

УДК 32:330.342.146

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v048.2024.39>*Д. В. Яковлев*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2828-4669>

доктор політичних наук, професор,

професор кафедри політичних теорій

Національного університету «Одеська юридична академія»

*Л. І. Яковлева*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0942-485X>

доктор політичних наук, професор,

професор кафедри соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ПОЛІТИЧНА КРЕАТИВНІСТЬ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІДЕЇ СУСПІЛЬНОГО БЛАГА

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Однією із головних проблем для сучасної політичної теорії та практики є визначення суспільного блага та шляхів його досягнення. Політична діяльність індивідуальних (лідерів) та колективних (партій) акторів напряму пов'язується із суспільним благом та оцінюється громадянами відповідно до міри його реалізації. Джерела такого розуміння політики сягають епохи античності. Розвиток уявлень щодо політики як діяльності, спрямованої на визначення та реалізацію суспільного блага породив багато складних питань та дилем. У даній статті увагу зосереджено не на конкретних прикладах креативності середнього класу у процесі реалізації амбітної ідеї суспільного блага, а на визначенні її необхідності. Проблематизація інтерпретацій політики як обмеження приватних інтересів задля примноження суспільного блага напряму пов'язана із практичними завданнями, які вирішують політики під час виборчих змагань, голосування у парламенті, презентуючи свою позицію у публічному просторі за посередництвом традиційних медіа, або звертаючись до громадян напряму у соціальних мережах.

Серед важливих наукових та практичних завдань, з вирішенням яких пов'язана визначена проблема, слід окремо відзначити наступні. Пердусім, визначення суб'єкта політики (або, в іншій інтелектуальній традиції, «історії», «суспільства», «прогресу»), який має право на владу (легітимність) щодо визначення сутності суспільного блага та рецептів його досягнення. Для міфологічного світогляду це боги та герої, для ідеологічного – класи, партії та лідери.

Окремо слід відзначити генезу ідеї суспільного блага (яка на певному етапі протиставляється приватним, егоїстичним інтересам) у демократіях в умовах капіталізму та соціалізму, її трансфор-

мації у процесі реалізації програмних положень «лівих» та «правих» партій. Політична демократія потребує економічної демократії, коли представництво політичних інтересів середнього класу посилюється справедливим перерозподілом бюджету на користь суспільного блага. Баланс ідеологій полягав у тому, що середній клас капіталістів продукував блага і ресурси, а соціалістичні представники середнього класу їх перерозподіляли від монополій та мільйонерів на користь більшості суспільства. Нарешті, йдеться про вибір електоральної системи, яка б забезпечувала представництво інтересів середнього класу. Реалізація суспільного блага неможлива без раціонального електорального вибору громадян, а отже – без запобіжників для відтворення альянсу найбагатших (олігархія) та найбідніших верств населення з метою недопущення до влади представників середнього класу. У процесі розвитку представницької демократії, пропорційної виборчої системи та економіки вільного ринку середній клас перетворився на один із найпотужніших суб'єктів політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Дослідження середнього класу широко представлені у історії політичної думки та міждисциплінарних полях: від «середніх» як правлячого класу аристотелівської політії до візії М. Вебера та Х. Ортеги-і-Гассета. Креативний («творчий») клас визначено у творі Р. Флориди (Richard Florida) «The Rise of the Creative Class» [10], український переклад якої вийшов у 2018 р. [7]. Є. Білоус відзначає можливість «емпіричної ідентифікації» креативного класу завдяки використанню індикатора «посада, професія, діяльність» [2]. Зокрема, зазначається: «... класова структура не тільки не спростилась, але й стала дещо складнішою. Йдеться про виокрем-

лення нових класів, зокрема в класовій структурі сучасних суспільств так званого креативного класу... Вважається, що креативний клас виходить на арену історії внаслідок розмиття середнього класу, в якому виокремлюють різні прошарки внаслідок його неоднорідності... Радикальна відмінність між креативним та іншими класами полягає в тому, за що отримуються гроші. Представникам робітничого та обслуговуючого класів платять переважно за виконану роботу відповідно до плану, тоді як креативний клас заробляє гроші, проєктуючи й створюючи щось нове... Креативність визначається як процес виявлення прихованих можливостей, як прикладна уява, що опирається на інтелект» [2].

