

«НАЛОГИ» НИЗКОГО ДОВЕРИЯ В КОНТЕКСТЕ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ*

О. А. Сиденко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 февраля 2020 г.

Аннотация: анализируется проблема следствий низкого доверия, препятствующих эффективной адаптации и накоплению соответствующего потенциала в политической системе Воронежской области. Результаты пилотного исследования рассмотрены сквозь призму модели волн доверия, разработанной С. Кови-мл. и Р. Меррилл.

Ключевые слова: региональная политическая система, общее благо, этический кодекс, солидарность, налоги низкого доверия, дивиденды высокого доверия.

Abstract: the author analyzes the problem of low confidence consequences that impede effective adaptation and adaptability in the Voronezh region political system. The pilot study results are examined through the model of confidence waves developed by S. Covey Jr. and R. Merrill.

Key words: regional political system, common good, ethics code, solidarity, low-trust taxes, high-trust dividends.

Доверие обретает ключевое значение в свете задач адаптации политики к кардинальным изменениям среды, обусловленным продвижением технологий, являющихся сердцевинной совершенно иного уклада. Когда институтам, выступающим посредниками между центрами принятия решений и населением, все сложнее осуществлять функцию репрезентации властных интересов общества, а публичное управление смещается в сторону координации и контроля, доверие становится не просто ресурсом, а фактически залогом выживания.

С точки зрения взятого в статье ракурса рассмотрения проблематики, российские региональные политики оказываются в сложном положении. С одной стороны, они могут выстроить сети сотрудничества, аккумулируя инновационный потенциал, формирующийся на местном и секторальном уровне, с другой – они зажаты в тиски трендов политики федерального центра. Имеющийся уровень доверия или же недоверия во многом является следствием этого положения. В качестве кейса анализу подвергается опыт Воронежской области.

Концептуальные основания анализа

В рамках данной небольшой статьи не ставится задача представления развернутой историографии проблематики доверия. Помимо пула академических

работ, написанных социологами, экономистами и собственно политологами (Н. Луман, П. Штомпка, Дж. Коулман, Ф. Фукуяма, Л. Гудков, Б. Дубин, В. Руквишников, Д. МакНайт, М. Блэйз, Р. Крамер, Т. Тайлер, О. Вильямсон и др.), имеются труды практиков, прежде всего, экономистов. Внимание привлек конструктор, позволяющий выработать технологии накопления доверия в политике. Речь идет о модели волн доверия, разработанной Стивеном Кови-мл. и Ребеккой Меррилл и отражающей «взаимозависимую природу доверия и его распространение изнутри наружу» [1]. Доверие создается в пяти контекстах с эффектом наложения и накопления.

Результатом первой волны (доверие на личностном уровне) становится внушающая доверие надежность, рассудительность и влияние. В политическом контексте она, прежде всего, касается публичных акторов, притязавших на поддержку инициатив, формирующих свой позитивный образ. В качестве важного катализатора рассматриваются этические основания, облегчающие манифестацию и трактовку намерений. Представляется, что ориентация на общее благо тесно связана с выбором стратегии «победитель – победитель» и мышлением в духе достаточности, а не дефицита. Это особенно важно для политиков. Как справедливо отмечают С. Кови-мл. и Р. Меррилл, «в намерениях политиков часто видят стремление сделать что-то для себя или для партии, но не обязательно для общества в целом» [там же]. При этом необходимо учитывать, что самые благие намерения без результатов – слишком шаткое основание доверия. А достижение результатов, в свою очередь, зиждется на формировании актуальных

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 18-011-00806 на тему «Адаптационный потенциал региональных политических систем в условиях неопределенности и рисков (на примере областей Центрального Черноземья)».

© Сиденко О. А., 2020

компетенций. Еще один важный аспект – каким образом, с какими последствиями достигаются результаты?

Вторая волна – доверие на уровне отношений. Ее суть – «в увеличении счетов доверия в отношениях с другими», а ключом выступает последовательное поведение, обеспечивающее повышение способности создавать доверие. С. Кови-мл. и Р. Меррилл рекомендуют говорить прямо; демонстрировать уважение; создавать прозрачность; исправлять неправильное; демонстрировать лояльность; достигать результатов; совершенствоваться; смотреть правде в глаза; прояснять ожидания; практиковать ответственность; слушать прежде, чем говорить и понимать; выполнять обязательства и распространять доверие.

