ДЕФИЦИТ ГРАЖДАНСКОГО СОУЧАСТИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ АРХИТЕКТУРЕ: PR И ТРАНСМЕДИЙНЫЕ ПРОЕКТЫ КАК МЕХАНИЗМЫ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

Аннотация

Статья исследует коммуникационный дефицит гражданского соучастия как системную проблему инфраструктуры социальной архитектуры. В центре анализа — вопрос о том, в какой мере PR и трансмедийные проекты способны выступать механизмами сокращения этого дефицита. Нормативным ориентиром для анализа служит модель доверия А.Д. Харичева, соотнесение которой с рядом российских трансмедийных инициатив позволяет выявить как инструментальный потенциал обозначенных механизмов, так и структурные ограничения, препятствующие его реализации.

Ключевые слова: дефицит гражданского соучастия, социальная архитектура, PR, трансмедийный сторителлинг, механизмы преодоления, аксиологический дизайн, модель доверия.

Автор

Швидунова Анна Владимировна

Кандидат политических наук, доцент кафедры политического анализа факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, преподаватель кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук МГЛУ
Москва, Россия



Введение. Дефицит гражданского соучастия как проблема социальной архитектуры

Понятие «социальная архитектура», активно вошедшее в российский управленческий и экспертный дискурс в 2025 году, обозначает, согласно определениям, предложенным в экспертном сообществе, целенаправленную деятельность по проектированию общественно значимых изменений с целью развития социальных систем [13]. В данной концепции предполагается иная роль граждан по сравнению с традиционной управленческой моделью: они становятся уже не объектами воздействия, а активными участниками преобразований. И именно эта смена роли закономерно выводит коммуникационный вопрос в число центральных для всей конструкции социальной архитектуры.

Вместе с тем практика государственных коммуникаций в большинстве своих форматов по-прежнему тяготеет к модели информирования — одностороннего потока сообщений от источника к аудитории [14]. Между декларируемой целью — гражданским соучастием — и реально сложившейся коммуникационной инфраструктурой, ориентированной на информирование, обнаруживается заметный разрыв. В настоящей статье он обозначается как коммуникационный дефицит гражданского соучастия — несоответствие между нормативной установкой на вовлечение граждан и фактическими условиями взаимодействия государства с обществом. Речь идет не о разовых сбоях отдельных кампаний, а о структурной характеристике системы: состоянии, при котором форматы диалога формально существуют, однако воз-

можности граждан реально влиять на смыслы и решения через эти форматы остаются ограниченными.

Актуальность этой проблемы подтверждается тем, что к ней обращается целый ряд исследований. В.Э. Саркисов, сопоставляя основные российские инструменты вовлечения граждан, фиксирует устойчивый структурный разрыв между вовлечением и влиянием: формальное разнообразие и массовость каналов участия не ведут автоматически к росту реального влияния граждан на принимаемые решения [9]. А.Н. Чумиков, рассматривая коммуникации государства и граждан как конструкции социальной архитектуры, приходит к близкому выводу: необходима смена доминанты с «информировать» и «предоставить услугу» на «заслужить доверие» и «вовлечь», поскольку само по себе размещение инструментов электронного участия не гарантирует роста доверия и легитимности [15]. Настоящая статья продолжает эту дискуссию, смещая акцент с диагностики разрыва на вопрос о коммуникационных механизмах его преодоления.

Цель настоящего исследования — установить, при каких условиях PR и трансмедийные проекты способны выступать механизмами преодоления этого несоответствия. Для анализа инструментального потенциала данных технологий в качестве нормативного ориентира избрана модель доверия А.Д. Харичева [13], каждый компонент которой прямо связан с условиями гражданского соучастия. Соотнесение этого ориентира с рядом российских трансмедийных практик позволяет ответить на вопрос: при каких условиях обозначенные механизмы реализуют свой потенциал в полной мере и какие ограничения препятствуют эффективной реализации.

PR как механизм сокращения коммуникационного дефицита

Чтобы обосновать, почему PR может рассматриваться в качестве механизма преодоления коммуникационного разрыва, необходимо прежде показать ограниченность традиционного понимания PR применительно к данной задаче. В западной традиции PR долгое время трактовался преимущественно как инструмент управления образом организации в конкурентной среде. Дж. Грюниг и Т. Хант, описывая эволюцию PR через четыре последовательные модели — от одностороннего «пресс-агентства» до двусторонней симметричной коммуникации, — фактически показали, что доминирующие практики так и не достигли верхней ступени: двусторонняя симметрия остается нормативным идеалом, не ставшим устойчивой нормой [20]. Применительно к задачам социальной архитектуры это означает, что PR в его сложившейся корпоративной форме воспроизводит, а не преодолевает коммуникационный разрыв.

