

ДАВЛАТ БОШҚАРУВИДА PR ХИЗМАТИ ТАЖРИБАСИ МАСАЛАСИ: ИЖТИМОЙ КОНЦЕПТУАЛ ТАНҚИДИЙ ТАҲЛИЛИ

Мансур Юнусов,

Ўзбекистон халқаро исломшунослик академияси доценти,
ДСБА доценти

Калит сўзлар: давлат бошқаруви, жамоатчилик билан алоқалар (PR), давлат PR сиёсати, сиёсий коммуникация, ахборот хизмати, стратегик коммуникация, жамоатчилик фикри, икки томонлама симметрик мулоқот, ҳисобдорлик ва шаффофлик, давлат-жамиyat муносабатлари.

Аннотация

Мақолада давлат бошқарувида PR хизматлари тажрибасининг ижтимоий-концептуал танқидий таҳлили амалга оширилган. Давлат коммуникацияларининг назарий-методологик асослари, PRнинг давлат ва жамият ўртасидаги стратегик восита сифатидаги роли ҳамда жамоатчилик фикрини шакллантириш жараёнлари ёритилган. Шунингдек, ҳисобдорлик, шаффофлик ва икки томонлама симметрик мулоқот моделининг аҳамияти таҳлил қилинган. Рақамли муҳит шароитида PR хизматларининг функцияларини қайта кўриб чиқиш зарурати асослаб берилган.

Мансур Юнусов

доцент Международной исламской академии Узбекистана,
доцент Академии государственного управления при Президенте Республики
Узбекистан

ВОПРОС ОПЫТА PR-СЛУЖБЫ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ: СОЦИАЛЬНО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Ключевые слова: государственное управление, связи с общественностью (PR), государственная PR-политика, политическая коммуникация, информационная служба, стратегическая коммуникация, общественное мнение, двухсторонняя симметричная коммуникация, подотчётность и прозрачность, отношения государства и общества.

Аннотация

В статье проводится социально-концептуальный критический анализ опыта PR-служб в системе государственного управления. Рассматривается эволюция теоретических подходов к государственным коммуникациям, а также роль PR как стратегического инструмента взаимодействия между государством и обществом. Особое внимание уделяется вопросам формирования общественного мнения, обеспечению прозрачности и подотчётности, а также применению модели двухсторонней симметричной коммуникации. Подчеркивается необходимость переосмысления функций PR-служб в условиях цифровой трансформации и роста влияния информационной среды.

Mansur Yunusov

Associate Professor, International Islamic Academy of Uzbekistan,
Associate Professor, Academy of Public Administration under the President of the Republic
of Uzbekistan

THE EXPERIENCE OF PUBLIC RELATIONS SERVICES IN PUBLIC ADMINISTRATION: A SOCIO-CONCEPTUAL CRITICAL ANALYSIS

Keywords: public administration, public relations (PR), government PR policy, political communication, information service, strategic communication, public opinion, two-way symmetrical communication, accountability and transparency, state–society relations.

Abstract

This article presents a socio-conceptual critical analysis of the experience of public relations services within public administration. It examines the evolution of theoretical and methodological approaches to government communication and highlights the role of PR as a strategic tool for interaction between the state and society. Particular attention is given to the formation of public opinion, transparency, accountability, and the application of the two-way symmetrical communication model. The study emphasizes the need to reconsider the functions of PR services in the context of digital transformation and the increasing influence of the information environment.

Давлат бошқарувида PR хизмати тажрибасини ижтимоий-концептуал жиҳатдан таҳлил қилиш замонавий бошқарув тизимларининг функционал ва институционал ривожланишини англашда муҳим илмий аҳамият касб этади. Ҳозирги глобал ахборот муҳитида PR хизматлари фақат коммуникация воситаси эмас, балки давлат ва жамият ўртасидаги ишонч, легитимлик ва ижтимоий барқарорликни таъминловчи стратегик механизм сифатида намоён бўлмоқда. Шу билан бирга, амалиётда PRнинг айрим ҳолатларда бир томонлама ахборот тарқатиш ёки имиджни бошқариш воситасига айланиб қолиши мазкур соҳани танқидий ёндашув асосида қайта баҳолаш заруратини юзага келтиради. Шу нуқтаи назардан, давлат PR хизмати тажрибасини ижтимоий концепциялар асосида таҳлил қилиш унинг ҳақиқий функциялари, чекловлари ва ривожланиш тенденцияларини илмий асосда очиқ бериш имконини яратади.

