

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.14515/monitoring.2016.2.05

Правильная ссылка на статью:

Михайленко Е. К. Социологические исследования как инструмент повышения качества власти // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 79—91.

For citation:

Mikhailenko E. K. Social research as a tool to improve the quality of the authorities' performance // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2016. № 2. P. 79—91.

Е. К. Михайленко СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЛАСТИ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕ- СТВА ВЛАСТИ

МИХАЙЛЕНКО Евгений Константинович — кандидат экономических наук, научный сотрудник РАНХиГС, начальник департамента современных общественно-политических институтов Управления Президента РФ по внутренней политике.

E-mail: ekmihajlenko@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8578-1931

SOCIAL RESEARCH AS A TOOL TO IMPROVE THE QUALITY OF THE AUTHORITIES' PERFORMANCE

MIKHAILENKO Evgenii Konstantinovich — Candidate of Economic Sciences, Researcher, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Head of Department of Modern Public Social and Political Institutions, Presidential Domestic Policy Directorate.

E-mail: ekmihajlenko@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8578-1931

Аннотация. Представлен анализ проблемных вопросов, возникающих при использовании социологических исследований в ходе оценки качества власти. Показано, что эффективность исследования качества власти затрудняет несовершенство инструментария. Представлены негативные последствия восприятия чиновниками социологических исследований лишь как инструмента сбора информации. Акцентируется внимание на отсутствии управленческих решений на основе со-

Abstract. The article presents an analysis of issues arising from the use of social research to assess the authorities' performance. The shortcomings of the tools measuring the corresponding factors hamper the effectiveness of studying of the authorities' performance. Perception of social studies only as a method of data collection may have negative effects. The paper highlights that managerial decision-making lacks social research. Taking decisions without prior public opinion study may have bad

циологических исследований. Выделен такой фактор снижения легитимности власти как принятие управленческих решений без предварительной подготовки общественного мнения. Новизна состоит в переходе от парадигмы «социология как инструмент сбора валидных данных» к парадигме «социология как процесс контроля и повышения качества» управленческих решений. Предлагается методологический подход, направленный на повышение качества власти в рамках отдельных процессов, на примере работы региональных пресс-служб.

Ключевые слова: социология власти, качество власти, постоянное повышение качества, избирательный процесс, социология коммуникаций, социология массмедиа, медийная политика

impact on power legitimacy. The novelty of the paper consists in switching from «sociology as a tool to gather relevant data» concept to «sociology as a control and quality improvement process» concept in political decision-making. Based on the performance of the regional press offices, a new methodological approach is proposed to improve the quality of authorities' performance.

Keywords: sociology of power, quality of authorities' performance, constant quality improvement, selection process, sociology of communications, mass media sociology, media policy

Одним из основных направлений совершенствования системы государственного управления Российской Федерации является повышение эффективности деятельности властных структур. Если говорить о региональном аспекте, ключевым критерием оценки результативности управления субъектом Федерации является оценка эффективности работы их глав — именно губернаторы задают векторы развития территорий. Качество работы региональной власти является предметом многочисленных исследований. В соответствии с Указом Президента РФ и утвержденной методикой социологи фокусируются на удовлетворенности населения деятельностью органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации, на оценках деятельности региональных органов власти, изучают информационную открытость власти [Указ Президента РФ, 2016]. В период избирательной кампании в субъектах РФ оцениваются электоральные показатели местных политиков, включая глав регионов. Эксперты периодически формируют рейтинги политической выживаемости и избираемости губернаторов [Рейтинг политической выживаемости губернаторов].

