

**Игорь Задорин**

**Эссе о мотивации. Что подвигает чиновников и социологов к взаимодействию друг с другом. И что отталкивает**

(Тезисы выступления на IV методологическом семинаре пам. Г.С.Батыгина, 27.04.2010)

<b>Позитивная мотивация (стимулы к сотрудничеству)</b>				
	<b>Чиновники</b>	<b>Тенденции</b>		<b>Исследователи</b>
1.1	функциональный, потребительский мотив (действительная потребность в информации для принятия решений)	спад	спад	творческий мотив (профессиональный интерес, креативность, желание произвести новую информацию, получить новое знание)
1.2	«пиаровский» стимул (работа на имидж, информационный повод)	без изм.	без изм.	«пиаровский» стимул (накопление символического капитала)
1.3	нормативный стимул («так положено», управленческий канон)	рост	без изм.	социальный стимул (социальная миссия, информирование общества о проблемах и т.п.)
1.4	«экономический» стимул («откаты» и т.п.)	рост	рост	экономический стимул (зарботок, доход, прибыль)
<b>Негативная мотивация (антистимулы)</b>				
	<b>Чиновники</b>	<b>Тенденции</b>		<b>Исследователи</b>
2.1	нет потребности («надо управлять, а не исследовать», «дело надо делать, а не ля-ля-ля...»)	рост анти-стим.	-	нет потребности (другая рыночная ориентация)
2.2	нет доверия (негативный опыт сотрудничества, страх обмана и пр.)	рост анти-стим.	рост анти-стим.	недоверие (псевдоконкурсы, негативный опыт сотрудничества)
2.3	нет возможностей (отсутствие бюджета)	спад анти-стим.	спад анти-стим.	нет возможностей, мощностей, квалификации
2.4	нет желания (управленческая лень и пр.)	без изм.	без изм.	лень, антибюрократический мотив (нет желания работать с госзаказчиком – «конкурсы, тяжелая отчетность» и т.п.), недостаток компетентности по работе с госзаказчиками

Два главных **противоречия**, две главных **проблемы** взаимодействия.

1. При падении реального потребления социологической информации для нужд управления растет псевдопотребление, вызванное нормативными обязательствами и коррупционно-экономическими интересами (см. пп. 1.1, 1.3, 1.4).
2. При росте ресурсных возможностей для сотрудничества (см. п. 2.3) растет недоверие потенциальных контрагентов друг к другу ( см. п. 2.2).