Третья волна – доверие на уровне организации. Ее основной принцип – согласованность, помогающая «лидерам создавать структуры, системы и символы доверия¹ на уровне организации», уменьшающие или устраняющие «налоги» низкого доверия² в организациях.

Четвертая волна – доверие на уровне рынка. В ее основе лежит принцип репутации. Что касается доверия на политическом рынке, то оно может стоиться как на манипулировании брендом, межличностных связях, так и на формировании, функционировании репутационного механизма. Поскольку политический рынок относится к категории рынков с асимметричной информацией, т. е. опасность «обратной селекции» (Дж. Акерлоф) весьма велика, то механизмы компенсации асимметрии представляются крайне важными. Проблему являет собой не только слабость политической конкуренции, но и феномен «постправды», «шумная» среда, среди прочего значительно затрудняющая адаптацию.

Пятая волна – доверие на уровне общества. Ее основополагающий принцип – вклад. Внося свой вклад, создавая ценности и призывая других делать то же самое, «мы противостоям налогам подозрительности, цинизма и наследования низкого доверия, которыми облагается наше общество». В политиче-

¹ В поле политики к таковым можно отнести излишний бюрократизм; дефицит открытости, честности и партнерства; замалчивание, извращение информации, как следствие, скепсис и цинизм; низкие солидарность и вовлеченность, а также отчуждение. В конечном итоге «налоги низкого доверия», увеличивающие затраты и снижающие скорость процессов, выливаются в упущенные возможности развития. О «прямой пошлине, налагаемой дефицитом общественного доверия», также говорит Ф. Фукуяма [2]. Важно понимать, что организациями публичного управления эффект не ограничивается, он проявляется во всей системе.

² К «дивидендам» высокого доверия относят увеличение ценности, ускорение роста, инновации и креативность, истинное сотрудничество, устойчивое партнерство, лояльность и т. д.

ском измерении особую значимость приобретают принципы справедливости, участия и ориентация акторов на общее благо как максимум или же элементарная доброжелательность, сознательное непричинение ущерба как минимум.

Данная модель также позволяет по-другому взглянуть и на феномен лидерства: «лидерство – это достижение результатов способом, создающим доверие».

Кейс Воронежской области

Первичная информация, на анализе которой базируются выводы, собиралась методами экспертного опроса (20 экспертов из среды ученых и практиков), полуформализованного интервью с представителями целевых групп – чиновников, партийных деятелей, журналистов, общественников и бизнесменов (по 4 интервью в каждой группе) и фокусированного группового интервью с жителями региона.

Хотя медиана экспертных оценок (по десятибалльной шкале) степени сформированности политической системы в Воронежской области – 7 баллов, она еще выше в отношении потребности региональной политики в реформировании – 8 баллов. Что же вызывает беспокойство в контексте проблемы доверия?

Прежде всего, необходимо отметить уязвимость ценностно-этических оснований. Среди ценностей, которые могли бы объединять, респонденты называли семейные ценности и здоровье; справедливость; солидарность; процветание страны; любовь к своему краю; «соблюдение, обеспечение и гарантии прав и свобод человека и гражданина»; «сменяемость», новые лица в политике и публичном управлении; демократию. Весьма интересной является апелляция чиновника к почти изжитой из публичного дискурса ценности либерализма – *«либерализация в какой-то степени... Пожертвовать монополией на политические ценности, услуги; поделился властью... делегировать»*. Мысль о том, что элементы прямой демократии, децентрализация, включая рыночную, могли бы объединить региональное сообщество, высказывалась в ходе интервью неоднократно.

Что касается ценностей, транслируемых средствами массовой информации, то они лишь частично удовлетворяют потребность общества в ценностных ориентирах. В их числе опрошенные указывали *«комфортную среду и безопасность»*; *«патриотизм, духовные скрепы»*; *«богатство, личное благополучие, близость к власти»*; *«консерватизм, монархизм, навязывание интересов правящей элиты»*; *«потребительское отношение к жизни»*. Было отмечено, что *«таких средств массовой информации, которые бы учили мыслить критически, которые бы просвещали, к сожалению, не достает»*.