Российская школа PR предлагает принципиально иные акценты, более релевантные задаче сокращения этого разрыва. М.А. Шишкина рассматривает PR как функцию управления, обеспечивающую взаимопонимание и сотрудничество между организацией и ее общественностью, и особо подчеркивает его роль в предотвращении социальных конфликтов через достижение консенсуса [17]. А.Н. Чумиков и М.П. Бочаров трактуют PR как социальный институт, призванный гармонизировать отношения между акторами социального действия [16]. Г.Л. Тульчинский акцентирует ценностное измерение: коммуникационные технологии в его концепции способны создавать разделяемые смыслы при условии, что строятся на диалоге, а не на одностороннем воздействии [12]. В совокупности эти подходы указывают на иное понимание PR — не как инструмента продвижения, а как способа организации диалога в публичной сфере.

Функции PR в задачах социальной архитектуры

Синтез концепций Шишкиной [17], Чумикова и Бочарова [16] и Тульчинского

[12] позволяет выделить три взаимосвязанные функции PR применительно к задачам социальной архитектуры, каждая из которых затрагивает один из аспектов обозначенного несоответствия.

Первая — смысловой перевод. Коммуникационный разрыв отчасти обусловлен тем, что институциональные решения остаются непонятными тем, кому предстоит ими руководствоваться. PR-технологии создают условия для перевода управленческих смыслов на язык повседневного опыта. М. Кастельс показал, что власть в сетевом обществе во многом определяется способностью формировать доминирующие смыслы через коммуникационные каналы [5]. Отсюда следует, что смысловой перевод — не вспомогательная, а стратегически значимая функция.

Вторая — легитимация. Гражданское соучастие предполагает, что люди признают общественную ценность институтов и решений, а не только подчиняются им. Д. Норт в своей концепции институтов показал: устойчивость правил определяется тем, воспринимаются ли они участниками как справедливые и целесообразные [21]. PR создает для этого необходимые коммуникационные условия — апелляцию к разделяемым ценностям, демонстрацию общественной полезности нововведений, включение авторитетных голосов в их поддержку.

Третья и, как представляется, наиболее значимая для решения этой проблемы — обратная связь. Г.П. Щедровицкий настаивал на том, что устойчивые социальные изменения достигаются через организацию пространства для совместного поиска решений, а не через навязывание готовых схем [18]. PR, реализующий эту функцию, обеспечивает рефлексивность управленческих решений: собирает реакцию общества и передает ее разработчикам политики для корректировки. Без этой функции первые две рискуют остаться монологом, лишь внешне напоминающим диалог.

Трансмедийный сторителлинг: расширение механизма соучастия

Наряду с PR в современной практике государственных и гражданских коммуникаций все более заметную роль играют трансмедийные проекты. В отличие от традиционных кампаний, строящихся вокруг единого центра трансляции, трансмедийные проекты распределяют нарратив по нескольким платформам: каждая из них вносит самостоятельный вклад в общую историю, который невозможно получить через другой канал. Именно эта архитектура вовлечения — а не широта охвата — обусловливает интерес к трансмедийным форматам в контексте задач социальной архитектуры.

Г. Дженкинс, давший классическое определение трансмедийному повествованию, описывает его как процесс, при котором элементы единой истории систематически распределяются по нескольким каналам, каждый из которых вносит уникальный вклад в общее нарративное пространство [4]. Аудитория при этом не просто получает сообщения, но участвует в складывании целостной картины из фрагментов — что принципиально отличает трансмедийный формат от традиционного информирования.

Р. Праттен разработал методологию «точек входа» — разных путей включения в нарратив в зависимости от медиапривычек и предпочтений конкретного человека [22]. Типология вовлеченности, предложенная Праттеном, выстраивается от пассивного восприятия через активное взаимодействие к сотворчеству. Именно верхний уровень — сотворчество — представляет наибольший интерес в контексте задач социальной архитектуры: когда человек создает что-то свое в рамках общей истории, он перестает быть объектом коммуникационного воздействия и становится его субъектом.

Н.Л. Соколова описала этот механизм в понятии «аксиологического

дизайна» — практики имплицитного встраивания ценностей в привлекательные нарративные структуры, при котором аудитория усваивает их через эмоциональный опыт идентификации с персонажами и ситуациями, а не через декларативные призывы [10]. Как поясняет Соколова, именно этим объясняется сравнительно более глубокое и устойчивое воздействие нарративных форматов: ценности воспринимаются как внутренние убеждения, а не как навязанные извне установки.

