

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГРОДНЕНСКОГО ЗООПАРКА В УСЛОВИЯХ БЕЗВИЗОВОЙ ПОЛИТИКИ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

А. О. Жегало

*Учреждение образования «Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. Г. Корнелюк, канд. ист. наук, доцент

В условиях новой безвизовой политики въездного туризма в Беларуси, связанной с возможностью приезда иностранных туристов, все объекты туристического интереса нашей страны оказались в ситуации практической необходимости увеличения своей туристической привлекательности. В Гродно одним из главных туристических объектов всегда был зоопарк – первый и самый большой зоологический парк в нашей стране.

Поиск новых форм и способов привлечения в него туристов требует обратиться к опыту работы зоопарков с различными группами посетителей и сформировать новый механизм повышения привлекательности Гродненского зоопарка. Целью нашей работы является определение новых возможностей Гродненского зоопарка как туристического объекта для всех, в том числе и иностранных туристов. Материалом для нашего анализа послужила документация Гродненского зоопарка, а также литература по вопросам развития зоопарков как туристических объектов.

Гродненский зоопарк – это больше, чем лаборатория или питомник/заповедник. Это еще информационный центр, а также музей живой природы. Это делает Гродненский зоопарк одним из немногих прибыльных учреждений культуры Гродненской области.

Для успеха зоопарка необходимо «достучаться» до посетителей, привлечь их внимание. Данные проведенных исследований посетителей зоопарков свидетельствуют о том, что 61,3 % посетителей в результате посещения зоопарка испытывают радость от общения с животными. Для 54,1 % опрошенных цель визита – возможность погулять и отдохнуть; для 44,8 % – новые знания о животных и природе и лишь 3,9 % опрошенных приходят в зоопарк ради аттракционов и подобных развлечений [1].

Большинство посетителей приходят в зоопарк с детьми. Посетители, например, Московского зоопарка признавались, что красочные стенды, посвященные многообразию фазанов, кошачьих, псовых и т. п., они с удовольствием рассматривали вместе с детьми [1]. Имеет смысл ориентировать дополнительную экспозицию на детей в возрасте от 5 до 10–12 лет. Для них – стенды с множеством ярких иллюстраций, короткими и увлекательными комментариями.

По результатам исследования, проведенного в 12 американских зоопарках и аквариумах, около 50 % опрошенных называли несколько различных причин посещения зоопарка. Другие 50 % респондентов указывали одну какую-то причину своего визита. Это позволило выделить пять основных категорий типичных посетителей зоопарков: «Исследователи-разведчики» (16 %); «Посредники» (16 %); «Профессионалы»/«любители»(10 %); «Туристы» (7,8 %); «Созерцатели» (4 %) [2].

Каждая из названных категорий имеет свои предпочтения в отдыхе, свои мотивы посещения зоопарка, свои стереотипы поведения в нем. Например, для исследователей-разведчиков характерны любознательность, ими движет стремление получать новые знания, им важно как видеть животных, так и изучить дополнительную экспозицию [2]. Это значит, что их может привлечь что-то захватывающее, новое, неизведанное: «Тропа открытий», программы типа «Почувствуй себя гориллой», а также углубленные программы, которые не предлагают в других зоопарках.

Посетителей-«посредников» отличает потребность поделиться имеющимся у них опытом с другими людьми [2]. Для этой категории значима возможность общения. Такую возможность в зоопарках обеспечивают интерактивные просветительные программы, беседы с киперами, различные кружки.

«Профессионалов/любителей» характеризует ощущение тесной связи между зоопарком и их профессией или любимым занятием. Представители этой категории часто становятся волонтерами и опекунами животных [2]. Для них интерес представляют эксклюзивные программы – такие, как фото-туры, экскурсии «за кулисы», их привлекает углубленная информация, а также обновление и пополнение экспозиции.

Посетители «туристы» испытывают удовлетворение от самого факта посещения этого ценного культурного объекта. Эту категорию характеризует самый низкий уровень знаний о природе и наименьшие ожидания от визита [2]. Для них представляют интерес материалы по истории зоопарка, важна возможность сделать памятное фото, приобрести сувенирную продукцию.

Для «созерцателей» не так важны научные факты, как эстетические и эмоциональные впечатления. Именно эта группа также поставляет большое количество волонтеров и опекунов [2]. Зоопарки могли бы помочь им, создавая уголки, где можно посидеть и понаблюдать за животными, а также приглашая принять участие в каких-либо программах в часы и дни, когда в зоопарке мало других посетителей. Все перечисленные направления работы актуальны для Гродненского зоопарка.

Кроме того, одним из таких мероприятий мог бы быть показ определенных животных. Например, сделать небольшую площадку, где будет проходить показ животного. Данная площадка должна быть круглой и не упирающейся в здание, т. е. чтобы ее можно было обойти со всех сторон. Показ следует проводить в определенное время и с определенной периодичностью. Рядом с площадкой может находиться знаток данного экспоната и рассказывать о нем. Также открывается возможность для фотосессии с животным и возможностью фотографировать его с разных ракурсов. Сделать все это будет гораздо проще и удобнее, так как конструкция площадки не даст экспонату скрыться из поля зрения посетителей.

Благодаря проведению подобных мероприятий, в зоопарке все время будет происходить что-то новое, и он будет «живым». Каждый раз, приходя в зоопарк и видя новый экспонат, возле которого можно сфотографироваться, рассмотреть со всех сторон и послушать интересные факты о нем, посетитель постепенно будет заинтересован все более и более, что значительно повысит шансы его прихода вновь, но уже на новый «ивент».

Литература

1. Мигунова, Е. Я. Изучение посетителей в зоопарках: наблюдение за наблюдающими / Е. Я. Мигунова // Научная работа в зоопарках : материалы шк.-семинара ЕАРАЗА, Москва, 23–25 нояб. 2010 г. / Моск. гос. ун-т ; редкол.: С. В. Попов, Г. В. Вахрушева [и др.]. – Тверь : Триада, 2012. – С. 18–27.
2. Открытый вопрос. Праздники и будни Гродненского зоопарка. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=JmqEj7o6MGI>. – Дата доступа: 09.03.2018.
3. Саяпин, В. О парке Жилибера и зоопарке Кохановского / В. Саяпин. – Гродно : ЮрСаПринт, 2011. – 80 с.
4. Чернякевич, А. «Новый Свет» и его окрестности / А. Чернякевич. – Гродно, 2009. – 68 с.
5. Официальный сайт Евразийской региональной ассоциации зоопарков и аквариумов. – Режим доступа: <http://earaza.ru>. – Дата доступа: 10.03.2018.
6. Официальный сайт Гродненского зоопарка. – Режим доступа: <http://www.grodnozoo.by>. – Дата доступа: 13.03.2018.