



Kyiv
School of
Economics

КИЇВСЬКА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ

МАГІСТЕРСЬКА ПРОГРАМА З ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ВРЯДУВАННЯ

ДИПЛОМНА РОБОТА

«Мотивація долучитися до Сил оборони України»

Студентка: Катерина Чміль

Наукова керівниця: Оксана Сироїд

Для здобуття освітнього ступеня: Магістр

за спеціальністю: 281 Публічне управління та адміністрування

Київ 2023

ЗМІСТ

Анотація.....	3
Вступ.....	3
Огляд літератури.....	4
Ааналітична рамка.....	10
Методологічний дизайн дослідження.....	13
Результати.....	15
Висновки/ Дискусія.....	29
Пропоновані зміни до публічної політики.....	32
Список використаних джерел.....	34
Додаток 1: Перелік респондентів.....	37
Додаток 2: Опитник для цивільних.....	39
Додаток 3: Опитник для мобілізованих:.....	40

Анотація

Незважаючи на доволі значну кількість досліджень щодо мотивації служити у війську, мотивація служити у призовній армії під час широкомасштабної тривалої війни, зокрема на власній території, залишається малодослідженим явищем. Грунтуючись на результатах інтерв'ю з мобілізованими до Сил оборони України та з цивільними, які підлягають мобілізації, було виявлено, що всі означені в науковій дискусії групи чинників мотивації служити, а саме інституційні абстрактні, інституційні конкретні, індивідуалістичні та професійні, є релевантними, проте їхнє наповнення відрізняється. Інституційні абстрактні чинники мотивації, історично характерні для призовної армії, залишаються ключовими. Поза тим, під час аналізу було додатково виокремлено важливу групу чинників, пов'язану з війною на власній території. Підсумовано можливе застосування результатів в процесі мобілізації.

Ключові слова: мотивація служити, чинники мотивації, призовної армії, України, мобілізації

Кількість слів: 8003

ВСТУП

Перехід від призовної армії до контрактної або навпаки, необхідність зберігати призов у суспільстві, яке змінюється, створили запит на дослідження мотивації служити у війську. Наукова дискусія переважно базується на дослідженнях щодо армії США, яка перейшла на контрактну основу в 1973 році; армії Ізраїлю, який має загальний військовий обов'язок з огляду на особливості безпекової ситуації; мотивації учасників миротворчих місій європейських країн. Також досліджувалися мотиви служити строкову службу в окремих європейських країнах, де призов збережено чи відновлено (Кіпр, Швеція) та стратегії рекрутингу до ІДІЛ. Мотивація змінювалася у відповідь на зміну безпекового, економічного та соціального контекстів.

Аналітичною проблемою є відсутність досліджень щодо мотивації представників сучасного суспільства служити у призовній армії під час тривалої широкомасштабної війни. Невідомо, які саме чинники мотивації є релевантними. З цього випливає запитання дослідження: які чинники спряють мобілізації чоловіків до Сил оборони України? Яка мотивація тих, хто вже служить і що може мотивувати наразі цивільних?

Для відповіді на ці запитання обрано пошуковий дизайн дослідження, щоб з'ясувати які чинники з окреслених в науковій дискусії релевантні та якого змісту, наповнення надають їм в Україні. Звісно, результати дослідження не будуть репрезентативними, що є обмеженням обраного дизайну.

В роботі буде окреслено наявний науковий доробок з теми мотивації долучатися до армії, з якого висновуються припущення щодо мотивації українців долучатися до війська. Очікується, що всі групи чинників можуть бути релевантними. В межах дослідження проведено інтерв'ю з мобілізованими до Сил оборони України після 1 вересня 2022 року та з наразі цивільними чоловіками, які підлягають мобілізації згідно з законодавством України. Результати та висновки розглянемо наприкінці.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Мотивацію служити у війську, коли є вибір не служити, почали ретельно досліджувати після переходу США з призовної армії на контрактну в 1973 році (Moskos, 1977). Сучасний теоретичний доробок визначає 3 ключові групи мотиваційних факторів до служби у війську.

Першою групою мотиваційних факторів є інституційні. Інституційна мотивація (*institutional orientation*) спирається на виразні військові норми та цінності, з яких висновуються почуття обов'язку та відданості країні. (Moskos, 1977). Мотивацію, що базується на суспільній солідарності та патріотизмі, також зауважує інша типологія (Battistelli, 1997). Характерною є вагома роль нематеріальних чинників. Складність умов служби, зокрема віддаленість від родин та соціального життя, балансується цінністю великої мети та атмосферою побратимства. Підрозділи, де домінує така мотивація, є найбільш боєздатними

(Moskos, 1977; Griffith, 2008; Österberg, Terberg, Nilsson & Hellum, 2020). Розлогіше інституційний тип мотивації досліджено на прикладі Збройних Сил Ізраїлю (IDF). Автор виокремлює мотивацію виживання (survival motivation) та ідеологічну мотивацію (Gal, 2016). Мотивація виживання характерна в ситуації, коли вибору немає і боротьба є безперечним пріоритетом для всього суспільства. Ухилення від служби засуджується. Індивідуальні інтереси повністю підпорядковуються колективним і громадяни готові до самопожертви. Такий екстремальний рівень мотивації не може тривати довго. Ідеологічна мотивація ґрунтується на національній ідентичності та відданості цінностям, теорії (напр., демократії чи комунізму) чи релігії, які визначають високу мету. Наявність екзистенційної загрози не обов'язкова. Досвід служби позитивно впливає на соціальний статус. Цікавим є факт, що останні роки зростає кількість рекрутів, які служать в армії Ізраїлю з ідеологічних причин чи навіть з мотивації виживання (стосується окремих соціальних груп чи територій). Отже, страх, відчуття екзистенційної загрози та сильна національна ідентичність були визначальними для масової мотивації служити в армії Ізраїлю на цьому етапі (Gal, 2016). На інституційну, а саме ідеологічну модель рекрутингу спирається «Ісламська держава» (ІДІЛ) в арабських країнах (Orozobekova, 2016). Організаційний ресурс ІДІЛ спрямований на радикалізацію релігійних почуттів часто бідної чи безробітної молоді (Mironova, 2019), яка здійснюється через мережу проповідників в громадах та все частіше через соціальні медіа (Gates, Podder, 2015).

Інституційний тип мотивації служити є «базовим», на ньому історично ґрунтувалися призовна армія та загальний військовий обов'язок (Moskos, 1977). Для мотивації виживання та ідеологічної мотивації додаткових зусиль для залучення людей до війська не потрібно (Gal, 2016). Проте це потребує належного підживлення та актуалізації мотивації до боротьби в суспільстві (national will to fight), а саме створення правильної смислової рамки для опису безпекових викликів, розуміння «ціни питання», розбудови зв'язку між військовими та цивільними, формування національної ідентичності, психологічної мобілізації (RAND, 2018).

Другою групою мотиваційних факторів є професійні: військова служба це така ж професія чи робота як інші. Перехід до контрактної армії визначив перехід від інституційної до професійної мотивації. В такому разі складні умови «праці»

мають балансуватися фінансовою винагородою чи додатковою відпусткою (Moskos, 1977). Для цього типу мотивації, характерною є більш раціональна оцінка недоліків та переваг, зокрема розміру та стабільності зарплатні чи можливості здобути професійні навички (Battistelli, 1997). Така мотивація є основою контрактної армії. Важливо зауважити, що представники поколінь Y (народжені з 1981 по 1996) та Z (1997 і пізніше) більшою мірою зважають на задоволення від служби, гнучкість працевлаштування, особисту свободу та вплив професії на стосунки в родині. Врахування цих факторів мотивації вимагає від армії як працедавця змін та гнучкості, яку демонструють цивільні працедавці. Іншого шляху немає, позаяк збереження статусу-кво загрожує провалом рекрутингу в контрактну армію (McMahon, Bernard 2019).

Третьою групою мотиваційних факторів є індивідуалістичі. Дослідження мотивації служити в миротворчих операціях за кордоном серед італійських військових зауважило обмеженість дихотомії інституційна-професійна мотивації. Суспільство розвивалося з плином часу і в дослідженнях виокремилася так звана індивідуалістична мотивація, що ґрунтується на здобутті особистісно значимого досвіду. (Battistelli, 1997). Індивідуалістична мотивація розглядає армію як інструмент особистого розвитку та досягнення власних цілей. Можна сказати, «win-win» суспільства і громадянина. Такий тип мотивації , наприклад, проявляється в промоції служби в технологічних підрозділах як старту успішної кар'єри в ІТ або у збільшенні кількості жінок у війську як прояву гендерної рівності. Від 2014 року (Другої Ліванської війни) індивідуалістична мотивація домінує в армії Ізраїля (Gal, 2016). Іншими прикладами індивідуалістичної мотивації є строкова служба в Норвегії та Швеції з метою спробувати нове, розвинути як особистість, опанувати професію, яка ляже в основу подальшої кар'єри, брати участь у міжнародних місіях через цікавість до іншої країни та відчуття важливості своєї роботи. (Österberg, Terberg, Nilsson& Hellum, 2020). ІДІЛ застосовує індивідуалістичні моделі при рекрутингу в країнах Західної Європи, коли соціальні медіа підживлюють релігійну радикалізацію, обурення злочинами проти цивільного населення в Сирії тощо і людина самостійно вирішує долучитися до ІДІЛ (Orozobekova, 2016). Цікавим аспектом є еволюція традиційного сприйняття служби як обов'язкового атрибуту «справжнього чоловіка». Для молодих кіпріотів військова служба також є чіткою

ознакою маскулінності, проте з індивідуалістичним забарвленням. Суспільство визнає унікальний внесок армії в психологічну сепарацію від батьків, дорослішання, здобуття корисних навичок та розвиток здатності долати складнощі. (Efthymiou, 2015). Саме необхідність врахувати особливості мотивації молодого покоління спонукало позиціонувати строкову службу як переосмислення призову відповідно до ідей гендерної рівності та особистої свободи. Призивають близько 5% відповідної вікової групи на вибір армії. Елемент відбору позиціонує службу як позитивну можливість для громадянина, а не для держави. «Тебе обрали» замість «ти повинен». (Strand, 2021).

