

Uluslararası Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Devlet Başkanı Eşleri: Mihriban Aliyeva Örneği *

(Araştırma Makalesi)

President's Spouses in International Public Relations Activities: The Case of Mihriban Aliyeva

Doi: 10.29023/alanyaakademik.984921

Musa MAMMADOV

Mammadov.Musa@outlook.com

ORCID No: 0000-0002-5560-961X

Miraç Savaş TURHAN

Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü

mirac.turhan@alanya.edu.tr

ORCID No: 0000-0002-9479-1215

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Mammadov, M. & Turhan, M. S. (2022). "Uluslararası Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Devlet Başkanı Eşleri: Mihriban Aliyeva Örneği", *Alanya Akademik Bakış*, 6(1), Sayfa No. 1825-1842.

ÖZET

Anahtar kelimeler:

Organizasyon çalışmaları, uluslararası halkla ilişkiler, devlet başkanı eşleri, Mihriban Aliyeva.

Makale Geliş Tarihi:

19.08.2021

Kabul Tarihi:

01.09.2021

Devlet, organizasyon çalışmalarının ve uluslararası halkla ilişkiler alanının kesişim kümesinde yer alan inceleme nesnelерinden biridir. Devlet başkanlarının eşleri ve politikadaki varlıkları da geniş sayılabilecek bir yazına sahiptir. Ancak başkan eşlerinin devletlerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerindeki rollerini konu edinen çalışmaların halen katkıya açık bir alanı oluşturduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmada, devlet başkanı eşlerinin uluslararası arenada devletlerinin halkla ilişkiler faaliyetlerinde oynadıkları rollerin kapsamının anlaşılabilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in eşi Mihriban Aliyeva'yı inceleme konusu eden bir nitel durum/vaka (örnek olay) analizi tasarlanmış ve Mihriban Aliyeva'nın, ikincil kaynaklardan elde edilen ve uluslararası halkla ilişkiler konusu kapsamında değerlendirilebilecek faaliyetleri yazında yaygın olarak üzerinde durulan halkla ilişkiler uygulamaları çerçevesinde içerik analizi ile incelenerek değerlendirilmiştir. Ulaşılan bulgular, Aliyeva'nın farklı halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında değerlendirilebilecek çeşitli faaliyetlerini göstermektedir.

ABSTRACT

The state is one of the objects of studies located at the intersection of organization studies and international public relations. The spouses of the heads of state and their presence in politics also have a wide range of literature. However, it is observed that studies on the roles of the spouses of

* Bu çalışma, birinci yazarın, ikinci yazar danışmanlığında yürütmüş olduğu, yüksek lisans tezinden üretilmiştir ve 20-21 Mayıs 2021 tarihleri arasında düzenlenen 4. Cultural Informatics Communication and Media Studies Conference-CICMS 2021 isimli konferansta sunulan bildirinin genişletilmiş ve revize edilmiş halidir.

Keywords:
 Organization
 studies,
 international public
 relations,
 president's spouses,
 Mihriban Aliyeva.

the presidents in the international public relations activities of the states still constitute an area open to contribution. In this study, it is aimed to understand the scope of the roles played by the spouses of the heads of state, in the public relations activities of their states in the international arena. In this regard, a qualitative case study analysis that examines Mihriban Aliyeva, the wife of Azerbaijan President Ilham Aliyev, was designed. Mihriban Aliyeva's activities, which were obtained from secondary sources and could be evaluated within the scope of international public relations, were scrutinized using content analysis within the framework of public relations practices that are widely discussed in the literature and visualized them. Findings revealed Aliyeva's various activities that can be evaluated within the scope of different public relations practices.

1. GİRİŞ

Organizasyon çalışmaları (organization studies), başta sosyoloji, psikoloji, ekonomi, yönetim ve siyaset bilimi olmak üzere birçok disiplinin kesiştiği uygulamalı bir alandır (Adler, Du Gay, Morgan ve Reed, 2014; Augier, March ve Sullivan, 2005; Grothe-Hammer ve Kohl, 2020). Her ne kadar, bilhassa Kuzey Amerika menşeli yazında, tek inceleme nesnesi kâr amacı güden organizasyonlarmış gibi genel bir tutum görülmekteyse de (Adler vd., 2014; Davis, 2015b; Scott, 2004) kuramsal ilerlemedeki durgunluğa ancak alanın disiplinler arası yapısına uygun çalışmaların son verebileceği vurgulanmaktadır (Adler vd., 2014; Barley, 2016; Colignon, 2007; Davis, 2015a).

Diğer taraftan, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve ekonomi başta olmak üzere pek çok farklı disiplinle iletişim bilimlerinin kesişim alanında yer alan uluslararası halkla ilişkiler kavramının gerek akademide gerekse uygulamacılar tarafında 1990'lerden itibaren ilgi çekmeye başladığını söylemek olanaklıdır (Ki, Pasadeos ve Ertem-Eray, 2021; Labarca ve Ampuero Ruiz, 2020; Sriramesh, 2003, 2009; Taylor, 2001; Wakefield, 1996, 2001, 2010). Bilhassa akademik yazında, bu yıllarla birlikte, uluslararası bağlamda halkla ilişkiler meseleleri üzerine yazılmış pek çok çalışma ile karşılaşmak mümkündür (Ki vd., 2021; Wakefield, 1996). Bunlarda, kavramın, organizasyon meselelerinin ayrılmaz bir parçası olduğu da sıklıkla vurgulanmaktadır [örneğin, Varol (1993)]. Ancak halkla ilişkiler alanındaki araştırmacılar ile uygulamacıların önemli bir kısmının halkla ilişkiler ile organizasyon çalışmaları arasındaki ilişkiyi kurmakta başarılı olmadıkları da belirtilmektedir (Grunig, 2006; Verçiç ve Grunig, 2002).

