

**ПОСИЛЕННЯ
КОНСОЛІДАЦІЇ
СУСПІЛЬСТВА ТА РОЛІ
ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ
НА ШЛЯХУ ВСТУПУ
УКРАЇНИ ТА РЕСПУБЛІКИ
МОЛДОВА ДО
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції

17-18 жовтня 2024 року

УДК 316+339.94
ББК 60.5+66.4

Соціологічна асоціація України
Південноукраїнське відділення САУ
Державний вищий навчальний заклад
«Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.
Д. Ушинського»
Кафедра філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності
Національний університет «Одеська юридична академія»
Факультет психології, політології та соціології
Universitatea de Stat din Moldova
Institutul de Cercetări Juridice, Politice și Sociologice
Centrul Sociologie și Psihologie Socială al ICJPS
Asociația Sociologilor și Demografilor din Republica Moldova

**«ПОСИЛЕННЯ КОНСОЛІДАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА ТА РОЛІ
ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ШЛЯХУ ВСТУПУ УКРАЇНИ
ТА РЕСПУБЛІКИ МОЛДОВА ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО
СОЮЗУ»**

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції

17-18 жовтня 2024 року

Видавничий дім
«Гельветика»
2024

**ПОСИЛЕННЯ КОНСОЛІДАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА ТА РОЛІ
ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ШЛЯХУ ВСТУПУ УКРАЇНИ
ТА РЕСПУБЛІКИ МОЛДОВА ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ:
МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Рецензенти:

Інна ГОЛУБОВИЧ, докторка філософських наук, професорка, завідувачка кафедри філософії Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Лілія ЯКОВЛЕВА, доктор політичних наук, професор, професор кафедри соціології Національного університету «Одеська Юридична Академія».

Рекомендовано Вченою радою Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Протокол № 5 від 28.11.2024 р

Редакційна колегія:

Відповідальний редактор – **Олена ЛІСЕЄНКО**, д. соц. н., професор, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса), голова Південноукраїнського відділення САУ, Україна

Члени редколегії:

МОКАНУ Віктор, д. соц. н., директор Центру соціології та соціальної психології Інституту правових, політичних та соціологічних досліджень Державного університету Молдови, керівник Асоціації соціологів і демографів Республіки Молдова, Республіка Молдова

БОРІНШТЕЙН Євген, д. філос. н., професор, завідувач кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса), Україна

ПЕТІНОВА Оксана, д. філос. н., професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», м. Одеса, Україна

АТАМАНЮК Зоя, д. філос. н., професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», м. Одеса, Україна

Посилення консолідації суспільства та ролі людського капіталу на шляху вступу України та Республіки Молдова до Європейського Союзу : матеріали міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Кишинев- м. Одеса, 17-18 жовтня 2024 року) / за ред. д. с. н., проф. Лісеєнко О. В. – 138 с.

