

Möte med John Veverka 2011-09-27

John Veverka kom till Sverige för att delta i en workshop arrangerad av Fastighetsverket, och vi på CNV passade på att träffa honom på Skeppsholmen. John har lång erfarenhet av att jobba med interpretation och driver ett företag (John Veverka & Associates) som erbjuder utbildningar inom en rad olika områden som till exempel utvärdering, ny teknologi, aktuell forskning, finansiell planering för naturvägledare, "att skriva om natur", utbildning för naturvägledarutbildare... Han driver företaget själv men samarbetar med en rad olika personer.

En viktig aspekt som John förespråkar är "mass customization", det vill säga att se till att man när man planerar ett besökscenter eller liknande vet vad besökarna vill ha och att man har något att erbjuda alla. "Upplevelse" bör vara grunden för all planering, folk vill veta i förväg vad de kan förvänta sig. Om du bygger upp en naturstig som handlar om skogen kan man till exempel få välja om man vill lära sig mer om vad som händer under olika årstider, vilken kunskapsnivå man vill ha, språk, inriktning på det man ska lära sig (t.ex. blommor, träd, olika bruksmetoder mm). Man ska också kunna välja om man vill ha en utskriven broschyr, en app, en ljudfil, en video eller mer fakta. Så kallade QR-koder kan användas för att leda folk vidare till specifik information på en hemsida.

När en upplevelse presenteras (i en broschyr eller på en hemsida) är bildspråket a och o, att man kan identifiera sig med en människa på bilden.

En annan viktig aspekt är att interpretation ska vara lönsamt. Ett riktmärke är att för varje dollar man satsar ska man få fem tillbaka. Fundera över om den plan du har verkligen leder till de mål du vill uppnå, annars är det dags att tänka om.

John har arbetat praktiskt med utvärdering, bland annat i Mojave Indian Reservation. Där tillbringar gästerna en vecka och har möjlighet att delta i massor av aktiviteter. 700 personer fick fylla i ett formulär om hur det upplevde sitt besök. Det är viktigt att utvärderingen är utformad på ett sådant sätt att man får veta mer än att besökaren tyckte att något var dåligt (en trea på en skala 1-10). Vad var dåligt och hur hade besökaren velat ha det istället? Varför deltog man i en viss aktivitet, var anledningen "att man inte hade något bättre för sig"?

När man arbetar med interpretation är det viktigt att fundera över vilket budskap du vill förmedla och se till att det verkligen kommer fram. Även om man bara läser 10 av 40 skyltar så ska man förstå budskapet. Använd gärna "cliffhangers". John gav ett exempel från en djurpark där personalen sa att "kl 15 ska ni få veta varför djuren gör så här och så här". Det fick folk att stanna kvar, de blev nyfikna.

I England har det funnits en organisation (Center for environmental interpretation, CEI) som liknar CNV. Några personer som arbetat där är Neil Dement och Greyham Borrow.

I boken "The experience economy" presenteras fyra olika sätt att uppleva en aktivitet. **Passivt** (när man lyssnar eller tittar på en presentation eller liknande), **aktivt** ("hands-on", aktiviteter där man själv deltar), **immersion** (en direkt upplevelse på plats ute i landskapet), och **absorption** (när man blir så uppslukad av upplevelsen att man glömmer tid och rum). Upplevelserna i sig kan också delas in i fyra grupper; **underhållande**, **utbildande**, **estetiska** eller **eskapistiska** (meditativa, när man till exempel får uppleva vildmark på egen hand).

Sammanfattningsvis kunde vi konstatera att verkligheten skiljer sig åt ordentligt mellan Sverige och USA. I USA har man länge arbetat målmedvetet med interpretation, och den är oftast betydligt mer kommersiellt inriktad. Där finns gott om kunskap som vi kan ha stor nytta av även här!

**Böcker som inspirerat John:**

The experience economy, Joseph Pine och James Gilmore

Mass Customization, Joseph Pine

Experiential marketing, Bernard Schmitt

Markets of one, Joseph Pine och James Gilmore

The rest of the story, av Paul Harvey

[Läs mer på www.heritageinterp.com](http://www.heritageinterp.com)

Johns e-post: [jvainterp@aol.com](mailto:jvainterp@aol.com)

Vi får gärna ladda ner och använda material från hans hemsida, det samma gäller materialet på den CD-skiva som Eva fick.