

УДК 321.02:323.3–058.13

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v047.2024.26>*Д. В. Яковлев**доктор політичних наук, професор,
професор кафедри політичних теорій
Національного університету «Одеська юридична академія»**Л. І. Яковлева**доктор політичних наук, професор,
професор кафедри соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ПОЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАДЛЯ СУСПІЛЬНОГО БЛАГА: МІСЯ ТА ВИКЛИКИ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Перед українським суспільством у сучасних умовах постає чимало викликів. Деякі з них є наслідком соціально-економічних та політичних проблем, які накопичувались роками, інші – створені штучно задля максимізації прибутку олігархічними кланами. Найсерйозніші виклики, очевидно, спричинені війною або напругою пов'язані із нею. Натомість, перемога можлива лише за умов консолідації суспільства та раціональної публічної політики щодо забезпечення політичного вибору України на користь демократії, свободи слова, політичного плюралізму, розвитку парламентаризму, подолання корупції тощо. Демократичний вибір громадян та їх раціональна оцінка дій публічної влади є фундаментом легітимності. Йдеться не лише про електоральний вибір (хоча дискусії щодо необхідності відновлення електорального процесу та проведення виборів активізуються час від часу у публічному просторі), а й про необхідність визначення маркерів легітимності влади в умовах воєнного стану. Адже, вибори є лише одним із показників. До інших маркерів легітимності належить довіра громадян до інститутів влади, соціального ладу та політичного курсу у цілому. Відзначимо також ефективність міжінституційної взаємодії, яка є одним із основних маркерів легітимності публічної влади за неможливості провести вибори [9].

Інші виклики, до яких країна має повернутись обличчям, обумовлені попереднім переліком та є предметом обговорень на глобальних інтелектуальних майданчиках. Зокрема, у 2022 році темами Всесвітнього форуму за демократію у Стразбурзі «Демократія: нова надія?» (World Forum for Democracy (7-9 November 2022, Strasbourg) Democracy: A new hope?) стали: «Молодь поспішає на допомогу?»; «Історія та освіта – знання та маніпулювання»; «Переконання чи поляризація?»; «Дискримінація та привілеї – чи руйнує наші суспільства нерівність?»; «Корупція та під-

звітність – збереження віри в демократію»; «Обговорення: бустер для демократії?»; «Втрачена можливість демократії в Росії»; та «Наслідки безкарності для журналістики та демократії» [3]. Відзначимо, що слово «виклик» тут може повною мірою влаштувати дослідника у двох сенсах: 1) як вимога з'явитись куди-небудь, дати відповідь; 2) прийняти виклик, як заклик до змагання, до участі у чому-небудь [5]. Йдеться про необхідність відповідати на виклик і прийняти виклик. Адже, через відповідні зобов'язання перед партнерами з демократичних країн та законодавчого закріплення курсу на європейську інтеграцію представники публічної влади мають відповідати на критику та незручні, але цілком слушні запитання щодо демократії та свободи слова в Україні, які час від часу озвучують партнери з демократичної коаліції. З іншого боку, українське суспільство неодноразово доводило відданість демократичним ідеалам, Україна прийняла виклик щодо участі у розбудові демократії, тому має «з'явитись» та проявити власну суб'єктність на усіх напрямках демократизації влади та суспільства.

Пошук раціональних відповідей на виклики сучасності з точки зору політичної науки потребує повернення на новому історичному етапі до класичних ідей та тих «проклятих питань», відповідь на які шукали різні суспільства у кризовій ситуації. На наш погляд, однією із таких ідей є уявлення про політику як особливий вид діяльності, пов'язаний із суспільним благом. У процесі розвитку демократичної політики сформульовано «дилему суспільних благ», яка є актуальною для українського суспільства. Політика, на відміну від економічної взаємодії, оцінюється громадянами з точки зору відповідності інтересам суспільства, а не тільки і не стільки за критеріями індивідуального успіху чи збільшення приватного капіталу. Саме тому політика має бути спрямована на визначення суспільного блага та пошук шляхів (інструментів, механізмів) його досягнення у конкретних соціальних та політичних умовах. Відпо-