Ушбу параграфда “PR”, “ахборот хизмати”, “давлат PR сиёсати”, “сиёсий коммуникация”, “public affairs” ва “public diplomacy” тушунчалари ўзаро боғлиқ, аммо мазмунан турлича категориялар сифатида қўлланилади. Хусусан, PR - давлат ва жамоатчилик ўртасидаги стратегик коммуникация жараёни бўлиб, унинг асосий вазифаси давлат қарорлари ва жамоатчилик манфаатлари ўртасидаги мувофиқликни таъминлашдан иборат¹. Жамоатчилик билан алоқалар тушунчаси ҳам айнан шу мазмунда қўлланилиб, давлатнинг фуқаролар, оммавий ахборот воситалари ва фуқаролик жамияти институтлари билан тизимли мулоқотини англатади. Ахборот хизмати эса мазкур жараёни амалга оширувчи институционал тузилма ҳисобланади. У давлат органининг расмий позициясини етказиш, жамоатчилик фикрини ўрганиш, ахборот оқимини мувофиқлаштириш ва инқирозли вазиятларда коммуникацияни бошқариш вазифасини бажаради. Шу маънода, PR жараён бўлса, ахборот хизмати унинг амалий механизми сифатида намоён бўлади.

Давлат PR сиёсати - давлатнинг жамоатчилик билан муносабат соҳасидаги умумий стратегияси ва мақсадли коммуникация йўналишидир. У ахборотни тарқатиш, жамоатчилик фикрини ҳисобга олиш, давлат фаолиятининг очиклиги ва ҳисобдорлигини таъминлаш каби вазифаларни қамраб олади. Сиёсий коммуникация эса давлат PR сиёсатига нисбатан кенгроқ тушунча бўлиб, давлат, сиёсий институтлар, оммавий ахборот воситалари, фуқаролик жамияти ва аҳоли ўртасидаги барча сиёсий ахборот алмашинувини англатади. Демак, давлат PR сиёсати сиёсий коммуникациянинг давлат томонидан амалга ошириладиган қисми ҳисобланади. Агар сиёсий коммуникация бутун сиёсий майдондаги ахборот алмашинувини ифода этса, давлат PR сиёсати айнан давлат органларининг мазкур жараёндаги мақсадли ва режалаштирилган иштирокини англатади.

Халқаро амалиётда мазкур тушунчалар янада аниқ ажратилади. Жумладан, АҚШ ва Буюк Британия амалиётида “public affairs” атамаси давлат органларининг ички аудитория - мамлакат аҳолиси, ОАВ ва жамоатчилик билан мулоқотини англатади. Бу йўналиш давлат қарорларини тушунтириш, аҳоли фикрини ўрганиш ва ички сиёсий

¹ Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. «Effective Public Relations». 11-nashr. Pearson Education, 2013.

коммуникацияни таъминлашга қаратилган. “Public diplomacy” эса давлатнинг ташқи аудитория, хорижий жамоатчилик, халқаро ОАВ ва бошқа мамлакатлар аҳолиси билан мулоқотини англатади. Унинг асосий вазифаси мамлакатнинг халқаро имижини шакллантириш, ташқи сиёсий мақсадларни қўллаб-қувватлаш ва давлатнинг “soft power” салоҳиятини кучайтиришдан иборат². Шу сабабли мазкур параграфда “public affairs” ички сиёсий мулоқот, “public diplomacy” эса ташқи сиёсий коммуникация контекстида қўлланилади. Бундай концептуал фарқлаш PR, ахборот хизмати ва давлат PR сиёсати тушунчаларининг ўзаро нисбатини аниқлаш ҳамда давлат бошқарувидаги коммуникация жараёнларини илмий жиҳатдан тўғри талқин қилиш имконини беради³.

