

деструктивно-потребительская стадия, когда активность управленцев смещается в сферу потребления и рентных экономических отношений.

Ключевые слова: политико-психологические циклы, креативная стадия развития, организационная стадия.

Gubenko O. V. Cyclical nature of society's political and psychological development: waves of state management elite

The article analyzes the phenomenon of recurrence, repetition of socio-psychological phases and regularities of historical development, in particular development of societies and states. The main attention is given to the question of the political-psychological cycles of socio-political development. On the basis of the analysis of socio-political development of such states as Ancient Rome, the Soviet Union, the Arab states of the Caliphate era and some others it has been concluded that there is a succession of such cycles. These cycles relate to both phases of state emergence, development and destruction and to the dominance of different socio-psychological types of state managers at this or that stage. The following stages of state and society development have been identified: the creative stage where the main role is played by states managers-innovators; the organizational stage where the leading role is played by states managers-organizers; the destructive-consumerist stage where the activity of managers shifts into the sphere of consumption and rental economic relations.

Key words: political-psychological cycles, creative stage of development, organizational stage.

УЯВЛЕННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПРО ПРОВІДНІ ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ УКРАЇНИ

А. О. Лісневська, м. Чернігів

Розкрито зміст уявлень студентської молоді про такі політичні партії України, як Партія регіонів, Комуністична партія України, ВО “Батьківщина”, партія “УДАР (Український Демократичний Альянс за Реформи) Віталія Кличка”, ВО “Свобода”, Радикальна партія Олега Ляшка, партія “Наша Україна”, Соціалістична партія України. Показано, що студентська молодь має в цілому стереотипні уявлення про політичні партії України. З’ясовано, що ядро цих стереотипних уявлень складають символіка політичної партії, зовнішня атрибутика її діяльності та постаті політичних лідерів, а периферію – політичні кліше, поширені в інформаційному просторі, які дають змогу швидко класифікувати й оцінити політичну партію.

Ключові слова: політична свідомість, політичні уявлення, політична символіка, політичні кліше, інформаційний простір.

Проблема. Важливою передумовою здійснення демократичних перетворень в Україні є відповідальне ставлення громадян до своєї ролі в суспільно-політичному процесі, їхня готовність долучатися до політичного життя відповідно до сформованої системи політичних поглядів і пере-

конань. Прояви суб'єктності щодо політики є результатом політичної соціалізації особистості, під якою розуміють процеси ознайомлення з політичним життям, активного освоєння політичної культури, її трансформації завдяки власним зусиллям особистості [1].

Особливо гостро постає проблема вивчення політичної соціалізації молодого покоління. Будь-яке суспільство має бути зацікавленим у тому, щоб передати дітям і молоді свій політичний досвід та сформувати відповідний тип політичної культури, оскільки саме підрастаючі покоління визначатимуть протягом наступних десятиліть характер політичної системи і політичний розвиток суспільства. В Україні ця проблема набуває особливої актуальності через неузгодженість вимог щодо політичного виховання дітей та молоді, що зумовлює стихійність процесу політичної соціалізації і може мати негативні наслідки як для молодих поколінь, так і для держави [1–4].

Для того щоб якісно оцінити процес політичної соціалізації дітей і молоді, доцільно дослідити елементи їхньої політичної свідомості та поведінки. Одним з елементів політичної свідомості є політичні уявлення, у тому числі уявлення про політичні партії України. Як свідчать результати досліджень Дж. Адельсона, політичні уявлення людини формуються переважно у віці 11–13 років [5]. З часом вони поступово розширюються і збагачуються, у тому числі й завдяки розвитку інших елементів політичної свідомості та впливам соціального середовища. На особливу увагу заслуговує період навчання молоді людини у вищому навчальному закладі, коли вона дістає змогу розвивати політичну свідомість через засвоєння знань з наукових дисциплін гуманітарного циклу, здобувати досвід громадсько-політичної діяльності в ході реалізації комплексу політичних прав.