Oysaki organizasyon çalışmaları ve uluslararası halkla ilişkiler alanının kesişim kümesinde yer alan bir inceleme nesnesi olarak *devletler* tarih boyunca birbiriyle ve diğer devletlerin kamularıyla iletişim halinde olmuşlardır. Bu suretle devletler, uluslararası arenada ve diğer devletlerin kamuları nezdinde iyi bir imaja ve algıya sahip olabilmek için çaba sarf etmişlerdir. Zira devletler bu durumun politik ve ekonomik çerçevedeki karşılığında her zaman haberdar olmuşlardır (Szondi, 2010). Sahibi oldukları olumlu imaj sayesinde, daha çok yatırımın çekilmesi, iş birliklerinin çoğalması ve devletin çıkarlarının en üst düzeyde korunmasının mümkün olabileceği kadim zamanlardan buyana devletlerin malumudur (Özdemirci ve Önder, 2018; Wilcox, Cameron ve Reber, 2015). Bu nedenledir ki uluslararası halkla ilişkiler kavramı sadece işletmeler yahut kurumlar için geçerli değildir. Bizatihi devletlerin diğer devletlerin ve ulusların kamularıyla ilişkiler kurma ve sürdürme konusundaki planlı ve organize çabaları da

uluslararası halka ilişkiler kavramının tanımı ve kapsamı içerisinde yer almaktadır (Signitzer ve Coombs, 1992; Wilcox vd., 2015). Nitekim 1990'lardan itibaren, devletlerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin bilhassa kamu diplomasisi kavramı ile ilişkilendirilerek akademik çalışmalara konu edilmiş olduğu görülmektedir (Ki vd., 2021; Signitzer ve Coombs, 1992). Diğer taraftan, devlet de dâhil olmak üzere her türden organizasyon için kurucu (constitutive) bir nitelik taşıyan iletişim unsurunun (Cooren, Kuhn, Cornelissen ve Clark, 2011) uluslararası halkla ilişkiler perspektifi çerçevesinde göz önünde bulundurulması da önemli bir noktayı işaret etmektedir.

Devletlerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri söz konusu edildiğinde son yıllarda ivmelenen ilgiye koşut olarak bilhassa vaka/durum çalışmalarına olan ihtiyacın da yazında altı çizilen bir husus olarak karşımıza çıktığı vurgulanmalıdır (Labarca ve Ampuero Ruiz, 2020; Sriramesh, 2009). Vaka/durum analizlerine olan gereksinime dikkat çeken bu çalışmalarda, uluslararası halka ilişkiler faaliyetlerinin “*kültürlere özgünlük*” niteliğinin altının çizildiği ve vaka/durum analizlerinin ortaya çıkaracağı bilgi birikimi ile bu niteliğe ilişkin bilimsel anlayışımızın zenginleşebileceğinin tartışıldığı görülmektedir (Sriramesh, 2009; Wakefield, 2010).

İşte bu noktada ülkelerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri söz konusu edildiğinde ve “*kültürlere özgünlük*” niteliğinin unsurlarının anlaşılması amaçlandığında vaka/durum analizlerini mümkün kılacak bir araştırma nesnesi olarak devlet başkanı eşlerinin elverişli bir saha oluşturabileceği düşünülmektedir. Esasen başkan eşleri ve politikadaki varlıkları geniş sayılabilecek bir yazına sahiptir [örneğin, Corrigan (2000); Eksterowicz ve Watson (2013); Watson (1997, 2014)]. Ancak başkan eşlerinin devletlerin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerindeki rollerini konu edinen çalışmaların halen katkıya açık olduğu vurgulanmalıdır. İlaveten her ülkedeki başkan eşleri ile politikadaki varlıkları ve faaliyetleri, ülkelerinin *sui generis* nitelikteki kültürel özelliklerinin uluslararası halka ilişkiler faaliyetleri çerçevesinde izlenebilmesi için verimli bir zemin sunabilecektir.

İşte bu çalışmada da amaçlanan “*devlet başkanı eşlerinin, ülkelerinin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinde oynadıkları rollerin*” anlaşılabilmesidir. Bu çerçevede çalışma ile cevabı aranan temel soru “*devletlerin uluslararası halkla ilişkiler yönetimi uygulamalarında devlet başkanı eşleri ne türden roller üstlenmektedirler?*” biçiminde ortaya çıkmaktadır. Araştırma sorusundan da anlaşılacağı üzere odaklanılan temel mesele *özneler arasında inşa edilmiş bir gerçekliği* (Berger ve Luckmann, 1966) *anlamaya* yönelik bir bilimsel çabayı işaret ettiğinden bu paradigmatik perspektifle (Burrell ve Morgan, 1979) uyumlu bir ontolojik ve epistemolojik duruşa (Burrell ve Morgan, 1979; Sargut ve Özen, 2007) bağlı olarak *nitel* bir araştırma desenini (Yıldırım ve Şimşek, 2018) gerekli kılmaktadır. Uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin kültürlere özgü niteliklerinin anlaşılabilmesine ilişkin çağrılar düşünüldüğünde de bu türden bir metodolojik yönelim isabetli görülmektedir. Bu nedenle çalışma bir vaka/durum analizi (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 287-303) olarak yapılandırılmış, bu çerçevede bütüncül tek durum deseninin (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 300-301) analiz nesnesi olarak bir birey, Mihriban Aliyeva, belirlenmiş ve elde edilen ikincil verilerin daha önceden belirlenmiş kavramlar çerçevesinde (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 244-245) içerik analizi (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 242-256) ile çözümlenmesi amaçlanmıştır. Eşi İlham Aliyev’in 2003 yılında Cumhurbaşkanı olmasından itibaren devlet başkanı eşi olarak faaliyetlerde bulunan Aliyeva’nın bütüncül tek durum deseninin analiz nesnesi olarak belirlenmesinde, uzunca bir süredir bu konuma sahip olması ve buna istinaden kendisi ile ilgili veri oluşturabilecek pek çok

kaynağa ulaşabilmenin mümkün olması ile Avrupa ile Asya'nın ortasında bir Post-Sovyet ülke olarak Azerbaycan'ın sahip olduğu tarihi, coğrafi, politik, ekonomik ve sosyolojik niteliklerin özgünlüğü etkili olmuştur.

Bu yapısıyla çalışmanın üç noktada katkı yapabileceği düşünülmektedir. İlk olarak çalışmanın başta sosyoloji, psikoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi disiplinlerin kesiştiği ortak bir alan olan organizasyon çalışmaları (organization studies) (Adler vd., 2014; Augier vd., 2005; Grothe-Hammer ve Kohl, 2020) yazımına kâr amacı gütmeyen yapılar nezdinde devleti ve devleti temsilen bir bireysel aktör olması bakımından devlet başkanları eşlerini inceleme nesnesi yaparak katkı yapması beklenmektedir. İlâveten bu katkının, iletişimi, organizasyonlar açısından bizatihi kurucu (constitutive) bir unsur (Cooren vd., 2011) olarak gören perspektifi de besleyebileceği değerlendirilmektedir. İkinci olarak, çalışmanın, devlet başkanları eşlerinin faaliyetlerinin uluslararası halkla ilişkiler kavramı çerçevesinde değerlendirilmesine binaen uluslararası halkla ilişkiler yazımına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Üçüncü olarak da çalışmayla, son yıllarda genel olarak sosyal bilimlerin pek çok sahasında, daha özelde de hem organizasyon hem de uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarında kültüre özgü unsurların daha iyi anlaşılabilmesi adına dikkat çekilen ve önerilen vaka/durum analizleri konusunda katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde ilk olarak veri kaynakları ve yöntemle ilişkin bilgiler verilmiş, sonrasında da bulgular ortaya konulmuştur. Çalışma sonuç bölümü ile sonlandırılmıştır.