Критерии и факторы оценки качества власти. Необходимость развития инструментария

В рамках общепринятых подходов оценки качества власти существует несколько проблем, требующих обсуждения. Главная проблема — *непроработанность и стагнация инструментария*, с помощью которого должны оцениваться факторы. Факторы очень динамичны, они различны для разных уровней власти (федераль-

ный, региональный, муниципальный), для субъекта и объекта властных отношений [Ильин, 2014; Газизова, Дорожкин, Фролова, 2014]. В частности, для субъекта качество власти определяется:

- содержанием властного взаимодействия (самоконтроль контента) и системной мотивации для объекта власти;
- оперативностью доведения распоряжения, в котором предписывается поведение объекта власти, и оперативностью исполнения распоряжений;
- реакцией объекта власти на распоряжения;
- эффективной системой санкций, применяемых к объекту власти (в том числе к более низким по иерархии управляющим органам) в случае невыполнения распоряжения;
- ресурсной, организационно-технической и кадровой обеспеченностью, необходимой для доведения и исполнения распоряжений;
- возможностями мобилизации объекта власти на необходимые действия без снижения легитимности;
- получаемыми от властных отношений выгодами, причем ключевым из них является дальнейшее расширение властных полномочий (известно, что власть, не сталкиваясь с препятствиями и ограничениями, стремится к всевластию);
- возможностью получения обратной связи, т. е. механизмом самоконтроля власти [Понеделков, Магомедов 2015].

В свою очередь для объекта качество власти фактически становится синонимом качества деятельности управленческих органов (власть и носители власти отождествляются), от которой представители объекта ожидают:

- принятия управленческих решений и ответственности за них;
- контроля над социально-экономической и общественной ситуацией, сохранения порядка в процессе урегулирования социальных конфликтов и противоречий между интересами различных групп, классов (интеграция общества);
- командного подхода при реализации управленческих решений (интеграция элит);
- эффективного использования ресурсов;
- справедливого распределения ценностей и благ;
- открытости, прозрачности, отчетности власти;
- легитимности власти [Козлов, 2015].

Одним из важнейших критериев качества власти является уровень легитимности властного взаимодействия как процесса и власти как института. В частности, политолог Д. Истон связывал легитимность со справедливостью власти [Easton, 1965]. В результате социально-психологических отношений между властью и индивидом может формироваться ценностный консенсус. Индивид испытывает доверие к власти, консолидируется с ней, испытывает уверенность, что она справедлива, действует в его интересах и разделяет с ним определенные моральные принципы. Как максимум ему кажется, что его воля и жизненные устремления находятся в одном векторе с волей и устремлениями власти. Как минимум он полагает, что способен влиять на власть через легально установленные каналы.

Он готов поддерживать легитимную для него власть даже при наличии обвинений в несправедливости, нечестности со стороны других индивидов [Blyth, 2002].

Зачастую во многих комплексных исследованиях используются критерии и оценочные шкалы, которые не затрагивают системы мотивации, реальных запросов избирателей [Матюшкина, Михалева, 2013]. Приземление критериев может достигаться только в ходе фокус-групп. В частности на основе фокус-групп, проведенных в рамках избирательных циклов 2014—2015 гг. в регионах со стабильными и растущими оценками глав субъектов РФ, были сформулированы основные и дополнительные факторы, повышающие качество власти в восприятии населения:

1. Отсутствие дистанции «власть—народ»: открытость, доступность, близость к народу. Поездки по районам региона. Встречи с населением. Доступность в социальных сетях.
2. Личная скромность и аскетизм: «честный», «не замечен в коррупции», «не пользуется дорогим автомобилем» (особенно важно в условиях кризиса).
3. Лоббистские способности, умение отстоять интересы региона перед федеральным центром: «Умеет выбить деньги из федерального центра».
4. Результативная деятельность, заметная большинству. Среди результатов деятельности есть что-то заметное избирателям не только через сообщения в СМИ. Например, очень часто в регионах, где оценки деятельности губернатора растут или как минимум стабильны, очень заметны дороги.
5. Жесткость и контроль ситуации: внешняя суровость, «строгость к подчиненным», «отсутствие мягкотелости», «держит команду в кулаке».
6. Легитимность власти. Действия в интересах большинства: «Он работает для таких людей, как мы», «он больше думает о нас, чем о том, что скажут в Москве».

