Міністерство освіти і науки України

Національний технічний університет

«Дніпровська політехніка»

|  |
| --- |
|  |

Навчально-науковий інститут гуманітарних і соціальних наук

Кафедра історії та політичної теорії

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра**

**студента** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Мостової Варвари Олегівни\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ПІБ)

**академічної групи** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_052-18-1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр)

**спеціальності 052 Політологія\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(код і назва спеціальності)

**за освітньо-професійною програмою – «Політологія**

(офіційна назва)

**на тему «Креативний клас в українській політиці»**

(назва за наказом ректора)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Керівники** | **Прізвище, ініціали** | **Оцінка** | **Підпис** |
| кваліфікаційної роботи | Галь Б.О. |  |  |
| **розділів:** |  |  |  |
| 1. Креативний клас як складова політичного процесу |  |  |  |
| 2. Феномен українського креативного класу |  |  |  |
| **Рецензент** |  |  |  |
| **Нормоконтролер** | Зенкін М. В. |  |  |

**Дніпро**

**2022**

**ЗМІСТ**

ВСТУП………………………………………………………………………………..3

РОЗДІЛ 1. КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ…………….………………………………………………………...........5

1.1. Поняття «креативний клас» ……………………………………...…………….5

1.2. Популізм як шлях креативного класу до політики…………………………………………..…………………………………15

РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОГО КРЕАТИВНОГО КЛАСУ……………………………...........................................................................25

2.1. Case С.Вакарчука і політичної партії «Голос»………………………………………………………………………….......25

2.2. Case В.Зеленського і політичної партії «Слуга народу» ……………………………………………………………………………………….38

ВИСНОВКИ………………………………………………………………………...52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…………………………………………..55

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** Технологічний розвиток і модернізація суспільства призвели до утворення нового соціального прошарку – креативного класу. Представники креативного класу – це та частина суспільства, яка на відмінну від робітничого класу та класу обслуговування займається творчою, інтелектуальною та інноваційною діяльністю в різних сферах економіки. Характерні особливості представників креативного класу – незалежність, свобода переміщень у просторі. Саме ці люди задають порядок денний і є зразком для наслідування та формують громадську думку.

В Україні креативний клас вже зародився і функціонує. Так, наприклад, зараз в Україні налічується близько 120 000 ІТ- спеціалістів, які є рушіями креативних змін, і їх кількість з кожним роком збільшується на 20%. Але для його повноцінного функціонування необхідне проведення змін на багатьох рівнях та консолідація сил як держави, так і бізнесу.

Завдяки своїй мобільності представники креативного класу з легкістю можуть здійснювати роботу в різних сферах і політика тут не стала виключенням.

**Стан дослідженості проблеми.** Теорія креативного класу була запропонована Річардом Флорідою і висвітлена у його книгах: «Креативний клас. Люди, які змінюють майбутнє» [45], «Homo Creativus. Як новий клас завойовує світ» [44], «Хто твоє місто? Креативна економіка і вибір місця проживання» [46].

Поняття популізм було досліджено у книзі Яна-Вернера Мюллера «Що таке популізм?» [55].

Джерелами для проведення аналізу українського креативного класу були: статути партій, публічні виступи та інтерв'ю для різних видань лідерів та інших представників партій

**Мета дослідження** виявити представників креативного класу в українській політиці і проаналізувати їхню діяльність.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання у роботі низки **дослідницьких завдань:**

* визначити поняття креативного класу;
* схарактеризувати популізм як спосіб діяльності креативного класу в політиці;
* проаналізувати окремих представників креативного класу в українській політиці;
* схарактеризувати досягнення і виклики представників українського креативного класу.

**Об’єкт дослідження –** сучасна українська політика.

**Предмет дослідження –** діяльність креативного класу в українській політиці.

**Методи досліджень.** Через те, що робота виконана на перетині політології та соціології,під час дослідження автором були використані як загальнонаукові методи – системний аналіз, синтез, порівняння, так і спеціальні – історико-хронологічний метод, методи аналізу новинних стрічок та виступів політиків, політичного аналізу та прогнозу.

**Елементи наукової новизни** у роботі полягають у тому, що вперше розглянуто поняття креативного класу в контексті української політики.

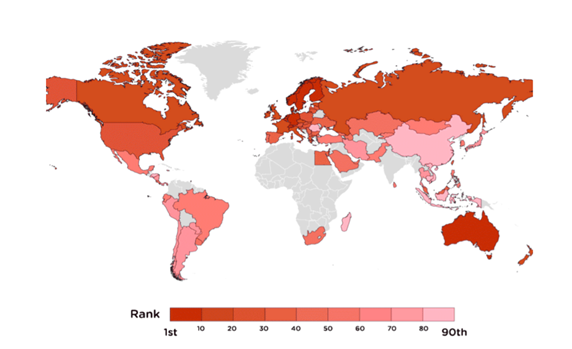
**Практична значущість** роботи полягає у тому, що отримані за підсумками проведеного дослідження результати можуть бути використані при висвітлені політико-соціологічних аспектів сучасної політики України у навчальних курсах з політології та соціології.

**РОЗДІЛ 1. КРЕАТИВНИЙ КЛАС ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ**

* 1. **Поняття «креативний клас»**

Сучасний світ розвивається з небаченою швидкістю. Те, що колись займало декілька днів, зараз можна зробити за кілька годин або і хвилин. Життя стає комфортнішим для людей. Те, чим користувалися ще якихось там 50 років тому, зараз вже лежить на смітниках. Постулати, на яких трималась основа тодішнього суспільства, поринули у небуття. Вчені та спеціалісти висунули безліч думок з приводу таких стрімких змін. Одні нарікали на зникнення традиційних соціальних і культурних норм, інші говорили про прихід світлого майбутнього, що базується на нових технологіях. Багато хто стверджує, що ми живемо в епоху інформаційної економіки або економічних знань. Так чи інакше, якби ми не викручувалися формулюючи цю тезу, слід звернути увагу на те, що істинною рушійною силою всіх вище перелічених процесів стала креативність, а точніше, так званий, креативний клас.

Капіталізм розширив область свого впливу завдяки використанню талантів груп інакодумців, які раніше ігнорувалися. Це спричинило ще одну разючу зміну: ті, кого в минулому вважали б ексцентричними диваками і хто належав до богемної периферії суспільства, опинилися тепер у самому центрі процесу інновацій та економічного зростання. Всі ці зміни в економіці та робочому середовищі, у свою чергу, сприяли поширенню та закріпленню аналогічних змін у суспільстві загалом. Творчу людину більше не вважають бунтарем — тепер вона стала представником нової панівної верстви населення.

За даними стратегічної фірми Creative Class Group (CCG), яка була заснована всесвітньовідомим урбаністом Річардом Флоридою, близько 300 млн. робітників з різних країн світу відносяться до креативного класу.

[56, с. 10].

Ми бачимо, що країни з найвищим рейтингом мають майже половину своєї робочої сили у творчій сфері. Серед них на першому місці Сінгапур, де 47,3 % робочої сили належить до креативного класу. У топі креативності також Нідерланди, Швейцарія, Швеція, Бельгія, Данія, Фінляндія, Норвегія, Німеччина, Великобританія та Естонія — всього 43,7 % мільйона працівників творчого класу. Набагато менша частка креативних представників у Португалії, Іспанії та Греції, які займають 41, 34 та 29 місце в цьому списку відповідно.

Якщо подивитися супутникові знімки Землі та відмітити на них, як економічна активність розподіляється по планеті, ми побачимо невеликі яскраві спалахи серед великих темних плям. Не Індія цілком, а Мумбай, не Бразилія, а Ріо та Сан-Паулу. Нью-Йорк, Вашингтон, Бостон, Чикаго, Детройт, обидві Каліфорнії, зони навколо Лондона, Москви та Казані. Таких мегарегіонів на планеті близько 40 і там живуть 18 % усього населення. Саме вони відповідальні за левову частку економічних результатів усього світу. Саме ці люди створюють сьогодні в країнах «першого світу» порядок денний, слугують прикладом для наслідування і формулюють суспільну думку [56, c.1].

Креативність стала провідним фактором розвитку економіки і суспільства, вона стала рушійною силою всіх процесів. Сьогодні ми вище, ніж раніше, цінуємо творчі здібності і більш активно сприяємо їх розвитку. Індивідуальність, самовираження та терпимість до відмінностей між людьми користується перевагою порівняно з однорідністю, комфортністю та прагненням бути як усі, що визначали в попередню епоху. Практично у всіх сферах – від автомобілебудування до індустрії моди, від харчової промисловості до інформаційних технологій – в довгостроковій перспективі перемагає той, хто здатен творити. Так було завжди, від часів аграрної революції і до промислової епохи. Помилковою є думка про те, що креативність це лише створення успішних винаходів, продуктів та компаній. У сучасній економіці креативність носить всеосяжний та безперервний характер, що сприяє поступовому удосконаленню продуктів та процесів. Креативність отримала своє визнання в першу чергу через те, що вона стала джерелом нових технологій, нових галузей, нових матеріальних благ та інших економічних переваг. Креативність в області технологій та економіки залежить від креативності в сфері художнього мистецтва та культури. Наявність такої залежності підтверджується виникненням нових галузей – від комп’ютерної графіки до цифрової музики та анімації. Як правило цей клас займає домінуюче положення за рівнем благоустрою і доходу: його представники заробляють у середньому у два рази більше ніж ті , хто належить до робітничого й обслуговуючого класу, а на нього приходиться більше половини від загального фонду заробітної платні [45, c. 46].

Поняття креативний клас сформулював американський економіст, географ та соціолог Річард Флоріда у 2002 році у книзі «Піднесення креативного класу». Креативним класом Флорида називає сукупність професій, які спеціалізуються на новому поєднанні знань та ідей для вирішення проблем. Він вважає, що рушійною силою сучасної економіки є не знання, а саме – креативність, те, що дозволяє нам створювати на основі цих знать корисні нові форми. У його системі «знання» та «інформація» - просто інструменти та матеріали креативності, а її продукт «інновація» у формі нового технологічного продукту, нової моделі або методу ведення бізнесу. Ядром креативного класу, Флорида вважає, представників таких областей діяльності, як наука і техніка, архітектура та дизайн, освіта, мистецтво, музика, індустрія розваг, — іншими словами, ті сфери, де генеруються нові ідеї, створюються нові технології та з'являється нова креативна складова. Крім цього ядра до складу креативного класу входить ширше коло креативних професіоналів з таких сфер, як бізнес та фінанси, право, охорона здоров'я та суміжні напрямки діяльності [45, c. 39].

Приналежність людини до того чи іншого класу визначається тим, які економічні функції він виконує. Цим обумовленні його культурні вподобання, цінності, стиль життя, соціальна ідентичність, звички як споживача, так і покупця. Формування креативної економіки здійснило величезний вплив на поділ людей на соціальні групи та класи: сформувалися нові, а старі піддалися змінам. Основна відмінність між креативним та іншими класами полягає у специфіці роботи, за яку їм платять. Робітникам та обслуговуючому персоналу платять, як правило, за рутинну роботу, а от тим, хто належить до креативного класу, — за інтелектуальну працю або когнітивні та соціальні навички [45, c. 72].

Вони займаються роботою, основна ціль якої – «створювати нові значимі форми». Як правило, така робота вимагає великого комплексу знань, а отже і високого рівня людського капіталу. Спеціалісти, які виконують таку роботу, можуть час від часу створювати методи або продукти, що отримують широке практичне застосування. Але це не входить у коло їх основних обов’язків . Чим вони дійсно повинні займатися постійно – так це самостійно мислити, в унікальний спосіб застосовувати стандартні підходи або знаходити їх оптимальне поєднання, постійно давати свою незалежну оцінку і час від часу пробувати щось нове.

Флорида розділяє креативний клас за родом їх діяльності на дві частини. Суперкреативне ядро цього класу – це вчені, інженери, університетські професори, поети та письменники, художники та актори, дизайнери та архітектори, а також інтелектуальна еліта сучасного суспільства: автори науково-популярних книг, експерти аналітичних центрів, оглядачі та інші люди, які формують суспільну думку. Окрім ядра, до складу цього класу входять так звані креативні спеціалісти, які працюють у різних галузях: освіти, технологій, фінансових послуг, охорони здоров’я, бізнесу та менеджменту.

Зі збільшенням кількості креативних професій спостерігається ріст креативної складової в інших професіях. Частішають випадки, коли представники робочого або обслуговуючого класу переходять до креативного. Згідно з дослідженням, яке Флорида проводив з Шарлоттою Мелландер, коли класи здійснюють подібну міграцію, то це призводить до підвищення продуктивності та збільшення заробітної платні. Особливо популярним це явище стало після кризи 2008 року, яка завдала потужного удару саме по цим двом класам, багато хто тоді втратив роботу або мусив зводити кінці з кінцями. У міру скорочення чисельності робітничого класу креативний клас зростав. З 2001 до 2010 років його чисельність зросла на 2,8 мільйона працівників, або на 7,6 відсотка, з 38,7 мільйона до 41,5 мільйона. За цей же період робітничий клас втратив близько шести мільйонів (майже кожного п'ятого працівника): його кількість скоротилася з 32,2 до 26 мільйонів. У той час, як у представників креативного класу, навіть у найскладніші часи, залишаються їх навички та освіта, що дозволяють у разі необхідності змінити роботу або навіть професію. Чого не можуть зробити інші класи.

