

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-10-48

УДК 159. 922.4

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗА «ИДЕАЛЬНЫЙ ПРЕЗИДЕНТ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ ИЗБИРАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД «ОРАНЖЕВОЙ» РЕВОЛЮЦИИ В УКРАИНЕ

Тепляков Н.Н.

Целью данной статьи явилось исследование системы ценностей, ценностных ориентаций и установок избирателей при выборе политического лидера в период оранжевой революции в Украине. В качестве диагностической процедуры был использован метод семантического дифференциала с последующей обработкой факторным анализом. Выделенные в ходе исследования оценочные парадигмы показали специфические системы оценочных суждений, ценностей и ценностных ориентаций посредством которых в обыденном сознании избирателей формируется образ идеального президента. Результаты исследования показали очень низкую эффективность применяемых претендентами на пост президента пиар технологий, а в отдельных случаях – продемонстрировали их противоположный эффект. Данное исследование с использованием психосемантических методов позволило выявить своеобразные латентные оценочные суждения и ценности, которые не получили вербализации на уровне обыденного сознания рядового избирателя, но которые оказались значимыми при принятии политического выбора. Выделенная в семантическом пространстве система оценок и ценностей идеального президента может оказать существенную помощь в предвыборной политической борьбе кандидатов на пост президента.

Ключевые слова: субъект политической деятельности, ценности, ценностные ориентации, обыденное сознание, политический выбор,

семантический дифференциал, политический выбор, оранжевая революция, семантическое пространство, пиар технологии.

**PSYHOSEMANTIK ANALYSIS OF THE IDEAL PRESIDENT
CHARACTER IN POLITICAL CONSCIOUSNESS OF ELECTORS
IN THE PERIOD OF THE ORANGE REVOLUTION IN THE UKRAINE**

Тепляков N.N.

The aim of this article was researching of the system of values, valued orientations and options of electors at the choice of political leader in the period of orange revolution in Ukraine. As diagnostic procedure the method of the semantic differential was used with subsequent treatment with the factor analysis.

The evaluation paradigms distinguished during the research showed the specific systems of evaluation judgments, values and valued orientations by means of which the character of the ideal president is formed in ordinary consciousness of electors.

The results of the research showed very low efficiency by pretenders on the post of president elector of technologies applied, but in occasion - showed their opposite effect.

This research with the use of psycho semantic methods allowed to reduce the original latent evaluation judgments and values which did not get the verbalization at the level of ordinary consciousness of ordinary elector, but that appeared meaningful at an acceptance of political choice

The evaluation system and values of the ideal president distinguished in the semantic space may much help in the election political struggle between the pretenders on the post of president.

Keywords: subject of political activity; value; valued orientations; ordinary consciousness; political choice; semantic differential; political choice; orange revolution; semantic space; election technologies.

Введение

Исследование политического сознания, как отдельной личности, так и различных социальных групп, коллективов, этносов, до недавнего времени велось под определенным, сугубо профессиональным, углом зрения. Так, восприятию политического лидера, политических партий были посвящены исследования Е.В.Егорова [2], проблеме неформальной политической коммуникации – работы А.В. Дмитриева, В.В. Латынова, А.Т. Хлапьева [1], анализу политических идей Т.Г. Шевченко – работы М.Л. Копыленко и А.Л. Копыленко [4], политическому выбору избирателя – исследование В.С. Комаровского [3], политическим стереотипам студенчества – исследования А.В. Меренков [6], выделению предмета политической психологии и определению основных ее задач посвящена работа А.П. Назаретяна [7], реконструкции семантического пространства политических партий и политической ментальности – исследования В.Ф. Петренко и О.В. Митиной [11], [12].

