UOT 32:93/94

ANARA MƏMMƏDOVA
Azərbaycan Universiteti Siyasi və ictimai elmlər kafedrasının doktorantı
a.mammadli1986@gmail.com

BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRDƏ STRATEJİ KOMMUNİKASİYALARIN ROLU

DOI: https://doi.org/10.36719/2708-065X/109/165-170

Mürəkkəb proseslərin cərəyan etdiyi beynəlxalq münasibətlər sistemində "strateji kommunikasiyalar" dövlətlərin informasiya siyasətini formalaşdırmaq, onların milli maraqları qorumaq və beynəlxalq imiclərini möhkəmləndirmək üçün mühüm vasitə rolunu oynamaqdadır. Bu məqalədə strateji kommunikasiyaların beynəlxalq münasibətlərdəki yeri və rolu təhlil olunur, xüsusilə də onların diplomatik fəaliyyət, daxili və xarici təhlükəsizliyin təmin edilməsi, böhran və riskli vəziyyətlərdə əhəmiyyəti, ictimai diplomatiya sahəsindəki rolu və zərurəti vurğulanır.

Strateji kommunikasiyalar dövlətlərin xarici siyasətində informasiyanın planlı və məqsədyönlü şəkildə yayılmasını təmin edir. Bu, milli maraqların beynəlxalq aləmdə müdafiəsi və təşviqi üçün vacibdir. Nəticə etibarilə, strateji kommunikasiyalar müasir beynəlxalq münasibətlərdə dövlətlərin informasiya siyasətinin effektivliyini artırmaq, milli maraqlarını qorumaq və beynəlxalq imicini möhkəmləndirmək, milli-mədəni dəyərlərinin təbliği üçün əvəzsiz vasitədir. Dövlətlərarası münasibətlər müstəvisində bu vasitələrin reallaşdırılması müxtəlif sahələr və istiqamətlər üzrə həyata keçirilir. Reallaşma platformaları kimi beynəlxalq strateji kommunikasiya təlim və sammitlərində iştirak, diaspora təşkilatları və xarici mediya kampaniyaları ilə sıx əməkdaşlıqlar, enerji, logistika, təhlükəsizlik, mədəniyyət sahələrində məqsədyönlü ünsiyyətin qurulması və s. böyük önəm daşıyır. Bir sözlə, strateji kommunikasiya beynəlxalq münasibətlərdə dövlətlərin informasiya mühitində üstünlük qazanmasına, ictimai rəyə təsir etməsinə və diplomatik məqsədlərinə nail olmasına xidmət edir.

Açar sözlər: beynəlxalq münasibətlər, strateji kommunikasiya, ictimai diplomatiya, yumşaq güc.

Giriş. Effektiv kommunikativ fəaliyyətin təşkili bu gün təkcə xarici siyasət və ya diplomatik uğur əldə etmək üçün deyil, ümumilikdə bütün qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərə çatmaq üçün mərkəzi əhəmiyyət daşıyan faktor hesab olunur. Qlobal media mühitinin daimi dinamikliyi, bu sahəyə effektiv müdaxilə edə bilən nüfuzlu dövlətlərin və qeyri-dövlət aktorlarının çoxalması strateji kommunikasiyanın rolunu beynəlxalq münasibətlər kontekstində nəzərəçarpacaq dərəcədə əhəmiyyətli edir. Artan geosiyasi gərginliklər narahatlıqlar qarşısında strateji kommunikasiya, düşmən dövlət və qeyri-dövlət aktorlarının ictimai rəy və münasibətləri öz strateji məqsədləri naminə formalaşdırmaq cəhdlərinə qarşı effektiv cavabın vacib elementi kimi qəbul olunur. Effektiv strateji kommunikasiya beynəlxalq praktikaların ayrılmaz və sabit şəkildə formalaşmış etik strukturları çərçivəsində həyata keçirilən və məhz bu etik arxitekturadan öz təsir gücünü alan bir fəaliyyətdir [3, s.9].