відно, однією із основних проблем для сучасного українського суспільства слід визначити утворення внаслідок радянських («перестройка») та пострадянських (грабіжницька приватизація, відсутність правовладдя, медіатизація політики) катаклізмів системи політичної та економічної монополії, коли суспільний ресурс перерозподіляється на користь невеликої групи осіб, які знаходяться при владі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Усі дослідження з визначеної теми можна умовно поділити на три категорії. По-перше, дослідження щодо зв'язку суспільного блага та політики. Наголошуємо, що політична діяльність відрізняється від інших видів діяльності спрямованістю на досягнення суспільного блага. Це потребує визначення суспільного блага, розуміння та публічної репрезентації різних інтерпретації суспільного (національного) інтересу. Політика реалізується на замовлення суспільства, або його репрезентантів (партій, громадянського суспільства). І хоча таке ідеалістичне трактування «цілого» ніколи не є досяжним, але політика потребує принаймні більшості. Повною мірою це стосується як «public policy» («публічна політика», іноді – «державна політика») так і «politics» («пошуку прихильників та боротьби за виборців»). Зокрема, як зазначає О. Дем'янчук, «Термін «публічна політика» (Public Policy) означає, що сукупність цілей, цінностей, підходів і дій легалізується органами управління суспільним життям і легітимізується народом (грецькою мовою – publica) відповідно до основних принципів демократії, тобто, народовладдя. За визначенням основних характеристик публічної політики, вона формується представницьким органом, який залучає до її ініціювання, розробки та здійснення значне коло інших органів державного управління різного рівня, експертні організації, недержавні агенції, громадські й міжнародні організації та окремих людей» [1].

По-друге, визначення дилеми суспільних благ (Public Goods Dilemmas), яка є наслідком інтерпретацій взаємозв'язку політики та суспільного блага. Припущення полягає у тому, що порівняно незначний внесок кожного члена суспільства у спільну справу (від акцій та паїв у бізнес-проектах та участі у діяльності партій чи мережевих політичних спільнот до волонтерства, благодійності, підтримки громадянами незалежних медіа та інституцій громадянського суспільства) призводить до отримання потужних переваг для усього суспільства. У дилемі суспільних благ аргументовано відзначається конфлікт між максимізацією особистої вигоди та колективним інтересом, який можна вирішити за допомогою підвищення ефек-

тивності комунікацій [12], обґрунтовується груповий відбір індивідів, схильних до співпраці та, водночас, відмінність у індивідуальних ресурсах, яка сприяє егоїстичним індивідам [10]. Внески індивідів в суспільні блага ґрунтуються на очікуванні того, що колектив отримає вигоду, яка перевищує вартість необхідних внесків [11]. А, отже, кожний індивід зможе отримати прибуток від колективного доходу. Висновок з дилеми суспільних благ полягає у тому, що успіх групи (спільноти) чи суспільства вимагає кооперації індивідів щодо створення суспільного блага.

По-третє, визначення колективного суб'єкту, який може здійснювати політику в інтересах більшості суспільства, «говорити від імені більшості». Умовно колективні суб'єкти поділяються на традиційні (нації, класу, фратрії, громадянського суспільства тощо) щодо яких оптика політичної науки є сформованою та сучасні, які знаходяться на етапі становлення та інституційного оформлення (мережеві групи, віртуальні спільноти). Вони об'єднані не територіально, а комунікативно – у мережі інтернет. Ми вважаємо, що єдиною суспільною групою у сучасному українському суспільстві, яка здатна створити та відтворювати суспільне благо, очікуючи прибуток, є середній клас. Саме тому середній клас орієнтований на демократію та ринкову економіку [14].

У сучасних умовах існують пізні підходи щодо визначення середнього класу, його об'єктивних маркерів та ідентифікацій. На нашу думку, середній клас у цифрову епоху презентований у соціальній структурі суспільства «під маскою» креативного класу.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення політичної місії середнього класу щодо досягнення суспільного блага. Реалізація мети дослідження обумовлює наступні завдання: – обґрунтувати, що політичне представництво середнього класу є умовою досягнення суспільного блага, як мети та змісту політичної діяльності; – визначити, що середній клас у сучасних умовах постає у вигляді креативного класу; – дослідити дилему суспільного блага, її можливі інтерпретації та шляхи вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ідея політики, як діяльності, спрямованої на визначення громадянами у процесі дискусій сутності суспільного блага та його подальшу реалізацію, належить Арістотелю. На основі протиставлення приватного та суспільного блага він розмежував родинну справу та політичну діяльність. Пошуки «золотої середини» між багатими та бідними призвели до визначення середнього класу, як більшості громадян, які здатні турбуватись про суспільне благо. Арістотель протиставив правління в інтересах багатих («олігархію») і правління в інтересах бідних («демократія») правлінню в інтересах