Креативні люди відрізняються не тільки своїми навичками та знаннями, а, перш за все, цінностями. Саме ці цінності Флорида поділяє за трьома різними напрямами:

* *Індивідуальність*. Креативний клас – люди, які мають творчі здібності та вільне від обмежень мислення, завжди стоять проти догматичності, одноманітності, групових норм, суворих правил, а також жорсткого підпорядкування інструкціям.
* *Меритократія.* Грошова винагорода перестає бути вагомою мотивацією, поступаючись місцем посиленій роботі, підвищеній відповідальності, творчій стимуляції та нематеріальній мотивації. Креативний клас складається з амбітних людей, які прагнуть успіху і досягають його завдяки власним здібностям, їм важливе професійне зростання та саморозвиток. Меритократія пов'язана з такими принципами та переконаннями, як віра в те, що заслуги вимагають винагороди, успіх досягається шляхом впевнених дій та вдосконалення здібностей. Особливо виділяється незалежність та заперечення жорстких класових систем. Подібна система здатна забезпечити якісну, ефективну працю та реалізацію людського потенціалу в постіндустріальному суспільстві.
* *Різноманітність та відкритість.* Для креативного класу важливими є будь-які прояви різноманітності, а також існування відкритих систем, які дають можливість самовираження, розвитку та застосування здібностей. Увага приділяється свободі особи. Здатність сприймати людину такою, якою вона є, терпимість до відмінностей і повага до її здібностей є одними з головних цінностей креативного класу. Його представники, проголошуючи різноманітність та відкритість, відстоюють можливість подібної реалізації для будь-якої людини, незалежно від будь-яких її особливостей. З одного боку, представники цього класу зробили альтернативні цінності загальноприйнятими: властивий цьому класу нонконформізм спричинив виникнення конформізму нового типу. З іншого — багато основних цінностей креативного класу, такі як відданість меритократії і наполеглива праця, цілком традиційні й самі собою сприяють посиленню системи [45, c. 73].

Таким чином можна зробити висновок, що для представників креативного класу гроші – не основний фактор задоволення роботою. Найбільш важливим стає сам зміст роботи, можливість випробовувати себе, досягати визнання своїх професійних заслуг. А найбільший стимул для них — внутрішня нагорода, яку вони отримують завдяки своїй роботі та її креативній складовій.

Для креативного класу навіть саме поняття «робота» має інше значення. При виборі роботи для них мають значення такі фактори, як:

* *Цікава та відповідальна робота.* Для них не цікава монотонна робота в офісі. Для представників креативного класу важливо бачити результат своєї роботи. Вони прагнуть, щоб їхні старання приносили користь на ринку та в житті інших людей
* *Гнучкі умови праці*. Креативним людям потрібна свобода, яка дозволяє їм займатися сторонніми проектами і переслідувати власні інтереси, паралельно з основною роботою. Така практика допомагає працівнику вдосконалювати свої навички, які він застосовує також і у своїй компанії. Ще одним важливим аспектом є можливість самостійно займатися організацією робочого місця та визначати свою роль у компанії [45, c. 85].
* *Визнання колег.* Визнання колег та репутація – це потужне джерело мотивації. Більшість розробників відкритого програмного забезпечення нічого не отримують за час, який вони витратили на свою роботу. Зазвичай, вони безкоштовно розміщують в мережі свої продукти, де отримують зворотній зв'язок від колег. Саме це стає для них нагородою [45, c. 87].
* *Місце розташування та суспільство*. Тепер працівники хочуть жити там, де створено стимулююче та креативне середовище. Деякі представники креативного класу спочатку обирають місце, де б вони хотіли жити, а вже потім починають пошук роботи в цьому регіоні. Також люди прагнуть брати активну участь у житті місцевого суспільства, але для цього необхідно, щоб роботодавець надавав певну свободу дій [45, c.92].
* *Не тільки гроші.* Низька заробітна платня викликає обурення у креативного класу, як і в інших. Але цим усе не обмежується. Задоволення роботою залежить від двох важливих факторів: залученість персоналу та ефективність управління. Чим більше працівники залучені у свою роботу, тим вищий їх рівень задоволення. Але ніщо так не породжує незадоволення, як некомпетентне управління [45, c.92].
* *Відношення.* На відмінну від робітничого класу, представники креативного розраховують, що з кожним із них будуть спілкуватися як з унікальною людиною. Для них велике значення має внутрішня винагорода, що виражається у визнанні та самоактуалізації.

Мотивація розумової праці, якою займається креативна людина, потребує абсолютно нового робочого простору. Це місце повинно бути сприятливим для роботи та відпочинку, а також організоване індивідуально для кожного робітника. Цим можна обґрунтувати те, що сучасні офіси оснащені різноманітними lounge зонами, ігровими та кухнями, де можна зробити чай або каву. Зазвичай креативні люди живуть ніби в потоці, у них немає чіткого поділу на робочі години та вільний час, одне плавно перетікає в інше. Основним завданням для компаній є створення середовища, в якому людина захоче проводити більше часу, ніж вдома або в улюбленій кав’ярні. Так, наприклад, серед працівників компанії Google немає звички під час обідньої перерви виходити з офісу, щоб поспілкуватися з друзями та знайомими. Бо компанія створила такі умови, де працівники можуть спілкуватися один з одним на місці [45, c. 115].

Окрім комфортного середовища, креативний клас обирає на свій розсуд як час, так і день для роботи. Так як більшість направлень пов’язана з проектами, а їх реалізація відбувається циклічно: періоди інтенсивної роботи зміняються більш спокійними періодами. Креативна робота потребує великої концентрації, але її не можна виконувати безперервно. Тому багато хто з працівників бере собі за звичку після багато годинної роботи виходити на довгу прогулянку або кататися на велосипеді, щоб зарядитися енергією і з новими силами продовжити роботу далі. Креативну роботу не можна регламентувати подібно до того, як це відбувалося з ручною працею на заводах та старих офісах. Так як більшість креативної роботи виконується у людини в голові, цей процес неможливо побачити, тому надмірний контроль і обмеження тут недоречні. На думку Питера Друкера ключ до мотивації креативних людей полягає в тому, щоб спілкуватися з ними як «з де-факто- волонтерами, що пов’язані з компанією прихильністю до її цілей та задач [45, c. 122].

Також слід звернути увагу на їхній дресс-код, якого по суті немає. Креативний клас одягається так, аби виразити свій характер, як це роблять, наприклад, художники або вчені. Вони одягаються просто та практично, щоб сконцентруватися на творчих задачах, якими займаються в даний момент. Вони одягають те, що хочуть [45, c. 122]. Наприклад, Стів Джобс – американський підприємець і один із співзасновників компанії Apple. Джобс був новатором у всьому: не лише в технологіях, промисловому дизайні та підході до життя, а й у манері одягатися. Стів носив одне й те саме — сині джинси, чорну водолазку і кросівки. Практично, просто і скромно. Він говорив, що чим старшим стає, тим менше речей купує, бо покупки здаються йому безглуздими. Якість роботи, на думку Джобса, залежить від способу життя. Він запевняв, що така аскетичність в одязі не відволікає його від роботи, а колег, партнерів та потенційних покупців від нього самого [42].

В Україні, як і в більшості розвинених країн світу, креативний клас успішно розвивається та формує суспільство. Згідно дослідження порталу «Liga.net» за 2018 рік, в Україні 16.9 млн. економічно активних громадян, з них близько 470 тисяч працюють в сферах креативної економіки. Вони приносять країні близько 105 млрд грн. (або 4,4% ВВП) [19]. Сюди ж відносять спеціалістів IT-сфери, яку вважають найперспективнішим сектором розвитку економіки. За даними Кабінету Міністрів України, у 2019 році на долю інформаційних технологій прийшлось 3,9% ВВП — 138 млрд грн. Державна скарбниця поповнилася на 32 млрд грн. податків. Якщо порівнювати з податковими нарахуваннями зі сфер інфраструктури та транспорту, які склали 29,4 млрд., то ІТ-шники поповнили державну скарбницю на 32 млд. грн. До того ж ця сфера допомагає вирішувати питання безробіття в нашій країні, адже кожен працюючий ІТ-спеціаліст у середньому може забезпечити роботою близько 11 працівників в інших сферах.

Є думка, що творчі люди у роботі дуже вибагливі і потребують спеціальних умов, тому більшість роботодавців можуть їх уникати. Але на думку львівського ресторатора Марка Зархіна саме ці люди, а не ті, які тихо сидять і працюють, принесуть нові ідеї. Звісно, іноді фінансові можливості можуть обмежувати бажання, але як зазначає Марк – креативність допоможе: «Ми креативимо і наче будуємо ракету: у неї мають бути крила та багато іншого. Але приходить менеджер і каже: «Ми не можемо цього зробити, не вистачає бюджету», - і обрізає тут і тут. Так з ракети виходить ковбаса, а ковбаса не літає» [19].

В цілому Україна має великий потенціал у напрямку креативності. Але щоб збільшити відсоток креативного класу, суспільство повинно бути готовим до змін, які повинні початися з освіти. Адже важливо те, наскільки громадська система дозволить людям реалізовувати свої творчі ідеї.

Для зручності здійснення подальшого аналізу, я визначила п’ять ознак креативного класу:

1. інтелектуальна праця, творчість
2. мобільність
3. здатність формувати суспільну думку
4. здатність брати на себе колективну відповідальність
5. соціальна активність

У своїй роботі «Креативний клас. Люди, які змінюють суспільство» Річард Флорида зазначив, що він не буде розглядати креативний клас, використовуючи політичні аспекти. Тому я спробую самостійно провести дослідження і відслідкувати наявність та діяльність креативного класу у політиці.

**1.2. Популізм як шлях креативного красу до політики**

У сучасній політиці популізм дуже поширене явище, яке в більшості випадків сприймається негативно. Не дивлячись на це, за останні 20 років популістські партії збільшили втричі свою підтримку в Європі. У 1998 році за політиків популістів були готові голосувати лише 7% європейців, зараз таких вже 25% – це кожен четвертий. Із маргінальної сили активісти перетворилися в частину політичного істеблишменту, який присутній щонайменше в 11 урядах країн Європейського союзe [50]. Причину появи терміну пояснюють кризою репрезентації: усім набридло політичне представництво, люди хочуть у чомусь реально брати участь [53].

Головним сучасним політиком-популістом називають Дональда Трампа. Популісти перебувають при владі також в Італії, Венесуелі, Польщі, Угорщині, Туреччині, нещодавно вони здобули перемогу в Бразилії. Але головне, що мене цікавить, це те, чи можемо ми зустріти представників креативного класу серед політиків популістів.

Поняття «популізм» не має загальноприйнятого в науці визначення, але є ряд ознак, які виділяють більшість дослідників. За ними, популістів можна відрізнити від усіх інших, припустити, як вони будуть поводитися у великій політиці, зокрема, якщо прийдуть до влади. У своїй книзі «Що таке популізм?» Ян-Вернер Мюллер визначає популізм як «особливе моралістичне відображення політики, спосіб сприйняття політичної дійсності, що передбачає моральну чистоту та внутрішню однорідність народу, який протиставляється корумпованим і морально деградованим елітам» [55, c. 55].

Популісти стверджують, що тільки вони є представниками народу, а їх суперники лиш розбещені представники еліт. Так, наприклад, нещодавно обраний президент Бразилії Жаір Болсонару, який сам має репутацію політика-популіста, у першій же своїй промові після виборів закликав бразильців «припинити загравати з популізмом» [53]. Але окрім того, що популісти виступають проти еліт, вони є противниками плюралізму.

Головною метою популіста є об’єднання свого народe, при цьому він постійно виступає проти тих, хто, на його думку, не є частиною «справжньої Америки» чи «справжньої Італії». Головне твердження популістів: хто не підтримує популістичну партію, не є частиною істинного народу. На передвиборчому мітингу в травні 2016 року Дональд Трамп наголосив, що *«найважливіше – це об’єднання народу, тому що інші люди нічого не означають»* [55, c. 59]. Для популіста є важливим встановити, не тільки хто саме належить до істинного народу, але і, якимось чином, сформувати потреби і бажання цього народу. Зазвичай, вони висувають ідею про те, що існує загальне суспільне благо, яке народ бажає досягти, і що є політик чи партія, які здатні забезпечити цей курс [55, c. 67]. На основі такого блага може бути сформований політичний курс, що буде вважатися єдиним правильним.

Сеймур Мартин Липсет стверджував, що популізм привабливий для «*вибитих з колії, роздратованих, психологічних безхатьків, які пережили особисті невдачі, соціально ізольованих, позбавлених відчуття економічної безпеки, малоосвічених, простодушних та авторитарних особистостей»* [55, c. 50]. Дійсно, в більшості випадків, прихильники популістичних партій мають менший дохід і нижчий рівень освіти, вони поверхнево обізнані в політичному середовищі, тому ведуться на гучні гасла та яскраві банери. Наприклад, у Франції та Австрії популісти мають велику популярність, бо роблять акцент на робітничому класі, який становить велику частку від усього населення.

У якийсь момент може здатися, що популісти представляють ідею демократичного представництва народного волевиявлення, але насправді цей факт можна вважати чисто символічним. Адже популісти сприймають народ, як «*уявну конструкцію, яка винесена за рамки демократичних процедур, чия воля буде розігруватися в якості козирної карти, яка повинна відбити реальні результати демократичних виборів»* [55, c. 70]. Але, в цілому, популісти не виступають проти представництва, вони скоріше відстоюють його своєрідну версію, коли «правильні» представники представляють «правильний» народ, приймають «правильні» рішення і роблять «правильні» речі.

Не дивлячись на певне знецінення народної позиції як такої, популісти виступають за референдуми. Вони сприймають референдум як «інструмент ратифікації того, що політичний лідер вже визначив в якості справжніх народних інтересів, з точки зору приналежності, а не з точки зору агрегування емпірично верифікованих інтересів [55, c. 74]. Я б назвала це ефектом видимості політичної участі населення: людям до вподоби, коли їхня думка є цінною, вони відвідують референдуми, але їх вибір на підсвідомому рівні вже зроблений під впливом домінуючих популістичних віянь у суспільстві.

