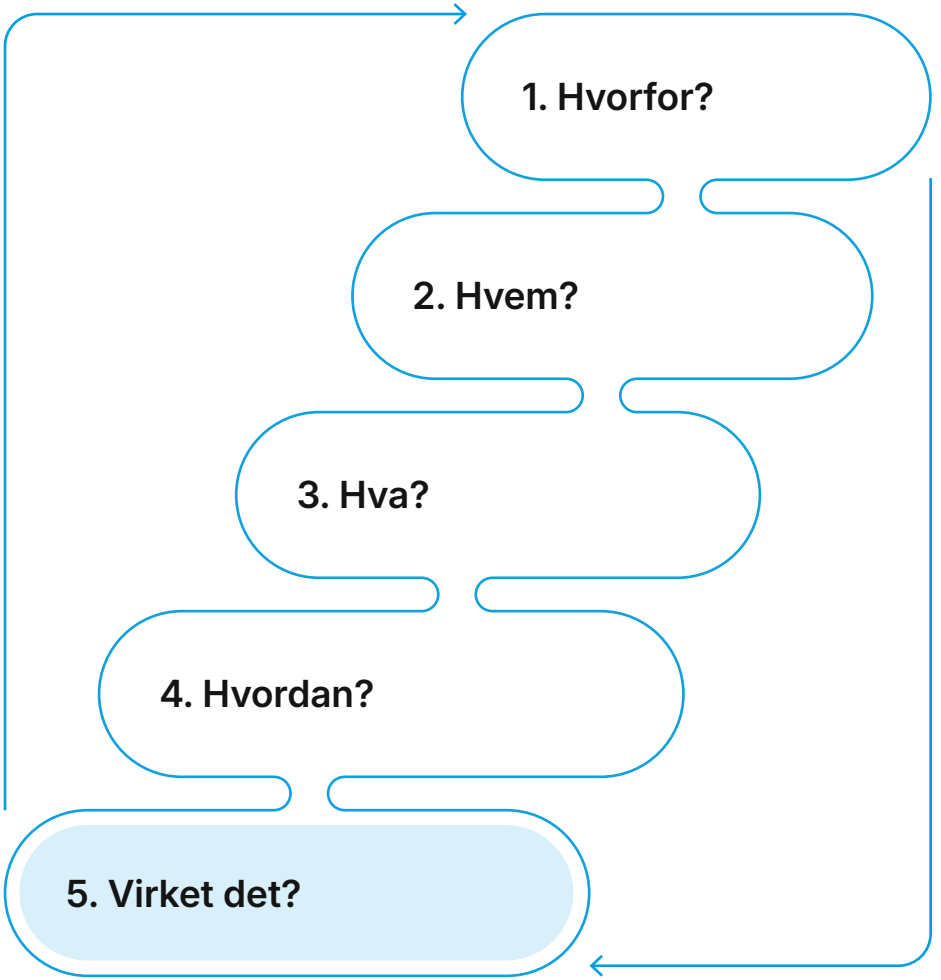
- Hva tar du med deg fra møtet?
- Hva er fortsatt uklart?
- Hva bør vi følge opp?

Svarene kan samles på en lapp, digitalt eller i et enkelt Forms-skjema.

Tips!

Små erfaringer – stor verdi

Du trenger ikke en omfattende evaluering.
Noen få observasjoner underveis og refleksjoner etterpå kan være nok til å utvikle kommunikasjonen videre.



Kort oppsummert

Følg med underveis. Evaluer etterpå.
Ta erfaringene med deg videre.

Sjekkliste

Etterpå kan du spørre deg selv:

- Oppnådde jeg det jeg ønsket?
- Ble budskapet forstått?
- Fikk jeg de innspillene jeg trengte?
- Hva vil jeg gjøre annerledes neste gang?

Kommunikasjonstrappa i praksis

Fra metode til praksis

Kommunikasjonstrappa er ikke noe du skal fylle ut. Den er heller ikke en sjekkliste du må følge punkt for punkt. Den er et hjelpemiddel når du ønsker å planlegge, gjennomføre eller evaluere kommunikasjon.

Ofte bruker du den uten å tenke over det. Andre ganger kan det være nyttig å stoppe opp og stille de fem spørsmålene litt mer systematisk.



Et eksempel

Du skal invitere til et møte om restaurering av en bekk. Da kan kommunikasjonstrappa hjelpe deg med å tenke gjennom:

Hvorfor? Hva ønsker jeg at møtet skal føre til?

Hvem? Hvem bør inviteres til møtet?

Hva? Hva er det viktigste deltakerne skal sitte igjen med?

Hvordan? Er et møte nok? Bør vi sende informasjon på forhånd? Er en befaring en bedre start?

Virket det? Hva merker jeg underveis? Hva fungerte? Hva vil jeg gjøre annerledes neste gang?

Kort oppsummert

Kommunikasjonstrappa er ikke et mål i seg selv. Den er et verktøy som kan brukes i små og store kommunikasjonsoppgaver.

Fra trapp til praksis

Kommunikasjonstrappa hjelper deg å tenke gjennom kommunikasjonen. I denne delen finner du råd og verktøy som kan hjelpe deg videre i konkrete situasjoner. Rådene og verktøyene henger sammen med spørsmålene i kommunikasjonstrappa.

Noen berører ett eller to av spørsmålene særlig tydelig. Andre tar deg gjennom nesten hele trappa. Du trenger ikke bruke alle. Velg det som passer saken du står i.

Rådene og verktøyene er samlet i fire grupper, slik at det skal være lettere å finne fram:

Planlegge
- Før du kommuniserer
- Den korte kommunikasjonsplanen
- Hvordan forklarer du rollen din?
- Planlegg et godt møte

Møte mennesker
- Gode spørsmål skaper gode samtaler
- Når kommunikasjon blir krevende
- Relasjoner først
- Hvordan nå barn og unge

Formidle og synliggjøre
- Å skrive en kronikk
- Skriv kort og tydelig
- Fortell med bilder
- Fortell med video
- Forklar med illustrasjoner
- Fortell om resultatene

Når noe skjer
- Når media tar kontakt
- Når du ikke har svaret
- Vanlige fallgruver

2. Planlegge

Hvorfor? Hvem? Hva? Hvordan? Virket det?

Før du kommuniserer

Fem minutter som kan gjøre en forskjell
Det er ikke alltid du trenger en kommunikasjonsplan. Ofte holder det å stoppe opp i noen minutter før du går i gang. Still deg selv disse fem spørsmålene:

Hvorfor?
Hva ønsker jeg å oppnå?

Hvem?
Hvem ønsker jeg å nå?

Hva?
Hva er det viktigste budskapet?

