

Рустем ЛАТЫПОВ

Кадровый PR как политическая технология

PR-технологии давно перестали быть прерогативой коммерческого сектора экономики. Они вышли за рамки традиционной парламентской публичной политики и все увереннее осваивают административные рынки, становясь важным аспектом государственного управления.

На наш взгляд, одной из перспективных, но пока не освоенных областей применения технологий связей с общественностью является государственная кадровая политика. Мы исходим из того, что PR в государственной кадровой политике является одной из политических технологий, которая представляет собой совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов воздействия на общественное мнение, направленных на наиболее эффективное продвижение кандидатов на вакантные должности в органах власти и формирование имиджа, способствующего карьерному росту в иерархии политико-административной элиты.

Функция PR в государственной кадровой политике заключается в установлении доверия населения к принимаемым кадровым решениям, а в более широком смысле – в становлении легитимности государственного аппарата в глазах нации и гражданского общества, что обеспечивает стабильность и устойчивость власти. По словам А.И. Соловьёва, «категория легитимности применима и для характеристики самих политиков, различных институтов, норм и отдельных органов государства» [1], в том числе и высшего бюрократического корпуса.

Для легитимности власти все большее значение имеют коммуникативные ресурсы государства, поскольку она формируется не только населением, но и самим государством (правительством), побуждающим массовое сознание воспроизводить положительные оценки деятельности правящего режима методами PR-технологий. Кадровая легитимность непосредственно зависит от способности властей, элитарных структур создавать и поддерживать убеждения людей в справедливости осуществляемых в рамках кадровой политики изменений и «рокировок» в административном истеблишменте.

Политическая технология «кадрового PR» давно используется в политической практике. Знаменитая «американская мечта» в качестве одной из традиционных ценностей провозглашает принцип «равенства возможностей»: «Каждый чистильщик сапог может стать президентом» – печаталось в 10-центовых комиксах XX столетия. В трудах писателей, журналистов, политологов и даже на долларовых банкнотах до сих пор эксплуатируется образ Авраама Линкольна, сделавшего карьеру от дровосека до президента США.

В Советском Союзе PR-обеспечению кадровых решений уделялось особо пристальное внимание. Знаменитый афоризм И.В. Сталина «Кадры решают все» с дополнительным графическим оформлением широко тиражировался на плакатах. Всячески подчеркивалась высокая вертикальная мобильность для молодежи. Как известно, главным субъектом кадровой политики СССР было даже не государство, а Коммунистическая партия Советского Союза (КПСС). Именно членство в рядах партии открывало для большинства граждан дорогу к административной карьере.

Рустем ЛАТЫПОВ – начальник отдела политических исследований Башкирской академии государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан, кандидат политических наук

В соответствии с принципом «доступности информации о гражданской службе» [2] в современной Российской Федерации каждое значимое кадровое решение освещается в государственных электронных печатных изданиях (в обязательном порядке) и сетевых средствах массовой информации. Помимо публикации собственно указа о назначении, как правило, размещается информация, содержащая сведения о биографических данных, социально-экономических и политических взглядах назначенца и тех надеждах, которые на него возлагаются. На федеральном уровне такая информация дается на страницах «Российской газеты», «Парламентской газеты», на официальном сайте Президента России и ведомственных Интернет-ресурсах, которые комментируются другими СМИ. А, например, в Республике Башкортостан проходит в газетах «Республика Башкортостан» на русском языке и «Башкортостан» на башкирском языке, а также на официальном сайте Президента республики. Помимо этого, краткие биографии должностных лиц ежегодно публикуются в справочниках «Кто есть кто» и на официальных сайтах государственных органов.

Хороший повод кадрового паблисити – освещение конкурсов на замещение вакантных должностей, формирование кадрового резерва органов государственной и муниципальной власти.

Широкие возможности открывает перед специалистами в области кадрового пиара блогосфера, которую успешно осваивают не только первые лица государства, но и руководители регионального уровня – губернаторы, главы законодательных собраний, департаментов и управлений. Специфическое направление политического пиара – так называемая GR (Government Relations) – деятельность, особенности которой также необходимо учитывать в кадровой работе.

