

**АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

На правах рукописи

УСНИЯ ВАСИФ КЫЗЫ БАБАЕВА

**РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ:
НА ПРИМЕРЕ АЗЕРБАЙДЖАНА**

**Специальность: 5904.01 - «Политические институты и
системы»**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

**диссертации на соискание ученой степени
доктора философии по политическим наукам**

БАКУ - 2014

Работа выполнена в Институте по Правам Человека
Национальной Академии Наук Азербайджана

Научный

руководитель:

доктор политических наук,
профессор
Х.К.Гусейнова

**Официальные
оппоненты:**

доктор политических наук,
профессор
А.Г.Нахчыванлы

доктор философии по
политическим наукам, доцент
Л.З.Кареева

Ведущая организация:

Отдел «Политологии и
политической социологии»
Института Философии
и Права НАНА

Защита состоится «_30_»_09_2014 г. в «_» часов на Заседании
Диссертационного Совета FD 02.101 Академии Государствен-
ного Управления при Президенте Азербайджанской Республики.

Адрес: AZ1143, г. Баку, ул.Лермонтова, 74

С диссертацией можно ознакомиться в Научной Библиотеке
Академии Государственного Управления при Президенте
Азербайджанской Республики.

Автореферат разослан «_____» _____ 2014 года

Ученый секретарь
Диссертационного Совета
FD 02.101

Мамедова С.И.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования определяется общемировой тенденцией усиления роли PR-технологий в формировании внешнеполитического имиджа государства и его лидеров и возрастающим вниманием политического руководства Азербайджана к общественному мнению как важнейшему индикатору развития демократии и гражданского общества. «В общественно-политическом и государственном строительстве, в экономике, во всех сферах жизни,- подчеркивал Гейдар Алиев, - необходимость проведения демократических изменений явилась самым важным фактором»¹. В векторно-ориентирующей составляющей государственного и гражданского развития, разработанной общенациональным лидером Гейдаром Алиевым, связи с общественностью становятся действенным механизмом утверждения национальных и общечеловеческих ценностей.

Гейдар Алиев выступал важнейшим гарантом конструктивности связей государства и общества на основе утверждения ценностей национального развития. Эту традицию продолжает и творчески развивает его достойный преемник Президент Азербайджанской Республики Ильхам Алиев, выдвигая в качестве национальных приоритетов амбициозные цели модернизации, реализовать которые можно «только с участием всего азербайджанского социума»². Следовательно, развитие связей с общественностью становится важнейшей задачей динамичного демократического развития Азербайджана. Особую значимость приобретает политический анализ управленческого воздействия PR-технологий на формирование общественного мнения как индикатора социальной поддержки выбранных политическим руководством страны стратегических целей и ориентиров национального развития.

¹Heydər Əliyev BMT- nin 50 illiyi ilə əlaqədar BMT Baş Məclisinin xüsusi təntənəli iclasında çıxışı/ Heydər Əliyev. Müstəqilliyimiz əbədidir. 46-cı cildə 4-cü kitab. Bakı:Azərneşr, 1997,s.393

² Интервью Президента Ильхама Алиева агентству ИТАР-ТАСС и телеканалу «Россия 24». www.president.az

Признание PR-технологий в качестве важнейшего инструмента политического управления и эффективного средства формирования и развития государственных и социальных связей во внутренней среде со всей очевидностью диктует необходимость их изучения и во внешней среде, как фактора «мягкой силы». Влияние имиджа Азербайджанского государства на мировой арене определяется его статусом государства-лидера в регионе и достойным местом в международном сообществе. Избрание Азербайджана непостоянным членом Совета Безопасности, председательство нашей страны в Совете Министров Совета Европы, проведенные в Баку сессии Парламентской Ассамблеи Совета Европы и Парламентской Ассамблеи ОБСЕ свидетельствуют о позитивном политическом имидже нашего государства.

В мировой политической практике актуальность PR-технологий возрастает в связи с сужением рамок силового решения политических проблем и выдвиганием на политическое поле факторов «мягкой силы» государства и его лидеров. Таким образом, тема диссертационного исследования выдвигается в число актуальных и перспективных направлений научного поиска в области политических наук.

Степень научной разработанности проблемы. Практически до конца 90-х годов PR-технологии как объект научно-теоретической рефлексии изучались только западноевропейскими и американскими учеными. Теоретические и прикладные исследования С. Блэка, Э. Бернейс Ж.П. Бодуана, Ф.А. Буари, Ф. Джефкинса и Д.Ядина, С.М.Катлипа, Ф.П. Сайтэла, Ш. Харрисона, способствовали определению категориального аппарата PR-технологий, выявлению их специфики в политике и их роли в формировании имиджа государства.³ В современной западной

³Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое. М.:Новости, 1990; Бернейс. Э. Пропаганда. М.:НипроPublishingLTD, 2010;Бодуан Ж.П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство.М.: ИИФРА, 2001; Буари, Ф.А.Пабликриллейшнз или стратегия доверия.М.:ИНФРА. 2001,Джефкинс Ф., Ядин.Д.Пабликрелейшнс. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2003;Катлип С.М., Сентер, А.Х. Брум Г.М.. Паблик рилейшнз: Теория и практика. М.:Вильяме, 2000;

политической науке PR-технологии в основном исследуются в рамках политического маркетинга⁴ и электоральных процессах⁵.

