

18. Malahova, A. D. (1981). Vzaimodejstvie obraznyh i verbal'nyh komponentov v processe ponimaniya [Interaction of imaginative and verbal components in the process of understanding]. *Voprosy psihologii*, 5, 63-73.

19. Morozova, N. G. (1947). O ponimanii teksta [On understanding the text]. *Izvestija APN RSFSR*. Vyp. 7: *Voprosy Psihologii Ponimaniya*, 191-240.

20. Muhina, V. S. (1997) *Vozrastnaja psihologija* [Developmental Psychology]. Moscow.

21. Nikiforova, O. I. (1969). Psihologicheskie voprosy vosprijatija hudozhestvennoj literatury [Psychological problems of belles-letters perception]. Doctor of Psychology thesis: 19.00.07.APN SSSR, NII psihologii. Moscow.

22. Repina, T. A. (1959). Rol' ilustracii v ponimanii hudozhestvennogo teksta det'mi doshkol'nogo vozrasta [Role of illustration in understanding of literary text by children of a preschool age]. *Voprosy Psihologii*, 1, 127-140.

23. Slavina, L. S. (1947). Ponimanie ustnogo rasskaza det'mi rannego vozrasta [Understanding of oral narration by the children of early age]. *Izv. APN RSFSR*, 7, 41-79.

24. Teplov, B. M. (1947). Psihologicheskie voprosy hudozhestvennogo vospitanija [Psychological problems of artistic upbringing]. *Izvestija APN RSFSR*, #. 11.

25. Fliorina, E. A. (1961). Jesteticheskoe vospitanie doshkol'nikov [Aesthetic upbringing of preschoolers]. Moscow: APN RSFSR.

26. Civanjuk, N. A. (1974). Nekotorye osobennosti vosprijatija skazki det'mi 3-4 let [Some features of perception the tale by 3-4 years old children]. *Doshkolnoye Vospitanie*, 6, 41-45.

27. Jel'konin, D. B. (2007). *Detskaja psihologija* [Psychology of a child]. B. D. Jel'konin, Ed. – Moscow: Akademiya.

28. Jakovlicheva, A. F. (1953). Znachenie teksta i risunka, ih vzaimootnoshenij dlja ponimaniya rebjonkom doshkol'nogo vozrasta detskoj knigi [The value of text and a picture, their interrelations for understanding by a child of a preschool age of a childish book. Ph.D. thesis]. Moscow.

**Олександр Холод**

Київський національний університет культури і мистецтв  
akholod@ukr.net

## **ДИСКУРС МУЛЬТИМЕДІА ЯК ЕЛЕМЕНТ МУЛЬТИКУЛЬТУРИ**

*Received March, 17, 2014; Revised March, 18, 2014; Accepted March, 26, 2014*

**Анотація.** Сьогодні з'ясування ступеня впливу мультимедіа недостатньо, оскільки необхідно знаходити відповідь на питання про те, як дискурс мультимедіа як елемент мультикультури в мультисуспільстві («нова електронна культура» – термін М. Кастельса) пов'язаний із трансформацією (зміною) свідомості суспільства. Необхідно аналізувати інмутаційні та мутаційні (терміни О. Холода) зміни у свідомості індивідів, які, певно не підозрюючи цього, здійснюють «тиху зміну» мислетворення людини і за рахунок цього – структури світопорядку. Виникають і інші питання: чи вважати нинішні телевізійні масмедіа провокаційними, таким, що нашттовхують суспільство на негативні сценарії поведінки? Чи псує телебачення свідомість суспільства, чи вносить негативні (інмутаційні) зміни в його поведінку, спонукаючи до інмутаційної трансформації свідомості? У пошуках відповіді на поставлені питання здійснено дослідження, мета якого – з'ясувати кореляції факторів «нова електронна культура» й «трансформація свідомості».

*Ключові слова:* нова електронна культура, трансформація свідомості, інмутація свідомості, мутація свідомості.

