

建立湿地中心

1: 公共中心 & CEPA



全球湿地中心网络湿地链接国际（WLI）编纂的介
绍性手册



目录表

1. 简介 — 本手册的目标和范围
2. 全球湿地中心 — 多样性和全球分布
3. 背景 — CEPA（沟通、教育和公众意识）
4. 为什么要建立湿地中心？ — 远景目标、使命和规划
5. 开发 — 建立湿地中心
6. 内容 — 信息、主题和情节
7. 对象 — 观众、方便性和内容
8. 解说 — 解说方式
9. 硬件 — 展览、图片、展示、互动、媒体
10. 软件 — 人工解说、事件和活动
11. 运作 — 中心的运行
12. 心灵与智慧 — 会员、支持者、志愿者，重复性，行动的意识/经验
13. 案例分析
14. 术语表
15. 索引和链接
16. 感谢

第一章 — 简介

“我有意建立一个湿地中心，能不能帮我？”

“这个地方很理想，我们国家应该有一个湿地中心。”

“什么叫湿地中心？哪儿可以找到更多的湿地中心？”

许多人不熟悉湿地中心这个说法。我们知道“自然保护区”、“国家公园”、“植物园”、“博物馆”和“动物园”。这些地方的差异很明显，但什么是湿地中心呢？

这本在线手册就是为回答这一问题编纂的，简要阐述湿地中心的建立和运作中需要考虑的原理、思想和问题。本手册的重点放在 CEPA（沟通、教育和公众意识）上，即湿地中心的建立和运作中的“人”的因素。

希望本手册是系列丛书的第一本，希望后续丛书能够用实际知识补充“思考过程”或考虑 CEPA 和湿地中心的其他方面（例如 CEPA 和消除贫困、可持续生计、以及与周围社区的协作等）。也许，其他组织会编纂与湿地中心的开发有关的其他相关手册，例如物种和栖息地管理、水文学等。CEPA 不会涵盖所有方面。除了 CEPA 人员和整个核心开发组之外，您的开发计划可能还需要建筑师、园林建筑师、水文学家、土壤学家、湿地生态专家、栖息地的建立和恢复专家、生物多样性监控人员、野生生物学家、规划师、赞助人员、开发官员、项目经理、当地社区、营销专家、法律顾问、会计师、设计人员、艺术家、承包商和其他众多人士的参与。

本手册由英国野生鸟类和湿地基金会（WWT）编纂。该基金会是英国唯一的专家级湿地保护慈善团体，它的湿地游客中心遍及整个英国（详见 www.wwt.org.uk）。作为其保护计划的一部分，WWT 负责协调全球湿地中心 — 湿地链接国际（WLI，详见 www.wli.org.uk）。WLI 与拉姆萨尔公约（有关湿地保护的国际和政府间公约，详见 www.ramsar.org）签订了合作备忘录。

全世界众多的人士向 WLT、WWT 和拉姆萨尔公约咨询湿地中心的开发事宜，包括政府部门和机关、非政府组织和个人。他们可能想建立新的湿地中心，也可能想提高现有中心的运作效率。希望本手册能在一定程度上满足他们的需要。

英国政府通过下属的食品、环境和乡村事务部为本手册的编纂提供资金支持，WLI 对此深表谢意，也对汇丰银行对 WLI 的持续发展提供的支持表示感谢。

本手册的编纂只是个开始。无可避免地，我们的实例主要由野生鸟类和湿地基金会提供。希望本手册最终能够收录全球湿地中心的众多最佳实践，也希望能够为远程学习和本地区的现场培训提供支持材料。

第二章 — 全球湿地中心

湿地链接国际 (WLI, 全球湿地中心网络) 将湿地中心或湿地教育中心或湿地学习中心定义为“人和野生生物之间存在互动并提供湿地保护支持的 *CEPA* 活动的地方”，详见 www.wli.org.uk。

过去的湿地中心往往包括一个湿地和相关的解说性标志、路线、(可能很宏大的) 展览、和一个讲解湿地的历史及其生物多样性保护的专用游客中心 (包括游客感兴趣的湿地)。

但全球的湿地中心正在快速增长中。实际上, 有些方面正在超越传统的 WLI 定义。湿地中心可能侧重于野生生物, 但也同样侧重于拉姆萨尔公约支持的对湿地的合理使用问题。中心通常会编写相应的解说词, 阐述湿地对周围居民的重要性, 如文化关系、可持续生计、消除贫困等等。有些湿地中心可能侧重于考古遗产的保护。

有时, 湿地中心甚至不在湿地里。谁能说纽约水族馆里的哈得逊河湿地缩微景观或者芝加哥布鲁克菲尔德动物园的湿地景观就不是湿地中心? 另一方面, 基于诸如可持续渔业发展之类的因素的社区项目就一定是湿地中心吗? 但不管怎么样, 它一定是一个存在人与湿地的互动、提供对湿地的合理使用和保护的 *CEPA* 活动的地方。

湿地中心可能融合了自然保护区、原野地、植物园、圈养动物园、博物馆、科学中心和文化遗产地及其任何组合, 可能是附属某个场所的中心, 也可能是详细介绍整个市区的集水系统、流域、或者应对湿地保护的适当的全景观或生态系统解决方案的建筑物。

政府、非政府机构、私人和公司、或相应的组合和合作伙伴都可以管理湿地中心, 可以是小规模本地事务, 也可以是几百万英镑的投资项目。在 **WLI World** 的网站 (www.wli.org.uk) 上快速查询全球湿地中心有助于揭开此类多样性的部分真相, 为希望详细了解某些湿地中心的人士提供中心的联系方式。

全球有几百个湿地中心提供下列产品或服务：

令人称奇的自然和文化天堂。因为野生生物和遗产展览、景观特征、保护/可持续性/对中心的合理使用、对游客的吸引力和生态旅游地作为学习场所面向公众开放，游客可以进入绿地、生物多样性或遗产保护地。

一种归属感以及由此产生的人与自然的联系感。这种强烈的情感联系特别重要，因为现在的人们越来越都市化了，越来越“疏远”自然。接近自然有助于舒缓压力 and 提升精神状态，提供众多生活体验，还会催生您对环境问题的长期兴趣和关注。

为学生提供课外学习机会。在全球的许多地方，文化更多地依赖虚拟的媒体。学校制定更多的规范性教学计划，催生了一种滋生过度的健康和法规和安全法规和诉讼的“恐惧”文化，学生的课外活动也随之减少。湿地中心提供对自然的第一手安全体验。

除了众多的全球实例外，《崭露头角—湿地中心的潜力和实践》一书阐述了湿地中心的好处。您可以从 www.wli.org.uk 免费下载该书。

第三章 — 背景

在英国野生鸟类和湿地基金会创始人 Peter Scott 看来，湿地中心（实际上，更为一般的应该是 WWT）是实现“人与野生生物和谐共处”的重要因素。

湿地中心是一个巨大的学习场所，一个提供 CEPA 的场所。我们可以定义这个阶段的“学习”含义，强调被 WWT 采用的学习政策指导方针。另外，规定 CEPA 的每个字母的含义也很重要。

学习是一个“成为”的过程，成为一个成熟的人、一个个体或一个公民的过程。人不能不学习。作为大脑发育较为发达的灵长类动物，人的一生活有太多的东西要学。学习是一个增强和依赖大自然的教育过程，是一个主动的过程，涉及知识、技能、态度和价值观。近年来，理论学习由“知识范例”转化为对融入日常生活各个方面的意义的终生探索。学习与行为变化也有关系。WWT 的期望之一是向学员传授就其本地环境做出明智的决定所需的智力和概念工具。“行动能力”是衡量人们在多大程度上具备相应的工具和技能的指标。

本质上，学习是一个主动融合经验的过程。CEPA 包含“教育”一词，但 WWT 相信：“学习”一词在情感上还不足以更好地概括互动的复杂性和观众的参与程度。太多的人仍然将“教育”视为单纯的在校学习过程，而不是每个人的终生学习过程。

以下为相应的学习指导原则（由 WWT 提供）：

学习是个人的事，人们以自己的速度和不同的方式学习。学习包括现有的知识和经验，包括个人学习和群体学习。

学习计划应该以学习而非教育为中心，应该从学员的现状出发，并采纳他/她的观点。

学习应该包括一切因素。

学习是一个从出生到死亡的终生活动。

学习应该是跨教学大纲、跨界别的。湿地可以激发从艺术到动物学的各方面学习兴趣。过去，此类地方帮助学校制定科学和地理教学大纲计划。能够从湿地中获取创新灵感的远不止这些，还包括语言、历史、艺术、设计和技术、生态旅游等。

学习应该是一个主动和经验性过程。近来对人类的学习方式的研究表明：人类有“多种智能”，学习方式也很多。有些人喜欢“听”，有些喜欢触摸，喜欢通过移动、认数、“做”、阅读、甚至是音乐来学习。每个人往往有他/她自己喜欢的学习方式和环境。有些人在和别人一起学习时效率最高，有些则是一个人学习最好。有些人喜欢“正式的”学习过程，有些人在自学中探索效果最佳。没有哪个人会死守一种学习方式或环境。湿地中心应该考虑设计采用多种方式和媒体适应不同观众和需求的学习计划、体验和解说。