Щодо самих лідерів, то їм взагалі не обов’язково бути харизматичними та яскравими особистостями. Важливим є тільки те, що лідер повинен транслювати відчуття безпосереднього зв’язку з народом, а краще – з кожною людиною окремо. Саме тому в передвиборчих компаніях Уго Чавеса, президента Венесуели в 1999—2002, 2002—2013 роках, домінували такі лозунги, як «Chávez es pueblo!» («Чавес – це народ!») та «Chávez somos millones, tú también eres Chávez!» («Чавес – це мільйони нас, ти теж Чавес!»). Навіть після його смерті люди об’єднувалися під лозунгом: Seamos como Chávez («Будемо як Чавес») [55, c. 84]. Для популістів важливо працювати з народом «на пряму», без посередників, щоб створювати атмосферу максимальної близькості з народом. Тому серед політиків є актуальним ведення сторінок у соцмережах, де оминаючи різноманітні ЗМІ, кожен громадянин може отримувати важливу інформацію з перших вуст, задавати питання в режимі реального часу. Під час перевиборчої кампанії 2016 року «Twitter» Дональда Трампа став його запорукою успіху. За допомогою щоденних твітів, обмежених 140 знаками, Трампу вдавалося спілкуватися з 20 мільйонною аудиторією і навіть зі світовими лідерами, тоді його сторінка у «Twitter» стала найпопулярнішою у мережі.

Щоб описати це явище Надія Урбінаті, італійський політичний теоретик, придумала поняття «пряме представництво», що означає пряме спілкування між громадянами та їх обраними представниками [58]. Прикладом може послужити Беппе Грілло та його рух «П’яти зірок» в Італії, який буквально виріс із блогу Грілло. Кожен італієць може зайти на сайт Грілло та висловити свою позицію.

В українському політичному дискурсі популізм визначають, як будь-яку обіцянку та стратегію, що апелює до широких мас та відповідає на соціальний запит. Заклики підвищувати соціальні стандарти, знижувати комунальні тарифи вважають «пропагандою простих вирішень проблем, які таких рішень не мають». Невиконання політиками, які приходять до влади, «популістських» обіцянок сприймається як свідчення їх нездійсненності, а не опори політиків на фінансово-промислові групи. Попри це популізм в українській політиці став нормою і наразі серед українських політиків важко знайти ти, хто не схиляється до популізму [51].

«Рух п’яти зірок» (з італійської «Movimento 5 Stelle») - це італійська партія, яка буквально виросла з блогу Джузеппе Грілло, вона є найбільш вдалим прикладом діяльності креативного класу в політиці. На парламентських виборах 2018 року партія отримала 32,7 %. Згодом партія партія стала ініціатором, так званого, «уряду змін» (governo cambiamenti).

Ідея створення «Руху п’яти зірок» належить двом відомим людям в Італії: підприємцю, консультанту по інформаційним технологіями Джанроберто Казаледжо та актору-коміку Джузеппе «Беппе» Грілло. З 2005 року Грілло додає собі статус політика і паралельно починає вести блог. Спочатку основною темою блогу стає переробка міських відходів. Ця тема є дуже актуальною в Італії, тому блог швидко набрав своїх читачів. Просуванням блогу займався Джанроберто Казаледжо. Його називають ідеологічним та інтелектуальним лідером «Руху п'яти зірок». Казаледжо говорив, що їх з Грілло ролі відрізняються тим бекграундом і характером, який кожен із них має: якщо Грілло – актор з відповідним досвідом та кар'єрою, то Казаледжо ‒ технолог, консультант та керуючий фірмою. Джанроберто запустив блог, використовуючи технологічні напрацювання своєї IT-компанії «Казаледжо Ассочіаті» (Casaleggio Associati). Він займався внутрішньою складовою руху [15, c. 131].

Казаледжо розпочинав свою кар'єру як програміст, проект-менеджер, пізніше зайнявся e-commerce2. Насамперед, його називають підприємцем у сфері електронної комерції, відповідно його компанія «Казаледжо Ассочіаті» спочатку послужила платформою для запуску блогу. В той же самий час Казаледжо зацікавився політикою та робив спроби брати участь у політичних процесах, наприклад, брав участь у місцевих виборах, але безуспішно. Незважаючи на це, прагнення до політики та суспільної діяльності збереглися у Казаледжо протягом усього життя.

Казаледжо і Грілло є представниками креативного класу, адже: один комік інший – підприємець, займаються інтелектуальною та творчою працею; їх можна визначити як мобільних особистостей, оскільки Грілло займається акторською діяльністю, веде свій блог, а Казаледжо окрім своєї роботи, вирішив допомагати блогу Грілло; Грілло притаманна здатність формувати суспільну думку, що він робив через свій блог, там і показував свою соціальну активність; обидва могли брати на себе колективну відповідальність, адже у Казаледжо була своя компанія, а Грілло неодноразово працював в команді, в театрі, чи на знімальному майданчику.

Цей факт безпосередньо має значний вплив на характер цього утворення: ідеєю було створення нового політичного руху, який би відрізнявся від існуючих, був би привабливий для виборців, які займають аполітичну позицію або ж зневірилися в «старих» політичних силах. Вибір коміка в якості фронтмена політичного руху є досить логічним у рамках італійської культурної традиції: блазню-коміку завжди дозволялось висловлювати те, що не могли сказати вголос інші. Блазень говорить про серйозні речі більш простою та доступною мовою, зрозумілою для «звичайного народу».

Історія співпраці цих італійців бере початок з 2004 року, тоді Казаледжо відвідав зі своїми друзями один із спектаклів Беппе Грілло і, можливо, там комусь з них приходить у голову думка про формування команди політичного руху. До 2005 року був сформований тандем Казаледжо – Грілло і запустився блог Грілло. Блог Грілло починався як блог сатирика і критика фінансових груп та банківської системи, європейської бюрократії, політичного істеблішменту, він критикував консьюмеризм як стиль життя. Але, з часом, у блозі почали з’являтися питання національної політики та критика діючого політичного устрою в Італії.

Зараз блог Беппе – це ціле підприємство , яке працює як видавництво по випуску книг та відеопродукції, ведеться також продюсерська діяльність по організації виступів Грілло. Активність в блозі та якість публікацій свідчила про те, що над ним працює ціла команда професіоналів, кістяком якої є спеціалісти з «Казаледжо Ассочиати». Казаледжо був також видавцем і співавтором книг Грілло, таких як «Il Grillo canta sempre al tramonto» («Цвіркун завжди співає на заході сонця»), «Siamo in guerra: per lа nuova politica» (« Ми на війні: за нову політику») та ін. Крім того, саме Казаледжо приписують заслугу просування як блогу, так і всього «Руху п'яти зірок»: італійські джерела вказують, що, наприклад, для просування акції V-Day 2007 р. Казаледжо використав усі можливі ресурси, включаючи як історичні посилання, такі як, наприклад, «прохід римськими дорогами», так і роботу в соцмережах. Казаледжо досвідчений політтехнолог, який вміє працювати і зі ЗМІ, і з соціальними мережами, і з різними групами цільової аудиторії, знаходячи необхідні канали для кожної з них [15, c. 133].

Завдяки тому, що блог дозволяв формулювати та обговорювати теми політики, економіки та екології у більш вільній формі, ніж це дозволяли собі існуючі партії та ЗМІ, читачі блогу стали сприймати Грілло та інших учасників блогу як однодумців та частину певної спільноти. А відсутність політичної та фінансової ангажованості приваблювало все більше і більше учасників. Вдало працювали на активність руху акції, такі як V-Day, до речі одна з таких наймасштабніший акцій 4 вересня 2009 року, в день пам’яті Святого Франциска Ассізського, вважається днем становлення «Руху п’яти зірок». Виступаючи перед публікою на Площі Сан-Карло, Грілло прокоментував зібрання такої великої кількості людей: «Ми вчинили такий безлад! Вони і досі намагаються зрозуміти, що відбувається! І ми хочемо присвятити цей V-день іншим демонстраціям, оскільки ми природні спадкоємці наших дідів!». Тут дуже чітко прослідковуються популістичні закиди, говорячи «ми» він ототожнює себе з народом. Також Грілло досить часто використовував словосполучення «нормальні люди», називаючи так звичайних італійців, незалежно від статі, професії та сімейного стану. Так, під час виборів до місцевих органів влади він сказав: «Я хочу бачити при владі нормальних людей - мама трьох річної дитини, 23-річна випускниця коледжу, інженер...- це люди, яких я хочу бачити в парламенті - не політиків, які вже довгий час будують політичну кар’єру, які збагачують свій гаманець, статус і нарощують вплив як «ходячі мерці» [47, c. 53]. Чим більше проводилося таких акцій, тим більше людям хотілося висловлювати свої думки, займати свої позиції в суспільному та політичному житті Італії. Така логіка повністю відповідала цілям творців руху і позитивно вплинуло на формування політичної сили.

Принциповою новизною проекту була і є можливість проведення виборів онлайн, коли будь-який користувач блогу може запропонувати свою кандидатуру в якості регіонального представника і лідера руху. В свою чергу, інші користувачі можуть проголосувати за нього, опираючись лише на суть пропозицій, які пропонує кандидат, не звертаючи при цьому увагу на його статус, одяг, зовнішні ознаки забезпеченості – на все, що підпадає під критику «Руху п’яти зірок». Така технологія гарно спрацювала на залучення молоді до Руху. «Ми спонукаємо людей говорити про урізання їхніх заробітних плат та безцінних пенсій. Ми спонукаємо людей говорити про нашу программу, бо вона для наших громадян, і створена вона нашими громадянами. Але ви все ще не розумієте, хто перед вами. Я не лідер. Я – гарант», - так на на прес-конференції в Палаццо Мадама, в вересні 2013року, Грілло закликав громадян відстоювати свої права [47, c. 53].

Допоміжним інструментом для проведення прямого голосування стала розроблена «Казаледжо Ассочіаті» інтернет- платформа «Руссо», або як визначають її творці руху «це операційна система «Руху п’яти зірок» [15, c. 134]. Її ціль – управління різноманітними виборчими компонентами (італійським та європейським парламентом, регіональними та комунальними радами) та участь зареєстрованих користувачів в житті руху. Крім того, на «Руссо» можна пропонувати закони, голосувати за виборчі списки або за вибір політичних позицій «Руху п’яти зірок», щодо окремих тем. Така система дозволяє громадянам бути максимально залученими в суспільно-політичне життя країни, тим паче, що це не просто слова – за допомогою платформи було внесено близько 5 тисяч законопроектів. Вже до кінця 2008 року, за допомогою «Руссо», були сформовані осередки у різних містах та регіонах Італії. До 2009 року рух був повністю готовий до початку активної політичної діяльності. На той момент публікації в блозі Грілло базувалися на критиці Берлусконі, чия коаліція перемогла на останніх виборах, тоді то і стало зрозуміло, що політика «Руху п’яти зірок» отримає свою підтримку.

Партія досягла серйозних успіхів у політичній боротьбі і в лютому 2013 року посіла третє місце з понад 25% підтримки на парламентських виборах, такий результат став сенсацією для італійської спільноти. Майже через рік після успішних виборів риторика партії почала змінюватися. Причиною стала зміна лідера головної ліво-центристської сили – Демократичної партії. З грудня 2013 року її очолив Маттео Ренці. Його погляди в деякій мірі відповідали тим, які сповідував «Рух п’яти зірок». Він виступав за оновлення влади і зміну поколінь в політиці, також можна було відслідкувати помірну критику еліт.

Коли Ренці почав просувати деякі ідеї Руху, прихильники «Руху п’яти зірок», які називали себе ліво-центистською - почали активно підтримувати очільника «Демократичної партії», що звичайно ж викликало незадоволення Грілло, і він вирішив дискредитувати Маттео Ренці. Одним з найяскравіших прикладів протесту проти Ренці був пост Грілло, в якому він звинувачував Маттео Ренці в тому, що той ніби підконтрольний масонським організаціям. Але такі методи не спрацювали і Демократична партія на виборах до Європейського парламенту перемогу отримала 40,8% голосів, в той час як Рух набрав лише 21,2%77 голосів.

Провал на виборах поклав початок змінам всередині «Руху п’яти зірок» – до кінця листопада 2014 року утворилась новопризначена дирекція партії, яка складалась з п’яти депутатів – Алессандро Ді Баттіста, Луїджі Ді Майо, Роберто Фіко, Карла Руоко та Карло Сибілія. З 2015 року почала зменшуватися активність Грілло як фронтмена партії і з’являлися чутки, що дует Казаледжо – Грілло розпадається. Але вже за рік, в квітні 2016 року, Казаледжо помирає, після двох річної боротьби з онкологічним захворюванням. Згодом відбувається розподіл блогів: виникає окремо сайт «Руху п’яти зірок» і продовжує існувати блог Грілло, де тепер політичні питання майже не освітлюються, а статі носять скоріш філософський характер. Також на сторінках блогу можна придбати книги та відеопродукцію Грілло, дізнатися розклад вистав. При цьому, компанія «Казаледжо Ассочіаті» продовжувала підтримувати і розвивати діяльність «Руху п’яти зірок» і блог Беппе Грілло, не дивлячись на смерть Казаледжо.

В 2015 році відбулося онлайн-голосування, за результатами якого новим лідером партії стає Луіджи Ді Майо. Ді Майо досить швидко завоював прихильність серед своїх однопартійців, затвердивши себе як лідера, в той час як Грілло повністю відійшов на задній план і виконував роль «мудрого наставника». Грілло іноді брав участь у заходах «Руху п’яти зірок» в якості «символу Руху». Про те, ні Ді Майо , ні Грилло офіційно не оголошували відхід Грилло від справ партії, наголошували, що вони «разом у Русі».