Також на поведінку людини істотно впливають соціальні норми. Людина часто робить те, що є прийнятним, звичним, легітимним, навіть модним в суспільстві. Зазвичай така нормативна мотивація є потужною, оскільки норма виростає з мотивації виживання чи/та ідеологічної. Прикладом переважання нормативної мотивації служити є армія Ізраїлю після 6-денної війни у 1967 році, коли відчуття постійного страху війни знижувалося внаслідок зміни політичної ситуації (Gal, 2016). На Кіпрі традиційно для родини було почесним, якщо син відслужив, і ганьбою, якщо уникнув служби. Проте наразі цей фактор істотно впливає переважно в сільській місцевості, де триб життя традиційний і люди загалом призвичаєні до важчих умов життя, тож легше адаптуються в армії. Великою мірою впливає тиск батька, який сам служив або навіть воював – вони схильні тиснути на синів (Efthymiou, 2015).

Водночас в сучасній Європі поширення індивідуалізму, культурного плюралізму, зростання цінності споживання та матеріальних здобутків підвищують пріоритет індивідуальних прав та визначають тривалий тренд зниження мотивації служити у війську (Efthymiou, 2015). Тренд уникання служби розвивається і в сучасному Ізраїлі. Тренд є ідеологічним і має певну легітимність в суспільстві (Gal, 2016). Це зумовлено зміцненням економіки та вестернізацією, що рухали Ізраїль в бік «суспільства споживання», яке заперечує мілітаризм і необхідність значних видатків на оборону. (Tamari, 2016) Водночас правильна комунікація сприяла підвищенню рівня підтримки строкової служби у Швеції серед громадян призовного віку з 27% в 2013 році до 65% у 2019 році, а 19% призовників подалися за власною ініціативою (Strand, 2021).

Мотивація завжди є комплексною і різні типи можуть поєднуватися, але загальний тренд – зростання ваги індивідуалістичної мотивації (Battistelli, 1997). Спробою об'єднати різні складники мотивації є інтегрована типологія, що диференціює мотиви за мацабельними (конкретними) чи немацабельними (абстрактними) здобутками та за орієнтацією на себе чи на інших (Eighmey, 2006). Таким чином, визначаються 4 блоки факторів мотивації: конкретні (мацабельні) здобутки для себе (гроші, стабільна робота, підготовка до майбутньої кар'єри тощо), абстрактні (немацабельні) здобутки для себе (особисті досягнення/розвиток, самоповага, робота з людьми, яких поважаєш тощо), конкретні (мацабельні) здобутки для інших (безпека і захист, допомога, демократичний лад тощо), абстрактні (немацабельні) здобутки орієнтовані на інших (обов'язок перед країною, лідерство, командна робота, суспільна солідарність тощо). Мацабельні здобутки для себе найближчі до професійної мотивації, немацабельні здобутки для себе – до індивідуалістичної, а здобутки орієнтовані на інших – найбільше корелюють з інституційною мотивацією (Eighmey, 2006).

Після завершення Холодної війни і зміни безпекового контексту в Європі, ставлення суспільства до загального військового обов'язку ставало все більш негативним. Зокрема, вважалося, що зобов'язувати всіх чоловіків служити суперечить ліберальним демократичним цінностям, є виявом нерівності, несправедливості та взагалі не є сучасним. Тож від призову поступово відмовлялися.

Проте в поточному контексті ситуація змінюється: Австрія та Швейцарія продовжили призов, Норвегія розширила його на жінок також, Литва і Швеція відновили призов. Франція почала впроваджувати систему національної служби для безпекових та цивільних завдань. Нідерланди, Німеччина та Італія дискутують щодо відновлення призову. Проте ідея обов'язкової військової служби не має суспільної підтримки, тож необхідно шукати спосіб вписати її в цінності громадян у 21 сторіччі (Strand, 2021).

Велика війна в Україні спричинила, зокрема, процес переосмислення і перезавантаження призову – питання знову на порядку денному в ЄС (Strand, 2023). Це підтверджує актуальність досліджуваного питання.

Україна також рухалася у напрямку скасування від призову. Загальний військовий обов'язок сприймався як радянський рудимент. Строкова служба вироджувалася.

24 лютого 2022 почалася велика війна, яка триває вже більше року і кількість нових мобілізованих змінювалася від місяця до місяця. Цифрові показники мобілізованих наразі є закритою інформацією, проте емпірично можна зробити висновок, що навесні 2022 року велика кількість громадян добровільно прийшли до територіальних центрів комплектації (ТЦК) і мобілізувалися. Таким чином, вже в липні 2022 року загальна кількість особового складу, яка брала участь в обороні держави складала до 1 мільйона осіб, з них лише до Збройних сил України (ЗСУ) було мобілізовано 700 000 осіб (Forbes, 2022). Мобілізація тривала, але переважно для заміни поранених та загиблих. Адміністративні важелі ставали жорсткішими (Кабінет міністрів України, 2022), з чого можна зробити висновок про незадовільну кількість мобілізованих в цей період. Представники ЗСУ публічно комунікують, що процес формування нових частин продовжується (Укрінформ, 2023). Чоловіків віком 18-59 років в Україні до 11,7 млн. осіб (Державна служба статистики України, 2022). Очевидно, що велика кількість чоловіків є наразі цивільними.

Водночас, 42% населення вважає, що війна триватиме ще від 6 місяців до року, а 21% – понад рік. 95% впевнені у перемозі (Рейтинг, 2023). Наявний суспільний консенсус щодо необхідності продовжувати збройну боротьбу і повертати окуповані території «85% опитаних не влаштовує відступ росії до кордонів станом на 24 лютого 2022 року. Їх вимогою є звільнення усіх окупованих територій України, зокрема повернення Донбасу та Криму.» (Tagesspiegel, 2023 з посиланням на опитування проведене для Мюнхенської безпекової конференції 2023). Так само вважали в опитуванні під час обстрілів цивільної інфраструктури (КМІС, 2022).

Попри наявність суспільного консенсусу щодо необхідності продовжувати збройну боротьбу і звільняти окуповані території, ЗСУ стикаються з недостатнім рівнем мотивації служити. Існує необхідність глибше дослідити ключові чинники мотивації долучатися до війська.

Наявні дослідження мотивації служити у війську приводять до висновку, що сучасне суспільство може бути надзвичайно розмаїтим у ставленні до служби в

армії. Колективні інтереси та індивідуальні певною мірою конфліктують між собою, а різні вікові групи можуть мати різне сприйняття низки питань. Війни такого масштабу в Європі не було з часів Другої світової війни, а суспільство з того часу пройшло через низку трансформацій соціального та економічного характеру.

Аналітичною проблемою є відсутність досліджень щодо мотивації представників сучасного суспільства служити у призовній армії під час тривалої широкомасштабної війни. Невідомо, які саме чинники/фактори мотивації є релевантними.

З цього випливає *запитання дослідження*: Які чинники/фактори (X) сприяють мобілізації (Y) чоловіків до ЗСУ: а) якою була мотивація тих, хто вже служить; б) що може мотивувати наразі цивільних?

АНАЛІТИЧНА РАМКА

Концептуалізувати сприяння мобілізації до ЗСУ пропонується таким чином: спонукає, заохочує, надихає, мотивує чи іншим чином позитивно впливає/може вплинути на рішення офіційно мобілізуватися.

Щодо чинників мотивації це дослідження спиратиметься на інтегровану типологію, запропоновану Eighmey в дослідженні 2006 року. Чинники мотивації диференціюються мотиви за мацабельними чи немацабельними здобутками (конкретні/абстрактні) та за орієнтацією на себе чи на інших. Орієнтація на себе означає пріоритет власних інтересів та потреб, а орієнтація на інших – пріоритет загального, більшого блага над власними інтересами. Таким чином, є чотири групи чинників мотивації, які *концептуалізуємо* таким чином:

Немацабельні/абстрактні та орієнтовані на інших здобутки означуватимуться як інституційні абстрактні. Конкретні/мацабельні та орієнтовані на інших означуватимуться як інституційні конкретні. Абстрактні/немацабельні та орієнтовані на себе означимо як індивідуалістичні, конкретні/мацабельні та орієнтовані на себе як професійні. Чинники кожної з 4 груп, зазначені в проаналізованій науковій літературі наведено в таблиці нижче.

Таблиця 1: Типологія чинників мотивації
--

	Орієнтація на інших	Орієнтація на себе
<i>Немацабельні</i>	Обов'язок перед країною Зробити щось для країни Патріотизм Приналежність до елітної команди Лідерство Суспільна солідарність Побратимство Виживання спільноти/ Національна ідентичність Релігійна солідарність Цінність великої мети	Особисті досягнення Особистіний розвиток Робота з людьми, яких поважаєш Відчуття важливості своєї роботи Середовище без дискримінації Гендерна рівність Пригоди та адреналін Психологічна сепарація від батьків та дорослішання Маскулінність Здатність долати складнощі Відчуття обраності («тебе обрали», а не «ти повинен») Відповідність соціальній нормі
<i>Мацабельні</i>	Захист Допомога (напр. у відбудові) Демократичний устрій	Хороша платня Хороший спосіб життя Підготовка до майбутнього Здобуття корисних навичок Стабільна робота Кар'єрні перспективи Можливість подорожувати

Примітка: адаптовано та доповнено на основі Eighmey (2006)

Позаяк мотивація є комплексною і різні типи можуть поєднуватися, в дослідженні також використовується визначення **основна, допоміжна та додаткова мотивація**, за силою впливу відповідних чинників на прийняття рішення мобілізуватися (від найбільшого до найменшого).

Беручи до уваги, що призовна армія історично ґрунтувалася на інституційній мотивації, як впливає з наукової дискусії, можемо сформулювати **теоретичне очікування 1**, що інституційні абстрактні чинники мають вирішальний вплив на рішення про мобілізацію.

