

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Самар Шуннар Савалха

**ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ПАЛЕСТИНЕ:
ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ
(1964-2000 ГОДЫ)**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Санкт-Петербург
2001

Работа выполнена на кафедре общественных связей и рекламы факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

Научный руководитель:

доктор политических наук,
профессор **С. М. ВИНОГРАДОВА**

Официальные оппоненты:

доктор политических наук,
профессор **Г. С. МЕЛЬНИК**;
кандидат исторических наук,
доцент **В. В. САЛТАНОВА**

Ведущая организация:

Санкт-Петербургский Технический университет

Защита состоится «_» _____ 2001 г. в _____ часов на заседании диссертационного совета Д 212. 232. 17 по защите диссертаций на соискание учёной степени доктора наук в Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: Россия 199034, Санкт-Петербург, В.О. 1 линия, д. 26, факультет журналистики, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета.

Автореферат разослан «_» _____

2001 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

Сляднева О. В.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Тема диссертации — «Паблик рилейшнз в Палестине: особенности становления и развития (1964-2000 гг.)».

Объект исследования — политические паблик рилейшнз в решении проблем провозглашения независимости Палестины и становления самоуправления.

Предметную область диссертации составляют периодические издания Палестины (ежедневные газеты, общественно-политические и иные журналы), научные публикации российских и арабских авторов, ученых других стран, посвященные теоретическим и прикладным аспектам паблик рилейшнз в контексте функционирования политической системы общества и его социально-экономического развития.

Актуальность темы диссертации определяется рядом причин. Одни из них обусловлены заметным усилением роли паблик рилейшнз (PR, связей с общественностью) во всех областях современной жизни. Другие неотделимы от самой истории Палестины, стремящейся к обретению подлинной независимости и государственной самостоятельности. Как показало время, процесс их реального достижения приобрел затяжной и болезненный характер. Но несмотря на политическую напряженность в регионе (так, осень 2000 года снова продемонстрировала, насколько сложна и взрывоопасна ситуация, сложившаяся вокруг палестинской проблемы¹⁾), палестинцы не перестают серьезно размышлять о перспективах мирного развития своей Родины, «нащупывать» реальные пути социального строительства, искать те структуры, создание которых поможет стране обеспечить стабильность, процветание, уверенность в завтрашнем дне.

¹Палестинский вопрос возник в 1948 году, когда были оккупированы палестинские земли и оттуда насильственно изгнаны тысячи палестинцев, вынужденных эмигрировать в арабские и другие страны, а также он связан с продолжением израильской экспансии, захватом палестинских земель в 1967 году и построением на них поселений, что сопровождалось новым изгнанием законных хозяев.

Пять лет национального палестинского правления² — срок очень маленький в масштабах истории. Но за этот период страной накоплен опыт социально-политической организации, нуждающийся в осмыслении: необходимо взять из него все самое ценное для сегодняшней и будущей Палестины. Данный анализ должен послужить основой дальнейших научных разработок и прогнозов.

Представляется, что социально-политическое творчество в Палестине невозможно без публичных рилейнз. Именно PR, на наш взгляд, и являются той силой, которая направлена на достижение согласия (на уровне понимания) и согласованности (на уровне действий) в ходе реализации всего комплекса задач, которые предстоит решать палестинцам после обретения страной независимости. И палестинское общество в целом, и его отдельные составляющие не могут существовать без PR-институтов, призванных одновременно решать задачи внешнего и внутреннего характера.

Тем не менее состояние связей с общественностью в сегодняшней Палестине невозможно признать оптимальным, а во многих случаях даже и удовлетворительным. Они требуют совершенствования и определенной перестройки. Исторические, политические, экономические, культурные и национально-религиозные особенности арабских стран вообще и Палестины, в частности, объясняют такое состояние PR. Зачастую мы сталкиваемся с недооценкой, а во многих случаях и с откровенным непониманием природы публичных рилейнз, их целей и задач. Выражается это в частичном, а иногда и в полном отказе от PR-деятельности и, соответственно, от создания PR-структур. Таким образом, актуальность данной темы становится очевидной и в научно-теоретическом аспекте, и в свете конкретно-практических задач на пути создания полноправного Палестинского государства на Ближнем Востоке.

