

DÖVLƏT İDARƏETMƏSİNDƏ İCTİMAİYYƏTLƏ ƏLAQƏLƏR VƏ SOSIAL MEDIA

GİRİŞ: Dövlət iradəetməsində ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması demokratiya, şəffaflıq və hesabatlılıq prinsiplərinin həyata keçirilməsində vacib rol oynayır. Effektiv kommunikasiyanın təşkili vətəndaşların hökumətin fəaliyyət istiqamətlərindən xəbərdar olmasını təmin edir və onların dövlət siyasətində iştirakını artırır. Dövlət qurumları isə vətəndaşların ehtiyac və tələblərini öyrənib təhlil edərək müvafiq siyasət formalaşdırır və əhaliyə göstərilən xidmətləri ona uyğun təşkil edir. İdarəetmə ilə bağlı qərarların müzakirəyə açıq olması, ictimai rəyin nəzərə alınması və tədbirlərin cəmiyyət tərəfindən dəstəklənməsi ictimaiyyətlə əlaqələr işinin effektivliyi artırır.

Dövlət idarəetməsində ictimaiyyətlə əlaqələrin tarixi

Dövlət və ictimaiyyət arasında əlaqələrin tarixinə nəzər saldıqda məlum olur ki, Qədim Mesopotamiya, Misir, Çin və Yunanıstan kimi sivilizasiyalarda hökmdarlar ictimai rəyi formalaşdırmaq üçün müxtəlif üsullara əl atırdılar. Misirdə fironların nailiyyətlərinə diqqəti cəlb etmək üçün divar yazıları və heykəllərdən istifadə edilirdi. Qədim Romada isə siyasi hakimiyyəti qazanmaq üçün vətəndaşlara pulsuz taxıl paylanır, sirk tamaşaları nümayiş olunurdu. Sonradan bu ənənə məşhur “çörək və tamaşa” (panem et circenses) frazemi ilə tarixə düşdü. Orta əsrlərdə ictimaiyyətlə əlaqələr əsasən dini ideologiyalar vasitəsilə həyata keçirilir, kilsələr hökmdarların ilahi gücə malik olduğu fikrini yayırdı.

XVII-XVIII əsrlərdə Avropada maarifçilik hərəkatının başlaması ilə dövlət qulluğunda şəffaflıq və ictimaiyyətin idarəetmədə iştirakı ilə bağlı anlayışlar yayılmağa başladı. Dövlətdə informasiya axını və vətəndaşların hüquqları ilə bağlı məsələlər aktuallaşdı. XIX əsrdə isə sənaye inqilabı nəticəsində əhəlinin dövlət siyasətinə təsiri gücləndi. Bu dövrdə qəzet və digər kütləvi informasiya vasitələri inkişaf etdi, siyasi kampaniyaların əhəmiyyəti artdı, dövlət qurumlarının hesabatlılığı gücləndirildi.

XX əsr ictimaiyyətlə əlaqələrin peşəkar bir sahə kimi formalaşdığı dövrdür. 1900-cü ildə ABŞ-da ilk PR agentliyi (The Publicity Bureau) yaradıldı. XX əsrin əvvəllərində Edvard Bernays və İvi Li kimi mütəxəssislər ictimaiyyətlə əlaqələrin əsaslarını qoydular. Xüsusilə II Dünya Müharibəsindən sonra ictimaiyyətlə əlaqələrin əhəmiyyəti artdı, bu sahədə xüsusi dövlət idarələri yarandı və sistemli şəkildə informasiya siyasəti həyata keçirildi. ABŞ-da 1950-ci illərdə dövlət agentliklərində PR bölmələri yaradıldı. BMT və digər beynəlxalq təşkilatlar ictimaiyyətlə açıq ünsiyyət mexanizmlərini inkişaf etdirdi. KİV və televiziyanın yayılması dövlət idarəçiliyində ictimaiyyətlə əlaqələrin əhəmiyyətini daha da qabartdı.