Strateji kommunikasiya müasir beynəlxalq münasibətlərdə dövlətlərin maraqlarını və dəyərlərini qorumaq, təsir gücünü artırmaq və rəqiblərin informasiya hücumlarına qarşı müdafiə olunmaq üçün əvəzolunmaz alətə çevrilmişdir. Bu, sadəcə məlumat ötürmək deyil, həm də məqsədyönlü şəkildə davranışları formalaşdırmaq üçün sözlərin, görüntülərin və hərəkətlərin koordinasiyalı istifadəsidir. Strateji kommunikasiya müasir beynəlxalq münasibətlərdə dövlətlərin təsir gücünü artırmaq, dəyərlərini və maraqlarını qorumaq, dezinformasiyaya qarşı mübarizə aparmaq və ictimai rəy formalaşdırmaq üçün vacibdir. Bu, yalnız kommunikasiya deyil, həm də strateji düşüncə və planlaşdırma tələb edən bir prosesdir. [6]

Bununla belə, beynəlxalq münasibətlər kontekstində "strateji kommunikasiyalar" termini ilə bağlı əhəmiyyətli bir qarışıqlıq mövcuddur. Bu qarışıqlıq, müəyyən dərəcədə, "strateji kommunikasiyalar" terminin istifadə edildiyi fəaliyyət sferalarının müxtəlifliyi və buna uyğun olaraq istifadə olunan əlaqəli anlayışların geniş spektri ilə izah edilə bilər. Məsələn, strateji kommunikasiyalar anlayışı

marketinq (reklam və brendinq), diplomatiya və hərbi təcrübə (psixoloji əməliyyatlar, informasiya əməliyyatları və hibrid müharibə) sahələrini əhatə edir. Beynəlxalq münasibətlərdə bu terminlə bağlı geniş yayılmış qarışıqlığın başqa bir izahı isə, strateji kommunikasiyalar sahəsində getdikcə daha müxtəlif aktorların iştirak etməsidir. Son otuz ildə ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə ixtisaslaşan özəl firmalar, həm demokratik, hə də qeyri-demoktarik dövlətlərdə fəaliyyət göstərən ictimai institutlar, milli və beynəlxalq səviyyədə iş aparan hərbi və kəşfiyyat təşkilatları arasında qlobal bir ekspertiza şəbəkəsi formalaşmışdır. Bu aktorlar şəbəkəsi özünü digər qlobal strateji kommunikasiya aktorları (həm dövlət, həm də qeyri-dövlət) ilə rəqabətdə görür. Bu mənada, daxili olaraq bölünmüş, yüksək dərəcədə kompleks bir qlobal strateji kommunikasiyalar şəbəkəsinin meydana gəldiyini deyə bilərik. Bu şəbəkə dövlətləri, vətəndaş cəmiyyətlərini və saysız-hesabsız zorakı və qeyri-zorakı təzyiq qruplarını əhatə edən müxtəlif yanaşmalar, anlayışlar və institusional formaları özündə birləşdirir. Bu kompleks özəl şirkətlər, hökumətlər və qeyri-dövlət aktorları şəbəkəsi getdikcə daha çox məlumatların işlənməsi, ötürülməsi, strukturlandırılması, paketlənməsi və əhaliyə təqdim olunması ilə məşğul olur. Bu sahədə getdikcə daha kompleks maraqlar toplusu meydana çıxmış olur [3, s.10-11].

Subyektlərinin şirkətlər, siyasi partiyalar, ictimai hərəkatlar, terror təşkilatları, dövlətlər və ya beynəlxalq təşkilatlar olmasından asılı olmayaraq strateji kommunikasiya xaricə yönəlik fəaliyyətdir. Məqsəd də inandırmağa çalışdığı kütləni normalda etməyəcəyi hərəkətləri etməyə sövq etməkdir. Bu da bir növ güc tətbiqidir, amma bu fiziki güç deyil. Burada əsas güc vasitəsi "rəqabətli hekayəçilik və ya əks-rəvayətin qurulması"dır [3, s.11].