Ахборот хизматлари жамиятдаги сиёсий муҳитнинг таркибий элементи ҳисобланади. Улар давлат сиёсатини фуқароларга етказиш, қарор қабул қилиш жараёнларини тушунтириш, жамоатчилик фикрини ўрганиш ва таҳлил қилиш орқали давлатнинг ижтимоий қўллаб-қувватланиш даражасини аниқлайди. Бу жараён “сиёсий коммуникациянинг икки томонлама модели” тамойилига таянади, яъни давлат фақат ахборот етказувчи эмас, балки жамоатчилик фикрини эшитувчи ва ҳисобга олувчи субъект сифатида ҳаракат қилади.

Бу нуқтаи назардан PR фаолияти давлатнинг легитимлигини таъминловчи муҳим восита ҳисобланади. Немис файласуфи Ю. Хабермаснинг фикрича, замонавий демократик давлатнинг кучли томони унинг жамият билан доимий мулоқотда бўлиш қобилиятидир. У “жамоатчилик майдони” назариясида таъкидлаганидек, давлат фуқароларнинг фикрини эшитиши, қарор қабул қилишда улар иштирокини таъминлаши керак. PR хизмати ана шу мулоқотни таъминловчи институционал кўприк вазифасини бажаради.

Жамоатчилик билан алоқалар тизимининг сиёсий асослари “accountability” (ҳисобдорлик), “transparency” (ошкоралик) ва “responsiveness” (жамоатчилик эҳтиёжларига жавобгарлик) тамойилларига таянади. Ушбу тамойиллар жамият манфаатларини давлат сиёсатининг мазмунига интеграция қилиш имконини яратади. Агар давлат фаолиятида ҳисобдорлик ва очиклик таъминланмаса, фуқароларда ишончсизлик пайдо бўлади, ишончсизлик эса сиёсий барқарорликка таҳдид солади⁴.

PRнинг фанлараро хусусияти унинг сиёсатшунослик, социология ва психология билан боғлиқлигида намоён бўлади. Бироқ давлат PR сиёсати нуқтаи назаридан ушбу фанлар коммуникациянинг самарадорлигини таъминловчи ёрдамчи омиллар ҳисобланади. Асосий масала - давлат ва жамият ўртасидаги муносабатларнинг қай даражада очик, ҳисобдор ва икки томонлама ташкил этилганидир.

Давлат PR сиёсатидаги яна бир муҳим назарий тамойил - “feedback” механизми, яъни жамоатчилик фикрини қайтариш тизимидир. Бу тизим давлат бошқарувининг интерактив ва фуқароларга яқин бўлишини таъминлайди. Масалан, давлат порталларида фуқаролар мурожаатлари ва фикрларини қабул қилиш тизимининг мавжудлиги ёки ижтимоий тармоқларда расмий саҳифалар орқали мулоқот олиб бориш давлат PR сиёсатида “feedback” тамойили амалга оширилишининг ёрқин намунасидир⁵.

Давлат бошқарувида PR хизматларининг фанлараро моҳиятини ифодаловчи яна бир жиҳат - бу сиёсий коммуникациянинг стратегик бошқарувдаги роли. Давлат сиёсий қарорларни ишлаб чиқишда жамоатчилик фикрини ҳисобга олиши, ҳар бир сиёсий ташаббуснинг ижтимоий таъсирини олдиндан баҳолаши зарур. Бу жараёнда PR хизматлари аналитик ва тадқиқотчи субъект сифатида қатнашади. Улар жамоатчилик фикрини ўрганиш орқали сиёсий қарорларнинг ижтимоий қабул қилиниш даражасини баҳорат қилади, бу эса давлат сиёсатининг самарадорлигини оширади.