Притом что потребность в «кодексе чести» в той или иной степени, но себя проявляет, хуже всего дела обстоят со сферой политики и публичного управления. Если «со стороны общества существует запрос на определенные этические нормы поведения политика», то «со стороны политиков он востребован мало». Из интервью с партийным активистом: «В целом, российский политик – это человек без чести, поэтому кодекс очень востребован. Главное найти инструменты для того, чтобы его соблюдать». Из интервью с представителем органов государственной исполнительной власти: «Я очень часто бываю на конкурсах на соискании муниципальных должностей, государственных служащих и т. п., и я всегда задаю один и тот же вопрос: “А знаете ли Вы кодекс этики?!” И я Вам хочу сказать, что все эти работники (как муниципальные, так и государственные), даже со стажем, не знают. Никто из них не мог ответить мне на этот вопрос. А там предусмотрены основополагающие вещи. И их неосведомленность – на самом деле изъясн».

Как показало исследование, пристальное общественное внимание и соответствующие ожидания могут быть раздражающим фактором: «Если ты имеешь власть, любую власть, госслужащий особенно, даже самого низшего ранга, то на тебя стереотипно вешается клише, что ты обязан быть покладистым, обязан быть этически сдержанным, культурно мотивированным и много чего еще хотело бы множество надзорных органов... Постоянно ты всем обязан». Своего рода панацея респондентом видится в том, чтобы госслужащий не выходил в коммуникациях за рамки «государственной функции услуги». Публичность воспринимается как неизбежная необходимость фактически только в отношении политического руководства. Следует отметить, что данная позиция, в целом типичная для вертикали власти в условиях технократизации управления, противоречит современным тенденциям в области публичного менеджмента (сетевизация управления, мета-структуры и т. д.).

С журналистским сообществом также есть проблемы. С одной стороны, его представители утверждают, что кодекс чести нужен потому, что способен «помочь человеку в критической ситуации принять взвешенное решение». С другой – они признают, что лишь небольшой процент журналистов следует этическим нормам, а попытки проводить «большое жюри, на которых разбирали неэтичные поступки журналистов именно с профессиональной точки зрения» оказались малодейственными. «По большому счету сейчас нет нравственных таких ориентиров, которые были раньше». Активная часть общества «прекрасно видит, что журналисты не независимы и не отражают точку зрения населения», и именно

она формирует запрос на этичность поведения журналистов. Однако, по мнению одного из респондентов, утверждению этических норм может препятствовать редакционная политика: «тебе максимум может быть позволено не делать того, что делает остальная редакция, то есть твое СМИ все равно будет делать то, что противоречит кодексу журналиста, по твоему пониманию. Писать объективно, отражать точку зрения всех – это иногда невозможно осуществить из-за редакционной политики».

Понимание важности кодекса чести демонстрируют и представители деловых кругов: «не будет кодекса чести, мы вернемся не то, что в девяностые, а во что-то гораздо более худшее». Однако попытки следовать таковому предпринимает преимущественно крупный бизнес, малый бизнес, как правило, «далек от этого». Кроме того, «перед большинством сейчас стоит вопрос выживания, а не чести, тем более что у нас институт репутации как таковой очень слабо развит». На репутационные потери «смотрят в последнюю очередь». Один из респондентов отметил следующее: «Воронежская аудитория, люди, которые живут в Воронеже, с ними очень тяжело не просто общаться, а именно иметь бизнес-партнерство... кодекс чести, к сожалению, не про большую часть воронежских предпринимателей, с которыми мне приходилось встречаться».

Наибольшую востребованность кодекса чести как свода негласных правил демонстрируют общественники: «Неформальная (хартия), безусловно, существует. Если общественник ведет себя как-то не очень этично, то это всегда подчеркивается такими словами, как “мы разочаровались”. Репутация общественника во многом складывается за счет его жизненных позиций и действий». По мнению одного из представителей НКО, ощущается своего рода «этический» водораздел между организациями, работающими на государственных грантах («те, кто понял, что основной источник жизни для общественной организации – это государственные гранты, государственные программы и т. д.»), и теми, кто предпочел «жить в параллельной вселенной и не общаться с чиновниками и теми, кто с ними в близких отношениях». Последнее – во многом следствие поляризации, проявляющей себя в федеральных масштабах. Однако, как показывает практика, и межсекторные, и идейно-политические барьеры в какой-то степени преодолимы на межличностном уровне, в сетевом формате.

