

непідконтрольні, обирати надавачів комунальних послуг, які пропонують вигідніші тарифи, стимулювати економію витрат [5,с.63]. На сьогодні через низьку поінформованість багато мешканців багатоквартирних будинків не об'єднались в ОСББ. Законодавець поступово намагається усунути існуючі прогалини, що заважають власникам квартир повноцінно реалізовувати свої права та інтереси як власників спільного майна.

Список використаних джерел

1. Закон України Про місцеве самоврядування в Україні від 21 травня 1997 № 280/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/pro_mistseve_samovryaduvannya_v_ukraini.htm
2. Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку: Закон України від 14 травня 2015 р. № 417-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
3. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України – Відомості Верховної Ради України, 1997. – № 24. – Ст. 170.
4. Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку: Закон України від 29 листопада 2001 р. № 2866-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua>
5. Кукса В.П. Створення об'єднань співвласників багатоквартирних будинків – основа реформування житлового права / В.П. Кукса, Г.І. Онищук, М.В. Руль та ін. – К.: Укрлітопис, 1996. – 64 с.

*Авдєєнко Олена Дмитрівна, кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри політичних наук КНУБА*

ПОЛІТИЧНИЙ КОНСУМЕРИЗМ ЯК НОВИЙ ВЕКТОР ПОЛІТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ

В процесі зростаючої інтенсивності конкуренції глобалізованих ринків громадянське суспільство все більше набуває рис співтовариства споживачів. В цих умовах актуалізується проблема споживацько-мотивованої політичної поведінки, яка дістала назву політичного консумерізму. Останній як одна із нових форм політичної активності привертає увагу дослідників у плані аналізу його причин і ймовірних наслідків для подальшого розвитку як окремих демократичних країн, так і глобалізованого світу в цілому. В силу своїх особливостей політичний консумерізм важко піддається оцінці і відповідно вимагає глибокого вивчення і осмислення.

Термін «політичний консумерізм», який нещодавно ввійшов у

науковий обіг, набув в політичній науці бінарного тлумачення. У своєму прямому значенні політичний консумеризм розуміється як новий вид політичної активності, який здійснюється не традиційними політичними засобами, а економічними, коли споживачі, займаючи певні політичні позиції, купують товари тільки вітчизняних фірм, користуються послугами тих компаній, з якими вони мають спільні ціннісні орієнтації, або навпаки, не купують товари компаній певних країн і не користуються їхніми послугами.

Консумеризація політичної поведінки є важливою складовою загального процесу маркетизації політичної сфери. Остання в ході глобалізації зазнає глибокої і своєрідної трансформації, яка виявляється зокрема у надмірному розширенні сфери її функціонування внаслідок її злиття з іншими сферами суспільства і, в першу чергу, з економічною. В результаті поряд з державою з'являються структури, які складають їй серйозну конкуренцію в плані здатності впливати на соціальні процеси. Глобалізація обумовила появу проблем, які знаходяться поза компетенцією національних законодавчих чи виконавчих органів, внаслідок чого обмежуються їхні можливості по забезпеченню умов життєдіяльності суспільства. Така ситуація примушує громадян звертатися до альтернативних моделей і способів політичної активності, шукати нові методи вирішення цих складних проблем. За допомогою нових форм політичної участі, зокрема політичного консумеризму, оминаючи державу, вони виходять напругу на крупні компанії, міжнародні організації з метою виразити свою волю і реально вплинути на нові виклики суспільного життя.

