



İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzinin İctimai Əlaqələr Üzrə İnkişaf Konsepsiyası

**Bu Konsepsiya**

**“Think Tank” Fondunun İnstitusional Yardım Layihəsi çərçivəsində**

**İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzi tərəfindən hazırlanmışdır**

**BAKI**

**İyul 2010**

İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzi

Dilara Aliyeva 115,

Bakı Az1009, Azərbaycan

Telefon: (99412) 597 0691

Faks: (99412) 437 3240

Email: [cesd@aztelekom.net](mailto:cesd@aztelekom.net)

[cesd.az@gmail.com](mailto:cesd.az@gmail.com)

Web: <http://www.cesd.az>

---

## **Giriş**

Azərbaycanda ictimaiyyətlə əlaqələr, Qərbin dili ilə desək pablik rileyşnz (PR) son 3-4 ildə dövlət və ya qeyri dövlət təşkilatlarının idarəetmə sahəsi kimi xüsusi diqqət ayırdıqları sahədir. Əgər illər öncəsi təkcə xarici şirkətlərdə pablik rileyşnz fəaliyyətinə rast gəlinirdisə və yerli təşkilatlar üçün bu sahə bir qədər yad görünürdüsə, artıq baxışlar dəyişib. Təşkilatlar (fərqi yoxdur dövlət və ya qeyri dövlət) imiclərini yüksəltmək məqsədilə ictimaiyyətlə əlaqələrini gücləndirməyə çalışırlar. İctimaiyyətlə əlaqələr şöbələrini yaradılmasına isə ən çox maraq göstərənlər qeyri hökumət təşkilatları, böyük neft şirkətləri, hətta deyilənə görə illik dövriyyəsi 80 milyon manatdan çox olan biznes qurumlarıdır. Hansıki xarici təşkilatlarla müqayisədə həmin qurumlarda da pablik rileyşnz işini mükəmməl hesab etmək olmaz. Belə ki, Azərbaycanda ictimai əlaqələrin qurulması və inkişaf etdirilməsi yeni peşə sahəsi hesab edildiyindən bu sahədə xeyli çatışmamazlıqlar var. Məsələn, bütün dünyada PR üçün 2 vacib şərt irəli sürülür. Birincisi peşəkarlıq, ikincisi maliyyə. Azərbaycanda isə digər sahələr kimi bu sahənin də özündə cəmləşdirdiyi fəaliyyət prinsipi fərqlidir. PR fəaliyyətində peşəkarlıqdan və maliyyədən öndə tanışlıq mühüm rol oynayır. Piar fəaliyyətini həyata keçirən mütəxəssis peşəkar olmaqla yanaşı dövlət , biznes qurumları və mətbuatla tanışlıq əlaqələri olmalıdır.

Digər məqam, “PR “ termininin Azərbaycan dilinə tərcüməsinin “İctimaiyyətlə əlaqələr” olduğu halda Azərbaycanda onun mənasının daha çox “ictimaiyyəti məlumatlandırma” kimi qəbul edilməsidir. Yəni bir çox təşkilatlarda ictimaiyyətlə əlaqələr departamentlərinin fəaliyyəti məlumatların yayılması ilə məhdudlaşır. Yeni ictimai əlaqələrin yaradılması – dövlət qurumları, biznes qurumları ilə əlaqələr Azərbaycanda pablik rileyşnz fəaliyyətinə bir o qədər də daxil edilmir. Halbuki ictimaiyyətlə əlaqələr işinin ictimaiyyətə məlumat verməklə yanaşı qurumu maraqlandıran informasiyanı toplamaq, onu analiz etmək və rəhbərliyin doğru qərarlar almasına yardımçı olmaq kimi məqsədləri var. İctimaiyyətlə əlaqələri digər idarəetmə sahələrindən fərqləndirən daha bir mühüm xüsusiyyət isə onun həm qurumun daxili, həm də xarici mühiti ilə ünsiyyət qurmasıdır.

Azərbaycanda pablik rileyşnz işi nə qədər yeni olsa da təcrübə PR fəaliyyətinin daim mövcud olduğu təşkilatların nüfuzunun kəskin şəkildə düşməsi ehtimalının çox az olduğunu göstərir. Birbaşa təsir vasitəsi kimi PR hər bir təşkilatın həyatı üçün böyük strateji əhəmiyyət kəsb edir.

