

УДК323.25(477)

Бойкот російських товарів як форма політичної участі громадян

А.М. КОСТЕНКО, Є. В. МАКАРЕНКО

Сумський державний університет, м. Суми, Україна, E-mail: kostenkopr@socio.sumdu.edu.ua

Авторське резюме

Сучасна ситуація в Україні зумовлює велику потребу в патріотичному вихованні молоді, адже саме населення, спрямоване на розвиток власної держави та підтримання її цілісності, здатне створити єдину політичну націю та знову відродити українську національну ідею. Проблема патріотичного виховання гостро постала через кризу суспільної свідомості нації, економічну дезінтеграцію, зміну духовних цінностей. Зокрема, гостро постало питання про ступінь економічної незалежності держави, спрямованість її стосунків з торгівельними партнерами, а також пошук та застосування методів подолання кризи на різних рівнях власне громадянами країни незалежно від законодавства. Одним із багатьох наслідків такої ситуації є явище відмови українських споживачів від товарів, які виробляються в Російській Федерації. Воно досить стрімко розвивається особливо на теренах західних та центральних областей держави, проте не є таким розповсюдженим у східній її частині.

В Україні відбувається народження громадянського суспільства, численність і послідовність його ініціатив є основним рушієм змін. Автомайдан, бойкот чи, навпаки, лобювання певних товарів відповідно до особистої політичної позиції, індивідуальний опір хабарництву й корупції, створення справді незалежних медіа та підтримка їх на індивідуальному рівні – це і є ті засоби впливу на владу, якими оперує кожен із нас.

У статті здійснено аналіз політичної участі, її змісту та особливостей прояву у формах бойкоту російських товарів з боку громадян. Також робота містить результати соціологічного дослідження, спрямованого на визначення громадської думки населення північно-східних областей України щодо процесу вибору товаровиробника. Зокрема, у статті проаналізовано особливості та тенденції поширення явища відмови від товарів, вироблених у Російській Федерації (або небажання підтримувати описане явище).

Ключові слова: політична участь, український товар, імпортна продукція, соціологічне дослідження.

The boycott of russian goods as forms of political participation of citizens

А.М. KOSTENKO, YE.V. MAKARENKO

Sumy state university, Sumy, Ukraine, E-mail: kostenkopr@socio.sumdu.edu.ua

Abstract

The current situation in Ukraine presupposes the great need for patriotic education of young people, because only the population that is aimed at the development of their own country and at maintaining its integrity, can recreate a single political nation and revive the Ukrainian national idea. The problem of patriotic education is worth attention because of the crisis of social consciousness of the nation, its economic disintegration and the change of spiritual values. What particularly matters is the question of the degree of economic independence of the country, its relations with trading partners, as well as search of the citizens themselves for methods to overcome the crisis at different levels, regardless of the law. One of the many consequences of this situation is the phenomenon when Ukrainian consumers intentionally ignore goods produced in the Russian Federation. It develops very rapidly especially in western and central regions of the state, but has not become a common phenomenon in the eastern part of the country.

Ukraine today is going through the stage of the birth of civil society, multiplicity and consistency of its initiatives is a major reason for changes. Whether it is AutoMaidan, boycott or, conversely, lobbying certain goods according to personal political position, an individual resistance to bribery and corruption, a duly independent mass media and support shown to them at the individual level, they all are the means of influencing the government, that is at the disposal of each one of us. The article analyzes the political participation, its content, and the peculiarities of the forms of boycotting the Russian goods by the citizens. The work as well contains the results of a sociological poll aimed at determining public opinion in the north-eastern regions of Ukraine regarding the process of selecting the manufacturers of the goods. Beside from that, the article analyzes the characteristics and tendencies of the initiative to ignore the goods produced in the Russian Federation (or reluctance to support such an initiative).

Key words: political participation, Ukrainian goods imported goods, sociological study.

Постановка проблеми. Революційні події 2014 року та російська агресія значно вплинули на свідомість українських громадян і породили нові суспільні тенденції. Зокрема, набуло розвитку явище бойкоту товарів, вироблених в Російській Федерації. На цьому ґрунті сформувався необхідність проведення соціологічного

дослідження, на основі результатів якого стало б можливим визначення суспільних настроїв щодо досліджуваного явища та сформовано уявлення про ступінь готовності громадян підтримати вітчизняного виробника.