2. VERİ KAYNAKLARI VE YÖNTEM

Araştırmada amaçlı/kolay ulaşılabilir durum/vaka örnekleme (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 123-124) yöntemi kullanılarak çalışmaya konu edilen Mihriban Aliyeva ile ilgili ikincil veri kaynaklarına ulaşılmıştır. Bu kaynaklar Mihriban Aliyeva hakkındaki sekiz kitap, bir adet aktüel makale ve internet sitesinden oluşmaktadır ve Mihriban Aliyeva'nın uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine veri oluşturabilecek uygulamalarını içermektedir. Tablo 1'de bu kaynaklar ve temel nitelikleri gösterilmiştir.

Tablo 1. Veri Kaynakları

Sıra No	Kaynak başlığı	Açıklama	Yazar ve yıl	Sayfa sayısı
1	“Humanizm və xeyirxahlıq missiyası” (Hümanizm ve nezaket misyonu)	Kitap hem Haydar Aliyev Vakfı'nı hem de Haydar Aliyev Vakfı Başkanı ve UNESCO İyi Niyet Elçisi Mihriban Aliyeva'yı konu edinmektedir.	Eyvazova (2007)	192 s.
2	“Xoşməramlı səfir: I Kitab” (İyi niyet elçisi: Kitap I)	Kitaplarda UNESCO İyi Niyet Elçisi ve Haydar Aliyev Vakfı	Hüseynova (2005)	216 s.
3	“Xoşməramlı səfir: II Kitab” (İyi niyet elçisi: Kitap II)	Başkanı Mihriban Aliyeva'nın Azerbaycan ilim, eğitim ve	Naxçıvanlı (2006a)	232 s.
4	“Xoşməramlı səfir: III Kitab” (İyi niyet elçisi: Kitap III)	kültürünün gelişmesi, ülkenin uluslararası arenada üst düzeyde	Naxçıvanlı (2006b)	216 s.
5	“Xoşməramlı səfir: IV Kitab” (İyi niyet elçisi: Kitap IV)	temsili ve hayır faaliyetleri konularında yaptığı çalışmalar	Əliyev (2007)	236 s.
6	“Xoşməramlı səfir: V Kitab” (İyi niyet elçisi: Kitap V)	hakkında makaleler yer almaktadır.	Naxçıvanlı (2007)	184 s.

7	“Mehriban Əliyeva: tərəqqi və yüksəliş yolları ilə: I cild” (Mihriban Aliyeva: ilerleme ve yükseliş yoluyla: cilt I)	Kitaplarda UNESCO ve ISESCO'nun İyi Niyet Elçisi ve Haydar Aliyev Vakfı Başkanı Mihriban Aliyeva'nın	Naxçıvanlı (2014a)	412 s.
8	“Mehriban Əliyeva: tərəqqi və yüksəliş yolları ilə: II cild” (Mihriban Aliyeva: ilerleme ve yükseliş yoluyla: cilt II)	Azərbaycan'da eğitim ve kültürün gelişmesi, ülkenin uluslararası arenada üst düzeyde temsili ve hayır faaliyetleri konusunda yaptığı çalışmalara ilişkin içerik yer almaktadır.	Naxçıvanlı (2014b)	388 s.
9	“Azerbaijan's First Lady Mehriban Aliyeva” (Azerbaijan'ın First Lady'si Mihriban Aliyeva)	“Diplomatic World” web sitesinde Mihriban Aliyeva ile ilgili yayınlanmış bir makaledir.	Mammadov (2019)	-
10	Mehriban Aliyeva FIRST LADY OF AZERBAIJAN (Mihriban Aliyev AZERBAIJAN'IN FIRST LADY'Sİ)	Mihriban Aliyeva'nın biyografisi, faaliyetleri ve foto/video galerisini kapsayan bir internet sitesidir: www.mehriban-aliyeva.az	Əliyeva (2021)	-

Tablo 1’de gösterilen kaynaklardan elde edilen verilerin analizinde, daha önce Suddaby ve Greenwood (2005) ile Turhan ve Danışman (2021) tarafından uygulanan *içerik analizi* yöntemi (Mayring, 2000; Schreier, 2013) kullanılmıştır. Bu çerçevede veri kaynaklarından elde edilen ve yazılı ve görsel metinlerden oluşan içerikler daha önceden belirlenmiş kavramlar (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 244-245) çerçevesinde kodlanarak (Strauss ve Corbin, 1998) çözümlenmiştir.

Mihriban Aliyeva'nın uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine veri oluşturabilecek uygulamalarını içeren ikincil kaynakların analizi için çerçeveyi oluşturacak daha önceden belirlenmiş kavramlar için Özdemirci ve Önder (2018: 65-66) tarafından bu hususta yapılan pek çok çalışmayı (Barron ve Rolfe, 2012; Brijis, Bloemer ve Kasper, 2011; Echtner ve Ritchie, 2003; Guina ve Giraldo, 2012; Huang, 2012; Knight, Spreng ve Yaprak, 2003; Laroche, Papadopoulos, Heslop ve Mourali, 2005; Lee ve Ganesh, 1999; Lopez, Gotsi ve Andriopoulos, 2011; Martin ve Eroglu, 1993; Papadopoulos ve Heslop, 2000; Papadopoulos, Heslop ve Bamossy, 1990; Papadopoulos, Heslop ve Beracs, 1990; Parameswaran ve Pisharodi, 1994; Ponzi, Fombrun ve Gardberg, 2011; Verlegh, 2001; Yaprak ve Parameswaran, 1986) bütüncül bir bakış açısı ile değerlendirip konsolide ettikleri makaleleri temel alınmıştır. Bu makalelerinde Özdemirci ve Önder (2018) uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin içeriğini oluşturan faktörleri ve uygulamaları Tablo 2’de gösterildiği biçimde sıralamışlardır.