Дополнительные факторы, влияющие на рост качества региональной власти в восприятии населения:

7. Публичное одобрение первым лицом страны работы главы региона (рукопожатие, похвала и т. д.). Население воспринимает данный факт как благосклонность федерального центра к их региону, потенциальную возможность привлечения дополнительных инвестиций.
8. Способность к политическим компромиссам, отказ/недопущение публичных конфликтов (особо значимо в условиях кризиса).
9. Местное происхождение (кредит доверия увеличивается в силу большей осведомленности о проблемах и интересах региона).
10. Реальные примеры деятельности, распространяемые среди населения посредством сарафанного радио (помощь нуждающимся, антикоррупционные меры и т. д.).

Факторы, влияющие на снижение качества региональной власти в восприятии населения:

1. Подозрения в коррупции.
2. Отсутствие четкого понимания результатов работы: что именно делает/сделал губернатор.
3. Слухи о взаимодействии/подчинении криминальным группировкам, ассоциации с криминальными 1990-ми (Новосибирская и Сахалинская области).

4. Слухи на основе темных пятен биографии при отсутствии достоверной информации у населения.
5. Отсутствие контроля над муниципальной властью. Отсутствие четко разделенного функционала муниципальных и субъектовных властей.
6. Излишняя имитационная PR-активность, стремление к «перерезанию ленточек» вместо реальных дел (формируется усталость, несоответствие моменту и духу времени).
7. Управление регионом «с оглядкой на Москву», демонстрируемые карьерные устремления в сторону федерального центра, как следствие, отсутствие интереса к развитию региона.
8. Нелегитимированная расстановка приоритетов (благоустройство города вместо решения вопросов медицинского обслуживания).
9. Неудовлетворительный имидж команды, представления об отсутствии таковой.

Стереотипное восприятие социологических исследований: инструмент сбора информации

Еще одна проблема состоит в том, что многими представителями органов власти социологические исследования воспринимаются достаточно упрощенно — не более чем инструмент сбора информации. Из-за излишней фокусированности на информационной составляющей практически не реализуется диагностическая (в контексте консалтинга по итогам исследования) и прогностическая функции [Ядов, 1995; Бажин, Мальцев, 2009]. Региональные исследования редко переходят в формат глубокой социальной диагностики, которая требует консалтинга и, тем более, в составление хотя бы краткосрочных социальных прогнозов. В качестве примера, на который стоит ориентироваться органам власти, — работа штаба в период избирательной кампании. На основании количественных и качественных исследований силами политических консультантов и электоральных социологов осуществляется диагностика избирательного округа, прогнозируются явка и результаты голосования [Жмыриков, 1995].

Отсутствие управленческих решений на основе социологических исследований

В идеале на основании информации, собранной исследовательскими компаниями, органы власти должны не только формировать социальный диагноз и разрабатывать прогнозную модель, но и принимать управленческие решения [Батрик, 2006; Литвак, 2006]. В этом состоит третий проблемный вопрос. Однако на практике часто оказывается, что решения уже кто-то принял на основании либо собственных умозаключений, либо уже имеющихся данных. В результате у многих лиц, принимающих решения, формируется мнение, что и без социологии можно прожить [Давыдов, 2009; Икрамов, 2014]. «Социология — это просто цифры» — это высказывание одного из чиновников полностью описывает сложившееся у многих отношение, особенно если до очередных выборов — извечной головной боли региональной власти — еще очень далеко.

Многие политические консультанты и электоральные социологи, знакомые с устройством политической жизни Краснодарского края, слышали о том, что при губернаторе А. Н. Ткачеве на основании результатов социологических исследований принимались решения об увольнении глав муниципальных образований. Этот интересный, хотя и категоричный, пример применения данных социологических исследований при принятии управленческих решений уже изрядно легендировался, но с определенными оговорками он вполне может быть ориентиром для региональной власти [Магомедов, 2014; Морев, Каминский, 2015].