### **Kholod, Oleksandr. Multimedia Discourse as an Element of Multiculture.**

**Abstract.** Today it is not enough to determine the degree of the media influence, as we need to find an answer to the question of how multimedia discourse as an element of multiculture in multisociety (“new electronic culture” – M. Castells’s term) is associated with transformation (change) of consciousness of society. It is necessary to analyze inmutational and mutational (O. Kholod’s terms) changes in the minds of individuals, who, probably, make unintentional “quiet change” of thought creating and thus – the structure of world order. There are other issues: whether to consider the current TV mass media provocative, and pushing society to negative behavior scenarios. Does television spoil public consciousness, or make negative (inmutational) changes in behavior, encouraging inmutational transformation of consciousness? In search of answers to those questions, the study has been carried out, which aimed at finding out the correlation of “new electronic culture” and “the transformation of consciousness” factors.

**Keywords:** *new electronic culture, transformation of consciousness, consciousness inmutation of consciousness, mutation of consciousness.*

### **Холод Александр. Дискурс мультимедиа как элемент мультикультуры.**

**Аннотация.** Сегодня выяснения степени влияния мультимедиа недостаточно, поскольку необходимо искать ответ на вопрос о том, в какой мере дискурс мультимедиа как элемент мультикультуры в мультиобществе («новая электронная культура» – термин М. Кастельса) связан с трансформацией (изменением) сознания общества. Необходимо анализировать инмутационные и мутационные (термины А. Холода) изменения в сознании индивидов, которые, не подозревая, осуществляют «тихую смену» мыслительной деятельности человека и за счет этого – структуры миропорядка. Возникают другие вопросы: считать ли нынешние телевизионные масс-медиа провокационными, такими, что наталкивают общество на негативные сценарии поведения? Портит ли телевидение сознание общества и вносит ли отрицательные (инмутационные) изменения в его поведение, толкая к инмутационной трансформации сознания? В поисках ответа на поставленные вопросы осуществлено исследование, цель которого – выяснение корреляции факторов «новая электронная культура» и «трансформация сознания».

**Ключевые слова:** *новая электронная культура, трансформация сознания, инмутация сознания, мутация сознания.*

### **Вступ**

Сьогодні недостатньо з’ясувати вплив ефективності чи неефективності функціонування мультимедіа. Варто замислитися над тим, як пов’язані дискурс мультимедіа як елемент мультикультури у мультисуспільстві («нова електронна культура» – термін М. Кастельса (Castells 2014)) і трансформація (зміна) свідомості суспільства. Потрібно аналізувати інмутаційні та мутаційні (терміни О. Холода (Kholod 2011; Kholod 2013)) зміни у свідомості індивідів, які, навіть не підозрюючи цього, здійснюють «тиху зміну» мислетворення людини і за рахунок цього – структури світопорядку.

Інше проблемне питання: чи вважати нинішні телевізійні масмедіа провокаційними, таким, що наштотвхують суспільство на негативні сценарії поведінки? Чи псує телебачення свідомість суспільства, чи вносить негативні (інмутаційні) зміни в його поведінку, спонукаючи до інмутаційної трансформації свідомості?

Мета статті – з'ясувати кореляції чинників «нова електронна культура» (у розумінні М. Кастельса (Castells 2014)) і «трансформація свідомості» (у розумінні О. Холода (Kholod 2011; Kholod 2013)).

### **Процедура дослідження та обговорення результатів**

Поппер у своєму інтерв'ю зазначив, що у світі ЗМІ не існує нетенденційної (у нейтральному смислі слова як «ненавантаженої» будь-якими перевагами, очікуваннями, визначеними точками зору) інформації, яка щільно пов'язана з його епістемологією. Немає фактів самих по собі. За К. Поппером, те, що називається словом «факт», завжди так чи так осмислене, включене до того чи того уявлення чи систему уявлень. Саме тому, на думку К. Поппера, не може бути і чистої інформації, яка спирається тільки на факти. Отже, незаангажованої інформації не існує. Її готують, відбирають, структурують для телеглядачів журналісти. Останні, у свою чергу, є заангажованими, мають власні комплекси, переваги, хвороби, симпатії тощо, які і формують інформаційну «картину» телевізійного дня. За будь-якими нейтральними, на перший погляд, фактами все одно стоїть певне бачення, уявлення про реальність. К. Поппер стверджував: «На мою адресу, більшість телевізійних професіоналів повністю не усвідомлюють своєї відповідальності. Вважаю, що вони не здатні оцінити могутність влади, якою володіють. Телебачення володіє величезною виховною силою, яка може схилити чашу вагів на сторону життя або смерті, закону чи насильства. Очевидно, тут іде мова про загрозові речі!» (Puschaev 2013). На наш погляд, думка телевізійних журналістів про власну непричетність до інмутаційних наслідків після демонстрації негативних кадрів чи сюжетів – інмутація, яка характеризує фахову трансформацію свідомості працівника мас-медіа. Саме тому виникає потреба контролю за мас-меда, особливо за найбільш впливовими телевізійними мас-медіа.

