

İNSTITUTLAR, MEDIA VƏ AUDİTORİYALAR-ABŞ PUBLİK DİPLOMATİYASI (SOYUQ MÜHARİBƏDƏN SOSIAL MEDİANIN TƏKAMÜLÜNƏ QƏDƏR)

ELDAR ARIF OĞLU CƏFƏROV*Bakı Dövlət Universiteti.**siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru, dosent**ORCID: 0000-0001-8563-697X**Akademik Zahid Xəlilov küçəsi 33, AZ1148**E-mail: eldarjafarov@bsu.edu.az***AYGÜN MƏMMƏDAĞA QIZI CƏFƏROVA***Bakı Dövlət Universiteti, magistrant**ORCID: 0009-0004-6282-7449**E-mail: aygun.cafarova.mammadaga@bsu.edu.az*

XÜLASƏ

XXI əsrin rəqəmsal platformalarına qədər təkamülü araşdırılır, institusional dəyişiklik, media transformasiyası, yerli və xarici auditoriya ilə əlaqələrin genişləndirilməsi arasındakı əlaqələri ortaya qoyur. Xüsusi diqqət Dövlət Departamenti və onun filialları da daxil olmaqla əsas qurumların transformasiyasına, eləcə də ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasında yeni aktyorların - texnologiya şirkətləri və onlayn icmaların roluna yönəldilir.

Bu məqalədə informasiya təsirinin mərkəzləşdirilmiş modellərindən interaktivlik, cəlb olunma və alqoritmik məzmun paylanmasına əsaslanan mərkəzləşdirilməmiş rəqəmsal təcrübələrə keçid təhlil edilir. Burada sosial media, rəqəmsal kampaniyalar və platforma diplomatiyası kimi alətlər, eləcə də onların xaricdə ABŞ-a dair qavrayışlara təsiri araşdırılır.

Auditorianın dəyişən təbiəti ayrıca araşdırılır: passiv məlumat alıcılarından tutmuş diplomatik söyləri həm gücləndirə, həm də sarsıda bilən ünsiyyət prosesinin aktiv iştirakçılarına qədər. Məqalədə həmçinin dezinformasiya, informasiya rəqabəti və rəsmi mənbələrə inamın azalması ilə əlaqəli çətinliklər qiymətləndirilir.

Nəticə olaraq, müasir ABŞ ictimai diplomatiyasının dövlət və qeyri-dövlət alətlərini birləşdirən hibrid bir sistem olduğu və effektivliyin sürətlə dəyişən rəqəmsal mühitə uyğunlaşmaq və global auditoriyanın xüsusiyyətlərini nəzərə almaq qabiliyyətindən asılı olduğu qənaətinə gəlinir.

Açar sözlər: *ictimai diplomatiya, ABŞ, xarici siyasət, beynəlxalq yayım, sosial media.*

Giriş

ABŞ-də xarici siyasət qərarlarının qəbul edilməsinin öyrənilməsi onilliklər ərzində rus və amerika tədqiqatlarında görkəmli yer tutmuşdur. Rusiya Elmlər Akademiyasının ABŞ və Kanada İnstitutunun, müxtəlif universitetlərin və digər mərkəzlərin tə-

dqiqatçıları ardıcıl olaraq institusional arxitekturanı, səlahiyyətlərin bölüşdürülməsini və Amerika dövlət aparatı daxilində maraqların uyğunlaşdırılması metodlarını təsvir etmişlər. Bu ənənə xarici siyasətə ya konkret ikitərəfli, ya da çoxtərəfli yollar, ya da global siyasətin tematik sahələri vasitəsilə baxan bir yanaşmanı möhkəm şəkildə formalaşdırmışdır. Lakin qərar qəbul etmənin "mexanikası" təhlil edilərkən diqqət adətən Milli Təhlükəsizlik Şurası, kəşfiyyat icması, Dövlət Departamenti və müvafiq konqres komitələri arasındakı qarşılıqlı əlaqələrə yönəldilir. Bu perspektiv bu gün analitik cəhətdən məhsuldar olaraq qalır, çünki bu, bizə məqsədləri deyil, bu məqsədlərin həyata keçirildiyi alətləri və təşkilati prosedurları izah etməyə imkan verir. Bu məqalədə ABŞ ictimai diplomatiyası müasir xarici siyasətin ən dinamik alətlərindən biri kimi qəbul edilir və bu, əsasən uzunmüddətli daxili siyasi inkişafın və Amerika cəmiyyətində xarici siyasət qərarlarının legitimləşdirilməsi metodlarının getdikcə daha da təkmilləşməsinin məhsulu kimi başa düşülür.