### **QHT-lərdə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması**

Aparılan araşdırmalar göstərir ki, ölkədə fəaliyyət göstərən 2570 QHT –dən heç də hamısında PR – ictimaiyyətlə əlaqələr departamenti fəaliyyət göstərmir. Bunun səbəblərindən biri QHT-lərin ictimaiyyətlə əlaqələr departamentinin saxlanması üçün maliyyə vəziyyətlərinin yetərli olmamasıdır, digəri Azərbaycan üçün PR işinin yeni olması və vətəndaş cəmiyyətləri institutlarının öz fəaliyyətlərində piar mütəxəssisinə ehtiyac görməmələridir. Lakin yaxşı qurulmuş PR işi ən zəif təşkilat haqqında belə ictimai rəyde yüksək fikir oyada bilər. Ümumiyyətlə Azərbaycanda vətəndaş cəmiyyətinin mühüm tərkib hissəsi olan qeyri-hökumət təşkilatlarının daha da inkişaf etdirilməsi, fəaliyyətlərində şəffaflıq və hesabatlılığın təmin olunması baxımından ictimaiyyətlə əlaqələrin inkişafı vacibdir. Yeri gəlmişkən, ictimai əlaqələr dedikdə, həm vətəndaş cəmiyyəti institutlarının xarici ölkələrdəki analogi qurumlarla, həm daxildə digər QHT-lər, həm dövlət orqanları, həm də biznes və mətbuatla əlaqələri nəzərdə tutulmalıdır. Bu dörd istiqamətdə əlaqələrin peşəkar müstəvidə qurulması və inkişaf etdirilməsi QHT-lərin fəaliyyətində davamlılığın, şəffaflığın, hesabatlılığın təmin olunması, həyata keçirilən layihələrin təsir gücünün artırılması, qarşıya qoyulan məqsədlərə çatılması baxımından əhəmiyyətli ola bilər. Amma bütün bunlar dövlət, biznes qurumları ilə əlaqələrin qurulmasının asant olduğu anlamına gəlməməlidir. İstər dövlət qurumları, istər biznes qurumları ilə vətəndaş cəmiyyəti (VC) institutlarının əlaqələrinin yaradılmasında problemlər var.

## **Dövlət orqanları ilə problemlər**

Əvvəla, bir sıra dövlət orqanları VC institutlarına qapalıdırlar. Daha doğrusu onların QHT-lərlə işləmək ənənləri yoxdur desək yanlışdır. Dövlət orqanlarının əksəriyyətində ictimaiyyətlə əlaqələr şöbələri olsa da onlar fəaliyyətlərini ictimai əlaqələrin qurulmasına kökləməyiblər. Xüsusilə vətəndaş cəmiyyəti institutları ilə işgüzar münasibətlərin yaradılmasında maraqlı deyillər. QHT-lərin informasiya sorğularını belə cavablandırmaqdan yayınırlar.

Məsələnin digət tərəfi QHT-lərin özlərinin də bu sahədə peşəkar olmamaları, dövlət orqanları ilə işləmək bacarığına malik olmamalarıdır. Çox az sayda QHT var ki, təşkil etdiyi tədbirlərdə hökumət nümayəndələri üzvlərinin iştirakına rast gəlmək olar. Və ya illik fəaliyyətləri ilə bağlı dövlət qurumlarını məlumatlandırırırlar.

## **Biznes qurumları ilə problemlər**

Digər spesifik problem iri biznes subyektlərinin QHT-lərlə əməkdaşlığa meyilli olmamalarıdır. Azərbaycanda vətəndaş cəmiyyətləri institutlarının fəaliyyətində biznes qurumları ilə əlaqələrin qurulmasına dair hər hansı nümunə yoxdur. Bunda dövlətin özü də maraqlı görünür. Çünki, xarici dövlətlərdən fərqli olaraq Biznes-QHT əməkdaşlığının stimullaşdırıcı vergi normaları yoxdur. QHT-lərin özləri də bizneslə əməkdaşlıq sahəsində siyasətlərini qura bilməyiblər. Korporativ **Sosial Məsuliyyət** və ya onun üstünlükləri haqqında hər iki tərəfdə lazımı məlumatlar, bu sahədə işləmək üçün bilik və bacarıqlar yoxdur.