В нових історичних умовах відбувається криза традиційних інституціональних і формалізованих способів активності. Більшість громадян, особливо молодь, утримуються від участі в голосуванні чи вступу в політичні партії. Вони розширюють кордони вираження своїх політичних симпатій, поширюючи їх на різні сфери життя, здійснюють політику іншими засобами (lifestylepolitics) більш простішими, зрозумілішими, зокрема економічними, які не потребують спеціальних організаційних зусиль. Серед нових форм громадянської активності найбільшим попитом користується політичний консумеризм, який набув поширення в західноєвропейському світі, особливо в скандинавських країнах. Поява політичних консумеристів обумовила нові тенденції в суспільному житті. Відбулися якісні кардинальні зміни в політиці влади в результаті чого з'явилися нові кодекси корпоративної, громадянської поведінки, сформувався концепція соціальної відповідальності бізнесу. Підвищився рівень свідомості, політичної культури суб'єктів громадянського суспільства, які стали більш креативнішими і соціально

відповідальнішими. Набуття політикою нових рис неминуче веде до якісного перетворення всього соціального простору.

У другому значенні політичний консумерізм розуміють як політичне заробітчанство, коли громадяни у своїй політичній поведінці керуються виключно споживацькими, суто меркантильними інтересами. Політичний простір для такої категорії людей став переважно способом їхнього заробітку, отримання інших благ (захисту їхнього бізнесу, кар'єрного росту, підвищення соціального статусу). Вони легко поступаються свободами, ідеологічними, політичними цінностями заради свого добробуту. Саме в цьому значенні політичний консумерізм набув значного поширення на теренах українського суспільства і став тут не тільки масовим, а й набув найцінічніших форм. В Україні сформувалася ціла індустрія політичного бізнесу з відлагодженою системою відносин між лідерами, спонсорами, членами політичних партій і простими громадянами. Актив політичних партій створюється за форматом бізнес проектів, в яких рядові члени партії виступають «десятьниками» і за певну плату набирають людей для участі в тих чи інших політичних заходах. У цій квазіполітичній грі інтереси партійців і членів їх «десяток» збігаються (кожний із них бажає отримати певну вигоду), що виступає об'єднуючим фактором, в результаті чого, вони діють як єдине ціле, як одна команда, імітуючи роль патріотів, борців за соціальну справедливість. За керівниками і виконавцями закріплюють певні функції, кожна з яких має свою розцінку. Зокрема, керівники, як організатори цих політичних «шоу», зобов'язані домовлятися з виконавцями про конкретну участь в тих чи інших акціях, мітингах, демонстраціях, узгоджувати умови оплати за різні види роботи (за несення прапорів, транспарантів, скандування) і нести відповідальність за їхню поведінку, харчування тощо. У підтримці такого виду політичного консумерізму беруть також участь владні структури, зокрема представники влади на рівні керівників як місцевих, так і центральних органів, застосовуючи адмінресурс. Разом з партійними активістами вони створюють видимість діяльності громадських організацій і політичних партій, тобто громадянської активності.

В цих умовах сформувався тип людини як політичного «заробітчанина», «професійного» мітингувальника, який служить певній політичній силі, а інколи співпрацює з багатьма партіями, об'єднаннями, організаціями, перебуваючи у складі їхніх «ланок», «десяток». Для таких людей «гонорар» за участь у публічних акціях, за різні види роботи під час виборчих кампаній становить значну частину їхнього місячного доходу. Такий тип людини дивиться на свою поведінку більш прагматично, скидає з себе моральну відповідальність і перекладає її на організаторів та

організації. Найбільша питома вага людей-політзаробітчан серед малозабезпечених, безробітних, пенсіонерів, студентів, учнів та людей з початковою вищою освітою. Попит на таку категорію людей особливо зростає у періоди загострення політичного протиборства в країні, під час виборчих кампаній. Саме в ці періоди створюється максимум можливостей для їхнього заробітку.