Hvordan?
Hvordan når jeg best fram?

Virket det?
Hva kan jeg følge med på underveis – og lære av etterpå?

Kort oppsummert
Du trenger ikke alltid mer tid. Noen ganger trenger du bare fem minutter til å tenke gjennom oppgaven.

Den korte kommunikasjonsplanen

Ikke gjør det vanskeligere enn nødvendig
Du trenger ikke alltid en omfattende kommunikasjonsplan. Ofte er én side nok. Det viktigste er at du har tenkt gjennom de viktigste spørsmålene før du går i gang.

Eksempel

Oppgave	Invitere til møte om restaurering av en bekk.
Formål	Skape forståelse og få innspill.
Målgruppe	Grunneiere og kommunen.
Hovedbudskap	Restaureringen skal forbedre vannmiljøet og redusere flomrisiko.
Kommunikasjonsform	Invitasjon, informasjon på forhånd og befaring.
Når	Før planene for tiltaket ferdigstilles.
Ansvar	Daglig leder eller koordinator i vannområdet.
Oppfølging	Følge med på spørsmål og reaksjoner under møtet og avklare hva som bør følges opp etterpå.

Kort oppsummert
En enkel plan er ofte bedre enn ingen plan.

Hvordan forklarer du rollen din?

Du er ofte den første de spør
«Hva er egentlig et vannområde?»
«Hva gjør en daglig leder eller koordinator i et vannområde?»
«Hvorfor er dette viktig?»

Slike spørsmål dukker opp ofte. Et kort og tydelig svar gjør det lettere å skape forståelse – og gir et godt utgangspunkt for videre dialog.

Et forslag

> *Jeg jobber med å samle kommuner, myndigheter og andre aktører slik at vi kan ta vare på og forbedre vannmiljøet. Det handler om å skape samarbeid, dele kunnskap og bidra til at gode tiltak blir gjennomført.*

Du trenger ikke lære dette utenat. Finn dine egne ord.
Det viktigste er at forklaringen er enkel og lett å forstå.

Eksempel
Du møter en lokalpolitiker før et møte. I stedet for å starte med vannforskriften eller organiseringen av vannforvaltningen kan du begynne med:

> *«Jeg jobber med å få ulike aktører til å samarbeide om å ta vare på elver, innsjøer, bekker og kystvann.»*

Det gir mottakeren et bilde av rollen før dere går inn i saken.

Sjekkliste
Prøv å forklare rollen din på under 30 sekunder. Ville en person uten forkunnskaper forstått hva du gjør – og hvorfor det er viktig?

Kort oppsummert
En enkel forklaring skaper forståelse. Forståelse gjør det lettere å komme videre i samtalen.

Planlegg et godt møte

Et godt møte starter før møtet
Mange av de viktigste samtalene i vannforvaltningen skjer rundt et møtebord. Noen møter handler om å dele informasjon. Andre om å lytte, skape forståelse eller finne løsninger sammen.

Jo bedre møtet er planlagt, desto større er sjansen for at deltakerne går hjem med en felles forståelse av veien videre. Kommunikasjonstrappa kan være et nyttig hjelpemiddel allerede i planleggingen.

Før du sender invitasjonen
Bruk fem minutter på å avklare:

- Hvorfor inviterer du til møtet?
- Hvem bør delta?
- Hva er det viktigste deltakerne skal sitte igjen med?
- Hvordan legger du til rette for dialog?
- Hvordan vil du følge opp etter møtet?

Eksempel: Medvirkningsmøte
Du skal invitere til et møte om et restaureringstiltak. Hvis målet er å skape dialog, bør agendaen gi rom for spørsmål og innspill. Hvis målet er å informere om et vedtak, kan møtet bygges opp på en annen måte. Formålet påvirker hvordan du planlegger møtet.

Kort oppsummert
Et godt møte starter før møtet. Vær tydelig på hvorfor dere møtes, hvem som bør delta og hva møtet skal føre til.

3. Formidle og synliggjøre

Å skrive en kronikk

En kronikk kan være en god måte å løfte en sak på og forklare hvorfor den er viktig og invitere flere inn i samtalen. Men det kan også kjennes litt skummelt å skrive en kronikk. Kanskje tenker du at du må ha alle fakta på bordet før du kan begynne. Da kan terskelen bli så høy at kronikken aldri blir skrevet.

Du trenger ikke fortelle alt du vet. Det viktigste er å vite hva du ønsker å si – og hvorfor akkurat dette er viktig for dem du skriver til. En kronikk blir ofte bedre når den har ett tydelig hovedbudskap. Velg ut det som støtter dette budskapet, og la resten ligge.

Sjekkliste
Før du begynner å skrive:

- Hva ønsker jeg å oppnå med kronikken?
- Hvem skriver jeg til?
- Hva er det viktigste jeg vil at leseren skal sitte igjen med?
- Hvilke fakta trenger leseren for å forstå poenget?
- Har jeg et konkret eksempel som kan gjøre saken lettere å forstå?
- Hvor passer det best å publisere kronikken?

Hvor kan du publisere?
Lokalavisa kan være et godt valg når saken har tydelig lokal betydning. Fag- og bransjemedier kan være aktuelle når du ønsker å nå bestemte målgrupper. Bondebladet, Nationen og magasinet Skog er eksempler på medier som kan være relevante for saker som berører landbruk, natur og vannforvaltning.

Kort oppsummert
Du trenger ikke skrive alt du vet. Finn hovedbudskapet. Velg det leseren trenger for å forstå det. Og begynn å skrive.

Skriv kort og tydelig

Gjør det enkelt å forstå
Du kjenner saken godt. Mottakeren gjør det kanskje ikke. Derfor er det ofte en fordel å skrive kortere enn du først hadde tenkt. Et klart språk gjør det lettere å forstå budskapet – og lettere å ta stilling til saken.

Noen enkle råd
Start med det viktigste. Gi leseren hovedbudskapet tidlig. Bruk ord som mottakeren kjenner. Fagbegreper er nødvendige noen ganger. Men forklar dem når det er behov. Korte avsnitt er lettere å lese. La teksten få luft.



Kort oppsummert
Skriv så enkelt som saken tillater.
Ikke enklere.

Eksempel
I stedet for:

> «Restaureringstiltaket har som formål å forbedre de økologiske kvalitetselementene i vannforekomsten.»

Kan du skrive:

> «Tiltaket skal gi bedre forhold for planter, dyr og fisk i bekken.»

Det første kan være riktig i en fagrapport. Det andre fungerer ofte bedre når du kommuniserer med innbyggere eller politikere.