Tablo 2. Uluslararası Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin İçeriğini Oluşturan Faktörler ve Uygulamalar

Ülkenin algısını ve imajını belirleyen faktörler	Ülkenin algılanmasında ve imajının oluşmasında etkili olan halkla ilişkiler uygulamaları
Ülkenin dünyadaki rolü (ÜDR)	Etkinlik yönetimi (ETY)
Ülkenin ekonomik ve endüstriyel gelişim düzeyi (ÜGD)	Sosyal sorumluluk (SOS)
Ülkenin ürünleri ve markaları (ÜÜM)	Medya faaliyetleri (MFA)
Ülke halkının özellikleri (ÜHÖ)	Lobicilik (LOB)
Ülkenin yönetim biçimi (ÜYB)	Kriz yönetimi (KYÖ)
Ülkenin bilim ve teknolojisi (ÜBT)	Sponsorluk (SPO)
Ülkenin sosyal ve kültürel gelişimi (ÜSK)	Kurumsal reklamcılık (KUR)
Ülkenin tarihi ve doğal güzellikleri (ÜTD)	Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler çalışmaları (PAZ)

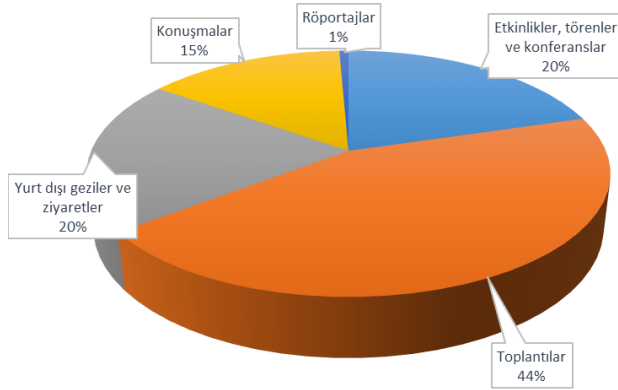
Kaynak: Özdemirci ve Önder (2018: 65-66) tarafından verilen bilgiler temel alınarak oluşturulmuştur.

Analizin ilk aşamasında birinci yazar tarafından, kullanılan veri kaynaklarının içerisinde Özdemirci ve Önder (2018: 65-66) tarafından işaret edilen faktörlerle uygulamalara örnek teşkil edebilecek yazılı ve görsel metinler belirlenmiştir. Bu çerçevede İlham Aliyev’in Azerbaycan Cumhurbaşkanlığı görevine geldiği 2003 yılı ile, Aliyeva’nın 2017 Şubat ayında Cumhurbaşkanı yardımcısı olarak atanması nedeniyle, bir önceki yıl olan 2016 yılı arasındaki süreye odaklanılmıştır. 2003 ile 2016 arasında ulusal ve uluslararası düzeyde 835 faaliyet tespit edilmiş bunların da yaklaşık %71’inin uluslararası faaliyetler olduğu anlaşılmıştır. Bu faaliyetlerin tamamını “etkinlikler, törenler ve konferanslar”, “toplantılar”, “yurt dışı geziler ve ziyaretler”, “konuşmalar” ve “röportajlar” biçiminde gruplamak mümkün olup her bir grup için ulusal ve uluslararası düzeydeki faaliyetlerin sayıları ve oranları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Araştırma Kapsamında Analizi Gerçekleştirilen Faaliyetler

Faaliyetler/Tür	Ulusal		Uluslararası		Toplam	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Etkinlikler, törenler ve konferanslar	178	%59,53	121	%40,47	299	%100,00
Toplantılar	14	%5,07	262	%94,93	276	%100,00
Yurtdışı geziler ve ziyaretler	0	%0,00	120	%100,00	120	%100,00
Konuşmalar	38	%30,65	86	%69,35	124	%100,00
Röportajlar	12	%75,00	4	%25,00	16	%100,00
Toplam	242	%28,98	593	%71,02	835	%100,00

Tablo 3’te de görüldüğü üzere “toplantılar”, “yurtdışı geziler ve ziyaretler” ile “konuşmalar” uluslararası faaliyetlerde ön plana çıkarken, “etkinlikler, törenler ve konferanslar” ile “röportajlar” ulusal faaliyetlerde dikkat çekmektedir. Bu çerçevede çalışmada, uluslararası faaliyetler kapsamında değerlendirilen yazılı ve görsel metinler kodlanmıştır. Şekil 1, veriler içerisinde ulaşılan 593 uluslararası faaliyetin kendi içerisindeki dağılımını göstermektedir.



Şekil 1. Uluslararası Faaliyetlerin Kendi İçerisindeki Dağılımı




Kodlama aşamasında, birinci yazarla birlikte yönetim alanında tez aşamasında olan iki yüksek lisans öğrencisi de görev almıştır. Kodlamacılar arasında Özdemirci ve Önder (2018: 65-66) tarafından belirlenen “ülkenin algısını ve imajını belirleyen faktörler” ile “ülkenin algılanmasında ve imajının oluşmasında etkili olan halkla ilişkiler uygulamaları” hakkında kavramsal olarak bir fikir birliğine varılması için Tablo 2’de yer alan tüm faktörler ve





uygulamalar üzerinde tartışılarak mutabakat sağlanmıştır. Sonrasında kodlama aşamasına geçilmiş ve kodlamacıardan, yazılı ve/veya görsel metinleri ilişkili olduğunu düşündükleri faktör(ler) ve uygulama(lar) ile ilişkilendirerek kodlamaları istenmiştir. Bu aşamada her bir kodlamacının değerlendirmelerini bağımsız olarak gerçekleştirmeleri sağlanmıştır. Son olarak kodlamacılarca gerçekleştirilen kodlamalar konsolide edilmiş, %1'in altında ortaya çıkan uyumsuzluklar üzerinde de görüşülerek %100 mutabakat sağlanmış ve kodlamalar sayısallaştırılarak görselleştirilmiştir (Ertug, Gruber, Nyberg ve Steensma, 2018; Henderson ve Segal, 2013).




3. BULGULAR




Tablo 4'te kodlamaların nasıl gerçekleştirildiğine ilişkin örnekler yer almaktadır.

Tablo 4. Kodlama örnekleri

Yıl	Faaliyetler	Yazılı ve/veya Görsel Metin	İlişkili Olduğu Faktörler	İlişkili Olduğu Uygulamalar
2004	"Mihriban Aliyeva UNESCO İyi Niyet Elçisi unvanına layık görüldü" (Eyvazova, 2007: 21)	 (Əliyeva, 2004) "Azerbaycan'ın sözlü halk edebiyatı ve müzik mirasının korunması ve geliştirilmesi alanındaki faaliyetlerde bulunmuştur"(Eyvazova, 2007: 21).	ÜDR ÜBT ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB KYÖ KUR
2005	"Rusya'nın Yüzyılın Hayırseverleri Uluslararası Yardım Vakfı'nın Yakut Haç (Yaqut Xaç) Nişanı'na layık görüldü" (Naxçıvanlı, 2014b: 359)	 (Əliyeva, 2005) "Kamu ve hayırseverlik faaliyetleri, eğitim ve kültür kurumlarına verdiği destekler, Azerbaycan ve Rusya halkları arasındaki dostane bağların güçlendirilmesi için yaptığı değerli katkılar nedeniyle ödüllendirildi"	ÜDR ÜBT ÜSK	ETY SOS LOB SPO KUR
2006	"Birleşmiş Milletler Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından altın madalya ile ödüllendirildi" (Əliyeva, 2006)	 (Əliyeva, 2006) "Kültürel ve manevi değerlerin korunmasına yaptığı katkılardan dolayı ödüllendirildi"	ÜDR ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB KUR