середнього класу («політію»): «Аналіз політичних факторів демократії та олігархії привів Арістотеля до питання про ідеальну державу... Це є «золота середина», що виникає, коли уникнути крайніх форм демократії та олігархії, котрі, як показує досвід, небезпечні. Цей вид держави Арістотель називає «політією»... вона являє собою державу із «змішаною» формою устрою, де розумно поєднуються елементи демократії й олігархії. Її соціальною основою є існування великого середнього класу – людей не дуже багатих і не дуже бідних. Саме цей клас... не настільки бідний, щоб деградувати, і не настільки багатий, щоб стати клікою» [4]. У інтерпретації К. Маркса та Ф. Енгельса буржуазні революції спростили класові суперечності, утворивши два великі класи-антагоністи – буржуазію та пролетаріат. Наведено цитату з «Маніфесту комуністичної партії», у якій розкривається класовий антагонізм: «Вільний і раб, патрицій і плебей, феодал і кріпак, цеховий майстер і підмайстер, коротко кажучи, гнобителі і гноблені перебували в постійному антагонізмі один до одного, вели безупинну, то приховану, то явну боротьбу, боротьбу, яка кожний раз кінчалася революційною перебудовою всього суспільства або спільною загибеллю класів, що боролися... Сучасне буржуазне суспільство, що виникло з загибелі феодального суспільства, не знищило класових суперечностей. Воно тільки поставило нові класи, нові умови гноблення, нові форми боротьби на місце старих. Однак, наша епоха, епоха буржуазії, відзначається тим, що вона спростила класові суперечності. Все суспільство все більше і більше розколюється на два великі ворожі табори, на два великі класи, які прямо протистоять один одному – буржуазію і пролетаріат» [2]. Бідні і багаті – буржуазія та пролетаріат не здатні, на думку К. Маркса та Ф. Енгельса утворити політичний та економічний синтез у вигляді «золотої середини», яка б турбувалася про суспільне благо. У класовій боротьбі переможець має бути лише один. І це бідний клас: «Всі попередні класи, що завойовували собі панування, намагалися забезпечити своє вже здобуте життєве становище, підпорядковуючи все суспільство умовам своєї наживи. Пролетарі можуть завойовувати собі суспільні продуктивні сили, лише знищивши свій власний дотеперішній спосіб привласнення, а тим самим і весь дотеперішній спосіб привласнення в цілому. У пролетарів нема нічого свого, що їм треба було б забезпечувати; вони повинні зруйнувати всі дотеперішні приватні забезпечення і приватні страхування» [2].

Натомість, у процесі розвитку демократичних політичних режимів було переконливо продемонстровано потенціал середнього класу, як суб'єкту політичної діяльності, що досить ефективно здійснює перерозподіл суспільного блага за допомогою

механізму парламентського представництва. Середній клас виявився також здатним знаходити відповіді на виклики демократії, зокрема долати популізм, ірраціоналізм, ізоляціонізм, медіатизацію політики, ін.

В Україні відбувається становлення середнього класу, який потенційно може протистояти олігархії, а точніше – олігархічно-люмпенівському альянсу, завдяки якому відбулась монополізація парламентського представництва найбагатшими людьми та перерозподіл суспільного блага на користь приватних інтересів.

Як одну із причин цього, слід відзначити радянську спадщину, а перспективи розвитку середнього класу пов'язані із здатністю до самоорганізації: «...середній клас завжди був пригнічений імперським і радянським колоніалізмом... Середній клас – це соціальна група, яка найбільше зацікавлена в політичній та економічній конкуренції, оскільки саме середньому класу вигідні демократія та ринкова економіка... У сучасних умовах це клас добровольців, активістів та волонтерів, які захищають Україну від широкомасштабного військового вторгнення. Новий суспільний договір, спрямований на здійснення європейської та євроатлантичної інтеграції України на основі демократичних цінностей та інститутів, неможливий без активної політичної участі середнього класу» [13].