Мотивація завжди є комплексною, але загальний тренд – зростання ваги індивідуалістичної мотивації як зазначив Battistelli (2007). Також більшу вираженість індивідуалістичних чинників для представників поколінь Y (народжені з 1981 по 1996) та Z (1997 і пізніше) відзначали в нещодавньому дослідження (McMahon, Bernard 2019). З цього випливає **теоретичне очікування 2**, а саме що індивідуалістичні чинники мотивації мають вирішальний вплив на рішення про мобілізацію.

Однією з ключових груп чинників мотивації, описаних в літературі, є професійна мотивація, коли служба розглядається як робота і відповідно оцінюється її привабливість порівняно з іншими професійними можливостями. За даними Пенсійного Фонду України середня заробітна плата за 2022 рік складала 13 376 гривень, а на кінець року – близько 15 тис. грн. (ПФУ, 2023). Отже, середня заробітна плата нижча за запропоновану в Силах оборони України, яка складала близько 40-45 тис. грн. з березня 2022 до січня 2023 включно, а з 1 лютого 2023 – близько 20 тис. грн. на тилових посадах, та 50-100 тис. грн. в зоні бойових дій залежно від завдань (Мілітарний, 2023). Водночас рівень безробіття в 2022 - близько до 30% (НБУ, 2022). Така соціально-економічна ситуація робить службу в армії привабливою з точки зору професійних чинників мотивації для багатьох українських чоловіків. Таким чином, можна сформулювати **теоретичне очікування 3**: професійна мотивація має вирішальний вплив на рішення про мобілізацію.

Оскільки війна в Україні триває на території України і до 20% території зазнали окупації, а кількість зареєстрованих внутрішньо переміщених осіб сягає 4,9 млн. осіб (Мінсоц, 2023), можна сформулювати **теоретичне очікування 4**: наявність інституційної конкретної мотивації має вирішальний вплив на рішення про мобілізацію.

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН ДОСЛІДЖЕННЯ

Якісницький дизайн дослідження було обрано у зв'язку з відсутністю досліджень чинників мотивації служити в армії з початку військової агресії

Російської Федерації (далі – РФ) проти України, зокрема після початку повномасштабного вторгнення, принаймні у відкритому доступі. Таким чином, існує необхідність дослідити чинники, що впливають на рішення щодо мобілізації, позаяк наповнення кожної групи чинників може суттєво відрізнятися залежно від контексту. Також важливим є розуміння контексту, пріоритезації, власне слів та висловів, якими описують мотивацію саме українські чоловіки. Без розуміння вищезазначеного коректно розробити дизайн кількісного чи змішаного дослідження неможливо. Крім того, проведення кількісного репрезентативного дослідження серед чинних військовослужбовців під час воєнного стану не є можливим з точки зору доступу до інформації щодо характеристик генеральної сукупності (наприклад, розбивка військовослужбовців за віком, освітою, періодом мобілізації та іншими характеристиками) та власне до вибірки респондентів – як через безпекові міркування, так і суто логістично, оскільки підрозділи переміщуються, місця дислокації особового складу зазвичай не розголошуються, не завжди є зв'язок тощо.

Це дослідження висновується з підходу якісного тематичного дослідження з використанням напівструктурованих інтерв'ю. Такий метод дозволяє отримати більш розлогі та повні дані від респондента. Ці дані можуть бути основою для розробки дизайну подальших досліджень з цієї теми.

Обмеженням такого методологічного дизайну дослідження є нерепрезентативність результатів, можливі викривлення за рахунок вибірки та суб'єктивність отриманої інформації. Тому в подальшому результати такого дослідження варто доповнити принаймні дослідженням за змішаним методом.

Операціоналізація

Y: наявність та ступінь впливу чинника на позитивне рішення про мобілізацію до Сил оборони України

X: Інституційні абстрактні чинники мотивації

Індивідуалістичні чинники мотивації

Професійні чинники мотивації

Інституційні конкретні чинники мотивації

Генеральна сукупність та вибірка

Увага цього дослідження зосереджується на чоловіках призовного віку, оскільки загальна мобілізація поширюється наразі лише на чоловіків від 18 до 60 років, згідно з законодавством України. Для дослідження обрано 2 групи чоловіків.

Перша група це чоловіки, які не служили від початку агресії РФ проти України в 2014 році і до 2022 року та мобілізувалися до армії після 1 вересня 2022 року. Такий період обрано умовно, для того щоб розділити ефект великого збільшення кількості Сил оборони так би мовити «першої хвилі», тобто як реакцію, зокрема емоційну, на початок повномасштабного вторгнення та «другої хвилі», коли після постачання техніки та іншого необхідного для оснащення від міжнародних партнерів тощо почали формувати нові військові частини і зростає потреба в людях.

Друга група – це чоловіки, які не служать у війську зараз і не служили від початку агресії РФ проти України в 2014 році і дотепер, перебувають на території України, не мають «білого квитка» і не «заброньовані», тож можуть бути мобілізовані. Представники цієї групи можуть бути важкодоступними для інших методів досліджень, оскільки можуть ухилятися від мобілізації.

Вибір цих двох груп зумовлений такою логікою: чоловіки, які вже мобілізувалися, насправду здійснили бажану для Сил оборони України дію, і є джерелом інформації щодо реальних чинників мотивації мобілізуватися; від наразі цивільних чоловіків очікується мобілізація (бажана дія з точки зору Сил оборони України) і варто дослідити чинники, що можуть підштовхнути до цього рішення, попри те, що це декларативні дані.

Вибірка респондентів формувалася за критерієм доступності, по 12 респондентів у групі мобілізованих і у групі цивільних. Для зниження ризику викривлення обиралися респонденти різні за віком та рівнем освіти. Розмір вибірки не дозволяє аналізувати дані в розрізі окремих груп, проте різноманітність респондентів сприяє повноті результатів якісного дослідження.

Тексти проведених інтерв'ю аналізуватимуться за допомогою програми для роботи з якісницькими дослідженнями Atlas.

РЕЗУЛЬТАТИ

В межах дослідження було проведено 25 інтерв'ю: 13 інтерв'ю з мобілізованими після 1 вересня 2022 року та 12 інтерв'ю з цивільними. Інформація щодо опитаних респондентів наведені в таблиці нижче.

	<i>Вік, років</i>	<i>Освіта</i>
<i>Мобілізовані (13 осіб)</i>	27 (2), 30, 32 (4), 36 (2), 40, 44, 45, 51	7 – вища, 6 – середня спеціальна
	Житомирщина, Запоріжжя, Київщина (3), Львівщина, Миколаївщина, Одеса, Полтава, Хмельниччина, Черкаси, Чернігівщина (2)	
<i>Цивільні (12 осіб)</i>	23, 28 (2), 29, 30 (2), 44 (3), 46 (2), 53	6 – вища, 6 – середня спеціальна
	Донеччина, Житомирщина (2), Київ (4), Київщина, Крим, Луганщина, Кропивницька область, Херсон	

Респонденти шукалися за критеріями доступності. Цивільні з вищою освітою – серед знайомих, які попередньо декларували різне ставлення до мобілізації. Цивільні без вищої освіти давали інтерв'ю за грошову винагороду (300 гривень) і були рекрутовані через працівницю компанії, в якій вони працюють. 7 з 13 мобілізованих прибули у військову частину А4044 для розподілу. Мобілізовані були з різних регіонів України і познайомилися вже на службі. Залучення до інтерв'ю організував військовослужбовець з цієї частини, який координує співпрацю з волонтерами. Ще 6 мобілізованих було рекрутований через 4 знайомих, тобто вони були незнайомі одне з одним.

Інтерв'ю проводилися переважно засобами онлайн відео- чи аудіозв'язку, залежно від якості зв'язку та побажань респондента. Тривалість від 45 хвилин до години. Всі інтерв'ю записувалися та автоматично транскрибувалися програмою Microsoft Teams у формат текстового файлу. Тексти відповідей респондентів було опрацьовано за допомогою програми для якісних досліджень Atlas: відповіді кодувалися відповідно до типології, описаної в аналітичній рамці. Тобто в тексті відзначалися відповідним кодом слова чи вислови, що відповідають певній групі чинників за ознаками орієнтації на себе чи інших, конкретні чи абстрактні. Також

наприкінці інтерв'ю додатково валідувалася (проговорювалася) вагомість кожної групи чинників для рішення щодо мобілізації респондента (фактичної чи потенційної) , що також позначалося відповідним кодом (основна, допоміжна, додаткова). Таким чином, по кожному респонденту визначалися релевантні чинники мотивації, їхні словесні опис/формулювання, ступінь впливу на рішення (основна, допоміжна, додаткова в порядку зниження рівня впливу). Подальший аналіз здійснювався за допомогою технічних можливостей програми Atlas (групування респондентів за певними ознаками та агрегація даних).

Для отримання додаткових даних, кожного респондента (як мобілізованих, так і наразі цивільних) запитували про основну фактичну мотивацію мобілізуватися чоловіків з його найближчого оточення, якщо такі були. Ці відповіді були прокодовані окремо. Також дані слугують додатковим орієнтиром для оцінки потенційного викривлення вибірки (наприклад, якщо половина опитаних має знайомих, які мобілізувалися з певною мотивацією, а у вибірці немає жодного такого респондента, то на це варто звернути увагу).

З усіма опитуваними обговорювали потенційні фактори, що можуть актуалізувати рішення про мобілізацію (відносно себе у випадку цивільних чи відносно інших у випадку мобілізованих) та «стосунки» з мобілізацією з 24 лютого 2022 року (чи ходив в ТЦК навесні 2022, чи стоїть на обліку в ТЦК та коли був там востаннє, отримувач повістку чи ні тощо), спостереження щодо організації процесу мобілізації.