2007	<p>“Dünya Sağlık Örgütü (WHO) Yürütme Komitesi'nin Cenevre'de yapılan 120-ci oturumunun oybirliği kararıyla uluslararası kuruluş ödülüne layık görüldü” (Əliyeva, 2007a)</p>	 <p>(Eyvazova, 2007: 185) “Konuşmalar zamanı sayın Philis Erdoğan, sayın Mihriban Aliyeva'nın Azerbaycan'da sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi, yeni hastanelerin açılması ve modern cihazlarla donatılması konusundaki faaliyetlerine vurgu yaptı” (Əliyeva, 2007a)</p>		<p>ÜGD ÜDR ÜBT ÜSK</p>	<p>ETY SOS LOB SPO KUR</p>
2007	<p>“Haydar Aliyev Vakfi ile ISESCO arasında iş birliği protokolü imzalandı” (Əliyeva, 2007b)</p>	 <p>(Əliyeva, 2007b)</p>		<p>ÜGD ÜDR ÜBT ÜSK ÜTD</p>	<p>ETY SOS LOB SPO KUR</p>
2009	<p>“Polonya Cumhuriyeti Büyük Komandor Haçı (Büyük Komutan Haçı) ile ödüllendirildi” (Naxçıvanlı, 2014a: 320)</p>	 <p>“Azerbaycan ile Polonya arasındaki dostane ilişkilerin geliştirilmesindeki hizmetlerinden bulundu” (Naxçıvanlı, 2014a: 320)</p>	<p>dostane iliřkilerin</p>	<p>ÜDR ÜSK</p>	<p>ETY SOS LOB</p>
2012	<p>“İ.M. Sechenov'un adını taşıyan Birinci Moskova Devlet Tıp Üniversitesi Fahri Profesörü unvanına layık görüldü” (Əliyeva, 2012a)</p>			<p>ÜDR ÜBT ÜSK</p>	<p>ETY SOS</p>

		“Sağlığın, çevrenin, barışın ve hümanizmin korunması ile ilgili küresel sorunların çözümüne yönelik yaptığı faaliyetlerin önemli katkıları bulunmaktadır” (Əliyeva, 2012a)		
2012	“Stars of the Commonwealth (Birliğin Yıldızları) Devletlerarası Ödülü”ne layik görüldü” (Əliyeva, 2012b)		ÜSK	ETY SOS LOB SPO KUR
2013	“Pakistan'da Hümanizmin Sembölü – 2012 Yılıın Adamı seçildi” (Əliyeva, 2013b)		ÜDR ÜBT ÜSK	ETY SOS LOB KYÖ SPO KUR
		“Mihriban Aliyeva'nın girişimi ve desteğiyle 2007'de Pakistan'ın depremden etkilenen Muzaffarabad kentinde bir kız okulu inşa edildiğini ve 2012'de okulun elden geçirilip yeniden inşa edildiğini kaydetti. Pakistan'daki bir dizi insani yardım programının parçası olarak Vakıf, Edhi Home yetimhanesindeki, Peşaver'deki Akbar Care Institute for Serebral Palsy'deki ve Laki Marwat'taki Kadın ve Çocuk Hastanesindeki çocuklara hepatit B'ye karşı tıbbi bakım ve aşı sağladı. Ücretsiz muayene, Islamabad'daki Kulsum International Clinic'te açık kalp ameliyatı, Hamza Vakfı (Peşaver), modern kan nakli ekipmanı ve bir laboratuvar ile donatılmış bir ambulans ve 2.000 kan nakli paketi bağışladı, yeni bir binanın inşası için mali yardım sağladı. Khyber Eye Vakfı Pakistan'ın tüm illerinde Ramazan ayı boyunca iftar yemekleri düzenlendi ve Kurban Bayramı'nda Lakki Marwat ve Pencap vilayetlerinde kurban kesilerek fakirlere dağıtıldı” (Əliyeva, 2013b)		
2013 2014	“2014”ün en etkili kadını seçildi” (Əliyeva, 2013a)	“Fransız Arap Kültür Mirası Merkezi ve Mısırlı Nefertiti Media Productions şirketi tarafından 8 Mart 2013 - 10 Ocak 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilen ortak bir araştırmaya göre Mehriban Aliyeva, UNESCO İyi Niyet Elçisi olarak yaptığı özel hizmetler dikkate alınarak seçildi. Uluslararası kültür, bilim, sağlık, spor, eğitim, teknoloji ve ekolojinin tanıtımına ve değişimine yaptığı katkılarda bulunmuştur” (Əliyeva, 2013a)	ÜDR ÜBT ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB KYÖ SPO KUR
2014	“The Business Year dergisi tarafından First Lady of the Year (Yılın First Lady'si) ödülüne layik görüldü” (Əliyeva, 2014b)		ÜDR ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB SPO KUR
		“Azerbaycan'ın kamu, sosyal ve kültürel yaşamına aktif katılımı, toplumun dinamik gelişimine önemli katkıları, Azerbaycan		

		kültürünün dünyada tanıtımına paha biçilmez hizmetler ve dünya kültür mirasının korunmasına kapsamlı desteklerde bulunmuştur” (Əliyeva, 2014b)		
2014	“Atina'daki Elpida Çocuk Dostluk Derneği Başkanı Marianna Vardinoyannis, Elpida ödülünü Mihriban Aliyeva'ya takdim etti” (Əliyeva, 2014c)	 <p>“ELPIDA'nın projelerinden bahseden Marianna Vardinoyannis, derneğin geçmiş faaliyetlerine bakarak Haydar Aliyev Vakfı ile olan ilişkilerine değinerek, Talasemi Merkezi'nin Bakü'de faaliyet gösterdiğini hatırlattı” (Əliyeva, 2014c)</p>	ÜDR ÜBT ÜSK	ETY SOS SPO KUR
2014	“Haydar Aliyev Vakfı ve Vatikan Apostolik Kütüphanesi aralarında anlaşma imzaladı” (Əliyeva, 2014a)	 <p>“2015-2016 yıllarında yeni el yazmalarının restorasyonu ve sayısallaştırılması konulu anlaşma imzalandı” (Əliyeva, 2014a)</p>	ÜDR ÜBT ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB SPO KUR
2015	“Sırbistan'ın Sreten Nişanı'na layık görüldü” (Əliyeva, 2015b)	 <p>“Sırbistan'a sosyal, kültürel ve insani alanlarda yaptığı özel hizmetlerde bulunmaktır” (Əliyeva, 2015b)</p>	ÜDR ÜSK	ETY SOS LOB KUR

2015	"Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu İcra Direktörü Babatunde Osotimehin ile görüş yapıldı, BM Nüfus Fonu'ndan bir hatıra diploması verildi" (Əliyeva, 2015a)	 <p>"Azerbaycan'da kadın ve çocukların haklarını ve toplumsal cinsiyet eşitliğini koruma konusundaki hizmetlerinde bulunmuştur" (Əliyeva, 2015a)</p>	ÜDR ÜSK	ETY SOS LOB KUR
2016	"Veliko Tırnovo'da fahri vatandaş ve Fahri Doktor diplomaları verildi" (Əliyeva, 2016)	 <p>"Kentin kültürel mirasını korumadaki hizmetlerinde bulunmuştur" (Əliyeva, 2016)</p>	ÜDR ÜSK ÜTD	ETY SOS LOB SPO KUR

Kodlamalar ile sayısallaştırma ve görselleştirme sürecinin neticesinde ulaşılan bulguları Şekil 2 ve 3'te görmek mümkündür.



