

Po poteh dediščine od Idrijce do Kolpe –
(predavanja načrtovalcem in izvajalcem turističnega razvoja,
Škrabčeva domačija, 30. november 2004)

Breda Ogorelec¹

Naravoslovne/učne poti

V predavanju navajam prednosti in slabosti naravoslovnih/učnih poti in predlagam temeljne korake za ureditev nove poti. Pozornost namenjam tudi psihologiji obiskovalcev in skušam s praktičnimi priporočili pomagati, da bi obisk naravoslovne poti / učne poti / poti dediščine postal doživetje za obiskovalce. Predstavljam tudi predpise in možnosti sofinanciranja ureditve učnih poti preko javnih razpisov Ministrstva za okolje in prostor.

V Sloveniji imamo številne učne poti, praviloma opremljene s pojasnjevalnimi tablami. Po nekaterih ocenah se že približujemo številki sto! Pionirsko delo je opravil Zavod za gozdove Slovenije, urejati pa so jih pričeli tudi upravljalci naravnih parkov, šole, občine. Med društvi so najbolj številna turistična, a tudi jamarsko, polharsko, čebelarstvo, društvo vodarjev, društvo za opazovanje in preučevanje ptic, taborniki oziroma skavti².

Prednosti in pomanjkljivosti naravoslovnih poti

Prednosti³ so zlasti naslednje.

- Značilnosti narave prikazujemo v živo in tam, kjer so, v njihovem dejanskem okolju.
- Z njimi lahko dosežemo širok krog obiskovalcev.
- Enostavno jih je uporabljati.
- Hitrost obiska si ljudje lahko prilagodijo svojim zmožnostim.
- So izredno prilagodljiv medij, saj jih je možno urediti v praktično vsakem tipu območja in za vsako ciljno skupino.
- Kombiniramo lahko besedila in slike.
- Z njimi lahko prikažemo tudi podobo pokrajine v preteklosti.
- Opišemo lahko pojave, ki jih obiskovalci sicer ne bi opazili.
- Obiskovalcem lahko pomagajo pri orientaciji.
- Uredijo jih lahko tudi ljubitelji.
- So vedno na voljo – tudi zgodaj zjutraj in proti večeru, pozimi, ob nedeljah in praznikih.
- Ne zahtevajo obvezne prisotnosti osebja (v nasprotju z informacijskimi centri in vodenimi ogledi).
- Stroški ureditve so dokaj nizki, stroški vzdrževanja so nizki.

¹ Mag. Breda Ogorelec, Ministrstvo za okolje in prostor – Sektor za varstvo narave, bredda.ogorelec@gov.si. Tu predstavljena mnenja niso uradno stališče Ministrstva za okolje in prostor.

² Predstavitve več kot 80 učnih poti najdete na spletni strani Ministrstva za okolje, prostor in energijo. Vstopite lahko z domače strani (www.gov.si/mop) v rubriki Novosti (na petem mestu). Povezava je tudi s spletne strani Nacionalne turistične zveze /Znamenitosti/Naravne.

³ Poglavlje je delno povzeto po *Planning for Interpretation and Visitor Experience*, Harpers Ferry Center, 1998, James Carter, *A Sense of Place – an interpretive planning handbook*, Tourism and Environment Initiative, 1997, in spletni strani Scottish Natural Heritage: *Introducing Interpretation* (Uvod v interpretacijo) www.snh.org.uk/www/Interpretation/pdf/planning.pdf

Prav zaradi tako številnih prednosti so poti ena najbolj priljubljenih oblik interpretacije pri nas in tudi drugod.

Omejitve.