Аналіз досліджень і публікацій. Конкретні характеристики політичної участі в Україні до-

сліджуються в роботах В. І. Бортнікова [2,3], Є. І. Головахи [6], О. О. Чемшита [14] та інших вітчизняних науковців.

Дослідженнями аспектів споживчо вмотивованої політичної поведінки відомі вітчизняні науковці В.М. Бебик [1,3], В.П. Горбатенко [7], І.О. Поліщук [10] та ін. Водночас, незважаючи на комплексне висвітлення окремих істотних аспектів, на сучасному етапі розвитку політичної науки стан розробленості проблеми ще не набув завершеного вигляду.

Мета дослідження. Проаналізувати конкретні форми політичної активності в Україні, зокрема явище бойкоту російських товарів.

Виклад основного матеріалу. Політична ситуація в Україні вплинула на економіку нашої держави та інших країн. Одним із наслідків є поширення практики відмови українських споживачів купувати товари російського виробництва. Ця тенденція є досить масовою і набирає дедалі більших обертів, насамперед у Західній Україні, поступово розповсюджуючись на центральні, південні та частково східні регіони держави. Серед українців поширюється тенденція бойкотування російських товарів. У соціальних мережах створюються групи, учасники яких відмовляються купувати товари, на упаковках яких штрих-код починається з цифр 4 і 6. Мовляв, це явна ознака того, що товар приїхав з Росії. Таким чином формується політично вмотивована споживацька поведінка, коли громадяни використовують свій вплив як владу споживачів, щоб тиснути на уряд з метою змусити його діяти або не діяти в потрібному для них напрямку, роблять навмисний вибір товарів чи послуг або відмовляються від них з метою досягнення певної політичної мети. В такій ситуації громадяни розглядають ринок як канал для політичної участі.

Політична участь – це вплив громадян на функціонування політичної системи, формування політичних інститутів і вироблення політичних рішень [11]. Поняття «політична участь» використовується для позначення непрофесійної політичної діяльності, показуючи ступінь реального впливу громадян на інститути влади і процеси прийняття рішень.

Політична участь виконує певні соціальні функції: відображення, узгодження та реалізація різних інтересів та вимог; відбір політиків та управлінців; рекрутування та просування по службі (політичній кар'єрі) публічних політиків та управлінців («політичних адміністраторів»); залучення населення до вироблення й реалізації політичних рішень; політична соціалізація; упередження та розв'язання конфліктів; боротьба з бюрократизмом, а також скасування відчуження громадян від політики та управління [4].

Тому до політичної участі можна віднести такі вмотивовані споживчі технології як бойкоти, коли громадяни намагаються вплинути на

політиків, уряди або корпорації, організовуючи масові кампанії купівлі або, навпаки, відмови від купівлі певних товарів або послуг; кампанії, коли за допомогою конsumerистських форм активності критично налаштовані громадяни виражають своє ставлення до суб'єктів, які діють на споживчому ринку та у сфері виробництва.

До таких форм політичної участі можна віднести і бойкот продуктів (споживчий бойкот, різновидами якого є бойкоти, що потребують обговорення певних дій та бойкоти, що вимагають певної дії), і політичний бойкот, коли споживач купує продукти, які, на його думку, відповідають його цінностям (до них належать бойкоти, спрямовані на певну організацію дій та бойкоти, які передбачають конкретні дії – демонстрації та загороджувальні пікети – з метою надання розголосу й стимулювання дій бойкоту). Саме така форма політичної активності поширена в Україні як реакція населення на агресію Росії. Основною причиною відмови вітчизняних споживачів від російських товарів є посилення патріотичних настроїв у суспільстві, особливо з боку молоді. Окрім того, можна виділити такі економіко-політичні мотиви збільшення споживання продукції національного виробництва:

1) українські товари нічим не гірші за російські. Більшість вітчизняних товарів (зокрема продукти харчування, одяг, сільсько-господарська техніка) не поступаються російським в якості, тому громадяни нашої держави можуть, нічого не втрачаючи, відмовитися від російських аналогів;

2) у разі придбання російської продукції, гроші, витрачені українцями, йдуть до бюджету Російської Федерації, що, беззаперечно, є негативним для нашої держави явищем;

3) Росія оголосила Україні торговельну війну, перекривши імпорт значної кількості продукції, наприклад сиру, солодощів, будівельних матеріалів, продукції машинобудування тощо. Поштовхом до розгортання таких дій з боку «північного сусіда» стало прагнення України до підписання економічної та політичної угоди з Європейським Союзом (ЄС) наприкінці 2013 року та небажання увійти до Митного Союзу з Російською Федерацією. Таким чином, відмова купувати російське є логічною відповіддю українців на дії держави-сусіда.