Мета статті: визначити рівень сформованості уявлень студентської молоді про провідні політичні партії України, взявши такі уявлення за індикатори якості процесу політичної соціалізації українського студентства.

Інструментарій нашого дослідження включав Метод вільних асоціацій і Тест колірних ставлень О. Еткінда. Стандартна процедура асоціативного експерименту передбачала пред'явлення слів-подразників, на які респонденти повинні були відповісти словами, що першими спади їм на думку. У нашому дослідженні словами-подразниками виступали назви політичних партій України, які або відіграють, або донедавна відігравали провідну роль у політичному житті країни і про які майже всі респонденти мають хоча б якесь уявлення: Партія регіонів, Всеукраїнське об'єднання "Батьківщина", партія "УДАР (Український Демократичний Альянс за Реформи) Віталія Кличка", Комуністична партія України, Всеукраїнське об'єднання "Свобода", Радикальна партія Олега Ляшка, партія "Наша Україна", Соціалістична партія України. Відповідно до процедури Тесту колірних ставлень О. Еткінда потрібно було з восьми стандартних

кольорів Тесту колірних виборів М. Люшера дібрати один колір, з яким асоціюється конкретна політична партія України незалежно від того, які кольори вона використовує у своїй політичній символіці.

У дослідженні взяли участь студенти 3 і 4-го курсів технологічного та психолого-педагогічного факультетів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Загальна кількість учасників дослідження становила 104 особи, з них 50 хлопців і 54 дівчини віком від 20 до 25 років. Серед досліджуваних було зафіксовано такий розподіл симпатій до політичних партій України: Партія регіонів – 5,7%, ВО “Батьківщина” – 15,5%, партія “УДАР Віталія Кличка” – 39,4%, Комуністична партія України – 6,7%, ВО “Свобода” – 5,8%, Радикальна партія Олега Ляшка – 11,5%, партія “Наша Україна” – 0%, Соціалістична партія України – 0%, інші партії – 6,7%, жодна з партій – 8,7%.

Аналіз даних здійснювався на всій вибірці досліджуваних. За результатами аналізу даних асоціативного експерименту було визначено основні категорії, які респонденти використовують для опису політичних партій України (частотний метод з виділенням спільних категорій). Аналіз даних за Тестом колірних ставлень О. Еткінда передбачав обчислення частоти добирання тих чи тих кольорів до кожної політичної партії України. Порівняння результатів дало змогу визначити спільні риси в уявленнях респондентів про ті політичні партії України, які стали предметом аналізу. Відтак на основі статистично-математичного аналізу даних асоціативного експерименту (табл. 1) було складено короткий опис набору асоціацій для кожної політичної партії України.

Партія регіонів найчастіше асоціюється з “владою”, “носіями влади”, “лідерством”, “впливом”. Серед напрямів політичної діяльності партії – орієнтація на Росію, захист російської мови, прагнення як до суспільного, так і до власного добробуту. Серед асоціацій, які вказують на засоби політичного впливу партії, домінують асоціації з негативним емоційним забарвленням, що відображають як непрямі (“корупція”, “обман”, “обіцянки”, “трабїж”, “розорення”), так і прямі (“сила”, “диктат”, “насильство”, “введення жорстких норм”, “рейдерські атаки”) засоби політичного впливу. Сама партія постає як упевнена, рішуча, згуртована, але водночас консервативна, безвідповідальна, самовдоволена організація. Найвідоміші діячі партії – Віктор Янукович і Микола Азаров. Типові представники партії постають як такі, що “не вміють розмовляти українською мовою”, як “зłodії в законі”, “мажори”. Серед символів партії домінує синій/блакитний колір. Значна кількість асоціацій уособлює поширені в ЗМК політичні кліше, які характеризують партію: “Донецьк”, “Донбас”, “бандитизм”, “зłodійство”, “шахрайство”. Узагальнена оцінка діяльності партії – негативна (“порожнеча”, “хаос”, “погана”, “брехлива”, “неадекватна” та ін.).