学习涉及先于行为变化的知识、技能、价值观、态度和行动能力等要素，分为认知要素（认知型）和情感要素（情感型）两种。

无论是学习计划的制定还是运作，湿地中心都应该采用最佳的做法，包括：

对话和问答；

运用各种感官；

允许学员开发自己的学习体验、方式和结论；

将新知识与已有的知识和经验结合起来学习；

“实际”学习优于课堂体验；

有效利用整个中心或场地；

适当使用生物论据（例如动植物样本）和人工制品（文化对象）；

从学员的日程出发；

采用多种方式和媒体以适应不同的学习类型和环境；

“严肃有趣” — 合理的学习原理、类型和环境让人惊奇和探索；

实施我们的主张 — 可能会谈到保护和可持续问题 — 有没有在建筑物、商店、餐馆和场所实施此类主张？

让所有员工和志愿者都参加学习；

感觉周围环境舒服的时候学习效果最佳；

从学习、感知和行动目标的角度制定学习计划，还要注意做到SMART（具体的、可衡量的、可实现的、现实的、有时间限制的）；

以适应每个计划的主要性能指标为基础进行评估；

学员达到公认的学习标准，并按此类标准接受评估；

实施解说方法（详见第八章）；

针对学员的需求、年龄、能力、教学大纲需求等因素制定相应的学习计划；

鼓励实现学习的社会意义；

鼓励开发合作伙伴和网络化学习；

如何理解 CEPA? 下列要点改编自拉姆萨尔网站
(www.ramsar.org/key_cepa_programme_e.htm) 的内容:

沟通 — 信息的双向交流, 促进双方的理解。

教育 — 一个传递、激励和允许人们通过其生活方式、以及个人、机构、企业和政府的工作支持湿地保护的过程。

意识 — 让有能力影响结果的主要团体关注(湿地)问题的过程。

对湿地而言, CEPA 不仅仅适用于小孩子, 它影响从政府到基层的每个人。第七章阐述观众的问题。

拉姆萨尔公约和 CEPA

拉姆萨尔湿地公约是一个政府间条约, 为签约国实施湿地及其资源的保护和有效利用的当地、地区和全国行动和国际合作提供框架。该公约于1971年在伊朗小城拉姆萨尔签署。今天, 已有约150个国家签署了该项公约, 涉及全球1,550多个湿地, 总占地面积约为1.305亿公顷。

拉姆萨尔公约包括一个 CEPA 计划(2003-2008)。拉姆萨尔决议 V111.31 阐述了该计划。该计划将湿地中心确定为通过 CEPA 活动促进对湿地的保护和有效利用的主要场所, 详见 www.ramsar.org/key_res_viii_31_e.htm 和相关的拉姆萨尔 CEPA 迷你网站 www.ramsar.org/outreach_index.htm。

拉姆萨尔公约还将湿地链接国际(WLT)确定为帮助拉姆萨尔缔约方履行公约义务的主要组织。WLT 和拉姆萨尔公约于2005年11月签署了一份合作备忘录。WLT 会员有权免费进入全球所有湿地中心。

制定一个适合您的国家或地区的区域性、全国性或次全国性湿地 CEPA 行动计划是可能的, 详见 www.ramsar.org/outreach_nationalactionplans.htm。

湿地链接国际（WLI）

WLI 是一个全球湿地中心网络，旨在：

促进和支持国际范围内的湿地 CEPA 计划参与人员（特别是湿地中心、现场研究和环境教育中心、动物园和植物园、博物馆、科学中心、自然保护区和水族馆的工作人员）之间的信息和技能交流，

倡导和帮助在全球范围内开发新的湿地中心及其相关计划；

通过培训和计划交换共享技能，以此提高湿地中心的运作效率；

争取让更多的 CEPA 计划被纳入湿地和相关保护计划和工具，为制定国家、区域和全球层面的后续实施框架提供支持；

欲知更多信息（包括给予会员的好处），请访问 WLI 的网站 www.wli.org.uk。现时，汇丰银行和英国食品、环境和乡村事务部向 WLI 提供支持。会员可以免费进入湿地中心，详情请与 WLI 协调员联系（wli@wwt.org.uk）。

第四章 — 为什么要建立湿地中心？

这好像是个显而易见的问题，但为什么要建立湿地中心？促进某个湿地的知名度？让人们参与保护当地的湿地？唤起和激励人们对湿地的思考和保护？彰显湿地对本地和全球的重要性？将人与自然联系起来？树立对湿地保护的公众意识和/或政治意愿？为湿地保护募集资金？开发本地旅游景点？答案可能是上述问题的几个或全部。

请仔细考虑这个问题，这点很重要。举例来说，许多人参观过伦敦湿地中心，表示有意建立湿地中心。在当时看来，这个主意似乎不错。但如果没有明确的目的和远景目标，良好的本意就有可能落空。您准备解决某个具体问题或满足特定的需求？有什么样的需求？如何确定此类需求？建立湿地中心就能解决问题吗？

解决“如何”之前必须彻底解决“为什么”的问题。没有清晰的想法，湿地中心就可能沦为乱糟糟的游乐场、自然保护区或住宅区，而没有明确的目标。同样糟糕的是，湿地中心还没建成钱却用完了。真的需要一个耗资几百万美元的湿地中心？一个稍小一点的中心也许一样可以呢？

您要考虑建立中心的理由，考虑它的位置、信息和观众。中心的融资计划如何？能不能分阶段开发（如果不能一下子开发的话）或分阶段建设展馆或展览？如何筹集中心落成后的运作资金？有没有员工（例如现有的员工、电工或水暖工）保证中心处于良好的运作状态？知道紧急情况下如何联系他们吗？下述章节将详细讨论此类问题，但事先对此类问题有个详细的检讨可以节省后续运作所需的资金和其他麻烦。

任何湿地中心在开发之前都应该有个远景目标。希望达到什么样的目标？想要什么样的回报（指可持续性和保护方面的回报）？商业目的如何？能不能用一两句话准确表述？这是您的中心的远景目标，是您的项目的宏伟目标，任何相关计划都应该在最显著的位置列明此类目标。

接下来就是使命声明了。如果远景目标明确了您的发展方向，使命声明就是用一两句话概括达到该目标的方式。因此举例来说，如果您的远景目标是永远保证某个湿地的生物多样性，您的使命声明可能会阐述如何通过湿地及其生物多样性的保护达到这个目的。诸如“对物种和栖息地的积极保护”和/或“通过 CEPA 计划提升公众的意识”之类的告诫也许能够帮助达到此类目的。

任何开发计划和/或总体规划都应该包含您要传递的信息，涵盖您的目标观众。第六章（内容）和第七章（对象）将讨论这类问题。

湿地中心总体规划应该有一个整体开发计划。该计划规定完工后的中心都做些什么，要达到什么样的目标，提供什么样的产品或服务，如何提供运作资金，是否需要继续提供运作资金或自筹资金。下述章节将讨论后面这个问题。

第五章 — 开发

总体规划提供湿地中心的开发指导，要求开发人员在中心落成之前就要仔细考虑，预测所有股东和用户的具体需求，确保项目摘要从一开始就涵盖所有此类问题。因此从本质上来说，湿地中心需要明确的目标，规划时还要突出以人为本的理念。