- ❑ So neosebne. Prav neposreden stik z obiskovalci pa je tisti, ki ga poudarjeno zagovarjajo mnogi interpretatorji.
- ❑ Obiskovalci ostanejo pasivni - informacije le sprejemajo, ni pa dvosmerne komunikacije. Nimajo možnosti prositi za dodatna pojasnila ali komentirati, reagirati, vzpostaviti dialog, sodelovati. To tudi pomeni, da so obiskovalci prikrajšani za stik z domačinom, njegovo govorico, kulturo.
- ❑ Z njimi težko prikazujemo zapletene vsebine in neoprijemljive ali splošne koncepte.
- ❑ Poti dokaj slabo delujejo, če območje obiskujejo velike skupine, saj si tablo naenkrat lahko ogleda le peščica.
- ❑ Ponekod po Sloveniji utegne kmalu priti do zasičenosti s tem medijem.
- ❑ Velik obisk lahko povzroči erozijo, zlasti kjer je strmo ali vlažno, moti živalstvo ipd. – temu se lahko izognemo, če najprej ocenimo nosilno sposobnost območja.
- ❑ Utegne negativno vplivati na podobo pokrajine, še posebej na vidno izpostavljenih mestih.
- ❑ V nekaterih skrajnih klimatskih/okoljskih razmerah so neprimerne.
- ❑ Oprema utegne postati predmet vandalizma.

ABC ureditve poti

Predvidevamo, da ste za vaše območje že naredili načrt interpretacije⁴. Če ga niste, vam svetujemo, da se najprej lotite tega. Določite, kaj so vaši cilji, kdo so vaše ciljne javnosti, kateri mediji interpretacije so najprimernejši, kako boste svoje delo vrednotili.

Predpostavimo torej, da ste ugotovili, da je naravoslovna/učna/tematska pot najbolj primeren način interpretacije.

Predlagamo, da najprej naredite **inventarizacijo**. Pot prehodite in zabeležite vse, kar je lahko zanimivega in na kar bi radi opozorili obiskovalce.

Posvetujte se s tistimi, ki so v preteklosti uredili poti v bližini, na primer s strokovnjaki Zavoda za gozdove. Njihove izkušnje vam bodo lahko zelo koristile.

Nato pride ključen korak - izberite **le eno temo!** V inventarizaciji boste dobili kup idej, a pot, ki želi predstaviti prav vse, obiskovalce zmede. Izberite torej eno samo temo, nanjo pa vežite (priporočljivih) 5 do 10 točk, kjer boste kaj pojasnili. Optimalno število po priporočilih strokovnjakov je 7 točk.

Lokacija in potek trase tematske poti naj se izogiba ranljivim območjem, kjer bi številčen obisk ali pa bi sama izdelava poti ogrožala naravo. Razmislimo, ali bi lahko posebnosti v teh območjih interpretirali od daleč, tako da obiskovalci sploh ne bi vstopili vanje. Pazimo, da ne pride do vidnega onesnaženja pokrajine. Še posebej pazljivi bodimo na vidno zelo izpostavljenih legah, na primer na razglediščih. Informacije naj bodo na voljo, a naj ne dominirajo. Materiali naj bodo po možnosti lokalni in tako pomagajo soustvarjati občutek kraja. Preverimo, ali utegne zaradi ureditve tematske poti priti do konflikta med rabami ali med uporabniki prostora.

Če je le mogoče, naj bo pot speljana **krožno**. Obiskovalci nam bodo hvaležni in hkrati ne bomo spodbujali motornega prometa. Morda je pot smotrno urediti v dveh variantah, krajši in daljši.

⁴ Interpretaciji narave bo v kratkem posvečena obsežna spletna stran Ministrstva. Sredi decembra bo dostopna z domače strani, rubrike Novosti.

Sedaj pripravite zasnove pojasnjevalnih tabel: kaj naj bo napisano, tudi kaj narisano. Pri tem vam lahko pomagajo naslednje poglavje in priročniki s spletnih strani.