İctimaiyyətlə əlaqələr sahəsində qanunların və konsepsiyaların qəbul edilməsinin nümunəsi kimi Böyük Britaniyanı qeyd etmək olar. İngiltərədə ictimaiyyətlə əlaqələr (PR) konsepsiyasının yaranması və tətbiqi XX əsrin əvvəllərinə təsadüf edir. Həmin dövrdə baş nazir Devid Lloyd Corcun rəhbərliyi altında ictimaiyyətin qanunvericilik təşəbbüslərini dəstəkləməsi məqsədilə genişmiqyaslı kampaniyalar həyata keçirildi. Bu kampaniyalar dövlət və vətəndaşlar arasında etimadın və şəffaflığın artırılmasına xidmət etdi. (Amira, A. 2023)

Dövlət qulluğunda ictimaiyyətlə əlaqələrin əhəmiyyəti

Dövlətin səmərəli fəaliyyəti üçün qanunların qəbulu, islahatların həyata keçirilməsi ilə yanaşı, cəmiyyətdə bu fəaliyyətin təsirləri ölçülməlidir. İctimaiyyətlə əlaqələrin təşkili və idarə olunması demokratik inkişaf və plüralizm prinsiplərini qəbul edən hər bir dövlət üçün aktual məsələdir. Bu sahənin inkişaf səviyyəsi cəmiyyətdə demokratiyanın səviyyəsi ilə birbaşa əlaqədardır. İctimaiyyətlə əlaqələr ictimai rəyə əhəmiyyət verən və onunla hesablaşan cəmiyyətin məhsuludur.

ABŞ hökuməti bu sahədə müxtəlif uğurlara malikdir. Məsələn, ABŞ-da federal və yerli hökumət orqanları ictimaiyyətlə əlaqələr (Public relations- PR) üzrə xüsusi departamentlər və komandalar yaradaraq vətəndaşlarla daim əlaqədə olurlar. (Smith, R.D.2020). Bu departamentlər ictimaiyyəti məlumatlandırmaq, onların rəy və təkliflərini toplamaq, həmçinin hökumətin qərar və fəaliyyətini izah etmək üçün müxtəlif kommunikasiya kanallarından istifadə edirlər. Bu yanaşma vətəndaşların dövlət siyasətinə etibarını artırmaqla yanaşı, onların idarəetmə sistemində iştirakı və dəstəyini də təmin edir.

Dövlət qurumlarında PR xidmətinin səmərəli fəaliyyəti üçün ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə mütəxəssislərin olması vacibdir. PR mütəxəssisi insanlarla əlaqələrin qurulması və idarə edilməsi üzrə məsləhət verən ekspertdir. O, təmsil etdiyi qurumun (və ya rəhbər şəxsin) və ya hər hansı layihənin ictimaiyyət üçün maraq kəsb edən cəhətlərini müəyyənləşdirir. Daha sonra qurumun (dövlətin) mövqeyi ilə ictimaiyyətin rəy və tələbləri arasında uyğunluq və ziddiyyətləri aşkara çıxararaq bu ziddiyyətlərin aradan qaldırılması üçün tədbirlər planı hazırlayır. Tədbirlər planına əsasən müvafiq davranış modeli formalaşdırılır. İctimaiyyətlə əlaqələr mütəxəssisi qurum, təşkilat ilə ictimaiyyət arasında harmonik münasibətlər qurur, onları idarə edir və nəzarətdə saxlayır.

Qərbi ölkələrində dövlət səviyyəsində həyata keçirilən ictimaiyyətlə əlaqələr siyasəti belə bir prinsipə əsaslanır: “Hökumət xalqın rifahı və əmin-amanlığı naminə işləməlidir, lakin xalq da arxayın olmalıdır ki, hökumət onun rifahı və əmin-amanlığı naminə səmərəli işləyir”. Məhz bu inam iqtidara imkan verir ki, ölkədə sabitlik yaratsın və öz siyasətini stabil həyata keçirə bilsin. (Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. 2012)

Texnologiyanın inkişafının ictimaiyyətlə əlaqələrə təsiri

⁶⁷ Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsinin doktorantı

Qloballaşma, rəqəmsal transformasiya və informasiya axınları dövlət idarəetməsində, ictimaiyyətlə əlaqələrin tənzimlənməsində yeni çağırışları ortaya çıxarır. Bütün sahələr kimi PR fəaliyyəti də müasir tendensiyalarla ayaqlaşmalı, yeni dövrün tələblərinə uyğunlaşmalıdır. Əvvəllər PR işi əsasən ənənəvi mətbuat vasitəsilə həyata keçirilirdisə, XXI əsrdə internetin və sosial medianın inkişafı bu sahədə yeni istiqamətləri formalaşdırdı.

