

Таблиця 12. (Витяг). Дисертація доктора філософських наук А.Гоцалюк і дисертація кандидата філософських наук А.Бойка

<p>Гоцалюк А. Неотрадиціоналізм як соціокультурний феномен України (28.04.2016)</p>	<p>Бойко А. Феномен маси як атрибут суспільства і культури (29.06.2016)</p>
<p>С.74-75 Засоби комунікації створюють навколо індивіда настільки насичену інфосферу, що це не може не позначатися на його особистості. Сама цивілізаційна динаміка вимагає формату людини певного типу - здатної вирішувати проблеми, загострені перебігом суспільного розвитку. Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдозвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінка тощо.</p> <p>...</p> <p>Описуючи цю ситуацію, М. Князева виокремлює чотири ступені-щаблі культурного модусу: пасивний, споживацьки-розважальний, активно-сприймаючий та креативний.</p> <p>У масовому суспільстві найпоширенішою і найбільш характерною культурною позицією постає споживацьки-розважальна. Серед її виявів М. Князева наголошує на одному вельми неоднозначному і суттєвому для нашого культурного життя новоутворенні. Це своєрідна культурна мутація, що інформоманією, а людина, що несе риси відповідної поведінки, - інформоманом. Інформоманія є побічним продуктом розвитку інформаційних систем і розширення інформаційного простору. Інформоман - це людина, для якої інформація вийшла з берегів своїх природних функцій - знань і орієнтації, ставши самоціллю. Інформація стала метою-в-собі не в свідомості інформомана, а в результаті логіки власного розвитку. Надмірне споживання інформації характеризується як непомірно великими її обсягами, так і непомірною динамікою, швидкістю надходження. Звідси впливає й неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат - контрпродуктивна культурна активність, за якої процес - все, а мета - ніщо.</p>	<p>С.159-160 Засоби комунікації створюють навколо індивіда настільки насичену інфосферу, що це не може не позначатися на його особистості. Сама цивілізаційна динаміка вимагає формату людини певного типу - здатної вирішувати проблеми, актуалізовані й загострені перебігом суспільного розвитку. Завдяки глобалізації ЗМІ, комп'ютерних мереж та доступності інформдозвілля виникає глобальна мода на певну музику, стиль одягу, поведінку тощо.</p> <p>...</p> <p>Описуючи цю ситуацію, М. Князева виокремлює чотири ступені-щаблі культурного модусу: пасивний, споживацьки-розважальний, активно-сприймаючий та креативний.</p> <p>У масовому суспільстві найпоширенішою і найбільш характерною культурною позицією постає споживацьки-розважальна. Серед її виявів М. Князева наголошує на одному вельми неоднозначному для нашого культурного життя новоутворенні своєрідній культурній мутації, котра виникла в надрах інформаційного суспільства і може бути відрекомендована інформоманією, а людина, що несе риси відповідної поведінки, - інформоманом. Інформоманія є побічним продуктом розвитку інформаційних систем і розширення інформаційного простору. Інформоман - це людина, для якої інформація вийшла з берегів своїх природних функцій - знань і орієнтації, ставши самоціллю. Інформація стала метою-в-собі не в свідомості інформомана, а в результаті логіки власного розвитку. Надмірне споживання інформації характеризується як непомірно великими її обсягами, так і непомірною динамікою, швидкістю надходження. Звідси впливає неможливість засвоєння та переробки отриманої інформації. Як результат - контрпродуктивна культурна активність, за якої процес - все, а мета - ніщо.</p>
<p>с.75 З появою нових форм комунікації складається і новий тип культури. Абрам Моль називає сучасну культуру мозаїчною: «У наш час знання генеруються з отриманих розрізнених уривків, пов'язаних простими, здебільшого випадковими відношеннями близькості за часом засвоєння, співзвучністю та асоціацією ідей... Ця культура називатиметься «мозаїчною», бо за своєю сутністю вона є випадковою, складеною з безлічі дотичних фрагментів. Тут немає точок відліку, жодного по-справжньому загального поняття, зате є багато понять, які володіють значною вагомістю опорних ідей, ключових смислів тощо.</p>	<p>с. 138 З появою нових форм комунікації складається і новий тип культури. А. Моль називає сучасну культуру мозаїчною: «У наш час знання генеруються з розрізнених уривків, пов'язаних простими, здебільшого випадковими відносинами близькості за часом засвоєння, співзвучністю та асоціацією ідей... Ми будемо називати цю культуру «мозаїчною», бо за своєю сутністю вона є випадковою, складеною з безлічі дотичних фрагментів. Тут нема точок відліку, жодного по-справжньому загального поняття, зате є багато понять, які володіють значною вагомістю (опорні ідеї, ключові смисли тощо).</p>