Morda za začetek naredite le zgibanko z risbami in besedili in pot **preskusite** s tipično skupino obiskovalcev. Ali pa naredite makete tabel in preskusite. Posebno skrbno opazujte, ali se obiskovalci zlahka znajdejo pri dostopu do izhodišča poti in na sami poti. Šele, ko boste videli, kako se obiskovalci odzivajo, se lotite čistopisa in table dajte v izdelavo.

Orientacija. Omogočimo, da se bodo obiskovalci zlahka orientirali, počutili domače: kako pridem do zanimivosti, ali je na voljo javni prevoz, kje naj parkiram (tudi: kje lahko parkira avtobus, ki pripelje šolarje), koliko časa mi vzame posamezna aktivnost, koliko kilometrov bo treba prehoditi. Kako je z varnostjo, ali je pot zahtevna in potrebujem posebno opremo, obutev. Ali je ob nekaterih razmerah v naravi dostop otežen ali celo nemogoč (visoka voda, led, krušenje kamenja). Kje se lahko dogovorim za vodenje⁵.

Če terenske razmere to dopuščajo, naj pot omogoča dostop in uporabo **funkcionalno oviranim**. To naj bo posebej označeno na začetku poti ter v morebitnih publikacijah in v spletni predstavitvi. Upoštevajmo tiste, ki slabo vidijo (velikost črk, besedila naj bodo dovolj kontrastna z ozadjem), se težko gibljejo (potek brez stopnic in pretiranih strmin ter v zadostni širini) ali imajo težave z učenjem (čim več slik jim bo v pomoč). Poskrbimo tudi za možnost počitka (klopi).

Poskrbimo za **promocijo** poti, z njo seznanimo okoliške prebivalce in turistične ponudnike, predstavimo jo v nacionalnih in regionalnih medijih, v okoliških turističnih informacijskih točkah, uporabimo splet.

Če je le mogoče, naj pot spremlja **publikacija** (vodnik, zloženska) z dodatnimi pojasnili za zahtevnejše obiskovalce. Taka publikacija je tudi trajna in je lahko glasnik poti, ki pritegne še druge obiskovalce. Šole bodo vesele že izdelanih učnih listov.

Enako velja za predstavitev na **spletu**, tudi ta lahko privabi potencialne obiskovalce. Prav splet omogoča, da potencialnim obiskovalcem ponudimo možnost vodenega obiska in navedemo kontaktni telefon. Tudi publikacijo in učne liste lahko enostavno priključimo spletni strani. Z njeno pomočjo lahko potencialne obiskovalce spodbudimo, da bodo za prihod uporabili čim bolj trajnostno obliko prevoza (javni promet, kolo ipd.) ter da bo čim manj težav s parkiranjem. Publikacija in spletna stran naj bosta na voljo tudi v tujih jezikih.

Kako pritegnemo in ohranimo pozornost obiskovalcev

Naši obiskovalci niso naši ujetniki. Rekreativno preživljajo svoj prosti čas, običajno so v družbi. Radi bi izvedeli kaj novega, a na neformalen način. Če jim ne bo všeč, nam bodo izpred naših tabel enostavno ušli. Zato prijemi tu niso le pedagoški oz. andragoški. Večina jih je iz orožarne novinarjev in tistih, ki se ukvarjajo z oglaševanjem. Temeljijo pa zlasti na psihologiji obiskovalca.

Prvi napotek je: »Mi nismo naše občinstvo«. Da bo naša interpretacija učinkovita, se moramo vživeti v obiskovalca, poznati in upoštevati njegove potrebe, motive, kako doživlja.

Poskrbimo za **temeljne potrebe** obiskovalcev⁶. Če te niso zadovoljene, bomo obiskovalca – ali pa vsaj njegovo pozornost - verjetno že na začetku izgubili.

⁵ Gl. tudi James Carter (ed.), 2001, A Sense of Place – An interpretive Planning Handbook, dostopno na www.scotinterpnet.org.uk

⁶ Nature Trail Development: Conservation that makes dollars and sense, Rare Center for Tropical Conservation, 2002, str. 71. Maslow's Hierarchy of Needs, Prosojnica in predavanje na seminarju Interpretacija narave, John A Veverka, Ljubljana, 2004.