Матеріали конференції представлені в авторській редакції мовою оригіналу

© Південноукраїнське відділення Соціологічної асоціації України, 2024

© Асоціація соціологів та демографів Республіки Молдова, 2024

ЗМІСТ

МОCANU Victor, МОCANU Ion	CERCETAREA CALITATIVĂ A RELAȚIEI DINTRE SĂNĂTATE ȘI REZILIENȚA SOCIALĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA QUALITATIVE RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN HEALTH AND SOCIAL RESILIENCE IN REPUBLIC OF MOLDOVA.....	7
ЯКОВЛЕВ Денис	КОНСОЛІДАЦІЯ ШЛЯХОМ КРЕАТИВНОСТІ. РОЛЬ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ У ПІДВИЩЕННІ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	15
МОCANU Angela	INFLUENȚA STRATIFICĂRII ASUPRA REZILIENȚEI SOCIALE THE INFLUENCE OF STRATIFICATION ON THE SOCIAL RESILIENCE	18
ПОДШИВАЛКІНА Валентина	ЗМУШЕНА МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ ЯК ФАКТОР БЕЗПЕКИ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	25
ЛОБАНОВА Алла	ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ І ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ	28
KNYZHNIAK Larysa	SAFE INTELLECTUAL COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE CREATION AND IMPLEMENTATION OF HUMAN CAPITAL IN THE PROCESS OF EUROPEAN INTEGRATION	31
ТРУШЕВИЧ Ганна	СПРИЙНЯТТЯ ОБРАЗУ ЛІДЕРА ВОЄННОГО ЧАСУ УКРАЇНЦЯМИ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ	33
КАМЕНСЬКА Тетяна	РЕАГУВАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ НА СУЧАСНІ ЗМІНИ В УКРАЇНІ	36
КАЛАШНІКОВА Людмила	МІСІЯ СОЦІОЛОГІЇ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ : ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	38
БОРІНШТЕЙН Євген	СОЦІОКУЛЬТУРНЕ БАЧЕННЯ СТРАТЕГІЙ БЕЗПЕЦИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	41
PETINOVA Oksana, MAZUR Julia	CIVIL SECURITY IN THE CONTEXT OF DISINFORMATION AND PROTECTING AGAINST SOCIAL RISKS AND STRENGTHENING THE RESILIENCE OF SOCIETY	44

REFERENCES:

1. 2024 Global Human Capital Trends What will it take for organizations – and humans – to thrive in a boundaryless world? <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends.html?id=us:2el:3pr:di43244:eng:cons:051820> (дата звернення: 19.09.2024)
2. Ткаленко О. М., Макаренко А. О., Полоневич О. В. Інтелектуальні технології та системи штучного інтелекту для підтримки прийняття рішень. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2019. № 2(63). С. 53-59.
3. Мандзюк О. А. Місце аналітики в сучасних інтелектуальних технологіях. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія ПРАВО. 2017. Випуск 46. Том 1. С. 165-170.
4. Турило А. А., Архипенко С. В., Адамовська В. С. Людський капітал як об'єкт соціальної відповідальності бізнесу і влади щодо забезпечення соціальних гарантій при формуванні публічної політики. Журнал «Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»). 2023. No 6(20). С. 224-233.
5. Жаліло Ярослав. Формування соціального капіталу як чинник збільшення продуктивності людського капіталу // Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ / Центр Разумкова. 2018. С. 283-331. https://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (дата звернення: 12.09.2024)
6. Дернова І. А. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. Економіка та суспільство. 2023. Випуск 50. [file:///C:/Users/user/Downloads/2412-Текст%20статті-2326-1-10-20230601%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/2412-Текст%20статті-2326-1-10-20230601%20(1).pdf) (дата звернення: 10.09.2024)
7. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. Thematic chapters. <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/06/DESI2020Thematicchapters-FullEuropeanAnalysis.pdf> (дата звернення: 18.09.2024)

Ганна ТРУШЕВИЧ,
доктор філософії з політології, доцент кафедри соціальної роботи
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

СПРИЙНЯТТЯ ОБРАЗУ ЛІДЕРА ВОЄННОГО ЧАСУ УКРАЇНЦЯМИ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ВПЛИВ

В сучасному світі безпека людини стає все більш актуальною проблемою. Про захист від ракет і куль може подбати армія країни, громадянином якої є людина, але захищатись від дезінформації та дбати про свою інформаційну безпеку людина повинна навчитись сама. Адже сьогодні важливою є не тільки війна з застосуванням зброї, а й слова. Слово та інформація можуть зруйнувати країну з середини й без єдиного пострілу. Від дій дезінформації та маніпулювання громадською думкою залежить не тільки безпека країни, існування нації, а також особисте ментальне здоров'я людини, її економічний стан, відносини з близькими людьми, надії та плани на майбутнє.

