

секреты формирования

Свистать всех наверх!

В публикациях в прессе иногда попадаются заголовки: «У Сергея Кириенко нет страха. Он идет на выборы с сильной командой» или «В Думу нужно идти с большой и сильной политической командой» и т.п. Что же такое сильная команда и как ее сформировать?

Для избирателя сильная команда означает, что кандидат не один, что у него есть единомышленники, которые будут помогать ему (или уже помогают, если политик действующий) при выполнении обязанностей избранника народа на том или ином посту.

И действительно, собираясь идти на выборы, большинство политиков ищут поддержки и помощи среди членов своей команды, своих соратников и единомышленников: со своими – надежной. У любого серьезного политика есть целый штат сотрудников: помощников, советников, экспертов, а иногда – целые отделы и департаменты, которые готовы в любое время «встать под ружье» и начать продвигать своего босса на предстоящих выборах.

Достоинства «местных команд» неоспоримы. Прежде всего, знание специфики региона позволяет местным специалистам эффективно пла-

нировать проведение кампании, лучше ориентироваться и реагировать на некоторые события в ходе предвыборной гонки, у них больше возможностей начать работу заранее и спланировать долгосрочные акции. Как правило, руководители таких команд занимают достаточно высокий пост в организации кандидата, будь то районная администрация или завод, и имеют постоянный «доступ к телу» кандидата. Опять-таки связи с местными журналистами и элитой будут нелишними. К тому же услуги местных консультантов на порядок дешевле приглашенных.

Я художник не местный ...

Однако, несмотря на наличие у большинства кандидатов штата помощников, они все чаще обращаются к внешним независимым консультантам.

Каковы причины такого обращения и чем внешние консультанты выгодно отличаются от внутренних? Что они могут сделать или посоветовать такого, чего не могут или не знают штатные консультанты?

Главное отличие внешних консультантов от внутренних – их независимость. Штатные сотрудники обладают самостоятельностью лишь в той или иной мере, тогда как внешние

консультанты должны быть полностью независимы в своих действиях и в какой-то степени отчуждены от клиента. Политический консультант должен иметь возможность оценивать любую ситуацию как бы со стороны, давать честные и объективные рекомендации относительно того, что следует делать клиенту, не обращая внимания на то, как это может отразиться на его собственных интересах.

Независимость внешнего политического консультанта имеет несколько аспектов.

Финансовая независимость подразумевает, что консультант не должен быть экономически заинтересован в определенных действиях или политических решениях клиента. Стремление «понравиться» клиенту и в дальнейшем вести с ним дела не должно влиять на объективность советов, даваемых в ходе осуществления данного проекта. **Административная независимость** означает, что консультант не входит, даже временно, в административную иерархию и пирамиду власти. Он не подчиняется клиенту и на него не могут распространяться административные решения последнего. Внешний консультант в случае конфликта или несогласия с клиентом не может быть уволен, хотя, конечно, с ним досрочно могут расторгнуть контракт. **Политическая независимость** означает, что ни клиент, ни его коллеги и сотрудники не могут неофициально влиять, воздействовать, давить на консультанта, используя политическую власть, связи и членство в определенной политической партии, свои политические пристрастия. Консультант должен быть также эмоционально независим от клиента и заказчика, членов его команды. В ходе тесной работы с ними на протяжении довольно длительного времени (например, в предвыборных кампаниях) между ними могут возникнуть дружеские и иные чувства личной симпатии, привязанности и т.п. Внешний консультант обязан тем не менее сохранять дистанцию. Отсутствие такой дистанции между ним и представителями клиента может привести к непоправимым последствиям, как для решаемой задачи, так и для самого консультанта.

Помимо независимости внешние консультанты обладают еще рядом преимуществ. В отличие от внутренних, они работают не на одного, а на разных клиентов. За годы работы они приобретают разноплановый опыт, которым зачастую не располагают внутренние консультанты, и их шан-

сы найти правильное решение более высоки.