Najbolj temeljne so človekove fiziološke potrebe (hrana, voda, zavetje, ugodje, toplota):

- pot naj bo razumno dolga
- obiskovalci naj imajo s seboj vodo, zaščito pred klopi ipd.
- omogočite uporabo sanitarij
- hoja naj bo le toliko hitra, kolikor zmore najpočasnejši v skupini.

Sledi potreba po varnosti:

- pot naj nudi varno hojo, tudi ko je mokro
- ukvarjate se strahovi ljudi, na primer: kače, medvedi, kako najdem pot nazaj
- obiskovalcem povejte, koliko časa bodo na poti (v urah, ne v kilometrih), pot naj praviloma ne traja več kot eno uro

Zgodba. Pot naj ima eno samo osrednjo temo. Povedana naj bo kot zgodba o prav posebnem kraju, pokrajini, pojavu. Obiskovalec naj začuti, da spozna nekaj izjemnega. Tudi vsaka tabla naj ima le eno temo.

Tema ni predmet (na primer: »Ptice Krasa«), temveč ključna misel, ki jo želimo posredovati obiskovalcem, na primer: »V našem gozdu rastejo številne zdravilne rastline« ali: »Ptice potrebujejo vašo pomoč«.

Kratko. Preobloženost povzroči zmedo in utrujenost:

- ❑ Besedila naj bodo kratka.: priporočila segajo od 50 do 60 besed (v ZDA) do največ 100 ali 200 besed (na Škotskem) na eni pojasnjevalni tabli, v enem stavku naj ne bo več kot 15 besed, v enem odstavku po 3-5 stavkov oz. 50-60 besed. V eni vrstici naj bo 7 do 8 besed in nikakor več kot 65 znakov (s presledki vred).
- ❑ Optimalno število točk, ki naj jih obiše obiskovalec, je 7, največ 10.
- ❑ Za voden ogled več avtorjev priporoča 45 minut, obiskovalci bodo zbrani praviloma največ prvih 20 minut.

Enostavno. Naša naloga je, da zapletene strokovne razlage poenostavimo – a seveda ne banaliziramo. Izogibajmo se strokovnim izrazom ali jih pojasnimo.

Privlačno, izzivalno. Na voljo imate 40 sekund, pravi Ham. Toliko časa namreč v povprečju obiskovalci namenijo posamezni točki oziroma branju posameznega panoja. Če nam v tem kratkem času ne bo uspelo pritegniti pozornosti in posredovati sporočila, nam ga verjetno sploh ne bo.

Posebno skrbno izberimo naslov pojasnjevalne table. Če ta ne zbudi pozornosti, si marsikateri obiskovalec pojasnjevalne table sploh ne bo ogledal. Tudi sicer pri zasnovi poti zbudimo pozornost, zanimanje, radovednost. Pomagajmo si tudi z provokativnimi vprašanji, kakršna so: »Čemu si ptica, ki lahko leti, splete gnezdo na tleh?« ali »Ali veste, da stojite na geološkem prelomu?«

Uporabljam aktivno obliko (ne pasivov), raje glagole kot samostalnike.

Privlačne so primerjave, nasprotja, metafore, besedne igre. Obiskovalci zelo radi spoznavajo tudi krajevne legende. Uporabljam humor.

Plasti. Sporočila strukturirajmo in pri tem upoštevajmo bralne navade. Večina ne bere vrstico za vrstico, temveč bodo besedilo preleteli in iskali kaj privlačnega.

Najpomembnejši je naslov, nato slike. Obiskovalci bodo nato svojo pozornost usmerili v podnaslove in podnapise k slikam. Dodatno pozornost pritegnejo tudi alineje. Najmanj skrbno bo večina brala običajno vezano besedilo.

