

КРИЗИС ПОНИМАНИЯ

Коммуникационные разрывы в социальной структуре России



ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ



Центр
политической
конъюнктуры



**РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ
ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Предисловие

ЦСП «Платформа» совместно с Центром политической конъюнктуры и Российской ассоциацией по связям с общественностью (РАСО) провели экспертную дискуссию, посвящённую проблемам взаимодействия между различными слоями общества: возникающим здесь разрывам и противоречиям. Предполагалось изучить, на каких линиях эти разрывы проявляются, обозначить основных посредников и платформы для коммуникации и понять критерии их эффективности. В мероприятии приняли участие социологи, представители медиа, PR-индустрии, политологи.

Ключевые линии дискуссии:

- кризис коммуникаций внутри общественных групп – следствие кризиса традиционных институтов, таких как представительская демократия, бюрократия и СМИ, которые в нынешнем формате перестают выполнять свои функции;
- за счёт замыкания в себе – на собственных интересах и задачах самосохранения – эти институты начинают существенно искажать транслируемые смыслы, превращать коммуникацию в «корпоративную политику»;
- сложившаяся система не может выйти из такой ситуации самостоятельно, поэтому выход – в развитии прямых форм коммуникации между участниками политического пространства на основе цифровых и других возможностей (потенциально таким инструментом может являться социология, но здесь есть целый блок отраслевых сложностей);
- примерно в таком же диапазоне критики находится понятие экспертизы, которая во все меньшей степени выполняет функцию посредника и интерпретатора;
- последнее обстоятельство также подстёгивает интерес к развитию прямых взаимодействий (иллюстрацией служит возрастающий интерес к прямым коммуникациям политиков первого уровня).

Открывая мероприятие, Генеральный директор ЦСП «Платформа» **Алексей Фирсов** изложил суть проблемы, предлагаемой к обсуждению:

«Под коммуникацией мы понимаем не просто информационный обмен, но более широкий спектр взаимодействия, включая символические связи, самоопределение через осознание своего и чужого. Исходная гипотеза состоит в том, что общество, в котором мы находимся (хотя общество тоже достаточно искусственное понятие), разделено на социальные кластеры, группы, которые замкнуты сами на себя. Взаимодействие между ними крайне минимизировано. Нет функции посредника, который это взаимодействие бы осуществлял».

И хотя эти группы периодически ссылаются друг на друга, упоминают друг друга, мотивируют свои действия взаимными интересами, реального взаимодействия не происходит.

«Проблема в том, что эти социальные группы даже толком не описаны», – констатировал он. В проблеме «посредника» можно провести аналогию с Григорием Распутиным, который в своё время стал «единственным коммуникатором» между ушедшей в плотную самоизоляцию царской семьей и народом.

При отсутствии стабильной связи между группами стройная с виду конструкция, которая может казаться прочной, начинает по каким-то причинам сыпаться, особенно в период мобилизации. Для реализации таких связей нужен эффективный посредник».

В ходе дискуссии было предложено разделить коммуникаторов на два типа: традиционные (представительная власть, медиа, социология, церковь и так далее) и саморегулируемые (социальные сети, цифровые платформы). В качестве гипотезы был выдвинут тезис: ни один из классических коммуникаторов с функцией посредника по различным причинам не справляется.

Глава Центра политической конъюнктуры **Алексей Чеснаков** также усомнился в эффективности тех, кого принято называть «посредниками». По его мнению, сегодня практически невозможно оценить эффективность многих механизмов политической коммуникации между верховной властью (правителем) и гражданами – начиная от чиновника и заканчивая депутатом Госдумы. Почему? Потому что мы даже не знаем, как он выполняет эту работу. Сперва нужно систематизировать все приемы, описать стандартный рабочий день коммуникатора, например, депутата, и в конце концов определить, в какой его части депутат как представитель населения действительно кого-либо представляет.