В работах таких ученых, как Р.Л. Кричевский [5], А.П. Назаретян [8], Д.В. Ольшанский [9], [10], В.Ф. Петренко и О.В. Митина [13], [14], Н.Н. Тепляков [16], [17], [21], и др., исследовались взаимосвязи глобальных политических процессов в стране с процессами массового политического сознания. Правда, в отдельных исследованиях оставалась в тени главная составляющая всех этих сфер сознания – психологические механизмы функционирования, динамики, трансформации индивидуального сознания. По сути - исследовалось не само сознание, а та или иная результирующая сторона сознания. В главном исследователи так и не смогли ответить на вопрос: «По каким законам функционирует сознание вообще и политическое сознание в

частности?» Можно привести буквально единичные работы таких авторов как Н.Н. Тепляков [16], [17], А.Г. Шмелев [22], в которых эту проблему пытались решать.

Методы политической борьбы за голоса избирателя в период политических выборов, не только в странах бывшего союза, но и в политическом пространстве Украины, все чаще стали переходить этические границы, беря за основу тезис «Победителей не судят».

Переход от монопартийной системы управления государством, где выборы лидера партии (и автоматически главы государства) носили, как правило, формальный характер (с заранее определенным максимальным процентом проголосовавших «за» конкретного претендента), к демократическим формам управления, предполагает повышение истинной политической активности народных масс. Особенно остро проблема политической активности народных масс отмечается в период предвыборных компаний, где выбор кандидатов на пост главы государства уже проводится на альтернативной основе с соблюдением всех требований конституции и законодательной базы. Борьба кандидатов на президентский пост, в сущности, сводится к борьбе за голоса избирателей. В плоскости психологической науки вопрос борьбы за голоса избирателей очень тесно соприкасается с проблемами психологии личности, а конкретнее с ее системой ценностей, норм, стереотипов, установок и жизненных перспектив. Все прогнозы и расчеты на забитость, трусость, обособленность, пассивность, безразличие, политическое слабоумие политического электората с развалом союза лопнули как мыльный пузырь. Политическая активность народных масс не только выросла на несколько порядков, но и изменилась качественно.

Оборотной стороной этого демократического процесса стали те трудности, с которыми столкнулись социологи, политологи, психологи при реконструкции не только качественных параметров политического сознания

различных социальных стратов избирателей, но и прогнозирование их трансформаций.

Политическое сознание избирателей стало очень трудно прогнозируемо не потому, что плохо работает пропагандистская машина, а потому, что в корне изменились политические, экономические, психологические установки, ценности, стереотипы и жизненные перспективы рядовых граждан.

Как правило, кандидаты на пост в президенты в период предвыборной борьбы ориентируются на данные социологических опросов, которые характеризуют общие оценки и отношения людей к конкретному кандидату. Но социология не в состоянии предоставить информацию о том, какие психологические феномены, образования лежат в основании окончательного выбора ответа в социологической анкете. Она не в состоянии определить те глубинные психологические процессы, которые лежат за такими поверхностными рейтингами популярности (или непопулярности) того или иного политического лидера или партии. Настороженное отношение к результатам социологических опросов должно вызываться еще и тем, что методы сбора данных и выбор математического аппарата обработки полученных результатов у каждого института социологических исследований свой (или в лучшем случае имеют существенные отличия).

Взглянуть на исследуемую проблему через призму субъективного восприятия того или иного политического лидера как претендента на пост президента с позиций глубинных уровней психики человека можно через семантические пространства и систему индивидуальных личностных смыслов политического сознания избирателей. Такой подход позволит выявить конкретные профессиональные и человеческие качества, которыми должен, по мнению избирателей, обладать политический лидер того или иного статуса или ранга

В данную статью вошли результаты исследований политического сознания студентов [15] и результаты исследований политического сознания избирателей во время помаранчевой революции [18], [19], [20], [21].

Одной из сопутствующих задач проведенного нами исследования было реконструкция образа идеального политика в обыденном сознании избирателей, т. е. каким должен быть президент в идеале.

Одним из узловых этапов создания методики реконструкции политического сознания личности является создание перечня оценочных шкал, которые бы характеризовали сферу политического сознания в полной мере. При этом мы не должны забывать, что политическое сознание рабочего, государственного чиновника, военнослужащего, учителя и др. - имеют существенные различия, как в количественном, так и в содержательном плане.