Щодо визначення середнього класу в Україні, то варто погодитись із тим, що «Якщо на Заході типовими представниками цього прошарку є адвокати, лікарі, викладачі, менеджери середньої ланки, то в Україні до середнього класу (за майновою ознакою) потрапила т.зв. «обслуга олігархів» – заангажовані працівники масмедіа, корумповані чиновники, продажні юристи та менеджери різноманітних інофірм, елітарних розважальних закладів, салонів краси та фітнес-клубів» [1]. Водночас, середній клас в Україні, незважаючи на усі пертурбації пострадянського періоду, виявив здатність до раціонального вибору на користь суспільного блага [9]. Найцікавішим уявляється ряд протиставлень, у якому згадується середній клас – від олігархії та демосу, від пролетаріату до «маси», від олігархії до номенклатури. Окремо слід відзначити марксистську традицію. Як відзначає Е. Гобсбаум «...до марксизму не слід ставитися як до догми. На його думку, потрібно розрізняти марксизм, як модель соціального аналізу, та політичні прогнози Маркса, які виявились утопічними. Помилковим Гобсбаум вважає і марксистську ідею провіденційної ролі пролетаріату у світовій історії» [4]. Наведемо думку О. Куценко щодо особливості класового аналізу: «Звернення до класового аналізу не означає заперечення інших способів аналізу політичної поведінки та соціального процесу. Особливістю ж класового аналізу є визначення суттєвих відмінностей інтересів, специфіки сприйняття, установок та цінностей великих груп людей, які займають різні позиції у просторі соціальних можливостей, мають різні життєві шанси та соціальні перспективи, чий інтереси можуть бути виражені політичними засобами та представлені на рівні публічної політики» [3]. Процес становлення середнього класу в Україні краще описати за допомогою метафори «маятникових» коливань «...від «обслуги олігархів» до опори демократії, рушійної сили революційних змін. Середній клас «говорить» від імені суспільного інтересу... В Україні середній клас пройшов шлях від напівлегального бізнесу, зубожілої інте-

лігенції та «обслуги олігархів» до рушійної сили Майданів, класу волонтерів, активістів та добровольців, які забезпечують спротив російській повномасштабній військовій агресії» [11].

Отже, загальна проблема евристичності класового підходу, визначення ролі середнього класу та його креативності у процесі реалізації ідеї суспільного блага має прямий зв'язок із демократизацією України та подоланням наслідків олігархізації політики та економіки, забезпеченням політичного представництва середнього класу.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення політичної креативності середнього класу у процесі реалізації ідеї суспільного блага.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі модернізації, спричиною промисловою (буржуазною) революцією, виокремився та посилювався середній клас, який зміг забезпечити парламентське представництво, налагодити ефективний перерозподіл коштів бюджету у власних інтересах та отримав право говорити від імені суспільного блага. Важливим є визначення політичного режиму, який сприяє досягненню суспільного блага та подальше переосмислення ролі держави, інститутів публічної влади у цьому. Очевидно, що тоталітарна держава є «ворогом відкритого суспільства» (за термінологією К. Поппера), автократії заважають розвитку суспільства «відкритого доступу» (за визначенням Д. Норта та його послідовників). Тоталітаризм знищує середній клас, руйнує сам дух свободи та підприємництва, як це було за радянських часів. Суспільне благо підміняється «державним інтересом» за яким стирчать вуха корпорації, що приватизувала державу – радянської номенклатури. Водночас, «мінімалістська держава» не завжди здатна захистити суспільне благо від зазіхань корпорацій та різноспрямованих приватних інтересів. Така модель може створити умови для відчуження суспільства від політики, а громадян – від влади. Зниження політичної активності та політичної участі не забариться, актуалізується загроза перетворення «мінімалістської держави» на «мінімалістську демократію».