## **Mətbuatla əlaqələr**

Digər ictimai münasibətlərlə müqayisədə QHT- mətbuat əlaqələrini inkişaf etmiş hesab etmək olar. Lakin bu əlaqələrdə də müəyyən problemlər var. Məsələn media hesab edir ki, iki institutun əlaqəli işləməsi üçün QHT-lərin üzərinə böyük məsuliyyət düşür. QHT-lər mətbuatla iş sahəsində məlumatı hazırlayıb yaymaq bacarığı və vərdişinə yiyələnmişdirlər. İctimaiyyətlə əlaqələr departamentlərinin fəaliyyətlərini genişləndirməli, peşəkarlıq səviyyəsini artırmalıdır. QHT –lərin bu əlaqələrdə narazılığı mətbuat orqanlarının vətəndaş cəmiyyəti institutlarının tədbirlərinə etinassız yanaşmaları və bir çox hallarda belə tədbirlərdə qeyri-peşəkar əməkdaşlarının iştirakının təmin etmələri ilə bağlıdır.

## **İSİM-də İctimai Əlaqələr**

2005-ci ilə Qərbi ölkələrində təhsil almış iqtisadçı və sosial iş ekspertləri tərəfindən yaradılan İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzi (İSİM) təsis olunduğu ilk vaxtlardan ictimaiyyətlə əlaqələrə üstünlük verib. 2007-ci ildə Parlaq Sosioloji Araşdırma Mərkəzi tərəfindən ilin ən aktiv iqtisadi beyin mərkəzi elan edilib. Think Tank Fondunun İnstitusional Qrant Layihəsinin icarısına başlandıqdan sonra isə təşkilatda ayrıca publik rileyşnz – ictimaiyyətlə əlaqələr departamenti yaradılıb. Departament fəaliyyətini əsasən 4 istiqamətə yönəldib;

1. Mətbuatla əlaqələr
2. QHT-lərlə əlaqələr
3. Dövlət qurumları ilə əlaqələr
4. Xarici əlaqələr

Yeni fəaliyyətə başlamasına baxmayaraq hər 4 istiqamət üzrə əlaqələrdə departament naliyyətlər əldə edib. 2010-cu ilin 7 ayında ictimaiyyətlə əlaqələr departamenti tərəfindən ölkədəki iqtisadi və sosial proseslərlə bağlı 104-dən çox məqalə hazırlanıb. Həmin məqalələr İSİM-in internet sahəsində yerləşdirilməklə yanaşı aparıcı Kütləvi İnformasiya Vasitələrində – “anspress”, “mia”, “modern”, “var”, “olaylar” sayıtlarında yerləşdirilməsi təmin edilib. Eyni zamanda “Yeni Musavat”, “Həftə içi”, “Ekspress”, “Bakı Xəbər”, “Mərkəz”, “Zaman”, “Olaylar”, “Ayna”, “Exo” və digər tanınmış, eləcə də tirajlı mətbu orqanlarda çap olunub. Nəticədə son 6 ay ərzində yerli media İSİM-in məlumatlarına 500 dəfədən çox istinad edib.

Departamentin hazırladığı İSİM rəhbərinin və ekspertlərinin açıqlamalarına yerli QHT-lər də maraq göstərərək, öz internet sahələrində həmin məqalələri yerləşdiriblər.

Ötən müddətdə ictimaiyyətlə əlaqələr departamenti tərəfindən həmçinin 4 mətbuat konfransı təşkil olunub. Həmin tədbirlər kənd təsərrüfatına subsidiyaların ayrılmasındakı problemlərə və vergi qanunvericiliyindəki çatışmazlıqlara dair ictimai müzakirələri özündə ehtiva edib. Tədbirlər dövlət qurumları ilə münasibətlərin qurulması baxımından da əhəmiyyətli olub. Çünki, müzakirələrdə Taxıl Fondunun, Dövlət Neft Fondunun, Vergilər, Kənd Təsərrüfatı

## *İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzinin İctimai Əlaqələr Üzrə İnkişaf Konsepsiyası*

nazirliklərinin nümayəndələri və millət vəkilləri iştirak ediblər. Birfinqlərdən hazırlanmış press realizlər KİV-də çap olunub.