Принятие управленческих решений без предварительной подготовки общественного мнения как фактор снижения легитимности власти

Следующий проблемный вопрос заключается в том, что региональная власть часто принимает решения не только без оглядки на общественное мнение, но и без его предварительной подготовки. Примеры на слуху, многие из них формировали в том числе федеральную повестку в 2015 г.: отмена льгот для отдельных категорий населения, сокращение списка лекарств для льготников, повышение стоимости проезда, отмена электричек, внедрение платной парковки с эвакуацией, снос временных построек, назначение непопулярного руководителя на значимую должность. Избирательные кампании, подготовка к которым начинается за несколько месяцев до дня голосования, оказываются под угрозой проигрыша и спасаются ретивыми руководителями только с помощью административного ресурса [Каминский, Дементьева, 2015].

Казалось бы, динамизм текущей ситуации свидетельствует о том, что эффективное управление внутривнутриполитическими процессами в регионе и принятие качественных управленческих решений требуют моделирования реакций населения на решения органов власти и постоянного мониторинга состояния общественного мнения [Collins, Evans, 2002]. Если говорить об избирательных кампаниях, подготовка к следующим выборам должна начинаться уже на следующий день после подведения итогов голосования. Однако стереотип принятия управленческих решений без подготовки общественного мнения пока достаточно устойчив [Foss, Husted, Michailova, 2010]. В результате снижаются легитимность власти и оценки ее деятельности.

Новая парадигма: социология как процесс контроля и повышения качества управленческих решений

Новый подход требует перехода от парадигмы «социология как инструмент сбора валидных данных» к парадигме «социология как процесс контроля и повышения качества» управленческих решений и, в конечном итоге, как управленческий процесс роста эффективности власти. Действительно, целью любой организации является постоянное улучшение качества процессов для повышения эффективности своей деятельности [Collins, Evans, 2002; Loorbach, 2010]. Это можно продемонстрировать на примере деятельности избирательного штаба в рамках предвыборной кампании. Когда принимается решение о необходимости социологического и аналитического сопровождения чаще всего сотрудники штаба пытаются ответить на следующие вопросы:

- Какой у нашего кандидата рейтинг? (электоральные показатели);
- Какой у нашего кандидата имидж? Почему за нас готовы/не готовы голосовать? (имидж, мотивация);
- Кто за нас сейчас готов проголосовать, кто еще может проголосовать? (целевые группы).

Чаще всего этих вопросов достаточно, для того чтобы руководитель штаба согласился с ценностью аналитического и информационного сопровождения и принял решение провести социологическое исследование. Однако в некоторых случаях политические консультанты дают ответы на эти вопросы и без исследования, т. е. без валидных данных (то ли в целях повышения собственной экспертной значимости, то ли перераспределяя бюджет на другие задачи). И те, и другие упускают значительно более важный аспект ценности социологических исследований — повышение качества отдельных процессов, т. е. работы всех направлений в структуре штаба: медийщиков, PR-специалистов, организаторов агитационных сетей и ответственных за мобилизацию сторонников, специалистов по специальным проектам.

Хорошим подспорьем для развития такого подхода являются принципы Э. Деминга. В соответствии с одним из них улучшение каждого процесса должно осуществляться не эпизодически, а непрерывно и планомерно, стать одной из важнейших задач организации, в данном случае избирательного штаба. Важная часть разработок Деминга — теория изменчивости, согласно которой на процесс постоянно воздействуют две группы факторов: случайные, вызывающие естественные вариации результатов, разброс которых можно держать под контролем, и особые факторы, выбивающие процесс из контролируемого состояния. Оценка влияния и устранение особых факторов требуют приоритетного проведения качественных исследований. При этом количественные социологические исследования позволяют получить количественное описание каждого процесса [Деминг, 2011].