У контексті пострадянських перетворень структурація суспільства визначається не на основі «класів» та «професійних груп», а через категорії «радянського цеху» та «пострадянської фратрії». Відзначимо: «Комуністичний цех являв собою корпорацію найманців, чий рівень споживання соціальних благ залежав від ступеня близькості до централізованого розподільника матеріальних цінностей і послуг... Робити кар'єру в радянському суспільстві означало отримати ширші можливості для повторного корпоративного переділу різноманітних благ і ресурсів. У зв'язку з цим за комунізму основною темою мікрополітик завжди залишалася боротьба за ключ

від «розподільника»... «Перебудова» (і в цьому, по суті, полягала її руйнівна сила) торкалася самих основ комуністичного суспільства — його цехового ладу. Як тільки зачепили старі підвалини існування корпорацій, комунізм охопила агонія...» [6].

У пострадянській Україні почала панувати нова кланово-олігархічна система суспільної організації – фратрія («мафія» буде більш точним визначенням). Середньому класу (класу підприємців) на словах тут відводилась головна роль, але справжніми господарями вони не були. Влада належала лише членам «фратрій», тобто кланів, які об'єднували бюрократів, силовиків та криміналітет. Середній клас став лише символом реформ, а справжнім вигодоотримувачем виявилась олігархія. «Загравання» із середнім класом з боку публічної влади мало цілком маніпулятивний характер.

Погодимося: «У посткомуністичній ліберальній риториці, компліментарній щодо підприємців, сам підприємець постає як інноватор, локомотив загального процвітання і технічного поступу. При цьому зовсім не береться до уваги, що суспільство, яке поставило фігуру підприємця в центр перетину будь-яких соціально-економічних і політичних практик і при цьому не спромоглося підготувати відповідне конституційне і корпоративне підґрунтя, пожинає плоди авантюрно-капіталістичного буму. Але ж і його завершення не обіцяє полегшення, адже тепер уже «інноваційна» криза породжуватиме ситуацію соціальної непевності. І так – безкінечно» [6].

Отже, олігархія використовувала середній клас як ширму для власного збагачення та монополізації економічних галузей за допомогою політичного впливу. Уявлення про креативного підприємця, як рушійної сили пострадянських реформ перетворилось на складову інформаційних, електоральних та політичних маніпуляцій. У сучасних умовах необхідно подолати наслідки цих маніпуляцій громадською думкою і повернутись на новому етапі до ідеї про креативність середнього класу, як передумови реалізації ідеї суспільного блага в Україні.

Як зазначає М. Мінаков: «...політична творчість – це спроможність людського існування започатковувати нові начала в політичній сфері, тобто у тому комунікативному просторі, де людські та нелюдські суб'єкти співпрацюють і борються за досягнення того, що Аристотель називав «найвищим спільним благом»... творчість – лише одна зі здатностей людського існування. Вона специфічно виявляється в покладанні нових початків у дії, яку можна описати як «накидання нарису». Це акт присутнього існування, який можна порівняти з кидком екзистенційного аркана в Небуття, у процесі чого порожнеча арканної петлі виповню-

ється живою людською енергією, яка й перетворює Ніщо на щось нове-присутнє-у-світі. Так присутність стає становленням, і навпаки... З початком Просвітництва та в останні три століття філософи, психологи й антропологи намагались описати людську творчість чотирма способами. По-перше, як продуктивну силу інтелекту, де є задум, реалізація і визнаний ефект на інших. По-друге, як певний несвідомий процес, що призводить до створення безпрецедентно нового, із нез'ясовним походженням або навіть без автора: генії творять нез'ясовно, поза правилами, черпаючи натхнення з позаособистісних просторів. По-третє, творчість описують як здатність розв'язувати проблемні ситуації, що дає змогу людині адаптуватись до змінених природних або соціальних обставин. По-четверте, креативність розглядають як процес продуктивних асоціацій, що породжують безпрецедентно новий зміст» [5].

