

NEVIDNE VEZI – PRAKTIČNI PRIMER NAČRTOVANJA IN IZDELAVE SREDSTEV INTERPRETACIJE NARAVE

INVISIBLE LINKS – A PRACTICAL EXAMPLE OF PLANNING AND PREPARING MEANS OF NATURE INTERPRETATION

Tina TRAMPUŠ

Poročilo

Ključne besede: interpretacija narave, načrtovanje interpretacije, sredstva interpretacije, morski datlji
Key words: Interpretation of nature, interpretation planning, means of interpretation, date mussels, Lithophaga lithophaga

IZVLEČEK

Prispevek celovito prikaže praktični primer interpretacije narave ter spoznanja in izkušnje, ki so lahko v pomoč ali navdih interpretatorjem. Ustvarja vez med teorijo in prakso ter skozi prikaz načrtovanja in izvedbe interpretacije v projektu *Morski datlji? Ne, hvala!* osvetljuje načela interpretacije ter njen namen glede na ciljne skupine. Predstavi ključna izhodišča za izvedbo kakovostne interpretacije kot interdisciplinarnega in kreativnega dela – skrbno načrtovanje in upravljanje procesa interpretacije ter vrednotenje. Poudari pomen uporabe ustreznih sredstev, ki niso sama sebi namen, temveč so učinkoviti pripomočki za uresničevanje konkretnih naravovarstvenih ciljev.

ABSTRACT

The paper comprehensively presents a practical example of interpretation of nature and the findings and experience, which can help interpreters or serve as an inspiration. It creates a link between theory and practice and shows the planning and implementation of interpretation in the *Date mussels? No, thank you!* project, shedding light on the principles of interpretation and its purpose with regard to target groups. It presents the main starting points for the implementation of a high-quality interpretation as an interdisciplinary and creative work – the careful planning and management of the interpretation process and assessment. It emphasises the importance of using appropriate means of interpretation, which do not serve as an end in themselves but rather as effective accessories for the realisation of concrete nature conservation objectives.

1 UVOD

Ko je pred nami naloga za konkretno izvedbo interpretacije narave, običajno nimamo časa za poglobljen študij literature in teorije. Še posebno, če se tega lotevamo prvič, nam pri izvedbi lahko pomaga poznavanje konkretnih, praktičnih primerov, katerih prikazi pa so v literaturi pogosto površni ali jih težko najdemo.

Namen prispevka je celovito prikazati praktični primer interpretacije narave, ki je bil uspešen, spoznanja pa so lahko v ponazoritev in pomoč tistim, ki se podobnih izzivov

lotevajo prvič, ali pa navdih izkušenim. Pri izvedbi interpretacije smo se naslonili na predhodne izkušnje in znanje, pridobljeno na nekaterih usposabljanjih, npr. seminarju Johna Veverke (Hlad, 2004). Proučili smo tudi strokovne vire, med drugim *Interpretation – Making a Difference on Purpose* (Ham, 2013), *A Sense of Place: An interpretative planning handbook* (Carter, 2001) ter *Provoke Relate Reveal: SNH's Policy Framework for Interpretation* (Scottish Natural Heritage, 1997), ki jih priporočam v branje.

Prispevek se posveča praksi in osvetljuje vidike načrtovanja in izvedbe interpretacije ter ovrednotenja uspešnosti interpretacije narave kot enega od strateških orodij komuniciranja varstva narave. Projekt *Morski datlji? Ne, hvala!* je Zavod RS za varstvo narave, Območna enota Piran, izvajal v letih 2010–2012. Zajemal je kompleksno varstvo omenjenih školjk ter njihovega življenjskega prostora. Celoten projekt sem, kot primer strateškega komuniciranja varstva narave, podrobneje opisala v ločenem prispevku (Trampuš, 2015). V tem prispevku predstavljam rezultate in pridobljene izkušnje s področja interpretacije narave. Opisi praktičnih izkušenj iz izvedenega projekta se izmenjujejo s kratkimi povzetki teorije – kot poročanje o projektu, ki vključuje vrednotenje in poglobljeno refleksijo. Znane in manj znane izreke dodajam za navdih bralcu, interpretatorju.

Priznani strokovnjak s področja interpretacije Sam Ham (2013) interpretacijo opredeljuje kot *način komuniciranja s posebnim namenom*, pri čemer poudarja pomen procesa, ki se odvija v posamezniku in v okviru katerega vsak sam odkriva osebni pomen določenih vsebin. James Carter pravi, da z interpretacijo le sugeriramo različne poglede na svet, v misli obiskovalca zasejemo semena, ki morda vzklijejo, medtem ko mu dovolimo vso svobodo, da raziskuje sam (Deufel, 2010). Številne definicije interpretacije so si edine, da je interpretacija oblika komuniciranja (Carter, 2001; Ogorelec, 2003a; Keršič Svetel, 2010; Ham, 2013).

Interpretacija narave in dediščine ima vse elemente strateškega komuniciranja: načrtovana je z namenom doseganja določenih ciljev, usmerjena je k ustreznim ciljnim skupinam, širši namen izvajanja aktivnosti pa je doseči spremembe odnosa in vedenja ljudi ter organizacij do obravnavane tematike (Hesselink et al., 2007). Zaradi kompleksnosti uporabljenih pojmov in raznolikosti definicij, kot jih navajajo uporabljeni viri, sem za potrebe tega prispevka in na podlagi lastnih izkušenj in poznavanja teorije opredelila najpogosteje uporabljene. Pri **interpretaciji** (angl. *interpretation*) se posvečam predvsem načrtovanju in uporabi sredstev interpretacije ter uporabi osnovnih načel (angl. *provoke, relate, reveal*), kot jih navajajo številni avtorji in pomenijo izzvati pri ljudeh zanimanje, jih povezati z vsebinami, ki jih poznajo, in razkriti pomen, s katerim se poistovetijo. Pod pojmom **komuniciranje** (angl. *communication*) dojemam širši kontekst procesa, ki vključuje različne prvine strateškega komuniciranja, od načrtovanja celotnega procesa z določitvijo ciljev in deležnikov do načrtovanja raznolikih aktivnosti in vključevanja deležnikov v njihovo izvedbo. **Sredstva interpretacije** (angl. *means of interpretation*) predstavim kot komunikacijske pripomočke za doseg konkretnih ciljev.

Pri projektne načrtovanju običajno opredelimo več komunikacijskih oziroma interpretacijskih ciljev, ki jih uresničujemo v obliki dvosmerne komunikacije, kot so npr.

okrogla miza, novinarska konferenca, oziroma žive interpretacije, kot so vodeni ogledi in podobno, ali pa z uporabo tako imenovanih komunikacijskih oziroma interpretacijskih sredstev, kot so zgibanke, interpretativne table, razstave in podobno. Pri tem je treba poudariti, da je za izbor sredstva ključen temeljit razmislek. Pogosto se namreč izkaže, da lahko cilje in ciljno javnost z drugimi oblikami komuniciranja dosežemo učinkoviteje:

»Poznam primere, ko je en sam telefonski klic rešil težave, s katerimi so se ljudje že leta neuspešno spopadali prek brošur, predavanj, videov in časopisnih člankov.« (Hesselink, 2013)

»I have seen cases where a simple phone call solved problems that people for years had tried to tackle in vain with brochures, lectures, videos and newspaper articles.« (Hesselink, 2013)

2 NAČRTOVANJE IN IZDELAVA SREDSTEV INTERPRETACIJE

»Če ti ne uspe načrtovati, načrtuješ neuspeh.« (Benjamin Franklin)

»If you fail to plan, you are planning to fail.« (Benjamin Franklin)

»Načrti ne pomenijo ničesar, načrtovanje vse.« (Eisenhower)

»Plans are worthless, but planning is everything.« (Eisenhower)

Osnova načrtovanja interpretacije je poznavanje vsebin (izdelava inventarja) in ciljnih skupin, ki jim želimo te vsebine približati. Zloženke, razstave in drugi pripomočki, s katerimi podpremo komunikacijske aktivnosti, niso sami sebi namen. Preden se lotimo snovanja nekega sredstva, moramo najprej definirati, **kaj** želimo z njim povedati ter **komu** in **zakaj** (Ogorelec, 2011). Šele nato se odločimo, **s katerim sredstvom** lahko sporočila posredujemo najučinkoviteje. Poglavja v prispevku so v skladu s tem procesom razmišljanja in načrtovanja ter z navedenimi vprašanji.

Na ta vprašanja smo si morali na neki način odgovoriti že na ravni celotnega projekta Morski datlji? Ne, hvala!, kjer je bil glavni razlog za pripravo projekta ter izhodišče za načrtovanje neučinkovito varstvo morskih datljev ter biotske raznovrstnosti morja. Po več kot dvajsetih letih prepovedi so bile kršitve med kupci, nabiralci, prodajalci in drugimi deležniki še vedno pogoste, odnos do problematike pa mlačen ali zmeden. Problematika in izzivi so podrobneje opisani v ločenem prispevku (Trampuš, 2015). Doseganje naravovarstvenih ciljev smo želeli podpreti z uporabo interpretacijskih sredstev.