ABŞ-nin ictimai diplomatiyası

Tarixən Amerika diplomatiyası siyasi sistemin hazırkı formada institusional konturları tam formalaşmamışdan əvvəl belə formalaşmağa başlamışdı: İnqilab Müharibəsi dövründə Avropa gücləri ilə diplomatik əlaqələr və ittifaqlar yeni dövlətin yaşaması və tanınması üçün əsas mənbələrə çevrilmişdi. Gənc siyasi orqanizmin "zəif mövqedən" fəaliyyət göstərirdi bir vəziyyətdə, böyük güclərin ziddiyyətlərindən istifadə etmək, xarici mühiti strateji imkanlar mənbəyinə çevirmək qabiliyyəti əhəmiyyətli rol oynamışdı. Məhz buna görə də, hətta erkən mərhələdə belə, ABŞ-də diplomatiya köməkçi funksiya kimi deyil, dövlət quruculuğunda fundamental funksiya kimi xidmət edirdi və 1789-cu ildə Konqresin ilk aktlarından biri olan Dövlət Departamentinin yaradılması xarici siyasətin mərkəziliyini simvolik olaraq möhkəmləndirdi (Kunina 2022, 75)

Eyni zamanda, erkən Amerika dövlətçiliyinin sosial təbiəti xarici siyasət mexanizminin sosial təbiətini əvvəlcədən müəyyən etmişdir. Siyasi iştirak əmlak və status maneələri ilə ciddi şəkildə məhdudlaşdırılmışdı; qərarlara təsir etmək üçün real imkanlar əsasən varlı ağdərili kişilər üçün ayrılmışdı, qadınlar, yoxsullar və xüsusən də kölələr siyasi prosesdən kənarlaşdırılmışdı. Nəticədə, diplomatik xidmət, əlçatanlığı və daxili təşkilati normaları baxımından, respublika idarəetmə formasında aristokratiyanın funksional analoqu kimi xidmət edən dar bir təbəqənin maraqlarına yönəlmiş qapalı peşəkar sahənin xüsusiyyətlərini uzun müddət saxlamışdır. Bu baxımdan, erkən xarici siyasət nisbətən "aşağı ictimaiyyətə açıq" qala bilərdi: auditoriyanın özü dar və siyasi rəqabət məhdud olduğundan kütləvi auditoriya üçün daimi aydınlaşdırma tələb etmirdi (Kunina 2022, 92).

Faydalı izahat vasitəsi diplomatiyanı peşəkar hərbi xidmətlə müqayisə etməkdir. Ordunun peşəkarlaşmasını təhlil edən S. Huntington, hərbi xidmətin öz etikası, normaları və kadrların yetişdirilməsi məntiqi ilə xüsusi bir dövlət peşəkar təşkilatı olduğunu və onun missiyasının dövlət təhlükəsizliyinin təmin edilməsi ilə əlaqəli olduğunu vurğuladı. Strateji məqsədlər üst-üstə düşsə də, diplomatiyanın və hərbi sahənin fəaliyyət metodları kökündən fərqlənir: hərbi təşkilat əsas resurs kimi məcburiyyət və zorakılığa əsaslanır, diplomatiya isə maraqları siyasi metodlar - danışıqlar, koalisiyalar, hüquqi arqumentlər, iqtisadi və informasiya vasitələri ilə qorumağa çağırılır. Bu məntiq, demokratikləşmə və kütləvi siyasətin genişlənməsi ilə diplomatik və informasiya vasitələrinin əhəmiyyətinin niyə artmağa başladığını anlamaq üçün xüsusilə vacibdir: onlar nəticələrin daha aşağı sosial xərclərlə və ictimai razılığa daha yüksək ehtiyacla əldə edilməsinə imkan verir. (Talibova, 2024)