Əsas hissə. Beynəlxalq münasibətlər tədqiqat obyekti həddən artıq mürəkkəb, daxili qanunauyğunluqlara tabe olmayan, idarə edilməsi və tənzimlənməsi daha cox subyektiv faktorlardan asılı olan, dünyanın ayrı-ayrı aktorları arasında cəraəyan edən mürəkkəb sosial-siyasi reallıqlar və bu prosesdə iştirak edən dövlətlər, insan cəmiyyətləri, təşkilatlar və konkret insanlar arasında həyata keçirilən təmaslardır. Beynəlxalq münasibətlər dünyada mövcud olan dövlətlər, dövlət qrupları, siniflər, sosial, iqtisadi, siyasi güclər, təşkilatlar və hərəkatlar, xalqlar və ayrı-ayrı insan qrupları arasında öz ölkəsinin sərhədləri xaricində həyata keçirilən siyasi, iqtisadi, ideoloji, hüquqi, mənəvi, diplomatik və başqa əlaqələrin məcmusu kimi xarakterizə olunur. Beynəlxalq münasibətlərin nə qədər geniş sahəni əhatə etməsinə və tərkibinin çoxsaylı aktorlardan təşkil olunmasına baxmayaraq bu münasibətlərin əsasını hələ də qarşılıqlı siyasi və diplomatik əlaqələr təşkil edir. Baxmayaraq ki, son illərdə dünya siyasətinin transmilliləşməsi və qloballaşma milli sərhədləri və dövlətlərin daxili həyatını şəffaflaşdırmış və suveren dövlət hüquqlarını dövlətin daxili monopoliyasından çıxararaq beynəlxalq proses və tendensiyalardan asılı vəziyyətə salmışdır [1, s.19-21].

Əsrlər boyu dövlətlər hərbi və iqtisadi güclərinə arxalanaraq siyasət həyata keçirmişlər. Amma artıq bu yanaşma öz yerini "yumşaq güc" elementləri ilə fərqlənən fəaliyyətə buraxmaqdadır. Məhz bu yanaşma beynəlxalq ictimaiyyətdə xalqların rəğbət və razılığını qazanmağın önəm qazandığı yeni bir siyasi ünsiyyət mərhələsini formalaşdırmışdır [6, s.151].

Beynəlxalq münasibətlər kontekstində strateji kommunikasiya termini müasir anlamında ilk dəfə 2001-ci ildə ABŞ hərbi dairələrində meydana çıxmışdır, lakin ABŞ-ın rəsmi sənədlərində 2006-cı ildən etibarən istifadə olunmağa başlanmışdır. Bu termin ABŞ-ın milli maraq və məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün əlverişli şəraitin yaradılması, möhkəmləndirilməsi və saxlanılması məqsədilə hədəf auditoriyalarının xüsusiyyətlərini anlamağa və onlarla işləməyə yönəlmiş fəaliyyət kimi xarakterizə olunur. Bu isə koordinasiya olunmuş informasiya, kompleks fəaliyyət planları, proqramlar və milli hakimiyyətin digər elementləri ilə sinxronlaşdırılmış tədbirlərlə müşayət olunmalı idi [8].

Strateji kommunikasiya həm ölkə daxilində, həm də xaricdə hədəf auditoriyalarına təsir göstərmək məqsədilə strateji şəkildə əlaqələndirilmiş fəaliyyət kimi başa düşülür. Bu fəaliyyətin məqsədi beynəlxalq səviyyədə ölkənin nüfuzunu artırmaq, siyasi münaqişə zamanı isə informasiya müharibəsində üstünlüyü təmin etməkdir. Beynəlxalq münasibətlər sahəsində ünsiyyətin planlı və düşünülmüş şəkildə tətbiqini labüd edən səbəblər sırasında cəmiyyətin informasiya təminatının yüksəlməsini, silahlı münaqişələrin sayının artmasını, hərbi-siyasi və iqtisadi məqsədlərə nail olmaq üçün informasiya qarşıdurmasının artan rolunu, terror hücumlarını, müasir dövlətlərin yeni milli strategiyalar formalaşdırmasını, ictimai diplomatiya, kiberdiplomatiya kimi yeni diplomatik formaların meydana çıxması və inkişafı kimi bir sıra mühüm amilləri missal göstərə bilərik.