«Сколько времени в день он сидит на совещаниях, ест, сколько он болтает. А сколько – представляет интересы народа, от которого он якобы присутствует. Я понимаю, что это нужно сделать не только на уровне Госдумы, не только на уровне региона. Но только тогда мы поймем, в чем заключается трудность репрезентации им интересов граждан. Откуда он собирает информацию, что на самом деле хочет народ? Он открыл ту же самую

газету, увидел там данные социологов, и сказал: а, вот, народ хочет вот этого. И пошел репрезентировать, с утра до вечера, или с 12 до 16 часов». Без описания этих практик рассуждать об эффективности политических коммуникаций бессмысленно.

Подобная ситуация складывается с журналистами или с политтехнологами.

Политтехнологи сначала формируют пространство, которое им дали задание освоить и осмыслить. Превращают его в искусственную модель. А в момент встречи с реальностью говорят: «Что-то не то, не получается». Так вы же влезли уже в это пространство, вы его исказили. Разрыв коммуникации происходит из-за того, что вы уже работаете с искаженным пространством. Что вы от него хотите? Вам люди говорят то, что вы уже вложили им в головы. И вы получаете от них уже «творчески» переработанную картину, которая не совсем соотносится с реальностью».

Исполнительный директор Евразийского центра интеграционных исследований и коммуникаций **Станислав Наумов** в свою очередь обозначил причины разрывов через категорию управленческих рисков.

Он выделил 4 основных риска: неумение работать с новым знанием, неготовность к диалогу, реализация стратегии и неспособность концентрироваться на приоритетах. Пятый существенный момент – это склонность к упрощению. Ожидание от лиц, принимающих решения, что не будет никаких сложных докладов, на которые у них просто нет времени. Наконец, это и неумение находить варианты решений в рамках уже существующей системы действующих нормативных актов.

«Вместо того, чтобы проанализировать, как существующая регуляторика покрывает возникшую вновь проблему, мы идем по пути нового запрета. Это самое простое решение, вместо того чтобы разобраться, нельзя ли как-то оптимизировать существующие подходы».¹

Директор Центра методологии федеративных исследований РАНХиГС **Дмитрий Рогозин** констатировал кризис социологических инструментов.

«В этой дискуссии мы сразу же загнали себя в ловушку, потому что все наши высказывания построены на терминологии, которую Иван Ильич называл амебной. То есть, это слова, которые говорят обо всем и ни о чем. Когда мы говорим: «нам нужно понять, представляет ли депутат народ», почему мы вменили депутату или СМИ или еще каким-то агентам функцию представления? Почему нельзя посмотреть с другой стороны, что это авторефлексивные системы, которым уже и народ-то не нужен, народ уже давно стал «обернутым» понятием, которое позволяет этим системам работать и действовать?».

Выход же он видит в радикальном отказе от теоретических конструкций и уходе в плоскость этнографической практики: сперва описывать реалии и только потом давать им ярлыки.

¹ **Примечание.** Имеет ли ввиду Станислав Наумов, что кризис взаимодействий – результат накопленных управленческих ошибок? Не слишком ли мы локализуем проблему?

Еще одна проблема социальной науки – в отсутствии методической рефлексии – нужно «не рассуждать о том, что мы измеряем, а в первую очередь поставить вопрос, как мы это делаем».

«Я критикую не только ВЦИОМ, но и Левада-Центр, и очень активно показываю то, что их данные на самом деле фальсифицированы не в том, что они проценты меняют в какой-то ситуации, а в том, что они нам не показывают то, как это создается. Данные создаются не математическими методами, они создаются реальной коммуникацией. Вот до реальной коммуникации, которая происходит между респондентом и интервьюером, которая теоретически невозможна, потому что любому из вас, если спросить, как возможно с незнакомым человеком разговаривать на тему, которая не интересна ни этому человеку, ни вам, и разговаривать полтора часа. Как это возможно?»

Руководитель направления социологических исследований ЦСП «Платформа» **Мария Макушева** также говорит о необходимости подходить к коммуникации и ее разрывам предметно, изучая их через конкретные ситуации и позиции различных групп в этих ситуациях.