Разнообразные методологические подходы к проблематике политических PR-технологий и роли общественного мнения в функционировании политических институтов представлены в трудах П.Бурдые, Р.Даля, Т.Парсонса.⁶ Аксиологический подход к информационному обмену социума и власти, его специфика в постмодернистской парадигме раскрываются в фундаментальных трудах Ж. Бодрийяра, Р.Инглехарта, К.Вельцеля, Э.Тоффлера, Ю.Хабермаса.⁷

Среди исследований ученых постсоветского пространства можно выделить труды С. Клягина и Е. Осиповой, разрабатывающих методологию PR- технологий транзитного общества, В.Лазутина, исследующего роль PR- технологий в

⁴Austin E.W.&PinkletonB.E. Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs. N.J.:Mahwah,, 2001;De-Westernizing. Media Studies.L.-N.Y.: Routledge, 2000;Dowling, G. Creating Corporate Reputations: Identity, Image, and Performance .Oxford: University Press, 2001;Fischer Frank. Reframing Public Policy: Discursive Politics and Deliberative Practices.Oxford: University Press, 2010; Nicholas A. O' Shaughnessy, Stephan C.Henneberg. The Idea of Political Marketing in Political Communication.N.J.:Greenwood Publishing Group, 2002,Otis W.Baskin, Craig E. Aronoff, Public relations: the profession and the practice. New York: McGraw-Hill,2004;

⁵Bruce,B. Images of power. How the image-makers shape our leaders. London:Kogan Page, 2002;P.Harrop,M.&Miller.W.L.Elections and Voters: A Comparative Introductions. London: Macmillan, 2007;HustavsonH.Jordan. Styles of Politics in Western Europe.New York: McGraw-Hill, 2003; James S. Fishkin The Voice of the People. Public Opinion and Democracy..London.:New Haven, 2005;

⁶Бурдые,П. О телевидении и журналистике. М.:Гнозис, 2002; Даль. Р. Демократия и ее критики. М.:РОССПЭН, 2003;Парсонс Т. О структуре социального действия. - М.: Академический проект. 2002;

⁷Бодрийяр. Ж. В тени молчаливого большинства или Конец социального. СПб.:Изд.С- ПБУ, 2000;Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия. М.:Новое издательство, 2011;Тоффлер, Э.Шок будущего.М.:АСТ, 2008;Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне.М.: Весь Мир, 2003

государственном управлении, М.Шишкиной, чей фундаментальный труд раскрывает сущность и методы PR-технологий в социальном управлении.⁸ Однако в трудах многих исследователей СНГ заметен механический перенос идей и даже практических примеров из западной практики PR-технологий⁹. В целом роль PR-технологий в формировании общественного мнения на внутреннем и внешнем политическом поле страны пока не стала предметом научного исследования.

В азербайджанской политологии накоплен определенный эмпирический материал о роли связей с общественностью в государственном управлении. Интересен проведенный А. Нахчыванлы контент-анализ писем граждан республики, поступивших в 1998-2002гг. в аппарат Президента Азербайджана и реакции на эти обращения общенационального лидера Гейдара Алиева.¹⁰

В трудах азербайджанских ученых PR-технологии крайне фрагментарно рассматриваются в диапазоне СМИ и работы азербайджанского государства с диаспорой, а так же упоминаются в связи с развитием политической культуры и пропаганды азербайджанизма.¹¹ В них отсутствует целостная политологическая концепция роли PR-технологий в

⁸ Клягин С.В.,Осипова Е.Н. Игра в "классики": методология PR-коммуникаций и динамика научных парадигм.Сб. Актуальные проблемы теории коммуникации". СПб: Изд-во СПбГПУ, 2004; Лазутин В.В. Роль PR в государственной системе. В кн. PR против кризисов. М.:Олмо пресс 2009;Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб.: Изд-во СПбГПУ 2009.

⁹ Бочаров М.П. История паблик рилейшнз: нравы, бизнес, наука. М.:Известия, 2000;ГавраД.П.Социально-коммуникативныетехнологии: сущность, структура, функции. СПб.:Петербургск школа PR; 2003; Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.:Армада-пресс, 2002.

¹⁰Нахчыванлы А. Г. Политические и ценностные основания государственной власти. Баку. Диссертация на соиск.д.п.н. Баку. 2004,с.201.