Цель работы: Из всего обилия затрагиваемых тем и проблем, нас интересовали те, где в той или иной форме озвучивались личностные качества, способности, интеллект, ответственность как политического лидера вообще, так и конкретно президента страны. Огромное количество статей, монографий и научных трактатов, посвященных извечной проблемы «Морали и политики» взяли на вооружение принцип, выдвинутый Л. Монтестье, в котором прочерчены пунктиры особенностей перехода от тоталитарного государства к демократическому общественному строю, где проблемы морали и политики политического лидера страны выходят на передний план.

Под натиском общественной критики стиль закрытого управления страной, при которой общество фактически ничего не знало о механизмах принятия тех или иных глобальных решений и их реализации на пользу правящей элиты или чиновников, стоящих у руля государства стал смещаться стилем публичности и прозрачности, гуманности и моральности. Главной целью новой генерации политиков стремящихся к власти стало стремление к публичной демонстрации той система ценностей, установок и политических позиций, которых еще не получила четких очертаний и контуров в массовом

политическом сознании электората. И здесь, на этой платформе, в этом пространстве и начинает разыгрываться во всей красе трагедия доходящая до фарса. Дело в том, что в политическом сознании различных социальных стратов избирателей сформированы свои устоявшиеся стереотипы и образы политиков и президента страны как высшего статуса политического деятеля. И в своей презентации себя, своей команды, своей программы и перспектив развития страны будущий президент вынужден ориентироваться не на отдельные типы образов идеального президента в сознании студенческой молодежи, рабочего класса, тружеников сельского хозяйства, бизнесменов, а на своеобразный интегральный, обобщенный образ идеального президента.

Материалы и методы исследования

Исследование проводилось в дни помаранчевой революции 2004 года в период президентских выборов, и поэтому отбор оценочных шкал, что называется, выхватывался из раскаленной политической атмосферы предвыборных баталий, открытых эфиров, обвинительных и оправдательных речей на заседаниях конституционного суда, голоса майдана, заявлений представителей избирательного комитета, лозунгов и программных документов каждого из претендента на пост президента страны. Часть шкал была позаимствована из наших ранних работ по восприятию политических лидеров студентами психологами. Всего было отобрано 106 шкал.

Отбор оцениваемых персонажей (политических лидеров) и образов для разработанной нами методики диктовался логикой происходящих событий помаранчевой революции. В качестве основных оцениваемых политических лидеров избирателям (участникам нашего исследования) были предложены: Виктор Андреевич Ющенко, Виктор Федорович Янукович, Юлия Владимировна Тимошенко, Владимир Владимирович Путин, Сергей Васильевич Кивалов, Леонид Макарович Кучма, образы «мой идеал президента» и «самый плохой президент». В качестве своеобразных поляризационных ярлыков, которыми претенденты обменялись в предвыборных баталиях, были введены такие

персонажи, как: Бармалей, кот Леопольд и Иван Дурак. Для реконструкции идентификационных процессов в политическом сознании избирателей в список оцениваемых образов был включен образ себя самого «Я сам», чтобы можно было видеть с кем, и в пространстве каких типичных образов и персонажей, данный избиратель или группа избирателей себя идентифицирует.

В эксперименте приняло участие 97 избирателей (из них 51 мужчина и 46 женщин) в возрасте от 19 до 49 лет. В ходе эксперимента избирателям, принявшим участие в нашем исследовании, предлагалось оценить всех персонажей и политиков по методу семантического дифференциала (по семибальной системе +3, +2, +1, 0, -1, -2, -3). По полученным данным испытуемых составлялась общегрупповая матрица, для обработки которой применялся факторный анализ с подпрограммой вращения матриц методом – VERIMAX.

Полученные в эксперименте данные были сгруппированы на четыре группы: общегрупповая матрица (куда вошли результаты тестирования всех участников эксперимента), группа участников сторонников В.А.Ющенко; группа участников сторонников В.Ф.Януковича и группа участников не принимающих ни одного из претендентов на пост президента.