PR fəaliyyətində inqilabi dəyişiklik “web” məfhumunun meydana çıxması ilə bağlıdır. (White, C., Niranjan R., 1999) WEB (ing. World Wide Web)- “Ümumdünya şəbəkəsi” internet vasitəsilə məlumat mübadiləsini təmin edən informasiya sistemidir. PR fəaliyyətinin əsasını informasiya yaymaq və əldə etmək təşkil etdiyindən, “web” daha böyük auditoriyaya xitab etmək, ictimaiyyətlə əlaqələrin əhatə dairəsini genişləndirmək üçün unikal vasitəyə çevrilib. Hazırda demək olar ki, hər bir dövlət qurumunun rəsmi veb-saytı (ing. website) mövcuddur. İctimaiyyətlə əlaqələr üzrə mütəxəssislər təmsil etdikləri təşkilat haqqında informasiyaları, onun cari fəaliyyətini, tədbir, elan, xəbər və digər məlumatları veb-sayta yerləşdirməklə məlumat yayırlar. Rəsmi veb-sayt dövlət qurumu ilə vətəndaş arasında bilavasitə əlaqəni təmin edən, digər tərəflərin iştirakı olmadan informasiyanı birinci mənbədən yayan vasitədir. (Okay, A. 2001). Çap mətbuatı dövründə dövlət qurumlarının hesabatları, press-relizləri jurnalistlər tərəfindən redaktə edilir, bəzi hallarda qısaldılır və ya təhrif olunurdu, məlumatın əhaliyə çatdırılması isə qəzetlərin nəşr olunduğu tarixdə baş verirdi. İnternet dövründə isə qurumlar günün istənilən saatında rəsmi veb-saytları vasitəsilə lazımı məlumatı hədəf kütləyə ötürə bilər.

İnternet əsrinin əsas rabitə vasitələrindən biri də elektron poçt (ing. electronic mail- e_mail), yəni imeyldir. Vətəndaşlar hər bir dövlət qurumunun və onun ayrı-ayrı bölmələrinin imeyl ünvanlarına rəy, təklif, şikayət və digər məsələlərlə bağlı müraciət edə bilərlər. PR fəaliyyətinin əsas istiqamətlərindən biri ictimaiyyətin münasibətini öyrənmək olduğundan, ənənəvi məktublarla yanaşı, elektron poçt vasitəsilə əldə edilən informasiyalar bu sahədə effektivliyi artırır.

Sosial media

Sosial media virtual icmalar və şəbəkələr vasitəsilə məlumatların, ideyaların, maraqların və digər ifadə formalarının yaradılmasını və paylaşılmasını asanlaşdıran interaktiv texnologiyalardır. (Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve. 2015). Başqa sözlə, sosial media “Web 2.0” texnologiyasına əsaslanan, sözlərin, görüntülərin (hərəkətsiz və hərəkətli), səslərin istehsalına və yayılmasına imkan verən texnologiya ilə qarşılıqlı sosial əlaqəni yaradan internet və mobil əsaslı vasitədir. (Dabner, 2012: 69).

Sosial media sahəsində tədqiqatları ilə tanınan mütəxəssis Mişel Fruxterin "5 C" modeli bu sahədə əsas istiqamətləri izah edir: ünsiyyət (conversation), icma (community), şərh etmək (commenting), əməkdaşlıq (collaboration), töhfə vermək (contribution). (Askeroğlu, 2010)

1. **Ünsiyyət (Conversation):** Sosial media insanların onlayn mühitdə ikitərəfli və ya çoxtərəfli ünsiyyətinə imkan yaradır.
2. **İcma (Community):** İnsanlar sosial şəbəkələr vasitəsilə müəyyən qruplarda cəmləşirlər.
3. **Şərh etmək (Commenting):** İstifadəçilər bir-birləri haqqında və ya tanımadıqları şəxslər və qruplar haqqında fikirlərini və ya tənqidlərini ifadə edə bilərlər.
4. **Əməkdaşlıq (Collaboration):** Sosial şəbəkələr istifadəçilərin sosial və ya ticari əlaqələr qurmasına şərait yaradır.
5. **Töhfə vermək (Contribution):** İstifadəçilər sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlar, fotoşəkillər və s. paylaşaraq platformaya töhfə verirlər.