Надаючи перевагу вітчизняним товарам і тим самим підтримуючи розвиток національного виробництва, українці не лише формують стимули для розбудови економіки нашої держави, виходу її з сучасної кризи, але й підвищують рівень політичної участі громадян та впливають на формування громадської думки в Україні. Одним із кроків на цьому шляху є скорочення споживання товарів, які виробляються у Російській Федерації. Це можна швидко та ефективно реалізувати, безупинно інфор-

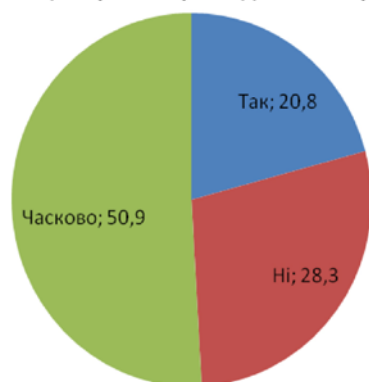
муючи українського споживача, пропонуючи йому альтернативи, пояснюючи причини доцільності підтримки бойкотування російських товарів доступною мовою. Особливо це стосується Східної України, так як саме тут частка бойкотуючих є найменшою.

В рамках зазначеної теми авторами було проведено дослідження з метою визначення громадської думки жителів Сумської, Харківської, Чернігівської та Полтавської областей щодо питання відмови від товарів, які виробляються в Російській Федерації; з'ясування причин відмови від даної пропозиції; визначення груп товарів, які не мають якісних українських аналогів; критичний погляд «очима споживача» на якість вітчизняних та російських товарів, порівняння їх та оцінка можливості повністю замінити одні іншими. Метою збору цих даних є подальше їх використання для швидкого та ефективного розвитку руху, що спрямований на розповсюдження тенденції відмови від споживання російських товарів як форми політичної участі громадян України.

Опитування було проведено протягом січня 2015 року шляхом поштового анкетування (для громадян віком від 16 до 35 років) та прямого інтерв'ю (від 35 до 60 років). Всього було охоплено 1700 респондентів (57% з яких становили жінки, 43% - чоловіки), які проживають у Сумській, Харківській, Полтавській та Чернігівській областях. Вибірка пропорційна, стратифікована, з відбором за ознакою статі, віку та місця проживання.

Результати дослідження дозволили прийти до наступних висновків.

1. Чи перестали Ви купувати товари російського виробництва у зв'язку з подіями в Україні?

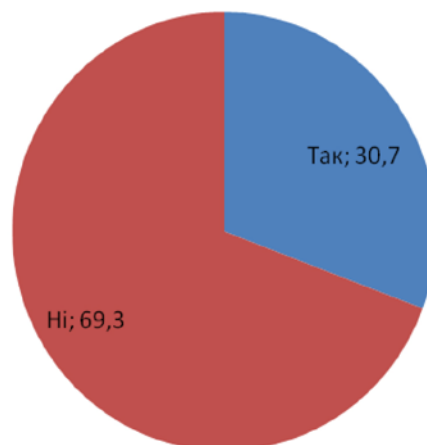


Більшість респондентів відреагували на загострення політичної ситуації в країні та скоротили споживання товарів російського виробництва, демонструючи активну громадську позицію. Так, 20% учасників опитування перестали купувати товар російського виробництва і ще 50% - частково перестали купувати такі товари (Діаграма 1).

При цьому переважна більшість респондентів (близько 70%) зазначає, що вони не відчу-

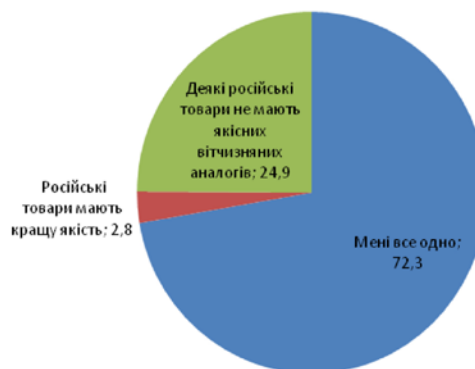
вають різниці в якості між російськими та вітчизняними товарами. Що якраз свідчить, що мотивом зміни країни-виробника товару є не його низька якість, а політична ситуація в країні (Діаграма 2).