Таблиця 1

Розподіл асоціацій респондентів щодо політичних партій України
за результатами частотного аналізу (γ %)

Категорії асоціацій	Партія регіонів	ВО “Батьківщина”	Партія “УДАР Віталія Кличака”	Комуністична партія України	ВО “Свобода”	Радикальна партія Олега Ляшка	Партія “Наша Україна”	Соціалістична партія України
здатність партії впливати на політичну ситуацію	15,8	2,2	19,9	2,1	2,1	2,4	3,4	2,3
спрямованість політичної діяльності партії	8,2	14,3	5,3	19,3	22,3	9,0	6,8	19,3
засоби політичного впливу партії	18,4	15,7	6,0	9,3	6,4	15,6	8,5	5,7
діячі (історичні постаті), з якими пов’язується функціонування партії	13,9	20,7	7,3	14,3	10,6	6,6	11,0	15,9
характеристика типових представників партії	3,8	2,2	2,0	12,2	4,3	10,7	2,5	1,1
символіка партії (кольори, лозунги та ін.)	9,5	15,7	3,3	19,3	4,3	2,4	11,0	9,1
політичні кліше щодо партії, поширені ЗМК	23,4	11,4	37,7	16,4	6,4	23,8	31,4	1,1
узагальнена оцінка діяльності партії	7,0	17,1	18,5	5,0	27,7	24,6	25,4	17,1
необізнаність щодо діяльності партії	0	0,7	0	2,1	15,9	4,9	0	28,4

ВО “Батьківщина” асоціюється з впливовістю, напористістю, лідерством. Серед напрямів політичної діяльності партії виділено спрямованість на покращення економічної ситуації, мир і добробут, порядок, справедливість, європейський вектор зовнішньої політики, захист української мови, патріотизм. Поширеними є асоціації, які відображають зміст діяльності партії в парламенті: “опозиція”, “коаліція”, “об’єднання”. Серед асоціацій – засобів політичного впливу партії – є такі, що вказують на форми політичної боротьби (“виступи”, “концерти”, “протести”), і такі, що містять оцінку цієї боротьби (“піар”, “лицемірство”, “багато говорять, але нічого не роблять”). Найвідоміші діячі партії – Юлія Тимошенко (згадується найчастіше) і Арсеній Яценюк. Характеристика представників

партії: “обманщики”, “шахраї”, “самі не знають, що роблять”. Серед символів партії найчастіше згадуються “білий колір”, “червоне серце” і численні лозунги (“Українці – разом!”, “За Батьківщину!”, “Юлі – волю!” та ін.). До поширених у ЗМК політичних кліше належать такі, як “Вона працює”, “політичні в’язні”, “в’язниця”, “КПЗ” тощо. Узагальнена оцінка діяльності партії містить суперечливі асоціації: з одного боку, партія “хороша”, “добра”, “радісна”, “щира”, “чесна”; з другого боку, “хороша назва, але не зміст”, “шум”, “хаос”, “зрада”, “безлад”.

Партія “УДАР Віталія Кличка” пов’язана з такими асоціаціями, як “сила”, “напористість”, “бойова налаштованість”. Серед напрямів діяльності партії – покращення майбутнього, спрямованість на молодь, орієнтація на західну політику. При цьому багато хто відмічає опозиційність партії в парламенті. Суперечливими є асоціації, які відображають засоби політичного впливу партії: з одного боку – “співпраця з людьми”, “організованість”, “упевненість”; з другого боку – “непрофесіоналізм”, “бої в парламенті”, “виступи під фонограму”. Найвідоміші діячі партії – брати Клички. Типові представники партії – “спортсмени”, “радикали”. Нечисленними є асоціації, які вказують на символіку партії: “червоний колір”, лозунг “Україна повинна бути сильною!”. Водночас поширеними є політичні кліше із ЗМК: “бокс”, “ринг”, “нокаут”, “боксерська рукавичка” та ін. Узагальнена оцінка діяльності партії переважно позитивна: “перспективна партія”, “нова партія з новим лідером”, “гарна”, “організована”, “подобається” тощо. Проте трапляються й асоціації, що відображають сумніви респондентів щодо перспектив партії в політиці: “спорту в політиці не місце”, “займає не своє місце”, “лізе куди не треба” та ін.