«Диагностировать разрывы нужно в местах разрыва, а не в среднем по полотну. Там, где есть непонимание. Анализируя то, как люди говорят о конфликте, как они обозначают свою позицию, позицию контрагента. И проблема исследовательской практики в том, что мы слишком часто овециваем социальные категории, задаем их на входе в исследование и сбиваем его фокус».²

Исполнительный директор РАСО **Юлия Грязнова** описала проблему через ролевые установки участников, которые задаются в самом начале диалога.

«В любом диалоге мы сразу ищем, кто будет властью, а кто подчинением. У нас на тренингах есть общая игра, которая называется "горожане". Мы играем в горожан. Потрясающе интересно увидеть, как люди моментально распределяются на функции. За 30 секунд кто-то становится властью, кто-то становится горожанами. Причем дальше вынуть их из этих ролей невозможно. Причем горожане согласны, что есть стоящая над ними власть. Они делегируют всю ответственность: идите решайте, а нас оставьте в покое. А власть отвечает: горожане, все, ушли в угол, у меня приемные часы в 12. И так говорят лучшие пиарщики страны, которые играют в эту игру».³

В качестве альтернативы Грязнова предложила модель «нересурсной коммуникации», когда взаимодействие не является жёстко иерархичным: «Нересурсная коммуникация обозначает, что я, вступая в коммуникацию, предполагаю, что потребуются изменения от меня лично (может быть, мои

² **Примечание.** В значительной степени критика прикладной социологии и поллстеров построена на критике метода массового стандартизированного опроса. Он вызывает сомнения и методического плана. Выводы на его основе критикуют за чрезмерные обобщения и нечувствительность. Но возможно ли отказаться от единственного инструмента, позволяющего в сопоставимых условиях измерять переменные, характеризующие состояние общества? Этнографическое описание, при всей его полезности для изучения отдельных кейсов, не может дать основы для надежного изучения тенденций и взаимосвязей. В связи с прикладными исследованиями и их способностью адекватно описывать общество важно отметить и еще одну проблему. Речь о заданности той категориальной сетки, в которой происходит изучение. Любое прикладное индустриальное исследование начинается с проблемы заказчика. Логика задана заказчиком исходя из его понимания общества и из его целей.

³ **Примечание.** Но как раз распределённость ролей и делает актуальной фигуру посредника или модератора – дополнительную роль, которая будет объединять все остальные или, как минимум, зафиксирует ожидания.

интересы будут ущемлены, но будет при этом достигнут некоторый коллективный интерес), говорит она. Опыт Запада показывает, что эффективные коммуникаторы – церковь, психотерапия и общественные организации как посредник между народом и властью.

Президент Российской ассоциации политических консультантов (РАПК) **Алексей Куртов**, отчасти продолжая линию Грязновой, сфокусировался на многоуровневости целей в сознании агента коммуникации. Может случиться так, что эти цели находятся во внутреннем конфликте, что приводит к срыву коммуникации. Этот тезис был проиллюстрирован наблюдением за ресурсом Tinder:

«Есть разрыв целей, а не самой коммуникации. Мы как-то пару лет назад изучали сайты знакомств. Tinder – гениальное изобретение. Есть возможность познакомиться, найти человека себе по тем параметрам, о которых ты мечтаешь. Но не работает. Потому что цель реальная коммуникации в Tinder – познакомиться, а декларируемая – найти себе спутника жизни. Опять же, коммуникация есть, разрыва в ней нет, но она неэффективна, потому что цели не совпадают. Поэтому, в случае знакомства, после 8-12 сообщений переписка глохнет. Все, что мы говорим по поводу коммуникативных разрывов, надо начинать с того, а какая была поставлена цель. И тогда нужно уже будет разбираться, есть там разрыв или нет».⁴

Главный редактор интернет ресурса «Актуальные комментарии» **Михаил Карягин** обращает внимание на дефицит самих субъектов коммуникации и проблему доминирования. Те процессы, которые происходят сегодня в публичном пространстве – закон о суверенном интернете и другие – максимально расширяют рамку государства и вытесняют на периферию общественные институты.