Şekil 2. Ülkenin Algısını ve İmajını Belirleyen Faktörler

Şekil 2'de görülebileceği üzere veri kaynaklarından elde edilen yazılı ve görsel metinlere göre 2003-2016 yılları arasında Aliyeva'nın *ülkenin algısını ve imajını belirleyen faktörler* çerçevesindeki faaliyetlerinde "ülkenin sosyal ve kültürel gelişimi" ile "ülkenin dünyadaki rolü" ön plana çıkmakta, "ülkenin tarihi ve doğal güzellikleri" ile "ülkenin bilim ve teknolojisi" faktörleri de bunları takip etmektedir.



Şekil 3. Ülkenin Algılanmasında ve İmajının Oluşmasında Etkili Olan Halkla İlişkiler Uygulamaları

Benzer biçimde, Şekil 3'te görülebileceği üzere, veri kaynaklarından elde edilen yazılı ve görsel metinlere göre Aliyeva'nın 2003-2016 yılları arasında *ülkenin algılanmasında ve imajının oluşmasında etkili olan halkla ilişkiler uygulamaları* çerçevesindeki faaliyetlerinde de “etkinlik yönetimi”, “sosyal sorumluluk”, “lobicilik” ve “kurumsal reklamcılık” faktörlerinin öne çıktığı ve bunları “sponsorluk” faaliyetinin izlediği görülmektedir.

4. SONUÇ

“Devlet başkanı eşlerinin, ülkelerinin uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinde oynadıkları rollerin” anlaşılabilmesine katkı amacı taşıyan bu çalışmada, bütüncül tek durum deseninin (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 300-301) analiz nesnesi olarak Mihriban Aliyeva belirlenmiş ve bir vaka/durum analizi (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 287-303) gerçekleştirilerek elde edilen ikincil verilerin daha önceden belirlenmiş kavramlar çerçevesinde (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 244-245) içerik analizi (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 242-256) ile çözümlemesi yapılmıştır.

Veri kaynaklarından elde edilen yazılı ve görsel metinlerin analizi neticesinde elde edilen bulgulara göre; 2003-2016 yılları arasında Aliyeva'nın *ülkenin algısını ve imajını belirleyen faktörler* çerçevesinde “ülkenin sosyal ve kültürel gelişimi” ve “ülkenin dünyadaki rolü” yoğun olmak üzere “ülkenin tarihi ve doğal güzellikleri” ile “ülkenin bilim ve teknolojisi”; *ülkenin algılanmasında ve imajının oluşmasında etkili olan halkla ilişkiler uygulamaları* çerçevesinde de “etkinlik yönetimi”, “sosyal sorumluluk”, “lobicilik”, “kurumsal reklamcılık” ve “sponsorluk” faaliyetlerini gerçekleştirdiği görülmüştür. Bu durum bir devlet başkanı eşi olarak Aliyeva'nın farklı halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında ne derecede çeşitli faktörleri ve uygulamaları gerçekleştirebileceğine dikkat çekmektedir.

Bu yapısıyla çalışmanın ve elde edilen bulguların;

a) Organizasyon çalışmalarında (organization studies) (Adler vd., 2014; Augier vd., 2005; Grothe-Hammer ve Kohl, 2020) devleti ve devleti temsil eden bir bireysel aktör olması bakımından devlet başkanları eşlerini inceleme nesnesi yapan yazına,

b) Organizasyon çalışmalarında (organization studies) (Adler vd., 2014; Augier vd., 2005; Grothe-Hammer ve Kohl, 2020), iletişimi, organizasyonlar açısından bizatihi kurucu (constitutive) bir unsur (Cooren vd., 2011) olarak gören perspektife;

c) Devlet başkanları eşlerinin faaliyetlerinin uluslararası halkla ilişkiler kavramı çerçevesinde değerlendirilmesine binaen uluslararası halkla ilişkiler yazınına;

d) Son yıllarda genel olarak sosyal bilimlerin pek çok sahasında, daha özelde de hem organizasyon hem de uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarında kültüre özgü unsurların daha iyi anlaşılabilmesine dikkat çeken ve bu suretle vaka/durum analizlerini öneren yazına ve gelecekteki çalışmalara katkı yapması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- ADLER, P., DU GAY, P., MORGAN, G. & REED, M. (2014). Introduction: Sociology, social theory and organization studies, continuing entanglements. P. Adler, P. Du Gay, G. Morgan, & M. Reed (Eds.), *The Oxford handbook of sociology, social theory and organization studies: Contemporary currents* (s. 1-8). UK: Oxford University Press.
- AUGIER, M., MARCH, J. G. & SULLIVAN, B. N. (2005). Notes on the evolution of a research community: Organization studies in anglophone North America, 1945–2000. *Organization Science*, 16(1), 85-95. doi:10.1287/orsc.1040.0108
- BARLEY, S. R. (2016). 60th anniversary essay: Ruminations on how we became a mystery house and how we might get out. *Administrative Science Quarterly*, 61(1), 1-8. doi:10.1177/0001839215624886
- BARRON, D. N. & ROLFE, M. (2012). It ain't what you do, it's who you do it with: Distinguishing reputation and status *The Oxford handbook of corporate reputation* (s. 160-178). UK: Oxford University Press.
- BERGER, P. & LUCKMANN, T. (1966). *The social construction of knowledge: A treatise in the sociology of knowledge*. NY: Doubleday.
- BRIJS, K., BLOEMER, J. & KASPER, H. (2011). Country-image discourse model: Unraveling meaning, structure, and function of country images. *Journal of Business Research*, 64(12), 1259-1269. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.01.017
- BURRELL, G. & MORGAN, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis*. London: Heinemann.
- COLIGNON, R. A. (2007). The sociology of organization. C. D. Bryant & D. L. Peck (Eds.), *21st Century Sociology: A Reference Handbook* (s. 179-187). Thousand Oaks, CA: Sage.