Методологический подход к постоянному улучшению качества [Evans, 1999; Grieves, 2000] посредством применения социологических исследований на каждом из этапов представлен в табл. 1:

Таблица 1. *Методологический подход к постоянному повышению качества*

	Этапы улучшения процесса	Содержание этапа
1	Оценка текущей ситуации (диагностика, анализ) Оценка эффективности существующего процесса Социологическое исследование. Волна 1	Сбор и анализ данных для формирования группы проблем, которые возникают чаще всего/воздействуют негативно сильнее всего/требуют наиболее оперативного вмешательства Определение причин проблем Отбор проблем, доступных для решения в рамках данного направления деятельности Отбор проблем, доступных для решения в рамках других направлений деятельности

	Этапы улучшения процесса	Содержание этапа
2	Разработка возможных решений (креатив)	Разработка решений-альтернатив Отбор решений, доступных для реализации в рамках данного направления деятельности Отбор решений, доступных для решения в рамках других направлений деятельности
3	Оценка возможных решений (тестирование) Социологическое исследование. Волна 2	Выбор лучшего решения, т. е. такого, которое устранил причины проблемы и предотвратит ее повторное возникновение Оценка последствий
4	Реализация нового решения (внедрение)	Замена старого процесса на улучшенный процесс
5	Оценка новой ситуации (анализ) Социологическое исследование. Волна 3	Оценка эффективности процесса после действий по улучшению

Следует обратить внимание, что три из пяти этапов (2—4) связаны с консалтинговой деятельностью, которая осуществляется на основе социологических данных, а социологические исследования проводятся в три волны на первом, третьем и пятом этапах.

При таком методологическом подходе социологические исследования, реализуемые в рамках избирательной кампании, становятся не только инструментом оценки уровня популярности кандидата, но и *инструментом повышения его рейтинга*, — именно это происходит, когда качество всех процессов, управляемых штабом, постоянно оценивается и повышается.

Повышение качества работы медийного блока региональной власти как пример улучшения отдельных процессов

Уйдем от фокусировки только на выборах процессах. Необходимость перехода к новой парадигме можно проиллюстрировать на примере работы пресс-службы губернатора. В большинстве случаев максимум, для чего используется социология в регионах при оценке работы пресс-службы и медиаблока в целом, это:

- оценка деятельности главы региона/региональной власти;
- оценка объема материалов о главе региона в восприятии аудитории (достаточно/недостаточно, много/мало);
- анализ позитивных и негативных высказываний в СМИ о главе региона/региональной власти (мониторинг СМИ).

Ни один из этих показателей напрямую не оценивает качество работы пресс-службы и не может быть точкой отсчета в повышении качества работы пресс-службы в контексте содержания материалов о губернаторе. Более полноценным был бы следующий методологический подход (табл. 2).

Таблица 2. Методологический подход повышения качества работы медийного блока на основании результатов исследований по отдельным процессам

	Процессы	Краткое описание
1	Выработка стратегических тематических линий для главы региона	Анализ ключевых запросов населения. Использование ограниченного количества стержневых тем в целях формирования целостного имиджа губернатора
2	Формирование медиаобраза главы региона	Развитие целевого имиджа в соответствии с заранее спланированными для позиционирования профессиональными и личностными характеристиками
3	Экспертиза легитимности стратегических и тактических решений региональной власти	Тестирование социально значимых решений. Разработка тематических сообщений для подготовки общественного мнения. Разъяснение принятых решений
4	PR-сопровождение стратегических и тактических решений региональной власти (PR-стратегия)	Формирование/корректировка общественного мнения об эффективности деятельности региональной власти в целом и по отраслям
5	Повышение социального самочувствия в регионе в целом	Работа с общим социальным самочувствием в целях улучшения/поддержания в стабильном состоянии оценок деятельности власти
6	Работа с отдельными целевыми группами	Выявление скрытых точек роста негативного отношения к региональной власти. Корректировка мнений отдельных целевых групп
7	Формирование пула лидеров общественного мнения (ЛОМов)	Повышение известности и уровня доверия к отдельным общественным, политическим деятелям в рамках общей PR-стратегии региона
8	Оценка опубликованных материалов о региональной власти	Анализ позитивных и негативных публикаций в средствах массовой информации, информирующих о деятельности региональной власти. Получение обратной связи от журналистского сообщества

Один из ключевых процессов, качество которого медийный блок региона должен постоянно совершенствовать, — выработка стратегических тематических линий для главы региона. Разбирая оценки губернаторов, которые дают респонденты на фокус-группах, можно обратить внимание на то, что все регионы условно можно разделить на три группы (табл. 3).