Як зазначає спеціаліст з комунікацій Оксана Мороз: «Брак інформаційного імунітету робить людей беззахисними фактично перед будь-якими інформаційними вірусами. Усе красиве вони нарікають правдою, а все складне піддають анафемі. Особливо таке сприйняття загострюється в період кризи» [1, с. 158]. Так, під час кризи: війни, людині все складніше розібратись з інформацією, яка надходить до неї, що ж є правдою, а що – ні. Особливо складно це зробити людям, які більшу половину свого свідомого життя прожили в СРСР, і вірили всьому, що говорять по телевізору. І, навіть, сумніву не було, що по телевізору можуть сказати не правду. Це ж як взагалі?

Повномасштабне вторгнення росії в Україну спричинило складний психологічний та матеріальний стан українців, часте пристосування до зовнішніх умов (повітряні тривоги, ракетні атаки ворога на мирні міста, відсутність електроенергії) та турбулентність в основних сферах життя – є достатньою основою для руйнації інформаційного імунітету людини. Пересічний українець вже не знає чому вірити, а чому – ні, звідки брати інформацію, а що краще не читати, та кому вірити з влади, а хто може маніпулювати.

«Популісти на коні, реформаторам же потрібно докладати над зусиль і мати залізну волю, щоб хоч на міліметр просунути важливі системні зміни», - вказує Оксана Мороз про наслідки проблем інформаційного імунітету людини [1, с. 158]. Захист громадян від дій дезінформації, популістів та маніпулювань громадською думкою сьогодні стає завданням для експертів багатьох сфер. Процес подачі владою образу лідера, що здійснюється через політичні (маніпуляційні) технології з використанням ЗМІ та соціальних мереж, також важливо дослідити під час війни, адже він безпосередньо впливає на відчуття безпеки людини, що залишається у воюючій країні. Технологія подачі меседжа В. Зеленського, що він відмовляється від пропозиції партнерів покинути країну і залишається в Україні, в перші дні повномасштабного вторгнення, здійснила надзвичайний ефект – додала українцям сміливості, впевненості та віри у продовження боротьби з ворогом.

В зв'язку з цим, ми вирішили провести перше в Україні дослідження опитування представників креативного класу м. Одеса щодо їх погляду на політичну реальність України та сприйняття образу лідера воєнного часу – Президента України Володимира Зеленського. Як відомо, головною цільовою аудиторією В.Зеленського під час президентських виборів 2019 року були представники креативного та середнього класу. Одеса славиться своїми відомими містянами, яких можна було б віднести до креативного класу: акторами, науковцями, журналістами, художниками, архітекторами, бібліотекарями, істориками, ІТ-спеціалістами, підприємцями, медіа-експертами.

Нами було опитано 32 представника креативного класу м. Одеса протягом червня-липня 2024 року з використанням гугл - форм. Серед них 43,8%

чоловіків та 56,2% жінок, 93,8% респондентів мають повну вищу освіту та 6,2% - неповну вищу освіту, 50% - віком з 18 до 35 років, 37,5% - з 36 до 50 років, 6,3% - 51-65 років та 6,2% старші за 66 років.

43,8% представників креативного класу на питання «Чи довіряєте ви В. Зеленському?» зазначили, що «довіряють», або «скоріше довіряють», 18,8% - «скоріше не довіряють», 18,7% - «не довіряють» та 18,7% респондентів відповіли, що їм важко відповісти на дане питання. Також 75% респондентів запевняють, що вважають В. Зеленського легітимним президентом, 6,3% – необхідним подолання кризи легітимності та 18,7% – обрали відповідь «важко відповісти».

Важливо те, що 81,3% одеситів креативного класу запевняють, що В.Зеленський як був популістом, так і лишився, 12,5% – що він не був популістом і не є зараз та 6,2% – що був популістом раніше, але не зараз. В свою чергу 43,8% респондентів вважають, що президент залишається демократичним лідером, але проявляє ознаки авторитаризму.

На питання: «Чи виправдались очікування від образу В.Зеленського, який він мав під час передвиборчої кампанії 2019 року станом на 2024 рік?» 37,5% одеситів креативного класу відповіли: «так, переважно», 37,5 % - «ні, переважно» і 25% - «ні, абсолютно».