В то же время внешнее консультирование не лишено недостатков. Наиболее частым мотивом отказа политика привлечь консультантов со стороны является неверие в их способность за короткий срок вникнуть во все тонкости сложившейся политической ситуации, понять до конца специфику проблем данного региона, партии или лидера, сущность взаимоотношений властных структур. В этих случаях предпочтение отдается «своим», искушенным в тайнах «двора» внутренним консультантам, советникам, помощникам. Однако основное достоинство внешних консультантов состоит не в детальном знании всех параметров конкретного политического процесса, а в умении делиться с клиентом своим методом выявления проблем, в наличии собственной технологии анализа данных, разработки стратегии и тактики, гарантирующей выполнение этой стратегии. Внешним консультантам всегда будет отдаваться предпочтение в ситуациях, когда



Ольга ВАСИЛЬЕВА,
компания «Старая площадь»

внутренние консультанты не отвечают критериям конфиденциальности, беспристрастности или не обладают достаточным опытом.

СЕКРЕТ ПЕРВЫЙ: ФОРМИРОВАНИЕ СОВМЕСТНЫХ ГРУПП ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Способом преодоления недостатков внешнего консультирования все чаще становится привлечение к работе совместных групп внешних и внутренних консультантов. Такое сочетание позволяет заказчику уменьшить расходы, дает возможность внешним консультантам быстрее войти в конкретную ситуацию, способствует обучению внутренних консультантов. В последнее время внутренние консультанты выступают в роли представителей клиента и активно участвуют в формировании заказа для внешних консультантов. Они определяют для них круг полномочий, ведут переговоры об условиях контракта. Это может быть тактически очень выгодно для внешних консультантов, ведь тогда их рекомендации одобряются и даже представляются внутренними консультантами, а не выступают лишь как взгляд со стороны.

Однако здесь важно дипломатически правильно выстроить взаимоотношения между двумя командами

– внешней и внутренней. В идеале они должны стать одной командой. Но учитывая, как правило, сжатые сроки проведения избирательной кампании, когда на подготовительный этап отводится мало времени, политконсультанты начинают работу в любой ситуации, зачастую не распределив до конца полномочия членов команды, не определившись с организационной структурой, понадеявшись на то, что «война план покажет». Такая тактика может породить ситуацию, когда на одного кандидата работают несколько команд, каждая из которых воплощает в жизнь свою стратегию, свою тактику ведения предвыборной борьбы, что приводит к полной неразберихе, размыванию образа кандидата, нарушениям законов и другим печальным последствиям. Именно поэтому на подготовительном этапе (даже если на него нет времени) очень важно наладить взаимодействие, взаимопонимание и контакт между внешней и внутренней командами

поддержки кандидата. Для этого необходимо обеспечить следующие условия работы:

- не допускать «перетягивания каната» между руководителями внутренней и внешней команд; самый действенный способ – с самого начала установить единоначалие, назначив руководителя проекта, который будет компилировать идеи обеих команд и объединять их в единую стратегию;
- обеспечить одинаковый уровень доступа к кандидату для руководителей обеих команд, поскольку в случае, когда с клиентом больше общается представитель одной команды, теряются эффективность и преимущества совместной работы;
- четко наладить финансирование каждой из команд, если оно разное, не допустить нездоровой конкуренции между командами, когда кто-то получает деньги на работу, а кому-то придерживают финансирование.

Привлекательный образ...

политконсультанта

Социальная роль или набор функций внешних политических консультантов – это вопрос, долгое время остающийся предметом дискуссий.

В арсенале эффективно работающей команды кандидата всегда имеются самые разнообразные методы и приемы влияния на исход выборной игры – от древнейших до новейших.

Например, противостоять стратегическим и тактическим находкам конкурентов и сделать успешной собственную стратегию могут консультанты, владеющие искусством применения знаменитых китайских стратегем. А в деле усиления имиджа незаменимы специалисты по нейролингвистическому программированию (НЛП). Кроме того, в команде необходимы специалисты по работе со средствами массовой информации, по связям с общественностью, по информационной безопасности, по организации коллективного проектирования стратегии и тактики кампании, а также администратор – специалист по организации исполнения запланированных мероприятий.

