

Okrogla miza:  
Pomen učnih poti za vrednotenje in varovanje naravne in kulturne dediščine  
v parkih in zavarovanih območjih  
(dvorana Informacijskega centra Parka Škocjanske jame, Matavun, 26.11.2002)

Breda Ogorelec<sup>1</sup>

## **Naravni parki: informiranje / interpretacija / izobraževanje**

Uprave naravnih parkov na obiskovalce neredko gledajo predvsem kot na problem, ki ogroža njihov predmet varovanja - tako ugotavljajo strokovnjaki za nekatere narodne parke v tujini. Ob tem pa upravljalci parkov spregledajo, da sami ne morejo uspešno varovati narave in da so obiskovalci lahko njihovi zavezniki. Zavarovana območja, še posebej pa naravni parki, so odvisni od širokega kroga institucij, organizacij in ljudi, domačinov in obiskovalcev od drugod. Zato medsebojno komuniciranje postaja vse pomembnejše

### ***Informiranje, interpretacija in izobraževanje***

V zavarovanih območjih se informiranje, interpretacija in izobraževanje pogosto prepletajo, pa tudi v vsakodnevnem življenju sodobnega človeka izobraževanje ni več omejeno na šolske klopi. Zato teh treh pojmov v prispevku ne bomo ostro ločevali.

Informiranje obiskovalcev je potrebno, ker povečuje osveščenost in razumevanje vrednosti zavarovanega območja, na primer gorskega sveta, kraškega podzemlja ipd. Nadalje vpliva na odnos do varstvenih ukrepov, saj bodo ljudje, ki spoznajo grožnje naravi, lažje sprejeli omejitve (npr. svobode gibanja), ki so potrebne zaradi njene ohranitve. Zavarovana območja tudi niso zastonj, običajno so delno ali pretežno financirana iz državnega ali občinskega proračuna, torej denarja davkoplačevalcev. Tudi zato je pomembno, da javnost podpira zavarovana območja. Z informiranjem lahko tudi neposredno zmanjšujemo vplive na naravo, saj na primer z ustreznim usmerjanjem obiskovalcev lahko zmanjšamo dostop do bolj ranljivih območij, zmanjšamo rabo naravnih virov.

Mnoga zavarovana območja po svetu so se zato odločila za pripravo komunikacijskih strategij, programov ali planov, ki jih pripravljajo na podlagi predhodnih posvetovanj.

Ko pripravljamo komunikacijsko strategijo naravnega parka, moramo najprej dogovoriti na temeljna vprašanja: kdo so ciljne skupine, kaj so naši cilji, katera so naša sporočila in katera orodja, mediji so najbolj primerni za posredovanje teh sporočil, rezultate pa moramo na koncu tudi ovrednotiti. Vprašati se moramo tudi, kdaj in kje naj obiskovalci dobijo informacije: še

---

<sup>1</sup> mag. Breda Ogorelec, Ministrstvo za okolje in prostor - Agencija RS za okolje, Ljubljana.

pred svojim obiskom naravnega parka, ob prihodu na vstopu ali na individualnih območjih znotraj parka (Kramarić).

Za učinkovito informiranje prilagodimo informacije posameznim deležnikom oz. ciljnim skupinam. Te **ciljne skupine** v varstvu narave razvrščajo v sedem osnovnih skupin: (1) tisti, ki zemljo in naravne vire gospodarsko izkoriščajo (npr. kmetje, gozdarska podjetja, turistične agencije), (2) tisti, ki naravo uporabljajo nekomercialno (npr. prebivalci, lovci, ribiči, znanstveniki), (3) obiskovalci (rekreativci, športniki, šolarji, tisti, ki opazujejo naravo), (4) oblast (npr. lokalna, regionalna, nacionalna, mednarodne organizacije) (5) mediatorji in posredniki (npr. množični mediji, mnenjski voditelji, slavne osebe, znanstvene organizacije), (6) zavezniki (npr. uprave zavarovanih območij, nevladne organizacije) ter (7) interna javnost (npr. trenutno zaposleni, nekdanji sodelavci) (Rientjes).

Celo tisti obiskovalci, ki pridejo zaradi narave, imajo morda različne motive in pričakovanja: opazujejo ptiče, fotografirajo, so amaterski botaniki ali zoologi. Nekateri želijo doživljati naravo brez sledov človeka (divjina). Drugi uživajo v naravnem okolju, a si želijo, da je njihov obisk varen, nadzorovan in so jim na voljo informacije na kraju samem – taki so značilni obiskovalci učnih poti, mednje sodijo tudi šole.