Существенную роль в трансмедийных проектах играют, по наблюдению Н.Л. Соколовой, «интерпретативные сообщества» — группы людей, объединенных совместной работой над общим нарративом: его осмыслением, обсуждением, расширением [10]. Эти сообщества выступают агентами распространения смыслов и площадками для горизонтальной интеграции граждан, разделяющих общую историю. Участие в таком сообществе формирует идентичность, которая в свою очередь создает мотивацию к гражданскому действию.

Трансмедийный формат, таким образом, может рассматриваться как механизм сокращения коммуникационного разрыва на уровне, где возможности классического PR ограничены: трансмедийная логика изменяет саму позицию гражданина в коммуникации — от получателя сообщения к его соавтору. Вместе с тем описанный потенциал проявляется лишь при определенных условиях, характер которых становится очевиднее при обращении к нормативному ориентиру и практическому материалу.

Нормативный ориентир, практика и структурные ограничения модели доверия

А.Д. Харичев предложил рассматривать доверие к власти как функцию четырех переменных: честности, возможностей и мотивации — компонентов, его укрепляющих, — и дистанции, его ослабляющей [13]. Для целей настоящего исследования эта модель ценна тем, что каждый из ее компонентов прямо соотносится с условиями гражданского соучастия и тем самым позволяет операционализировать понятие коммуникационного разрыва.

Честность в коммуникационном измерении — это воспринимаемое гражданами соответствие между декларациями и реальными действиями власти: люди готовы участвовать в той мере, в какой уверены в результативности своего участия. Возможности власти выражаются в конкретных, ощутимых результатах. Мотивация проявляется в систематической готовности учитывать позиции граждан даже при принятии непопулярных решений. Дистанция между властью и гражданином — наиболее прямая аналитическая мера обозначенного несоответствия: чем она больше, тем значительнее расхождение между декларируемой и реальной моделями коммуникации.

PR и трансмедийные проекты, при условии их реализации в логике обозначенных механизмов, способны работать с каждым из этих компонентов: транслировать честность через прозрачность принятых решений, демонстрировать возможности через обоснованное освещение достижений, формировать образ мотивации через систематические действия, сокращать дистанцию через форматы реального диалога. Тем не менее модель Харичева описывает лишь нормативный ориентир, а не сложившуюся реальность. Соотнесение этого ориентира с практикой позволяет определить, при каких условиях трансмедийные проекты сокращают дистанцию между декларациями и фактическим соучастием.

Кейс «Бессмертного полка»: механизм в действии и его пределы

Среди российских трансмедийных проектов последнего десятилетия особого аналитического внимания

заслуживает «Бессмертный полк» — движение, начавшееся в 2012 году как частная гражданская инициатива томских журналистов. Суть инициативы — нести на параде 9 Мая портреты родственников-ветеранов [1]. Иными словами, проект возник вне государственной инициативы, и именно это обстоятельство обусловило его особую коммуникационную силу.

«Бессмертный полк» демонстрирует практически все вышеупомянутые ключевые механизмы. Аксиологический дизайн реализуется через персонализирующий эффект: исторический нарратив о народном подвиге обретает лицо конкретного человека из конкретной семьи. Память о войне превращается из коллективной абстракции в семейную биографию — и именно поэтому ценности, связанные с этой памятью, усваиваются через личный опыт, а не через декларацию. Трансмедийная архитектура обеспечивает присутствие нарратива на нескольких уровнях одновременно: физическое шествие создает переживание принадлежности общему целому, цифровой архив polk.ru — возможность документальной памяти, пользовательский контент в социальных сетях — горизонтальные связи между людьми разных поколений и регионов [1]. Сотворчество как принцип присутствует с самого начала: сами участники решают, прийти ли, что нести, какую историю рассказать.

Анализ более позднего этапа развития проекта выявляет характерное изменение. По мере институционализации движения и его встраивания в официальные структуры исследователи символической политики фиксируют смещение в характере вовлеченности: часть участников начала воспринимать проект как менее аутентичный [6]. Это наблюдение указывает на принципиальную зависимость описываемых механизмов от характера институциональной среды: трансмедийный формат реально сокращает коммуникационный дефицит тогда, когда граждане сохраняют позицию соавторов нарратива. Когда же логика управляемого мероприятия вытесняет гражданскую инициативу, механизм воспроизводит не соучастие, а его имитацию.