Sjekkliste
- Kommer hovedbudskapet tidlig?
- Er språket tilpasset mottakeren?
- Kan noe kuttes?
- Har du forklart nødvendige fagord?

Ressurser
Klarspråk.no

Fortell med bilder

Et godt bilde gjør budskapet tydeligere
Vi husker ofte bilder bedre enn tekst. Et bilde kan vise en utfordring. Et tiltak. Et resultat. Eller mennesker som samarbeider. Det gjør det lettere å forstå hva saken handler om. Velg derfor bilder som støtter budskapet – ikke bare pynter opp.

Eksempel
Du skal fortelle om restaurering av en bekk. Et kart viser hvor tiltaket ligger. Et bilde viser hvorfor tiltaket er viktig. Brukt sammen gir de mottakeren en bedre forståelse enn tekst alene.

Sjekkliste
- Støtter bildet hovedbudskapet?
- Er motivet lett å forstå?
- Viser bildet mennesker, natur eller tiltak på en relevant måte?
- Har du rettigheter til å bruke bildet?

Tips!

Ta bilder underveis. Ikke bare av ferdige tiltak. Også av møter, befaringer, samarbeid og prosesser. De forteller historien om vannforvaltningen.

Kort oppsummert
Spør deg selv: Hjelper bildet mottakeren til å forstå budskapet? Hvis svaret er nei, trenger du kanskje ikke bildet.



Svenåa før steinutlegging



Svenåa etter steinutlegging



Vigga ved Spar før tiltak



Vigga ved Spar etter tiltak



Her er et eksempel på en helt nyetablert situasjon og en ny bekk i vannområdet Hurdalsvassdraget/Vorma. Bildet over viser prosessen, og nedenfor ser du hvordan det ser ut i dag. Vi kontrollerte effekten og måloppnåelsen ved hjelp av elektrofiske nå i sommer, og det har blitt fantastisk vellykket! Det er nå fri oppvandring for fisken hele veien – selv for yngel. Vi registrerte en ekstremt høy tetthet av unge ørreter, med hele 206 ørretunger per 100 m². Dette er langt over grensen for «svært god økologisk tilstand». Gøy!

Helge B. Pedersen



Fortell med video

Du står ved en bekk der det nettopp er gjennomført et tiltak. Vannet renner, vegetasjonen er på vei tilbake, og du kan vise med egne øyne hva som har skjedd. Da kan det være mer virkningsfullt å ta fram mobilen enn å vente til du er tilbake på kontoret.

En kort video fra felt trenger ikke være perfekt. Fortell hva vi ser, hva som skjer og hvorfor det er viktig. Det viktigste er at videoen hjelper mottakeren til å forstå noe.

Ulike videoer har ulike formål

En kort video fra felt kan egne seg godt når du vil vise noe som skjer her og nå. Den kan lages med mobilen og deles raskt, for eksempel i sosiale medier. Opptak av seminarer, foredrag og møter kan gjøre faglig innhold tilgjengelig for flere – også for dem som ikke hadde anledning til å delta.

Skal du lage en lengre informasjonsfilm eller forklare noe mer komplekst, trenger du gjerne mer planlegging. Da kan en enkel dreiebok være nyttig. Noen ganger kan det også være riktig å få hjelp til produksjonen.

Sjekkliste

Før du trykker på opptak:

- Hva vil jeg at seeren skal forstå?
- Hva kan jeg vise – i stedet for bare å fortelle?
- Kan jeg formidle ett hovedpoeng kort og enkelt?
- Er lyd og bilde gode nok til at budskapet kommer fram?
- Skal videoen være stående eller liggende der den skal brukes?
- Har jeg avklart om personer som er med, kan filmes og publiseres?
- Hvor skal videoen brukes?

Kort oppsummert

Vis det mens det skjer. Hold det kort når du kan. Tenk gjennom hvor videoen skal brukes. La formålet bestemme hvor mye du trenger å planlegge.

Forklar med illustrasjoner

Noen ganger er et bilde ikke nok.

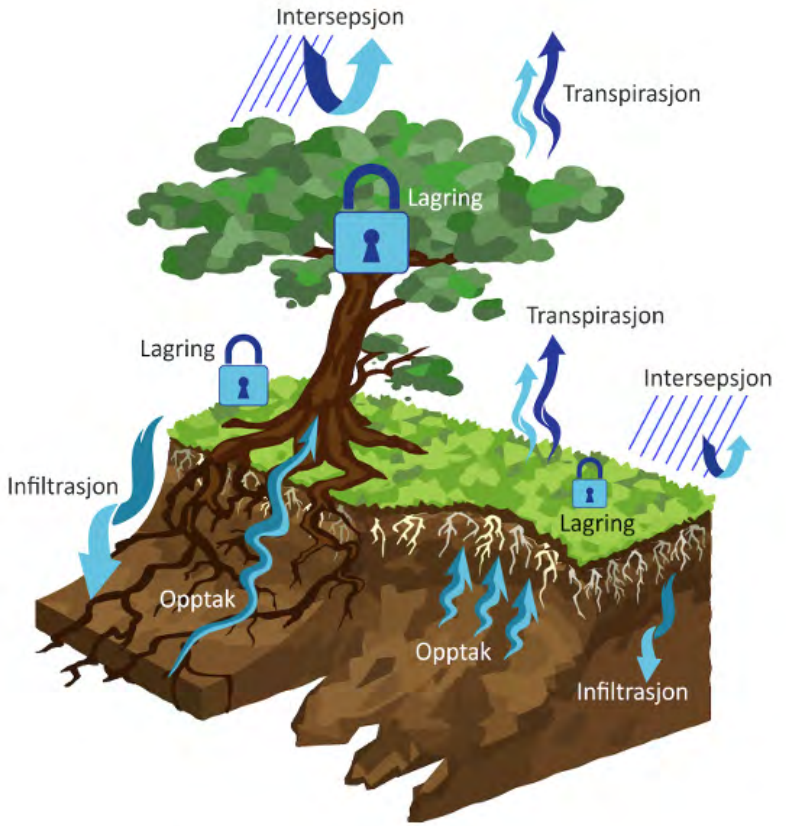
En illustrasjon kan vise sammenhenger og prosesser som er vanskelige å se i et fotografi. Den kan forenkle virkeligheten, løfte fram det viktigste og gjøre komplisert kunnskap lettere å forstå.

Tenk for eksempel på vegetasjonen langs en bekk. Et fotografi kan vise hvordan bekkekanten ser ut. En illustrasjon kan i tillegg vise hvilke funksjoner vegetasjonen har – og forskjellen mellom en bekkekant med og uten vegetasjon.

Illustrasjoner kan derfor være særlig nyttige når du ønsker å forklare hvordan noe fungerer eller hjelpe mottakeren til å få en dypere forståelse.