- COOREN, F., KUHN, T., CORNELISSEN, J. P. & CLARK, T. (2011). Communication, organizing and organization: An overview and introduction to the special issue. *Organization Studies*, 32(9), 1149-1170. doi:10.1177/0170840611410836
- CORRIGAN, M. (2000). The transformation of going public: President Clinton, the first lady, and health care reform. *Political Communication*, 17(2), 149-168. doi:10.1080/105846000198459
- DAVIS, G. F. (2015a). Celebrating organization theory: The after-party. *Journal of Management Studies*, 52(2), 309-319. doi:https://doi.org/10.1111/joms.12094
- DAVIS, G. F. (2015b). Editorial essay: What is organizational research for? *Administrative Science Quarterly*, 60(2), 179-188. doi:10.1177/0001839215585725
- ECHTNER, C. M. & RITCHIE, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image [Reprint of original article published in v.2, no.2, 1991: 2-12.]. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- EKSTEROWICZ, A. J. & WATSON, R. P. (2013). Treatment of first ladies in american government and presidency textbooks: Overlooked, yet influential, voices. *PS: Political Science & Politics*, 33(3), 589-595. doi:10.2307/420863
- ƏLİYEV, Q. (2007). *Xoşməramlı səfir: IV Kitab (İyi niyyət elçisi: Kitap IV)*. Bakü: Şəms.
- ƏLİYEVƏ, M. (2004). A ceremony was held in Paris in connection with awarding Mehriban Aliyeva the title of UNESCO Goodwill Ambassador. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840552>
- ƏLİYEVƏ, M. (2005). Mehriban Aliyeva was awarded with Order of Ruby Cross. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840564>
- ƏLİYEVƏ, M. (2006). Mehriban Aliyeva is awarded the golden medal of World Intellectual Property Organization. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840582>
- ƏLİYEVƏ, M. (2007a). Mehriban Aliyeva awarded the World Health Organization's High Prize. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840591>
- ƏLİYEVƏ, M. (2007b). A Protocol of Cooperation was signed between the Heydar Aliyev Foundation and ISESCO. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/activities/node/845170>
- ƏLİYEVƏ, M. (2012a). First Lady Mehriban Aliyeva was presented the "Honorary Professor of the I.M.Sechenov First Moscow State Medical University" Diploma. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840624>
- ƏLİYEVƏ, M. (2012b). Mehriban Aliyeva was awarded the "Stars of the Commonwealth" Interstate Prize. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarixi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840630>

- ƏLİYEV, M. (2013a). Mehriban Aliyeva is named the most influential woman of 2014. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840645>
- ƏLİYEV, M. (2013b). Mehriban Aliyeva was named “The Symbol of Humanism – The Person of the Year 2012” in Pakistan. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840639>
- ƏLİYEV, M. (2014a). An agreement is signed between the Heydar Aliyev Foundation and Vatican's Apostolic Library "On restoring and digitalizing new manuscripts in 2015-2016". *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/activities/node/841332>
- ƏLİYEV, M. (2014b). Mehriban Aliyeva is awarded the “First Lady of the Year” Prize. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/840651>
- ƏLİYEV, M. (2014c). Mehriban Aliyeva pays a visit to ELPIDA Friendship Association of Children Suffering from Cancer in Athens. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/841350>
- ƏLİYEV, M. (2015a). Meeting with UN Population Fund’s Executive Director Babatunde Osotimehin. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/845825>
- ƏLİYEV, M. (2015b). Mehriban Aliyeva is conferred on the Sreten Order of the Serbian Republic. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/841558>
- ƏLİYEV, M. (2016). Mehriban Aliyeva is presented diplomas of honorary citizen and honorary doctor in the city of Veliko Tynovo. *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <https://mehriban-aliyeva.az/en/news/node/846369>
- ƏLİYEV, M. (2021). *Mehriban Əliyeva: Azərbaycanın Birinci Xanımı*. Erişim tarihi: 03.07.2021. www.mehriban-aliyeva.az
- ERTUG, G., GRUBER, M., NYBERG, A. & STEENSMA, H. K. (2018). From the Editors-A Brief Primer on Data Visualization Opportunities in Management Research. *Academy of Management Journal*, 61(5), 1613-1625. doi:10.5465/amj.2018.4005
- EYVAZOVA, S. (2007). *Humanizm və xeyirxahlıq missiyası (Hümanizm ve nezaket misyonu)*. Bakü: Nurlan.
- GROTHER-HAMMER, M. & KOHL, S. (2020). The decline of organizational sociology? An empirical analysis of research trends in leading journals across half a century. *Current Sociology*, 68(4), 419-442. doi:10.1177/0011392120907627
- GRUNIG, J. E. (2006). Research in public relations: Current status and new directions. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*(34), 49-65.
- GUINA, F. D. T. C. & GIRALDI, J. d. M. E. (2012). Differences on the image of Brazil in external markets according to consumers' age, gender, knowledge about the country

- and country of residence. *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 7(2), 13-28.
- HENDERSON, S. & SEGAL, E. H. (2013). Visualizing Qualitative Data in Evaluation Research. *New Directions for Evaluation*, 2013(139), 53-71. doi:<https://doi.org/10.1002/ev.20067>
- HUANG, Y.-H. C. (2012). Gauging an integrated model of public relations value assessment (PRVA): Scale development and cross-cultural studies. *Journal of Public Relations Research*, 24(3), 243-265. doi:10.1080/1062726X.2012.671987
- HÜSEYNOVA, İ. (2005). *Xoşməramlı səfir: I Kitab (İyi niyet elçisi: Kitap I)*. Bakü: Şəms.
- KI, E.-J., PASADEOS, Y. & ERTEM-ERAY, T. (2021). The structure and evolution of global public relations: A citation and Co-citation analysis 1983–2019. *Public Relations Review*, 47(1). doi:<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102012>
- KNIGHT, G. A., SPRENG, R. A. & YAPRAK, A. (2003). Cross-national development and validation of an international business measurement scale: the COISCALE. *International Business Review*, 12(5), 581-599. doi:[https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(03\)00077-5](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(03)00077-5)
- LABARCA, C. & AMPUERO RUIZ, P. (2020). Cultural and global perspectives to relationship management in international public relations: The Sino-Chilean case study. *International Communication Gazette*. doi:10.1177/1748048520929817
- LAROCHE, M., PAPAPOULOS, N., HESLOP, L. A. & MOURALI, M. (2005). The influence of country image structure on consumer evaluations of foreign products. *International Marketing Review*, 22(1), 96-115. doi:10.1108/02651330510581190
- LEE, D. & GANESH, G. (1999). Effects of partitioned country image in the context of brand image and familiarity. *International Marketing Review*, 16(1), 18-39. doi:10.1108/02651339910257610
- LOPEZ, C., GOTSI, M. & ANDRIOPOULOS, C. (2011). Conceptualising the influence of corporate image on country image. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1601-1641. doi:10.1108/03090561111167315
- MAMMADOV, S. (2019). Azerbaijan's first lady Mehriban Aliyeva. *Diplomatic World*. Erişim tarihi: 03.07.2021. <http://diplomatic-world.com/?p=3204>
- MARTIN, I. M. & EROGLU, S. (1993). Measuring a multi-dimensional construct: Country image. *Journal of Business Research*, 28(3), 191-210. doi:[https://doi.org/10.1016/0148-2963\(93\)90047-S](https://doi.org/10.1016/0148-2963(93)90047-S)
- MAYRING, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2). doi:<https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- NAXÇIVANLI, A. (2006a). *Xoşməramlı səfir: II Kitab (İyi niyet elçisi: Kitap II)*. Bakü: Şəms.
- NAXÇIVANLI, A. (2006b). *Xoşməramlı səfir: III Kitab (İyi niyet elçisi: Kitap III)*. Bakü: Şəms.
- NAXÇIVANLI, A. (2007). *Xoşməramlı səfir: V Kitab (İyi niyet elçisi: Kitap V)*. Bakü: Şəms.