Релевантні групи чинників мотивації та їхнє наповнення

Першим результатом дослідження є визначення чинників кожної групи, які респонденти зазначали в інтерв'ю стосовно себе особисто (мобілізовані респонденти) або в якості ключових мотивів у своєму оточенні. Нижче наведена таблиця з переліком чинників по кожній групі, які зустрічалися в науковій дискусії. Ті з них, які не зазначалися опитаними, тобто наявні в науковій літературі, але не були релевантними респондентам цього дослідження – закреслені. Виділені жирним шрифтом – чинники, які підтвердилися як релевантні. Великими літерами позначено чинники, які не зазначалися в науковій дискусії, проте були названі респондентами.

Таким чином, хоч всі групи чинників виявилися релевантними, проте їхнє наповнення в українському контексті істотно відрізняється. Найбільше збігів у групі інституційних абстрактних чинників (немацабельні та орієнтовані на інших). Найменше – у групі професійних чинників.

Таблиця 3: Чинники мотивації, зазначені респондентами, за групами, означеними в науковій літературі		
	<i>Орієнтація на інших</i>	<i>Орієнтація на себе</i>
<i>Немацабельні</i>	Обов'язок перед країною Зробити щось для країни Патріотизм Приналежність до елітної команди Лідерство Суспільна солідарність Побратимство Виживання спільноти Національна ідентичність Релігійна солідарність Цінність великої мети ЗЛІСТЬ, ПОМСТА СВОБОДА	Особисті досягнення Особистістний розвиток/виклик Робота з людьми, яких поважаєш Відчуття важливості своєї роботи Середовище без дискримінації Гендерна рівність Пригоди та адреналін/АВАНТЮРНІСТЬ Психологічна сепарація від батьків та дорослітання Набуття/Утвердження маскулінності Здатність долати складнощі Відчуття обраності («тебе обрали», а не «ти повинен») Відповідність соціальній нормі БУТИ ЧАСТИНОЮ ІСТОРИЧНИХ ПОДІЙ САМОПОВАГА, ГІДНІСТЬ ВІДЧУТТЯ СУБ'ЄКТНОСТІ
<i>Мацабельні</i>	Захист людей від шкоди Допомога (напр. у відбудові) Демократичний устрій ПЕРСПЕКТИВИ КРАЇНИ	Хороша платня Хороший спосіб життя Підготовка до майбутнього Здобуття корисних навичок

		Стабільна робота Кар'єрні перспективи Можливість подорожувати
--	--	--

Примітка: адаптовано та доповнено на основі Eighmey (2006)

Аналіз відповідей респондентів виявив низку чинників, які неможливо було однозначно розподілити до однієї з 4 вищеописаних груп. Умовно цю групу чинників означено як «свій простір». Респонденти часто вживають словосполучення «за свою землю, наша земля, моя земля», «мій дім, свій дім». Це простежувалося у 8 респондентів з 13 мобілізованих і у

У відповідях респондентів простежується особистісний зв'язок з простором навколо на фізичному та ментальному рівнях. Тобто з одного боку наголошується на відчутті належності, сприйнятті як свого (ownership), про що свідчить вживання слів «мій, моє» та «не віддам, лишився моїм» тощо, а з іншого це широка просторова категорія, а не власне власність («моя країна, мій дім, моя область, моя вулиця» тощо), яка належить спільноті загалом. Також з одного боку поняття «дім, спосіб мислення і життя» є абстрактними, а з іншого артикулюється прив'язка до фізичного простору, певна вкоріненість («ми тут живем, моє це країна, територія, вулиця, на якій я в футбол грав, бабусине село, моя область тощо»). Таким чином, ця категорія є ніби як інтегрованою. Можна припустити, що це пов'язано з масштабними військовими діями на своїй території, проте необхідні подальші дослідження, оскільки можуть впливати історично-культурний контекст або ефект гуртування, такого собі колективного «ми» в ситуації небезпеки тощо.

В таблиці нижче розкладено групу «свій простір» на складові за ознаками орієнтації на себе чи на інших та мацабельність чи немацабельністю. Проте у кожного респондента ці складові змішані між собою і тому неможливо коректно їх розділити на чинники однієї з наявних груп мотивації і позначити відповідно. Тож виокремлення складових це аналітична вправа для кращої деталізації цієї групи чинників. Цитати з відповідей респондентів наведено для ілюстрації.

Таблиця 4: Тлумачення респондентами групи чинників «свій простір»		
	<i>Орієнтація на інших</i>	<i>Орієнтація на себе</i>

<i>Немацабельні</i>	БАТЬКІВЩИНА. ЛЮДИ Своя країна	ІНСТИНКТ ВЛАСНИКА (своє не віддам) Мій дім – моя опора
<i>Мацабельні</i>	ТЕРИТОРІЯ РІДНІ	СВОЯ ЗЕМЛЯ/ КОНКРЕТНЕ МІСЦЕ, до якого є прив'язка

- «Батьківщина – це територія України. У мене одна в голові картинка, наша карта 1991 року з Кримом і Донбасом. Наші кордони»
- Для мене своя земля це люди, всі українські міста, села, річки, гори, моря і все, що в кордонах України»
- «Щоб мій дім залишився на своєму місці, залишився моїм і залишився в принципі. Це про спробу знайти якусь впевненість у майбутньому і бути впевненим, що це майбутнє буде і воно буде прийнятне».
- «Моє я нікому не отдам. Я чувствую это это моё. мне чужого не надо, но и своё никому не отдам. Я думаю, если бы у меня была семья, то моё это было бы мой район, моя область и тому подобное. А так мое - это моя страна»».
- «Це наша земля. На нас напали, ми повинні .Ми просто повинні зберегти своє».
- «Тому що це наша земля, ми ми їх не звали не запрошували. Ніхто нічого. У нас своє життя. Своя земля це дім, родина, люди наші, більш абстрактне.»
- «Повинен, бо це моя земля. Я не хочу нікуди їхати, я не хочу жити в іншій країні, я хочу жити в Україні. Тут жили мої батки, батьки моїх батьків. «Моя земля» асоціюється з бабусиним селом на Чигиринщині, Там я проводив літо ціле».
- «За свою землю. Ну як, ну в мене є своя земля, на мене оформлена! От прийдуть ці , "чувачки". Заберуть. Де мені садить город?»
- «Ну є по регіонах. Так, рідна моя земля там [Хмельниччина], але країна в нас одна, треба якось разом її боронити. Я тут прожив вже скільки біля Києва. Вже рідніше тут, отримується».
- «На даний момент це в цілому вся країна. Це про територію».
- «За людей, за сім'ю, за Батьківщину. А Батьківщина це то, це в першу чергу твої рідні, це твоя земля». «Ну як мотивація, рідна земля, рідна країна».
- Батьківщина, земля – це вся територія України. Це не те що за якийсь клаптик, а за державу. За сім'ю, за рідних, за людей, які не можуть це робити».

- « Друг казав, що прям в рідному місті на рідній вулиці бився, за вулицю, де у футбол в дитинстві грав. За свою територію. Та він ще колишній ультрас і такі мають «поняття» - ми сюди вас на свою вулицю не звали, пішли на*ер отсюда, і тут в нього це максимально проявилось, квінтесенція всього цього»
- «Він там перший тиждень посидів на Осокорках. Зі словами «*улі я тут роблю?» пішов. Просто оце відчуття, що у тебе біля дому. Мені здається, дуже українське почуття. Він ішов для Київської області і Києва. Абсолютно- дім.»
- Ну щоб бути незалежними, щоб на нас ніхто не тиснув, щоб врешувати, чого хоче саме Україна , незалежними від усіх, не лише від росії, як от ми цей час були, а й від Європи. Щоб була самостійна країна.
- « ..хочу попасть любыми способами только в Херсон. Родной город, родной дом, он говорит, как будто он принадлежит этому городу. Для него вот мотивация в том, чтоб освободить родную область. И он готов за это воевать»

Примітка: адаптовано та доповнено на основі Eighmey (2006)

В таблиці нижче наведені приклади цитат з інтерв'ю за релевантними чинниками – як саме їх описують опитані щодо себе та щодо своїх знайомих (мотиви інших – курсивом):

Таблиця 5: Тлумачення респондентами чинників мотивації, означених в науковій літературі	
Свобода	<p>«Про свободу.Коли я був в Італії, в Польщі, я так багато свободи, як в Україні, не відчував. Тут все-таки кожна людина вільно робить все, що захоче в межах чинного законодавства ..У першу чергу для мене Україна це свобода, якби це була незвичайно»</p> <p>«Наша земля – це про свободу.Україна це про свободу. Україна це демократична країна, де можна жити вільно. З усіма своїми цінностями, історичними, культурним.»</p>

	<p>«За свободу, як я казав спочатку. Ну а чого люди йдуть? Якби було в росії харашо, то люди би не встали, як один проти режиму. Якби було там добре, то ми би знесли владу і пішли в росію.»</p>
Обов'язок	<p>«Вважаю, просто що так треба я мушу»</p> <p>«Якесь почуття та обов'язку цього є. Просто в когось воно більш виражено , в когось воно менш виражене.»</p> <p>«Розумів, що так це чи інакше це неunikно»</p> <p><i>«хто, як не ми і мусимо, бо ми тут живемо»</i></p> <p><i>«В нього такий от класичний військовий обов'язок і честь батьківщини»</i></p>
Патріотизм	<p>«Це можливість забезпечити хоча б якийсь час безпеку України»</p> <p>«Долучитися до захисту Батьківщини»</p> <p>«Я багатьох зустрічав тут, коли проходив БВП, у яких сміливості нема, але вони хочуть захищати державу, і вони цю сміливість набувають уже тут, коли вже їм дали в руки автомат, і вони прагнули далі держати автомат в руках і стріляти, але вже не просто так, а по ворогу»</p> <p><i>«патріотизм нього вже є те, що перше, коли його мобілізували, то я писав чи може треба щось купити/допомогти, а він каже ні, давай мені спочатку, шеврони, шеврони «смерть ворогам» і червоно- чорний прапор, а далі розберемося»</i></p>
Суспільна солідарність	<p>«це не моя війна і там хай воює хтось, чия вона це дуже неправильно того, що вона всіх стосується.»</p> <p>«То, что надо помогать друг другу».</p> <p>«багато різних людей і ми разом працюємо для чогось»</p>
Національна ідентичність	<p>«Ця війна визначає вектор розвитку україни, вектор розвитку української нації загалом на найближчі роки 100»</p> <p>«бо я хочу, щоб у знали російську десь так, як хай поляки, нам вона не треба. Вона нам зайве у нас і своя мова, своя культура, свої письменники, поети, співаки»</p> <p>«хочеться, щоб і про нашу мову. Також, щоб у нас була одна єдина мова»</p> <p>«я хочу, щоб я був українцем, міг спокійно про це говорити. Я хочу, щоб мої діти не знали російської»</p>