XX əsr Amerika siyasi sisteminin və bununla yanaşı xarici siyasət aparatının dərin bir şəkildə yenidən qurulmasına şahidlik etdi. Siyasi iştirak genişləndikcə və orta təbəqənin rolu artdıqca, xarici siyasət qaçılmaz olaraq yalnız dar elitaların qavrayışlarına deyil, həm də daha geniş sosial qrupların gözləntilərinə diqqət yetirməyə başladı, təkcə maddi deyil, həm də simvolik ölçüdə: cəmiyyət xarici siyasət qərarlarını başa düşməli və qəbul etməli idi. İxtisaslaşmış təhsilə çıxışın genişləndirilməsi və beynəlxalq münasibətlər üzrə mütəxəssislər hazırlamaq üçün universitet mərkəzlərinin yaradılması əhəmiyyətli rol oynadı və dövlət qulluğunun köhnə elit maneələrdən asılılığını tədricən azaldı. Kadr

parametrləri funksiyaların artan mürəkkəbliyinin və onların miqyasının genişlənməsinin dolayı göstəricisi kimi xidmət edir: rəsmi materiallar xarici siyasət aparatının ölçüsündə və funksional müxtəlifliyində əhəmiyyətli bir artım qeyd edir və bu da gündəlikdəki məsələlərin - klassik diplomatiyadan proqram idarəetməsinə, kommunikasiyalara, böhranlara cavab verməyə və beynəlxalq mübadilələrə qədər genişlənməsini əks etdirir (Bağırova 2022, 59).

Eyni zamanda, ABŞ-nin dünyadakı yeri ilə bağlı daxili siyasi müzakirələrin təbiəti də dəyişib. XIX əsrin təcridçi ətalətindən uzaqlaşma, Avropa və global məsələlərdə artan iştirak və daha sonra global liderliyin institusionallaşması xarici siyasəti davamlı partiya rəqabəti mövzusunə çevirib. Sosioloji məlumatlar seçki koalisiyaları arasındakı fərqlərin XXI əsrdə də davam etdiyini təsdiqləyir: "Pew" Araşdırma Mərkəzinin hesablamalarına görə, demokrat seçicilər müttəfiqlərlə əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsini daha çox dəstəkləyirlər, respublikaçı seçicilər isə hərbi üstünlüyə və muxtar davranışa daha çox üstünlük verirlər. Bu fərqlər təkcə münasibətlərdə deyil, həm də onların institusional təsiri baxımından vacibdir: xarici siyasət etimad və milli gündəmin müəyyən edilməsi uğrunda daxili mübarizənin bir hissəsinə çevrilir, bu da həm daxili, həm də xarici auditoriyaya ünvanlanan ictimai izahatlara və məlumat vasitələrinə tələbatın artdığını göstərir. (Nye 2004)

XX əsrin ortalarında Prezident Harri Trumanın rəhbərliyi altında milli təhlükəsizlik islahatı və Dövlət Departamentinin rolunu yenidən bölüşdürmək və kəşfiyyat icması və qanunvericilər də daxil olmaqla daha geniş iştirakçı dairəsini qərar qəbul etmə prosesinə inteqrasiya etmək cəhdini təmsil edən Milli Təhlükəsizlik Şurasının yaradılması ilə dönüş nöqtəsi gəldi. Bu vaxtdan etibarən strateji planlaşdırma getdikcə daha çox ictimai ölçü qazandı: əsas sənədlər və bəyannamələr təkcə bürokratiyaya rəhbərlik etmək üçün deyil, həm də siyasi dəstəyi təmin etmək, elitələr və cəmiyyət üçün ortaq bir dil yaratmaq üçün nəzərdə tutulmuşdu. Eyni zamanda, qanunvericilik orqanı təhsil proqramlarına dəstək və beynəlxalq informasiya yayımının tənzimlənməsi yolu ilə "yumşaq" alətlərin gücləndirilməsində iştirak etdi; beləliklə, təbliğat xarici əlavə kimi deyil, qərar qəbul etmə sisteminin özünün ayrılmaz hissəsi kimi fəaliyyət göstərməyə başladı (Həziyeva 2024, 56).