¹¹Наciyeva V.C. Siyasət və onun informasiya təminatı. Siyasi elm namizədin dissertasiyasına avtoreferat. Bakı.2004. Xalilova G. Ə. Gənclərin siyasi fəallığının artmasında teleinformasiyanın rolu .s.e.n. dissertasiya.2004.Məmmədov E.T.Azərbaycan diasporunun formalaşması və inkişafında dövlətin rolu. s. e.n. dissertasiya.Bakı. 2011; Бабаев С. А.Политическая культура – как предмет социально-философской рефлексии.Баку.:Elm. 2004 и др.

интенциональности патриотизма граждан Азербайджана и формировании позитивного общественного мнения о стране за рубежом. Представляется, что сфокусированность диссертационной работы на роли PR-технологий в формировании общественного мнения позволяет провести научный анализ этой важнейшей сферы политической науки в Азербайджанской Республике.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования выступают PR–технологии как механизм связей между государством и социумом. Предметом исследования выступают PR-технологии формирования общественного мнения в Азербайджане и за его пределами, направленные на интенциональность патриотизма граждан и создание объективного имиджа азербайджанского государства и его лидеров.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в определении роли PR-технологий, как одной из функций политического управления, в формировании общественного мнения об Азербайджане, его лидерах и политике, во внутренней и внешней средах. На пути достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- Определены параметры политических PR-технологий и их функциональная динамика в рамках классических моделей связей с общественностью.
- Проведен комплексный политологический анализ современных неклассических моделей PR-технологий
- Предложена система национальных индикаторов процесса институализации PR-технологий в политическую жизнь Азербайджана.
- Определены параметры концептуально-национальной модели PR- технологий на основе идеологии «азербайджанизма».
- Проанализированы PR-технологии создания имиджа современного азербайджанского государства и его позиционирования во внешнеполитическом пространстве.
- На основе анализа национальной модели внешнеполитической имиджевой кампании, проводимой

Фондом Гейдара Алиева, определена значимость партнерства государства и гражданского общества в создании имиджа Азербайджана на международной арене.

- Показано значение репутационного имиджа Фонда Гейдара Алиева и Президента Фонда, посла Доброй воли ЮНЕСКО и ИСЕСКО Мехрибан Алиевой в формировании общественного мнения об Азербайджане за рубежом.

- Определена роль синхронизации государственных и гражданских PR-технологий в информационной войне против Армении и контрпропагандистских акциях, направленных на справедливое разрешение Армяно-Азербайджанского Нагорно-Карабахского конфликта.

Теоретической базой исследования является, прежде всего, разработанная общенациональным лидером Гейдаром Алиевым система ценностей, функционирующая на национальном уровне, положения и выводы, связанные с идеологией «азербайджанизма» как идеологии реального суверенитета и национального возрождения, а так же фундаментальные труды по исследуемой проблеме. Роль PR-технологий исследуется на принципах политического анализа, общенаучных методах анализа и синтеза, обобщения и экстраполяции, системном и институциональном подходах. Использованный в работе метод глубинных экспертных интервью с руководителями структур гражданского общества позволил определить эффективность информационного воздействия государственных PR-технологий на мнение социума.

Новизна диссертационной работы проявляется в том, что она является первым в отечественной политической науке комплексным исследованием роли PR-технологий в формировании общественного мнения в стране и за рубежом. Новизна исследования так же определяется:

- постановкой проблем, связанных со структуризацией понятийного поля PR-технологий, что крайне актуально при фактическом отсутствии в отечественной политической науке PR-дефиниций политического характера.

- анализом функциональной динамики PR-технологий, что позволяет выдвинуть интересы общественности в качестве приоритетных.

- комплексным политологическим анализом современных неклассических PR-технологий от информационных войн до рейфрейминга.

- введением в научный оборот понятия концептуально-национальная модель PR-технологий, которое включает коммуникационные установки государственной власти, особенности политической культуры, функциональность и эффективность идеологии азербайджанизма как базового концепта национальных PR-технологий

- предложением индикаторов концептуально-национальной модели PR-технологий, анализом стратегий и тактик данной модели в контексте формирования общественного мнения в стране и за рубежом.

- разработанной системой национальных индикаторов эффективности PR-технологий во внутренней и внешней политических средах Азербайджанской Республики.

- рядом практических рекомендаций, направленных на развитие PR -технологий в Азербайджане.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования Теоретическая значимость диссертации определяется разработкой политологического подхода к роли PR-технологий в формировании общественного мнения в Азербайджане и за рубежом. Выявлены проблемы научного поиска эффективности PR-технологий в политическом процессе, инфомационно-пропагандистских кампаниях. Материалы исследования могут быть использованы в государственных структурах при разработке PR- стратегий, в деятельности отделов по связям с общественностью и инфомационно-аналитических служб, а также в учебном процессе в рамках преподавания политических и социальных наук.