Результаты исследования и их обсуждение

В результате факторизации общегрупповой матрицы было выделено семь ортогональных факторов, которые были обозначены нами как: «идеал современного демократического (гуманистического) политического лидера - идеал прежнего (диктаторского) типа политического лидера»; «благородный аферист – подлый аферист»; «агрессивная религиозность - умиротворенная религиозность»; «рациональная конформность – латентная авторитарность»; «ответственность – безответственность»; «олигархическая душевная стратегия - народная душевная стратегия»; «реалист, практик - фантазер, романтик (виртуал)».

Примечательным моментом наших испытуемых была, достаточно высокая степень выраженности когнитивной сложности сознания, т. е. были выделены семь ортогональных оценочных парадигм, в пространстве которых и воспринимались все участники политического процесса (как реального, так и виртуального).

Семантики выделенных оценочных парадигм продемонстрировала достаточно широкий диапазон. Так, в сознании избирателей руководитель такого ранга как президент страны, должен быть в какой-то мере аферистом, реалистом, верующим (что в какой-то мере исключает аферизм при наличии у человека религиозности) и ответственным. Позитивным уже является то, что в сознании избирателей обозначился образ идеального президента (и соответственно — его антипода), реконструкция которого в форме определенной модели семантического пространства политического сознания избирателей может оказать неоценимую помощь в предвыборной борьбе кандидатов на пост президента. Заметим здесь, что некоторые из обозначенных измерений (оценочных суждений) присутствуют в сознании избирателей в так называемой латентной (скрытой форме), и не всегда поддаются вербализации в их системе оценочных суждений. Именно этим принципиально и отличаются исследования психосемантики (с их глубинным проникновением в глубинные сферы политического сознания личности) от социологических, освещающих очень тонкий поверхностный слой психологических оценок и суждений.

Очень большой акцент в пиар технологиях каждого из претендентов отводилось религиозной составляющей. Посещение церкви во время знаковых религиозных торжеств с последующей демонстрацией репортажей этих торжеств по всем каналам телевидения и других СМИ. Но как показала практика, такая технология формирования позитивного образа себя, как достойного кандидата на пост президента в сознании избирателей давала не всегда предсказуемый результат.

Анализ полученных результатов в рамках данной проблематики, т. е. представленности образов идеального президента и образа самого плохого президента у всех наших испытуемых показал следующее.

В плоскости таких оценочных парадигм как «идеал современного демократического (гуманистического) политического лидера - идеал прежнего (диктаторского) типа политического лидера» и «благородный аферизм — подлый аферизм» - оба образа президентов в сознании испытуемых были, что называется разведены по своим углам: идеал президента — оценивался как гуманный политический лидер, аферист по своей натуре, но с благородными намерениями (этакий гуманный аферист). В пространстве этих оценочных парадигм наши испытуемые практически идентифицировали себя с идеальным президентом о чем свидетельствую практически одинаковые проекции на полюса этих факторов («благородный аферизм» и «идеал современного демократического политического лидера»). Образ самого плохого президента наделялся диктаторскими качествами и подленьким аферизмом.

В плоскости третьего и четвертого факторов «агрессивная религиозность - умиротворенная религиозность» и «рациональная конформность – латентная авторитарность» оба образа президентов по полюсу «агрессивная религиозность» получили позитивные оценки, т. е. по мнению наших испытуемых оба президента должны уметь постоять за свою веру, за свои идеи. Можно констатировать, что не только общая составляющая повседневного поведения человека стала приобретать формы агрессивности, но и религиозное сознание приобрело крен в сторону агрессии, что несколько не согласуется с классическими канонами христианской религии, провозглашавшей лозунг «если тебя ударили по левой щеке, подставь правую щеку для удара» (т.е. не сопротивления злом насилию).