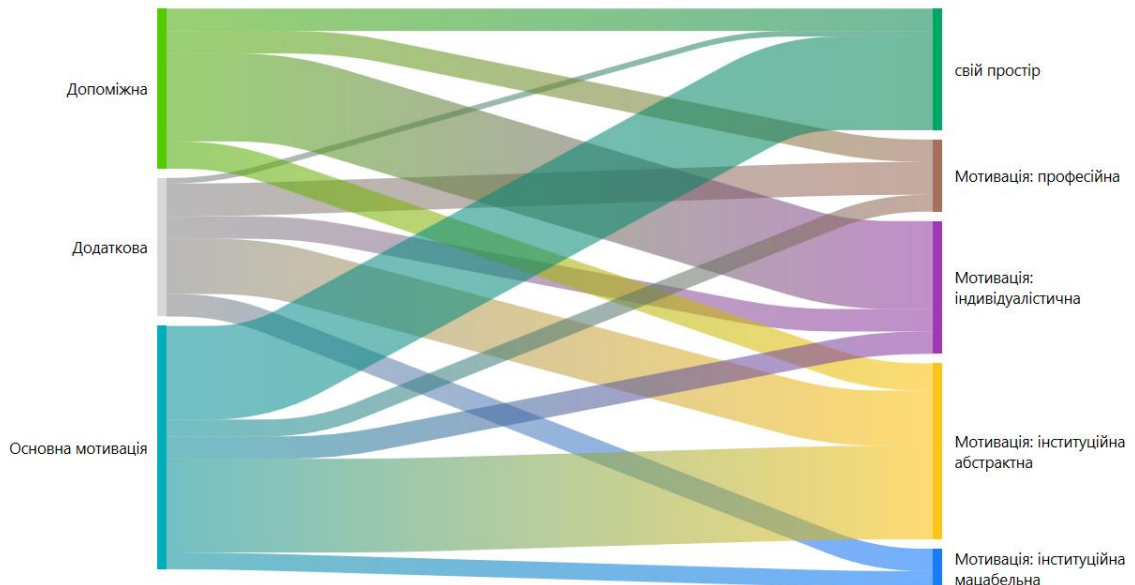
Злість, помста	<p>«можливість покарати росію за її злочини».</p> <p>«надихає, коли русня отримує пи*ди»</p> <p>«Я пішов не то, щоб помститися, а просто серце розривалося за всіх дітей цих»</p> <p><i>«злости, потому что его родственников. Ну в ихний дом пролетела ракета, и они все погибли»</i></p> <p><i>«Один хлопець з помсти. Похоронив старшого брата, зібрав, купив усе це спорядження і пішов, каже, мстити за брата. Це з сусідів»</i></p>
Захист людей від шкоди	<p>«Роблю дуже важливої функції в тому числі для тих людей, які мені особисто дорогі. Моїх рідних, близьких друзів.»</p> <p>«Вперше я прийняв рішення йти, коли переживав за свою дівчину і розумів, що будучи громадянською людиною я мало що можу зробити для захисту її».</p> <p><i>«Хлопці, які постарше, яким уже за 35, там уже інша мотивація, не впирається в гроші. ідеологія. Скоріше, що в кожного своя родина чи може діти, а десь вже і внуки появились. Хочеться, щоб у них було не життя, а не невідомо що»</i></p>
Відчуття важливості своєї роботи	<p>«Роблю якісь дуже важливі, ну якусь частинку дуже важливих для суспільства функцій».</p> <p>«И все ждут чем быстрее мы закончим эту войну. А если один хочет один не хочет, это никогда не закончится»</p>
Самоповага, гідність	<p>«лучше умереть как лев, чем жить как собака».</p> <p>«Якби от я втік за кордон, тоді би я думав про себе от що я зробив. А зараз я не втік. Я це про себе так не думаю. Все»</p> <p><i>«Були тривоги, вони спустилися в погріб, то він сказав, що не, я не буду в мамі під спідницею сидіть, просто це не про його самолюбство. Він на наступний день відразу в військкомат і все, і зараз рубається хлопець».</i></p>
Особистісний розвиток/ виклик	<p>«Захотів змінити щось в своєму житті. Просто захотілося змінити все по життю»</p> <p>«Впевненість, що ти можеш. Що ти можеш на рівні з 30-річними»</p>
Авантюризм	<p>«загальна така авантюрна історія це те, що про мене»</p>

	<p>«мене надихали на якийсь такий дух типу, самодельщини. армію роблять люди, які в основному раніше не були військовими, нічого в цьому не шарять, але по ходу розбираються і за рахунок ентузіазму і винахідливості отримують результат».</p> <p>«як спортивний інтерес доказати [братам, кадровим] військовим, що я можу також не просто так в армії служити і все» [емоція азарту]</p>
Бути частиною історичних подій	«Буду частинкою цієї великої перемоги, буде що онукам розказати, що не сидів в погрібах там, а приймав активну участь. Хочеться бути оцим одним з електронів цього струму»
Хороша платня	<p>«То, чем я занимался, оно уже нерентабельно. А армия сейчас это, как бы, рентабельно, ну как бы даже на будущее».</p> <p><i>«з тих хлопців, з якими я спілкувався [на курсах БВП], то багато хто йшов за зарплатнею»</i></p> <p><i>«Знайомі є хлопці молоді, по 20 років, за бабло туди пішли Вони люблять Україну, це все, але їх привлікала зарплата»</i></p> <p><i>«Многие из за кредитов тоже. Кучу кредитов у них висит и долги платить чем- то надо»</i></p>
Кар'єрні перспективи	<p>«Не знаю, як вдасться це все, але я ну. Після закінчення війни я планую далі служити в армії, підписувати контракт. мені хочеться змінити нашу армію зараз»</p> <p>«Если пройдёт год или два-три, по любому будет какое -то звание, можно постараться служить дальше.»</p> <p><i>«В моєму колі є прекрасні випадки усвідомлення того, що якщо я хочу політичне майбутнє, то я маю зараз бути форми. Але в них є можливість не опинитись в Бахмуті, але опинитись форми. Вони щось роблять, вони там служать, але не на передку. Та вони навіть з автоматами не фоткаються, але збирають бенефіти, подяки на дотичності до армії і форми»</i></p>
Відчуття суб'єктності	«був елемент якогось такого типу раціонально розрахунку, що мобілізація потрібна, люди в армії потрібні і що можна чекати, коли тобі прийде повістка, а можна спробувати якось вплинути на свою долю і визначити чим

	ти будеш займатися і це психологічно легше, коли ти сам приймаєш рішення»
Перспективи країни	«Хотілося майбутнього для дітей у більш розвиненій європейській країні»

Мотивація служити серед мобілізованих

Нижче розташовано ілюстрації, створені за допомогою програми Atlas. Перша ілюстрація візуалізує значимість тої чи іншої групи чинників для рішення піти служити. Тобто для кожного опитаного одна група чинників є основною, одна група чинників є допоміжною, а додатковими можуть бути одна чи дві групи чинників. Таким чином, результати дослідження свідчать, що основною мотивацією долучити до війська найчастіше є інституційні абстрактні чинники та група чинників, означена як «свій простір». Допоміжною, тобто другою за пріоритетністю, є переважно індивідуалістичні чинники. А додаткові чинники, на додачу до основної та допоміжної групи, представляють усі групи чинників мотивації, хоча група «свій простір» в додаткові чинники майже не потрапляє.



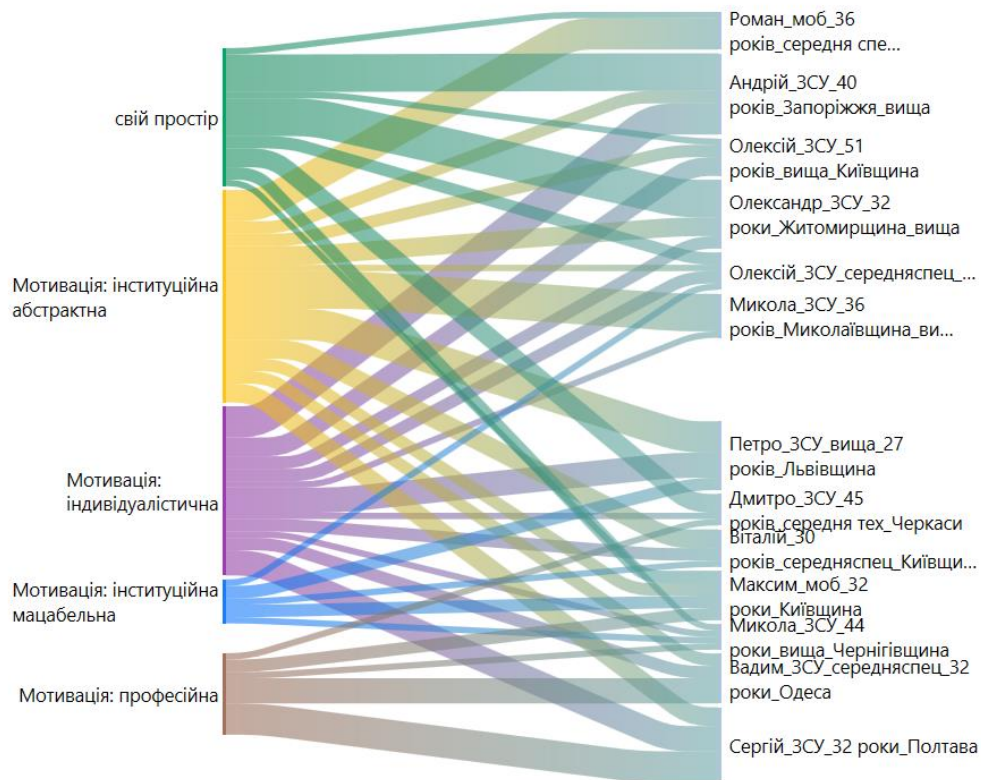
Ілюстрація 1 створена за допомогою програми Atlas на основі текстів інтерв'ю.