Апробация работы. Диссертация была обсуждена и рекомендована к защите на заседании Диссертационного совета Института по Правам Человека Национальной Академии Наук Азербайджанской Республики. Основные положения

диссертации, выводы и практические рекомендации изложены на научных конференциях и в статьях, опубликованных в научных журналах и сборниках.

Структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, 3 глав, заключения и списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, рассмотрена степень ее изученности, определен объект и предмет исследования, указаны его основная цель и вытекающие из нее задачи, дана методологическая база диссертации и новизна, исследования, конкретизирована теоретическая и практическая значимость работы, представлена ее структура.

В первой главе - «Возрастание роли PR-технологий в динамичном политическом управлении» - основное внимание сосредоточено на выборе политическими структурами моделей связей с общественностью, раскрыты функции PR-технологий в политических процессах и в продвижении общественно-политических инициатив.

В первом параграфе - «Категориальный аппарат политических PR- технологий и их классические модели»- предлагается рассматривать изучаемую категорию как информационно-психологическую технологию активного воздействия на социальную систему в целом или на ее отдельные составляющие для достижения позитивного результата принятого политического решения. Постулируется потребность политической власти в создании привлекательного имиджа властных структур, политических лидеров, предлагаемых концепций, стратегий, идей и т.д., то есть любого политического продукта, который оценивается, принимается или отвергается на политическом рынке. «В современных условиях политика прочно обосновывается на товарном рынке,

Политика, как всякий товар, требует эффективности рыночного промощена»¹².

В параграфе предлагаются четыре параметра категории PR - технологий: *область деятельности PR* как коммуникационный процесс, отражающий различные модели информирования общественности о деятельности политических структур; *задачи PR*, заключающиеся в формировании общественного мнения, социальных настроений, значимых имиджей, соответствующих разнообразным политическим стратегиям, формирование атмосферы доверия и толерантности в социально-политической жизни; *потребности потребителей PR-технологий* и соответствующая им социальная адресность; *специфика PR-технологий*, которая определяется степенью гибкости и открытости системы политического управления, сочетающей приемы и способы информационных и психологических технологий с элементами эмоционального воздействия.

В параграфе анализируются преимущества и минусы четырех классических моделей политических PR-технологий: публицити; информирование общественности; двухсторонняя асимметричная и двухсторонняя симметричная модели. Еще в советский период Общенациональный лидер Гейдар Алиев заложил основы самой оптимальной модели связи государства и социума - двухстороннюю симметричную модель, так как его политическому стилю было присуще особое внимание к мнению граждан, интересам и настроению всего общества. Благодаря Гейдару Алиеву в нашей стране функционируют такие важные связи с общественностью как проведение съездов азербайджанцев мира, консолидирующей деятельность диаспорских организаций, конгрессы азербайджанских учителей, съезды женщин и молодежные форумы. Политические PR-технологии в Азербайджане строятся на основе идеологии азербайджанизма с учетом нынешних реалий: развитой демократии, устойчивого социально-

¹²Greenstein F 1. Two Leadership Styles of W J.Clinton//Political Psychology - 1994 - Vol 15. -№2.p.385

экономического развития, усиления ценностей самореализации, укрепления социального доверия и толерантности.

Во втором параграфе - «PR-технологии постмодерна и их актуальные тактики» - анализируются разнообразные виды цветных технологий, отражающие не только классическую бело-черную направленность, но и цветовую гамму, насчитывающую более 12 «оккупированных цветов»¹³. Выбранный политическими структурами колор несет информацию о проблеме, по которой необходимо установить контакты с целевыми группами общественности. Особое внимание уделяется PR-технологиям PAF (коэффициент усиления прессинга на общественность) и технологиям рефрейминга как тактикам манипуляции общественным мнением через переформатирование содержания, изменения иерархии событийного ряда в целях перехвата стратегической инициативы. Мы приходим к заключению, что, выступая промежуточным звеном между государственной практикой, политическим проектированием и информационной активностью общества, неклассические PR-технологии представляют своеобразную зонтичную структуру, аккумулирующую мониторинг, имиджмейкерство, рекламно-коммуникационную деятельность с целью формирования общественного мнения

Во второй главе - «Концептуально-национальная модель PR-технологий как важнейший фактор формирования общественного мнения: анализ политической практики Азербайджана»- анализируется национальная специфика PR-технологий, которая обуславливается двумя взаимосвязанными компонентами: «функционированием политической системы и принципам активности коммуникационных каналов с субъектами политики»¹⁴.

¹³Dowling, G. Creating Corporate Reputations: Identity, Image, and Performance / G. Dowling. Oxford: University Press, 2001, p.67.