Якщо і були у пострадянську епоху суб'єкти політики, які проявляли «креативність» у пострадянську епоху, то це бюрократія та олігархічні фратрії. Вони демонстрували справжню винахідливість, ініціюючи медіа-скандали проти представників середнього класу та створюючи штучні медіа-події. Ця винахідливість з елементами «креативності» була спрямована на руйнування політичної волі та економічної потуги середнього класу з метою недопущення його представників до влади. Можливо, завершення пострадянської епохи, яке ми наразі спостерігаємо, стане часом відродження середнього класу.

Зокрема, М. Мінаков визначає логіку і діалектику пострадянської епохи та формулює гіпотезу щодо її завершення. Він пише: «Як історична епоха пострадянська доба мала свою логіку і діалектику. Логіку її поступу пов'язано з пострадянською тетрадою – поєднанням чотирьох соціально-економічних і культурно-політичних тенденцій, що їх можна позначити як демократизацію, маркетизацію, націоналізацію та європеїзацію. Водночас діалектика цієї доби виявилась у суперечностях як між зазначеними тенденціями, так і всередині них. Розвиток вільних ринків міг посилювати антидемократичні сили, а створення національних держав могло бути ворожим до загальноєвропейських норм і практик. Також всередині кожної з чотирьох тенденцій існували внутрішні суперечності. Демократизація пострадянського простору конкурувала зі своїм альтер еґо – автократичними тенденціями. Становлення вільних ринків стикалось зі встановленням олігархічного контролю над економікою. Будівництво національних держав постійно розривалось між практиками етнічного та громадянського націоналізмів. Крім того, європеїзація стикалась із дуже неоднаковими формами прийняття загальних правових норм і політичних практик,

а також із соціальною реакцією на них у новопосталих суспільствах» [5].

Завершення пострадянської доби датується М. Мінаковим 2022 роком: «Пострадянська епоха завершилась 2022 року з початком російського вторгнення в Україну. Попри те, що війна в Україні розпочалась ще 2014 року, саме ця повномасштабна агресія поставила крапку в нетривалій історії періоду, поштовх до виникнення якого дали розпад СРСР, а також створення нових демократичних держав і ринкових економік у Східній Європі та Північній Євразії... пострадянський період тепер має чіткі хронологічні обриси. Його початок пов'язано із руйнівні-творчими процесами 1989–1991 років у Радянському Союзі, а його завершення – з низкою трагічних подій, що лавиною обрушилися на українців і сусідні народи навесні 2022 року. Я вважаю, що обидва згадані руйнівні-творчі процеси були історичними цезурами, що відокремили пострадянський період і від радянської ери, і від нової, ще не названої епохи, яка перед нашими очима розгортається на теренах Східної Європи і Північної Євразії» [5].

Висновки. Піднесення середнього класу у цілому та креативного класу, як його авангардного прошарку в умовах цифрового суспільства, прояви та реалізація творчого потенціалу та «духу підприємництва» можливі лише за умов забезпечення повноцінного політичного представництва. Середній клас, як виразник суспільного блага і соціальний фундамент демократії має сформувати політичну силу та перемогти на виборах [12]. До того ж, необхідно подолати виклики олігархічно-люмпенівського альянсу, одним із яких є створення штучних медіа-подій в умовах медіатизації політики. Це відбувається, коли власники медіа-ресурсів маніпулюють громадською думкою задля недопущення середнього класу до влади. Йдеться про медіатизовану політику, яка вимагає не раціональної дискусії щодо суспільного блага, а участі у ток-шоу на олігархічних медіа-ресурсах. Відзначимо: «В умовах медіатизації, яка перетворює політику (у двох сенсах: як публічну політику так і боротьбу за голоси виборців під час електоральних змагань) на частину медіа-процесу, посилюються виклики для раціональної політичної комунікації... Під час війни українці вперше у вітчизняній політичній історії мають можливість щовечора чути звернення президента. Також вперше українські політики та державні діячі, завдяки публічним зверненням до міжнародної спільноти, формують глобальну громадську думку. Цей вплив на глобальну громадську думку охоплює широкий спектр тем – від надання сучасної зброї для ведення бойових дій, макрофінансової та дипломатичної підтримки до боротьби із російською пропагандою й іншими технологіями «м'якого» впливу та гібридної війни» [8].