Sjekkliste
Før du bestiller eller lager en illustrasjon:
- Hva skal mottakeren forstå etter å ha sett illustrasjonen?
- Hva er vanskelig å vise med et fotografi?
- Hvilke sammenhenger eller funksjoner må komme tydelig fram?
- Hva kan forenkles eller utelates?
- Trenger illustratøren faglige referanser eller eksempler?

Lag gjerne en enkel skisse
Du trenger ikke kunne tegne. En enkel kladd kan være en god del av bestillingen til en illustratør. Marker hva som skal være med, hva som skal framheves og hvordan elementene henger sammen. Jo tydeligere du er på hva illustrasjonen skal hjelpe mottakeren til å forstå, desto bedre utgangspunkt har illustratøren.



Eksempel – funksjoner i bekkekant
En illustrasjon kan vise hvordan vegetasjon langs bekken beskytter kantene mot erosjon. Røttene til trær og busker bidrar til å holde jord og masser på plass over tid. Vegetasjonen kan redusere erosjonen, men ikke fjerne den helt.

Kort oppsummert
Bruk foto når du vil vise hvordan noe ser ut. Bruk illustrasjon når du vil vise hvordan noe henger sammen eller fungerer.

Fortell om resultatene

Vis hva som skjer
Vannforvaltning handler om langsiktig arbeid. Resultatene kommer ikke alltid med én gang. Derfor er det viktig å synliggjøre det som faktisk skjer underveis. Fortell om små og store resultater. Vis fram samarbeid. Del erfaringer. Det gjør arbeidet mer forståelig – og kan bidra til å skape engasjement og tro på at innsatsen nytter.



Sonate – fra havbunnen til dagsorden
Etter sju år på havbunnen ble båtvraket Sonate hevet fra Grimsøykilen i Skjeberg. Hevingen markerte starten på et mer systematisk arbeid med å fjerne båtvrak over 3 tonn langs Østfoldkysten.

Saken hadde lenge stått fast. Våren 2026 kom vendepunktet da frivillige aktører tok kontakt med vannområdet og fylkeskommunen. På kort tid ble det etablert et samarbeid med et tydelig mål: Sonate skulle fjernes før sommeren.

Hevingen ble gjennomført i juni og fikk stor oppmerksomhet. Frivillige bidro med lokalkunnskap, nettverk og praktisk gjennomføring, mens forskningsmiljøer bidro med faglig støtte og trygghet i arbeidet. Kommunikasjon og mediedekning gjorde både utfordringen, samarbeidet og resultatet synlig.

Det som startet med ett båtvrak, utviklet seg til et bredere samarbeid om håndtering av båtvrak i regionen. Erfaringene fra Sonate har dermed blitt et utgangspunkt for videre innsats.

Hva kan vi lære av Sonate?
- Gjør saken konkret. Ett konkret eksempel kan gjøre en større miljøutfordring lettere å forstå.
- Vis hvem som bidrar. Historien om resultatet handler også om menneskene og samarbeidet som gjorde det mulig.
- Fortell hva innsatsen førte til. Synlige resultater kan skape oppmerksomhet, engasjement og støtte for videre arbeid.
- Bruk media aktivt. Mediedekning kan gjøre både utfordringen, løsningene og resultatene kjent for flere.

Verktøy
Når du skal fortelle om et tiltak:
- Hva var utfordringen?
- Hva gjorde dere?
- Hvem bidro?
- Hva ble resultatet?
- Hva skjer videre?

Kort oppsummert
Gjør resultatene synlige.
Da blir også arbeidet synlig.

4. Møte mennesker

Gode spørsmål skaper gode samtaler

Du trenger ikke ha alle svarene
Vannforvaltning handler ofte om å finne løsninger sammen. Da er det ikke alltid den som snakker mest, som kommer lengst. Noen ganger er det den som stiller de beste spørsmålene. Gode spørsmål viser interesse. De gir rom for ulike erfaringer. Og de kan bidra til å bygge tillit.

Eksempel - grunneierdialog
Du møter en grunneier som er skeptisk til et restaureringstiltak. I stedet for å starte med å forklare tiltaket, kan du begynne med å spørre:

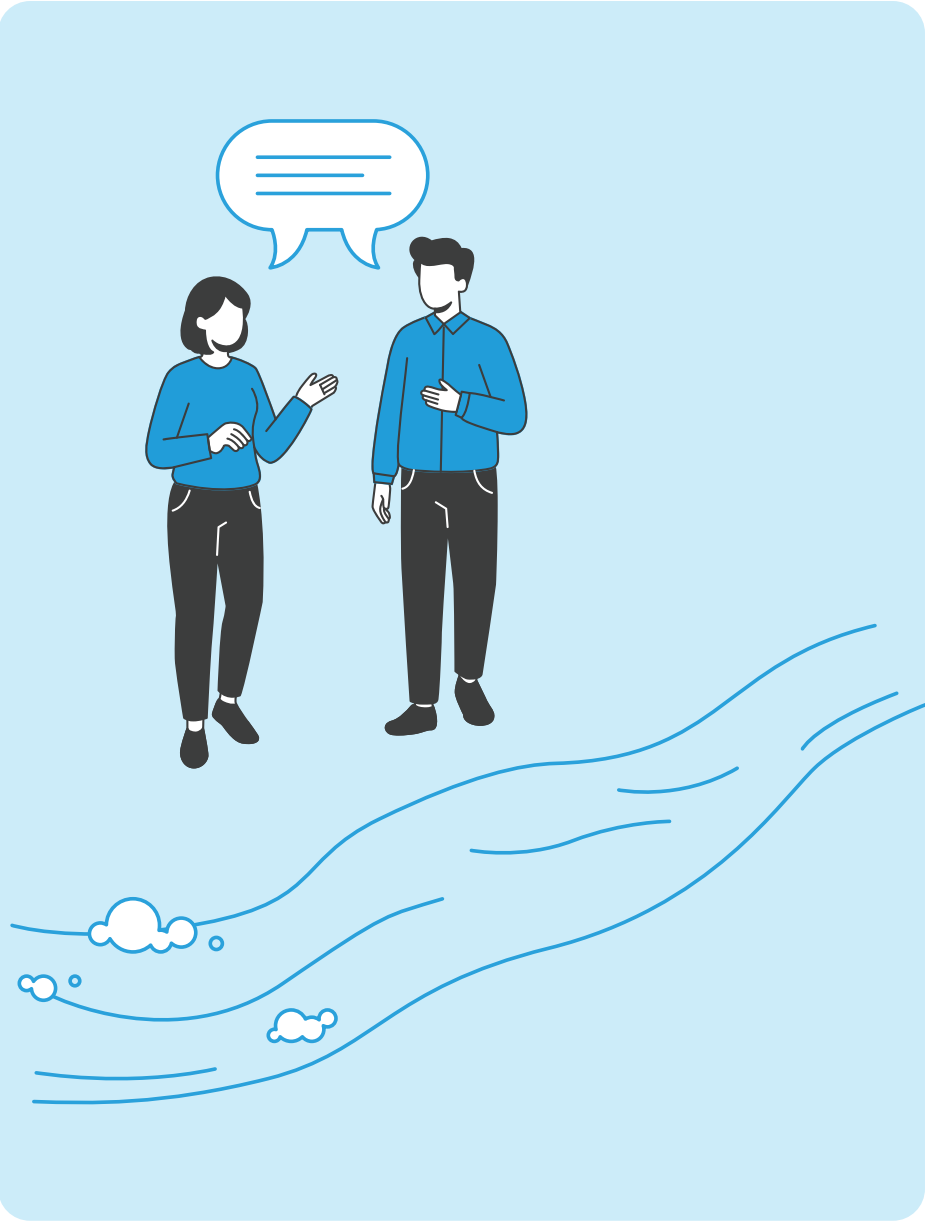
- Hvordan bruker du området i dag?
- Hva er viktig for deg?
- Hva tenker du når du hører om dette tiltaket?