ABŞ ictimai diplomatiyasının institusional tarixi göstərir ki, informasiya alətləri əsas xarici çağırışlara cavab olaraq dalgə şəklində inkişaf etmişdir. İkinci Dünya müharibəsi zamanı hərbi informasiya və təbliğat strukturları yaradılmışdır; daha sonra, sülh

dövründə onların funksiyaları əsasən Xarici İşlər Nazirliyinin xeyrinə yenidən bölüşdürülmüşdür. Mühəribədən sonrakı onilliklərdə Amerikanın mövqeyini xarici auditoriyaya izah etmək komponenti güclənmiş, məsləhət və koordinasiya mexanizmlərinin yaradılması, eləcə də beynəlxalq yayımın inkişafı ilə müşayiət olunmuşdur. Mühüm təşkilati qovşaq səlahiyyətləri və idarəetmə modelləri beynəlxalq informasiyanı tənzimləyən aktlarda qanuni olaraq təsbit edilmiş ixtisaslaşmış beynəlxalq yayım strukturlarının formalaşması və sonrakı transformasiyası idi (OpenSecrets 2008, 2020).

İnandırma və cəlb etmə təcrübələrinin konseptual ümumiləşdirilməsi J. Nye tərəfindən təklif edilmiş və o, "yumşaq güc" anlayışını təqdim etmiş və onu məcburiyyət deyil, inandırma və cəlb etmə yolu ilə istənilən nəticələrə nail olmaq bacarığı kimi təsvir etmişdir. Burada vacib bir komponent təkcə dar mənada mədəni ixrac deyil, həm də etibar və rəğbət oyada biləcək davranış normaları və standartlarının nümayişi kimi siyasi dəyərlər və diplomatik təcrübədir. İctimai diplomatiya üçün bu, kanalların çeşidini genişləndirmək deməkdir: mədəni və təhsil mübadilələrindən media platformalarına, ekspert şəbəkələrinə və ictimai rəylə davam edən işə qədər, burada uğur ünsiyyətin keyfiyyəti və auditoriyanın diqqətini cəlb etmək qabiliyyəti ilə müəyyən edilir (Mabee B, 2011, 30).

Eyni zamanda, siyasi rəqabət daha mürəkkəbləşdikcə və demokratikləşdikcə, ABŞ xarici siyasəti daxili maraq qrupları üçün getdikcə daha çox keçirici hala gəlmişdir. Son onilliklərdə lobbichiliyin transformasiyası maraq qruplarının əsasən reaktiv davranışdan proaktiv təsir strategiyalarına keçməsinə və xarici siyasət prioritetlərinin formalaşmasında müstəqil iştirakçılara çevrilməsinə səbəb olmuşdur. Bu, təkcə korporativ aktyorlara deyil, həm də diasporlarla əlaqəli etnik lobbichilik strukturlarına, eləcə də ideoloji və dəyər əsaslı münasibətlərin təsviqinə yönəlmiş şəbəkələrə aiddir. Bu məntiqdə, ictimai diplomatiya təkcə xarici ünsiyyət kimi deyil, həm də daxili maraqların uzlaşdırılması vasitəsi kimi faydalıdır, çünki xarici siyasət qərarları qaçılmaz olaraq daxili səviyyədə izah edilməli və satılmalıdır (İctimai Diplomatiya və Təhsil Mübadilələri üzrə materiallar. 2022).

XXI əsrin əvvəllərində kommunikasiyanın rəqəmsal transformasiyası siyasi rəqabət üçün universal bir resurs kimi təbliğatın əhəmiyyətini kəskin şəkildə artırdı. İnternet və sosial media efir vaxtına qoyulan məhdudiyyətləri aradan qaldırdı, məzmunun yayılmasının davamlılığını təmin etdi və audito-

riyanı seqmentləşdirməyə, mesajları müəyyən seçici qruplarına və informasiya istehlakçılara uyğunlaşdırmağa imkan yaratdı. Prezident seçki kampaniyası xərclərinin strukturu buna bariz nümunədir: OpenSecrets-ə görə, 2008-ci ildə Barak Obamanın media xərcləri 422,2 milyon dollar (kampaniya büdcəsinin 57,2%-i), Con Makkeynin xərcləri isə 69,7 milyon dollar (31,2%) təşkil edib; 2020-ci ildə Con Baydenin media xərcləri 839 milyon dollara (79,3%), Donald Trampın xərcləri isə 544,6 milyon dollara (68,4%) çatıb. Bu rəqəmlər sadə, lakin fundamental bir nəticəni əks etdirir: kommunikasiya və auditoriyanın diqqətini idarə etmək siyasi mübarizənin mərkəzi aktivinə çevrilib, bu da o deməkdir ki, bu cür texnologiyaların xarici aləmə ötürülməsi institutional olaraq təbii görünür (Beynəlxalq Yayım Qanunu, 1994).