Серед інших факторів, які перешкоджають становленню середнього класу в Україні слід відзначити: 1) олігархію, як політичний режим правління економічних монополістів; 2) медіатизацію політики, зумовлену монополією фінансово-промислових груп на телеканали; 3) відтворення «партії влади»; 4) соціальні патології пострадянського суспільства (патерналізм, амбівалентність масової свідомості, атомізація суспільства, конформізм, нігілізм, депрофесіоналізація, деактуалізація загальнодемократичних цінностей тощо); 5) індоктринацію в освітній системі, що породжує проблеми маніпулятивного спотворення колективної пам'яті...» [13].

Напередодні президентської виборчої кампанії 2019 року в Україні активізувались публічні дискусії щодо ролі креативного класу. У 2018 році побачив світ переклад українською мовою книги професора Торонтського університету Р. Флоріди (Richard Florida) «Homo creativus. Як новий клас завойовує світ» [7].

Вже доводилось відзначити появу та розвиток в Україні креативного класу: «Можливо, креативний клас (вже без лапок) став в умовах інформаційного суспільства новим середнім класом? Якщо ми зніmemo маску з сучасного представника ІТ-індустрії, чи побачимо знайомого нам героя епохи модернізації – буржуа, демократа і парламентарія («ліберала» або «консерватора»)?

Порівняно з епохою індустріалізації, коли міста розвивались, перетворюючись на концентрацію фабричних труб, а пролетарські райони замкнули кільце навколо центральних районів – осередків «буржуазної культури» (театрів, кав'ярень та музеїв), сучасна інформаційна епоха перетворила фабрики на хаби, а буржуазію – на креативний клас. Змінились умови праці та культурне середовище, технології та економіка, і місію модернізації політичної системи, яку здійснив середній клас в індустріальну епоху, належить продовжити креативному класу в інформаційну епоху [8].

Варто цілком погодитись із тим, що «...креативна людина – це та, що у своїй роботі створює якісь нові форми (неважливо, великі чи малі), які мають зміст для неї і для суспільства... найвищий рівень усвідомлення себе як представника цього класу – це не лише бути креативним, а й мати громадянські навички і відповідальність, долучатися до творення чи зміни суспільних систем... У креативному класі головне не технології, а цінності, які потім перетворюються в ідеї, інноваційні проекти...» [6].

Незважаючи на певну обумовленість публічних дискусій щодо ролі креативного класу напередодні президентських виборів політичною доцільністю (адже два на той час основних потенційних кандидати – В. Зеленський та С. Вакарчук – мали безпосереднє відношення до креативної індустрії), вони виконали свою місію. Увагу громадської думки було повернуто до необхідності пошуку колективних суб'єктів політики, які були б здатні дбати про суспільне благо.

Креативний клас, який в Україні є, на нашу думку, невід'ємною частиною не олігархії чи найбідніших верств населення, а саме середнього класу (як за об'єктивними показниками доходу та освіти, так і за самоідентифікацією), ще обов'язково скаже своє слово у політиці.

Висновки. Отже, один із можливих підходів до визначення сутності політичної діяльності полягає у її ідентифікації за спрямованістю на реалізацію суспільного блага. Дилема суспільних благ передбачає моделювання ситуації, коли внесок кожного індивіда у спільну справу має сприяти примноженню суспільного багатства, отриманню громадянином певної долі «пирога». Здійснення політичної діяльності задля досягнення спільного блага є місією середнього класу. Адже, ані олігархія, ані найбідніші верстви населення не здатні турбуватись про суспільне благо. В умовах цифровізації слід ідентифікувати креативний клас як частину середнього класу, а не його альтернативу. Позичування креативного класу у соціальній структурі суспільства, їх самоідентифікація відповідає саме середньому класу. Інша справа, що у новітніх умовах креативний клас має усі можливості здійснити політичну революцію після техно-

логічного стрибка суспільства – від промислового до інформаційного. Так само, як буржуазія у свій час, завдяки досягненню мети парламентського представництва, реалізувала ідею суспільного блага у процесі переходу від аграрної до індустріальної епохи. Чи здатний креативний клас забезпечити собі повноцінне політичне представництво? Це питання залишається відкритим.