Причини такого морального релятивізму, споживацького світогляду, який виносить за межі свідомості етичні критерії і ставить у центр моралі голий прагматизм, необхідно шукати не тільки в складних реаліях сучасного суспільного життя, а в першу чергу, в спадщині, яка дісталася українцям від радянської номенклатурно-бюрократичної системи. Жах, недовіра, незахищеність, безпомічність перед владою і владними інститутами глибоко вкоренилися у свідомості більшості людей і постійно транслюються новим поколінням. Теза, «від простих громадян нічого не залежить в країні», успадкована з радянських часів, живе й досі і постійно відтворюється у свідомості не тільки старшого покоління, а й, на жаль, у свідомості молоді. Саме ця теза була мотиваційною домінантою поведінки більшості радянських людей і продовжує визначати поведінку і дії переважної частини сучасних українців, що виражається в їх аполітичності, байдужості до будь-яких громадянських акцій, в недовірі в їх успіх. Безсилля перед владою і владними структурами є також головною причиною прагматичного, споживацького відношення політзаробітчан до політики, до забезпечення своєї власної безпеки і благополуччя. Тому для них краще таким (далеко не моральним) способом отримати від влади хоча б щось тепер, ніж не мати зовсім нічого.

Щоб направити політичний консумерізм в Україні у позитивне русло, необхідне, по-перше, державне втручання в цей процес, зокрема, врегулювання цього явища на законодавчому рівні. По-друге, потрібно активізувати ту частину громадян, які проявляють більший моральний ригоризм, і таким чином створити реальну альтернативу політичному заробітчанству. По-третє, якісніше проводити реформи у всіх сферах суспільства, що може підвищити авторитет і рейтинг суб'єктів влади і збільшити до них довіру громадян. Все це в сукупності може сприяти «перезавантаженню» свідомості як політичної еліти, так і простих громадян, підвищенню рівня їхньої культури, моральному очищенню суспільства і його переходу на цивілізаційні рівні розвитку.

Список використаних джерел

1. Алмонд Г. Гражданская культура и стабильная демократия / Г. Алмонд, С. Верба // Полис. – 1992. – №4. – С. 122.
2. Пшизова С.Н. Политика как бизнес: российская версия /

С.Н. Пшизова // Полис. – 2007. – №2. – С.109-123.

3. Пшизова С.Н. От «гражданского общества» к «сообществу потребителей»: политический консьюмеризм в сравнительной перспективе / С.Н.Пшизова // Полис. – 2009. – №1. – С.106.

4. Торяник В.М. Політичний консумеризм як спосіб делегітимізації влади // Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика вміщення соціально-політичних дисциплін. - 2011. - Вип.5. - С.57-62.

5. Торяник В.М. Теорія споживацької поведінки як предтеча концепції політичного консумеризму // Політологічні записки. - 2011. - №4. - С.53.

*Андрійчук Юрій Миколайович, магістр державного управління,
здобувач НАДУ при Президентіві України*

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ І МІСЦЕВИМ РОЗВИТКОМ В УКРАЇНІ

У сучасній українській науці та практиці публічного управління та адміністрування тільки-но починають формуватися підходи й поодинокі впроваджуватися окремі інструменти за регіональної та місцевої ініціативи, які враховують вирішення різнополярних завдань: забезпечення суспільної стабільності та залучення ресурсів і інвестицій в регіони.

Сучасні дві проблеми публічного регіонального управління – відсутність активної позиції на регіональному рівні в пошуку додаткових джерел фінансування та можливих шляхів ефективного розвитку власного регіону та відсутність інституцій які традиційно займалися регіональним і місцевим розвитком. Останні просто закриті чи перепрофільовані.

Так місцеві бюджети, які зростають завдяки сучасному процесу децентралізації та державний фонд регіонального розвитку поки не вирішують питання дієвого регіонального та місцевого господарювання. Порушена вся логіка регіонального та місцевого управління, зокрема стратегічного планування та взаємодії з центральною владою.

Відзначимо, що на відміну від інших розвинених країн в Україні бракує як дієвих і ефективних інститутів господарського розвитку на регіональному, муніципальному та місцевому рівнях. Декларування намірів модернізації не призвело поки до якісних змін системи управління на означених рівнях.