Daxili siyasi kommunikasiya vasitələrinin xarici siyasətə də tətbiq olunmağa başlaması təəccüblü deyil: diplomatik nümayəndəliklər və əlaqəli strukturlar getdikcə xarici vətəndaş cəmiyyəti ilə birbaşa qarşılıqlı əlaqə üçün internetdən, digər ölkələrdə ictimai əhval-ruhiyyəni daha dəqiq anlamaq üçün isə rəqəmsal məlumatlardan istifadə edirlər. Bu mühitdə ictimai diplomatiya yeni bir funksionallıq qazanır: o, təkcə mövqelərin çatdırılması vasitəsi deyil, həm də daimi monitoring, hədəfləmə, xəbər hadisələrinə sürətli reaksiya və bəzən hətta ABŞ siyasətinə dair qavrayışları real vaxt rejimində tənzimləmək cəhdi vasitəsinə çevrilir. Bu sahənin maliyyə və təşkilati dayanıqlığı büdcə dinamikası ilə təsdiqlənir: Dövlət Departamentinin sənədlərində ictimai diplomatiya ayrılmalarının artımı qeydə alınır, müvafiq bənd üzrə tələb 2022-ci maliyyə ili üçün 617 milyon dollar və 2021-ci ildə 620 milyon dollarla müqayisədə 700 milyon dolları keçib (Bağırova, 2022).

Beynəlxalq yayım və onunla əlaqəli media şəbəkələri ictimai diplomatiyanın mərkəzi kanalı olaraq qalır. Beynəlxalq yayım üçün qanunvericilik əsasları və idarəetmə modelləri, o cümlədən koordinasiya və nəzarət yanaşmaları, dövlət yayım resursları və onların strateji məqsədləri üçün idarəetmə sistemini təsis edən 1994-cü il Qanununda təsbit edilmişdir. Təşkilati formalar sonradan inkişaf etmişdir, lakin ümumi prinsip qalır: dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən media rəsmi mövqeləri çatdırmaq və xarici bazarlarda informasiya mövcudluğunu qorumaq üçün bir vasitə kimi xidmət edir, eyni zamanda qeyri-dövlət Amerika mediasını da əhatə edən rəqabət mühitində fəaliyyət göstərir (OpenSecrets 2008, 2022).

Rəqəmsal mühitə keçid rəsmi hesabatlarda da öz əksini tapır: 2010-cu illərin ortalarına qədər bey-

nəlxalq yayım və ümumilikdə ictimai diplomatiya onlayn kanallara üstünlük verməyə başladı, çünki bir çox ölkələrdə auditoriya getdikcə daha çox mobil cihazlar və sosial media vasitəsilə xəbərlərdən istifadə edir. Hesabatlar həmçinin cəlb etmə metrikalarını da əks etdirir: məsələn, 2021-ci ildə ABŞ-ın əsas beynəlxalq yayımçıların sosial mediadakı paylaşımlarına reaksiyalar milyonlarla ölçülmüş, 2022-ci ildə isə beynəlxalq yayımın ümumi qlobal auditoriyası 400 milyondan çox unikal istifadəçi hesablanmışdır. Bu məlumatlar təkcə "əhatə dairəsi" metriki kimi deyil, həm də ictimai diplomatiyanın genişmiqyaslı, davamlı bir kommunikasiya sisteminə çevrildiyinin göstəricisi kimi vacibdir, burada effektivlik məzmun, platforma yayım məntiqi və auditoriya etibarının birləşməsi ilə müəyyən edilir ("Pew" Araşdırma Mərkəzi, 2022).