Попри проблеми із визначенням «середнього класу», «суспільного блага» та «політичної креативності» у сучасному суспільстві, на наше переконання саме завдяки креативності український середній клас здатний забезпечити політичне представництво та здійснювати політику в інтересах суспільного блага, подолати негативні наслідки олігархічного панування у політиці, економіці, культурі та масмедіа.

Література

1. Биченко А., Міщенко М., Пищуліна О., Рачок А., Шангіна Л. *Середній клас в Україні: уявлення і реальність*. Київ: Центр Разумков, 2016. 258 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf
2. Білоус Є. В. Емпірична ідентифікація креативного класу в українському суспільстві. *Український соціум*. 2020. № 2 (73). URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1103166>
3. Куценко О. Сохраняют ли значение классовые основания политического участия? *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2006. №3. 92–115. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/90385/06-Kutsenko.pdf?sequence=1>
4. Людина дня – британський історик Ерік Хобсбаум. *Радіо Свобода*. 23 січня 2008 року. URL: <https://www.svoboda.org/a/431442.html>
5. Мінаков М. *Пострадянська людина та її доба. Спроба філософського осмислення пострадянської епохи*. Київ – Мілан: Лаурис – Koivn, 2024. 198 с. URL: https://www.koine.community/wp-content/uploads/2024/01/Postradyanska_lyudina.pdf
6. Федоров А. *Пострадянські форми суспільних змін. Українська державність у XX столітті (Історико-політологічний аналіз)*. Київ: Політична думка, 1996. URL: <http://litopys.org.ua/ukrxx/r20.htm>
7. Флорид Р. *Ното creativus. Як новий клас завойовує світ*. Київ: Наш Формат, 2018. 432 с.
8. Яковлев Д. В., Яковлева Л. І. Політика без ток-шоу. Потенціал звернень публічних інтелектуалів щодо легітимації влади. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. С. 163–169. http://apfs.nuoua.od.ua/archive/39_2022/28.pdf
9. Яковлев Д. Європейський вибір середнього класу в Україні. *Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень*: у 2 т. : матеріали Міжнар. наук. – практ. конф. (м. Одеса, 19 травня 2023 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. Т. 1. С. 163–165.
10. Florida R. *The Rise of the Creative Class. New York* : Basic Books, 2002. 434 p.
11. Yakovlev D., Borovyk L, Diachenko O. The voice of the middle class and economic democracy in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. № 8(3). P. 220–227. URL: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-3-220-227>
12. Yakovlev D., Yakovleva L., Koltsov, V. Middle Class In Ukraine: Government Or Opposition? *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. 9(3). P. 86–95. URL:

<http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2133>

Анотація

Яковлев Д. В., Яковлева Л. І. Політична креативність середнього класу у процесі реалізації ідеї суспільного блага. – Стаття.

У статті визначено роль політичної креативності середнього класу у процесі реалізації ідеї суспільного блага. Відзначено історичні джерела та сучасні проблеми і дилеми, які виникають у розуміння політики, як діяльності на користь не приватних інтересів, а суспільного блага. Серед дилем, які виникають у процесі реалізації ідеї суспільного блага обґрунтовано вибір між електоральними системами (мажоритарною та пропорційною), типами політичних режимів (демократія та авторитаризм), між класами (бідними, середнім класом та олігархією), як основними суб'єктами політики.