² United States Department of State. Public Diplomacy and Public Affairs: Official Definitions and Functions, 2020.

³ Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Differences and Functional Overlaps. New York: Routledge, 2009.

⁴ World Bank. Governance and Development: Accountability, Transparency and Responsiveness Framework, 2017.

⁵ Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. Effective Public Relations. 11th ed. Pearson Education, 2013.

Давлат PR сиёсатининг фанлараро моҳияти шуни кўрсатадики, у жамиятнинг барча қатламлари билан очик мулоқот олиб боришга, ишонч муҳитини яратишга ва сиёсий барқарорликни таъминлашга хизмат қилади. Замонавий давлат бошқарувида PR хизматлари сиёсий қарорлар, ижтимоий муносабатлар ва фуқаролик жамияти институтлари ўртасида кўприк вазифасини бажаради. Бу жараёнда улар фақат ахборот тарқатмайди, балки жамоатчиликнинг фаол иштирокини таъминлайдиган интерактив сиёсий майдонни яратади.

Давлат бошқарувида PR хизматларининг асосий вазифаси сиёсий қарорларнинг мазмуни ва аҳамиятини жамоатчиликка етказиш, фуқароларнинг сиёсий фаоллигини рағбатлантириш ҳамда давлатга бўлган ишончни мустаҳкамлашдан иборат. Сиёсий омиллар бу жараёнда ҳал қилувчи аҳамият касб этади, чунки ҳар қандай коммуникация фақат ахборот етказиш эмас, балки маълум бир сиёсий манфаатни ифода этади. Шу сабабли PR фаолиятини сиёсий муҳитдан ажратиб бўлмайди: у давлат сиёсий тизимининг ички логиқаси ва жамоатчилик муносабатлари билан ҳамбарчас боғлиқ.

Жеймс Грунинг ва Тод Ҳантнинг жамоатчилик билан алоқалар моделлари назарияси бу борада муҳим илмий асос бўлиб хизмат қилади. Уларнинг тадқиқотларига кўра, PR фаолиятининг турли босқичлари жамиятдаги сиёсий тизим ва давлат идоралари муносабатларига мос равишда шаклланган. Масалан, матбуот агентлиги модели (XIX аср) - бу давлат томонидан маълумотни бир йўналишда, яъни “буюруқбозлик” усулида тарқатиш даври бўлган⁶. Бу босқичда жамоатчилик фикри ҳисобга олинмаган, фақат ҳукумат позициясини жорий этиш асосий вазифа ҳисобланган.

Кейинчалик, XX аср бошларида ахборотлаш модели пайдо бўлди. Бу даврда радио ва телевидениенинг ривожланиши давлатга жамоатчиликни хабардор қилиш имконини берди, натижада сиёсий қарорлар аҳолига тезроқ етказила бошлади. Бироқ бу ҳам бир йўналишли мулоқот бўлиб, жамият фикри ҳали етарлича инобатга олинмаган.

Грунингнинг таъкидлашича, ҳақиқий жамоатчилик билан алоқалар тизими фақат икки томонлама симметрик мулоқот модели жорий этилганидан сўнг шаклланган. Бу модель давлат ва жамият ўртасидаги муносабатларда мувозанатни таъминлайди, яъни давлат фақат ахборот етказувчи эмас, балки жамоатчилик фикрини тингловчи ва таҳлил этувчи субъект сифатида ҳаракат қилади. Ушбу тизимда фуқароларнинг сиёсий жараёнлардаги иштироки кенгайиб, давлат қарорларининг легитимлиги ошади.

Бу назария давлат бошқаруви амалиётида ҳам ўз ифодасини топган. Масалан, жамиятда маълум сиёсий ислоҳот ўтказиш ёки янги қонун қабул қилиш жараёнида давлат органлари аввало жамоатчилик фикрини ўрганади, сўнгра ахборот кампанияси орқали ислоҳот мазмунини кенг жамоатга тушунтиради. Бу жараёнда PR хизмати стратегик восита сифатида иштирок этади: у фақат ахборот тарқатибгина қолмай, жамоатчилик реакциясини ўрганиш ва таҳлил қилиш орқали сиёсий қарорларнинг ижтимоий қабул қилиниши даражасини башорат қилади.