总体规划的执行取决于对一些为规划过程定型的关键因素的完整而整体考虑，此类因素包括：

当前（以及预期的未来）市场状况；

展览因素；

机构或组织的因素；

生态因素；

总体规划的实施基于任何现有的基础工作和项目概要，从上述因素的角度来考虑，并按下列步骤完成规划的实施工作。

确定项目的基本目标和参数；

规划适当的企业发展背景；

预测将来的展览计划对场地和设施的要求；

概述湿地中心的潜在用户（观众）；

预测对湿地中心设施的场地和设备要求；

将要实施的开发和采购策略（包括预算和计划）可行性概述；

上述过程结束时，总体规划文件将成为拟议中的开发计划的正式实体性定义。此类开发计划是规划、实施和融资的指导性文件。下面即为开发过程实例：

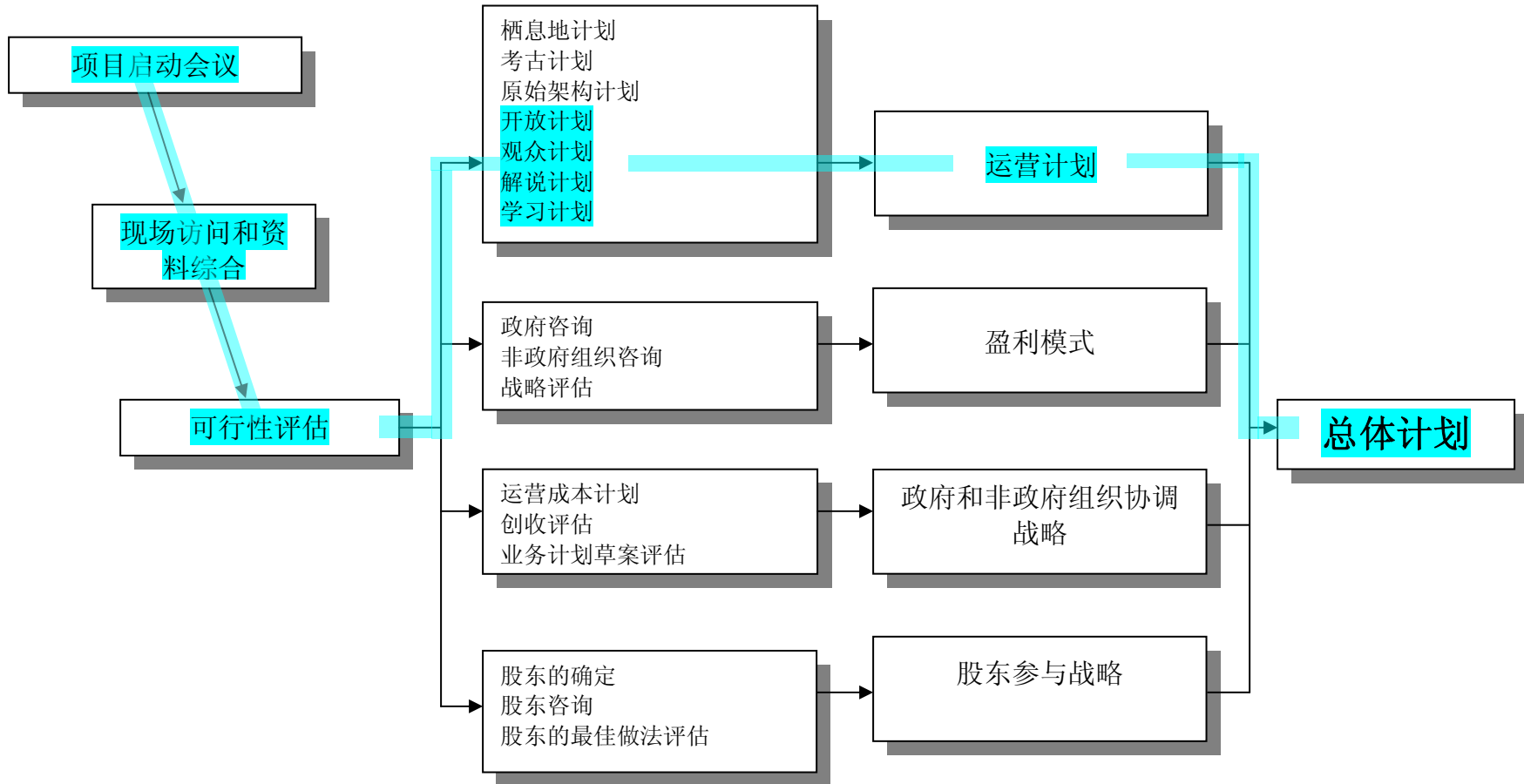
项目启动会议 — 就工作范围和时间表达成一致意见，与项目组成员开会，提交“希望提交的资料清单”。

现场访问和资料综合 — 评估现有的资料（生态、水文、环境、观众等），现场访问收集其他数据，设定目标（学习、巡视、生态等）。资料综合，限制因素和障碍的确定，现场运作的评估。

可行性评估 — 评估潜在的建造和开发成本，栖息地可行性评估，评估制约物流和运作的因素。

制定学习、解说、访问、观众开发政策和计划。

图 1 — 总体规划的制定流程图
 (其中, CEPA 过程用蓝色表示)



学习政策 — 该政策可能涵盖以下几个方面：

概述

简介

介绍相关组织及其远景目标或使命

组织内部学习的指导原则（详见第三章）。扼要重述：学习是一个个体过程。湿地中心的学习围绕学员展开，涵盖所有方面，是一个由生到死的终生学习过程，是一个跨教学大纲和跨界别的过程，应该是一个主动和体验性过程，以各种差异化方式适合人们不同的学习方式，包括情感性（情感性学习）和知识性（认知学习）两方面，强调专题性和相关性，涉及知识、技能、价值观、态度和忍受行为变化的能力等要素，采用解说性授课方式（详见第八章 — 解说 — 解说方式）。

为什么要制定学习政策？可能的理由：提升“教育”在组织中的地位；鼓舞现时和潜在的资助人员和其他股东并让他们安心；最大程度地实现湿地中心的学习潜能；把重点放在目标观众上并满足他们的学习需求，从而吸引更多的游客；有助于开发现有和潜在的观众，为决策和资源分配提供指导性框架，为全体员工和自愿人员提供共同的目标和激励机制。

观众及其学习需求

正式的学习计划详解 — 适用于学校和学院的学习计划

非正式学习计划详解 — 适合大众的计划、事件和活动。

资源和预算

外部网络

教学界的当前趋势

营销

评估

学习计划详细规定政策和计划的制定方式，规定 **SMART**（具体的、可衡量的、可实现的、现实的、有时间限制的）目标，指定相关人员负责政策和计划的制定。

以学习政策为基础，适当考虑学习目标和现状（详见第八章 — 解说 — 解说计划），解说计划为湿地中心的解说开发和制定规定 **SMART** 目标。

开放计划考虑湿地中心的开放方式，特别要考虑消除任何物理、感官、智力、文化、态度和财务上的障碍，或使此类障碍最小化。

观众开发计划列明现有的观众和潜在的观众，考虑如何向处境不利和“很难接近”的观众推介湿地中心，还会评估此类观众的学习需求。

解说计划和概念设计 — 举行“头脑风暴”研讨会评估可行性研究、学习和其他计划的结果，为内容或研究指明方向。制定涵盖内容、展览类型、学习信息和目标受众等要素的展览设计计划初稿、指导原则和计划。

竣工会议 — 结束解说计划和相关设计的制定过程，就下一阶段工作的时间表达成一致。

详细的内容开发和展览设计 — 为设计和剧本制定详细的研究和展览设计计划，概述展览的内容，为图片和三维展示制定详细的布局、设计、可视化和剧本计划。

竣工会议 — 结束所有细节设计工作，将所有展览内容、图片插图和三维设计交付指定的承包商。

生产和整体竣工 — 评估所有设计工作，确保其准确性。现场访问结束所有设计工作。

管理规划和营销 — 运作和维护中要考虑哪些因素？

注意：上述排序仅限于湿地中心的开发所固有的 CEPA 过程。此类过程将与其他开发过程（例如湿地的管理和建立）同时进行，此类其他开发过程超出了本手册的讨论范围（详见图 1 — 总体过程中的 CEPA 流程图）。

每个开发项目都各不相同，在此提供一些小贴士：

与设计师和承包商合作逐步完成项目，不要接受“现成的”或不是为您量身定做的设计方案。

您的湿地中心是独一无二的。也许，您的员工比设计师更了解它。让员工和自愿者一起参与，与用户咨询协商。这会让更多

人产生一种“归属感”，为项目开发感到自豪。

不要被浮华的设计和媒体吸引，他们把形式看得比内容还重要。项目应以目标和内容为先导。

确保已就任何 IT 和互动展示签订了维护合同，就负责清除标签和其他解说内容的人选达成一致，决不允许出现低劣的外观和杂乱无章的展台。

- 组建一支具备中心的运作所需的不同技能和特性的队伍，有些是重复的。开发人员应就中心的落成启用时和启用前的最终需求征求管理人员的意见，这一点很重要。

第六章 — 内容

湿地中心可能会针对学校/学院和大众分别制定正式和非正式的学习计划，向他们阐述水、湿地和湿地生物多样性的重要性。除了保护方案外，可能还会强调湿地面临的威胁。与拉姆萨尔网站的链接和/或了解拉姆萨尔公约的目标有助于推广有效利用湿地的理念。

湿地中心可能传递如下三个层次的信息：

核心信息 — 包括个人和社会了解湿地及其生物多样性（或文化/考古多样性）的远期可持续发展的重要性并采取相应措施所需的基本知识、态度/价值观和技能。

企业信息 — 介绍运营该湿地中心的组织，介绍它的远景目标和使命、目标和目的、起源、历史沿革和成就、信念、业务、游客数量等。

湿地中心的具体信息 — 某个湿地中心的独特信息，包括它的故事。

核心信息 — 用最简单的话来说，核心信息就是：

湿地及其野生生物是美好的；

湿地及其野生生物是人类生存和发展所需的；

湿地遇到麻烦了，需要我们的帮助；

每个人都可以有所作为；

不同的湿地中心以各自的方式进一步区分此类信息。以下为 WWT 开发的湿地教学大纲实例。学校并没有开这门课，而是将其理念融入英国国家教学大纲的适当章节。它确实在向人们传递 WWT 的理念，但在设计解说计划和展览时却是正式和非正式并重。

湿地知识	对水和湿地生态系统/群落的基本理解
水和湿地	水 什么是水？ 水文学 水循环
	湿地 什么是湿地？（拉姆萨尔公约和其他组织的定义） 湿地的类型及其特性
	湿地的角色 蓄水 沉淀碳元素 清洁剂或过滤剂 免受恶劣天气的破坏，如水灾、风暴和海啸 农作物生产 保证生物多样性（生命的多样性 — 动物、植物和微生物等）
	湿地对人类的意义 历史和社会文化意义：人类文明起源于湿地，许多主要城市建在湿地上或湿地周围。 经济意义：湿地的价值在哪儿？可持续存在的湿地如何支持人类的生计并帮助削减贫困？ 艺术意义：几个世纪以来，湿地是人类的艺术、音乐、文学、戏剧、舞蹈、电视、电影的源泉。 对宗教或世俗的精神意义：湿地提供一种深邃的属地感。
作为普通生态学模型的湿地	能通量 太阳能 光合作用 食物链 食物网和金字塔 生态能量
	循环 空气