Схожая двойственность прослеживается, но в несколько иной конфигурации, в других крупных трансмедийных инициативах: в платформе «Россия — страна возможностей» [8], созданной для обеспечения каналов социальной мобильности, и в выставке-форуме «Россия» [3], выстроившей иммерсивное пространство региональных достижений. Оба проекта демонстрируют движение от монологического вещания к форматам вовлечения и одновременно разворачиваются в условиях, заданных институциональной инициативой сверху. Пространство для гражданского соавторства в них ограничено определенными тематическими рамками. Это не обязательно недостаток — таков, по всей видимости, неизбежный компромисс при реализации коммуникационных проектов федерального масштаба. Однако именно этот компромисс определяет меру, в которой инструменты вовлечения реализуют свой потенциал.

Структурные ограничения как фактор воспроизводства коммуникационного разрыва

Анализ практики позволяет выделить несколько факторов, которые воспроизводят описанный разрыв вне зависимости от конкретных коммуникационных усилий.

Первый — несоответствие между участием и реальным влиянием. Ш. Арнштейн в классической концепции «лестницы участия» описала ловушку, в которую нередко попадают практики гражданского вовлечения: формальное предоставление площадки для высказывания при отсутствии реальных механизмов учета высказанного в принимаемых решениях [19]. Отечественные данные указывают на схожую динами-

ку. Портал «Российская общественная инициатива» к началу 2026 года накопил около 23 тысяч гражданских предложений, однако положительные решения приняты лишь по нескольким десяткам [7]. Прецеденты, в которых инициативы с высокой поддержкой не повлекли ожидаемых решений, формируют нарастающий скептицизм в отношении диалоговых форматов как таковых.

Тот же структурный разрыв — между вовлечением и реальным влиянием — фиксируют профильные исследования. В.Э. Саркисов, вводя понятие «реальности участия» как совокупности автономии инициативы, обязательности учета результатов и воспроизводимого коммуникационного эффекта, показывает, что формальное разнообразие инструментов вовлечения не тождественно расширению реального участия [9]. А.Н. Чумиков приводит сопоставимые данные: к началу 2026 года на портале РОИ опубликовано около 23,5 тыс. инициатив, тогда как положительные решения приняты лишь по нескольким десяткам из них [15]. Это подтверждает, что обозначенный дефицит носит структурный, а не ситуативный характер.

Второй — инертность управленческих форматов. Е.Л. Вартанова [2] и другие исследователи государственного управления фиксируют высокую устойчивость сложившихся коммуникационных практик: привычка транслировать информацию сверху вниз воспроизводится даже там, где формальные каналы обратной связи уже созданы. Следствием является расхождение между процедурным и содержательным измерениями участия: форма диалога создана, а практика его ведения еще только складывается.

Третий — субкультурная неоднородность аудитории. Россия является одним из наиболее этнически и культурно разнообразных государств, и это создает самостоятельный вызов для единой коммуникационной модели. В ряде регионов локальная идентичность сопоставима по значимости с общероссийской, а молодежная аудитория во многом ориентируется на транснациональные культурные коды. Трансмедийный проект, выстроенный без учета этого многообразия, рискует достигать лишь той части аудитории, которая и без того солидарна с транслируемыми смыслами.

Эта фрагментация усугубляется алгоритмической логикой цифровых платформ. Как показывает Г.Н. Степанова, характерные для эпохи постправды «эхо-камеры» и аффективная поляризация особенно значимо влияют на молодежную аудиторию, склонную воспринимать информацию как маркер групповой принадлежности, а не как проверяемый факт [11]. В таких условиях единый нарратив рискует не просто не достичь части аудитории, но и быть отторгнутым ею как чуждый «шум».

Совокупность обозначенных факторов объясняет, почему коммуникационный разрыв воспроизводится даже там, где инструменты для его преодоления формально существуют. Важным условием сокращения дистанции становится не просто наличие отдельных механизмов или замена одних инструментов другими, а учет всей совокупности этих ограничений при проектировании социальной архитектуры.

Заключение

Проведенный анализ позволяет сформулировать несколько выводов.

Между нормативной моделью социальной архитектуры с ее установкой на гражданское соучастие и реально сложившейся коммуникационной инфраструктурой обнаруживается несоответствие, которое можно обозначить как дефицит гражданского соучастия. Его воспроизводство поддерживается тремя взаимосвязанными структурными ограничениями: инертностью управленческих форматов, унаследованных

от вертикальной системы информирования; несоответствием между формальным предоставлением площадок для участия и реальным влиянием такого участия на принимаемые решения; а также субкультурной неоднородностью аудитории, ограничивающей охват единого нарратива.