«В будущем у нас будет один очень большой коммуникационный мегаактор в виде государства, с одной стороны, и очень маленький актер, который не имеет ресурсов, с другой. Это общество, НКО, СМИ, которые теряют сегодня значимость и популярность».

О причинах разрыва говорила и ученый секретарь Центра социологии управления и социальных технологий ИС РАН **Валентина Шилова**.

«Мы должны понимать, что у нас в стране колоссальное неравенство. Этим неравенством задано непонимание разрыва между людьми, которые находятся на высшей и низшей ступенях иерархии. То есть, в том числе неравенство перерастает в коммуникативное неравенство, которое порождает коммуникативные разрывы».

По мнению В. Шиловой, с одной стороны, в получении информации мы сейчас примерно равны. Но возможность социальной группы заявить о себе в средствах

⁴ **Примечание.** Куртов полагает, что те институты, которые мы относим к коммутаторам или посредникам, могут иметь собственные реальные цели, которые вполне успешно реализуются в ситуации разрыва. Но это не снимает исходной проблемы. Если прежние институты нашли себя в новой роли, значит, их предыдущая функция не реализуется.

коммуникации у какой-либо социальной группы почти отсутствует. Это неравенство намного значительнее, считает она.

Руководитель направления социологических исследований ЦСП «Платформа» **Мария Макушева** также говорит, как о проблеме коммуникации, о позиции равнодушного принятия и апатии со стороны разных групп общества – когда одна сторона, условное общество, видит другую сторону, власть, заведомо невосприимчивой.

«Линия, которая очень ярко проявляется в любых исследованиях конфликта за последние годы, – ты спрашиваешь у людей: «Вы можете как-то на проблему повлиять, что-то сделать в этой ситуации?». И там нет никакой рефлексии на тему средств или коммуникации, там сразу осуществляется переход к радикальной позиции: «А что я сделаю, лягу на рельсы?», «А что мы можем, выйти на митинг?» Нет видения себя в этой коммуникации. И, наверное, это одна из главных проблем коммуникации, когда одна из сторон видит себя немой и крайне малозначительным субъектом».

Сергей Старовойтов («Клуб регионов») видит проблему в имитации диалога.

«Неравенство заключается не в доступе к информации. Информации много: качественной или некачественной – это другой вопрос. Важно, что у одних есть право распространять информацию, возможность такая, а у других нет возможности распространять. Да, сейчас пытаются компенсировать это каким-то образом. Губернаторов заставляют общаться в «Instagram» со своими избирателями для того, чтобы создать иллюзию у общества, что они тоже имеют доступ к возможности распространять информацию ... Есть советы, рабочие группы. Префект приходит, отчитывается, предлагает вступать в рабочие какие-то структуры. То есть формально коммуникация налажена. Но при том, что эта коммуникация есть, качества ей недостаточно. Люди понимают: то, что им предлагают, это лишь симулятор, это имитация общения взаимного, имитация информации».

На другую сторону коммуникативных проблем указала доцент Факультета коммуникаций, медиа и дизайна ВШЭ **Ольга Логунова**. Она состоит в информационном изобилии и неуловимости аудитории.

«Мы говорим про первую страницу, первую полосу, мы все еще говорим про аудиторию как про слушателей. Вот про ту историю, которая получила одну газету, один канал как бы и все. Но в тот момент, когда мы изучаем вот эти самые разрывы, мы имеем совершенно другую аудиторию. Аудиторию фрагментарную, аудиторию, которая имеет цифровое изобилие, которая имеет возможность выстраивать свою персональную ленту в смартфоне, в ноутбуке... Аудитория становится все более неуловимой, не считаваемой, сложно измеряемой».

