

Der Zoologische Garten, N.F. 84, issue 3-4, (2015)

Über die Vermittlung kritischer Inhalte des Populationsmanagements von Zoos an die Öffentlichkeit (Langfassung)

Florian Schaefer

Ознакомление общественности с критическими вопросами по управлению популяцией в зоопарках

Флориан Шеффер

Введение

Зоопарки и способы содержания животных в них часто становятся темами для различных дискуссий общественности, что приводит к сильным разногласиям между группами сторонников зоопарков и их противниками. Хотя распространенные заблуждения о зоопарках существуют (Bertram, 2004), на самом деле есть и другие вопросы о зоопарках, которые могут подвергаться критике и обсуждаться в обществе (Rees, 2011). В течение многих лет методы управления по вопросам размножения в неволе и другие вопросы, такие, как перевозка животных и лекарства не освещались зоопарками для широкой общественности или ставились под сомнение (Lindburg, 1991; Реверс, 2003). В настоящее время с повышением экологического сознания и глобализации, эти темы получили первостепенное значение, что не в последнюю очередь обусловлено широкими кампаниями противников зоопарков и сенсационными сообщениями в социальных средствах массовой информации (Wrzesinski, 2013; Steinke, 2014a). Таким образом, внимание общественности было привлечено к острым вопросам по управлению зоопарка.

Эти критические вопросы часто имеют противоречивый характер (Martys, 2003) и, в связи с различной точкой зрения в различных областях биологии, ветеринарии, с юридической или этической точки зрения, совершенно по-разному оцениваются общественностью. Без базовых знаний не так просто разобраться в них неопытному посетителю. В случае управления размножением в неволе возникают такие важные и острые вопросы, которые включают эвтаназию и регулирование физиологии размножения, известной как контрацепция (обычно гормональная). Carter и Kagan (2013) указывают, что дело с лишними животными является "наиболее чувствительным вопросом по отношению к общественности", с которым зоопаркам приходится сталкиваться в наше время. Они заявляют, что для большинства людей, не имеющих профессионального опыта, эти темы кажутся несравнимыми с идеалами, которые представляют зоопарки.

Конечно, есть более важные вопросы для репутации зоопарков. Некоторые зоопарки обеспечивают кормление плотоядных хищников более естественным образом, скармливая органы или части тел других животных, эвтаназию животных зоопарка. Так называемое «скармливание полноценной туши» или «скармливание туши» является чувствительной темой, которая часто встречается с непониманием (Hancocks, 1980), хотя оно позитивно влияет на благополучие животных (McPhee, 2002; Bashaw, Bloomsmith, Marr, & Maple, 2003; Derauw et al., 2012). Несколько зоопарков уже прекратили эту форму кормления из-за негативной реакции посетителей на это (Rees, 2011). Разговоры на эти вопросы с посетителями зоопарка и широкой общественностью имеют тенденцию к перерастанию их в жаркие этические дебаты. Тем не менее, некоторые специалисты зоопарка считают своим долгом довести критические вопросы до общественности (Revers, 2003; Stauffacher, 2003). Рубел (2003, р. 25), ссылаясь на стратегию сохранения животных в мировых зоопарках и аквариумах, основанную в 1993 году, утверждал во время регионального совещания Всемирной Ассоциации Зоопарков и Аквариумов (ВАЗА), что зоопарки должны продвигать идею природы, занимающей центральное место, в отличие от антропоцентрического видения зоопарка посетителями. На первый взгляд различия между статьями в средствах массовой информации и публичными заявлениями зоопарков свидетельствуют о значительном различии в восприятии методов, используемых зоопарками (Kaufman, 2012; Hunn, 2014).

До сих пор лишь немногие научные исследования были предприняты, чтобы сосредоточиться на том, как в зоопарках работает связь между важнейшими вопросами. Таким образом, настоящее исследование направлено ответить на следующие проблемы, фокусируя внимание на вопросах эвтаназии, контрацепции и скармливания туш животных.

- Как и с какой целью в настоящее время зоопарки общаются по критическим вопросам с общественностью?
- Существуют ли какие-либо различия или сходство между текущими попытками установить контакт в обсуждении критических проблем?