Sosial şəbəkələrin inkişaf xronologiyası aşağıdakı kimi sıralanır:

İnternet dövrünün ilk sosial platformaları

1997 – Six Degrees: İlk rəsmi sosial şəbəkə saytı hesab olunur. İstifadəçilərə profil yaratmaq və dost siyahısı formalaşdırmaq imkanı verirdi.

1999 – LiveJournal: Bloq yazıları paylaşmaq və istifadəçilər arasında qarşılıqlı münasibətləri inkişaf etdirmək üçün nəzərdə tutulmuşdu. (Danah M., & Ellison, Nicole B. 2007)

Sosial media inqilabı (2000-2010-cu illər)

- **2002 – Friendster:** Sosial şəbəkələrdə dostluq qurmağa yönəlmiş ilk populyar platformalardan biri idi.
- **2003 – LinkedIn:** İş dünyasına fokuslanmış ilk sosial şəbəkə saytı yaradıldı.
- **2003 – MySpace:** Gənclər arasında çox məşhur olan ilk sosial platformalardan biri idi və musiqi sənayesi üçün böyük əhəmiyyət daşıyırdı.
- **2004 – Facebook:** Mark Zukerberq tərəfindən Harvard Universitetində yaradıldı və sürətlə global fenomənə çevrildi.
- **2005 – YouTube:** Video paylaşımı üçün nəzərdə tutulmuş ilk genişmiqyaslı platforma.
- **2006 – Twitter:** Mikrobloq formatında fəaliyyət göstərən sosial şəbəkə təqdim edildi.
- **2007 – Tumblr:** Qısa bloq yazıları və şəkillər paylaşmağa imkan verən platforma yarandı.

Mobil sosial media və platformaların dominanthığı (2010-2020-ci illər)

- **2010 – Instagram:** Foto və qısa videoların paylaşılması üçün yaradıldı.
- **2011 – Snapchat:** Öz-özünə silinən mesajlar funksiyası ilə fərqlənən platforma istifadəyə verildi.
- **2016 – TikTok:** Qısa, yaradıcı videolar paylaşmağa imkan verən sosial media nəhəngi meydana çıxdı.

Dövlət qurumlarında ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulmasında sosial medianın rolu

Sosial media əhatə dairəsini genişləndirdikcə ictimaiyyətlə əlaqələr sektoruna da təsir etməyə başlayıb. Almaniyanın Leypsiq universiteti tərəfindən Avropa ölkələrinin PR mütəxəssisləri arasında aparılan sorğu əsasında hər il hazırlanan “Avropa kommunikasiya monitorinqi” hesabatında bildirilir ki, sosial medianın ictimaiyyətlə əlaqələr sektorunda rolu ilbəil artır. Hesabat nəticələrinə əsasən, 2007-ci ildə PR mütəxəssislərinin təxminən 10%-i sosial medianı öz fəaliyyətlərində vacib hesab edirdilərsə, 2020-ci ildə bu göstərici 90%-ə yaxınlaşıb. 2020-ci ilin məlumatlarına görə, Avropada fəaliyyət göstərən kommunikasiya mütəxəssislərinin 87.6%-i sosial medianı hədəf kütlə ilə qurulan əlaqələrdə ən vacib kanal kimi qiymətləndiriblər. (Zerfass A., Moreno, A., Tench, R.2023). Tədqiqatda qeyd olunur ki, sosial şəbəkələr vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması ilkin dövrdə daha çox özəl sektora aid edilirdisə, kütləvilik və təsir gücünün artması bu platformaları dövlət xadimləri üçün də cəlbəedici edib. Siyasi liderlərin, dövlət başçıların öz auditoriyasına çatdırmaq istədikləri mesajları sosial şəbəkədə yaymağı effektivliyi ilə diqqəti cəlb etməyə başlayıb.

ABŞ-nin 44-cü prezidenti Barak Obama 2008-ci ildə seçki kampaniyası zamanı sosial media platformalarını, o cümlədən “Facebook”u seçicilərlə əlaqə qurmaq və dəstək toplamaq üçün fəal istifadə edirdi. Kampaniyanın zirvə nöqtəsində onun “Facebook” hesabındakı “dost siyahısı”na təxminən 3 milyon insan toplaşmışdı. Bu dövrdə Obamanın təbliğat kampaniyasının büdcəsindən 643.000 ABŞ dolları “Facebook” hesabının tanınması üçün xərclənmişdi.