Таблица 3. Характер высказываний в адрес губернаторов как индикатор качества работы пресс-службы по процессу «Выработка стратегических тематических линий для главы региона»

	Характер высказываний в адрес губернатора	Анализ высказываний в адрес губернатора. Оценка качества работы медийного блока
1	Общая оценка — неудовлетворительно. От «не знаем, что он делает», «ничего о нем сказать» до «он ничего не делает».	На данном этапе анализа еще сложно понять, что первично: неэффективная работа губернатора и сильная усталость от него или неудовлетворительная работа пресс-службы. Дополнительный анализ чаще всего показывает наличие обоих факторов.
2	Общая оценка — удовлетворительно «Работает», «что-то делает». При этом респонденты не могут уточнить, что именно. Звучит очень много несодержательных, размытых вариантов на одной фокус-группе. При сравнении разных фокус-групп в одном и том же населенном пункте выявляется фактически полное несовпадение вариантов.	В такой ситуации чаще всего эффективная работа губернатора некачественно обслуживается пресс-службой. Основная проблема — «многосигналье» (одновременное использование большого количества несущественных информационных поводов, отсутствие стержневых тематических линий). В результате представители населения не могут собрать общую картину о работе губернатора. Недостаток медийной информации частично компенсируется слухами, которые в неуправляемом формате могут содержать высокую долю негативной информации о губернаторе.
3	Общая оценка — хорошо «Губернатор сделал это и то». Респонденты называют, что именно сделал губернатор. При этом можно выделить 5—7 основных направлений, которые, в идеале, совпадают с вариантами, названными в других населенных пунктах.	Качественная работа пресс-службы. Выбраны и ежедневно аргументируются 5—7 основных тематических направлений. Информационные сюжеты, публикации нанизываются на тематическую линию, как бусины. Малозначимые информационные поводы не используются.

Еще один пример повышения качества работы медийного блока в регионе в рамках процесса «Формирование медиаобраза главы региона» на основе сравнительного анализа целевого медиаобраза и реального имиджа губернатора [Зазыкин, 1999] (табл. 4).

Таблица 4. Результаты сравнительного анализа целевого медиаобраза и реального имиджа как индикатор качества работы пресс-службы по процессу «Формирование медиаобраза главы региона»

	Результаты сравнительного анализа	Направления работы медийного блока
1	Пресс-служба не имеет целевых показателей медиаобраза губернатора	Необходима разработка целевых показателей на основе имиджевых социологических исследований, тестирование разработанных элементов медиаобраза, внедрение и оценка новой ситуации
2	Пресс-служба имеет целевые показатели медиаобраза губернатора, но, по данным фокус-групп, они не совпадают с реальным имиджем губернатора (либо совпадают только частично)	Необходим контент-анализ информационных сообщений и публикаций, экспертные интервью с сотрудниками пресс-службы и журналистами СМИ для выявления этапа, на котором происходит сбой при реализации управленческого решения либо искажение медиасигнала
3	Пресс-служба имеет целевые показатели медиаобраза губернатора и, по данным фокус-групп, они в основном совпадают с реальным имиджем губернатора	Необходим мониторинг управленческой цепочки в целях выявления потенциальных звеньев и предупреждения снижения качества прохождения медиасигнала

Таким же образом анализируется и корректируется каждый отдельный процесс работы как пресс-службы, так и администрации региона. Рассмотренный пример наглядно демонстрирует, как социологические исследования могут являться практическим инструментом повышения качества работы органов власти. Для реализации данного подхода необходима предельная детализация каждого направления деятельности, конкретизация факторов восприятия качества власти населением, а главное — корректировка сложившихся стереотипов восприятия социологии.