Довготривале формування «уряду змін» наприкінці травня 2018 р. призвело до приходу в уряд суперечливої ​​коаліції з «Лігою». З цього моменту можна говорити про перший у Європі уряд популістів. «Уряд змін» з червня 2018 р. до серпня 2019 р. пройшов через ряд криз. Криза серпня 2019 р. виявилася останньою для коаліції «Рух п'яти зірок» – «Ліга», але продемонстрував політичну зрілість «Руху», що дозволила знайти компроміс і створити уряд із «Демократичною партією».

2018 року рух добився успіху на чергових парламентських виборах. Ці результати виявилися найкращими серед усіх партій Італії, але відносну перемогу все ж таки здобула правоцентристська коаліція на чолі з партією «Ліга Півночі», яка отримала приблизно по 37% голосів на виборах до кожної палати парламенту. Але після свого тріумфу на виборах 2018 року парія почала втрачати підтримку через внутрішню боротьбу і зміну політичного курсу, тепер їх підтримує 16 % електорату. У 2021 році «Рух п’яти зірок» очолив екс-прем’єр міністр Італії Джузеппе Конте. Таким чином для партії почався новий етап в історії [ 59, с. 249].

Проект «Рух п’яти зірок» став феноменом італійської політики. Він є прикладом того, як за допомогою інтернету та соціальних мереж, прямої демократії, онлайн-голосувань можна створити партію національного масштабу з користувачів блогу. «Рух п’яти зірок» має унікальну історію в італійській політичній системі. Партія спирається на технократичну форму управління та акцентує увагу технічному досвіді «звичайних» громадян, а не «професійних» політиків, її дискурс також містить форми традиційного популізму (наприклад, посилання на la casta для позначення правлячого класу). Природа популізму «Руху» закладена в критиці італійської політичної системи, якою керують еліти, і в необхідності здійснення демократії руками «звичайних» людей , використовуючи для цього інтернет ресурси. Партія поширює ідею суспільства, де кожен може бути експертом і виконувати свої завдання. Саме такий акцент привернув увагу громадян і підвищив популярність «руху».

**РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОГО КРЕАТИВНОГО КЛАСУ**

* 1. **Case С. Вакарчука і політичної партії «Голос»**

Участь зірок шоу-бізнеса у політиці для українців не в новинку. Починаючи з 1990-х років серед депутатів були співаки, актори, музиканти, адже тоді політичне життя країни тільки набирало обертів і в політиці було мало знайомих обличь, тому саме вони давали певний орієнтир для необізнаного суспільства. Далі політики почали використовували відомих людей під час своїх передвиборчих кампанії, щоб залучитися якомога більшою підтримкою на виборах. Особливо активно залучали зірок до політичного життя під час Помаранчевої революції у 2004 році та Майдану 2013 року, де вони брали участь у акціях та влаштовували концерти на майдані Незалежності. Зараз також маємо достатньо прикладів зіркових політиків: Михайло Поплавський, який отримав свого мандата ще у 2002 році, протягом всього часу активно долучався до політики, у 2019 році на парламентських виборах очолив виборчий список Аграрної Партії, до парламенту не потрапив. Гео Лерос – режисер та оператор, засновник і куратор міжнародного арт-проекту «Art United Us», у 2019 став позаштатним радником Володимира Зеленського. Ресторатор та телеведучий Микола Тищенко – з 2019 року заступник голови фракції «Слуга народу» [10]. І цей список можна продовжувати, але для проведення аналізу зосередимося на двох особистостях: Святослава Вакарчука та Володимира Зеленського.

Святослав Вакарчук – сорока шести річний український співак, народився у місті Мукачево, Закарпатської області. Має дві вищі освіти (фізика-теоретика та економіста-міжнародника), здобуті у Львівському державному університеті ім. І.Франка. Захистив кандидатську дисертацію на тему «Суперсиметрія електронів у електромагнітному полі». Декілька років викладав у Львівському державному університеті ім. І.Франка. С. Вакарчук мав великі амбіції для продовження своєї наукової діяльності, але після закінчення університету, попри вмовляння батьків, він обрав кар'єру музиканта. Всі свої здібності і талант Вакарчук об’єднав у гурті «Океан Ельзи», що був започаткований у 1994 році. За роки свого існування гурт став улюбленцем публіки, тепер їх пісні співають стадіони, а тексти пісень розбирають на цитати. «*Це була складна дорога. А уже як побічний ефект цього прийшов певний успіх, у тому числі комерційний, популярність. Але, повірте, основним бажанням було зробити щось, щоб в України був привід сказати: «Вау, це круто!»*, - так говорить Вакарчук про свій творчий шлях [40]. Публіка та критики неодноразово визнавали «Океан Ельзи» найкращим рок-гуртом та найкращим live-гуртом СНД та Східної Європи. Також гурт регулярно гастролює з концертами по всьому світу, насаджуючи любов до української творчості за межами рідної країни.

Сам Святослав дуже творча людина, він є автором більшості пісень гурту. На сьогоднішній день «Океан Ельзи» презентували публіці 9 студійних альбомів. С. Вакарчук є фронтменом, творцем і лідером гурту, але усі організаційні питання виконує концертний менеджер гурту Вікторія Хоменко.

Святослав Вакарчук є представником креативного класу, адже : він займається інтелектуальною, творчою працею – співак, лідер музикального гурту; Вакарчук завдяки своїй творчості здатен формувати суспільну думку, як доказ його багатотисячна армія прихильників; він мобільна людина, бо займається не тільки творчістю, а і науковою діяльністю, пробував свої сили у політиці; Вакарчук здатен брати на себе колективну відповідальність, адже є лідером гурту, який існує не один рік; він – соціально активна людина, брав участь у Помаранчевій революції, Революції гідності, займається благодійністю.

За свою кар’єру Вакарчук встиг піти з політики і повернутися до неї. В 2004 році був активістом під час Помаранчевої революції, виступав за підтримку Віктора Ющенко. Взагалі Святослав завжди вважав, що «Океану» краще триматися подалі від політики і засуджував, коли деякі його колеги виступали на підтримку кандидатів у президенти, щоб заробити грошей. *«Але, коли, я пам’ятаю, сталося труєння Ющенка, у мене від злості зуби заскреготали. І я пам’ятаю, що я сам прийшов у штаб і сказав: «нам нічого не потрібно, якщо потрібна наша допомога – ми готові допомагати». І всю помаранчеву революцію і я, і мої колеги по волонтерськи провели на цих майданчиках»*, - так коментує свою позицію у 2004-му С. Вакарчук [57]. Після перемоги Ющенко, у 2005 році, Святослав став радником президента, а також послом доброї волі ООН, займався соціальними проектами, направленими на боротьбу з торгівлею людьми.

Вперше Вакарчук зайшов до парламенту у 2007 році у складі блоку «Наша Україна – народна самооборона» – об’єднання з 9 партій, яке орієнтувалося на лідера Помаранчевої революції й тогочасного президента Віктора Ющенка.  Судячи з мізерної кількості інформації щодо його депутатства, Святослав був не активним політичним діячем. Відомо, що він був членом комітету з питань свободи слова та інформації, головою підкомітету з питань телебачення та радіомовлення, зрештою, не став автором жодного законопроекту, не написав жодного депутатського запиту. Подав лише дві правки до законопроектів про рекламу цигарок і протидію корупції, одну з яких врахували. Але можна сказати, що Вакарчук був духовним натхненником партії – він на чолі гурту «Окан Ельзи» активно підтримував Помаранчеву революцію, а його пісня «Вставай» стала другим гімном Майдану після державного [6].

За першим разом Вакарчук пробув депутатом менше року – 23 листопада 2007 року набув повноважень, а 11 вересня 2008 написав заяву про відставку. «*Це рішення стало підсумком важких роздумів протягом кількох місяців і здається мені чесним кроком до виборців», - сказав він. Святослав Вакарчук тоді сказав, що політичне життя країни «звузилося до безжальної боротьби за владу, жертвами якої стають національні інтереси». «За таких умов єдиний шлях бути собою – це піти»*, -сказав він [38].

В 2015 році Святослав Вакарчук став стипендіатом програми Йельского університету Yale World Fellow 2015, яка була направлена на побудування мережі нових світових лідерів та розширення міжнародного взаєморозуміння. Відтоді, вперше за довгий час, почали ширитися плітки про те, що Вакарчук готується до великої політичної кар’єри, а можливо і до президентства. Вже з 2018 року, майже за рік до чергових президентських виборів, Святослав Вакарчук почав не просто з’являтися у соціологічних опитуваннях, але і займати перші позиції. Але навіть після такого, він ще довго спростовував, що в нього є якісь політичні амбіції. І лише згодом, у вересні 2018 року, на щорічній конференції YES Вакарчук натякнув, що «готовий до політики». Ця невизначеність стосувалася також того, чи буде він балотуватися в президенти [4].

Попри очікування електорату, Вакарчук не висунув свою кандидатуру на президентських виборах 2019 року. *«Відмовившись від балотування на найвищу посаду в державі, я не відмовляюсь від власної відповідальності за долю країни. Я не збираюсь стояти осторонь. Я не маю права мовчати. Дорогі українці, майбутнє не можна виграти в лотерею. Майбутнє – це не прикол. Вибори Президента України для мене не «прикол»*, - так прокоментував своє рішення С. Вакарчук [39]. Вакарчук на той момент не володів достатньою підтримкою серед виборців, не мав професійної команди, яка привела б його до перемоги і можливо йому не вистачало впевненості, бо його опонентами були досить сильні суперники. А програвати Святослав не звик, так, наприклад, «Океан Ельзи», ніколи не бере участі у конкурсах і фестивалях, тобто у заходах, де учасники змагаються за місця (наприклад, «Євробаченні»). Такий принцип гурт ухвалив ще напочатку існування, після розчарування на одному з фестивалів, де «ОЕ» були лідерами від початку аж до виступу останнього колективу, який переміг, а «Океан» посів лише друге місце [26].

Але 16 травня 2019 року на Старокиївській горі Вакарчук презентував свою політичну партію «Голос» і заявив, що йде на дострокові парламентські вибори як лідер партії. «*Я йду, жертвуючи своєю кар’єрою і ставлячи на кон усю свою репутацію, щоб разом з чесними, порядними та професійними людьми, які знають, що робити, змінювати цю країну», – сказав співак у червні 2019 року. Новоспечена партія відразу ж заявила про свої великі амбіції: «Ми, партія «Голос», йдемо в парламент, щоб знищити стару політику і творити політику нову. Політику, яка принесе нам справжні зміни»,* – заявив Вакарчук [6]. На той момент, за даними соціологічних опитувань за партію «Голос» готові були проголосувати менш ніж 1 відсоток виборців. Але деякі політологи вважали, що «Голос» стане гідним конкурентом для «Слуги народу», через певну «харизматичність» С. Вакарчука, так як він відомий співак і має велику аудиторію серед свідомої молоді.

Дуже цікава деталь: невдовзі після презентації «Голосу», в інтерв’ю для програми «Вікна», у Вакарчука запитали, що може змусити його знову скласти депутатський мандат, на що він відповів: «*Я прийшов у парламент, будучи білою вороною. У мене є відчуття, що сьогодні, в повітрі є певний запит на справжні зміни і цей запит реалізується конкретними людьми»* [6].

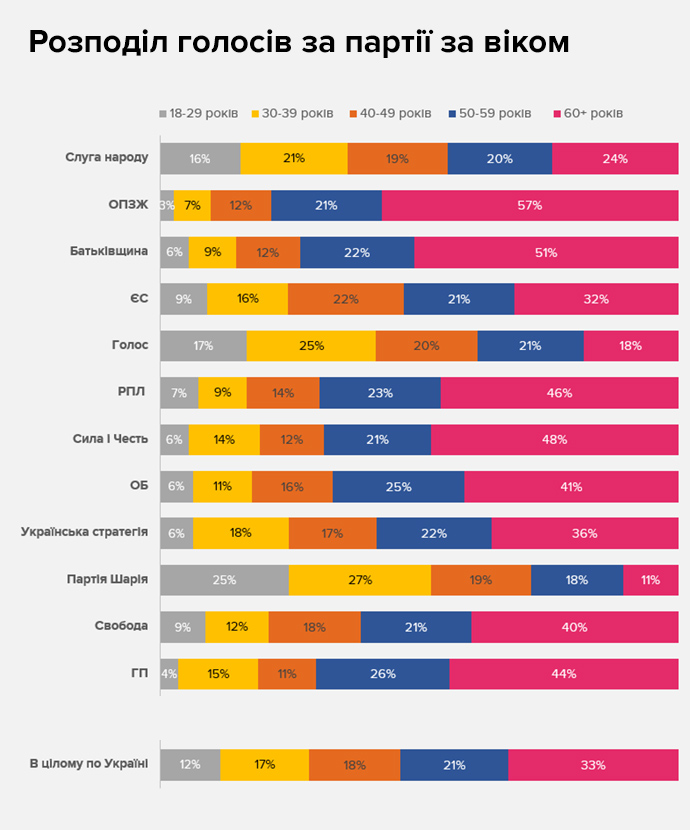
І дійсно нову політсилу можна було вважати гідним конкурентом, адже до другого заходу в політику С. Вакарчук підготувався більш фундаментально, ніж минулого разу. В першу чергу, це відбір до команди: «*В нас був номінаційний комітет, в який входило семеро людей, я був одним з них. Але рішення приймалося більшістю. Кожен кандидат проходив ще такі певні «сита». По- перше, на безпеку. Професійно оцінювали спеціалісти, які працюють з людьми, вони оцінювали їх з точки зору командності. Достатньо серйозний, ґрунтовний підхід. Саме тому, ми можемо сказати, що ми пишаємося нашим списком»*, - зазначав Вакарчук [52]. За інформацією від членів партії, відбором людей займалися Юлія Клименко та Ярослав Юрчишин, які були тоді відносними професіоналами у команді. А Ярослав Железняк узгоджував кандидатів від «Голосу» у мажоритарних округах.