Хотелось бы еще раз отметить и такой важный срез политической истории, в котором публичных рилейнз призваны сыграть одну из ведущих ролей, — это международные отношения. Создание политического имиджа Палестины (и в первую очередь формирование позитивного международного общественного мнения)³ возможно только с помощью научного подхода к PR-

² Национальное палестинское правление - управление отдельными территориями Палестинским руководством независимо от Израиля в соответствии с договором, подписанным 13 сентября 1993 г. в Осло. По этому договору Израиль вывел войска с 70% территории сектора Газа и 30% оккупированных земель с Западного берега Иордан (в полномочия палестинцев не входила безопасность охраны территории).

³ Последнее время наблюдались попытки создать негативный образ палестинца, приравняв его к имиджу международного террориста. На наш взгляд, это неправомерно и даже ошибочно. Подписанные между Палестиной и Израилем договоры создают почву для мирного процесса (хотя он сейчас и осложнен новым витком политического кризиса). Это способствует прекращению террористических актов и устранению напряженности между двумя государствами.

деятельности и научной организации PR-структур. В этом контексте тема предлагаемого исследования имеет особое звучание и ее своевременность в данном случае очевидна.

Приступая к исследованию, мы исходили из следующих предположений (гипотез):

1. Аппарат PR как один из важнейших факторов в структуре государственных учреждений должен играть эффективную роль в развитии палестинского общества, а также в формировании благоприятного общественного мнения о Палестине и палестинцах на международной арене.

2. Необходимо создание организационного фундамента аппарата PR в Палестине на научной основе.

3. Политики и ученые (политологи и специалисты в области связей с общественностью) своей целенаправленной деятельностью должны способствовать процессу развития PR.

4. Необходимо применение современных технологий PR, способствующих скорейшему решению палестинской проблемы и переходу к мирному строительству.

5. Исследовательские отделы, центры информации и документации в аппарате PR должны способствовать аппаратам PR в принятии правильных решений.

Степень разработанности проблемы

Очевидно, что формирование PR как социального института и вида профессиональной деятельности, находятся в Палестине на первичной стадии институализации. В этой связи особый интерес для нас представляют теоретические работы, где рассматривается начальный этап формирования PR в тех или иных странах, регионах, политических и экономических условиях. Среди работ западных ученых автор опирался на исследования Э. Бернейза, С. Блэка, Ф. Буари, Д. Грюнига, С. Катлипа. В российской литературе данная проблема в той или иной степени освещается в работах А. Векслера, И. Крылова, Т. Лебедевой, Г. Почепцова, А. Чумикова, М. Шишкиной, И. Яковлева и других, в том числе и в трудах по политологии О. Березкиной, А. Кентлера, Г. Мельник и др.

В связи с темой нашей диссертации особое внимание необходимо обратить на работы арабских специалистов.

Интерес к теме связей с общественностью возник в арабском регионе в конце 60-х гг., когда в Каире в 1967 г. вышла книга Мухаммеда Ата «Информационный стиль и PR»¹. Именно он впервые познакомил арабского читателя с таким явлением, как паблик рилейшнз в части отношений субъекта PR со СМИ. Публикация Мухаммеда Ата была подготовлена исключительно по материалам за-

¹ Ата М. Информационный стиль и PR. Каир, 1967 (на араб.яз.).

ладной литературы. Три года спустя первым изданием вышел перевод книги французских авторов под названием «Паблик рилейшнз» Джона Шомали (автора арабского происхождения) и Дени Хвисмана⁵, где излагался опыт Франции в PR. В конце 70-х — 80-е гг. научная мысль в среде PR активизировалась, и вышел значительный ряд работ, посвященных этой теме⁶. Почти все они носили общетеоретический характер и были подготовлены с учетом лишь западноевропейского и американского опыта. Исключение составила публикация д-ра Мухаммеда М. Фахри Джасема «Паблик рилейшнз в развивающихся странах», где автор выделил особенности PR развивающихся стран. Упоминание о PR в связи с арабским регионом встречается в книгах Абдель Латифа Хамди «Исламская пресса» и Ибрагима Имама «Исламская информация» только в качестве исторического примера.

Ситуация осталась неизменной и в 90-х гг. Работы последнего времени также обращаются к общетеоретическим вопросам публичных рилейшнз, автор оперирует западным материалом⁷. Пожалуй, стоит выделить лишь публикацию Аббаса Аль-Алака и Али Мухаммеда Рабайа «PR — основы теории и практики»⁸, где впервые в арабской литературе рассматривают явление PR с научно-практической точки зрения.

Подводя итог, заметим, что арабские ученые до сих пор считали своей задачей познакомить читателя с таким явлением, как публичная рилейшнз, прокомментировать различные западные теории и в лучшем случае их по-

⁵ Шомали Дж., Хвисман Д. PR / Перевод с франц. Фариде Антонуса. Бейрут, 1970 (оно было повторено в 1994 г.).