Svarene gir deg et bedre utgangspunkt for den videre samtalen.

Verktøy – fire åpne spørsmål
Når du vil forstå den andres perspektiv, kan du begynne med:

- Hvordan opplever du situasjonen?
- Hva er viktig for deg?
- Hva er du bekymret for?
- Hvilke muligheter ser du?

Still spørsmål før du kommer med løsninger.



Kort oppsummert
God kommunikasjon handler ikke bare om å formidle.
Den handler også om å lytte.

Når kommunikasjon blir krevende

Ulike perspektiver er en del av jobben
Vannforvaltning handler ofte om interesser som møtes. Noen ganger er det ulike interesser. Andre ganger kan uenigheten handle om kunnskapsgrunnlaget, kostnader, prioriteringer eller hva som er mulig å få til.

Det kan også hende at den du møter, er skeptisk til et tiltak eller ikke har tro på at det vil nytte. Da hjelper det ikke nødvendigvis å komme med mer informasjon eller flere argumenter.

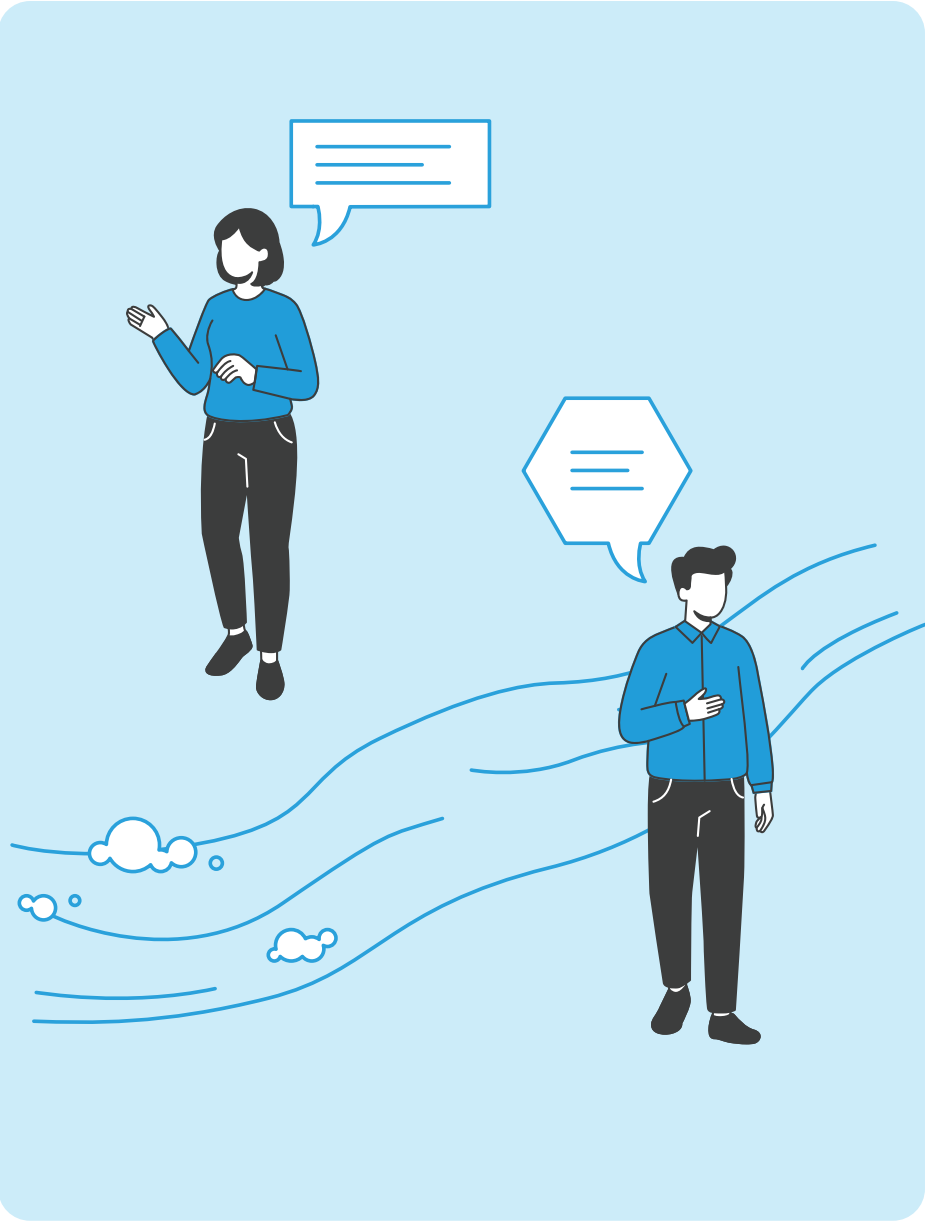
Prøv først å forstå hva som ligger bak uenigheten. Hva er viktig for den andre? Hva er dere enige om? Og hvor skiller synspunktene lag?

Eksempel
Du arbeider med et tiltak som kan bedre vannmiljøet, men som berører flere interesser. For en bonde kan hensynet til drift, matproduksjon og økonomi være avgjørende. Kommunen kan være opptatt av kostnader, kapasitet og andre oppgaver som skal løses. Andre kan stille spørsmål ved kunnskapsgrunnlaget eller være usikre på om tiltaket faktisk vil ha effekt. Dette er hensyn som må tas på alvor.