¹⁴Wollmann H. GR in West Germany's Federal Government: A Case of Unfinished Governmental and Administrative Modernization // Governance: An International Journal of Policy and Administration. 1999. Vol. 2, №3. p38

В первом параграфе данной главы - «Концептуальные индикаторы моделей PR-технологий и процесс их институционализации в современном азербайджанском обществе» - идеологема азербайджанизма, формирующую интенциональность патриотизма в системе ценностных ориентаций социума, рассматривается как национальный концепт модели PR-технологий. Главной составляющей материализации идеи азербайджанизма стала инновационная модернизация, начатая стратегическим курсом Президента Ильхама Алиева с 2003 года.¹⁵ PR-технологии способствуют сохранению высокого авторитета Президента Ильхама Алиева, который, согласно Конституции Азербайджана не только олицетворяет единство народа, но и "обеспечивает преемственность азербайджанской государственности"¹⁶. Президент Ильхам Алиев неоднократно акцентировал внимание общественности на том, что разработанные государственные программы, четкий механизм их реализации создали благоприятные условия для ускоренного развития нашей страны, так как были поддержаны всем народом.¹⁷ PR-технологии информируют граждан страны и мировое сообщество о стратегии и тактике государственных органов, реализующих политический курс Азербайджанского государства.

Сфера политических PR-технологий в Азербайджане полисубъектна и многомерна, что естественно для демократического общества. Механизм связей с общественностью в Азербайджане функционирует как на "входе", так и на "выходе" политической системы. Проведенный анализ позволяет утверждать, что на функции «входа» PR-технологии информируют о целях определенного политического курса, реакции на политические события как в

¹⁵Мехтиев Р.Э.Определяя стратегию будущего: курс на модернизацию. www.1news.az/analytics/20080110113244532.html

¹⁶Конституция Азербайджанской Республики. Баку. 1997с.8

¹⁷Интервью Президента Ильхама Алиева агентству ИТАР-ТАСС и телеканала «Россия 24». www.president.az/news/interviews

стране, так и за рубежом, результатах конкретной политической практики, а к функциям "выхода" следует отнести формирование общественного мнения по поводу принимаемых политических решений и действий.

Во втором параграфе - «PR-технологии формирования позитивного имиджа Азербайджанского государства и его лидеров как факторы обеспечения национальных интересов» - анализируются наиболее распространенные PR-технологии, формирующие общественное мнение:

1. *имиджевые технологии*: формирование имиджа Азербайджана как высокоразвитой страны с богатым культурным наследием; имиджа общенационального лидера Гейдара Алиева, как создателя независимого азербайджанского государства, имиджа действующего Президента Ильхама Алиева, как государственного лидера новой эпохи; формирование позитивного имиджа государственных институтов; высокий репутационный имидж Фонда Гейдара Алиева и Президента Фонда, посла Доброй воли ЮНЕСКО и ИСЕСКО Мехрибан Алиевой;

2. *технологии создания климата доверия между властью и обществом, повышающим эффективность государственного управления*: непосредственные контакты политического руководства с населением, прямые обращения Президента к народу, общение с целевыми группами (молодежь, ученые, женщины, беженцы, спортсмены и т.д.); политические поездки главы государства по стране и за рубежом;

3. *технологии тиражирования и обработки информации*: работа со СМИ, изучение обратной связи; расширение Интернет пространства и оптимизации виртуальных ресурсов.

Если государственным и гражданским структурам в большей мере свойственны классические модели публичности и двухсторонней ассиметричной информации, то модель симметричной информации и постмодернистская модель виртуальных технологий во многом определяют информационное сопровождение деятельности Президента Ильхама Алиева и репутационный менеджмент Фонда Гейдара Алиева. Анализируется роль PR-технологий в общественных

дискуссиях по разработке концепции «Азербайджан 2020: взгляд в будущее». Сегодня в нашей стране действуют около 60 государственных программ, стратегий и концепций, которые принимались после диалога с обществом.

Примером рациональной модели симметричной информации связи с общественностью служит интерактивный сайт Президент страны Ильхама Алиева. Можно утверждать, что взаимодействие Главы государства с общественностью посредством виртуальных PR- технологий, основанных на принципе интерактивности и отсутствии временных ограничений, способствует формированию объективного многогранного позитивного имиджа лидера. Развитие сетевой активности государственных органов заявлено, как направление государственной политики в области связей с общественностью. Поддержание виртуального представительства государственного органа выполняет две активные PR - функции: информирования целевой аудитории и формирование позитивного имиджа государственной власти. К сожалению, государственные структуры далеко в неполной мере используют возможности обратной связи и интерактивности.

В параграфе представлены важнейшие индикаторы концептуально- национальной модели PR-технологий, каждый структурный компонент которой имеет свою целевую аудиторию и в целом воздействует на формирование общественного мнения. Концептуально-национальная модель PR- технологии предстает активным инструментарием двустороннего политико-психологического процесса, предполагающего со стороны власти объяснение политического курса, а со стороны общества - общественное признание и поддержку политического лидера и его действий.

