

## *Принцип 1: Сотрудничество*

### **Как получить поддержку законодателей**

По мере того, как индустрия историко-культурного туризма разрастается, растет и значимость этой отрасли для законодателей. Почему так важно обучать и привлекать законодателей? Программы историко-культурного туризма традиционно входят в годовой бюджет правительства, формируемый от сбора налогов, но сегодня все возрастающее число программ и инициатив получает финансирование непосредственно от законодательной власти. Однако, финансирование – только один из способов, которым законодатели демонстрируют свою поддержку туристической отрасли. Они также поддерживают национальные программы и расходы, которые помогают защитить, развить, расширить, продвинуть на рынок и поддержать деятельность и фонды историко-культурного туризма. Чтобы отстаивать программы историко-культурного туризма внутри этой ключевой группы, несколько государственных организаций осуществляют стратегические законодательные кампании. Самые эффективные из них – долгосрочные кампании, основанные на исследованиях. Чтобы помочь вам продвинуть свое дело и лучше разобраться в нюансах работы с представителями законодательной власти, ниже приводится дюжина советов, которые предложили два национальных лидера в области историко-культурного туризма: Брюс Фразер, исполнительный директор Гуманитарного совета в Коннектикуте, и Дэн Шилинг, бывший исполнительный директор Гуманитарного совета в Аризоне.



**Сотрудничество**

#### **1) Экономический эффект – в центре внимания**

Главная забота представителей законодательной власти - рабочие места и экономика. Поэтому важно достичь с ними общего языка и понимания того, как оценивать расходы на специальные проекты или новые программы. Отстаивайте вашу программу в контексте экономического эффекта.

#### **2) Утверждения – хорошо, но факты лучше**

Статистические данные независимых исследований помогут вам отстаивать вашу заявку гораздо лучше, чем все рассуждения. Если у вас нет данных статистики по региону или штату, подумайте о том, чтобы самому заказать – возможно, совместно с другими организациями – исследование рынка по вашей тематике. Имейте в виду, что может потребоваться год или больше для проведения необходимого исследования, которое поможет вам доказать, что вы с вашим проектом «попали в цель».

#### **3) Вкладывайте деньги в процесс**

Ничто не бывает бесплатно, это относится и к работе с законодательной властью. Для

того, чтобы осуществить и поддерживать законодательную стратегию, придется тратить человеческие и финансовые ресурсы. Для ведения бюджета наличных расходов требуется выработать соответствующую стратегию: путешествия, развлечения, стоимость профессионального лоббиста, исследование рынка. Выделите специальных сотрудников (с занятостью примерно 20% времени в течение всего года и почти на полную занятость – когда законодательная власть заседает), чтобы этот процесс продолжался круглогодично.

#### **4) Гарантий не существует**

После всего, что было сказано и сделано, вложенные время и деньги могут не привести к увеличению капитала или к желаемым действиям. Тем не менее, ваши усилия создадут фундамент для будущих стратегий, помогут увидеть слабые места, многому научат и выявят ключевых игроков для вашей партии.

#### **5) То, чего вы ждете, может отличаться от того, что вы получите**

Иногда самые проработанные стратегии изменяются, особенно в последнюю минуту. Имейте в виду, что если у вас есть список собственных предпочтений, он может измениться из-за того, что у других людей другие интересы, из-за ваших партнеров или политической ситуации. Будьте гибким и готовым к компромису, понимая, что не все от вас зависит.

#### **6) Познакомьтесь с вашими законодателями**

Каковы главные интересы законодателей? Где они живут, работают, во что играют? Получите информацию о городе, который они представляют, о его благосостоянии и количестве рабочих мест. Выясните, как они голосовали по ключевым вопросам, расходам или программам историко-культурного туризма. Узнайте, что они ценят и каковы их политические взгляды, особенно в отношении общественного развития, туризма и искусства, культуры, истории.

#### **7) Слава имеет значение**

Люди – особенно законодатели – придают значение новостям, особенно тем, которые печатаются в передовых статьях столичных газет или в статьях, которые печатаются в газетах и журналах их родного города. Когда проходят заседания законодательной власти, репортажи оказывают еще большее влияние, - особенно когда по заголовку видно, проблемы какого города, штата или региона затрагиваются в статье. Если у вас есть статья с новостью – непременно доставьте эту статью законодателям, чтобы они о вас не забывали.

#### **8) Подстройте данные национальной статистики под местных чиновников**

Замечательно, если данные национальной статистики расхваливают экономическое социальное влияние историко-культурного туризма, но все же законодатели должны понимать, как рост – и поддержка – разных отраслей туризма может изменить жизнь людей или положительно повлиять на жителей их города или штата. Сравните данные национальной статистики с данными статистики по местному региону или штату,

чтобы понять, получите ли вы свою справедливую долю от всеобщей пользы.

### **9) Соревнование поможет вам продвигать проект**

В соседних штатах или городах есть сильные и лучше финансируемые программы историко-культурного туризма? Какую они демонстрируют прибыль от инвестиций или другие впечатляющие результаты? Соревнование – большая сила: узнайте, что ваши соседи делают лучше вас и используйте их оружие для борьбы за поддержку и финансирование вашей программы.

### **10) Будьте проактивны**

Законодательная поддержка не возникает внезапно, так что начните процесс с понимания того, что эта работа никогда не будет закончена. Для начала включите законодателей в списки рассылки, пригласите их посетить какие-то мероприятия и церемонии, а также пригласите их принять участие в работе престижных комитетов и советов. Используйте эти методы для того, чтобы круглогодично объяснять законодателям значение историко-культурного туризма для местных жителей, всего сообщества и штата.

### **11) Соберите друзей, коллег и партнеров**

Вы не можете и не должны делать все в одиночку – так что составьте список групп поддержки, которые уже знают и поддерживают ваше начинание. Убедитесь в том, что все эти люди могут работать вместе и понимают, какие главные задачи должны получить одобрение и выполняться. Попросите местных жителей поддержать вас – их отзывы будут особенно хорошо услышаны законодателями. Потратьте время на то, чтобы объяснить другим потенциальным партнерам, что они могут иметь похожие программы или разработать взаимно полезные программы. Встретьтесь с другими группами, которые работают с законодателями, чтобы выяснить, не можете ли вы разработать совместные обоюдно-выгодные стратегии которые помогут получить ресурсы для достижения совместной цели.

### **12) Умейте слушать**

Наконец, умение слушать поможет вам стратегически мыслить, больше узнать о том, что важно для законодателей, устроить «соревнование» за финансирование или политическое одобрение, понять, как разрушить отрицательные стереотипы об историко-культурном туризме, и получить «ноу-хау» по разрешению основных проблем и реализации возможностей.

Стоит ли игра свеч? Оба эксперта согласны в том, что законодатели более охотно поддерживают программы историко-культурного туризма, когда они понимают, какие возможности эти программы открывают, как помогают в решении местных проблем и какое влияние оказывают на настоящее и будущее. Чтобы продвигать свою туристическую программу с достаточным обеспечением ресурсами, подумайте о том, как включить в вашу программу стратегию работы с законодательной властью.