Отвечая на эти вопросы, главная цель заключается в создании более детального понимания общей связи важнейших вопросов и в подготовке этих вопросов в качестве основы для дальнейшего анализа.

Методы

Экспериментальный дизайн

Для настоящего исследования проводился опрос в период с февраля по июнь 2014 года. Были проведены консультации для группы по опросу из пяти специалистов зоопарка (табл. 1), используя и руководя слабо организованными экспертами-интервьюерами, как описано Gläser и Laudel (2009). Lamnek (2010) заявляет, что те опытные интервью относятся к точно

определенным элементам действительности. В этом исследовании они представляют собой критические вопросы, а также их связь с посетителями и широкой общественностью. Специалисты зоопарка в качестве экспертов были отобраны из тех, кто уже имел опыт общения по критическим вопросам, или кто был лучше всех в своих комментариях во время публичных дискуссий. В опросе приняли участие, как директора зоопарков, так и педагоги зоопарков, и были учтены небольшие зоопарки и Парки дикой природы, а также большие зоопарки, чтобы проиллюстрировать широкий спектр позиций и справочной информации.

Анкета состоит из десяти вопросов, и включает до шести приложений или аннотаций. Основная структура анкеты не изменилась во время интервью. Четыре из пяти интервью проводились лицом к лицу, с помощью записывающего устройства Zoom H2n Handy. В Парке Дикой Природы Еекхольт интервью было проведено с помощью передающего устройства Software Skype и записывалось с помощью Skype MP3 Records 4.4 записывающим устройством. Все интервьюеры участвовали в инициированном разговоре о предыстории и главной теме исследования. Все специалисты зоопарка согласились дать открытое интервью.

Анализ данных

Я выбрал Тематический Качественный Анализ Текста, описанный Kuckartz и McWhertor (2014) для анализа данных. Записанные интервью были расшифрованы с помощью простой системы транскрипции, предоставленные Dresing и Fehl (2011) и ПО F4 контент-анализа.

Таблица 1. Опрошенные эксперты в группе обследования

Специалист зоопарка	Учреждение	Должность в учреждении
Д-р Даг Энке	Зоопарк Нюрнберга	Генеральный директор
Бритта Лёбиг	Нац. Парк птиц Херборн	Зоопедагог
Уте Крюгер	Парк Природы Экхольт	Зоопедагог
Проф., д-р. Манфред Никиш nfred Niekisch	Зоопарк Франкфурта	Генеральный директор
Бенгт Хольст	зоопарк Копенгагена	Вице-директор и директор по исследованию и сохранению

Основные тематические категории во время интервью были построены в порядке многоступенчатости, на основе вопросов анкеты. Кодирование с последующими простыми правилами кодирования, описанные Kuckartz и McWhertor (2014), используя программное обеспечение F4 Analyse. В заключении, интерпретация закодированных единиц была сделана на основе оценки по основным тематическим категориям.

Результаты

Необходимость связи

В целом, никто в группе обследования не сомневался в необходимости общения по критическим вопросам с общественностью, хотя почти все участники знали учреждения, которые предпочитают не общаться на эти темы. Различные аргументы за и против коммуникации следует сравнить друг с другом по следующим вопросам:

Прозрачность вместо негативного образа

Рассказывать о критических вопросах – является необходимостью для прозрачности учреждения, освещая общественности практику индивидуального управления на фактическом уровне. Тем не менее, существует страх, если речь идет о смерти и падеже в зоопарке, что это приведет к негативному имиджу. На основании консультаций у специалистов зоопарка некоторые зоопарки требуют научить посетителей любить природу и живых существ, не показывая "отвратительные" аспекты жизни. Эту «Диснеевщину» природы резко критиковали все участники в группе обследования, хотя число этих учреждений, кажется, согласно утверждениям экспертов – достаточно высоко в Европе, и особенно в Северной Америке.

Исключить тайны вместо того, чтобы показывать только то, что хотят посетители

Еще один аргумент против информации: это так или иначе – воля посетителей не сталкиваться с критическими проблемами, например, ситуация со скармливанием туш животных. Таким образом, эксперты в группе обследования были разного мнения о том, как информировать (см. методы общения по критическим проблемам и их границы); они указали на необходимость повышения информированности населения по вопросам управления в зоопарках, и необходимость устранить существующие тайны и неправильное представление о критических вопросах.