В третьем параграфе - «Роль PR-технологий в информационной войне против армянской пропаганды»- анализируются контрпропагандистские *технологии*, раскрывающие причины и последствия Армяно-Азербайджанского Нагорно-Карабахского конфликта; привлечение внимания к его справедливому разрешению;

постоянное информационное присутствие Азербайджана в ведущих мировых СМИ, сломившее стереотипы международного мнения о нашей стране, как об агрессоре, усиление влияния азербайджанской диаспоры; формирование лоббистских групп, как в правительственных органах зарубежных стран, так и среди мировой общественности; пролонгированная международная информационная кампания «Справедливость - Ходжалам, свободу - Карабаху»;

Информационно-пропагандистские усилия PR-технологий становятся адекватны политическим и психологическим воззрениям современного западного общества. В практике PR-технологий усиливается влияние к гибким инструментам воздействия на мнение международного сообщества, как фактор формирования мирового общественного мнения по отношению к армянской агрессии и справедливому решению Армяно-Азербайджанского Нагорно-Карабахского конфликта. Формируемое в международном сообществе мнение о справедливых требованиях Азербайджана в последнее время заметно осложнило политическую ситуацию в Армении, осознавшей реальную политическую, экономическую и военную силу Азербайджана.

Вторая глава завершается выводами о сочетании восприятия и оценки политического курса азербайджанского государства, как гражданами страны, так и зарубежной общественностью через зонтичную структуру PR-технологий, включающей: лидерский компонент политического имиджа страны, внешнеэкономический компонент государственной политики, компонент экономического и социального развития страны, цивилизационно-культурный имидж Азербайджана, гуманизацию межкультурного сотрудничества, инициируемую Президентом Ильхамом Алиевым.

В третьей главе - «Национальный компонент внешнеполитических имиджевых PR-технологий: опыт деятельности Фонда Гейдара Алиева» - анализируется как «богатое культурное наследие Азербайджана превратилось в

визитную карточку страны»¹⁸. Имидж Фонда Гейдара Алиева является значимым национальным фоном, своеобразным бэкграундом азербайджанской модели PR-технологий. Высокий рейтинг этой гражданской структуры способствует развитию многопрофильных связей с международной общественностью. Президент Фонда, первая леди Азербайджана, посол UNESCO и ISESCO, депутат Милли Меджлиса Мехрибан Алиева считает, что «укрепляя связи с широкой общественностью, Фонд еще более усовершенствует свою деятельность и внесет вклад в дело всестороннего развития Азербайджана, утверждения гражданского общества в нашей стране».¹⁹

Первый параграф - «Основные направления и стратегии PR- технологий Фонда Гейдара Алиева и их влияние на формирование репутационного имиджа Азербайджана» - сфокусирован на следующих аспектах: *организационно-технологическом*, включающем организацию и проведение разнообразных акций, деловых встреч, конференций, форумов, фестивалей; *информационно-коммуникативном*, обеспечивающим подготовку и тиражирование информации, научно обоснованной, этически выверенной, эмоционально насыщенной; *коммуникативно-аналитическом*, разрабатывающим и апробирующим эксклюзивные программы и PR-акции; *мотивационно-психологическом*, побуждающим людей верить в искренность гуманных целей, формировать доверие и гармоничные отношения с общественностью во внутренней и во внешней политических средах.

PR-технологии Фонда Гейдара Алиева основываются на рациональной и эмоциональной стратегиях. Рациональная PR-стратегия направлена на деловую информированность, документальную и логическую аргументацию своей позиции для формирования мнения аудитории. Формы реализации рациональной стратегии представлены научными конференциями, общественными и культурными форумами,

¹⁸ Алиева М. Приветствие участникам IV Международного музыкального фестиваля в Габале. <http://www.mehriban-aliyeva.org/gabala/greeting/2012/>

¹⁹ Нәйдәр Әлиев фонду. Bakı.Ozan.:2010. §3

проведенными совместно с международными структурами. Эмоциональная PR-стратегия рассчитана на формирование чувств, сопереживаний, настроений, оказывающих влияние на восприятие информации на индивидуальном и массовом уровнях. Например, сопереживания жертвам Ходжалов формирует объективное мнение об армянской агрессии, как о геноциде, восхищения азербайджанским ковром и мугамом ведет к желанию больше узнать о народных ремеслах и культуре Азербайджана и т. д. К формам реализации эмоциональной PR – стратегии можно отнести разнообразные творческие акции, фестивали, конкурсы, многочисленные издания, видеоролики, документальные фильмы.