	土壤 碳 氮
	状况 能量和原材料供应的变化影响生物（栖息地）的气候和其他状况。
	群落 不同群落生活在不同的栖息地。 群落成员以各种方式实现互动。
	变化 每日 季节性 每年 历史时刻 地质时间 生态演替
生物多样性	遗传、物种和栖息地三个层面的湿地生物多样性。 适应性 进化
可持续生存的湿地	地球的资源 作为有限系统（盖亚）的地球 人类对环境资源的依赖 许多重要的问题（例如气候变化、淡水不足、贫困、消费、发展、健康、教育和物种的消失）是如何相关的？
	人类对湿地的影响 正面影响：可持续发展的渔业、栖息地建设等。 栖息地的消失和退化 入侵种 污染 人口 对资源的过渡开采（非可持续性使用）

	<p>可持续性</p> <p>概念和定义</p> <p>政治、经济、环境和社会问题的相互联系。</p>
	<p>实现可持续发展的方式：</p> <p>保护：道德标准、定义和需求。</p> <p>科学、美学、经济和道德规则</p> <p>有效利用湿地</p>
	<p>保护工具</p> <p>政策、法律和规划</p> <p>物种和栖息地管理</p> <p>创新保护</p> <p>个人行为 and 参与</p>
特征	<p>道德和价值观（保护我们想要的生物多样性）</p> <p>讨论保护“最佳的”多样性，例如最具可持续意义的将来。</p> <p>公民精神：生态和社会责任、需求、权利、公平、管理、合作和平等；</p> <p>展开国际、地区、全国和当地各个层面的协作，寻找解决各国面临的共同问题的办法，实施能够在更大程度上保证未来的可持续战略。</p> <p>政府、企业、非政府组织和公众的可持续规划、决策和行动过程。</p> <p>子孙后代的需求和权利</p>
湿地的价值和感受	<p>我们制定学习计划旨在：</p> <p>作为保证可持续发展的未来教育的核心部分，帮助人们了解自己的价值观、所居住的这个社会的价值观、世界上其他人的价值观。</p> <p>以批判的眼光反思自己的生活方式和选择。</p> <p>以多种方式（可以是哲学、科学或艺术等方式）发现和读懂环境的意义，对此抱一种感恩的态度。对环境的理解也可以基于参与实践、和对环境和其他资源（如教育和媒体展示）的有效利用。</p> <p>重视和尊重世界各国的人们、文化和生态</p>

	<p>系统的多样性。</p> <p>对未来抱有希望，对未来持积极的个人和社会看法。</p>
感觉	<p>我们制定学习计划旨在：</p> <p>通过创新的活动和表述对湿地有正面的感觉。</p> <p>接触湿地生物的元素，培养一种好奇和愉悦感。</p> <p>关注湿地和湿地生物。</p> <p>培养对湿地的环境道德和个人行为责任感。</p>
湿地技能	<p>咨询</p> <p>提问的技巧</p> <p>调查</p> <p>构思适当的问题，指导相关的学习和研究。以信息平衡、重要的分析和综合为基础发展学术假设，并接受新信息和个人体验和信念的检验。</p> <p>研究方法、数据的设计、分析和解释，定性和定量。</p> <p>寻找信息资源和数据库的含义。</p> <p>用各种资源、战略和技术确定需求、开展研究、寻找解决方案。</p> <p>观察技巧</p> <p>调查工作</p> <p>监督技巧</p> <p>关键</p> <p>建立模型</p>
沟通	<p>沟通</p> <p>信息和观点的有效沟通</p> <p>与他人协作</p> <p>倾听的技巧</p> <p>商谈和化解冲突的办法</p>
	<p>思考的技巧</p> <p>思索天然和人造系统的能力</p> <p>预测、事先考虑和计划的能力。</p> <p>以批判的眼光审视价值观问题的能力</p> <p>区分数字、数量、质量和价值的的能力。</p> <p>培养对环境的美感反应的能力</p>

	<p>培养灵活、富于创新意义、有想象力的思维方式。</p>
	<p>决策</p> <p>善于接受新思想，用富于创新意义的方法解决问题。</p> <p>做出决定前考虑不同的观点。</p> <p>评估偏见的本质，审视不同的观点。</p> <p>就适当的行动制定协作战略，以改善生态保护和经济发展之间的现有关系。</p> <p>评估并运用相应的发现，以做出适当的决策并采取负责任的行为。</p> <p>培养问题和行为之间的平衡感</p> <p>接受可持续的生活方式，渴望努力培养可持续的生活方式。</p> <p>运用预防原则，采取措施避免破坏环境。</p>

上述表格表明：湿地是我们学习从艺术到动物学的一切知识的良师益友，教学大纲的不同方面适合不同时间段的不同观众。

企业信息 — 介绍运营湿地中心的组织，介绍它的远景目标和使命、目标和目的、起源、历史沿革和成就，介绍它的信念、业务和游客的数量等。

湿地中心 — 具体信息 — 每个湿地中心的具体信息都不一样。它介绍中心的以下几个方面：

生物多样性；

地质概况和景观；

文化历史，包括考古历史和工业/农业历史；

与当地和地区社区的关系；

还包括需要在解说计划中确定和阐述的一系列关键的“现场行为”信息。此类信息通常有相应的标志，包含以下要素。

要去的方向和位置：指向标志和地图；

行为守则：例如保持安静、不能乱跑、不能乱丢垃圾；

“杂物”的处理：例如垃圾、狗、丢失的财物或人等等；

寻找信息的源头；

加入合适的组织的方式；

第七章 — 对象

谁会到湿地中心来参观？是当地人还是游客？是远道而来的游客还是中心“附近”的人？有没有具体的目的（例如观鸟）？为了逃避都市生活的压力来到这儿？

湿地中心的设计之前对预期的游客进行详细的分析很重要。除了他们的姓名和来源地之外，了解他们的文化和教育背景（态度、以前的体验和知识）也很有用。问卷调查、调查、采访、开幕前的预演、邀请当地居民座谈或品尝小吃、召集中心小组、本地社区咨询、历史资料回顾等都是了解潜在游客的办法。

不能太指望“公众”。人与人的差别很大，每个人都是一个个体，虽然可以将其归入某一类。营销人员深谙此道，他们将目标客户分为几个较小的类别，这就是一个细分的过程。例如，您的目标细分客户可能包括家庭、学校、老年人、特殊利益团体等。

优先开发现有客户，同时发展新客户。就每个客户制定一个一年期、三年期、五年期和十年期定性和定量目标。关键是了解各个游客市场，了解相应的激励因素。然后提供针对性的计划和活动，强化他们的旅游体验，甚至超越他们的预期。

湿地中心的工作人员比访问和支持中心的游客更了解生活在湿地里的鱼、青蛙和野生鸟类，这一点很有讽刺意义。规模较大的湿地中心也许还能够配备营销人员和顾问。规模较小的致力于发展与当地高等教育机构的社会科学、营销、商业和旅游学校的关系，这样做也挺不错的。总是有学生（从肄业生到 MBA 都有）在寻找相应的研究项目。WWT 伦敦湿地中心和澳大利亚肖特兰、新南威尔士湿地中心甚至还接待过一位哲学博士，评估中心解说的有效性。

但是，湿地中心的宗旨是影响、说服、教育和娱乐公众。拉姆萨尔 CEPA 计划列明了一些更为关键的对象（详见www.ramsar.org/key_cepa_programme_e.htm），包括：

土地所有人和农民，特别是湿地所有人/农民；

原住民社区和当地社区；

女人和女人团体；

上学或未上学的儿童；

全国或国际性非政府组织（NGO）；

媒体；

社区领导和重要人物（名人、宗教领袖、教师、王室成员、运动员或媒体从业人员等）；

各个层面的政府机关工作人员（从政治家到公务员，到政府机构工作人员、外交官、湿地中心管理员等）；

国际性、地区性、全国性组织或当地组织，包括世界银行、联合国开发计划署（UNDP）、联合国环境规划署（UNEP）和全球水合作组织等；

主要的企业部门和专业协会；

教育和学习界

了解目标客户的一个重要方面是评估中心对他们的可达性。这儿说的可达性不只是到火车站的距离（虽然这个因素也很重要），而是更广泛意义上的障碍——阻止人们参观或即使参观也无法领略中心特点的障碍。需要考虑的因素有：

- 感官：考虑游客在中心里遭受视觉或听觉伤害时的心情。
- 身体：考虑坐轮椅的游客在中心里断了条腿或得了关节炎时的心情。
- 智力：考虑游客的文化水平。
- 社会和文化：中心所用的解说词是游客的母语吗？他们将中心视为社区的一部分吗？对中心有没有归属感？
- 资金：游客付得起车费和门票费吗？会不会让他们觉得太贵而不来呢？
- 组织：能够得到所需的信息吗？您的员工知道如何处理游客的需要吗？接受过这样的培训吗？开放时间是否符合游客希望的游玩时间？

第八章 — 解说

解说是一个湿地中心激励游客、将游客与自然“联系”起来的过程。它和信息不一样，虽然提供信息也是解说的一部分。

解说的定义有很多，比较经典的一个是“解说是一个信息展示的过程”（Tilden, 1957）。解说加拿大（Interpret Canada）于1976年将解说定义为“通过对物体、生物、景观或场地的第一手体验向游客揭示文化和自然遗产的含义和关系的沟通过程”。

WLT 将解说理解为一个范围较广的过程，一个获取学习（教育）、设计、生态和营销专业精神的过程。它牵涉到每个员工和自愿者的专长、和对此类专长的利用 — 每个人都是解说员。