Главный редактор журнала «Эксперт» **Татьяна Гурова** указала, что проблемы коммуникаций между властными институтами и обществом могут быть следствием того, что у субъекта коммуникаций не существует смысла, мировоззренческой позиции. В качестве примера Гурова сослалась на практику журнала проводить

серии интервью с представителями самого влиятельного общественного слоя и фиксировать базовые для их мировоззрения позиции. Раньше это были предприниматели, которые легко шли на контакт и откровенно делились взглядами.

«Мы решили, что пришло новое время, лидерами этого времени является молодое чиновничество. И вот уже 4 месяца мы пытаемся найти людей, которые анонимно согласны рассказать нам о своем мировоззрении. Этому слою, похоже, нечего сказать даже не только в открытую, но даже в закрытую. И в этом, мне кажется, есть проблема коммуникации тоже».

В ходе дискуссии обсуждалась тема выделения субъектов коммуникации и адекватного задачам коммуникации способа сегментации общества. В качестве исходной посылки прозвучало сомнение, что традиционные категории и способы деления – в зависимости от возраста, образования, материального положения – слишком общи и конструируют реальность вместо того, чтобы ее описывать, подчинены логике социального проектирования.

Заместитель заведующего кафедрой философии языка и коммуникации философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова **Александр Сегал** высказал мысль, что коммуникация исходит из целей, а «если неизвестно, с какими объективными группами мы имеем дело, мы не можем говорить о том, каковы их цели».

«Мы начинаем пользоваться всякого рода литературщиной для описания общества. Поколение X, поколение Z, средний класс и, кстати, гражданское общество. Содержание этих терминов абсолютно размывается и распадается».

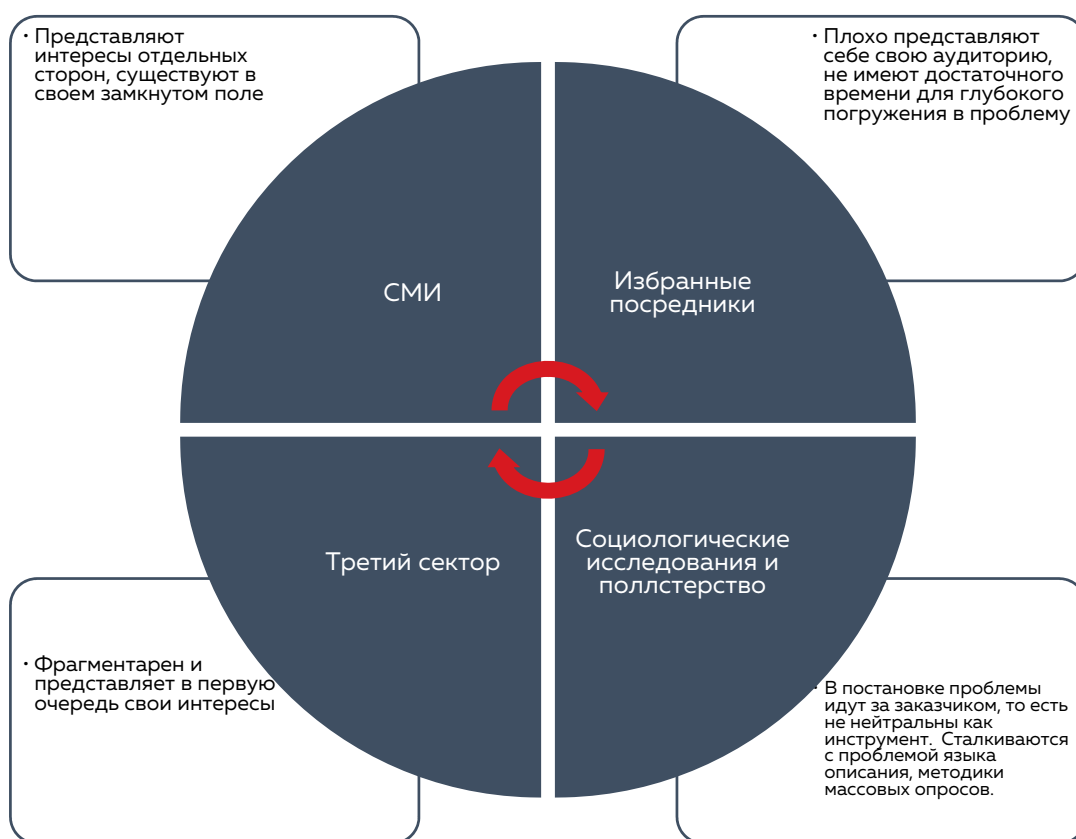
По мнению представителя АНО «Цифровая экономика» **Олега Полетаева**, «нет необходимости пытаться «измерить рулеткой» весь «глубинный народ». Спикер усомнился в том, что некая единая сетка категорий эффективна. Структурировать общество и выделить группы можно только в рамках конкретных коммуникационных проектов. Если же у людей нет внимания к теме, то на них нельзя воздействовать при помощи единой логики коммуникаций».