Демак, давлат бошқаруви учун энг мақбул модель - икки томонлама симметрик мулоқот модели бўлиб, у фуқаролар фикрини қарор қабул қилиш жараёнига киритиш орқали давлат PR сиёсатининг сиёсий легитимлигини таъминлайди⁷.

Сиёсий омиллардан яна бири - давлат раҳбарияти имижини ва жамоатчиликдаги ишонч даражасидир. Ахборот хизмати раҳбари бу борада муҳим ўрин тутди, чунки у давлат раҳбари ва жамоатчилик ўртасидаги “сўз элчиси” вазифасини бажаради. Дмитрий Олшанскийнинг таъкидлашича, “журналист пиармен учун таъсир ўтказишнинг энг самарали ёрдамчиси, воситачиси ва дўстидир”. Шу маънода, давлат раҳбари имижини фақат шахсий фазилатлар билан эмас, балки ахборот хизмати орқали яратиладиган очик, холис ва ишончли ахборот муҳити билан белгиланади⁸.

⁶ Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. Effective Public Relations. 11th ed. Pearson Education, 2013.

⁷ Effective Public Relations. Pearson Education, 2013.

⁸ Олшанский Д.В. «Паблик рилейшнз для политиков и журналистов». Москва: Питер, 2003.

Давлат PR хизматларининг сиёсий ролини янада аниқлаш учун сиёсий тизимдаги “ишонч бошқаруви” концепциясига эътибор қаратиш лозим. Бу концепцияга кўра, сиёсий барқарорликнинг асосий шартларидан бири давлатнинг жамоатчилик ишончини сақлаб қолиши ҳисобланади. Ахборот хизматлари бу вазифани амалга оширишда марказий ўрин тутди: улар орқали давлат жамоатчилик фикрини мониторинг қилади, салбий кайфиятларни бартараф этади ва фуқароларни хабардор қилиш орқали ишончни мустаҳкамлайди.

Масалан, Ўзбекистонда электр таъминоти, қабул жараёнлари ёки тарифлар билан боғлиқ баҳсли вазиятларда айрим вазирлик ва ҳокимликларнинг расмий Telegram саҳифалари орқали тезкор муносабат билдириши жамоатчилик норозилигининг кучайиб кетишини чеклаган. Аксинча, расмий муносабат кечиккан ҳолатларда ижтимоий тармоқларда давлат органларига нисбатан ишончсизлик кучайган. Бу ҳолат PR хизматларининг сиёсий аҳамияти фақат ахборот тарқатиш эмас, балки инқирозли вазиятда ишончни сақлаб қолиш эканини кўрсатади.

Давлат PR хизматлари фаолиятидаги сиёсий омиллар фақат ички сиёсий муҳит билан чегараланиб қолмайди. Замонавий ахборот глобаллашуви шароитида ташқи омиллар - халқаро имиж, хорижий ОАВ билан муносабат, давлат бренди ва дипломатик мулоқотлар ҳам муҳим аҳамиятга эга. Шу сабабли давлат PR сиёсати кўп ҳолларда “soft power” (юмшоқ куч) воситаси сифатида қўлланилади. Бу тушунча илк бор америкалик сиёсатшунос Жозеф Най томонидан киритилган бўлиб, давлатнинг таъсир кучи фақат ҳарбий ёки иқтисодий куч билан эмас, балки маданият, ахборот ва коммуникация воситалари орқали ҳам амалга ошишини англатади. Шу нуқтаи назардан, PR давлатнинг халқаро имижини шакллантиришда сиёсий дипломатиянинг замонавий воситасига айланган⁹.