Комуністична партія України асоціюється з певним статусом у суспільстві, але її ідеї є незапобованими. Звідси невисока здатність партії впливати на політичну ситуацію в країні. Суперечливими є асоціації, що вказують на напрями політичної діяльності партії: з одного боку, партія “має цілі”, “більш-менш нормальні погляди”, спрямована “вперед”, виступає “за пенсіонерів” і “рівність між людьми”, але з другого боку, вона “має застарілі ідеї”, “спрямована в минуле”, закликає до “повернення в СРСР”. Найвідоміші діячі/історичні постаті партії – Ленін, Сталін, Симоненко. Поширеними є асоціації, які описують типових представників партії: “люди зрілого/похилого віку”, “пенсіонери”, “дідуся”, “бабусі” тощо. Значна кількість асоціацій присвячена символіці партії: “серп і молот”, “зірка”, “червоний колір”. До поширених у ЗМК політичних кліше належать “СРСР”, “КПРС”, “КДБ”, “радянський досвід”, “броньовик”. Узагальнена оцінка діяльності партії є продовженням уявлень респондентів про спрямованість її діяльності: партія визнається як така, що має “давні традиції”, і водночас як “неактуальна”, “застаріла”.

ВО “Свобода” асоціюється передусім із політичним впливом на молодь. Серед напрямів політичної діяльності партії – “об’єднання держави без розколу”, “звільнення людей від чогось”, “проти євреїв”, боротьба

за “рівні права”, “свободу”, “волю”, “незалежність”, “демократизм”. До засобів політичного впливу партії належать “мітинги”, “протести”, “скандали” та ін. Найвідоміший діяч партії – Олег Тягнибок. Типові представники партії: “борці за Україну”, “радикали”, “націоналісти”, “бандери”. Символіка партії представлена такою асоціацією, як “червоний колір”, і численними лозунгами (“Україно, вставай!”, “За свободу!”, “Вільна Україна!”). Поширені в ЗМК політичні кліше відображають її націоналізм і радикалізм. Узагальнена оцінка діяльності партії містить як позитивні (“хороша”, “проста”, “оптимальна”), так і негативні (“непевнена”, “відсторонена”, “зборище людей, далеких від політики”) характеристики. Певна кількість асоціацій (15,9%) свідчить про необізнаність респондентів щодо діяльності партії (“не знаю”, “ніяких асоціацій”, “не маю інформації”).

Певні труднощі виникли в ході аналізу асоціацій, які стосуються *Радикальної партії Олега Ляшка*. Висока політична активність лідера партії, яка не підкріплюється помітною діяльністю з боку інших представників партії, призводить до того, що окремі аспекти партії асоціюються виключно через постать самого Олега Ляшка. Отже, для респондентів партія виступає як політична сила, якій властиві як “дієвість”, так і “слабкість”. Серед напрямів політичної діяльності виділено захист українських традицій, курс на радикальні зміни в суспільстві, боротьбу за свободу і волю народу. Окремі асоціації вказують на близькість партії до народу, на прагнення партії захищати його інтереси. Серед засобів політичного впливу переважають напористість у досягненні мети (“упевненість”, “сміливість”, “прямолинійність”) і демонстративна поведінка (“сварки і бійки”, “публічні виступи”, “показуха”, “багатослівність”). Найвідоміший діяч партії, безперечно, Ляшко. Відповідно, асоціації, які відображають характеристики типових представників партії, уособлюють риси особистості самого Ляшка: “революціонер”, “комік”, “багато говорить”, “грає на публіку”, “нафарбований чоловік” та ін. До символів партії належать “жовтий колір” і лозунг “Юлі – волю, бандитам – тюрми!”. Значна кількість асоціацій відображає як поширені в ЗМК політичні кліше (“вила”, “трабл”, “гарбуз”, “картопля з бабцею” та ін.), так і джерела їх поширення (“пародія 95-го кварталу”, “Казкова Русь”). Узагальнена оцінка діяльності партії – іронічна (“смішна”, “весела”, “радикально, але безглуздо”).