2.1 KAJ?

Interpretiramo vsebine, katerih razkritje, razumevanje in vzpostavitev osebnega odnosa z njimi lahko spodbudijo spremembo dojemanja in vedenja ciljne javnosti, morda tudi rešitev konkretnega problema. Vsebine določimo za vsako sredstvo posebej, upoštevaje cilje in ciljno skupino, ter tako, da je jasna osnovna tema oziroma sporočilo.

Vprašamo se: Kaj je najpomembnejša stvar, ki naj si jo bralec zapomni? Kaj je tisto spoznanje, za katerega želimo, da ga obiskovalec razstave odnese s sabo domov? **Tema** je sporočilo, je kot poanta, nauk zgodbe, in jo lahko običajno zapišemo v stavku ali dveh. Razlikovati je smiselno med predmetom interpretacije (angl. *topic*) in temo (angl. *theme*), ki je tudi nosilec sporočila (Ham, 2013). Pri prvem gre za splošno oznako vsebine (morski datlji), s temo oziroma sporočilom pa podrobneje določimo vidik, s katerim se bomo ukvarjali (Uživanje morskih datljev lahko škodljivo vpliva na vaše zdravje in morsko okolje.).

Tema je edini element, ki ga med načrtovanjem in izvajanjem interpretacije ne spreminjamo. Je rdeča nit. »Skupaj z izbranimi cilji nas usmerja kot svetilnik, da v načrtovalskem procesu v začrtani smeri jadramo prek morja zanimivih dejstev.« (Ludwig, 2015) Ravno zato je zelo pomembno, da temo opredelimo čim bolj jasno.

Pred določitvijo teme smo raziskali pojme in koncepte, na katere bi navezali projektne vsebine, in kakšno je čustveno dožemanje teh vsebin. Po elektronski pošti smo ključnim predstavnikom javnosti (družinskim članom, prijateljem, sodelavcem in znancem, njihovim otrokom idr.) razposlali vprašanje »Na kaj pomisliš ob besedah MORJE in ŠKOLJKE?«. Med odgovori (77) so bili nekateri pogostejši (dopust, počitnice, sprostitve, valovi, sonce, modrina, poletje), drugi pa redkejši, a vseeno zanimivi (plavanje, voda, ribe, svoboda, plaža, buzara, vonj). Mladi do 25 let so največkrat odgovorili plaža, sonce, počitnice. Odgovore smo uporabili kot usmeritev in kreativni navdih pri ustvarjanju razstave (Slika 1, Slika 3).

Na podlagi zbranih idej smo oblikovali temo razstave (Tabela 1), ki je bila skupaj s cilji (Tabela 2) glavno vodilo pri načrtovanju. Kadarkoli smo se začeli izgubljati v dejstvih in novih idejah, smo se vrnili k ciljem in temi. Tako smo lahko ugotovili, ali je neka podrobnost ključna za podkrepitev teme ali pa jo lahko izpustimo.

Tabela 1: Na podlagi teme oziroma glavnega sporočila (levo) smo izbrali naslov razstave (sredina), ki je moral biti dovolj kratek in zanimiv, da pritegne pozornost. Podnaslov (desno) razkriva temo, pojasnjuje naslov in vabi k ogledu razstave.

Table 1: The theme or the main message (left) was used to choose the title of the exhibition (middle), which had to be short and interesting enough to draw attention. The subtitle (right) reveals the theme, explains the title, and invites to visit the exhibition.

Tema (angl. <i>Theme</i>) – glavno sporočilo	Naslov (angl. <i>Title</i>)	Podnaslov (angl. <i>Subtitle</i>)
Naš svet je v marsičem povezan s svetom morskih datljev, oba pa sta soodvisna, čeprav to morda ni vidno na prvi pogled.	Nevidne vezi	Pogled v svet morskih datljev nam razkrije povezanost na videz ločenih svetov nad morsko gladino in pod njo.
<i>Our world is in many ways connected to the world of date mussels. Both are interdependant though this might not be visible at first sight.</i>	<i>Invisible links</i>	<i>Look at the world of date mussels and discover the link between two apparently different worlds, above and below the sea.</i>

2.2 ZAKAJ IN ZA KOGA INTERPRETIRAMO?

Komuniciranje, izobraževanje in ozaveščanje javnosti so področja, ki povečajo učinkovitost varstva narave. Interpretacija kot ena od oblik komuniciranja omogoča, da vzpostavimo dialog med naravovarstveno stroko in širšo javnostjo, med znanstvenimi spoznanji in vsakodnevnim življenjem ljudi (Hlad, 2004). Na ta način ne zasledujemo le uresničevanja konkretnih naravovarstvenih ciljev z uporabo različnih naravovarstvenih ukrepov, ampak si prizadevamo tudi za človekov spoštljiv odnos do narave. S tem spodbujamo ohranjanje in razvijanje časa ter okoliščinam primernega odgovornega odnosa do narave (Anko, 2011). Interpretacija je v širšem pomenu besede v skupnostih prisotna že od nekdaj, saj pripomore k razumevanju in razlagi sveta, v katerem živimo (Keršič Svetel, 2010; Smrekar et al., 2014). Njen cilj je, da pri javnosti spodbudi odkrivanje osebnih pomenov in omogoči vzpostavitev osebnih povezav s stvarmi, kraji, z ljudmi in s koncepti (Ham, 2013).

Cilje in ciljne skupine smo določili na ravni projekta, nato pa opredelili, kako nam lahko pri doseganju ciljev pomagajo interpretativna sredstva. Da je smiselno pri pripravi posameznega sredstva cilje določiti podrobneje, nam je pokazala izkušnja iz načrtovanja razstave. Ko smo poskušali zbrane vsebine razporediti v širši kontekst (Slika 1, zgoraj), se je izkazalo, da ta ni jasen. Vsebin je bilo preveč (npr. zanimivosti iz biologije školjk in ekosistemov, podrobnosti o zakonodaji in izvajanju nadzora), nismo pa jih znali povezati v smiselno celoto. V procesu načrtovanja je bilo treba stopiti korak nazaj in natančneje opredeliti ciljne skupine ter cilje interpretacije (Tabela 2).

Pri načrtovanju si moramo odgovoriti na več vprašanj – ena od možnosti je poenostavljen sistem oziroma nabor vprašanj, kot ga priporoča John Veverka (2003): Kaj je namen pripomočka? Katere učne, čustvene in vedenjske cilje želimo doseči? Kaj želimo, da se ciljna javnost na podlagi tega sredstva nauči, začuti, naredi? Brez jasno zastavljenih ciljev je težko pripraviti dober izdelek.

Tabela 2: Pri načrtovanju razstave *Nevidne vezi* so nam zastavljeni učni, čustveni in vedenjski cilji omogočili osredotočenost na bistvene vsebine.

Table 2: When planning the Invisible Links exhibition, the set learning, emotional, and behavioural objectives have allowed us to focus on the essential content.

Cilji	Obiskovalci bodo po ogledu razstave večinoma:
a) izobraževalni, učni	<ul style="list-style-type: none"> – znali prepoznati morske datlje in jih ločiti od drugih školjk. – vedeli, kako živijo morski datlji in da jih ni mogoče gojiti. – razumeli kompleksen medsebojni odnos med živalskimi vrstami, morskimi ekosistemi in človekovim ravnanjem. – razumeli povezavo med nabiranjem morskih datljev in škodo v morskem okolju. – razumeli, zakaj je prepovedano nabirati morske datlje. – vedeli, kako morski datlji prispejo na krožnik in zakaj je lahko njihovo uživanje nevarno za zdravje. – razumeli povezave v verigi nabiralci-kupci. – razumeli, da je njihovo vedenje povezano s tem, kar se dogaja v okolju, ter da ni vseeno, kako živijo in kaj jedo.
b) čustveni	<ul style="list-style-type: none"> – presenečeni nad tem, kako počasi rastejo morski datlji v primerjavi z drugimi školjkami. – začudeni, kako široke in dolgoročne posledice ima lahko nabiranje morskih datljev. – zadovoljni, da lahko pomagajo ohranjati morje s tem, da ne sodelujejo v verigi ponudba-povpraševanje, da ne jedo morskih datljev. – čutili zaskrbljenost, ker lahko z neustreznim ravnanjem porušimo krhko ravnovesje v naravi. – imeli občutek varnosti, ker je njihovo zdravje odvisno od njihove izbire. – optimistični glede prihodnosti ohranjanja morja. – občutili strah, da bi bili udeleženi v kriminalni dejavnosti.
c) vedenjski	<ul style="list-style-type: none"> – prilagodili svoje navade in bodo pozorni na to, katere školjke jedo. – jedli le za uživanje dovoljene školjke. – želeli pridobljena spoznanja deliti z drugimi. – na elektronski naslov sporočali svoja opažanja iz gostiln ali morja. – želeli pridružiti se prizadevanjem za ohranjanje morja.