Za posredovanje informacij lahko izbiramo med številnimi **mediji in tehnikami**: televizija, radio, tisk, internet, interaktivni računalniški informacijski sistemi, pisma, zemljevidi, govornjena beseda, lastne publikacije (zloženke, brošure, časopisi), publikacije drugih (lokalni časopisi, knjige...), spominki, smerokazi in oznake, oglasne deske, učne poti (z vodnikom ali brez), razstave, gledališče, umetnost, dogodki itd. (Kramarić).

**Učne poti** so ena od interpretativnih tehnik. V okoljskem izobraževanju jih naravni parki po svetu zelo pogosto uporabljajo in so ena od tradicionalnih metod za posredovanje okoljskih sporočil. Vse številnejše so tudi v Sloveniji. Omogočajo, da ljudje sami raziskujejo območje ob določeni poti. Na posameznih točkah so na voljo pojasnila ali opozorila na zanimive pojave. Večinoma so tematske, nek vidik je posebej osvetljen (značilni primeri: gozdne učne poti).

**Prednosti učnih poti** so zlasti naslednje. So izredno prilagodljiv medij, saj jih je možno urediti v praktično vsakem tipu območja in za vsako ciljno skupino. So vedno na voljo in ne zahtevajo obvezne prisotnosti osebja (v nasprotju z informacijskimi centri). Hitrost obiska si ljudje lahko prilagodijo svojim zmožnostim (Gee).

**Omejitve učnih poti.** Ena od slabosti je, da so neosebne. Prav direkten stik z obiskovalci pa je tisti, ki ga poudarjeno zagovarjajo mnogi narodni parki po svetu. Obiskovalci ostanejo pasivni (informacije le sprejemajo, ni pa dvosmerne komunikacije). To tudi pomeni, da so obiskovalci prikrajšani za stik z domačinom, njegovo govorico, kulturo. Nimajo tudi možnosti prositi za dodatna pojasnila ali komentirati, reagirati, vzpostaviti dialog, sodelovati. Oprema utegne postati predmet vandalizma.

Še kratek osebni komentar k izrazu učne poti, ki se je uveljavil v Sloveniji. Ali je ta izraz primeren in dovolj privlačen za obiskovalce? Morda s takim imenom ne pritegnemo dela odraslih obiskovalcev, ker sodijo, da zanje to ni privlačno ali pa jim ni namenjeno? Ali je že bila opravljena analiza odziva obiskovalcev na tako poimenovanje? V angleškem jeziku se

uporablja besede *self-guided trails* in *interpretive trails*, ki obiskovalce bolj nevtravno naslavljajo.

### **Priporočila načrtovalcem**

Ko se odločamo, na kakšen način in komu želimo predstaviti del zavarovanega območja, dobro pretehtajmo, ali je učna pot res najboljši izbor. Preglejmo tudi druge metode, njihove prednosti in slabosti ter izberimo tisto, s katero bomo dosegli največ. Pretehtajmo, ali ne bi našega sporočila bolje povedali na drug, bolj neposreden način.

Skrbno je potrebno izbrati vodilno temo učne poti, način predstavljanja informacij, besedila in grafične prikaze. Razvoj gre marsikje od klasičnih učnih poti v smer doživljajskih poti, ki obiskovalcem – poleg racionalnih razlag in možnosti vizualnega opazovanja – nudijo tudi druge aktivnosti.

Obiskovalci nam bodo hvaležni, če ne bomo pretiravali s faktografijo, temveč jim pomagali okoliško pokrajino doživljati. Še posebej težko je pridobiti ustrezna besedila, saj so strokovnjaki nagnjeni k pisanju v strokovnem žargonu, precenjujejo pa tudi bralne sposobnosti javnosti (strokovnjaki za komuniciranje pravijo, da splošna javnost bere kot 12-letniki ali celo manj). Besedila naj bodo kratka – ljudje niso pripravljeni dolgo brati. Vrednotenje ene od učnih poti v narodnem parku Bavarski gozd leta 1990 (Laux v Gee) je pokazalo, da so obiskovalci skrbno prebrali prvo pojasnjevalno tablo, le še polovica je prebrala drugo tablo, tretjo so le še preleteli. Tisti, ki so prebrali vse tri table, se po dveh urah niso več spomnili vsebine.