Партія “Наша Україна” асоціюється зі слабким політичним впливом (“слабка”, “немає ініціативи”). Суперечливими є асоціації, які відображають напрями політичної діяльності партії: з одного боку, партія є носієм патріотичних ідей, спрямована на захист української мови і культури, прагне до добробуту суспільства; з другого боку, у неї “немає ідеології і чіткого лідера”, “погана політична програма”. Відповідно суперечливими є й асоціації, які вказують на засоби політичного впливу партії: їй властиві як “згуртованість”, “упевненість”, “щирість”, так і “брехня”, “марнослів’я”, “гнучкість зміна”. Найвідоміший діяч партії – Віктор Ющенко. Типові представники партії –

“красномовні люди”, “вічно невдоволені”, “ображені життям люди”. Серед символів партії переважає помаранчевий колір/прапор. Серед поширених у ЗМК політичних кліше домінують “помаранчева революція”, “любі друзі”, “пасіка”, “мед”, “бджоли”, “солові”. Узагальнена оцінка діяльності партії переважно негативна. Вона містить як недовіру до партії (“невиправдані надії”), так і її невдале минуле (“невдача”, “провал”, “багато планів – нуль виконання”) та хитке становище тепер (“незначуща”, “перебуває на периферії”, “відійшла в тінь”).

Соціалістична партія України також асоціюється зі слабким політичним впливом (“слабка партія”, “недієздатна”). Поширеними є асоціації, які розкривають напрями політичної діяльності партії: партія “спрямована на народ”, на “рівність”, “справедливість”, “рівноправ’я”, “порядок”, “мир”, “соціальну стабільність”. Суперечливими є засоби політичного впливу партії: з одного боку, вона підтримує зв’язок з людьми, долучається до благодійності (“дитячі майданчики”); з другого боку – прагне за всяку ціну утриматися в політиці (“войовничість”, “обман”). Найвідоміші представники партії – Олександр Мороз (згадується найчастіше), Микола Рудьковський. Типові представники партії є вихідцями з пролетаріату. До асоціацій, які відображають символіку партії, належать “червоний стяг”, “рожевий колір”, “тройнда”. Окремі асоціації відображають належність до партії (“соціалісти”). Узагальнена оцінка діяльності партії негативна. Вона свідчить як про недовіру до партії (“брехуни”, “зрадники”), так і про безперспективність її існування в політиці (“забута”, “даремно витрачають час”, “довга дорога, але безрезультатно”, “невидимка”). Варто звернути увагу, що значна кількість асоціацій (28,4%) вказує на необізнаність респондентів щодо діяльності партії (“не знаю”, “ребус, загадка”).

Аналіз повного списку асоціацій дає змогу виявити певні тенденції в уявленнях студентської молоді про провідні політичні партії України. Встановлено, що найбільш частотними є категорії “діячі (історичні поста-ті), з якими пов’язується функціонування партії”, “політичні кліше щодо партії, поширювані ЗМК”, “узагальнена оцінка діяльності партії”, найменш частотними – категорії “здатність партії впливати на політичну ситуацію”, “необізнаність щодо діяльності партії”. Отримані результати свідчать про те, що уявлення студентської молоді про політичні партії України формуються переважно внаслідок споживання продукції ЗМК, котрі з тих або тих причин пропонують досить спрощені образи суб’єктів політики. Як наслідок, студенти добре обізнані (або вважають себе обізнаними) щодо того, хто є лідером тієї або тієї політичної партії, досить легко орієнтуються в тих судженнях, за допомогою яких оцінюється діяльність кожної політичної партії. Закономірно, що студенти готові й самі розмірковувати про політичні партії України, але передусім через використання тих суджень, які є поширеними в їхньому інформаційному просторі. Виявлено, що політична символіка (кольори, лозунги, зображення

тощо) також посідає значне місце в уявленнях студентської молоді про провідні політичні партії України. Набагато складніше студентській молоді визначитися щодо змісту діяльності політичної партії і, як наслідок, щодо засобів і потенціалу її впливу на суспільно-політичний процес. Отже, можна припустити, що студентська молодь має неглибокі, поверхові уявлення про політичні партії України.