Da bi pri javnosti spodbudili intelektualne in čustvene povezave med pomenom nekega območja, živali ali koncepta in zanimanjem zanje (Brochu, 2003), moramo najprej spoznati, kaj jo zanima.

V projektu smo izvedli analizo ključnih deležnikov, njihovega dojetanja obravnavane vsebine ter dejavnike motivacije za spremembo obnašanja, kar je opisano v prispevku Morski datlji? Ne, hvala! – primer strateškega komuniciranja varstva narave (Trampuš, 2015). Podrobneje smo se posvetili specifični ciljni skupini – bodočim delavcem v gostinstvu, učencem gostinskih in turističnih šol ter fakultet. Zavedali smo se, da je izziv, kako pritegniti njihovo zanimanje zaradi dinamičnega življenja in dogajanja v družbi, rabe sodobnih komunikacij in aplikacij (prenosni telefoni, internet, družabna omrežja ...) ter kratke in razpršene pozornosti. Analiza je med drugim pokazala, da jih ne zanimajo zakonodaja, prepovedi in izvajanje nadzora. Po drugi strani so jim skupne vrednote skrb za okolje, sodelovanje ter možnost in pomen izbire, kar so tudi močni dejavniki, ki vplivajo na oblikovanje njihovih vzorcev obnašanja (E-utrip, 2012; Sikirić, 2012).

2.3 S ČIM?

*»Učiš me in pozabim. Pokažeš mi in se spomnim. Vključiš me in razumem.«
(Edward O. Wilson)*

*»You teach me, I forget. You show me, I remember. You involve me, I understand.«
(Edward O. Wilson)*

Ko vemo, kaj želimo povedati, katere cilje želimo doseči in komu bo interpretacija namenjena, se odločimo, ali bomo to naredili z izvedbo določene aktivnosti (osebna dvosmerna komunikacija) ali z izbranim sredstvom interpretacije (enosmerna komunikacija). Iz nabora sredstev izberemo najprimernejše sredstvo, upošteva njegove prednosti in slabosti (Rientjes et al., 2000), pri čemer moramo upoštevati tudi izbrano ciljno javnost in načine, prek katerih ta dostopa do informacij.

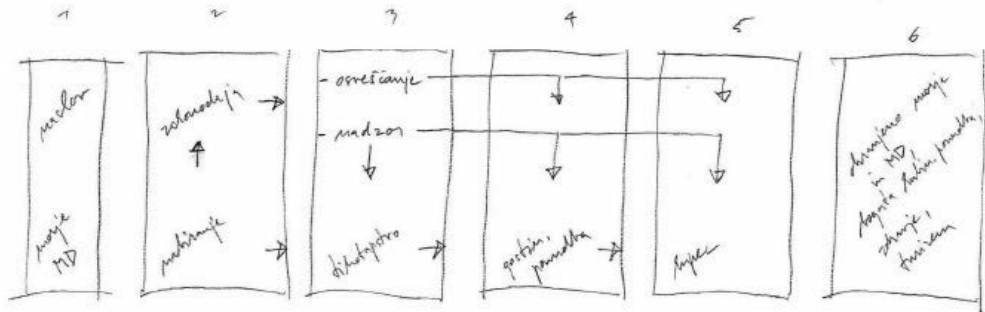
S kakšnim sredstvom nagovoriti mlade? Zavedali smo se, da bi bila interpretacija z uporabo sodobnih tehnologij najprivlačnejša, vendar smo se zaradi prostorskih in časovnih omejitev projekta ter odsotnosti znanja o uporabi teh tehnik odločili za zloženko in razstavo. Omejeno uporabnost in pomanjkljivosti teh pripomočkov pri komuniciranju z mladimi smo poskušali preseči s še temeljitejšim načrtovanjem.

Ogled razstave je izrazito neformalna oblika učenja in razširjanja obzorij (Ham, 2013). Večina obiskovalcev si panoje ogleduje kot izložbe trgovin (angl. *window-shopping*). Pozornost pritegnejo zanimiva grafika, dobre izpovedne fotografije in provokativni naslovi, medtem ko dolgih besedil večinoma ne beremo (Ogorelec, 2003b).

Postavitev razstave je bila predvidena na različnih lokacijah, zato smo potrebovali izdelek, ki ga bo enostavno premikati. Kot osnovo smo zato izbrali šest samostoječih panojev, t. i. pingvinov. Po analizi vsebin in ciljne skupine smo določili usmeritve, ki so nam pomagale pri izbiri vsebin in določitvi grafične podobe ter oblikovanja:

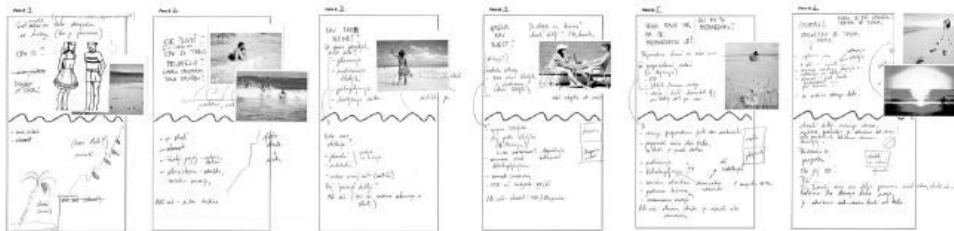
- *Razstava mora biti vizualno privlačna in sodobna, da na prvi pogled pritegne pozornost.*
- *Razstavne panoje je smiselno v čim večji meri popestriti s predmeti in z drugimi pripomočki, kadar je mogoče, tudi s prikazom videa.*
- *Problematico je smiselno postaviti v sproščeno, mladostno obarvano okolje morske obale in počitnic.*

- Naslovi in podnaslovi naj pritegnejo pozornost tako, da so kratki in v obliki sporočil (celih stavkov), da ob hitrem pregledu povedo čim več ter vzbudijo globlje zanimanje.
- Vsa besedilna sporočila morajo biti jasna in enostavna, brez uporabe strokovnega žargona.
- Zaradi dvojezičnosti je treba besedila skržiti še nekoliko bolj, da se odpravi psihološki učinek (negativni vtis) obsežnosti.
- Treba je poenostaviti in močno skržiti navedbe o prepovedi in druge zakonske določbe.
- Smiselno je izpostaviti skupno skrb za okolje, sodelovanje ter možnost in pomen izbire.

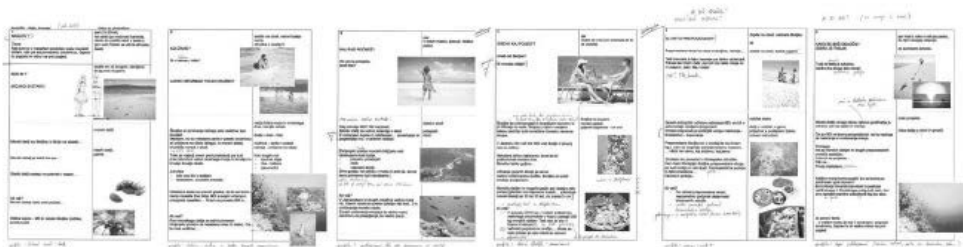


↓ Opravljene dodatne analize javnosti (anketa, razgovori)
in jasnejša določitev ciljne skupine, teme in ciljev

↓ Izbrana tema in koncept grafike: nad in pod gladino



↓ Določitev vsebin, priprava osnutkov besedil in naslovov, nabor fotografij



Slika 1: Razstavnii panoji so bili osnovno ogrodje razstave, vsebinski in grafični koncept pa smo razvijali skozi različne faze – od prvih idej (zgoraj) do novih predlogov (sredina in spodaj), ki smo jih pripravili na podlagi analiz ter jasnejše teme in ciljev interpretacije.

Figure 1: The exhibition panels were the main framework of the exhibition and the content and graphical concept were developed through various phases – from the initial ideas (above) to new proposals (middle and below), which were prepared on the basis of analyses and a clearer theme and objectives of interpretation.

Panojem smo dodali predmete in prikaze, ki so vsebine interpretirali nazorneje, istočasno pa niso pomenili bistvenega povečanja stroškov izdelave (Slike 2, 3, 4, 7). Predmete smo vključevali glede na značilnosti prostora in razstavne možnosti (velikost, mize, vitrine) in pričakovano javnost. V muzeju Parka Škocjanske jame, ki ga v poletnih mesecih obišče več deset tisoč turistov, smo dodali napise v angleščini in francoščini ter prikaz ambienta na plaži (Slika 3).

Sodobnih video in računalniških tehnologij v razstavi nismo uporabili, saj je bila večinoma postavljena na mestih brez nadzora. Prikazovanje videa o škodljivih vplivih nabiranja školjk na morsko okolje ni bilo vključeno v stalno postavitev. Dodali smo ga pri osebnih oblikah interpretacije, na primer pri predavanjih ali ob dnevu odprtih vrat Morske biološke postaje Piran.