Beynəlxalq münasibətlərə dair ədəbiyyatlarda XXI əsrin əvvəllərindən başlayaraq, xüsusilə, 11 Sentyabr hadisələrindən sonra "yumşaq güc"ün əsas vasitələri kimi ***ictimai diplomatiya, təbliğat, ictimaiyyətlə əlaqələr, təsir idarəçiliyi milli markalaşma, imicyaratma (imic mühəndisliyi)*** kimi anlayışlar nəzərə çarpmağa başladı. Həm də belə bir gedişatın şahidi oluruq ki, müasir beynəlxalq münasibətlər sistemi artıq yuxarıdan aşağı istiqamətlənmiş şaquli münasibətlər sistemini deyil, bərabərəsaslı üfiqi qarşılıqlı ünsiyyəti diktə edir.

1980-ci illərin sonlarında amerikalı politoloq Cozef Nay tərəfindən irəli sürülən "yumşaq güc" konsepsiyası ölkələrin güc tətbiq etmədən, hərbi və iqtisadi məcburetmələrə getmədən, sərt tədbirlər həyata keçirmədən cəlbedicilik və inandırıcılıq vasitəsilə digər ölkələrə və ya hədəf auditoriyalarına təsir göstərmək qabiliyyətidir. Qarşıya qoyulan məqsədlərə əməkdaşllıq yolu ilə nail olunur. Bu isə musiqi, kino, ədəbiyyat, incəsənət, dil və adət-ənənələr vasitəsilə maraq və rəğbət yaratmaq, demokratiyanın təbliği, insan hüquqlarınən təmin olunması və qorunması, qanunun aliliyi kimi universal dəyərlərin təşviq etmək, müxtəlif istiqamətli və formalı yardım proqramları, diplomatik təşəbbüslər, sülh və sabitlik təşviq olunması ilə etimad qazanmaq, xarici tələbələrə təqaüdlərin təsis edilməsi, mədəni və elmi mübadilələr təşkil etməklə fikir formalaşdırmaq kimi uğurla həyata keçirilən fəaliyyətlər nəticəsində mümkün olur. Irəli sürülməsindən 20 il sonra bu konsepsiya böyük populyarlıq qazandı. Bunu tətikləyən ən önəmli məqam isə 2001-ci 11 Sentyabr hadisələri və bunun sonrasında baş verən proseslər oldu. Bu hadisənin ardından ABŞ-nin Əfqanıstanı və İraqı işğal etməsi, beynəlxalq ictimaiyyətin buna sərt reaksiya göstərməsi, ölkənin imicinin zədələnməsi super güc olan Amerikaya və digər güclü dövlətlərə sübut etdi ki, nüfuzun qorunub saxlanması yalnız hərbi və iqtisadi sahədəki üstünlüklə təmin edilə bilməz. Bəzən heç bir güc tətbiq etmədən də istədiyimiz hər bir şeyi digərlərinə etdirmək mümkündür. Məhz bu sahələrdə uğur qazanmağa çalışmanın məntiqi sonluğu kimi siyasi leksikonda ictimai diplomatiya, təbliğat, milli markalaşma, imicyaratma, təsir idarəçiliyi kimi anlayışlar geniş istifadə edilməyə başladı. Indi isə bu anlayışların hər birinə nəzər salaq:

İctimai diplomatiya. Bəzi tədqiqatçıların "yumşaq güc" anlayışı ilə eyni və ya yaxın mənalı olaraq istifadə etdiyi, bəzilərinin isə yumşaq gücün bir elementi kimi qəbul etdiyi ictimai diplomatiya, bir dövlətin öz düşüncə tərzini, mədəniyyətini və mövcud siyasətini izah etmək məqsədilə başqa ölkələrin cəmiyyətləri ilə apardığı ünsiyyət fəaliyyəti kimi tərif olunur [7, s.152].