<p>С. 75 Вже не будучи основним продуктом базисної університетської освіти або іншої раціональної організації; вона є результат перманентного впливу на нас хаотичного потоку випадкової інформації, від якої у пам'яті</p>	<p>С.168 Ця культура вже не є основному продуктом університетської освіти, то бто якоїсь раціональної організації; вона - результат перманентного впливу на нас безладного потоку</p>

<p>залишаються тільки скороминуші враження та уривки ідей [327, с. 45]. Мозаїчність, фрагментарність і розірваність стали однією з провідних тем і принципів творення об'єктів художньої культури (додекафонічна музика, постмодерністський роман), і сучасної філософії (шизосубект Дж. Дельоза і Ф. Гваттарі). Термін «мозаїчна культура» неістотно прижився в сучасній науковій літературі. Причин цього кілька. По-перше, словом «мозаїчна» характеризується не сучасна культура взагалі, а її «таблиця, спроектована на «екран» індивідуальної свідомості» (терміни А. Моля). ... В цьому сенсі «мозаїчна культура» - майже те ж саме, що й «мозаїчна свідомість».</p>	<p><i>випадкових відомостей, від яких в пам'яті залишаються лише скороминуші враження та уривки ідей» [187, с. 45].</i> Мозаїчність, фрагментарність і розірваність стали однією з провідних тем і принципів творення об'єктів художньої культури (додекафонічна музика, постмодерністський роман) і сучасної філософії (шизосубект Дж. Дельоза і Ф. Гваттарі). Терміном «мозаїчна культура» характеризується не сучасна культура взагалі, а її «таблиця, спроектована на «екран» індивідуальної свідомості» (в термінах А. Моля)... В цьому сенсі «мозаїчна культура» - майже те ж саме, що й «мозаїчна свідомість».</p>
<p>С.76 Адекватне уявлення про «масову культуру» можна отримати, помістивши її в такий контекст: масове суспільство, масове виробництво, масове споживання, масова комунікація. З них впливають найважливіші атрибути масової культури, що відзначаються різними дослідниками: 1) орієнтована на максимально велику аудиторію, а тому, з одного боку, гранично стандартизована, а з іншого, - спрямована на стандартизацію масового смаку; 2) проводиться у величезних масштабах, що передбачає наявність певної інфраструктури; 3) має товарний статус і ринковий обіг; 4) транслюється засобами масової комунікації.</p>	<p>С.159 Адекватне уявлення про масову культуру можна отримати, помістивши її в такий контекст: масове суспільство, масове виробництво, масове споживання, масова комунікація. З них впливають найважливіші атрибути масової культури, що відзначаються різними дослідниками: 1) орієнтована на максимально велику аудиторію, а тому, з одного боку, максимально стандартизована, а з іншого, - спрямована на стандартизацію масового смаку; 2) впроваджується у величезних масштабах, що передбачає наявність певної інфраструктури; 3) має товарний статус і ринковий обіг; 4) транслюється засобами масової комунікації.</p>
<p>с.76 Слід зазначити, що «сучасна культура» і «масова культура» - не одне й те саме. Це видно при аналізі соціальних функцій масової культури. Розкриваючи їх, А. Флієр спирається на концепцію культурної міфології. Відповідно до неї в культурі виділяються дві сфери: повсякденна культура, освоювана людиною в процесі її соціалізації у середовищі проживання (насамперед у процесах виховання і загальної освіти), а також спеціалізована культура, освоєння якої вимагає спеціальної (професійної) освіти. Повсякденна культура реалізується у відповідних формах способу життя. ... Процес оволодіння повсякденною культурою є загальною соціалізацією та інкультурацією особистості, котрі включають людини в культуру конкретного суспільства.</p>	<p>с.54 Слід зазначити, що «сучасна культура» та «масова культура» - не одне й те саме. Це видно при аналізі соціальних функцій масової культури. Розкриваючи їх, А. Флієр спирається на концепцію культурної міфології. Відповідно до неї в культурі виділяються дві сфери: повсякденна культура, освоювана людиною в процесі її соціалізації в середовищі проживання (насамперед у процесах виховання і загальної освіти), а також спеціалізована культура, освоєння якої вимагає спеціальної (професійної) освіти. Повсякденна культура реалізується у відповідних формах способу життя. ... Процес оволодіння повсякденною культурою є загальною соціалізацією та інкультурацією особистості, котрі інкорпують індивіда в культуру конкретного суспільства.</p>