Создание одобрения вместо уважения культурных различий

По словам доктора Энке, зоопарки должны стремиться к социальной дискуссии, что приводит к одобрению и, в Германии, к легитимности методов управления, таких, как эвтаназия на правовом уровне. Конечно, различаются культурные отношения между странами и регионами.

Общественная позиция по отношению к критическим вопросам варьируется в зависимости от лежащих в основе норм и ценностей соответствующих обществ, и также зоопарки должны рассматривать по-разному различные подходы. Одной из проблем в отношении к скептической позиции по отношению к критическим вопросам, является то, что лишь очень немногие вопросы публикуются в качестве справочной информации для общественности, политиков и других лиц, принимающих решения. Эта ситуация делает необходимую информацию и связь еще более важной.

Просвещение вместо непомерных усилий

Большинство участников заявили, что работа с критическими вопросами является частью полномочий и миссией зоопарков по просвещению. Но на самом деле, работа по этим темам по большей части зависит от времени и человеческих ресурсов. Так как зоопарки должны иметь дело с поставленными ими вопросами, но некоторые зоопарки, кажется, ограничивают общение и связь из-за неумения противостоять, как посетителям, так и средствам массовой информации.

Методы общения на важнейшие проблемы и их границы

Методы, используемые для общения на серьезные вопросы, можно разделить на два типа, зависят от источника их взаимодействия или статичности. **Статичные методы** являются типичными методами, используемые для того, чтобы дать информацию в объявлениях, заметках, газете, не связанные обязательствами: указатели, путеводители, листовки, журналы и веб-сайты. Все эти средства массовой информации более или менее инертные, а посетитель должен интерпретировать информацию по-своему. В отличие от этого, **интерактивные методы** включают привлечение персонала на такие мероприятия, как презентация кормления или прогулки с гидом по зоопарку. В группе обследования статические методы сыграли скорее подчиненную роль в обсуждении серьезных вопросов, потому что сложные вопросы не получается обсудить несколькими предложениями. Также трудно обратиться к неоднородной группе посетителей зоопарка, различающейся по этическим взглядам и возрасту. Тем не менее, есть примеры для использования указателей для информации по важнейшим вопросам: зоопарк Нюрнберга и зоопарк Копенгагена, они оба использовали указатели, щиты, а также путеводители и информационные бюллетени для информирования в деталях о подобных вопросах.

Отдельные пояснения предназначаются для более важных тем, чтобы выразить критические проблемы для общественности, а не стандартные и готовые ответы.

Они могут быть адресованы либо открыто напрямую, показывая сам вопрос, или рассказывая о нем, не вдаваясь в детали. Третий способ, который описывает группа обследования, является интеграцией посетителя в

важнейшие процессы. Тем не менее, все способы, включены в контекст информации, с различной интенсивностью контакта между передатчиком и приемником сообщений. Контакты с посетителями и общественностью весьма отличаются, от кратких ежедневных встреч с посетителями зоопарка и до интенсивной коммуникации по темам и вплоть до участия в многодневных курсах. В Интернете, можно интерактивно работать с социальными медиа-ресурсами, такими как Facebook, Twitter или другие услуги. Необходимо установить, как эти услуги могут быть полезны в общении по критическим вопросам. Доктор Энке утверждает, что веб-сайты должны быть заменой для статических печатных СМИ, таких как информационные бюллетени, давая подробную информацию по критическим вопросам, в то время как социальные медийные средства должны просто давать ссылку на веб-сайт в случаях острых критических проблем или конкретных событий, касающихся этих вопросов.

Реальный короткий срок действия статей в социальных сетях ставит вопрос, оправданы ли высокие расходы на них?