Примітка: рівні значимості по лівому краю ілюстрації розташовані в алфавітному порядку. Найбільш значима – основна мотивація, друга за важливістю – допоміжна, в третю чергу – додаткові.

Такі ж висновки впливають з кількості респондентів, які обрали кожен з груп чинників мотивація в якості основної чи допоміжної, тож бачимо, що 9 з 13 мобілізованих обрали групи «свій простір» та інституційну абстрактну, а індивідуалістичні чинники є допоміжною мотивацією для 8 з 13 мобілізованих.

Таблиця 6: Кількість мобілізованих респондентів, що зазначила відповідну групу чинників мотивації основною чи допоміжною		
	Основна мотивація	Допоміжна мотивація
«Свій простір»	5	3
Інституційні абстрактні	4	2
Інституційні конкретні	2	0
Індивідуалістичні	1	8
Професійні	1	1

Друга ілюстрація візуалізує релевантність груп чинників мотивації за окремими респондентами, без поділу на основну, допоміжну чи додаткову. Можна зробити висновок, що інституційна абстрактна група, група «свій простір» та індивідуалістична групи чинників релевантні більшості мобілізованим певною мірою. Чинник з групи «Свій простір» відзначили 8 з 13 респондентів, інституційні абстрактні та індивідуалістичні чинники – по 11 з 13 опитаних. Водночас, інституційні конкретні та професійні чинники зазначалися меншою кількістю респондентів – по 5 опитуваних. Необхідно зауважити, що існує імовірність викривлення результатів за рахунок вибірки, оскільки більшість респондентів зазначало, що у них в підрозділі є люди, яких насамперед приваблювало грошове забезпечення, хоча серед опитаних це відзначила одна людина.



Ілюстрація 2 створена за допомогою програми Atlas на основі текстів інтерв'ю

Цікавим спостереженням є те, що переважна більшість мобілізованих ходили у ТЦК навесні і залишали дані, а решта відвідали ТЦК і пішли, оскільки черга була надто великою і було зрозуміло, що не потраплять. Тобто принципова готовність служити виникла навесні 2022, а не сформувалася пізніше. Вирішальним моментом для частини опитаних стала повістка, яка сприймається як повідомлення від держави, що ти потрібен. І також перекладає частину відповідальності за це рішення на когось іншого (державу), що дещо знижує вимоги до сміливості вирішити і піти.

Поштовхом до проктивної мотивації переважно є відсутність стабільного доходу, бажання мобілізуватися на узгоджену вакансію або особисті причини, які підштовхнули до змін у житті. Варто зазначити, що причинами, через які мобілізація опитаних відкладалася на тижні, а то і на місяці, були бюрократичні перепони на рівні ТЦК або, частіше, бажання мобілізуватися і служити з людьми, яких знаєш (наприклад, разом були в ДФТГ або родичі тощо)

Мотивація служити серед цивільних

Під час дослідження було опитано 12 цивільних. З них напевно розглядають можливість служити б, всі з яких зазначили, що підуть служити у випадку отримання повістки і стоять на обліку в ТЦК. Повістка сприймається так само, як вже мобілізованими, а саме сигналом від держави, що саме ти потрібен, а також можливістю перекласти відповідальність за важливе рішення. Ще один опитаний стверджує, що погодився б, якби його зарекрутували на конкретну вакансію за спеціалізацією та до конкретного керівника.

Ілюстрація нижче відображає фактори мотивації служити серед 7 потенційних мобілізованих. Як бачимо, вираженість різних груп чинників в мотивації цивільних, які стверджують, що готові іти служити, відрізняється від вже мобілізованих. Основними чинниками мотивації вже мобілізованих були чинники з групи «Свій простір» та інституційні абстрактні чинники. Натомість наразі цивільні майже не відзначають чинники з групи «Свій простір», інституційні абстрактні залишаються ключовою групою чинників, проте значно більш вагомим є індивідуалістичні та інституційні мацабельні чинники.

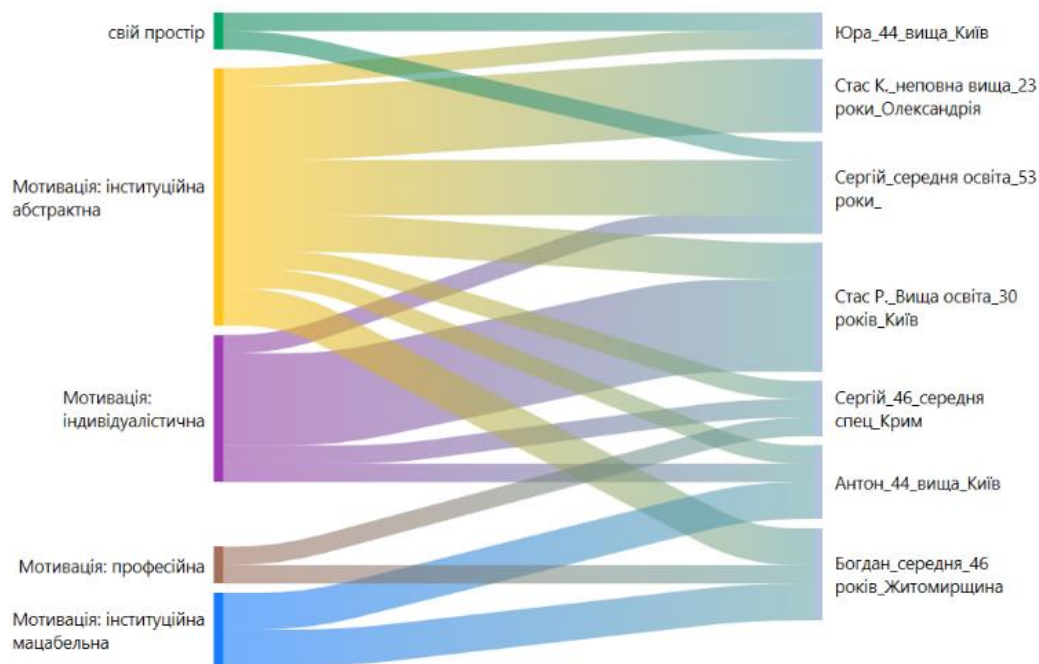


Ілюстрація 3 створена за допомогою програми Atlas на основі текстів інтерв'ю

Це може свідчити про менш виражену прив'язку до «своєї землі» в усьому розмаїтті значень, які вкладають у це поняття вже мобілізовані, а також про більш вимогливі очікування від служби (респонденти зазначали про важливість бути ефективним, корисним, розуміти, чим ти будеш займатися і який в цьому сенс).

Також більша значимість інших, заради яких готові служити, може створювати застереження, оскільки опитувані висловлювали сумніви у здатності держави потурбуватися про їхніх близьких в разі загибелі або втрати працездатності.

Всім цивільним, які стверджують, що готові служити, відгукуються інституційні абстрактні чинники мотивації. Варто зауважити, що з 7 потенційних мобілізованих, 5 чоловіків – старшого віку, які більшою мірою керуються інституційними абстрактними чинниками, зокрема почуттям обов'язку, як зазначали респонденти.



Ілюстрація 4 створена за допомогою програми Atlas на основі текстів інтерв'ю

Респонденти молодшого віку з середнім рівнем освіти не готові служити. Ключовими бар'єрами є страх загинути в поєднанні з переконанням, що вони державі нічого не винні з огляду на обсяг наданих державою благ для них особисто. Страх загинути артикулювався опитуваними з різною інтенсивністю. Респонденти з інтенсивно вираженим страхом та відповідно гострою емоційною реакцією (двоє) демонстрували обізнаність з правовими деталями відповідальності за ухилення від мобілізації та можливостей її уникнення. Інші респонденти артикулювали цей бар'єр спокійніше, але ризики для себе особисто переважали інституційні чинники. Реалістичних факторів заохотити мобілізуватися цю групу опитаних не було виявлено.

Для респондентів, у яких домінують індивідуалістичні чинники мотивації, значущим бар'єром є втрата суб'єктності та страх займатися неефективною діяльністю, особливо позбавленою сенсу.

Цікавим є спостереження, що серед чоловіків, які практично не розглядають можливість служити у війську, значно більшою мірою наявна підтримка розширення загального обов'язку на жінок. Водночас така позиція не характерна для мобілізованих чи готових служити (підтримують лише добровільну мобілізацію). Попри відсутність в переліку чинників мотивації служити, які зазначалися респондентами, підтвердження маскулітності, традиційний обов'язок чоловіка захищати та відмінна роль жінки виглядає вбудованим за замовчуванням для більшості респондентів, які згодні служити.

ВИСНОВКИ ТА ДИСКУСІЯ

Результати дослідження свідчать, що мотивація мобілізуватися до війська є комплексним явищем, яке залежить від кількох чинників, як було зазначено в одному з досліджень.

Всі 4 групи чинників мотивації служити, які було визначено на основі наявної з цього питання наукової дискусії, виявилися релевантними для українського контексту. Таким чином, всі теоретичні очікування, які було окреслено, справдилися. Чотири описані групи чинників мотивації, а саме інституційні абстрактні, інституційні конкретні, індивідуалістичні та професійні можуть мати вирішальний вплив на рішення мобілізуватися.

Обсяг цього дослідження не дозволяє робити однозначних висновків щодо наповнення чи ступеню враженості тої чи іншої групи чинників мотивації, проте дозволяє сформулювати припущення. Для квантифікації значимості того чи іншого чинника необхідно провести додаткове дослідження.