Так як політсила відносно пізно заявила про себе, вони мали 8-9 тижнів, їхня передвиборча кампанія базувалася не лише на традиційних методах агітації, але і на соцмережах. До того ж «Голос» вклав найбільше з усіх партій грошей у рекламу, з червня по кінець жовтня 2019 року їхні витрати склали 244 тисячі доларів. У своїй кампанії партія комбінувала розважальний контент з більш серйозним, аби за легкими форматами не втратити експертність людей у списку партії [7].

У партії була сформована своя передвиборча програма. На відміну від більшості інших партій, програма «Голосу» не містить соціальних обіцянок збільшити зарплати чи зменшити вартість ЖКГ-послуг, акцент зроблений на врахуванні стандартів прав людини. Партія звертає увагу на необхідність підвищення ефективності держави через впровадження сучасних технологій та відповідність зростання соціальних виплат реальним можливостям бюджету. Програма передбачає реальні кроки проти олігархізації політики та економіки. Серед цих заходів партія планує забезпечувати редакційну незалежність у ЗМІ: «*Ми запровадимо нові вимоги до редакційної незалежності медіа та забезпечимо ефективне державне регулювання великих ЗМІ. Керівництво державного регулятора буде призначене за новими правилами із залученням міжнародних експертів до їх відбору»* [36]. Однак, по багатьох напрямках в програмі партії бракує конкретики, особливо в економічних питаннях.

Окрім цього, партія активно використовувала популістичні прийоми у комунікації з виборцями . Зокрема, в програмі зазначено «*та все виразніше українці чують дисгармонію. І не вірять. Не вірять владі, яка раз-ураз зраджує не тільки відважні сподівання, але й прості надії. Не вірять політикам, які обіцяють золоті гори, будують красиві вітрини і ховають за ними свої амбіції та схеми»*, тим самим засуджується попередня влада [29]. Також у програмі партія протиставляє народ з владою «держава- це люди, ми з вами» і наголошує на єдності з народом «ми позбудемось того, що зараз не дає Україні розправити крила і рухатися вперед. Ми реалізуємо той потенціал України, про який лише говорили стільки років» [2]. Зокрема, Вакарчук не перенасичував свої виступи популістичними гаслами, на мою думку, це через особливості його риторики – ліричність та красномовність.

За результатами виборів до Верховної ради 2019 року партія «Голос» посіла п'яте місце у пропорційній частині за кількістю голосів виборців (851 722 голосів — 5,82 %), що дозволило їй отримати 17 мандатів за партійними списками у Верховній Раді ІХ скликання, а також 3 мандати в одномандатних мажоритарних округах [9].

За попередніми очікуваннями партія могла набрати від 10 % до 24 голосів, забравши частину виборців партії «Слуга народу». Однак, за підсумками виборів, склад електорату «Голосу» я не можу назвати молодіжним, бо його основну масу складають громадяни від 30 до 60 років. 

[1]



[1]

Водночас «Голос» на цих виборах не зумів стати загальнонаціональною партією. Основна частина їхнього електорату проживає на Галичині (Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська області) та в Києві. Більшість голосів вони зібрали в останні тижні перед виборами і, можливо, якби активна передвиборча кампанія почалася раніше, вони отримали б більше підтримки.

Цього скликання Вакарчук був значно активнішим. Він став автором або співавтором 18 законопроектів, 6 з яких набули чинності – це переважно зміни до вже наявного законодавства, звернення парламенту до інших держав, продовження санкцій. Подав 149 правок до закону «Про середню освіту», 26 з яких врахували. 11 правок до наявних законів щодо перезавантаження влади, з яких не врахували жодну. За рік у парламенті виступив 18 разів з трибуни і 13 – з місця. Як і в 6-му скликанні, не подав жодного депутатського запиту. Замість комітету з питань свободи слова, як у 2007, обрав комітет з питань зовнішньої політики та міжпарламентського співробітництва. Відвідав 75 засідань Ради, пропустив – 23.

Невдовзі, після парламентських виборів, у партії зникла етикетка «партія Вакарчука», можливо саме через недостатню активність її лідера. Скоріш за все у С. Вакарчука бракувало часу, бо музику під час депутатства він не покинув, продовжував влаштовувати концерти та записувати нові альбоми.

У березні 2020 року прес-служба «Голосу» заявила, що партію, замість С. Вакарчука, очолить Кіра Рудик. *«Це призначення - відповідь на нові виклики, які стоять перед партією. Слабкий уряд, повернення колишніх функціонерів, неготовність країни до економічної кризи, нестача прийнятої стратегії в боротьбі з Росією. Нас чекають непрості часи»,* - повідомили в партії [18]. Неофіційно партійці говорили про необхідність подолати управлінський хаос у «Голосі». Сам Вакарчук пообіцяв залишитися «лідером партії» і працювати в парламенті. Але схоже, що це був перший дзвіночок. Згодом, Юлія Клименко розповіла, що призначення лідером Кіри було ідеєю С. Вакарчука. І що , насправді, її не вибрали головою партії на з’їзді партії. Це була формальна передача влади. А сам з'їзд був де-факто фейковим: на ньому дозволили бути присутніми лише тим людям, які були лояльними до Рудик.

А вже у червні 2020 року Вакарчук оголосив про те, що вже вдруге складає мандат народного депутата. «*Коли партія «Голос» була тільки створена, то я тоді теж не був головою партії. Головою партії тоді була Юлія Клименко. Після виборів я став головою партії. Ну, ну будемо вважати, що це планова ротація, бо ми з самого початку казали, що це партія не лідерського типу, а партія різних людей. По-друге,  це звільняє мені руки і час, бо я більше часу можу зосередитись на політиці. Бо я з самого початку казав, що моє задання привести нових людей в політику, а також надихати їх і об’єднувати. От зараз у мене набагато часу більше для цього»*, - обґрунтовує своє рішення Вакарчук [5]. Але є інший бік ситуації, Вакарчук зазначав, що останні три роки на нього «постійно намагаються лити інформаційне лайно, бруд, негатив». За його словам це і «вороги України», і «корупціонери, які хочуть поставити його в один ряд із собою», і так звані «*товариші, яким здається, що «Голос» хоче присвоїти собі звання найбільших українських патріотів у парламенті»*. «*Це на мене не діє, і це з’явилося тоді, коли в чиїйсь параноїдальній уяві з’явилась думка про те, що я буду балотуватися у президенти»,* – додав Вакарчук. Тому, я припускаю, що таке рішення було спровоковано емоційним тиском, з яким С. Вакарчук не зміг впоратися. Ситуація майже як в 2008 році, але тепер відповідальності більше, тому і негативу більше [3].

В ЗМІ тоді ширилися чутки, що Вакарчук склав повноваження через позицію щодо відставки міністра внутрішніх справ Арсена Авакова, бо він був єдиним з однопартійців, хто виступив проти збору підписів нардепів за відставку міністра. Але в партії стверджували , що це особисте рішення екс-лідера. Крім того, колеги Вакарчука стверджували, що він практично повністю відсторонився від участі в партійному житті, натомість продовжував музичну діяльність.

За словами Вакарчука, «Голос» - хоч і невелика, але дуже впливова фракція в парламенті, яка «впорається з будь-якими викликами і все буде добре». «*Це рішення ніяким чином не означає, що я припиняю свою політичну діяльність або, не дай Бог, припиняю свою діяльність у партії «Голос». Ми є і будемо однією командою. У нас попереду грандіозні плани*», - говорив про свої плани Вакарчук. Він хотів перейти в «закулісний режим»: займатися політикою: зустрічами з виборцями, створенням коаліції. За словами Вакарчука, цей формат незвичний для української політики, але є традиційним для «нормальної політики, яка панує на заході», коли є обличчя політичної сили, яке поступово стає не одним  обличчям, а багатьма [8].

Не дивлячись на те, що Вакарчук постійно наголошував на тому, що «Голос» - це партія людей і не повинно бути прив’язки до однієї особистості, його вихід з керівництва викликав дискомфорт у однопартійців. «*У мене відчуття, що Вакарчук нас підвів. Для мене була неприємна ситуація, коли мене ставлять до відома за 30 хвилин до публічного оголошення, що лідер партії вирішив піти з керівництва політсили. Я особисто приходила, бо вірила, що Вакарчук — щось нове, і він для мене уособлював нову політику*», - говорить про вихід Вакарчука Юлія Клименко.

Замість Вакарчука до Ради прийшла Аліна Свідерська, директорка компанії з продажу електроенергії «Айсе хідро Юкрейн».  І можна було б сказати, що партія просто змінила свого лідера і продовжує існувати далі. Але в березі 2021-го десять народних депутатів «Голосу» оприлюднили  заяву, де вимагали провести перевибори керівництва партії і оголосили про створення окремого об’єднання «Справедливість». Основна претензія однопартійців до Кіри Рудик полягає у тому, що вона нібито не хотіла змінювати статут партії, котрий дозволяє їй одноосібно контролювати всі адміністративні, кадрові та фінансові ресурси «Голосу». Перед місцевими виборами статут партії змінили так, що він значно розширював повноваження голови політсили. «Аргументація полягала у тому, що це, мовляв, необхідно для проведення місцевої кампанії. Коли після місцевих виборів ми підняли питання, аби повернути все яке було, Кіра припиняла скликати політраду, ініціювала виключення з політради Сергія Притули, заповнила політраду своїми людьми. Зміни статуту, відповідно, не відбулося», – пояснює депутатка від «Голосу» Юлія Клименко [4].

В липі 2021 року партія провела з’їзд, за результатами якого Кіра Рудик залишилася лідером «Голосу». З’їзд проходив у закритому форматі, тому діяли обмеження для журналістів і навіть для деяких членів партії . Голова львівського осередку партії Ярослав Рущишин заявив, що на з’їзд не пустили членів партії зі Львову. Але в «Голосі» повідомляли, що всі делегати були присутні, їх було 22 і саме вони голосами більшості підтримали Кіру Рудик.

Цей з’їзд мав би вирішити всі внутрішньопартійні чвари, які точилися близько під року, але криза в партії тільки поглибилася. Ще до початку з’їзду сім членів партії (Юлія Клименко, Олександра Устінова, Соломія Бобровська, Роман Лозинський, Ярослав Юрчишин, Володимир Цабаль, Ольга Стефанишина) заявила про вихід з партії. Юлія Клименко пояснила таке рішення протестом «проти чергового фейкового з’їзду, рейдерства партії і її системного знищення на користь олігархату». Також партію покину шоумен Сергій Притула, який не приховував своїх амбіцій на посаду лідера партії. Причина та сама – недовіра до керівництва партії [28].

На прикладі «Голосу» можна констатувати: гарна репутація членів політсили, публічність деяких із них не гарантує її єдності, а суперечки у партії неодмінно позначиться на її єдності та рейтингах. В світлі таких обставин, партія втратила підтримку електорату настільки, що вже й не змогла б подолати прохідний п’ятивідсотковий бар’єр.

Изображение выглядит как стол

Автоматически созданное описание

[43]

Один з екс-депутатів «Голосу» Ярослав Юрчишин вважає, що умовним каталізатором конфліктів в партії став саме відхід Святослава Вакарчука. З самого початку Вакарчук закладав демократичні цінності для партії, наголошував на рівності всіх її членів, які разом працюють для однієї цілі. А Рудик, замість будівництва демократичної структури почала жорстко централізувати владу за принципом бізнес- структури.

Зрештою партія «Голос» зараз переживає не кращі часи і її існування в майбутньому під питанням. Адже проблема партії не тільки у внутрішніх конфліктах і низьких рейтингах, але і відсутність централізованого фінансування, яке характерне для більшості партій в Україні. Цей факт негативно впливає на систему ухвалення рішень у політичній системі: партія намагається спиратися на фандрейзинг і велику кількість спонсорів, при цьому рівень впливу окремого політика на вирішення питання стає розмитим. Також причиною можливого розпаду партії може стати специфічність їх ліберальної електоральної ніші, що є досить слабкою одиницею в українській політиці. Здебільшого ліберальні партії знаходяться під тиском лівих та правих центристів або входять до правлячих коаліцій.

Є здогадки , що партія «Голос» була створена для одного виборчого процесу і в подальшому спонсорам вигідніше буде вкластися в нову партію з подібними принципами, ніж займатися реабілітацією «Голосу». Тому сподіватися на переродження «Голосу» не варто. Песимістичні оцінки наводить і Ярослав Юрчишин: «Мені хотілося, аби «Голос» жив далі, але як людина, яка вже багато років бере участь в українському політичному процесі, я не бачу таких перспектив». Політик не виключає, що вже незабаром в Україні може утворитися новий проект, який знову спробує зібрати на виборах ліберальний український електорат [28].

Щодо Святослава Вакарчука, то після виходу з партії він зник з політичних радарів. Від початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну С.Вакарчук входить до лав територіальної оборони Львівської області, а також записаний до лав ЗСУ. Співак активно займається волонтерською діяльністю, влаштовує благодійні концерти для військовослужбовців по всій Україні, збирає кошти на допомогу дітям, які постраждали від війни.