К. Поппер попереджає: «Телебачення може зруйнувати культуру... Воно всьому є загрозою... Звичайно, насильство потрібно показувати, але його показують забагато... У світі досить насильства. Не потрібно додавати до нього ще й насильство вигадане: так люди поступово стануть нечутливі до будь-якого типу насильства, якщо лише воно не направлене безпосередньо на них самих» (Puschaev 2013). Австрійський філософ підтверджує нашу думку про те, що нинішнє телебачення трансформує свідомість суспільства завдяки інмутаційним сценам насилля й жорстокості. Цей погляд не новий. Наразі варто пригадати слова М. Кастельса: «Телевізійні мережі, музичні фірми, кіностудії вузлом зав'язують свої виробництва, аби напитувати весь світ, що зголоднів, як вони вважають, за інформрозвагами й аудіовізуальними продуктами» (Castells 2014). Саме за рахунок таких вузлових продакшенів (виробництв) світ інтенсивно продовжує інмутаційну трансформацію свідомості суспільства. Телеглядач досить швидко при звичається до самостійного набору телепрограм на вечір. Повернувшись з роботи, він сам набиратиме матрицю тем передач, художніх чи пізнавальних фільмів, ток-шоу й еротичних реаліті-шоу, аби заповнити час релаксації стомленого мозку й організму в цілому. При цьому телеглядач уже не телеглядач, оскільки більше звертається до мультимедіа, а не до звичної для нього сітки

телемовлення. Мультимедіа змінює мас-медіа. Старі моделі телемовлення програють перед новими моделями мультимедіа. Це засвідчує М. Кастельс: «Я не зовсім розумію фактичну модель телемовлення. Я розумію, що наявна модель контрольованого програмування, коли одне повідомлення адресується багатьом глядачам під суворим контролем, із жорсткою програмною сіткою. Ця модель залишилась у минулому... Фактичні ТБ-мережі продовжують працювати, але все частіше молодь переглядає телепередачі в Інтернеті тоді, коли захоче. Є знаменитий вислів: «Прайм-тайм – це мій час». І воно руйнує щось дуже важливе: рекламну модель, на якій ґрунтується сучасне ТБ» (Alekseeva 2013).

М. Кастельс як фахівець сучасних проблем мультимедіа (електронних медіа) пророкує загибель телебачення. На нашу думку, темпи інмутаційних процесів, що супроводжують і стимулюють разом із тим процеси трансформації свідомості суспільства, прискорюють намальовану соціологом картину майбутнього. Із М. Кастельсом не погоджується дослідник Н. Карр, який, за словами Д. Винника, описує «дію зниження інтелектуальних здібностей на власному прикладі. Аналогічно як у фільмі «Космічна одісея» (2001) Стенлі Кубрика суперкомп'ютер HAL скаржився Девіду Боуману на угасання свого розуму, коли той одну за однією відключав комірки пам'яті: «Дейв, мій розум покидає мене. Я відчуваю це. Я відчуваю це...» (Carr 2014). Насправді ж відбуваються дивні процеси з нашим мозком. Аби скласти остаточне уявлення про т. зв. згасання мозку сучасної людини, варто знову звернутися до оригінальної думки Н. Карра. Автор так описує свій стан: «Останнім часом у мене з'явилося незатишне відчуття, що хтось чи щось копірсається в моєму мозку, перепрограмуючи нейронні схеми і перепрограмуємо пам'ять». Н. Карр вважає, що не втрачає розум, але він змінюється: «Я вже не думаю так, як раніше. Особливо помітно це відчувається під час читання... Раніше я з легкістю занурювався в книгу або довгу статтю. Мозок захоплювався розповіддю або аргументацією, і я годинами блукав довгими стежинами прози». Н. Карр стверджує, що «тепер таке трапляється рідко», і констатує: «Після двох–трьох сторінок увага починає розсіюватися, з'являється якась метушливість, я починаю шукати, чим би ще зайнятися». Автор відчуває, що йому «постійно доводиться підтягати свій неслухняний мозок назад до тексту. Глибоке читання, яке раніше відбувалося цілком природно, перетворилося на боротьбу» (Carr 2014; 2008).