湿地中心解说政策适用于开发和运作的各个方面，包括中心或展览的开发、解说硬件（详见第九章）、解说软件（详见第十章）、特别的事件和活动、营销、客户服务等。

解说规划的指导原则和实施

下列指导原则适用于 WWT 中心各个解说要素的设计和实现。他们的重要性是一样的，都是构成解说效率的衡量标准的基础。

为游客着想 — 所有解说和展览开发计划都应该着眼于对将要来中心参观的游客类型的分析。从游客所在的位置 — 而不是您自己所在的位置 — 开始。对研究鸭子的科学家来说，一个详细的鸭子生物性展台可能很重要。但对游客来说重要吗？对游客来说什么是重要的呢？他们的学习日程如何？游客是多种多样的，他们是您的观众，详见第七章。

满足层次化需求 — 希望向游客讲述神奇的红树林，但他们却想上洗手间。想让他们看看候鸟，他们却想来杯饮料，或者孩子饿了想吃饭了。如果满足了游客的层次化需求，他们会更容易接受您要传达的信息。以下详细介绍基于马斯洛的金字塔理论（Maslow, 1948）的需求层次原理。

基本的生理需要：游客吃饭没有？喝水没有？口渴了？会不会感觉太热或太冷？有没有噪音？拥挤吗？尿憋急了？

游客有安全感吗？是不是害怕会掉下去、会淹死或被咬伤？

有归属感吗？感觉属于某个社会团体吗？有没有觉得被认可或排除在外？

有良好的自尊吗？在这个环境里感觉自在吗？

目标一 所有解说活动和展览的目标不外乎以下三种：

学习目标：游客从活动或体验中知道的、了解的内容。

感觉（情感）：目标：游客在活动或体验的时候和之后的感觉如何？

行动（行为）目标：活动如何改变或挑战游客的行为？

如果要改变人们的行为实现对湿地的有效利用和保护，我们可以采取以下这个简单的挑战战略来实现上述三个目标：

问题的识别和信息（学习）；

对问题的认识（学习）；

激励人们改变行为（感觉）；

行为改变（行动）；

激励、联系和揭示 — 解说方法采用上述过程，这一模型是由美国解说员 John Veverka 于1994年提出来的。以下是该模型的初步解释：

激励 — 用一个激烈或容易抓住人的注意力的陈述或命题开始。

联系 — 帮助游客将获取的信息与自己的体验联系起来，产生认同感。例如，WWT 伦敦湿地中心的观鸟台被设计为“鸟类的停机坪”，与候鸟的联系清晰可见。观鸟台建在一条繁忙的飞行跑道下面，每天有很多飞机从这儿起降希思罗机场。对伦敦当局来说，机场问题是个政治问题，游客很容易对这种联系产生共鸣。

揭示 — 从一个独特或非比寻常的视角揭示或给出命题的答案。

流程和层次化需求管理 — 确保对游客全天的体验实施有效管理。当心传递的信息过多，为他们指明方向，让信息逐渐成为他们的体验。喝彩应该和沉思或休息交替进行。将游客的体验设想为沉迷于小说或戏剧作品中。每天都是丰富多彩的，充满变数。注意可能会让游客感觉匆忙、拥挤或厌烦的地方。WWT 中心被分成几个区域，以疏通人流和情绪。核心区域密布入口、停车位、游客中心、商店、餐馆和其他展览。主要展示区在内部，可能是一群圈养的野生鸟类、一个池塘和/或湿地作物博物馆。外部区域则展览“野生”生物，是常规的湿地天然保护区。

快乐原则 — 千万不能忘记：人们来这儿是寻找快乐来的，这和中心的学习目的一点也不矛盾。实际上，大多数人会从喜欢的体验中学到更多知识。如果体验很有趣，他们会停下来学习，还会再来呢。

融合中心的设施和计划 — 这可以在湿地中心和展台两个层面进行。

湿地中心现场

生态融合 — 通常情况下，湿地中心四周的湿地对人和野生生物都很重要。这一点可能会获得全国、地区和/或国际性认可（例如被指定为拉姆萨尔湿地）。不管怎样，我们都应该尊重湿地的整体性。任何开发工作都应该在生物多样性保护和最大程度地降低人类活动对湿地的干扰之间取得平衡。

教育融合 — 现场解说的设计和实施时有必要采用一种无缝方法，综合硬件、软件和各类支持性学习资料。

自然和人工景观的融合 — 人工结构不得影响自然景观，应该采取适当的结构设计方法。

展览

什么是展览？是游客中心？周围的场地或者两者都是？或者是其他什么？

理想的展览能够解决不同部分因不同的目标和关注而产生的需求冲突，以下为部分关注：

侧重于某个物种或某个群体的物种？

侧重于栖息地或生态系统吗？

只从功能性角度（例如适合动物的生存，但从美学的角度来讲也许会让人生厌）来布置展览？

只从美学的角度（例如看起来很有趣，但很少能够满足动植物的要求）来布置展览？

完全侧重于学习（是让人生厌还是感觉像是在说教）？有没有疏远游客？

让人激动吗？有趣吗？

性价比如何？容易维护吗？

吸引回头客、公众的注意、更多的资金投入和会员的可能性有多大？

我们鼓吹的做法 — 可能设计了华丽的解说词，向观众传递湿地保护的信息，但如果湿地的运营方式不符合环境友好和可持续的原则，建立起来的印象就会破坏我们的努力。所有湿地中心的建筑、解说设备和展览都应该以有助于减少人类对

地球的影响（即所谓的“生态足迹”）的最高环境标准建造。

建筑材料应该是可持续利用的，可回收的和/或回收使用的，可再生的。应该特别关注水资源的保护（例如可持续城市排水系统，即SUDS）、能源消费、废物排出和圈养动物的兴衰等（如何合适的话）。所有这些“绿色”特性提供了解说机会，特别是与游客的生活方式、以及就可持续生活做出个人选择有关时。

选择使用多种媒体和格式传递解说信息 — 各种类型的游客可能会造访您的湿地中心。他们的学习方式各不相同，兴趣、背景、文化水平、空余时间、年龄、灵活性和其他需求也各不相同。提供多种解说媒体和格式，适应不同的需求。详见第九章（硬件）和第十章（软件）的举例说明。

即使这样，也请务必记住一点：媒体不是万能的，解说词背后的思想才是最重要的。手工制作的便宜解说词可能比电脑制作的最昂贵的互动媒体有效，如果后者的构思很拙劣或者不符合观众的口味。不要被浮华的媒体吸引，他们将形式看得比语境、内容和过程重要。

培植解说体验 — 提供多种选择 — 一位著名的解说员曾将游客比做“裸跑者、吃嫩叶的动物或学生”。他们可能会在中心的四周逛来逛去，停留片刻看看一些标签的题目（裸跑者），可能会在某些地方驻足细看（吃嫩叶的动物），也可能会闲逛后仔细听讲（学生）。我们大多数人都会有这三种行为，不是这个就是另外一个。

因为观众的体验和学习需求多种多样，解说计划应该包含层次化体验、设施和解说。具体如下所述：

体验 — 从安静和沉思到嘈杂和肾上腺素泛滥。

设施 — 从简单的“舒服“到复杂的体验，从健康的人士到身患多种疾病的病人，从新生的婴儿到老年人。

信息 — 确保信息的层次性。报纸适合只看标题的人（裸跑者）和阅读全篇文章的人（学生）。

开发“最灵活的学习资源” — 在制定支持正式的学校或学院学习计划的解说词时，设计目标应该是确保景观、展览、图片、互动媒体和其他解说词尽可能地刺激和有教育意义。湿地中心的教育或学习员工、和多个层次的教师或团体领袖都可以使用此类比较灵活的资源。为多种年龄和能力段的观众设计的特定学习计划可以让员工轻松替代基本的展览结构。采用这种方法后，整个湿地中心成了一个

教师，“学习”也不再局限于某个教室或教学楼了。

让游客满意、满足他们的体验需求 — 所有湿地中心都应该吸引各类观众的参观，让他们满足，满足他们的体验需求。正是这些体验 决定了中心对游客的吸引力，也分出了吸引力的高低。这些体验必须与观众有关，与日常生活息息相关，刺激的，有趣的。

满足游客的体验需求的所有关键要素包括一个清洁和关爱游客的环境、清晰的标志和方向指示、对游客游览计划的帮助、和最高标准的客户服务和基础设施（例如洗手间、餐馆和小卖部）。

亲自探索自然 — 没有什么能够代替对自然 — 活生生的植物、动物、景观和要素 — 的直接体验。电视和信息技术能够有所帮助，但永远代替不了真实的事物。越来越多的迹象表明：人类“需要”与自然的联系，此类联系影响人的健康和社会的福祉，特别是越来越城市化的今天。WWT 的创始人 Peter Scott 早就有了简单而深刻的远见卓识：“为人类和野生生物的利益将两者联系在一起”。

游客与解说员的联系 — 展览和主要设施通常设计为独立的，与富于激情和责任感的员工和自愿人员的联系能够增加学习的意义，也能赢得游客的同情。这些是最好的解说媒体，但也可能是最坏的。

游客的参与 — 记住：游客能够记住10%的听到的东西、30%的读到的东西、50%的看到的東西、90%的做过的事情。在解说设施、展览和计划的设计和开发过程中，应该考虑鼓励游客参与（“动手”）的方案。

可达性 — 现在，人们用各种方式用“可达性”一词表示对游客的吸引力。它可能指招揽贫困的观众、很难接触的观众或其他观众（您的湿地中心游客计划没有给予这些观众足够的重视）或向他们推介中心的活動，也可能指消除阻碍游客游览中心的障碍和因素的活动。后者包括以下四个因素：