Відзначено креативний потенціал класового підходу та аргументовано роль середнього класу у досягненні суспільного блага. Окремо наголошено на протиставленні ідеї суспільного блага у політичній демократії приватним егоїстичним інтересам та необхідності доповнення політичної демократії економічною демократією. Остання передбачає гарантію прав і свобод індивіда, зокрема щодо підприємницької діяльності та, водночас, справедливий перерозподіл публічних фінансів у парламенті. Цей перерозподіл на користь суспільного блага можливий лише в умовах забезпечення широкого парламентського представництва середнього класу.

Креативність середнього класу перетворила його на найпотужніший суб'єкт демократичної політики та, водночас, дозволила створити сучасну модель представницької демократії та парламентаризму, відкриті та прозорі електоральні системи, економіку вільного ринку та соціальні гарантії.

Відзначено роль у дослідженні креативності середнього класу таких концепцій як правління «середніх» (Арістотель), легітимності соціального порядку (М. Вебер), «креативного класу» (Р. Флорида), пострадянських фратрій (А. Федоров), креативності у пострадянську епоху (М. Мінаков), ін. В умовах пострадянської епохи середній клас відіграв роль ширми для кланових олігархічних інтересів, на словах йому належала провідна роль новаторів та підприємців, але до реальної влади жодна партія представників середнього класу допущена не була.

Обґрунтовано, що незважаючи на усі пертурбації пострадянського періоду та маятникові коливання ідентичності середнього класу в Україні, він виявив здатність до раціонального вибору на користь суспільного блага. Простежено зв'язок між креативністю середнього класу у процесі реалізації ідеї суспільного блага та демократизацією України, подоланням наслідків олігархізації політики та економіки.

Визначено необхідність політичної креативності середнього класу задля забезпечення повноцінного парламентського представництва.

Ключові слова: політика, політична діяльність, політична креативність, суспільне благо, середній клас, креативний клас, парламентське представництво, легітимність інтерес, зацікавлені групи, політичні процеси, політична комунікація.

Summary

Yakovlev D. V., Yakovleva L. I. Political creativity of the middle class in the process of implementing the idea of public good. – Article.

The article defines the role of political creativity of the middle class in the process of realizing the idea of public good. Historical sources and modern problems and dilemmas that arise in the understanding of politics as an activity for the benefit of public good rather than private interests are noted. Among the dilemmas that arise in the process of realizing the idea of public good, the choice between electoral systems (majoritarian and proportional), types of political regimes (democracy and authoritarianism), between classes (poor, middle class and oligarchy) as the main subjects of politics is substantiated.

The creative potential of the class approach is noted and the role of the middle class in achieving the public good is argued. The opposition of the idea of public good in political democracy to private selfish interests and the need to supplement political democracy with economic democracy is emphasized separately. The latter implies the guarantee of the rights and freedoms of the individual, in particular with regard to entrepreneurial activity, and, at the same time, fair redistribution of public finances in the parliament. This redistribution for the benefit of the public good is possible only under the conditions of ensuring broad parliamentary representation of the middle class.

The creativity of the middle class turned it into the most powerful subject of democratic politics and, at the same time, allowed the creation of a modern model of representative democracy and parliamentarism, open and transparent electoral systems, free market economy and social guarantees.

The role of such concepts as the rule of the «middle» (Aristotle), the legitimacy of the social order (M. Weber), the «creative class» (R. Florida), post-Soviet phratry (A. Fedorov), creativity in the post-Soviet era (M. Minakov), others. In the conditions of the post-Soviet era, the middle class played the role of a screen for clan oligarchic interests, it verbally held the leading role of innovators and entrepreneurs, but no party of middle class representatives was admitted to real power.

It is substantiated that despite all the perturbations of the post-Soviet period and the pendulum swings of the identity of the middle class in Ukraine, he showed the ability to make a rational choice in favor of the public good. The connection between the creativity of the middle class in the process of realizing the idea of public good and the democratization of Ukraine, overcoming the consequences of oligarchization of politics and economy is traced.

The need for political creativity of the middle class to ensure full parliamentary representation is determined.

Key words: politics, political activity, political creativity, public good, middle class, creative class, parliamentary representation, legitimacy, interest, interest groups, political processes, political communication.