

Советы и подсказки №11

Вопросы, которые вам необходимо задать самому себе прежде чем назначать встречу с государственным ЧИНОВНИКОМ

Чего вы хотите добиться, какова ваша основная цель? Ваш главный «вопрос»?

Прежде чем вы обратитесь к политику или лицу, принимающему решения, с просьбой выслушать вас, вам необходимо четко знать, что вы от него/нее хотите, и находится ли данная просьба в пределах его/ее компетенции?

- Никогда не назначайте встречу просто чтобы познакомиться и/или представить вашу организацию и рассказать, какую прекрасную работу вы делаете! Вам необходимо четко определить, чего вы ждете (например, проведение экспресс-тестирования на базе сообществ); почему данная инициатива важна (экономическая эффективность, большой охват тестированием, доступ к труднодоступным группам); что необходимо сделать для реализации данной инициативы (изменение соответствующих подзаконных актов), а также необходимо иметь список организаций, которые поддерживают вас в данном вопросе (ЮНЭЙДС, ВОЗ). Также не забудьте привести примеры модели обеспечения предлагаемых вами сервисов.
- Быть может, вам выпадет случай просто «столкнуться» с политиком/чиновником, или членами их команды, на мероприятии. Именно поэтому всегда помните о вашем главном «вопросе» и будьте способны ясно и четко озвучить его в виде фразы: «Господин министр, мы могли бы встретиться с Вами, чтобы обсудить...?». Дальше объясните вашу цель и задачи в нескольких предложениях. Такой подход называется «презентация для лифта» - то есть умение заинтересовать собеседника за время, необходимое для того, чтобы проехать в лифте 1 этаж.
- Очень может пригодиться подготовленный заранее короткий список (бриф) основных вопросов и их обоснований, напечатанный на одном листе, который можно носить с собой и представить при удобном случае. Смотрите пример такого «однолистника» [здесь](#).

Кто может нам помочь? Кто для нас главный объект адвокации?

Очевидно, что непосредственно сам министр является главным «объектом». Однако, как правило, министры очень занятые люди и зачастую не являются экспертами в вашем конкретном вопросе – они все равно обращаются к своим экспертам для введения их в курс дела.

- Постарайтесь провести поиск и идентифицировать людей, которые могут вам реально помочь. Зачастую это постоянные члены команды министра и/или работники соответствующих регуляторных органов здравоохранения. Вам придется пройти тернистый путь по бюрократическим коридорам с целью определения и

привлечения сторонников. Сделайте «мэппинг», то есть карту, в которой будут зафиксированы данные людей, встречи с которыми – приоритетны.

- До того как вы начнете организовывать встречи с этими чиновниками, постарайтесь получить максимальную информацию о том, что им известно о вашей теме, каков их предыдущем опыт работы и общая компетенция в данном и смежных вопросах. Какие должности они занимали раньше? Есть ли у них медицинское образование? Что они знают о проблеме ВИЧ? Каковы их взгляды и отношение к ключевым группам? Если вы встречаетесь с политиком, то необходимо знать – насколько его позиция стабильна на политарене (поскольку это во многом определяет его/ее готовность поддерживать «противоречивые» с точки зрения электората темы). Эти и другие вопросы и определяют ваш подход и даже интонацию и используемые в диалоге термины. Естественно, что человек с медицинским образованием и/или медсестринской практикой многие вопросы понимает гораздо быстрее, и вам не нужно разъяснять термины и объяснять азы.
- Составляйте список всех политиков и влиятельных людей, которые вас поддерживают. Не исключено, что в недалеком будущем они могут получить новые полномочия, которые напрямую касаются вашего вопроса, или может у них есть друзья, которые отвечают за интересующую вас сферу. Соответственно информация должна дойти и до них.

Кто и что заставит их поддержать вас и ваше предложение?

Ниже приведен примерный анализ факторов, которые могут помочь вам составить вашу речь.