语言 — 图片的内容分为一种还是几种语言？是哪几种语言？
为不识字的人提供的可视信号如何？

理解 — 是否针对合适的观众确定解说词的用词？是不是太长了？太专业化了？让人厌烦了？是不是很清晰？会不会含糊不清？

残疾人士容易接近展览和解说设施吗？有没有针对视力和/或听力有障碍的人士设立的设施？有没有提供轮椅和婴儿车？

年龄和身材 — 有没有年龄或身材障碍？例如，小孩子可能看不到栏杆上的东西、或者橱窗后面的东西。

要合作，而不是竞争 — 您的中心和相关的组织和机构有没有合作？有没有采取合作政策？

质量 — 中心的最大吸引力来自针对游客（潜在的游客或实际的游客）、员工或自愿者（提供培训和发展机会）的全面质量管理。“学习文化”应该渗透到湿地中心，应该从保护和学习成果、游客的满意度和商业目标的角度对学习效果进行持续的监督。要注重细节：这儿涂点油漆，擦掉标签上的鸟粪，捡起垃圾。注重细节会让您与众不同。

现实的规划 — 用现实情况给解说计划的制作和实施中产生的激情降降温，说预算和资源可能不够。成本应该是切实可行的，也不只有新展览和活動的设计、开发和实施成本，还要考虑维护、持续运营成本和更新问题，一定要始终用可能的收益和产出来核算成本。

模块化 — 用一个总体设计图确定湿地中心的设施设计，该总体设计图的模块应该是很容易辨认的。因为预算或其他因素而不能采用的模块不应该成为中心无力实现其学习目标的借口，例如设计中应鼓励重复某个概念。

分阶段实施 — 如果预算有限，您可以分阶段实施项目，从简单的标志和线路开始，再到栖息地的建造，最后是游客中心。通过这种方式，您可以在每个阶段进行市场调查。看看有多少游客会来中心游玩，有多少潜在的客户对湿地中心的营销有反应。要让游客和本地社区有机会就希望看到的提出建议，或让他们感觉能够预测接下来会有些什么，例如伊甸和香港湿地公园让游客参观现场开发的进度和变化，通过这种方式保持潜在游客的兴趣。

需要重复 — 一个关于在公共场合演讲的古老谚语鼓励演讲者“想说什么尽管说，说就是了，说说以前说过的话”。从有想象力的不同角度，抓住任何机会强化您要传递的信息。

评估和发展 — 解说词应该接受形成性评估和总结性评估。这样解说可以吗？目标观众会理解吗？会有反应吗？又怎么知道呢？

形成性评估先于设计过程进行，评估对解说词的要求。总结性评估则随后进行，评估解说词在满足学习、感觉和行动目标上的效率。监督应该涵盖发展和运作阶段的全过程。您可以将学到的课程纳入设计的修订和更新中。

解说计划的结构

适用于整个湿地中心的开发或新展览的整体解说计划可能包括下列项目：

湿地中心组织的概述和远景目标或使命

发展需求和确认方式

为什么要制定解说计划？ 解说计划勾画湿地发展的环境和内容，可以用它来影响决策人员、投资者、高级管理人员和政府机构，指导资源分配，确定服务基准、里程和付款计划等发展时机。

解说目标 — 学习、感觉和行动。

对象 — 观众 — 优先性和特征。

可达性问题 — 方便残疾人士进入，符合法定标准（如果合适的话）。

咨询和市场调研

如何达到目标？ 以下为解说的指导原则：

开发设计时要考虑的因素

- **对栖息地可行性的需要** — 需要提示这一点，因为许多湿地中心需要它，也有助于人们了解湿地中心，例如栖息地和物种等。

内容 — 技巧之一是以叙事的方式描述客户的体验，就像给朋友写信一样（以“亲爱的比尔”开头）。

体验 — 确定相应的部分和情绪，列明每个区域的目标、主体、内容和信息、以及处理/方法等（例如采用的媒体方式）。

为计划分配资源 — 为开发和运营分配资金、人员、维护和最终翻新资源等。

营销和促销

- **自愿者战略**

监督和评估

任何相关印刷品或网络资料

附录 — 包括计划和图纸、支持信、风险评估、时间表和责任、报告和投资计划、约因等。

第九章 — 软件

第九第十两章介绍解说媒体。我们用“硬件”和“软件”（我们自己的说法）这两个术语区别不牵涉到人（不包括用户或消费者，即游客）的媒体、和以人为先导的媒体。我们将前者称为“硬件”，例如池塘浸渍平台、触摸屏；将后者称为“软件”，例如鸟类展、学校团体、艺术事件等。

核心硬件是场地本身，包括天然或人工建成的湿地及相关景观。如果湿地中心有个圈养动物展，中心所造的栖息地可能是为了模仿合适的野外栖息地，例如适合海狸栖息的北美林地池塘和适合天鹅栖息的西伯利亚冻原。也可能会模仿人类的居所，例如渔夫的小屋或沼泽阿拉伯人的棚屋等。全部栖息地或展览传递了强有力的解说信息。劣质展览（例如差劲的水质、池塘四周有太多的水泥建筑、或拙劣的动物环境等）所传递的基本信息能够彻底摧毁出色的图片和互动媒体，让他们毫无用处。

建筑物对传递解说信息也很重要，不只是因为它们在许多展览的栖身地，建筑物的整体设计也能够传递解说信息。可持续特征总是有助于强化游客的体验，有助于游客将此类体验与家里、学校或工作场所的体验联系起来。看看湿地中心对水资源、能源、建筑材料的利用和其他此类特征。中心内部设置的可持续功能可能包括太阳能板、绿化屋顶、堆肥式厕所、雨水灌溉系统、绝缘层、循环和再生材料的使用等。有时，建筑物的主题也会传达某种信息。几个 WWT 中心的池塘区将游客带入一个互动展区，体验英国的池塘。中心将游客的身材按比例缩小，巨大的动物模型则按比例放大。在伦敦湿地中心，一栋用当地的芦苇覆盖屋顶的后铁器时代园屋赋予建筑物以某种灵气，它就是湿地产品。池塘区里还有几个室外池塘浸渍区，孩子们可以在那儿用网抓或辨认池塘生物。可能会将池塘建得高于地面，方便小孩子和坐轮椅的人士接近。

过去，隐屋（北美地区称为“盲屋”）往往是一种类似于船舱的建筑物，俯瞰某个栖息地。往往开有一个裂缝状窗口，方便人们近距离观察鸟类和其他野生动物，而不会被发现。拱顶石通常比较低，以便与周围的环境相协调。有些比较现代的隐屋（例如 WWT 伦敦湿地中心的三层隐屋或英格兰西北部 WWT Martin Mere 中心结实的 Harrier 隐屋）采用坚固的标准传统风格结构。隐屋的解说词主要讲述可能看到的東西和一个让游客纪录所见所闻的规板。隐物越大，解说的范围也就越广。伦敦湿地中心的观鸟台被设计为一个鸟类停机坪（详见第八章）。

木板路是铺在地面或水面上的木质通道。很久以来，人类采用高出地面或水面的通道穿越湿地。在英国，穿越两公里长的萨摩塞特沼泽地的“甜蜜小道”古迹有6,000年的历史了。有了木板路，游客就可以进入因为栖息地的脆弱或地形的艰难而无法进入的地方。木板路高出地面这一点还意味着：与用常规方法建造的小路相比，木板路对现场水文特性的影响要小一点。造木板路时记住一点很重要：要能够让轮椅通过，足够两个人通过（或有足够的穿行空间），设置一个坡度不大的入口。

公共艺术是一种从美学的角度解说湿地的有趣方式，例如大型水幕雕刻、栩栩如生的柳木结构、以及芦苇做成的物品。

可以用真人大小的模型刻画细节，没有实例可用或太远时可以按比例缩放。同样，真实的生物论据（动物标本、贝壳、羽毛等）和人工制品（捕鱼工具和湿地产品）可能在展览中占据重要的位置。

室内外展览可能会使用和博物馆、科学中心和相关机构常用的任何或全部媒体，包括：

图片和标志 — 最好用简练的图片，通常有一句既精炼又容易记忆的口号、一个标题概要、以及所需的正文内容。注意不要冗长和让人厌烦，站着阅读墙上的文字其实是件很不自然的事。颜色不错，但不能只画出人们可以清楚看到的前面的东西。要画点背景（希望的行为）或季节变化。解说多个物种展览或性别好像不一样时，画鸟是最重要的。一般情况下，应该针对游客可以看到或感觉到的前面的东西解说，邀请游客进行智力或情感参与。深奥的、不相关的展览是没用的。此类标志可以是永久性的，也可以是暂时的（作为季节性路线的一部分）。湿地中心需要指示性标志（例如方向指示）和解说性标志。

互动标志和展台 — 请游客推推杆子、开下门、玩玩游戏或参与诸如此类的活动，以此表达他们的理念。这种方式在传递某些信息时可能很有效，但成本很高，还需要维护，经常有游客来的话会吃不消的。注意不要滥用技巧，注意不要让游客不顾下面的信息袭击移动的部分。

触摸屏是其中一种互动的技巧。基本上，有 IT 常识的人都喜欢用计算机屏幕显示多层次信息，它可以传递大量信息。要注意人类短暂的注意时间，不要让孩子乱砍触摸屏以保护计算机（发生过这样的事）。触摸屏很贵的，需要定期维护。