Во втором параграфе - «Роль Фонда Гейдара Алиева в контримиждевой стратегии государства и популяризации имиджа Азербайджана за рубежом» - проводится анализ контримиждевой практики Фонда, определяющими характеристиками которой выступают: системность, как упорядоченная совокупность PR-акций, имеющих устойчивую структуру, направленную на реализацию выдвинутой цели; трастовость, то есть повышения уровня доверия получателя информации к коммуникатору; учет критериев оптимальности, которые складываются из логистики и эффективности, то есть получение заданного результата; планомерность, определяющую внутренний цикл и возможности тиражирования связей с общественностью; креативность, как творческий подход к каждой PR- акции.

Сфокусированность политических и гражданских PR-технологий на проблеме противодействия армянской пропаганде ведет к формированию целостного общественного мнения за рубежом о необходимости противодействия армянскому терроризму и справедливому решению Армяно-Азербайджанского Нагорно-Карабахского конфликта. В параграфе анализируются активные и многовекторные PR-технологии Фонда Гейдара Алиева, посвященные 20-летию независимости Азербайджанской Республики, которые выстраивались не только по тематическим проблемам, но и с

учетом интересов целевого сегментирования социальных структур внешнеполитического пространства.

В третьем параграфе – «Специфика зонтичной структуры имиджевых PR- технологий Фонда Гейдара Алиева - анализируется эксклюзивная технология «наложения имиджей». Данная PR-технология, предполагающая «наложение» политического, репутационного, национально-культурного, культурно-исторического и культурно-массового имиджей, способствует развитию совместных многопрофильных PR-технологий государственных и гражданских структур. Через восприятие культурного наследия продуцируется процесс фиксации и воспроизводства национальной идентичности. Фонд Гейдара Алиева рассматривает пропаганду азербайджанской национальной культуры как одну из важнейших PR-технологий распространения политического влияния в мире. Это придает PR-технологиям Фонда Гейдара Алиева особый статус в международных отношениях Азербайджана и объясняет их направленность на признание важности культуры, как источника социальной стабильности, духовного здоровья нации, экономического роста. PR-технологии Фонда эффективно моделируют культурную составляющую внешнего имиджа азербайджанского государства. Главу завершает вывод о том, что PR-технологии Фонда Гейдара Алиева, транслируя в азербайджанском социуме общечеловеческие и национальные ценности, расширяют культурный базис социума, формируют новые запросы и создают социально-культурный капитал, который влияет на международное мнение об Азербайджане.

В заключении подведены основные итоги исследования, обобщены выводы, сформулированы рекомендации о путях повышения роли PR-технологий в интенциональности патриотизма граждан и формировании позитивного общественного мнения о нашей стране за пределами Азербайджана. Наряду с этим представлены рекомендации по координации солидарных акций государственных и гражданских структур для лоббирования национальных

интересов Азербайджана за рубежом, а также подготовки почвы для формирования мегакоммуникационных PR- технологий.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

1. Роль использования PR-технологий в политике, məqalə, Dürçəliş XXI əsr, 2011, № 162-163, səh.268-272

2. Роль национально-концептуальной модели PR-технологий в формировании ценностно-ориентированного единства азербайджанского общества, məqalə, Dövlət idarəçiliyi. Nəzəriyyə və təcrübə. 2012, № 1 (37), səh.150-154

3. Концепция PR-технологий в контексте информационного общества, məqalə, Кавказоведение Caucasiology, 2011, № 19 Российская Академия наук, səh.131-136

4. Роль политических PR-технологий в системе национального политического менеджмента, Beynəlxalq Konfrans materialları, Səmərəli dövlət idarəçiliyi: zamanın çağırışları, Bakı 05-06 dekabr 2011, səh.492-495

5. Бакинский Международный гуманитарный форум «XXI век: надежды и вызовы» и политические PR-технологии, məqalə, Özümüzü və dünyanı dəretmə yolunda” AMEA İHİ doktorantların elmi nəşrləri, 2011, səh.89-94

6. Роль PR-технологий в формировании имиджа государства в духовной сфере, Beynəlxalq tərkibli respublika konfransı, Din və Etiqad azadlığı. Hüquqi, siyasi və ictimai aspektlər. Tezislər toplusu. AMEA İHİ. Bakı 2012, səh.24-25

7. Возрастание роли PR-технологий в информационной войне с Арменией, Beynəlxalq Konfrans materialları, AMEA İHİ 15-illiyinə həsr olunmuş “Soyqırımı və terror. Erməni ideologiyasının əsas amilləri kimi”. Tezislərin toplusu, Bakı 2013, səh.29-30

8. Роль идеологемы «азербайджанизма» в национально-онцептуальной модели PR-технологий, məqalə, Dövlət idarəçiliyi. Nəzəriyyə və təcrübə. N4 (44), 2013, səh. 213-216

9. The National-Conceptional model of foreign policy image company (Heydar Aliyev Foundation's experience activity), məqalə, "Intercultural communications" (Межкультурные коммуникации). Georgia. Tbilisi N22. 2014, səh. 125-128

10. PR–технологии как категория современной политической науки и ее специфика в политической практике Азербайджана, məqalə, Общественные и политические науки БСУ (ISSN 2309-3277), Çара göndərilib

11. Возрастание роли PR- технологий в динамичном политическом управлении в Азербайджане, məqalə, Strateji təhlil ("Стратегический анализ") SAM, 2014, Çара göndərilib

Xülasə

Bu dissertasiyada PR-texnologiyalarının rolu siyasi idarəetmənin və effektiv dövlət və sosial əlaqələrin daxili və xarici siyasətdə optimal inkişaf vasitələrinin vacib aləti kimi təhlil olunur.