Bu termin elmi ədəbiyyata ilk dəfə 1965-ci ildə Tufts Universitetinin Fletcher Hüquq və Diplomatiya Məktəbinin dekanı və təqaüddə olan xarici xidmət əməkdaşı Edmund Gullion tərəfindən gətirilmişdir. E.Gullion tərəfindən "ictimai diplomatiya"nın tərifi belə verilmişdir: İctimai diplomatiya xarici siyasətin formalaşması və həyata keçirilməsində ictimai rəyin rolunun öyrənilməsi və təsiri ilə məşğuldur. Yəni vurğulanır ki, dövlətlərin xarici siyasəti yalnız rəsmi danışıqlarla deyil, ictimai fikrin – yəni vətəndaşların, medianın, ictimai qrupların düşüncələri ilə də formalaşır və icra olunur. Həmçinin ictimai diplomatiya anlayışı ənənəvi diplomatiyadan kənara çıxan beynəlxalq münasibətlərin ölçülərini də əhatə edir. Yəni yalnız dövlət rəsmilərinin rəsmi danışıqları deyil, mədəniyyət, media, təhsil, sivil cəmiyyət kimi sahələrdə də müvafiq fəaliyyətlər ictimai diplomatiyanın tərkib hissəsini təşkil edir. [5, s.19]. Yəni bu o deməkdir ki, ənənəvi diplomatiyadan fərqli olaraq, ictimai diplomatiya daha çox qrupu əhatə edir və daha müxtəlif maraqları özündə cəmləşdirir. Bir ölkənin yumşaq gücü, həmin ölkədəki çoxsaylı fərdlərin və qurumların fəaliyyəti nəticəsində formalaşır. Bu fəaliyyəti təşkil edənlər isə siyasətçilər deyil, tanınmış incəsənət adamları, qeyri-hökumət təşkilatları, yazıçılar, nəşriyyatçılar, jurnalistlər, media qurumları, ticarət şirkətləri, akademiklər, dini liderlər və qruplar və onlara bənzər digər aktorlar olurlar. Əminliklə demək mümkündür ki, müasir günümüzdə yumşaq gücə əsaslanan ictimai diplomatiya təcrübələri dövlətlərin diplomatik metodlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərməkdədir.

Bu sahədəki elmi araşdırmalar nəzərdən keçirilərkən "ictimai diplomatiya" və ***"propaqanda (təbliğat)"*** anlayışlarının eyniləşdirilməsinin də şahidi olmaq mümkündür. Bunun üçün əsas da var. Belə ki, xarici ölkələrin ictimaiyyətləri ilə müsbət münasibətlər qurmaq səylərinin arxasında, ötən əsrdə xalqı nəzərə almayan, təbliğata əsaslanan yanaşmanın yerini bu gün ictimaiyyəti ön plana çıxaran, ünsiyyətə, qarşılıqlı təsirə və inandırmağa əsaslanan bir yanaşmanın almasının təsiri dayanır. Ənənəvi diplomatiyadan fərqli olaraq, ictimai diplomatiya tətbiq prosesində rəsmi siyasi dairələrin nümayəndələri deyil, hökumətə bağlı olmayan aktorlar və ictimaiyyət və vətəndaş qrupları hədəf kimi seçilirlər.

Amma bəzən bu proses düzgün qurulmadığından təktərəfli ünsiyyət müstəvisinə keçir və bu xüsusiyyəti ilə ictimai diplomatiya təbliğatı andırır. Buna görə də , ictimai diplomatik fəaliyyətl iki mərhələli prosesdir. Yəni əvvəlcə hədəf ölkələrin ictimaiyyətlərinə təsir göstərmək qarşıya əsas məqsəd kimi qoyulur, ikinci mərhələdə isə təsirə məruz qalmış ictimaiyyətlərin öz hökumətlərinin daxili və xarici siyasətində qərarvermə proseslərinə təsir etmələri gözlənilir.