- 诸如线路指示的室外标志用在室外，应该能够抵御恶意破坏和恶劣的天气。

触摸标志对视觉有障碍的游客和孩子很有用，采用动物皮毛或特写三维模型地图的标志可能也很受欢迎。

以湿地为主题的游乐场 — 游乐区提供雕刻和鼓励创造性游戏的其他材料或结构，以此向年幼的孩子灌输他们的理念。好玩的东西可能包括大型动物的巢穴（例如用玻璃纤维制成、装在弹簧上、孩子们坐在里面并随之摇摆的苍鹭巢穴，和水鼠的洞穴）、让您“像候鸟”一样飞翔的空中索道、装在弹簧上模拟蟾蜍各个生活阶段的模型、嬉水设备（例如泵、螺旋升水泵、浅水池）等等。

演示湿地 — 可持续花园展览或感官花园、吸引野生生物（例如鸟类和蝙蝠箱）的方法、随后有机会在中心小卖部里买到这些东西、以及“如何建造您自己的花园池塘”展览可能会激励人们的行为变化。

永久性展览和暂时展览 — 展示当前的问题和中心的作品，艺术展览也很受欢迎。旅游展览可以被学校接受，但很难影响社区或游客。

留言板 — 弄一块留言板，让游客写下自己的保护誓言，这种做法通常比较好。

印刷品 — 印刷传单、季节性遗迹传单和指导手册可以记载更多的解说词。



照片 1 – 香港湿地公园的游客大楼 (© WWT with permission from AFCD, Hong Kong Government)

照片 2 –
Harrier 隐屋 (Martin
Mere WWT
© WWT)



照片 3 –
香港湿地公园的木板
路 (© WWT with
permission from AFCD,
Hong Kong

第十章 — 软件

我们用“软件”一词指以人（实际上是湿地中心的员工、自愿者、被邀请的人士和约好的外部人士）为先导的事件和活动。人是最好的、也是最差的解说员。受过良好培训、富于激情的解说员是激发游客兴趣的最好工具，游客希望有一种“归属感”。脾气暴躁的歌剧女主角是真正的“岔路”，就好像不缺少知识或解说技巧的人、或者太过学究气、傲慢自大和罗嗦的人。

最大的湿地中心往往有一大群领工资的解说员、会员招聘人员、“讲解”员工和自愿者。他们可能会与演员签订演出协议，请他们来表演戏剧。小型湿地中心可能也就一两个人负责一切工作。此类中心可能会招聘本地学院戏剧和生物系的学生，这些学生经常在寻找实习项目和工作经验。

解说员是一种很昂贵的人力工具，属于劳动力密集型行业。千万不要将自愿者视为免费劳动力。您会收回您在培训、发展和激励上的投入的。

许多湿地中心都在实施一种名为年度事件计划的计划。即使没有宏大的资金投入计划，这一计划也会顾及中心内部的变化，让人觉得中心很忙、也很匆忙（是很匆忙），能够召来回头客，特别是那些觉得以前都看过了的人（经常有这样的事）

事件的目的是千差万别，可能是：

提升组织的形象和它支持的事业（例如世界湿地日）；

实现某个湿地的 CEPA 和可持续问题（例如北爱尔兰埃斯皮城堡的 WWT 绿色环保集市、威尔士兰内利的 WWT 泥浆节、以及包括瘦桥、阿伦德尔和 Martin Mere 在内的多个 WWT 中心举办的鸟类集市）；

召集某个领域的会员。实际上，他们可能受到您的激励，和/或感谢您为会员、本地居民、潜在的投资者和现有的投资者、当地的政治人物和权贵组织的事件。

鼓励到中心来玩，特别是回头客；

为某项事业或项目募集资金；

收集观众的资料。游客告诉富有激情的员工和自愿者的事情会让您大吃一惊；

有些事件可能是纯商业性质的，比如万圣节之夜或情人节晚宴。不管怎样，总有一个比较微妙的时机向您提供一些线索。

事件可能是一次性演讲、有指导的“与专家会面”散步、捕蛾、艺术展预演、蝙蝠步、迁徙高峰期数鸭子、捕鸟、清晨的捕鸟比赛、植物辨认巡游、圣诞节哑剧等等。

因为“事件”通常是解说性的，事件的规划涉及第八章所述的许多原则。规划和实施组通常由跨学科的教育工作者、科学家、营销人员、地面员工和管理人员组成。

WWT 的事件规划周期一般为12-18个月，这是一种比较理想的状况。让 WWT 有时间确定事件的内容，分配资源，规划足够的促销手段，评估是否符合湿地保护和商业目标。

“活动”是湿地中心的日常事件，为游客定期举办的活动。这类活动可能是季节性的，让游客知道快要有活动了很重要。湿地中心可以在现场的主要位置（比如入口门厅和餐馆）放块牌子，游客到来时向他们分发小册子，或架设扩音系统等等，所有这些都可为事件做广告。

日常活动包括由解说员带队游览湿地中心的部分或全部（“结果完全出人意料”）、喂鸟（包括有些 WWT 中心——例如瘦桥和威尔尼——用泛光灯照明饲养冬季迁徙的天鹅，也包括公众饲养圈养动物）、触摸桌子（员工或自愿者将相关的“样本”——例如羽毛、蛋和头骨——放到桌子上，用这些样本作为道具让游客参与湿地对话）、适合家庭玩的池塘浸渍、为小孩子开发的艺术和手工艺活动、“关门指导”猎鸟者和看守人回答问题等等。不怕做不到，就怕你想不到。

第十一章 — 运作

湿地中心的运作或运营因多种因素而异，例如中心的大小和规模，与母公司的关系，如何适应组织的远景目标、使命和目标，中心的管理人员（政府、非政府组织、商业公司、私人、合伙公司等），保持稳定的资金供应（政府资助、捐赠、市民资助、门票收入、会员费、捐款、赠予、遗赠或多种方式的组合）的需要，以及中心的运营环境（政治环境、法律环境、社会文化环境和生态环境）。

中心管理人员可能要处理复杂的情况，例如湿地保护和吸引游客的商业问题等。他们可能是经验丰富的商人和财务经理，在吸引游客和/或解决生态问题上也是经验老到。当然，高级管理人员都应该具备这些素质，在 CEPA、营销、人力资源、生物多样性保护和现场管理方面也应该经验丰富。没有合适的方法可以做到这些。各个中心千差万别，因为各自会找到适合自己的做法。

既然 WLT 是 CEPA 下属的组织，我们假设 CEPA 专长是高级管理人员的核心素质，而不是边缘素质。如果将 CEPA 局限于学校团体、在中心内部的地位也不高的话，中心就永远不可能实现招募支持人员支持它的工作、支持湿地保护和有效利用湿地的目标。因为湿地中心的全部 CEPA 工作可能涉及各方面的管理人员（其实是所有员工），从通信员到营销人员，到教育工作者和科学家，到人力资源专业人士。

和所有组织一样，湿地中心也应该有一个被所有员工和自愿者认可、理解和“买账”的清晰目标和共同目的。也就是说用直白的语言编写相应的政策和计划，尽量避免使用技术术语。记住：不同的部门和学科有不同的文化，都有他们自己的行话或通用语。专业营销人员讲的“营销”一词和门外汉讲的可能不一样，许多门外汉将营销一词简单地等同于“做广告”。

向员工和自愿者推销湿地中心和向外部观众传递信息一样重要，每个人都应该知道自己在适应中心的整体保护和商业目标中扮演的角色。不要小看卖咖啡和纪念品这样的琐事，这些小事对湿地保护的目标也很重要。定期的员工会议和简要的情况介绍是必须的，通过中心的运作或活动让每个人都了解自己的角色和责任。

中心管理人员可能考虑让员工每天填写简单的计算机表格，第二天向员工和自愿者简要通报相关活动。填写的内容包括前一天入园的游客数量，游客在小卖部和餐馆的人均消费额，新入会员，入园游玩的非会员和会员数量，那天预期入园参观的团体和贵宾的情况，入园游玩的学校和特殊利益团体的数量和要求，有没有人要求提供其他功能和特别的公共饮食设施，观察珍贵的野生生物和任何其他相关信息。

湿地中心可能会有很多年度计划，有些计划会提到现场的物种和栖息地管理。其他都是一些典型的商业计划：预测游客的数量、门票收入、游客在小卖部和餐馆里可能消费的数额。应该从SWOT分析法（着眼于特定工作区域的长处、短处、机会和威胁）开始制定计划，接着是SMART目标（具体的、可衡量的、可实现的、现实的、有时间限制的）。有好多办法做到这一点。基本上，计划应该与中心的目标相关，列明在规定的时间内（例如现状、一年之内完成、三年或五年之内完成等）达到这些目标需要采取的措施。如何将上述措施的结果与中心的目标相对照？由谁来衡量？什么时候衡量？

规划活动的结果是做成一份年度计划或几份计划（只是计划的数量、类型和名称各不相同），作为管理工具的计划为接下来的预算过程定型并提供相应的信息。

渴望建立质量管理体系的想法是很好的，标准应该定得高一些。没有人喜欢用鸟粪喷涂的标志，没有人喜欢残缺不全的展览品、管理不善的场地、肮脏的洗手间等等。管理人员自己、同事和团队应该到处走走，纪录现时的维护要求。客户关爱也很重要，向员工和自愿者提供客户关爱技巧培训。微笑能够让游客有良好的体验，粗暴的态度只能破坏游客的兴致。