Святослав Вакарчук і парія «Голос» зробили гарну спробу долучитися до української політики і стати народною партією, яка сповідує ліберальні цінності. Але С. Вакарчук погано підготував ґрунт для політичної діяльності як своєї особисто, так і партійної. Протягом довгого часу, аж до вересня 2018 року, він відкидав свої амбіції в політиці, що завадило завчасно провести агітаційну кампанію та здобути більше голосів на парламентських виборах 2019 року. Навіть дорога піар-компанія не спрацювала. Скоріш за все такий не задовільний результат виборів відбив бажання у Вакарчука продовжувати політичну боротьбу і зрештою він склав депутатський мандат. Роль лідера в тому, щоб непомітно керувати партійними процесами на благо країни, а не працювати на власний імідж. Забути про власні амбіції важко, тому керувати партією сильних людей зможе далеко не кожен. Такий хід подій негативно вплинув на цілісність партії - певна частина депутатів вийшла партії і зараз вона на межі існування. Зараз місцеві осередки партії, подекуди, сильніші, аніж партійна структура. Без значного оновлення керівництва і складу партії її шанси на проходження до парламенту на наступних виборах вкрай низькі.

**2.1. Case В. Зеленського і політичної партії «Слуга народу»**

Для аналізу взято особистість ще одного представника креативного класу – Володимира Зеленського. Він, як і С. Вакарчук вирішив змінити сцену на політичну арену, але, на відмінну від Вакарчука, більш фундаментально підготувався. Зеленський створив повноцінний особистий бренд, який допоміг йому та його команді здобути перемогу на президентських та парламентських виборах.

Володимир Зеленський – популярний шоумен і головний продюсер «Студії Квартал-95». Народився у 1978 в Кривому Розі. Здобув кваліфікацію юриста Київському національному економічному університеті, але за фахом не працював [13]. Після кількох років у складі команди КВК Зеленський вирішив створити нову команду, яка отримала назву «95-й квартал». Там він був актором, капітаном та автором жартів. За деякий час команда «95-й квартал» стала «Студією Квартал-95», власниками якої були Володимир Зеленський та брати, Борис і Сергій Шефіри. Студія займалася різними проектами («Вечірній квартал», «Бійцівський клуб», «Україно, вставай»), писала сценарії для телевізійних передач («Пісня року», «Полундра»), мюзиклів («За двома зайцями», «Три мушкетери», «Дуже новорічне кіно, або ніч у музеї») та виступала на приватних корпоративах. Окрім цього команда знімала серіали та повнометражні фільми, які виходили на екранах кінотеатрів України та Росії, додали популярності та впізнаванності Зеленському. Він особисто знявся у 18 фільмах [12].

Володимир Зеленський є представником креативного класу, адже: він займається творчою діяльністю – актор, комік, режисер; здатен формувати суспільну думку, адже він медійна особа, яка виховала свою аудиторію глядачів; Зеленський досить мобільна і різностороння особистість, займається різними проектами, їздить на гастролі; він багато років займається студією «Квартал- 95» в якості лідера, тому роблю висновок, що він може брати на себе колективну відповідальність; також можу сказати , що Зеленський соціально активна людина, бо він неодноразово висловлював свою позицію на телебаченні.

До 2019 року Володимир Зеленський не мав ніякої причетності до політики. «*Політика - добра знайома, яку ти не любиш, а вона дістає тебе щодня»*, – так говорив Зеленський ще у 2007 році, створивши власну гумористичну «Азбуку». У 2017 в Юрмалі він запевняв, що «поки що не розглядає» для себе шляху в політику. Але 2019 рік став переломним для коміка, тоді у новорічну ніч він заявив, що збирається балотуватися в президенти: «*Зараз в Україні така ситуація, коли у кожного українця є три шляхи. Перший шлях - жити, як живеш, пливти за течією, і це нормально, це вибір кожного. Другий шлях - зібрати свої речі і поїхати в іншу країну, заробляти там гроші й надсилати своїм близьким та рідним. І це теж нормально. Але є ще третій шлях - спробувати самому щось змінити в Україні. І я для себе обрав саме його... Я іду в президенти України. Давайте зробимо це разом!»* [37]. Після цього, гасло «Зробимо це разом!» стало ключовим у його виборчій кампанії. Така заява викликала шквал емоцій як позитивних, так і негативних, при цьому за результатами соціологічних опитувань Зеленський одразу потрапив до трійки лідерів і далі тільки нарощував свою підтримку. Трохи згодом він прокоментував своє рішення іти у президенти: «З’явився реальний вакуум в політичному середовищі, де народ більше не довіряє ні одному із топових політиків. Я хочу щось зробити. Я хочу це змінити. Я хочу привести професійних людей, порядних людей у владу. В цілому, настрій і тембр політичного істеблішменту я би дуже хотів змінити, на скільки це можливо. Але я приходжу на один строк» [14].

Підґрунтя для своєї передвиборчої кампанії В. Зеленський готував задовго до президентських виборів, ще в 2015 році, коли на телеекранах з’явився серіал «Слуга народу». Сюжет серіалу розвивається навколо Василя Петровича Голобородько, вчителя історії, який якось на уроці вдається до відвертого монологу, в якому висловлює свою думку щодо корупції в країні, розрухи, брехні політиків і нескінченних обіцянок. Один з учнів знімає це на камеру і викладає в інтернет, де відео набирає багато переглядів і приносить популярність Голобородько. За допомогою підтримки громадян і учнів вчитель історії, висуває свою кандидатуру на президентських виборах. А далі вже починається історія Василя Голобородько у ролі президента.

Не можна стверджувати, що в 2015 році Зеленський готувався до виборів і що саме для цього був знятий фільм, але від тоді почалися розмови про те, що Зеленський може балотуватися на посаду президента України. Що не скажеш про третій сезон серіалу, який вийшов на екрани у березні, незадовго до першого туру виборів. Слоганом фільму став вислів: «Історія наступного президента». Цей серіал дуже добре вплинув на імідж новоспеченого політика, у людей автоматично виникала асоціація Зеленський- Голобородько, такого собі звичайного чоловіка з народу, який дійсно хоче змінити країну на краще. На передодні виборів соціологічний центр КМІС виявив, що майже 54% респондентів збиралися проголосувати за Зеленського «тому, що він – людина поза системою, нове обличчя в політиці» [32].

Словосполучення «Слуга народу» постійно фігурувало на агітаційних матеріалах Зеленського і тоді ще було не зрозуміло чи то назва серіалу, чи назва нової політичної партії, а кадр з фільму, де Зеленський в ролі Голобородько з портфелем під пахвою ілюстрував його програму на сайті. Але серіал не став вирішальним фактором для електорату Зеленського. Є дещо більш масштабне, відоме, що напрацьовувалося роками – це команда «Кварталу-95». Команда «Кварталу» у своїх різноманітних шоу весь час висміює політиків, і складається враження, що вони дуже добре в цій політиці розуміються. В якийсь період Зеленський зі своєю командою стали втілення народної опозиції до влади, тих, хто проти істеблішменту і за народ.

За стільки років творчої праці «Квартал-95» сформував ціле покоління українців, які в якість мірі цікавились політикою на рівні регулярних переглядів гумористичних шоу студії. В своїй більшості це аполітичні люди, які можливо навіть і не голосували на виборах, але коли на політичній арені з’явився їхній кумир, вони вирішили підтримати його, але вже на виборчих дільницях. По суті Зеленський, не маючи ніякого політичного підґрунтя, в один момент згуртував всі свої напрацювання і досвід, щоб вдало розпочати політичну кар’єру.

Але протягом всієї передвиборчої кампанії і після неї громадськість звинувачувала В.Зеленського у можливих зв’язках з олігархом Ігорем Коломойським. Адже студія Зеленського «Квартал-95» співпрацювала з каналом Коломойського «1+1» з 2012 року. Там також виходив в ефір серіал «Слуга народу» і саме в ефірі цього каналу Зеленський заявив про свою участь в президентських виборах. При цьому і Зеленський, і Коломойський стверджують, що в них лише бізнес- відносини. «*Для мене Зеленський – не персоналія, а символ. Символ зміни поколінь, як закінчується зима та настає весна», — говорив Коломойський про Зеленського як про президента* [20].

Протягом трьох місяців передвиборчої кампанії Володимир Зеленський не озвучував свої плани, не висловлював погляди, не провів жодної прес-конференції для всеукраїнських ЗМІ та дав лише кілька інтерв'ю. Іноді він публікував свої заяви у відеороликах на Youtube, які були чи не єдиним джерелом зв’язку з ним. Унікальність його передвиборчої програми була ще в тому, що Зеленський запустив медіапроект «Влоги-Зе!», де він публікував своє життя та життя своєї команди, шлях до президентства. За словами Зеленського, «*це історія про те, як звичайний громадянин нашої країни йде в політику, але при цьому залишається людиною, без кулуарних договірняків*». Така тактика спрацювала на привернення уваги молодого сегменту виборців, які активно користуються соціальними мережами. В свою чергу, експерти через це називати його «віртуальним кандидатом», «голограмою», «обгорткою». Головним «виходом у світ» за час кампанії були дебати з Петром Порошенком, які відбулись на стадіоні «Олімпійський».

В.Зеленський відрізнявся від своїх суперників на виборах не тільки досить стриманою поведінко, але і оформленням передвиборчої програмами. Без традиційного офіціозу, у ній він розповів про «Україну своєї мрії». Також у тексті він наголошував, що «це не просто моя програма. Це мої цінності. Це те, у що я вірю і чому готовий служити», таке формулювання підкреслює його «позасистемність», близькість до народу і викликає більше довіри і надії на те, що обіцянки зрештою будуть виконані [31].

Кожен розділ програми відображає ключові моменти, якими планує займатися майбутній президент: «Народовладдя через референдум», «Людина – вища цінність», «Справедливість і рівність усіх перед законом», «Безпека людини. Безпека країни», «Заможний громадянин – заможна держава», «Не боротьба з корупцією, а перемога над нею», «Здорова та освічена нація», «Комфортна країна», «Електронна країна». Також в програмі зазначений ряд конкретних кроків , так, наприклад: законопроект «Про народовладдя», згідно з яким «тільки Народ України буде формувати основні завдання для влади через референдум та інші форми прямої демократії»; модернізувати державу, перетворити на «якісний сервіс»; запровадити рівність і справедливість в країні, починаючи з верхівки: законопроект «Про зняття недоторканності з Президента України, народних депутатів і суддів», законопроект «Про імпічмент Президента України», законопроект «Про відкликання народного депутата України», запровадження виборів до парламенту за «відкритими списками», здійснення повного розподілу влад, наприклад, щоб судова гілка влади стала «владою, а не прислужником у Президента». Можна зробити висновок, що система функціонування держави у бачені В. Зеленського не має авторитарних проявів. В зовнішній політиці наголошено на русі України до НАТО та інших об’єднань, але тільки через всеукраїнські референдуми щодо цього питання. Припинення війни з Росією через підписання Будапештського меморандуму [17].

За результатами першого туру президентських виборів, які відбулися 31 березня 2019 року, Володимир Зеленський набрав 30,24% голосів , в той час як його головний опонент, Петро Порошенко - 15,95%. 21 квітня 2019 року у другому турі Зеленський переміг з результатом у 73,22% підтримки.

Особлива ознака виборця Зеленського – це вік: 57% його виборців – це люди у віці 18–40 років. За рівнем освіти, в більшості, це студенти , він отримав від них 42% [37].



[34]

Наступним кроком стали парламентські вибори. Після інавгурації 20 травня 2019 року В.Зеленський оголосив про розпуск Верховної Ради і про проведення дострокових виборів, де мала показати себе президентська партія – «Слуга народу». Партія була зареєстрована ще в грудні 2017 року , її очолив Іван Баканов, який з 2013 року керував українською гумористичною студією «Квартал- 95». До 2019 партія була «умовною», бо не мала ані членів, ані осередків та не провадила жодної партійної діяльності. У січні 2019 року партія фактично висунула Зеленського як кандидата у президенти, хоча формально у списку він йшов як безпартійний [41].

Під час президентської кампанії Зеленського було багато критики в бік команди кандидата, якої по суті не було, і це насторожувало адже не зрозуміло з ким майбутній президент збирається змінювати країну. 9 червня на з’їзді був оголошений склад партії і серед першої сотні членів партії було багато незнайомих обличь. В партії зазначали, що це завдяки проекту «Lift,» який дозволяє новим людям приходити в політику та втілювати нові ідеї в систему управління державою. Цей факт позитивно вплинув на рівень довіри до «Слуг», адже люди побачили, що команда є максимально відкритою до людей.

«Слуга народу» визначила своєю ідеологією лібертаріанство, тобто вони виступають за особисті свободи та вільний ринок. Це можна пояснити тим, що партія з самого початку зробила ставку на молодь, а згідно з дослідженнями Voxukraine, саме молодь найбільше схильна до лібералізму [33]. Передвиборча програма партії перегукується з програмою В. Зеленського, оскільки «Слуга народу» поставила собі за мету втілювати її у життя. Текст програми викладений «простою» мовою, легкою для сприйняття, вважаю це гарним підходом, адже програми пишуться в першу чергу для звичайних громадян. Партія обіцяла скасувати недоторканність народних депутатів, запровадити механізми відкликання депутатів, які втратили довіру виборців, повернути відповідальність чиновників за незаконне збагачення. «Слуги» поставили собі за мету «перезавантаження» прокуратури, Вищої ради правосуддя, Вищої кваліфікаційної комісії суддів і неефективних антикорупційних органів. В планах також була децентралізація влади «відповідно до європейських норм», тобто надання максимум повноважень виконкомам місцевих рад. Пріоритетом у зовнішній політиці є курс на розширення співпраці з Євросоюзом і НАТО і «перезавантаження відносин із найближчими сусідами України на заході» [49].

Програма «Слуги народу» містить багато обіцянок, які спрощують сприйняття дійсності для виборців і приховують складність їх виконання. Наприклад , обіцянку про «створення механізму народного вето на щойно ухвалені закони» можна розцінювати як загравання з виборцями [30].