Інституційні чинники мотивації, як було зазначено в науковій літературі, досі є важливими і «базовими» для призовної армії в Україні. Це логічно впливає з важливості цієї війни, як війни за існування держави, що також відзначалося в дослідженнях про Ізраїль. Наприклад, опитані зазначали, що істотне зростання

рівня загрози (напр., наступ на Київ) дуже актуалізує питання мобілізації, оскільки може активізувати мотивацію виживання.

Вагомими є індивідуалістичні чинники, які виявилися допоміжними для більшості мобілізованих респондентів. Тобто для українців індивідуалістичні чинники є значимими, хоча не можна стверджувати, що наявний тренд до зростання їхньої значущості, як зазначено в дослідженнях в інших країнах, через відсутність попередніх досліджень.

Значущість професійних чинників мотивації в українському контексті значно нижча, ніж це зазначено в інших дослідженнях. З одного боку, це може свідчити про викривлення вибірки, як було зазначено, з іншого – поточні умови служби та ступінь ризиків, а також зниження грошового забезпечення порівняно з 2022 роком, знижують привабливість Сил оборони України як працедавця.

Водночас, можна сформулювати припущення, що тривала повномасштабна війна з військовими діями на власній території, які безпосередньо впливають на велику кількість людей, зокрема становлять пряму фізичну загрозу, має особливості з точки зору чинників мотивації служити. За результатами цього дослідження запропоновано виокремити ще одну групу факторів мотивації, яку означено як «Свій простір». Ця група чинників характеризується взаємопов'язаністю і, можна сказати, взаємопроникністю конкретних та абстрактних, орієнтованих на інших та на себе чинників, в поєднанні з прив'язкою до поняття «земля». Чинниками, належними до цієї групи, є Батьківщина, люди, своя країна, територія, рідні, інстинкт власника та відчуття дому як опори, а також зв'язок з конкретним місцем, яке є значимим (наприклад, місце дитинства чи власний город). Наповнення цієї групи чинників необхідно дослідити детальніше, а також було би корисно для планування мобілізації визначити чи є групи громадян, для яких ця потужна, принаймні для респондентів мого дослідження, мотивація, є більш характерною. Також було би цікаво дослідити, чи є такі чинники характерним у випадку будь-якої війни на власній території чи окремі особливості визначаються соціально-історичним контекстом України.

Що стосується наповнення та змісту кожної з 4 груп чинників мотивації, то мають місце відмінності від окреслених в літературі. Найменше відмінностей серед інституційних абстрактних чинників. Обов'язок перед країною, патріотизм,

суспільна солідарність, побратимство та національна ідентичність є релевантними. Додатково визначено 2 чинники: злість та помста, свобода. Серед інституційних конкретних чинників релевантним є захист інших людей, а допомога іншим чи демократичний лад для інших українському контексту не відповідає. Натомість важливим є чинник перспектив та майбутнього для країни. Наповнення групи індивідуалістичних чинників досить відмінне, що зумовлено контекстом геть іншого балансу здобутків та ризиків служби у війську під час війни високої інтенсивності. Можна сформулювати припущення, що з пропонованого переліку релевантними є особистісний розвиток та виклик, відчуття важливості своєї роботи. Чинник, описаний в дослідженнях як пригоди та адреналін, українськими респондентами означувався як авантюризм, що має дещо інше емоційне забарвлення. За результатами дослідження можна припустити, що іншими індивідуалістичними чинниками, які раніше не виокремлювалися у літературі, є самоповага та гідність, відчуття суб'єктності та приналежності до історичних подій. Також простежується більша вимогливість до умов служби серед опитаних, у яких переважають індивідуалістичні чинники. Що стосується професійної групи чинників мотивації, то з усіх зазначених в літературі чинників, релевантними є лише хороша платня та кар'єрні перспективи, що зумовлено істотно іншими умовами служби в Україні. З огляду на безпекову ситуацію України та необхідність і надалі посилювати Сили оборони України, варто окремо дослідити реалістичні кроки щодо підвищення професійної мотивації до служби.

Переважає більшість мобілізованих та цивільних, що декларують готовність служити під час війни, відвідували ТЦК навесні 2022 року та залишали свої контактні дані, хоча деякі не достоювали в черзі. Тобто можна припустити, що готовність служити переважно з'явилася ще навесні. Бажання мобілізуватися з'являлося пізніше або актуалізувалося у випадку відсутності роботи та доходу.

Важливим фактором рішення іти служити в Україні, є отримання повістки. Незважаючи на те, що призовна армія існує в деяких інших країнах, там немає війни. В Україні повістка сприймається як сигнал від держави щодо необхідності саме твого залучення та як можливість перекласти на державу це важливе рішення. Це ключовий спосіб заохотити до служби цивільних, які готові служити. Також дозволить залучити до служби належний розподіл мобілізованих згідно з їхніми

професійними навичками. Значущим фактором є можливість приєднатися до знайомого колективу.

ПРОПОНОВАНІ ЗМІНИ ДО ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

Практичною метою дослідження було визначення чинників мотивації, які мають потенціал при проведенні подальшої мобілізації до Сил оборони України.

Першочерговою пропозицією є налагодження процесу роботи з базою даних про військовозобов'язаних на рівні ТЦК. За наявності можливості отримати перелік осіб які стали на облік з 24 лютого 2022 року і до кінця 2022 року, коли це стало вимогою працевлаштування, комунікація з потенційними мобілізованими може бути значно більш ефективною. Впорядкування роботи ТЦК з інформацією щодо військовозобов'язаних є необхідною умовою підвищення ефективності мобілізації.

Можна припустити, що серед наразі цивільних більше схильні мобілізуватися за повісткою чоловіки старші за 40 років. Це потенційно можна враховувати для виконання задач з мобілізації, проте необхідно брати до уваги задачі, під які людей мобілізують.

Позаяк для більшості кваліфікованих фахівців важливо приносити користь та бути ефективним, необхідно впорядкувати процес професійного відбору. Щоб люди зі спеціалізацією потрапляли на своє місце і знали, що це буде враховано. Першим кроком могло би бути доповнення переліку документів, які необхідно подавати у ТЦК: додати резюме та інші документи, що засвідчують наявні компетенції та мотивації. Далі – розробити інструкцію для співробітників ТЦК з питання професійного відбору та оновити принцип заповнення вакантних посад.

Загалом впровадження окремих практик, якими користуються рекрутингові агенції та горизонтальної взаємодії, може підвищити потенціал ефективного заповнення вакантних посад, на яких необхідна певна кваліфікація. Наприклад, налагодивши взаємодію між конкретною частиною і ТЦК щодо конкретних вакансії з чіткими вимогами. Респонденти дослідження зазначали такий досвід як успішний.

Можливість обрати, в яку частину та війська мобілізуватися (в межах наявних потреб та здорового глузду) повертає громадянам відчуття суб'єктності і

знижує бар'єр потрапити невідомо-куди. Це виклик для ТЦК як з точки зору системи переконань, так і з огляду на обсяг запитів, але це необхідна умова підвищення якості мобілізованих.

Комунікація ТЦК з населенням також потребує покращень. Наразі її характеризують як приховано-сором'язливу і неправдиву. Наприклад, громадянин згоден служити, але його просять прийти лише оновити дані, а потім відразу видають повістку на завтра, без можливості залагодити справи. Або коли стверджують, що черга стоїть до вибору, до кольору, але всі знають, що часто ТЦК мобілізують дуже обмежено придатних. Такий підхід знижує загальний рівень довіри до мобілізації. Як наслідок, держава хоче обманути громадянина, а громадянин – державу. Є запит на загалом пряму і відверту комунікацію з суспільством на тему мобілізації. Також значна частина респондентів зазначала, що помічають роздмухування теми насильницької мобілізації в соціальних мережах. Інформація щодо кількісних характеристик процесу мобілізації наразі недоступна, тому складно оцінити наскільки поточна стратегія ефективна, але більшість респондентів з мобілізованих і готових служити дуже негативно ставляться до «загрібання» геть немотивованих, оскільки це знижує функціональність підрозділу та погіршує морально-психологічний стан колективу.

Питання рівня грошового забезпечення не має простої відповіді і викликає багато дискусій в медіа. Проте результати дослідження показали, що наявне значне обурення, зниження грошового забезпечення сприймається як несправедливе і пов'язується передусім з корупцією. Поширеною є точка зору, що для чоловіків, які мають фінансові зобов'язання перед родиною, цей фактор особливо болючий. Необхідна доросла комунікація з населенням загалом а військовослужбовцями зокрема щодо грошового забезпечення, щоб це не створювало ризики в інформаційному полі.

Насамкінець зауважу, що варто розглянути такий комунікаційний інструмент, як прямий публічний заклик від Сил оборони до громадян, що потрібні люди, оскільки зараз вирішальний етап або наголошувати інші адекватні ситуації повідомлення. Наразі єдина публічна комунікація з закликом мобілізуватися з весни 2022 року, яку відзначали респонденти, це кампанія «Гвардія наступу». Таким

чином, у населення створюється враження, що армія успішно воює і дає раду без інших громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Battistelli, F. (1997). *Peacekeeping and the postmodern soldier*. *Armed Forces & Society*, 23(3), 467-484.
- Bunde, T., Eisentraut, S., Schütte, L. (2023). *Auch bei russischem Nuklearschlag: 89 Prozent der Ukrainer wollen unter allen Umständen weiterkämpfen*. *Tagesspiegel*, 07.02.2023. https://www.tagesspiegel.de/internationales/auch-bei-russischem-nuklearschlag-89-prozent-der-ukrainer-wollen-weiterkämpfen--bis-zur-ruckeroberung-der-krim-9299993.html?fbclid=IwAR3n82yddPhZ68DogZS0z_peeXADeP6zoO-Zmu3AMkQBE0v4f0qSnTU11Sk
- Efthymiou, S. A. (2015). *Army and society: positive motivations for enlistment*.
- Eighmey, J. (2006). *Why do youth enlist? Identification of underlying themes*. *Armed Forces & Society*, 32(2), 307-328.
- Gal, R. (1999). *Motivation levels for IDF enlistment over the years*. *Military Service in Israel: Challenges and Ramifications*, edited by Meir Elran and Gabi Sheffer, 51-60.
- Gates, S., & Podder, S. (2015). *Social media, recruitment, allegiance and the Islamic State*. *Perspectives on Terrorism*, 9(4), 107-116.
- Griffith, J. (2008). *Institutional motives for serving in the US Army National Guard: Implications for recruitment, retention, and readiness*. *Armed Forces & Society*, 34(2), 230-258.
- McMahon, C. J., & Bernard, C. J. (2019). *Storm clouds on the horizon*. *Naval War College Review*, 72(3), 84-100.
- McNerney, M. J., Connable, B., Zimmerman, S. R., Posard, M. N., Lander, N., Castillo, J. J., ... & Parasiliti, A. (2019). *National will to fight: Why some states keep fighting and others don't*. Rand Corporation.
- Mironova, V. (2019). *Who are the ISIS people?*. *Perspectives on Terrorism*, 13(1), 32-39.
- Moskos Jr, C. C. (1977). *From institution to occupation: Trends in military organization*. *Armed forces & society*, 4(1), 41-50.