Список литературы

Бажин И. И., Мальцев В. А. Методические инструменты повышения качества субъекта управления // *Власть*. 2009. № 7. С. 104—107.

Батрик Р. Техника принятия управленческих решений. 2-е изд. СПб. : Питер, 2006.

Газизова Л. И., Дорожкин Ю. Н., Фролова И. В. Муниципальные органы власти в Приволжском федеральном округе // *Власть*. 2014. № 8. С. 131—138.

Давыдов К. Взаимоотношения социологии и власти // *Социологические исследования*. 2009. № 8. С. 5—19.

Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М. : Альпина Паблишер, 2011.

Жмыриков А. Н. Как победить на выборах: психотехника эффективного проведения избирательной кампании. Обнинск : Титул, 1995.

Зазыкин В. Г., Белоусова И. Э. Политические характеристики эффективного политического имиджа. М. : МААН, 1999.

Икрамов Д. Б. Проблемы социологического обеспечения реализации целей административной реформы в России // Стратегия гражданской защиты: проблемы и исследования. 2014. Т. 4. № 2. С. 394—396.

Ильин В. А. Оценка населением эффективности государственного управления: практика региональных социологических исследований // Социологическая наука и социальная практика. 2014. № 1 (5). С. 16—18.

Ильин В. А. Эффективность государственного управления и накапливающиеся проблемы социального здоровья // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 6 (42). С. 11—29.

Каминский В. С., Дементьева И. Н. Социологическое знание — в систему управления (на примере восприятия экономической ситуации молодежью // Вопросы территориального развития. 2015. № 7 (27). С. 4.

Козлов Ю. А. Алгоритм оценки качества государственной услуги // Государственная служба. 2015. № 4. С. 105—111.

Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения. М. : Дело, 2006.

Магомедов К. О. Кадровая политика в системе государственной власти и управления: мониторинг основных направлений // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2014. № 3 (121). С. 40—46.

Матюшкина И. А., Михалева О. М. Эффективность государственного и муниципального управления: сущность и проблемы определения [Электронный ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 8. URL: <http://human.snauka.ru/2013/08/3617> (дата обращения: 12.03.2016).

Морев М. В., Каминский В. С. О государственном управлении на современном этапе развития российского общества // Социологические исследования. 2015. № 10 (378). С. 39—48.

Понеделков А. В., Магомедов К. О. Профессионализм государственных и муниципальных служащих как фактор кадровой безопасности // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2015. № 8 (63). С. 29—33.

Рейтинг политической выживаемости губернаторов [Электронный ресурс]. URL: http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_58.html (дата обращения: 12.03.2016).

Указ Президента РФ от 16 января 2015 г. № 15 «О внесении изменения в Указ Президента Российской Федерации от 21 августа 2012 г. № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=174132> (дата обращения: 12.03.2016).

Ядов В. А. Социологическое исследование : Методология. Программа. Методы. Самара : Изд-во Самарского университета, 1995.

Blyth M. Great Transformations. Economic Ideas and Institutional Change in the Twentieth Century. Cambridge, 2002.

Collins H. M., Evans R. The third wave of science studies: studies of expertise and experience // *Social Studies of Science*. 2002. Vol. 32. N 2. P. 235—296.

Easton D. A Framework for Political Analysis. University of Chicago Press, 1965.

Evans J. R. The Management and Control of Quality. Cincinnati, Ohio : South-Western College Publishing, 1999.

Foss N. J., Husted K., Michailova S. Governing knowledge sharing in organizations: levels of analysis, governance mechanisms, and research directions // *Journal of management studies*. 2010. Vol. 47. N 3. P. 455—482.

Grieves J. Introduction: the origins of organizational development // *The Journal of Management Development*. 2000. Vol. 19. N 5. P. 345—447.

Loorbach D. Transition management for Sustainable Development : A prescriptive, Complexity-Based Governance framework // *Governance*. 2010. N 23. P. 161—183.