Slika je lahko vredna toliko kot tisoč besed. Še zlasti primerne so za prikaze procesov in rekonstrukcije stanja v preteklosti. Grafični prikazi naj zavzamejo vsaj tretjino površine, raje več. Če nam finančna sredstva dopuščajo, praviloma izberimo risbo in ne fotografije, saj pove več.

Nerad bere in si ne zapomni. Pred leti so v nacionalnih parkih v Združenih državah opazovali obiskovalce na razstavah in ob pojasnjevalnih tablah. Ugotovili so, da le en odstotek prebere vse besedilo. Eden od sto! Da pa je živalske kože, namenjene dotikanju, prijelo več kot devetdeset odstotkov.

Kaj si obiskovalci zapomnijo? Raziskave so pokazale, da le 10% tega, kar slišijo, 30% tega, kar preberejo, 50% tega, kar vidijo in 90% tega, kar naredijo.

Poduk za nas? Povabimo obiskovalce, da bodo tudi sami opazovali. V besedila vključimo »Poiščite...«, »Ali najdete ...« ali »Prisluhnite ...«. Tako boste obiskovalce pritegnili k temu, da sami kaj naredijo in si zato informacijo bolj zapomnijo.

Stik z vsakodnevnim življenjem obiskovalca. Kaj nam pove, da ima neko jezero skoraj 100 milijonov m³ vode ali da je nekaj visoko 45 metrov? Informacije posredujemo tako, da jih obiskovalci lahko primerjajo s tem, kar že poznajo. Na primer: »Stena pred vami je visoka toliko kot 15-nastropna stolpnica.« Opozarjamo lahko tudi na razlike z običajnim življenjem obiskovalcev.

Zelo privlačna vsebina je hrana. Poskušajmo jo vplesti v našo zgodbo. Na primer: »Kaj jedo živali na tem travniku?« ali pa »Ali ste vedeli, da je v tem gozdu kar XX rastlin, ki jih lahko pojemo?«

Čitljivo. Velikost črk naj bo vsaj 8 milimetrov oziroma vsaj 24 pik. Z velikimi črkami ne pišimo dolgih naslovov ali celo celih stavkov, ker so težko berljive. Lažje berljive so serifne črke – črke z repki (kot je Times) od neserifnih (kot je Helvetica).

Če prikazujemo zemljevid, pazimo, da je orientiran tako, kot gleda obiskovalec. Pri obiskovalcih so posebej priljubljeni pogledi iz ptičje perspektive (panoramski prikazi).

Vrednotenje. Pomagalo nam bo razumeti motive naših obiskovalcev in pojasnilo, zakaj so ubrali neko pot, čeprav smo od njih pričakovali drugo smer. Dobesedno (orientacija v prostoru) in v prenesenem smislu, ko se obiskovalci ne vedejo tako, kot smo pričakovali ob zasnovi poti.

Predpisi

Pravilnika glede učnih/tematskih/naravoslovnih poti ni. Med izdelovalci in uporabniki se je sicer uveljavilo načelo, da naj bo učna pot opremljena s pojasnjevalnimi tablami - a najdete tudi take, ki so le označene in po njih hodite s tiskanim vodnikom/zloženko.

Postopek ureditve učne/naravoslovne poti glede na predpise o **urejanju prostora** je naslednji:

- na občini si pridobite lokacijsko informacijo,
- če niste lastnik zemljišča, si pridobite listino, ki dokazuje, da se lastniki z ureditvijo strinjajo, - glejte 19. člen pravilnika⁷ o vrstah zahtevnih, manj zahtevnih in enostavnih objektov, , o pogojih za gradnjo enostavnih objektov brez gradbenega dovoljenja in o vrstah del, ki so v zvezi z objekti in pripadajočimi zemljišči (Uradni list RS, št. 114/03)
- če pot poteka po gozdu, kmetijskih zemljiščih ali drugem varovanem območju (območju varstva kulturne dediščine, varstva narave, vode itd.), si morate pridobiti soglasje na podlagi 18. člena istega pravilnika;

⁷ Pravilnik je na spletni strani Ministrstva, v rubriki Zakonodaja/Prostor/Zakon o graditvi objektov.