Бундай сиёсий коммуникация моделлари давлатнинг ички барқарорлиги билан бир қаторда ташқи имижини ҳам мустаҳкамлайди. Масалан, ахборот хизматлари орқали давлатнинг халқаро лойиҳалардаги иштироки, инсон ҳуқуқларига оид ислохотлар ёки инвестиция муҳити ҳақидаги ахборотлар кенг тарқатилиши орқали мамлакатнинг ижобий образи яратилади.

Давлат бошқарувида PR хизматлари фаолиятининг сиёсий аҳамияти шундаки, улар “институционал ишончни” яратади. Агар фуқаро давлат идорасига ишонса, унинг қабул қилаётган қарорларини қонуний ва адолатли деб қабул қилади. Бу ишончни яратиш ва сақлаш эса фақат самарали коммуникация орқали мумкин. PR хизматлари шу вазифани амалга оширади - улар давлат қарорларини нафақат тушунтиради, балки уларнинг ижтимоий маъносини ҳам очиқ беради.

Бу жараёнда жамоатчилик фикрининг институционаллашув даражасидир. Жамиятда фуқаролик жамияти институтлари қанчалик фаол бўлса, давлат PR хизматларининг фаолияти шунчалик самарали бўлади. Чунки, PR хизмати ва нодавлат тузилмалар ўртасидаги мулоқот ахборот айирбошини тезлаштиради, жамоатчилик фикрини ифодаловчи янги майдонлар яратади.

Хулоса қилиб айтганда, PR хизматларининг мазмун ва вазифаларини белгилайди. Давлат PR фаолияти сиёсий тизимнинг ишончлилиги, очиқлиги ва барқарорлиги билан чамбарчас боғлиқ. Агар сиёсий муҳитда жамоатчилик фикрига эътибор берилса, ахборот хизмати фаолияти стратегик кучга айланади. Бу ҳолда давлат PR жамият билан мулоқот орқали барқарорликни таъминловчи, қарорлар легитимлигини мустаҳкамловчи ва фуқаролар ишончини сақловчи муҳим сиёсий механизм сифатида намоён бўлади.

⁹ Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004.

THE EXPERIENCE OF PUBLIC RELATIONS SERVICES IN PUBLIC ADMINISTRATION: A SOCIO-CONCEPTUAL CRITICAL ANALYSIS

Mansur Yunusov

Associate Professor, International Islamic Academy of Uzbekistan
Associate Professor, Uzbekistan DSBA

The socio-conceptual analysis of the experience of public relations (PR) services in public administration possesses significant scholarly importance for understanding the functional and institutional development of contemporary governance systems. In today's global information environment, public relations services represent not merely a communication instrument but also a strategic mechanism that ensures trust, legitimacy, and social stability between the state and society. At the same time, in practice PR activities are sometimes reduced to one-way information dissemination or image management, which necessitates a critical reassessment of this field. From this perspective, analyzing the experience of governmental PR services through socio-conceptual approaches makes it possible to identify scientifically their actual functions, limitations, and development trends.

Within this section, the concepts of public relations (PR), information service, state PR policy, political communication, public affairs, and public diplomacy are employed as interrelated yet conceptually distinct categories. In particular, public relations (PR) is understood as a process of strategic communication between the state and the public, whose primary objective is to ensure consistency between government decisions and public interests. The concept of public relations is therefore used to describe the systematic interaction of public authorities with citizens, mass media, and civil society institutions. An information service, in turn, constitutes the institutional mechanism responsible for implementing this process. It communicates the official position of state institutions, studies public opinion, coordinates information flows, and manages communication during crisis situations. Accordingly, while PR represents a process, the information service serves as its practical institutional mechanism.

State PR policy refers to the government's overall strategy and targeted communication framework in its relations with the public. It encompasses the dissemination of information, consideration of public opinion, and the promotion of transparency and accountability in public administration. Political communication, however, constitutes a broader concept encompassing all forms of political information exchange among the state, political institutions, mass media, civil society organizations, and citizens. Consequently, state PR policy represents the governmental component of political communication. Whereas political communication reflects the entire sphere of political information exchange, state PR policy specifically denotes the planned and purposeful participation of government institutions in this process.