Как видим, формирование сильной команды поддержки – дело не простое и достаточно дорогое.

Возможно четыре варианта стартовых условий:

- кандидат имеет значительную поддержку избирателей, но минимальный бюджет;
- кандидат имеет значительную поддержку избирателей и значительный бюджет;
- кандидат имеет минимальную поддержку избирателей и минимальный бюджет;
- кандидат имеет минимальную поддержку избирателей, но неограниченный бюджет.

Специалисты по «политическому маркетингу» утверждают, что во всех четырех вариантах кандидат имеет реальный шанс быть избранным или достичь поставленных им целей, и этот шанс может быть существенно повышен, если он располагает квалифицированной командой поддержки.

Прямой зависимости «хороший бюджет» – «хорошая команда» не существует, но есть зависимость «хорошая команда» – «успешные выборы».

При формировании команды поддержки требуется умение проверить компетентность претендента на определенную роль в этой команде.

Должен ли профессиональный политический консультант быть универсалом или специалистом? Некоторые считают, что только универсал, человек с широким образованием и знаниями в различных областях сопредельных политических наук, обширным кругом интересов, может быть истинным политическим консультантом. Другие возражают, что универсалам не хватает глубоких знаний в отдельных, специфических политических науках (политическая психология, политическая социология), которые необходимы для решения проблем, поэтому эффективный консультант должен быть специалистом. Третьи полагают, что в политическом консультировании определенное место должны занимать и те, и другие.

Суть не в противопоставлении универсалов и специалистов, а в комбинировании их навыков и умений для достижения большего эффекта. Специфика именно политического консультирования заключается в том, что профессиональный консультант должен быть и специалистом, и универсалом одновременно. Руководство предвыборной кампанией – междисциплинарная и многофункциональная задача, и меры, принятые в одной специальной области, тесно связаны с другими областями.

Таким образом, политический консультант будет всегда стараться рас-

сматривать специфические проблемы, требующие вмешательства специалиста, в более широком контексте. Чтобы быть настоящим профессионалом, специалист должен уметь смотреть на проблему с точки зрения универсала, а универсал – квалифицированно применять основные исследовательские и диагностические методы.

Конечно, политический консультант изначально должен быть специалистом в одной из областей знаний (хотя бы по образованию), но его личные качества должны соответствовать той роли, которая будет определена для него в команде. Как правило, задачи каждого члена команды включают множество функций, выходящих за рамки одной специализации.

Политический консультант-менеджер (управленец) организует работу штаба. В его руках сосредоточиваются контролирующие и управленческие функции. Как видим, менеджер в наибольшей степени должен являться универсалом. Однако он должен обладать и специальными знаниями – уметь провести и обработать результаты исследования, работать с личностью клиента, предлагать идеи для разработки и реализации стратегии.

Политический консультант-социолог организует на первом этапе сбор и анализ данных о социально-политической обстановке в конкретном регионе, проводит комплексное исследование электората, обрабатывает его результаты. Вместе с тем консультант-социолог творчески участвует в разработке стратегии, а на следующих этапах реализует ее: готовит агитационные материалы кампании, составляет различные сценарии и т.п. Он организует и контролирует работу социологических служб клиента по мониторингу данных или в ходе предвыборных кампаний, когда команда ведет нескольких кандидатов-единомышленников (например, на выборах в областное собрание), может полностью, от начала до конца, «вести» одного из кандидатов. Тем самым консультант-социолог также выполняет менеджерские функции.

Политический консультант-психолог работает с имиджем клиента. С этой точки зрения он обрабатывает результаты исследования, разрабатывает элементы стратегии, связанные с имиджем. На консультанта-психолога ложится основная часть работы с личностью клиента – психодиагностика, тренинг, коррекция публич-

ных выступлений и т.д. Вместе с тем он наряду с консультантом-социологом участвует в сборе социально-психологических данных и в реализации стратегии – работает на телевидении, радио, составляет листовки. На выборах консультант-психолог может также «вести» одного или нескольких кандидатов.