<p>С.76-77 Спочатку в американській пресі, а після ж появи статті Д. Макдональда «Теорія популярної культури» (1944) закріпився і в науковому дискурсі. Чимало дослідників (Т. Адорно, Г.М. Енценбергер, М. Маклюєн) відрекомендують масову культуру «бульварною культурою», «популярною культурою», «індустрією культури», «індустрією свідомості», «ринковою культурою» тощо. Масова культура є закономірним явищем будь-якого суспільства, її основні параметри - поширеність культурних зразків в масах, їх відтворюваність масами. Масова культура є найважливішим компонентом сучасного соціуму. Універсальність масової культури стала</p>	<p>С.50 Спочатку в американській пресі, а після виходу в світ статті Д. Макдональда «Теорія популярної культури» (1944) закріпився і в науковому дискурсі. Чимало дослідників (Т. Адорно, Г. М. Енценбергер, М. Мак-Люєн) відрекомендують масову культуру «бульварною культурою», «популярною культурою», «індустрією культури», «індустрією свідомості», «ринковою культурою» тощо. Масова культура - закономірне явище будь-якого суспільства, її основні параметри - поширеність культурного зразка в масах, відтворюваність масами цих культурних зразків. Нині масова культура є найважливішим компонентом сучасного соціуму. Універсальність масової культури стала</p>

<p>концептуальною основою модернізації культурних традицій.</p>	<p>концептуальною основою модернізації культурних традицій.</p>
<p>с. 77 Масова культура спрямована на створення такого стану речей, за якого споживач її виробів постійно дізнавався б те, що він вже знає, і бачив би в цих výroбах доказ споконвічності існування відомих йому цінностей. Вона привчає людей дивитися на всю багатоманітність і складність сучасного світу через жорстко фіксовану призму поширюваних нею стандартів. Масова культура є способом життя сучасної людини, для масової свідомості вона виконує роль потужного підсилювача звичних уявлень.</p>	<p>с.51-52 Масова культура спрямована на створення такого стану речей, за якого споживач її виробів постійно дізнавався б те, що він вже знає, і бачив би в цих výroбах доказ споконвічності існування відомих йому цінностей. Вона привчає людей дивитися на всю багатоманітність і складність сучасного світу через жорстко фіксовану призму поширюваних нею стандартів. Масова культура - це спосіб життя сучасної людини, для масової свідомості вона виконує роль потужного підсилювача звичних уявлень.</p>
<p>с.77-78 Культура є складним симбіозом взаємодіючих між собою різних підкультурних систем, які за наявності ефективних і надійних каналів комунікації регулюють відносини людей в суспільстві. Вирішальна роль серед цих каналів належить засобам масової інформації. Функції ЗМІ та масової культури тісно взаємодіють, багато в чому дублюються, регулюючи соціальне життя суспільства. Особливостями сучасної ситуації є динамізм, нерівномірність, суперечливість розвитку суспільства. Люди втратили почуття критеріальної визначеності. Нове життя для свідомості пересічної людини є джерелом тривоги і водночас нових шансів. Зрештою, в кожному випадку людина постає перед необхідністю розв'язання проблеми адаптації до нових умов життя. Види адаптації бувають різними: екологічна, професійна та соціальна. Масова культура і засоби масової інформації забезпечують соціалізацію і вітальність людини в умовах складного середовища сучасного суспільства, навчаючи новим соціальним ролям і цінностям, способам регуляції поведінки та діяльності в суперечливій і неоднозначній обстановці, допомагають впоратись із конфліктними ситуаціями.