Отже, мозок сучасної людини – користувача мережею інтернет та іншими надсучасними інформаційними технологіями – перестає її слухатися. Вважаємо таке зізнання незайвим аргументом на користь нашої тези про стрімку трансформацію свідомості людини і суспільства під впливом і телебачення, й інформаційних технологій. Усупереч думці Н. Карра Д. Винник вважає, що отуплення сучасної молоді – не лише унікальне явище сьогодення, а й виключно негативний ефект зниження інтелектуальних здібностей користувачів мережі: «Ті інтелектуальні здібності, які ми звикли сприймати як належні ознаки хорошого розуму, є результатом затребуваності певних когнітивних функцій – продовженням практичної повсякденної побутової та професійної діяльності. Тим часом у різні історичні епохи критерієм розуму були різні когнітивні здібності»

(Winnick 2013). Важко не погодитися з автором. Тим паче, якщо стисло переказати приклад, наведений Д. Винником: жерців, за твердженням автора, відбирали за критерієм «гарна пам'ять», оскільки вона потрібна була, аби передавати великі за обсягом тексти священних книг (наприклад, «Рігведи»). «Жрецьке співтовариство, – нагадує Д. Винник, – було розділене на родинні клани, за кожним із яких була закріплена передача від покоління до покоління у завченій формі певного фрагмента Рігведи. Один і той же фрагмент запам'ятовувався різними кланами на випадок, якщо якийсь клан загине або згасне» (Winnick 2013). Отже, раніше поцінювалися тільки ті, хто мав гарну пам'ять. Чи варто нині дивуватися тому, що у молоді (користувачів мережею) пам'ять не розвинута? Вважаємо, що варто поставити питання інакше: хіба потрібно нинішньому студенту запам'ятовувати величезний потік інформації з навчального курсу, якщо достатньо зазирнути в електронну енциклопедію «Вікіпедію» і знайти необхідний фрагмент людського скарбу – інтелекту.

Д. Винник вважає, що завдяки феномену соціальних мереж «виникли передумови до розвитку мистецтва публічної полеміки, яке втратило свою актуальність у широких масах. Давно забуте схоластичне мистецтво суперечки й аргументації дає величезні переваги тим, хто хоче домогтися популярності в соціальних мережах». Д. Винник упевнений, що «раціональне мислення буде відновлено, але вже в результаті освоєння нових навичок». Потрібно розібратися з тим, що М. Кастельс називає «мультимедіа». За вдалим, на наш погляд, визначенням дослідника, мультимедіа – це нова система, що «поширює область електронних комунікацій на всі сфери життя – від дому до роботи, від шкіл до лікарень, від розваг до подорожей» (Castells 2014). Горизонтом поширення мультимедіа не потрібно вважати той, який визначено було урядовими й президентськими циркулярами.

М. Кастельс засвідчує, що до середини 1990-х рр. уряди і компанії усього світу розпочали неоголошене змагання за право називатися кращою новою комунікаційною системою, яка може стати реальною зброєю влади, а також надприбутків. Цікаво також зазначити, що саме наприкінці ХХ ст. європейські технологічні програми Esprit і Eureka почали нарощувати потенціал у стандартизації телебачення з високою якістю зображення. Окрім того, ці компанії працюють над удосконаленням телекомунікаційних протоколів, які здатні інтегрувати різні ненаціональні телекомунікаційні системи.