Література

1. Дем'янчук О. Публічна політика в системі управління суспільним життям. Публічна політика в системі управління суспільним життям. *Система розробки і здійснення публічних політик в Україні* : проект Міжнародного фонду «Відродження» / під заг. ред. О. П. Дем'янчука ; Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія», Школа політичної аналітики. Київ : Факт, 2004. С. 5–21. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/34b524c4-99e7-4ded-a8e3-b540d96d1cbc/content>
2. Маркс К., Енгельс Ф. Маніфест комуністичної партії. *Журнал соціальної критики «Спільне»*. 5 жовтня 2009. URL: <https://commons.com.ua/uk/manifest-komunistichnoyi-partiyi/>
3. Новини зі Штаб-квартири Ради Європи. Всесвітній форум за демократію: «Демократія: нова надія?». *Офіс Ради Європи в Україні*. 2 листопада 2022. URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/-/world-forum-for-democracy-democracy-a-new-hope>
4. Себайн Дж., Торсон Т. Історія політичної думки. Київ, 1997. С. 121–133. URL: <http://litopys.org.ua/istpolit/ipd08.htm>
5. Словник. UA. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%BA>
6. Творці майбутнього: як створити креативний клас в Україні. *КМБС Kyiv-mohyla business school*. 31 липня 2018. URL: <https://kmbs.ua/index.php/ua/article/creative>
7. Флорида Р. «Номо creativus. Як новий клас завоює світ». Київ: Наш Формат, 2018. 432 с.
8. Яковлев Д.В. Креативний клас – феномен інформаційного суспільства. *Трансформація українського суспільства в цифрову еру : матеріали III Всеукраїнська науково-практична конференція*, (22 березня 2024 р.). Львів–Торунь, 2024. С. 100-104. DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-389-0-27>
9. Яковлева Л.І. Легітимність публічної влади: рецепції та новації: монографія. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 325 с.
10. Frank S. A. A general model of the public goods dilemma, *Journal of Evolutionary Biology*, 2010. Vol. 23, Iss. 6. P. 1245–1250 URL: <https://academic.oup.com/jeb/article-abstract/23/6/1245/7324985?login=false>
11. McCarter M. W., Rockmann K. W., Northcraft G. B. Is it even worth it? The effect of loss prospects in the outcome distribution of a public goods dilemma. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2010. Vol. 111, Iss. 1, P. 1–12. URL: <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2009.06.003>
12. Shankar A. Pavitt Ch. Resource and Public Goods Dilemmas. *The review of communication*. 2002. Vol. 2(3).

P. 251–272. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=867842a067c3f991fe125fb274052fefe781e2b1>

13. Yakovlev D., Yakovleva L., Koltsov V. Middle Class In Ukraine: Government or Opposition? *Baltic Journal of Economic Studies*, 2023. Vol. 9 (3). P. 86–95. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-3-86-95>

14. Yakovlev D., Borovyk L., Diachenko, O. The voice of the middle class and economic democracy in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. Vol. 8. №3. P. 222–227. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-3-220-227>

Анотація

Яковлев Д. В., Яковлева Л. І. Політична діяльність задля суспільного блага: місія середнього класу. – Стаття.