</p>	<p>с.131 Культура є складним симбіозом взаємодіючих між собою різних підкультурних систем, які за наявності ефективних і надійних каналів комунікації регулюють відносини людей в суспільстві. Вирішальна роль серед цих каналів належить засобам масової інформації. Функції ЗМІ та масової культури тісно взаємодіють, багато в чому дублюються, регулюючи соціальне життя суспільства. Особливостями сучасної ситуації є динамізм, нерівномірність, суперечливість розвитку суспільства. Люди втратили почуття критеріальної визначеності. Нове життя для свідомості пересічної людини є джерелом тривоги і водночас нових шансів. Зрештою, в кожному випадку людина постає перед необхідністю розв'язання проблеми адаптації до нових умов життя. Види адаптації бувають різними: екологічна, професійна та соціальна. Масова культура і засоби масової інформації забезпечують соціалізацію і вітальність людини в умовах складного середовища сучасного суспільства, навчаючи новим соціальним ролям і цінностям, способам регуляції поведінки та діяльності в суперечливій і неоднозначній обстановці, допомагають впоратись із конфліктними ситуаціями.</p>
<p>с.79 На думку Ж. Бодрійяра, в постіндустріальному суспільстві формується гіперреальність, в межах якої ринкова економіка втрачає свої визначальні функції, поступаючись місцем економіці бажань і символічного обміну. Для ринкового успіху товару (незалежно від того, чи йдеться про якусь річ, твір мистецтва чи соціально-значущу інформацію) використовуються техніки спокуси, які прийшли на зміну домінуючим у минулому технікам відкритого підпорядкування як їх soft-версії. Сутність і цілі зваблювання мас у сучасному суспільстві були комплексно окреслені Ж. Бодрійяром у праці «Спокуса» [48]. В епоху постмодерну масова культура стає найпотужнішим інструментом спокуси. Вона постає новою системою управління та маніпулювання свідомістю людини, її інтересами та потребами, поведінковими стереотипами та ціннісними орієнтаціями й т.п., що у кінцевому рахунку прирівнюється до репрезентації її ідеологічної і соціально-політичної лояльності існуючому режиму.</p>	<p>с.164-165 На думку Ж. Бодрійяра, в постіндустріальному суспільстві формується гіперреальність, в межах якої ринкова економіка втрачає свої визначальні функції, поступаючись місцем економіці бажань і символічного обміну. Для ринкового успіху товару (незалежно від того, чи йдеться про якусь річ, твір мистецтва чи соціально-значущу інформацію) використовуються техніки спокуси, які прийшли на зміну домінуючим у минулому технікам відкритого підпорядкування як їх soft-версії. Сутність і цілі зваблювання мас у сучасному суспільстві були комплексно окреслені Ж. Бодрійяром у праці «Спокуса» [39]. Очевидно не потребує розлогої аргументації теза, згідно з якою в епоху постмодерну масова культура стає найпотужнішим інструментом спокуси. Цей тип культури постає новою системою управління і маніпулювання свідомістю інтересами і потребами, споживчим попитом, ціннісними орієнтаціями, поведінковими стереотипами і т. п., що в кінцевому рахунку прирівнюється до репрезентації її ідеологічної і соціально-політичної лояльності існуючому режиму.</p>
<p>С.79-80 Владні структури пристосовують масову культуру до вирішення багатьох</p>	<p>С.165-166 Владні структури пристосовують масову культуру до потреб свого</p>

<p>ідеологічних завдань – на кшталт вироблення певних ціннісних орієнтирів, уніфікації свідомості, виправдання існуючої економічної сполітичної реальності тощо. Чимало науково-орієнтованих текстів масової культури містять ідеологічно акцентовані коментарі, котрі ілюструють, наскільки масовизована «наука» маркована, детермінована соціальним середовищем.</p> <p>... Переклад будь-якого спеціалізованого знання на повсякденну мову не може перебувати поза контролем влади. Масова культура реалізує свою трансляційну функцію у межах прийнятного для владних структур тренду. Цей сценарій коректно було б назвати «спокушанням мас засобом інформаційних повідомлень». Він виробляється правлячими політичними та економічними структурами, відіграє важливу роль в сучасну епоху, коли механізми управління суспільством зазнають трансформації від відкритого насильства до прихованого спокушання. Метою новітнього спокушання мас є забезпечення стабілізації суспільства шляхом надання загальних знань його членам і формування у свідомості мас ідеологічно вигідної владним структурам картини світу.