Slika 2: V Kopru smo postavitev prilagodili prostoru mestne knjižnice ter školjčne lupine, skale in druge predmete umestili v vitrine.

Figure 2: In Koper, the presentation was adapted to the facility at the city library and seashells, rocks, and other objects were placed in display cases.



Slika 3: V Parku Škocjanske jame smo izkoristili velikost razstavnega prostora ter nadzor, ki so ga zagotovili zaposleni. Obiskovalce smo v poletnem času vabili k uživanju na plaži in razkrivanju skrivnosti preluknjanjih kamnov.

Figure 3: In the Škocjan Caves Park, we made use of the large exhibition space and the supervision ensured by the employees. In the summer, visitors were invited to enjoy the beach and unveil the mystery of holes in rocks.



Slika 4: »Uganeš, koliko let življenja je moralo ugasniti za porcijo na tem krožniku?« je bil napis ob krožniku z morskimi datlji, ki je obiskovalce razstave vabil k razmisleku. Odgovor so našli, če so obrnili kartonček.

Figure 4: "Can you guess how many years of life had to be extinguished for this portion?" was written next to a plate of date mussels, inviting visitors to ponder the matter. The answer was revealed on the other side of the card.

2.4 KAKO?

Z interpretacijo želimo pri obiskovalcih izzvati razmišljanje, drugačno dožemanje ali spremembo obnašanja, medtem ko ima obiskovalec popolno svobodo, da nas ignorira (Ham, 2013). Novosti ali zanimivosti nekega kraja, živali, problema odkriva na neformalen način in v okoliščinah, ki so povsem drugačne kot v šoli, kjer sta pozornost in učenje skoraj zapovedana. V naravi, muzeju ali na drugem kraju, po možnosti v prostem času, je motiviranost ljudi povsem drugačna. Ravno zato pri interpretaciji potrebujemo drugačen pristop in znanje s področij psihologije, marketinga, novinarstva, izobraževanja, pripovedovanja zgodb pa tudi načrtovanja in oblikovanja (Hlad, 2004).

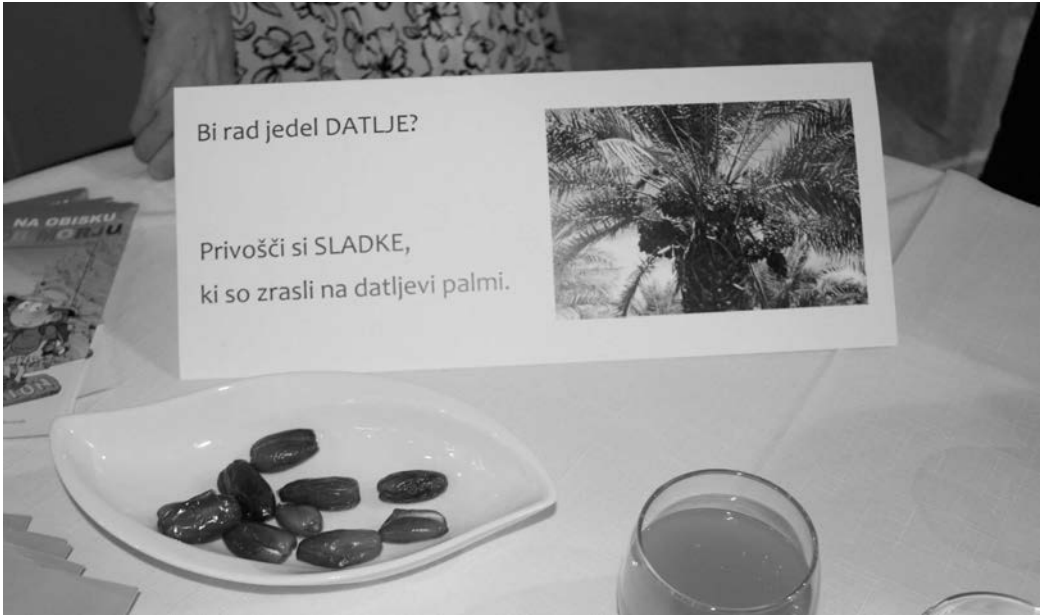
Cilji, ciljna skupina in izbrano sredstvo nam narekujejo, kako interpretirati. Pri interpretaciji konkretnih vsebin pa je neizbežna uporaba osnovnih načel, ki jih je prvič zapisal Tilden (1957), pozneje pa so jih na različne načine povzeli drugi tuji in domači avtorji (Scottish Natural Heritage, 1997; Carter, 2001; Veverka, 2003; Keršič Svetel, 2010; Ham, 2013). Načela upoštevamo pri načrtovanju katerekoli oblike interpretacije. V skladu s temi načeli z interpretacijo:

- PROVOCIRAMO (angl. *provoke*) – izzovemo, vzbudimo pozornost in zanimanje, navdušujemo za nova spoznanja, spremembo obnašanja ali akcijo.
- POVEZUJEMO (angl. *relate*) – pokažemo na povezave z vsakdanjim življenjem, iščemo kontraste in primerjave, raziskujemo osebno raven zaznave.
- RAZKRIVAMO (angl. *reveal*) – omogočimo in spodbujamo razumevanje, spoznanje nečesa novega, razkritje pomenov.
- Pokažemo ŠIRŠI KONTEKST (angl. *bigger picture / holistic*) – razkrivamo širši pogled, zgodbo, ki oriše celoto, zagotavljamo celovitost sporočanja.

Uporaba teh načel zahteva poglobljanje v vsebine, v naravovarstveni problem ter njegovo družbeno in/ali kulturno ozadje. Poleg znanstvenih dejstev nas zanimajo tudi poljudne informacije, zgodbe, pripovedi, risbe, fotografije in podobno.

Posebnosti in zanimiva dejstva za razstavo smo našli v strokovnih člankih (starost in počasna rast školjk), druga v dopisih in poročilih (akcije policistov) ali ob neformalnih razgovorih z deležniki (cariniki, natararji).

*Pri interpretaciji vsebin smo izkoristili dejstvo, da se problematika nanaša na hrano in zdravje, ki spadata med osnovne človekove potrebe po Maslowu (Ule in Kline, 1996) in lahko zato nanju zlahka navežemo druge vsebine, tudi ohranjanje narave (Slike 4, 5, 6, 7). Morske datlje smo **primerjali** s sladkimi, ki jih ljudje poznajo in po katerih so školjke dobile ime, **razkrivali** smo izjemno počasno rast morskih datljev in to **primerjali** z drugimi školjkami. Ljudi smo **spodbujali** k skrbi za svoje zdravje s fotografijami in prikazi pretihotapljenih pošiljk (Slika 7) ter z zgodbo o školjkah, ki smrdijo po nafti. Prikaz **širše slike** problematike morskih datljev je bilo bistvo razstave Nevidne vezi. Razkrili smo povezave med vsakodnevnim življenjem ljudi in naravovarstvenim problemom, ki se dogaja pod morsko gladino, daleč stran od njihovih oči. Omogočili smo razumevanje o tem, kako nabiranje morskih datljev ogroža biotsko raznovrstnost Sredozemskega morja.*



Slika 5: Čutna zaznava pomaga, da si dejstva bolje zapomnimo, zato smo ob odprtju razstave, predavanju in drugih dogodkih postregli s sladkimi datlji.

Figure 5: Sensory perception helps us better remember the facts, so we served sweet dates at the opening of the exhibition, during the lecture, and other events.



Slika 6: Obiskovalce razstave, potencialne kupce, smo spodbujali, da namesto morskih datljev, ki za rast potrebujejo 25, 50 ali več let, jedo druge školjke, na primer mediteranske klapavice (pedoče), ki ustrezno velikost dosežejo že v letu in pol.

*Figure 6: Exhibition visitors, potential buyers, were encouraged not to eat date mussels, which need 25, 50, or even more years to grow but to rather choose other clams, such as Mediterranean mussels (*Mytilus galloprovincialis*), which reach an appropriate size within a year and a half.*



Slika 7: Razstavo smo začinili s prikazom tihotapljenja školjk v rezervnih avtomobilskih gumah in plastičnih vrečkah.
 Figure 7: The exhibition was spiced up with a display of how date mussels are smuggled in car tyres and plastic bags.