«Правильной может быть обратная логика развертывания группировки, от конкретного запроса. То есть на выходе мы должны давать дефиниции конкретным группам, исходя из некоего объединяющего их тактического или среднесрочного интереса».

Председатель Союза потребителей РФ и в прошлом депутат ГД РФ **Петр Шелищ** уверен, что разрыв состоит прежде всего в стандартах потребления.

«Это облегчение социальной мобильности. Если мы считаем себя обществом прогрессивным, демократическим, то, конечно, вопрос о социальной мобильности – один из ключевых. Еще в 80-е годы огромное статистическое исследование показало, что есть 5 стандартов потребления и группы, потребляющие в соответствии с тем или иным стандартом. Между этими стандартами переходы значительно затруднены».⁵

В стандартной ситуации взаимодействия между общественными группами должны реализовывать органы власти (в первую очередь, представительские), медиа, экспертное сообщество. Кто, по мнению участников дискуссии, в реальности играет роль коммуникаторов?



⁵ **Примечание.** Стратификация общества по стандартам потребления или разговор в терминах неравенства может показаться слишком упрощающим решением в нынешней сложной структуре общества. Однако через потребление современный человек конструирует себя в качестве субъекта, потребление не равно насыщению – оно оказывается сложной системой сигнала.

Представитель мотоклуба «Турбо Эра» **Александр Астапов** рассказал конкретный кейс на примере собственного клуба.

«Постепенно стали собирать их посредством интернет-коммуникаций, личных площадок, клуба. Собрали вокруг себя достаточно влиятельную аудиторию, в том числе мотоциклетных инженеров и т. д. После этого стало вокруг нас, казалось бы, такого маленького клубика на территории промзоны, расти множество разных бизнесов, которые вбирают в себя другие аудитории, менее радикальные, в том числе и не мотоциклетные: и художники, и музыканты.

Может быть, наоборот дать социуму сейчас разбиться на максимальное количество кусков, взять из них наиболее здоровые и наиболее сплоченные и, используя их, коммуницируя с ними, добиваться коммуникации с уже большими сегментами общества».

Директор Центра политической конъюнктуры **Алексей Чеснаков** также напомнил о недавно вышедшей статье Владислава Суркова «Долгое государство Путина». По его словам, очень важно обратить внимание не только на проблемы формальных, институционализированных посредников в политической коммуникации между властью и гражданами, но и определить, как конкретно работают неформальные способы коммуникации в обход различных государственных учреждений и элитных групп.

«Сурков говорит о мерах, принимаемых время от времени для восстановления слышимости в процессе доверительного общения между верховным правителем и гражданами. Каковы эти антикризисные меры? Мы вроде бы все догадываемся, о чем идет речь, но внятное описание таких мер со стороны социологов и специалистов по теории и практики коммуникации на сегодня отсутствует.