İSİM-in ekspertləri həmçinin gündəlik olaraq KİV-də iqtisadi şərhlər veriblər. Bununla da İSİM daim mətbuatın gündəmində qalıb.

Qeyd etdiyimiz kimi, departament xarici əlaqələrin qurulmasında- xüsusilə xarici mətbuatla əlaqələrin yaradılması istiqamətində də fəaliyyət həyata keçirib. Buna misal kimi İSİM rəhbərinin Belarusiyanın aparıcı qəzeti olan “BelQazeta” qəzetinə müsahibəsinin hazırlanması gətirilə bilər. İctimaiyyətlə əlaqələr departamenti təşkilatın veb saytının inkişafında da mühüm rola malik olub. Çünki qeyd etdiyimiz kimi təşkilatla bağlı hazırlanan məlumatlar İSİM-in internet səhifəsində yerləşdirilib. İctimaiyyətlə əlaqələr departamenti həmçinin QHT-lər tərəfindən keçirilən müxtəlif tədbirlərdə yaxından iştirak edib. Müzakirələrə qatılıb.

İSİM-in ictimaiyyətlə əlaqələr departamenti dövlət qurumları ilə əlaqələrin qurulması, inkişaf etdirilməsinə də xüsusi əhəmiyyət verir. Lakin bəzi dövlət qurumları nəinki müstəqil QHT-lərlə əməkdaşlıqdan imtina edir, həm də onların keçirdiyi tədbirlərə etinasız yanaşır. Hansıki həmin dövlət orqanlarının sırasına Maliyyə Nazirliyi, İqtisadi İnkişaf nazirlikləri və sair hökumət qurumları daxildir. Sözügedən qurumlar nəzərə alınırlar ki, QHT-lər sosial problemlərin həllinə yardım məqsədilə yaradılıb. Vətəndaş cəmiyyətlərinin inkişafı üçün QHT hökumət münasibətlərinin inkişafı vacib amildir.

### **Görüləcək işlər və məqsədlər**

İctimaiyyətlə əlaqələr təşkilatın uğurlu münasibətlərinin qurulub saxlanılması texnologiyasıdır. Münasibətlərdə əsas şərtlərdən biri həqiqət, səmimiyyət və mənəviyyətin gözlənilməsidir. İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzinin ictimaiyyətlə əlaqələr sahəsində fəaliyyəti ictimaiyyətin bütün nümayəndələri ilə münasibətlərin düzgün koordinasiya edilməsinə və onların təşkilat haqqında informasiya ehtiyaclarının ödənilməsinin təminatına yönəldilib. Departamentin uğurlu fəaliyyət göstərməsi üçün qarşısına qoyduğu bir sıra hədəflər var. Hansıki bura aşağıdakılar daxildir

İctimai əlaqələr üzrə strategiya və kommunikasiya planına malik olmaq

### *İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzinin İctimai Əlaqələr Üzrə İnkişaf Konsepsiyası*

Daxil olan bütün sorğuları vaxtında cavablandırmaq, fəaliyyətimizin önəmli nəticələri və uğur hekayələri barədə dövrü olaraq press-revizlər yaymaq

Ötən dövrlərdə həyata keçirilən layihənin proqram və maliyyə hesabatları İnternet səhifəsində yerləşdirilməsinə yardımçı olmaq

Sosial şəbəkələrlə işləmək bilik və bacarıqları artırmaq

Beynəlxalq və Avropa səviyyəli QHT şəbəkələri ilə əlaqələr genişləndirilmək

Dövlət qurumları ilə münasibətlərinin genişləndirilməsi, qarşılıqlı informasiya mübadiləsinin təmin etmək,

Xarici mətbuatla əlaqələri genişləndirmək

Təşkilatın fəaliyyəti ilə bağlı rüblük hesabatların ictimaiyyətə açıqlanmasını təmin etmək

Mərkəzin gənc ekspertlərinin piarının təşkili