⁶ Аджава А. Научные основы PR. Каир, 1977 (на араб.яз.); Он же. Информационный факультет Каирского университета. Каир, 1983 (на араб.яз.); Аль-Ислам Ф.С. Информация в начале Ислама. Каир, 1978 (на араб.яз.); Хамди А.Л. Исламская пресса. Каир, 1978 (на араб.яз.); Зальзала Ф. PR и общественное мнение // Исследования в управлении и экономике. 7-й год. Июнь 1979 (на араб.яз.); Имам И. Исламская информация. Каир, 1980 (на араб.яз.); Он же. PR и общество. Каир, 1981 (на араб.яз.); Он же. Искусство публичных рилейшнз и информация. Каир, 1986 (на араб.яз.); Джасем М.М.Ф. Пабличная рилейшнз в развивающихся странах. Багдад, 1980 (на араб.яз.); Хусейн С.М. Раскрытие некоторых пунктов исследования в сфере PR. Пробное издание. Каир, 1980 (на араб.яз.); Джахад Аш-Ш. PR-управление по журналистике и информации. Ирбид, 1980 (на араб.яз.) и др.

⁷ Хашим Абу-С. ус. Введение в PR. Амман, 1990 (на араб.яз.); Ил-Инад А.-Р.Х. К теории о PR-поведении в организациях // Журнал общего менеджмента. - № 69. - 1991; Захер А.Д. Теории PR. Джадда, 1995 (на араб.яз.); Исба М. Абу-С. Менеджмент и информация в арабском мире. Филадельфийский университет. Амман, 1997 (на араб.яз.); Он же. Коммуникация и информация в современных обществах. Джадда, 1998 (на араб.яз.); Насер М.Д. Пропаганда, реклама и PR. Амман, 1997 (на араб.яз.) и др.

⁸ Аль-Аллак Б.А., Рабайа Э.М. PR - основы теории и практики. Амман, 1998 (на араб.яз.).

критиковать, т.е. рассуждали о PR как об иностранном феномене, даже не применяя его к практике арабских стран.

Что же касается проблемы развития PR в Палестине, то она фактически не нашла отражения даже в палестинской науке. Сегодня ни в одном библиографическом справочнике мы не найдем даже научной статьи о связях с общественностью в Палестине.

Открыто вопрос о внедрении PR-практики в Палестине был поднят в прессе. Газета «Аль-Кудс»⁹ в 1996 г. публикует статью, переведенную из израильской газеты «Иерусалим пост» («Новости Иерусалима»), «Аль-Халиль... PR-война»¹⁰. В 1997 г. выходит статья-обращение Ахмеда Мухсена «О значении PR»¹¹, которая призывает серьезно заняться этой проблемой, и в первую очередь, палестинских ученых. В следующем году появляется статья Самира Абу-Аль-Руб «Что такое PR?»¹².

Сегодня научная литература по теме связей с общественностью в Палестине представлена только четырьмя работами, которые принадлежат автору данного диссертационного исследования¹³.

Учитывая низкую степень разработанности темы, мы вынуждены признать лишь наличие интереса к ней в определенных научных кругах Палестины. По существу же приходится констатировать факт ее неразработанности, особенно в научно-практическом плане. Исходя из этого, становится очевидной необходимость актуализировать тему публичных отношений как для палестинской науки, так и для общественно-политической деятельности в стране. Достигнуть этого в рамках одной диссертации, конечно же, невозможно.

⁹ «Аль-Кудс» («Иерусалим») - крупнейшее и старейшее из ныне издающихся палестинских печатных органов - ежедневная политическая газета. Начала издаваться с 1951 г. частным издателем при поддержке ООП, имеет самый большой среди палестинских газет тираж, издается на арабском и английском языках, распространяется в арабских и европейских странах, располагает высококвалифицированными профессиональными кадрами.

¹⁰ «Иерусалим Пост». 26 окт. 1996. С.7- Израильская еженедельная газета выходит на английском языке. Во время британского мандата над Палестиной после первой мировой войны носила другое название «Ахбар Филистин» («Новости Палестины»).

¹¹ Аль-Кудс. 10 сент. 1997. С.9.

¹² Аль-Кудс. 5 апр. 1998. С.8.