Əvvəllər dövlət xadimləri ilə ünsiyyət əlçatmaz görünürdüsə, hazırda sosial şəbəkələr vasitəsilə bir çox rəsmi şəxsə ismarış göndərmək, irad və təklif bildirmək mümkündür. İctimaiyyətlə əlaqələr üzrə mütəxəssislər bu münasibətlərin tənzimlənməsində əhəmiyyətli rol oynayırlar. İnsanlar vaxtının çoxunu sosial mediada keçirdiyindən, bu platformalar həm də onların üzərində nəzarət mexanizmlərinin tətbiqi baxımından əhəmiyyətlidir.

Yeni kommunikasiya texnologiyaları artıq “informasiyanın demokratikləşməsi”ni təmin edir. (Wilcox 2006: 84). Bu faktor PR mütəxəssisləri üçün böyük məsuliyyət yaradır. Çünki yayılan informasiyanın sosial mediada hansı formada əks-səda doğuracağı naməlumdur. Bəzi dövlət qurumları yarana biləcək mənfi rəyin qarşısını almaq üçün sosial platformalarda aktivlik nümayiş etdirməkdən çəkinir. Peşəkar PR komandasına malik qurumlar isə bu şəbəkələrin imkanlarından öz fəaliyyətlərinin xeyrinə istifadə edə bilirlər.

Sosial media dövlət-vətəndaş münasibətlərində yeni mərhələ açır. PR mütəxəssisləri birmənalı olaraq qəbul etməlidirlər ki, sosial mediada informasiya axınına tam nəzarət etmək mümkünsüzdür. Bu məqamı nəzərə alaraq, məsələyə skeptik yanaşmaq isə rəqabətdə uduzmaq deməkdir. PR mütəxəssisi üçün sosial şəbəkənin ən böyük üstünlüklərindən biri insanların davranışlarını təhlil edə bilmək, aparılan islahatlara, görülən işlərə onların münasibətini öyrənməkdir. PR-in əlaqələndirici funksiyasını reallaşdırmaq üçün sosial şəbəkədə tərəflərin qarşılıqlı kommunikasiyasını təmin etmək naminə yeni bacarıqlar qazanmaq, texnologiyanın imkanlarından faydalanmaq lazımdır. (Searson, E. M., Johnson, M. A. 2010)

İnternet resursları vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulmasının üstünlüklərini aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

Birbaşa əlaqənin qurulması: Veb-saytlar və sosial şəbəkələr vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulmasının əsas üstünlüyü hədəf kütlə ilə bilavasitə təşkil edilən kommunikasiyadır. PR komandası yaydığını informasiyanın təsirini dərhal ölçə bilir, reaksiyaları təhlil edərək fəaliyyətini ona uyğun tənzimləyir.

Əhatə dairəsinin qiymətləndirilməsi: PR komandası istifadə etdiyi internet resurslarını monitorinq edərək saat, gün, ay və ya il ərzində nə qədər insanın bu mənbələrə daxil olduğunu, məlumatların hansı kateqoriyadan olan istifadəçilərə çatdığını hesablaya bilər.

Xərclərə və vaxta qənaət: Məlumatların internet resursları vasitəsilə yayılması çap və digər vasitələrə sərf olunan vəsaitə qənaət etməyə imkan verir. Hər hansısa təbliğatla bağlı keçirilən kütləvi tədbirləri isə hazırda onlayn kampaniyalar əvəzləyir. Günün 24 saati istənilən məsələ ilə bağlı real vaxt rejimində ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması, həm vaxt, həm xərclərə qənaət imkanları müasir PR fəaliyyətinin əsas üstünlüklərindəndir.