İctimai diplomatiya prioritetləri xərclərin ölkələr üzrə bölgüsündə aydın şəkildə əks olunur. İctimai Diplomatiya üzrə Məsləhət Komissiyasının illik hesabatından əldə edilən məlumatlar göstərir ki, əhəmiyyətli resurslar tərəfdaşlara və müttəfiqlərə, eləcə də problemli sahələrə və rəqiblərə yönəldilir və xərcləmə meyilləri strategiyadakı dəyişiklikləri əks etdirir. Əfqanıstan buna bir nümunədir: 2019-cu ildən sonra ictimai diplomatiya xərcləri yarıdan çox azalıb ki, bu da Amerika siyasətindəki dəyişikliyi və sonrakı qoşunların çıxarılmasını əks etdirir. Məsələn, bir sıra göstəricilər (ABŞ dolları) Cədvəl 1-də təqdim olunur.

Cədvəl 1. ABŞ xarici siyasətinə (dollarla) investisiyalar (2018-2021)

Ölkə	2018	2019-cu il	2020	2021
Pakistan	34,34 milyon	26,83 milyon	28,837 milyon	28,837 milyon
Əfqanıstan	38,167 milyon	38,27 milyon	17,674 milyon	17,674 milyon
Rusiya	11,236 milyon	11,85 milyon	11,41 milyon	11,73 milyon
Çin	7,971,465	8,105,970	6,465,438	9,693,851

Hesabatın özündə həmçinin internetin nüfuz etmə parametrləri, sosial şəbəkələrin populyarlığı və söz azadlığına qoyulan məhdudiyyətlər, yəni rabitə kanallarının praktiki "ötürmə qabiliyyətinin" asılı olduğu informasiya mühitinin xüsusiyyətləri daxil olmaqla ölkə profilləri təqdim olunur ("Pew" Araşdırma Mərkəzi, 2022).

Avropa təcrübəsi ilə müqayisə rəqabətli siyasi sistemlərdə ictimai diplomatiyanın məhdudiyyətlərini və potensialını daha yaxşı başa düşməyimizə kömək edir. Aİ-nin Qlobal Strategiyası ictimai diplomatiyanın beynəlxalq əməkdaşlığı və ortaq problemlərin müzakirəsini asanlaşdırdığını, eləcə də müxtəlif

səviyyələrdə vətəndaş cəmiyyəti ilə dövlət qurumları arasında ünsiyyəti təmin etdiyini vurğulayır. Bu, vacibdir, çünki ictimai diplomatiyanın inkişaf etmiş siyasi rəqabət və ictimai kommunikasiyaların yüksək rolu şəraitində fəaliyyət göstərən aktyorlar üçün istisna deyil, normaya çevrildiyini göstərir. Bu kontekstdə, Avropa demokratiyalarındakı ABŞ tərəfdaşlarının informasiya fəaliyyəti çox vaxt xarici müdaxilə kimi deyil, qarşılıqlı təsir və təcrübə mübadiləsi elementi kimi qəbul edilir, baxmayaraq ki, məqbulluq dərəcəsi daxili tənzimləyici mühitdən və ictimai gözləntilərdən asılıdır (İllik Hesabat 2022).

Əhəmiyyətli olan odur ki, Aİ bu cür yanaşmaları maliyyə baxımından da institutlaşdırmağa çalışır: Qlobal "Gateway" təşəbbüsü çərçivəsində 2027-ci ilə qədər infrastruktur, texnologiya və beynəlxalq münasibətlər komponentlərini əhatə edən layihələrə, o cümlədən mübadilə, tərəfdaşlıq şəbəkələrinə dəstək və ictimai kommunikasiya sahələrinə 300 milyard avroya qədər vəsait ayırmağı öhdəsinə götürüb. Bu, Amerika ictimai diplomatiyasını təhlil etmək üçün faydalı bir müqayisə nöqtəsi təqdim edir: əsas aktyorların beynəlxalq münasibətlərə yalnız hökumətlərarası danışıqlar kimi deyil, həm də uzunmüddətli təsir kanallarının dəstəyi də daxil olmaqla digər cəmiyyətlərlə əlaqələrin idarə olunması kimi baxdıqları ümumi bir tendensiyanı ortaya qoyur (USAGM, 2023).