¹³ Шуннар С. PR в создании имиджа палестинцев // Невский наблюдатель. - СПб., 2000; Роль Палестинской женщины в развитии гражданского общества // Женщина в жизни общества. - СПб., 2001; Для того, чтобы Аль-Нажах остался особым академическим учреждением, создадим систему связей с общественностью (PR) // Рисалет Аль-Нажах (Журнал PR-аппарата ун-та Аль-Нажах). 1997. № 55. Окт. (на араб.яз.); Некоторые соображения о роли связей с общественностью в палестинских высших учебных заведениях в построении цивилизованного общества. Тезисы доклада // IV конференция арабо-американской ассоциации и преподавателей связи. Бейрут, 1999 (на араб.яз.).

но. Поэтому мы рассматриваем данное исследование как определенный, можно сказать, начальный этап широкомасштабной работы в данном направлении.

Цель и задачи исследования заключаются в выявлении тенденций и закономерностей развития связей с общественностью в Палестине, а также определение путей совершенствования PR-деятельности в этой стране.

Для реализации поставленной цели мы последовательно сформулировали ряд исследовательских задач, решение которых и предпринято в научном сочинении. Представляется необходимым

1. Определить сущность явления публик рилейшнз в совокупности целей, задач и функций, а также рассмотреть их эволюцию в контексте мирового исторического развития.

2. Проследить становление и развитие публик рилейшнз в Палестине на протяжении двух исторических периодов:

— до установления национального правления;

— в период национального правления.

3. Тщательно изучить роль и место правительственных PR как наиболее институализированных и развитых в современной Палестине. В рамках этого вопроса мы стремимся, во-первых, выявить конкретные достижения и недостатки работы PR-аппаратов исследуемых правительственных учреждений Палестины и дать объективную оценку их деятельности; во-вторых, сформулировать рекомендации руководству PR-аппаратов для повышения эффективности их работы и наметить перспективы развития.

Тема роли публик рилейшнз в развитии палестинского общества чрезвычайно обширна даже для диссертационного исследования. Поэтому мы вынуждены ввести определенные ограничения. Первое из них связано с хронологией исследования: мы будем изучать PR с момента возникновения Организации Освобождения Палестины (ООП) в 1964 г. и до настоящего времени. Второе ограничение обусловлено следующими причинами. Поскольку научное исследование данной проблемы, по сути дела, первое, мы сочли важным начать его с анализа деятельности государственных и политических структур. Работа PR-аппаратов ряда министерств и ведомств послужила эмпирической базой исследования.

Еще одной особенностью работы (и, соответственно, ее цели и задач) является анализ формирования связей с общественностью в Палестине в самых разнообразных формах (моделях) этой деятельности. Так, на первом этапе наиболее распространенными являлись простые, односторонние модели PR, получившие в научной литературе названия — «пропаганда» и «информирование».

Научная новизна исследования заключается в том, что данная проблема подвергается научному анализу впервые. Как уже отмечалось, ни в арабской, ни в западноевропейской, ни в российской науке не существует обобщающих работ о палестинских PR. Учитывая это, автор впервые проводит

изучение PR Палестины с учетом конкретно-исторических особенностей развития этого феномена, в контексте изменения внутри- и внешнеполитической ситуации, формировавшейся в соответствии с ходом решения палестинской проблемы. Иначе говоря, исследования палестинских PR осуществляются в контексте политической истории страны.

Впервые специфика связей с общественностью в Палестине выявляется на фоне зарубежной PR практики за рубежом, в частности, в арабском регионе; таким образом, публик рилейшнз Палестины рассматриваются в единстве общего и национально-особенного.

Впервые особое внимание уделено прогностическим аспектам развития PR в Палестине, последовательно добивающейся национальной независимости.

В нашей диссертации впервые вводится в научный оборот новый материал сразу по нескольким направлениям: история PR в регионе; специфика участия PR в социально-политической жизни арабских стран; PR-деятельность (в т.ч. политические PR) в ходе формирования независимого государства.

Методологические основы и источники исследования

Арсенал, с которым автор подходит к изучению темы, включает научно-теоретические положения о сущности и содержании понятия «Паблик рилейшнз», разработанные мировой наукой. Из тех же источников почерпнуты нами исторические знания о развитии PR в различных странах. Мы опираемся на труды российских и зарубежных политологов (В.А. Ачкасова, С.М. Виноградовой, Д.В. Гончарова, С.М. Елисеева, С.Г. Корконосенко, Г.С. Мельник, А.В. Чугунова и др.; А. Инкелеса, Д. Смита, О. Тоффлера, С. Хантингтона, Д. Эптера и др.).