Dissertasiyada təklif olunan yanaşma və nəticələr siyasi idarəetmədə PR-texnologiyalarının rolunun artırılmasında təcrübə rəylərin hazırlanmasına imkan verir.

Birinci bölmədə: - “**Dinamik siyasi idarəetmədə PR-texnologiyalarının rolunun artırılması**”nda əsasən PR-texnologiyalarının məqsədləri, onların funksiyalarının açıqlanması, klassik və qeyri-klassik PR-texnologiyalarının təhlili verilmişdir. İctimai rəyin formalaşdırılması məqsədi ilə monitoring, imicin artırılması, reklam-kommunikasiya fəaliyyətin daxil olduğu çətirvari struktur təklif edilmişdir.

İkinci bölmədə: - “**PR-texnologiyalarının konseptual-milli modeli ictimai rəyin formalaşdırılmasında əsas faktor kimi: Azərbaycanın siyasi təcrübəsinin təhlili**”ndə azərbaycançılıq ideologiyasının rolu PR-texnologiyalarının milli modelinin konsepti (ümumi anlayış, ümumi təsəvvür) kimi, siyasi sistemin “girişi”ndə və “çıxışı”nda ictimaiyyətlə əlaqələrin mexanizmləri, dövlət orqanlarının PR-fəaliyyətinin əsas formaları təhlil olunur.

Üçüncü bölmədə: - “**Xarici siyasətdə imich PR-texnologiyaların milli kompotenti: Heydər Əliyev Fondunun fəaliyyətinin təcrübəsi**”ndə təşkilati-texnoloji, kommunikativ-analitik və ictimaiyyətlə psixoloji əsaslandırılmış əlaqələrin yaradılması, Fondun PR-texnologiyalarının rəsonal və emosional strategiyası, onun milli əks-təbliğata qoyduğu tövhələr təhlil olunur.

Nəticədə tədqiqatın ümumi yekunu əsaslandırılmış, nəticələr ümumiləşdirilmiş, vətəndaşlarda vətənpərvərliyin və xarici ölkələrdə Azərbaycan haqqında pozitiv ictimai rəyin yaradılmasında PR-texnologiyalarının rolunun artırılması yolları təqdim edilmişdir.

Summary

This dissertation describes the role of PR-technologies as a key instrument of political control and the effective public and social relations in the internal and external political environments. There are theses proposed for approaches and findings allow to formulate recommendations about strengthen the role of PR-technologies in political management.

I chapter: - **"The increasing role of PR-technologies in a dynamic political management"** focuses on the objectives of PR-technologies, disclosed their function, the analysis of classical and nonclassical PR- technologies. Presented an umbrella structure, which includes monitoring, image making, advertising and communication activities for the purpose of creating the public opinion.

II chapter: - **"Conceptually-national PR- technology model as the most important factor in the formation of public opinion: an analysis of the political practice of Azerbaijan"** - examines the role of ideological Azerbaijanianship concept as a national model of PR-technologies, mechanisms of public relations at the "input" and "output" of political systems, the basic forms of PR-activity of state bodies.

III chapter: - **"The National components of general foreign PR-technologies: experience of the Heydar Aliyev Foundation"** - analyzes the organizational and technological, communicative, analytical, motivational and psychological components of public relations, rational and emotional strategies, PR-technologies of the Fund - its contribution to the national counter-propaganda.

In conclusion, the general results of the study summarize the findings, make recommendations concerning to increase the role of PR-technologies in the intentionality of patriotism and formation of positive public opinion about Azerbaijan abroad.

Format: 60x84 1/16. Tiraj 100. Sifariş № 55

DİA-nın mətbəəsi

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ PREZİDENTİ YANINDA
DÖVLƏT İDARƏÇİLİK AKADEMİYASI**

Əlyazması hüququnda

BABAYEVA HÜSNİYYƏ VASİF QIZI

**İCTİMAİ FİKRİN FORMALAŞMASINDA
PR-TEKNOLOGİYALARIN ROLU:
AZƏRBAYCANIN TİMSALINDA**

İxtisas: 5904.01 – «Siyasi institutlar və sistemlər»

**Siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün
təqdim olunmuş dissertasiyanın**

A V T O R E F E R A T I

BAKI-2014