Тому варто, на наш погляд, згадати думку дослідника, який стверджує: «Оскільки фактична технологічна форма системи залишається невизначеною, той, хто отримує контроль над її першими етапами, вирішально впливатиме на її подальшу еволюцію, набуваючи структурну конкурентну перевагу» (Castells 2014). Отже, наша констатація факту трансформації суспільства завдяки мультимедіатизації (у трактовці М. Кастельса) нашою є необхідність ще однієї об'єктивної констатації: «Завдяки технологічному злиттю комп'ютерів, телекомунікацій та ЗМІ в усіх модальностях, формуються і розпадаються гігантські глобальні та регіональні консорціуми» (Castells 2014). Додамо: процес злиття демонструє конвергенцію телекомунікаційних мереж, або «об'єднання

декількох, які були раніше роздільними, послуг у межах однієї послуги» (Convergence 2014). Тобто, конвергенція – це трансформація трансформації, оскільки розпад старих систем і утворення нових концернів у галузі телекомунікацій засвідчує переструктурування суспільства, його трансформацію. А вже переструктуроване суспільство на новій платформі надбудовує конвергенційні ефекти, що, у свою чергу, потрібно вважати новою хвилею трансформації суспільства. До таких відносимо:

- 1) прагматизування власної поведінки;
- 2) мультимедійність мислення;
- 3) нав'язування обов'язкових контентів;
- 4) конфлікти між бажаними й обов'язковими контентами мультимедійних потоків;
- 5) надлишкову засміченість мультимедійних потоків;
- 6) відсутність навичок самостійного формування мультимедійних потоків;
- 7) копіювання чужих мультимедійних потоків;
- 8) появу штампів мультимедійних потоків;
- 9) втручання через штамповані мультимедійні потоки у свідомість соціально незрілих особистостей;
- 10) ускладнення й розгалуження видів, підвидів і варіантів зразків розважальних контентів;
- 11) появу нових видів бізнес-структур, які займаються виготовленням, пропагандою та розповсюдженням розважальних мультимедійних контентів;
- 12) появу нових робочих місць;
- 13) формування нового мультимедійного контенту, спрямованого на відбір персоналу та його прийом на роботу у галузі мультимедійних комунікацій;
- 14) переструктурацію освітніх програм за змістом і формою презентації;
- 15) трансформацію форм і методів освітніх процесів;
- 16) появу дистанційних форм винесення вироку та дистанційне управління процесом виконання покарань за злочини;
- 17) появу об'єктивної потреби зміни соціальних норм співіснування (карного, цивільного кодексів, земельного кадастру);
- 18) мультимедійний доступ до архівів бібліотек і цивільних баз даних (перелік послуг таксі, гіпермаркетів, бібліотек, пральних, кінотеатрів, театрів, автомобільне обслуговування тощо);
- 19) появу нових форм самоідентифікації особи в мультимедійних мережах за змістовими критеріями;
- 20) появу нових форм просування товарів на мультимедійному ринку;
- 21) перехід потенційних покупців у мультимедійні торговельні мережі;
- 22) появу нових форм комунікації в глобальних і локальних мультимедійних мережах у діаді «громадянин – влада»;
- 23) появу потреби об'єднуватись у соціальні спілки та спільноти завдяки мультимедійним системам, що приведе до формування нових норм і санкцій такого спілкування й об'єднання;

24) появу соціальної стратифікації в середині глобального мультимедійного простору.

Виникне нова культура, яку М. Кастельс пропонує називати «нова електронна культура». Не варто доводити окремо те, що така нова культура стане продуктом трансформації свідомості суспільства. Окремого розмислу, на наш погляд, заслуговує продуктивна ідея М. Кастельса щодо появи у зв'язку зі згаданою новою електронною культурою явища, яке дослідник називає «домоцентризм». Його суть полягає в тому, що люди перестали прагнути виходити за межі своєї оселі, оскільки вони забезпечені електронікою, яка гарантує їм довге перебування вдома без необхідності спілкування зі сусідами, колегами, перехожими, диспетчерами метро, контролерами в громадському транспорті, продавцями, перукарями, лікарями тощо. Автор доводить свою думку, перераховуючи чинники-характеристики електронної оселі:

- електронне обладнання;
- збільшення розмірів і площ житла;
- зниження кількості членів родини;
- наявність портативних комунікаційних приладів;
- індивідуальне споживання заздалегідь приготовлених видів їжі;
- зменшення сімейних обідів;
- поява гаджетів, якими можна користуватися «на ходу»;
- падіння цін на телевізори, стаціонарні комп'ютери, радіоприймачі, СД-плеєри;
- дистанційний контроль (догляд) за дітьми;
- дистанційний контроль за безпекою житла;
- дитячі відеоігри.

Отже, ознаки трансформаційних змін суспільства очевидні.