湿地中心提供很多赚钱的机会，而不只是门票收入、会员费、遗赠、赠予和捐赠。一家规划得不错的餐馆能够满足游客的多种需要，从快餐到精力旺盛的年轻人举办的活动（譬如说生日派对、婚礼宴席、公司聚会等等）。小卖部可以卖一些公平交易的环保产品。这些产品应该具备良好的道德效益、生态效益和经济效益。再说一遍，这些也因湿地中心而异。伦敦湿地中心甚至还以优惠价出租房子，因为该中心地处伦敦这一全球最大的城市之一的有利竞争位置。顺便提一下，伦敦湿地中心与全市400多家需要买票入内的游乐中心“争夺”客源，另外还提供数不清的免费服务。

有时，湿地的运营中会遇到一些矛盾。比如说，如果中心有X间房子可供出租，中心制定了相应的出租政策没有？优先租给谁？是当地一家入不敷出的野生生物慈善团体还是愿意出市价的大公司？租给前者有利于湿地保护，应该鼓励。但租给后者不也一样吗（特别是出租收入提高了中心的收益，反过来又促进了湿地保护）？让中心有机会影响其他行业，例如商业。

中心如何调和想静静地坐在屋里观赏鸟类的游客和活泼好动的孩子之间的矛盾（观察稀有鸟类的游客和蹒跚学步的孩子之间的两难选择）？屋子里可能会挂一些标志，注明哪些行为可以接受，旁边甚至可能会有员工和自愿人员走动，但这一切不是什么时候都容易做到的。

还有更糟的呢。您需要为不可预测的事情做好准备：维护基地着火了，资金募集计划被拒绝了，一个醉汉在早上7点钟向天鹅吼叫，有人打碎了停车场里的车窗，繁忙的公众假日期间洗手间却塞住了、方圆几英里才有的水暖工却漫天要价，几乎没有任何鸟类因为反季节天气迁徙到中心来，上午9点突然下起雨来、而这本来应该是一天中最繁忙的时间。您知道这一切终于来了，保持点幽默感，祝您好运，因为这一切**都是**值得的。

第十二章 — 心灵与智慧

CEPA 是个终生过程，希望能够将客户（游客）转化为湿地保护的倡导者。如何为中心、您的组织和更宽广的目标赢得支持呢？

首先要有合适的产品。这个产品有趣吗？对现有的游客和潜在的游客有吸引力吗？这不但对湿地、景观和展览自身有意义，对这些特征的状况和公共设施也很有意义。

员工和自愿人员满意这份工作吗？他们友善吗？乐于助人吗？有没有微笑着迎接游客？

做个蜂鸣器。如果湿地中心看上去挺有吸引力的，人们就会被它吸引过来。他们希望成为中心的一分子，希望参与，还会告诉别人。成功孕育成功，没有比人的口碑更好的宣传方式了。相反，它也是传播不良体验的极佳工具。目标应该是超越人们的预期。

中心应该以吸引回头客为目标，季节性营销、举办新的展览、特别节目和野生生物观察都是不错的办法。实物刺激（例如门票特别优惠、季节性门票降价、季节性门票优惠）也不错。

湿地中心和/或其运营组织可能会有一个会员计划，提供特别优惠（例如免费入内、杂志、会员活动等）。

有些常客甚至还可能成为自愿者，这是将体验转化为行动的最好证明之一。一些比较大的湿地中心可能有150多名自愿者，由一个领工资的自愿者协调员管理。自愿人员从事许多 CEPA 活动，从游览指导到游客的迎接和招呼，到会员招聘和现场管理。

大型中心及其运营组织花很多时间和金钱研究现有的和潜在的自愿人员。

第十三章 — 案例分析

作为在线发表的手册，本文会经常更新。
希望全世界的湿地中心提交与湿地的发展和运作有关的案例分析。

我们将在此上传此类案例分析

敬请登录 WLI World 的网站 www.wli.org.uk 查看全球湿地中心的案例分析。

第十四章 — 术语表

方便性 — 游客使用湿地中心的设施的方便程度。可以从多个层面衡量这种方便性，例如是否顾及坐轮椅来的游客，用语是否超出了文化程度不高的游客的接受范围。也可以用这个词来衡量中心设施对来自不同社会团体的游客的可用性（例如什么因素妨碍游客来游玩？门票太贵？缺少公共交通设施？“这不关我事”的想法等等）。

观众 — 正在中心游玩或将要到中心游玩的人。通常情况下，将观众细分为不同的组别或类别（例如从社会经济学的角度来分）的做法很有效，让游客更好地理解中心的作品。

生物论据 — 某种类型的天然人工制品，例如头骨、羽毛和动物标本。

CEPA — 沟通、教育和公众意识的简称，例如拉姆萨尔湿地公约就有一个 CEPA 计划，以此实现其 VIII.31 决议。

Defra — 英国政府下属的食品、环境和乡村事务部的简称。

教育计划 — 湿地中心强调教育的范围（理念、发展和提供等）的实施文件，又称为学习计划。

可行性研究 — 评估是否有足够的观众、栖息地和资金支撑一个财务上可持续发展的组织的初步研究。

硬件 — 不涉及与中心员工的联系的解说媒体，例如触摸屏和显示板。

互动媒体 — 按游客的选择或动作变化的展品或展示。

解说 — 通过激发游客的体验、与游客自己的体验相关联或显示相应信息的适当媒体向游客传递湿地中心信息的沟通过程。

解说政策 — 确定用来传递组织的学习信息的理念、发展和方法（媒体和处理）的文件。

总体计划 — 描述中心的建设和运营的各个方面的文件，统领其他所有计划。

使命 — 阐述组织实现其远景目标的方式的简短声明。

SMART — 具体的、可衡量的、可实现的、现实的、有时间限制的简称。从总体计划到教育计划，所有好的计划都应该具备这一特质。

软件 — 涉及与中心员工的联系的解说媒体，例如由导游带领的游览、学校团体游玩等。

SUDS — 可持续城市排水系统的简称。

SWOT — 长处、短处、机会和威胁的简称，评估组织或企业所处的位置并提出应对措施的管理过程。

鸟类观察者 — 特别喜欢观察鸟类、将其作为一种爱好并详细纪录的人。

湿地中心 — 人和湿地共处、并实施 CEPA 活动的湿地现场。

WLI — 湿地链接国际的简称，全球湿地中心的组织网络。

WWT — 英国野生鸟类和湿地基金会的简称，一个关注全球湿地及其生物多样性保护的慈善团体。

远景目标 — 阐述组织目的的简短声明。

第十五章 — 索引和链接

Maslow, AH (1948) 《“高层次”和“低层次”需求》，《心理学期刊》，25
p 433-436

Tilden, F (1957) 《解说我们的遗产》，北卡罗莱纳州立大学出版社

Veverka, JA (1994) 《解说性总体规划》，Acorn Naturalists，加利福尼亚州

第十六章 — 感谢

编撰中承蒙 DEFRA 和汇丰银行的帮助。

项目负责人 — Doug Hulyer, 保护项目前任理事, WWT Slimbridge, Glos, UK

编辑 — Malcolm Whitehead, Coordinator WLI and Head of Learning WWT, London Wetland Centre, London, UK

Emma Alesworth 和 James Furse-Roberts, Content Developers WWT Consulting, WWT Slimbridge, Gloucestershire, UK

详细资料请写信至 wli@wwt.org.uk 索取。

WWT 有一个咨询部门 — WWT Consulting — 负责解答与湿地中心的开发或发展有关的任何咨询。

WWT Consulting

卓越的湿地咨询中心

WWT Consulting 是英国领先的专家级湿地环境咨询公司。

WWT Consulting 于 1989 年成立于英国野生鸟类和湿地基金会 (WWT) 的总部所在地瘦桥, 以满足对为了野生生物和人类的利益保护、改善和管理湿地栖息地的广博、专业的咨询需求。

WWT Consulting 的使命:

- 提供公正的专家级湿地建议;
- 保证提供的任何建议都有当前的研究做支撑, 都符合最新的科学理解;
- 提供全面的技能和服务, 满足客户的需求;
- 严守客户的秘密和敏感资料;
- 保证所有工作都有质量保证措施;

员工

WWT Consulting 雇佣合格的专家级员工，提供如下领域的专业服务：

- 生态调研
- 野生鸟类问题的评估
- 湿地栖息地设计
- 湿地管理规划
- 湿地的建设和恢复
- 水质评估
- 生态水文学研究
- 人工湿地
- 游客中心的规划
- 栖息地的解说
- 环境教育
- 野生生物和人类的联系

除了核心员工之外，WWT Consulting 可以调用研究部和 WWT 地区中心的员工。研究部在湿地、栖息地和物种保护的纯理论研究和应用研究方面有50多年的全国和国际经验，为 WWT Consulting 的工作提供主要资源和坚实的科学基础。

有什么可以帮到你？

请通过如下方式联系 WWT Consulting，解决与湿地有关的问题：

WWT Consulting
The Wildfowl & Wetlands Trust
Slimbridge
Gloustershire
GL2 7BT
UK

电话：+44 (0)1453 891905 传真：+44 (0) 1453 890827

电子邮件：was@wwt.org.uk 网址：www.wwt.org.uk

本手册在编撰中承蒙下列组织
提供帮助