Številni avtorji podajajo koristne in praktične napotke za dobro interpretacijo. V strnjeni obliki jih navaja James Carter v delu *Sense of Place*:

»Pri vsebinah poskušajmo biti zelo 'izbirčni' in imejmo ves čas v mislih javnost, ki ji je izdelek namenjen. Uporabljajmo preprost, njej razumljiv jezik, brez strokovnega žargona. Pomagajmo si z zgodbami, s citati ter primerjanjem. Pri vseh izdelkih si prizadevajmo za grafično in vsebinsko enotnost. Ustreznost izdelkov preverimo že v fazi oblikovanja idejnih predlogov.« (Carter, 2001, str. 41)

2.5 KDO?

»Če želiš hoditi hitro, hodi sam. Če želiš priti daleč, hodi z drugimi.« (afriški pregovor)
»If you want to go fast, go alone. If you want to go far, go together.« (African proverb)

Za uspešno varstvo narave je treba poznati tudi zakonitosti psihologije, sociologije, ekonomike in drugih strok, interdisciplinarnost pa je razvojna prednost, saj nosi potencial povezovanja področij, ki se v praksi srečajo le redko ali nikoli (Anko, 2011). V načrtovanje je zato smiselno vključiti različne strokovnjake (biologe, inšpektorje, carinike), ki zagotovijo podatke in njihovo ustrezno interpretacijo, laično javnost, katere povratne informacije so koristne za povečanje uporabnosti izdelka, in izvajalce (lektorja, prevajalca, risarja, oblikovalca), brez katerih izdelava sredstev sploh ni mogoča. **Sestava delovne skupine** se razlikuje od primera do primera, dobro sodelovanje pa bistveno pripomore h kakovosti sredstev interpretacije. Poleg tega je ključna tudi oseba, ki ima vlogo koordinatorja oziroma upravljavca procesa (angl. *interpretation manager*) (Carter, 2001). Pogosto je to prav interpretator, ki skrbi, da delo poteka v skladu z vizijo.

Da bi omogočili dobro sodelovanje, je treba določiti jasen **časovni okvir**. Da pa bi na koncu res pravočasno prišli tja, kamor smo bili namenjeni – do izdelka, ki bo podprl doseganje ciljev, potrebujemo učinkovito **upravljanje procesa**.

Časovni okvir – koliko časa potrebujemo?

Interpretacija je kreativen proces, ki zahteva čas, še toliko bolj, če se v duhu zasledovanja uspešnega varstva narave odločimo za interdisciplinarni pristop. Koliko časa potrebujemo, je odvisno od vsebine ter števila in raznolikosti deležnikov, ki jih želimo vključiti v proces. James Carter (2001) svetuje, da procesu namenimo vsaj šest mesecev in v to obdobje zajamemo fazi načrtovanja ter izvedbe.

Smiselno je, da načrtovanje raztegnemo na daljše obdobje, kar pa ne pomeni, da se moramo interpretaciji posvetiti vsak dan. Dobro je, da prve osnutke in ideje, ki smo jih zapisali ali narisali na podlagi analiz, za nekaj časa celo odložimo. V obdobjih 'nedelovanja' se ideje medijo in zorijo, širimo si obzorje, porajajo se nove zamisli. O vsebinah in konceptih razpravljamo s sodelavci, prijatelji in člani družine. Ko načrtovanju nekega izdelka namenimo dovolj časa in v proces vključimo tudi premore, bo rezultat boljši, v seštevku pa za delo ne bomo porabili bistveno več časa.

Načrtovanje in izdelavo razstave Nevidne vezi smo raztegnili na skoraj dve leti. V tem času smo imeli dva daljša premora, konkretno delo pa smo razpršili na posamezne dneve ali tedne. V prvih mesecih smo intenzivno zbirali in proučevali podatke ter mogoče vidike interpretacije preverjali z deležniki. Po premoru, ko smo se dobre pol leta posvečali drugim nalogam, smo oblikovali delovno skupino, v okviru katere smo opravili temeljitejšo analizo ciljne javnosti in njenega zanimanja. Tako smo vsebine poznali temeljiteje, zato smo lažje pripravili idejne osnutke, o njih pa smo razpravljali v skupini in zunaj nje. Zaradi izvajanja drugih projektnih nalog smo osnutke ponovno pustili mirovati par mesecev. Tudi ta premor je bil koristen, saj smo si v tem času o vsebinah in smiselnosti naših predlogov ustvarili še jasnejšo sliko. Zaradi predvidene intenzivnosti dela smo za zadnje petmesečno obdobje pripravili natančen načrt izvedbe. Čas postavitve razstave smo prilagodili nosilcu predvidenega dogodka (srednja gostinska šola), potem pa posamezne korake načrtovali od izbranega datuma nazaj. Aktivnosti, ki smo jih skrbno koordinirali, so vključevale: pripravo novih osnutkov besedil, nabor in izbor fotografij, izdelavo idejnega osnutka grafičnega koncepta panojev (Slika 1), oblikovanje panojev, lektoriranje in dodatno poenostavljanje besedil, ponovno preverjanje z vidika strokovnosti in upoštevanja načel dobre interpretacije, končni pregled, tisk in odprtje razstave.

Izgubljeno s prevodom in izgubljeni v prevodih

Sodelovanje s prevajalcem je enako pomembno kot sodelovanje z biologom ali oblikovalcem. Dobesedno prevajanje ne prinese dobrih rezultatov, ker humor zvođeni

in nima učinka, podobno je s prisposodobami in z drugimi jezikovnimi posebnostmi besedila. Prevod v drug jezik mora slediti prevodu v drugo kulturo, kar pomeni nekakšno reinterpreteracijo, zato je priporočljivo sodelovanje nekoga, ki ta jezik govori kot materni. Še bolje je, če je prevajalec spreten v interpretaciji. Pomembna sta preverjanje in zagotavljanje strokovne ustreznosti prevodov.

Prav tako je izziv večjezičnost, ki zahteva učinkovito sodelovanje z oblikovalcem. Vsebine je treba strukturirati tako, da jim bralec lahko sledi ne glede na to, v katerem jeziku bere. Večjezičnost samodejno pomeni več besedila na razstavnem panoju, kar lahko učinkuje vizualno odbijajoče. Čeprav gre za isto vsebino v več jezikih in je na posameznem panoju bralcu namenjenih le nekaj stavkov, ga lahko velike površine besedila odvrnejo od tega, da brati sploh začne.

Razstavo smo načrtovali v slovenščini in italijanščini, ki sta zakonsko predpisana jezika na območju slovenskih obalnih občin. Dodana vrednost je bila, da smo dobili pripomoček, ki naslavlja italijanske goste kot pomembno ciljno skupino. Različni oblikovalski prijemi (barve in tipologije črk, razporeditev vsebin v dveh sklopih) so zagotovili zadostno preglednost in privlačnost panojev.

Italijanski prevod smo po posvetovanju z italijansko govorečimi laiki prevetrili z zanimivejšimi besednimi zvezami in pojmi. Ob natančnem pregledu francoskega besedila smo zaznali nekaj strokovnih napak in sprememb v pomenu sporočil, do katerih je prišlo zaradi prevajanja iz italijanske različice. Prevajalka in francosko govoreči znanec sta nam pomagala poiskati izraze ter opise, ki so najboljše odlikovali bistvo slovenskih sporočil.

Moč vizualnih sporočil in oblikovanja

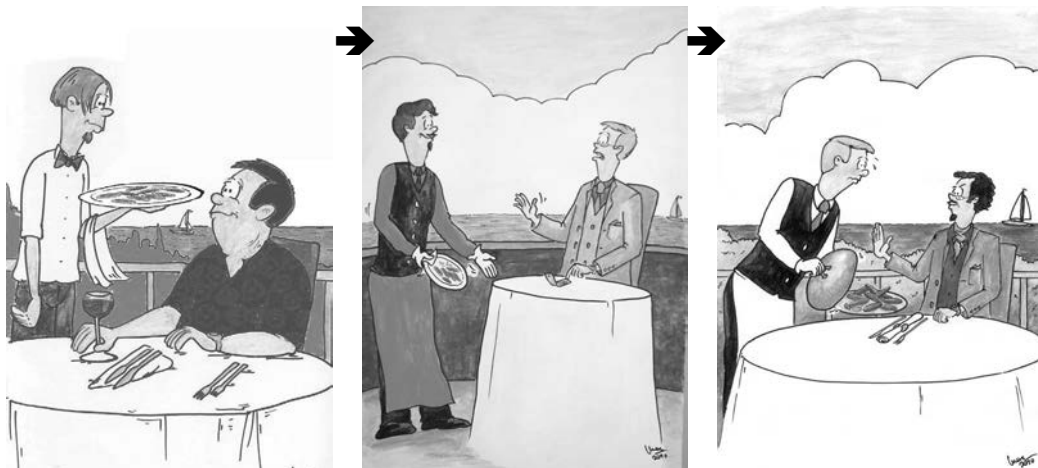
»Oblikovanje ni samo to, kako je stvar videti in kako jo občutimo. Oblikovanje je to, kako stvar deluje.« (Steve Jobs)

»Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works.« (Steve Jobs)

Vizualna sporočila imajo bistveno večjo moč kot besedila, zato je ključnega pomena, da uporabimo grafične prikaze, ki našo zgodbo ustrezno podprejo in nadgradijo. Če grafična podoba in oblikovanje ustrezno povežeta besedilo in grafiko, lahko dobimo dober komunikacijski pripomoček. Pri oblikovanju lahko izhajamo iz gradiva, ki je že v uporabi, omogočimo nadgradnjo preteklih komunikacijskih aktivnosti ter zagotovimo vsebinsko in oblikovno enotnost izdelkov.