Вполне закономерно, что именно общественники воспринимаются другими целевыми группами как ориентированные на общее благо. Хотя и здесь несколько респондентов либо затруднились с однозначной идентификацией (по шкале «Семантический дифференциал» ими была выбрана опция 4 балла),

либо предпочли вариант неярко выраженного преобладания корыстных интересов. Объяснения позиций свелись к следующему: «На общее благо ориентированы, если есть грант..., причем эффективность этой работы иногда весьма спорна»; «это чистой воды имитация, даже не знаю чего». Показателем комментарий одного из бизнесменов, в то же время занимающегося некоммерческой деятельностью: «Когда вовлеклись в грантовую деятельность, изменилось отношение приятелей. Если раньше они посмеивались, зачем ты занимаешься этой ерундой..., сейчас у них нет никакого сомнения, что это связано с обогащением. Это, конечно, смешно... Для меня НКО – это репутация... Корыстные интересы, да, имеют, но уж очень много в последнее время про это новостей». У самих представителей некоммерческого сектора, как правило, ясная самоидентификация по этому вопросу – «решение реальных проблем» общества, хотя они и признают, что «есть НКО, которые занимаются обслуживанием коммерческих, политических структур». Необходимо отметить, что потенциал лидерства нового формата накапливается именно в третьем секторе. По данным фокус-групп, население больше склонно доверять тем, за чьей спиной решение реальных проблем, а не просто декларация.

Гораздо более противоречивы оценки нацеленности журналистов и чиновников на общее благо или же корыстные интересы, данные представителями других целевых групп. Чаще всего респонденты постулировали неярко выраженное преобладание либо корыстных интересов, либо ориентации на общее благо (по журналистам). В качестве основной причины в комментариях они указывали на материальную зависимость журналистов, превалирование «среди главных редакторов журналистов-бюрократов». При этом «есть журналисты, которые то, что вменяется им в обязанность, выполняют, пытаются донести какую-то информацию достоверную». В одном из комментариев их деятельность оказалась сравнимой со своего рода подвигом: «Идейные журналисты, конечно, есть, но эта штучная работа природы. Более того, это штучная работа природы в нашей подмороженной системе обычно маргинализована». Однако реальность не столь безнадёжна, о чем, в частности, говорят оценки респондентами уровня достоверности информации – медиана по разным группам не ниже 7 баллов по десятибалльной шкале.

Что касается чиновников, то, помимо преобладающего выбора опций неярко выраженного преобладания корыстных интересов и общего блага, респонденты нередко затруднялись с однозначной идентификацией. В комментариях ситуация описана следующим образом: с одной стороны, они априори на-

целены на общее благо – «у них это прописано», «просто функционал»; с другой – они «удерживают свою внутреннюю, корпоративную задачу – как бы усидеть на своем месте, как бы продвинуться выше и т. п.». Ко всему прочему, как отметил один из респондентов, «им тоже по большому счету не завидуешь, потому что они поставлены в жесткие условия выполнения этих национальных проектов. Кто это, что это – никто не знает. По большому счету это тоже сводится к припискам и обману». Часто опрошенные акцентировали внимание на человеческом факторе: «Здесь люди делятся на 2 категории. Для одних важно, чтобы все письма были закрыты, что они большие молодцы ответили вовремя на все запросы. Другая категория – те, которые стараются разобраться в ситуации. Поэтому, по моим ощущениям, здесь 50 % на 50 %».

Бизнес и депутатский корпус воспринимаются представителями других целевых групп как ориентированные в той или иной степени (чаще в значительной мере или же полной) на корыстные интересы. И если, по мнению респондентов, для первых это вполне органично, то ситуация с народными избранниками являет собой проблему. Руководящий состав «оторвался от земли». Из интервью с представителем некоммерческого сектора, проживающего в областном центре: «они достаточно сильно оторвались. Есть некая мембрана, которая мешает депутатам получать адекватную информацию от горожан, либо им это не интересно, и они настолько самовлюбленны в себя, что не готовы обращать внимание на горожан». По мнению журналистов, «депутаты преследуют корыстные интересы под видом общего блага». Слова представителя исполнительных органов государственной власти, как и факты биографии депутатов, выступают подтверждением: «К сожалению, составы последних органов власти – это представители какого-либо бизнеса (в основной своей массе) и лоббируют они свои интересы. И при обсуждении бюджета всегда интересуются, дали ли субсидии на их вид деятельности, если дали, то они спокойны».

Респондент, совмещающий коммерческую и некоммерческую деятельность, попытался обозначить универсальное соотношение: «К сожалению, везде одна и та же пропорция. Я бы сейчас в современной России, надеюсь, никого не обижу, назвал пропорцию 30 (общее благо) на 70 (корыстные интересы) по всем группам». Безусловно, это субъективное мнение, косвенно подтверждаемое невысокими оценками своей группы как защитника интересов населения – медианы в группах общественников и журналистов – 5 баллов по десятибалльной шкале, а в группе партийных деятелей еще меньше – 4,5 балла.