Orozobekova, A. (2016). *The mobilization and recruitment of foreign fighters: the case of Islamic state, 2012–2014*. Connections, 15(3), 83-100.

Österberg, J., Nilsson, J., & Hellum, N. (2020). *The motivation to serve in the military among Swedish and Norwegian soldiers. A comparative study*.

Strand, S. (2021). *The "Scandinavian model" of military conscription: a formula for democratic defence forces in 21st century Europe?*

Strand, S. (2023). *Military recruitment and conscription in the 21st century*. OIP - Austrian Institute for International Affairs. <http://www.jstor.org/stable/resrep47131>

Tamari, D. *"The People's Army" Put to the Test*. Military Service in Israel: Challenges and Ramifications, 35-48.

Державна служба статистики України (2021). Статистичний збірник «Розподіл постійного населення України за статтю та віком» станом на 1 січня 2021 року. https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/13/Arch_rpn_zb.htm

Кабінет Міністрів України. (2022). Постанова від 30 грудня 2022 р. № 1487 «Про затвердження Порядку організації та ведення військового обліку призовників, військовозобов'язаних та резервістів» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1487-2022-%D0%BF#Text>

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) (2022). *Всеукраїнське опитування громадської думки «Омнібус», проведене 21-23 жовтня 2022 року*. <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1151&page=1>

Мельник Т. (2022). *Понад мільйон українців у формі забезпечують оборону країни – Резніков*. Forbes Ukraine. <https://forbes.ua/news/ponad-1-mln-lyudey-u-formi-zabezpechuyut-oboronu-ukraini-reznikov-08072022-7072>

Мілітарний (2023). *Міноборони показало, які зарплати отримують військові у 2023 році* <https://mil.in.ua/uk/news/minoborony-pokazalo-yaki-zarplaty-otrymayut-vijskovi-u-2023-rotsi/>

Міністерство соціальної політики (2023). *Інформація для переміщених осіб*. <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html>

Національний банк України (2022). *Звіт про фінансову стабільність*. Грудень 2022. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2022-H2.pdf?v=4

Пенсійний фонд України (2023). *Показник середньої заробітної плати за 2022 рік*. <https://www.pfu.gov.ua/2152284-pokaznyk-serednoyi-zarobitnoyi-platy-za-2022-rik/>

Соціологічна група «Рейтинг» (2023). *Комплексне порівняльне дослідження «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року»*. Соціологічна група «Рейтинг». https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nil_a_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html

Укрінформ (2023). *У ЗСУ формуються нові частини під оснащення бойовою технікою НАТО - Наєв*. 22.01.2023 <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3656999-u-zsu-formuutsa-novi-castini-pid-osnasenna-bojovou-tehnikou-nato-naev.html>

Додаток 1. Перелік респондентів

Ім'я	Статус	Вік	Реґіон походження	Освіта	Мобілізація	Зайнятість і дохід
Петро	ЗСУ	27	Львівщина	вища	проактивно	є робота і зп вище армії
Сергій	ЗСУ	32	Полтава	вища	проактивно	стабільний дохід
Андрій	ЗСУ	40	Запоріжжя	вища	повістка	стабільний дохід
Олександр	ЗСУ	32	Житомирщина	вища	повістка	є робота і зп вище армії
Микола	ЗСУ	36	Миколаївщина	вища	повістка	є робота і зп вище армії
Микола	ЗСУ	44	Чернігівщина	вища	повістка	стабільний дохід
Олексій	ЗСУ	51	Київщина	вища	проактивно	немає роботи
Вадим	ЗСУ	32	Одеса	середня спец.	проактивно	немає роботи
Олексій	ЗСУ	27	Чернігівщина	середня спец.	проактивно	немає роботи
Віталій	ЗСУ	30	Київщина	середня спец.	Проактивно, після відстрочки по повістці	є робота і зп вище армії
Максим	ДПСУ	32	Київщина	середня спец.	проактивно	немає роботи
Роман	ДПСУ	36	Хмельниччина	середня спец.	проактивно	немає роботи
Дмитро	ЗСУ	45	Черкаси	середня технічна	повістка	є робота і зп вище армії
Володимир	цивільний	30	Херсон	вища	не став на облік	є робота і зп вище армії
Станіслав	цивільний	30	Київ	вища	не став на облік	є робота і зп вище армії
Станіслав	цивільний	23	Кропивниччина	вища	облік в ТЦК	стабільний дохід
Максим	цивільний	44	Київ	незак. вища	на обліку, але «порішав» з документами	є робота і зп вище армії
Юрій	цивільний	44	Житомирщина	вища	облік в ТЦК	стабільний дохід

Антон	цивільний	44	Київ	вища	на обліку, допроходить комісію	стабільний дохід
Єгор	цивільний	29	Луганщина	середня технічна	став на облік до війни, але реагувати на повістку не буде	стабільний дохід
Валерій	цивільний	28	Донеччина	середня технічна	облік в ТЦК	стабільний дохід
Ярослав	цивільний	28	Київ	середня спец.	облік в ТЦК	стабільний дохід
Богдан	цивільний	46	Житомирщина	середня спец.	облік в ТЦК	стабільний дохід
Сергій	цивільний	53	Київщина	середня спец.	облік в ТЦК	стабільний дохід
Сергій	цивільний	46	Крим (Алушта)	середня спец.	облік в ТЦК, але востанне там був 20 років тому	стабільний дохід

Додаток 2: Опитник для цивільних

1. Розкажи про себе (звідки родом, освіта, сімейний стан, професія, чи служив раніше/військова кафедра).
2. Чи важлива тобі особисто перемога України? Чому?
3. Як зустрів 24 лютого? Що тоді відчував/робив? Чи були думки мобілізуватися? Якщо так, що що стримало/завадило?
4. Чи є знайомі, які пішли служити? Спілкуєтесь? Що їх мотивувало, на твою думку?
5. Яке твоє ставлення до загального військового обов'язку? Як щодо мобілізації жінок?
6. Як вважаєш, важливо, щоб кожен вкладався в перемогу чи дбати про себе вже достатньо? Яка позиція тобі ближча?
7. Як би ти описав поточний загальний настрій в суспільстві/суспільний консенсус з питання мобілізації? Яку позицію суспільство схвалює (іти служити чи ухилятися)?
8. Якщо описати усереднено 3 групи чоловіків: свідомо мобілізованих, нейтральних і тих, хто уникає мобілізації, то які вони? Чим вони відрізняються/що їх об'єднує?
9. Як оцінюєш комунікацію з населенням щодо мобілізації? Що можна було би покращити?
10. Що могло би взагалі заохотити громадян іти служити, на твою думку?
11. Які в тебе уявлення про службу в армії зараз (позитив/негатив)? Звідки отримуєш цю інформацію?
12. Чи задумуєшся про службу? Чому так/чому ні?
13. Чи робиш щось, щоб не отримати повістку? Якщо так, що саме?
14. За яких умов ти би пішов служити?
15. Які з перелічених чинників мотивації тобі відгукуються (в порядку пріоритетності)?

Додаток 3: Опитник для мобілізованих

- 1) Розкажіть про себе (звідки родом, освіта, сімейний стан, професія, чи служив раніше/військова кафедра).
- 2) Чому? важлива вам особисто перемога України?
- 3) Як зустріли 24 лютого? Що тоді відчували/робили? Чи були думки мобілізуватися? Якщо так, що стримало/завадило?
- 4) Чи є знайомі, які пішли служити раніше? Що розказували? Що їх мотивувало, на вашу думку?
- 5) Як і коли прийняли рішення мобілізуватися? Хто підтримував, хто відмовляв?
- 6) Якби повернутися в часі назад, ви би прийняли це рішення знову?
- 7) Що в армії надихає/дратує?
- 8) Чи є щось, що вам служба дає (друзів, навички, свої внутрішні питання)? З чим підете з армії?
- 9) Яке ваше ставлення до загального військового обов'язку? А до розширення його на жінок?
- 10) Як вважаєте, вкладатися в перемогу це важливо для всіх чи дбати про себе вже достатньо? Яка позиція ближча/ імпонує більше?
- 11) Як би ви описали поточний загальний настрій в суспільстві/суспільний консенсус з питання мобілізації?
- 12) Чому люди ухиляються від мобілізації, на вашу думку?
- 13) Як оцінюєте комунікацію з населенням щодо мобілізації? Що держава могла би покращити?
- 14) Що могла би зробити держава, щоб заохотити людей служити? Що мотивує чоловіків ставати до лав ЗСУ?
- 15) Якщо описати усереднено 3 групи чоловіків: свідомо мобілізованих, нейтральних і тих, хто уникає мобілізації, то які вони? Чим вони відрізняються/що їх об'єднує?
- 16) Які з перелічених факторів мотивації відгукуються (в порядку пріоритетності)?