Непосредственно источниковой базой стали: а) периодическая печать Палестины и других арабских стран за период с момента образования ООП (1964 г.) до настоящего времени, т.е. период, каким определяются хронологические рамки исследования¹⁴; б) собственные исследования автора, среди которых изучение PR-деятельности в университете Аль-Нажах и научные наблюдения за работой правительственных учреждений и их PR-аппаратов.

В исследовании используются методы количественного, качественного и сравнительно-исторического анализа. Собственную научную концепцию мы выстраиваем на основе системного подхода, а также метода научного синтеза. В работе объединены уже имеющиеся теоретические достижения с данными опроса и изучения общественного мнения, на основе разработанных автором методик анкетирования и интервью. (Автором диссертации был проведен оп-

¹⁴ Автором проанализировано 66 номеров газеты «Аль-Кудс» за 1999 г.

рос экспертов в форме интервью директоров — 8 человек — подразделений PR в министерствах Палестинского самоуправления в Рамаллахе в 1999 г.).

Теоретическая и источниковая база. Основными источниками служат периодические издания, в том числе и журналы, газеты, документы, монографии, учебные пособия авторов из арабских стран, России и других стран (см. с.5-7 данного автореферата).

Отечественные и зарубежные научные работы во всей их многоаспектности и многослойности дали диссертанту возможность определить собственные исследовательские приоритеты и ракурс раскрытия темы.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Материал настоящего диссертационного исследования может быть использован:

- в качестве научно-практического руководства в деятельности политического PR Палестины и других развивающихся стран;
- другими учеными при разработке тем, связанных с PR в арабских странах, PR-деятельностью государственных политических структур, особенно в период формирования национального государства;
- в учебных курсах университетов Палестины и других арабских стран по специальностям «Журналистика» и «Паблик рилейшнз».

Апробация работы

Основные положения диссертации нашли отражение в докладах, с которыми автор выступала на научно-практических конференциях ассоциации преподавателей в области коммуникации в 1997-99 гг. (Амман, Бейрут), а также в материалах конференций, проводимых в марте 1999 г. на факультете журналистики Санкт-Петербургского Государственного университета на темы: «Роль палестинской женщины в СМИ» и «Роль палестинской женщины в развитии гражданского общества». Кроме того, материалы исследования были использованы автором при проведении учебных занятий на факультете журналистики в университете Аль-Нажах.

Многие научно-практические положения работы были сформулированы в качестве рекомендаций руководителям и сотрудникам PR-аппаратов министерств и других правительственных организаций Палестины.

Структура работы

Диссертация состоит из введения, двух глав (шести параграфов), заключения и библиографического списка использованных источников и литературы. Кроме того, в нее входят два приложения.

Приложение 1. Интервью автора с директорами подразделений PR в министерствах палестинского самоуправления в Рамаллахе, 1999 г.

Приложение 2. Материалы из газет и архивов Министерства палестинского самоуправления.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава «Связи с общественностью: теоретико-методологические аспекты и историко-практический опыт» посвящена выяснению сущности рассматриваемого социально-политического феномена. Автор следующим образом группирует материал: интерпретация определений PR; их функции и цели, в частности, применительно к арабским странам; известные модели PR, их содержание и принцип действия, в том числе, в арабских странах. Каждый из трех параграфов первой главы — это результат научной проработки автором исследовательской литературы, посвященной теме PR.

В первом параграфе «PR: определения, функции и модели» автор подчеркивает, что универсального, совокупного определения PR, которое удовлетворило бы и ученых и практиков еще не выработано. Однако, автор, сопоставляя, анализируя, классифицируя многочисленные дефиниции PR, подчеркивая их противоречивость, определяет PR как средство подготовки людей к восприятию новых идей, как деятельность, обеспечивающую оптимизацию взаимодействия с общественностью, как отношения, основывающиеся на взаимопонимании между организацией и массами, которое способствует их сплочению и сотрудничеству, в том числе в сфере политики.

В диссертационном исследовании выделяются функции публик рилейшнз. Авторский подход заключается в особом внимании к функционированию публик рилейшнз в условиях политической ситуации, сложившейся в арабском регионе. Формулируется вывод о том, что в арабских странах вообще и в Палестине, в частности, функции PR реализуются неравномерно и недостаточно полно. Опираясь на работы Грюнига и Ханта, Брома и Доэе автор подробно анализирует и сопоставляет четыре модели PR, описывает их сходства и различия. В следующих разделах исследования прослеживается на широком историческом материале применение моделей в практике PR различных регионов мира.