</p> <p>Правомірність вживання в даному контексті терміна «спокушанням мас засобом інформаційних повідомлень» визначається тим, що маси не можуть мимовільно зацікавитися досягненнями науки і техніки: їхнім пізнанням потрібно управляти, цікавість - збуджувати, інтерес до науки - стимулювати. Спокушання знанням - специфіка реалізації трансляційної функції масової культури в епоху популяризації науки, здійснюваної провідними представниками академічної науки. Однак при аналізі емпіричного матеріалу виявляється, що сучасна масова культура, як правило, реалізує свою трансляційну функцію шляхом «профанації» науки. Відбувається це через відсутність у мас схильності до інтелектуальної рефлексії і намірів отримати адекватне уявлення про навколишній світ, а також у результаті зниження рівня професіоналізму «перекладачів» спеціалізованого наукового знання, небажання виробників маскульту фінансувати якісну науково-популярну продукцію. Методи і цілі «спокушання знанням» тотожні методам і цілям просування на ринку будь-якого товару або послуги. Це дозволяє спроектувати змальовану Ж. Бодрійяром у праці «Система речей» фундаментальну сутність рекламних технологій на процес трансляції спеціалізованого знання масовою культурою.</p>	<p>владарювання засобом вироблення відповідних ціннісних орієнтирів-преференцій, уніфікації свідомості, виправдання існуючої економічної і політичної реальності тощо. Чимало науково-орієнтованих текстів масової культури містять ідеологічно акцентовані коментарі, котрі ілюструють, наскільки масовизована «наука» маркована, детермінована соціальним середовищем. ...</p> <p>Переклад будь-якого спеціалізованого знання на повсякденну мову не може перебувати поза контролем влади. Масова культура реалізує свою трансляційну функцію у межах прийнятного для владних структур тренду. Цей сценарій коректно було б назвати «спокушанням мас засобом інформаційних повідомлень». Він виробляється правлячими політичними та економічними структурами, відіграє важливу роль в сучасну епоху, коли механізми управління суспільством зазнають трансформації від відкритого насильства до прихованого спокушання. Метою новітнього спокушання мас є забезпечення стабілізації суспільства шляхом надання загальних знань його членам і формування у свідомості мас ідеологічно вигідної владним структурам картини світу.</p> <p>Доречність вживання в даному контексті терміна «спокушанням мас засобом інформаційних повідомлень» визначається тим, що маси не можуть спонтанно цікавитися складними досягненнями науки й техніки: їхнім пізнанням треба належним чином скеровувати, цікавість - збуджувати, інтерес до науки - стимулювати. Спокушання знанням - специфіка реалізації трансляційної функції масової культури в епоху популяризації науки, здійснюваної провідними представниками академічної науки. Однак при аналізі емпіричного матеріалу виявляється, що сучасна масова культура, як правило, реалізує свою трансляційну функцію шляхом «профанації» науки. Відбувається це через відсутність у мас схильності до інтелектуальної рефлексії і намірів отримати адекватне уявлення про навколишній світ, а також у результаті зниження рівня професіоналізму «перекладачів» спеціалізованого наукового знання, небажання виробників маскульту фінансувати якісну науково-популярну продукцію.</p> <p>Методи і цілі «спокушання знанням» тотожні методам і цілям просування на ринку будь-якого товару чи послуги. Це дозволяє спроектувати змальовану Ж. Бодрійяром у праці «Система речей» фундаментальну сутність рекламних технологій на процес трансляції спеціалізованого знання масовою культурою.</p>
<p>c.81 Спримітизоване тлумачення маскульту природного і соціального середовища легко сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який, як правило, здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини. Таке «полегшене засвоєння» допомагає зберегти в умовах інформаційного вибуху психологічне, духовне і навіть фізичне здоров'я. Маскульт знімає болісну для індивіда маси проблему особистісного вибору, надаючи можливість делегувати прийняття рішень щодо</p>	<p>c.171-172 Спримітизоване тлумачення маскульту природного і соціального середовища легко сприймається і засвоюється масовизованим індивідом, який, як правило, здебільшого не схильний до тривалого і складного пошуку істини. Таке «полегшене засвоєння» допомагає зберегти в умовах інформаційного вибуху психологічне, духовне і навіть фізичне здоров'я. Маскульт знімає болісну для індивіда маси проблему особистісного вибору, надаючи можливість делегувати прийняття рішень щодо істинності чи</p>