Индекс, рассчитанный на основе ответов на вопрос: «Насколько установившееся в регионе полити-

ческое равновесие способствует приращению общественного блага?», составил 0. Число экспертов, выбравших опцию «скорее способствует», уравновесилось мнением экспертов, полагающих, что политическое равновесие в регионе «скорее препятствует» и «в полной мере препятствует» приращению общественного блага.

В экспертных оценках заинтересованность элит в мобилизации общественных ресурсов оказалась третьей по частоте среди факторов, способствующих формированию региональной политической системы. Те, кого условно можно обозначить как общественность, в целом, готовы внести свою лепту в реализацию планов, предлагаемых политиками, но только при условии внятной, открытой, честной коммуникации и в пределах своей компетенции. Насколько публичные лидеры понимают необходимость такого общения? Насколько они сами готовы вкладываться? Ответы на эти вопросы требуют дополнительного исследования. На основе имеющейся информации можно ответить словами одного из представителей целевых групп: до тех пор, пока основным принципом системы публичного управления будет «как бы чего не вышло», «инициативы людей, желание что-то делать» будут оставаться бесплодными.

Таким образом, очевидно, что от получения дивидендов высокого доверия регион весьма далек. Что касается возможностей преодоления дефицита доверия, то они в «политической системе элит» сужены не только в аспекте межсекторных взаимодействий, но и в рамках отдельно взятых секторов.

Медиана экспертных оценок эффективности системы межсекторного партнерства составила всего 4 балла по десятибалльной шкале. И если связи между некоммерческим сектором и властью, образно выражаясь, осязаемы («*Чего стоит наш Ресурсный центр, который ценится далеко за воронежскими пределами*»), то сотрудничество власти с бизнесом, а также бизнеса с общественниками оставляет желать лучшего. Из комментариев, данных представителями деловых кругов региона: «*есть взаимодействие между разными секторами бизнеса, но с властью и некоммерческим сектором связи слабые*»; «*полагаю, что подобное партнерство просто не существует, существует доминирование исполнительной власти в этом взаимодействии*».

Влияние бизнеса на процесс принятия решений в Воронежской области было оценено представителями этой целевой группы на уровне 7 баллов из 10 (медиана), что совпадает с экспертным мнением относительно степени воздействия на этот процесс кланов и клик. Собственно деловые круги в их организованном формате, с точки зрения экспертов, несколько менее влиятельны – медиана 6 баллов из 10. Эксперты и представители бизнеса существенно

разошлись в оценках активности деловых кругов в формировании региональной политической повестки: медиана у предпринимателей составила всего 2 балла, а у экспертов – 5 баллов из 10.

Необходимо отметить, что продавливание своей позиции бизнесом нередко выступает конфликтогенным фактором (точечная застройка, нарушение экологических норм АПК, маршрутный бизнес в г. Воронеже и т. п.) и снижает доверие населения.

Фактически бизнес оказался вне рамок публичной политики. Как указал один из респондентов, «*это две параллельные истории, которые не имеют друг с другом никакого соприкосновения. Бизнес не участвует в формировании политической повестки в регионах*». Другой признался, что не может взять на себя «*смелость утверждать о какой-либо политической активности бизнеса*». Таковой вполне закономерно предпочитает каналы лоббистского воздействия, что среди прочего суживает возможности для развития внутри секторной солидарности. Объединение усилий мы можем наблюдать преимущественно в пределах отрасли. Это, прежде всего, строительство. Как отметил один из респондентов, «*все понимают, что завтра такое может случиться еще с кем-то, поэтому вряд ли можно говорить о какой-то дружбе, но консолидация вокруг проблем, которые так или иначе уже общие или могут стать общими, имеет место*». В целом, уровень солидарности действий предприниматели оценили всего на 4 балла из 10 (медиана).