Отсутствие описания приводит к тому, что специалисты занимаются интерпретацией и оценками феномена без понимания в чем же этот феномен состоит. Вот мы все здесь сидящие поспорили, но так и не смогли прийти к единому мнению по базовым вопросам – все смыслы расплылись. Это показатель либо беспомощности нашего аналитического инструмента, либо, что еще хуже, показатель его отсутствия. А нам нужен такой аналитический инструмент. Почему? Потому что только при его наличии можно понять, как на самом деле развивалась страна последние двадцать лет, в чем содержание путинизма, какова стратегия власти, где ее успехи, а где – ошибки. Не надо додумывать за власть, не надо приписывать ей логику, которой на самом деле может и не быть. Нужно перестать заменять понимание реальности конструированием идеальных моделей. В области политических коммуникаций это одна из приоритетных задач».

О важности общественных организаций говорила **Юлия Грязнова:**

«Только в них я вижу реально сдвиги за последние 10-15 лет, как они меняют сами себя для того, чтобы быть выразителями интересов действительно людей, не в своих интересах. И готовы менять сами себя, и готовы менять свой ресурсный подход к коммуникации».

Тезис встретил возражение: мы крайне редко видим НКО за пределами своих профессиональных полей. НКО замкнуты и не контактируют с простыми людьми.

«Может быть, мы проанализируем, сколько контактов с нормальным человеком, с обычным человеком, эти самые НКО организуют. Не просто ходят на различные тусовки и форумы, начиная от питерского и заканчивая Общественной палатой».

Другой важный вопрос – это вопрос о том, насколько институционализирован должен быть посредник. Не слишком ли формализованно мы подходим к теме, опираясь только на набор официально признанных посредников? Об этом говорит **Олег Полетаев**, призывая в качестве посредника не исключать группы, которые оформляются стихийно на волне какой-либо проблемы.

«Вы когда говорите "НКО", вы подразумеваете некую институционализированную общность. А я говорю о том, что проблемы жителей территорий приводят к оформлению какой-то группы на какой-то краткосрочный период. Но они ведут себя и устроены ровно так же, как некоммерческая организация. И с этой группой на территории, которая не декларирует себя как общественную организацию, ровно по этому принципу можно разговаривать».

«У нас много формальных институтов. Сейчас говорили СМИ, политические партии и некоммерческие организации и наши органы власти. Еще было создано много общественных палат, про которые забыли, консультативных советов при каждом исполнительном органе. У нас много институтов, у нас много каналов, но они действительно не работают, они не наполнены смыслом, они как бы имитируют эту деятельность. И возможно, действительно, дело заключается в том, что все социальные системы сейчас настолько дифференцировали, что они обособились друг от друга», –

констатировала доцент кафедры теории и практики общественных связей РГГУ **Елена Жукова**.

Аудитория как единое целое практически «неопределяема», аудитория чаще всего группируется по интересам.

В России много институтов, которые не работают, не наполнены смыслом, имитируют деятельность, многим из них коммуникация и не нужна. Ни один из потенциальных посредников не несет миссию посредника. Признает ее декларативно, но вторичные цели замещают сущностные.

Эффективной коммуникации мешают неумение работать с новым знанием, неготовность к диалогу, неумение реализовать стратегию, склонность к упрощению, неумение находить варианты решений в рамках уже существующей системы действующих нормативных актов.

Конечно, для обсуждения каждой из этих линий разрыва, для глубокого разговора про субъектов коммуникации, посредников, причины коммуникативных неудач, необходимы отдельные дискуссии. Возможно даже в более узких профессиональных средах. Но в такой мозаичной структуре возможно услышать разные стороны неоднородного экспертного сообщества и наметить план более детального изучения темы.

Дополнительной – исследовательской – задачей дискуссии было наблюдение за направлением мыслей и логикой позиций внутри экспертного сообщества при обсуждении общей темы. Какие мнения высказываются в первую очередь, как стороны реагируют друг на друга, какие разрывы обнаруживаются внутри самого экспертного сообщества.