Щодо самої передвиборчої кампанії, то «Слуга» помітно вирізнялась між іншими партіями. Таких підхід є унікальним в українському середовищі, але є західні приклади, хоч і деякі експерти запевняють, що Зеленський не дивиться ні на кого й хоче створювати свій особистий продукт. Це партія «Рух пяти зірок» в Італії і її засновник Беппе Грілло. Головна особливість «Слуги народу» - це її не системність. Так, наприклад, В. Зеленський закликав нові обличчя до партії: «*Неважлива твоя стать, релігія, освіта, мова, якою ти говориш. Важливо — ти ніколи не був у політиці*», — такими словами Володимир Зеленський запрошував до своєї «Зе!Команди». Партія «Рух п’яти зірок» буквально виросла з особистого блогу Грілло, тож до її складу входили люди з різних сфер, які не мали досвіду в політиці. Команда формувалася за допомогою голосувань на спеціальній платформі «Руссо» або ж члени команди долучалися просто на публічних зустрічах з Грілло— тож у партію потрапили здебільшого активні італійці «з народу».

Основу риторики «Зе!Команди» складали традиційні популістичні гасла. В першу чергу, партія наголошувала на ключовій ролі народу: «*Насправді є тільки один поділ: ми і вони. Ми — це Народ України. Вони — це «політичні пенсіонери», які «кочують» із влади до опозиції, із партії в партію, і постійно створюють собі вигідне місце, прикриваючись недоторканністю*», — зазначав Зеленський . Таким чином, вони наголошували, що старі політики діють проти інтересів звичайного народу і тільки заради власних інтересів. Також «Слуги» засуджують не виконання старою владою обіцянок: «*Але стара політична система, система корупції, брехні та свавілля, не хоче й не здатна змінитися»* [30].

Відмінною рисою передвиборчої кампанії «Слуги народу» є активне використання соцмереж. SMM-команда Зеленського використовувала всі тренди, до яких користувачі звикли на сторінках блогерів - відеосатира, влоги та селфі. За допомогою «лайфстайл» контенту в Facebook та Instagram вони висвітлювали необхідні меседжі, охоплюючи при цьому мільйони користувачів. За словами SMM-керівниці в «Зе! Команди» Аліни Торнагі , на відміну від, наприклад, «Голосу», їхня команда робила акцент «на всіх українцях, які прагнуть змін». Такий розмитий портрет цільової аудиторії спрацював і дозволив команді Зеленського перетворити лайки на місця у парламенті. *«Наша аудиторія сама переносила нашу кампанію у офлайн. Бажання змін – це те, що спонукало молодь купити бренд Зеленського. Максимально прості меседжі про те, що кожен може щось змінити, надихали людей почати щось робити»,* – вважає Торнагі [7].Те саме робив і Беппе Грілло тільки на своєму Youtube-каналі та у блозі.

Ще один спільний момент – наголошення на тимчасовості у політиці. На своєму сайті Зеленський пише: *«Одразу хочу запевнити — іду на один термін, щоб змінити систему заради майбутнього. Буду чесним і відданим Україні та передам її в руки нового покоління політиків».* І загалом, під час всіх інтерв’ю Зленського, коли спливає питання про другий строк, він намагається ухилитися від відповіді. Для «Руху п’яти зірок» найважливіше правило - ніхто не може бути обраним на одну й ту ж посаду більше двох разів, має відбуватися зміна обличь. З огляду на це порівняння, можемо зробити висновок, несистемні політики досягають своїх політичних цілей однаковими методами: за допомогою прямої демократії та з «максимальним використанням новітніх технологій та популізму» [27].

За результатами парламентських виборів, які відбулися 21 липня 2019 року, партія «Слуга Народу» перемогла в одномандатному виборчому окрузі, здобувши 43,16% голосів виборців. До того ж, партія отримала найбільшу кількість місць у парламенті по одномандатних округах: перемогу здобули 130 кандидатів від «Слуги Народу». Це дозволило політсилі сформувати монобільшість у Верховній Раді України – вперше в історії українського парламентаризму. Таким чином партія отримала змогу фактично одноосібно ухвалювати закони [16]. Електорат партії охоплює всі категорії населення. Але порівняно з іншими партіями у «Зе!Команди» більше прихильників серед молоді та жінок, а частка літніх людей та чоловіків є нижчою за середні показники.

Після виборів «Слуга народу» активно розпочала свою парламентську діяльність. За рік вони виконали 8 програмних обіцянок: перезавантажили прокуратуру й Вищу кваліфікаційну комісію суддів, запровадили винагороду для викривачів корупції, запровадили незалежний контроль якості будівництва доріг, розпочали обов'язкову конфіскацію майна корупціонерів, повернули відповідальність чиновників за незаконне збагачення, позбавили депутатів недоторканності і запровадили вибори за пропорційною системою з відкритими списками. З усіх інших партії «Слуги» стали найпродуктивнішими. В цій ситуації добре спрацював той факт, що партія має свою монобільшість і може вносити до порядку денного потрібні їм законопроекти.

Изображение выглядит как текст, зеленый, внешний, снимок экрана

Автоматически созданное описание

[54].

25 жовтня 2020 року відбулися місцеві вибори, на яких президентська партія не змогла повторити свій попередній тріумф, адже перемогу в найбільших містах України здобули діючі мери та їхні партії. Такий вибір електорату можна пояснити тим, що після президентських і парламентських виборів люди не отримали швидкого і якісного результату від «Зе!Команди», тому зробили вибір на користь знайомих обличь. Партія «Слуга народу» зайняла лідерські позиції по мандатам (1-3 місця) у 16 областях.

Тоді певним визнанням програшу стала заява на офіційному сайті Володимира Зеленського: «Збільшення фінансового потенціалу та можливостей для представників місцевої влади не означає, що будь-кому буде дозволено державою перетворення свого міста, району або громади на персональну вотчину. Закон один для всіх. Відповідальність перед державою та суспільством - це аксіома для місцевих органів влади» [22].

Також у цей період спостерігалось падіння рейтингів партії в цілому.

Изображение выглядит как стол

Автоматически созданное описание

[23].

За даними Комітету виборців України за два роки в парламенті партія виконала 25% своїх програмних обіцянок. Хоча 15 листопада 2021 року Олександр Корнієтко , голова «слуги народу», на з’їзді партії стверджував, що програма виконана на 42%. Насправді, багато обіцянок партії так і не були виконані або були спроби їх реалізувати, але не в той спосіб, в який було заявлено під час виборів. Так, наприклад, у вересні 2019 року Верховна Рада скасувала депутатську недоторканність. Але, є випадки, коли Генеральний прокурор затягував або взагалі не підписував підозри для депутатів провладної партії [35]. *«Не все гладко…Я вважаю, що не вистає досвіду. Я бачу велику кількість людей , яка підтягнулась дуже сильно»,* - так Володимир Зеленський коментує роботу «Слуги народу» за два роки і оцінує на три з плюсом з п’яти [21].

Не дивлячись на це, партія «Слуга народу», на сьогоднішній день, залишається найпродуктивнішою партією. Як зазначив Сергій Лещенко, депутат VIII скликання Верховної Ради: «*Монобільшість за два роки зробила те, чого не робили багато років в українській історії*». Особливо , якщо порівнювати з минулим скликанням, де депутати були заручниками інтересів олігархів. «Слуга народу» здійснює свою політику в напрямку, який закріплює Володимир Зеленський. Звісно не можна вважати «Слуги» є незалежною партією, в партії є групи впливу, наприклад, група Ахметова, Павлюка, Коломойського, але вони займають не великий відсоток в партії, що не дозволяє їм вливати на результати діяльності партії [24].

Насправді, не все так райдужно в партії і за два роки роботи були не тільки перемоги, але і не порозуміння. Як показує аналіз відкритих джерел від Комітету виборців України, майже кожен п’ятий депутат від «Слуги народу» був фігурантом гучного скандалу. В більшості випадків, причинами скандалів стають: неетична поведінка, в тому числі і під час засідань ВР, проросійські заяви депутатів, причетність до корупції. Серед найгучніших , скандали з участю Миколи Тищенка (щодо роботи його ресторану «Велюр» під час локдауну, порушення карантинних норм на дні народженні його дружини, неприйнятна поведінка під час виборів народного депутата на Івано-Франківщині), Олександра Трухіна (ДТП, яка є наслідком керування автомобіля в нетверезому стані) та Анрія Клочко ( його 70-річна матір за два роки стала власницею 2 квартир у Києві , земельних ділянок та автомобіля).

Проте, багаточисельні провали «Зе!Команди» ніяк не впливають на рейтинги Володимира Зеленського. Вже третій рік поспіль його рейтинг тримається на доволі високому рівні, експерти вважають це якимсь феноменальним явищем, адже завжди після виборів, після періоду ідеалізації кандидата, коли падає завіса люди розчаровуються, бо не отримую обіцяного відразу. Ситуація кардинально змінилася від початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, за результатами опитування від соціологічної групи «Рейтинг» від 1 березня, 93% українців підтримують діяльність Володимира Зеленського.



[11].

Фактор війни відіграв важливу роль у сприйняті не тільки України в світі, а і президента. За версією  журналу «Time», Зеленський став найвпливовішою людиною 2022 року набравши 5% голосів (понад 3,3 мільйона читачів) і став лауреатом премії імені Бориса Немцова, за сміливість. Його обличчя з’явилося на обкладинках відомих світових журналів, таких як «Time», «The Economist», «Profil», «Vanity Fair». Зеленський виступив перед Конгресом США, в парламенті Чехії, на формулі GLOBSEC, на економічній формулі в Давосі з закликами про допомогу в Україні. Володимир Зеленський став символом героїчного спротиву, незламності українського народу. Наразі війна триває і зараз головною ціллю для В.Зеленського є перемога. Тому, я вважаю, що шанси на його другий строк збільшуються, хоча він постійно наголошував на тому, що він не буде займати президентське крісло вдруге.

За кілька місяців до повномасштабного вторгнення «Слуга народу» роздумувала над стартом підготовки до наступних виборів. На початку року з’явилися чутки про те, що партія зробить ребрендинг на передодні виборів, влаштує певну «зачистку» кадрів, а саме приберуть з партії людей з репутаційними ризиками. Для перемоги на виборах, крім оновлення складу і ребрендингу необхідною складовою є  медіа. І схоже, що тут «слуги» планують вийти на новий рівень і обзавестися своїм каналом. Так, у 2022 році на роботу каналу «Рада» депутати виділили 378 мільйонів гривень, тому, скоріш за все вони планують перезапустити парламентський канал, але вже під своїм покровительством [2].

Війна внесла свої корективи і зараз парламент почав збиратися набагато рідше, ніж раніше – не лише з міркувань безпеки, а й тому, що законотворчої роботи поменшало, бо центр вироблення державних рішень змістився до Кабміну та Офісу. Тому більшість депутатів займаються волонтерством [48].

Прихід Володимира Зеленського до політики і створення партії «Слуга народу» стали феноменом української політики. В. Зеленський менш як за пів року зібрав навколо себе велику кількість електорату і переміг на виборах з рекордним результатом – 73%. «Слуга народу» – партія, яка певний час існувала тільки на паперах за кілька місяців з новачка, що подає надії, перетворилася на правлячу партію. Потужна передвиборча кампанія, яка, в основному, була сконцентрована у соціальних мережах, дозволила залучити велику кількість молоді. В. Зеленський і «Слуга народу» у своїх програмах наголошували на проблемах, які є актуальними для населення і використовували популістські заклики. Але з часом партія почала втрачати позиції, хоча вона досі залишається найпродуктивнішою за усі інші. Зараз перед Зеленським та його командою стоїть досить непросте завдання: на тлі серйозного зовнішнього фактору продовжувати свою діяльність на благо країни і показати своїм виборцям, що вони не даремно прийшли до влади.

**ВИСНОВКИ**

В результаті проведеного дослідження автором кваліфікаційної роботи зроблено наступні висновки:

1. Визначено креативний клас , як новий прошарок суспільства, який має великі перспективи в майбутньому. Креативність стала провідним фактором розвитку економіки і суспільства, вона стала рушійною силою всіх процесів. Індивідуальність, самовираження та терпимість до відмінностей між людьми користується перевагою порівняно з однорідністю, комфортністю та прагненням бути як усі, що визначали попередню епоху. Практично у всіх сферах в довгостроковій перспективі перемагає той, хто здатен творити. Завдяки своїй мобільності, представники цього класу можуть успішно працювати в різних сферах, в тому числі і в політиці.

2. Популізм – це обіцянки, що хоче почути народ, але виконання яких неможливо або шкодить реальним інтересам суспільства. Популісти виступають індикаторами настроїв непочутої частини соціуму. Люди, в більшості випадків, обирають популістів не тому, що вважають їх кращими з точки зору управлінської ефективності і не тому, що довіряють їм. Вони обирають популістів, бо вони освітлюю теми, дійсно актуальні для громадян, в той час як влада не приділяє цьому належної уваги. Тому представники креативного класу, користуючись цим, використовую популізм для досягнення свої цілей у політиці

3. Як міжнародний приклад участі креативного класу у політиці була проаналізована італійська партія «Рух п’яти зірок» . Партія була створена в 2009 році, однак історія її існування бере початок ще в 2005 році, з дня коли був створений блог її засновника Беппе Грілло. Грілло – досить неординарна особистість, на початку своєї кар’єри він був коміком, однак швидко зрозумів, що тема політики зачіпає населення набагато сильніше, ніж звичайні жарти, тому вирішив долучитися до неї. Завдяки новим технологіям - мережі інтернет та його блогу, який і став платформою для висвітлення тем, які хвилюють населення, партія стала популярною в Італії. Партія «Рух п’яти зірок» об’єднала навколо себе велику кількість людей, що змогли привести їх до парламенту. В хоті дослідження було виявлено, що партія використовувала популізм, як основний інструмент просування своїх цінностей та привернення нового електорату. Беппе Грілло постійно звертається до італійського народу як до єдиної одиниці. Коли Грілло проголошував, що італійський народ є частково вільним, він використовував концепт народу, натякаючи, що політична еліта віддалилась від народу і не виконує його волю, а саме для цього вона і була обрана. Коли політик закликав не урізати заробітну плату громадянам, він ніби захищав інтереси громадян, ототожнюючи себе з ними і наголошуючи на їх значимості. На прикладі діяльності партії «Рух п’яти зірок», робимо висновок, що така полеміка є дуже вдалою, особливо для представників креативного класу.