Несмотря на соглашение о необходимости освещения важнейших вопросов методы, которыми пользуются, имеют четкие пределы. Есть некоторые факторы, влияющие на четкость и ясность ответов на вопрос: «как далеко зоопарки должны заходить при общении с общественностью по критическим и острым вопросам? Хольст утверждает, что в зоопарке Копенгагена границы общения на острые темы строятся не столько на потребности посетителей, но больше исходя из благополучия животных. Не рекомендуется включение посетителей в ситуации, которые могли бы привести к увеличению стресса для животных. Другим фундаментальным фактором является поддержка большинства со стороны общественности. Доктор Энке утверждает, что зоопарки имеют в основном две возможности, касающиеся этого вопроса: быть под влиянием общественного отношения или создать общественное мнение с помощью средств информации. Оба способа указывают на различные возможности для решения важных вопросов. Быть гибким к мнению общественности будет означать использование только методов коммуникации, которые приближаются к общепринятым взглядам, в то время как попытка создать или влиять на общественное мнение может включать в себя различные подходы, которые подключают посетителя. Профессор д-р Никиш, однако, высказал опасения, что, использование «приема кувалды», в качестве публичного критического обсуждения, противоречило бы миссии зоопарков в деле просвещения. Острые вопросы, рассмотренные в настоящем исследовании, освещаются по-разному:

Эвтаназия всегда освещалась устно, конечно, не напрямую. Существует строгое соглашение в исследовательских группах, что не стоит убивать животное в присутствии посетителей, так как это стресс для обоих участвующих: сотрудников и животного. Крёгер дает пример более или

менее открытого способа информации об эвтаназии с помощью выделанной таксидермистом шкуры волка (*Canis lupus*), подвергнувшегося эвтаназии по указанию, для объяснения решения и все что связано с этой темой. Публичное критичное обсуждение – еще один способ борьбы с эвтаназией, давая возможность посетителям, узнать весь спектр дополнительной информации о физиологии и анатомии животных.

О Контрацепции посетителям сообщается устно, но, главным образом, из-за отсутствия идей о том, как непосредственно сообщать. В том числе публика является для животных либо стрессом, или чем-то приемлемым, потому что лекарства часто вводят с пищей или с помощью других средств. Типичным методом является устное объяснение, например, во время гастролей зоопарка или презентаций кормления. Одним из примеров статической информации по этому вопросу является статья в бюллетене Нюрнберга, описание предпосылок для этого метода управления.

Скармливание туш животных, с другой стороны в общем, прямо объясняется. Это может быть передача для самих участников с двух сторон с объяснениями по этой острой проблеме и для объяснения других проблем, таких как эвтаназия и контрацепция, про которую не возможно просто откровенно сообщить при общении. Подробности, рассмотренные выше, показывают, насколько обсуждаются острые вопросы, и какие методы подходят для посредничества, хотя все опрошенные специалисты зоопарков особенно подчеркивают необходимость общения.

Стратегический подход

Некоторые ответы подразумевают в себе определенный способ решения проблемы с острыми вопросами и общественностью, в основном описанные д-ром Энке и Хольстом (рис. 2).

Актуальное происшествие – негодование (в круге – прим. переводчика – С.Л.).

→ кризисный менеджмент (при необходимости)



Рис. 2. Простая стратегия для коммуникации по острым вопросам

Схема заключается в использовании упреждающей информации с помощью определенного инструмента управления (например, эвтаназия или

контрацепция), прежде, чем этот инструмент используется в первый раз, таким образом, информирование на нейтральной основе, то есть относительно без эмоций. Если становится необходимым, сделать использование этого конкретного инструмента управления, используя недавнее происшествие, то обязательна активная медиальная поддержка и сопровождение. С этого момента критическая проблема постоянно обновляется в средствах массовой информации для достижения повышения осведомленности о проблеме и связанным с ней контекстом. В случае растущего возмущения недавнее событие может перерасти в кризисное, на которое уже должен ответить особый кризисный менеджмент, избегая перехода в оборонительную позицию.

Дискуссия

Результаты качественного анализа показывают, что тема «Обсуждение острых критических вопросов» является очень сложной, так как способы борьбы с критическими вопросами еще не уточнены ни в Германии, ни в остальной Европе. Требования Rübels (2003) по освещению идеи природы, занимающей центральное место, для посетителей зоопарков, кажется, особенно сложной задачей современной биологии зоопарка, особенно в критических и очень эмоциональных вопросах, таких как эвтаназия. Hucklenbroich (2014) утверждает в недавней статье газеты, что зоопарки сосредоточены ни на романтическом взгляде на жизнь ни на то, что выделяет концепцию поедания и быть съеденным в дикой природе. Вместо животных были использованы похожие модели или фигуры с высокой эмоциональной оценкой. Из-за отсутствия информации, посетители и общественность в настоящее время с негодованием будут реагировать, если эти фигуры будут убиты, скормлены другим животным или им будет нанесен вред другим способом. То, как зоопарки действуют в критических ситуациях, является вопросом о том, как зоопарки должны выполнять свою миссию по просвещению. Это не единственная миссия зоопарка; это общая международная проблема, с которой зоопаркам во всем мире приходится сталкиваться, независимо от размера, целей или количества посетителей. Вероятно, общественность (и особенно критики зоопарков) не судят каждый зоопарк как отдельное учреждение, но, скорее, как часть большего сообщества зоопарков. Кризис, начавшийся в одном зоопарке, может также повлиять на другие зоопарки. Если это является правдой – и это необходимо оценить – это становится даже более важным, встретиться с проблемами, используя сотрудничество между учреждениями.