Результати, отримані в ході асоціативного експерименту, узгоджуються з результатами Тесту колірних ставлень О. Еткінда (табл. 2).

Таблиця 2

**Розподіл добору кольорів респондентами
щодо політичних партій України (у%)**

Добір кольорів	Партія регіонів	ВО “Батьківщина”	Партія “УДАР Віталія Кличка”	Комуністична партія України	ВО “Свобода”	Радикальна Партія Олега Ляшка	Партія “Наша Україна”	Соціалістична партія України
синій	44,2	6,8	9,6	5,8	10,6	6,7	6,7	11,5
зелений	19,2	8,6	8,6	2,9	13,5	9,6	10,6	4,8
червоний	4,8	17,6	17,4	32,7	9,6	4,8	20,2	15,4
жовтий	0	19,4	14,4	7,8	20,2	9,6	25,0	10,6
фіолетовий	1,9	15,5	20,2	23,0	8,6	20,2	2,9	12,5
коричневий	3,9	6,8	8,6	9,6	19,2	15,4	17,3	11,5
чорний	21,2	3,9	13,5	6,7	4,8	14,4	6,7	10,6
сірий	4,8	21,4	7,7	11,5	13,5	19,3	10,6	23,1

Аналіз результатів за Тестом колірних ставлень О. Еткінда свідчить про те, що добір кольору до тієї або тієї політичної партії зумовлюється не так неусвідомленим емоційним ставленням до неї, як тим кольором або тими кольорами, які вона використовує у своїй символіці. Прикладом може бути Партія регіонів, яку 44,2% респондентів ототожнюють із синім кольором. Якби ми інтерпретували цей результат відповідно до значення кольору, то виявилось б, що Партія регіонів – це політична сила, яка прагне безпеки, спокою, надійності через надмірну стурбованість політичною ситуацією і перспективами її розвитку. Проте така інтерпретація суперечила б результатам асоціативного експерименту, які було отримано на тій самій вибірці досліджуваних.

Схожі результати отримано й щодо інших політичних партій, які у своїй символіці віддають перевагу небагатьом кольорам, аналог яким можна було віднайти в стимульному матеріалі Тесту колірних виборів М. Люшера. Наприклад, Комуністична партія України ототожнюється

переважно з червоним (32,7%) та фіолетовим (23,0%), Партія “Наша Україна” – із жовтим (25,0%) і червоним (20,2%), ВО “Свобода” – із жовтим (20,2%) та коричневим (19,2%), Партія “УДАР Віталія Кличка” – з фіолетовим (20%), червоним (17,4%) і жовтим (14,4%) кольорами. Щодо тих політичних партій, які використовують або багато кольорів, або цим кольорам немає аналогів у стимульному матеріалі Тесту колірних виборів М. Люшера, або ці кольори, можливо, невідомі досліджуваним (так, наприклад, за даними асоціативного експерименту, респонденти не обізнані щодо колірної символіки Радикальної партії Олега Ляшка), то тут траплялися різні варіанти відповідей. Отже, що більш відомою є колірна символіка політичної партії, то більш безпосередньо вона впливає на ототожнення політичної партії з тим або тим кольором або кольорами.