### **Висновки**

Ми з'ясували, що ступінь кореляції чинників «нова електронна культура» (у розумінні М. Кастельса (Castells 2014)) і «трансформація свідомості» (за О. Холодом (Kholod 2011, Kholod 2013) надзвичайно високий.

Під впливом мультимедіа виникає «нова електронна культура» (термін М. Кастельса), яка трансформує (змінює) свідомість суспільства. Трансформація свідомості суспільства відбувається і на мутаційному (позитивному), і на інмутаційному (негативному) рівнях.

Ми плануємо дослідити рівень фахової трансформації працівників медіавиробництва на базі аналізу ефективності рейтингових (за даними GFK Ukraine) телекомпаній України.

### **Література**

#### **References**

1. Alekseeva, A. Castells: nasha zizn – i hybrid vyrtualnogo fyzycheskoho v mire [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: <http://ria.ru/interview/20120622/679289114.htm>.

2. Winnick, D. Google there – not upon the mind? [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: <http://therunet.com/articles/1507-google-est-uma-ne-nado>.
3. Carr, N. Google delaet nus glupee? [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/03/google.html>.
4. Castells, M. Informatsyonnaya era [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: <http://www.mashka-inc.narod.ru/books/castels.html>
5. Convergence telecommunication systems [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Конвергенция\\_\(Telecommunications\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Конвергенция_(Telecommunications)).
6. Puschaev, V. Liberalism, kvazyliberalnyj myfy i media svoboda (Karl Popper pro roll televydenyya v obschestve) [Electronic resource] Retrieved 1.10.2013 from: <http://progschool.ru/voprosy-filosofii/page,2,723-liberalizm-kvaziliberalnye-mify-i-svoboda-smi.html>
7. Kholod, O. (2011). *Theoryja inmutatsiyi obschestva*. Kyiv: KIMU.
8. Kholod, O. (2013). *Hypermarket svidomosti i mass media: Transformatsija svidomosti [Hypermarket of Mind and Mass Media: Transformation of Mind]*. Kyiv: KNUKiM.
9. Carr, N. (2008). *Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains* [Electronic resource]. Retrieved 1.10.2013 from: <http://media-ecology.blogspot.com/2011/03/google.html>

**Володимир Хомик,  
Інесса Філіппова**

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки  
volhv72@gmail.com

## **РОЗВИТОК ІДЕНТИЧНОСТІ Й АГРЕСИВНИЙ ЛЕКСИКОН**

*Received March, 27, 2014; Revised March, 29, 2014; Accepted April, 4, 2014*

**Анотація.** Описано й зроблено спробу пояснити агресивну лексику юнаків, яка ґрунтується на конструктивно-розвивальній теорії Р. Кегана. Зіставлення емпіричних даних смислової еволюції ідентичності схильних до агресії юнаків із виявами їх агресивної лексики в інтенсивних міжособистісних взаємодіях указують на те, що речниками лексики імперіальної стадії розвитку не поділяється спільна з іншими реальність, смисл голосу свого «антипода» ними конструюються як завада на шляху досягнення власних цілей і в конфліктних умовах вони спроможні керуватися здебільшого одним поглядом без ширшого контексту усвідомлення, коли частина приймається за ціле і несправедливість сприймають саму собою, бо недостатньо вміння зарахувати її до нижчого розряду як фрагмент складнішої системи. Юнак утверджує себе як активний опрацьовувач досвіду заперечення і є собою настільки, наскільки не є іншим. На наступній міжособистісній стадії його розвитку, зважаючи на те, що джерело їх самовизначення – інша людина, її кути бачення усвідомлюються такими, що час від часу провокують їх на застосування агресивної лексики. Юнак невіддільний від психологічного впливу іншого, не диференціює себе від нього, сприймає його як частину себе і суперечку усвідомлює як атаку на себе. Його увагу займає не особистість сама собою, а виключно інформація про особистість, її психологічний профіль, не майстерність іншого, а його статус. Замість уміння грати з різницею у протилежностях, вони виявляють гру з класифікацією ровесників, що є контрпродуктивною тактикою. Вживання агресивної лексики – це втрачена слухна нагода навчатися завдяки конфліктам через процес інсайту.

**Ключові слова:** *конструювання смислу, суб'єкт, об'єкт, імперіальна стадія розвитку ідентичності, міжособистісна стадія розвитку ідентичності, агресивна лексика.*