У статті визначено місію середнього класу в Україні як здійснення політичної діяльності задля суспільного блага. Відзначено, що в умовах цифрового суспільства авангардом середнього класу є креативний клас. Місія креативного класу полягає у політичній «революції» задля реінтерпретації та реалізації суспільного блага в умовах переходу від промислового до цифрового суспільства. Це нагадує завдання буржуазії щодо забезпечення повноцінного політичного представництва в умовах становлення індустріального суспільства, коли технології забезпечили панування середнього класу та його парламентське представництво. Розглянуто одну із традицій у політичній науці, джерелом якої є вчення Арістотеля щодо зв'язку політики та суспільного блага і «політії» як форми правління середніх в інтересах усього суспільства, на відміну від олігархії та правління «демосу». Відзначено, що марксистська традиція наголошує на класовому конфлікті між буржуазією та пролетаріатом, натомість у сучасних умовах найбільш небезпечним є альянс між олігархією та найбіднішими верствами населення задля недопущення парламентського представництва середнього класу. Обґрунтовано дилему суспільного блага, коли моделюється ситуація, як внесок кожного громадянина призводить до зростання суспільного блага. Вирішення дилеми суспільного блага в Україні потребує забезпечення повноцінного парламентського представництва середнього класу. Звичайно, найсерйозніші виклики перед середнім класом у сучасних умовах пов'язані із війною та спричинені нею. Відзначено, що перемога українського суспільства можлива лише за умов консолідації середнього класу задля раціональної публічної політики щодо забезпечення суспільного блага, тобто реалізації політичного вибору України на користь демократії, свободи слова, політичного плюралізму, розвитку парламентаризму, подолання корупції тощо. Визначено роль легітимності публічної влади у політичних процесах, до маркерів легітимності віднесено: вибори, довіра громадян до лідерів та інститутів, довіра громадян до соціального порядку та політичного курсу, ефективність міжінституційної взаємодії тощо. Увагу громадської думки в Україні до феномену креативного класу було привернуто напередодні президентських виборів 2019 року, коли два

потенційних кандидати В. Зеленський та С. Вакарчук мали безпосереднє відношення до креативної індустрії. Креативний клас належить до середнього класу як за об'єктивними показниками (дохід, вид діяльності, освіта) так і за суб'єктивними – ідентифікацією, політичним вибором та позиціонуванням себе у політичному просторі відносно олігархії та найбідніших верств населення. Креативний клас задля реалізації власної місії має забезпечити своїм представникам парламентське представництво.

Ключові слова: політика, політична діяльність, суспільне благо, громадянське суспільство, середній клас, креативний клас, парламентське представництво, легітимність.

Summary

Yakovlev D. V., Yakovleva L. I. Political activity for the public good: the mission and challenges of the middle class. – Article.

The article defines the mission of the middle class in Ukraine as the implementation of political activity for the public good. It was noted that in the conditions of the digital society, the vanguard of the middle class is the creative class. The mission of the creative class is a political «revolution» for the reinterpretation and implementation of the public good in the conditions of the transition from an industrial to a digital society. This is reminiscent of the task of the bourgeoisie to ensure full-fledged political representation in the conditions of the formation of industrial society, when technology ensured the dominance of the middle class and its parliamentary representation. One of the traditions in political science is considered, the source of which is Aristotle's teaching on the connection between politics and the public good and «politics» as a form of rule by the average in the interests of the entire society, as opposed to oligarchy and the rule of the «demos». It was noted that the Marxist tradition emphasizes the class conflict between the bourgeoisie and the proletariat, whereas in modern conditions the most dangerous is the alliance between the oligarchy and the poorest strata of the population in order to prevent the parliamentary representation of the middle class. The dilemma of the public good is substantiated, when the situation is modeled, how the contribution of each citizen leads to the growth of the public good. Solving the public good dilemma in Ukraine requires ensuring full parliamentary representation of the middle class. Of course, the most serious challenges to the middle class today are related to and caused by war. It was noted that the victory of Ukrainian society is possible only under the conditions of the consolidation of the middle class for the sake of rational public policy to ensure the public good, that is, the implementation of Ukraine's political choice in favor of democracy, freedom of speech, political pluralism, the development of parliamentarism, overcoming corruption, etc. The role of legitimacy of public power in political processes is determined, the markers of legitimacy include: elections, citizens' trust in leaders and institutions, citizens' trust in the social order and political course, effectiveness of inter-institutional interaction, etc. The attention of public opinion in Ukraine to the phenomenon of the creative

class was drawn on the eve of the 2019 presidential elections, when two potential candidates, V. Zelenskyi and S. Vakarchuk, were directly related to the creative industry. The creative class belongs to the middle class both by objective indicators (income, type of activity, education) and by subjective indicators – identification, political choice and positioning in the political space

relative to the oligarchy and the poorest strata of the population. In order to realize its own mission, the creative class must provide its representatives with parliamentary representation.

Key words: politics, political activity, public good, civil society, middle class, creative class, parliamentary representation, legitimacy.