Висновки. Результати емпіричного дослідження показали, що студентська молодь має стереотипні уявлення про провідні політичні партії України. Ядро цих стереотипних уявлень складають символіка політичної партії, зовнішня атрибутика її діяльності та постаті політичних лідерів, периферію – політичні кліше, поширені в інформаційному просторі, які дають змогу швидко класифікувати й оцінювати політичну партію. Очевидно, ядро стереотипних уявлень є більш сталим структурним утворенням порівняно з периферією. Відповідно динаміка уявлень студентської молоді про провідні політичні партії України може зумовлюватися зміною тих суджень, які виступають підставами для їх класифікування й оцінювання.

У цілому ж отримані результати свідчать про недостатню сформованість політичних уявлень студентської молоді щодо провідних політичних партій України. Наслідком цього може стати піддатливість молодих людей до дії різних технологій інформаційного впливу, що створює сприятливі умови для маніпулювання їхньою політичною свідомістю та поведінкою. Отже, актуальності набуває проблема організації спеціальних умов для процесу політичної соціалізації молодих поколінь.

Перспективою подальших емпіричних досліджень може стати реконструкція системи категорій, які визначають процес класифікування студентською молоддю провідних політичних партій України. Це дало б змогу поглибити знання про ті підстави, на яких ґрунтується побудова образів провідних політичних партій України в політичній свідомості студентської молоді.

Література

1. *Авер'янова Г. М.* Особливості соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства / Г. М. Авер'янова, Н. М. Дембицька, В. В. Москаленко. – К. : ППЦ, 2005. – 307 с.
2. *Білик М.* Особливості формування політичної культури сучасної молоді / М. Білик // Соціальна психологія. – 2004. – №4 (6). – С. 96–105.

3. *Добрускін М. Е.* Формирование политической культуры студентов / М. Е. Добрускін // Психолого-педагогічна наука і суспільна ідеологія : матеріали методол. семінару Акад. пед. наук України (12 листоп. 1998 р.) / Акад. пед. наук України ; редкол. : В. Г. Кремень (головн. ред.) та ін. – К. : Гнозис, 1998. – С. 476–481.
4. *Петрунько О. В.* Мотиви відчуження сучасної молоді України від активної політичної діяльності / О. В. Петрунько // Педагогіка і психологія. – 1996. – №1 (10). – С. 98–101.
5. *Ольшанский Д. В.* Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с. – (Серия “Gaudeamus”).

Лисневская А. А. Представления студенческой молодежи о ведущих политических партиях Украины

Раскрыто содержание представлений студенческой молодежи о таких политических партиях Украины, как Партия регионов, Коммунистическая партия Украины, ВО “Батьківщина”, партия “УДАР (Украинский Демократический Альянс за Реформы) Виталия Кличко”, ВО “Свобода”, Радикальная партия Олега Ляшко, партия “Наша Украина”, Социалистическая партия Украины. Показано, что студенческая молодежь имеет в целом стереотипные представления о политических партиях Украины. Установлено, что ядро этих стереотипных представлений составляют символика политической партии, внешняя атрибутика ее деятельности и фигуры политических лидеров, а периферию – политические клише, распространенные в информационном пространстве, которые позволяют быстро классифицировать и оценить политическую партию.

Ключевые слова: политическое сознание, политические представления, политическая символика, политические клише, информационное пространство.

Lisnevskia A. O. University students’ representations of Ukraine’s leading political parties

This article deals with the content of university students’ representations of such political parties in Ukraine as the Party of Regions, the Communist Party of Ukraine, All-Ukrainian Union “Bat’kivshchyna”, “UDAR” of Vitaliy Klitschko (Ukrainian Democratic Alliance for Reforms), All-Ukrainian Union “Svoboda”, Oleg Lyashko’s Radical Party, the Party “Our Ukraine” and the Socialist Party of Ukraine. It is shown that on the whole university students have stereotypical representations of the political parties in Ukraine. It is found that the core of these stereotypic representations are symbols of a political party, external attributes of its activities and figures of its political leaders, and the periphery contains political clichés prevalent in the cyberspace, which allow the political party to be quickly classified and evaluated.

Key words: political consciousness, political representations, political symbols, political clichés, information space.