- NAXÇIVANLI, A. (2014a). *Mehriban Əliyeva: tərəqqi və yüksəliş yolları ilə: I cild (Mehriban Aliyeva: İlerleme ve yükseliş yoluyla-Cilt I)*. Bakü.
- NAXÇIVANLI, A. (2014b). *Mehriban Əliyeva: tərəqqi və yüksəliş yolları ilə: II cild (Mehriban Aliyeva: İlerleme ve yükseliş yoluyla-Cilt II)*. Bakü.
- ÖZDEMİR, A. & ÖNDER, H. B. (2018). Uluslararası halkla ilişkiler yoluyla ülke algısı ve imajı oluşturmak: Almanya'da Türkiye algısı ve imajı üzerine ampirik bir araştırma (2010-2013). *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 17(1), 61-98. doi:<https://doi.org/10.32450/aacd.457830>
- PAPADOPOULOS, N. & HESLOP, L. A. (2000). *A cross-national and longitudinal study of product-country images with a focus on the US and Japan*. Massachusetts: Marketing Science Institute.
- PAPADOPOULOS, N., HESLOP, L. A. & BAMOSSY, G. (1990). A comparative image analysis of domestic versus imported products. *International Journal of Research in Marketing*, 7(4), 283-294. doi:[https://doi.org/10.1016/0167-8116\(90\)90005-8](https://doi.org/10.1016/0167-8116(90)90005-8)
- PAPADOPOULOS, N., HESLOP, L. A. & BERACS, J. (1990). National stereotypes and product evaluations in a socialist country. *International Marketing Review*, 7(1), 32-47. doi:10.1108/02651339010141365
- PARAMESWARAN, R. & PISHARODI, R. M. (1994). Facets of country of origin image: An empirical assessment. *Journal of Advertising*, 23(1), 43-56. doi:10.1080/00913367.1994.10673430
- PONZI, L. J., FOMBRUN, C. J. & GARDBERG, N. A. (2011). RepTrak™ pulse: Conceptualizing and validating a short-form measure of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 14(1), 15-35. doi:10.1057/crr.2011.5
- SARGUT, A. S. & ÖZEN, Ş. (2007). Örgüt kuramlarına genel bakış: Karşılaştırmalı bir çözümleme. A. S. Sargut & Ş. Özen (Eds.), *Örgüt kuramları* (s. 11-34). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- SCHREIER, M. (2013). Qualitative content analysis. U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (s. 170-183). CA: Sage.
- SCOTT, W. R. (2004). Reflections on a half-century of organizational sociology. *Annual review of Sociology*, 30(1), 1-21. doi:10.1146/annurev.soc.30.012703.110644
- SIGNITZER, B. H. & COOMBS, T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual covergences. *Public Relations Review*, 18(2), 137-147. doi:[https://doi.org/10.1016/0363-8111\(92\)90005-J](https://doi.org/10.1016/0363-8111(92)90005-J)
- SRIRAMESH, K. (2003). The mass media and public relations: A conceptual framework for effective media relations in Asia. *Asian Journal of Communication*, 13(2), 1-20.
- SRIRAMESH, K. (2009). Globalisation and public relations: The past, present, and the future. *PRISM*, 6(2), 1-11.
- STRAUSS, A. & CORBIN, J. (1998). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. CA: Sage.

- SUDDABY, R. & GREENWOOD, R. (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 35-67. doi:10.2189/asqu.2005.50.1.35
- SZONDI, G. (2010). From image management to relationship building: A public relations approach to nation branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(4), 333-343. doi:10.1057/pb.2010.32
- TAYLOR, M. (2001). Internationalizing the public relations curriculum. *Public Relations Review*, 27(1), 73-88.
- TURHAN, M. S. & DANIŞMAN, A. (2021). Eyleyenlerin ideoloji üretimleri üzerine ilişkisel bir okuma: İş adamları örgütleri ve üyeleri üzerine bir araştırma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 21(1), 68-85. doi:10.25294/aiiibfd.865725
- VAROL, M. (1993). *Halkla ilişkiler açısından örgüt sosyolojisine giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- VERČIČ, D. & GRUNIG, J. E. (2002). The origins of public relations theory in economics and strategic management. D. Moss, D. Verčič, & G. Warnaby (Eds.), *Perspectives on public relations research* (s. 9-58). London: Routledge.
- VERLEGH, P. W. J. (2001). *Country-of-origin effects on consumer product evaluations*. (Unpublished Dissertation). Wageningen University. Netherlands.
- WAKEFIELD, R. I. (1996). Interdisciplinary theoretical foundations for international public relations. H. M. Culbertson & N. Chen (Eds.), *International public relations: A comparative analysis* (s. 17-30). London: Routledge.
- WAKEFIELD, R. I. (2001). Effective public relations in the multinational organization. R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (s. 639-647). CA: Sage.
- WAKEFIELD, R. I. (2010). Why culture is still essential in discussions about public relations? R. L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (s. 659-670). CA: Sage.
- WATSON, R. P. (1997). The first lady reconsidered: Presidential partner and political institution. *Presidential Studies Quarterly*, 27(4), 805-818.
- WATSON, R. P. (2014). *The presidents' wives: The office of the first lady in US politics*. CO: Lynne Rienner Publishers.
- WILCOX, D. L., CAMERON, G. T. & REBER, B. H. (2015). *Public relations: Strategies and tactics*. UK: Pearson.
- YAPRAK, A. & PARAMESWARAN, R. (1986). Strategy formulation in multinational marketing: A deductive, paradigm-integrating approach. *Advances in International Marketing*, 1, 21-45.
- YILDIRIM, A. & ŞİMŞEK, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.