Målet er heller ikke alltid at alle skal bli enige. Noen ganger er det viktigste å forstå hva som er avgjørende for de ulike aktørene, være tydelig på hva som kan og ikke kan påvirkes – og finne ut hvor det finnes rom for å komme videre.

Verktøy – finn handlingsrommet
Når ulike interesser eller syn møtes, spør:

- Hva er viktig for de ulike aktørene?
- Hva er vi enige om?
- Hvor ligger uenigheten?
- Hva kan påvirkes – og hva ligger fast?
- Hvor finnes det et mulig neste steg?

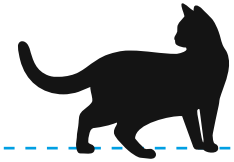


Kort oppsummert
Kommunikasjon handler ikke alltid om enighet. Den handler ofte om å forstå hva uenigheten egentlig handler om – og finne en mulig vei videre.

Relasjoner først

Gode løsninger starter ofte med en god samtale
Noen ganger er det viktigste du kan gjøre å bruke litt tid på å bli kjent. En kopp kaffe. En befaring. Et spørsmål om hvordan området brukes.

En interesse for den andres erfaringer. Det løser ikke saken. Men det kan gjøre det lettere å snakke om den.



Katten som brøt isen
Anita skulle sammen med Norsk Landbruksrådgiving på befaring langs en bekk og møtte bonden på gårdstunet. Stemningen var litt avmålt. Som vannområdeleder visste hun at det var viktig å finne tonen før de gikk inn i selve saken.

Så dukket gårdskatten opp. Anita er kattevenn, og katten viste stor begeistring for henne – og bonden begynte å fortelle historien om katten som hadde kommet fra et omplasseringshjem. På noen minutter hadde de fått et felles samtaleemne. Skuldrene sank, og resten av befaringen og samtalen fløt lett.

For Anita ble episoden en påminnelse om noe enkelt: God kommunikasjon handler ikke alltid om teknikker og verktøy. Noen ganger handler det om å finne et ekte felles kontaktpunkt og møtes som mennesker.



Da gåseproblemet ble en del av løsningen
I planleggingen av vannmiljøtiltak er god lokal forankring viktig. Det betyr også å lytte til hva grunneiere og lokalbefolkning er opptatt av.

Ved en lokal bekk var flere grunneiere svært plaget av gås som gjorde skade på avlingene. Gjennom dialogen kom dette tydelig fram som en utfordring som var viktig for dem.

I stedet for å holde gåseproblemet utenfor arbeidet med vannmiljøtiltakene, ble det tatt med i den videre planleggingen. Sammen med grunneierne ble det planlagt og testet tiltak som kunne redusere ulempene de opplevde – og samtidig være positive for vannmiljøet.

Grunneierne opplevde dermed at deres behov og ønsker ble tatt på alvor som en del av den helhetlige planleggingen av tiltak i en bekk.

Begge eksemplene minner oss om det samme:
Når mennesker opplever å bli sett og hørt, blir det ofte lettere å snakke om det som er vanskelig.

Kort oppsummert
Relasjoner erstatter ikke fagkunnskap.
Men de kan gjøre det lettere å bruke den.

Hvordan nå barn og unge

Skolen som arena
Velg først hvilken aldersgruppe du ønsker å nå, og ta kontakt med læreren. Læreren kjenner elevgruppen, forkunnskapene og de praktiske rammene, og er en viktig samarbeidspartner når du skal planlegge besøket.

Tilpass innholdet til aldersgruppen og lærerens innspill. Sett deg noen få, konkrete læringsmål. Det kan for eksempel være:

«Elevene skal kunne gi minst ett eksempel på en positiv effekt av å restaurere en bekk.»

Legg vekt på aktivitet framfor lange forklaringer, og involver elevene så mye som mulig. Utnytt nysgjerrigheten og utforskertrangen deres.

Kom dere ut!
En aktivitet ute ved for eksempel en bekk vil ofte skape større engasjement enn et opplegg i klasserommet. Tenk på hvordan du kan tilby en opplevelse som skiller seg fra en vanlig skoledag. Her er det rom for å være kreativ.

Tips!

Se på læreplanene for det aktuelle trinnet på udir.no før du planlegger opplegget. Jo tydeligere innholdet kan kobles til kompetansemål eller tverrfaglige temaer, desto lettere er det for læreren å prioritere tid til besøket.

5. Når noe skjer

Når media tar kontakt

Ta deg tid til å tenke
Noen ganger ringer en journalist. Andre ganger sender lokalavisen en e-post med spørsmål. Du trenger ikke ha alle svarene med en gang. Det er helt greit å be om litt tid til å sette deg inn i saken og avtale når du kan ringe tilbake. Det viktigste er å være forberedt.

Verktøy
Før du svarer, kan du spørre deg selv:
- Hva er hovedbudskapet?
- Hva er det viktigste publikum skal forstå?
- Hvilke fakta er viktige å få fram?
- Er det noe jeg ikke vet ennå?

Eksempel
Lokalavisen ønsker å skrive om et restaureringstiltak. Journalisten spør hvorfor bekken graves opp. I stedet for å starte med tekniske detaljer kan du begynne med hvorfor tiltaket gjennomføres. Deretter kan du forklare hvordan arbeidet skal foregå.

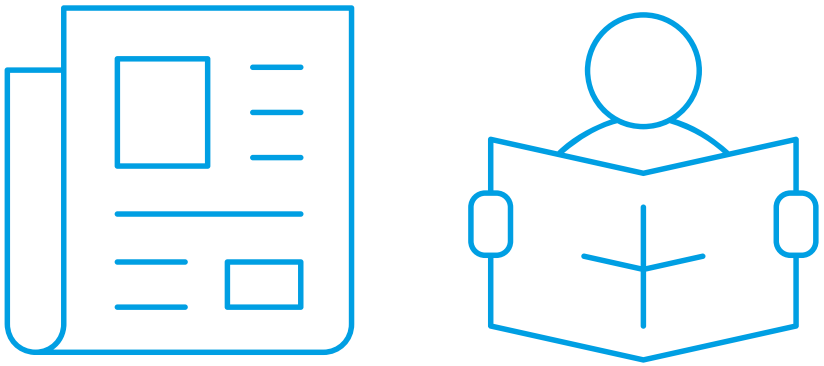
Sjekkliste
- Vet jeg hva saken handler om?
- Er hovedbudskapet tydelig?
- Holder jeg meg til det jeg vet?
- Har jeg forklart hvorfor dette er viktig?

Kort oppsummert
Ta deg tid. Finn hovedbudskapet.
Hold deg til det du vet.