Одной из наиболее эффективных политических кадровых технологий является спровоцированная «утечка» в независимые СМИ «инсайдерской» информации о предстоящем кадровом назначении. По сложившейся российской политико-административной традиции принятие кадрового решения осуществляется в обстановке строгой секретности и борьбы различных лоббистских групп. Сведения, просочившиеся в СМИ, способны склонить «чашу весов» не в пользу объекта кадрового политического паблисити. И к тому же являются дополнительным фактором мобилизации контрэлитных групп и общественного мнения против заявленной кандидатуры в том случае, если данное лицо имеет высокий антирейтинг. Вариантом этой технологии может стать заведомо ложная информация в СМИ о якобы готовящемся кадровом назначении или серия материалов о том, что, например, политик (чиновник) N – преемник главы региона (министра и т.д.) или его кандидатура рассматривается высшими политическими кругами и т.д., как бы исходящая из его окружения. Цель подобной информационной манипуляции – подорвать репутацию чиновника в глазах его руководителя и устранить его с занимаемого поста.

В США и странах Евросоюза в законодательстве о государственной службе имеется понятие «служебного разоблачения». Это предоставление государственным служащим своим руководителям или СМИ сведений о незаконных или неэффективных действиях государственных органов или отдельных должностных лиц [3]. Считается, что служебные разоблачения дополняют неизбежно неполный надзор за государственной службой со стороны общественности и органов надзора в рамках законодательства о свободе информации. В России «служебные разоблачения» не институциализированы и в основном проявляются в виде PR-технологии «слива компромата» на некое должностное лицо. В качестве «легализации» компрометирующей информации в России используются специализирующиеся на публикациях такого рода Интернет-ресурсы. Они создают эффекты «информационного эха», поскольку при тиражировании компрометирующей информации уже в респектабельных СМИ со ссылкой на сайт вся юридическая ответственность ложится на первоисточник.

В ходе исследования рынка отечественного PR мы пришли к выводу, что в сфере кадровой политики нередки случаи использования «черных PR-технологий», задачей которых является воспрепятствование тому или иному кадровому назначению, подрыв репутации государственного служащего с целью создания условий для его увольнения или делегитимация кадрового решения в глазах населения. Инструментарий «грязных» кадровых PR-технологий во многом иден-

Политическая компетенция. Что читать

Пляйс Я.А. Политология в контексте переходной эпохи в России / Пляйс Яков Андреевич. - М.: РОССПЭН, 2009. - 446 с.	В книге анализируются актуальные проблемы и основные этапы становления, развития политической науки в современной России. Значительное внимание уделено содержанию процессов, происходящих в основных сферах внутренней жизни России: реформированию государственного устройства, трансформации федерализма, становлению демократии, новых политических институтов и общественных структур.
Коломийцев В.Ф. Социология и политика: очерки/Коломийцев Валентин Федорович. - М.: URSS: КД "ЛИБРОКОМ", 2009. - 396 с.	Политика, изучаемая наукой, остается в то же время искусством. С разных сторон к ее пониманию подходят социология и политология. В форме кратких очерков по важнейшим вопросам, изучаемым указанными дисциплинами, рассмотрены предмет, методы исследования и перспективы дальнейшего развития социологии и политологии, дается широкая панорама политических идеологий и систем общественного устройства.
Политическая наука в Западной Европе / Аппельт Эрна М. [и др.]; под ред. Х.-Д. Клингеманна; пер. с англ. под ред. Е.Б. Шестопал; МГУ им. М.В. Ломоносова, Факультет политологии. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 486 с.	Книга сфокусирована на состоянии политологии как учебной дисциплины. При этом помимо подробного анализа важнейших исследований в политической науке в отдельных западноевропейских странах, выполненного известными политологами Австрии, Бельгии, Дании, Финляндии, Нидерландов, Норвегии, Португалии, Испании, Швеции, Швейцарии, Ирландии, Италии, Франции, Великобритании и Кипра, в ней есть отдельная глава, посвященная специфике европейской политической науки, написанная самим Клингеманном. Особое внимание уделено системам присуждения степеней и званий, курсам, преподаваемым в различных университетах, тематике исследовательских работ и профессиональной коммуникации.

тичен своему избирательному аналогу – «сливу компромата в СМИ», слухам, провокациям, наклеиванию ярлыков, публикации заказных рейтинговых социологических опросов и т.д.

В настоящее время можно констатировать, что необходимость внедрения PR-технологий в кадровую политику органов власти России назрела давно. Как показывают результаты социологических опросов и экспертные оценки, рейтинг бюрократического корпуса Российской Федерации крайне невысок. Во многом это связано с тем, что высшие руководители государственной гражданской и муниципальной службы придерживаются точки зрения, что достаточно осуществлять эффективную кадровую политику в рамках действующего законодательства, чтобы она считалась легитимной в общественном сознании. Однако понятие «законности» не всегда совпадает с пониманием «справедливости» в шаблонах социальных стереотипов. Даже самая юридически безупречная кадровая политика нуждается в соответствующем PR-оформлении. В противном случае она может возыметь обратный эффект, особенно если над этим поработают PR-консультанты контрэлиты.