Lokacija učne poti naj se izogiba ranljivim območjem, kjer bi številčen obisk ali pa sama izdelava poti ogrožala naravo. Pozorno je treba oblikovati označevanje poti in pojasnjevalne table, da ne pride do vidnega onesnaženja pokrajine - zavarovana območja niso tematski parki. Informacije naj bodo na voljo, a naj ne dominirajo. Materiali naj bodo po možnosti lokalni. Načrtovanje mora biti posebno skrbno tudi z vidika varnosti obiskovalcev.

Če terenske razmere to dopuščajo, naj pot omogoča tudi dostop funkcionalno oviranim (kar naj bo posebej označeno na začetku poti). Na začetku poti in v publikaciji naj bo navedeno tudi predvideno trajanje ogleda. Poskrbimo za tuje obiskovalce in zagotovimo prevod napisov.

Če je le mogoče, naj pot spremlja **publikacija** (vodnik, zloženka) z dodatnimi pojasnili za zahtevnejše obiskovalce. Taka publikacija je tudi trajna in je lahko glasnik poti, ki pritegne še druge obiskovalce. Enako velja za predstavitev na spletni strani, tudi ta lahko privabi potencialne obiskovalce. Prav **spletna stran** omogoča, da potencialnim obiskovalcem ponudimo možnost vodenega obiska in navedemo kontaktni telefon (kot je to npr. ponudil Zavod za gozdove Slovenije, enota iz Maribora). Šole bodo z veseljem sprejele učne liste, ki jih enostavno priključimo spletni strani. S pomočjo spletne strani lahko potencialne obiskovalce spodbudimo, da bodo za prihod uporabili čim bolj trajnostno obliko prevoza (javni promet, kolo ipd.). Publikacija in spletna stran naj bosta na voljo tudi v tujih jezikih.

Ureditev učne poti je priložnost za sodelovanje parkovne uprave z domačini, krajevnimi učitelji in študenti ter društvi in drugimi lokalnimi nevladnimi organizacijami. Za tehnično izvedbo je možno pridobiti donatorje iz vrst krajevnega gospodarstva. Skušajmo izkoristiti take možnosti **sodelovanja z domačini**, če je le mogoče.

Učne poti so tudi priložnost, kjer lahko varstvo narave in varstvo kulturne dediščine (ki sta sedaj institucionalno in zakonsko močno ločena) **projektno sodelujeta**.

In končno, pot ni dovolj le urediti, kar je kreativen in navdušujoč del opravila. Potrebno jo je tudi redno vzdrževati, tu pa motivacije utegne zmanjkati.

## **Vrednotenje**

Pri vrednotenju učnih poti lahko uporabimo kvantitativne in kvalitativne metode, na primer štetje obiskovalcev (koliko gostov se odloči za obisk poti, koliko jih dejansko ostane na poti do njenega izteka...), vprašalnike (na primer o njihovem zadovoljstvu, o tem, ali so jih naša sporočila dosegla). Zelo koristna metoda je tudi opazovanje. Pri tej indirektni metodi diskretno opazujemo, kaj obiskovalci na poti dejansko počno.

Vrednotenje nam bo omogočilo, da bomo izboljšali svoj izdelek. Tudi drugim, ki nameravajo urediti učno pot, bomo lažje svetovali, jim pokazali svoje "»primere dobre prakse« ali jih opozorili na pasti. Tako bomo postopoma izboljšali kvaliteto učnih poti – in tudi širše, interpretacije nasploh.

Prav vrednotenje rezultatov, učinkovitosti v varstvu narave v Sloveniji pogosto umanjka. Zato je ta okrogla miza odlična priložnost, da ocenimo svoje delo, pokažemo uspehe in se na napakah tudi kaj naučimo, v zadovoljstvo naših obiskovalcev. Zadovoljen obiskovalec bo naš ambasador, zaveznik in podpornik.

Odlična je tudi pobuda uredništva revije Kras, da bi pripravili pregled učnih poti po Sloveniji. Tak pregled bi lahko našel svoje mesto tudi na spletni strani revije Kras, kjer ga bi bilo mogoče postopoma dopolnjevati.

Viri:

Elcombe, David (1999) Learning in Protected Areas – How to Assess Quality, Conference Report 25-28. September 1998, IUCN.

Gee, Kira, ed. (2001) EUROPARC Working Group Education for Sustainable Development, EUROPARC Federation.

Kramarić, Željko (2002) Guidelines for communication with visitors. V: Smernice za informacijsko infrastrukturo regijskega parka Snežnik, Agencija RS za okolje, (tipkopis).

Načrti upravljanja narodnih parkov Lake District, Peak, Pukaskwa, Kakadu.

Rientjes, Sandra, ed. (2000) Communicating Nature Conservation, European Centre for Nature Conservation.