2. Чи відчуваєте Ви різницю в якості між вітчизняними та російськими товарами?



При цьому помітною є тенденція «пасивності» споживачів, їх політичної та економічної байдужості, що є цілком пояснюваним явищем (Діаграма 3).

3. Чому Ви не звертаєте увагу на виробника?



Висновки. Отже, за результатами дослідження встановлено, що бойкот товарів російського виробництва українськими споживачами є не стільки тенденцією викликаною економічними причинами, скільки однією з форм політичної активності, при якому громадяни більше схильні розцінювати ринок як канал для участі в політичній діяльності. Тобто споживачі розцінюються як фактичні або потенційні політичні актори, коли вони готові використовувати цей канал, щоб досягти політичних цілей. Споживачі можуть бути мобілізовані за певних умов, заснованих на особистому досвіді й установлених основних сюжетних лініях корпоративної роботи соціально відповідальних компаній.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бебик В. М. Соціально-психологічні аспекти політичної та економічної активності українства в контексті державотворення та побудови громадянського суспільства [Текст] / В. М. Бебик // Освіта регіону. - 2006. - № 1. - С. 50 - 54.
2. Бебик В. М., Бортніков В. І., Дегтерьова Л. М., Кудряченко А. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації в глобальному світі / За ред. В. М. Бебика. - К., 2006.
3. Бортніков В. І. Політична участь і демократія: українські реалії [Текст]: моногр. / В. І. Бортніков; Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк: Вежа, 2007. - 524 с.
4. Вегеш М.М. Політологія: підруч. / М.М. Вегеш (ред). - 3-тє вид. - К.: Знання, 2008. - 384 с.
5. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство / Ю. Габермас. Пер. з німецької. - Львів: Літопис, 2000. - С. 9-42; 44-71; 71-89.
6. Головаха Є. І. Демократизація суспільства і розвиток особистості. Від тоталітаризму до демократії [Текст] / Є.І. Головаха, І. Е. Бекешкіна, В. С. Небоженко. - К.: Наук. думка, 1992. - 267 с.
7. Горбатенко В. П. Стратегія модернізації суспільства: Україна і світ на зламі тисячоліть [Текст]: моногр. / В. П. Горбатенко. - К.: Видавничий центр «Академія», 1999. - 240 с.
8. Зеленько Г. І. Політична участь як показник якості політичного режиму [Текст] / Г. І. Зеленько
9. Колодій А. Ф. На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні [Текст]: моногр. / А. Ф. Колодій. - Львів: Видавництво «Червона Калина». - 2002. - 276 с.
10. Поліщук І. О. Політичне маніпулювання: сутність та проблема його обмеження / І. О. Поліщук, С. В. Рум'янцева // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер.: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. - 2013. - № 2. - С. 199-206. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_2013_2_25.pdf.
11. Розенфельд Ю.М. Політологія: підруч. / Ю.М. Розенфельд, Л.М. Герасіна, Н.П.Осипова та ін. - Х.: Право, 2001. - 382 с.
12. Ротар Н. Ю. Політична участь громадян України у системних трансформаціях перехідного періоду [Текст] моногр. / Н. Ю. Ротар; Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. - Чернівці: Рута, 2007. - 472 с.
13. Можировский Н. С. Внешняя торговля Украины: старые друзья и новые партнеры [Электронный ресурс] / Н. С. Можировский. - Inpress.ua, 11 ноября 2013 г. - Режим доступу: <http://inpress.ua/ru/economics/19530-vneshnyaya-torgovlya-ukrainy-starye-druzya-i-novye-partnery>
14. Чемшит А.А. Гражданское общество и демократия участия: Моногр. / А.А. Чемшит, Ю.А. Бабинов, В.Ф. Шрейдер. - Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2006. - 417 с.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2015

REFERENCES:

1. *Bebyk V. M. Sotsial'no-psykholohichni aspekty politychnoyi ta ekonomichnoyi aktyvnosti ukrayinstva v konteksti derzhavotvorenniya ta pobudovy hromadyans'koho suspil'stva (Social and psychological aspects of political and economic activity of Ukrainians in the context of nation-building and civil society). Osvita rehionu. - 2006. - №1. - 50 - 54 p.*
2. *Bebyk V. M., Bortnikov V. I., Dehter'ova L. M., Kudryachenko A. Derzhava i hromadyans'ke suspil'stvo: partners'ki komunikatsiyi v hlobal'nomu sviti (State and Civil Society: communication partner in a global world). 2006.*
3. *Bortnikov V. I. Politychna uchast' i demokratiya: ukrayins'ki realiyi (Political participation and democracy: Ukrainian realities) Volyn. derzh. un-t im. Lesi Ukrayinky. - Luts'k: Vezha, 2007. - 524 p.*
4. *Vehesh M.M. Politolohiya (Politicalogy). 2008. - 384 p.*
5. *Habermas Yu. Strukturni peretvorenniya u sferi vidkrytosti: doslidzhennya katehoriyi hromadyans'ke suspil'stvo (Structural transformations in openness: the study of civil society category). L'viv: Litopys, 2000. - 9-42 p.; 44-71 p.; 71-89 p..*
6. *Holovakha Ye. I. Demokratyzatsiya suspil'stva i rozvytok osobystosti. Vid totalitaryzmu do demokratiyi (The democratization of society and personal development. From Totalitarianism to Democracy). Nauk. dumka, 1992. - 267 p.*
7. *Horbatenko V. P. Stratehiya modernizatsiyi suspil'stva: Ukrayina i svit na zlami tysyacholit' (The strategy of modernization of society, Ukraine and the world at the turn of the millennium) Vydavnychyy tsentr «Akademija», 1999. - 240 p.*
8. *Zelen'ko H. I. Politychna uchast' yak pokaznyk yakosti politychnoho rezhymu (Political participation as an indicator of a political regime). Akademiya, 2008. - 156-169 p.*
9. *Kolodiy A. F. Na shlyakhu do hromadyans'koho suspil'stva. Teoretychni zasady y sotsiokul'turni peredumovy demokratychnoyi transformatsiyi v Ukrayini (On the way to civil society. Theoretical basis and socio-cultural prerequisites of democratic transformation in Ukraine. L'viv, Vydavnytstvo «Chervona Kalyna». - 2002. 276 p.*
10. *Polishchuk I. O. Politychne manipulyuvannya: sutnist' ta problema yoho obmezheniya (Political manipulation: the essence of the problem and its limitations). Visnyk Natsional'noyi yurydychnoyi akademiyi Ukrayiny imeni Yaroslava Mudroho. Ser.: Filosofiya, filosofiya prava, politolohiya, sotsiolohiya. - 2013. - № 2. - 199-206 p.. - Regime to access:: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_2013_2_25.pdf.*
11. *Rozenfel'd Yu.M. Politolohiya (Politicalogy). Pravo, 2001. - 382 p..*
12. *Rotar N. Yu. Politychna uchast' hromadyan Ukrayiny u systemnykh transformatsiyakh perekhidnoho periodu (The political participation of citizens in Ukraine systemic transformation transition). Chernivtsi: Ruta, 2007. - 472 p.*

13. *Mozhyrovskyy N. S.* Vneshnyaya torhovlya Ukrainy: starye druz'ya y novye partnery (Ukraine's foreign trade: old friends and new partners). Regime to access: <http://inpress.ua/ru/economics/19530-vneshnyaya-tor-govlya-ukrainy-starYE-druzya-i-novye-partnery>

14. *Chemshyt A.A.* Hrazhdanskoe obshchestvo y demokratiya uchastyaya (Civil society and participatory democracy). Sevastopol', Edition: *SevNTU*, 2006. - 417 p.

Костенко Андріана Миколаївна – кандидат політичних наук, доцент
Сумський державний університет
Адреса: 40000, м.Суми, вул. Римського-Корсакова, 2
E-mail: kostenkopr@socio.sumdu.edu.u

Макаренко Єсенія Валеріївна – студент
Сумський державний університет
Адреса: 40000, м.Суми, вул. Римського-Корсакова, 2
E-mail: yeseniya.mc@gmail.com

Kostenko Andriana Mykolayivna – PhD in political science, associate professor
Sumy state university
Address: 2, Rymskoho-Korsakova Str., Sumy, 40000, Ukraine
E-mail: kostenkopr@socio.sumdu.edu.u

Makarenko Yeseniya Valeriyivna – student
Sumy state university
Address: 2, Rymskoho-Korsakova Str., Sumy, 40000, Ukraine
E-mail: yeseniya.mc@gmail.com