Автор выдвигает предположение, что в арабских странах до сих пор были распространены преимущественно первая и вторая модели PR¹⁵, что подтверждает высокую степень политизированности палестинских публик рилейшнз. А для решения главной на сегодняшний день проблемы Палестины — создания национального государства — необходимо всестороннее развитие связей с общественностью в рамках третьей и четвертой моделей — диалогических по своей сути, предполагающих расширение демократии, политического участия и плюрализма. Только это может привести к усилению роли PR в процессе развития палестинского общества, обеспечения взаимопонимания и гармоничных отношений общественных структур с массами.

¹⁵ Первая модель - «пропаганда»; вторая модель - «информирование» или «журналистская».

Во втором параграфе «Основные тенденции и закономерности развития PR (общее и национально-особенное)» изучается процесс становления PR в Европе, США, России и арабских странах. По мнению автора, исследование историко-политических закономерностей развития связей с общественностью необходимо для адекватной оценки явления в настоящем и планирования его перспектив, а также содействия выработке теории исследуемого феномена и базовых положений функционального значения. Также необходимо изучение опыта связей с общественностью и в географическом ракурсе, т.е. в различных странах мира. Это способствует распространению положительных образцов эволюции PR других стран, вносит вклад в эволюционную методологию понимания общественного мнения, в разрушение барьеров между различными группами и странами, в установлении между ними отношений сотрудничества. Особая роль в современном международном сообществе отведена распространению информации, обмену идеями, поддержанию взаимовыгодных контактов, в чем знание о публичных отношениях других стран оказывает существенную помощь.

Особенное внимание автор обращает на тот факт, что в период бурного роста рынка PR-услуг, по мере возрастания требований к качеству оказываемых PR-услуг, особенно актуальной становится задача профессиональной подготовки персонала. Также во многом качество PR-услуг зависит от использования новых технологий, что ведет к необходимости их постоянного обновления и разработки. Нельзя не указать, что национальные, социально-политические и культурные особенности развития наложили свой неповторимый отпечаток на процессы становления и закономерности развития PR в той или иной стране. В качестве примера автор утверждает, что в настоящее время PR в США развиты как в теории, так и на практике, что связано с уровнем экономики, промышленных технологий и СМИ. Что же касается тех арабских стран, где экономика приближена к экономике развивающихся стран, промышленность развита недостаточно, а также отсутствует политическая стабильность, связи с общественностью в свою очередь являются относительно слабыми.

В параграфе 3 «Политические публичные отношения в современном обществе» указывается, что целью политических PR является объединение мнений различных социальных групп в процессе восприятия и оценки государственных решений и политики в целом. Несмотря на то, что услугами политического консалтинга пользуются лишь до момента получения власти, применение сведений политического консалтинга является одной из наиболее развитых PR-сфер. Важность задач, осуществляемых в политической системе, обуславливает и значимость выполнения функций политических PR: воздействие на общественное мнение, объединение мнения социальных групп при оценке государственных и политических решений, представление проблемы в нужном ракурсе, организация поддержки правительственных постановлений и др. Политические PR также обеспечивают функцию и механизм соревновательности в демократическом процессе.

Исходя из природы политических систем стран арабского мира можно охарактеризовать роль и деятельность PR в этих странах. На взгляд автора, PR-деятельности технологически и содержательно одинакова практически во всех арабских странах по причине близких социально-экономических условий. PR-деятельность во всех арабских странах направлена и нацелена на создание и формирование имиджа власти, на ее поддержку и достижение доверия со стороны масс. Даже в самых жестких авторитарных системах власть нуждается в том, чтобы быть представленной подданным и «довести» до них свою волю. В демократическом обществе политическая роль PR гораздо шире и является системообразующей, поскольку PR способствуют не только представлению, но и формированию демократической власти, поддерживают политические институты демократии.

Во второй главе «Роль PR в общественно-политической жизни Палестины» рассматриваются генезис, становление, этапы развития политических PR, а также обосновываются их ключевые характеристики на основе историко-генетического анализа. При этом автор исследования сочла необходимым постоянно обращаться к их историческим истокам, чтобы четче понять роль и значение PR в современной общественно-политической жизни.

В первом параграфе «PR: цели и задачи в решении палестинского вопроса» отмечается, что несмотря на трудности и препятствия, с которыми пришлось столкнуться руководству ООП, оно смогло утвердить себя внутри страны и за ее пределами, добилось успеха в организации и сплочении рядов палестинских народных масс, в воспитании в них политической сознательности. На этом этапе PR-деятельность основывалась на преимущественном использовании СМИ, а также на межличностном общении, митингах, встречах. Такой этап в исследовании рассматривался как организующий, начальный, происходящий внутри политических партий, организаций и движений. До создания палестинской власти PR в Палестине были представлены индивидуальными и ограниченными попытками, не имеющими методологической основы. Они не отличались научным подходом, отсутствовала четкость их организационной структуры, они активно используют традиционные обычаи и нравы. Иными словами, до образования палестинской автономии наблюдались лишь зачатки, PR-протоформы. Но это подготовило плодотворную почву для создания палестинской власти и, следовательно, PR-аппарата в ее структурных подразделениях.