V znaku projekta je risar morske datlje razporedil kot prste na roki (med Slovenci je razširjena raba hrvaškega imena prstaci), oblikovalka pa je risbo nadgradila v simbol za prepoved. Grafika skupaj z besedilom poziva k zelenemu načinu obnašanja deležnikov. (Slika 9, desno zgoraj).

Za oglas smo želeli uporabiti **risbo** iz obstoječe zloženke (Slika 8, levo). Opredelitev tipičnega deležnika in razjasnitev motivacijskih dejavnikov (Trampuš, 2015) sta narekovala popravek ilustracije, ki pa sprva ni bil ustrezen (Slika 8, sredina). Končna različica (Slika 8, desno) podpira sporočilo: Prestrašenega gosta je zamenjal urejen mož, morda poslovnež, ki s svojo gesto kot odgovoren potrošnik zavrača ponujene školjke. Rdečelični mladenič, neizkušeni natakar, je v zadregi, saj se zaveda nezakovitosti svojega ravnanja.



Slika 8: Risba na nekdanji zloženki (levo) in v popravljenem predlogu (sredina). Končna različica (desno) ustrezno nakazuje želeno obnašanje, deležnik pa se lahko na njej prepozna. (Avtor risb: Marjan Vaupotič).
 Figure 8: The drawing in the former brochure (left) and the corrected proposal (middle). The final version (right) appropriately shows the desired behaviour and stakeholders can easily identify with it. (Drawings by: Marjan Vaupotič).

3 DISTRIBUCIJA

»Cilj brez načrta je samo želja.« (Antoine de Saint-Exupéry)

»A goal without a plan is just a wish.« (Antoine de Saint-Exupéry)

Ste se kdaj spraševali, kam s kupi zloženek, ki so po koncu projekta ostali v omari? Izdelava komunikacijskih pripomočkov je brez pomena, če nimamo tudi ustreznega načrta, kako bodo dosegli ciljno javnost (Rientjes et al., 2000). Načrtovati je treba, kako in ob kakšnih priložnostih bodo ljudje prišli do zloženke, kje in kdaj si bodo lahko ogledali razstavo in podobno. Ta vidik je bistven tudi za ustrezno načrtovanje potrebnih finančnih sredstev in doseganje ciljev.

Načrt distribucije interpretacijskih sredstev naj bo od vsega začetka del komunikacijskega načrta. Pri tiskanih sredstvih nam pomaga pri odločitvi o nakladi, hkrati nas usmerja k izkoriščanju različnih možnosti distribucije – na dogodkih in s sodelovanjem projektnih partnerjev. Sporočila ob pomoči izbranih sredstev in 'distributerjev' dosežejo javnost, ki so

ji namenjena.

Zloženko smo skladno s prvotnim načrtom delili ob projektnih dogodkih in ob pomoči gostincev. Projektni partnerji so jo delili tudi na svojih dogodkih in prek svojih kanalov ozaveščanja, kot so spletne strani, turistično-informacijski centri, priloga reviji za potrošnike, v kateri je bil objavljen članek, in podobno (Zavod RS za varstvo narave in Zveza potrošnikov Slovenije, 2010). Učenci Biotehniškega centra Naklo so jo uporabili pri sestavljanju kviza, ki so ga pripravili za svoje vrstnike.

<p>Nalepi nalepko in povej o tem prijateljem, znancem, staršem.</p> <p>Attacca l'adesivo e parlane agli amici, ai conoscenti, ai genitori.</p>	<p>Voziš čoln ali jadrnico? Nalepi nalepko in sporočilo prenesi tudi drugim udeležencem pomorskega prometa.</p> <p>Conduci un'imbarcazione a motore o a vela? Attacca l'adesivo e trasmetti il messaggio anche agli altri utenti del mare.</p> 	<p>Morje imamo radi, zato pravimo: Amiamo il mare e per questo diciamo:</p> 
<p>Delaš v gostilni ali hotelu? Nalepko lahko nalepiš na vhodna vrata gostilne ali restavracije.</p> <p>Lavori in una trattoria o in un albergo? Puoi attaccare l'adesivo sulla porta d'ingresso della trattoria o del ristorante.</p> 		<p>Voziš avto ali motor? Nalepka se lepo poda tudi kopenskim vozilom.</p> <p>Guidi un'automobile o una moto? L'adesivo fa bella figura anche sui veicoli stradali.</p> 

Slika 9: Znak projekta (zgoraj desno) smo natisnili kot vodoodporno nalepko ter na dogodkih spodbujali različne načine njene uporabe za podporo projektu in ozaveščanje.

Figure 9: The sign of the project (upper right corner) was printed as a waterproof sticker and we used the events to encourage the various possibilities of using it in order to support the project and raise awareness.

Razstavo smo v skladu z načrtom distribucije postavili v več srednjih in višjih šolah ter fakultetah po Sloveniji in tako dosegli glavne ciljne skupine. Distribucijo smo želeli naknadno razširiti, zato smo raziskali stične točke z zanimanjem različnih vrst javnosti in različnimi razstavnimi prostori. Razstava je ponudila:

- prikaz nazornega primera negativnih vplivov človekovih dejanj na okolje v povezavi s spodbujanjem trajnostnega obnašanja – pripomoček za šole;
- povezavo področij narave in varne hrane, npr. na sejmu Narava-zdravje, ter varstva narave in gostinstva – na kongresu o trajnostnem razvoju v gostinstvu ter na srečanju gostincev;
- popestritev stalnih zbirk s tematiko varstva narave – v centrih za obiskovalce zavarovanih območij;
- podporo promociji prodaje drugih vrst školjk kot zakoniti alternativni prodaje morskih datljev, npr. na dnevih domačih pedočev;
- popestritev razstavnih prostorov splošnih knjižnic v času poletnih počitnic.

4 VREDNOTENJE

»Ne učimo se z delovanjem, učimo se z razmišljanjem o tem, kaj smo naredili.« (Zenworks.com)

»We don't learn by doing, we learn by reflecting on what we've done.« (Zenworks.com)

Vrednotimo zato, da ugotovimo, kako uspešni smo bili ter da izkušnje in spoznanja uporabimo za izboljšanje rezultatov v prihodnje. Za to uporabljamo različne posredne ali neposredne, kvalitativne ali kvantitativne metode (vprašalniki, opazovanje vedenja ljudi in podobno). Vrednotimo, preden se lotimo načrtovanja, med procesom izdelave sredstev in po njem (Carter, 2001; Ogorelec 2003b; Keršič Svetel, 2010).

Pri načrtovanju zloženke in razstave smo predhodno vrednotenje opravili v okviru izvajanja celotnega projekta, ko smo analizirali deležnike, njihovo poznavanje problematike, katera komunikacijska sredstva so že na voljo in podobno (Trampuš, 2015).

Med načrtovanjem razstave smo se redno posvetovali s strokovnjaki in z laiki ter preverjali ustreznost osnutkov. Kreativno delo smo raztegnili na več mesecev, tako da je bilo med posameznimi fazami dovolj časa za pridobitev povratne informacije tudi od težje dosegljivih strokovnjakov. Večino vsebinskih zapletov (zaradi poenostavitve sporočil, uporabe poljudnih izrazov ipd.) smo razrešili že v začetnih fazah načrtovanja, zato je bila potrditev predloga razstave mesec pred odprtjem le še formalnost.

Z uporabo različnih oblikovalskih prijemov (barv in tipologije črk, razporeditve vsebin v dveh sklopih idr.) smo zagotovili preglednost in vizualno privlačnost panojev. Dvojezičnost se je izkazala kot prednost, saj nas je prisilila v korenito krajsanje besedil in poenostavitve. Dobrodošla posledica je bila večja jasnost sporočil, kar je hvaležno sprejela tudi javnost.

Med distribucijo in po njej je priporočljivo spremljati njeno uspešnost, načrtovano razdeljevanje zloženek ali postavitvev razstave pa smiselno prilagoditi.

*Želeli smo, da bi znak v obliki **nalepke** uporabili gostinci in se tako aktivno vključili v ozaveščanje potrošnikov. Nalepke smo delili na neformalnih pogovorih, saj je analiza deležnikov pokazala, da bo težko pridobiti njihovo podporo (strah pred odvrčanjem gostov). Nekateri so jo vendarle uporabili (Slika 9, sredina spodaj). Lastniki plovil so izrazili željo po večji nalepki, kar bi bilo smiselno upoštevati ob morebitnem ponatisu.*

*Pri distribuciji **zloženek** v slovenskem jeziku smo bili uspešni zaradi dobrega načrta, ki smo ga vseskozi nadgrajevali. Zaradi dobrega sodelovanja z Zvezo potrošnikov Slovenije smo naklado povečali z 2.000 izvodov na 12.000 (8.000 za naročnike revije za potrošnike). Zloženke v angleškem jeziku (z naklado 1.000 izvodov) smo namesto za prvotno načrtovano komuniciranje s potrošniki uporabili za promocijo projekta na konferencah in drugih dogodkih. Za zloženke v italijanskem jeziku (z naklado 2.000 izvodov) nismo imeli pravega načrta in*

kanalov distribucije. Preostale zloženke smo v letih po projektu delili prek gostincev, ki so sodelovali na dnevih domačih pedočev.