İctimai diplomatiyanın sıx əlaqədə olduğu sahələrdən birisi də ***"ictimaiyyətlə əlaqələr"***dir. Kommunikasiya vasitələrinin geniş formada tətbiq meydanına çevrilən, təbliğat və manipulyasiyalara daim açıq olan bu sahədə kütləvi ünsiyyət əsas götürülür və əsas məqsəd mücbət imicin yaradılmasıdır. İctimaiyyətlə əlaqələr işinin ən önəmli məqsədi təmsil etdiyi qurumun nüfuzunu və imicini ictimaiyyət arasında yüksək tutmaq və bu vəziyyəti qoruyub saxlamaqdan ibarətdir. İctimaiyyətlə əlaqələr işi hər hansı bir şəxs və ya qurumun münasibəti olan qrup ilə əlaqə qurması və ya mövcud olan əlaqələrini inkişaf etdirmək üçün göstərdikləri səylərin məcmusudur [2, s.3-4].

Beynəlxalq münasibətlər nöqteyi-nəzərindən ictimaiyyətlə əlaqlərin önəmi onunla ifadə olunur ki, ictimaiyyətlə əlaqələr, beynəlxalq münasibətlərdəki diplomatik ünsiyyətdən və həyata keçirilən lobbi fəaliyyətlərindən, vətəndaşların idarəetməyə və qərarların qəbuluna iştirakının təmin olunmasına, qeyri-hökumət təşkilatlarının dəstək əldə etmək səylərindən, müəssisələrin marketinq kommunikasiyalarına, əməkdaşların demokratik iştirakından və beynəlxalq münasibətlərdən tutmuş əməkdaşlarla ünsiyyətə qədər geniş bir sahəni əhatə edir [8, s.24].

İctimai diplomatiya ilə vəhdətdə təqdim olunan mühüm fəaliyyətlərdən biri də ***"təsir idarəetməsi"***dir. Bu əvvəlcədən planlaşdırılmış və qurğulanmış mesajlar vasitəsilə dövlətlərin ictimai rəy və davranışlar üzərində istədikləri təsiri yaratmalarında, yəni siyasi maraqları çərçivəsində beynəlxalq ictimaiyyətin nə barədə və necə düşünəcəyini müəyyənləşdirib formalaşdırmalarında mühüm rol oynayır [7, s.154]. Bu prosesin həyata keçirilməsi isə kommunikasiya, diplomatiya, media, ictimai diplomatiya, mədəni təşəbbüslər və gizli və açıq lobbiçilik kimi vasitələrdən istifadəni əhatə edir.

İctimai diplomatiyanı həyata keçirənlərin səfərbər olduğu mühüm məsələlərdən birisi də ***"milli marka (brend) yaradılması"*** məsələsidir. "Marka" termini, ictimai diplomatiyada çox mühüm bir yer tutur. Xüsusilə ölkə, millət və məkan brendləşməsi, qloballaşma prosesinin ən vacib anlayışlarından birinə çevrilmişdir. Ölkə brendləri, şəhər brendləri, marka məkanlar və milli brendlər, yumşaq gücün əsas elementlərini təşkil edir. Bu sahədə uğurla brendləşə bilən ölkə və məkanlar, digər ölkələrin ictimaiyyəti tərəfindən daha etibarlı, cəlbedici və rəğbət doğuran subyektlər kimi qəbul olunurlar. Bir ölkənin öz markaları ilə ixracat həyata keçirməsi, ölkə imici baxımından əlavə dəyər yaradır. Məsələn, Almaniyanın Mercedes, Audi, BMW avtomobilləri, Braun, Miele, Gaggenau kimi markalarının məhsullarında "Alman istehsalı" anlayışının ağıla gəlməsi mühüm bir amildir. Eynilə, Gucci markasının İtaliya ilə, Jaguar markasının isə Böyük Britaniya ilə əlaqələndirilməsi, ölkə brendləşməsi sahəsində beynəlxalq nümunələr kimi göstərilə bilər [8, s.29].