Nəticə

Nəticə etibarilə, XXI əsrdə ABŞ ictimai diplomatiyası məntiqi olaraq xarici siyasət problemlərini əsasən daxili siyasi rəqabətə bənzər metodlardan istifadə etməklə həll etmək yolu kimi təsvir olunur: təbliğat, auditoriya ilə daimi əlaqə, rəqəmsal platformalardan istifadə, beynəlxalq yayıma etibar və institusional vasitəçilər şəbəkəsi vasitəsilə. Onun hazırkı miqyası, bir tərəfdən, siyasi sistemin tarixi demokratikləşməsi və xarici siyasət prosesində iştirakçıların genişlənməsi, digər tərəfdən isə müxtəlif ölkələrdə ictimai rəyi həm təhlil üçün daha əlçatan, həm də informasiya təsirlərinə daha həssas edən kommunikasiyalardakı texnoloji inqilabla müəyyən edilir. Bununla belə, iki sistemli çətinlik qalmaqdadır. Birincisi, effektivliyin qiymətləndirilməsi problemi: büdcə və auditoriya metrikalarının mövcudluğuna baxmayaraq, kommunikasiya resursunun konkret siyasi nəticələrə necə çevrildiyi həmişə aydın olmur. İkincisi, artan zəiflikdir: rəqəmsal kanallar, xarici kommunikasiya potensialını artırarkən, eyni zamanda daxili siyasi mühitə informasiya təsiri risklərini artırır və ictimai diplomatiyanı kommunikasiya, təhlükəsizlik və daxili siyasi legitimliyin

bir-biri ilə əlaqəli olduğu daha geniş bir gündəmin bir hissəsinə çevirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Həziyeva S.A. Dünya azərbaycanlılarının ham-rəyliyi yolunda diaspor təşkilatları (XX əsrin sonu, XXI əsrin əvvəlləri): dərs vəsaiti. Bakı: ADPU, 2024. 167 s. . URL: <https://anl.az/down/Yeni.kita-b.2024.1.pdf>

2. Kunina İ. Beynəlxalq münasibətlər nəzəri-yəsində Anqlo-sakson məktəbi: dərs vəsaiti . Bakı: Sim-Sim, 2024. 127 s. URL: <https://anl.az/down/Yeni.kitab.2024.1.pdf>

3. Talibova L.A. ABŞ-Rusiya münasibətlərində Cənubi Qafqaz regionunun yeri, rolu: siya-si elmlər üzrə fəlsəfə doktoru elmi ad almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın avtoreferatı. Bakı, 2024. URL: https://aak.gov.az/upload/dissertasi-on/siyasi_elml_r/%D0%B0%D0%B2%D1%82%-D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%-D1%80%D0%B0%D1%82-%D0%9B%D0%B0%-D0%BB%D0%B0_v8_1_%28AZE%29.pdf

4. Mabee B. Tarixi İnstitusionalizm və Xarici Siyasət Təhlili: Milli Təhlükəsizlik Şurasının Mən-şəyi Yenidən Baxılıb // Xarici Siyasət Təhlili. 2011. Cild 7. № 1. S. 27–44. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1743-8594.2010.00121.x>

5. Nye J.S. Yumşaq Güc: Dünya Siyasətində Uğu-ra Gedən Vasitələr. Nyu-York: PublicAffairs, 2004. URL: <https://archive.org/details/softpowermeans-00nyej/page/n3/mode/2up>

6. 1994-cü il Amerika Birləşmiş Ştatlarının Bey-nəlxalq Yayım Qanunu (Dövlət Qanunu 103–236, Başlıq III; 22 USC § 6201 və s.). URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/22/chapter-71>

7. Bağirova A.M Cənubi Qafqazda münaqişələr: ABŞ-ın maraqları: siyasi elmlər üzrə fəlsəfə dokto-ru elmi ad almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiya. Bakı, 2022. 150 s. URL: <https://anl.az/down/Yeni.kitab.2024.1.pdf>

8. Pew Araşdırma Mərkəzi. ABŞ Xarici Siyasətində Ziddiyyətli Partiya Prioritetləri. Vaşinqton, DC, 2018. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2018/11/29/conflicting-partisan-priorities-for-us-foreign-policy/>

9. OpenSecrets (Responsiv Siyasət Mərkəzi). Fe-deral Seçki Xərcləri / Prezident Kampaniyaları: Me-dia xərcləri məlumatları (2008, 2020). URL: <https://www.opensecrets.org/elections-overview/cost-of-election>