Razstava je dosegla zelo številno in raznoliko občinstvo. Načrtovali smo od tri do pet postavitev, a je v času projekta in v naslednjih štirih letih obiskala 23 krajev in dogodkov. Načrt smo bistveno preseglji, k čemur je pripomogel temeljit razmislek o tem, kako lahko razstavo uporabimo kot sredstvo interpretacije na različnih lokacijah, kjer se ljudje izobražujejo formalno ali neformalno.

Uspešna interpretacija ima temo, je organizirana, je relevantna za javnost in javnost v njej uživa (angl. TORE: *Thematic – Organized – Relevant – Enjoyable*) (Ham, 2013). Učinkovitost izdelkov lahko vrednotimo bolj ali manj sistematično ob pomoči različnih tehnik: z intervjuji ali neformalnimi razgovori s strokovnjaki ali obiskovalci, opazovanjem vedenja obiskovalcev in podobno (Keršič Svetel, 2010). Kadar je mogoče (npr. pri ponatisu zloženke ali ob ponovni postavitvi razstave), ugotovitve iz vrednotenja uporabimo za izboljšanje učinkovitosti našega izdelka.

Razstavni predmeti so se izkazali za zelo dobrodošlo nadgradnjo razstavnih panojev. Lupine različnih vrst školjk, porcije školjk na krožnikih in primerki razbitih skal (Slike 2, 3, 4, 7) so bistveno povečali interaktivnost razstave in zanimanje obiskovalcev. Z vsako postavitvijo smo prikaze še nekoliko popestrili. Kjer je bilo mogoče (ločen razstavni prostor, nadzor), predmetov nismo zaprli v vitrine. Obiskovalce smo z napisom tudi vabili, naj skale potipajo. S predmeti je razstava postala bistveno učinkovitejše sredstvo interpretacije. Opazovali smo, kako so številni obiskovalci te predmete proučili do potankosti ter prebrali vse napise, ki so jim bili priloženi. Ob panojih so se običajno zadržali krajši čas, nekateri pa so se nanje ozrli le od daleč.

Razstavo so različne vrste javnosti zelo dobro sprejele, kar so potrdili odzivi organizatorjev dogodkov in obiskovalcev. Mnenja obiskovalcev smo na večini lokacij zbirali tudi v knjigi vtisov. Med zanimivimi zapisi so: »Nisem vedel, da obstajajo školjke, ki jedo kamen; Zanimiva morska razstava in slike, full cool ... skratka čudovito!; Še bolj bi morali ozaveščati ljudi in preprečiti uničevanje teh školjk. Super, da ste pripravili razstavo. Prosim, naj potuje povsod po Evropi!; Zdaj vem nekaj, česar prej nisem vedel. Hvala.; Podpiram v celoti!; Lepo in poučno, z veseljem spoznavam naše podvodno življenje, ne da ga uničujem.; Zelo dobro predstavljeno!; Zelo doživeta razstava.; Super razstava – zelo razumljiva in zanimiva!; Upam, da ste te zelo nazorne in poučne zgibanke nesli tudi v vse obalne in druge restavracije.; Zanimiva razstava, ti da misliti!«

Tudi tovrstni zapisi so potrdili, da smo z razstavo dosegli številne od zastavljenih ciljev, predvsem učnih in čustvenih (Tabela 2), z jasno temo in strukturo vsebin pa omogočili, da je lastno raziskovanje prineslo v učenje tudi zabavo. Ne nazadnje smo javnost s tem spodbudili tudi k odgovornejšemu odnosu do narave in spremembi vedenja, ki je nujno za uspešno varstvo narave. Natančnejšega preverjanja doseženih vedenjskih ciljev nismo izvedli.

5 ZAKLJUČEK

V projektu *Morski datlji! Ne, hvala!* smo načela dobre interpretacije uporabili za oblikovanje sporočil, namenjenih različnim deležnikom na ravni projekta, in konkretno pri načrtovanju interpretacijskih sredstev (zloženske in razstave). Načrtovanje in izdelava sredstev interpretacije sta nam prinesla nove, izjemno koristne izkušnje s področja interpretacije narave, pri čemer ne gre pozabiti, da smo se lotili interpretacije nekarizmatične živalske vrste ter kompleksnih naravovarstvenih problemov ter z njimi povezanih družbenih razmer, ki so podrobneje opisani v ločenem prispevku (Trampuš, 2015). Proces načrtovanja je bil nadvse uspešen zaradi sodelovanja z različnimi deležniki ter laično in strokovno javnostjo. Z analitičnim interdisciplinarnim pristopom, s sistematičnostjo, kreativnostjo in z improvizacijo smo pripravili sredstva interpretacije, ki so učinkovito podprla celoten komunikacijski proces, namenjen reševanju konkretne naravovarstvene problematike. Vrednotenje rezultatov bi bilo mogoče nadgraditi z uporabo nekaterih bolj sistematičnih metod, izvedena opažanja pa kljub temu potrjujejo, da smo dosegli večino zastavljenih ciljev interpretacije, s čimer smo pripomogli k doseganju širših projektnih ciljev.

Pridobljene izkušnje so potrdile, da so bili zasledovanje načel interpretacije, temeljito načrtovanje in učinkovito upravljanje celotnega procesa vredni vloženega navora, časa in finančnih sredstev. Tak pristop je ključen za učinkovito doseganje zastavljenih ciljev. Vrednotenje rezultatov in samega procesa nam je ponudilo globlji vpogled v razloge za uspeh, s tem pa so se okrepile naše izkušnje ter znanje in razumevanje teorije in prakse s področja interpretacije varstva narave. To je bila še dodatna spodbuda, da praktični primer interpretacije narave celovito prikažemo v prispevku – v podporo začetnikom in navdih izkušenim interpretatorjem.

6 SUMMARY

“Interpretation (of nature and heritage) is a mission-based approach to communication aimed at provoking in audience the discovery of personal meaning and the forging of personal connections with things, places, people and concepts.” (Ham, 2013). The beginnings of heritage interpretation date back to the 19th century USA, while its assertion in Slovenia began after 2002. The paper comprehensively presents a practical example of interpretation of nature in the *Date mussels? No, thank you!* project, which the Institute of the Republic of Slovenia for Nature Conservation, Piran Regional Unit, implemented in 2010-2012. The protection of date mussels (Lat. *Lithophaga lithophaga*) and their habitat is a complex field in terms of legislation and expert views and interpretation has proven to be an approach, which has substantially contributed to attaining nature conservation objectives.

The presented practical example can help or inspire experts who are taking on similar tasks. The paper provides the main characteristics of planning, implementing, and

assessing the effects of interpretation. It focuses on the preparation of various means of interpretation and presents the planning and implementation of the exhibition in more detail. Other content, such as integrated strategic communication, stakeholder analysis, and the definition of the main project messages, is published in the *Date mussels? No, thank you! – a case study on strategic nature conservation communication* (Trampuš, 2015) paper.

The paper focuses on the main steps in the interpretation planning process, from defining the purpose, objectives, and target groups. Answering the questions **what**, **why** and **for whom** we are interpreting, has made the decision **what to use** to achieve that easier. A detailed focus on analysing the objectives and preparing the content was made during the exhibition planning phase, which is also presented in detail in the paper. After clarifying what we want exhibition visitors to learn, feel, and how to change their behaviour, we analysed our target public and got to know it, which helped us set concrete objectives and plan and implement the appropriate means of interpretation. This was followed by the preparation of content or the main theme of the interpretation as well as the subthemes with key messages that shed light on the entire story.

Provoking, relating, and revealing are the fundamental principles of interpretation, which guided us in interpretation planning. How to provoke interest, how to relate our messages to the target groups, how visitors can incorporate them in their belief system, and how fundamental principles and appropriate approaches can stimulate the attitude of the target public and establish connections between their perception of the world and the reality as seen by a nature conservationist. The date mussels project implemented these principles at all levels of planning this communication project and messages, and more concretely in the preparation of the *Invisible Links* exhibition.

The exhibition primarily focused on hospitality and tourism students. The specifics of the chosen target public served as an additional incentive for thorough planning. We explored motivational factors for changing the target group's behaviour and delved deep into scientific facts and stories, which would be interesting for the interpretation. These were presented in the form of simplified and clear texts. The attractive visual image connected visitors with the popular concepts and terms: beach, sea, and holidays. These were namely some of the answers that we got to the question posed to the target public, i.e. "*What comes to mind when you think about the sea and mussels?*". The main **theme** and subthemes of the exhibition were shaped. The theme was the golden thread and defined the essence of interpretation (*Our world is in many ways connected to the world of date mussels. They are interdependent though this might not be visible at first sight.*). Coupled with clear objectives, it led our planning so that we did not get lost in the multitude of interesting facts and creative ideas.