81,3% опитаних порадили б президенту посилити кадрову політику, 75% – активніше боротись з корупцією, 62,5% – взяти під особистий контроль ситуацію на фронті, а 50% – зосередитись на внутрішній політиці та, передусім, допомагати військовим/ветеранам. Ще 43,8% вважають доцільним для президента акцентувати увагу переважно на зовнішній політиці та поверненні військовополонених (була можливість обрати декілька варіантів відповідей).

Одесити креативного класу, а саме 37,5% сприймають образ президента як «Харизматичного лідера», 31,3%, сприймають його образ, як «Не політик», 25% - «Обранець народу» та 6,2% - «Слуга народу», що є досить цікавим, тому що наші дослідження виступів президента, здійснені до повномасштабного вторгнення в 2021 році з використанням контент-аналізу, показали старання команди президента перебудувати та трансформувати образ президента у «Військовий», «Борець» [3].

На питання: «Чи відзначили вони зміни у сучасному іміджі Володимира Зеленського?». Більшість одеситів креативного класу відзначають багато важливих змін в образі президента, що відбулись після повномасштабного вторгнення росії в Україну: жорсткість, вміння налагоджувати стосунки з партнерами (вимагати допомогу), різкість у спілкуванні, але при цьому дипломатичність з громадянами інших країн (під час виступів) та у відносинах з партнерами, серйозність та вдале намагання показати себе сильним, вольовим лідером. При цьому ще респонденти відзначають зміни в

зовнішності президента, міміці та жестах: впевнена хода, менша кількість рухів, борода на обличчі, «мілітарі» стиль в одязі та вигляд старшого чоловіка.

25% респондентів на наступних виборах президента проголосували б за В. Зеленського, 37,5% - планують голосувати за іншого кандидата (альтернативні кандидатури не пропонувались), 37,5% - не визначились з вибором. При цьому 50% опитаних зазначили, що проведення будь-яких виборів під час війни не доцільне, 43,8% обрали те, щоб провести місцеві вибори і 31,3% - за проведення президентських та парламентських виборів під час війни (була можливість обрати декілька варіантів відповідей).

Автор книги «The Showman» Саймон Шустер, який перебував разом з президентом на початку повномасштабного вторгнення, говорить про В. Зеленського та його команду: «Вони не наосліп говорили щось на камери. Вони чітко планували, що говорити, кому говорити, коли говорити, як одягатися під час цих виступів, що показувати, що не показувати. Ви можете це назвати театром? Я б не використовував це слово. Я б сказав, це – дипломатія, комунікація, політична комунікація. Тобто так, вони, як виявилось, зробили це набагато краще, ніж росіяни, і слава Богу» [2].

Відчуття безпеки людини під час війни залежить не тільки від вміння розпізнавати правду та дезінформацію, а й від сприйняття образу воєнного лідера (ораторські вміння, зовнішність, жести, міміку), що подається з використанням політичних технологій та маніпуляції громадської думки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мороз, О. (2020) *Боротьба за правду: Як мій дядько переміг брехню*. Київ: Yakaboo Publishing, 160.
2. Шоумен з Банкової. Саймон Шустер про Зеленського, Залужного, бункер, джерела та книгу «The Showman». URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2024/02/1/7439797/>
3. Trushevych, H. (2021). The role of language image in creating a favorable image of Ukrainian politicians: analysis of New Year's speeches. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 4, P. 113-120. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/bjlss/article/view/1713>

Тетяна КАМЕНСЬКА,

*доктор соціологічних наук, професор,
професор кафедри суспільних комунікацій та регіональних студій
Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова*

РЕАГУВАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ НА СУЧАСНІ ЗМІНИ В УКРАЇНІ

Сучасний воєнний стан в центрі Європи, а також напруження навколо Тайваню, Ірану, війни між Ізраїлем та Палестиною, на загально міжнародному рівні сприяли перерозподілу зовнішніх стосунків в міждержавному просторі.