Второй параграф «Связи с общественностью в становлении палестинского самоуправления» является практической частью исследования, в которой анализируется материал интервью, проведенных автором с директорами PR-аппаратов на основе анкетирования. Освещается переход ко второму этапу развития PR-деятельности в Палестине в условиях становления власти палестинской автономии, которая с первого момента своего возникновения начала осуществлять связи с общественностью через международные три-

буны за рубежом, а также путем формирования аппарата по связям с общественностью внутри своих организаций в Палестине.

В министерствах, учрежденных, в основном, в 1994-1995 гг., большинство PR-аппаратов начало образовываться лишь с 1997 года. Несмотря на трудности в работе, в этот период PR-аппарат стал формироваться достаточно последовательно; был выполнен ряд задач, которые, несомненно, сыграли важную роль в мирном развитии и развитии палестинского общества. С образованием палестинской власти в деятельности PR произошли существенные изменения, а именно, они стали занимать более значимое и заметное место, у специалистов по связям с общественностью появилась возможность установить контакты с Европейским Союзом, что способствовало — через обмен опытом и информацией — совершенствованию PR. И все же автор считает, что до сих пор деятельность PR аппаратов в министерствах не достигла нужного уровня, поэтому оптимизация их структуры и поиск новых методов работы очень важны в процессе перехода к третьему периоду — созданию самостоятельного государства.

В третьем параграфе «Политические PR и пресса Палестины (на примере газеты «Аль-Кудс»)» проводится качественный и количественный анализ материалов газеты «Аль-Кудс» за 1999 год по теме связей с общественностью. В процессе анализа определяются роль и значение темы PR и они рассматриваются как отражение всех сторон палестинской жизни в сложный переходный период подготовки к провозглашению палестинского государства. Автор исследования доказывает, что в момент реконструкции экономики, политики, культурной сферы теме PR уделяется недостаточно внимания. Это связано с относительной новизной темы для Палестины, которая переживала оккупацию своей территории, с наличием цензуры и других жестких ограничений — серьезных препятствий для развития многих видов коммуникационной деятельности. Немаловажным является тот факт, что специалисты PR недооценивают роль освещения темы связей с общественностью в прессе, что и обнаруживается при исследовании газеты «Аль-Кудс». Однако в диссертации высказывается убеждение в том, что в новых исторических условиях, с ростом самосознания палестинцев, усилением внимания организаций к развитию связей с общественностью в Палестине, эта тема найдет свое достойное отражение и на страницах газет страны.

В заключении подводятся основные итоги исследования, выясняются специфика и роль PR-деятельности, формулируются перспективы ее дальнейшего развития в период провозглашения независимого палестинского государства.

На основании изученного материала и выводов, изложенных в диссертации, мы пришли к следующему заключению. Поскольку в Палестине еще не достигнута политическая и экономическая стабильность, то связи с общественностью призваны сыграть существенную роль в достижении этой стабильности. Переход к мирному строительству несомненно изменит акцен-

ты во всей системе PR-деятельности в стране. Отсюда и вытекают те рекомендации, которые мы приводим в завершающем разделе работы.

Деятельность PR призвана охватывать все сферы жизни палестинского общества, способствовать укреплению государственных структур, совершенствованию всех государственных институтов.

На наш взгляд, PR-деятельность должна способствовать укреплению демократических основ общества, развитию цивилизованных отношений в нем. PR в Палестине пока еще оказывают недостаточное влияние на политические и властные структуры, социальную и духовную жизнь. Соблюдение государством прав человека внутри страны и реальная забота о своем народе будут способствовать созданию имиджа Палестины как государства, соответствующего нормам современного мирового сообщества.

В политической жизни страны PR обладают большими потенциальными возможностями в деле укрепления и сплочения различных политических организаций (партий, движений, профсоюзов, корпораций, ассоциаций и т.д.) с целью формирования гражданского общества и упрочения позиций Палестины как независимого государства на международном уровне.