В плоскости фактора «рациональная конформность – латентная авторитарность» образы президентов были дифференцированы, т.е. образ плохого президента наделялся авторитарными качествами лидера, которые

искусно маскировались. И образ идеального президента в сознании наших испытуемых в плоскости «рациональная конформность» не получил всей чистоты, прозрачности и идеальности. Конформность идеального президента имела в своем основании рациональные, избирательные, прагматические начало.

В плоскости пятого и шестого факторов «ответственность – безответственность» «олигархическая душевная стратегия - народная душевная стратегия» дифференцирующим оба образа президента оказалась парадигма стратегии общей деятельности, которая задавалась полюсами «служение народу» и «служение алегархам». Плохой президент в политических оценках избирателей будет реализовывать алегархическую стратегию (что и подтверждается проекцией образа «самый плохой президент» на полюс «алегархическая душевная стратегия»). Нельзя не отметить тот факт, что проекция образа «мой идеал президента» оказалась очень низкой, т. е. даже в своем идеале образ президент страны в сознании наших испытуемых не будет заботиться о судьбах, благосостоянии, правах и свободах своего народа.

Необходимо отметить некоторую парадоксальность в восприятии этих образов президента нашими испытуемыми. Так, оба образа президентов оценивались идентично по полюсу «ответственность», причем образ плохого президента должен обладать большей ответственностью (1,47 — проекция на ось «ответственность») чем образ идеального президента (0,13 — проекция на ось «ответственность»).

В плоскости седьмого фактора «реалист, практик - фантазер, романтик (виртуал)» оба образа президентов дифференцировались нашими испытуемыми, но как видно из графика эта дифференциация оказалась предельно малой. Так, проекция на полюс «фантазер, романтик (виртуал)» образа «идеальный президент» составила 0,36, а проекция образа «плохой президент» на полюс «реалист, практик» составил 0,09. Данная оценочная парадигма, с одной стороны, получила свою актуализацию в системе

оценочных парадигм политического пространства личности избирателя, а с другой — показала несостоятельность, зашоренность сознания избирателей при дифференциации этих двух полярных образов президентов в ситуации их сравнения.

В пространстве актуальных для наших испытуемых оценочных парадигм (или если говорить категориальным аппаратом Дж. Келли – значимых личностных конструктов), полученных в результате проведенного исследования образ идеального политика в политическом сознании наших избирателей наделяется следующими качествами: стремлением к власти и карьерному росту; в ситуациях острой необходимости прибегать к жестким, авторитарным решениям; самодостаточный; склонен к неординарным самостоятельным, а не навязанным со стороны, решениям; к своим врагам и оппонентам относится как к врагам и никогда об этом не забывает; способен к жесткой (порой нечестной) борьбе со своими оппонентами; в меру пунктуальный и последовательный; чистоплотен и аккуратен; не склонен к дипломатии, хотя может вести разговор в дипломатическом ключе; придерживается (или публично демонстрирует что придерживается) буквы закона; благосклонно относится к инициативе своих коллег и соратников; может умело сочетать компромисс и принципиальность; способен к самокритике; главными мотивационными факторами деятельности для него выступают честь, мораль, совесть и гражданственность; по мере возможности старается идти своим путем, а не бездумно шагать по проторенным дорожкам и тропинкам своих предшественников; ответственно относиться к своим обязанностям и обещаниям; редких экстремальных случаях может открыто сказать правду не взирая на чины и звания; не обращает особого внимания на критику и оскорбления в свой адрес со стороны; молча делает свое дело; по мере предоставленных возможностей стремится к поставленной цели.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

оценка политических лидеров их потенциальными избирателями осуществляется в системе оценочных парадигм, значимых для политического электората;

выделенные оценочные парадигмы создают такое индивидуально-семантическое пространство восприятия образов президентов, которое не всегда вписывается в существующие в политологии и социологии стандарты, оценки и стереотипы;

выделенная ранее в наших исследованиях религиозная оценочная парадигма в политическом сознании наших избирателей трансформировалась в агрессивную форму;

исходя из такого огромного разброса в процессах дифференциации диаметрально противоположных образов президентов в сознании наших испытуемых, для специалистов по техникам манипулирования политическим сознанием широких масс избирателей в период политических выборов открываются латентные шкалы и оценочные парадигмы избирателей, которые ранее не попадали в манипуляционные поля их деятельности.