<p>істинності чи хибності отриманої через ЗМІ інформації різним коментаторам. Крім того, масова культура дозволяє індивіда почуватися обізнаним і «сучасним». Відбувається самоствердження суб`єкта пізнання, набуття ним почуття власної значущості, частково компенсуються збитки, спричинені комплексом неповноцінності як результату того, що на підсвідомому рівні індивід підозрює про свій невисокий освітній рівень.</p>	<p>хибності отриманої через ЗМІ інформації різним коментаторам. Крім того, масова культура фактично виконує функцію плацебо-ефекту, надаючи індивіду можливість почуватися обізнаним і «сучасним». Відбувається самоствердження суб`єкта пізнання, набуття ним почуття власної значущості, частково компенсуються збитки, спричинені комплексом неповноцінності як результату того, що на підсвідомому рівні індивід підозрює про свій невисокий освітній рівень.</p>
<p>C.81-82. Маскультом пропонується «свобода вибору» власного світогляду і «широкі можливості реалізації своєї неповторної індивідуальності». Однак, незважаючи на уявну розлогість можливостей самореалізації, індивідам у процесі пізнання нав`язується «глибинна одноманітність» маси, за якою закріплена лише одна легітимна функція - споживча. Обіцяна маскультом свобода у формуванні власного світогляду ілюзорна. ... Адаптації індивіда до навколишньої дійсності сприяє і той фактор, що знання розподілене масовою культурою по різноманітним маркам і брендам - так само, як будь-який інший товар, тобто воно примусово категоризоване, систематизоване та ієрархізоване. Рубрифіковані маскультом «знання» членують картину світу індивіда маси на мозаїку різних псевдонаукових теорій і гіпотез. ... Масова культура маніпулює споживачами інформації, інкорпорує в їхню свідомість стереотипи і пріоритети, котрі канонізують певний образ світу, конструюють у свідомості реципієнтів семіотичну й символічну «реальність», далеку від онтологічно дійсної. Перебуваючи під впливом владних структур, масова культура реалізує свою трансляційну функцію, слідуючи запропонованому їй сценарію, метою якого є уніфікація суспільства, формування у свідомості мас мозаїчної псевдокартини світу, яка насправді постає маніфестацією домінуючих ідеологем. Головною причиною привабливості цього ідеологічного проекту для мас є задоволення потреби натовпу в інформації про мінливий навколишній світ, що вкрай необхідно для оцінки перспектив і психологічної адаптації до дійсності.</p>	<p>C.140-141. Маскультом пропонується «свобода вибору» власного світогляду і «широкі можливості реалізації своєї неповторної індивідуальності». Однак, незважаючи на уявну розлогість можливостей самореалізації, індивідам у процесі пізнання нав`язується «глибинна одноманітність» маси, за якою закріплена лише одна легітимна функція - споживча. Обіцяна маскультом свобода у формуванні власного світогляду ілюзорна... Адаптації індивіда до навколишньої дійсності сприяє і той фактор, що знання розподілене масовою культурою по різноманітним маркам і брендам - так само, як будь-який інший товар, тобто воно примусово категоризоване, систематизоване та ієрархізоване. Рубрифіковані маскультом «знання» членують картину світу індивіда маси на мозаїку різних псевдонаукових теорій і гіпотез. ... Масова культура маніпулює споживачами інформації, інкорпорує в їхню свідомість стереотипи і пріоритети, котрі канонізують певний образ світу, конструюють у свідомості реципієнтів семіотичну й символічну «реальність», яка здебільшого не збігається з онтологічно дійсною. Масова культура реалізує свою трансляційну функцію, маючи на меті уніфікацію суспільства, формування в свідомості мас мозаїчної псевдокартини світу, яка насправді постає маніфестацією домінуючих ідеологем. Головною причиною привабливості цього ідеологічного проекту для мас є задоволення потреби натовпу в інформації про мінливий навколишній світ, що вкрай необхідно для оцінки перспектив і психологічної адаптації до дійсності.</p>