In international practice, these concepts are differentiated more precisely. In the United States and the United Kingdom, the term public affairs refers to communication between government institutions and domestic audiences, including citizens, the media, and the general public. Its primary purpose is to explain government decisions, study public opinion, and facilitate domestic political communication. By contrast, public diplomacy refers to communication with foreign audiences, including international media, foreign publics, and overseas stakeholders. Its principal objective is to strengthen a country's international image, support foreign policy objectives, and enhance the state's soft power capacity. Therefore, within this study, public affairs is used in the context of domestic political communication, whereas public diplomacy refers to external political communication. Such conceptual differentiation enables a more precise interpretation of the relationships among PR, information services, and state PR policy while providing a scientifically grounded understanding of communication processes within public administration.

Information services constitute an integral element of a society's political environment. They communicate government policies to citizens, explain decision-making processes, analyze public opinion, and assess the level of public support for government initiatives. This process is based on the principle of the two-way model of political communication, according to which the state functions not only as a disseminator of information but also as an actor capable of listening to and incorporating public opinion into governance.

From this perspective, PR serves as an essential instrument for ensuring governmental legitimacy. According to the German philosopher Jürgen Habermas, the strength of a modern democratic state lies in its ability to maintain continuous dialogue with society. As emphasized in his theory of the public sphere, governments should listen to citizens, ensure their participation in decision-making, and facilitate public deliberation. PR services perform the institutional role of bridging the gap between the government and society.

The political foundations of public relations are based upon the principles of accountability, transparency, and responsiveness. These principles make it possible to integrate public interests into government policy. In the absence of accountability and transparency, public distrust emerges, and such distrust poses a direct threat to political stability.

The interdisciplinary nature of PR is reflected in its close relationship with political science, sociology, and psychology. However, from the perspective of state PR policy, these disciplines function primarily as complementary factors contributing to communication effectiveness. The central issue remains the extent to which relations between the state and society are organized according to the principles of openness, accountability, and two-way communication.

Another fundamental theoretical principle of state PR policy is the feedback mechanism, namely, the systematic collection and utilization of public opinion. This mechanism ensures that public administration remains interactive and citizen-oriented. For example, the availability of online government portals for receiving citizens' appeals and suggestions, as well as official communication through social media platforms, demonstrates the practical implementation of the feedback principle within state PR policy.

Another dimension demonstrating the interdisciplinary nature of PR services in public administration is the role of political communication in strategic governance. In developing public policy, the state should take public opinion into account and assess in advance the potential social impact of every political initiative. Within this process, PR services perform not only communicative but also analytical and research functions. By studying public opinion, they forecast the level of public acceptance of political decisions, thereby contributing to the effectiveness and sustainability of state policies.

The interdisciplinary essence of state PR policy thus lies in its ability to establish open dialogue with all segments of society, foster an atmosphere of trust, and strengthen political stability. In modern governance, PR services serve as a bridge between political decision-making, social relations, and civil society institutions. Their role extends beyond disseminating information; they create an interactive political environment that encourages meaningful public participation in governance.

The primary function of PR services in public administration is to communicate the content and significance of political decisions to the public, stimulate citizens' political participation, and reinforce public confidence in government institutions. Political factors are decisive in this process because every act of communication reflects specific political interests rather than serving merely as a channel for information dissemination. Consequently, PR activities cannot be separated from the political environment; they are intrinsically linked to the internal logic of the political system and the relationship between the state and society.

The theoretical models of public relations developed by James E. Grunig and Todd Hunt provide an important scientific foundation for understanding this relationship. According to their research, various models of PR evolved in accordance with the development of political systems and the changing nature of relations between governments and society. For example, the Press

Agency/Publicity Model, which emerged during the nineteenth century, reflected a period in which governments communicated information unilaterally through directive and propagandistic methods. During this stage, public opinion was largely disregarded, and the principal objective was to promote governmental positions.