Når du vil tipse media
Du trenger ikke vente på at journalisten tar kontakt.
Har dere gjennomført et tiltak, fått et synlig resultat eller står foran noe som har betydning lokalt, kan det være en god anledning til å tipse lokalavisen.

Spør deg selv:
- Hvorfor er dette interessant akkurat nå?
- Hvem berører saken lokalt?
- Hva kan vi vise fram?
- Hvem kan journalisten snakke med?

Gjør det enkelt for journalisten å forstå hva saken er – og hvorfor den kan være interessant for leserne.



Når du ikke har svaret

Det er lov å si «jeg vet ikke»
Ingen kan alt. Det gjelder også daglige ledere og koordinatorer i vannområder. Hvis du får et spørsmål du ikke kan svare på, er det bedre å være ærlig enn å gjette. Fortell hva du vet. Si hva du vil undersøke nærmere. Og avtal når du kommer tilbake med et svar. Det skaper tillit.

Eksempel
På et folkemøte får du spørsmål om et tema du ikke har undersøkt.
Du svarer:

> «Det har jeg ikke et godt svar på nå. Jeg skal undersøke det og komme tilbake til dere.»

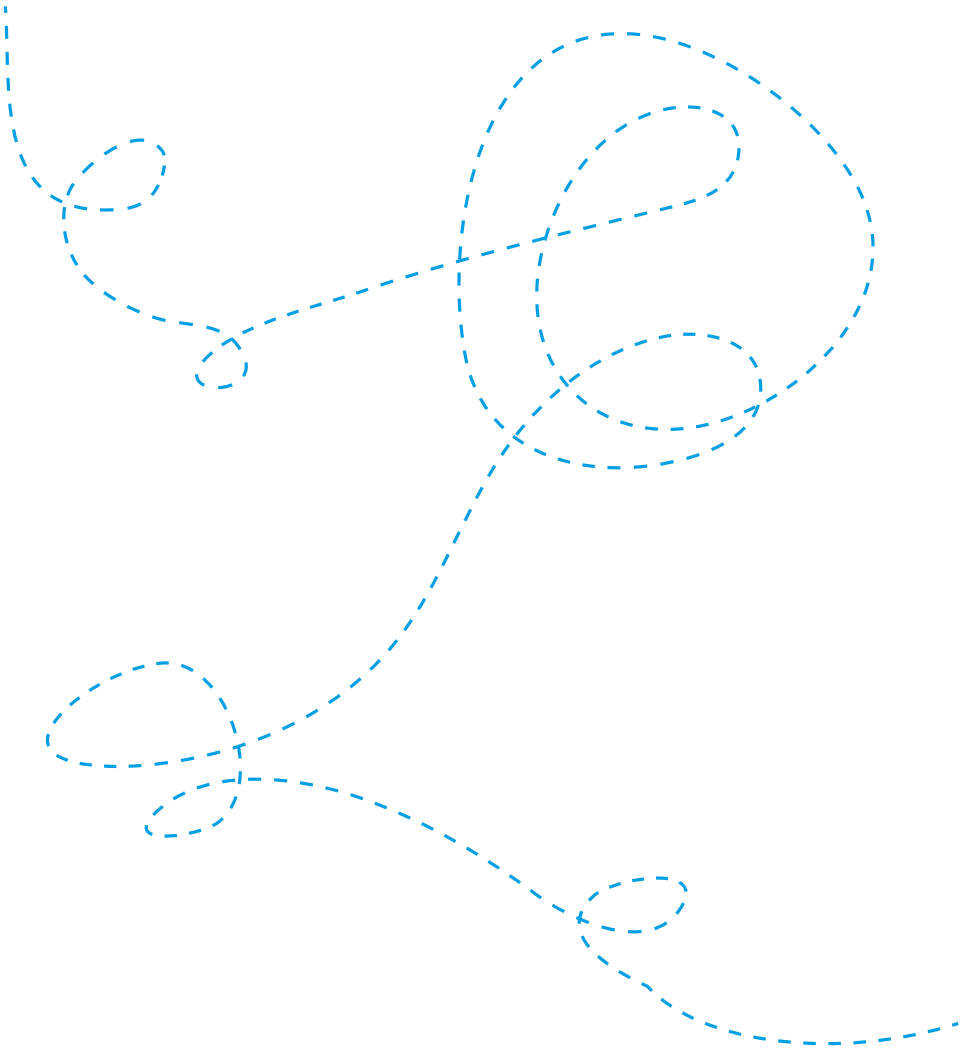
Det er et godt svar.



Kort oppsummert
Det viktigste er ikke å ha alle svarene.
Det viktigste er å være en troverdig samtalepartner.

Vanlige fallgruver

Det er lett å gå seg litt vill
Ingen lykkes hver gang. Det viktigste er å være bevisst på noen vanlige fallgruver.



Fallgruve 1
Du forteller alt.
Velg heller det viktigste. 1

Fallgruve 2
Du bruker fagord som mottakeren ikke kjenner.
Forklar dem – eller velg enklere ord. 2

Fallgruve 3
Du svarer før du har lyttet.
Still noen spørsmål først. 3

Fallgruve 4
Du velger kommunikasjonsform av vane.
Tenk gjennom hva som passer best denne gangen. 4

Fallgruve 5
Du glemmer å fortelle hva som skjer videre.
Hjelp mottakeren videre. 5

Fallgruve 6
Du er så opptatt av å få sagt alt at du glemmer mottakeren.
Følg med på reaksjonene – og juster underveis. 6

Fallgruve 7
Du forteller bare om problemet.
Vis også hva som kan gjøres. 7

Kort oppsummert
Stopp opp før du går i gang – og følg med på mottakeren underveis.



Kommunikasjon er også en del av vannforvaltningen

Ingen sak er helt lik
Noen dager handler jobben om å planlegge et møte. Andre dager om å lytte til en grunneier. Holde en presentasjon. Forklare et restaureringstiltak. Skrive en kronikk. Eller svare på spørsmål fra en journalist. Ingen situasjoner er helt like. Derfor finnes det heller ingen fasit. Men noen enkle spørsmål kan gjøre det lettere å finne en god vei videre. Det er det kommunikasjonstrappa handler om.

Gjennom denne håndboka har vi samlet erfaringer, verktøy og eksempler som vi håper kan være nyttige i arbeidshverdagen. Bruk dem når de passer. Tilpass dem til din egen måte å arbeide på. Og del gjerne erfaringene dine med andre. Slik utvikler vi ikke bare kommunikasjonen. Vi utvikler også vannforvaltningen.

Nyttige ressurser

Her finner du noen ressurser som kan være nyttige når du skal forklare, visualisere eller formidle temaer innen vannforvaltning.