10. ABŞ Dövlət Departamenti. 2023-cü maliyyə ili üçün Konqresin büdcə əsaslandırması (Dövlət

Departamenti, Xarici Əməliyyatlar və Əlaqəli Proq-ramlar): İctimai Diplomatiya və Təhsil Mübadilələri üzrə materiallar. Vaşinqton, DC, 2022. URL: <https://www.congress.gov/crs-product/R47070>

11. ABŞ İctimai Diplomatiya üzrə Məsləhət Ko-missiyası. İctimai Diplomatiya və Beynəlxalq Ya-yım üzrə 2022-ci il üçün Hərtərəfli İllik Hesabat. Vaşinqton, DC, 2022. URL: <https://www.state.gov/2022-comprehensive-annual-report-on-publi-c-diplomacy-and-international-broadcasting-2/>

12. ABŞ Qlobal Media Agentliyi (USAGM). USAGM-in 2022-ci il üçün illik Hesabatı. Vaşinq-ton, DC, 2023. URL: <https://www.gao.gov/assets/gao-22-104017.pdf>

Institutions, Media, and Audiences—US Public Diplomacy (From the Cold War to the Evolution of Social Media)

Eldar Arif Jafarov

Baku State University

PhD in political science, ass.prof

Aygun Mammadaga Jafarova

Baku State University

Master student

SUMMARY

This article examines the evolution of US public diplomacy to digital platforms in the 21st century, revealing the connections between institutional change, media transformation, and the expansion of engagement with domestic and foreign audiences. Particular attention is paid to the transformation of key institutions, including the State Department and its affiliates, as well as the role of new actors—technology companies and online communities—in shaping the country's international image.

This article analyzes the shift from centralized models of information influence to decentralized digital practices based on interactivity, engagement, and algorithmic content distribution. It examines tools such as social media, digital campaigns, and platform diplomacy, as well as their impact on perceptions of the United States abroad.

The changing nature of audiences is also examined: from passive recipients of information to active participants in the communication process that can both enhance and undermine diplomatic efforts. The article also assesses the challenges associated with disinformation, information competition, and declining trust in official sources.

In conclusion, it is concluded that modern US public diplomacy is a hybrid system that combines state and non-state instruments, and its effectiveness depends on the ability to adapt to the rapidly changing digital environment and take into account the characteristics of a global audience.

Keywords: *public diplomacy, USA, foreign policy, international broadcasting, social media.*

Институты, медиа и аудитории: публичная дипломатия США (от холодной войны до эволюции социальных сетей)

Эльдар Ариф Джафаров
*Бакинский Государственный Университет,
доктор философии по политическим наукам,
доцент*

Айгюн Мамедага Джафарова
*Бакинский Государственный Университет,
магистрант*

РЕЗЮМЕ

В статье исследуется эволюция публичной дипломатии США — от инструментов идеологического противостояния периода холодной войны до цифровых платформ XXI века. Анализируются взаимосвязи между институциональными изменениями, трансформацией медиа и расширением взаимодействия с внутренними и внешними аудиториями. Особое внимание уделяется преобразованию ключевых институтов, включая Государственный Департамент США и его структуры, а также роли новых акторов — технологических компаний и онлайн-сообществ — в формировании международного имиджа страны.

В работе рассматривается переход от централизованных моделей информационного воздействия к децентрализованным цифровым практикам, основанным на интерактивности, вовлечённости и алгоритмическом распространении контента. Анализируются такие инструменты, как социальные сети, цифровые кампании и платформенная дипломатия, а также их влияние на восприятие США за рубежом.

Отдельное внимание уделяется изменяющемуся характеру аудитории: от пассивных получателей информации к активным участникам коммуникационного процесса, способным как усиливать, так и подрывать дипломатические усилия. В статье также оцениваются вызовы, связанные с дезинформацией, информационной конкуренцией и снижением доверия к официальным источникам.

В заключение делается вывод о том, что современная публичная дипломатия США представляет собой гибридную систему, объединяющую государственные и негосударственные инструменты влияния, а её эффективность зависит от способности адаптироваться к быстро меняющейся цифровой среде и учитывать особенности глобальной аудитории.

Ключевые слова: *публичная дипломатия, США, внешняя политика, международное вещание, социальные сети.*