Ölkənin marka imicini yenidən qurmaq üçün, reaktiv, proaktiv və əlaqəqurucu ictimai diplomatiya yanaşmalarının birləşməsinə əsaslanan effektiv bir kommunikasiya strategiyasına diqqət yetirmək vacibdir. Bu strategiya üç əsas istiqamətdə həyata keçirilməlidir:

1. Böyük tədbirlər və kampaniyaların təşkili;
2. Əsas kommunikasiya aktorları ilə münasibətlərin qurulması və şəbəkələrin yaradılması;
3. Sosial mediada aktiv təqdimat və iştirak [4, s.118].

"Yumşaq güc"ün həyata keçirilmə vasitələri içərisində mühüm əhəmiyyət kəsb edən sahələrdən mühümü də ***"imicyaratma (imic mühəndisliyi)"***dır. İctimai diplomatiya kontekstində dəyərləndirdikdə imic mühəndisliyinin dövlətlərin deyil, əsasən qeyri-dövlət aktorlarının beynəlxalq siyasətin formalaşdırılmasında əhəmiyyətli rol oynamasını, onların imic və kommunikasiya strategiyalarını daha geniş və ölçülə bilən məqsədlərə uyğun dizayn etmələri baxımından təşkilatlara daha yararlı ola bilmələrini ehtiva edir [7, s.154].

Nəticə. Hər keçən gün daha da mürəkkəbləşən beynəlxalq münasibətlər sistemində dövlətlər və digər aktorlar öz maraqlarını qorumaq, müsbət imic formalaşdırmaq və qlobal miqyasda təsir imkanlarını artırmaq üçün qarşısıalınmaz bir yarış prosesinə cəlb olunmuşlar. Bu prosesin gedişində həm də onun fərqindədirllər ki, üstünlüyü təmin etmək yalnızca hərbi və iqtisadi resurslar hesabına mümkün olmayacaqdır. Çünki bu resusrlar düşünülmüş və planlı strateji kommunikasiyalarla dəstəklənmədiyi

müddətcə dövlətin imicinə zərər yetirəcək və siaysi reputasiyasını korlayacaqdır. İnformasiyanın sürətlə yayıldığı və ictimai rəyin qərarvermə proseslərinə təsirinin artdığı bir dövrdə, effektiv strateji kommunikasiya fəaliyyətləri yalnız xarici siyasət məqsədlərinin gerçəkləşdirilməsi üçün deyil, həm də milli təhlükəsizliyin təmin olunması, ictimai diplomatiyanın gücləndirilməsi və dövlətin yumşaq güc potensialının artırılması baxımından əhəmiyyətlidir. Yumşaq güc elementi kimi mədəniyyət, dəyərlər, imic və brendləşmə vasitəsilə dövlətlər beynəlxalq ictimaiyyətin rəğbətini qazanmağa, qarşılıqlı anlaşma və əməkdaşlıq şəraiti yaratmağa çalışırlar. İctimaiyyətlə əlaqələr isə bu təsirin planlı və davamlı şəkildə idarə olunmasına xidmət edən peşəkar yanaşmanı təmin edir. Əminliklə deyə bilərik ki, bu gün böyük əhəmiyyətə malik olan bu vasitələr gələcəkdə daha da aktuallaşacaq və beynəlxalq siyasətin formalaşmasında əsas təsir mexanizmlərindən olacaqdırlar.