Список литературы

1. Дмитриев А.В. Неформальная политическая коммуникация. М.: Политиздат, 1996. 269 с.
2. Егорова Е. В. Новейшие исследования личности политических лидеров в американской политической психологии // Психологический журнал. 1983. Т. 4. №4. С. 146–152.
3. Копыленко М. Л. Политические идеи Т.Г. Шевченко: от стереотипов к новому прочтению // Философская и социологическая мысль. 1989. №3. С. 69–80.
4. Кричевский Р. Л. Современные тенденции в исследовании лидерства в американской социальной психологии // Вопросы психологии. 1977. №6. С. 119–129.

5. Комаровский В. С. Политический выбор избирателя // Социологические исследования. 1992. №3
6. Меренков А. В. Политические стереотипы студенчества // Социологические исследования. 1992. № 4. С. 84–90.
7. Назаретян А.П. Политическая психология: предмет, концептуальные основания, задачи // Общественные науки и современность. 1998. №1. С. 35–42
8. Назаретян А.П. Психология стихийного массового поведения. М. : ПЕР СЭ, 2001. 112 с.
9. Ольшанский Д. В. Психология массовых политических настроений // Психологический журнал. 1989. № 6. С. 40–49.
10. Ольшанский Д.В. Б.Н.Ельцин на фоне массового сознания (политико–психологический портрет) // Психологический журнал. 1992. Т. 13. № 4, С. 45–57.
11. Петренко В.Ф. Семантическое пространство политических партий // Психологический журнал. 1991, Т. 11. № 6. С. 55–77.,
12. Петренко В.Ф. Психосемантическое исследование политического менталитета (Россия 1991, 1993 гг.). //Общественные науки и современность. 1994, № 6. С. 37–49.
13. Петренко В.Ф. Динамика политического сознания как процесс самоорганизации // Общественные науки и современность. 1995. №5. С. 29–41.
14. Петренко В.Ф. Конструктивистская парадигма в психологической науке // Психологический журнал. 2002. № 3. С. 112–121.
15. Тепляков Н.Н. Восприятие политических лидеров в семантическом пространстве студентов–психологов (предвыборные технологии) // Наука и образование. 2002. № 1. С. 51–58 87
16. Тепляков М.М. Психосемантичний аналіз ефективності засобів комунікативного впливу : Автореф. дис. канд. психол. наук. Київ, 2002. 19 с.,

17. Тепляков Н.Н., Левая К. Роль временной перспективы в структуре личностных и профессиональных качеств курсантов института МВД // Наука и образование. 2006. № 5–6. С. 102–104.],

18. Тепляков Н. Н. Психосемантический анализ политического самосознания личности в период помаранчевой революции // Наукові записки Інституту психології імені Г.С.Костюка АПН України. К. : Міленіум, 2007. Вип. 33. 474 с. С. 201-214

19. Тепляков Н. Н. Психосемантический анализ восприятия политических лидеров в период «помаранчевой» революции // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : міжвуз. зб. наук. праць. Вип. 33/34. Одеса : Астропринт, 2007. 360 с. С. 255–267.

20. Тепляков Н. Н. Психосемантический анализ политического выбора в период помаранчевой революции. Одесса: ТМСИ, 2008. 234 с.,

21. Тепляков Н. Н. Психосемантический анализ трансформации сфер сознания личности (этика, эстетика, политика) [монография] Одесса: Издатель Н.П.Черкасов, 2010. 349 с.