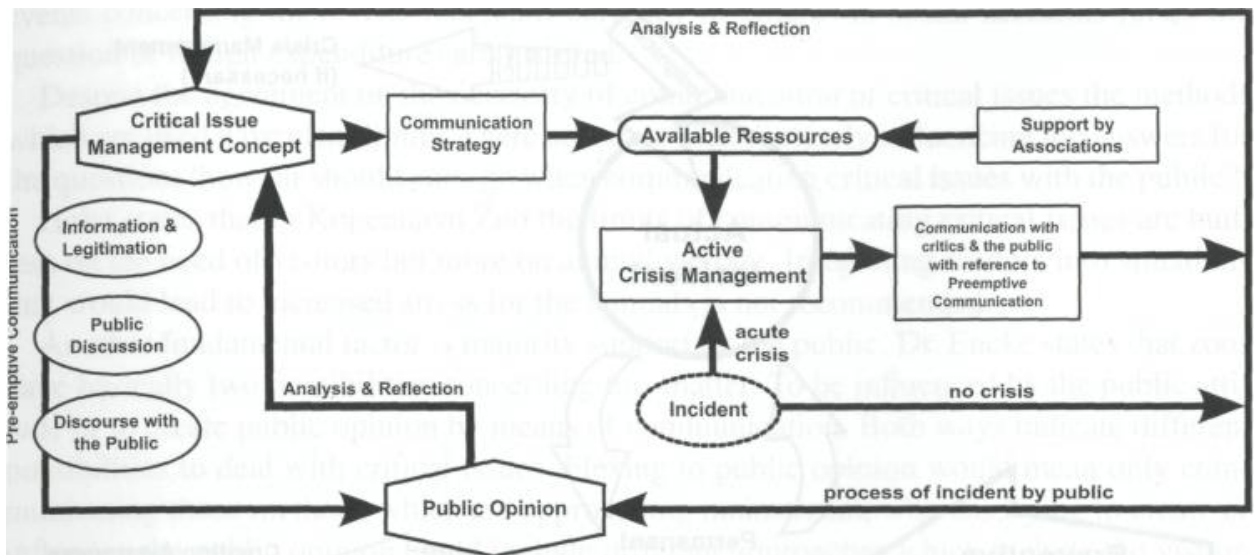


Рис. 3. Простая схема Менеджмента в Критических вопросах

Принимая стратегический подход, описанный Энке, зоопарки могут воспользоваться преимуществами своих связей, организовав Менеджмент по Критическим Вопросам (Critical Issue Management - CIM) в соответствии с проблемой управления, описанной Löffelholz и Schwarz (2007), с учетом результатов исследования, а также рекомендациям по вопросам коммуникации в кризисных ситуациях (Burkart, 2010; Steinke, 2014b). Конкретной концепцией CIM является коммуникационная стратегия для острых кризисов, а также план для предоставления упреждающей информации по конкретным вопросам (рис. 3). Упреждающая информация стремится влиять на общественное мнение, создавая осведомленность о специфических проблемах зоопарка и как зоопарк пытается их решить. Это происходит в течение трех этапов, описанных Burkart (2010): объясняя обществу, как сделать легитимной конкретную критическую проблему (1), до начала дискуссии с общественностью и, не имея эмоционального контекста текущего инцидента (2). В некоторых случаях могут стать необходимыми жаркие дискуссии (речи, лекции) с общественностью или частью ее. (3). Этот процесс вооружает сторонников аргументами и дает возможность проинформировать о политике для дальнейших планов. Необходимо оценить и проанализировать изменения или влияние на мнение общественности по критической проблеме.