В результате можно зафиксировать несколько разрывов внутри дискуссии:

1 Разрыв в самом разговоре о трансляции или же общении. Зачастую экспертное сообщество, обсуждая коммуникацию, сбивается на тему эффективного донесения своих тезисов до аудитории, упуская из виду собственно обмен смыслами, открытость как принцип диалога.

2 Разрыв в понимании целей коммуникации: утилитарном и ценностном подходах. Одни эксперты придерживаются утилитарной модели: если заданная коммуникацией цель достигнута, то и коммуникация удалась. Другие рассматривают вопрос о понимании как ценности. И в этой модели изучить эффективность коммуникации достаточно сложно, поскольку не заданы объективные критерии качества понимания.

3 Разрыв в подходах к выделению групп, субъектов коммуникации. Одни эксперты предлагают сегментировать общество по универсальным критериям и работать с намеченной сеткой объективных различий. И в этом поле мы спорим о том, какая модель сегментации наиболее адекватна. Другие эксперты предпочитают логику ситуативного выделения, т. е. отталкиваются от возникающего общего интереса, конкретного конфликта, самоорганизации вокруг конкретных событий. По их мнению, стабильные макрогруппы все более превращаются в искусственный конструкт.

4 Разрыв в ограничении посредников исключительно формой институтов. Требуется ли расширение этой роли на ситуативно возникающие образования? Ряд спикеров указывает на необходимость работать с самоорганизующимися группами и понимать их как единственно возможных субъектов коммуникации. С другой стороны, каждая из подобных групп интересов замкнута на себе, и вновь возникает проблема посредника или модератора. Возможен ли посредник вообще, ведь это требует некоторого взгляда извне, который невозможен для субъекта, находящегося внутри общества?

5 Разрыв в отношении к послылу о «нормальном» состоянии общества. Является ли им вообще взаимопонимание? Или конфликт – это норма и достижение какого-то понимания – лишь политически ангажированная иллюзия?

6

Разрыв между декларируемыми и реальными целями институтов коммуникации. Одни говорят о должном. Другие – о том, что существует на практике. Например, если институт, которому приписывается роль посредника, успешно работает и достигает конкретных задач, не выполняя посреднической функции – может ли он быть признан неэффективным?

7

Разрыв замыкания дискуссии на власти. Есть тенденция рассматривать все социальное пространство в контексте ее функционирования – как следствие ее ошибок, как ее достижение. Есть ли общественные коммуникации, в которых феномен власти не присутствует?

Список участников дискуссии:

Алексей Чеснаков	директор Центра политической конъюнктуры
Станислав Наумов	президент НП «РАСО – связи с общественностью»
Алексей Фирсов	генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа»
Мария Макушева	руководитель социологических исследований Центра социального проектирования «Платформа»
Юлия Грязнова	исполнительный директор НП «РАСО – связи с общественностью»
Олег Полетаев	представитель АНО «Цифровая экономика»
Светлана Стукалова	руководитель образовательной программы по коммуникации для школьников НП «РАСО – связи с общественностью»
Елена Жукова	доцент кафедры теории и практики общественных связей РГГУ
Алексей Куртов	президент Российской ассоциации политических консультантов
Ольга Логунова	доцент кафедры общей социологии, департамента интегрированных коммуникаций Высшей школы экономики
Александр Малютин	главный редактор агентства городских новостей «Москва»
Дмитрий Рогозин	директор Центра методологии федеративных исследований РАНХиГС
Александр Сегал	заместитель заведующего кафедрой философии языка и коммуникации МГУ им. Ломоносова
Петр Шелищ	председатель ОСОО "Союз потребителей РФ"
Валентина Шилова	ученый секретарь Центра социологии управления и социальных технологий ИС РАН
Михаил Карягин	главный редактор сетевого издания «Актуальные комментарии»
Сергей Старовойтов	генеральный директор федеральной экспертной сети «Клуб регионов»
Михаил Крихели	директор Российской гильдии пекарей и кондитеров
Александр Астапов	представитель мотоклуба «Турбо Эра»
Татьяна Гурова	главный редактор журнала «Эксперт»