The distribution plan of the means of interpretation was a component part of the interpretation. We searched for the best distribution channels and included our project partners. This way, the messages reached the desired target public. The distribution of

the brochure even surpassed the plans due to our good cooperation with the Slovene Consumers' Association. The response to the exhibition was very good and measured with direct observation and a book of impressions. After the initial success of the exhibition, it travelled to numerous other locations such as schools and visitor centres where people engage in formal and non-formal education. Instead of the planned three to five exhibitions, we brought it to over twenty different locations enabling thousands of visitors to visit the exhibition. At the majority of the locations, the exhibition did not include only the exhibition panels but was upgraded with objects and other displays (videos), which substantially increased its interactive nature and enhanced its effects as a means of interpretation.

Interpretation is a creative process, which takes time and urgently requires interdisciplinary work and the inclusion of the expert and lay public. Effective coordination is key. The paper also sheds light on the pitfalls and challenges of designing visual messages (e.g. illustrations), translating texts, and graphic design. When preparing translations, it quickly happens that humour, word play, and similar fade. We are therefore faced with reinterpretation and adapting content to the cultural background and perception of readers of different nationalities. A lot of attention must be paid that translations do not contain any scientific errors.

The examples from the project on date mussels show that by considering the main principles of interpretation and with careful planning and coordination of the process, we were able to prepare means of interpretation, which effectively supported project activities. The objectives of the interpretation were mainly achieved, as we encouraged numerous and diverse stakeholders to think and to change their attitude or behaviour. The planning and implementation of interpretation activities brought new experiences with nature interpretation to nature conservationists, including from the viewpoint of interpretation of uncharismatic animal species, complex nature conservation problems, and the associated social situation.

The interpretation in the *Date mussels? No, thank you!* project has enabled the achieving of communication and nature conservation objectives in the broader sense.

7 ZAHVALA

Za pomoč pri načrtovanju interpretacije v projektu *Morski datlji? Ne, hvala!* iskrena hvala interpretatorkam Branki Hlad, Bredi Ogorelec, Ireni Kodele Krašna in Jani Vilman Proje. Brez vašega prispevka, kreativnega in strokovnega razmisleka ter komentarjev bi bili rezultati projekta slabši, proces interpretacije pa bistveno manj uspešen in zabaven. Hvala, da ste delile svoje znanje, izkušnje in kreativnost.

8 VIRI

1. Anko, B., 2011. Perspektive razvoja naše naravovarstvene vzgoje in izobraževanja. *Varstvo narave*, [e-revija] 25, 5–19. Dostopno na: http://www.zrsvn.si/dokumenti/63/2/2011/Anko_2582.pdf [5. 5. 2018].
2. Brochu, L., 2003. *Interpretive Planning: The 5-M Model for Successful Planning Projects*. Fort Collins, Kolorado, Združene države Amerike: National Association for Interpretation.
3. Carter, J., 2001. *A Sense of Place: An interpretative planning handbook*. [e-knjiga] Druga izdaja. Inverness, Združeno kraljestvo: Tourism and Environment Initiative Bridge House. Dostopno na: http://www.jamescarter.cc/wp-content/uploads/2014/09/A_Sense_of_Place_James_Carter.pdf [27. 2. 2015].
4. Deufel, N., 2010. *Nicole Deufel's Blog: What is Interpretation?* [online] Dostopno na: <http://nicoledeufel.com/2010/10/03/what-is-interpretation/> [27. 2. 2015].
5. E-utrip, 2012. *Generacija Y in razlike med generacijami*. [online] Dostopno na: <https://www.e-utrip.si/generacija-y-in-razlike-med-generacijami/> [27. 2. 2015].
6. Ham, H. I., 2013. *Interpretation – Making a Difference on Purpose*. Golden, Kolorado: Fulcrum Publishing.
7. Hesselink, F., Goldstein, W., van Kempen, P.P., Garnett, T. in Dela, J., 2007. *Communication, Education and Public Awareness (CEPA): A Toolkit for National Focal Points and NBSAP Coordinators*. [e-publikacija] Montreal, Kanada: Secretariat of the Convention on Biological Diversity and IUCN. Dostopno na: <https://www.cbd.int/cepa/toolkit/2008/doc/CBD-Toolkit-Complete.pdf> [27. 2. 2015].
8. Hesselink, F., 2013. *Frogleaps*. [online] Dostopno na: <http://www.frogleaps.org/personal-story-of-frits-hesselink/> [22. 9. 2015].
9. Hlad, B., 2004. *Interpretacija narave: Poročilo o seminarju in delavnici Johna Veverke*. Ljubljana in Bistra: Ministrstvo za okolje in prostor RS, Agencija RS za okolje.
10. Keršič Svetel, M., 2010. *Identiteta je tudi interpretacija preteklosti: Strokovna izhodišča za smernice in standarde kakovosti na področju načrtovanja interpretacije dediščine podeželja*. [e-brošura] Cerknica: Notranjski ekološki center NEC. Dostopno na: <http://www.smid.si/attachments/article/203/Identiteta%20je%20tudi%20interpretacija%20preteklosti.pdf> [5. 5. 2018].
11. Ludwig, T., 2015. *The Interpretive Guide – Sharing Heritage with People*. [e-publikacija] Druga izdaja. Werleshausen, Nemčija: Bildungswerk interpretation. Dostopno na: http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HeriQ/the_interpretive_guide_2015_en.pdf [27. 2. 2015].
12. Ogorelec, B., 2003a. *Interpretacija narave*. [online] Dostopno na: <http://www.interpretacija.si/> [27. 2. 2015].

13. Ogorelec, B., 2003b. Naravoslovne (učne) poti – priporočila načrtovalcem. V: Gosar, A. ur. *Zavarovana območja in njihov pomen za turizem: Morska učna pot Mesečev zaliv in njegovi zakladi. Strokovni seminar, Strunjan, 28.–29. november 2003*. [online] Koper: Univerza na Primorskem. 40-45. Dostopno na: http://www.interpretacija.si/knjiznica/priporocila_nacrtovalcem.pdf [27. 2. 2015].
14. Ogorelec, B., 2011. Interpretacija. Zakaj in kako? V: Bogner, D., Zupan, S. in Kanzian, M. ur. *Infrastruktura za doživljanje in spoznavanje narave: smernice za inovativno načrtovanje*. Bled: Triglavski narodni park. 26–33.
15. Rientjes, S., Jones-Walters, L., Aarts, N., Van Woerkum, C. in Kovacs, T., 2000. *Communicating Nature Conservation*. Tilburg, Nizozemska: European Centre for Nature Conservation.
16. Scottish Natural Heritage, 1997. *Provoke Relate Reveal: SNH's Policy Framework for Interpretation*. Perth, Združeno kraljestvo: Scottish Natural Heritage.
17. Sikirić, V., 2012. *Generacija Y*. [online] Dostopno na: <http://www.saop.si/poslovne-informacije/kariera-755/motivacija-komunikacija-in-zdrava-kariera/generacija-y/> [27. 2. 2015].
18. Smrekar, A., Šmid Hribar, M., Tiran, J. in Erhartič, B., 2014. Interpretacija okolja na primeru Ljubljanskega barja. V: Bole, D. in Kladnik, D. ur. *Georitem 24*. [e-publikacija] Ljubljana: Založba ZRC, Geografski inštitut Antona Melika. 7-134. Dostopno na: https://giam.zrc-sazu.si/sites/default/files/georitem_24-14-screen_1.pdf [5. 5. 2018].
19. Tilden, F., 1957. *Interpreting our heritage*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
20. Trampuš, T., 2015. Morski datlji? Ne, hvala! – primer strateškega komuniciranja varstva narave. *Varstvo narave*, [e-revija] 28, 5–25. Dostopno na: http://www.zrsvn.si/dokumenti/63/2/2015/Trampus_4063.pdf [5. 5. 2018].
21. Ule, M. in Kline, M., 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
22. Veverka, J. A., 2003. *Using interpretive themes and objectives will make your program planning easier and more effective*. [online] Dostopno na: <http://www.interpscan.ca/journal/articles/using-interpretive-themes-and-objectives> [27. 2. 2015].
23. Zavod RS za varstvo narave in Zveza potrošnikov Slovenije, 2010. *Morski datlji? Ne, hvala!*. [e-brošura] Dostopno na: <https://www.zps.si/index.php/hrana-in-pijaa-topmenu-327/broure-in-zloenke/4480-zloenka-morski-datlji-ne-hvala> [5. 5. 2018].

Tina TRAMPUŠ

Zavod RS za varstvo narave, Območna enota Piran

Trg Etbina Kristana 1

SI – 6310 Izola, Slovenija

tina.trampus@zrsvn.si