Böhran vəziyyətlərinə dərhal müdaxilə: Fors-major hallarda ictimaiyyətin dərhal məlumatlandırılması üçün hazırda ən operativ vasitə internet resursları, xüsusilə sosial şəbəkələrdir. Böhran vəziyyətlərində dövlət qurumunu təmsil edən şəxslər canlı yayımlar, onlayn brifinqlər vasitəsilə ictimaiyyətə informasiya verməklə problemləri qabaqlaya bilərlər. *Maarifləndirmə:* Dövlət qurumlarında ictimaiyyətlə əlaqələr işinin təşkilində mühüm istiqamətlərdən biri maarifləndirmədir. Əhaliyə yeni qəbul olunan qərar və qanunların, islahatların mahiyyəti izah olunmalı, yeniliklər barədə hər bir vətəndaşın məlumatlandırılması təmin edilməlidir. Bu fəaliyyətin həyata keçirilməsinə internet resursları PR komandasının işini xeyli asanlaşdırır.

NƏTİCƏ: Dövlət idarəetməsində ictimaiyyətlə əlaqələr şəffaflığın, hesabatlılığın və səmərəli ünsiyyətin təmin edilməsi üçün əsas vasitələrdən biridir. Tədqiqatlar göstərir ki, dövlət qurumlarının vətəndaşlarla açıq və qarşılıqlı əlaqə qurması cəmiyyətin dövlətə olan etibarını artırır (Grunig & Hunt, 1984). İctimaiyyətlə əlaqələrin effektiv qurulması ilə qanunvericilik təşəbbüsləri dəstəklənir və cəmiyyətdə sosial həmrəylik güclənir (Lloyd George, 1918). Bu gün ictimaiyyətlə əlaqələr sahəsi sürətlə inkişaf edir və müasir texnologiyalar bu sahəyə yeni imkanlar qazandırır. Rəqəmsal kommunikasiyanın inkişafı dövlət orqanlarının vətəndaşlarla daha interaktiv və şəffaf şəkildə əlaqə qurmasını mümkün edir (Smith, 2020).

Yekun olaraq, ictimaiyyətlə əlaqələr dövlət qurumlarının sosial məsuliyyətini artıran, cəmiyyətlə daha sıx əlaqə qurmasına şərait yaradan strateji bir sahədir. Bu sahəyə diqqətin artırılması həm dövlət orqanlarının fəaliyyətinin daha şəffaf və səmərəli olmasına, həm də vətəndaşların dövlətə olan inamının güclənməsinə xidmət edir. İstinad olunan beynəlxalq təcrübələr göstərir ki, ictimaiyyətlə əlaqələr yalnız dövlətin effektiv idarə olunması üçün deyil, həm də demokratik institutların gücləndirilməsi üçün vacibdir (Cutlip, Center & Broom, 2000). PR işinin

təşkilində müasir texnologiyaların, rəqəmsal transformasiyaların, sosial şəbəkələrin imkanlarından istifadə isə dövlət-vətəndaş münasibətlərində yeni mərhələ hesab olunur. Bu sahədə bilik və bacarıqların artırılması ilə daha peşəkar səviyyədə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması bütün tərəflər üçün effektiv nəticələrə gətirib çıxarır.

ƏDƏBİYYAT

1. Əliyev, M. (2015). Dövlət idarəetməsində PR və onun rolu. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı.
2. Həsənov, A. (2018). İctimaiyyətlə əlaqələrin dövlət qurumlarında tətbiqi. Azərbaycan Dövlət İdarəçilik Akademiyası, Bakı.
3. Hüseynova, F. (2020). Dövlət qulluğunda ictimaiyyətlə əlaqələr və onun strategiyaları. Azərbaycan İctimaiyyətlə Əlaqələr Jurnalı, 12(3), 45-58.
4. Əkbərov, S. (2019). Azərbaycan dövlət qurumlarında PR və kommunikasiya. Bakı: Qanun Nəşriyyatı.
5. Azərbaycan Respublikasının Dövlət İmtahan Mərkəzi (2021). Dövlət qulluğunda PR-in əhəmiyyəti və vəzifələri. Bakı: DİM.
6. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations.
7. L'Etang, J. (2008). Public Relations: Concepts, Practice and Critique.
8. Smith, R. D. (2013). Strategic Planning for Public Relations.
9. Fawkes, J., & Gregory, A. (2000). Public Relations and Communication Management.
10. Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2012). Public Relations: Strategies and Tactics.
11. White, C., Niranjan R. (1999). The World Wide Web as a public relations medium.
12. Okay, A. (2001). Public relations on the Web.
13. Amira, A. (2023). The Origins of Public Relations.
14. Zerfass A., Moreno, A., Tench, R. (2023) European communication monitor.
15. Kietzmann, Jan H.; Hermkens, Kristopher. (2011) Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.
16. Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve. (2015) Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue.
17. Dabner, N. (2012). "Breaking Ground" in the Use of Social Media
18. Askeroglu, O. (2010). Pazarlama Odaklı Halkla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medyanın Rolü.
19. Boyd, Danah M., & Ellison, Nicole B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated on.
20. Kaplan, Andreas M., & Haenlein, Michael. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
21. Wilcox, D. L. (2006) The Landscape of Today's Public Relations
22. Searson, E. M., Johnson, M. A. (2010) Transparency Laws and Interactive Public Relations.