После достижения независимости, одной из важнейших задач страны явится развитие экономики. В экономической сфере PR-деятельность, как нам кажется, будет нацелена на подъем уровня жизни населения и охватит все звенья экономической структуры: сельское хозяйство, промышленность, торговля, туризм, банковская система, инвестиции и т.д.

Очень важной отраслью экономики Палестины служит туризм. Поэтому без PR расширение этой прибыльной сферы невозможно. Применение современных PR технологий и средств поможет активизации туристической деятельности, будет способствовать расширению и углублению контактов с туристическими формами как внутри страны, так и за рубежом. Расширение туристических контактов преследует не только экономические выгоды. Оно будет развивать культурные связи, что, вызовет интерес к историческим памятникам, которыми так богата палестинская земля, укрепит имидж Палестины на международной арене.

Наряду с усилением политической и экономической сфер для становления палестинского общества очень существенным является образование. Вкладом PR в это важнейшее для страны дело может стать расширение контактов между учебными заведениями и Министерствами среднего и высшего образования. С помощью PR осуществляется пропаганда образования, ликвидируется неграмотность в стране. Все это способствует повышению культурного уровня нации, создает необходимые предпосылки для более широкой представленности страны в международных гуманитарных обменах.

Палестина — страна богатейшей культуры. С помощью PR уже сейчас пропагандируются национальные культурные достижения среди населения Палестины и других стран. Специалистам по связям с общественностью

нужно активизировать свои действия в плане проведения различных мероприятий — лекций, выставок, фильмов, а также открытия новых и сохранения существующих музеев, развития фольклорного и прикладного искусства.

Развитие независимого палестинского государства невозможно без укрепления здоровья людей. Министерство здравоохранения стремится осуществлять все необходимые меры для того, чтобы население было обеспечено достойным медицинским обслуживанием. Помочь осуществлению этого призваны средства PR, а в силах пиарменов — повсеместно укреплять контакты лечебных учреждений с населением, всячески содействовать проведению различного рода профилактических мероприятий, направленных на укрепление здоровья, пропагандировать здоровый образ жизни, проводить беседы, лекции, демонстрации кинолент.

СМИ — важный инструмент формирования общественного мнения. Но, как показало наше исследование, они обращают мало внимания на PR. Укреплять постоянные контакты журналистов и пиарменов — также важная и неотложная задача.

Таким образом, деятельность PR-структур в период создания независимого государства должна наполниться более конкретным содержанием и стать целенаправленнее, поскольку сферой их активности будет не только политика, но и другие секторы палестинского общества, будет развиваться третья и четвертая модель PR, основанные на диалоге и обратной связи.

Пиармены должны стремиться к расширению контактов с общественностью на международной арене как с государственными, так и с негосударственными общественными институтами, а СМИ совместно с PR — способствовать утверждению общественного мнения на Западе об исторической целесообразности создания независимого Палестинского государства.

Высококвалифицированный дипломатический корпус Палестинского государства после достижения независимости при помощи постоянного использования приемов и методов PR-деятельности, как мы надеемся, будет способствовать созданию и укреплению имиджа нового независимого Палестинского государства на международной арене, а следовательно улучшению политического климата нашей планеты, усилению авторитета Палестины в мировом сообществе.

Список опубликованных по теме диссертации работ:

1. PR в создании имиджа палестинцев // Невский наблюдатель. -СПб, 2000. -0,4 п.л.
2. Некоторые соображения о роли связей с общественностью в Палестинских учебных заведениях в построении цивилизованного общества. Тезисы доклада // IV Конференция арабо-американской ассоциации и преподавателей связи (на араб.яз.). — Бейрут, 1999. — 0,3 п.л.
3. Для того, чтобы Аль-Нажах остался особенным академическим учреждением, создадим систему связей с общественностью (PR) // Рисалет Аль-

Нажах / Журнал PR-аппарата ун-та Аль-Нажах (на араб.яз.). — 1997. Окт. №55 — 0,1 п.л.

4. О положении фотожурналистики в Палестине — ее роль в формировании нового имиджа Палестинского народа. Тезисы доклада // II Конференция арабо-американской ассоциации преподавателей связи (на араб.яз.). — Амман, 1998. — 0,9 п.л.

5. Роль женщины в становлении Палестинской автономии и журналистики Палестины /У Женщина в массовой коммуникации: штрихи к социокультурному портрету. — Вып.2. — СПб., 2000. — 0,2 п.л.

6. Роль Палестинской женщины в развитии гражданского общества // Женщина в жизни общества. — Вып.3. — СПб., 2001, — 0,4 п.л.

Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ
Заказ 134. Объем 1 п. л. Тираж 100 экз.