В этом плане можно дать некоторые рекомендации коммуникативных действий.

1. Необходима модернизация PR-обеспечения принимаемых кадровых решений. На сегодняшний день она сводится к публикации сообщения о назначении и биографии вновь назначенного должностного лица. Тогда как результативнее дать психологически убедительный ответ на вопрос «А почему выбор пал именно на эту кандидатуру?» Коммерческая реклама вкладывает смысл этой операции в понятие УТП (уникальное торговое предложение), в политической рекламе избирательных кампаний УПП – уникальное политическое предложение. В PR-обеспечении кадровых процессов мы вводим понятие УКП – уникального кадрового предложения, которое включает в себя весь комплекс технологий для достижения этой цели.

Интересной представляется инициатива пресс-службы Администрации Президента Республики Башкортостан широкого освещения в СМИ Указа главы субъекта Федерации М.Г. Рахимова «О мерах по повышению эффективности расходов на содержание государственных органов Республики Башкортостан» в феврале 2009 г. Документ содержал информацию о том, что «в текущем году приостанавливается прием на работу в государственные органы и премирование лиц, замещающих государственные должности Республики Башкортостан, и государственных гражданских служащих республики» [4]. Так как в условиях финансового кризиса, сопровождающегося падением реальных доходов граждан и ростом безработицы, увеличение кадровой численности бюрократического аппарата получило бы крайне негативную оценку в общественном мнении и неизбежно снизило легитимность исполнительной власти субъекта Федерации в глазах гражданского общества.

2. Нужна разработка программы действий антикризисного кадрового PR в случае, когда факты противозаконного или неэтичного поведения должностных лиц станут достоянием общественности, что наносит ущерб институту государственной кадровой политики страны.

3. Органам власти полезно изучить передовой опыт HR-менеджмента частных компаний. Современный HR-инжиниринг (управление человеческими ресурсами) склонен понимать кадровую политику как «краткую декларацию основных намерений и обязательств кампании по обеспечению эффективного взаимодействия человека и организации, а также корпоративных требований к персоналу» [5], что предполагает публичность и апелляцию к общественному мнению. В свою очередь кадровая политика корпораций провозглашает определенную идеологию работы с персоналом и особую «миссию в сфере управления человеческими ресурсами». «Кадровая миссия» обозначает желанный образ того, как компания представляет работу с персоналом и сам персонал в далекой перспективе. Топ-менеджеры корпораций твердо уверены, что разработка миссии приведет к позитивным последствиям (например к росту мотивации за счет четкого обозначения перспектив управления человеческими ресурсами, повышению привлекательности компании).

Таким образом, кадровый пиар должен получить надлежащее теоретическое осмысление и найти свое место как в политологической теории, так и в политико-административной практике.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ пр. № 08-03-84317а/У.

Литература

1. *Соловьёв А.И.* Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьёв. М: Аспект Пресс, 2003. С.98.
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации. М.: Издательство Омега-Л, 2006. С.4.
3. *Халиков М.И.* Зарубежный опыт государственной службы / М.И. Халиков, Т.Т. Галиуллин. Уфа: БАГСУ, 2007. С. 88.
4. М.Г. Рахимов подписал Указ о мерах по повышению эффективности расходов на содержание государственных органов Республики Башкортостан. Пресс-служба Президента Республики Башкортостан [Электронный ресурс]: официальный сайт Президента Республики Башкортостан. «Интернет Технологии», 2008. Режим доступа: http:// www. bashkortostan.ru /news /detail.php? ELEMENT_ID=19083. 4.02.2009.
5. *Кондратьев В.В.* HR-инжиниринг. Как построить современную модель организации деятельности персонала / В.В. Кондратьев, Ю.А. Лунев. М.: Эксмо, 2007. С.69.

В следующем номере:

«Действенность и особая опасность компрометирующей информации заключается в том, что до сих пор не известны надежные, в том числе правовые, способы защиты от такого рода технологических методов устранения конкурента. Объект компромата имеет возможность защищаться как публично, так и в суде, законодательным порядком. Однако на практике это делать довольно сложно».

Профессор Саратовской государственной академии права, доктор политических наук Т.Н. МИТРОХИНА, кандидат политических наук С.А. ФЕДОРОВА