22. Шмелев А. Г. Психология политического противостояния: тест социального мировоззрения // Психологический журнал. 1992. Т.13. №5. С. 26–36

References

1. Dmitriev A.V. *Neformal'naja politicheskaja komunikacija*. [Informal political communication] М.: Politizdat, 1996. 269 p.
2. Egorova E. V. *Psihologicheskij zhurnal*. no. №4 (1983): 146-152.
3. Kopylenko M. L. *Filosofskaja i sociologicheskaja mysl'*. 1989: no. 3 (1989). 69–80.
4. Krichevskij R. L. *Voprosy psihologii*. no. 6 (1977): 119–129.
5. Komarovskij V. S. *Sociologicheskie issledovanija*. no. 3 (1992): 47-59.
6. Merenkov A. V. *Sociologicheskie issledovanija*. no. 4 (1922): 84–90.

7. Nazaretjan A.P. *Obshhestvennye nauki i sovremennost'*. no. 1 (1998): 35-42.
8. Nazaretjan A.P. *Psihologija stihijnogo massovogo povedenija*. [Psychology of spontaneous mass behavior]. Moscow: PER SJe, 2001. 112 p.
9. Ol'shanskij D. V. *Psihologicheskij zhurnal*. 1989. no. 6 (1989): 40–49.
10. Ol'shanskij D.V. *Psihologicheskij zhurnal*. no. 4 (1992): 45-57.
11. Petrenko V.F. *Psihologicheskij zhurnal*. no. 6 (1991): 55-77.
12. Petrenko V.F. *Obshhestvennye nauki i sovremennost'*. no. 6. (1994): 37-49.
13. Petrenko V.F. *Obshhestvennye nauki i sovremennost'*. no. 5 (1995): 29-41.
14. Petrenko V.F. *Psihologicheskij zhurnal*. no. 3 (2002): 112-121.
15. Tepljakov N.N. *Nauka i obrazovanie*. no. 1 (2002): 51-58.
16. Tepljakov N.N. *Psihosemantichnij analiz effektivnosti zasobiv komunikativnogo vplivu* [Psikhosemanticzny analysis efektyvnosti zasobiv komunikativny vplyvu]. Kiiv, 2002. 19 p.
17. Tepljakov N.N., Levaja K. *Nauka i obrazovanie*. no. 5–6 (2006): 102-104.
18. Tepljakov N. N. *Psihosemanticheskij analiz politicheskogo samosoznaniya lichnosti v period pomaranchevoj revoljucii* [The psychosemantic analysis of a political choice during pomaranchevy revolution]. *Naukovi zapiski Institutu psihologii imeni G.S.Kostjuka APN Ukraini*. Vip. 33. Milenium., 2007. 474 p.
19. Tepljakov N. N. *Social'ni tehnologii: aktual'ni problemi teorii ta praktiki : mizhvuz. zb. nauk. Prac*. Vip. 34. Odessa: Astroprint., 2007. 360 p. 255–267.
20. Tepljakov N. N. *Psihosemanticheskij analiz politicheskogo vybora v period pomaranchevoj revoljucii* [The psychosemantic analysis of perception of political leaders during "pomaranchevy" revolution]. Odessa: TMSI, 2008. 234 p.
21. Tepljakov N. N. *Psihosemanticheskij analiz transformacii sfer soznaniya lichnosti (jetika, jestetika, politika)* [Psychosemantic analysis of transformation of spheres of consciousness of the personality (ethics, esthetics, policy)]. Odessa: Izdatel N.P.Cherkasov, 2010. 349 p.
22. Shmelev A. G. *Psihologicheskij zhurnal*, no. 5 (1992): 26-36

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Тепляков Николай Николаевич, доцент кафедры общей психологии и психологии развития личности Одесского Национального университета имени И.И.Мечникова, кандидат психологических наук, доцент

Одесский Национальный университет имени И.И.Мечникова

ул. Дворянская, 2, город Одесса, 65082, Украина

e-mail: rector@onu.edu.ua

DATA ABOUT THE AUTHOR

Tepleakov Nikolay. Nikolayovich, Candidate of Psychology Sciences, Associate professor

Odessa National University

2 Dvoryanska str. Odessa 65082, Ukraine

e-mail: rector@onu.edu.ua