- **Среда.** Если чиновник, с которым вы встречаетесь, вышел из среды правозащитников, юристов, для него важны юридические аргументы, а вот для сотрудников МинФина требуются другие, экономически аргументированные доводы.
- **Друзья и интересы.** Кто входит в их круг друзей и какие у них интересы? Умение выразить свою поддержку людям, которых они уважают и доверяют, например, политикам из «старой гвардии», может чрезвычайно помочь.
- **Молодые политики.** Сумейте завоевать симпатии молодых политиков (просто помимо того, что надо быть вежливым и придерживаться этикета), потому что вы никогда не сможете сказать точно, не окажется ли кто-то из этих молодых людей в кресле советника или пресс-секретаря министра.
- **Полит-брифинги и презентации исследований.** Такие коммуникационные инструменты чрезвычайно важны, и необходимо по возможности чаще и более широко проводить информационные брифинги по тематике ВИЧ для интернов и нового поколения советников и членов команды министра, заступающего на новый срок (говорите о ВИЧ в контексте сексуального здоровья и инфекциях, передающихся через кровь).

- И, конечно, важнейшим инструментом влияния на политиков является медиа (как мейнстримовые (массовые) так и социальные). «Горячая новость» всегда привлечет внимание министра – но важно, чтобы он увидели актуальность и масштаб проблемы, а не полное отсутствие интереса к ней.

Какие же наилучшие пути выхода на чиновников?

Найти человека, с которым необходимо встретиться, того – кто может помочь вам.

- Очевидно, что проще всего просто договориться о встрече и получить аудиенцию. Однако, за исключением случаев, когда чиновники знают о вашей организации и/или проблема слишком резонансная, вас скорее всего перенаправят на других официальных лиц, исследователей и т.д.
- Завоевание их внимания (то есть возможность встречи непосредственно с ними) требует ряда «уловок»: например, привлечения одного из активистов их избирательной кампании, ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ЭЛЕКТОРАТА, для прямого обращения с ним, работа с их коллегами, а также использование практики «случайных» встреч на различных мероприятиях и поднятие вопросов непосредственно на пресс-встречах в присутствии медиа.
- Социальные медиа – открыты и крайне важны, потому что многие политики активно используют их. Зачастую можно напрямую связаться с высокопоставленным политиком через Твиттер (при условии, что вы лояльны и вежливы):

Пример: (“@mrbig101 community Тестирование на ВИЧ экономически эффективно и популярно – вы задумывались над этим?)

Вместо: “ @mrbig101 Ты ДЕБИЛ ваще понимаешь, шо тратишь деньги на старье, а не ВИЧ-тесты»

Хорошая интрига в соцсетях может привести к приглашению на встречу.

Какие партнерства и альянсы необходимы для укрепления вашей позиции?

Политики обожают консорциумы и альянсы. Для них это показатель актуальности и важности вопроса.

- Сможете ли вы показать, что ряд стейкхолдеров в области ВИЧ поддерживают ваше мнение, включая клиницистов и исследователей?
- Выходит ли данная тема за пределы проблематики ВИЧ? Привлечение более широких слоев общественного здравоохранения только поможет вам.
- Политики легко «ведутся» на титулы, академические и научные, такие как «доктор наук» и «академик», и конечно же более внимательны к кампаниям с привлечением титулованных ученых.
- Ну и конечно же, звезды и известные люди! Хотя зачастую они не имеют отношения к вашей проблематике, политиков они привлекают. Возможность «дружеского фото на

память» со звездой как неотъемлемая программа встречи откроет для вас двери многих кабинетов. Но будьте бдительны и обязательно убедитесь, что публичный человек разбирается в вашем вопросе и понимает проблему – иначе он/она может испортить всю встречу, сказав что-либо полностью противоположное вашему посланию. (см. также страницу 8 по построению альянсов и партнерств).

Цитирование:

Power, L. (2017). *OptTEST Советы и подсказки №11. Вопросы, которые вам необходимо задать самому себе прежде чем назначать встречу с государственным чиновником.* По данным: www.opttest.eu