4. За допомогою п’яти визначених критеріїв креативності доведено, що Святослав Вакарчук і Володимир Зеленський є представниками креативного класу. Далі був здійснений аналіз діяльності обох представників.

Повернення в 2019 році С.Вакарчука до політики віщувало йому великі перспективи, не зважаючи на невдалу першу спробу. Цього разу він зібрав молоду команду професіоналів, яка ставила собі на мені відстоювання ліберальних цінностей. Партія «Голос» досить швидко зібрала електоральну базу, що допомогло їй потрапити до парламенту. Під час передвиборчої кампанії партія зосередилася на соціальних мережах, щоб залучити якомога більше молоді. Але навіть в такому форматі партія діяла досить стримано, щоб наголосити на своїй експертності. Як показала практика одного прагнення в політиці не вистачає, а окрім політичної діяльності потрібно ще вести парламентську боротьбу. Тому з часом політсила «скотилася на узбіччя»: спочатку її залишив батько-засновник С.Вакарчук, а потім в середині партії почалися чвари, які привели до її часткового розпаду. Також серед причин провалу невміння працювати з потенційним електоратом та недостатня кількість виборців, які можуть креативно мислити. Фактично «Голос» став партією, яку створили під вибори, зазвичай такі проекти – вождистські , а породжені ними ініціативи пронизані популізмом.

Прихід до політики Володимира Зеленського і поява партії «Слуга народу» викликали певний резонанс, через те, що більшу половину свого життя люди сприймали В. Зеленського як коміка і актора, але аж ніяк не як кандидата у президенти. Але більшість населення сприйняло «Зе!Команду» як нових політичних учасників, які здатні змінити життя України на краще, тому так активно голосували за неї на виборах. Виникнувши на хвилі невдоволення старими елітами, «Слуга народу»  заручилася потужною підтримкою електорату, яка допомогла партії отримати 254 мандати і утворити монобільшість в парламенті. Це стало вирішальним фактором у формуванні уряду і ведені законотворчої діяльності як партії, так і президента, адже «Слуги» отримали можливість приймати закони одноосібно. Але партія не змогла втримати підтримку електорату і почала втрачати позиції. Особливо негативно вливають на репутацію публічні скандали з участю членів партії. Надія залишається за ребрендингом та оновленням складу партії.

Відмінною рисою «Голосу» і «Слуги народу» стало те, що на чолі у них були харизматичні лідери, вихідці з народу, представники креативного класу. Тому їхня риторика в загальному була побудована навколо цих особистостей. І як бачимо у випадку з «Голосом», коли Вакарчук залишив партію, вона почала «розвалюватися». Інша ситуація «Слугою народу», це президентська партія і проблем з стійкістю лідера немає, але схоже, що члени партії просто не можуть згуртуватися.

Також обидві партії в своїй діяльності, а особливо під час передвиборчої кампанії, використовували популістичні маркери: уособлення себе з народом, наголошення на некомпетентності старої влади. І зрештою така тактика спрацювала і обидві партії потрапили в парламент, доводячи, що популізм можна вважати інструментом досягнення влади для креативного класу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Битва поколінь. Хто, де і як голосував на виборах до Ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2019/08/13/7223394/
2. Большое строительство. Как Зеленский и его партия готовятся к выборам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2022/02/3/7322656/
3. Вакарчук вдруге складає мандат нардепа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/news/2020/06/11/7255279/
4. Вакарчук і політичні амбіції: коли почав і який шлях пройшов відомий співак в українському політикумі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/ru/politika/vakarchuk-i-politicheskie-ambicii-kogda-nachal-i-kakoy-put-proshel-izvestnyy-pevec-v-ukrainskom-politikume-1285398.html
5. Вакарчук пояснив, чому пішов з керівництва «Голосу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/news/2020/03/27/7245453/
6. Вакарчук. Здався без бою? Якою була політична кар'єра Вакарчука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/06/11/7255345/>
7. Вибори через соцмережі. Як “Голос” та “Слуга народу” працюють з інтернет-аудиторією [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://netfreedom.org.ua/article/vibori-cherez-socmerezhi-yak-golos-ta-sluga-narodu-pracyuyut-z-internet-auditoriyeyu
8. «Голос» без «Справедливості»: хроніки розколу найменшої парламентської партії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lb.ua/news/2021/07/29/490547\_golos\_bez\_spravedlivosti.html
9. Голос (партія) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81\_(%D0%BF%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%96%D1%8F)
10. Гумористи, телеведучі і зірки шоу-бізнесу: люди творчих професій, які можуть пройти в Раду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/30026496.html
11. Загальнонаціональне опитування: Україна в умовах війни (1 березня 2022) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschenacionalnyy\_opros\_ukraina\_v\_usloviyah\_voyny\_1\_marta\_2022.html?fbclid=IwAR2LvNLxicdO0OIdLoQF3NvHPpAfi7PbbV2GjlHv2IzTSinKBF74u6Gzfz4
12. Зеленський Володимир Олександрович [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/keywords/volodimir-oleksandrovich-zelenskiy-2259.html
13. Зеленський пояснив, чому вирішив йти у президенти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/politika/zelenskiy-poyasniv-chomu-virishiv-piti-u-prezidenti-1274055.html
14. Интервью Владимира Зеленского - про войну на Донбассе, олигархов и Слугу Народа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=Ls0tv5M6fMs
15. Ілікова Л. «Рух пяти зірок»: з блогу до уряду Італії. Современная Европа, 2019, №4, с. 129‒139
16. Історія партії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sluga-narodu.com/about/istoriia-partii-sluha-narodu/
17. Кармазіна М. Вибори–2019: цінності й орієнтири політичної еліти (аналіз передвиборчих програм кандидатів на пост президента україни). Наукові записки, 2020, № 1 (97), с. 32-46
18. Кіра Рудик очолила партію "Голос" замість Вакарчука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lb.ua/news/2020/03/11/452267\_kira\_rudik\_vozglavila\_partiyu\_golos.html
19. Креативний клас в Україні: виростити не можна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kfund-media.com/ru/kreatyvnyj-klass-v-ukrayne-vzrastyt-nelzya-ostavyt/>
20. «Марионетка Коломойского»: история украинского олигарха, который поддержал Зеленского [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://thebell.io/marionetka-kolomojskogo-istoriya-ukrainskogo-oligarha-kotoryj-podderzhal-zelenskogo
21. «Мало досвіду» - Зеленський про «Слуг народу» за 2 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=d83O4J7QLjw
22. Місцеві вибори в Україні: поразка партії Зеленського та тріумф чинних мерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.dw.com/uk/mistsevi-vybory-v-ukraini-porazka-partii-zelenskoho-ta-triumf-chynnykh-meriv/a-55395481
23. Моніторинг місцевих виборів 2020: підсумки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/monitoring\_mestnyh\_vyborov\_2020\_itogi.html?fbclid=IwAR3aqbU5PCXwDh2OnLW8O1hFRRmv2FBc6IcN4DwqLDFoq1jd-BsUTDJn\_2I
24. Монобільшість за два роки зробила те, чого не робили багато років в українській історії, - Лещенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://m.youtube.com/watch?v=wis1UABI1x8
25. «Нині «Голос» нагадує малесенький приватний стартап». Депутатка Юлія Клименко — про розкол у партії, Рудик і Вакарчука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hromadske.ua/posts/take-vrazhennya-sho-kira-zhive-v-paralelnij-realnosti-yuliya-klimenko-pro-situaciyu-v-golosi-rudik-i-vakarchuka
26. Океан Ельзи – музичне мистецтво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sites.google.com/site/muzicarts7325/ukraienske-muzicne/okean-elzi
27. П’ять зірок Зеленського. Шоумен використовує досвід італійських популістів — ми порівняли їхній стиль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hromadske.ua/posts/pyat-zirok-zelenskogo-shoumen-vikoristovuye-dosvid-italijskih-populistiv-mi-porivnyali-yihnij-stil
28. Партія на один сезон. Чи повторить «Голос» долю «Самопомочі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://amp.dw.com/uk/partiia-na-odyn-sezon-chy-povtoryt-holos-doliu-samopomochi/a-58733066
29. Передвиборна програма партії «Голос», 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://goloszmin.org/program
30. Передвиборна програма партії «Слуга Народу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sluga-narodu.com/program/
31. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://program.ze2019.com/
32. Помог ли успеху Зеленского на выборах в Украине сериал «Слуга народа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.dw.com/ru/%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B3-%D0%BB%D0%B8-%D1%83%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%85%D1%83-%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%85-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5-%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB-%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0/a-48187005
33. Популізм чи український центризм: нова ідеологія партії «Слуга народу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:   
    https://24tv.ua/ru/populizm\_ili\_ukrainskij\_centrizm\_novaja\_ideologija\_partii\_sluga\_naroda\_n1283947
34. Портрет виборця: хто голосував за Порошенка та Зеленського в другому турі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.slovoidilo.ua/2019/05/07/infografika/suspilstvo/portret-vyborcya-xto-holosuvav-poroshenka-ta-zelenskoho-druhomu-turi
35. Програма «Слуги Народу» виконана не більше, ніж на 25% [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cvu.org.ua/eng/nodes/view/type:news/slug:prohrama-sluhy-narodu-vykonana-ne-bilshe-nizh-na-25
36. Програми партій через призму прав людини: «Голос» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zmina.info/articles/analiz\_viborchih\_program\_cherez\_prizmu\_prav\_ljiudini\_partijia\_golos/
37. Психологічний портрет виборця Зеленського і Порошенка – хто ці люди? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/the-portrait-of-voter-zelensky-poroshenko/29873431.html
38. Святослав Вакарчук складає депутатські повноваження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/amp/1199281.html
39. Святослав Вакарчук: «Вибори президента України для мене не «прикол» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/29845076.html
40. Святослав Вакарчук: Я ніколи не заявляв, що збираюся йти в президенти. Я нікому нічого не обіцяв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2019/02/19/7207020/#:~:text=%D0%9E%D1%82%20%D0%BC%D0%BE%D1%8F%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%8F%20%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0%20%D0%B1%D1%83%D0%BB%D0%B0,%D0%92%D0%B0%D1%83%2C%20%D1%86%D0%B5%20%D0%BA%D1%80%D1%83%D1%82%D0%BE!%22.
41. Слуга народу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B0\_%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83
42. Стів Джобс – гуру аскетичного стилю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.google.fr/amp/s/www.vogue.ru/fashion/stiv-dzhobs-guru-asketichnogo-stilya/amp
43. Суспільно-політичні настрої населення (12-13 лютого 2022) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-politicheskie\_nastroeniya\_naseleniya\_12-13\_fevralya\_2022.html
44. Флоріда Р. Homo Creativus. Як новий клас завойовує світ
45. Флоріда Р. Креативний клас. Люди, які змінюють майбутнє [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://creativecountry.org/books/creative_class.pdf>
46. Флоріда Р. Хто твоє місто? Креативна економіка і вибір місця проживання
47. Хміль А.М. Ступінь популістичності політичних партій на прикладі італійської партії «Рух п’яти зірок»: дип. роб : Київ, 2020. 13
48. Что происходит в "Слуге народа" и как война изменила партию Зеленского [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ua/rus/news/proishodit-sluge-naroda-voyna-izmenila-partiyu-1655217506.html
49. Що планує робити «Cлуга народу» в парламенті. Експертний аналіз програми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tvoemisto.tv/exclusive/analiz\_peredvybornoi\_programy\_partii\_sluga\_narodu\_101659.html
50. Що таке популізм і чому ми на нього ведемося [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://24tv.ua/ru/chto_takoe_populizm_i_pochemu_my_na_nego_vedemsja_n1145959>
51. Що таке популізм: теорія Ернесто Лаклау [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://commons.com.ua/ru/sho-take-populizm-teoriya-ernesto-laklau/#footnote-1
52. Эксклюзивное интервью Вакарчука: сотрудничество со Слугой Народа и игра в политические ассоциации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=Q45T2vJG1sM
53. Як зрозуміти, що політик – популіст, і наскільки він може бути небезпечний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://meduza.io/amp/slides/kak-ponyat-chto-politik-populist-i-naskolko-on-mozhet-byt-opasen-instruktsiya-meduzy>
54. Які програмні обіцянки виконали партії протягом роботи трьох сесій Ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.slovoidilo.ua/2020/07/17/infografika/polityka/yaki-prohramni-obicyanky-vykonaly-partiyi-protyahom-roboty-trox-sesij-rady
55. Ян-Вен Мюллер Що таке популізм? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://loveread.ec/read\_book.php?id=80914&p=1
56. Europe in the creative age, revisited [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://creativeclass.com/wp-content/uploads/2020/07/Davos%20Europe%20in%20the%20creative%20age.pdf
57. PRO ПЛЮСЫ Святослава Вакарчука: «Моя задача была – дать людям дорогу в жизнь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=VI7W0rQ1Er4&vl=ru
58. Urbinati N. A Revolt against Intermediary Bodies // Constellations. 2015. Vol. 22. R 477–486.
59. Zappettini, F. and Maccaferri, M. Euroscepticism between Populism and Technocracy: The Case of Italian Lega and Movimento 5 Stelle in, Journalof Contemporary European Research17(2): 239-257.