Acar sözlər: *Dövlət idarəciliyi, ictimaiyyətlə əlaqələr, internet, sosial media, kommunikasiya*

Ключевые слова: Государственное управление, связи с общественностью, интернет, социальные медиа,

Keywords: *Public administration, public relations, internet, social media, communication*

XÜLASƏ

İctimaiyyətlə əlaqələrin qurulması dövlət idarəetməsinin mühüm tərkib hissəsidir. Bu sahə hökumət orqanlarının ictimaiyyətlə münasibətini formalaşdırmaqla demokratik cəmiyyətin əsas prinsiplərini dəstəkləyir. İctimaiyyətlə əlaqələr (Public relations- PR) vasitəsilə dövlət qurumları vətəndaşların güvənini qazanır, öz işində şəffaflığı artırır və aparılan siyasətin daha yaxşı anlaşılmasına nail olur. Effektiv kommunikasiya strategiyaları vasitəsilə dövlət qulluğunda çalışanlar ictimaiyyətin ehtiyaclarını və tələblərini daha yaxşı öyrənə və qarşılıqlı əlaqəni inkişaf etdirə bilirlər. Bu yanaşma həm də rəsmi qərarların effektivliyini və legitimliyini artırır. Nəticə etibarilə, ictimaiyyətlə əlaqələrin inkişafı dövlət qulluğunun daha səmərəli və hesabatlı fəaliyyətini təmin edir. Texnologiya əsrində yeni kommunikasiya kanallarının yaranması, rəqəmsal medianın inkişafı ictimaiyyətlə əlaqələr sektoruna da təsir edir. Sosial media fenomeni artıq PR işinin ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilib. Məqalədə dövlət idarəetməsində ictimaiyyətlə əlaqələr işinin təşkili və bu istiqamətdə sosial medianın rolundan bəhs edilir.

РЕЗЮМЕ

Установление связей с общественностью является важной частью государственного управления. Эта сфера поддерживает основные принципы демократического общества, формируя отношения государственных органов с публичной аудиторией. С помощью связей с общественностью (Public Relations - PR) государственные учреждения завоевывают доверие граждан, увеличивают прозрачность своей работы и способствуют лучшему пониманию проводимой политики. Эффективные коммуникационные стратегии позволяют государственным служащим лучше изучать потребности и требования общественности и развивать взаимодействие. Такой подход также повышает эффективность и легитимность официальных решений. В результате развитие связей с общественностью обеспечивает более эффективное и отчетное функционирование государственного управления. В эпоху технологий новые коммуникационные каналы и развитие цифровых медиа также влияют на сектор связей с общественностью. Феномен социальных медиа уже стал неотъемлемой частью PR-работы. В статье рассматривается организация работы связей с общественностью в государственном управлении и роль социальных медиа в этой области.

ABSTRACT

Public relations (PR) is an important part of public administration. This area supports the basic principles of a democratic society by shaping the way public bodies relate to the public. Through public relations (PR), public institutions increase transparency, build citizens' trust and help to better understand policies. Through effective communication strategies, public officials can better understand the needs and demands of the public and develop mutual communication. This approach also increases the effectiveness and legitimacy of official decisions. Ultimately, the development of public relations makes the public service more effective and accountable. The emergence of new communication channels in the era of technology and the development of digital media have also influenced the public relations sector. The phenomenon of social media has become an integral component of PR practices. This article discusses the organization of public relations activities in government administration and examines the role of social media in this context.

RƏYÇİ: dos. L.Əkbərova