Коммуникационная стратегия идеальна на основе этой оценки упреждающей информации, используя опыт, опасения и вопросы общественности, чтобы реакция была бы быстрой и в комплексе, с использованием заранее определенных для этого ресурсов, если это необходимо.

В случае, если освещенная критическая проблема станет реальностью (например, эвтаназии) есть две возможности: либо без дальнейшего обсуждения и широкое одобрение всей общественности, либо возмущение (даже небольших групп) становится причиной острого кризиса. В случае

кризиса специалисты зоопарка могут получить доступ к предварительно определенным ресурсам в связи с коммуникационной стратегией СИМ. Вместе с поддержкой Ассоциации зоопарков начинает свою работу управление по активному кризису. Такой Менеджмент по Критическим Вопросам может дать зоопаркам способность активно решать эти проблемы, а не только реагировать на волнения групп противников зоопарка. Настоящее исследование показывает, что зоопарки все еще далеки от объединяющей коммуникационной стратегии. Конкретные рекомендации, как те, что существуют для экономических институтов, до сих пор не были опубликованы для зоопарков. В свете растущей критики существует настоятельная необходимость в принятии мер. Естественно, качественное исследование не дает возможность сделать обоснованные заявления для всего Европейского сообщества зоопарков, особенно для тех, кто не являются членами Ассоциации зоопарков. Таким образом, результаты должны быть рассмотрены с точки зрения их качественного характера и не обязательно представлять собой полный перечень методов, используемых для коммуникации. Тем не менее, результаты можно рассматривать как отражение текущей позиции специалистов зоопарка и очертить круг мнений и идей, которые они разделяют в Сообществе.

Тем не менее, исследование охватывает лишь зоопарки, которые нацелены на коммуникацию в критических вопросах. Учреждения, которые предпочитают избегать наличия этих проблем в обществе, часто упоминались группой опроса. Согласно Хольсту некоторые зоопарки, особенно те, что находятся во Франции, выступают против «Заявления об Эвтаназии» EAZA (2011).

Ранее не удалось договориться об официальной ответственности для поддержки других членов EAZA по информации об эвтаназии в правовых рамках. Несколько запросов были направлены во Французскую Ассоциацию Зоопарков (AfdPZ) для целей настоящего исследования, но никакого ответа получено не было. Когда связывались по электронной почте, специалисты французского зоопарка сразу отвергали какое-либо участие в этом исследовании. Для будущих исследований, это может стать единым подходом, направленным на институты, которые боятся общаться по критическим вопросам, чтобы возможно встретиться со специалистами зоопарков для анонимных интервью. Необходимо как можно быстрее получить наиболее точное отражение проблемы для дальнейшего исследования. Используя триангуляции как качественных, так и количественных методов, эти выводы могут помочь построить соответствующую структуру коммуникации среди зоопарков. Нам необходимы международные исследования за пределами Европы. Например, можно оценить разницу в управлении размножения в неволе в Европе и Северной Америке, а также обработку критических вопросов в других регионах, таких как Азия, Африка, Южная Америка или Австралия. Ассоциация зоопарков, а также отдельные зоопарки могут получить пользу

от результатов таких научно-исследовательских проектов по адаптации к какой-либо конкретной потребности в континентальном, национальном или региональном масштабах. В этом контексте метод настоящего исследования является полезным для дифференциации мнения и создания прочной базы для обсуждения. С другой стороны, возможно, есть необходимость более подробной информации: также можно будет оценить реакцию посетителей или широкой общественности на различные методы. Можем ли мы доказать, что интерактивные методы работают лучше в критических ситуациях по сравнению со статическими методами? Как специалисты зоопарков должны обращаться к различным целевым группам? Насколько велик информационный спектр различных методов? Эти вопросы могут опираться на существующие результаты и помогут повысить эффективность управления в критических вопросах и превентивной информации.

Данное исследование является извлечением и резюме по тезисам (Schäfer, 2014). Полный отчет (на немецком языке) можно загрузить по ссылке <http://www.researchgate.net/publication/271906735>.

Перевод: **Соловьева Л.В.** (Калининградский зоопарк)