Партийные активисты оценили свою способность действовать солидарно чуть выше – на 4,5 балла из 10 (медиана). Основная проблема видится в «*имитационном характере партийной системы*». Отягчающим фактором выступает своего рода партийный эгоизм. Как отметил один из представителей данной целевой группы, «*все хотят продвигаться сами и задвинуть других, не понимая то, что совместными действиями можно многого добиться*». Тем не менее «*элементы солидарности начали проявляться*». В качестве примера можно привести действия оппозиции, направленные на отстаивание мест расположения гайд-парков. Крепнут низовые сетевые связи. Активность региональных отделений политических партий в формировании политической повестки оценивалась представителями данной целевой группы по-разному. Очевидно, что у «Единой России» она существенно выше, у оппозиционных партий ниже. Диспозиция была обозначена одним из опрошенных следующим образом: «*Если говорить о Единой России, то она представляет собой власть. Если говорить о коммунистах, то это предбанник. Все остальные не полагают достаточными организационными, финансовыми и какими угодно возможностями. Это политический планктон*». По совокупности медиана

составила 5 баллов по десятибалльной шкале. Эксперты оценили степень партийного влияния на формирование региональной политической повестки дня, а также на процесс принятия решений в системе публичного управления одинаково невысоко – 4 балла из 10 (медиана). Есть еще одна проблема: население, особенно в районах области, слабо или же вообще не идентифицирует партийное руководство на уровне региона. Публичное лидерство со стороны региональных партийных боссов фактически отсутствует.

Явными аутсайдерами оказались журналисты – медиана самооценок их способности действовать солидарно – 3 балла из 10. В качестве причин респонденты указывали отсутствие объединяющей организации, а также «общей цели» и масштабных «объединяющих проблем». Упоминались и разрушающие солидарность действия областной администрации: «у нас за последние шесть или восемь лет власть сделала все, чтобы разьединить журналистов». Активность журналистского сообщества в формировании региональной политической повестки представители данной целевой группы оценили на 4,5 балла из 10 (медиана). Кроме того, из комментариев понятно, что они нередко склонны усматривать в такой активности «какой-то заказ». Отмечается и «неграмотная работа» «большой части изданий», когда представляется только одна точка зрения.

Самая высокая самооценка солидарности действий у общественников – медиана 6 баллов по десятибалльной шкале. Однако из комментариев видно, что и здесь масса проблем. Фестивали, обучающие семинары и иные мероприятия собирают, но не объединяют – каждый продолжает «вариться в своем котле». Но в случае возникновения критической ситуации мы все же видим акты выражения поддержки, как в случае с Г. Араповой (защита прав СМИ, признание иностранными агентами): «многие высказались, все, кто не боится высказываться, а кто боится, то говорить здесь о солидарности трудно». Своего рода ахиллесовой пятой третьего сектора региона является слабая интеграция: «Воронежская область – одна из активных с точки зрения общественного участия в регионах, потому что были

яркие лидеры, есть новые лидеры, и они продолжают появляться. При этом они умудряются выживать, несмотря на то, что интегрирования по большому счету не происходит». Как следствие, потенциал воздействия невелик. Эксперты оценили степень влияния НКО, НПО на процесс принятия решений в системе публичного управления лишь на 4 балла из 10 (медиана), медиана оценок влияния на формирование региональной политической повестки дня еще ниже – 3 балла. При этом самооценка активности общественных организаций в формировании региональной политической повестки относительно высокая – 6 баллов из 10 (медиана).

В отношении инициативности и уровня солидарности действий населения наибольший скепсис демонстрируют журналисты и предприниматели (медианы в диапазоне 3, 4 балла), а наибольший оптимизм выражают представители некоммерческих организаций – медианы 6 и 7 баллов соответственно.

Что касается назревших реформ по переходу от «системы элит» к системе социума, то, согласно экспертным оценкам, они не слишком вероятны. Перспектива проведения «реформ сверху» была оценена экспертами на 5 баллов (медиана) – самая низкая оценка по попавшим в выборку регионам Черноземья; «перспектива раскола элит и формирования широкой коалиции за реформы» – 4 балла (медиана) и «перспектива проведения «реформ снизу» – 3 балла (медиана). Одна из ключевых причин сложившейся ситуации – не только федеральные тренды, но и «налоги» низкого доверия.

В заключение хотелось бы отметить, что взаимодействие экономических наработок в области доверия оказалось весьма плодотворным и позволило рельефно показать ряд серьезных проблем политики на региональном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кови-мл. Скорость доверия : то, что меняет все / С. Кови-мл., Р. Меррилл. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 432 с.
2. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ : Ермак, 2004. – 730 с.

*Воронежский государственный университет
Сиденко О. А., кандидат политических наук, доцент
кафедры социологии и политологии
E-mail: soc@hist.vsu.ru*

*Voronezh State University
Sidenko O. A., Candidate of Political Sciences, Associate
Professor of the Department of Sociology and Political
Science
E-mail: soc@hist.vsu.ru*