Subsequently, at the beginning of the twentieth century, the Public Information Model emerged. The rapid development of radio and television enabled governments to disseminate information more efficiently and inform citizens about public policies and political decisions. Nevertheless, communication remained essentially one-way, with limited consideration of public feedback.

According to Grunig, a genuine public relations system emerged only with the introduction of the Two-Way Symmetrical Model. This model establishes equilibrium in relations between the government and society by transforming the state from a mere transmitter of information into an institution that actively listens to, analyzes, and incorporates public opinion. As a result, citizens' participation in political processes expands, while the legitimacy of governmental decisions increases.

This theoretical approach has also found practical application in public administration. For example, when introducing major political reforms or adopting new legislation, government institutions first examine public opinion and subsequently implement communication campaigns to explain the objectives and expected outcomes of the reforms. Within this process, PR services function as strategic instruments: they not only disseminate information but also analyze public reactions and predict the degree of social acceptance of political decisions.

Therefore, the Two-Way Symmetrical Model represents the most appropriate model for contemporary public administration because it incorporates citizens' views into the decision-making process, thereby enhancing the political legitimacy of state PR policy.

Another important political factor concerns the public image of state leadership and the level of public trust. In this regard, the head of an information service occupies a particularly significant position, acting as the principal intermediary between political leaders and society. As Dmitry Olshansky observed, "For a PR specialist, a journalist is the most effective assistant, mediator, and ally in influencing public opinion." Consequently, the public image of government leaders depends not only on their personal qualities but also on the transparent, objective, and credible information environment created through governmental communication services.

To further clarify the political role of state PR services, it is essential to consider the concept of trust management. According to this concept, one of the fundamental prerequisites of political stability is the government's ability to maintain public trust. Information services play a central role in fulfilling this task by continuously monitoring public opinion, mitigating negative public sentiment, and strengthening trust through timely and reliable communication.

For instance, in Uzbekistan, official Telegram channels operated by ministries and local authorities have frequently provided prompt responses concerning electricity supply disruptions, university admissions, or public utility tariffs. Such timely communication has helped prevent the escalation of public dissatisfaction. Conversely, delayed official responses have often resulted in increased distrust toward public institutions across social media platforms. These examples demonstrate that the political significance of PR services extends beyond information dissemination to encompass the preservation of public trust during crises.

The political role of governmental PR services is not confined to the domestic sphere. Under conditions of global information exchange, external dimensions—including international reputation, relations with foreign media, national branding, and diplomatic communication—have become equally important. Consequently, state PR policy increasingly functions as an instrument of soft power. Introduced by the American political scientist Joseph S. Nye Jr., the concept of soft power emphasizes that a state's influence derives not only from military or economic capabilities but also from culture, information, and communication. From this perspective, PR has become one of the principal instruments of modern public diplomacy and international image-building.

Such models of political communication contribute simultaneously to domestic political stability and international reputation. Through PR services, governments widely disseminate information concerning participation in international initiatives, human rights reforms, economic modernization, and improvements in the investment climate, thereby promoting a positive image of the country abroad.

The political significance of PR services in public administration ultimately lies in their capacity to generate institutional trust. When citizens trust public institutions, they are more likely to perceive governmental decisions as legitimate, lawful, and fair. Building and maintaining such trust is possible only through effective communication. PR services accomplish this task by not merely explaining governmental decisions but also by demonstrating their broader social significance and public value.

A further important aspect is the degree of institutionalization of public opinion. The more active civil society institutions become, the more effective governmental PR services are likely to be. Continuous interaction between PR services and non-governmental organizations accelerates information exchange and creates new platforms through which public opinion can be expressed and incorporated into public policy.

In conclusion, political factors fundamentally determine the content and functions of PR services in public administration. State PR activities are inseparably connected with the credibility, transparency, and stability of the political system. Where governments genuinely consider public opinion, PR services evolve into strategic instruments of governance. Under such conditions, governmental PR becomes a vital political mechanism that promotes social stability through dialogue, strengthens the legitimacy of public decisions, and preserves citizens' trust in state institutions.