ƏDƏBİYYAT

1. Həsənov Ə.M. Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti. Dərslik. Bakı, "Azərbaycan" nəşriyyatı, 2005, 752 s.
2. Məhərrəmov R. İctimaiyyətlə əlaqələr işi. Bakı, 2002, 67 s.
3. Mervyn Frost, Nicholas Michelsen. "Strategic Communications In International Relations: Practical Traps And Ethical Puzzles". Defence Strategic Communications, 2, p.33.
4. Maria Vaxevanidou. "Public Diplomacy As A Tool To Change The Image Of A Country In Crisis" // Journal of Media Critiques, 8:111-120.
5. Nicholas J. Cull. "Public Diplomacy before Gullion The Evolution of a Phrase" Routledge Handbook of Public Diplomacy. Edited by Nancy Snow, Philp M. Taylor, University of Southern California. Center on Public Diplomacy, 2009, p.19-23.
6. What is Strategic Communicatons? / SCERU. - https://www.pp.u-tokyo.ac.jp/sceru/what-is/ [06.05.2025].
7. Karagöz S. Stratejik İletişim Yöntemi Olarak Yeni Kamu Diplomasisinin İmaj Mühendisliği ile İlişkisi // International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587), 2024, Vol:10, Issue:1; p.151-158.
8. Karagöz S. Statejik iletişim yöntemi olarak kamu diplomasisi ve medyanın rolü. İstanbul Üniversitesi Yüksek Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans tezi, 2016, 212 s.
9. Виниградова Е. Роль стратегической коммуникации в международных отношениях. Международная жизнь, Архив 6 номера 2014 года. - https://interaffairs.ru/jauthor/material/1085 [06.05.2025].

АНАРА МАМЕДОВА
Азербайджанский Университет,
докторант кафедры Политический и общественных наук

МЕСТО СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

В системе международных отношений, где протекают сложные процессы, «стратегические коммуникации» играют важную роль как инструмент формирования информационной политики государств, защиты их национальных интересов и укрепления международного имиджа. В данной статье анализируется место и роль стратегических коммуникаций в международных отношениях, особенно подчёркивается их значение в дипломатической деятельности, обеспечении внутренней и внешней безопасности, в условиях кризисов и рисков, а также их необходимость и роль в сфере публичной дипломатии.

Стратегические коммуникации обеспечивают планомерное и целенаправленное распространение информации во внешней политике государств. Это крайне важно для защиты и продвижения национальных интересов на международной арене. В результате стратегические

коммуникации становятся незаменимым средством повышения эффективности информационной политики государств в современных международных отношениях, защиты национальных интересов, укрепления международного имиджа и продвижения национально-культурных ценностей. В плоскости межгосударственных отношений реализация этих инструментов осуществляется по различным направлениям и в различных сферах. В качестве платформ для реализации стратегических коммуникаций важную роль играют участие в международных обучающих программах и саммитах, тесное сотрудничество с диаспорскими организациями и зарубежными медийными кампаниями, а также целенаправленное взаимодействие в сферах энергетики, логистики, безопасности, культуры и других. Одним словом, стратегическая коммуникация служит достижению информационного превосходства государств в международных отношениях, влиянию на общественное мнение и реализации дипломатических целей.

Ключевые слова: международные отношения, стратегическая коммуникация, публичная дипломатия, мягкая сила

ANARA MAMMADOVA
Azerbaijan University,
Doctoral student of the Department of Political and Social Sciences

THE ROLE OF STRATEGIC COMMUNICATIONS IN INTERNATIOANAL RELATIONS

In the system of international relations, where complex processes take place, strategic communications play an essential role as a tool for shaping states' information policies, protecting their national interests, and strengthening their international image. This article analyzes the place and role of strategic communications in international relations, with particular emphasis on their importance in diplomatic activities, ensuring internal and external security, their role and necessity in times of crisis and risk, as well as in the field of public diplomacy.

Strategic communications ensure the planned and purposeful dissemination of information in the foreign policy of states. This is crucial for the defense and promotion of national interests on the international stage. As a result, strategic communications are an indispensable tool for increasing the effectiveness of states' information policies in modern international relations, safeguarding national interests, strengthening international image, and promoting national-cultural values. In the context of interstate relations, the implementation of these tools is carried out in various fields and directions. Key platforms for the realization of strategic communications include participation in international training programs and summits, close cooperation with diaspora organizations and foreign media campaigns, and targeted communication in areas such as energy, logistics, security, and culture. In short, strategic communication serves to help states gain informational advantage in international relations, influence public opinion, and achieve diplomatic goals.

Keywords: international relations, strategic communication, public diplomacy, soft power.

Məqalənin redaksiyaya daxil olduğu tarix: 6 may 2025-ci il.
Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 15 may 2025-ci il.
Rəyçilər: s.e.ü. f.d. E.Talışinski, t.e.d. Qabil Əliyev.