Figurer, fakta og kunnskapsgrunnlag

Figurer innen vannforvaltning – Vannportalen
Figurer og illustrasjoner om ulike temaer innen vannforvaltning.
Figurer og illustrasjoner – Vannportalen

Norsk Klimaservicesenter
Klima- og værdata, grafer og framskrivninger, blant annet på kommunenivå.
Norsk Klimaservicesenter

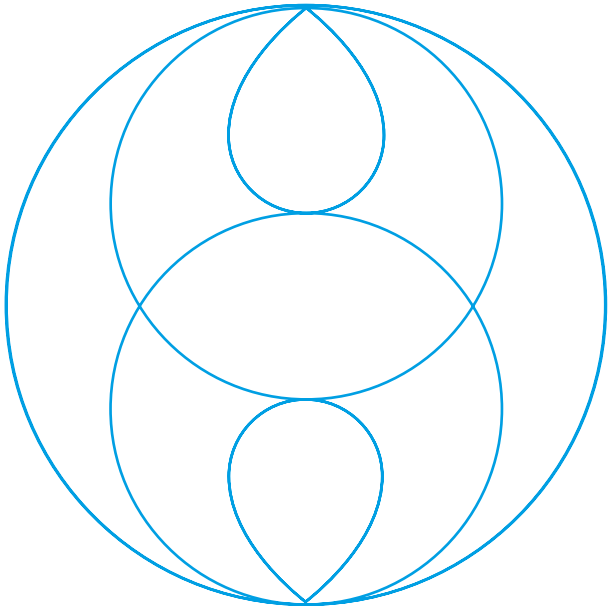
Miljøstatus
Oversikt over miljøtilstand og nasjonale miljømål.
Miljøstatus – miljømål

NIBIO POP
Korte publikasjoner og faktaark, blant annet om landbruk og miljøtiltak.
NIBIO POP

Naturbaserte løsninger

Naturbasert sone – NIVA
Webinarserie om naturbaserte løsninger.
Naturbasert sone – tidligere webinarer

Naturbasert ordliste – SABICAS
Ordliste med begreper knyttet til naturbaserte løsninger.
Naturbasert ordliste



Klarspråk

- Klarspråk.no
- Språkrådet

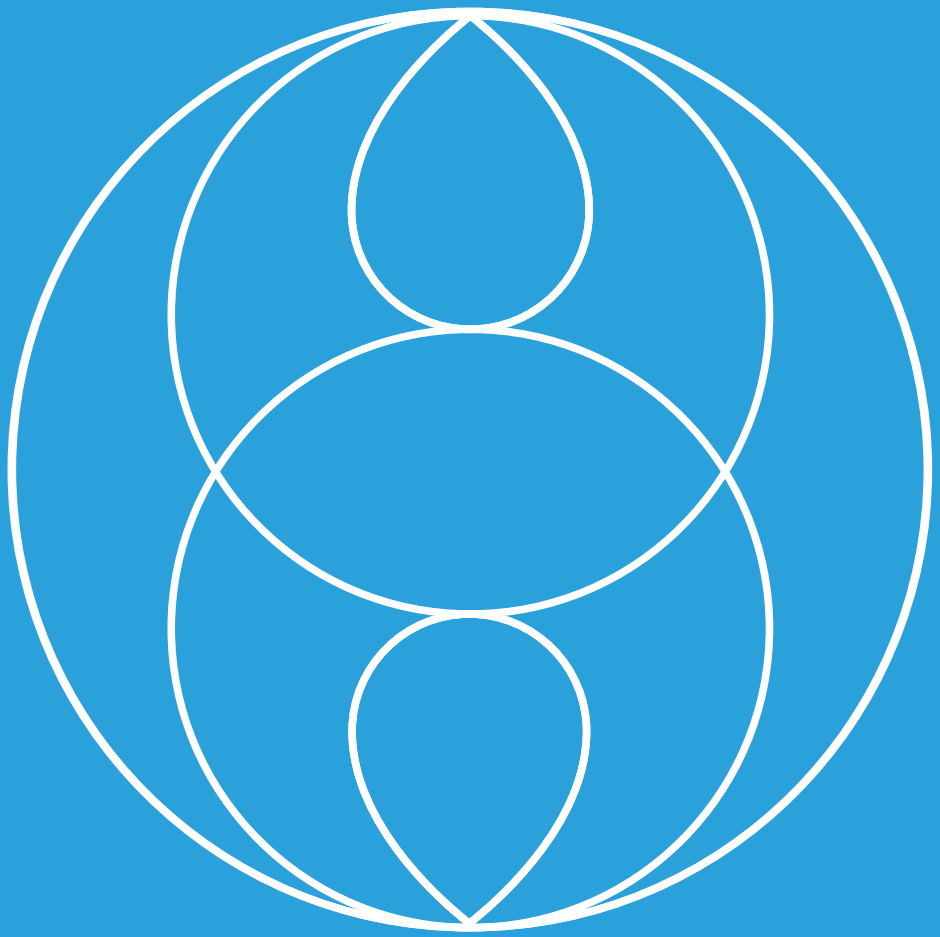
Presentasjon og visualisering

I PowerPoint og andre Office-programmer finnes det innebygde banker med ikoner og bilder som kan brukes i presentasjoner og annet materiell. Det finnes også eksterne tjenester med gratis visuelt materiale. Sjekk alltid hvilke vilkår som gjelder for bruk og kreditering.

Medvirkning

- KS – Møtet er satt!
  Veileder om god politisk møteskikk og møteledelse.

Østfold fylkeskommune
Avdeling: Regional utvikling
Seksjon: Samfunnsplanlegging og miljø
2026



Fotokreditering:
Side 2 og 4: Foto: Vannområdet Randsfjorden, Håvard Lucasen.
Side 6: Foto: Vannområdet Hurdalsvassdraget/Vorma (Huvo), Helge B. Pedersen
Side 8 og 22: Foto: Vannområdet Hurdalsvassdraget/Vorma (Huvo), Helge B. Pedersen.
Side 33: Svenåa før og etter steinutlegging. Foto: Vannområdet Randsfjorden, Håvard Lucasen.
Side 33: Vigga ved Spar før og etter tiltak. Foto: Vannområdet Randsfjorden, Håvard Lucasen.
Side 34: Foto: Vannområdet Hurdalsvassdraget/Vorma (Huvo), Helge B. Pedersen.
Side 37: Illustrasjon: NIBIO, Oda Mamen.
Side 38: Foto: Østfold fylkeskommune, Hallvard Mørk Tvete.

Side 18, 52-53: Foto: GettyImages