Политический консультант-журналист выполняет, как правило, функции пресс-секретаря. Он организует пресс-службу клиента, взаимодействует со средствами массовой информации, готовит основную часть агитационно-рекламных текстов. Вместе с тем пресс-секретарь творчески участвует в разработке стратегии, придумывает и реализует специальные акции. Важнейшая его задача – помочь менеджеру и психологу наладить эффективные взаимоотношения с клиентом, сопроводить его в поездках, на встречах с населением, готовить публичные выступления.

Политический консультант-технический секретарь вместе с менеджером организует работу штаба, следит за сохранностью и бесперебойной работой техники, организует техническую обработку (вместе с консультантами – социологами и психологами) результатов исследования, обеспечивает конфиденциальность полученной информации. Технический секретарь, наряду с другими, активно участвует в реализации стратегии,

проведении конкретных акций, может предлагать свои идеи для реализации.

Таким образом, все специалисты работают в тесном взаимодействии в рамках единой команды и штаба, взаимно заменяя и помогая друг другу. Причем один и тот же консультант на одном этапе выполняет специализированные функции, а на другом – универсальные.

Здесь можно проследить и общую тенденцию: на начальном, исследовательском, этапе работы большинство политических консультантов вы-

ступают как специалисты, а на конечном этапе реализации стратегии – как универсалы. Поэтому, на наш взгляд, неправомерно говорить о «чистых» менеджерах, социологах, психологах или журналистах, занимающихся политическим консультированием. Очевидно, что на наших глазах родилась новая профессия, которая всех их объединяет, – политический консультант. И секрет профессионализма политического консультанта кроется в «пионерском задоре», который должен присутствовать в строении каждого члена команды.

СЕКРЕТ ВТОРОЙ: ПИОНЕРСКИЙ ЗАДОР

Иными словами, каждый член команды должен быть вовлечен в то, что делается сообща.

Вовлечение – естественный процесс. Все мы когда-то кого-то во что-то вовлекали – партнера по работе, будущую жену, будущего мужа. Вовлекая, мы получаем удовольствие от своих действий, ощущение изменения реальности, чувство эйфории от легкости, с которой это делается. Ведь вовлечение – это передача ощущения свободы, импровизация, экстаз некоей человеческой общности. Конечно, это чисто бытовые впечатления, но психологи и специалисты по организации совместной деятельности уже обратили внимание на

парадоксальную эффективность использования приемов вовлечения при формировании результативной команды.

Крайне желательно, чтобы в обсуждении цели, стратегии и тактики проведения успешной выборной кампании принимали участие люди вовлеченные, ответственные, лично заинтересованные в разработке совместных проектов и в их реализации на практике. При этом не стоит забывать, что вовлеченных людей очень трудно «перевербовать».



«СМЕЯТЬСЯ, ПРАВО, НЕ ГРЕШНО...»

По страницам Интернет-сайтов

Заявление от противника кандидата Иванова:
«В связи с тем, что Иванов избран депутатом районного Совета, мою ругань, проклятия и вранье в его адрес прошу считать недействительными...»

– Ты произнес блестящую речь!
– Да, но в зале присутствовали только одни дураки и тупицы!
– Ага, тогда понятно, почему ты начал речь словами: «Мои дорогие братья!»

Пропагандистская кампания по выдвижению кандидатов в депутаты чего-то там. По квартирам ходят агитаторы с листовками:

– Распишитесь в списке за нашего кандидата...
– А кто такой и откуда?
– Ну, Петров Иван Петрович...
– О! Да я его знаю!
– Ну, извините, раз так.

Проходит встреча кандидата в депутаты с избирателями. Ему задают вопрос:
– Простите, а не ваш ли дед брал Зимний?
– Да, мой! Но я так считаю – внук за деда не отвечает!

– Когда были проведены первые свободные демократические выборы российского типа?
– Когда Бог подвел Еву к Адаму и сказал: «Выбирай себе жену».