če pa načrtujete utrjevanje poti (npr. asfaltiranje dela poti, konstrukcijsko zahtevnejše mostove ipd), si boste morali pridobiti dovoljenje.

Če pot vodi po **zavarovanem območju narave** (na primer krajinski, regijski ali narodni park, naravni rezervat ali naravni spomenik) ste dolžni upoštevati Pravilnik o označevanju zavarovanih območij naravnih vrednot (Uradni list RS, št. 117/02) in prilogo.

Svetujemo vam, da se o vaši ideji pogovorite s strokovnjaki na Zavodu RS za varstvo narave. Tam vas bodo opozorili na morebitne varstvene režime, če na tem območju obstajajo. Lahko pa bi vam tudi svetovali, kaj s področja narave je tam najvrednejšega in zakaj.

Možnosti sofinanciranja preko javnih razpisov Ministrstva za okolje in prostor

V letu 2004 pa je bilo sofinanciranje učnih poti možno preko javnega razpisa za sofinanciranje projektov promocije varstva okolja in urejanja prostora, ki ga je Ministrstvo objavilo februarja 2004⁸.

Predmet javnega razpisa je bilo sofinanciranje projektov promocije varstva okolja in urejanja prostora, s katerimi se dosega večjo obveščenost, boljše razumevanje in krepitev ozaveščenosti na področju varstva okolja, narave in prostora z namenom prispevati k doseganju ciljev varstva okolja, skladnih z osnutkom Nacionalnega programa varstva okolja (...). Razpis je bil vsebinsko razdeljen v tri sklope, učne poti bi se lahko uvrstile v sklop A. Sofinanciranje projektov promocije varstva okolja. Za sklopa A in B so bila okvirno predvidena sredstva v višini skupno 13 milijonov SIT.

Na razpis so se lahko prijavila: društva; zavodi (javni, zasebni), univerze, članice univerz, ustanove, zbornice, samostojni podjetniki in gospodarske družbe, ki imajo uradni sedež na ozemlju Republike Slovenije.

Za leto 2005 vsebina javnih razpisov še ni določena.

Povezava s turizmom

Zakaj prihajajo tuji gostje v Slovenijo? Raziskave⁹ kažejo, da naravne lepote Slovenije med motivi krepko vodijo. Kako gostje na podlagi svojih vtisov, ki so si jih ustvarili ob bivanju pri nas, ocenjujejo kvaliteto turistične ponudbe? Skoraj polovica tujih turistov je z najboljšo oceno ocenila kakovost okolja. Poduk za ekoturizem in za interpretacijo narave? Slovenija slovi po svoji naravi in svojih obiskovalcev ne razočara, ko jo obišejo.

Omenila sem že, da sodijo učne poti med najbolj priljubljene oblike interpretacije narave. Žal kaže, da so v turistično ponudbo precej slabo vključene – še posebej, če si ogledamo promocijo na svetovnem spletu. Zdi se, da je to premalo izkoriščen potencial, saj interpretacija obogati doživetje gosta. Z njo lahko »ujamemo razum, srce – in žep« obiskovalcev¹⁰.

⁸ Razpis je na spletni strani Ministrstva za okolje in prostor www.sigov.si/mop/, v rubriki Oglasna deska / Razpisi / Leto 2004 / mesec 2

⁹ Statistični urad RS, *Rezultati raziskovanj*, št. 806/2004, dostopno tudi na spletni strani SURS. Motive so ugotavljali leta 1997, 2000 in 2003 in vedno so bile naravne lepote na prvem mestu.

¹⁰ Sam H. Ham *Meaning Making : The Premise and Promise of Intrepretation*, 2002.