PR и трансмедийные проекты обладают инструментальным потенциалом для сокращения этого дефицита. Смысловой перевод, легитимация и обратная связь (в PR), равно как аксиологический дизайн, сотворчество и интерпретативные сообщества (в трансмедийном формате), в своей совокупности способны работать с каждым из выделенных ограничений: компенсировать инертность управленческих форматов через смысловой перевод и легитимацию; преодолевать несоответствие между участием и влиянием через обратную связь и сотворчество; учитывать субкультурную неоднородность через аксиологический дизайн и интерпретативные сообщества. Опыт «Бессмертного полка» на начальном этапе его развития показывает: когда формат обеспечивает действительное соавторство участников, разрыв между нормативной и реальной коммуникационными моделями сокращается.

Вместе с тем ни один из перечисленных инструментов не действует в институциональном вакууме. Ключевым условием их эффективности являются не столько технические характеристики платформы или масштаб охвата, сколько наличие реальных механизмов обратной связи, то есть возможностей гражданского влияния на принимаемые решения. В случаях, когда такое влияние присутствует, PR и трансмедийные проекты могут становиться инструментами реального соучастия. Там же, где диалог остается процедурным, они воспроизводят форму участия, но не его содержание. Данное различие позволяет оценивать, является ли социальная архитектура в конкретном случае действующим управленческим проектом или остается декларацией.

Литература

1. Бессмертный полк // Официальный сайт. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://polk.ru (дата обращения: 20.01.2026).
2. *Вартанова Е.Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. — М.: МедиаМир, 2013. — 280 с.
3. Выставка-форум «Россия» // Официальный сайт. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://russia.ru (дата обращения: 20.01.2026).
4. *Дженкинс Г.* Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / Пер. с англ. — М.: РИПОЛ классик, 2019. — 304 с.
5. *Кастельс М.* Власть коммуникации / Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Изд-во ВШЭ, 2020. — 560 с.
6. *Малинова О.Ю.* Актуальное прошлое: символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности. — М.: РОССПЭН, 2015. — 207 с.
7. Российская общественная инициатива // Официальный сайт. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.roi.ru (дата обращения: 20.01.2026).
8. Россия — страна возможностей // Официальный сайт АНО. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rsv.ru (дата обращения: 20.01.2026).
9. *Саркисов В.Э.* Государственные коммуникации как способ интеграции населения в принятие решений: российский опыт и перспективы развития // Русская политология — Russian Political Science. — 2026. — № 1 (38). — С. 5–15.
10. *Соколова Н.Л.* Трансмедиа и «интерпретативные сообщества» // Международный журнал исследований культуры. — 2011. — № 3(4). — С. 16–20.
11. *Степанова Г.Н.* Управление коммуникациями в эпоху постправды: стратегия взаимодействия с молодежной аудиторией // Русская политология — Russian Political Science. — 2026. — № 1 (38). — С. 40–46.

12. *Тульчинский Г.Л.* PR фирмы: технология и эффективность. — СПб.: Алетейя, 2001. — 294 с.
13. *Харичев А.Д.* Социальная архитектура: от запросов в настоящем к горизонтам будущего // Блокнот гражданского просвещения. — 2025. — № 8–9. — С. 12–28.
14. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Государственный PR. Социально-политические коммуникации. — М.: Проспект, 2025. — 448 с.
15. *Чумиков А.Н.* Коммуникации государства и граждан как конструкции социальной архитектуры // Русская политология — Russian Political Science. — 2026. — № 1 (38). — С. 17–23.
16. *Чумиков А.Н., Бочаров М.П.* Связи с общественностью: теория и практика. — М.: Дело, 2016. — 552 с.
17. *Шишкина М.А.* Паблик рилейшнз в системе социального управления. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. — 444 с.
18. *Щедровицкий Г.П.* Избранные труды. — М.: Школа культурной политики, 1995. — 800 с.
19. *Arnstein S.R.* A Ladder of Citizen Participation // Journal of the American Institute of Planners. — 1969. — Vol. 35. — No. 4. — P. 216–224.
20. *Grunig J.E., Hunt T.* Managing Public Relations. — New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984. — 550 p.
21. *North D.C.* Institutions, Institutional Change and Economic Performance. — Cambridge: Cambridge University Press, 1990. — 152 p.
22. *Pratten R.* Getting Started with Transmedia Storytelling. — 2nd ed. — CreateSpace, 2015. — 166 p.